

مقایسه توان ژئواکونومیک ایران و ترکیه در جنوب غرب آسیا

پذیرش: ۹۵/۱۰/۲۲

دریافت: ۹۵/۶/۲۰

محسن شریعتی نیا

استادیار پژوهشکده مطالعات منطقه‌ای، دانشگاه شهید بهشتی

محمدرضا عابدین مقانکی

استادیار مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

بازار / نفوذ / صادرات / واردات / سیاست خارجی

چکیده

بیش از یک دهه از تصویب سند چشم‌انداز به‌عنوان مهم‌ترین سند راهبردی کشور می‌گذرد. از این رو زمان را می‌توان برای سنجش عملکرد کشور در برخی از شاخص‌های قدرت اقتصادی مناسب دانست. اگر چه قدرت اقتصادی یک کشور را شاخص‌های متعددی شکل می‌دهند، اما نفوذ در بازار سایر کشورها را می‌توان یکی از شاخص‌های کلیدی قدرت اقتصادی یک کشور و به‌طور کلی موقعیت ژئواکونومیک آن دانست.

بر این مبنا مقاله حاضر معطوف به بررسی ضریب نفوذ ایران در بازار کشورهای منطقه چشم‌انداز و مقایسه آن با ضریب نفوذ ترکیه در بازارهای این منطقه است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ضریب نفوذ ایران به‌طور عام در بازار کشورهای منطقه

بسیار پایین است و در مقایسه با ترکیه نیز از جایگاه ضعیفی برخوردار است. به بیان دیگر، سهم ایران در بازار کشورهای جنوب غرب آسیا بسیار اندک است. از این رو می‌توان مدعی شد که توان بالفعل ژئواکونومیک ایران در منطقه ضعیف است. نویسندگان استدلال کرده‌اند که حل و فصل تعارض در اهداف سیاست خارجی، پیش شرط کلیدی تقویت قدرت ژئواکونومیک ایران در منطقه است.

مقدمه

تبدیل شدن به قدرت برتر منطقه‌ای همواره یکی از دغدغه‌های استراتژیک تصمیم‌سازان ایران بوده است. ترکیبی از موقعیت ژئوپولیتیک، سنت دیرینه امپراطوری و احساس عمومی عقب ماندن از سایرین را می‌توان به‌عنوان محرکه‌های تلاش برای نیل به چنین هدفی دانست. سند چشم‌انداز و جمله کلیدی آن

"ایران کشوری است توسعه یافته، با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و موثر در روابط بین‌الملل" [۱] نماد چنین رویکردی محسوب می‌شود.

اکنون اما بیش از یک دهه از تصویب سند چشم‌انداز به‌عنوان مهم‌ترین سند راهبردی کشور می‌گذرد و تا سال ۱۴۰۴ (۲۰۲۵) ایران باید به قدرت اول منطقه‌ای تبدیل شود. از این رو زمان را می‌توان برای سنجش عملکرد کشور در برخی از شاخص‌های قدرت اقتصادی مناسب دانست. اگر چه قدرت اقتصادی یک کشور را شاخص‌های متعددی شکل می‌دهند، اما نفوذ در بازار سایر کشورها را می‌توان یکی از شاخص‌های کلیدی قدرت اقتصادی یک کشور و به‌طور کلی موقعیت ژئواکونومیک آن دانست. [۲] مقاله حاضر معطوف به بررسی موقعیت ایران بر مبنای این شاخص و مقایسه آن با موقعیت ترکیه در این شاخص است. انتخاب ترکیه از آن روست که اولاً به‌طور سنتی مهم‌ترین رقیب کشور در منطقه بوده و مهم‌تر از آن چشم‌انداز استراتژیکی موسوم به "ترکیه ۲۰۲۳" را پی‌گیری می‌کند و در قالب آن می‌کوشد به قدرتی منطقه‌ای، اروپایی و جهانی در یک دهه آتی تبدیل شود. [۳]

در این چارچوب پرسش اصلی آن است که موقعیت ایران در شاخص نفوذ در بازارهای منطقه چشم‌انداز به‌طور کلی و نیز در مقایسه با موقعیت ترکیه در این شاخص چگونه است؟ فرضیه‌ای که در پاسخ به پرسش فوق طراحی شده عبارت از این است که ایران در شاخص نفوذ در بازارهای منطقه موقعیت ضعیفی دارد. موقعیت ترکیه در این شاخص بسیار بهتر از ایران است.

در راستای آزمون فرضیه فوق، مقاله به چند گفتار تقسیم شده است. گفتار نخست معطوف به تبیین چارچوب مفهومی است. از منظر نویسندگان، مفهوم ژئواکونومیک از قابلیت توضیح‌دهندگی برای تبیین توان اقتصادی کشورها و به‌ویژه نفوذ آنان در بازارها برخوردار است. گفتار دوم به میزان نفوذ ایران در بازار کشورهای منطقه چشم‌انداز بر مبنای آخرین آمارهای منتشره می‌پردازد. گفتار سوم بر مقایسه موقعیت ایران و ترکیه در این شاخص تمرکز دارد. در گفتار چهارم، دلایل موقعیت فعلی کشور در این

شاخص مورد بحث قرار خواهد گرفت. در نهایت نیز جمع‌بندی مباحث ارائه خواهد شد.

۱. چارچوب مفهومی

ژئواکونومی آن‌گونه که در فرهنگ لغت تعریف شده عبارت است از «ترکیبی از عوامل اقتصادی و سیاسی که بر تجارت بین‌المللی تأثیرگذارند». [۴] دیگرانی تعاریف متفاوتی از این مفهوم صورت داده‌اند. از منظر سانجای بارو، ژئواکونومی به معنای رابطه میان سیاست اقتصادی و تغییر در قدرت ملی و ژئوپولیتیک است. او معتقد است که به ژئواکونومی از دو منظر می‌توان نگریست. یکی به معنای پیامدهای ژئوپولیتیک یک پدیده اقتصادی و دیگری پیامدهای اقتصادی ناشی از روندهای ژئوپولیتیکی. او اصطلاحات پرچم به دنبال تجارت و تجارت به دنبال پرچم را نماد این دو برداشت از مفهوم ژئواکونومی می‌داند. [۵]

اما به‌طور تاریخی ریشه مباحث نظری ژئواکونومیک به مرکانتیلیست‌های اروپایی بازمی‌گردد. آنان به رقابت اقتصادی با حاصل جمع صفر به‌عنوان یکی از منابع اصلی قدرت می‌نگریستند. اما در دهه‌های اخیر سه تن از اندیشمندان بیش از سایرین به این مفهوم توجه نشان داده‌اند. پل کندی به‌عنوان مورخی برجسته و صاحب اثر مشهور ظهور و سقوط قدرت‌های بزرگ که در اواخر جنگ سرد انتشار یافت، استدلال کرد که تغییر در موازنه قدرت سیاسی-نظامی ماحصل تغییر در موازنه ژئواکونومیک است. به بیان دیگر از منظر وی تغییر در توان اقتصادی کشورها پیش شرط تغییر در توان سیاسی-نظامی آنان است.

