

سرمایه‌گذاری خارجی در پرتو دیپلماسی

www.ketaboo.ir



سرمایه گذاری خارجی در پرتو دیپلماسی

بهمن حسن پور دشتکلی

ناشر: انتشارات گمنام تهران

نویسنده: بهمن حسن پور دشتکلی

چاپ، لیتوگرافی و صحافی: پردیس چاپ

ویراستار: اکرم علیپور

صفحه آرایی: سعید سالار طایفه

ناظر فنی: محمد طاهر فاتحی

سال انتشار: بهار ۱۳۹۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۶۸-۲۶-۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

۷	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۳	فصل اول: سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
۱۵	۱. ۱. مرحله اجرایی سرمایه‌گذاری خارجی
۱۶	۲. ۱. نفع‌ها و زیان‌های سرمایه‌گذاری خارجی
۱۶	۱. ۲. ۱. منافع بالقوه ورود سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
۱۸	۲. ۲. ۱. زیان‌های بالقوه ورود سرمایه‌گذاری خارجی
۱۹	۳. ۱. شوق سرمایه‌گذاری
۱۹	۱. ۲. ۱. توجیه‌های ضروری دخالت دولت
۲۱	۲. ۳. ۱. شناسایی زمینه‌های فرصت
۲۱	۳. ۳. ۱. استراتژی توسعه و شوق سرمایه‌گذاری
۲۳	۴. ۳. ۱. استراتژی تشویق و جذب
۲۴	۵. ۳. ۱. اجرای استراتژی تشویق
۲۵	۶. ۳. ۱. تبدیل درخواست‌ها به سرمایه‌گذاری
۲۷	۷. ۳. ۱. نظارت و مراقبت از سرمایه‌گذاری
۲۸	۴. ۱. منابع مفید و آنلاین
۳۱	فصل دوم: نقش دیپلمات‌ها در تشویق سرمایه‌گذاری
۳۳	۱. ۲. شبکه تشویق سرمایه‌گذاری
۳۳	۲. ۱. ۱. مثال: شبکه تشویق سرمایه‌گذاری - آفریقای جنوبی
۳۵	۲. ۲. مدیریت درخواست‌ها
۳۸	۲. ۲. ۱. تشویق روش‌های غیرسهمی (NEMs)
۳۹	۳. ۲. دیپلمات‌ها و نظارت
۴۱	۴. ۲. هماهنگ‌سازی تشویق سرمایه‌گذاری
۴۳	۲. ۴. ۱. طراحی ارتباطات
۴۴	۲. ۴. ۲. مدیریت پرسش‌ها
۴۶	۲. ۴. ۳. دیدار از بازار کشور میزبان
۴۹	فصل سوم: سرمایه‌گذاری
۵۱	۱. ۳. طراحی و دادن پیام

۵۱	۳. ۱. ۱. طراحی پیام ارسالی به سرمایه‌گذاران
۵۱	۳. ۱. ۲. انتقال پیام
۵۲	۳. ۱. ۳. مجاری بازاریابی
۵۶	۳. ۲. شناسایی شرکت‌های هدف
۵۶	۳. ۲. ۱. همکاری با بنگاه‌های خدمات حرفه‌ای
۵۷	۳. ۲. ۲. اولویت‌بندی میان شرکت‌های هدف
۵۸	۳. ۳. جلسه با سرمایه‌گذاران بالقوه
۵۸	۳. ۳. ۱. راهبردهایی برای جلسه با شرکت‌ها
۶۲	۳. ۳. ۲. هم‌افزایی با فعالیت‌های تجاری
۶۲	۴. ۱. مدیریت اطلاعات
۶۲	۴. ۳. ۱. بانک‌های اطلاعاتی
۶۳	۵. ۳. ارزش
۶۵	نتیجه‌گیری
۶۷	واژه‌نامه
۶۹	منابع

