

مجموعه مطالعات دیپلماسی اقتصادی:
۱. اهمیت، رویکردها و ابزارها

معاونت پژوهش‌های اقتصادی
دفتر مطالعات اقتصادی

کد موضوعی: ۲۲۰
شماره مسلسل: ۱۷۸۵۷
آبان‌ماه ۱۴۰۰

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۳.....	مقدمه
۵.....	۱. تعاریف دیپلماسی اقتصادی.....
۶.....	۲. اهمیت تجارت برای توسعه کشورها.....
۱۴.....	۳. دیپلماسی اقتصادی در خدمت سیاست صنعتی.....
۱۶.....	۴. پارادایم‌ها (رویکردها) در تجارت و دیپلماسی اقتصادی.....
۱۷.....	۱-۴. پارادایم مرکانتیلیسم.....
۱۸.....	۲-۴. پارادایم کلاسیک (لیبرال‌های اولیه) و نئوکلاسیک.....
۲۰.....	۳-۴. پارادایم ساختارگرایی و جایگزینی واردات.....
۲۱.....	۴-۴. پارادایم نئومرکانتیلیسم، حمایت‌گرایی، ملی‌گرایی.....
۲۴.....	۵. ابزارهای دیپلماسی اقتصادی.....
۲۶.....	۶. بازیگران بین‌المللی و داخلی دیپلماسی اقتصادی.....
۲۶.....	۱-۶. بازیگران بین‌المللی.....
۲۸.....	۲-۶. بازیگران داخلی.....
۲۹.....	۷. الزامات موفقیت دیپلماسی اقتصادی.....
۳۱.....	۸. جمع‌بندی.....
۳۲.....	۹. دلالت‌هایی برای ایران.....
۳۶.....	پیوست: استفاده از اصطلاح دیپلماسی اقتصادی در منابع علمی.....
۳۷.....	منابع و مآخذ.....



مجموعه مطالعات دیپلماسی اقتصادی:

۱. اهمیت، رویکردها و ابزارها

چکیده

اصطلاح دیپلماسی اقتصادی اصطلاح جدیدی است که سابقه استفاده از آن به دهه ۱۹۵۰ بازمی‌گردد. با این حال تنها در یک دهه اخیر است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است (برجیک و مون، ۲۰۱۸: ۳). در واقع پژوهش‌های عملی در این خصوص از مواردی نادر در دهه ۱۹۵۰ به دهه‌ها مورد در هر سال در یک دهه اخیر رسیده است.^۱ از دلایل این امر می‌توان به توسعه جهانی شدن، روند رو به رشد حمایت‌گرایی و افزایش نقش مباحث اقتصادی در ملاحظات امنیتی اشاره کرد.

در یک تعریف مختصر دیپلماسی اقتصادی استفاده از ابزار سیاسی بین‌المللی (دیپلماسی) برای به دست آوردن اهداف اقتصادی است. براساس این تعریف، دیپلماسی اقتصادی طیف وسیعی از مسائل و اقدامات از دیپلماسی تجاری تا روابط داوطلبانه و اجباری میان دولت‌ها را دربرمی‌گیرد.

در باب اهمیت تأثیر تجارت بر توسعه، علاوه بر نظریات سنتی، براساس «نظریه پیچیدگی» هر قدر محصولات تولیدی و صادراتی یک کشور پیچیده‌تر باشند، آن کشور رشد اقتصادی پایدارتر و درآمد سرانه بیشتری خواهد داشت. شاخص پیچیدگی نشان می‌دهد که در خلال ۵۰ سال اخیر وضعیت ایران در مقایسه با سایر کشورها نه تنها بهبود نیافته، بلکه بسیار بدتر شده و به رتبه ۸۸ (در سال ۲۰۱۶) رسیده است. تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی (یکی از دو محور نظریه پیچیدگی) به عنوان بنیانی برای رشد اقتصادی از سوی دانشمندان مطرح است و اصولاً فرایند توسعه اقتصادی را فرایند تغییر ساختاری تعریف می‌کنند به گونه‌ای است که کشورها از تولید «کالاهای کشورهای فقیر»^۲ به سمت تولید «کالاهای کشورهای ثروتمند» حرکت کنند. **استراتژی توسعه صنعتی** یا سیاست صنعتی عامل این تغییر ساختار بوده و سیاست‌های تجاری و دیپلماسی اقتصادی ابزاری برای سیاست صنعتی است.

البته در مورد دیپلماسی اقتصادی و سیاست‌های تجاری مطلوب اختلاف نظر و پارادایم‌های مختلفی وجود دارد که توجه به آنها و تصمیم‌گیری در مورد انتخاب آنها بر چگونگی دیپلماسی اقتصادی کشور مؤثر است. پارادایم مرکانتیلیسم، پارادایم کلاسیک (لیبرال‌های اولیه) و نئوکلاسیک، پارادایم ساختارگرایی و جایگزینی واردات و پارادایم نئومرکانتیلیسم، حمایت‌گرایی و ملی‌گرایی از پارادایم‌های

۱. برای اطلاع بیشتر در مورد روند صعودی استفاده از این اصطلاح بنگرید به پیوست.

اصلی سیاست تجاری است که مورد اخیر آن با توجه به بحران مالی سال ۲۰۰۸ میان کشورها عمومیت یافته و در آن دخالت و حمایت دولت‌ها در اقتصاد به‌ویژه در زمینه صنعت به‌شدت افزایش یافته است. در اجرای سیاست‌های تجاری و دیپلماسی اقتصادی ابزارهای متعددی وجود دارد که از ابزار کهن «خدمات کنسولی» تا ابزار نوین «آی دیپلماسی» را دربرمی‌گیرد. برخی صاحب‌نظران تحریم را نیز جزو ابزارهای دیپلماسی اقتصادی می‌دانند.

دیپلماسی اقتصادی بازیگران خارجی و داخلی خود را دارد که در این گزارش به‌طور مختصر به آنها اشاره شده است. در زمینه بازیگران خارجی سازمان‌های بین‌المللی با قوانینی که وضع می‌کنند به روند دیپلماسی اقتصادی در سطح جهان شکل می‌دهند. در مورد بازیگران داخلی نیز به ضرورت هماهنگی بیشتر در دیپلماسی اقتصادی میان بخش‌های مختلف حکومت و همچنین حضور بازیگران غیردولتی تأکید می‌شود زیرا در دیپلماسی اقتصادی برخلاف دیپلماسی سیاسی، مشتریان نهایی شرکت‌های عمومی و خصوصی هستند که قصد صادرات و واردات کالا یا خدماتی را دارند.

کشورها برای هماهنگی میان بازیگران داخلی گوناگونی که عملکرد آنها بر دیپلماسی اقتصادی کشور اثر می‌گذارد از ساختارهای حکمرانی و ترتیبات نهادی مختلفی استفاده می‌کنند. گسترش وظایف اقتصادی وزارت خارجه سبب شده است، در ۳۰ کشور دنیا از جمله ۱۵ کشور در حال توسعه وزارت امور خارجه و وزارت تجارت در یکدیگر ادغام شوند. همچنین با وجود اهمیت دیپلماسی اقتصادی باید به خاطر داشت که بخش حقیقی اقتصاد اثر بسیار مهم‌تری بر صادرات کالاها و خدمات و توسعه دارد و لذا نباید دیپلماسی اقتصادی را به‌عنوان حلال تمام مشکلات در نظر گرفت. در واقع بخشی از مشکل صادرات در کشور به دلیل مشکل در سرمایه‌گذاری و تولید، مسائل زیرساختی و لجستیکی، مشکلات بانکی و برخی مسائل دیگر است که خارج از حوزه دیپلماسی اقتصادی قرار داد. تا زمانی که این مشکلات مرتفع نشود نمی‌توان از دیپلماسی اقتصادی انتظار داشت کمک شایانی به اقتصاد کشور کند. در نهایت باید به این نکته اشاره کرد که اهمیت دیپلماسی اقتصادی سبب شد در ماده (۱۰۵) قانون برنامه ششم توسعه به آن اشاره شود. این توجه گرچه اقدام مناسبی بوده است اما اشکال‌هایی نیز در آن وجود دارد. در مجموع به نظر می‌رسد موفقیت در دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران نیازمند نگاه همه‌جانبه به موضوع و اتخاذ راهکارهای اصولی است که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱. شناسایی و اتخاذ پارادایم‌ها و راهبردهای همکاری بلندمدت با هریک از کشورهای هدف،

۲. تدوین و اجرای استراتژی توسعه صنعتی کشور به‌منظور شناخت و تمرکز بر حوزه‌های

اولویت‌دار در دیپلماسی اقتصادی،

۳. ایجاد هماهنگی میان بازیگران داخلی در این عرصه،

۴. استفاده از ابزارهای مختلف و متنوع دیپلماسی اقتصادی. ذکر این نکته ضروری است که



با وجود اهمیت فراوانی که دیپلماسی اقتصادی دارد، اما در این میان باید از تأکید و توقع بیش از حد از دیپلماسی اقتصادی خودداری کرد و به خاطر داشت که بخش حقیقی اقتصاد اثر بسیار مهمی بر صادرات کالاها و تقویت دیپلماسی اقتصادی با سایر کشورها دارد. با توجه به اینکه ایران با موانع زیرساختی، گمرکی و لجستیکی فراوانی روبه‌رو است، اصلاح آنها شرط استفاده بهینه از دیپلماسی اقتصادی در جهت منافع کشور است.

مقدمه

توجه به بحث دیپلماسی اقتصادی دلایل گوناگونی دارد. تاریخچه فعالیت‌های اقتصادی دولت‌ها در زمینه تجارت خارجی به قرن‌ها پیش از میلاد مسیح باز می‌گردد هرچند در آن زمان نهادهای دیپلماتیک مدرن امروزی وجود نداشت اما به تدریج به‌ویژه در خلال قرن نوزدهم خدمات بازرگانی توسط دیپلمات‌های متخصص در این زمینه پیگیری شد (اوکانو- هجیمان،^۱ ۲۰۱۳: ۴۷۶-۴۷۵). باین حال پس از جنگ جهانی دوم این تحولات شتاب بیشتری گرفت و برخی کشورهای پیشگام، خدمات اقتصادی را به‌عنوان بخشی مستقل در ساختار وزارت خارجه مدنظر قرار دادند. در اواخر دهه ۱۹۶۰ نیز جذب سرمایه‌گذاری خارجی در دستور کار سفارتخانه‌های برخی کشورها قرار گرفت (رانا،^۲ ۲۰۱۷: ۳۱۸). همان‌طور که مشاهده می‌شود بعد از جنگ جهانی دوم اهمیت دیپلماسی اقتصادی در سیاست اقتصادی کشورها به تدریج افزایش یافته است. همین مسئله توضیح می‌دهد که چرا به تدریج مطالعه و توجه به دیپلماسی اقتصادی افزایش یافته است. باینی و ولکوک^۳ (۲۰۱۷ و ۲۰۰۳) که از نظریه‌پردازان مهم در زمینه دیپلماسی اقتصادی محسوب می‌شوند درخصوص علل توجه به دیپلماسی اقتصادی به مجموعه‌ای از دلایل اشاره می‌کنند که به شرح زیر است:

✓ دیپلماسی اقتصادی بیشتر در مورد فرایندهاست تا ساختارها. مطالعات دانشگاهی اقتصاد سیاسی بین‌الملل به‌طور معمول به عوامل ساختاری توجه می‌کند که روابط اقتصادی میان دولت‌ها را شکل می‌دهند. عواملی مانند قدرت دولت ملت‌های مختلف در سیستم اقتصادی، یا ساختار نفوذ درون اقتصادهای ملی یا رقابت بخش‌های مختلف برای تعیین سیاست‌ها. اما در دیپلماسی اقتصادی به اهمیت فرایندها توجه می‌شود. در بحث دیپلماسی اقتصادی این بحث مطرح می‌شود که در شرایطی که کشوری با توجه به ساختار اقتصادی خود دارای برتری فراوانی است درخصوص سایر کشورها منفعت بیشتری کسب می‌کند اما در شرایطی که قدرت اقتصادی کشورها برابر بوده یا تفاوت میان آنها کم است، دیپلماسی اقتصادی نقش مهمی در کسب منافع در عرصه بین‌المللی ایفا می‌کند.

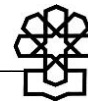
1. Okano-Heijmans
2. Rana
3. Bayne and Woolcock

✓ دیپلماسی اقتصادی همواره مهم بوده است، با این حال در طول جنگ سرد روابط بین‌الملل تحت تأثیر نگرانی‌های امنیتی بود اما پس از آن اهمیت دسته‌بندی غرب و شرق کاهش یافت و روابط اقتصادی اهمیت بیشتری یافت. حتی با وجود حادثه یازده سپتامبر و بحران سوریه و اکرین نیز اهمیت دیپلماسی حفظ شد. همچنین با تعریف گسترده‌تر از امنیت که علاوه بر مسائل امنیتی و نظامی مباحث اقتصادی را نیز شامل می‌شود، اکنون بحران‌های مالی و رکود نیز به‌مثابه مسائل امنیتی که نیازمند دیپلماسی اقتصادی است مورد توجه قرار می‌گیرد.

✓ در دنیای کنونی بیش از دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ عملکرد اقتصادی تحت تأثیر عوامل بین‌المللی قرار گرفته است. با توسعه جهانی شدن، دولت‌ها مجبور هستند سیاست‌هایی را در پیش گیرند که تعاملات اقتصاد داخلی و بین‌المللی را به‌گونه‌ای شکل دهند که رفاه مردم کشورشان افزایش یابد. بنابراین مجبور هستند بیشتر به روابط اقتصادی با خارج و به تبع آن دیپلماسی اقتصادی توجه کنند (بانی و ولکوک، ۲۰۱۷ و ۲۰۰۳)

اما در این میان آنچه اهمیت دیپلماسی اقتصادی را بیشتر کرده، روند رو به رشد حمایت‌گرایی کشورهاست. این روند باعث شده تا کشورها بیشتر از گذشته دیپلماسی اقتصادی و عقد انواع پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه را در دستور کار خود قرار دهند. در واقع در خلال یک دهه اخیر کشورهای بسیاری در جهان از جمله کشورهای توسعه‌یافته طیفی از اقدام‌های حمایتی به‌ویژه در بخش صنعت را در دستور کار خود قرار داده‌اند (سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه، ۲۰۱۱، اندرونی و چانگ، ۲۰۱۶). به تبع آن، این سیاست‌های حمایتی به بخش تجاری نیز گسترش یافته است و همان‌طور که آنکتاد اشاره می‌کند در خلال چند سال اخیر کشورها انواع اقدام‌های تجاری محدودکننده تجارت از وضع تعرفه‌های جدید تا وضع محدودیت مقداری را در دستور کار خود قرار داده‌اند (آنکتاد، ۲۰۱۹).^۲ در چنین شرایطی اهمیت دیپلماسی اقتصادی برای حمایت از منافع تجاری کشورها افزایش یافته است. بسیاری از کشورها به پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه روی آورده‌اند تا بتوانند از بازارهای صادراتی خود حمایت کنند. بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد که سفارتخانه‌ها و دیپلمات‌های تجاری نقش مهمی در افزایش تجارت خارجی کشورها ایفا می‌کنند (یاکوپ و ون برجیک، ۲۰۱۱).^۳ از سوی دیگر ابزار دیپلماسی اقتصادی طیف بسیار وسیعی را شامل می‌شود که در این گزارش به آن پرداخته شده است.

1. Andreoni and Chang
2. <https://sdgpulse.unctad.org/barriers-to-trade/>
3. Yakop and Van Bergeijk



۱. تعاریف دیپلماسی اقتصادی

در مورد دیپلماسی اقتصادی مانند بسیاری دیگر از مفاهیم در علوم انسانی، هیچ تعریف مورد اجماعی وجود ندارد. بنابراین در ادامه به برخی از تعاریف در این زمینه که اندیشمندان سرشناس در این زمینه ارائه داده‌اند اشاره می‌شود. این تعاریف خطوط کلی مباحث دیپلماسی اقتصادی را نیز مشخص می‌کند. جاستینک^۱ (۲۰۱۸) در تعریف دیپلماسی اقتصادی^۲ می‌نویسد: «دیپلماسی اقتصادی شامل فعالیت‌های حکومت و شبکه‌های بین‌المللی آن است و می‌تواند به‌مثابه استفاده از روابط حکومت و نفوذ حکومت برای امکان‌پذیر کردن تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی تعریف شود. حکومت‌ها همچنین با شرکت‌های داخلی و خارجی تعامل می‌کنند تا به تجارت و سرمایه‌گذاری از طریق نهادهای داخلی (دفاتر گسترش سرمایه‌گذاری و صادرات) تحرک بخشند امری که ذیل حمایت دیپلمات‌های اقتصادی قرار دارد. این نهادهای داخلی از شرکت‌ها در تصمیم‌گیری در خصوص تجارت و سرمایه‌گذاری‌شان حمایت می‌کنند و از اطلاعات حاصل از شبکه دیپلماتیک در این خصوص استفاده می‌کنند» (جاستینک، ۲۰۱۸: ۳۰). یاکوپ و ون برجیک (۲۰۱۱) می‌نویسند: «در یک تعریف مختصر دیپلماسی اقتصادی استفاده از ابزار سیاسی بین‌المللی (دیپلماسی) برای به‌دست آوردن اهداف اقتصادی است» (یاکوپ و ون برجیک، ۲۰۱۱: ۳). ولکوک و باینی (۲۰۱۳) در این خصوص بیان می‌دارند: «تعریف خلاصه از دیپلماسی اقتصادی عبارت از تصمیم‌گیری و مذاکره در خصوص موضوع‌های اساسی که بر روابط اقتصادی بین‌المللی اثر می‌گذارد. در عمل این امر به‌معنای ترتیبات و هماهنگی مالی، مذاکره در خصوص تجارت و سرمایه‌گذاری، سیاست‌های توسعه و محیط بین‌المللی است (البته به‌طور یقین زیرمجموعه‌های بسیاری ذیل این موضوع اساسی و دیگر موضوع‌های مرتبط با روابط اقتصادی بین‌المللی وجود دارد). بنابراین دیپلماسی اقتصادی مرتبط با فرایندهای تصمیم‌گیری و مذاکره در خصوص سیاست‌ها یا چالش‌های مرتبط با روابط اقتصادی بین‌المللی در این موضوع‌های اساسی است» (ولکوک و باینی، ۲۰۱۳: ۳۸۷-۳۸۶).

