



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

## دیپلماسی اقتصادی ترکیه



مهر ۱۴۰۱

شناسنامه گزارش



مرکز پژوهش‌های اتاق ایران

عنوان:

دیپلماسی اقتصادی ترکیه

مدیریت اقتصاد کلان و آینده پژوهی

تاریخ انتشار: مهر ۱۴۰۱

واژه‌های کلیدی: شاخص‌های اقتصادی، ساختار نهادی، دیپلماسی اقتصادی، مدل هماهنگی، استراتژی توسعه صنعتی، ترکیه، محیط همسایگی

نشانی: تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵



## فهرست مطالب

۵	خلاصه مدیریتی
۶	درآمد
۷	۱- شاخص های اقتصادی ترکیه
۹	۲- ساختار نهادی دیپلماسی اقتصادی ترکیه
۱۲	۳- دیپلماسی اقتصادی ترکیه: اسناد بالادستی
۱۸	۴- روند تحول در دیپلماسی اقتصادی ترکیه
۲۹	۵- استراتژی جدید دیپلماسی اقتصادی ترکیه
۳۴	نتیجه گیری





## خلاصه مدیریتی

- ترکیه شاید مهمترین شریک و رقیب اقتصادی و سیاسی ایران در محیط همسایگی است. این کشور دروازه‌ای برای دسترسی ایران به اروپا، بازار مهم انرژی و شریک اقتصادی کلیدی است. در عین حال ترکیه رقابت ژئوپلیتیک و ژئواکونومیک گسترده‌ای را با ایران پیگیری می‌کند. شناخت دیپلماسی اقتصادی این کشور برای بخش خصوصی و دولت ایران واجد اهمیت است.
- اقتصاد سیاسی ترکیه در دو دهه اخیر دگرگون شده است. رشد اقتصادی دوام‌دار این کشور، جهش صادرات آن و تنیدگی فزاینده این کشور در اقتصاد جهانی نمادهای این دگرگونی‌اند. اما در عین حال ترکیه در آخرین سال دو دهه منتهی به ۲۰۲۳ که صدسالگی جمهوری نوین و سال جشن گرفتن این موفقیت‌هاست با چنان تورمی مواجه است که می‌تواند این دستاوردها را با خطرات جدی مواجه نماید. اینکه ترکیه ۲۰۲۳ در تداوم دو دهه اخیر در مسیر موفقیت گام بر می‌دارد یا وارد دوره جدید زوال می‌شود هنوز چندان روشن نیست، اما بلندپروازی‌های ژئواکونومیک و ژئوپلیتیک این کشور همچنان تداوم دارد.
- ساختار نهادی دیپلماسی اقتصادی ترکیه در قالب مدل هماهنگی قابل مفهوم بندی است. طیف وسیعی از نهادهای بخش دولتی و خصوصی در شکل دهی به دیپلماسی اقتصادی این کشور نقش آفرینی می‌کنند. در این میان نقش وزارت اقتصاد و وزارت بازرگانی برجسته تر است. وزارت امور خارجه نیز در سال‌های اخیر از حاشیه به متن دیپلماسی اقتصادی ترکیه آمده است.
- دستور کار دیپلماسی اقتصادی ترکیه در سال‌های اخیر متاثر از "چشم انداز ۲۰۲۳" و استراتژی توسعه صنعتی این کشور، متحول شده است. چشم انداز ۲۰۲۳ هدف بلندپروازنه تبدیل ترکیه به یکی از ده اقتصاد بزرگ جهان را ترسیم کرده است و استراتژی توسعه صنعتی این کشور تنیده شدن در زنجیره‌های جهانی ارزش و تبدیل شدن به هاب تولید و صادرات کالاهای با فناوری متوسط و بالا در اوراسیا را در کانون قرار داده است. این دو پیشران، دیپلماسی اقتصادی ترکیه را در راستای متنوع سازی شرکای تجاری و تسهیل در تنیده شدن در زنجیره‌های ارزش سوق داده‌اند.
- دستور کار دیپلماسی اقتصادی ترکیه در سال‌های اخیر آشکارا متحول شده است. اگرچه اتحادیه اروپا همچنان نقشی کانونی در دیپلماسی اقتصادی ترکیه دارد، اما این کشور توجه روزافزونی به قانون‌های جدید ثروت و بازارهای جدید نشان می‌دهد. در همین راستا از سال ۲۰۲۱ ترکیه تمرکز دیپلماسی اقتصادی خود را بر بازارهای دوردست، بازارهای فراتر از محیط همسایگی این کشور که بیش از ۶۰ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را در اختیار دارند، قرار داده است و رویکردی تهاجمی برای نفوذ در این بازارها اتخاذ کرده است.
- ترکیه از ابتدا در نظام تجارت چندجانبه با محوریت گات و بعدها سازمان تجارت جهانی حضور

داشته است. به دیگر سخن قواعد سازمان تجارت جهانی که ۹۷ درصد تجارت جهانی در قالب آن صورت می‌گیرد بر روابط تجاری ترکیه با سایر کشورها حاکم است. اما در سال‌های اخیر و متأثر از شکست مذاکرات آزادسازی تجاری گسترده‌تر از مسیر سازمان تجارت جهانی، ترکیه همچون بسیاری دیگر از کشورهای مهم در تجارت جهانی، به موافقتنامه‌های تجاری دوجانبه و منطقه‌ای روی آورده است. در تازه‌ترین تحول در این حوزه، ترکیه طیفی از کشورهای هدف را برای انعقاد موافقتنامه‌های تجارت آزاد برگزیده است که اغلب آنان فراتر از محیط همسایگی این کشور قرار دارند، اما چشم انداز رشد اقتصادی و بازار آنان نویدبخش است.

## درآمد

ترکیه از مهم‌ترین همسایگان ایران محسوب می‌شود. این کشور به‌عنوان یکی از شرکای کلیدی تجاری ایران، یکی از مقاصد مهم گردشگری، دروازه دسترسی ایران به اروپا و بازار مهم گازی و نفتی ایران است. از دیگر سو ترکیه رقیب مهم سیاسی و اقتصادی ایران در منطقه محسوب می‌شود. از جدال بر سر سوریه و عراق تا کوشش برای نفوذ و حضور در آسیای مرکزی، افغانستان و آسیای جنوبی، حوزه‌های رقابت دو کشور را تشکیل می‌دهند.

اقتصاد سیاسی همسایه کلیدی ایران به‌شدت در حال تغییر است. ترکیه به‌طور تاریخی بخشی از غرب بوده و همواره در چارچوب ساختارهای غربی کنش‌های بین‌المللی خود را صورت می‌داده است. اما در سال‌های اخیر می‌کوشد تعریف جدیدی از خود در اقتصاد سیاسی و سیاست بین‌الملل ارائه دهد. این کشور اعتماد به نفس بیشتری یافته و می‌کوشد برنامه‌های بلندپروازانه را در حوزه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به اجرا درآورد و موقعیت خود را به‌عنوان یک قدرت تثبیت نماید.

تحول در سیاست‌های ترکیه عمدتاً از منظر سیاسی در ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. به دیگر سخن دگرگونی نگرش‌ها و کنش‌های ترکیه ژئوپلیتیک بررسی شده است؛ اما کمتر سخنی از تغییر در نگرش‌ها و کنش‌های ترکیه ژئواکونومیک به میان آمده است. گزارش حاضر با تمرکز بر واکاوی اصول، اهداف و روندهای تغییردهنده دیپلماسی اقتصادی ترکیه می‌کوشد تا تحولات در ترکیه ژئواکونومیک را مورد بحث و بررسی قرار دهد. به دیگر سخن در این گزارش مؤلفه‌های اساسی شکل‌دهنده به دیپلماسی اقتصادی ترکیه، روند تغییر در آن و چشم‌انداز دیپلماسی اقتصادی این کشور مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در این راستا در مرحله اول، اسناد بالادستی تجاری و صنعتی ترکیه مورد بحث قرار می‌گیرد تا زمینه برای تبیین دیپلماسی اقتصادی این کشور فراهم گردد. این اسناد، نقش راهنما و جهت‌دهنده دیپلماسی اقتصادی ترکیه را ایفا می‌کنند. در بخش دوم گزارش، مؤلفه‌های دیپلماسی اقتصادی ترکیه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در بخش سوم روند تحول در دیپلماسی اقتصادی ترکیه با تأکید بر استراتژی

جدید دیپلماسی اقتصادی این کشور بررسی می‌شود. این گزارش می‌تواند به ارتقای شناخت از ترکیه ژئواکونومیک در کشور کمک نماید.

## ۱- شاخص‌های اقتصادی ترکیه

تیین دیپلماسی اقتصادی ترکیه در وهله نخست، نیازمند شناخت وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی این کشور، به‌ویژه از منظر روابط آن با اقتصاد جهانی است. از همین رو در ادامه شاخص‌های کلان اقتصادی این کشور ارائه می‌شود تا تصویر روابط آن با اقتصاد جهانی روشن گردد. جدول ذیل روند تحول در شاخص‌های کلان اقتصاد ترکیه از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۱ را نشان می‌دهد. همان‌گونه که جدول ذیل نشان می‌دهد تولید ناخالص داخلی ترکیه از ۲۷۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۰ به ۸۰۲ میلیارد دلار در ۲۰۲۱ افزایش یافته است که رشد چشمگیری را در طول دو دهه اخیر نشان می‌دهد.

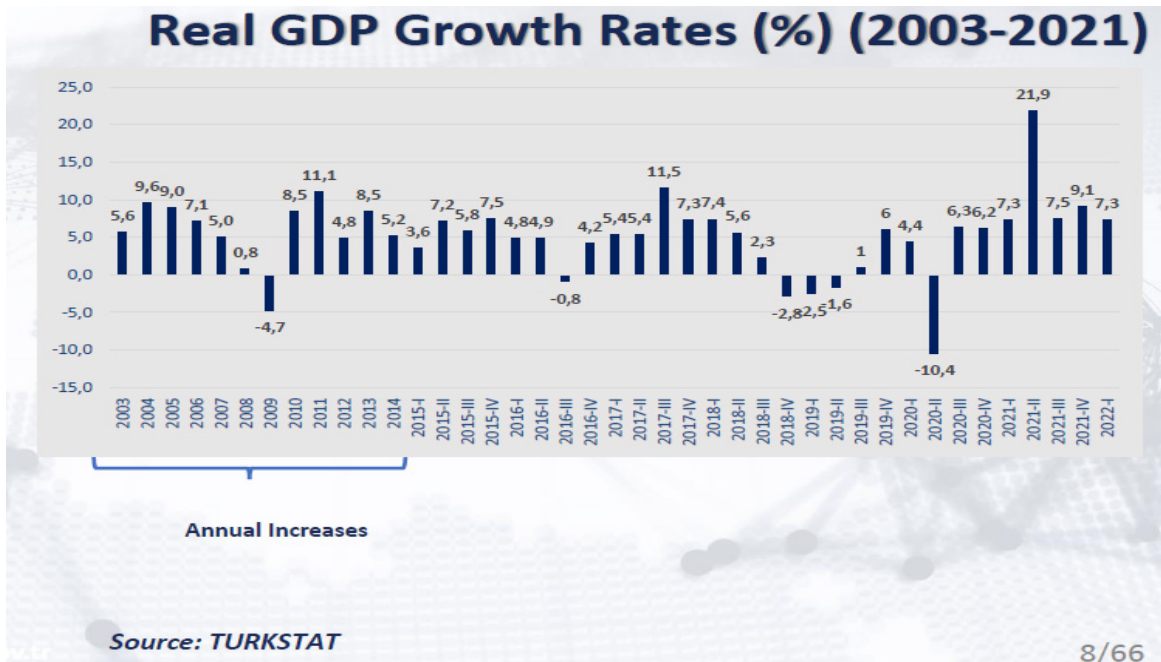
جدول ۱- شاخص‌های کلان اقتصاد ترکیه ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۱

	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
GDP Growth, 2009 Prices, %	6.9	8.4	6.1	3.3	7.5	3	0.9	1.8	11
GDP, at Current Prices, Billion TL	171	1,168	2,351	2,627	3,134	3,759	4,318	5,047	7209
GDP, at Current Prices, Billion \$	273	777.5	867	869	859	797	760.4	716.9	802.7
Population, Thousand People, Mid-Year	64,729	73,723	78,741	79,815	80,810	82,003	83,155	83,614	84,680
GDP Per Capita, at Current Prices, \$	4,249	10,629	11,085	10,964	10,696	9,793	9,208	8,597	9,539
Export (GTS*, F.O.B.), Billion \$	-	-	151	149.2	164.5	177.2	180.8	169.6	225.3
Export (GTS*)/GDP,%	-	-	17.4	17.2	19.1	22.2	23.8	23.7	28.1
Import (GTS*, C.I.F.), Billion \$	-	-	213.6	202.2	238.7	231.2	210.3	219.5	271.4
Import(GTS*)/GDP, %	-	-	24.6	23.3	27.8	29.0	27.7	30.6	33.8
Export/Import Ratio (% GTS*)	-	-	70.7	73.8	68.9	76.6	86	77.3	83
Travel Income, Billion \$	7.6	22.6	26.6	18.7	22.5	25.2	29.8	10.2	20.8
Foreign Direct Investment, Billion \$	1	9.1	19.3	13.8	11	12.5	9.6	7.8	14.1
Current Account Balance/GDP, %	-3.6	-5.7	-3.2	-3.1	-4.8	-2.7	0.7	-5.0	-1.9
Labour Force Participation Rate, %		46.5	51.3	52	52.8	53.2	53	49.3	51.4
Unemployment Rate, %		11.1	10.3	10.9	10.9	11	13.7	13.2	12.0
Employment Rate, %		41.3	46	46.3	47.1	47.4	45.7	42.8	45.2
CPI (2003=100), Annual Average, % Increases		8.6	7.7	7.8	11.1	16.3	15.2	12.28	19.6