با گسترش روز افزون روابط اقتصادی کشورهای جهان و افزایش ارتباطات تجاری، آگاهی از فعالیتهای اقتصادی و آشنایی با شیوههای سرمایه‌گذاری خارجی برای افزایش بهره‌وری ضروری به نظر می‌آید. هدف از نگارش این کتاب راهنمایی دیپلمات‌ها در جذب سرمایه‌گذاری خارجی است تا گامی هرچند کوتاه به منظور استفاده صحیح‌تر و کاربردی‌تر از امکانات اقتصادی برای جذب سرمایه‌گذاری را پیش روی دیپلمات‌های ایرانی در خارج از کشور قرار دهد. تحولات بین‌المللی پس از پایان جنگ سرد مقامات و تصمیم‌سازان عرصه سیاست خارجی را با تضاد متلاطم و پیچیده و نظام جهانی جدیدی مواجه کرده است و آنها برای تصمیم‌گیری صحیح در برابر این تحولات، معادلات دنیای نوین را بر پایه اصول خاص خود تدلیس می‌کنند. این تحولات پرشتاب و عالم‌گیر که عموماً در چارچوب فرآیند جهانی شدن و ضایع جریان‌های مترتب بر آن شناخته می‌شوند، باعث ناکارآمدی دیپلماسی سنتی در پیش‌برد اهداف و تأمین منافع ملی کشورها شده‌اند.

مطالعه کتاب حاضر به اختصار آگاهی‌هایی را در مورد طراحی و استفاده مطلوب از دیپلماسی اقتصادی در عرصه سیاست خارجی و بررسی و شناخت تجارب سایر کشورها به دست می‌دهد و دیپلمات‌های ایرانی می‌توانند اطلاعات سودمندی را در زمینه نحوه سرمایه‌گذاری در کشورهای خارجی دریافت کنند. امید است دیپلمات‌های کشورمان با مطالعه دقیق این راهنما و بررسی موقیعت‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری، گام‌های ارزنده‌ای را در جهت توسعه روابط اقتصادی ایران با کشورهای مختلف جهان بردارند و در مسیر رونق و پیشرفت اقتصاد ملی خدمات شایانی را انجام دهند.

بهمن حسین پور دشتگلی

کشورهای جهان برای برقراری و توسعه روابط با یکدیگر مجبور به شناخت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و امنیتی و نیز جایگاه منطقه ای و بین‌المللی یکدیگر هستند. شناسایی وجوه مختلف کشورها می‌تواند چگونگی، نوع و سطح روابط را تعیین کند و موجب اهمیت یافتن برخی کشورها در مقابل برخی دیگر شود. بر این اساس روابط بین کشورها را می‌توان به ارتباطات خصمانه، عادی، دوستانه و استراتژیک تقسیم کرد. به طور مثال برخی از کشورها بر پایه اشتراکات تاریخی، فرهنگی، دینی و منافع یکسان متقابل و همچنین اشتراک در نگرانی‌ها و اهداف در قبال تحولات منطقه و بین‌المللی به پایه ریزی روابط استراتژیک با یکدیگر می‌پردازند.

در چنین شرایطی «دیپلماسی بین‌اقتصادی» ابزار جدید سیاست خارجی و بخشی از دیپلماسی سیال و ارغوزومت سیاست خارجی فعال و موفق در عرصه جهانی شدن و جانشین، مکمل و جانشین کننده کاستی‌های دیپلماسی سنتی است.

دیپلماسی اقتصادی در حقیقت مکمل دیپلماسی سیاسی است. همان‌طوری که در دیپلماسی به صورت عام از دیپلمات انتظار می‌رود که روابط دو کشور را ارتقاء دهد و یا در صورت بروز مشکلات به صورتی عاقلانه و مناسب آنها را حل و فصل کند، دیپلماسی اقتصادی نیز در یک کلام شناساندن ظرفیتهای داخلی کشور به خارجی‌ها در جهت سرمایه‌گذاری یا صادرات و واردات و همچنین شناسایی امکانات و ظرفیتهای کشور دوم و بهره‌برداری از امکانات بالقوه و بالفعل آن کشور به منظور تقویت و تحکیم بنیان‌های اقتصادی در جهت توسعه ملی است. امروزه همه به این نتیجه رسیده‌اند که سطح روابط اقتصادی در تعیین

سطوح گونه‌های دیگر روابط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... میان کشورها نقش بسیار مهمی دارد.

آشکار است که برای طراحی و استفاده مطلوب از دیپلماسی اقتصادی در عرصه سیاست خارجی، بررسی و شناخت تجارب سایر کشورها می‌تواند سهم بسزایی داشته باشد. به عنوان مثال در دهه ۹۰ ترکیه دیپلماسی و وظایف دستگاه دیپلماسی را باز تعریف کرد. بر این اساس، دیپلمات‌ها مکانیسم ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های سیاسی، اقتصادی و فضا سازی برای حضور فعال بخش خصوصی در عرصه‌های بین الملل را طراحی کردند. آنها به این طریق توانستند حضور اقتصادی خود را در اقصی نقاط جهان تثبیت کنند و یکی از قطب‌های تأثیرگذار اقتصادی در عرصه منطقه‌ای و بین‌المللی شوند. کسب جایگاه ممتاز در جهان اسلام از نظر تولید ناخالص داخلی یکی از دستاوردهای این برنامه در ترکیه بوده است.