برجیک و مون^۳ (۲۰۱۸) در خصوص تعریف دیپلماسی اقتصادی و تفاوت آن با دیپلماسی تجاری یادآور می‌شوند که این دو اصطلاح به‌صورت مترادف استفاده می‌شود اما در اصل سیاست تجاری به فعالیت‌های دیپلماتیک دوجانبه‌ای^۴ مربوط است که از فعالیت‌های سودآور بخش خصوصی (به‌طور ویژه در زمینه گسترش تجارت و سرمایه‌گذاری) حمایت می‌کند، درحالی‌که دیپلماسی اقتصادی اساساً گسترده‌تر است و علاوه بر فعالیت‌ها در زمینه گسترش تجارت و سرمایه‌گذاری شامل فعالیت دیپلمات‌ها در نهادهای اقتصادی بین‌المللی مانند سازمان جهانی تجارت، سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه^۵

1. Justinek

2. Economic Diplomacy

3. Bergeijk and Moons

4. Bilateral Diplomatic Activities

5. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

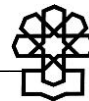
گروه بیست^۱ یا کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد^۲ نیز می‌شود. در حال حاضر نقش دیپلمات‌های تجاری گسترش یافته و به‌عنوان مثال اهداف اقتصادی ممکن است شامل نمایندگی بخش‌های غیرانتفاعی شامل دانشگاه‌ها و سایر مؤسسات دانشی، بخش سلامت، فرهنگ و سازمان‌های مردم‌نهاد و مانند اینها نیز باشد (برجیک و مون، ۲۰۱۸: ۲-۱). تونامی^۳ (۲۰۱۸) در تعریف دیپلماسی اقتصادی می‌نویسد: «دیپلماسی اقتصادی پیگیری امنیت اقتصادی در یک سیستم دارای هرج‌ومرج است. امنیت اقتصادی نیز شامل بهروزی اقتصادی و ثبات سیاسی ملتهاست» (تونامی، ۲۰۱۸: ۶).

ولکوک و باینی (۲۰۱۳) در تعریفی که عملاً دامنه دیپلماسی اقتصادی را گسترش می‌دهد بیان می‌دارند: «دیپلماسی اقتصادی شامل روابط داوطلبانه و اجباری میان دولتهاست. درحقیقت در این فضای اقتصادی به طرز قابل توجهی شبکه درهم‌تنیده‌تری از سازمان‌های بین‌المللی و رژیم‌ها در مقایسه با سیاست عمومی یا روابط استراتژیک وجود دارد، حتی اگر بسیاری از رژیم‌های اقتصادی ماهیتی تکنیکی داشته باشند. این دامنه از بحث گروه بیست، صندوق بین‌المللی پول و سازمان جهانی تجارت یا توافقات محیط چندجانبه در سطح سیاسی یا ریاست دولت و حکومت تا مباحث تکنیکی که به‌طور بحث‌انگیزی اهمیت برابری دارند مانند واحدهای استاندارد مانند کمیته بازل (بال)^۴ ناظر بر قواعد کفایت سرمایه تا استانداردهای بین‌المللی^۵ برای مقررات استاندارد جهت استفاده از بیوتکنولوژی در غذا و کشاورزی تا سایر موارد را شامل می‌شود» (ولکوک و باینی، ۲۰۱۳: ۳۸۷). با توجه به مجموع تعاریف فوق باید گفت در یک تعریف مختصر، دیپلماسی اقتصادی استفاده از ابزار سیاسی بین‌المللی (دیپلماسی) برای به‌دست آوردن اهداف اقتصادی است.

۲. اهمیت تجارت برای توسعه کشورها

همان‌طور که اشاره شد دیپلماسی اقتصادی را می‌توان استفاده از ابزار سیاسی بین‌المللی (دیپلماسی) برای به‌دست آوردن اهداف اقتصادی تعریف کرد. بنابراین برای درک بهتر دیپلماسی اقتصادی لازم است به بررسی اثر تجارت خارجی به‌ویژه صادرات بر رشد اقتصادی و توسعه کشورها بپردازیم. تودارو^۶ (۲۰۱۵) که از اندیشمندان سرشناس توسعه محسوب می‌شود در خصوص اهمیت نقش تجارت خارجی در توسعه کشورها می‌نویسد: تجارت بین‌الملل نقش بسیار مهمی در تجربه تاریخی کشورهای در حال توسعه ایفا کرده است. مانند سایر مسائل توسعه، تنوع زیادی در میان تجارب کشورهای در حال توسعه در زمینه تجارت وجود دارد. در سال‌های

1. G20
 2. United Nations Conference on Trade and Development (UncTad).
 3. Tonami
 4. Basel Committee on Banking Supervision
 5. Codex Alimentarius
 6. Todaro



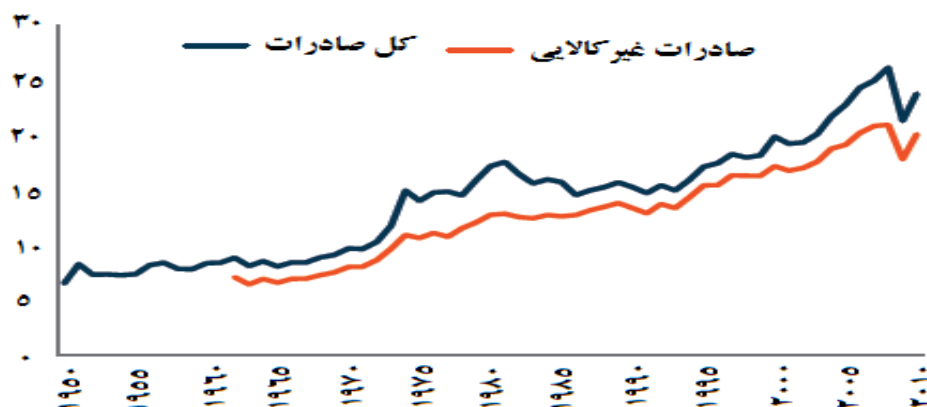
اخیر بیشتر توجهات در زمینه مسائل توسعه و تجارت بر درک موفقیت‌های حیرت‌انگیز صادرات شرق آسیا متمرکز بوده است. تایوان، کره جنوبی و دیگر اقتصادهای شرق آسیا پیشگام این استراتژی بوده‌اند و استراتژی آنها با همسایه بسیار بزرگشان یعنی چین به‌طور موفق‌تری دنبال شده است ... اما همزمان در آفریقا، خاورمیانه و آمریکای لاتین صادرات مواد اولیه به‌طور سنتی تشکیل‌دهنده بخش چشمگیری از تولید ناخالص داخلی کشورهاست ... وابستگی صادراتی به مواد اولیه با درجه‌ای از ریسک و بی‌ثباتی همراه است که کمتر ملتی خواهان آن است ... همان‌طور که دیوید هاروی و همکارانش توضیح می‌دهند: «در ۴۰ کشور، تولید سه یا تعداد کمتری کالا، تمام درآمد صادراتی را شامل می‌شود». براساس گزارش سال ۲۰۰۶ آنکتاد «از ۱۴۱ کشور در حال توسعه، در ۹۵ کشور بیش از ۵۰ درصد وابستگی به صادرات کالاها وجود دارد و در کشورهای جنوب صحرای آفریقا این میزان به ۸۰ درصد می‌رسد» ...

وابستگی صادراتی به بخش خدمات نیز گسترش یافته است، به‌ویژه در بخش توریسم که صادرات محسوب می‌شود هنگامی که بازدیدکنندگان خدمات تولید داخل را (شامل هتل، غذای رستوران‌ها، حمل‌ونقل داخلی و ...) خریداری می‌کنند ... اما از دست دادن درآمد حاصل از صادرات خدمات می‌تواند مانند از دست دادن سایر درآمدهای صادراتی ویران‌کننده باشد. اتفاقی که در سال ۲۰۱۱ و در خاورمیانه و شمال آفریقا در خلال درگیری‌های مرتبط با بهار عربی روی داد.

بسیاری از کشورهای در حال توسعه علاوه بر وابستگی صادراتی به واردات نیز متکی شده‌اند که عموماً میزان آن حتی از صادرات آنها بیشتر است و شامل مواد اولیه، ماشین‌آلات، کالاهای سرمایه‌ای، کالاهای واسطه‌ای و محصولات مصرفی برای گسترش صنایعشان جهت برآورده کردن اشتیاق روزافزون مردمشان می‌شود. در بخش اعظم دوران پس از جنگ جهانی دوم، برای اکثر ملت‌های در حال توسعه تقاضای واردات از ظرفیتشان برای کسب درآمد کافی از فروش محصولات صادراتی فراتر رفته است. امری که به کسری تراز پرداخت‌های مزمین در حساب‌های آن کشورها با سایر جهان منجر شده است (تودارو و اسمیت، ۲۰۱۵: ۶۰۵-۶۰۳).

جملات فوق تصویری بسیار روشن از اهمیت تجارت خارجی برای توسعه کشورها را نشان می‌دهد. از اثر مثبت توسعه صادرات تا وابستگی برخی کشورها به صادرات موارد تک‌محصولی و تبعات زیان‌بار آن. نگاهی به شواهد آماری در این زمینه نکات مهمی را آشکار می‌کند. در واقع فارغ از چند بحران مانند بحران ۲۰۰۸ که اثر منفی مقطعی بر این روند داشته‌اند، در حال حاضر به‌طور میانگین سهم بیشتری از تولید ناخالص ملی کشورها صادر شده و به تبع آن واردات نیز افزایش یافته است. از سوی دیگر صادرات کالاها در حال حاضر منحصر به چند کشور خاص نیست و بازیگران فراوانی در این میان وجود دارند. نمودارهای زیر به خوبی این مسائل را آشکار می‌سازد.

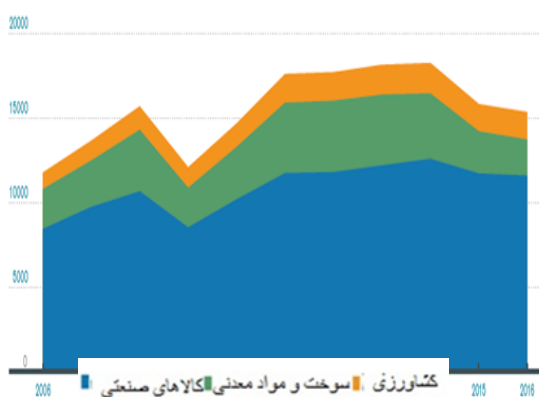
نمودار ۱. نسبت صادرات به تولید ناخالص ملی در اقتصاد جهانی



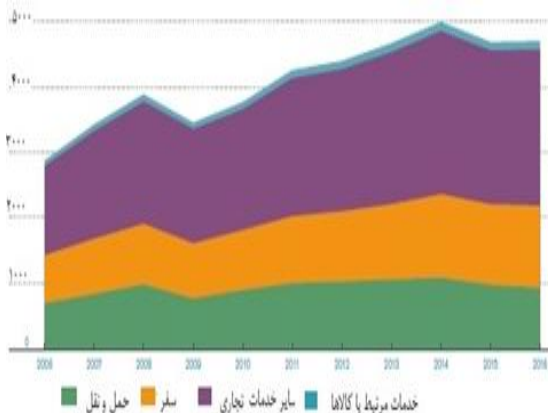
مأخذ: صندوق بین‌المللی پول، ۲۰۱۲: ۱.

نمودار زیر حجم و ترکیب کالاها و خدماتی را نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۶ در جهان مبادله شده است.

نمودار ۳. حجم تجارت جهانی کالاها (هزار میلیارد دلار)



نمودار ۲. حجم تجارت جهانی خدمات (هزار میلیارد دلار)



مأخذ: سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۷: ۱۰.

براساس نمودارهای بالا، حجم تجارت جهانی کالاها پس از یک روند صعودی در چند سال اخیر کاهش یافته و به قریب ۱۵ هزار میلیارد دلار رسیده است. همچنین حجم تجارت جهانی خدمات نیز روند مشابهی را طی کرده و به حدود ۵ هزار میلیارد دلار بالغ شده است. البته نکته حائز اهمیت در این میان افزایش سهم تولیدات کارخانه‌ای است که از ۸ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ به ۱۱ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است. در واقع کاهش شدید هزینه‌های حمل‌ونقل نه تنها باعث افزایش میزان صادرات شده بلکه تنوع آن را نیز افزایش داده است (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۳: ۴۷). این مسئله



سبب شده تا بسیاری از کشورها بتوانند در زمینه‌هایی به فعالیت بپردازند که پیش از این امکان فعالیت در آن را نداشتند و بازارهای سنتی را از دست رقبا خارج کنند.^۱ مهم‌ترین اثر افزایش تجارت عبارت از رقابتی‌تر شدن تولید کالاها و خدمات گوناگون است و این مسئله اهمیت اتخاذ رویکردها و سیاست‌های درست از سوی شرکت‌ها و دولت‌ها برای کسب موفقیت را افزایش داده است.

با توجه به اهمیت تجارت و صادرات در دنیای کنونی، برخی از اندیشمندان تلاش کرده‌اند با معرفی برخی شاخص‌ها تبیین بهتری از اثر صادرات بر رشد اقتصادی کشورها ارائه کنند. از جمله مهم‌ترین شاخص‌ها در این میان شاخص «پیچیدگی»^۲ است که هاسمن و هیدالگو^۳ - استادان دانشگاه هاروارد و ام آی تی - ارائه داده‌اند. براساس نظریه پیچیدگی هر قدر محصولات تولیدی و صادراتی یک کشور پیچیده‌تر باشند، آن کشور رشد اقتصادی پایدارتر و درآمد سرانه بیشتری خواهد داشت. برای سنجش کیفیت محصولات صادراتی یک کشور نیز از دو مفهوم «تنوع»^۴ و «فراگیری»^۵ استفاده می‌شود. مفهوم تنوع در محصولات تولیدی به معنای آن است که اقتصادهای پیچیده‌تر ضمن دسترسی به مجموعه‌ای از دانش ضمنی پیشرفته، به تولید محصولات متنوع‌تری قادر هستند، حال آنکه تنوع کمتر در محصولات تولیدی به معنای در اختیار داشتن سطوح پایین‌تر دانش و در نتیجه پیچیدگی اقتصادی کمتر است. از سوی دیگر، محصولات فراگیر به محصولاتی اطلاق می‌شود که کشورهای زیادی تولید می‌کنند (هاسمن و هیدالگو، ۲۰۰۹).

برای درک بهتر این مسئله هاسمن و هیدالگو مثالی را بیان می‌دارند. آنها به سه کشور پانزده میلیون کامرون، شیلی و هلند با درآمدهای سرانه ۶۳۵، ۴۹۱۷ و ۲۴۱۸۰ دلار اشاره می‌کنند که به ترتیب در ۹۱، ۴۸۷ و ۷۴۵ کالا صادرات غیر صفر دارند. البته ترکیب این کالاها نیز مهم است و هر قدر کالاهای صادراتی کشوری پیچیده‌تر باشد و در نتیجه کشورهای کمتری آن را تولید می‌کنند، رشد اقتصادی آن کشور بالاتر است. آنها بیان می‌دارند در مثال پیشین کالاهای کامرون، شیلی و هلند به‌طور متوسط به ۸۷، ۶۱ و ۴۱ کشور صادر می‌شود. آنها در این باره می‌نویسند: «کشورهایی که کالاهای صادراتی آنها تنوع کمی دارد کالاهایی را می‌سازند که بسیاری از کشورها تولید می‌کنند در حالی که کشورهای کمتری کالایی بالایی دارند محصولاتی را تولید می‌کنند که کشورهای اندکی آنها را می‌سازند» (هاسمن و هیدالگو، ۲۰۱۱: ۳۱۱). براساس مفهوم قابلیت و پیچیدگی، هاسمن و هیدالگو با همکاری چند اندیشمند دیگر در سال ۲۰۰۷ به انتشار کتابی با عنوان «اطلس پیچیدگی اقتصادی: نقشه‌برداری مسیرهای موفقیت»^۶ اقدام کردند که نسخه به‌روز شده آن در سال ۲۰۱۳ انتشار یافت. آنها در خصوص

۱. نمونه بارز آن در مورد تولیدات کشور خودمان، استفاده از تکنولوژی نوین توسط سایر کشورها و ورود آنها به فعالیت در زمینه فرش و پسته است که از جمله محصولات سنتی ایران به حساب می‌آیند.

