

Economic Paradiplomacy of the Iranian Diaspora in the United Arab Emirates: Capacities and Challenges

Abdul Majid Seifi¹ , Maryam Khaleghinezhad² 

¹ Department of Political Science, Ayatollah Boroujerdi University, Boroujerd, Iran. seifi@abru.ac.ir

² Department of Political Science, Ayatollah Boroujerdi University, Boroujerd, Iran (**Corresponding author**). Khaleghinezhad.m@gmail.com

Abstract

This study explores the economic paradiplomatic capacities of the Iranian expatriate community residing in the United Arab Emirates (UAE). The primary objective is to analyze the role of Iranians in the UAE as non-state actors in fostering bilateral economic relations through mechanisms of economic paradiplomacy. The central research question examines what economic paradiplomatic capacities the Iranian diaspora in the UAE possesses and what challenges they encounter in this process. Conducted using a qualitative research methodology with a descriptive-analytical approach, the study hypothesizes that the Iranian diaspora in the UAE can contribute to strengthening economic relations between Iran and the UAE through their economic paradiplomatic capacities. However, their activities predominantly operate within informal and suprastructural networks, such as ethnic-family ties and dense social capital, and face various challenges including restrictions on fund transfers, difficulties in opening bank accounts for Iranian shareholders, sanctions-related barriers to accessing banking services, customs obstacles, and the issuance of commercial certificates due to sanctioned goods and the policies of the UAE's Western allies. Considering the UAE's position as one of the most significant destinations for Iranians abroad and its role in Iran's imports and exports, the findings indicate that the Iranian expatriate community possesses economic capital, business networks, and cultural ties, enabling them to act as a bridge for developing economic cooperation, reducing political tensions, and advancing Iran's national interests within economic diplomacy.

Keywords: Iranian Diaspora, Economic Paradiplomacy, United Arab Emirates, Iran, Diplomacy, Foreign Policy.

Cite this article: Seifi A.A.M. & Khaleghinezhad, M. (2025). Economic Paradiplomacy of the Iranian Diaspora in the United Arab Emirates: Capacities and Challenges. *Iranian Political Research*, 12(2), p. 7-28.

Received: 2024/12/22 ; **Received in revised form:** 2025/02/03 ; **Accepted:** 2025/03/17 ; **Published online:** 2025/07/11

© The Author(s).

Article type: Research Article

Publisher: Qom Islamic Azad University



پارادایلماسی اقتصادی دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عربی: ظرفیت‌ها و چالش‌ها

عبدالمجید سیفی^۱، مریم خالقی‌نژاد^۲

^۱ گروه علوم سیاسی، دانشگاه آیت‌الله بروجردی، بروجرد، ایران. seifi@abru.ac.ir

^۲ گروه علوم سیاسی، دانشگاه آیت‌الله بروجردی، بروجرد، ایران (نویسنده مسئول).

Khaleghinezhad.m@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر به ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در امارات پرداخته است. هدف اصلی پژوهش، تحلیل نقش ایرانیان مقیم امارات به عنوان بازیگران غیردولتی در توسعه روابط اقتصادی دوجانبه از طریق مکانیسم‌های پارادایلماسی اقتصادی است. پرسش اصلی آن است که دیاسپورای ایرانی در امارات، چه ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی دارند و در این مسیر چه چالش‌هایی وجود دارد؟ پژوهش حاضر با روش کیفی و با رویکرد توصیفی-تحلیلی انجام شده است. فرضیه پژوهش بر این اصل استوار است که دیاسپورای ایرانی در امارات، می‌توانند با ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی خود به افزایش روابط اقتصادی میان ایران و امارات کمک نمایند. اما عمدتاً در چارچوب شبکه‌های غیررسمی و فراساختاری (مانند پیوندهای قومی-خانوادگی و سرمایه اجتماعی متراکم) عمل می‌کنند و چالش‌های مختلف اعم از عدم امکان انتقال وجوه، مشکل در افتتاح حساب بانکی سهامداران ایرانی، ایجاد موانع تحریم‌ها بر استفاده از خدمات بانکی، موانع گمرکی و صدور گواهی بازرگانی ناشی از کالاهای تحریمی و سیاست‌های متحدان غربی امارات، به عنوان مانعی در این مسیر وجود دارد. با توجه به قرارگرفتن امارات در لیست مهم‌ترین مقصد ایرانیان خارج از کشور و جایگاه امارات در واردات و صادرات ایران، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جامعه ایرانیان مقیم، ظرفیت‌های پارادایلماتیک سرمایه‌های اقتصادی، شبکه‌های تجاری و پیوندهای فرهنگی را دارا می‌باشند و می‌توانند به عنوان پلی برای توسعه همکاری‌های اقتصادی، کاهش تنش‌های سیاسی و ارتقای منافع ملی ایران در دیپلماسی اقتصادی عمل کنند.

کلیدواژه‌ها: دیاسپورای ایرانی، پارادایلماسی اقتصادی، امارات متحده عربی، ایران، دیپلماسی، سیاست خارجی.

پژوهش حاضر برگرفته از: طرح دوره پست داک با عنوان «ظرفیت‌های پارادایلماتیک دیاسپورای ایرانی در غرب آسیا»، ارائه شده در دانشگاه آیت‌الله بروجردی می‌باشد.

استناد به این مقاله: سیفی، عبدالمجید؛ خالقی‌نژاد، مریم (۱۴۰۴). پارادایلماسی اقتصادی دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عربی: ظرفیت‌ها و چالش‌ها. *سیاست‌پژوهی ایرانی*، ۱۲(۲)، ص ۷-۲۸.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۱/۰۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۴/۲۰

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



۱. مقدمه

یکی از ابعاد جهانی شدن، سیالیت و گسترش جابجایی افراد در ورای مرزها است که سبب شده نقش مهاجران به عنوان کنشگران فراملی و غیردولتی در خارج از سرزمین اصلی برجسته شود. از این منظر، دیاسپورا در کنار کنشگران رسمی، دارای کارکرد فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ارتباطی هستند. به پیروی از این امر، جامعه ایرانیان خارج از کشور طی دهه‌های اخیر نه تنها به عنوان یک واقعیت اجتماعی، بلکه به مثابه ابزاری مؤثر در دیپلماسی ظهور کرده‌اند. دیاسپورای ایرانی با برخورداری از سرمایه‌های انسانی، فرهنگی و اقتصادی، می‌تواند در کنار نهادهای رسمی دیپلماتیک، به عنوان مکملی کارآمد در پیشبرد اهداف ملی عمل کنند که به این امر پارادایلماسی گفته می‌شود. آنها از طریق ایجاد پل‌های ارتباطی بین جوامع مبدأ و مقصد، تسهیل مبادلات اقتصادی، انتقال دانش فنی و تقویت گفت‌وگوهای بین فرهنگی، ظرفیت منحصربه‌فردی برای تأثیرگذاری بر روابط را در دل خود جای داده‌اند. جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده عربی از بزرگ‌ترین جمعیت ایرانی خارجی (در حوزه جغرافیایی عربی و آفریقا) با تعداد ۵۰۷۰۰۰ نفر هستند که نقش‌آفرینی قابل‌توجهی در عرصه‌های مختلف، به‌ویژه عرصه‌های اقتصادی دارند (دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، ۱۳۹۹ الف، ص ۸). با توجه به ماهیت و گونه‌شناسی دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عربی، نقش آنها در پارادایلماسی اقتصادی برجسته‌تر است. در این راستا، مسئله اصلی پژوهش حاضر بررسی ظرفیت‌های دیاسپورای ایرانی در امارات است. پرسش اصلی پژوهش آن است که جامعه ایرانیان مقیم امارات، چه ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی دارند و در این مسیر چه چالش‌هایی وجود دارد؟ فرضیه مقاله بر این اصل استوار است که جامعه ایرانیان مقیم امارات، ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی، پتانسیل‌های تجاری و صنعتی چشمگیری را دارا می‌باشد، اما عمدتاً در چارچوب شبکه‌های غیررسمی و فراساختاری (مانند پیوندهای قومی-خانوادگی و سرمایه اجتماعی متراکم) عمل می‌کند و چالش‌های مختلفی اعم از عدم امکان انتقال وجوه، مشکل در افتتاح حساب بانکی سهامداران ایرانی، ایجاد موانع تحریم‌ها بر استفاده از خدمات بانکی، موانع گمرکی و صدور گواهی بازرگانی ناشی از کالاهای تحریمی و سیاست‌های متحدان غربی امارات به عنوان مانعی در این مسیر قابل تأمل است. پژوهش حاضر درصدد است با بهره‌گیری از مدلی بومی‌شده از پارادایلماسی، نشان دهد که چگونه می‌توان از ظرفیت ایرانیان خارج از کشور در حوزه‌های مختلف اقتصادی بهره برد. قابل ذکر است

۲. پیشینه پژوهش

ذوالفقاری و زینی‌وند (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «جایگاه دیپلماسی اقتصادی در سیاست