نمودار ذیل به‌صورتی شفاف‌تر روند تحول در تولید ناخالص داخلی ترکیه طی دو دهه اخیر و از زمانی که اسلام‌گرایان در ۲۰۰۳ قدرت را در دست گرفتند، نشان می‌دهد. رشد اقتصادی ترکیه در سال ۲۰۲۱ حدود ۱۱ درصد بوده است. در چهارماهه نخست سال جاری میلادی نیز رشد تولید ناخالص داخلی این کشور حدود ۷ درصد بوده است. بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ میانگین رشد اقتصادی این کشور حدود ۵,۵ درصد بوده است.<sup>۱</sup>

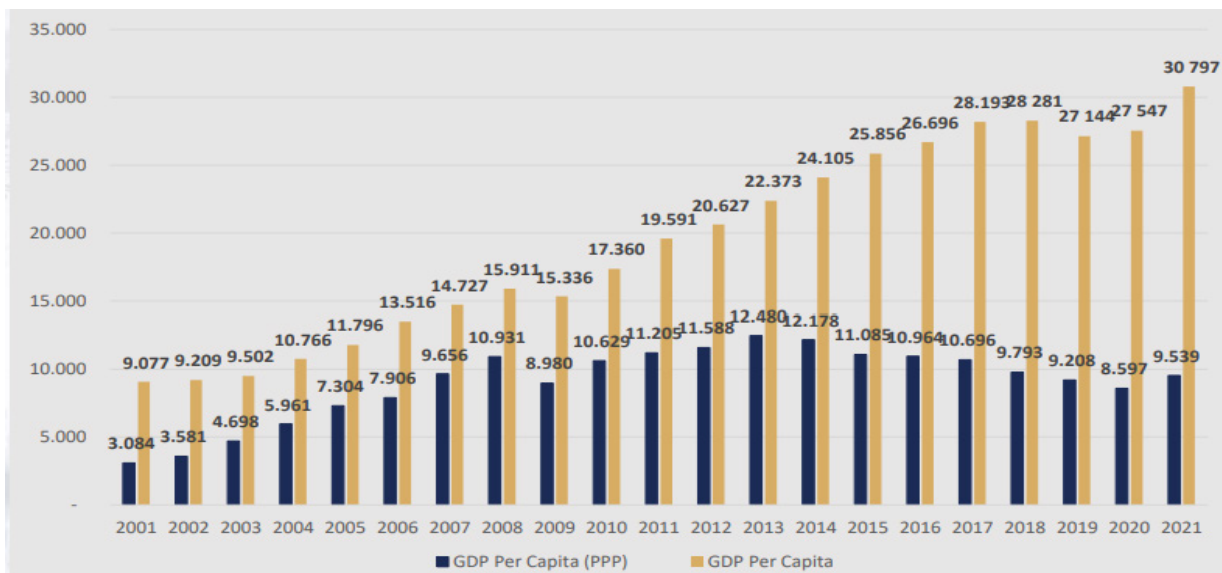


نمودار ۱- روند رشد تولید ناخالص داخلی ترکیه ۲۰۰۳-۲۰۲۱



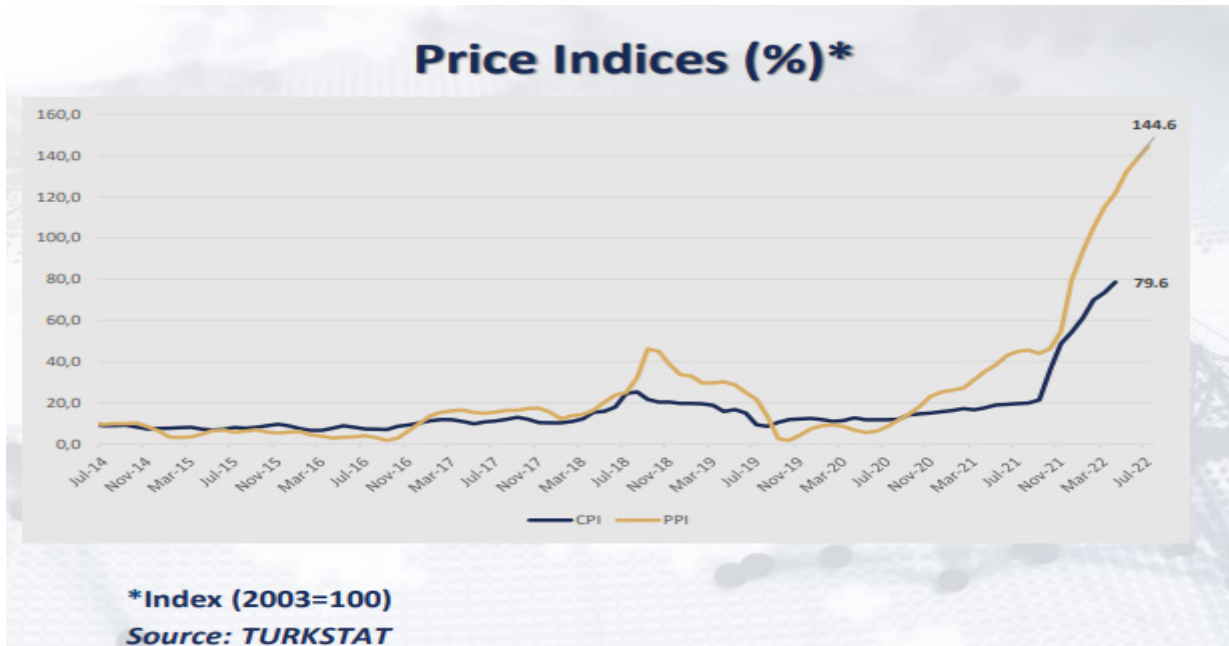
در همین مدت، درآمد سرانه این کشور بر مبنای برابری قدرت خرید از حدود ۳۰۰۰ دلار به ۹۵۰۰ دلار افزایش یافته است.

نمودار ۲- روند تحول در درآمد سرانه ترکیه



البته اقتصاد ترکیه در سال‌های اخیر با تورم فزاینده مواجه است و یکی از بالاترین نرخ‌های تورم در تاریخ اخیر این کشور را تجربه می‌کند. نمودار ذیل روند رشد تورم در این کشور طی یک سال منتهی به جولای ۲۰۲۲ را نشان می‌دهد.

نمودار ۳- روند رشد تورم در ترکیه جولای ۲۰۲۱- جولای ۲۰۲۲



جدول ذیل نیز وضعیت موازنه پرداخت‌های دولت ترکیه را بر اساس آخرین آمارها نشان می‌دهد.

جدول ۲- وضعیت موازنه پرداخت‌های ترکیه منبع: (TURKSTAT)

Million Dollars	June			January-June		
	2021	2022	Change (%)	2021	2022	Change (%)
<b>I- CURRENT ACCOUNT</b>	-1,189	-3,458	190.8	-13,364	-32,444	142.8
<b>A. BALANCE ON GOODS</b>	-1,632	-6,426	293.8	-13,419	-40,962	205.3
<b>B. BALANCE ON SERVICES</b>	1,516	4,024	165.4	6,024	14,477	140.3
<b>C. BALANCE ON PRIMARY INCOME</b>	-1,051	-946	-10.0	-6,688	-5,423	-18.9
<b>D. BALANCE ON SECONDARY INCOME</b>	-22	-110	400.0	719	-536	-174.5
<b>II- CAPITAL ACCOUNT</b>	-1	0	-100.0	-19	-14	-26.3
<b>III- FINANCIAL ACCOUNT</b>	2,155	526	-75.6	-6,550	-14,950	128.2
<b>Direct Investment</b>	-857	-950	10.9	-2,661	-2,945	10.7
<b>Net Acquisition of Financial Assets</b>	222	751	238.3	1,855	2,507	35.1
<b>Net Incurrence of Liabilities</b>	1,079	1,701	57.6	4,516	5,452	20.7
<b>Equity Capital</b>	467	493	5.6	1,991	1,891	-5.0
<b>Inflow</b>	471	501	6.4	2,076	2,392	15.2
<b>Outflow</b>	4	8	100.0	85	501	489.4
<b>Other Capital (Net)</b>	163	64	-60.7	309	76	-75.4
<b>Real Estate (Net)</b>	449	1,144	154.8	2,216	3,485	57.3
<b>Portfolio Investment</b>	-3,032	1,578	-152.0	-1,952	11,403	-684.2
<b>Other Investment</b>	-2,796	1,858	-166.5	-9,201	-11,060	20.2
<b>Reserve Assets</b>	8,840	-1,960	-122.2	7,264	-12,348	-270.0
<b>IV- NET ERRORS AND OMISSIONS</b>	3,345	3,984	19.1	6,833	17,508	156.2

۲- ساختار نهادی دیپلماسی اقتصادی ترکیه

ساختار نهادی دیپلماسی اقتصادی ترکیه مبتنی بر مدل هماهنگی است و این بدان معناست که نهادهای

مختلفی در طراحی و اجرای آن دخالت دارند و تصمیم‌گیری‌های این حوزه برآیند کنش‌ها و چانه‌زنی‌های این نهادهاست. وزارت امور خارجه، وزارت بازرگانی و وزارت خزانه‌داری و دارایی و آژانس همکاری و هماهنگی ترکیه مهم‌ترین نهادهای شکل‌دهنده به دیپلماسی اقتصادی ترکیه محسوب می‌شوند. افزون بر این نهادهای بخش خصوصی ترکیه نیز نقش مهمی در تأثیرگذاری بر روندهای دیپلماسی اقتصادی ترکیه ایفا می‌کنند.

وزارت امور خارجه یکی از بازیگران مهم دیپلماسی اقتصادی ترکیه است. وزارت امور خارجه مسئول اجرای سیاست خارجی تعیین شده توسط دولت ترکیه، هماهنگی سیاست خارجی دولت و نماینده این کشور در کشورهای خارجی و سازمان‌های بین‌المللی است. افزون بر این تسهیل روابط اقتصادی ترکیه با محیط بین‌المللی از وظایف این نهاد است.

در میان ارکان وزارت امور خارجه، اداره کل امور اقتصادی چندجانبه و اداره کل امور اقتصادی دوجانبه مهم‌ترین نقش‌های تخصصی را در پیشبرد دیپلماسی اقتصادی در قالب این نهاد ایفا می‌کنند. اداره کل امور اقتصادی چندجانبه همان‌گونه که از نام آن بر می‌آید منافع اقتصادی ترکیه در نهادهای بین‌المللی به‌ویژه سازمان ملل و سازمان تجارت جهانی را پیگیری می‌کند.

از سوی دیگر، اداره کل امور اقتصادی وظیفه کمک به تنظیم روابط اقتصادی با کشورهای دیگر در قالب‌های دوجانبه را بر عهده دارد. اداره کل دوجانبه به دو بخش تقسیم می‌شود. یک بخش، توسعه روابط اقتصادی و تجاری ترکیه با همسایگانش را بر عهده دارد. بخش دیگر بر توسعه روابط اقتصادی و تجاری با سایر کشورهای جهان متمرکز است. در سال‌های اخیر، نقش وزارت امور خارجه در پیشبرد دیپلماسی اقتصادی ترکیه پررنگ‌تر شده است.

اما مهم‌ترین نهاد دولتی شکل‌دهنده و تنظیم‌کننده دیپلماسی اقتصادی ترکیه، وزارت بازرگانی است. این وزارتخانه مسئول تدوین سیاست‌های تجارت خارجی دولت، تنظیم مقررات صادرات، مشوق‌های صادرات، واردات، تنظیم قراردادهای خدمات دولتی با طرف‌های خارجی و تنظیم روابط تجاری و اقتصادی دوجانبه و چندجانبه این کشور است. این وزارتخانه همچنین مسئولیت توسعه تجارت خارجی را بر عهده دارد. مهم‌تر آنکه این وزارتخانه مسئول هماهنگی اجرای دیپلماسی اقتصادی در بین نهادهای دولتی و خصوصی ذی‌ربط است. تنظیم قواعد گمرکی ترکیه نیز بر عهده این نهاد است.

به دیگر سخن این نهاد به‌عنوان مهم‌ترین نهاد درگیر در اجرای دیپلماسی اقتصادی ترکیه، سیاست‌های تجارت خارجی را تنظیم می‌کند، تجارت خارجی را توسعه می‌دهد، استراتژی‌های بازاریابی را تعیین می‌کند، بر بخش صادرات نظارت می‌کند و در نهایت برنامه‌های ترویجی را انجام می‌دهد و مشوق‌ها

و حمایت‌های مالی از صادرکنندگان ترک را مدیریت می‌کند. در حوزه عملیاتی دیپلماسی اقتصادی، وزارت بازرگانی مسئول سازماندهی و اجرای روابط اقتصادی و تجاری دوجانبه، منطقه‌ای و چندجانبه ترکیه با کشورها و نهادهای بین‌المللی به‌استثنای نهادهایی است که وزارت خارجه مدیریت روابط با آنها را بر عهده دارد.

وزارت بازرگانی در اجرای دیپلماسی اقتصادی ترکیه نیز نقش مؤثری ایفا می‌کند. این نهاد مسئولیت اعزام رایزنان و وابسته‌های بازرگانی به کشورهای دیگر را بر عهده دارد. این وزارت‌خانه در وضعیت فعلی ۱۷۹ رایزن و نماینده تجاری به ۱۱۰ کشور جهان اعزام کرده است.