2. Complexity

3. Hausmann and Hidalgo

4. Diversification

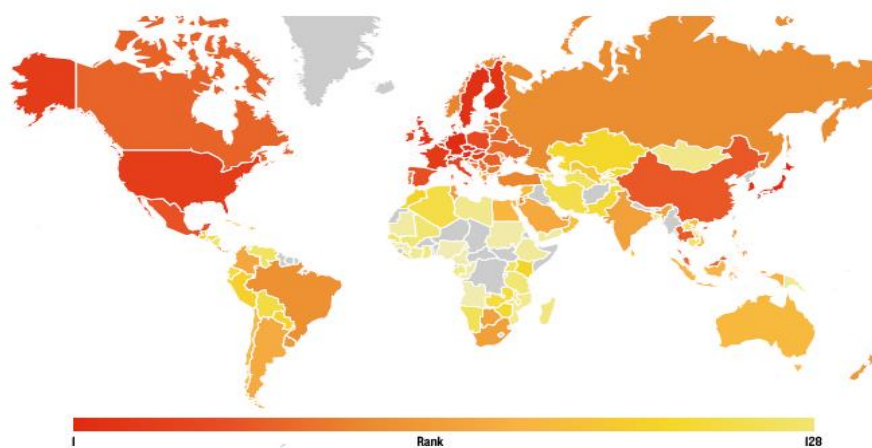
5. Ubiquity

6. The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity

این اطلس یادآور می‌شوند:

«مهم‌ترین سهم علمی این اطلس خلق نقشه‌ای است که نشان‌دهنده شباهت تولید براساس دانش مورد نیاز است. این نقشه شبکه تولید را به تصویر می‌کشد و مسیرهایی را نشان می‌دهد که از طریق آن دانش مولد^۱ آسان‌تر انباشت می‌شود. ما این نقشه را فضای تولید می‌نامیم. با استفاده از اطلاعات کالاهای صادراتی هر کشور ما قادر هستیم که این نکته را مشخص کنیم که تولیدات هر کشور در کجای فضای تولید قرار می‌گیرد. این مسئله قابلیت‌های تولید کنونی هر کشور را مشخص می‌کند و محصولاتی را در آن حوالی قرار دارد (و یک کشور احتمال دارد بتواند تولید کند) نمایان می‌سازد» (هاسمن و دیگران، ۲۰۱۳: ۹).

تصویر ۱. نقشه پیچیدگی جهانی



مأخذ: هاسمن و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۲.

هاسمن و همکاران (۲۰۱۳) برای درک و بررسی بهتر مباحث فوق، شاخص پیچیدگی را معرفی کرده‌اند. نگاهی به این شاخص نشان می‌دهد که در خلال ۵۰ سال اخیر وضعیت ایران در مقایسه با سایر کشورها نه تنها بهبود نیافته، بلکه بسیار بدتر شده است (بهترین رتبه یک است). این مسئله در جدول ذیل به خوبی نمایان است.

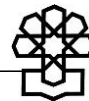
جدول ۱. روند تحول رتبه پیچیدگی اقتصاد چند کشور در نیم قرن اخیر^۲

کشور / سال	۱۹۶۵	۱۹۹۰	۲۰۱۶
ایران	۶۹	۸۴	۸۸
ترکیه	۵۵	۳۶	۴۳
کره جنوبی	۱۹	۲۴	۳
مالزی	۷۰	۳۷	۲۲

مأخذ: اطلس پیچیدگی.

1. Productive Knowledge

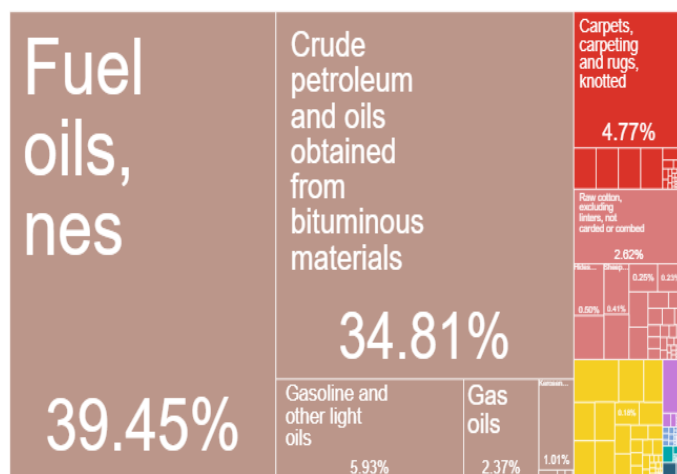
۲. تعداد کشورها در سال ۱۹۶۵ برابر با ۱۰۱ در سال ۱۹۹۰ برابر ۱۰۳ عدد و در سال ۲۰۱۶ برابر ۱۴۴ بوده است.



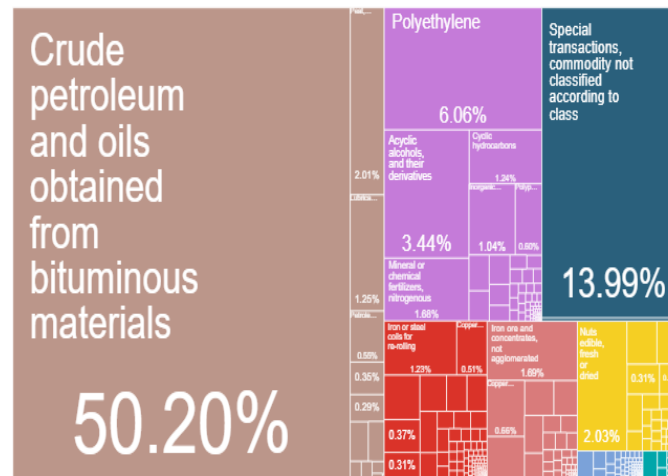
همان‌طور که در جدول یک نمایان است رتبه پیچیدگی ایران در خلال ۵۰ سال گذشته بدتر شده است که این امر به دلیل پیشرفت قابل توجه برخی کشورها و عملکرد نامناسب کشور در این زمینه است. به‌عنوان مثال همان‌طور که در جدول فوق نمایان است کره جنوبی در خلال پنجاه سال گذشته عملکرد بسیار خوبی داشته است. در ادامه گزارش با مقایسه صادرات ایران و کره جنوبی در ۵۰ سال گذشته تصویر روشن‌تری از تفاوت ایران و کره جنوبی ارائه خواهد شد.

بررسی دقیق‌تر کالاهای صادراتی ایران و کره جنوبی نیز به‌خوبی نشان می‌دهد که چرا شاخص پیچیدگی کره در گذشته و حال از ایران بهتر بوده است.

نمودار ۴. تحول کالاهای صادراتی ایران و کره جنوبی در ۵۰ سال گذشته



۱۹۶۵



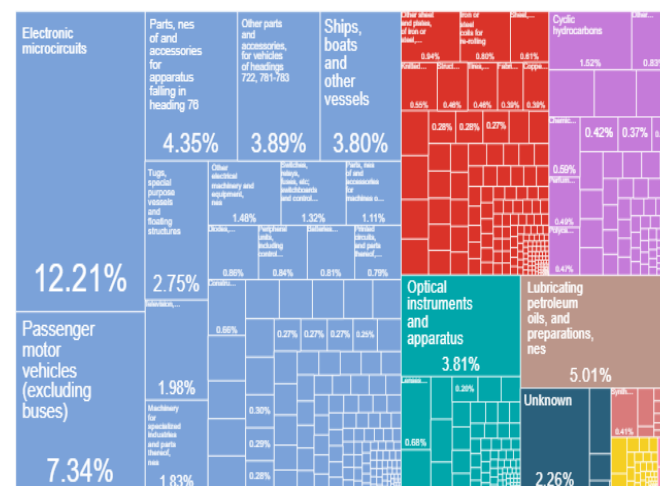
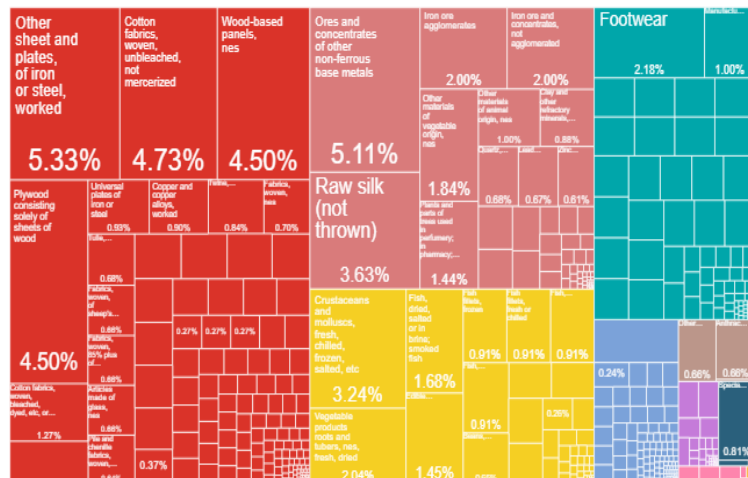
۲۰۱۵

کالاهای صادراتی ایران

۱۹۶۵

کالاهای صادراتی کره جنوبی

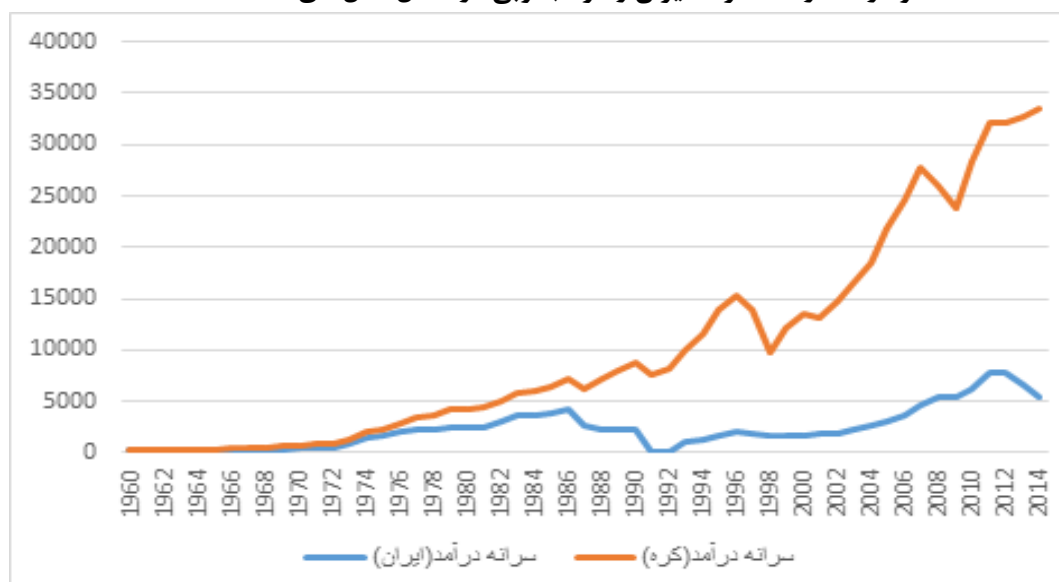
۲۰۱۵





همان‌طور که در نمودارهای فوق نمایان است محصولات صادراتی کره در طول زمان پیچیده و متنوع شده است. این در حالی است که در کالاهای صادراتی ایران تحول عمده‌ای دیده نمی‌شود. اثر این مسئله به‌خوبی در تفاوت میان درآمد سرانه ایران و کره جنوبی قابل مشاهده است.

نمودار ۵. درآمد سرانه ایران و کره جنوبی در خلال سال‌های ۱۹۶۰-۲۰۱۵



درآمد سرانه ایران در سال ۱۹۶۰ در حدود یک‌پنجم بیش از درآمد سرانه کره جنوبی بود اما درآمد کره جنوبی در سال ۲۰۱۵ بیش از پنج برابر ایران بوده است. در واقع این امر تأیید نظریه پیچیدگی است. در نهایت باید گفت، علاوه بر هاسمن و هیدالگو که با مباحث فوق به‌خوبی اهمیت صادرات برای رشد اقتصادی کشورها را نشان داده‌اند، تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی به‌عنوان بنیانی برای رشد اقتصادی، مدت‌هاست که مورد توجه اندیشمندان توسعه قرار گرفته است. در گزارشی که کمیسیون رشد و توسعه بانک جهانی با عنوان «تنوع‌بخشی به صادرات و رشد اقتصادی» منتشر کرده است درخصوص اهمیت تنوع‌بخشی به محصولات صادراتی آمده است که فرایند توسعه اقتصادی عبارت است از فرایند تغییر ساختاری به‌گونه‌ای که کشورها از تولید «کالاهای کشورهای فقیر» به سمت تولید «کالاهای کشورهای ثروتمند» حرکت کنند.

در مجموع باید گفت در جهانی که تجارت نقشی بی‌بدیل در رشد اقتصادی و توسعه کشورها یافته است، دیپلماسی اقتصادی به ابزاری مهم برای رشد اقتصادی و توسعه کشورها بدل شده است.

۳. دیپلماسی اقتصادی در خدمت سیاست صنعتی

در بخش قبلی به اهمیت تنوع محصولات صادراتی و به‌ویژه صادرات محصولات با تکنولوژی بالا اشاره شد. برای درک بهتر اهمیت بخش صنعت در اقتصاد کشورها می‌توان به سخن لین^۱ (۲۰۱۲) توجه کرد که بیان می‌دارد:

در خلال سال‌های ۱۹۶۰ الی ۲۰۰۹ تنها یک‌سوم از کشورهای با درآمد پایین توانستند در جایگاه کشورهای با درآمد متوسط قرار گیرند. با وجود اینکه تعداد کشورهایی که در گروه با درآمد متوسط قرار دارند و حامی رشد جهانی هستند افزایش یافته است اما بسیاری از آنها در «دام درآمد متوسط» گیر افتاده‌اند. تقریباً سه‌چهارم کشورهایی که در سال ۱۹۶۰ در جایگاه درآمد متوسط بودند در سال ۱۹۶۰ یا وضعیتشان بدتر شده بود یا به گروه کشورهای با درآمد پایین سقوط کرده بودند ... کشورهایی که فقیر باقی ماندند آنهایی بودند که نتوانستند تغییرات ساختاری را پدید آورند یا به‌عبارت‌دیگر نتوانستند با تنوع‌بخشی به تولیداتشان از تولید محصولات کشاورزی و سنتی فاصله گرفته و به سمت تولید محصولات کارخانه‌ای و فعالیت‌های مدرن حرکت کنند (لین، ۲۰۱۲: ۳-۲).

اهمیت بخش صنعت باعث شده است کشورهای مختلف سیاست‌هایی را جهت حمایت از بخش صنعت خود در پیش گیرند. چانگ (استاد سرشناس دانشگاه کمبریج) نیز در این باره می‌نویسد:

آمریکا سیاست صنعتی خود را از طریق تأمین مالی هزینه‌های تحقیق و توسعه توسط دولت مرکزی حفظ کرده است شاید به این دلیل که وجود سیاست صنعتی را منکر شود. سنگاپور بر تأکیدش بر تجارت آزاد ادامه می‌دهد اما به هدف‌گذاری صنایع استراتژیک ادامه می‌دهد و به پیگیری اهداف مشخصی ادامه می‌دهد تا بنیان تولیدات کارخانه‌ای خود را حفظ کند. کشورهایی مانند کره و ژاپن که سیاست صنعتی‌شان را از دهه ۱۹۹۰ به دلایل مختلفی کاهش داده‌اند اکنون در تلاش برای احیای حداقل بخشی از آن سیاست‌ها به‌ویژه در صنایع با تکنولوژی بالا هستند (آندرثونی و چانگ، ۲۰۱۶: ۵۰۱-۵۰۰).