با پایان جنگ سرد و سرعت یافتن فرایند جهانی شدن، مفهوم ژئواکونومی در ادبیات روابط بین‌الملل بیش از پیش رواج یافت. [۶] پایان جنگ سرد را اغلب اندیشمندان روابط بین‌الملل نوعی شوک نظری برای این حوزه می‌دانند. در دوران پس از جنگ سرد در واقع مناظره‌ای میان اندیشمندان این حوزه بر سر تغییر یا تداوم در مولفه‌های قدرت در گرفت. برخی بر آن شدند که ماهیت قدرت تغییر کرده و جنگ اهمیت خود را در

تبيين تحولات اين حوزه از دست داده است. در مقابل كسانى بودند كه بر تداوم ماهيت جنگ محور اين حوزه تاكيد داشتند. مفهوم ژئواكونومى در واقع يكي از ابزارهاى تحليلى برخى از اندشمندان است كه قائل به تغيير ماهيت سياست بين‌الملل مى‌باشند. [۷]

ساموئل هانتينگتون از ديگر كسانى بود كه به تحول مفهوم قدرت در دنياى پس از جنگ سرد توجه نشان داد. از منظر وي جمله مشهور كلاوزويتس كه جنگ ادامه سياست به زبان ديگر است در دوران جديد به اقتصاد تداوم جنگ به زبان ديگر است، تغيير يافته است. از منظر وي در دوره جديد كه امكان جنگ ميان قدرت‌هاى بزرگ بسيار كم‌رنگ شده، برترى اقتصادى نقش اصلى را در چينش كشورها در رده‌بندي قدرت جهانى ايفا مى‌كند. به بيان ديگر ابزارهاى كه كشورها با توسل به آن‌ها مى‌توانند موقعيت خود را ارتقا بخشند، از ابزارهاى سنتى همچون تانك، موشك، جنگنده و... به برترى در توليد، نفوذ در بازار، كنترل بازار، پول قدرتمند، مالكيت بر شركت‌ها و كسب فناورى‌هاى نوين تغيير كرده است. از همين روست كه او چالش اصلى ايالات متحده در اين دوره را تداوم برترى آمريكا در رقابت اقتصادى با ساير قدرت‌ها و نه رقابت سياسى-استراتژيك مى‌داند. [۸]

اما در اين دوران ادوارد لوتواك بيش از هر فرد ديگرى در اشاعه اين مفهوم در ادبيات روابط بين‌الملل نقش داشته است. از منظر وي ژئواكونومى به بياني ساده به معنای تداوم رقابت‌هاى قديمى ميان كشورها با توسل به ابزارهاى نوين صنعتى است. از اين منظر حوزه رقابت كشورها در واقع تغيير كرده و از سياست و بعد نظامى به اقتصاد گذر كرده است. به بياني ساده تسلط صنعتى و اقتصادى جايگزين تسلط نظامى و توسل به جنگ شده است. معيار قدرت در اين دوران ديگر نه گستردگى نيروى نظامى در پهنه جهانى و نفوذ در سرزمين‌ها، بلكه ميزان سهم از بازار جهانى است. از اين منظر در دوران جديد، هم علل و هم ابزارهاى رقابت كشورها اقتصادى‌اند. در واقع، مفهوم ژئواكونومى بدان معنا است كه ماهيت قدرت در دوران جديد تغيير كرده است و بايد به قدرت از زاويه اقتصادى نگريست. از

منظر وي در دنياى پساجنگ سرد، روش‌هاى اقتصادى-تجارى جايگزين روش‌هاى سياسى-نظامى براى بسط قدرت مى شده‌اند. به بيان ديگر سرمايه قابل عرضه جايگزين قدرت آتش، نوآورى‌هاى غيرنظامى جايگزين نوآورى‌هاى نظامى و نفوذ در بازارها جايگزين پاگاه‌هاى نظامى شده است. [۹]

اين مفهوم براى تبیین ماهيت قدرت برخى دولت‌ها از قابليت ويژه‌هاى برخوردار است. به‌طور تاريخى در دوران پس از جنگ جهانى دوم آلمان و ژاپن به‌عنوان دولت‌هاى تجارى و بعدها به‌عنوان قدرت‌هاى ژئواكونوميك مفهوم‌بندي شده‌اند، دولت‌هاى كه مهم‌ترين جنبه قدرت آنان در حوزه تجارت و كسب بازارهاى جديد است. چين را نيز مى‌توان قدرتى ژئواكونوميك ناميد، قدرتى كه رفتار آن در صحنه بين‌الملل از دو ويژگى اساسى برخوردار است:

۱- در وهله نخست به فتح بازارها و نه فتح سرزمين‌ها يا سلطه سياسى بر كشورها مى‌انديشد. به بيان ديگر چنين قدرتى اولويت نخست خود را ارتقاي موقعيت در اقتصاد جهانى تعريف مى‌كند و براى نيل به چنين هدفى توسعه بسط مناسبات با تعداد هرچه بيش‌ترى از كشورها و دورى از تنش‌هاى استراتژيك ضرورت و اهميت مى‌يابد.

۲- توليد و حفظ ثبات در محيط امنيتى از ديگر اولويت‌هاى قدرت‌هاى ژئواكونوميك بوده است. بديهى است كه بسط مناسبات اقتصادى و تجارى نيازمند ثبات و امنيت است. از اين رو، چنين كشورهائى همواره در جبهه طرفداران ثبات و امنيت در صحنه بين‌الملل قرار مى‌گيرند؛ زيرا ناامنى و بي‌ثباتى براى رشد و توسعه اقتصادى و تجارى آنان سمى مهلك است. [۱۱]

در اين چارچوب، كشورى با مختصات ايران كه يك دهه قبل استراتژى كلان خود را بر مبنای تبديل شدن به قدرتى اقتصادى طراحي كرده، در واقع بهبود موقعيت خود در چينش بازيگران در عرصه ژئواكونوميك را به‌عنوان آرمان مطرح كرده است. از همين رو سنجش عملکرد اين كشور نيز بايد بر مبنای شاخص‌هاى اين مفهوم صورت گيرد. همان‌گونه كه

اشاره شد، از منظر نظریه پردازان این حوزه، نفوذ در بازارها یکی از مهم‌ترین شاخص‌های بازتاب‌دهنده موقعیت یک کشور در صحنه ژئواکونومی است. بنابراین در ادامه بر پایه این شاخص تلاش خواهیم کرد تا تصویری از موقعیت ژئواکونومیک ایران در منطقه، به‌ویژه از زاویه مقایسه با موقعیت ترکیه به‌عنوان رقیب اصلی این کشور، ارائه کنیم.

۲. سنجش موقعیت ایران در شاخص ضریب نفوذ در بازارهای منطقه چشم‌انداز

میزان وابستگی تجاری کشورها به یکدیگر یکی از موضوعاتی است که می‌توان آن را با مفهوم سطح نفوذ هر کشور در بازار طرف مقابل مورد بررسی قرار داد. با سنجش سطح نفوذ هر کشور در بازار شریک تجاری‌اش، در واقع می‌توان قدرت کشور مورد بررسی در تاثیرگذاری بر بازار شریک مزبور را مشخص نمود. هرچه سطح نفوذ کشور در بازار طرف مقابل بیشتر باشد، نشان‌دهنده وابستگی بیشتر بازار طرف مقابل، به کالاهای تجاری این کشور است. یکی از متغیرهای تاثیرگذار بر تعیین سطح روابط سیاسی کشورها نیز که می‌تواند اهمیت داشته باشد، شاخص ضریب نفوذ یک کشور در بازار شریک تجاری‌اش می‌باشد. اگر یک شریک تجاری، میزان بیشتری از وارداتش را از کشور (های) مشخصی تامین نماید، این نکته بدان مفهوم می‌تواند باشد که این شریک تجاری به کشور (های) مزبور وابسته است. هرچند این موضوع ممکن است بدان معنا نیز باشد که روابط سیاسی بسیار حسنه طرفین باعث آن شده تا سهم آنان در واردات این کشور به‌شدت زیاد باشد.

شاخص ضریب نفوذ کشور الف در بازار کشور ب با محاسبه سهم کشور الف در کل واردات کشور ب به‌دست می‌آید. این سهم که به درصد بیان می‌شود، می‌تواند رقمی بین صفر تا صد به‌خود بگیرد. هرچه رقم مزبور به صد نزدیکتر باشد، بدان معنی است که سهم کشور الف در بازار کشور ب بالاتر بوده و در واقع نفوذ کشور الف در بازار کشور ب، بیشتر است و بالعکس.

درعین حال متغیر دیگری که می‌تواند در این خصوص مورد استفاده قرار گیرد، رتبه یک کشور در تامین واردات شریک تجاری است. این رتبه بین یک تا تعداد کل کشورهای جهان (حدود ۲۰۰ کشور) می‌تواند باشد. در این مورد هرچه رتبه کشور به یک نزدیکتر باشد، بدان معنی است که نفوذ کشور مورد بررسی در بازار شریک تجاری‌اش بیشتر است.

