

چارچوبی برای بررسی و تدوین دیپلماسی تجاری در دوران جهانی شدن و وابستگی متقابل

دکتر وحید بزرگی*

محمدرضا عابدین**

عوامل مادی یا ملموس (مانند عوامل جغرافیایی، منابع طبیعی، جمعیت، پیشرفت اقتصادی و صنعتی، و توان نظامی) و عوامل غیر مادی یا ناملموس (همچون منش ملی، روحیه ملی، کیفیت حکومت، پرستیژ بین المللی و ایدئولوژی) تفهیم کرده اند.^۲ در مورد منافع ملی یا اهداف کلان ملی نیز با وجود اختلاف نظرهای بسیار درباره عینی یا ذهنی بودن آنها^۳، مصادیق زیر بر شمرده شده است: ۱- نگهداشت امنیت ملی و یکپارچگی سرزمینی، ۲- نگهداشت استقلال و حاکمیت ملی، ۳- حفظ نظام اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و بر سر هم «شیوه زندگی» مورد نظر، ۴- افزایش رفاه اقتصادی، ۵- افزایش قدرت ملی و ۶- به دست آوردن آبرو و اعتبار.^۴ هدفهای ویژه و خرد سیاست خارجی هم در چارچوب این هدفهای کلی تعیین می شود که طبقه بندیهای گوناگون از آنها شده است.^۵ این هدفها بیشتر در

(۱) پیشگفتار: جایگاه دیپلماسی تجاری

در جهان امروز

معنای دیپلماسی در آثار نویسندگان گوناگون، از یک ویژگی یا ابزار تا تدوین و اجرای سیاست خارجی را در بر می گیرد.^۱ در این نوشتار، دیپلماسی به معنای گسترده آن مورد نظر است که با سیاست خارجی مترادف می شود و در سیاست خارجی، ما با دولتهایی (و همچنین بازیگران تازه ای) سرو کار داریم که بر پایه شرایط داخلی و خارجی و با توجه به قدرت و تواناییها و منافع ملی خود-واقعی یا خیالی- می کوشند در چارچوب استراتژی یا سیاستی ویژه، و با ابزارهایی ویژه، به هدفهایی ویژه دست یابند. برای این پایه، نویسندگان گوناگون به طبقه بندی و بررسی این عناصر پرداخته اند. برای نمونه، عوامل قدرت ملی را بیشتر به دو دسته

* استادیار مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی

** عضو هیأت علمی مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی و مدرس دانشگاه پیام نور

از سوی دیگر، جهانی شدن و افزایش وابستگی متقابل مایه دگر گونیهای گسترده در جهان امروز شده است. از دهه ۱۹۸۰ تبیین‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، تکنولوژیک و نظامی - امنیتی گوناگون از پدیده جهانی شدن شده و درباره فرجام آن هم پیش‌بینی‌هایی چند انجام گرفته است؛ ولی آنچه در اینجا اهمیت دارد آثار این دگر گونیها در پیوند با سیاست خارجی است. بر سر هم می‌توان گفت که جهانی شدن و وابستگی متقابل آثار زیر را داشته است:^۸

۱- افزایش پیوندها میان دو حوزه داخلی و خارجی: اکنون مسائل و بازیگران داخلی پیش از گذشته با مسائل و بازیگران خارجی پیوند خورده‌اند. برای نمونه، تصمیم‌گیری در زمینه انرژی هسته‌ای که مسأله‌ای داخلی است، واکنشهای خارجی را برمی‌انگیزد. در حوزه اقتصادی - بازرگانی نیز اکنون سازمان جهانی بازرگانی به مسائلی می‌پردازد که پیشتر در حوزه تصمیم‌گیری داخلی کشورها بوده است (مانند یارانه‌ها). بدین‌سان، در سیاستگذاری داخلی هم نمی‌توان مسائل خارجی را نادیده گرفت. به سخن دیگر، در محیط بین‌المللی یا جهانی تازه، دیگر جایی برای رویکردها یا استراتژیهای انزو و اگر ایانه یا تکر وانه نمانده است و اکنون باید در پی نهادسازی برای مدیریت جهانی بود. از این دیدگاه، رویکرد کشورها به سیاست خارجی و عناصر گوناگون آن باید متناسب با شرایط بین‌المللی تازه باشد و