در این میان سیاست‌های خارجی و به تبع آن دیپلماسی اقتصادی ابزار مهمی در جهت پیشبرد سیاست صنعتی است به‌گونه‌ای که اندیشمندان مختلف از جمله کارشناسان بانک جهانی (۲۰۰۷)، بوراس و ادکوئیست^۲ (۲۰۱۳) و کلر و بلاک^۳ (۲۰۱۵) به نقش سیاست‌های تجاری به‌عنوان ابزار سیاست صنعتی و نوآوری اشاره کرده‌اند. سیاست‌های تجاری و دیپلماسی اقتصادی در چند زمینه دارای اهمیت است: نخست در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و همچنین انتقال فناوری برای تولید محصولات صنعتی با فناوری بالا در کشور. همچنین در بسترسازی برای فراهم آوردن امکان سرمایه‌گذاری بنگاه‌های کشور در سایر

1. Lin

2. Borrás and Edquist

3. Keller & Block.

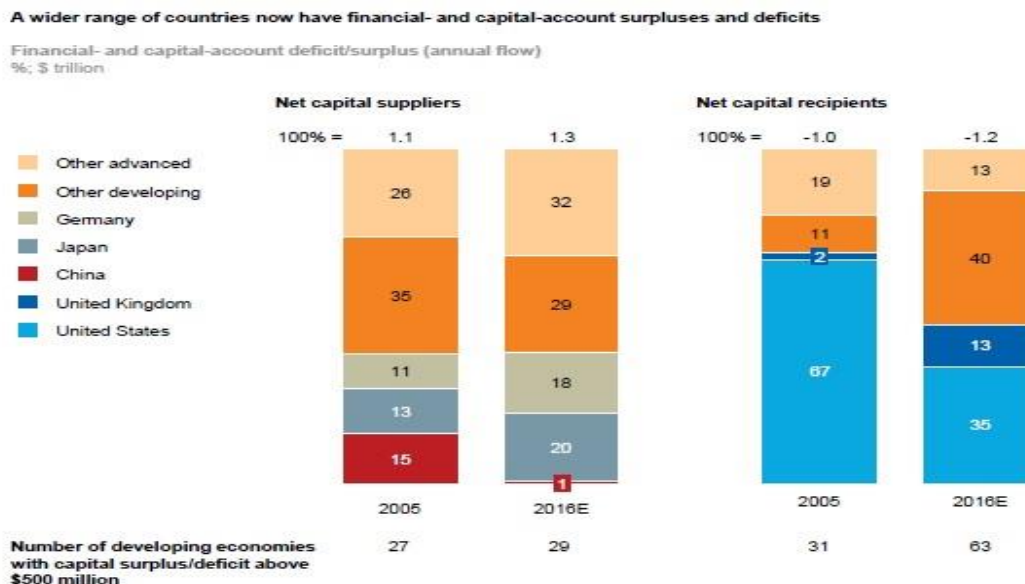


کشورها و در نهایت فراهم آوردن بازار صادراتی برای کالاهای تولیدی صنعتی در کشور سیاست‌های تجاری و دیپلماسی اقتصادی نقش مهمی برعهده دارد. برای مثال کلر و بلاک (۲۰۱۵) در این زمینه بیان می‌دارند: دولت آمریکا در توافقات تجاری بین‌المللی و منطقه‌ای گوناگونی شرکت کرده است. خریدهای دولتی نیز به‌گونه موفق‌تری در برخی موارد به‌عنوان مکانیسمی برای سیاست تجاری عمل کرده است (کلر و بلاک، ۲۰۱۵: ۲۴۴)

همان‌طور که اشاره شد مسئله دیگر جذب سرمایه‌گذاری خارجی و سرمایه‌گذاری در خارج است که در آن دیپلماسی اقتصادی نقش بسیار مهمی دارد. همان‌طور که در نمودار زیر نمایان است بخش عمده‌ای از جریان سرمایه در جهان به‌سوی آمریکا و انگلستان است. اگر به این نکته توجه شود که این کشورها خود در سایر کشورها نیز سرمایه‌گذاری می‌کنند آنگاه سهم خالص ۳۵ درصدی آمریکا از دریافت سرمایه در جهان معنادارتر می‌شود.

مسئله مهم دیگر در این میان وضعیت چین است. واقعیت آن است که چین در خلال سال‌های اخیر با تکیه بر دیپلماسی اقتصادی موفق، از سرمایه‌گذاری در خارج به‌عنوان اهرمی در جهت انتقال فناوری و ارتقای صنعت خود استفاده کرده است (هت، ۲۰۱۶: ۱۸۳).

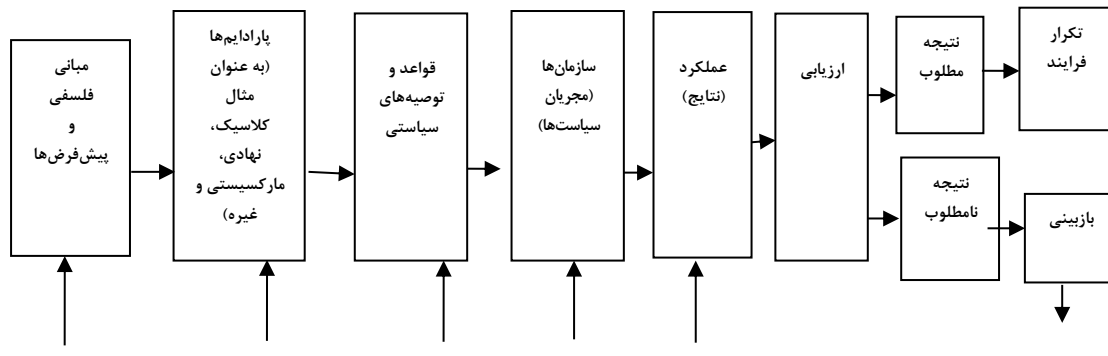
نمودار ۶. جریان سرمایه‌گذاری خارجی در جهان



۴. پارادایم‌ها (رویکردها) در تجارت و دیپلماسی اقتصادی

در قسمت قبلی به اهمیت تجارت بین‌الملل به‌ویژه در دنیای کنونی اشاره شد اما کشورها چگونه می‌توانند به وضعیت مطلوب در تجارت با سایر کشورها دست یابند. پاسخ به این سؤال‌ها قدمتی بیش از شکل‌گیری رشته اقتصاد دارد و بسیار مناقشه‌انگیز است. درحالی‌که برخی اندیشمندان از تجارت آزاد حمایت می‌کنند و معتقدند استفاده از ابزار گفت‌وگو و معاهدات چندجانبه بهترین راهکار برای همه کشورهاست گروهی دیگر ملی‌گرایی و حتی جنگ برای به‌دست آوردن بازار صادراتی را تشویق می‌کنند. این سیاست‌های متضاد ریشه در پارادایم‌های (رویکردهای) متضادی دارند که سیاست‌ها از آنها اتخاذ می‌شود. مفاهیم و چارچوب نظری (پارادایم‌ها) در اصل بنیان سیاست‌ها هستند. همان‌طور که کوهن در ساختار انقلاب‌های علمی توضیح می‌دهد، پارادایم‌ها راهنمای دانشمندان در مشاهدات و نظریه‌پردازی هستند و با تغییر پارادایم‌ها شیوه تحلیل و حتی سؤال‌ها نیز تغییر می‌کند (کوهن، ۱۳۶۷). در هر پارادایمی شیوه تحلیل و حتی سؤال‌های مطرح شده با پارادایم قبلی متفاوت است. پارادایم جدید و مفاهیمش تفاوتی ماهوی با گذشته دارند. این مفاهیم بیانگر موضوع‌های دیگری هستند مسائل دیگری را پیش می‌نهند و به‌طور خلاصه نوعی شیوه «دید» جدید را القا می‌کنند (کامپانی، ۱۳۸۰: ۴۸۴). این شیوه دید تأثیر بسیار زیادی بر توصیه‌های سیاستی دارد و به توصیه‌های سیاستی متفاوت و گاه متضادی می‌انجامد. این را می‌توان به‌صورت زیر نمایش داد.

نمودار ۷. موارد ارتباط میان نظریه‌ها، سیاست‌ها و نتایج آنها



مأخذ: متوسلی و همکاران، ۱۳۹۲.

هوگان و هاوول^۱ (۲۰۱۵) درخصوص لزوم توجه به پارادایم‌ها برای درک بهتر سیاست‌ها یادآور می‌شوند: مطابق تعریف کارسون (۲۰۰۴، ۳۸) یک پارادایم سیاستی^۲ مدل‌شناختی مشترک میان جامعه مشخصی از کنشگران است که حل مسائل را تسهیل می‌کند ... هنگامی که درباره پارادایم سیاستی

1. Hogan and Howlett

2. Policy Paradigm



صحبت می‌کنیم در واقع در حال صحبت کردن درباره فرایند سیاستگذاری هستیم، زیرا ایده یک پارادایم سیاستگذاری یک ایدئال ذهنی برساخته شده^۱ است که مقداری پیوستگی برای محتوای سیاست و گفتمان در طول زمان فراهم می‌آورد ... مطالعه پارادایم‌های سیاست از این تشخیص آغاز می‌شود که ایده‌ها مهم هستند، آنها سنگ بنای فرایندهای تغییر سیاست و ثبات آن و کلیدی برای درک چارچوب‌ها و فرایندهای پویای سیاست هستند ... انتظار می‌رود درک بهتر پارادایم‌ها و ظرفیت آنها برای تبیین فرایند سیاستگذاری ما را قادر سازد که تبیین بهتر و منسجم‌تری از فرایند سیاست عمومی در دنیای پیرامون خودمان ارائه کنیم (هوگان و هاوالت، ۲۰۱۵: ۷-۵).

با توجه به مباحث فوق در ادامه برای درک بهتر سیاست‌هایی که از سوی کشورهای مختلف در عرصه تجارت بین‌الملل اتخاذ می‌شود باید پارادایم‌های این حوزه بررسی شود. در هر پارادایمی مجموعه‌ای از ابزارها مجاز است. به‌عنوان مثال در پارادایم نئوکلاسیکی ابزار جنگ برای به‌دست آوردن بازار صادراتی مجاز نیست در حالی که در پارادایم مرکانتلیستی مجاز است. در ادامه به بررسی دقیق‌تر برخی از پارادایم‌های مهم می‌پردازیم.

۴-۱. پارادایم مرکانتلیسم

بحث پیرامون اهمیت تجارت برای رشد اقتصادی کشورها قدمتی بیش از رشته اقتصاد دارد که آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ بنیان گذاشته است. نخستین پارادایمی که به‌صورت منسجم بحث تجارت بین‌المللی و اثر آن بر اقتصاد کشورها را مورد بحث و بررسی قرار داد مکتب سوداگری (مرکانتلیسم^۲) بود. در واقع مکتب سوداگری (مرکانتلیسم) در خلال سال‌های ۱۵۰۰ الی ۱۷۵۰ مکتب غالب در اندیشه اقتصادی بود. اندیشمندان این مکتب هرچند در مورد مسائل گوناگون اجماع نظر کاملی نداشتند اما در کل معتقد به لزوم پیگیری سیاست‌های ملی گرایانه توسط دولت‌ها بودند و بر لزوم حفظ «تراز بازرگانی مثبت» تأکید می‌کردند. جمع‌آوری ثروت ملی به‌صورت طلا و نقره برای تأمین مالی گسترش مستعمرات از جمله دیگر سیاست‌های مورد تشویق مرکانتلیست‌ها بود (تفضلی، ۱۳۷۵: ۶۳-۵۳).

در مکتب مرکانتلیسم قدرت نظامی و ثروت دولت به‌مثابه دو روی یک سکه در نظر گرفته می‌شد. همان‌گونه که توماس هابز در اظهارنظری صریح بیان داشت: «ثروت قدرت است و قدرت ثروت». در طول دوران مرکانتلیسم که تقریباً قرن شانزدهم تا هجدهم را شامل می‌شد، دولت‌های امپریالیستی انحصاری را پدید آوردند تا تجارت را کنترل کنند. حکومت‌ها ضمن مقررات‌گذاری به‌شدت در شبکه‌های تجاری جدید دخالت می‌کردند، رابطه مبادله^۳ (نسبت هزینه واردات به صادرات) را دستکاری می‌کردند

1. Ideational Construct
2. Mercantilism
3. Terms of Trade

تا خودشان و حامیان داخلی‌شان را ثروتمند کنند (مارتین،^۱ ۲۰۱۵: ۲).
 براساس این دیدگاه دخالت دولت در اقتصاد و جنگ برای ایجاد مستعمرات جدید و به تبع آن بازارهای جدید به‌منظور تقویت اقتصاد تشویق می‌شد (دانی و کلمب،^۲ ۲۰۰۸: ۱۴). اندرتون^۳ (۲۰۰۳) به این نکته اشاره می‌کنند که مرکانتیلیست‌ها اعتقاد داشتند در تجارت بین‌الملل یک کشور برنده و کشور دیگر بازنده می‌شود بنابراین بر انحصار در زمینه منابع طبیعی تأکید و معتقد بودند بازار خارجی موجب برتری نسبت به رقبا می‌شود. بنابراین به‌دست آوردن مستعمرات و کنترل تجارت امری مطلوب بود که در صورت نیاز برای کسب آنها از زور و جنگ نیز استفاده باید کرد. این دیدگاه بنیان سیاست بسیاری از کشورهای اروپایی در دوران مرکانتیلیست‌ها بود (اندرتون،^۳ ۲۰۰۳، ۲۱۱). دیدگاه مرکانتیلیست‌ها در دوران معاصر نیز با برخی جرح و تعدیل‌ها و تحت عنوان نئومرکانتیلیسم^۴ مطرح شده است (دانی و کلمب،^۲ ۲۰۰۸: ۱۴-۱۵) که در بخش‌های آتی به آن پرداخته می‌شود.

۲-۴. پارادایم کلاسیک (لیبرال‌های اولیه) و نئوکلاسیک

در اواخر قرن ۱۸ و با انتشار کتاب ثروت ملل آدام اسمیت در سال ۱۷۷۶ به تدریج دیدگاه دیگری در برابر دیدگاه مرکانتیلیست‌ها ظهور کرد که به دیدگاه لیبرال معروف گشت و در علم اقتصاد تحت عنوان اندیشمندان کلاسیک از آنها یاد می‌شود. نخست این آدام اسمیت بود که با مطرح کردن ایده «مزیت مطلق» بیان کرد که همه کشورها می‌توانند از تجارت با یکدیگر کسب سود کنند. براساس این دیدگاه سرمایه‌داری مبتنی بر اصول بازار و تقسیم کار جهانی بهترین شیوه افزایش ثروت کشورها محسوب می‌شد. پس از اسمیت نوبت ریکاردو بود که بحث «مزیت نسبی» را در تجارت بین کشورها مطرح کند. با این حال وی نیز همچنان از تجارت آزاد حمایت و آن را برای اقتصاد کشورها مفید می‌دانست (پالیو-پوپا،^۵ ۲۰۱۰: ۴-۶). این دوره در تجارت بین‌الملل از شکست ناپلئون از انگلستان در سال ۱۸۱۵ شروع و تا سال ۱۹۱۴ یعنی آغاز جنگ جهانی اول ادامه می‌یابد (مارتین،^۱ ۲۰۱۵: ۳).

هرچند در این دوره حمایت‌گرایی به‌شدت قبل ادامه نداشت اما همچنان کشورها از صنایع‌شان حمایت می‌کردند. به‌عنوان مثال الکساندر همیلتون^۶ که اولین وزیر خزانه‌داری آمریکا در سال ۱۷۸۹ بود در گزارشی که در سال ۱۷۹۱ با عنوان «گزارشی درباره تولید صنعتی» به کنگره ارائه داد، بر این مسئله تأکید داشت که باید از صنایع حمایت کرد و آنها را از رقابت بین‌المللی در امان داشت (بینگهام،^۷ ۲۰۱۶) البته ایده

1. Martin
2. Dunne and Coulomb
3. Anderton
4. Neo Mercantilism
5. Paliu-Popa, Lucia
6. Alexander Hamilton

۷. برای اطلاعات بیشتر در مورد این گزارش بنگرید به



همیلتون تا زمان مرگش در سال ۱۸۰۴ با مقاومت‌هایی همراه بود و به‌طور کامل اجرا نشد. با شروع جنگ با انگلستان در سال ۱۸۱۲ تعرفه‌ها شروع به افزایش کرد و از ۱۲/۵ درصد در دوران پیش از جنگ به ۴۰ درصد تا سال ۱۸۲۰ رسید (چانگ، ۱۳۹۲: ۸۳). منتقد دیگر کلاسیک‌ها مقامات کشور آلمان بودند که ذیل مکتب تاریخی آلمان و مباحث «فردریک لیست» به مخالفت با رویکرد نئوکلاسیکی پرداختند. آلمان‌ها با پیروی از عقاید لیست متوجه شدند که در شرایط آزاد تجارت بین‌المللی، آلمان در رقابت با صنایع مجرب انگلستان نمی‌تواند پیشرفت کند. بنابراین طبق نظر لیست گروهی از صاحبان صنایع آلمان از دولت درخواست کردند که با ایجاد تعرفه‌های گمرکی از ورود ارزان کالاهای انگلیسی جلوگیری کرده و بدین‌وسیله صنایع داخلی را مورد حمایت قرار دهد (تفضلی، ۱۳۷۵: ۱۹۶). از سوی دیگر این رویکرد از لحاظ نظری نیز با انتقادهایی روبه‌روست. چانگ در نقدی دقیق به این نظریه بیان می‌دارد:

نظریه ریکاردو مسلماً صحیح است (هرچند در محدوده تنگ خودش). نظریه وی به‌درستی می‌گوید که چنانچه کشوری به سطح موجود فناوری‌اش بسنده کند و بپذیرد که نمی‌تواند از آن فراتر رود، به نفع آن کشور است که در چیزهایی تخصص پیدا کند که در تولیدشان به‌طور نسبی بهتر است. از این نظر هیچ بحثی نیست و نمی‌توان با آن مخالفت کرد.

اما آنگاه که کشوری بخواهد با گذار از وضع موجود، فناوری پیشرفته کسب کند تا بتواند کاری پیچیده‌تری انجام دهد که در شرایط موجود فقط از عهده معدودی کشورها برمی‌آید- به عبارت دیگر، آنگاه که توسعه اقتصادی را هدف قرار دهد، نظریه ریکاردو فرو می‌پاشد. جذب فناوری نوین نیازمند زمان و تجربه است. بنابراین تولیدکنندگانی که دارای فناوری‌های کهنه‌اند نیازمند دوره‌ای از حمایت دولتی‌اند که در طول این دوره آموزش، از رقابت بین‌المللی حفظشان کند ... نظریه ریکاردو نظریه‌ای است برای کشورهایی که شرایط موجود را می‌پذیرند، نه برای کشورهایی که می‌خواهند شرایط را تغییر دهند (چانگ، ۱۳۹۲: ۷۸-۷۷).