به بیان دیگر، هرچه سهم یک شریک تجاری در تامین واردات بازار کشور واردکننده بیشتر باشد، این شریک از قدرت نفوذ بالاتری در آن بازار برخوردار است. جایگاه بالاتر کشور ثالث در بازار یک کشور، به‌مفهوم توان رقابتی بالاتر این کشور ثالث در بازار کشور مورد بررسی خواهد بود. در ادامه، با بررسی سهم عمده‌ترین شرکای تجاری هر کشور صادرکننده به بازار این کشورها، میزان نفوذ این شرکا و ایران در این بازارهای هدف، مشخص می‌شود. [۱۱]

۱-۲. سهم شرکای عمده در بازار منطقه

کشورهای واردکننده منطقه چشم‌انداز که در اینجا به‌عنوان بازارهای هدف شناخته می‌شوند، شامل ۲۲ کشورند که در سه دسته کشورهای آسیای میانه (آذربایجان، ارمنستان، ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان، گرجستان)، کشورهای حاشیه خلیج فارس (بحرین، عربستان، عمان، کویت، قطر و یمن) و سایر کشورهای همسایه و منطقه (افغانستان، ترکیه، پاکستان، عراق، اردن، سوریه و لبنان) قابل تقسیم‌اند.

فهرست شرکای عمده تامین‌کننده نیازهای کالایی بازار کشورهای منطقه سند چشم‌انداز در قالب بیست عمده‌ترین کشور، ارائه شده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود کشورهای چین، آمریکا، امارات، روسیه و آلمان مهم‌ترین مبادی وارداتی بازارهای منطقه سند چشم‌انداز به حساب می‌آیند. این پنج کشور، در مجموع، قریب به ۳۷ درصد از کل واردات کشورهای منطقه را تامین می‌نمایند. چین به‌تنهایی و به‌طور متوسط بیش از یک‌ششم بازار این منطقه را تحت نفوذ خود دارد.

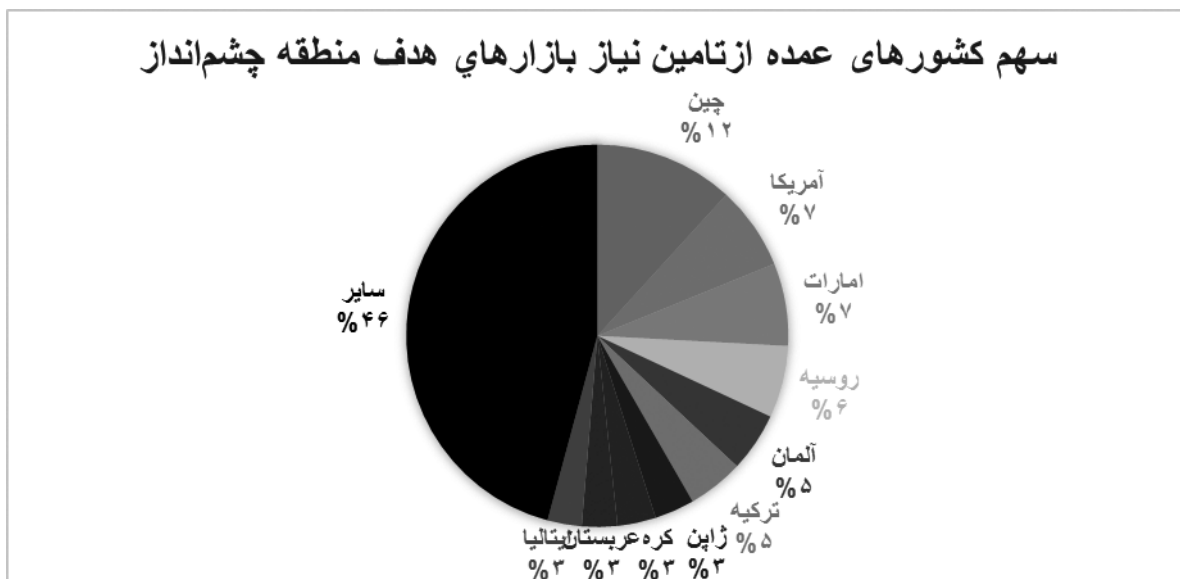
جدول ۱- فهرست شرکای عمده تامین کننده نیازهای وارداتی بازار کشورهای منطقه سند چشم‌انداز در سال ۲۰۱۱

رتبه	شریک تجاری	ارزش واردات	سهم هر کشور از تامین نیاز بازارهای هدف منطقه‌ای	رتبه	شریک تجاری	ارزش واردات	سهم هر کشور از تامین نیاز بازارهای هدف منطقه‌ای
۱	چین	۵۲۷۲۳/۲	۱۱/۷۸	۲	آمریکا	۳۱۶۴۲/۷	۷/۰۷
۳	امارات	۳۱۳۲۴/۷	۷	۴	روسیه	۲۷۲۸۶/۶	۶/۱
۵	آلمان	۲۲۳۶۴/۶	۵	۶	ترکیه	۲۱۱۷۴	۴/۷۳
۷	ژاپن	۱۵۰۹۱/۲	۳/۳۷	۸	کره	۱۴۵۹۳/۵	۳/۲۶
۹	عربستان	۱۳۴۰۸/۳	۳	۱۰	ایتالیا	۱۲۹۴۰/۵	۲/۸۹
۱۱	نامشخص	۱۰۳۸۷/۶	۲/۳۲	۱۲	هند	۹۶۴۳/۷	۲/۱۵
۱۳	سایر اتحادیه اروپا	۷۹۱۷/۶	۱/۷۷	۱۴	ایران	۷۴۴۷/۲	۱/۶۶
۱۵	فرانسه	۶۷۱۷/۱	۱/۵	۱۶	اوکراین	۶۱۸۰/۷	۱/۳۸
۱۷	کویت	۴۸۳۹/۴	۱/۰۸	۱۸	برزیل	۳۸۵۹/۳	۰/۸۶
۱۹	قزاقستان	۲۵۶۴/۹	۰/۵۷	۲۰	مصر	۲۳۳۸/۸	۰/۵۲

منبع: سایت نرم‌افزاری ویس (Wits)

از واردات کالایی این کشورها، در رتبه چهاردهم فهرست قرار گرفته است. دو کشور دیگر منطقه نیز در این فهرست در جایگاهی برتر از ایران قرار دارد و آن کشورهای امارات و عربستان است. این کشورها، توانسته با تامین هفت و سه درصد از نیازهای وارداتی کشورهای منطقه خود را در جایگاه سوم و نهم تامین‌کنندگان منطقه‌ای قرار دهند.

اما مقایسه میان جایگاه دو کشور ایران و ترکیه نشان‌دهنده آن است که نفوذ ترکیه در بازار منطقه با توانی بالاتر از ایران صورت پذیرفته و این امر نشانگر مزیت رقابتی بالاتر این کشور و کالاهای صادراتی آن در منطقه مورد بررسی است. ترکیه با قرار گرفتن در جایگاه ششم، ۴/۷ درصد از کالاهای وارداتی کل این بازار را تامین نموده است. ایران در مقایسه با ترکیه در جایگاه نسبتاً پایین‌تری قرار داشته و با تامین ۱/۷ درصد



نمودار ۱- نفوذ (سهم) کشورهای عمده در تامین نیاز بازارهای هدف منطقه چشم‌انداز در سال ۲۰۱۱

۲-۲. نفوذ شرکای عمده به تفکیک بازار کشورهای منطقه

همان گونه که تشریح شد، تامین کنندگان اصلی کشورهای منطقه سند چشم انداز طیفی از کشورهای جهان را شامل می شوند. در این میان ترکیه توانسته نسبت به سایر رقبای خویش بالاترین قدرت رقابتی و نفوذ را در بازار کشورهای آذربایجان، ترکمنستان، گرجستان، عراق و سوریه به نمایش بگذارد؛ امارات اصلی ترین شریک تجاری برای فروش کالا به کشورهای عمان، قطر،

کویت، یمن و پاکستان محسوب می شود. روسیه توانسته نسبت به رقبای خود، بیشترین نفوذ را در بازار کشورهای ارمنستان، ازبکستان، قرقیزستان و قزاقستان تثبیت نماید. چین اصلی ترین شریک برای تامین واردات کشورهای تاجیکستان، بحرین، عربستان است. کشورهای آمریکا، عربستان و پاکستان نیز به ترتیب در بازار کشورهای لبنان، اردن و افغانستان، از برتری نسبی برخوردارند.