### نقشه ۱ - محل استقرار رایزنان تجاری ترکیه در کشورهای مختلف



این رایزنان و وابسته‌ها برای افزایش حجم صادرات ترکیه، جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به ترکیه، کمک به بازرگانان ترک در یک کشور خاص برای مقابله با چالش‌هایی که با آن مواجه هستند، فعالیت می‌کنند. رایزن‌های بازرگانی در قالب سفارتخانه‌های ترکیه فعالیت می‌کنند و وابسته‌های تجاری فعالیت‌های خود را در قالب کنسولگری‌های جمهوری ترکیه صورت می‌دهند.

یکی دیگر از نهادهای دولتی کلیدی در دیپلماسی اقتصادی ترکیه، وزارت خزانه‌داری و دارایی است. این نهاد سیاست‌های مربوط به سرمایه‌گذاری‌های مستقیم خارجی را تدوین می‌نماید، مسئولیت انجام مذاکرات در این حوزه و سرمایه‌گذاری متقابل را بر عهده دارد. افزون بر این مسئولیت توسعه سرمایه‌گذاری، نظارت و کنترل سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ترکیه را نیز بر عهده دارد. این نهاد همچنین روابط ترکیه با سازمان‌هایی مانند صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی، بانک توسعه اسلامی و بانک توسعه آسیایی و کمک‌های خارجی را مدیریت می‌نماید.



یکی از اولویتهای کلیدی دیپلماسی اقتصادی ترکیه تا سال ۲۰۲۳، افزایش اثربخشی ترکیه در اقتصاد بین‌المللی و سیستم مالی جهانی تعیین شده است. این نهاد برای تحقق این هدف استراتژیک، توسعه روابط ترکیه با سازمان‌های اقتصادی و مالی بین‌المللی، اقتدار ترکیه در این سازمان‌ها و افزایش استفاده ترکیه از فرصت‌های ارائه شده از سوی این نهادها را در دستور کار قرار داده است.

استفاده از فرصت‌های ارائه شده توسط بانک‌های توسعه‌ای بین‌المللی به‌عنوان یکی از اولویتهای این نهاد تعریف شده است. از سوی دیگر استفاده مؤثر از اعتبارات، کمک‌های بلاعوض، کمک‌ها و ضمانت‌های ارائه شده توسط ترکیه در راستای پیشبرد اهداف دیپلماسی اقتصادی این کشور نیز بر عهده این نهاد گذاشته شده است.

آژانس همکاری و هماهنگی ترکیه دیگر نهاد دولتی تأثیرگذار و نقش‌آفرین در دیپلماسی اقتصادی ترکیه است. این نهاد بلافاصله پس از فروپاشی شوروی و با هدف کمک به کشورهای جمهوری‌های ترک‌زبان تازه‌استقلال‌یافته و گسترش پیوندهای آنان با ترکیه ایجاد شد. این نهاد از آن‌هاگام در قالب همکاری‌های اقتصادی، تجاری، اجتماعی و فرهنگی به توسعه نفوذ تجاری ترکیه در کشورهای دیگر به‌ویژه جهان درحال توسعه کمک می‌کند. این سازمان زیر نظر وزارت فرهنگ و گردشگری فعالیت می‌کند.

اتحادیه اتاق‌های بازرگانی و بورس کالای ترکیه به‌عنوان نماینده بخش خصوصی این کشور نیز در دیپلماسی اقتصادی آن تأثیرگذار است. این اتحادیه از ۳۶۵ اتاق و بورس کالا تشکیل شده است که در ۳۴۱ شهر ترکیه فعالیت می‌کنند. اتحادیه اتاق‌های بازرگانی و بورس کالای ترکیه به دولت در تنظیم سیاست‌های اقتصادی و تجاری و نیز پیشبرد دیپلماسی اقتصادی مشورت می‌دهد، در توسعه قابلیت‌های شرکت‌های ترک در کشورهای دیگر نقش‌آفرین است و ارتباطاتی با بخش خصوصی کشورهای دیگر و نهادهای اقتصادی بین‌المللی دارد. افزون بر این نهادها، هیئت روابط اقتصادی خارجی ترکیه نیز در شکل‌دهی به دیپلماسی اقتصادی این کشور نقش‌آفرین است.<sup>۱</sup>

بر مبنای آنچه آمد می‌توان گفت که ساختار نهادی دیپلماسی اقتصادی ترکیه مبتنی بر مدل هماهنگی است، بدان معنا که نهادهای مختلفی در آن درگیرند و دستور کار دیپلماسی اقتصادی برآیند تعامل و چانه‌زنی این نهادها در دو بخش دولتی و خصوصی است. البته در میان این نهادها وزارت بازرگانی، اقتصاد و امور خارجه نقش مهم‌تری ایفا می‌کنند.

### ۳- دیپلماسی اقتصادی ترکیه: اسناد بالادستی

رجب طیب اردوغان به‌عنوان رهبری بلندپرواز شناخته می‌شود و در طول بیش از ۲۰ سال حضور در

سطح بالای سیاست در ترکیه همواره دغدغه تبدیل این کشور به قدرتی بزرگ را در سر داشته است. او در همین راستا اهداف اقتصادی بزرگی را طراحی کرده است. این اهداف در قالب اسناد بالادستی نقش کلیدی در شکل‌دهی به دیپلماسی اقتصادی ترکیه ایفا می‌کنند. از همین رو در ادامه این اسناد مورد بحث قرار گرفته تا زمینه برای تبیین جهت‌گیری‌های دیپلماسی اقتصادی ترکیه فراهم آید. مهم‌ترین این اسناد "چشم‌انداز ۲۰۲۳" است، سالی که مقارن با یکصدمین سال شکل‌گیری جمهوری در این کشور است و باید به طور نمادین، نشان‌دهنده پیشرفت‌های این کشور در طول صدسال حکومت جمهوری باشد. این سند در سال ۲۰۱۰ از سوی دولت اردوغان منتشر شد. در این سند اهداف ذیل برای حوزه‌های مختلف در نظر گرفته شده است:

## ۱ - اقتصادی

- ۱-۱ - قرار گرفتن در میان ده اقتصاد برتر جهان
- ۱-۲ - افزایش تولید ناخالص داخلی به ۱ تریلیون دلار تا سال ۲۰۱۴
- ۱-۳ - افزایش تولید ناخالص داخلی به ۲ تریلیون دلار تا سال ۲۰۲۳
- ۱-۴ - افزایش صادرات ترکیه به ۵۰۰ میلیارد دلار
- ۱-۵ - افزایش درآمد سرانه به ۲۵ هزار دلار
- ۱-۶ - افزایش حجم تجارت خارجی به ۱ تریلیون دلار
- ۱-۷ - کاهش نرخ بیکاری به ۵ درصد
- ۱-۸ - افزایش درآمد از طریق افزایش هزینه عبور کشتی‌ها از طریق تنگه‌های بسفر و داردانل عبور می‌کنند

## ۲ - انرژی

- ۲-۱ - ایجاد ظرفیت تولید ۲۰ هزار مگاوات انرژی بادی و ۶۰۰ مگاوات انرژی زمین‌گرمایی<sup>۱</sup>
- ۲-۲ - افزایش ۲۰ درصدی بهره‌وری انرژی
- ۲-۳ - ایجاد حداقل سه نیروگاه هسته‌ای

## ۳ - بهداشت

۱- به انرژی حرارتی که در پوسته جامد زمین وجود دارد گفته می‌شود.

۳-۱ - فراگیر نمودن نظام بیمه درمانی به گونه‌ای که هیچ شهروندی فاقد پوشش بیمه‌ای نباشد

۳-۲ - ۲۱۰ پزشک به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر

#### ۴ - حمل‌ونقل

۴-۱ - ایجاد ۱۱ هزار کیلومتر خطوط راه‌آهن جدید

۴-۲ - ایجاد ۱۵ هزار کیلومتر جاده

۴-۳ - قرارداد یکی از بنادر ترکیه در میان ۱۰ بندر برتر جهان

۴-۴ - تولید هواپیما، پهپاد و ماهواره توسط مهندسين ترک

#### ۵ - توریسم

۵-۱ - تبدیل کردن ترکیه به پنجمین مقصد گردشگری در جهان

۵-۲ - میزبانی از ۵۰ میلیون گردشگر در ترکیه در سال ۲۰۲۳

۵-۳ - افزایش درآمد ناشی از توریسم به ۵۰ میلیارد دلار<sup>۱</sup>

بر مبنای این استراتژی کلان، "ترکیه کشوری است برخوردار از یک جامعه مجهز به فناوری اطلاعات، دارای ثبات روزافزون، برخوردار از برابری اجتماعی فزاینده، دارای توانمندی رقابت‌پذیری در سطح جهانی و دارای روابط گسترده با اتحادیه اروپا". بر مبنای این سند بالادستی ترکیه در سال ۲۰۱۰ استراتژی توسعه صنعتی جدیدی را طراحی نمود. این استراتژی در سال ۲۰۱۹ روزآمد شد. در نسخه ۲۰۱۰ سند، هدف کلیدی استراتژی توسعه صنعتی این کشور، تبدیل شدن به کانون اصلی در تولیدات صنعتی های تک و تولیدات با فناوری متوسط در منطقه اوراسیاست. این هدف همچنان در کانون سیاست‌های صنعتی این کشور قرار دارد. بر مبنای این سند، افزایش رقابت‌پذیری و بهره‌وری بخش صنعتی ترکیه و شکل‌دهی به گونه‌ای از ساختار صنعتی که سهم بیشتری از صادرات جهانی داشته باشد و دغدغه اصلی آن، تولید کالاهای های تک با ارزش افزوده بالا باشد، مورد تأکید قرار گرفته است و اجرایی شدن آن نیازمند نیروی کار کیفی و در نظر گرفتن الزامات محیط‌زیستی و اجتماعی دانسته شده است.

در تدوین این سند، ترکیه به تجربه توسعه در آسیا توجه کرده و دریافته است که موقعیت یک کشور در اقتصاد جهانی وابسته به نقش آفرینی مؤثر آن در زنجیره ارزش جهانی است. در این سند با برآورد نقاط ضعف و قوت، تهدیدات و فرصت‌های این کشور، تبدیل شدن به کانون منطقه اوراسیا در تولیدات صنعتی



با فناوری متوسط به بالا به‌عنوان هدف اصلی استراتژی توسعه صنعتی این کشور برگزیده شده است. بر مبنای این هدف کانونی، اهداف سیاست صنعتی ترکیه تا سال ۲۰۲۳ عبارت‌اند از:

۱- افزایش حجم بخش‌های تک و فناوری متوسط در تولیدات و صادرات این کشور

۲- تغییر بخش‌های دارای تکنولوژی پایین به بخش‌های تولیدکننده محصولات با ارزش افزوده بالا

۳- افزایش تعداد شرکت‌هایی که مداوماً مهارت‌های خود را افزایش می‌دهند.

هدف کلان عملیاتی استراتژی توسعه صنعتی ترکیه، افزایش رقابت‌پذیری و بهره‌وری صنایع ترکیه و دگرگونی ساختار صنعتی این کشور به‌گونه‌ای است که بتواند سهم بیشتری از صادرات جهانی به‌ویژه در کالاهای با ارزش افزوده بالا کسب نماید. همچنین قدرت داشته باشد تا نیروی کار کیفی خود را ارتقا دهد و توجه ویژه‌ای به محیط‌زیست داشته باشد.

از همین رو دولت تمرکز استراتژی توسعه صنعتی را به حمایت از شرکت‌هایی که از نیروی کار دارای مهارت‌های تک و کار کیفی بهره می‌برند و متناسب با شرایط دگرگون‌شونده داخلی و بین‌المللی توان رقابت دارند، قرار داده است. از همین رو به‌صراحت گفته شده است که دولت اهمیت ویژه‌ای به شرکت‌های مبتکر دارای نیروی کار کیفی و دارای توانمندی استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌دهد و آنان را مورد پشتیبانی قرار می‌دهد.

در راستای هدف دوم مورد اشاره در بالا، استراتژی‌های سرمایه‌گذاری بر تولید وسایل موتوری و ماشین‌آلات تولید وسایل پزشکی، تولید ابزارهای پیشرفته و دقیق سنجش، صنعت هوانوردی صنعت دارو و صنایعی از این دست که منافع حاصل از رشد این کشور در آنها قابل توجه است و در اقتصاد جهانی از ارزش افزوده بالایی برخوردارند، متمرکز شده تا ترکیه به هاب تولید چنین کالاهایی در اوراسیا بدل شود.

بعلاوه در این سند و نسخه‌های بعدی آن تأکید شده که ترکیه در پی ارتقای موقعیت شرکت‌های خود در زنجیره جهانی ارزش است. در این راستا، شرکت‌هایی که در حوزه‌های طراحی، برندینگ و لجستیک، توانمندی خود را توسعه دهند با این هدف که قدرت رقابت‌پذیری و بهره‌وری شرکت‌های ترکیه در زنجیره جهانی ارزش افزایش یابد، مورد حمایت قرار خواهند گرفت. آن‌گونه که در متن این سند و سایر نسخه‌ها آمده است، برای اجرایی‌شدن اهداف استراتژیک توسعه صنعتی، دولت با همکاری بخش خصوصی اقدامات ذیل را در پیش گرفته است.

۱ - بهبود فضای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری.

۲- طراحی و اجرای سیاست تجاری منسجم و بهره‌گیری از موقعیت تجاری این کشور به‌نحوی که محیط



کسب‌وکار ترکیه را برای سرمایه‌گذاران خارجی جذاب‌تر نماید.

۳- بهبود مهارت‌ها و منابع انسانی.

۴- افزایش دسترسی شرکت‌های کوچک و متوسط به منابع مالی.

۵- تضمین ارتقای تکنولوژیک شرکت‌ها.

۶- ارتقای بخش‌های زیرساختی.