چارچوب سیاستها یا استراتژیهای بی‌گرفته می‌شود که یکی از نویسندگان در زمینه سیاست بین‌الملل آنها را به ترتیب از کمترین درگیری بین‌المللی تا بیشترین درگیری بین‌المللی به چهار دسته زیر تقسیم کرده است: ۱- انزو و اگرایی، ۲- بی‌طرفی، ۳- عدم تعهد، و ۴- ائتلاف و اتحاد.^۹ ابزارهای سیاست خارجی را هم بیشتر به دیپلماسی و گفتگو، تبلیغات، پاداش و مجازات اقتصادی، و تهدید و مداخله نظامی تقسیم کرده‌اند.^۷

روشن است که میان عناصر و مؤلفه‌های بالا باید به گونه‌ای هماهنگی و سازگاری وجود داشته باشد. برای نمونه، در تدوین هدفها و استراتژیهای سیاست خارجی باید به امکانات و تواناییهای کشور توجه داشت و پیگیری هدفها و استراتژیهای آرمانی بی‌توجه به امکانات واقعی، می‌تواند بسیار فاجعه‌آمیز باشد. از سوی دیگر، ارزیابی امکانات و قدرت ملی نیز باید با دقت و واقع‌بینی انجام گیرد، نه اینکه آرزوهای خود را واقعیت‌پنداریم. باید دانست که دست کم گرفتن امکانات و تواناییهای کشور می‌تواند آنرا از دستیابی به آنچه می‌تواند باشد باز دارد و برعکس، دست بالا گرفتن امکانات و تواناییهای آن می‌تواند به جنگ و فاجعه‌ای بینجامد که کشور را از نگهداشت آنچه نیز هست باز دارد. بنابراین، کشوری که امکانات و توانایی کافی ندارد، تا هنگامی که قدرت آن به اندازه لازم افزایش نیافته است، باید از هدفها و استراتژیهای بلندپروازانه دست بکشد و سیاستها و ابزارهای تهاجمی و نظامی (high politics) را کنار بگذارد. گذشته از آن، میان هدفهای سیاست خارجی هم باید گونه‌ای هماهنگی وجود داشته باشد تا یکدیگر را تقویت کنند نه اینکه مایه تضعیف و خنثی شدن یکدیگر باشند. برای نمونه، اگر در بی‌تعامل با اقتصاد جهانی و جهش صادراتی و جذب سرمایه و تکنولوژی خارجی هستیم، باید با کشورهایی که از نظر اقتصادی و سرمایه و تکنولوژی، بهتر و توسعه‌یافته‌ترند تعامل بیشتری داشته باشیم و در پیش گرفتن سیاست دشمنانه و تقابل با این کشورها، دستیابی به هدفهای اقتصادی و تکنولوژیک یادشده را ناممکن می‌سازد. بنابراین، همواره باید به تناسب و هماهنگی عناصر و مؤلفه‌های گوناگون سیاست خارجی اندیشید.

○ در تدوین هدفها و استراتژیهای سیاست خارجی باید به امکانات و تواناییهای کشور توجه داشت و پیگیری هدفها و استراتژیهای آرمانی بی‌توجه به امکانات واقعی، می‌تواند بسیار فاجعه‌آمیز باشد. از سوی دیگر، ارزیابی امکانات و قدرت ملی نیز باید با دقت و واقع‌بینی انجام گیرد، نه اینکه آرزوهای خود را واقعیت‌پنداریم.

پرداخت. گذشته از آن، باید هوشیار بود که سیاست‌هایی که در برابر این بازیگران گوناگون در پیش گرفته می‌شوند هماهنگ باشند و یکدیگر را تقویت کنند.