در نهایت منتقدان به این نکته اشاره می‌کنند که انگلستان که مهد اندیشه کلاسیک و نئوکلاسیک بود تنها زمانی به تجارت آزاد روی آورد که از برتری خود در این عرصه مطمئن بود. چانگ در این خصوص می‌نویسد: تا نیمه قرن نوزدهم، بریتانیا کشوری شدیداً حمایت‌گرا باقی ماند. در سال ۱۸۲۰، متوسط تعرفه گمرکی بریتانیا برای واردات محصولات ساخته شده ۴۵ الی ۵۵ درصد بود. این را مقایسه کنید با ۶ تا ۸ درصد در کشورهای سفلی (بلژیک و هلند)، ۸ تا ۱۲ درصد در آلمان و سوئیس و حدود ۲۰ درصد در فرانسه (چنگ، ۱۳۹۲: {۲۰۰۸}: ۷۴).... بریتانیا تجارت آزاد را فقط وقتی در پیش گرفت که در عرصه فناوری از رقبایش- به قول صاحب‌نظر برجسته تاریخ اقتصاد، پل بروک- «در پس دیوار بلند و دیرپای

تعرفه» پیشی گرفته بود. بی‌جهت نیست که فردریک لیست از «لگد زدن و دور افکندن نردبام» سخن می‌گوید (چنگ، ۱۳۹۲ {۲۰۰۸}: ۷۹).

۳-۴. پارادایم ساختارگرایی و جایگزینی واردات

استراتژی جایگزینی واردات^۱ قدمتی طولانی دارد و نشانه‌های آن را می‌توان در آمریکا و آلمان اواخر قرن ۱۷ و اوایل قرن هجده یافت اما این استراتژی در قرن بیستم بخشی از استراتژی کلی‌تر برنامه توسعه‌ای بود که اندیشمندان مکتب ساختارگرایی مطرح کرد. آن‌طور که گیلیس و همکارانش یادآور می‌شوند: جانشینی واردات نخست در آمریکای لاتین وقتی که بازارهای صادرات مواد اولیه‌شان در پی رکود ۱۹۳۰ و سپس حمل‌ونقل تجاری در جنگ جهانی دوم به شدت گسیخته شد، کشف شد. کشورهای مانند آرژانتین، برزیل، کلمبیا و مکزیک پس از بیرون آمدن از جنگ با صنایع نوپای خود به‌طور منظم به ایجاد موانعی در برابر واردات رقابتی از ایالات متحده پرداختند ... آمریکای لاتین رژیم‌های جانشین واردات را همراه با روش‌های حمایتی بی‌شماری که بعداً سرمشق دیگر کشورهای رو به توسعه قرار گرفت، توسعه دادند. به دنبال جنگ جهانی دوم، در آسیا و آفریقا، استقلال محرکی برای دست یازیدن به جانشینی واردات بود. در دهه ۱۹۶۰ جانشینی واردات، استراتژی غالب توسعه اقتصادی شد (گیلیس و همکاران، ۱۳۹۱: ۷۱۱).

پربیش که از وی به‌عنوان بنیان‌گذار مکتب ساختارگرایی یاد می‌شود در سنت اقتصاد کلاسیک درس خوانده بود اما مجموعه تحولاتی که در کشورش یعنی آرژانتین در خلال سال‌های پیش از جنگ جهانی دوم روی داد وی را به تفکر درباره مباحثی مانند مزیت نسبی وا داشت.

پربیش در سال ۱۹۴۸ در دانشگاه بوئنوس آیرس مشخصاً نظریه «مزیت نسبی» را مورد حمله قرار داد و با ارائه دلایل مختلفی استدلال کرد که کشورهای صادرکننده مواد اولیه در قرن بیستم نخواهند توانست براساس توسعه صادرات مسیر رشد را طی کنند. به‌نظر وی کشورهای صنعتی، منافع حاصل از پیشرفت‌های فناورانه را (به‌جای ارائه دادن آنها به قیمت‌های نازل) به شکل دستمزد بالاتر حفظ می‌کنند. افزون بر این ایالات متحده آمریکا که بزرگ‌ترین کشور تجارت‌کننده در عرصه جهانی بود، در مقایسه با بریتانیای کبیر که پیش از این بر تجارت قرن نوزدهم مسلط بود، ضریب واردات بسیار کمتری داشت (هانت، ۱۳۸۶: ۶۷).

اندیشمندان این مکتب، تأکید می‌کردند که عرضه مواد خام توسط کشورهای توسعه‌نیافته و عمل کردن به‌مثابه بازار محصولات صنعتی کشورهای توسعه‌یافته به توسعه کشورهای گروه اول کمکی نخواهد کرد و لازم است این کشورها از این چرخه خارج شوند. به‌نظر آنها تنها راه غلبه بر این مشکلات، تداوم روند تحولات ساختاری توسط دولت و توجه به توسعه بخش‌های متنوع صنعتی در داخل از جمله تولید



کالاهای سرمایه‌ای است (هانت، ۱۳۸۶: ۶۹).

انتقادهای گوناگونی به این سیاست وارد شد از جمله اینکه صنایعی که به این شیوه پدید آمدند هیچگاه محصولاتی دارای توان رقابتی در سطح بین‌المللی ایجاد نکردند، در عمل شرکت‌های معدود خارجی که توانستند به همکاری به تولید یا واردات محصولاتشان بپردازند بیشترین سود را بردند و سهم اندکی نصیب کشورها شد، یارانه زیاد دولتی برای این صنایع بر بودجه سنگینی می‌کرد، تعادل نرخ ارز به‌طور مصنوعی به‌نفع کالاهای صنعتی و ضرر محصولات سنتی به هم خورد (تودارو و اسمیت، ۲۰۱۳: ۶۴۰-۶۳۹). باین‌حال این سیاست‌ها فواید بسیار زیادی نیز داشت. در دوره زمانی ۱۹۵۰ تا ۱۹۷۳ که معمولاً تحت عنوان دوران تسلط صنعتی‌سازی جایگزینی واردات شناخته می‌شود، سریع‌ترین نرخ‌های رشد صنعتی جهان در حال توسعه طی دوره‌ای از اواخر قرن نوزدهم تا دوران حاضر به‌وقوع پیوست (خیریناگز و همکاران، ۱۳۹۴: {۲۰۱۴}: ۲۴).

۴-۴. پارادایم نئومرکانتیلیسم، حمایت‌گرایی، ملی‌گرایی

نئومرکانتیلیسم^۱، حمایت‌گرایی^۲، ملی‌گرایی اقتصادی^۳ یا میهن‌پرستی اقتصادی^۴ مجموعه‌ای از اصطلاحات است که برای اشاره به طیفی از سیاست‌های تجاری استفاده می‌شود که در تقابل با تجارت آزاد قرار دارد. درخصوص ریشه و تاریخچه این رویکردها و شباهت‌ها و تفاوت‌های آن میان اندیشمندان اختلاف‌نظر وجود دارد.

برخی از اندیشمندان معتقدند ملی‌گرایی و نئومرکانتیلیسم ریشه در عقاید افرادی مانند الکساندر همیلتون-اولین وزیر خزانهداری آمریکا در ۱۷۹۱- و فردریک لیست-پیشگام نوسازی آلمان در قرن ۱۹ دارد (کوهن، ۲۰۱۶: ۹۰). به اعتقاد کوهن (۲۰۱۶) وجه تمایز مرکانتیلیسم از نئومرکانتیلیسم عبارت از انقلاب صنعتی است. درواقع جریانی که پس از انقلاب صنعتی در کشورهای مختلف شکل می‌گیرد و از صنایع حمایت می‌کند نئومرکانتیلیسم است اما رزینکوا و همکارانش^۶ (۲۰۱۸) معتقدند که مرکانتیلیسم از جمله منابع الهام‌بخش شکل‌گیری ناسیونالیسم اقتصادی بوده است (رزینکوا و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۷۷). اما فارغ از این ریشه تاریخی، در خلال یک دهه اخیر، بسیاری از کشورهای دنیا سیاست حمایت از اقتصاد خود را در پیش گرفته‌اند و در این میان از ابزار دیپلماسی اقتصادی نیز برای اجرای بهتر این سیاست‌ها استفاده می‌کنند. نویسندگان مختلفی به این نکته اشاره می‌کنند که اختلاف‌هایی میان این اصطلاحات وجود دارد برای مثال کوهن (۲۰۱۶) به این نکته اشاره می‌کند که ملی‌گرایی و

1. Neomercantilism
2. Economic Nationalism
3. Protectionism
4. Economic Patriotism
5. Cohn
6. Reznikova, Panchenko and Bulatova

نئومرکانتیلیسم با یکدیگر مترادف نیستند و یک ملی‌گرا ممکن است طرفدار تجارت آزاد باشد. اما این دو رویکرد دارای هم‌پوشانی‌هایی با یکدیگر است و به‌عنوان مثال فردریک لیست ملی‌گرایی بود که به جنبه‌های مهمی از نئومرکانتیلیسم باور داشت (کوهن، ۲۰۱۶: ۹۱).

اما نکته مهم‌تر از تفاوت در نام‌گذاری برای توصیف تجارت بین‌الملل در سال‌های اخیر، واقعیت آن است که در یک دهه اخیر سیاست‌های حمایتی دولت‌ها از اقتصادهایشان افزایش یافته و به تبع آن این سیاست‌ها به روابط تجاری و دیپلماسی اقتصادی نیز تسری یافته است. در واقع جهان پس از بحران مالی ۲۰۰۸ وارد عرصه جدیدی از سیاست اقتصادی شده است که در آن دخالت و حمایت دولت‌ها در اقتصاد به‌ویژه در زمینه صنعت به‌شدت افزایش یافته است. تحت چنین شرایطی تحولات سیاست تجاری و دیپلماسی اقتصادی را باید در ذیل تحولات فوق در نظر گرفت. به‌عنوان مثال سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (۲۰۱۱) در این زمینه می‌نویسد:

سال‌های اخیر، کشورهای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی از فنلاند تا استرالیا و کشورهای درحال ظهور مانند چین و برزیل از سیاست‌های نوآوری هدف‌گذاری شده سمت تقاضا مانند خریدهای بخش عمومی، مقررات‌گذاری، استانداردها، سیاست‌های مصرف و ابتکارات نوآوری کاربرمحور بیشتر استفاده می‌کنند (سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی، ۲۰۱۱).

چانگ نیز در این باره می‌نویسد:

«آمریکا سیاست صنعتی خود را از طریق تأمین مالی هزینه‌های تحقیق و توسعه توسط دولت مرکزی حفظ کرده است شاید به این دلیل که وجود سیاست صنعتی را منکر شود. سنگاپور بر تأکیدش بر تجارت آزاد ادامه می‌دهد اما به هدف‌گذاری صنایع استراتژیک ادامه می‌دهد و به پیگیری اهداف مشخصی ادامه می‌دهد تا بنیان تولیدات کارخانه‌ای خود را حفظ کند. کشورهایمانند کره و ژاپن که سیاست صنعتی‌شان را از دهه ۱۹۹۰ به دلایل مختلفی کاهش داده‌اند اکنون در تلاش برای احیای حداقل بخشی از آن سیاست‌ها به‌ویژه در صنایع با فناوری بالا هستند» (آندرئونی و چانگ، ۲۰۱۶).

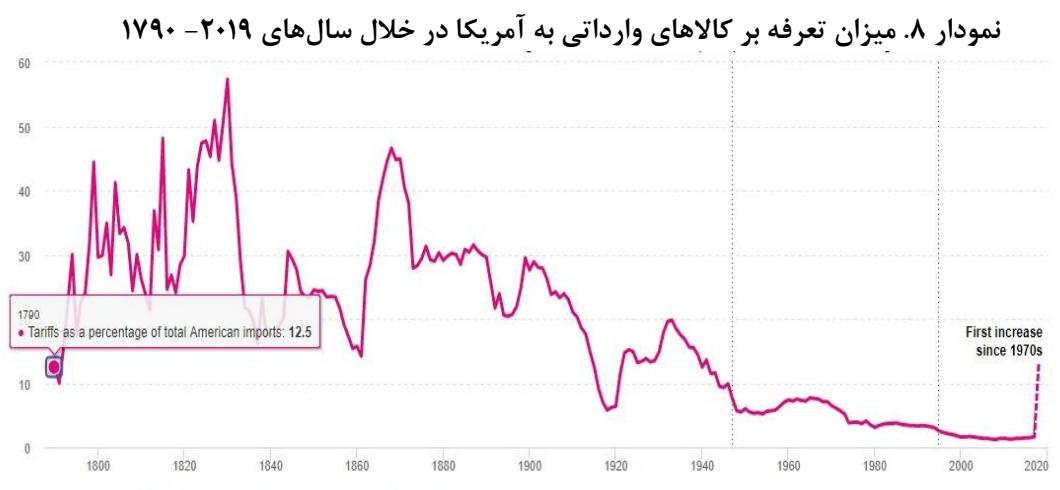
کمیسون اروپا در سال ۲۰۱۷ به‌طور رسمی اعلام کرده است که در جهت توانمند کردن شهروندان، بهبود مناطق و استفاده از بهترین تکنولوژی سیاست صنعتی را در دستور کار قرار داده است. در قالب این سیاست‌ها، مجموعه‌ای از اقدام‌های تجاری مانند افزایش تعرفه‌ها نیز اجرا شده است. این روند باعث شده حجم تجارت جهانی در خلال سال‌های اخیر کاهش یابد. آنکتاد در گزارش ۲۰۱۹ خود بیان می‌دارد:

پس از بحران مالی جهانی کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه طیفی از اقدام‌های محدودکننده تجاری را در پیش گرفته‌اند که شامل تعرفه‌های جدید یا بالا بردن تعرفه‌ها، محدودیت‌های مقداری و مقررات سخت‌تر می‌شود. مطابق گزارش ۲۰۱۸ مدیرکل سازمان تجارت جهانی در طول دوره مورد بررسی، ارزش تجارت کالاهایی که مشمول اقدام‌های محدودکننده شده‌اند افزایش و ارزش کالاهایی که



تجارتشان تسهیل شده کاهش یافته است.^۱

در این میان آمریکای دوران ترامپ نقش مهمی در این مسئله ایفا کرده است. مطابق گزارش آنکتاد میزان تعرفه بر کالاهای وارداتی آمریکا پس از قریب ۵۰ سال بار دیگر افزایش یافته است که در نمودار زیر قابل مشاهده است.



مأخذ: آنکتاد ۲۰۱۹.

در این میان مرکانتیلیسم جدید از ابزار نوین نیز استفاده می‌کند. دوران (۲۰۱۹) این بحث را مطرح می‌کند که چین با استفاده از ابزار نوین مرکانتیلیسم جدید را پیش می‌برد:

درحقیقت معیار سرمایه‌گذاری در چین برای شرکت‌های خارجی انتقال تمام داده‌ها و فناوری‌ها به چین به‌عنوان شرطی برای انجام کار است. این اقدام‌ها نشان می‌دهد چین، کانادا و آمریکا را به‌عنوان اهداف پایدار نئومرکانتیلیسم چینی در نظر گرفته است. کانادا بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار به‌دلیل این نوع جاسوسی تجاری ضرر می‌کند. آمریکا هر سال بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار به‌دلیل این نوع اقدام راجع به فناوری حمایت شده از سوی دولت چین ضرر می‌کند (دوران، ۲۰۱۹: ۲۷).

ادعای دوران (۲۰۱۹) و سایر منتقدان از چین، همواره با تکذیب این کشور همراه بوده است. همان‌طور که آمریکا خود همواره چنین اتهام‌هایی را رد می‌کند اما واقعیت آن است که جنگ‌های نوین سایبری و دزدی فناوری امروزه از ابزارهای مرکانتیلیسم جدید هستند. درواقع همان‌طور که در ادامه خواهیم دید در خلال سال‌های اخیر با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اشکال جدیدی از دیپلماسی و دیپلماسی اقتصادی پدید آمده است. این تحولات حتی در استفاده از ابزارهای معمول دیپلماسی نیز اثرگذار بوده است.

1. <https://sdgpulse.unctad.org/barriers-to-trade/>

۵. ابزارهای دیپلماسی اقتصادی

در قسمت‌های قبلی به اهمیت پارادایم‌ها در شکل‌گیری سیاست‌های متفاوت اشاره شد. اجرای سیاست‌ها نیازمند استفاده از ابزارهای سیاستی^۱ است. در واقع هر پارادایم مجموعه‌ای از سیاست‌ها و به تبع آن ابزارهای سیاستی را توصیه می‌کند که مطابق آن پارادایم وسیله‌ای برای حل مشکل هستند (پرل، ۲۰۱۳: ۴۹). ویلدر^۲ (۲۰۱۵) با ارجاع به سخنان زیر از پیتر هال به خوبی این مسئله را تبیین می‌کند:

سیاستگذاران معمولاً درون چارچوبی از ایده‌ها و استانداردها کار می‌کنند که نه تنها اهداف سیاست و نوع ابزارهایی که می‌توانند استفاده کنند را مشخص می‌کند، بلکه ماهیت مشکلاتی که به آن توجه می‌کنند را نیز مشخص می‌کند (ویلدر، ۲۰۱۵: ۲۴).