۷- توسعه صنایع سازگار با محیط‌زیست.

۸- کاهش تفاوت و عدم توازن در توسعه مناطق مختلف این کشور.

این اولویت‌ها کمابیش در تازه‌ترین نسخه استراتژی توسعه صنعتی این کشور که در سال ۲۰۱۹ منتشر شده است نیز وجود دارد. اما در نسخه جدید تغییرات مهمی نیز در استراتژی توسعه صنعتی این کشور رخ داده است.

نخست آن که تأکید ویژه‌ای بر انقلاب چهارم صنعتی صورت گرفته است و استدلال شده است که این انقلاب می‌تواند اقتصاد سیاسی بین‌الملل را به طور کامل دگرگون نماید. نکته‌های کلیدی که در این بخش ذکر شده آن است که ترکیه نه تنها باید با انقلاب چهارم صنعتی تطبیق پیدا کند؛ بلکه باید به‌عنوان یکی از کشورهای پیشرو صنعتی در دوره جدید موقعیت خود را در جهان جدید تحکیم نماید.

اما مهم‌ترین تغییر استراتژی جدید نسبت به نسخه‌های قبلی آن در سال‌های پس از ۲۰۱۰ آن است که بر ملی‌گرایی اقتصادی تأکید ویژه‌ای صورت گرفته و اولویت کلیدی دوره جدید توسعه صنعتی این کشور تحت عنوان ایجاد نوعی جهش در توسعه صنعتی و صنایع ملی برشمرده شده است. در ادامه سند بخش‌های ذیل به‌عنوان بخش‌های اولویت‌دار در استراتژی توسعه صنعتی ترکیه تا سال ۲۰۲۳ در نظر گرفته شده‌اند:

۱. 5G و فناوری‌های ارتباطاتی.

۲- هوش مصنوعی و یادگیری ماشین.

۳- صنایع رباتیک.

۴- اینترنت اشیا.

۵- بیگ دیتا یا کلان‌داده و تحلیل دیتا.

۶- امنیت سایبری.

۷- بلاک چین.

۸- ابر کامپیوترها.

۹- فناوری فضای نانو تکنولوژی و بیوتکنولوژی.

۱۰- فناوری‌های کشاورزی.

۱۱- فناوری‌های انرژی.

اشاره شد که در تدوین سند جدید توسعه صنعتی ترکیه به انقلاب چهارم صنعتی اهمیت ویژه‌ای داده شده است. به عبارت دیگر تطبیق‌پذیری ترکیه با انقلاب چهارم صنعتی در کانون استراتژی جدید صنعتی این کشور قرار گرفته است. از همین رو در سند جدید، اتصال به زنجیره‌های جهانی، ارزش اهمیت و اولویت یافته است. برخلاف گذشته که تنها الحاق به اتحادیه اروپا و تنیده شدن در زنجیره‌های ارزش اروپایی مورد تأکید قرار داشت، در سند جدید ارتقای موقعیت شرکت‌های ترک در زنجیره‌های مختلف ارزش در پهنه جهانی مورد تأکید قرار گرفته است.

این تغییرات در سند جدید نشان می‌دهد که ترکیه نمی‌خواهد برخلاف گذشته تنها به عنوان منبع نیروی کار ارزان برای زنجیره ارزش اروپایی ایفای نقش نماید، بلکه می‌کوشد خود را از حلقه‌های پایین زنجیره جهانی ارزش به ویژه نقطه تولید کالاهای با فناوری متوسط و پایین به نقاط بالای زنجیره‌های جهانی ارزش ارتقا دهد. صنایعی که به عنوان صنایع منتخب در استراتژی جدید توسعه صنعتی ترکیه برگزیده شدند آشکارا نشان از تمایل این کشور برای رقابت با کشورهای پیشرو در زنجیره‌های جهانی ارزش همچون آلمان، چین و کره جنوبی و کشورهایی از این دست دارد. از میان ۱۱ صنعت منتخب در استراتژی جدید توسعه صنعتی این کشور، هشت صنعت در زمره صنایع بسیار پیشرفته قرار می‌گیرند که رقابت جهانی بر سر آنها بسیار سنگین است. این سند یکی از پیشران‌های کلیدی دیپلماسی اقتصادی ترکیه محسوب می‌شود.<sup>۱</sup> اسناد بالادستی که مورد بحث قرار گرفت جهت‌گیری دیپلماسی اقتصادی ترکیه را شکل می‌دهند. چشم‌انداز ۲۰۲۳ این کشور به استراتژی توسعه صنعتی شکل داده و استراتژی توسعه صنعتی در ترکیب با تحولاتی که در اقتصاد جهانی در سال‌های اخیر رخ داده است، زمینه را برای تحول در دیپلماسی اقتصادی ترکیه فراهم آورده است.

#### ۴- روند تحول در دیپلماسی اقتصادی ترکیه

همان گونه که در ابتدا اشاره شد در دوران پس از جنگ جهانی دوم ترکیه به بخشی از محور غرب بدل شده و به عضویت ناتو در آمد. این کشور به‌عنوان یک دموکراسی شکننده همواره در کنار غرب قرار داشت و هنوز هم از مهم‌ترین متحدین غرب در خاورمیانه محسوب می‌شود. از همین رو روابط ترکیه با نهادهای موسوم به برتن وودز که نقش کلیدی در شکل‌دهی به نظام حکمرانی اقتصاد جهانی داشتند و قواعد دیپلماسی اقتصادی در پهنه نظام سرمایه‌داری را تدوین نمودند از ابتدا روابطی مبتنی بر همکاری بوده است. ترکیه همواره از امکانات این نهادها بهره برده و در آنها حضور فعالی داشته است.<sup>۱</sup> از زمان شکل‌گیری گات به‌عنوان مهم‌ترین نهاد غربی شکل‌دهنده به تجارت چندجانبه، ترکیه در این نهاد عضویت داشت. ترکیه در اکتبر ۱۹۵۱ به گات پیوست.<sup>۲</sup> با تأسیس سازمان تجارت جهانی به‌عنوان عضو مؤسس به این سازمان پیوسته است؛ بنابراین مهم‌ترین نهادی که به‌نوعی روابط تجاری ترکیه با جهان خارج را تنظیم می‌کند، سازمان تجارت جهانی است. سازمانی که قواعد آن حدود ۹۷ درصد از تجارت جهانی را نهادینه کرده و سامانمند نموده است ترکیه نیز در قالب این قواعد، روابط تجاری خود با سایر کشورها را به‌پیش می‌برد. فراتر از سازمان تجارت جهانی که ترکیه از ابتدا در آن عضویت داشته، مهم‌ترین موافقت‌نامه تجاری ترکیه با اتحادیه اروپا، در قالب اتحادیه گمرکی امضا شده است. اتحادیه اروپا هنوز مهم‌ترین شریک تجاری ترکیه است و این موافقت‌نامه، مهم‌ترین موافقت‌نامه در دیپلماسی اقتصادی ترکیه محسوب می‌شود. به لحاظ تاریخی، روابط تجاری اتحادیه اروپا و ترکیه بر اساس توافق‌نامه تجاری ۱۹۶۳ شکل گرفت و بعدها در چارچوب توافق‌نامه اتحادیه گمرکی که در ۳۱ دسامبر ۱۹۹۵ لازم‌الاجرا شد، توسعه یافت. در سال ۱۹۶۳، جامعه اقتصادی اروپا و ترکیه توافق‌نامه موسوم به انجمن آنکارا را امضا کردند که روابط اقتصادی و تجاری آنها را گسترش داد. در تداوم همکاری میان طرفین، پروتکل الحاقی با هدف ایجاد تدریجی اتحادیه گمرکی بین ترکیه و اتحادیه اروپا و همسویی بیشتر با سیاست‌های اقتصادی بین دو طرف مورد مذاکره قرار گرفت و در سال ۱۹۷۳ لازم‌الاجرا شد.

در دوران بعد از جنگ سرد روند نهادینگی روابط تجاری میان طرفین سرعت گرفت و اتحادیه گمرکی به‌عنوان مهم‌ترین نهاد تنظیم‌کننده روابط دو طرف در ۳۱ دسامبر ۱۹۹۵ لازم‌الاجرا شد. این اولین اتحادیه گمرکی اتحادیه اروپا با یک کشور غیر اتحادیه اروپا بود. از زمان اجرایی شدن این اتحادیه، ارزش تجارت دوجانبه میان ترکیه و اتحادیه اروپا بیش از چهار برابر شده است. اتحادیه گمرکی همچنین کمک قابل‌توجهی به ادغام ترکیه در شبکه‌های تولید اروپایی کرده است. همسویی با قوانین اتحادیه اروپا و آزادسازی تعرفه‌ها، رقابت‌پذیری جهانی ترکیه را افزایش داده است. شاهد این مدعا آنکه سهم تجارت در

1- <https://www.brettonwoodsproject.org/2008/06/art-561814/>

2- [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/countries\\_e/turkey\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/turkey_e.htm)



تولید ناخالص داخلی ترکیه بیش از ۷۰ درصد است.<sup>۱</sup>

در دسامبر ۲۰۱۶، کمیسیون اروپا پیشنهاد کرد که اتحادیه گمرکی، روزآمد شود و روابط تجاری دوجانبه به حوزه‌هایی مانند خدمات، تدارکات عمومی و توسعه پایدار گسترش یابد. باگذشت چند سال، شورای اروپا هنوز این موضوع را تصویب نکرده است.<sup>۲</sup> از آنجاکه موافقت‌نامه موسوم به اتحادیه گمرکی میان ترکیه و اتحادیه اروپا کمتر شناخته شده است در ادامه نکات کلیدی در محتوای موافقت‌نامه گمرکی را مورد بحث قرار می‌دهیم:

۱- در چارچوب موافقت‌نامه اتحادیه گمرکی ترکیه و اتحادیه اروپا جریان آزاد کالا به معنای حذف عوارض گمرکی و محدودیت‌های سهمیه‌ای میان دو طرف و اتحاد گمرکی برای کالاهایی که به طور کامل در یکی از کشورهای عضو این اتحادیه تولید می‌شود یا بخشی از آن از کشور ثالثی وارد شده و بعداً در این کشورها تولید می‌شود، اعمال می‌گردد.

۲- طبق این توافق، ترکیه به عضویت اجتماع تعرفه مشترک اروپایی در می‌آید که شامل ترتیبات تعرفه ترجیحی و نیز همگون‌سازی سیاست‌های تجاری اعضا است.

۳- طرفین در راستای همگون‌سازی قواعد گمرکی از طریق اجرای تصمیماتی که در کمیته مشترک همکاری‌های گمرکی دو طرف اتخاذ می‌گردد، گام برمی‌دارند. به‌علاوه دو طرف متعهد به ارائه مشورت به یکدیگر برای پیشبرد امور گمرکی هستند.

۴- دو طرف تعهد دارند که سایر قوانین مرتبط با تجارت همچون قوانین حقوق مالکیت معنوی، رقابت‌پذیری و مالیات را نیز تا حد ممکن با یکدیگر همگون سازند.<sup>۳</sup>

فراتر از اتحادیه گمرکی، ترکیه از سال ۱۹۹۹ نامزد پیوستن به اتحادیه اروپا بوده است. مذاکرات الحاق در سال ۲۰۰۵ آغاز شد اما پیشرفتی نداشته است. اختلافات ترکیه و برخی قدرتهای اروپایی، به‌ویژه فرانسه و آلمان از مهم‌ترین عوامل عدم پیشرفت مذاکرات بوده‌اند. در سال‌های اخیر ترکیه تلاش‌های چندانی برای پیشبرد مذاکرات الحاق صورت نداده است.

با وجود توقف مذاکرات الحاق به اتحادیه اروپا، ترکیه یکی از ۴۲ عضو اتحادیه مدیترانه (UfM) است که در سال ۲۰۰۸ به‌عنوان ادامه مشارکت اروپا - مدیترانه راه‌اندازی شد که در کنفرانس بارسلونا در سال ۱۹۹۵ تأسیس شده بود. این مشارکت بین‌دولتی، همکاری و گفت‌وگو را در منطقه اروپایی مدیترانه ارتقا

1- <https://www.macrotrends.net/countries/TUR/turkey/trade-gdp-ratio#:~:text=Trade%20is%20the%20sum%20of,a%201.47%25%20decline%20from%202019>.

2- [https://taxation-customs.ec.europa.eu/turkey-customs-unions-and-preferential-arrangements\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/turkey-customs-unions-and-preferential-arrangements_en)

3- Turkey : Customs Unions and preferential arrangements. (2017, March 3). Retrieved from [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/calculation-customs-duties/rules-origin/customs-unions/turkey-customs-unions-preferential-arrangements\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/calculation-customs-duties/rules-origin/customs-unions/turkey-customs-unions-preferential-arrangements_en)

می‌دهد و تمامی ۲۷ کشور عضو اتحادیه اروپا و ۱۵ کشور مدیترانه جنوبی و شرقی را گرد هم می‌آورد. اهداف استراتژیک این اتحادیه ثبات منطقه‌ای، توسعه انسانی و یکپارچگی اقتصادی منطقه‌ای است. هدف کلی آن تبدیل منطقه اروپا و مدیترانه به منطقه صلح، ثبات و رفاه است.<sup>۱</sup>

با وجود آنکه ترکیه به اتحادیه اروپا ملحق نشده است اما اتحادیه اروپا بزرگ‌ترین شریک وارداتی و صادرات ترکیه و همچنین منبع اصلی سرمایه‌گذاری در آن است. در سال ۲۰۲۰، ۳۳،۴ درصد از واردات ترکیه از اتحادیه اروپا و ۴۱،۳ درصد از صادرات این کشور به اتحادیه اروپا بوده است. از دیگر سو، ترکیه ششمین شریک تجاری بزرگ اتحادیه اروپا است. این کشور سهمی ۳،۶ درصد از کل تجارت کالایی اتحادیه اروپا با جهان در سال ۲۰۲۰ داشته است که رقم بالایی محسوب می‌شود.