۳- پیوند یافتن سطوح تحلیل و عمل: یکی از نکاتی که در سیاست بین‌الملل مطالب بسیار درباره آن نوشته شده است، سطح تحلیل یا عمل است. سطوح تحلیل رایج در سیاست بین‌الملل عبارت است از سطح نظام بین‌الملل، سطح منطقه‌ای و سطح داخلی یا ملی. نویسندگان گوناگون تأکید کرده‌اند که گرچه این سطوح از پویایی و استقلال نسبی برخوردارند ولی تعامل آنها را نباید نادیده گرفت.^۹ بنابراین، در سیاست خارجی نیز باید به هر سه سطح توجه داشت و سیاستها و اقداماتی که در رابطه با هر یک از آنها در پیش گرفته می‌شود همخوان و هماهنگ باشد. برای نمونه، در تدوین یا اتخاذ یک سیاست منطقه‌ای نباید نقش مؤثر قدرتهای جهانی (نظام بین‌الملل) در آن منطقه را نادیده گرفت. گذشته از آن، چنان که گفته شد، در تدوین سیاست خارجی باید به امکانات و تواناییهای خود نیز توجه کرد. کشوری که از قدرت و توانمندیهای کافی برخوردار نیست، به جای آنکه در پی دگرگون‌سازی کل نظام بین‌الملل برآید، بهتر است نخست به تمرین در سطوح داخلی و منطقه‌ای بپردازد تا زمینه برای مراحل بعدی آماده شود.

۴- پیوند یافتن حوزه‌های گوناگون موضوعی: یکی از مسائل مهم در روابط بین‌الملل و علوم اجتماعی وجود حوزه‌های موضوعی گوناگون (issue areas) و ارتباط آنها با یکدیگر است: سیاست، اقتصاد و فرهنگ. از گذشته، در این زمینه نظریه‌ها و مکاتب متعارضی پدید آمده که برخی از آنها برای یکی از حوزه‌ها یا عوامل یاد شده برتری قایل شده‌اند و حوزه‌ها و عوامل دیگر را تابع آن حوزه اصلی دانسته‌اند. برای نمونه، مارکسیسم، رئالیسم و پست‌مدرنیسم به ترتیب بر اقتصاد، سیاست و فرهنگ تأکید کرده‌اند. با این حال، برخلاف این رویکردهای تک‌بعدی که گُل واقعیت اجتماعی و عناصر بی‌شمار آنرا به یک عامل تقلیل می‌دهند، ابعاد گوناگون واقعیت اجتماعی نشان می‌دهد که تحلیل آن به رویکردهای پیچیده‌تر چند عاملی نیاز دارد.

○ دست کم گرفتن امکانات و تواناییهای کشور می‌تواند آنرا از دستیابی به آنچه می‌تواند باشد باز دارد و برعکس، دست بالا گرفتن امکانات و تواناییهای آن می‌تواند به جنگ و فاجعه‌ای بینجامد که کشور را از نگهداشت آنچه نیز هست باز دارد. بنابراین، کشوری که امکانات و توانایی کافی ندارد، تا هنگامی که قدرت آن به اندازه لازم افزایش نیافته است، باید از هدفها و استراتژیهای بلندپروازانه دست بکشد و سیاستها و ابزارهای تهاجمی و نظامی (high politics) را کنار بگذارد.

منافع ملی کشورها نه در سایه آنرا بلکه با تعامل فعال با محیط خارجی تعریف و بیگیری شود.