خارجی ایران (دولت‌های احمدی نژاد و روحانی)، به مطالعه اجمالی سیاست‌های این دو دولت در دیپلماسی اقتصادی پرداخته و با تفسیر سیاست‌های اقتصادی کشور، اطلاعات و آمار و ارقام خوبی را ارائه داده‌اند. توکلی و برزگر (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «دیپلماسی اقتصادی و سیاست همسایگی ایران و ترکمنستان»، ضمن پرداختن به دیپلماسی اقتصادی، بر روابط اقتصادی ایران و ترکمنستان تمرکز کرده است. بهمنی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان «بررسی بهره‌مندی از ظرفیت‌های ایرانیان خارج از کشور» (با تاکید بر کارکردهای شبکه‌های برون مرزی صداوسیما)، نشان دادند که رسانه‌های برون مرزی نقش موثری در تحقق اهداف توسعه ملی دارند. شاهین^۱ و بارث^۲ (۲۰۰۳)، نیز در مقاله «دیاسپورها و نظریه روابط بین‌الملل»،^۳ بر چگونگی تلاش دیاسپورها برای تأثیرگذاری بر سیاست‌های خارجی میهن خود از طریق فرآیند سیاسی در میهن تمرکز کرده‌اند و از طریق آمارهای بانک جهانی به اقدامات منفعل و فعال، سازنده و مخرب دیاسپورا با مثال‌های مختلف روسی، یهودی، عرب، فلسطینی، کروات‌ها و... پرداخته‌اند. یزدانیان (۱۳۹۸)، در پژوهشی با عنوان «راهبردهای جمهوری اسلامی ایران در اداره امور ایرانیان خارج از کشور»، نشان داد که مهاجرت در عصر جدید به دلایل مختلف از جمله فرو ریختن مواضع سیاسی در امر جابه‌جایی، توسعه سیستم‌های ارتباطی، ارزان‌تر شدن هزینه‌های حمل و نقل، نابرابری در سطح دستمزدها در کشورهای مختلف و نیاز به نیروی کار، صورت می‌گیرد. توکلی خمینی (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «مجموعه مقالات ایرانیان خارج از کشور»، ویژگی‌های اجتماعی-فرهنگی ایرانیان مهاجر را بررسی کرده است. این کتاب شامل مقالاتی از اساتید ایرانی خارج از کشور است که با رویکرد جامعه‌شناختی، به موضوعاتی مانند انطباق، فرهنگ‌پذیری، هویت، دستاوردهای اقتصادی و اجتماعی و تأثیر جهانی شدن بر مهاجرت ایرانیان می‌پردازد. بررسی پیشینه پژوهش حاکی از آن است که اکثر تحقیقات به مطالعه جامعه ایرانیان مقیم پرداخته و گاهی یا با نگاه ابزار استفاده از این دیاسپورا و یا با نگاه ظرفیت‌های آنها بوده است. اما تفاوت پژوهش حاضر با تحقیقات پیشین در این است که در این پژوهش چشم‌انداز و راهبرد خاصی در نظر گرفته شده است و آن تلفیق پارادایم‌های دیاسپورا از دریچه تعمیق دیپلماسی اقتصادی است که بر کشور امارات متحده عربی تمرکز دارد، تا بتوان یک مدل و رویکرد کاربردی ارائه نموده و در مسیر پیشبرد منافع ملی و بین‌المللی برای سایر کشورها استفاده نمود.

1. Yossi Shain

2. Aharon Barth

3. Diasporas and International Relations Theory

۳. چارچوب مفهومی: پارادایلماسی اقتصادی

پارادایلماسی به معنای نقش آفرینی و استفاده از ظرفیت‌های مختلف سه‌گانه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کنشگران غیردولتی در جهت اعتلای روابط خارجی و سیاست خارجی می‌باشد. پارادایلماسی به معنای ظرفیت و نقش آفرینی هویت‌های فروملی در عرصه سیاست خارجی و مشارکت آنان در حکومت مرکزی در عرصه بین‌المللی تعریف شده است. این عمل منجر به افزایش قدرت، توان و منافع ملی می‌شود؛ زیرا مشارکت آنها برای تعقیب منافع خاص بین‌المللی است. پارادایلماسی می‌تواند به معنای هر فعالیت بین‌المللی غیرمتمرکز فعالان غیردولتی و فروملی از جمله: سازمان‌های کارگری بین‌المللی، جوامع مذهبی، گروه‌های هنری و فرهنگی، انجمن‌های علمی، جوامع خارج از وطن، واحدهای سیاسی فروملی که براساس تقسیمات سیاسی و اداری کشورها مختلف بوده و با عناوینی چون ایالت و یا استان و یا حتی شهر افراد برجسته و... باشد. این نوع دیپلماسی ضرورتاً یک دیپلماسی غیردولتی است؛ اگرچه در حیطه بین‌المللی عمل می‌کند و دارای سه محور سیاسی، فرهنگی و اقتصادی است (خالقی‌نژاد، ۱۴۰۱، ص ۲۰-۲۸). پارادایلماسی اقتصادی گونه‌ای از کاربست دیپلماسی اقتصادی در قالب پارادایلماسی است. از این منظر، پارادایلماسی اقتصادی ترکیبی از دیپلماسی اقتصادی و پارادایلماسی است که شناخت آن پس از تعریف این دو آسان‌تر است. دیپلماسی اقتصادی اصطلاحی است که سابقه استفاده از آن به دهه ۱۹۵۰ بازمی‌گردد؛ با این حال در دهه‌های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است (Bergeijk & et al., 2018, p. 3). با توجه روند رو به رشد سطوح مختلف اقتصاد جهانی، کارایی و عملکرد دیپلماسی اقتصادی به منظور استفاده از توانایی و ظرفیت بالقوه و بالفعل دیپلماسی برای دستیابی و هموار کردن مسیرهای تحقق اهداف اقتصادی کشورها بیشتر از هر دوره‌ای مهم تلقی شده است (Yia & Saner, 2002, p. 22-23). بنیان دیپلماسی اقتصادی بر ارتباط بین موضوعاتی بنا شده که هدف اصلی آنان تاثیر گذاشتن بر تصمیم‌های برون‌مرزی در فعالیت‌های اقتصادی مانند صادرات، واردات، سرمایه‌گذاری، اعطای وام، کمک و... است (ذوالفقاری و زینی‌وند، ۱۳۹۷، ص ۷۳-۷۶). دیپلماسی اقتصادی را می‌توان یکی از ابزارهای سیاست خارجی دولتی نام برد که جهانی‌شدن اقتصاد این امر را برای دولت‌ها ضروری می‌سازد که ابزارها را در خدمت عوامل اقتصادی قرار دهند، تا در چارچوب اقتصاد باز، رشد پایدار حاصل گردد و اشتغال نیز ایجاد شود. لذا، تعریف دیپلماسی اقتصادی در منابع معتبر اینگونه آمده است که دیپلماسی اقتصادی هر فعالیت دیپلماتیکی که منافع اقتصادی دولت را ارتقاء می‌دهد، است. دیپلماسی اقتصادی به ترویج صادرات و سرمایه‌گذاری داخلی مربوط می‌شود که گاهی اوقات به این نوع از دیپلماسی، دیپلماسی تجاری نیز گفته شده است (سلارزی‌زاده و کبیری، ۱۴۰۲،