مجموع تجارت کالایی بین اتحادیه اروپا و ترکیه در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱۳۲،۴ میلیارد یورو بوده است. واردات اتحادیه اروپا از ترکیه به ارزش ۶۲،۶ میلیارد یورو بوده و شامل ماشین‌آلات و تجهیزات حمل‌ونقل (۲۴،۱ میلیارد یورو، ۳۸،۵٪)، پوشاک (۸،۳ میلیارد یورو، ۱۳،۳٪)، و کشاورزی و مواد خام (۵،۳ میلیارد یورو، ۸،۵٪) بوده است. در همین سال صادرات اتحادیه اروپا به ترکیه در مجموع ۶۹،۹ میلیارد یورو بوده است. ماشین‌آلات و تجهیزات حمل‌ونقل (۳۰،۶ میلیارد یورو، ۴۳،۸٪)، مواد شیمیایی (۱۲،۹ میلیارد یورو، ۱۸،۵٪) و محصولات سوخت و معدن (۶،۴ میلیارد یورو، ۹،۲٪) مهم‌ترین اقلام صادراتی اتحادیه اروپا به ترکیه بوده‌اند.

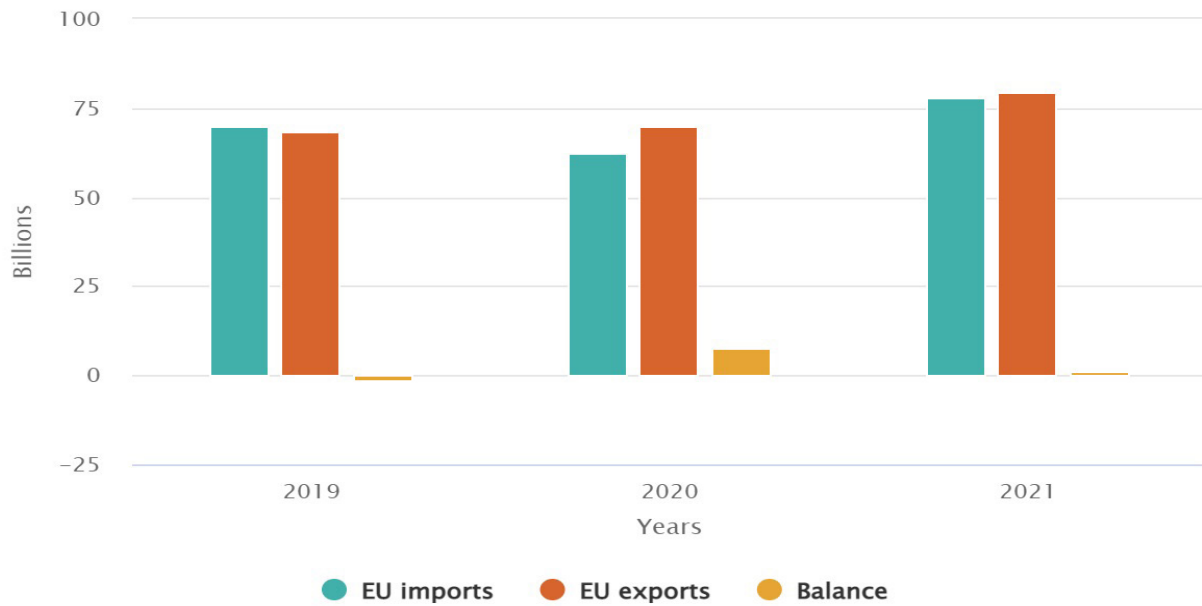
تجارت خدمات بین اتحادیه اروپا و ترکیه در سال ۲۰۱۹ بالغ بر ۲۶،۵ میلیارد یورو بود که واردات خدمات اتحادیه اروپا ۱۳،۹ میلیارد یورو و صادرات آن به ترکیه ۱۲،۶ میلیارد یورو بوده است.<sup>۲</sup> این ارقام به‌روشنی جایگاه تعیین‌کننده اتحادیه اروپا در تجارت خارجی ترکیه را نشان می‌دهند.

1- <https://ufmsecretariat.org/>

2- [https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/turkey\\_en#:~:text=The%20EU%20is%20by%20far,amounted%20to%20%E2%82%AC132.4%20billion.](https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/turkey_en#:~:text=The%20EU%20is%20by%20far,amounted%20to%20%E2%82%AC132.4%20billion.)

نمودار ۴- تجارت کالایی ترکیه و اتحادیه اروپا ۲۰۱۹-۲۰۲۱

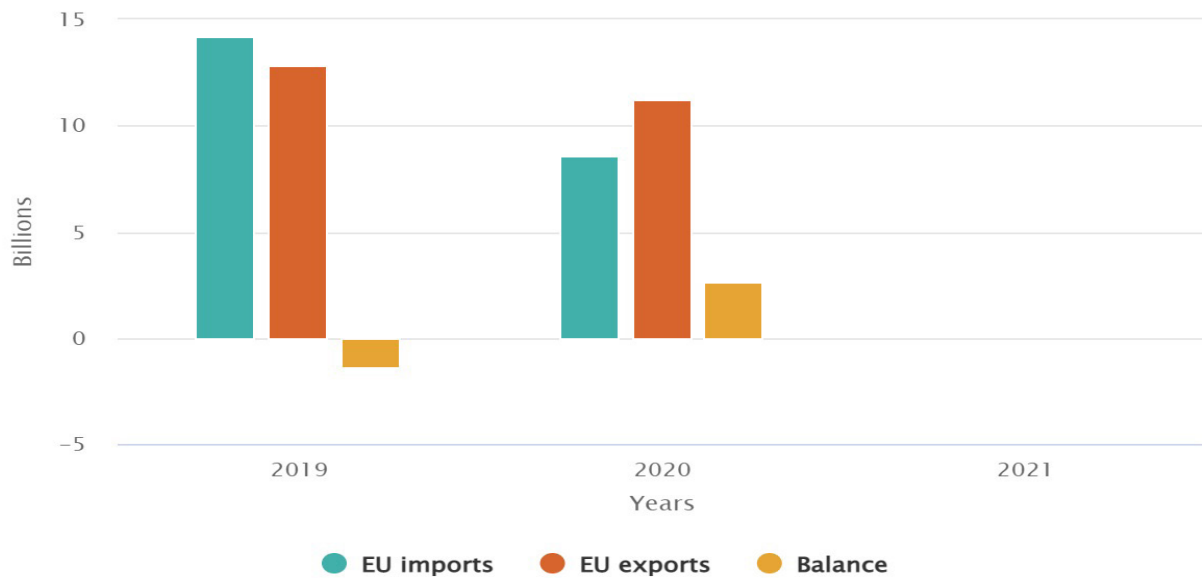
Trade in goods, € billions



منبع: کمیسیون اروپا

نمودار ۵- تجارت خدمات میان ترکیه و اتحادیه اروپا ۲۰۱۹-۲۰۲۱

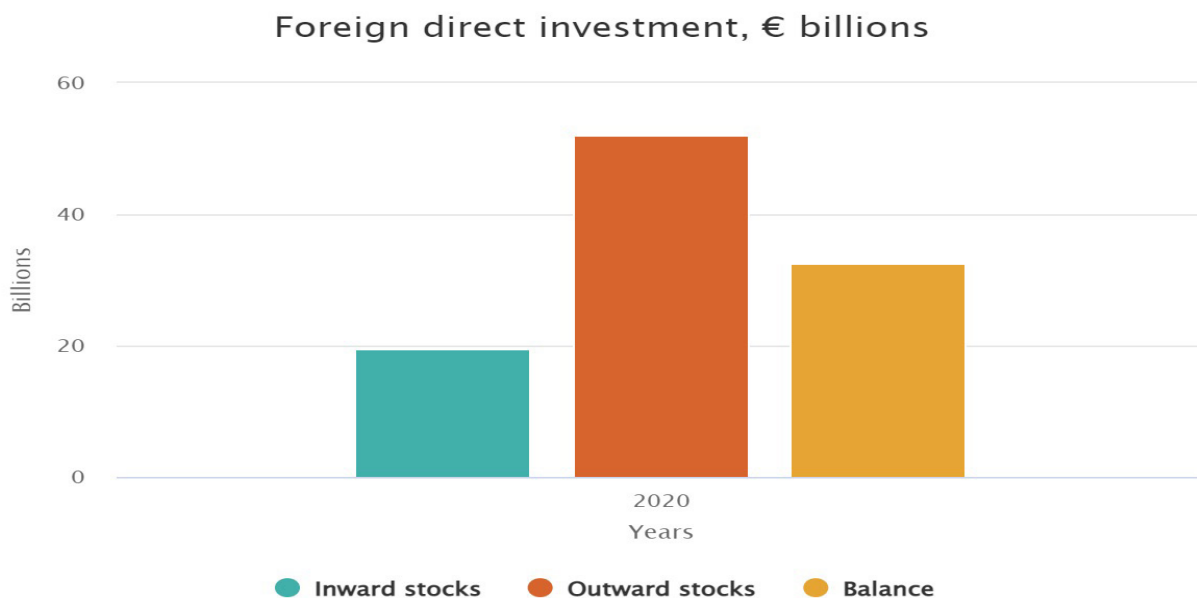
Trade in services, € billions



Highcharts.com

منبع: کمیسیون اروپا

### نمودار ۶- سرمایه گذاری مستقیم خارجی ترکیه و اتحادیه اروپا در اقتصادهای یکدیگر در سال ۲۰۲۰



منبع: کمیسیون اروپا

اما به تدریج و با ظهور قدرت‌های جدید، توزیع قدرت و ثروت در اقتصاد جهانی روبه تحول گذاشته است.<sup>۱</sup> این تحول در تجارت خارجی ترکیه نیز نمود یافته است. همان گونه که جداول و نمودارهای ذیل نشان می‌دهند با وجود آنکه هنوز اروپا از موقعیت کانونی در تجارت خارجی ترکیه برخوردار است اما روابط تجاری این کشور با قدرت‌ها و مناطق دیگر نیز رو به گسترش رفته است. اتحادیه اروپا هنوز سهمی ۴۲ درصدی در صادرات ترکیه و سهمی ۲۵ درصدی در واردات این کشور دارد و با فاصله مهم‌ترین شریک تجاری آنکارا محسوب می‌شود. با این حال سهم مناطق دیگر نیز قابل توجه است.

1- Zakaria, F. (2008). The Post-American World. New York, NY: W. W. Norton & Company.

جدول ۳ - سهم مناطق مختلف در صادرات ترکیه

REPUBLIC OF TURKIYE  
MINISTRY OF TRADE

### Exports by Regions

Million Dollar			July				January - July			
			2021	2022	Share %	Change	2021	2022	Share %	Change
		Country Groups								
1	Europe	European Union (EU-27)	6.988	7.351	39.7	5.2	50.858	60.753	42.1	19.5
		Other European Countries	2319	2832	15.3	22.1	16471	18608	12.9	13.0
2	Africa	Other African Countries	544	818	4.4	50.4	4049	6026	4.2	48.8
		North African Countries	829	980	5.3	18.2	7050	8700	6.0	23.4
3	America	South American Countries	274	303	1.6	10.7	2051	2041	1.4	-0.5
		North American Countries	1203	1449	7.8	20.5	8689	11162	7.7	28.5
		Central America and Caraipts	167	314	1.7	88.6	1.222	1.731	1.2	41.7
4	Asia	Other Asian Countries	1288	1267	6.8	-1.6	9601	10065	7.0	4.8
		Near and Middle Eastern	2627	3134	16.9	19.3	20469	24470	17.0	19.5
5	Australia & New Zeland	Australia and New Zealand	84	77	0.4	-7.9	598	621	0.4	3.8
		Other Countries	15	3	0.01	-83.0	66	82	0.1	24.4
Total			16.337	18.529	100,0	13,4	121.123	144.260	100,0	19,1

Source: TURKSTAT

جدول ۴ - سهم مناطق مختلف در تأمین واردات ترکیه

### Imports by Regions

Million Dollar			July				January - July			
			2021	2022	Share %	Change (%)	2021	2022	Share %	Change (%)
		Country Groups								
1	Europe	European Union (EU-27)	6.455	7.251	24,9	12,3	49.157	53.039	25,7	7,9
		Other European Countries	3.531	6.849	23,5	94,0	24193	43906	21,3	81,5
2	Africa	Other African Countries	154	239	0,8	55,2	1551	2035	1,0	31,2
		North African Countries	367	405	1,4	10,4	2616	3372	1,6	28,9
3	America	South American Countries	687	991	3,4	44,2	4199	6597	3,2	-11,9
		North American Countries	1002	1562	5,4	55,9	7488	9810	4,8	31,0
		Central America and Caraipts	75	133	0,5	76,8	628	749	0,4	19,4
4	Asia	Other Asian Countries	5593	7455	25,6	33,3	37383	51298	24,9	37,2
		Near and Middle Eastern	927	1963	6,7	111,8	8690	12783	6,2	47,1
5	Australia & New Zeland	Australia and New Zealand	121	178	0,6	46,4	510	926	0,4	81,7
		Other Countries	1755	2107	7,2	20,1	10303	21883	10,6	112,4
Total			20.666	29.132	100	41,0	150.005	206.397	100	37,6

Source: TURKSTAT

در حوزه جذب سرمایه خارجی به‌عنوان بعد مهمی از دیپلماسی اقتصادی نیز ترکیه عمدتاً به اروپا وابسته



است. همان گونه که جدول ذیل نشان می‌دهد، بخش اعظم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه توسط کشورها و شرکت‌های اروپایی انجام شده است.