اقتصاد ترکیه از اواسط دهه ۱۹۸۰ به بعد با نوسانات زیادی و با نخست وزیر شدن تورگوت اوزال به روند توسعه‌ای وارد شد و این کشور توانست با سیاست‌های انتخابی و اجرایی مبنی بر استراتژی توسعه صادرات بستر مناسبی را برای رشد و ثبات بیابد، به گونه‌ای که رشد اقتصادی این کشور بر اساس آمار منتشره در سال ۲۰۱۱ برابر ۸/۸ درصد و درآمد سرانه آن در سال ۲۰۱۲ به میزان ۱۱۴۲۰ دلار بوده است که علیرغم بحران اقتصادی حاکم بر جهان رقم مناسب و بالایی به شمار می‌رود و حاکی از رشد اقتصادی و فاصله گرفتن آن کشور از خط فقر است.

از آنجایی که تجارت خارجی از پایه‌های اساسی اقتصاد ترکیه است، مجموعه تلاش دولت‌های این کشور طی سه دهه اخیر بر پایه افزایش حجم تجارت خارجی و به ویژه افزایش صادرات بوده است، چرا که اقتصاد ترکیه در صورت کار نکردن این بخش فلج خواهد شد.

با کمک دیپلمات‌ها، پیام‌های بازاریابی منتقل می‌شود، اما از آن مهم‌تر، دیپلمات‌ها درگیر مدیریت روابط با شرکت‌ها و انتقال اطلاعات مورد نیاز به آنها هستند تا به طریق سرمایه‌گذاری شرکت‌ها، آگاهانه و به نفع کشور باشد و به همین میزان سرمایه‌گذاران علاقه مند نیز با یک استراتژی نظارتی و مراقبتی، مدیریت و ارزیابی شوند. زیرا این گونه شرکت‌ها منبع مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های جدید محسوب می‌شوند. دیپلمات‌ها در حمایت سیاسی نیز نقش دارند. بدین ترتیب که ایده سرمایه‌گذاران درباره فضای سرمایه‌گذاری در کشور را به دولت منتقل می‌کنند و دولت درک بهتری از اصلاحات ضروری برای جذب سرمایه‌گذاری بیشتر می‌یابد.

دیپلمات‌ها با ترانزیتی و مهارت در برقراری ارتباط می‌توانند برای کشور خود در جایگاه مقصد سرمایه‌گذار، بازار را باز کنند. دانش دیپلمات‌ها می‌تواند برای کسب اطلاعات تجاری و شناسایی سرمایه‌گذار بالقوه مفید باشد. افزون بر این دیپلمات‌ها می‌توانند مجرای انتقال نظرات و باخودهای «شرکت‌های فراملی» باشند و به دولت‌های خود در زمینه شناسایی تفرات مرتبط با سرمایه‌گذاری، سیاست‌ها و روش‌های مورد نیاز برای اصلاحات باری، مانند.

پیام اصلی کتاب حاضر این است که دیپلمات‌ها باید در تشویق و جذب سرمایه‌گذاری خارجی به منظور ساماندهی، توسعه و تحکیم اقتصاد ملی مهم را ایفاء کنند. از آنجایی که دفاتری در خارج از کشور برای تسهیل جذب سرمایه‌گذاری نیست، نقش دیپلمات‌ها و رایزنان اقتصادی و تجاری اهمیت دو چندانی می‌یابد. هر چند که نمی‌تواند جای خالی دفاتر مذکور را در خارج از کشور به طور کامل پر کند.

این مجموعه در سه فصل تدوین شده است:

فصل اول؛ کتاب به معرفی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و راهنمای جذب آن می‌پردازد.

فصل دوم؛ نگاهی نزدیک‌تر به نقش دیپلمات‌ها در دیپلماسی اقتصادی دارد.

فصل سوم؛ شامل ابزارها و تکنیک‌های تشویق سرمایه‌گذار و نتیجه‌گیری است.

www.ketab.ir