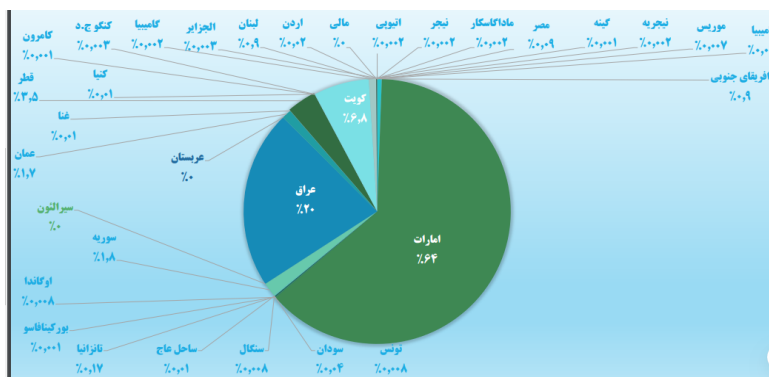
ص ۸۴-۸۳). در کنار این دیپلماسی، اکنون وجه دیگری از دیپلماسی اقتصادی تحت عنوان پارادیپلماسی اقتصادی مطرح شده است. پارادیپلماسی اقتصادی، نقش کنشگران غیردولتی در دیپلماسی اقتصادی را برجسته می‌سازد. بعد از اتفاقات ناشی از جهانی شدن و تحولات مربوطه، بازیگران دیپلماسی اقتصادی عصر نوین صرفاً دولت‌ها نیستند و بر نقش کنشگران فروملی در این عرصه افزوده شده است. جهانی‌شدن ساختارهای تولیدی، مالی و تجاری، ماهیت و کارویژه دولت‌ها را از واحدهای سرزمینی به بازیگرانی مجازی و بازاری در اقتصاد سیاسی جهانی متحول ساخته است. در گذار به جهانی‌شدن، دغدغه دولت‌ها از مسائل امنیتی و سیاسی به دستیابی به سهمی از بازارهای تولید، تجارت و سرمایه جهانی تغییر کرده است. تجلی این تحول در عملکرد دولت‌ها در نظام اقتصاد سیاسی جهانی، گذار از دیپلماسی سنتی به دیپلماسی اقتصادی به عنوان ابزار نوین و کارآمد تعامل در اقتصاد جهانی و دستیابی به توسعه، قابل مشاهده می‌باشد (دانش‌نیا، ۱۳۹۱، ص ۸۷). جهت هضم و مشارکت در ساختار اقتصاد جهانی و گرفتن سهمی از اقتصاد جهانی، هر دولت و حکومتی می‌بایست از ابزارهای نوین اقتصادی نیز استفاده نماید. لذا، از منظر پارادیپلماسی اقتصادی، باید به نقش کنشگران غیردولتی در دیپلماسی اقتصادی تمرکز نمود. این کنشگران اقتصادی شامل طیف مختلفی از شرکت‌ها، افراد، گروه‌های اقتصادی و... می‌شوند که هرکدام به گونه‌ای در دیپلماسی اقتصادی جدید مورد توجه قرار می‌گیرند. یکی از بازیگران پارادیپلماسی را می‌توان دیاسپورا نامید. این جوامع می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند در دیپلماسی عمومی و پارادیپلماسی عمل کنند و از طریق شبکه‌های اجتماعی، تجاری و فرهنگی، نقش مؤثری در پیشبرد منافع ملی کشور مبدأ ایفا نمایند. دیاسپورا از چند طریق در دیپلماسی اثرگذار هستند. نخست، با انتقال ارزش‌ها و هویت ملی به عنوان سفیران غیررسمی عمل می‌کنند که این نقش در تقریب فرهنگی بسیار حائز اهمیت است. دوم، از طریق سرمایه‌گذاری، انتقال فناوری و ایجاد پل‌های تجاری، به تقویت اقتصاد کشور مبدأ کمک می‌کنند. سوم، با تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری کشور میزبان، می‌توانند در کاهش تنش‌ها یا تسهیل روابط دوجانبه مؤثر باشند. چهارم، از طریق ایجاد ارتباط بین شهرها، دانشگاه‌ها و نهادهای مدنی، به توسعه همکاری‌های فراملی یاری می‌رسانند. در مجموع، دیاسپوراها با ترکیب سرمایه اجتماعی، شبکه‌های فرامرزی و وفاداری دوگانه (به کشور میزبان و مبدأ)، به بازیگران مهمی در عرصه روابط بین‌الملل تبدیل شده‌اند. آنها می‌توانند همزمان هم به توسعه کشور خود کمک کنند و هم به عنوان پلی برای گفت‌وگوی بین‌فرهنگی عمل نمایند. این ویژگی‌ها دیاسپوراها را به عاملی کلیدی در دیپلماسی نوین تبدیل کرده است. در این پژوهش تمرکز بر روی نقش پارادیپلماتیک اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده عربی است.

۴. جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده عربی

به جوامعی که در خارج از مرزهای سرزمین اصلی خود زندگی می‌کنند، دیاسپورا^۱ گفته می‌شود. جوامع مختلف دیاسپورا در سطح بین‌المللی به شیوه‌های مختلفی همچون فعال و غیرفعال، سازنده و مخرب، بر مسائل وطن‌شان، کشورهای میزبان و جهان تأثیرگذار هستند. تأثیرات جوامع دیاسپوریک بر سیاست خارجی کشورها، دو دسته تأثیرات بر سیاست خارجی کشور میزبان یا سرزمین مادری را دربرمی‌گیرد (دهقانی فیروزآبادی و بهرامی، ۱۳۹۶، ص ۳۹). با نگرستن به شرایط کنونی در سطح بین‌الملل، بسیاری از کشورها از این ظرفیت به عنوان روش و ابزاری جدید برای بالا بردن سطوح روابط خویش و تسهیل منافع ملی و بین‌المللی استفاده کرده‌اند. امارات یکی از مقاصدی است که بعد از کشورهای غربی بیشترین دیاسپورا را در خود جای داده است. این در حالی است که برخی از ساکنین شهرهای جنوبی جمهوری اسلامی ایران با مردم امارات متحده عربی رابطه خویشاوندی دارند. از این‌رو جمهوری اسلامی ایران و امارات متحده عربی بر پایه اشتراکات قومی، فرهنگی، مذهبی و اقتصادی، مناسبات گسترده‌ای برقرار ساخته‌اند. البته در سال‌های اخیر به دلیل برخی موارد مانند جزایر ایرانی تنب بزرگ، تنب کوچک و ابوموسی، تا حدودی موجب تأثیری بر روابط سیاسی دو کشور شده است. با این حال جمهوری اسلامی ایران حداقل در ۳ سال اخیر عمده‌ترین مقصد صادرات مجدد امارات متحده عربی بوده و همواره سعی کرده از طریق رفتار مسالمت‌آمیز و گفتگوی مبتنی بر حفظ ارزش‌های ملی، به توسعه روابط فی مابین یاری رساند (دانشنامه ملل، ۱۴۰۴، ص ۱). در امر استفاده از ظرفیت‌های پارادایلماتیک ایرانیان خارج از کشور، توزیع قدرت به‌گونه‌ای نامتوازن به نفع سرزمین مادری و به ضرر جامعه ایرانیان مقیم پیش رفته است که این امر باعث گردیده جامعه ایرانیان مقیم نفوذ بسیار کمی بر سیاست خارجی وطن داشته باشند (دهقانی فیروزآبادی و بهرامی، ۱۳۹۶، ص ۳۹). چراکه از میان متغیرهای پنج‌گانه مؤثر بر این توازن، تنها «ضعف نسبی اقتصادی ایران» تا حدودی راه را برای اثرگذاری کنش‌های دیاسپوریک بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران همواره نموده است. در حالی که چهار متغیر «توانمندی ایدئولوژیک ایران»، «نفوذناپذیری جمهوری اسلامی ایران»، «عدم یکپارچگی جامعه ایرانیان مقیم در خصوص جهت‌گیری سیاست خارجی ایران» و «نگاه نگران جمهوری اسلامی ایران به دیاسپورای ایرانی» مانع اثرپذیری سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران از کنش‌های جوامع ایرانیان مقیم بوده است (دهقانی فیروزآبادی و بهرامی، ۱۳۹۶، ص ۳۹)، که این امر را می‌توان یک ضعف راهبردی در تصمیمات سیاسی برای توانایی ایرانیان خارج از کشور و بهره‌گیری از آنها تلقی کرد. ایران و امارات از

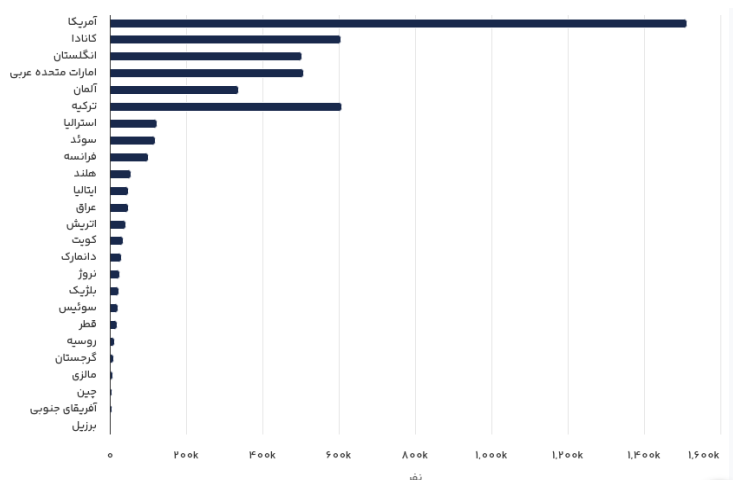
1. Diaspora

نظر روابط تجاری در رده مهم‌ترین شرکای دو کشور قرار دارند که این امر در پیچه جدید و فرصت نو و متنوعی را برای استفاده از ظرفیت‌های دیاسپورای ایرانی در امارات، پیش روی دولت و حکومت قرار می‌دهد. براساس آمار منتشر شده دولتی، حدود ۵۰۷۰۰۰ نفر ایرانی در امارات می‌باشند (دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، ۱۳۹۹، ب، ۴). در شکل (۱) پراکندگی ایرانیان خارج از کشور نشان داده شده که امارات در بین کشورهای عربی و آفریقایی، بالاترین آمار ایرانیان را دارد.