در خصوص ابزارهای سیاستی باید گفت «ابزارهای سیاستی اغلب به‌عنوان وسایل حکمرانی کردن^۳ شناخته می‌شوند» (علی، ۲۰۱۲: ۹۹)، یا آن‌طور که هاولت و راینر تعریف کرده‌اند و مورد توجه زیادی نیز قرار گرفته است: «ابزارهای سیاستی تکنیک‌های حکمرانی هستند که شامل استفاده از منابع دولتی، یا محدودیت‌های آگاهانه به‌منظور دستیابی به اهداف سیاست می‌شود. آنها ابزار حکمرانی هستند. مکانیسم‌ها و تکنیک‌هایی که برای اجرا یا اثرگذاری سیاست‌های عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرند (سالمون، ۲۰۰۲)» (هاولت و راینر، ۲۰۰۷: ۲).

با توجه به مطالب فوق اکنون باید به این سؤال پاسخ داد که ابزارهای سیاستی دیپلماسی اقتصادی کدامند؟ اختلاف مهمی در خصوص ابزارهای دیپلماسی اقتصادی در میان اندیشمندان وجود دارد. ولکوک و باینی (۲۰۱۳) به‌صراحت بیان می‌دارند که تعریف ما از دیپلماسی اقتصادی دربرگیرنده استفاده از اهرم‌های اقتصادی (شامل تحریم یا مشوق‌ها) به‌منظور پیگیری اهداف سیاسی یا اقتصادی خاصی نمی‌شود. این موارد را می‌توان ذیل عنوان تحریم یا حتی هنر حکمرانی اقتصادی تعریف کرد (ولکوک و باینی، ۲۰۱۳: ۳۸۷). برجیک و مون (۲۰۱۸) تحریم را جزئی از ابزارهای دیپلماسی اقتصادی محسوب می‌کنند اما فارغ از این اختلاف‌نظرها برخی از اندیشمندان در مطالعات خود به این ابزارها اشاره کرده‌اند که به شرح زیر است:

1. Substantive Policy Instruments
2. Wilder
3. Governing Tools
4. Howlett and Rayner



جدول ۲. ابزارهای دیپلماسی اقتصادی

ابزار	معادل لاتین
مناسبات دیپلماتیک (عمومی، قدرت نرم)	diplomatic climate (general, soft power)
نمایندگی دیپلماتیک (کلیه اقدام‌ها، سطوح)	diplomatic representation (aggregate measure, level)
سفارتخانه‌ها (سفراء، مسئولان تجاری)	embassies (ambassadors, chargés d'affaires)
کنسول‌گری‌ها	consulates
نمایندگان اقتصادی (دیپلمات‌های تجاری)	Trade attaches (commercial diplomats)
آژانس‌های گسترش تجارت در کشور مبدأ	export promotion agency home country
سیستم ارتقای ملی	national promotion system
دفاتر خارجی (نقاط تجاری) موجود/ آژانس‌های گسترش تجارت/ آژانس‌های حمایتی / سطح هر کدام	export promotion/support agency/office abroad (trade posts) presence/level
آژانس‌های گسترش سرمایه‌گذاری در کشور مبدأ	investment promotion agency home country
دیپلماسی دیجیتال شامل شبکه‌های اجتماعی	digital diplomacy including social media
بازدیدهای دولتی	state visits
مأموریت‌های تجاری (هدایت شده توسط دولت)	Trade mission (government-led)
سایر مأموریت‌ها (غیردولتی اما مشمول سوبسید)	other missions (no government involvement but subsidized)
تحریم‌ها	sanctions
هزینه عمومی (بودجه)	public expenditure (budget)
کمک برای توسعه	development aid
توافقات تجارت آزاد	free trade agreements
صندوق‌های ثروت ملی	Sovereign Wealth Fund
همکاری عمومی-خصوصی	public-private partnerships
توافقات منطقه‌ای	regional agreements
مشارکت‌های توسعه‌ای	developmental partnerships
گزارش‌های تبیینی	memoranda of understanding

مأخذ: مون و برجیک ۲۰۱۶، مون ۲۰۱۷، مونیز ۲۰۱۸.

همان‌طور که در جدول فوق نمایان است ابزارهای دیپلماسی اقتصادی بسیار گسترده است. برخی از این ابزارها قدمتی بسیار طولانی دارند که از جمله آنها می‌توان به استفاده از خدمات کنسولی اشاره کرد. هرچند استفاده از اصطلاح دیپلماسی به دوران معاصر باز می‌گردد اما تاریخچه فعالیت‌های اقتصادی دولت‌ها در زمینه تجارت خارجی به قرن‌ها پیش از میلاد مسیح باز می‌گردد اوکانو-هجمان^۱ (۲۰۱۳) بیان می‌دارد قدمت خدمات کنسولی به قرن ششم پس از میلاد مسیح می‌رسد هرچند در آن زمان نهادهای دیپلماتیک کنونی وجود نداشتند. این خدمات به تدریج از حمایت صرف از اتباع کشور در کشورهای بیگانه به سمت حمایت از بازرگانان و منافع اقتصادی گسترش یافت. در قرون وسطی و عصر جدید به تدریج نهادهای مدرن کنسولی پدید آمدند و در خلال قرن نوزدهم خدمات بازرگانی توسط دیپلمات‌های متخصص در این زمینه پیگیری می‌شد (اوکانو-هجمان، ۲۰۱۳: ۴۷۶-۴۷۵).

1. Okano-Heijmans

در سوی مقابل استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای دیپلماسی تجاری پدیده‌ای بسیار نوین محسوب می‌شود. جاستینک (۲۰۱۸) در ذیل بحث «آی دیپلماسی»^۱ در خصوص رسانه‌های اجتماعی می‌نویسد: جهش رسانه‌های اجتماعی در هزاره جدید شروع شد ... آنها روشی برای رسیدن به مشتریان و بقیه مردم هستند. آنها دارای اهمیتی روزافزون به‌عنوان شیوه ارتباط با مخاطبان داخلی، شرکت‌ها و نهادها هستند. این امور برای دیپلماسی بسیار مهم است زیرا وسیله‌ای برای رسیدن به مخاطبان جدید و استفاده از ابزارهای جدید است ... دیپلمات‌ها، کارمندان وزارت خارجه از این تغییر محیطی آگاه هستند. آنها به‌طور روزمره با کنشگران جدید، چشم‌اندازهای جدید و روش‌های کار جدیدی در حرفه خودشان روبه‌رو می‌شوند اموری که در گذشته عموماً بسیار آرام روی می‌داد.

اگرچه ما پیش از این انقلاب ارتباطات (تلگراف، تلفن، رادیو و تلویزیون) را تجربه کرده‌ایم و بسیاری در آن زمان بحث می‌کردند که این نوآوری‌ها پایان دیپلماسی است اما چنین نشد و در واقع دیپلماسی هر روز مهم‌تر شد. ابزارهای دیپلماسی عوض شد اما فعالیت‌های آن یکسان ماند ... با این حال فناوری‌های جدید به ما یادآور می‌شوند که از زمان توسعه اینترنت و اخیراً رسانه‌های اجتماعی دنیا دیگر به‌هیچ‌وجه مانند گذشته نیست. در عرصه عمل هر فردی با یک گوشی هوشمند و دسترسی به اینترنت می‌تواند یک کمپانی بین‌المللی، کسب‌وکار بین‌المللی و فعالیت بین‌المللی داشته باشد (متأسفانه جنبه منفی مانند تروریسم هم وجود دارد) بنابراین به‌طور عملی هر کسی می‌تواند در روابط بین‌المللی شرکت کند، امری که تنها چند دهه قبل به‌طور جدی زمین بازی دیپلمات‌ها بود (جاستینک، ۲۰۱۸: ۳۱).

۶. بازیگران بین‌المللی و داخلی دیپلماسی اقتصادی

همان‌طور که در بخش قبل اشاره شد بازیگران عرصه دیپلماسی اقتصادی در دنیای کنونی تنها دولت‌ها نیستند و حتی کنشگران فضای مجازی نیز می‌توانند در این میان اثرگذار باشند. با این حال تأکید بر این مسئله نباید به غفلت از اهمیت فراوان سازمان‌ها و نهادهای داخلی و خارجی در امر سیاستگذاری منجر شود. لذا در ادامه به بازیگران داخلی و خارجی در این زمینه اشاره اجمالی می‌کنیم:

۶-۱. بازیگران بین‌المللی

برجیک و مون (۲۰۱۸) معتقدند فعالیت دیپلمات‌ها در نهادهای اقتصادی بین‌المللی مانند سازمان جهانی تجارت، سازمان همکاری‌های اقتصادی و توسعه، گروه بیست و یک یا کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد بخشی از دیپلماسی تجاری محسوب می‌شود (برجیک و مون، ۲۰۱۸: ۲-۱). همان‌طور که باین و



ولکوک اشاره می‌کند سازمان‌های بین‌المللی به‌عنوان محملی برای مذاکره دارای اهمیت هستند و دولت‌ها در فرایند تصمیم‌گیری در خصوص دیپلماسی اقتصادی به آنها توجه می‌کنند (باین و ولکوک، ۲۰۱۷: ۴). ولکوک (۲۰۱۷) با تکیه بر مفهوم رژیم^۱ در ادبیات اقتصاد سیاسی بین‌الملل می‌کوشد به تبیین نقش سازمان‌های بین‌المللی در دیپلماسی اقتصادی بپردازد. وی در این زمینه می‌نویسد:

تعریف کلاسیک رژیم شامل قواعد رسمی و غیررسمی، هنجارها و رویه‌های تصمیم‌گیری است (کرانسر، ۱۹۸۳)، رژیم‌ها همکاری را از طریق کاهش هزینه مبادله تسهیل می‌کنند و مذاکرات تکرارشونده را امکان‌پذیر می‌کنند، مذاکراتی که در آن توافقات آتی می‌تواند مبتنی بر همکاری گذشته ساخته شود. به‌عنوان مثال گسترش پیش‌رونده آزادسازی تجاری مبتنی بر گات^۲ از این جمله است. این ادبیات همچنین دربرگیرنده مباحثی در خصوص نهادهای اقتصادی جهانی است که ذیل عنوان نهادهای رسمی مورد بحث قرار می‌گیرند مانند سازمان تجارت جهانی و صندوق بین‌المللی پول و اینکه چگونه تصمیمات آنها به‌صورت رسمی و غیررسمی گرفته می‌شود و کدام کشورها دارای قدرت و توی کارآمد هستند.

اهمیت رژیم‌ها را می‌توان به‌وضوح در زمینه تجارت و دستور کار دور دوحه^۳ سازمان جهانی تجارت مشاهده کرد. آمریکا نقش مهمی در شکل دادن به قواعد و هنجارهای گات ایفا کرد از جمله با بنیان نهادن اصول دولت کامله‌الوداد^۴، برخورد ملی^۵ و اقدام متقابل^۶. این اصول مذاکرات تجارت حال حاضر را شکل می‌دهند. نتیجه نشست دوحه همچنین با رویه‌های تصمیم‌گیری در سازمان جهانی تجارت مبتنی بر یک عضو، یک رأی و همچنین تصمیم‌گیری غیررسمی در گروه کوچک‌تری از کشورهای کلیدی عضو در سازمان تجارت جهانی حاصل شد (ولکوک، ۲۰۱۷: ۴۲).

درواقع سازمان‌های بین‌المللی با قوانینی که وضع می‌کنند به روند دیپلماسی اقتصادی در سطح جهان شکل می‌دهند. کشورها نیز بر مبنای همین مقررات دیپلماسی اقتصادی خود را شکل می‌دهند. البته اقدام‌ها و قوانین این سازمان‌ها وحی منزل برای همه کشورها محسوب نمی‌شود. کشورهای گوناگونی در قالب پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه سعی می‌کنند منافع خود را از آسیب احتمالی این مقررات حفظ کنند.

1. Regime

۲. موافقتنامه عمومی درباره تعرفه و تجارت (گات)، General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) توافقی تجاری است که در سال ۱۹۴۷ امضا شد. ابتدا قرار بود این توافقنامه و سازمان مجری آن یک توافق موقتی باشد تا زمانی که سازمان بین‌المللی بازرگانی (ایتو) در کنار بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول تشکیل شود و به تجارت جهانی در عرصه بین‌المللی کمک کند اما با مخالفت آمریکا یا ایتو این توافقنامه به‌جای سازمان ایتو ادامه کار داد (پلینو و التون، ۲۰۰۵: ۱۳۷۵). در نهایت با توجه به گسترش تجارت جهانی و نیاز به یان سازمان برای تنظیم بهتر مقررات، سازمان تجارت جهانی در سال ۱۹۹۵ جایگزین گات شد.

3. Doha Development Agenda (DDA)

۴. اصل دولت کامله‌الوداد (به معنای: Most Favored Nation (Mfn) Clause) طبق این اصل، اگر کشوری امتیاز بازرگانی یا تعرفه‌ای را در مورد یکی از کشورهای عضو اعمال کند، این امتیاز یا تعرفه می‌بایست در مورد تمام شرکای تجاری عضو سازمان تجارت جهانی تعمیم یابد. البته این اصل یک استثنا نیز دارد که به همگرایی‌های اقتصادی مانند اتحادیه‌های گمرکی بین چند کشور مربوط می‌شود. این استثنا بدین معناست که سازمان تجارت جهانی، سایر پیمان‌های تجاری (مانند اتحادیه اروپا یا نفتا) را نیز به رسمیت می‌شناسد.

5. National Treatment

6. Reciprocity

۲-۶. بازیگران داخلی

بی‌شک بازیگران داخلی در هر کشور متفاوت هستند زیرا هر کشوری ساختار حکمرانی خود را دارد اما در این میان چالش‌های مشترکی نیز وجود دارد هرچند شدت آن از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. بحث تضاد منافع را می‌توان یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در دیپلماسی اقتصادی دانست. در هر کشوری مجموعه‌ای از افراد، شرکت‌ها و گروه‌ها با منافع متضاد وجود دارند که تلاش می‌کنند بر دیپلماسی اقتصادی اثر بگذارند (ولکوک، ۲۰۱۷: ۴۴). اما شدت این تعارضات در کشورهای در حال توسعه بیشتر است زیرا هنوز رویه‌های جاافتاده‌ای در این میان وجود ندارد.

رانا (۲۰۱۷) با اشاره به فوایدی که دیپلماسی اقتصادی برای کشورهای در حال توسعه به همراه دارد، به این نکته اشاره می‌کند که برای بهره‌مندی از مواهب دیپلماسی اقتصادی، کشورهای در حال توسعه باید یک طرح عملیاتی هماهنگ میان بخش‌های مختلف از دولت تا بخش‌های تجاری و غیردولتی وجود داشته باشد (رانا، ۲۰۱۸: ۳۱۷). رانا در خصوص ضرورت هماهنگی بیشتر در دیپلماسی اقتصادی میان بخش‌های مختلف حکومت و همچنین حضور بازیگران غیردولتی می‌نویسد:

✓ برخلاف دیپلماسی سیاسی که مشتریان آن رئیس دولت، وزارت خارجه و سایر نهادهای رسمی هستند، در دیپلماسی اقتصادی مشتریان نهایی شرکت‌های عمومی و خصوصی هستند که قصد صادرات و واردات کالا یا خدماتی را دارند. در اینجا دستگاه حکومتی یک تسهیل‌کننده است نه بهره‌بردار نهایی.

✓ همچنین در دیپلماسی اقتصادی نیاز به همکاری نزدیک با بخش‌های مختلف اقتصادی دولت و کنشگران غیردولتی است که کنشگران غیردولتی شامل تجار، نمایندگان صنایع و سایر کنشگران است. همچنین با گسترش همکاری عمومی-خصوصی در دنیای امروز لازم است این شیوه نیز مدنظر قرار گیرد.

✓ از دهه ۱۹۶۰ به تدریج جذب سرمایه‌گذاری خارجی در دستور کار دیپلمات‌های برخی از کشورها قرار گرفت. در حال حاضر این وظایف به جذب کمک‌های خارجی و توریسم نیز گسترش یافته است.

گسترش وظایف اقتصادی وزارت خارجه سبب شده تا در ۳۰ کشور دنیا از جمله ۱۵ کشور در حال توسعه وزارت امور خارجه و وزارت تجارت در یکدیگر ادغام شوند. این امر باعث کاهش تنش بین دستگاهی درون حاکمیت برای انجام وظایف اقتصادی توسط دیپلمات‌ها می‌شود. به‌رحال مسئله مهم در این میان در نظر گرفتن سفارتخانه‌های خارجی به‌عنوان بخشی از حاکمیت و نه بخشی از وزارت خارجه است تا تنش بین‌سازمانی درون حاکمیت کم شود (رانا، ۲۰۱۷: ۳۱۹).

به‌رحال آنچه در خصوص بازیگران داخلی مهم است ایجاد هماهنگی میان بخش‌های مختلف حاکمیت برای ارائه خدمات به تجار و صنایع در عرصه بین‌المللی است. این مسئله که چه ساختاری برای دیپلماسی اقتصادی مطلوب است در مورد هر کشور بررسی جداگانه‌ای را می‌طلبد.

