

وحید بزرگی

دییلماسی تجاری

از اهداف تا ابزارها



نشرنی

www.ketab.ir

سرشناسه: بزرگی، وحید، ۱۳۴۰-
عنوان و نام پدیدآور: دیپلماسی تجاری: از اهداف و اهداف بزرگی.
مشخصات نشر: تهران، نشر نی، ۱۳۹۶.
نوبت چاپ: چاپ اول، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری: ۳۱۶ ص.
شابک: 978-964-185-531-6
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
یادداشت: کتابنامه.
موضوع: اقتصاد بین الملل International economic relations؛
بازرگانی بین المللی International trade؛ بازرگانی - مدیریت
Commerce—Management
شناسه افزوده:
رده بندی کنگره: HF۱۳۵۹ / ب ۴۳ د ۹ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی: ۳۳۷
شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۱۱۱۵۶

قیمت: ۲۴۰۰۰ تومان



نشرنی

دیپلماسی تجاری: از اهداف و ابزارها

وحید بزرگی

دانشیار مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

ویراستار الهه عین‌بخش

چاپ اول، تهران، ۱۳۹۶

تعداد ۷۰۰ نسخه

چاپ و صحافی پردیس دانش

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کلاً و جزئاً،

به هر صورت (چاپ، فتوکپی، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی)

بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است.

شابک ۶ ۵۳۱ ۱۸۵ ۹۶۴ ۹۷۸

www.nashreney.com

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۱۳	بخش اول: روندهای بین‌المللی تقویت‌کننده دیپلماسی تجاری
۱۵	۱-۱- مقدمه
۱۶	۱-۲- جهانی شدن
۱۶	۱-۲-۱- تعریف و ابعاد چهارشنبه
۱۹	۱-۲-۲- تبیین‌های مختلف درباره جهانی شدن
۳۰	۱-۲-۳- پیامدهای جهانی شدن
۳۹	۱-۳- ترتیبات تجاری منطقه‌ای
۳۹	۱-۳-۱- مرور کلی
۴۳	۱-۳-۲- تاریخچه یا امواج مختلف منطقه‌گرایی
۵۳	۱-۳-۳- انگیزه‌ها و اهداف منطقه‌گرایی
۶۱	۱-۳-۴- سطوح یا انواع منطقه‌گرایی
۶۴	۱-۳-۵- نظریه پردازی درباره منطقه‌گرایی
۱۰۷	۱-۴- سازمان تجارت جهانی
۱۰۹	۱-۴-۱- اصول و قواعد سازمان تجارت جهانی
۱۱۳	۱-۴-۲- آثار الحاق به سازمان تجارت جهانی
۱۱۸	۱-۵- جمع‌بندی
۱۲۱	بخش دوم: یک چارچوب تحلیلی برای دیپلماسی تجاری
۱۲۳	۲-۱- مقدمه

۱۲۴	۲-۲- دیپلماسی تجاری: تعریف، اهداف، دستور کار و ابزارها.....
۱۲۴	۲-۲-۱- تعریف دیپلماسی تجاری.....
۱۳۱	۲-۲-۲- اهداف دیپلماسی تجاری.....
۱۳۲	۲-۲-۳- دستور کار یا حوزه‌های موضوعی دیپلماسی تجاری.....
۱۳۵	۲-۲-۴- ابزارهای دیپلماسی تجاری.....
۱۳۸	۲-۳- سطح تحلیل در دیپلماسی تجاری.....
۱۳۸	۲-۳-۱- مقدمه.....
۱۳۹	۲-۳-۲- سطوح تحلیل دیپلماسی تجاری.....
۱۵۰	۲-۳-۳- جمع‌بندی.....
۱۵۲	۲-۴- بانکر، دیپلماسی تجاری: انواع، وظایف، صلاحیت‌ها و فعالیت‌های دیپلمات‌های تجاری.....
۱۵۲	۲-۴-۱- مقدمه.....
۱۵۳	۲-۴-۲- بارگرا دیپلمات تجاری: انواع دیپلمات‌های تجاری.....
۱۷۱	۲-۴-۳- دیپلمات‌های تجاری: وظایف، صلاحیت‌ها و فعالیت‌ها.....
۲۰۶	۲-۴-۴- جمع‌بندی.....
۲۰۹	۲-۵- راهبردهای دیپلماسی تجاری.....
۲۰۹	۲-۵-۱- مقدمه.....
۲۱۴	۲-۵-۲- راهبرد درون‌گرایی: جایگزینی واردات.....
۲۲۴	۲-۵-۳- راهبرد برون‌گرایی: توسعه صادرات.....
۲۳۱	۲-۵-۴- راهبرد ادغام یا مشارکت در زنجیره‌های جهانی ارزش.....
۲۵۱	۲-۵-۵- جمع‌بندی.....
۲۵۳	۲-۶- ساختار نهادی دیپلماسی تجاری.....
۲۵۳	۲-۶-۱- مقدمه.....
۲۵۳	۲-۶-۲- ساختار نهادی مناسب برای پیشبرد دیپلماسی تجاری.....
۲۶۷	۲-۶-۳- جمع‌بندی.....
۲۶۹	پیوست: سازمان‌های توسعه صادرات، تجارت یا سرمایه‌گذاری.....
۲۷۹	یادداشت‌ها.....
۳۰۷	منابع.....