نمودار ۱ - پراکندگی ایرانیان مقیم خارج از کشور

(دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور، ۱۳۹۹، الف، ص ۹)



نمودار ۲ - آمار جمعیت ایرانیان مهاجر^۱

۵. پارادایلماسی اقتصادی و جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده عربی

براساس آمارهای رسمی، امارات یکی از مهم‌ترین مقاصد جامعه ایرانیان مقیم است و پس از چین، با مجموع ارزش ۹/۹ میلیارد دلار، دومین صادرکننده بزرگ به ایران است (اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، ۱۴۰۳ الف، ص ۳) که با توجه به مجاورت جغرافیایی امارات، نقش اساسی در گسترش روابط تجاری با ایران دارد. برای اعمال توانایی‌های دیاسپوریک جوامع ایرانی مقیم امارات، نیاز به سنجش برخی موارد ازجمله قانون کشور امارات در خصوص انجمن‌ها و آزادی‌های انجمنی و سپس تعمیق انگیزه‌های هویتی دیاسپورا است. در این کشور برخی قوانین، بخصوص آزادی در خصوص تشکیل انجمن با عطف به میزان پذیرش دیاسپوراهای مختلف وجود دارد. لذا، از نظر فعالیت در چارچوب قانونی و تا جایی که خطری برای کشور امارات نداشته باشد، ممانعتی برای تقویت روابط بین دو کشور با ابزار دیاسپورا وجود ندارد. همچنین به نظر می‌رسد با عطف به اخبارهای مختلف در فضای مجازی، دیاسپورای ایرانی، انگیزه‌های هویتی مختلفی در کمک به سرزمین مادری خویش دارند. از طرفی، قدرت کشور وطن و نفوذپذیری و یا دغدغه‌مند بودن در خصوص دیاسپورا و ظرفیت‌های آنها نیز از اهمیت وافر برخوردار است که جمهوری اسلامی ایران از نظر قدرت، یکی از مهم‌ترین قدرت‌های منطقه است. دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عمدتاً فعالان اقتصادی هستند. برخلاف جامعه ایرانیان مقیم در کشورهای غربی که تعداد زیادی دانشجو، فعال سیاسی و اجتماعی در جامعه ایرانیان مقیم وجود دارد، دیاسپورای ایرانی در امارات عمدتاً نیروی کار، تاجران و سرمایه‌گذاران هستند. این بدان معناست که عنصر اقتصاد، عنصر قوام‌بخش به حضور جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده بوده و برخلاف دیاسپورای ایرانی در بسیاری از کشورهای غربی، کمتر فعالیت سیاسی دارند. بنابراین، جامعه ایرانیان مقیم نقش پررنگ‌تری در شکل دادن به پارادایلماسی اقتصادی ایران در امارات می‌تواند داشته باشند. از این منظر، عمده ایرانیان موفق در امارات، فعالان اقتصادی هستند که طی دهه‌های اخیر وارد امارات شده‌اند و با توجه به رشد قابل توجه فضای کسب و کار در امارات، توانسته‌اند به عناصری تاثیرگذار مبدل گردند. برای نمونه هلدینگ محبی که توسط باقر محبی تأسیس شد، وی در سال ۱۹۳۱ در مغازه کوچکی برای فروش کالاهای اساسی در دبی شروع به فعالیت کرد، این مغازه و فروشگاه کالاهای اساسی با گذشت سال‌ها، به مرکز بسیار بزرگ در کشور امارات تبدیل شد. نام این مرکز، هلدینگ زینال محبی، فرزند باقر محبی است. این هلدینگ از زمان فوت آقای باقر محبی در سال ۱۹۶۷، تحت اداره زینال قرار گرفت. سوپرمارکت‌های هلدینگ محبی^۱ در کشور

1. Mohebi Holding

امارات، همواره برای مردم این کشور تجلی شگفت‌انگیز برای انواع کالاهای اساسی بوده است. اولین سوپرمارکت این هلدینگ در سال ۱۹۳۱ به عنوان یکی از تنها ۱۵ مغازه‌ای بود که در دبی وجود داشت. بنابراین، هلدینگ محبی به عنوان نماینده یکی از مشاغل موفق ایرانی در امارات بوده و یک کشگر پارادیلماتیک اقتصادی است که در حوزه کاری خویش قادر به ایجاد روابط با سایر هلدینگ‌های ایرانی می‌باشد و این امر می‌تواند در اقتصادی ایران نیز مثبت واقع شود.^۱

نمونه دیگر عبدالله اسد، از ایرانیان موفق در دبی است که نماینده یکی از مشاغل موفق ایرانی در دبی نیز می‌باشد. او را یک تاجر برجسته در بازار مشهور ادویه موسوم به سوق دیره می‌شناسند. عبدالله اسد از سال ۱۹۶۷ در دبی ساکن است و تجارت ادویه را با توجه به سوابق شغلی، سنتی و فرهنگی خود در دبی به راه انداخته است. دبی شهری بسیار پر رونق در کشور امارات است و اکثر کسب‌وکارهای ایرانی که به این شهر مهاجرت کرده‌اند، در زمره مشاغل موفق ایرانی در دبی قرار گرفته‌اند. اگر بخواهیم اشاره‌ای به مشاغل موفق ایرانی در دبی داشته باشیم می‌توانیم به مشاغلی همچون فروش و صادرات مواد خوراکی از جمله آجیل، خشکبار و فلزات اشاره کرد. همچنین صادرات انواع مواد صنعتی، معدنی و پتروشیمی از ایران به شهر دبی به عنوان یک بندر مهم جهانی، بسیار پر رونق است. در میان کشورهایی که بیشترین واردات زعفران دارند، نام امارات متحده عربی در صدر قرار دارد و صادرات زعفران به دبی یکی از پررونق‌ترین صادرات در حوزه مواد غذایی به‌شمار می‌رود. قیمت بالای زعفران در دبی، فرهنگ غذایی عربی، شناخته شده بودن این محصول در دبی و... همگی از جمله مواردی هستند که باعث شده تا نیاز بازار دبی به زعفران زیاد و از این‌رو صادرات زعفران به دبی نیز بسیار پرطرفدار باشد. مشاغل حوزه تکنولوژی، مهندسی و پزشکی نیز در شهر دبی بسیار پر رونق بوده و افراد زیادی را برای فعالیت در این حوزه به این شهر ترغیب می‌کند. در ضمن، ایرانیان بسیاری در مشاغل صنعت گردشگری و رستوران دبی فعالیت می‌کنند و از جمله ایرانیان موفق در دبی به‌شمار می‌آیند. طبق آخرین آمار منتشر شده از سوی اتاق‌های بازرگانی و شهرداری‌های ابوظبی، دبی، شارجه و راس الخیمه، تاکنون بیش از ۷۲۰۰ شرکت ایرانی در شهرهای مختلف امارات به ثبت رسیده‌اند و در حال حاضر مشغول به فعالیت هستند، این درحالی است که به گفته شورای کسب‌وکار ایران، در سال ۲۰۰۷ میلادی ۲۷ شرکت با مالکیت ایرانی در دبی ثبت شده و در حدود ۸۱۰۰ شرکت با مشارکت دوجانبه بین ایران و امارات در این کشور فعالیت دارند (ایرانیان دبی، ۱۴۰۴، ص ۱). نمونه دیگر در عرصه سینما است که هم قدرت اقتصادی و هم قدرت

1. <https://dubiati.com/business/baqer-mohebi-supermarket-al-nahda-in-dubai/>

نرم فرهنگی محسوب می‌شود. احمد گلچین، از ایرانیان موفق در دبی است که نمایندگی یکی از مشاغل موفق ایرانی در دبی را برعهده دارد. احمد گلچین را پدر سینمای امارات می‌شناسند. او در سال ۱۹۶۴ از ایران به امارات رفت و تغییرات شگرفی را در صنعت فیلم و سریال در دبی ایجاد کرده است. احمد گلچین در آن زمان به عنوان بنیانگذار و مدیرعامل فارس فیلم گروپ، نگاه اماراتی‌ها را به سینما به طور کامل عوض کرد. به گونه‌ای که امروزه او را به عنوان یکی از موفق‌ترین افراد فعال در حوزه فیلم و سینما در خاورمیانه شناخته‌اند (رسانا، ۱۴۰۲، ص ۴) و در اقتصاد سینمایی امارات بسیار مثرمتر بوده است.

۶. ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در امارات

ایران و امارات متحده عربی سال‌هاست که روابط اقتصادی تقریباً پر فراز و نشیبی را تجربه کرده‌اند. امارات به دلیل تبدیل شدن به هاب منطقه‌ای و امکانات گسترده پشتیبانی، جایگاه مهمی را در تجارت ایران به خود اختصاص داده است. طبق آمارهای رسمی، نقش امارات متحده عربی در تجارت ایران با سایر کشورها که به واسطه امکانات لجستیکی و خدمات تجاری آن شکل گرفته، موجب شده است تا این کشور طی دهه‌های گذشته همواره در میان پنج شریک نخست تجاری ایران قرار داشته باشد. براساس آخرین آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، تجارت ایران و امارات در سال ۱۴۰۱ به ۲۴ میلیارد و ۱۶۲ میلیون دلار رسیده که از این مقدار حدود ۱۸ میلیارد و ۳۹۵ میلیون دلار آن واردات و ۵ میلیارد و ۷۶۷ میلیون دلار آن صادرات به این کشور بوده است (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۴۰۲، ص ۱-۵).