جدول ۲- سهم شرکای عمده در بازارهای هدف منطقه چشم انداز (میلیون دلار- درصد (کل واردات بانفت))

کشور واردکننده (سال)	شرکای عمده (سهم از بازار واردکننده)	سهم پنج تامین کننده اصلی از کل بازار واردکننده	رتبه و (سهم) ایران	رتبه و (سهم) ترکیه
واردات کشورهای آسیای میانه و قفقاز				
آذربایجان (۲۰۱۲)	ترکیه (۱۵/۸)، روسیه (۱۴/۲)، آلمان (۸/۱)، آمریکا (۷/۴) و چین (۶/۶)	۵۲/۲	۱۴ و (۱/۸)	۱ و (۱۵/۸)
ارمنستان (۲۰۱۲)	روسیه (۲۵/۸)، چین (۹/۷)، ایران (۵/۴)، اوکراین (۵/۳) و ترکیه (۵/۲)	۵۱/۴	۳ و (۵/۴)	۵ و (۵/۳)
ازبکستان (۲۰۱۱)	روسیه (۱۷/۰)، کره (۱۴/۷)، اتحادیه اروپا (۱۴/۰)، چین (۱۱/۶) و قزاقستان (۱۰/۱)	۶۷/۵	۱۸ و (۰/۶)	۷ و (۳/۰)
تاجیکستان (۲۰۱۱)	چین (۴۷/۲)، روسیه (۱۷/۱)، قزاقستان (۸/۴)، ایران (۴/۳) و آمریکا (۴/۲)	۸۱/۲	۴ و (۴/۳)	۷ و (۴/۱)
ترکمنستان (۲۰۱۱)	ترکیه (۱۹/۳)، اتحادیه اروپا (۱۵/۴)، روسیه (۱۴/۴)، چین (۱۰/۱) و ایران (۶/۲)	۶۵/۴	۵ و (۶/۲)	۱ و (۱۹/۳)
قرقیزستان (۲۰۱۲)	روسیه (۳۳/۲)، چین (۲۲/۵)، قزاقستان (۹/۷)، آمریکا (۴/۷) و ژاپن (۴)	۷۴/۱	۲۵ و (۰/۲)	۷ و (۳/۳)
قزاقستان (۲۰۱۲)	روسیه (۳۸/۳)، چین (۱۶/۹)، اوکراین (۶/۵)، آلمان (۵/۱) و آمریکا (۴/۸)	۷۱/۶	۴۷ و (۰/۱)	۱۰ و (۱/۸)
گرجستان (۲۰۱۲)	ترکیه (۱۷/۸)، آذربایجان (۸/۱)، اوکراین (۷/۶)، چین (۷/۲) و آلمان (۶/۸)	۴۷/۶	۱۸ و (۱/۳)	۱ و (۱۷/۸)
واردات کشورهای جنوب خلیج فارس				
بحرین (۲۰۱۱)	چین (۱۳/۴)، برزیل (۱۲/۴)، آمریکا (۸/۲)، عربستان (۶/۱) و ژاپن (۵/۸)	۴۵/۹	۵۸ و (۰/۱)	۱۷ و (۱/۴)
عربستان (۲۰۱۱)	چین (۱۳/۱)، آمریکا (۱۲/۴)، آلمان (۶/۸)، ژاپن (۶/۳) و کره (۵/۹)	۴۴/۴	۷۱ و (۰/۴)	۱۵ و (۱/۸)
عمان (۲۰۱۲)	امارات (۲۳)، نامشخص (۲۳)، هندوستان (۵/۲)، چین (۴/۹) و برزیل (۴/۲)	۶۰/۴	۲۴ و (۰/۷)	۲۵ و (۰/۷)
قطر (۲۰۱۲)	امارات (۶۷/۱)، بحرین (۴/۲)، هندوستان (۳/۶)، استرالیا (۲/۹) و برزیل (۲/۸)	۸۰/۶	۹ و (۱/۲)	۱۸ و (۰/۴)
کویت (۲۰۰۹)	امارات (۱۵)، آمریکا (۸/۹)، چین (۷/۹)، عربستان (۷/۴) و آلمان (۷/۲)	۴۶/۳	۲۸ و (۰/۶)	۱۹ و (۱/۲)
یمن (۲۰۱۲)	امارات (۹/۵)، سوئیس (۸/۸)، هلند (۷/۹)، چین (۷/۵) و هندوستان (۵/۸)	۳۹/۵	۴۲ و (۰/۲)	۱۱ و (۳/۰)
واردات کشورهای همسایه و سایر کشورهای منطقه سند چشم انداز				
افغانستان (۲۰۰۶)	پاکستان (۲۹/۲)، ایران (۱۴/۸)، آمریکا (۱۱/۹)، آلمان (۷/۳) و هندوستان (۵/۳)	۶۸/۶	۲ و (۱۴/۸)	۱۴ و (۱/۳)
پاکستان (۲۰۱۲)	امارات (۱۶/۵)، چین (۱۵/۳)، عربستان (۹/۸)، کویت (۹/۶) و مالزی (۴/۹)	۵۶/۰	۴۰ و (۰/۳)	۳۳ و (۰/۴)
عراق (۲۰۱۱)	ترکیه (۲۲/۲)، اتحادیه اروپا (۱۳/۱)، ایران (۱۲/۴)، چین (۱۰/۲) و آمریکا (۶/۳)	۶۴/۳	۳ و (۱۲/۴)	۱ و (۲۲/۲)
اردن (۲۰۱۱)	عربستان (۲۲/۸)، چین (۱۰)، آمریکا (۵/۹)، ایتالیا (۵/۳) و آلمان (۴/۳)	۴۸/۲	۶۷ و (۰/۴)	۱۰ و (۳/۰)
سوریه (۲۰۱۰)	ترکیه (۹/۵)، چین (۸/۸)، ایتالیا (۷/۴)، اوکراین (۶/۵) و روسیه (۶/۳)	۳۸/۵	۱۴ و (۱/۷)	۱ و (۹/۵)
لبنان (۲۰۱۲)	آمریکا (۱۱/۲)، ایتالیا (۸/۶)، چین (۸/۲)، فرانسه (۷/۲) و آلمان (۵/۶)	۴۰/۹	۵۷ و (۰/۲)	۶ و (۴/۶)

منبع: برای کشورهای ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان و عراق (بر آوردی از Wits-Comtrade)، اردن، پاکستان، سوریه، عربستان، عمان، قرقیزستان، قطر، لبنان ۶۷ و یمن (Wits-Comtrade)، آذربایجان، ارمنستان، افغانستان، بحرین، قزاقستان و گرجستان (Wits-Trains) و کویت (WTO-IDB).
سال مورد اشاره در کنار نام کشور واردکننده، آخرین سالی بوده که آمار واردات کشور مزبور در منبع فوق، موجود بوده و مورد استفاده قرار گرفته است.