### جدول ۵- مهم‌ترین کشورهای سرمایه‌گذار در ترکیه

OF TÜRKİYE  
OF TRADE

## Breakdown of Foreign Investments by Country

Rank*	Countries	2021 FDI (Million Dolar)	2022 FDI May (Million Dolar)	2022 FDI January-May (Million Dolar)
1	Netherlands	1.014	78	337
2	France	135	60	99
3	Germany	466	31	104
4	Austria	103	22	68
5	Luxembourg	351	21	23
6	England	1.436	15	59
7	United States of America	1.180	11	77
8	Russian	3	10	17
9	Taipei, Chinese	52	10	23
10	Singapore	39	8	21
11	Israel	2	7	10
12	United Arab Emirates	495	5	18
13	Kuwait	61	5	20
14	South Korea	345	5	9
15	Switzerland	540	4	315
16	Denmark	3	3	7
17	Malta	3	3	3
18	Japan	259	3	24
19	Spain	67	2	9
20	Hong Kong, China	71	2	8
LIST TOTAL		6.625	305	1.251
TOTAL		7.592	553	1.862

Source: CBRT

\*Sorted by FDI in May 2022 [www.ticaret.gov.tr](http://www.ticaret.gov.tr)

54

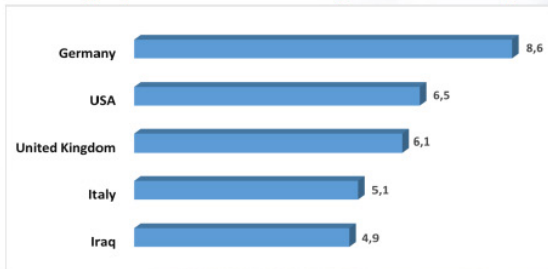
با وجود آنکه اروپا همچنان مهم‌ترین بازار صادراتی ترکیه محسوب می‌شود، اما در حوزه واردات، چین و روسیه به مهم‌ترین شرکای این کشور بدل شده‌اند. واردات فزاینده انرژی از روسیه و کالاهای ارزان‌تر از چین (در مقایسه با اروپا) این دو قدرت نوظهور را به شرکای کلیدی وارداتی ترکیه، بدل کرده است.

نمودار ۷ - شرکای تجاری کلیدی ترکیه

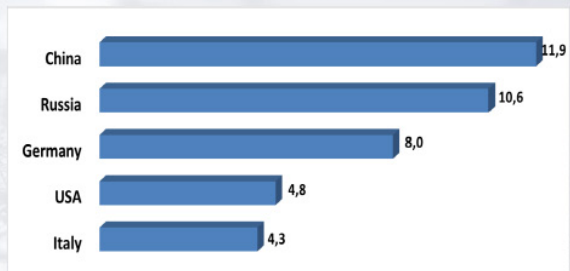
REPUBLIC OF TÜRKİYE  
MINISTRY OF TRADE

## Main Trade Partners

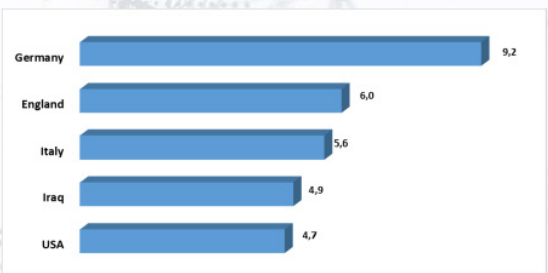
Leading Export Partners in 2021 (Share in Total Exports)



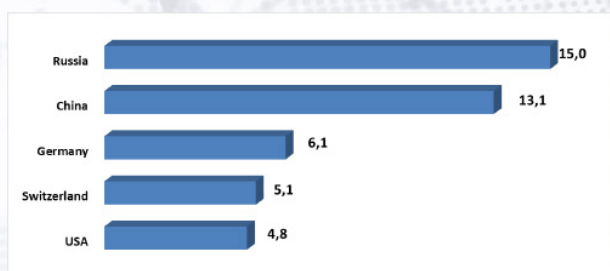
Leading Import Partners in 2021 (Share in Total Imports)



Leading Export Partners in July 2022 (Share in Total Exports)



Leading Import Partners in July 2022 (Share in Total Imports)



Source: Ministry of Trade

اشاره شد که ترکیه در سال‌های اخیر کوشیده تا خود را با روندهای دگرگون‌کننده تجارت جهانی به‌ویژه ظهور قدرت‌های جدید و منطقه‌ای شدن موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد هماهنگ نماید. ترکیه اولاً ارتباط خود با سایر کشورهای جهان به‌ویژه قدرت‌های نوظهور را گسترش داده و ثانیاً با به بن بست کشیده شدن مذاکرات دور دوحه در سازمان تجارت جهانی و در بن بست ماندن روند گسترش تجارت آزاد به‌صورت چندجانبه، این کشور در پی گسترش تجارت آزاد در قالب‌های دوجانبه با شکل‌دهی به موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد دوجانبه با تعداد هرچه بیشتری از کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه برآمده است؛ بنابراین می‌توان گفت که پس از الحاق به سازمان تجارت جهانی، شکل‌دهی به موافقت‌نامه‌های تجارت دوجانبه با تعداد هر چه بیشتری از کشورها مهم‌ترین اولویت سیاست تجاری ترکیه بوده است.<sup>۱</sup> در این راستا افزون بر اتحادیه گمرکی با اتحادیه اروپا، در وضعیت کنونی ترکیه با ۲۶ کشور موافقت‌نامه تجارت آزاد در حال اجرا دارد. از میان این ۲۶ کشور، موافقت‌نامه تجارت آزاد با کشورهای قطر، سودان، لبنان و اوکراین در فرایند تصویب در نهادهای قانونی دو طرف قرار دارد و هنوز کاملاً اجرایی نشده است.<sup>۲</sup>

1- Balasubramanyam, V., & Togan, S. (2016). The Economy of Turkey since Liberalization. Basingstoke, NY: Springer.

2- <https://www.trade.gov.tr/free-trade-agreements>

جدول ۶- کشورهای موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد با ترکیه امضا کرده‌اند



REPUBLIC OF TÜRKİYE  
MINISTRY OF TRADE

## Free Trade Agreements (FTA)

1. EFTA (Norway, Switzerland, Iceland, Liechtenstein) (1992)	10. Georgia (2008)	19. Singapore (2017)
2. Israel (1997)	11. Montenegro (2010)	20. Kosovo (2019)
3. Macedonia (2000)	12. Serbia (2010)	21. Venezuela (2020)
4. Bosnia and Herzegovina (2003)	13. Chile (2011)	22. United Kingdom (2021)
5. Palestine (2005)	14. South Korea (2013)	23. Qatar*
6. Tunisia (2005)	15. Mauritius (2013)	24. Lebanon*
7. Morocco (2006)	16. Malaysia (2015)	25. Sudan*
8. Egypt (2007)	17. Moldova (2016)	26. Ukraine*
9. Albania (2008)	18. Faroe Islands (2017)	

[www.ticaret.gov.tr](http://www.ticaret.gov.tr)

(\*) Agreements that are in the approval process

جدول ۷- کشورهای موافقت‌نامه تجارت آزاد در حال مذاکره است

## FTA Countries (On-going Negotiations)

### Active Negotiations

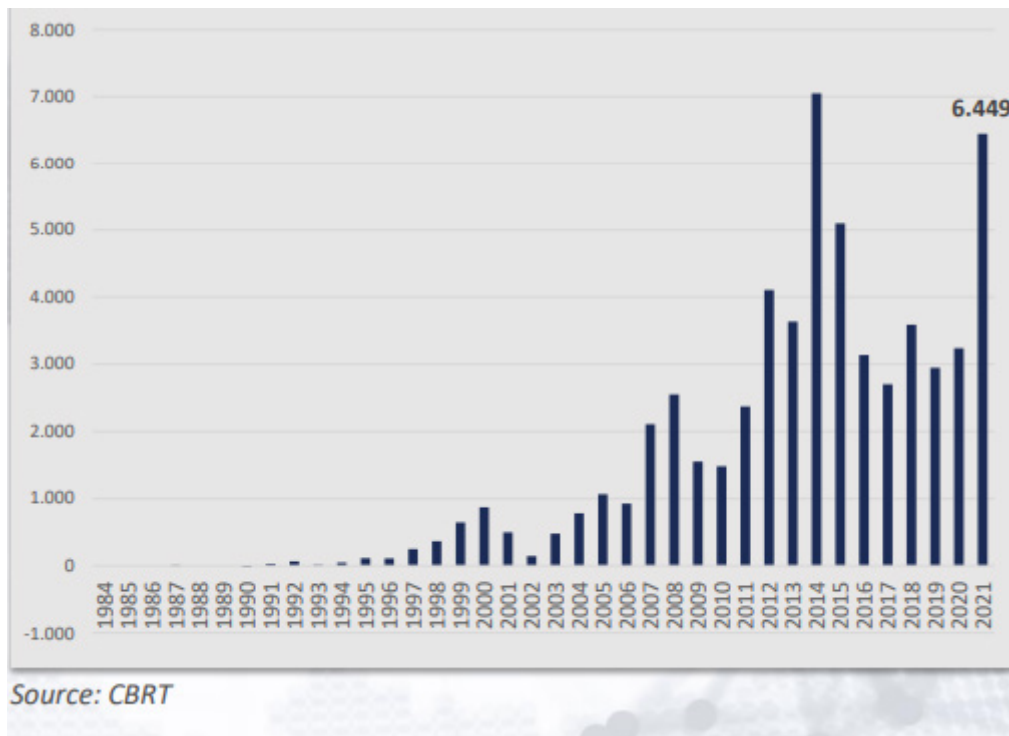
1. Japan
2. Thailand
3. Indonesia
4. Somalia

### Other Negotiations

1. Mexico
2. Ecuador
3. MERCOSUR
4. Peru
5. Colombia
6. Pakistan
7. Cameroon
8. Democratic Republic of the Congo
9. Gulf Cooperation Council
10. Djibouti
11. Chad
12. Seychelles

در حوزه سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان بعد دیگر دیپلماسی اقتصادی ترکیه موفقیت‌های مهمی به دست آورده است. از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ این کشور ۵۵,۳ در کشورهای دیگر سرمایه‌گذاری مستقیم صورت داده است.

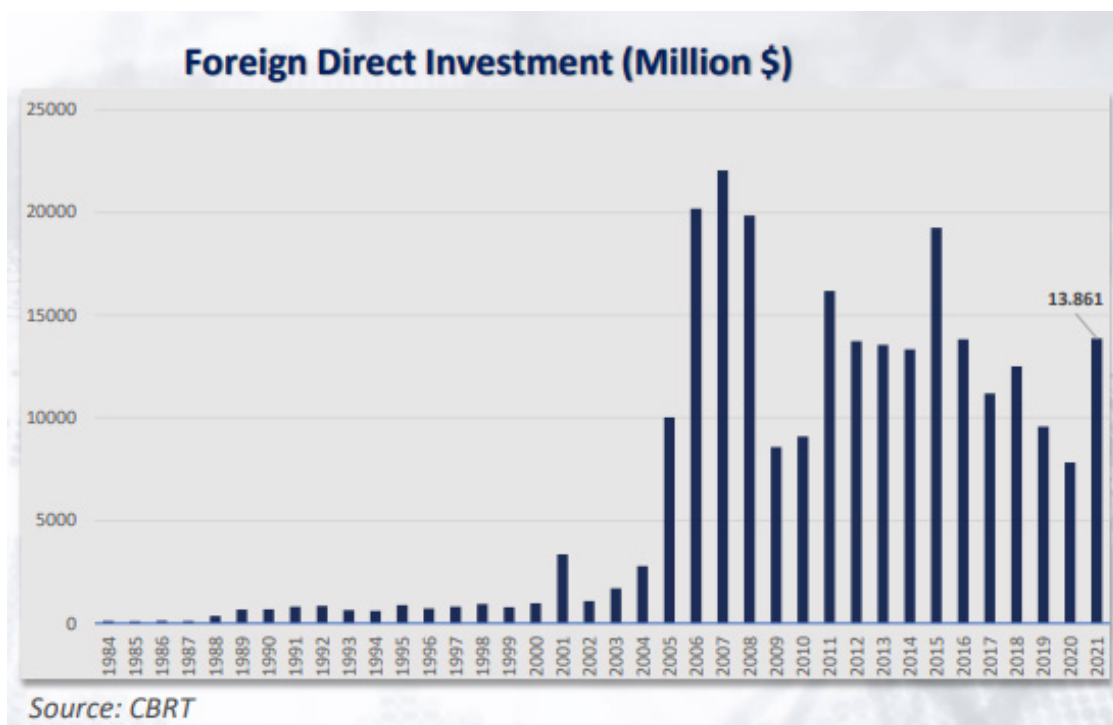
نمودار ۸ - سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ترکیه در کشورهای دیگر ۲۰۰۳-۲۰۲۱



از دیگر سو این کشور طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱ در مجموع ۲۳۹,۲ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کرده است، در حالی که طی سال‌های ۱۹۸۴ تا ۲۰۰۲ تنها ۱۴,۶ میلیارد دلار سرمایه جذب کرده بود.<sup>۱</sup>