جدول ۱- تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران با امارات متحده عربی از سال ۱۴۰۰-۱۴۰۲
(رایزنی بازرگانی ایران در امارات متحده عربی، ۱۴۰۳، ص ۵)

عمده ترین اقلام صادراتی و وارداتی ایران به / از امارات متحده عربی در سال ۱۴۰۲	
اقلام صادراتی به امارات	اقلام وارداتی از امارات
سایر گازهای نفتی و قیر، روغن های نفتی و روغن های حاصل از مواد معدنی قیری، مواد آروماتیک، سایر پایه نفتی، سایر پتروشیمی، محصولات شیمیایی آلی، کاند مس، سایر صنایع معدنی فلزی، شمش فولاد، سایر صنایع معدنی فلزی، محصولات شیمیایی غیر آلی، سایر صنایع معدنی فلزی،	گوشتی، تلفن همراه، ذرت، دانه روغنی، فلزات گرانبها، خوراک دام و طیور و آبزیان، صنایع تبدیلی، محصولات نساجی، صنایع تبدیلی، سایر تجهیزات برقی و مخابراتی، موتور سیکلت و دوچرخه، قطعات خودرو و skd و ckd

عنوان	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲
صادرات	۴۵۱۷	۶۲۰۳	۶۶۱۲
واردات	۱۶۵۱۵	۱۸۵۴۲	۲۰۷۶۷
حجم مبادلات	۲۱۰۳۲	۲۴۷۴۵	۲۷۳۷۹
تراز تجاری	-۱۱۹۹۷	-۱۲۳۳۸	-۱۲۸۳۱

ارزش (میلیون دلار)

منبع: گمرک ج.ا.ایران - سازمان توسعه تجارت ایران

جدول ۲- تجارت خارجی جمهوری اسلامی ایران با امارات متحده عربی از سال ۲۰۲۱ لغایت ۱۱ ماهه ۲۰۲۳ (رایزنی بازرگانی ایران در امارات متحده عربی، ۱۴۰۳، ص ۵)

عنوان- سال	۲۰۲۱	۲۰۲۲	۱۱ ماهه ۲۰۲۳
صادرات به امارات	۴۵۶۵	۶۱۷۸	۶۰۵۲
واردات از امارات	۱۴۹۸۱	۱۸۰۱۰	۲۰۵۱۴
حجم مبادلات	۱۹۵۴۶	۲۴۱۸۸	۲۶۵۶۶

(ارزش: میلیون دلار)

اگرچه تحریم‌های وضع شده علیه ایران منجر به کاهش صادرات و واردات میان دو کشور شده است، اما امارات یکی از ۵ کشور در ارتباطات تجاری با ایران است. از فرصت‌های پیش‌روی ایران در امارات متحده عربی، سهم امارات از صادرات به جهان ۷/۱ درصد است، بنابراین، امارات و به طور ویژه دوبی بازار مناسبی برای صادرات مجدد کالاهای ایرانی است. در خصوص پتانسیل‌های افزایش تبادلات انرژی میان ایران و امارات می‌توان از کشوری واسطه به عنوان عمان استفاده کرد؛ به گونه‌ای که برای صادرات گاز، خط لوله انتقال گاز ایران به عمان و سپس سوپ آن از عمان به امارات به عنوان گزینه‌ای مطلوب مورد توجه قرار داشته باشد. شاید در این مسیر موانعی اعم از تحریم یا برخی توافقات‌های نیمه‌کاره وجود داشته باشد. مثلاً علی‌رغم روابط تجاری و اینکه کشور امارات حتی در دوره تشدید تحریم‌ها، در میان شرکای تجاری اصلی ایران بوده است، اما هنوز هیچ‌گونه موافقتنامه بازرگانی و یا گمرکی میان دو کشور منعقد نشده است. همچنین در حال حاضر ایران نمی‌تواند مستقیماً به امارات گاز صادر کند و دلیل اصلی آن موضوع کرسنت^۱ است که هنوز در دادگاه بین المللی پرونده باز دارد. ضروری است تا به شکلی ویژه صادرات محصولات پتروشیمی و پلیمری و در مقابل واردات فناوری‌های روز از طریق امارات مورد توجه قرار گیرد، تا ذیل استمرار صادرات این حوزه، امکان انتقال تکنولوژی نیز فراهم گردد. براساس آمارهای موجود، امارات متحده عربی در حوزه جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در منطقه غرب آسیا، با جذب ۳۷ درصد از کل ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در این منطقه که بالغ بر ۵/۵۵ میلیارد دلار می‌باشد، رتبه اول را به خود اختصاص داده است. این کشور در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا نیز رتبه اول را کسب کرده و

۱. قرارداد کرسنت در سال ۲۰۰۱ میلادی امضاء شد و قرار بود سال ۲۰۰۵ عملیات فروش گاز به شرکت کرسنت انجام شود. قراردادی که با صادرات ۱۵۰ میلیون فوت مکعبی در روز آغاز می‌شد و تا سقف ۵۰۰ میلیون فوت مکعب ادامه می‌یافت. تاریخ آغاز قرارداد دی ماه ۸۴ بود و منبع صادرات گاز، میدان گازی سلمان. از زمان امضای قرارداد تا روز آغاز فروش گاز به کرسنت حدود ۴ سال فاصله بود. در این ۴ سال قرار بود ایران میدان گازی سلمان را توسعه دهد و با بهره‌برداری از تاسیسات، گاز را برای فروش به کرسنت راهی خط لوله کند، ولی بنابر دلایلی به سرانجام نرسیده است.

۳۱ درصد از کل جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی منطقه را به خود اختصاص داده که بالغ بر ۶/۶۶ میلیارد دلار می‌باشد. امارات در سال ۲۰۲۱ از نظر ورودی جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رتبه ۱۹ جهانی و از نظر خروجی جریان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رتبه ۱۷ جهان قرار گرفت. تمامی بخش‌های فوق می‌تواند در قالب فرصتی برای توسعه توانمندی‌های ایران و برخورداری از مزایای سرمایه‌گذاری در کشور امارات در نظر گرفته شود که شاید اگر در این زمینه شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیما تلاش متفاوت‌تری را برای نشان دادن این امر ارائه دهند، شاهد امواج بهتری در روابط هم سیاسی و هم اقتصادی و فرهنگی خواهیم بود؛ چرا که رسانه‌های برون‌مرزی ایران با اتخاذ راهکارهای مختلف و عملیاتی کردن ارتباط با جوامع ایرانی خارج از کشور، می‌توانند نقش مؤثری در این زمینه‌ها ایفا کنند (بهمنی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۲۸۳).

برخورداری از امکان قانونی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در امارات متحده عربی در بخش‌های تجارت عمده و خرده‌فروشی، فعالیت‌های املاک و مستغلات، خدمات مالی و بیمه، تولید و استخراج معادن می‌تواند موجبات ارزآوری را فراهم نماید. به‌رغم تمامی محدودیت‌ها علیه تجار و شرکت‌های ایرانی در امارات، این کشور کماکان در مقایسه با سایر کشورهای منطقه خلیج فارس، وضعیت بهتری برای فعالیت اقتصادی شرکت‌های ایرانی دارد، علاوه‌بر آنکه شتاب توسعه زیرساخت‌ها در دبی و تسهیل هرچه بیشتر فضای کسب‌وکار و تجارت در این کشور، با سایر مناطق این حوزه قابل قیاس نیست.

سهم امارات از صادرات به جهان ۷/۱ درصد است، بنابراین، امارات و به طور ویژه دبی، محل خوبی برای صادرات مجدد کالاهای ایرانی است. ایران ۳۵/۰ درصد از سهم صادرات به جهان را دارد و به این ترتیب، امارات پنج برابر ایران سهم صادراتی بیشتری در جهان را به خود اختصاص داده است. از نظر شاخص مراکز مالی نیز، دبی رتبه ۱۹ جهان را در اختیار دارد. در حال حاضر طلا، الماس و فلزات، سه صنعت بزرگ در امارات محسوب می‌شوند. امارات طلا و الماس را از چین و هند تأمین می‌کند و آنچه که ایران به امارات صادر می‌کند، مواد اولیه تولید آلومینیوم، مس و آهن است که با وجود تحریم‌ها، سهم ایران در صادرات مس کاهش یافته و سهم ایران در بین کشورهای پتروشیمی و معدنی نیز آسیب‌پذیر است. طبق پیش‌بینی اتاق بازرگانی ایران و امارات، تجارت خارجی دو کشور در سال‌های آتی رو به افزایش خواهد بود؛ امارات نیز تا سال ۲۰۲۵ تجارت با ایران را ۳۰ میلیارد دلار تخمین زده است. بنابراین، ایران و امارات یکی از مهم‌ترین شرکای تجاری هم هستند که فرصت‌های بیشتری در پیش‌رو دارند (موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ۱۴۰۲، ص ۸-۱).

جدول ۳- نقش و جایگاه امارات متحده عربی در واردات ایران به تفکیک گروه‌های کالایی عمده (۲۰۲۱)
(موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی ۱۴۰۲، ص ۱۰-۸)