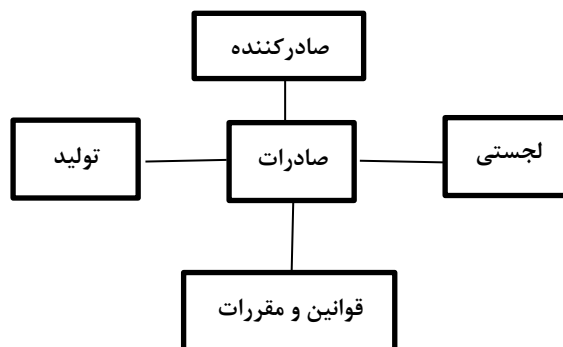


۷. الزامات موفقیت دیپلماسی اقتصادی

در قسمت‌های قبلی به ابزارها و تأثیرات دیپلماسی اقتصادی اشاره شد اما در این میان باید از تأکید و توقع بیش از حد از دیپلماسی اقتصادی خودداری کرد و به خاطر داشت که بخش حقیقی اقتصاد اثر بسیار مهم‌تری بر صادرات کالاها و خدمات و توسعه دارد. در ادامه با بررسی سه گزارش دیگر مرکز پژوهش‌های مجلس در خصوص صادرات تلاش می‌شود ارزیابی دقیق‌تری از اثر دیپلماسی اقتصادی در گسترش صادرات کشور ارائه شود.

در گزارش «آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی در ایران: ۱. بررسی روند صادرات غیرنفتی» که در سال ۱۳۹۹ منتشر شده است ارکان صادرات کشور به شکل زیر نمایش داده شده است. همان‌طور که در نمودار زیر قابل مشاهده است، بخش عمده‌ای از ارکان صادراتی کشور با بخش حقیقی اقتصاد ارتباط دارد و خارج از حوزه دیپلماسی اقتصادی است.

نمودار ۹. ارکان صادرات در کشور



مأخذ: مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۹: ۵.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش دیگری با عنوان «برآوردی از سهم دانش و فناوری در صادرات کشور» در سال ۱۳۹۶ در خصوص موانع پیشروی صادرات محصولات با فناوری پیشرفته به موارد زیر اشاره می‌کند. بخش عمده این موارد مرتبط با بخش واقعی اقتصاد است و موارد محدودی به مباحث دیپلماسی اقتصادی مرتبط است که به شرح زیر است:

از جمله اقدام‌های اساسی که باید در جهت افزایش صادرات غیرنفتی به خصوص صادرات فناوری‌های پیشرفته و خدمات فنی و مهندسی انجام داد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- رفع موانع اقتصادی کلان نظیر نوسانات نرخ ارز و ایجاد جذابیت سرمایه‌گذاری در فناوری‌های پیشرفته برای بخش غیردولتی،
- رفع موانع ساختاری، اعم از ساختار فیزیکی (حمل‌ونقل، ارتباطات و...) و ساختار نهادی (نظیر

قوانین و مقررات تجاری، اطلاع‌رسانی و...،

- حل‌وفصل و مدیریت موانع بیرونی و استفاده از ظرفیت‌های بین‌المللی نظیر همکاری‌های منطقه‌ای،
 - ایجاد زیرساخت‌های قانونی مورد نیاز برای پیوستن در زمان مناسب و با شرایط مناسب به سازمان جهانی تجارت،
 - تدوین بسته‌های سیاستی مناسب برای حمایت از صادرات خدمات فنی و مهندسی شرکت‌ها مشتمل بر ابزارهای حمایت مالی، مشاوره و تسهیل قوانین و مقررات مربوطه برای دستیابی به بازارهای صادرات این نوع خدمات،
 - تعریف محصولات با فناوری‌های بالا و شناسایی مصادیق با توجه به معیارها و کدهای طبقه‌بندی مختلف سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی برای شناسایی مصادیق این محصولات،
 - تعیین متولی واحد برای اندازه‌گیری، پایش و گزارش‌دهی منظم شاخص‌های صادرات محصولات با فناوری بالا و صادرات خدمات فنی و مهندسی در کشور (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۶).
- مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی با عنوان «بررسی فرصت‌ها و چالش‌های صادرات کشاورزی و مواد غذایی به روسیه» در سال ۱۳۹۵ در خصوص عدم بهره‌برداری مناسب از بازار روسیه در زمان تعارض این کشور با اوکراین و در شرایطی که روس‌ها خود مایل به همکاری در این زمینه بودند بیان می‌دارد: برخی متغیرهای تجاری، ساختاری و نهادی مانع افزایش صادرات ایران به روسیه شد. وضع تعرفه تبعیض‌آمیز نسبت به رقبای به‌واسطه عدم عضویت در پیمان‌های جهانی و منطقه‌ای، لجستیک و پشتیبانی ضعیف تجاری و برخی مشکلات پولی و بانکی به‌جا مانده از تحریم‌های هسته‌ای بهره‌برداری از فرصت ایجاد شده را به حداقل رساند.
- در گزارش فوق به برخی موارد با جزئیات بیشتری پرداخته شده است. به‌عنوان مثال در زمینه مشکلات لجستیکی در گزارش آمده است:
- یکی از شاخص‌هایی که قدرت اجرایی و پشتیبانی عملیاتی تجاری و مبادله کالا را نشان می‌دهد شاخص عملکرد لجستیک (LPI) بانک جهانی است که شاخصی مهم برای اندازه‌گیری قدرت اجرایی در عملیات پشتیبانی برای تجارت و مبادله کالا است. در بررسی رتبه عملکرد لجستیک و پشتیبانی هر کشور شاخص‌هایی مانند وضعیت گمرکات، زیرساخت‌های تجاری، حمل‌ونقل بین‌المللی، قابلیت ردگیری و بهنگام‌سازی برای هر کشور در نظر گرفته می‌شود. عملکرد لجستیک ایران در بین ۱۶۰ کشور جهان، در سال ۲۰۱۶ رتبه ۹۶ است که وضعیتی نامطلوب را نشان می‌دهد. برای کاهش نوسانات تصادفی در بررسی‌های سالانه بانک جهانی برپایه اطلاعات سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ وضعیت لجستیک تجاری ۱۶۷ کشور را جمع‌بندی کرده است که ایران در بین کشورهای جهان رتبه ۱۰۴ را دارد.



جدول ۳. رتبه ایران در شاخص عملکرد لجستیک

کشور	رتبه LPI	امتیاز LPI	رتبه گمرکات	رتبه زیرساخت‌ها	رتبه حمل‌ونقل بین‌المللی	رتبه کیفیت و صلاحیت لجستیکی	رتبه ردگیری و ردیابی	رتبه عملیات بهنگام
ایران	۱۰۴	۲/۵۵	۱۲۷	۸۳	۱۰۷	۸۳	۱۱۲	۱۳۲

مأخذ: بانک جهانی، ۲۰۱۶.

مطالب بیان شده در دو گزارش فوق به خوبی نشان می‌دهد که بخشی از مشکلات صادرات در کشور به دلیل مشکل در سرمایه‌گذاری و تولید، مسائل زیرساختی و لجستیکی، مشکلات بانکی و برخی مسائل دیگر است که خارج از حوزه دیپلماسی اقتصادی قرار داد. از سوی دیگر همان‌طور که اشاره شد در خلال سال‌های اخیر دیپلماسی اقتصادی به ابزار مهمی برای اجرای سیاست صنعتی بدل شده است. در شرایطی که کشور فاقد استراتژی توسعه صنعتی مشخص است بی‌شک دیپلماسی اقتصادی از کارایی لازم در این زمینه برخوردار نخواهد بود.

۸. جمع‌بندی

در یک تعریف مختصر دیپلماسی اقتصادی استفاده از ابزار سیاسی بین‌المللی (دیپلماسی) برای به دست آوردن اهداف اقتصادی است. استفاده از آن به دهه ۱۹۵۰ باز می‌گردد با این حال تنها در یک دهه اخیر است که بسیار مورد توجه قرار گرفته است. توجه بیشتر به دیپلماسی اقتصادی در یک دهه اخیر دلایل گوناگونی دارد که از جمله آن می‌توان به اهمیت دیپلماسی در کنار ساختار اقتصادی برای کسب منفعت در تجارت جهانی، اهمیت روزافزون دیپلماسی در عرصه‌های مختلف از جمله اقتصادی در دوران پس از جنگ سرد و به‌ویژه اهمیت روزافزون تجارت خارجی برای رشد اقتصادی کشورها و نقش مهمی که دیپلماسی اقتصادی در این میان ایفا می‌کند اشاره کرد.

با این اقدام‌های صورت گرفته از سوی دولت‌ها در راستای دیپلماسی اقتصادی از کشوری به کشور دیگر و از زمانی به زمان دیگر متفاوت است. در واقع اقدام‌های کشورها در این زمینه تحت تأثیر پارادایم‌های سیاستی است که مبنای سیاستگذاری کشورهاست. این پارادایم‌های سیاستی قدمتی طولانی‌تر از علم اقتصاد دارند و از پارادایم مرکانتیلیسم به‌عنوان نخستین پارادایم در این زمینه یاد می‌شود. این پارادایم در خلال سال‌های ۱۵۰۰ الی ۱۷۵۰ مکتب غالب در عرصه تجارت خارجی کشورهای اروپایی بود و در آن بر حفظ تراز مثبت تجاری تأکید می‌شد و برای این منظور حتی جنگ نیز امری مشروع تلقی می‌گشت. از آن زمان تاکنون پارادایم‌های دیگری نیز ظهور کرده‌اند که از جمله آنها می‌توان به پارادایم نئوکلاسیکی که بر تجارت آزاد تأکید می‌کند یا ساختارگرایی و جان‌شینی واردات اشاره کرد. در حال حاضر نیز پارادایم نئومرکانتیلیسم که با عناوین دیگری مانند حمایت‌گرایی، ملی‌گرایی اقتصادی یا میهن‌پرستی اقتصادی از آن یاد می‌شود به پارادایم غالب بسیاری از کشورها به‌ویژه آمریکا

بدل گشته است. شناسایی پارادایم سیاستی کشورها جهت تعامل با آنها دارای اهمیت فراوانی است زیرا هنگامی که یک کشور به‌عنوان مثال پارادایم حمایت‌گرایی را در پیش گرفته است تأکید بر تجارت آزاد در مواجهه با آن تنها به زیان کشور خواهد انجامید. علاوه بر شناسایی پارادایم‌ها، شناسایی ابزارهای دیپلماسی اقتصادی نیز مهم است که طیف آن بسیار گسترده است. برخی از این ابزارها قدمتی بسیار طولانی دارند که از جمله آنها می‌توان به استفاده از خدمات کنسولی اشاره کرد که قدمت آن به پیش از میلاد مسیح می‌رسد. در سوی مقابل استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای دیپلماسی تجاری پدیده‌ای بسیار نوین محسوب می‌شود. در دنیای کنونی هر فردی با یک گوشی هوشمند و دسترسی به اینترنت می‌تواند کمپانی بین‌المللی، کسب‌وکار بین‌المللی و فعالیت بین‌المللی داشته باشد. بنابراین به‌طور عملی هرکسی می‌تواند در روابط بین‌المللی شرکت کند، امری که تنها چند دهه قبل به‌طور جدی زمین بازی دیپلمات‌ها بود.

اما فارغ از این ابزار توجه به بازیگران خارجی و داخلی عرصه دیپلماسی اقتصادی نیز مهم است. در عرصه بین‌المللی، سازمان‌های بین‌المللی مانند سازمان جهانی تجارت، بانک جهانی و سایر سازمان‌ها با قوانینی که وضع می‌کنند به روند دیپلماسی اقتصادی در سطح جهان شکل می‌دهند. کشورها نیز بر مبنای همین مقررات دیپلماسی اقتصادی خود را شکل می‌دهند. البته اقدام‌ها و قوانین این سازمان‌ها وحی منزل برای همه کشورها محسوب نمی‌شود. کشورهای گوناگونی در قالب پیمان‌های دوجانبه و چندجانبه سعی می‌کنند منافع خود را از آسیب احتمالی این مقررات حفظ کنند. در عرصه داخلی نیز در هر کشوری مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادها وجود دارند که هماهنگی میان آنها مهم‌ترین اصل موفقیت دیپلماسی اقتصادی است.

با وجود اهمیت فراوانی که دیپلماسی اقتصادی دارد، اما در این میان باید از تأکید و توقع بیش‌ازحد از دیپلماسی اقتصادی خودداری کرد و به خاطر داشت که بخش حقیقی اقتصاد اثر بسیار مهمی بر صادرات کالاها دارد. همان‌طور که در این گزارش اشاره شد ایران با موانع زیرساختی، گمرکی و لجستیکی فراوانی روبه‌رو است و اصلاح آنها شرط استفاده بهینه از دیپلماسی اقتصادی در جهت منافع کشور است.

۹. دلالت‌هایی برای ایران

مجموع مباحث ارائه شده در گزارش، دلالت‌هایی برای دیپلماسی اقتصادی در ایران دارد. با این حال قبل از بررسی این دلالت‌ها مفید است به بررسی مقرراتی در این خصوص در قانون برنامه ششم توسعه پرداخته شود. در ذیل حکم قانونی مربوط بیان شده است:

ماده (۱۰۵) - در راستای اجرای مفاد مصرح در قانون اساسی و افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور و به‌منظور مدیریت منسجم، هماهنگ و مؤثر روابط خارجی جمهوری اسلامی



ایران برمبنای اصل عزت، حکمت و مصلحت و برای تحقق اهداف این قانون، دستگاه‌های اجرایی به‌جز نیروهای مسلح مکلفند، تمامی اقدامات خود در زمینه روابط خارجی را با هماهنگی وزارت امور خارجه انجام دهند. وزارت امور خارجه موظف است در چهارچوب قوانین نسبت به اجرای موارد زیر اقدام نماید:

الف) طراحی و اجرای اقدامات دیپلماتیک در سیاست خارجی در جهت تحقق اصول مربوطه قانون اساسی مخصوصاً در بعد مبارزه با استکبار و رژیم صهیونیستی و حمایت از جریان مقاومت و مستضعفین،

ب) ایجاد بسترها و شرایط سیاسی لازم برای تنوع‌بخشی و تقویت پیوندهای همه‌جانبه با کشورهای هدف در جهان به‌ویژه کشورهای منطقه، همسایگان و قدرت‌های نوظهور در چهارچوب سیاست‌های کلی نظام،

پ) تقویت دیپلماسی اقتصادی با تمرکز بر ورود به بازارهای جهانی برای صادرات کالا و خدمات فنی و مهندسی، تأمین مالی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی و دستیابی به فناوری‌های نوین و ایجاد زمینه‌های لازم برای حضور بخش غیردولتی در دیگر کشورهای منطقه و کشورهای جنوب غربی آسیا به‌ویژه کشورهای همسایه و اسلامی در چهارچوب سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی،

ت) وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری وزارت امور خارجه مکلف است ظرف مدت یک سال از زمان لازم‌الاجراء شدن این قانون، رایزنان بازرگانی در سفارتخانه‌های ایران در کشورهایی که براساس آمار گمرک بیشترین رابطه تجاری با ایران را دارند به‌گونه‌ای تعیین کند که کلیه این افراد دارای تحصیلات مرتبط با حوزه‌های اقتصادی بوده و به زبان انگلیسی یا کشور هدف تسلط کامل داشته باشند. مدت خدمت این افراد دو سال است. وزارت امور خارجه با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت گزارش سالانه اجرای این حکم را به مجلس شورای اسلامی ارائه کند.

اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی، می‌تواند پیشنهادهای خود را به وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه نماید.

ث) حمایت همه‌جانبه از حقوق ایرانیان خارج از کشور و جلب مشارکت آنها در توسعه و پیشرفت کشور،

ج) به‌کارگیری ظرفیت‌های دیپلماسی رسمی در سطوح دو و چندجانبه برای ایجاد محیط سیاسی و امنیتی با ثبات و پایدار در منطقه،

حکم قانونی فوق‌گرفته اقدامی در جهت ایجاد انسجام و هماهنگی در میان بازیگران داخلی اثرگذار بر سیاست خارجی کشور است، اما با ابهامات و اشکالاتی روبه‌رو است که اثرگذاری آن را کاهش و نظارت بر آن را دشوار می‌نماید. نخست آنکه منظور از عباراتی مانند «برمبنای اصل عزت، حکمت و مصلحت»، «کشورهای هدف»، «بازارهای نوظهور» به‌طور دقیق مشخص نشده است. این ابهامات باعث می‌شود جدال‌های دیگری درخصوص این معانی در آینده شکل گیرد، امری که کمکی به انسجام در سیاست خارجی نخواهد کرد. نکته سوم لحاظ کردن قید «مدت خدمت این افراد دو سال است» در متن قانون است که قید مناسبی به‌نظر نمی‌رسد زیرا آشنایی با فرهنگ تجاری هر کشور و سپس ارتباط مؤثر با فعالان اقتصادی آن کشور به‌زمانی به‌مراتب بیش از این نیاز دارد. درمجموع باید گفت ایجاد انسجام در

سیاست خارجی از جمله در دیپلماسی اقتصادی نیازمند بررسی‌های دقیق‌تر و قوانین جامع‌تری است. در ادامه به برخی نکات مهم برای موفقیت در دیپلماسی اقتصادی کشور اشاره شده است.