دومین کشور تامین کننده نیاز وارداتی این کشور حضور خوبی را در این بازار به دست آورد. همچنین در بازار کشورهای ارمنستان

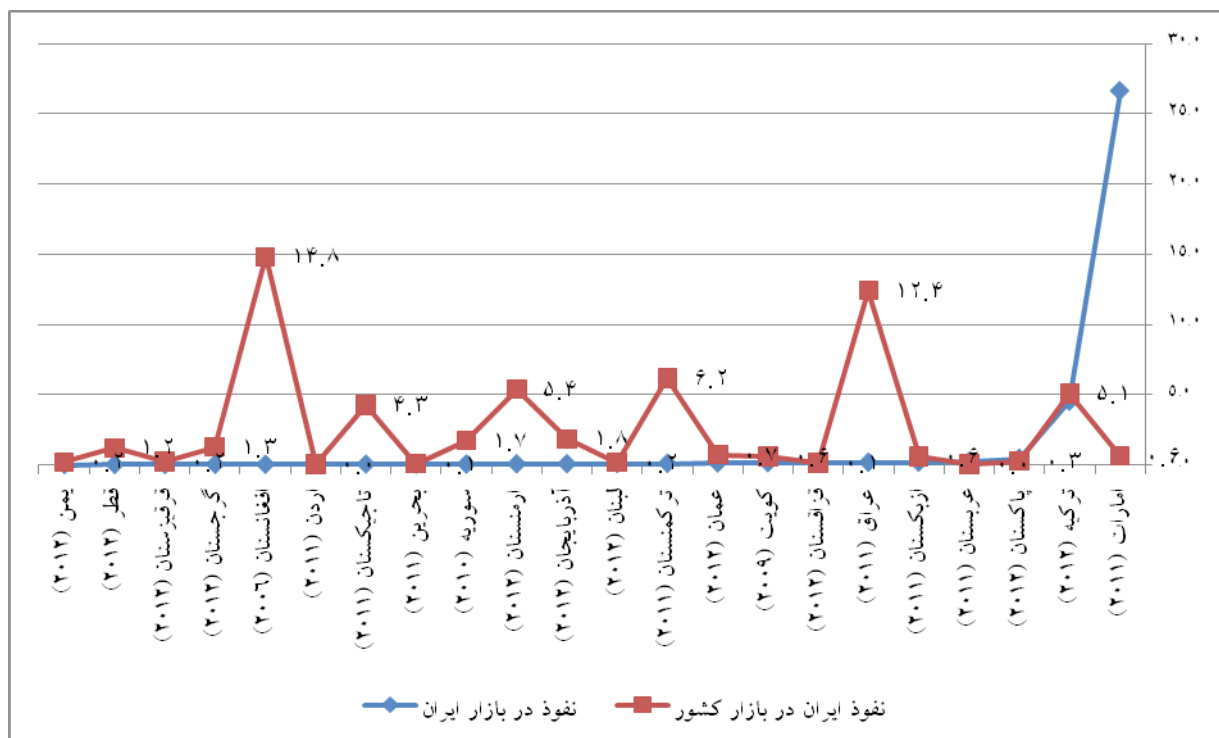
در این میان ایران، بهترین موقعیت و نفوذ تجاری را در بازار کشور افغانستان دارد که پس از پاکستان، توانسته به عنوان

و عراق در جایگاه سوم، در بازار تاجیکستان در رتبه چهارم، در بازار ترکمنستان، در رتبه پنجم و در بازار قطر در جایگاه نهم تامین‌کنندگان نیازهای وارداتی این کشورها قرار گرفته است. اما در بازار سایر کشورهای منطقه‌ای در جایگاه‌های پایین‌تری قرار گرفته و موقعیت‌اش از رتبه چهاردهم در بازار سوریه و آذربایجان تا مقام هفتادویکم در بازار عربستان در نوسان بوده و در واقع از نفوذ تجاری بسیار ضعیف‌تری در این بازارها برخوردار است (جدول ۲).

۲-۲-۱. نفوذ متقابل ایران و کشورهای منطقه در بازار یکدیگر

نفوذ یک کشور در بازارهای سایر کشورها و همچنین وابستگی سایرین به بازار این کشور را می‌توان یکی از شاخص‌های

کلیدی سنجش قدرت و قابلیت ژئواکونومیک آن محسوب نمود. در ادامه، نفوذ متقابل ایران و کشورهای منطقه در بازار یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد. نفوذ ایران در بازار تک‌تک کشورهای منطقه براساس درصد سهم ایران در کل واردات این کشورها، شامل نفت‌خام، طی سال ۲۰۱۱ مورد بررسی قرار گرفته است. ایران در بازار دو کشور افغانستان و عراق سهمی بالاتر از ده درصد داشته است. سهم ایران در بازار این دو کشور در سال مزبور به ترتیب ۱۴/۸ و ۱۲/۴ درصد بوده است. سهم ایران در بازار کشورهای ترکمنستان، ارمنستان، ترکیه و تاجیکستان بیش از دو درصد بوده و سهمش در سایر بازارها کمتر از این مقدار بوده است.



نمودار ۲- نفوذ ایران در بازار کشورهای منطقه (سال ۲۰۱۱) و نفوذ کشورهای منطقه در بازار ایران (درصد سهم با نفت)

اما نفوذ کشورهای منطقه در بازار ایران جلوه بسیار متفاوتی داشته است. لازم به ذکر است که این بررسی براساس درصد سهم این کشورها در کل واردات ایران طی سال‌های مختلف (که در پرانتز کنار نام کشورها مشخص شده است)، صورت پذیرفته و البته دلیل آن نبود آمار برای سال‌های جدیدتر بوده

است. در مجموع دو کشور امارات متحده عربی و ترکیه بیشترین نفوذ را در میان کشورهای منطقه‌ای در بازار ایران داشته‌اند. سهم این دو کشور از واردات ایران به ترتیب ۲۶/۶ و ۵/۱ درصد بوده است. سهم سایر کشورهای منطقه در سال‌های آماری ارایه شده، کمتر از ۰/۵ درصد بوده است (نمودار ۲).

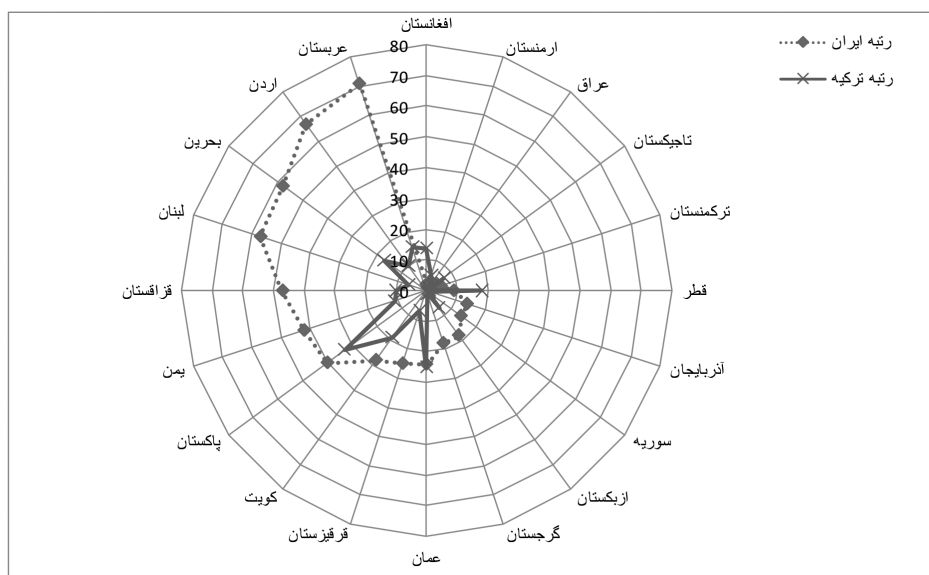
۳. مقایسه جایگاه ایران و ترکیه در بازار کشورهای منطقه چشم‌انداز

ترکیه مهم‌ترین رقیب ایران در منطقه چشم‌انداز است، رقیبی که برنامه‌های بلندپروازانه‌ای برای بسط نفوذ بر ژئواکونومی و ژئوپولیتیک منطقه طراحی کرده و تاکنون نیز در اجرای این برنامه‌ها، توفیقات مهمی کسب نموده است. در این بخش، ضریب نفوذ ایران در مقایسه با ترکیه به‌عنوان برترین کشور منطقه از لحاظ تجاری و اقتصادی، مورد بررسی تطبیقی قرار گرفته است. این بررسی علاوه بر سهم این دو کشور در بازارهای منطقه‌ای، رتبه آن‌ها در واردات این کشورها را نیز در نظر می‌گیرد. از سوی دیگر، نفوذ کشورهای منطقه در بازار این دو کشور نیز بررسی شده است.