مقدمه

در دهه‌های اخیر، در توسعه تجارت جهانی، شاهد ظهور و رشد پدیده‌هایی مانند جهانی‌شدن^۱، منطقه‌گرایی^۲، سازمان تجارت جهانی^۳ و شبکه‌ها یا زنجیره‌های تولید و تأمین جهانی^۴ بوده‌ایم که همه حاکی از یکپارچه‌تر شدن جهان و توسعه تجارت جهانی و افزایش اهمیت دیپلماسی اقتصادی و تجاری^۵ در جهان است. آمارها نشان می‌دهد که در دهه‌های اخیر، رشد تجارت کالایی جهان بیش‌تر از رشد درآمد جهانی بوده و رشد سرمایه‌گذاری جهانی هم بیش‌تر از رشد تجارت جهانی بوده است.^[۱] علاوه بر این، اکنون سهم تجارت کالاهای واسطه‌ای از کل تجارت کالایی در جهان به ۵۰ تا ۶۰ درصد رسیده است که نشان می‌دهد بسیاری از کالاهای تجاری را باید «ساخت جهان»^۶ خواند.^[۲]

گسترش همکاری‌های تجاری منطقه‌ای هم نشان‌دهنده افزایش اهمیت تجارت و دیپلماسی تجاری برای کشورهاست. طبق آمارهای موجود، در

1. globalization

2. regionalism

3. World Trade Organization

4. global value chains/global supply chains/international or global production networks

5. economic/commercial diplomacy

6. made in the world

سال ۱۹۹۰ به طور متوسط هر عضو موافقت‌نامه عمومی تعرفه و تجارت (گات)^۱ سازمان تجارت جهانی عضو دو موافقت‌نامه تجارت ترجیحی^۲ ولی در حال حاضر این عدد به ۱۳ رسیده است. [۳] از طرف دیگر، پوشش موضوعی این موافقت‌نامه‌های تجاری به مرور زمان وسیع‌تر و عمیق‌تر شده و از رویه سنتی کاهش تعرفه‌ها فراتر رفته و مسائلی مثل خدمات، سرمایه‌گذاری، حقوق مالکیت فکری^۳، استانداردها و موانع فنی تجارت^۴، خدمات دولتی^۵، سیاست رقابتی^۶ و حل و فصل اختلافات را دربرمی‌گیرند و حتی در برخی موافقت‌نامه‌ها مفادی هم در مورد قوانین محیط زیست، نیروی انسانی، کاهش فقر، توسعه روستایی و گردشگری گنجانده شده است. [۴] و بالاخره در سطح منطقه‌ای گاه شاهد تلاش‌های عظیم فراقاره‌ای نظیر تلاش‌های آمریکا برای انعقاد یک موافقت‌نامه تجارت و سرمایه‌گذاری با اتحادیه اروپا (فرااطلس)^۷ و یک موافقت‌نامه تجاری با کشورهای دو سوی اقیانوس آرام (فراآرامی)^۸ هستیم.

