



دولتی، تکالیف و وظایف سنگینی را متوجه وزارت خانه‌های صنعت، معدن و تجارت، امور خارجه و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران می‌کند. گام اول در برون‌گرایی اقتصادی و توسعه صادرات غیرنفتی، حضور تولیدات و کالاهای ایرانی در بازار همسایگان است. بازار کشورهای منطقه اطراف ایران به دلایلی همچون سهولت دسترسی (وجود مرزهای زمینی و دریایی مشترک که باعث کاهش هزینه‌های حمل و نقل می‌شود)، موقعیت ممتاز ژئوپلیتیکی ایران، وجود اشتراکات فرهنگی، مذهبی، زبانی و تمدنی، محوریت ترانزیتی ایران و امکان صادرات مجدد کالاهای تولید ملی به بازارهای فرمانطقه‌ای از طریق کشورهای همسایه (در نتیجه کاهش آثار تحریم‌ها بر تجارت خارجی)، دارای اهمیت راهبردی هستند و در هر برنامه‌ای برای

توسعه تجارت خارجی و صادرات کالاهای ایرانی، باید در اولویت قرار گیرند. در واقع، بر اساس سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، ایران باید کشور اول منطقه از نظر اقتصادی و صادرات محصولات باشد. اما در حال حاضر جایگاه ایران در منطقه از نظر صادرات، پس از کشورهایمانند امارات، عربستان و ترکیه قرار دارد. هدف‌گذاری ۱۲۰ میلیارد دلاری صادرات غیرنفتی در برنامه ششم توسعه در همین چارچوب ارزیابی می‌شود، به گونه‌ای که کشور ما در سال ۱۴۰۰ باید حداقل به ۱۲۰ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی دست پیدا کند. مهم‌ترین الزام تحقق این میزان از صادرات، استفاده از دیپلماسی اقتصادی فعال و هوشمندانه است. در واقع، نیازهای منطقه‌ای هنوز به‌طور کامل شناسایی نشده و رفتار صادراتی ایران همان شیوه سنتی فروش مواد اولیه و

فروش مشتقات نفتی است. بر همین اساس تقویت روابط با همسایگان برای کشورمان اهمیتی مضاعف پیدا کرده و به عنوان الویت دیپلماسی اقتصادی محسوب می‌شود.

در سیاست‌های ۲۴ گانه اقتصاد مقاومتی، آمده است «با هدف تأمین رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با رویکردی جهادی، انعطاف پذیر، فرصت ساز، مولد، درون‌زا، پیشرو و برون‌گرا ابلاغ می‌گردد.» در بند ۱۲ این سیاست ابلاغی رهبر انقلاب، بر افزایش قدرت مقاومت و کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد کشور از طریق ۱- توسعه پیوندهای راهبردی و گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای منطقه و جهان بویژه همسایگان، ۲- استفاده از