همان‌گونه که در نمودار (۳) نیز مشهود است، ترکیه در اغلب بازارهای منطقه مورد بررسی از نفوذ بالاتری نسبت به ایران برخوردار می‌باشد. جهت عینی شدن نفوذ دو کشور مورد نظر در بازارهای منطقه‌ای، از دایره‌های متحدالمرکز استفاده شده است.

در این نمودار هرچه یک کشور از نفوذ بیشتری در بازار هدف برخوردار باشد، نماد نشانگر جایگاه آن کشور به مرکز دایره نزدیکتر خواهد بود. در طرف مقابل، هرچه نماد نشانگر یک کشور از مرکز دایره دورتر باشد، بدان معنی خواهد بود که کشور مزبور در بازار مورد بررسی از نفوذ کمتری برخوردار می‌باشد.

بر مبنای این نمودار می‌توان گفت که ایران به لحاظ ضریب نفوذ، فقط در اندکی از این بازارها، نسبت به ترکیه پیشرو می‌باشد. کشورهایی که در تامین واردات خود از کالاهای ایرانی بیش از کالاهای ترکیه‌ای بهره می‌گیرند شامل افغانستان، ارمنستان، تاجیکستان و قطر می‌گردند. اما سایر کشورهای منطقه چشم‌انداز از ترکیه کالاهای بیشتری را نسبت به کالاهای ایرانی خریداری و وارد نموده‌اند. این کشورها شامل آذربایجان، ازبکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان و گرجستان از کشورهای آسیای میانه و قفقاز؛ بحرین، عربستان، عمان، کویت و یمن در جنوب خلیج فارس و کشورهای پاکستان، عراق، سوریه، اردن و لبنان می‌شوند.



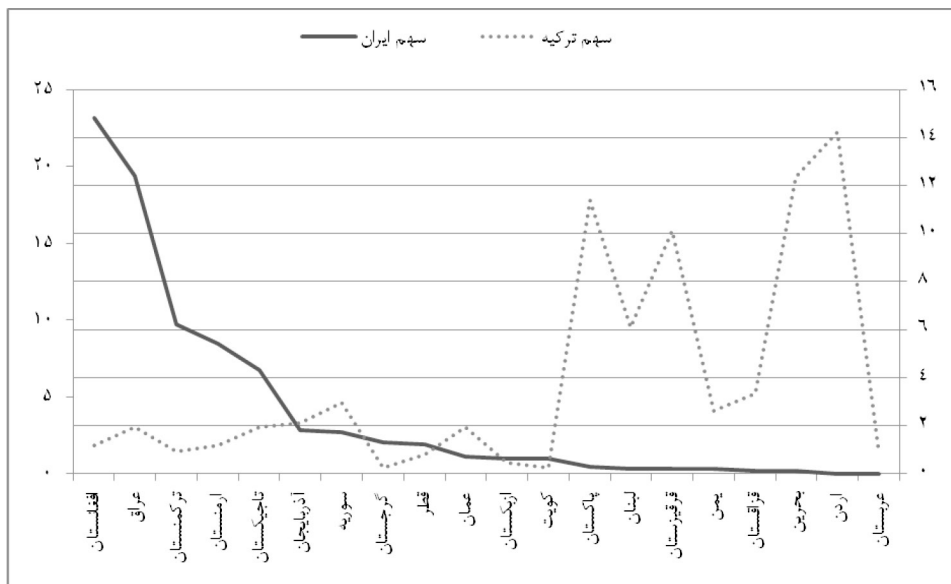
نمودار ۳- جایگاه (رتبه) ایران و ترکیه در بازار وارداتی هریک از کشورهای منطقه چشم‌انداز

آنست‌که سهم ایران و ترکیه در بازار کشورهای آذربایجان، ازبکستان، گرجستان، سوریه، عمان، قطر و کویت تا حد زیادی

این مضمون در نمودار (۴) نیز به وضوح مشهود است. اما نکته‌ای که شاید بسیار قابل تامل و نیز ملموس‌تر باشد،

به یکدیگر نزدیک بوده و این دو کشور در رقابتی تنگاتنگ در این بازارها مشغول فعالیت می‌باشند و از درجه نفوذ نسبتاً مشابهی برخوردارند. اما میزان نفوذ ایران و ترکیه در سایر بازارهای هدف منطقه به شدت متفاوت می‌باشد. هر جا که ترکیه از نفوذ بالاتری برخوردار است، ایران جایگاه چندان بالاهمیتی در آن بازار ندارد و در معدود بازارهایی نیز که ایران از نفوذ بالاتری نسبت به ترکیه

برخوردار است، کشور مزبور از جایگاه کم‌اهمیت‌تری در آن بازار برخوردار می‌باشد. البته این مساله لزوماً بدان معنی نیست که دو کشور فوق یا یکی از آنها با برنامه‌ریزی مشخصی به دنبال تصاحب بازار کشور مقابل است یا حداقل این بررسی نیاز به مطالعه عمیق‌تری دارد. [۱۲]



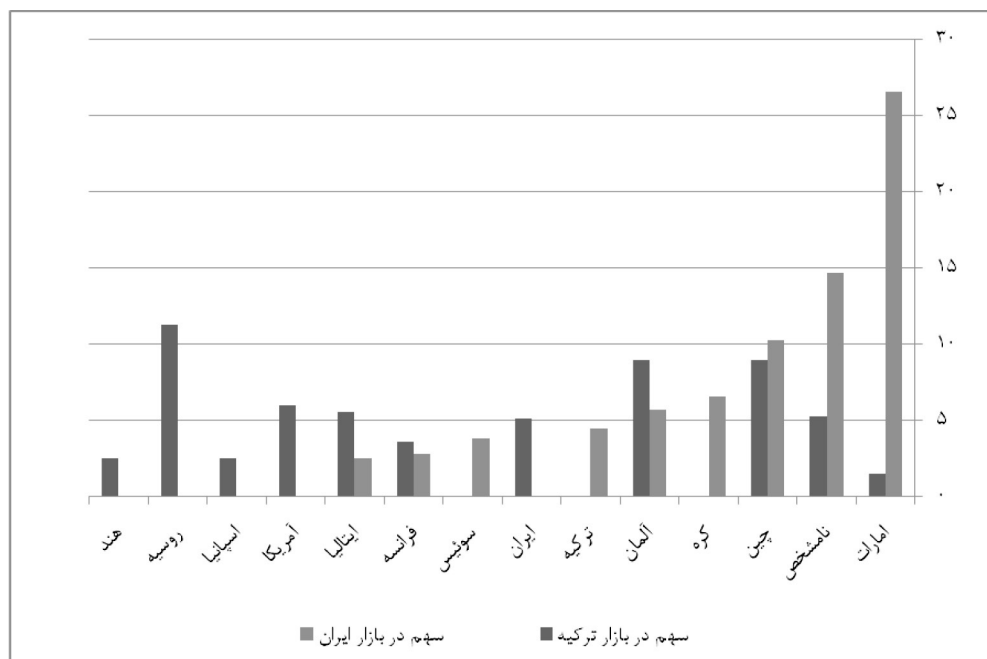
نمودار ۸- نفوذ (سهم) ایران و ترکیه در تامین نیازهای تجاری هریک از کشورهای منطقه چشم‌انداز

۳-۱. نفوذ کشورهای منطقه سند چشم‌انداز در بازار ایران و ترکیه

بیش از نیمی (۵۱/۶ درصد) از واردات ایران توسط سه مبدا تامین می‌گردد. کشورهای امارات، نامشخص و چین از بیشترین نفوذ در بازار ایران برخوردار شده‌اند. این کشورها به ترتیب ۲۶/۶، ۱۴/۷ و ۱۰/۳ درصد از کل واردات ایران را از آن خویش نموده‌اند. آلمان و کره جنوبی در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. ترکیه با تامین ۴/۵ درصد از نیاز وارداتی ایران، جایگاه ششم فهرست عمده شرکای تجاری ایران در این زمینه را از آن خویش نموده است.