در سطح همکاری‌های تجاری چندجانبه^۹ هم تعداد اعضای سازمان تجارت جهانی اکنون به ۱۶۲ عضو رسیده و ۶۱ کشور دیگر هم در صف الحاق قرار دارند. اعضای کنونی سازمان بیش از ۶۰ درصد تجارت جهانی را در دست دارند. حوزه صلاحیت این سازمان هم گسترده است و سه حوزه اصلی تجارت کالا، تجارت خدمات و جنبه‌های تجاری حقوق مالکیت فکری را دربرمی‌گیرد.

این روندها و پدیده‌ها حاکی از آن است که دیپلماسی اقتصادی و

1. General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)
2. Preferential Trade Agreement (PTA)
3. intellectual property rights
4. technical barriers to trade
5. government procurement
6. competitive policy
7. Transatlantic Trade and Investment Partnership (T-TIP)
8. Trans-Pacific Partnership (TPP)
9. multilateral

تجاری در دنیای امروز از اولویت بالایی برخوردار است و بر همین اساس هم دیپلمات‌های برخی کشورهای پیشرفته اظهار داشته‌اند که بیش‌تر وقت آن‌ها به مسائل اقتصادی و تجاری اختصاص یافته است. درواقع، اکنون موضوع «دیپلماسی اقتصادی یا تجاری» به یکی از کانون‌های توجه نه‌تنها نظریه‌پردازان بلکه دست‌اندرکاران - دولتی و غیردولتی - تبدیل شده است. این در حالی است که به‌ویژه در زبان فارسی، کمبود زیادی در این زمینه وجود دارد. در زبان فارسی، آثار معدودی درباره دیپلماسی تجاری و اقتصادی وجود دارد. کتاب *دیپلماسی تجاری: اصول و مبانی، عوامل تعیین‌کننده و تجربیات کشورهای منتخب* [۵] بهترین منبع موجود در زبان فارسی در این زمینه است. بی‌این‌که کتاب ضمن بررسی برخی تحولات جهانی مرتبط با دیپلماسی تجاری، مانند جهانی‌شدن و منطقه‌گرایی و عوامل جغرافیایی، بیش‌تر با تأکید بر جنبه‌های تجاری ایران بر اساس شاخص‌های اقتصادی - تجاری و سیاسی - دیپلماتیک نوشته شده است تا ارائه یک چارچوب جامع و منسجم برای تدوین و تحلیل دیپلماسی تجاری. کتاب *دیپلماسی اقتصادی* [۶] حاوی مجموعه مقالاتی است که به برخی مباحث مربوط به دیپلماسی اقتصادی مانند جهانی‌شدن و جایگاه کشورهای در حال توسعه، عوامل جغرافیایی و دیپلماسی اقتصادی برخی کشورها پرداخته، ولی اصولاً هدف آن تدوین چارچوبی برای دیپلماسی اقتصادی یا تجاری نبوده است. کتاب *دیپلماسی تجاری ایران در دوران معاصر* [۷] نیز حاوی مطالب دسته‌وگریخته‌ای در مورد دیپلماسی تجاری است ولی چارچوب منسجمی در آن دیده نمی‌شود.

در زبان انگلیسی، آثار بیش‌تری به‌ویژه در قالب مقاله وجود دارد. برای مثال، در کتاب *دیپلماسی اقتصادی نوین* [۸] به برخی جنبه‌های مفهومی و نظری دیپلماسی اقتصادی و تجاری و مسائلی مانند افزایش اهمیت دیپلماسی اقتصادی و پیوند دو حوزه داخلی و خارجی پرداخته شده است، ولی بیش‌تر می‌تواند در مورد بازیگران درگیر در دیپلماسی اقتصادی مورد

