

دیپلماسی تجاری ایران

در دوران معاصر

سعیده سیادت

علیرضا پیرعلی

عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور استان بوشهر

دیپلماسی تجاری ایران در دوران معاصر

سعیده سیادت، علیرضا پیرعلی



نشر ورجاوند

چاپ اول، بهار ۱۳۹۲
۱۰۰۰ نسخه

حروفچینی: ورجاوند
طرح جلد: آزاده پوربافرانی
چاپ و صحافی: مؤسسه نشاط
حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

شابک ۵ - ۱۵ - ۵۷۶۷ - ۶۰۰ - ۹۷۸

ISBN 978-600-5767-15-5

تلفن: ۶۶۵۷۶۳۹۷-۹

varjavandnashr@yahoo.com

فروش اینترنتی در:
www.varjavandnashr@yahoo.com

۵۵۰۰ تومان

سیادت، سعیده، ۱۳۵۹-
دیپلماسی تجاری ایران در دوران
معاصر/مؤلفین سعیده سیادت،
علیرضا پیرعلی.
تهران: ورجاوند، ۱۳۹۱.
۱۳۶ص: جدول، نمودار.
فهرستویسی بر اساس اطلاعات فیا
اقتصاد بین‌الملل
ایران-- روابط اقتصادی
پیرعلی، علیرضا، ۱۳۶۲-
۱۳۵۹HF / س ۹۲۹۵ ۱۳۹۱
۳۳۷
کتابخانه ملی ایران ۳۰۴۶۰۳۵

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	پیشگفتار
۱۱	بخش اول: کلیات
۱۳	فصل اول: تجارت بین الملل
۲۱	فصل دوم: دیپلماسی تجاری
۴۳	بخش دوم: دیپلماسی تجاری ایران
۴۵	فصل اول: تجارت خارجی ایران از نگاه تاریخ
۶۳	فصل دوم: تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران
۷۹	بخش سوم: مطالعات موردی
۸۱	فصل اول: دیپلماسی تجاری ایران و عربستان در گذر زمان
۱۱۱	فصل دوم: روابط جمهوری اسلامی ایران با جمهوری آذربایجان
۱۳۳	منابع و مآخذ

پیشگفتار

امروزه توفیق هر دیپلماسی تجاری، مبتنی بر ترسیم چشم‌انداز درستی از منافع ملی هر کشور در سطح منطقه و جهان است. در این میان فراهم بودن بسترها و زمینه‌های تعامل دیپلماسی تجاری هر کشور با طرف‌های تجاری، بدون شک در شکل‌گیری یک دیپلماسی تجاری موفق و جهت‌گیری‌های آینده آن مؤثر است؛ چرا که این امکان را برای تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران در حوزه سیاست خارجی و بازرگانی فراهم می‌سازد تا در تدوین استراتژی بلند مدت، میان مدت و کوتاه مدت، نگاهی جامع به روابط دوجانبه و منطقه‌ای داشته و پیشاپیش برای حفظ و تقویت موقعیت تجاری و اقتصادی کشور براساس منافع ملی برنامه‌ریزی کنند. بدین ترتیب یک دیپلماسی تجاری موفق در شرایط خوش‌بینانه می‌تواند موجب رشد وابستگی متقابل اقتصادی کشورها از طریق گسترده‌گی حجم و تنوع مبادلات کالا و خدمات و جریان آزاد سرمایه و نیروی کار و همچنین دسترسی سهل‌تر به فناوری شود. یکی از نمونه‌های بارز دیپلماسی تجاری، مربوط به کشورهای عضو اتحادیه اروپا است. از مشخصه‌های اصلی دیپلماسی تجاری این دسته از کشورها، ادغام وسیع و عمیق اقتصادهای ملی کشورهای عضو از طریق تجارت، سرمایه‌گذاری مستقیم و جریان‌های دیگر سرمایه و افزایش مناسب و سیال شدن بازارهای بین‌المللی کشورهای عضو اتحادیه اروپا است. به عبارت دیگر دیپلماسی تجاری به کشورها کمک می‌کند تا با

توجه به توانایی‌ها و منافع ملی خود در قالب استراتژی‌های خاص و با استفاده از ابزارهای خاص به تعقیب اهداف ویژه و عملیاتی بپردازند.

در کتاب حاضر تلاش گردیده است تا ضمن بررسی ادبیات موضوع و مبانی نظری، عوامل تعیین‌کننده و تأثیرگذار بر دیپلماسی تجاری ایران در دوران معاصر نیز (پایان دوره قاجاریه تا دوران حاضر) مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرد و از این رهگذر فراز و نشیب‌های تجارت خارجی ایران در قرن حاضر شناسایی و نکات آموزنده آن برای نسل حاضر عنوان گردد.

سعیده سیادت - علیرضا پیرعلی