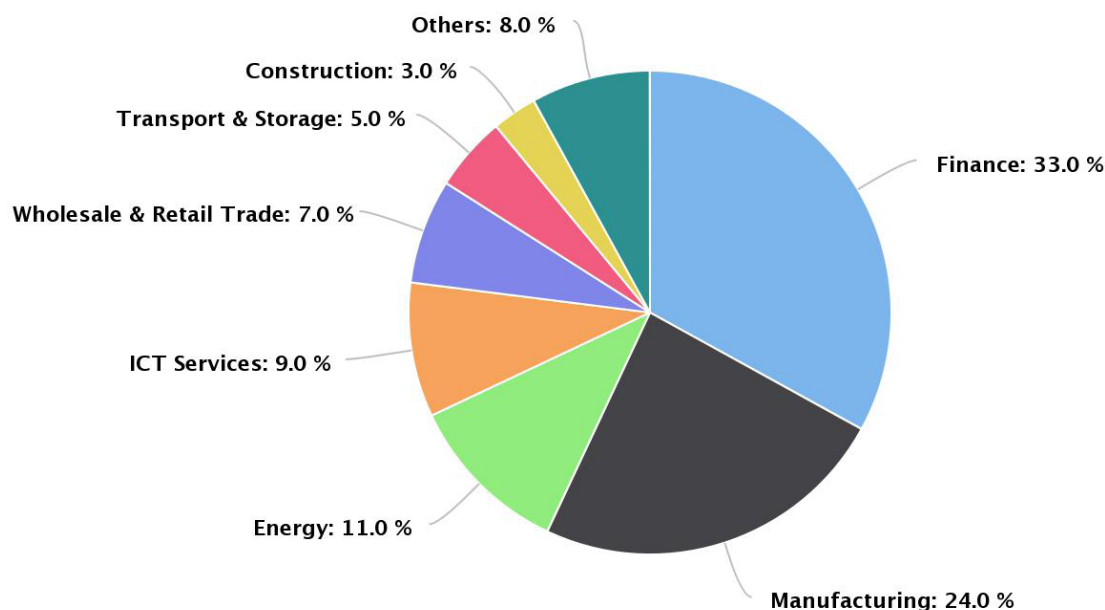
1- <https://www.invest.gov.tr/en/whyturkey/pages/fdi-in-turkey.aspx#:~:text=The%20majority%20of%20FDI%20inflows,been%20noticeably%20on%20the%20rise.&text=As%20of%20end%2D2020%2C%20the,up%20from%205%2C600%20in%202002.>

## نمودار ۹ - سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۱



از منظر حوزه‌های سرمایه‌گذاری خارجی در ترکیه، بخش مالی با ۳۳ درصد و بخش تولید صنعتی با ۲۴ درصد، بیش از نیمی از مجموع سرمایه‌گذاری‌ها را جذب کرده‌اند.

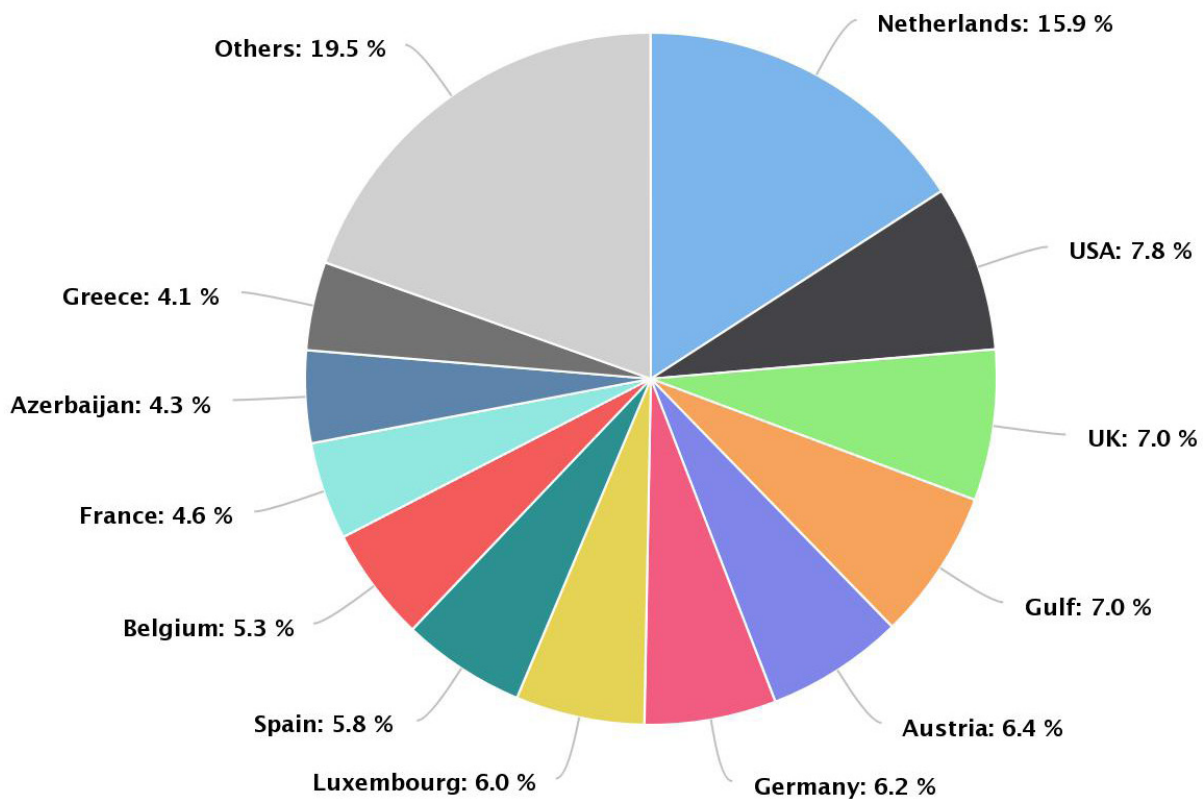
## نمودار ۱۰ - سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش‌های مختلف اقتصاد ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰



1-<https://www.invest.gov.tr/en/whyturkey/pages/fdi-in-turkey.aspx#:~:text=The%20majority%20of%20FDI%20inflows,been%20noticeably%20on%20the%20rise.&text=As%20of%20end%2D2020%2C%20the,up%20from%205%2C600%20in%202002.>

توزیع سهم کشورها در سرمایه‌گذاری خارجی در ترکیه نیز از منظر پژوهش حاضر اهمیت دارد. همان‌گونه که نمودار ذیل نشان می‌دهد، کشورهای غربی تقریباً ۷۰ درصد مجموع سرمایه‌گذاری دو دهه اخیر در ترکیه را صورت داده‌اند. این رقم نشانی از تنیدگی اقتصاد ترکیه و غرب است.

نمودار ۱۱ - توزیع سهم کشورها و مناطق در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ترکیه طی سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۰



معاهدات سرمایه‌گذاری دوجانبه (BIT) یکی دیگر از ابعاد کلیدی دیپلماسی اقتصادی ترکیه است. این کشور از دهه‌های پیش تاکنون در پی گسترش این معاهدات با تعداد هرچه بیشتری از کشورها بوده است. در وضعیت فعلی ترکیه با ۱۳۲ کشور چنین معاهداتی را امضا کرده است.<sup>۲</sup>

### ۵- استراتژی جدید دیپلماسی اقتصادی ترکیه

اشاره شد که سیاست تجاری و صنعتی ترکیه در سال‌های اخیر متأثر از بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل و بلندپروازی‌های دولت اردوغان در مسیر تحول قرار گرفته است. هدف‌گذاری بلندپروازانه برای سال ۲۰۲۳ و طراحی استراتژی جدید توسعه صنعتی که محوریت آن را ارتقای رادیکال جایگاه ترکیه در

1- <https://www.invest.gov.tr/en/whyturkey/pages/fdi-in-turkey.aspx#:~:text=The%20majority%20of%20FDI%20inflows,been%20noticeably%20on%20the%20rise.&text=As%20of%20end%2D2020%2C%20the,up%20from%205%2C600%20in%202002.>

2- <https://investmentpolicy.unctad.org/international-investment-agreements/countries/214/turkey>

زنجیره‌های جهانی ارزش تشکیل می‌دهد، نمادهای این تحول‌اند. این تحول استراتژی صادراتی ترکیه را دربرگرفته و زمینه را برای طراحی استراتژی جدیدی فراهم آورده است.

نخستین استراتژی صادراتی ترکیه در دوره اردوغان در سال ۲۰۰۹ و بر مبنای چشم‌انداز ۲۰۲۳ که شرح آن در بالا آمده تدوین شد. این استراتژی موسوم به "استراتژی صادرات ترکیه برای سال ۲۰۲۳" توسط وزارت بازرگانی و مجمع صادرکنندگان ترکیه در سال ۲۰۰۹، تدوین شد. هدف اصلی این استراتژی هم‌افزایی با سایر ارکان اقتصادی برای تبدیل اقتصاد ترکیه به یکی از ۱۰ اقتصاد بزرگ جهان در سال ۲۰۲۳، تعریف شده است. در این راستا و بر مبنای این استراتژی، ترکیه باید تا ۲۰۲۳، ۱٫۵ درصد از حجم تجارت جهانی را به خود اختصاص دهد. علاوه بر این، در قالب این استراتژی در سال ۲۰۲۳ ارتقا نسبت صادرات/واردات به ۸۰ درصد هدف‌گذاری شده بود.

در این استراتژی به‌جای تمرکز بر اهداف کوتاه‌مدت، چشم‌اندازی بلندمدت ترسیم شده است. برای دستیابی به اهداف بلندمدت، استراتژی هر دو بخش تولید و صادرات را در بر می‌گیرد. در این راستا، استراتژی صادراتی ترکیه در واقع به‌عنوان مکمل استراتژی توسعه صنعتی این کشور که در صفحات پیشین مورد بحث قرار گرفت، طراحی شده است. شاهد این مدعا آنکه عناصر اساسی این استراتژی، انتقال تولید از بخش‌های با فناوری پایین به حلقه‌های با ارزش‌افزوده بالا و جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید در بخش‌های با فناوری پیشرفته است. برای دستیابی به این اهداف استراتژی یاد شده برخی از اقدامات اساسی ذیل در این سند مورد تأکید قرار گرفته‌اند:

- انجام پروژه‌های تحقیق و توسعه و توسعه رقابت‌پذیری بین‌المللی به‌منظور افزایش ظرفیت صادراتی ترکیه.

- افزایش تعداد شرکت‌ها و هیئت‌های تجاری ترک مشارکت‌کننده در نمایشگاه‌های بین‌المللی و افزایش نمایندگی‌های تجاری در بازارهای هدف.

- اجرای استراتژی تنوع‌بخشی و کشوری در ترکیب صادرات.

- تمرکز فعالیت‌های تجاری بر بازارهای هدف.

- افزایش ظرفیت صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط.

- افزایش تعداد برندهای جهانی ترکیه در بازار جهانی.

- تبدیل استانبول به مرکز مد، نمایشگاه و تجارت بین‌المللی.

- ارائه نهادهای حیاتی برای صادرات.
- ایجاد خوشه‌های بخشی برای کسب رقابت‌پذیری در بازارهای بین‌المللی.
- بهبود امکانات لجستیکی ترکیه.
- توسعه ابزارهای مالی صادرات جدید.

به طور خلاصه، استراتژی صادرات ترکیه برای سال ۲۰۲۳ ساختار صادراتی مدرن و منعطف مبتنی بر فناوری پیشرفته و تحقیق و توسعه را برای پاسخگویی به الزامات محیط تجاری امروز و آینده با مدرن کردن ساختار صادرات ترکیه را اولویت بخشیده است.<sup>۱</sup>

رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهور ترکیه در اواخر سال ۲۰۲۱ در نشست مجمع صادرکنندگان این کشور در استانبول، رئیس استراتژی جدید تجارت خارجی این کشور را بیان کرد؛ او تأکید کرده است که اکنون ۷۰ درصد صادرات ترکیه به محیط همسایگی این کشور صورت می‌گیرد، یعنی کشورهایی که در شعاع ۲۰۰۰ کیلومتری از مرزهای آن قرار می‌گیرند. از منظر وی این استراتژی به اهداف خود دست‌یافته است زیرا صادرات ترکیه به این کشورها در سال‌های اخیر به‌شدت رشد یافته است. اکنون دولت او اولویت را در تمرکز بر بازارهای دوردست یعنی کشورهایی که در شعاع ۸۰۰۰ کیلومتری مرزهای ترکیه‌اند، قرار داده است. بر مبنای طرح عملیاتی که برای این استراتژی جدید تهیه شده است، ۱۷ کشور به‌عنوان بازارهای دوردست هدف صادراتی ترکیه در نظر گرفته شده‌اند و باید صادرات ترکیه به این بازارها به ۸۱٫۵ میلیارد دلار افزایش یابد. این ۱۷ کشور سهمی ۶۴ درصدی در اقتصاد جهانی دارند. این کشورها عبارت‌اند از آمریکا، چین، برزیل، اتیوپی، مراکش، آفریقای جنوبی، کره جنوبی، هند، عراق، بریتانیا، ژاپن، کنیا، مالزی، مکزیک، ازبکستان، روسیه و شیلی.<sup>۲</sup>

افزون بر این، در قالب این استراتژی دولت ترکیه کوشش می‌کند تا استانبول را به هاب تجارت جهانی، تبدیل نماید. اشاره شد که ترکیه هدف بلندپروازانه برای تبدیل شدن به دهمین اقتصاد بزرگ جهان در سر دارد و افزایش صادرات را به‌عنوان مهم‌ترین پیشران، تلقی می‌کند. همان‌گونه که نمودار ذیل نشان می‌دهد ترکیه در سال ۲۰۲۱ برای نخستین بار در تاریخ مدرن این کشور، سهمی یک‌درصدی در تجارت جهانی یافت. دولت اردوغان این تحول را موفقیتی برای خود می‌داند و می‌کوشد با تمرکز بر بازارهای دوردست و افزایش صادرات به کشورهایی که نقش کانونی در اقتصاد جهانی دارند این سهم را افزایش دهد.<sup>۳</sup>