۱. شناسایی و اتخاذ پارادایم‌ها و راهبردهای همکاری بلندمدت با هریک از کشورهای هدف

پارادایم سیاستی کشورها در عرصه تجارت بین‌الملل از کشوری به کشور دیگر و از زمانی به زمان دیگر متفاوت است. لازم است این پارادایم‌ها در مورد هر کشوری به‌دقت شناسایی شود و مبنایی برای تعامل با آن کشور باشد. به‌عنوان مثال درحالی‌که چین به‌عنوان یکی از شرکای تجاری مهم ایران به وضوح استراتژی صنعتی و تجاری خود را مشخص کرده است همچنان جمع‌بندی مشخصی در کشور ما برای تعامل اقتصادی بهتر با چین وجود ندارد. این مسئله در مورد ترکیه و عراق نیز صادق است و بخش تولیدی و خدماتی کشور آگاهی مناسبی از اهداف اقتصادی بلندمدت این کشورها ندارد. درنهایت می‌توان به عدم اطلاع دقیق فعالان اقتصادی کشور از برنامه تحول اقتصادی عربستان و آثار آن بر صادرات کشور اشاره کرد.

۲. تدوین و اجرای استراتژی توسعه صنعتی کشور

در دنیای کنونی سیاست خارجی و دیپلماسی اقتصادی به ابزاری در جهت تحقق سیاست صنعتی و رشد اقتصادی کشورها بدل شده است. درواقع هر کشوری باید نخست تکلیف خود را در داخل مشخص کند که قرار است چه محصولاتی را تولید، وارد یا صادر کند و کدام‌یک در اولویت‌های نخست قرار دارد. سپس از دیپلماسی اقتصادی در جهت تحقق آن استفاده کند. درواقع به‌رغم پنج تلاش صورت گرفته برای تدوین سیاست صنعتی در دو دهه اخیر در کشور، کشور همچنان فاقد استراتژی صنعتی مشخص است. تا زمانی که این مسئله در کشور تعیین تکلیف نشود، دیپلماسی اقتصادی منسجمی در کشور پدید نخواهد آمد.

۳. ایجاد هماهنگی میان بازیگران داخلی در این عرصه

ایجاد هماهنگی میان بازیگران داخلی از جمله مهم‌ترین اقدام‌ها برای کسب نتیجه مطلوب از دیپلماسی اقتصادی است. در این میان برخی از کشورها به سمت ادغام وزارت تجارت و وزارت خارجه حرکت کرده‌اند و برخی دیگر هماهنگی را به شکل دیگری انجام می‌دهند. این مسئله که ادغام وزارت تجارت در وزارت خارجه راه‌حل این موضوع است یا ساختار دیگری مورد نیاز است مسئله‌ای است که بررسی‌های بسیار دقیقی را می‌طلبد. همچنین نباید از نقش سایر وزارتخانه‌ها از جمله وزارت امور اقتصادی و دارایی و وزارت صنعت، معدن و تجارت در این میان غفلت کرد. درنهایت باید به خاطر داشت که دریافت‌کننده اصلی این خدمات شرکت‌های فعال در عرصه واردات و صادرات هستند. لذا تعامل با آنها اساس دیپلماسی اقتصادی موفق است.



۴. واقع‌بینی در خصوص تأثیرات دیپلماسی اقتصادی

بخشی از مشکل صادرات در کشور به دلیل سرمایه‌گذاری و تولید، مسائل زیرساختی و لجستیکی، مشکلات بانکی و برخی مسائل دیگر است که خارج از حوزه دیپلماسی اقتصادی قرار داد. تا زمانی که این مشکلات مرتفع نشود نمی‌توان از دیپلماسی اقتصادی انتظار داشت کمک شایانی به اقتصاد کشور کند.^۱

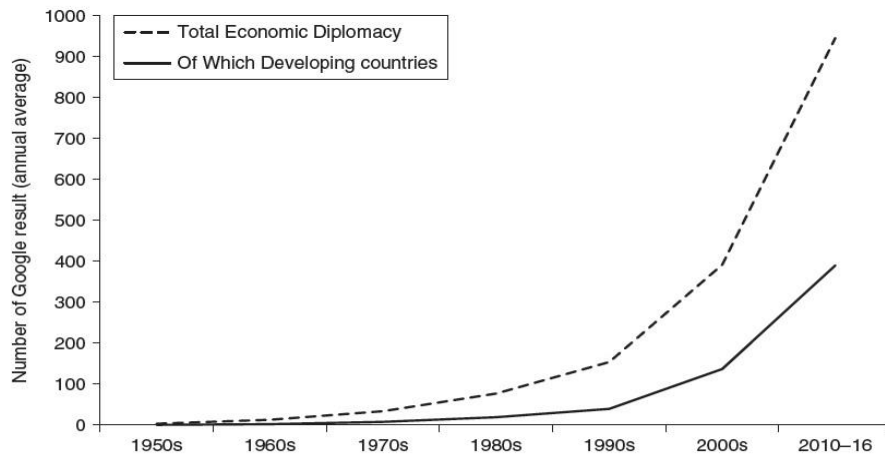
۵. استفاده از ابزارهای مختلف و متنوع دیپلماسی اقتصادی

در نهایت برای استفاده بهتر از ابزارهای دیپلماسی اقتصادی که در این گزارش به آن اشاره شد، لازم است ارزیابی دقیقی از نحوه استفاده از آنها در شرایط فعلی ارائه شود. برای دقیق‌تر شدن این ارزیابی می‌توان نحوه استفاده از این ابزارها در هر کشور را به‌طور مجزا بررسی کرد و نقاط ضعف و قوت را مشخص کرد.

۱. به این مسائل در قالب گزارش‌های متعددی پرداخته شده است و لزومی به تکرار آنها در این بخش نیست.

پیوست: استفاده از اصطلاح دیپلماسی اقتصادی در منابع علمی

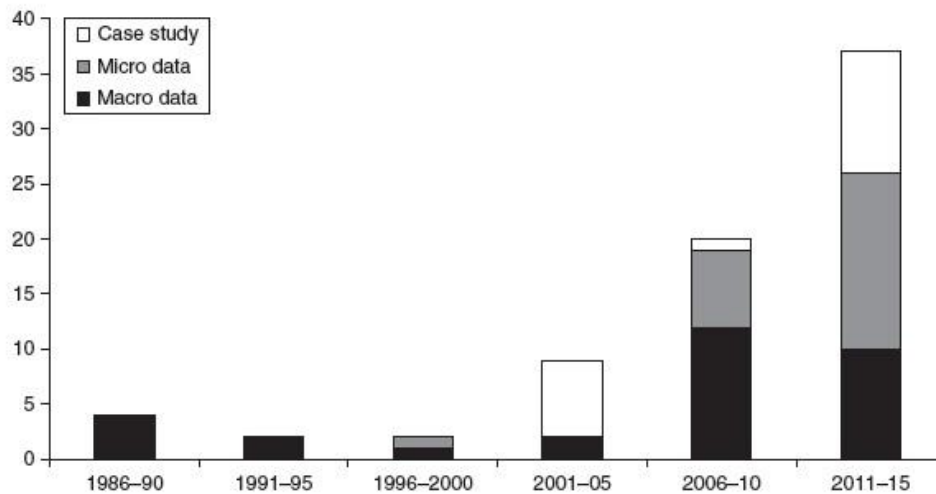
نمودار ۱۰. میزان استفاده از اصطلاح دیپلماسی اقتصادی در منابع علمی

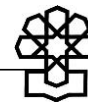


Note: Reported number of hits for 'economic diplomacy' and ('economic diplomacy' + 'developing countries').

مأخذ: ون برجیک و مون، ۲۰۱۸: ۴.

نمودار ۱۱. تعداد مطالعات کمی و کیفی انجام شده در زمینه دیپلماسی اقتصادی





۱. پلینو، جک سی، آلتون، روی (۱۳۷۵)، فرهنگ روابط بین‌الملل، ترجمه حسن پستا، انتشارات فرهنگ معاصر.
۲. تفضلی، فریدون (۱۳۷۵)، تاریخ عقاید اقتصادی: از افلاطون تا دوره معاصر؛ نشر نی، چاپ دوم.
۳. چانگ، ها-جون (۱۳۹۲ {۲۰۰۸})، نیکوکاران نابکار، ترجمه میرمحمد نبوی، مهرداد (خلیل) شهبابی، انتشارات کتاب آمه.
۴. خیرنیاگز، مانوئل سالازار، نوبلر، ایر مگارد، کوزل-رایت، ریچاد (۱۳۹۴، {۲۰۱۴})، سیاست صنعتی، تحول مولد و مشاغل: نظریه، تاریخچه و تجربه، چاپ شده در، ایجاد تحول در اقتصاد: سیاست صنعتی در خدمت رشد، اشتغال و توسعه، ترجمه گروه مترجمان، انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
۵. کوهن، توماس.س (۱۳۶۹)، ساختار انقلاب‌های علمی، ترجمه احمد آرام، انتشارات سروش.
۶. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۹)، آسیب‌شناسی صادرات غیرنفتی در ایران: ۱. بررسی روند صادرات غیرنفتی.
۷. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۶)، برآوردی از سهم دانش و فناوری در صادرات کشور.
۸. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۵)، بررسی فرصت‌ها و چالش‌های صادرات کشاورزی و مواد غذایی به روسیه.
۹. هانت، ای.ک. (۱۳۸۱)، تکامل نهادها و ایدئولوژی‌های اقتصادی؛ ترجمه سهراب بهداد، تهران، انتشارات آگاه، چاپ اول.
10. Ali, Mohammad (2012). Sustainability Assessment: Context of Resource and Environmental Policy, Academic Press.
11. Andreoni, Antonio, Chang, Ha-Joon (2016). Industrial Policy and the Future of Manufacturing. *Economia e Politica Industriale*, Vol. 43, No. 4.
12. Anderton, C.H. (2003). Economic Theorizing of Conflict: Historical Contributions, Future Possibilities. *Defense and Peace Economics*, Vol. 14, No. 3.
13. Bayne, Nicholas, Woolcock, Stephen (2017). What is Economic Diplomacy?, in: Nicholas Bayne and Stephen Woolcock (eds), *The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations (Fourth Edition)*, Routledge.
14. Bergeijk, Peter A.G. Van., Moons. Selwyn J.V (2018). Introduction to the Research Handbook on Economic Diplomacy, in: Peter a.G. Van Bergeijk and Selwyn J.V. Moons(eds), *Research Handbook on Economic Diplomacy*, Edward Elgar Publishing Limited.
15. Borrás, Susana, Edquist, Charles (2013). The Choice of Innovation Policy Instruments, *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 80, issue 8.
16. Cohn, Theodore H. (2016). *Global Political Economy: Theory and Practice*, (Seventh Edition), Routledge.
17. Doran, Charles F. (2019). The United States and Canada: In Search of Partnership, In: Carment, D., & Sands, C. (Eds.). *Canada–US Relations*. Canada

- and International Affairs, Palgrave Macmillan.
18. Dunne, Paul, Coulomb, Fanny (2008). Peace, War and International Security Economic Theories, in: War, Peace and Security: Contributions to Conflict Management, Peace Economics and Development, Vol. 6, Edited by Jacques Fontanel and Manas Chatterji, Emerald Group Publishing Limited.
 19. Hausman, R., & Hidalgo, C. (2011). The Atlas of Economic Complexity. Mapping Path to Prosperity/R. Hausmann, CA Hidalgo, S. Bustos, M. Coscia, S. Chung, J. Jimenez, A. Simoes, MA Yildirim//Puritan Press.
 20. Hausmann, Ricardo, Hidalgo, César A, Bustos, Sebastin, Coscia, Michele (2013). The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity, MIT Press.
 21. Heath, Timothy R. (2016). China's Evolving Approach to Economic Diplomacy, Asia Policy, No. 22.
 22. Hidalgo, César A, Hausmann, Ricardo (2009). The Building Blocks of Economic Complexity, Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, Vol. 106, No. 26.
 23. Hogan, John, Howlett, Michael (2015). Reflections on Our Understanding of Policy Paradigms and Policy Change, in: John Hogan and Michael Howlett (eds), Policy Paradigms in Theory and Practice: Discourses, Ideas and Anomalies in Public Policy Dynamics, Palgrave.
 24. Howlett, Michael, Rayner, Jeremy (2007). Design Principles for Policy Mixes: Cohesion and Coherence in 'New Governance Arrangements', Policy and Society, Vol. 26, No.4.
 25. IMF (2012). Changing Patterns of Global Trade, IMF Policy Paper.
 26. Justinek, Gorazd (2018). (Economic) Diplomacy: Need of a New Paradigm?, in: Peter a.G. Van Bergeijk and Selwyn J.V. Moons(eds), Research Handbook on Economic Diplomacy, Edward Elgar.
 27. Keller, Matthew R, Block (2012). Do as I say, or as I do? Us Innovation and Industrial Policy Since the 1980s, in: Jesus Felipe (eds), Development and Modern Industrial Policy in Practice, Edward Elgar.
 28. Lin, Justin Yifu (2012). New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development, The World Bank.
 29. Martin, Lisa L. (2015). Introduction, in: Lisa L. Martin (eds) The Oxford Handbook of The Political Economy of International Trade, Oxford University Press.
 30. McKinsey (2017). The New Dynamics Of Financial Globalization, McKinsey
 31. Moons, S. (2017). 'Heterogeneous Effects of Economic Diplomacy: Instruments, Determinants and Developments', Phd Thesis, Erasmus University Rotterdam.
 32. Moons, S. J. V., & Van Bergeijk, P. A. G. (2016). Does Economic Diplomacy Work? A Meta-analysis of Its Impact on Trade and Investment. The World Economy, 40(2).



33. Muniz, Renata Cavalcanti (2018). The Use of Case Studies in Economic Diplomacy research, in: Peter a.G. Van Bergeijk and Selwyn J.V. Moons(eds), Research Handbook on Economic Diplomacy, Edward Elgar.
34. Okano-Heijmans, Maaïke (2013). Consular Affairs, in: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, and Ramesh Thakur (eds), The Oxford Handbook of Modern Diplomacy, Oxford University Press.
35. Paliu-Popa, Lucia (2009). Economic Theories of Foreign Trade Transactions, MPRA Paper 18570, University Library of Munich, Germany.
36. Perl, Anthony (2013). International Dimensions and Dynamics of Policy-Making, in: Eduardo Araral Jr., Scott Fritzen, Michael Howlett, M Ramesh, Xun Wu (eds), Routledge Handbook of Public Policy, Routledge.
37. Rana, Kishan S. (2018). Economic Diplomacy: a Developing Country Perspective, in: Peter a.G. Van Bergeijk and Selwyn J.V. Moons (eds), Research Handbook on Economic Diplomacy, Edward Elgar.
38. Reznikova, Nataliia, Panchenko, Volodymyr, Bulatova, Olena (2018). The Policy of Economic Nationalism: From Origins to New Variations of Economic Patriotism, Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 4, No. 4.
39. Todaro, Michael P., Stephen C. Smith (2015). Economic Development (12 edition), Pearson.
40. Tonami, Aki (2018). Exporting the Developmental State: Japan's Economic Diplomacy in the Arctic, Third World Quarterly, Vol. 39, No. 6.
41. Yakop, Mina, van Bergeijk, Peter A.G. (2011). Economic Diplomacy, Trade and Developing Countries, Cambridge Journal of Regions, Economy and Society.
42. Wilder, Matt (2015). What Is a Policy Paradigm? Overcoming Epistemological Hurdles in Cross-Disciplinary Conceptual Adaptation: in John Hogan and Michael Howlett (eds), Policy Paradigms in Theory and Practice: Discourses, Ideas and Anomalies in Public Policy Dynamics, Palgrave.
43. Woolcock, Stephen (2017). Factors Shaping Economic Diplomacy, in: Nicholas Bayne and Stephen Woolcock(eds), The New Economic Diplomacy: Decision-Making and Negotiation in International Economic Relations(Fourth Edition), Routledge.
44. Woolcock, Stephen, Bayne, Nicholas (2013). Economic Diplomacy, In: Andrew F. Cooper, Jorge Heine, and Ramesh Thakur(eds), The Oxford Handbook of Modern Diplomacy, Oxford University Press.
45. World Bank (2007). Building Knowledge Economies Advanced Strategies for Development, World Bank.
46. WTO (2013). World Trade Statistical Review 2013.
47. WTO (2017). World Trade Statistical Review 2017.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شماره مسلسل: ۱۷۸۵۷

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش: مجموعه مطالعات دیپلماسی اقتصادی: ۱. اهمیت، رویکردها و ابزارها

نام دفتر: مطالعات اقتصادی (گروه اقتصاد توسعه و بین‌الملل)

تهیه و تدوین: گروه کارشناسان

ناظران علمی: موسی شهبازی غیاثی، فرشاد مومنی، سیدمحسن علوی‌منش

اظهار نظر کننده: مصطفی محمدی رضانی (معاونت مطالعات سیاسی)

واژه‌های کلیدی:

۱. دیپلماسی اقتصادی

۲. تجارت

۳. استراتژی توسعه صنعتی

۴. سیاست تجاری



تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۸/۲۲