گروه کالایی	کل واردات ایران		واردات ایران از امارات متحده عربی		صادرات امارات متحده عربی به جهان		سهم ایران در جذب صادرات امارات متحده عربی	سهم امارات متحده عربی در تامین نیازهای وارداتی ایران
	(هزار دلار)	(درصد)	(هزار دلار)	(درصد)	(هزار دلار)	(درصد)		
غلات (کد ۱۰)	۷,۶۲۳,۵۸۵	۱۴	۲,۷۳۲,۶۹۱	۱۷	۲,۸۷۰,۵۶۲	۱	۹۵,۲۰	۳۶
ماشین‌آلات و دستگاه‌های برقی و اجزاء و قطعات آن‌ها (کد ۸۵)	۷,۵۴۸,۸۶۴	۱۴	۴,۷۱۱,۶۸۱	۲۹	۷,۷۹۵,۵۶۵	۳	۶۰,۴	۶۲
ماشین‌آلات و وسایل مکانیکی؛ اجزاء و قطعات آن‌ها (کد ۸۴)	۷,۱۳۸,۹۳۲	۱۳	۲,۰۴۶,۱۹۴	۱۲	۵,۰۸۷,۸۹۵	۲	۴۰	۳۹
مواد شیمیایی آلی (کد ۲۹)	۲,۰۲۰,۶۶۹	۴	۵۱۸,۷۲۵	۳	۲,۹۶۰,۶۱۷	۱	۱۸	۲۶
محصولات دارویی (۳۰)	۱,۹۲۵,۲۸۹	۴	۲۳۱,۴۵۴	۱	۶۶۲,۷۸۴	۰	۳۵	۱۲
دانه ها و میوه‌های روغی (۱۲)	۱,۸۲۵,۶۵۸	۳	۶۷۸,۵۵۶	۴	۷۱۰,۶۳۳	۰	۹۵	۳۷
لوازم عکاسی، فیلمبرداری، اندازه‌گیری دقیق، پزشکی یا جراحی (۹۰)	۱,۱۶۰,۲۱۷	۲	۳۶۵,۵۷۱	۲	۷۸۸,۰۹۸	۰	۴۶	۳۲
پلاستیک و مصنوعات از آن (۳۹)	۱,۴۵۹,۱۲۷	۳	۳۶۶,۵۸۲	۲	۸,۰۰۵,۷۰۰	۳	۵	۲۵
مجموع ۱۰ گروه کالایی فوق	۳۵,۵۱۵,۷۱۲	۶۷	۱۲,۴۵۲,۵۴۷	۷۵	۳۱,۱۰۸,۳۸۹	۱۳	۴۰	۳۵
سایر گروه‌های کالایی	۱۷,۴۴۲,۲۶۰	۳۳	۴,۰۷۰,۵۴۵	۲۵	۲۰۹,۸۳۱,۴۷۲	۸۷	۲	۲۳
کل کالاها	۵۲,۹۵۷,۹۷۲	۱۰۰	۱۶,۵۲۳,۰۹۲	۱۰۰	۲۴۰,۹۳۹,۸۶۱	۱۰۰	۷	۳۱

محاسبات تحقیق بر اساس داده‌های مرکز تجارت بین‌الملل (ITC, 2022)

این آمار و ارقام در حالی است که در دو الی سه سال اخیر نسبت به سیل نزولی قبل، روابط

دیپلماتیک اقتصادی دو کشور بیش از گذشته رشد داشته است و بنابر آمار رسمی اعلام شده، تجارت دو کشور در هفت ماهه نخست سال ۱۴۰۳ به ۲/۹ میلیارد دلار رسیده است. سخنگوی کمیسیون توسعه تجارت خانه صمت در خصوص پنج کشور نخست فروشنده کالا به ایران در سخنرانی خود در آبان ماه اعلام کرده است که در مهر ماه امسال امارات با فروش دو میلیارد و ۱۸۰ میلیون دلار کالا به ایران، در جایگاه نخست فروش کالا به ایران قرار گرفت و پس از آن چین با فروش یک میلیارد و ۷۵۵ میلیون دلار، ترکیه با فروش یک میلیارد و ۴۴۲ میلیون دلار، آلمان با فروش ۲۰۰ میلیون دلار کالا و روسیه با ۱۶۱ میلیون دلار، شرکای اصلی ایران در تأمین کالاهای مورد نیاز کشور در مهر ماه بودند (Business Leaders HUB, 1403, p. 1).

جدول ۴- نمونه آمار کل صادرات به کشور امارات متحده عربی: گمرک فرودگاه لار (۳ قلم عدد)
(اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی تهران، ۱۴۰۳، ب، ص ۱)

ردیف	سال	نام گمرک	نام کشور	شماره تعرفه	توضیحات تعرفه	وزن (کیلوگرم)	ارزش - ریال	ارزش - دلار
۱	۱۴۰۳	فرودگاه لار	امارات متحده عربی	۲۵۲۳۲۱۰۰	سیمان سفید، حتی رنگ شده به طور مصنوعی	۷۵۱،۱۳۰	۱۷/۷۴۳/۵۹۹/۰۰۷	۴۱/۳۹۵
۲	۱۴۰۳	فرودگاه لار	امارات متحده عربی	۹۱۰۲۰۹۰	زعفران در بسته بندی بیش از ۳۰ گرم	۳	۱/۰۹۳/۰۳۰/۰۹۸	۲/۶۸۹
۳	۱۴۰۳	فرودگاه لار	امارات متحده عربی	۹۱۰۲۰۱۰	زعفران آماده برای خرده فروشی در بسته بندی کمتر از ۱۰ گرم	۱	۲۹۵/۸۷۳/۷۹۵	۶۶۳
مجموع کل: ۱۹/۱۳۲/۵۰۲/۰۰۹ دلار ۴۴/۷۴۷ ریال								

یکی دیگر از ظرفیت های پارادایلماتیک اقتصادی روابط تجاری میان دو کشور، مناطق آزاد است. منطقه آزاد تجاری جبل علی در امارات یکی از مهم ترین هاب های تجاری برای ایران است. این منطقه به عنوان مرکز انتقال کالا بین ایران و دیگر کشورهای منطقه عمل می کند. از طریق این منطقه، کالاهای ایرانی به بازارهای جهانی صادر می شود و در عین حال، ایران نیز به واردات کالا از امارات می پردازد. همکاری های اینچنینی موجب تسهیل روابط تجاری و اقتصادی میان دو کشور شده است. مناطق آزاد تجاری در ایران نیز به عنوان نقاطی برای جذب سرمایه گذاری خارجی و تعامل با امارات عمل می کنند. این مناطق با ارائه امکانات ویژه، بستری مناسب برای تجارت کالا، خدمات مهندسی و سرمایه گذاری فراهم کرده اند. این اقدامات به توسعه پروژه های مشترک میان ایران و امارات کمک کرده و موجب ایجاد فرصت های جدید در زمینه های مختلف اقتصادی شده است (ریبهاوی، ۱۴۰۳، ص ۱).

دغدغه اصلی و گفتمان حاکم بر ساختار اقتصاد سیاسی ایران نیز در برهه کنونی مسئله توسعه اقتصادی است. برای ایران به عنوان کشوری در حال توسعه، استراتژی‌های رهایی از فروش مواد خام و دستیابی به مدارهایی از تولید کالاهای صنعتی یا مشتقات حاصل از فرآوری مواد خام، نه تنها یک ضرورت، بلکه یک الزام است (دانش‌نیا، ۱۳۹۱، ص ۸۷). به همین جهت الزامات تقویت دیپلماسی اقتصادی با عطف به شرایط موجود در جامعه که بیشتر آن ناشی از تحریم‌های اقتصادی است، می‌بایست از هر ظرفیت مناسبی استفاده کرد. گرچه طی سالیان اخیر روابط سیاسی دو طرف دارای نوسانات بالایی بوده، لیکن پیوندهای اقتصادی به شکل قابل‌توجهی حفظ شده است و از این‌رو امارات یکی از فرصت‌های پیش‌روی ایران در عرصه دیپلماسی اقتصادی بوده که نقش دیاسپورا در آن برجسته است. برای اینکه دیاسپورا در هر سرزمینی اعم از امارات یا کشورهای دیگر بر دیپلماسی و روابط خارجی سرزمین مادری خویش اثرگذار باشند، باید از انگیزه و فرصت و ابزار مناسب برخوردار شوند، در این مسیر علاوه بر واکنش و شرایط کشور مقیم، آنچه که مهم است، ظرفیت و حمایت کشور وطن می‌باشد. لذا، علاوه بر انگیزه آنها، شرایط اجتماعی و سیاسی کشور مقیم و بخصوص وطن و روابط میان آنها نیز مهم است (Shain & Barth, 2003, p. 464-465). بخش مهمی از جامعه ایرانیان مقیم در امارات در حوزه ساختمان و گردشگری فعال هستند. این گروه، عمدتاً در ساخت بناهای تجاری، مسکونی و گردشگری حضوری فعال دارند. با توجه به گسترش مهاجرت افراد و کسب‌وکارها از نقاط مختلف جهان به امارات، صنعت ساختمان در چند دهه اخیر جزو حوزه‌های عمدتاً پررونق بوده و سرمایه قابل‌توجهی را جذب کرده است. دیاسپورای ایرانی در امارات فعالیت زیادی در این صنعت دارد و اعتبار بالایی کسب کرده است. جامعه ایرانیان مقیم حاضر در بخش املاک در دو حوزه قابلیت بهره‌گیری در حوزه پارادیپلماسی اقتصادی را دارا هستند. نخست، انتقال بخشی از سرمایه به ایران، برای سرمایه‌گذاری در بخش املاک، به‌ویژه در حوزه زیرساخت‌های گردشگری است.