استفاده قرار گیرد. در بسیاری از مقالات انگلیسی هم عمدتاً به آثار جهانی‌شدن و تحولات جهانی دهه‌های اخیر در زمینه دیپلماسی تجاری اشاره شده است. برای نمونه، در یکی از مقاله‌ها [۹]، پس از اشاره به پدیده جهانی‌شدن و افزایش اهمیت مبادلات اقتصادی و تجاری کشورها به ضرورت بازسازی وزارت امور خارجه اشاره شده است. در مقاله دیگری [۱۰]، پس از بررسی آثار جهانی‌شدن و افزایش اهمیت دیپلماسی تجاری به لزوم تشکیل وزارتخانه‌ای واحد برای مدیریت هماهنگ دیپلماسی سیاسی و اقتصادی اشاره شده است. در مقاله دیگری [۱۱]، پس از طرح پدیده جهانی‌شدن و افزایش بازیگران دولتی و غیردولتی درگیر در دیپلماسی و شناسایی انحصار وزارت امور خارجه، به بررسی نقش‌ها و وظایف و صلاحیت‌های دیپلمات‌های تجاری پرداخته شده است. روشن است که از این مقاله‌ها بیش از هر مورد تبیین تحولات جهانی دهه‌های اخیر و اهمیت یافتن دیپلماسی تجاری می‌توان استفاده کرد. در مقاله دیگری [۱۲] به بررسی انواع دیپلمات‌های تجاری یا انواع سبک‌های^۱ دیپلماسی تجاری (دیپلمات تجاری تاجرمنش^۲، کارمندمنش^۳، عمومی^۴) و عوامل مؤثر در انتخاب آن‌ها پرداخته شده است. می‌توان از این مقاله بیش‌تر در زمینه عوامل مؤثر بر سبک دیپلماسی تجاری و ساختار نهادی^۵ استفاده کرد. در مقاله دیگری [۱۳] هم به‌طور خلاصه به طبقه‌بندی ساختارهای دیپلماسی تجاری و انواع دیپلمات‌های تجاری و وظایف آن‌ها پرداخته شد است که می‌تواند در این زمینه‌ها مورد استفاده قرار گیرد. سرانجام، در پایان‌نامه [۱۴] که به مرور مقالات موجود (۴۴ مقاله) درباره دیپلماسی تجاری پرداخته است، پس از اشاره به جهانی‌شدن و افزایش اهمیت دیپلماسی تجاری و با تجزیه و

1. styles

2. business promoter

3. civil servant

4. generalist

5. institutional structure

تحلیل مقالات موجود، چارچوب مفهومی خوبی در مورد دیپلماسی تجاری به‌مثابه یک فرایند ارائه شده است، ولی در چارچوب مذکور به بسیاری از مسائلی که منطقاً باید در دیپلماسی تجاری مورد توجه قرار گیرد (مانند سطوح تحلیل، ابزارها و...) به اندازه کافی اشاره و پرداخته نشده است.

بدین ترتیب، در مطالعات گذشته یا به آثار تحولات جهانی اخیر و افزایش اهمیت دیپلماسی تجاری اشاره شده و هیچ چارچوبی برای دیپلماسی تجاری ارائه نشده و یا به جنبه یا جنبه‌های خاصی از آن پرداخته شده و تصویر جامعی از ابعاد گوناگونش ارائه نشده است. در کتاب حاضر که در قالب مجاری با مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی تهیه شده است، سعی بر آن است که چارچوبی جامع‌تر و درعین‌حال ساده‌تر و عمده‌تر با هدف استفاده در سیاست‌گذاری و تدوین دیپلماسی تجاری ارائه شود. براین‌اساس، در بخش اول کتاب حاضر به روندهای بین‌المللی تقویت‌کننده دیپلماسی تجاری مانند جهان‌شمار شدن منطقه‌گرایی و سازمان تجارت جهانی و در بخش دوم کتاب به عناصر و مؤلفه‌های یک چارچوب تحلیلی برای دیپلماسی تجاری می‌پردازیم.

در پایان، بر خود فرض می‌دانم که از مسئولان مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی که فرصت تألیف کتاب حاضر را برای این‌جانب فراهم کردند و همچنین از مسئولان نشر نی که زمینه چاپ کتاب را برعهده گرفتند، سپاس‌گزاری کنم. بدیهی است که این کتاب حاضر صرفاً برعهده نویسنده است.

وحید بزرگی

پاییز ۱۳۹۵