اما ترکیه با متنوع نمودن شرکای تجاری خویش، هفت کشور را مبدا تامین نیمی (۵۱/۳ درصد) از واردات خود نموده است. روسیه به‌عنوان بزرگ‌ترین شریک تجاری این کشور،

تنها در ۱۱/۳ درصد از بازار این کشور نفوذ دارد. کشورهای آلمان، چین، آمریکا، ایتالیا، نامشخص و ایران به ترتیب در ۹، ۹، ۶، ۵/۶، ۵/۳ و ۵/۱ درصد از بازار این کشور نفوذ نموده و تامین کالا را برای این سهم از بازار کالاهای وارداتی ترکیه در اختیار گرفته‌اند. آنچه‌آنکه بیان شد هرچند ایران در بازار ترکیه در مقامی پایین‌تر از جایگاه ترکیه در تامین واردات ایران دارد، اما میزان نفوذ ایران در بازار ترکیه بیش از میزان نفوذ ترکیه در بازار ایران است. به‌طوری‌که سهم ایران در تامین واردات ترکیه بیش از سهم ترکیه در تامین واردات ایران است. آمار واردات نفت ترکیه از ایران برای سال ۲۰۱۱ در اختیار نمی‌باشد، اما در سال ۲۰۱۰ معادل ۵۴/۵ درصد از کل واردات ترکیه از ایران سهم نفت‌خام بوده است. ایران در این سال، ۴۳/۲ درصد از نیاز ترکیه به نفت‌خام را تامین نموده است (نمودار ۵).

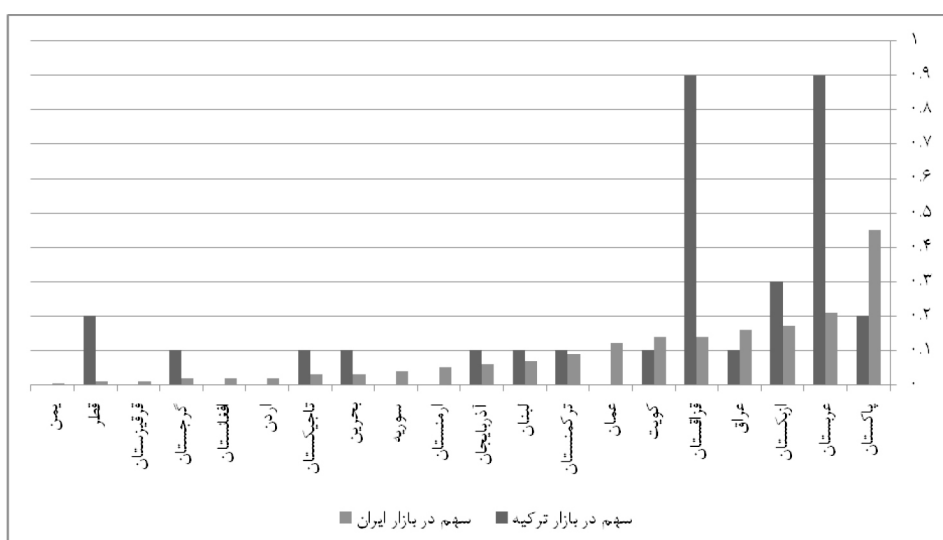


نمودار ۵- نفوذ (سهم) شرکای عمده طرف تجاری در بازار ایران و ترکیه

و ترکیه بجز در مورد روابط دوطرفه و نیز سهم امارات از تامین نیازهای وارداتی این دو کشور بسیار اندک بوده است. سهم این کشورها از بازار ایران حداکثر به ۰/۴۵ درصد می‌رسد که متعلق به صادرات پاکستان به ایران است؛ همچنین در مورد بازار ترکیه حداکثر به ۰/۸ درصد می‌رسد که متعلق به صادرات عربستان به این کشور می‌شود (نمودار ۶).

با فرض اینکه سهم نفت‌خام از واردات ترکیه از ایران در سال ۲۰۱۱ نیز همین مقدار بوده باشد، نفوذ صادرات غیرنفتی ایران در بازار ترکیه تنزل می‌یابد. به طوری که سهم ایران از تامین کالاهای وارداتی این کشور به ۲/۳ درصد از کل کاهش یافته و رتبه ایران به مقام دهم فهرست عمده شرکای تجاری این کشور افول کرده است.

اما نفوذ کشورهای منطقه در تامین نیازهای وارداتی ایران



نمودار ۶- نفوذ (سهم) شرکای منطقه‌ای در تامین واردات ایران و ترکیه

۴. لزوم رفع تعارض اولویت‌ها در مسیر قدرت‌یابی

با عنایت به آنچه آمد می‌توان گفت که ضریب نفوذ ایران در بازارهای منطقه چشم‌انداز بسیار اندک است، به‌گونه‌ای که شکاف عظیمی میان توان ژئواکونومیک این کشور و ترکیه شکل گرفته است. اگر عقب‌ماندگی ایران از رقبای حوزه‌هایی چون خطوط لوله، تبدیل شدن به هاب‌های تجاری و اقتصادی، جذب سرمایه خارجی، عدم الحاق به سازمان جهانی تجارت و ناتوانی در انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی با سایر کشورها را نیز مد نظر قرار دهیم، می‌توان حاشیه‌ای بودن ایران در صحنه ژئواکونومی منطقه چشم‌انداز را به روشنی مشاهده کرد.

دلایل مختلفی می‌توان برای وقوع چنین وضعیتی مطرح کرد. طبیعتاً عواملی همچون محیط امنیتی پرآشوب و تحریم‌های بین‌المللی به‌عنوان عوامل محدودکننده مطرحند. اما در این میان تعارض اولویت‌های کلان ایران مهم‌ترین نقش را در ناکامی کشور در نفوذ به بازارهای منطقه و ارتقای موقعیت ژئواکونومیک ایفا کرده است. ایران از یکسو در قالب سند چشم‌انداز هدف کلان خود را تبدیل شدن به قدرتی اقتصادی و علمی تعریف کرده و از دیگر سو در یک دهه اخیر در عمل نفوذ ژئوپولیتیک در منطقه را در اولویت قرار داده است. در یک دهه اخیر برنامه هسته‌ای، نفوذ در بحران افغانستان و عراق، تاثیرگذاری بر بهار عربی و نهایتاً ایفای نقش در بحران سوریه، اولویتهای استراتژیک کشور بوده‌اند. بدیهی است که پیگیری چنین اولویتهایی نمی‌تواند به تبدیل شدن کشور به قدرتی ژئواکونومیک مدد رساند.

از همین روست که در وضعیت کنونی در تمامی صحنه‌های ژئوپولیتیک منطقه، نقش ایران برجسته است. اما در حوزه‌هایی چون نفوذ در بازارها، برتری در تولید، تبدیل شدن به هاب اقتصادی یا تجاری، توان سرمایه‌گذاری در دیگر کشورها و... که جملگی شاخص‌های قدرت ژئواکونومیک یک کشور به شمار می‌آیند، ایران جایگاه نازلی دارد.