چندین شرکت بزرگ از جامعه ایرانیان مقیم در امارات در حوزه مسکن فعال هستند. برای نمونه خاندان گله‌داری که سال‌ها در حوزه املاک گروه گله‌داری را ایجاد کرده‌اند، یکی از بزرگ‌ترین غول‌های تجارتي امارات محسوب می‌شوند. براساس گزارشی که در سال گذشته از طرف بیزنس دات کام^۱ انتشار یافت، خانواده گله‌داری چهل و چهارمین ثروتمند عربی شناخته شدند که سرمایه آنان به ۱/۳۲ میلیارد دلار می‌رسد. شرکت بین‌المللی عمار که یکی از زیرمجموعه‌های این هلدینگ است،

1. Business.com

برج دبی را می‌سازد که قرار است به بزرگ‌ترین برج جهان مبدل شود.^۱ مجموعه تملیک نیز از هلدینگ‌های بزرگ ساخت‌وساز در امارات است که به عنوان یکی از برترین شرکت‌های خاورمیانه شناخته می‌شود و توانسته توجه بسیاری از مجلات و رسانه‌های معتبر را جلب کند. این شرکت در ۹ منطقه فعالیت دارد و در آن‌ها به ساخت برج‌ها و هتل‌ها می‌پردازد که یکی از مهم‌ترین آنها دبی است.^۲ بخش دیگر ظرفیت پارادایلماتیک اقتصادی دیاسپورای ایرانی در امارات، بخش صنایع غذایی است. با توجه به گستردگی و تنوع موجود در بخش کشاورزی در ایران، جامعه ایرانیان مقیم در امارات می‌تواند نقش مهمی در گسترش صادرات و بازاریابی برای محصولات ایرانی داشته باشد. برای نمونه می‌توان به شرکت عبدالله اسد در حوزه ادویه و داروهای گیاهی اشاره کرد. وی تجارت ادویه را با توجه به سوابق شغلی، سنتی و فرهنگی خود در دبی به راه انداخته است. او به عنوان مرد گیاهی نیز شناخته می‌شود و مجموعه معتبر خود را دارد (هفت صبح، ۱۴۰۳، ص ۱). همچنین شرکت‌های کوچک دیگری توسط ایرانیان مقیم امارات ایجاد شده که در حوزه واردات محصولات غذایی از ایران و بازاریابی آنها عمل می‌کنند.

حمل و نقل حوزه دیگر فعالیت جامعه ایرانیان مقیم امارات است که ظرفیت مهم پارادایلماسی اقتصادی ایران به‌شمار می‌آید. به دلیل مجاورت استان‌های جنوبی ایران با خلیج فارس، موضوع حمل و نقل دریایی بخش مهمی از ساختار تجاری روابط ایران و امارات را شکل داده و جامعه ایرانیان مقیم در امارات یک سوی این رابطه هستند. برای نمونه گروه تجاری چابهار در امارات با تمرکز بر صادرات محصولات دریایی، کشاورزی و صنایع غذایی، این شرکت مبادلات کالایی بین بنادر جنوبی ایران و دبی را تسهیل می‌کند. تسهیل واردات کالا به ایران، ظرفیت مهم دیگر پارادایلماتیک اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در امارات است. همانطور که اشاره شد، بخش مهمی از کالاهای وارداتی ایران با واسطه امارات متحده عربی صورت می‌پذیرد. به‌ویژه، پس از گسترش تحریم‌های اقتصادی ایالات متحده، اهمیت دولت‌های ثالث در تأمین کالاها برای ورود به ایران، افزایش یافته است. شرکت‌های متعددی در زمینه صادرات محصولات پتروشیمی، مواد شیمیایی و غذایی از ایران به کشورهای دیگر فعالیت می‌کنند (مشفق، ۱۴۰۱، ص ۴۲-۴۵). ذکر آمار و ارقام و برخی فعالیت‌های شرکت‌های ایرانی در امارات، نشان دهنده تعامل اقتصادی متنوع بین ایران و امارات است که بخش‌هایی مانند تجارت، انرژی، واردات و صادرات مواد غذایی، خدمات حقوقی و بازاریابی را پوشش می‌دهد. این شرکت‌ها نه‌تنها به پویایی اقتصادی امارات متحده عربی کمک می‌کند، بلکه نشان‌دهنده روابط تجاری قوی

1. <https://B2n.ir/tb3427>

2. www.Brianetmad.Ir

دوجانبه بین دو کشور هستند. حضور آنها در امارات متحده عربی، بر جایگاه این کشور به عنوان نوعی مرکز تجاری و فرهنگی محوری در خاورمیانه، تاکید می‌کند و تبادلات اقتصادی و فرهنگی قابل توجهی را در منطقه تسهیل می‌نماید (الست گروپ، ۱۴۰۱). به همین جهت استفاده از ظرفیت پارادایم‌های اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در کشور رو به رشد امارات می‌تواند نقش ایران را در تجارت منطقه پررنگ‌تر نماید.

جدول ۵- محورهای کلیدی پارادایماتیک جامعه ایرانیان مقیم در امارات متحده عربی

ظرفیت اقتصادی
با حضور پررنگ در بخش‌های تجارت، املاک و فناوری، استفاده از مناطق آزاد، این جامعه می‌تواند جریان سرمایه‌گذاری دوطرفه را تسهیل کند.
ظرفیت فرهنگی
برگزاری رویدادهای مشترک فرهنگی (مانند جشنواره‌های هنری) و تأسیس نهادهای آموزشی دوزبانه می‌تواند به کاهش شکاف‌های ادراکی بین دو کشور کمک نماید.
ظرفیت سیاسی غیررسمی
جامعه ایرانیان مقیم امارات می‌تواند از طریق لابی‌گری در محافل اقتصادی امارات، زمینه‌ساز گفت‌وگوهای غیررسمی برای حل اختلافات باشد.

۷. چالش‌های پارادایم‌های اقتصادی جامعه ایرانیان مقیم در امارات

برای دستیابی به اقتصادی هم‌پا با تحولات متعدد در سطح بین‌الملل، هر کشوری با چالش‌ها و فرصت‌های مختلفی روبرو است. یکی از مهم‌ترین موانع پیش‌روی دیاسپورای ایرانی در امارات، تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران است که فضای تعاملات اقتصادی را با محدودیت‌های جدی مواجه کرده است. این تحریم‌ها نه تنها روابط تجاری ایران و امارات را تحت‌الشعاع قرار داده، بلکه سبب افزایش فشار بر فعالان اقتصادی دیاسپورا شده است. بسیاری از تجار و سرمایه‌گذاران ایرانی برای اجتناب از شناسایی و قرار گرفتن در تحریم‌های ثانویه، ناگزیر به استفاده از روش‌های غیرمستقیم و پیچیده‌تر برای انجام مبادلات مالی و تجاری هستند. از سوی دیگر، مقررات داخلی ایران نیز به عنوان عاملی بازدارنده عمل می‌کند، چرا که سیاست‌های ارزی و بانکی کشور مانع از کنشگری آزادانه اقتصادی جامعه ایرانیان امارات می‌شود. محدودیت‌های نقل و انتقال سرمایه، الزامات اداری پیچیده، و عدم شفافیت در قوانین، توانایی جامعه ایرانیان مقیم را برای بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی در امارات تضعیف کرده است. در نتیجه، بسیاری از کنشگران اقتصادی ایرانیان مقیم در امارات، در فضایی پرریسک و ناپایدار فعالیت می‌کنند که بهره‌وری و تأثیرگذاری پارادایم‌های اقتصادی آنها را کاهش می‌دهد. ریزنی بازرگانی نیز مهم‌ترین مشکلات تجار و بازرگانان ایرانی در امارات را بدین

شرح اعلام کرده است:

✦ عدم امکان انتقال وجوه مربوط به تولید و خدمات بازرگانی مانند حمل و نقل از طریق سیستم بانکی.

✦ عدم اجازه افتتاح حساب بانکی اعم از حقیقی و یا حقوقی برای شرکت‌هایی که سهامدار ایرانی دارد (علی‌رغم اینکه از سال ۲۰۲۱ تأسیس شرکت با مالکیت صد در صد ایرانی حتی در سرزمین اصلی بلا مانع اعلام شده است)،

✦ تقریباً عدم وجود امکان استخدام ایرانیان در شرکت‌هایی که در امارات به ثبت رسیده‌اند،
✦ عدم استفاده از خدمات بانکی بین‌الملل مانند اعتبار اسنادی و یوزانس برای شرکت‌هایی که در امارات به ثبت رسیده‌اند، ولی سهامدار ایرانی دارند،

✦ عدم رغبت ناشی از تحریم و اتاق‌های بازرگانی امارات برای همکاری جدی با هم‌تایان ایرانی خود،

✦ عدم تمایل تجار اماراتی و حتی تجار دیگر مقیم امارات برای حضور و یا مشارکت در نمایشگاه‌هایی که در ایران برگزار می‌شود (نگرانی‌های ناشی از تحریم، نگرانی امکان اخذ ویزای سفر به اروپا یا آمریکا بعد از سفر به ایران و همچنین برخی حوادث سیاسی داخلی و منطقه‌ای)،
✦ عدم ایجاد شبکه‌های تولید محصولات ایرانی در سطح مناسب و در امارات، بویژه دبی و شارجه از سوی ایرانیان،

✦ مشکلات و سختگیری‌های گمرکی در ایران به منظور ورود موقت بذر، مواد اولیه و یا کارتن جهت تولید و صادرات محصولات باغی و کشاورزی،

✦ عدم صدور گواهی مبدأ توسط اتاق بازرگانی امارات برای کالاهای تحریمی غیرنظامی مانند قطعات خودرو و یا خودرو که از امارات به ایران صادر و یا صادرات مجدد می‌شود.

✦ عدم اجازه برپایی غرفه و یا پویون ایران در چند نمایشگاه متشکل از امارات، بویژه در مرکز تجارت بین‌الملل دبی نظیر عرب هلث یا گلفود (عمدتاً مجریان آمریکایی یا انگلیسی منتخب از سوی این مرکز در این زمینه با مجریان و شرکت‌های ایرانی همکاری نمی‌کنند)،

این چالش‌ها، لزوم بازتعریف راهبردهای تعاملی ایرانیان مقیم در امارات با هر دو کشور و اتخاذ تمهیدات هوشمندانه برای کاهش تبعات تحریم‌ها و مقررات محدودکننده را پررنگ می‌سازد (رایزنی بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در امارات متحده عربی، ۱۴۰۳، ص ۴-۸).