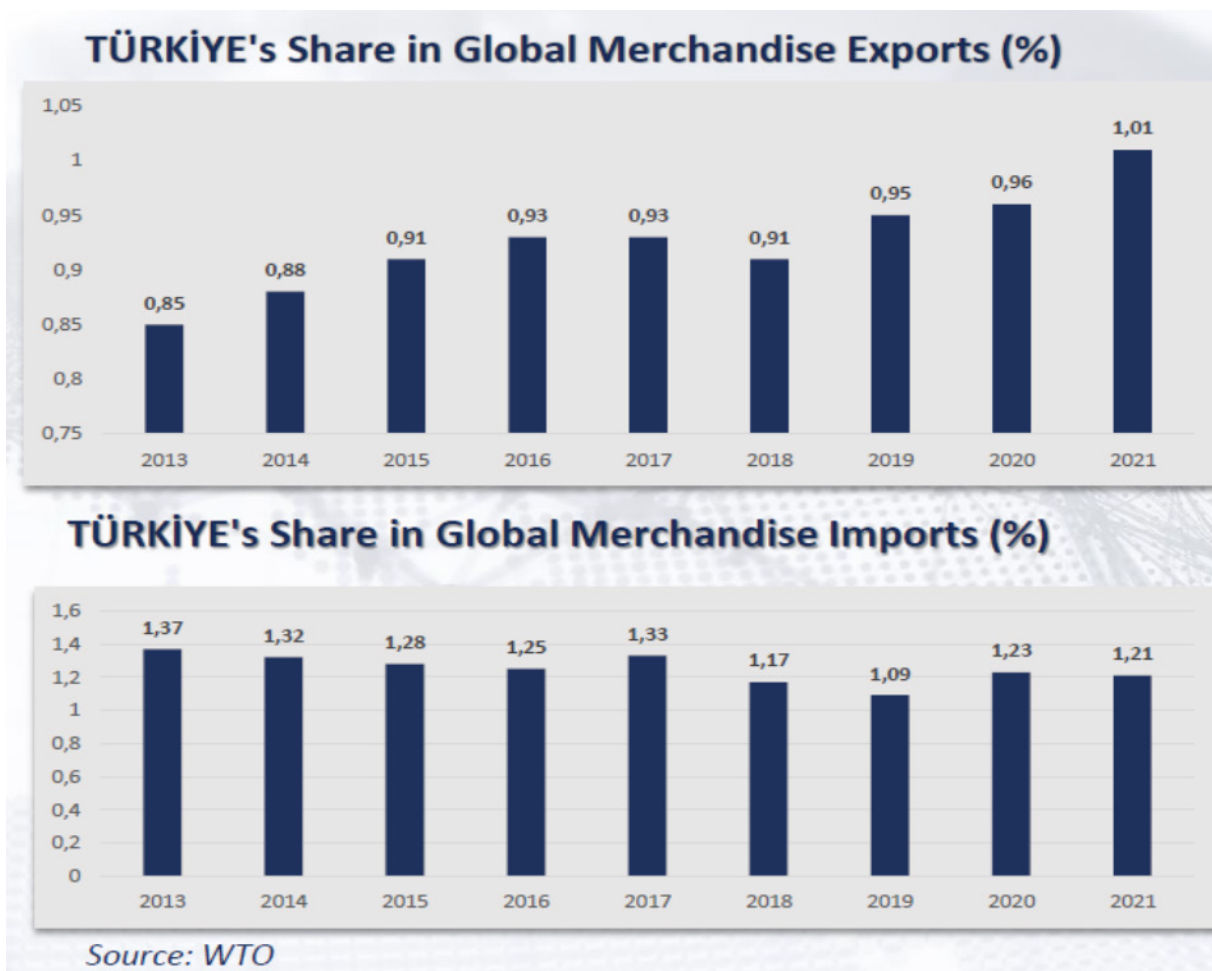
1- <https://www.trade.gov.tr/data/5b90d2eb13b8760beca887fd/2023%20EXPORT%20STRATEGY-15%20%C5%9Eubat%202022.pdf>

2- <https://www.dailysabah.com/business/economy/new-strategy-to-boost-turkish-exports-in-remote-markets-erdogan>

3- <https://www.dailysabah.com/business/economy/turkeys-share-in-global-exports-tops-1-for-first-time>



نمودار ۱۲ - روند تحول در سهم ترکیه در تجارت کالایی جهان - ۲۰۲۱-۲۰۱۳



وزارت بازرگانی ترکیه اخیراً استراتژی صادراتی این کشور را با تفصیل بیشتری منتشر کرده است. بر مبنای گزارش این وزارتخانه، ترکیه افزایش پایدار صادرات را به‌عنوان اولویت کلیدی طراحی کرده و در این راستا بر اهداف ذیل برای نیل به تحقق این اولویت، متمرکز شده است:

۱- صادرات با ارزش افزوده بالا و رقابت‌پذیر.

۲- تنوع‌بخشی به بازارها.

۳- توجه به صادرکنندگان جدید.

۴- حمایت از شرکت‌های صادرات محور.

۵- ارتقای رقابت‌پذیری در بخش خدمات.

۶- تمرکز بر دیجیتالی کردن فرایندها.

۷- ایجاد نسل جدید مناطق آزاد با رویکرد توسعه فناوری‌های نوین.

۸- تأمین مالی صادرات.

۹- رویکردهای جدید برای حمایت از صادرات.

۱۰- تسهیل تجارت.<sup>۱</sup>

وزارت بازرگانی ترکیه، مهم‌ترین ابزارهای سیاستی طرح کلان توسعه صادرات این کشور را به‌صورت ذیل دسته‌بندی کرده است.

جدول ۹ - ابزارهای سیاستی طرح کلان توسعه صادرات ترکیه

تأمین مالی صادرات	نسل جدید منطق آزاد با محوریت فناوری‌های نوین	دیپلماسی تجاری و صادرکنندگان جدید	دیجیتالی‌سازی و تسهیل تجاری
تأمین مالی بلندمدت	حمایت در تأمین مالی	شبکه رایزنان تجاری	دیجیتالی‌سازی گمرکات
شیوه‌های جدید حمایت از شرکت‌های در برابر ریسک‌های ناشی از شوک‌های ارزی	حمایت در تأمین انرژی	شبکه زنان کارآفرین ترک	برنامه‌های دیجیتالی کاربردی و تسهیل‌کننده برای صادرکنندگان
برنامه‌های ویژه برای زنان و جوانان کارآفرین	حمایت در تأسیس کسب‌وکار	شبکه سرمایه‌گذاران خرد	ابزارهای دیپلماسی تجاری
برنامه حمایت اعتباری از صادرکنندگان در برخی دوره‌ها	حمایت در استخدام نیروی کار	برگزاری دوره‌های مهارت‌افزایی در زمینه تجارت خارجی	پایش و بازبینی سیاست تجاری

اشاره شد که تمرکز جغرافیایی استراتژی جدید برای افزایش پایدار صادرات ترکیه بر بازارهای دوردست است. از منظر سیاست‌گذاران تجاری ترک، تمرکز ۷۰ درصدی صادرات ترکیه در محیط پیرامونی این کشور، نوعی آسیب برای توسعه صادرات آن ایجاد کرده است، زیرا صادرات این کشور به مناطق دوردست کمتر از میانگین جهانی است، درحالی‌که عمده بازارهای نوظهور در سرزمین‌های دوردست و بافاصله جغرافیایی زیاد از ترکیه قرار گرفته‌اند.

در قالب استراتژی جدید، ترکیه می‌کوشد تا پتانسیل‌های صادراتی خود در بازارهای دوردست را برآورد نماید و روندی پایدار از صادرات به این بازارهای ایجاد نماید. سیاست‌گذاران ترک استدلال می‌کنند که پتانسیل‌های عظیم بازارهای دوردست و نیاز به متنوع‌سازی بازارهای صادراتی، محوریت بخشیدن به این بازارها را در دیپلماسی اقتصادی ترکیه، الزامی می‌سازد.<sup>۲</sup>

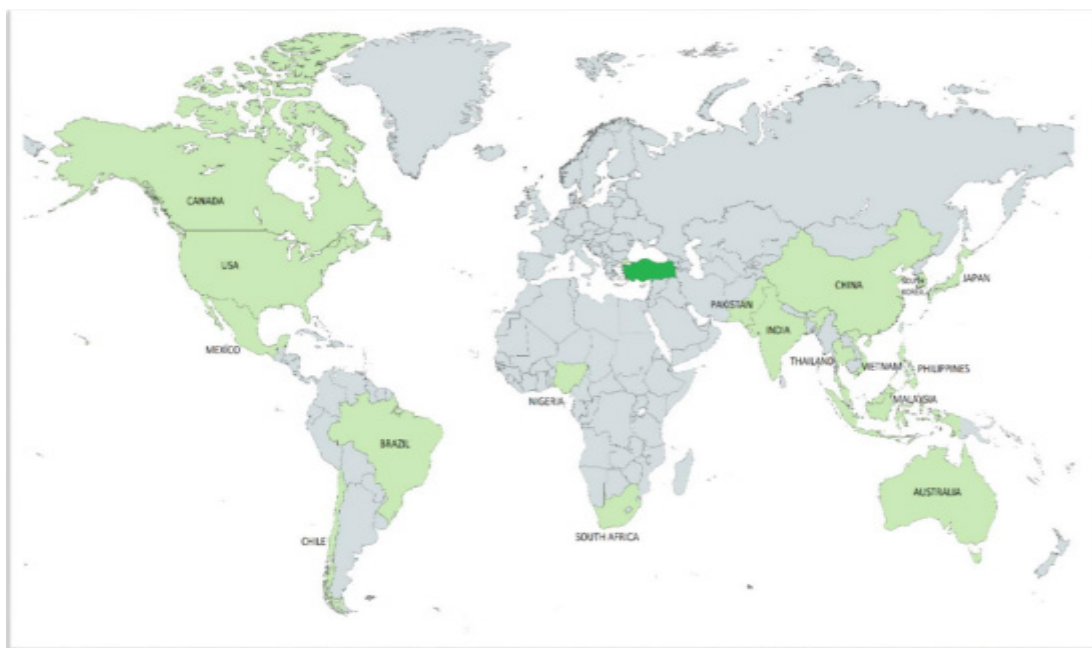
1- <https://www.trade.gov.tr/>

2- <https://tittlepress.com/recep-tayyip-erdogan/1169909/>

کشورهای منتخب در استراتژی جدید دیپلماسی اقتصادی ترکیه ۶۲ درصد جمعیت جهانی و ۶۴ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را در اختیار دارند. ترکیه، افزایش صادرات به این بازارها از رقم ۲۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ به ۸۰ میلیارد دلار تا ۲۰۳۰ را به‌عنوان هدف برگزیده است. از منظر سیاست‌گذاران تجاری ترک، کسب سهم یک‌درصدی در مجموع واردات این کشورها برای ترکیه هدفی دست‌یافتنی محسوب می‌شود و این کشور باید تا ۲۰۳۰ در پی تحقق آن باشد.

ترکیه در صادرات به این کشورها حوزه‌های خدمات و تجارت کالایی را مکمل یکدیگر می‌داند و هر دو را به‌موازات یکدیگر پیش می‌برد. مطالعات نشان می‌دهد هر ۱۰ درصد افزایش صادرات خدمات به رشد ۶٫۴ درصدی صادرات کالا منجر می‌شود. در این حوزه به‌ویژه خدمات لجستیکی نقش مهمی در توسعه صادرات کشورها دارد و ترکیه در استراتژی جدید به آن اهمیت داده است.

#### نقشه ۲ - کشورهای منتخب در استراتژی جدید دیپلماسی اقتصادی ترکیه



#### نتیجه‌گیری

بر مبنای آنچه بیان شد می‌توان مدعی شد که ترکیه بر اساس چشم‌انداز ۲۰۲۳، سیاست تجاری و صنعتی بلندپروازانه‌ای را در پیش گرفته است. در حوزه سیاست صنعتی می‌کوشد تا موقعیتی ویژه در انقلاب چهارم صنعتی بیابد و در زنجیره جهانی ارزش موقعیت خود را ارتقا بخشد. در حوزه سیاست صنعتی به لحاظ جغرافیایی بر اوراسیا متمرکز شده و می‌کوشد در این حوزه در صادرات کالاهای فناوری متوسط به بالا به بازیگری کلیدی مبدل شود.

چشم‌انداز موسوم به ۲۰۲۳، سیاست صنعتی جدید و مبتنی بر ارتقای موقعیت در زنجیره‌های ارزش جهانی و بازتوزیع قدرت در سیاست بین‌الملل، مجموعاً زمینه را برای تحول در دیپلماسی اقتصادی ترکیه فراهم آورده‌اند. از همین روست که ترکیه اهداف خود در توسعه صادرات در محیط همسایگی را محقق شده می‌بیند و می‌کوشد بر بازارهای دوردست متمرکز شود.

کارنامه دیپلماسی اقتصادی ترکیه در دو دهه اخیر، موفقیت‌های فراوانی در خود دارد اما شوک تورمی اخیر در این کشور می‌تواند دستاوردهای دو دهه اخیر را تحت‌الشعاع قرار دهد. ترکیه در آستانه ۲۰۲۳ با وضعیتی دوگانه مواجه است. از یک‌سو بخش مهمی از چشم‌انداز ۲۰۲۳ محقق شده است و این کشور به یک قدرت اقتصادی و سیاسی نوظهور بدل شده است اما از دیگر سو، تورم کم‌سابقه در این کشور تمامی این دستاوردها را در معرض خطر قرار داده است.