در نقطه مقابل، ترکیه در یک دهه اخیر و با روی کار آمدن اسلامگرایان، فتح بازارهای منطقه را به‌عنوان اولویت نخست

سیاست خارجی توسعه‌گرایی خود تعریف کرده و توانسته با اتخاذ سیاست‌های هوشمندانه تجاری و اقتصادی از جمله انعقاد موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد با طیف وسیعی از کشورها، لغو ویزا با بیش از ۱۰۰ کشور و بهره‌گیری از نفوذ سیاسی برای پیشبرد منافع شرکت‌های ترک در کشورهای مختلف، سهمی رو به افزایش از بازار منطقه را به خود اختصاص دهد. البته در مواردی همچون سوریه، اولویت‌های ژئوپولیتیک و ژئواکونومیک این کشور دچار تعارض شده‌اند، اما این تعارض حداقلی بوده است. شاهد این مدعا آنکه تیره شدن مناسبات این کشور با روسیه در ماه‌های اخیر چندان به درازا نکشید و احیای نفوذ تجاری و تعامل اقتصادی محرک اصلی تجدید مناسبات عادی با روسیه بود. در حالیکه در مورد ایران، تعارض اولویت‌ها حداکثری بوده است. شاید از آن رو که چندان آگاهی یا توجهی به الزامات تحقق هدف کلیدی سند چشم‌انداز وجود نداشته است. به بیانی ساده‌تر احتمالاً سیاستگذاران تعارضی میان پی‌گیری اولویت‌های ژئوپولیتیک و حضور فعال در تمامی بحران‌های منطقه خاورمیانه از یکسو و تلاش برای تبدیل شدن به قدرتی ژئواکونومیک از دیگر سو احساس نمی‌کرده‌اند. اما همان‌گونه که تجربه ایران در یک دهه اخیر به روشنی نشان می‌دهد، پی‌گیری توأمان اولویت‌های ژئوپولیتیک و ژئواکونومیک، کشور را دچار تعارض اولویت‌ها می‌سازد.

افزون بر این پیگیری اولویت‌های ژئوپولیتیک باعث شده تا حساسیت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به قدرت‌یابی ایران به گونه‌ای بی‌سابقه در یک دهه اخیر افزایش یابد. تشدید تحریم‌های بین‌المللی در دوران دولت دهم و تیره شدن روابط کشور با اغلب بازیگران منطقه‌ای را می‌توان نمادهای افزایش حساسیت‌ها در مورد مسیر قدرت‌یابی ایران دانست. در چنین شرایطی طبیعتاً پیشبرد اهداف ژئواکونومیک که بیش از هر چیز به ثبات در محیط امنیتی و اعتماد کشورها به یکدیگر نیازمند است، با دشواری‌های متعددی روبرو بود. به دیگر سخن ترکیب این عوامل باعث شده تا نفوذ ایران در اغلب بازارها منطقه بسیار اندک باشد.

همان‌گونه که نشان داده شد، توان بالفعل ژئواکونومیک ایران در منطقه چشم‌انداز بسیار ضعیف است و این ضعف در مقایسه با توان ژئواکونومیک ترکیه به روشنی بیش‌تر مشخص می‌شود. از این رو برون‌رفت از وضع موجود را باید به مثابه الزامی استراتژیک برای کشور محسوب نمود.

برای برون‌رفت از وضع موجود، پایان دادن به تعارض اهداف در سیاست‌گذاری کلان کشور واجد اهمیت است. به بیان دیگر بازاندیشی در مسیر قدرت‌یابی کشور ضروری است. به‌طور سنتی فهم غالب از قدرت ملی در کشور طی یک سده اخیر، فهمی نظامی-امنیتی بوده است. در چارچوب این فهم، نفوذ در سرزمین‌ها و کسب اهرم‌های ژئوپولتیکی اولویت اصلی سیاست خارجی و امنیتی کشور بوده است. این مسیر در سه دهه اخیر با حساسیت روزافزون قدرت‌های غربی و بسیاری از بازیگران منطقه‌ای روبرو بوده و قدرت‌یابی ایران را با هزینه‌ها و دشواری‌های متعددی مواجه ساخته است. افزون بر این پیگیری مسیر ژئوپولتیکی قدرت‌یابی باعث شده تا نقش اقتصاد به‌عنوان مولفه‌ای بنیادین در قدرت ملی به‌گونه‌ای روزافزون ضعیف گردد، از همین روست که در وضعیت کنونی عدم توازن آشکاری در مولفه‌های قدرت ملی ایران بروز یافته و ضعف اقتصادی به پاشنه آشیل کشور تبدیل شده است.

این در حالی است که تاریخ روابط بین‌الملل به روشنی نشان می‌دهد مسیر موفق قدرت‌یابی کشورها همواره از حوزه ژئواکونومی آغاز شده و پس از تثبیت پایه‌های قدرت اقتصادی و تغییر موازنه ژئواکونومیک به سود خود، به‌تدریج در پی تغییر موازنه قدرت نیز برآمده‌اند. ایالات متحده قرن ۱۹ و چین کنونی از مهم‌ترین نمادهای چنین رویکردی به شمار می‌آیند.

اما در ایران پیش از آنکه بنیان‌های اقتصادی قدرت ملی تثبیت شود، اشتباهی فراوانی برای قدرت‌یابی ژئوپولتیکی ابراز شده است. به بیان دیگر تقدم و تاخر منطقی در مسیر قدرت‌یابی کشور نادیده گرفته شده است. بنابراین برای تحقق هدف کانونی سند چشم‌انداز ضروریست که مسیر قدرت‌یابی کشور بازتعریف

شود، به‌گونه‌ای که اولویت در سیاست خارجی به فتح بازارها و نه نفوذ سیاسی در سرزمین‌ها داده شده و پرچم به دنبال تجارت حرکت کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. رضایی، ۱۳۷۸.

۲. عابدین مقانکی، ۱۳۸۴، ص. ۲۹.

3. Kayd, 2011.
4. Merriam-Webster, 2014.
5. Baru, 2012.
6. Zarate, 2012.
7. Solberg, 2012.
8. Huntington, 1993.
9. Luttwak, 1990.
10. Kundnani, 2011.
11. International Trade Center, 2010.
12. Landesman, 2008.

منابع

رضایی، محسن (۱۳۸۷) متن ابلاغیه سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران درافق ۱۴۰۴ هجری شمسی. تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام.

عابدین مقانکی، محمدرضا (۱۳۸۴) "پیامدهای برقراری ترتیبات تجاری ترجیحی در غرب آسیا بر بخش خارجی ایران." پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۷.

عابدین مقانکی محمدرضا (۱۳۸۴). پیامدهای بازرگانی برقراری ترتیبات تجاری ترجیحی میان ایران و کشورهای عربی. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

— (۱۳۸۵) اولویت بندی صنایع ایران براساس رقابت پذیری در بازارهای جهانی با هدف منطقی نمودن سیاست‌های حمایتی تجاری. تهران: موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.

Baru, S. (2012). Understanding Geo-economics and Strategy. Survival, 13-21.

Cadot, O. (2011). Trade diversification, income and growth: What do we know. London: Ferdi Research.

Doi, N. (1984). Market structure and international trade in Japan's industry. Kawansei Gakuin:

- School of Economics, Kawansei Gakuin University.
- Huntington, S. P. (1993). Why International Primacy Matters. *International Security* , 68-90.
- International Trade Center. (2000). The trade predominance index. Geneva: International Trade Center.
- International Trade Center. (2010). The Trade Performance Index. Geneva: International Trade Center.
- Kayd, S. (2011). Speech entitled "Vision 2023: Turkey's Foreign Policy Objectives" delivered by H.E. Ahmet Davutoğlu, Minister of Foreign Affairs of the Republic of Turkey at the Turkey Investor Conference: The road to 2023 organized by Goldman Sachs. Ankara: Republic of Turkey, Ministry of Foreign Affairs.
- Kundnani, H. (2011). Germany as a Geo-economic Power. *The Washington Quarterly* , 31-45.
- Landesman, M. (2008). International trade and economic diversification: Patterns and policies in the transition economics. London: WIIW Research report.
- Luttwak, E. N. (1990). From geopolitics to geoeconomics: Logic of conflict, grammar of commerce. *The National Interest* , 17-23.
- Merriam-Webster. (2014, 01 02). geoeconomics. Retrieved 01 02, 2014, from Merriam-Webster: <http://www.merriam-webster.com>
- Solberg, K. S. (2012). *Geoeconomics*. London: bookboon.
- Zarate, J. (2012). *Playing a New Geoeconomic Game*. Washington D.C.: Center for Strategic and International Studies.