۸. نتیجه‌گیری

برای تسهیل مسیر دستیابی به منافع ملی و بین‌المللی، همگرایی و همکاری‌های فراملی یعنی

فراتر از مرزهای ملی از طریق ابزارهای جدید مانند پارادایلماسی در عرصه سیاست خارجی و دیپلماسی اقتصادی، اجتناب‌ناپذیر است. امارات متحده عربی به عنوان یکی از هاب‌های تجاری سال‌های اخیر توانسته است در جذب جامعه ایرانیان مقیم رتبه بالایی را به دست آورد. با توجه به استمرار و سطح بالای روابط تجاری ایران و امارات، ضروری است تا از موضوع دیپلماسی اقتصادی در روابط ایران و امارات بهره بیشتری برده شود که یکی از راهکارها آن استفاده از ظرفیت‌های پارادایلماتیک جامعه ایرانیان مقیم در امارات است. با توجه به مبانی نظری دیپلماسی اقتصادی و یافته‌های این پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عربی از ظرفیت‌های پارادایلماتیک اقتصادی قابل‌توجهی برخوردار است. این جامعه با شبکه‌های تجاری گسترده، سرمایه‌گذاری‌های راهبردی و تعاملات اقتصادی پویا، می‌تواند به عنوان پلی میان ایران و امارات عمل کند و نقش مؤثری در توسعه روابط اقتصادی دوجانبه ایفا نماید. یافته‌ها نشان می‌دهد که دیاسپورای ایرانی در امارات، به‌ویژه در بخش‌های تجارت، فناوری و سرمایه‌گذاری‌های مشترک، از نفوذ و توانمندی بالایی برخوردار است. این ظرفیت‌ها در چارچوب پارادایلماسی اقتصادی می‌توانند به عنوان مکملی برای دیپلماسی رسمی عمل کنند و با کاهش تنش‌های سیاسی، بستر مناسبی برای همکاری‌های اقتصادی پایدار فراهم آورند. همچنین، با توجه به نقش غیررسمی بازیگران پارادایلماتیک در تسهیل مذاکرات و ایجاد اعتماد متقابل، این جامعه می‌تواند در شرایط تحریم‌ها و محدودیت‌های سیاسی، کانال‌های ارتباطی مؤثری را بین دو کشور حفظ کند. در این راستا، تقویت نهادهای شبکه‌ای دیاسپورا و حمایت سیاستی از فعالیت‌های اقتصادی آنان می‌تواند به بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت‌ها بینجامد. در نهایت، این پژوهش نشان می‌دهد که به‌کارگیری ظرفیت‌های پارادایلماتیک دیاسپورای ایرانی در امارات متحده عربی، نه تنها به توسعه روابط دوجانبه کمک می‌کند، بلکه می‌تواند الگویی برای تعامل سازنده با سایر جوامع مهاجر در منطقه باشد. بنابراین، سیاست‌گذاری هوشمندانه در این حوزه می‌تواند به ارتقای جایگاه ایران در اقتصاد منطقه و فراتر از آن بینجامد.

منابع

- آمار جمعیت ایرانی‌های مهاجر به تفکیک کشور* (۱۴۰۳). قابل دسترس در: <https://B2n.ir/rw1510>
- اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی تهران (۱۴۰۳ ب). *آمار کل صادرات به کشور امارات متحده عربی: گمرک فرودگاه لار*. قابل دسترس در:
- https://service.tccim.ir/stats_detail?slcImpExp=Export&sYear=1403&
- اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان تهران (۱۴۰۳ الف). *آمار واردات و صادرات امارات متحده عربی*. قابل دسترس در:
- <https://service.tccim.ir/stats?mode=doit>
- ایرانیان دبی (۱۴۰۴). *نقش ایرانیان در توسعه تجارت امارات متحده عربی*. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/pj3010>
- باشگاه رهبران کسب‌وکار: تجارت ایران و امارات در هفت ماهه نخست سال به ۲/۹ میلیارد دلار رسید (۱۴۰۳). *Business Leaders HUB*. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/tt3935>
- بهمنی، مهدی؛ امیری، جهاندار؛ میناوند، محمدقلی (۱۴۰۰). بررسی بهره‌مندی از ظرفیت‌های ایرانیان خارج از کشور (با تأکید بر کارکردهای شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما). *پژوهشنامه رسانه بین‌المللی*، ۸(۸)، ص ۲۸۳-۳۰۹.
- توکلی خمینی، عاطفه (۱۳۹۵). *مجموعه مقالات ایرانیان خارج از کشور*. انتشارات بین‌المللی الهدی.
- توکلی، زهرا؛ برزگر، کیهان (۱۴۰۰). دیپلماسی اقتصادی و سیاست همسایگی ایران و ترکمنستان. *مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز*، پیاپی ۱۱۶، ص ۲۷-۳.
- خالقی‌نژاد، مریم (۱۴۰۱). *پارادایلماسی فرامرزی: منطقه‌گرایی پارادایلماتیک از چشم‌انداز ایران فرهنگی*. تهران: قومس.
- دانشنامه ملل (۱۴۰۴). *روابط سیاسی و اقتصادی امارات متحده عربی و ایران*. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/xs5609>
- دانش‌نیا، فرهاد (۱۳۹۱). دیپلماسی اقتصادی و سیاست خارجی توسعه‌گرا؛ ابزارهای موفقیت راهبرد توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران در اقتصاد جهانی. *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۳(۹)، ص ۸۶-۹۷.
- دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور (۱۳۹۹ الف). *آمار پراکندگی ایرانیان خارج از کشور*. قابل دسترس در: <https://iranian.mfa.ir/files/mfairanian/Amar.pdf>
- دبیرخانه شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور (۱۳۹۹ ب). *آمار پراکندگی ایرانیان خارج از کشور*. قابل دسترس در: <https://iranian.mfa.ir/portal/viewpage/14931>
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال؛ بهرامی، سمیه (۱۳۹۶). ارزیابی تأثیر کش‌های دیاسپوریک بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه موردی جامعه ایرانیان مقیم ایالات متحده. *پژوهشنامه علوم سیاسی*، ۱۲(۴)، ص ۳۹-۶۸.
- ذوالفقاری، مهدی؛ زینی‌وند، حسین (۱۳۹۷). جایگاه دیپلماسی اقتصادی در سیاست خارجی ایران: دولت‌های احمدی‌نژاد و روحانی. *پژوهش‌های روابط بین‌المللی*، ۸(۲۷)، ص ۹۴-۶۷.
- رایزنی بازرگانی جمهوری اسلامی ایران در امارات متحده عربی (۱۴۰۳). *گزارش ویژه کشوری ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۲*. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/ru7181>
- ربیه‌ای، عبدالامیر (۱۴۰۳). *پروژه‌های موفق تجاری ایران در منطقه/ امارات؛ بزرگ‌ترین مبدأ واردات کالا به ایران*.

- ایسنا. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/zj9885>
- رسانا (۱۴۰۲). موفق‌ترین ایرانیان امارات. قابل دسترس در: <https://resanauae.com/blog/live-uae/successful-iranians-in-the-uae>
- الست گروپ (۱۴۰۱). لیست شرکت‌های ایرانی در امارات. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/xj4899>
- سلاورزی‌زاده، صالح؛ کییری، زهره (۱۴۰۲). تحلیل کارآمدی دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در کشورهای آسیای مرکزی: مطالعه موردی ترکمنستان و تاجیکستان. *نظریه‌پردازی*، ۲(۲)، ص ۸۳-۱۰۰.
- مشفق، زهرا (۱۴۰۱). فرصت‌ها و چالش‌های همکاری ایران و امارات. *امنیت اقتصادی*، ۱۰(۹۹)، ص ۵۰-۴۱.
- موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی (۱۴۰۲). *رصد تحولات اقتصادی کشورهای اصلی طرف تجاری (توسعه روابط تجاری ایران و امارات متحده عربی)*. قابل دسترس در: <https://itsr.ir/Content/upload/VBXPV-1402.06.08%20%D8>
- هفت صبح (۱۴۰۳). *مردگیا‌هی، تاجر ایرانی ادویه در سوق دیره*. قابل دسترس در: <https://7sobh.com/%D8%A8%D8%AE%D8%B4>
- یزدانیان، حمید (۱۳۹۸). *راهبردهای جمهوری اسلامی ایران در اداره امور ایرانیان خارج از کشور*. دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی.
- Bergeijk, P.A.G., Moons, S.J.V. (2018). *Introduction to the Research Handbook on Economic Diplomacy*. In: P.A.G. Van Bergeijk & S.J.V. Moons (eds), *Research Handbook on Economic Diplomacy*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Shain, Y. & Barth, A. (2003). *Diasporas and International Relations Theory*. *International Organization*, 57(3), p. 449-479.
- Yia, L. & Saner, R. (2002). *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times*.
URL=https://www.clingendael.org/sites/default/files/2016-02/20030100_cli_paper_dip_issue84.pdf