۲- افزایش بازیگران و مجاری تعامل بین‌المللی: برخلاف گذشته که دولتهای ملی تنها بازیگران در پهنه روابط بین‌الملل شمرده می‌شدند، اکنون بازیگران غیردولتی بسیاری در کارند که بر سیاست بین‌الملل و سیاست خارجی اثر می‌گذارند: افراد، شرکتهای چندملیتی و فراملی، جنبشهای اجتماعی، اقلیتهای قومی، احزاب سیاسی، سازمانهای غیردولتی و سازمانهای فراملی. بدین سان، اکنون بازیگران دولتی و غیردولتی گوناگون وجود دارند که میان آنها نیز شبکه‌های بین‌المللی متعامل و متداخلی از روابط چند سطحی و متقاطع شکل گرفته است که هم محدودیتهایی برای بازیگران به وجود می‌آورد و هم قدرت مانور آنها را افزایش می‌دهد. به همین دلیل هم هست که کسانی اکنون از پیدایش یک جامعه جهانی یا جامعه مدنی جهانی سخن می‌گویند.

در یک سیاست خارجی پخته و سنجیده هم باید به بازیگران گوناگون دولتی و غیردولتی به اندازه کافی بها داد و از راهها و به شیوه‌های گوناگون به تعامل با آنها

و گسترش فرایند جهانی شدن و همچنین گرایش بیشتر کشورها به سیاستهای اقتصادی باز و بروننگرا همراه با افزایش توجه و گرایش انسانها و کشورها به رفاه اقتصادی باعث شده است که هدفها و منافع اقتصادی و بازرگانی اهمیت و برجستگی بیشتری برای کشورها و سیاست خارجی آنها بیابد. این نکته اهمیت دیپلماسی اقتصادی یا تجاری را آشکار می‌سازد.

دیپلماسی تجاری یعنی دیپلماسی یا سیاستی که به اداره و هدایت روابط تجاری بین‌المللی - تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی در زمینه کالاها و خدمات - می‌پردازد. به سخن دیگر، در دیپلماسی تجاری، کشورها با توجه به تواناییها و منافع ملی اقتصادی خود می‌کوشند در چارچوب استراتژیهای ویژه (مانند استراتژیهای جایگزینی واردات یا توسعه صادرات) هدفهایی ویژه و عملیاتی (مانند توسعه صادرات یا جذب سرمایه‌گذاری خارجی) با به کار گرفتن ابزارهایی ویژه (چون ابزارهای تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای) بپردازند. بر پایه این تعریف، دیپلماسی تجاری از سه بخش تشکیل می‌شود: ۱- هدفها ۲- استراتژی و ۳- اجرا. در زیر به بررسی این سه بخش می‌پردازیم:

۱-۲) هدفها

چنان که گفته شد، هدفهای کلان ملی که منافع ملی

○ در محیط بین‌المللی یا جهانی تازه،

دیگر جایی برای رویکردها یا استراتژیهای انزواگرایانه یا تکررانه نمانده است و اکنون باید در پی نهادسازی برای مدیریت جهانی بود. از این دیدگاه، رویکرد کشورها به سیاست خارجی و عناصر گوناگون آن باید متناسب با شرایط بین‌المللی تازه باشد و منافع ملی کشورها نه در سایه انزوا بلکه با تعامل فعال با محیط خارجی تعریف و پیگیری شود.

بدین سان، با توجه به تأثیر متقابل عوامل و حوزه‌های گوناگون بر یکدیگر، در تدوین سیاست خارجی باید به همه عوامل و حوزه‌ها توجه کافی داشت و سیاستهایی که در حوزه‌های گوناگون در پیش گرفته می‌شود باید همخوان و هماهنگ باشد تا راه ما را در رسیدن به هدف نهایی هموار کند.

۵- برتری سیاست عادی (low politics) بر سیاست عالی (high politics): رابرت کیوهین و جوزف‌نای معروفترین نظریه‌پردازان در زمینه وابستگی متقابل، از دیگر شرایط یا ویژگیهای وابستگی متقابل در جهان امروز را سست شدن سلسله‌مراتب سنتی حوزه‌های موضوعی گوناگون و کاهش اولویت مسائل امنیتی - نظامی می‌دانند. از دید آنان، در شرایط وابستگی متقابل، امنیت نظامی اهمیت درجه اول خود را از دست داده و شمار حوزه‌های موضوعی و مسائل مرتبط با سیاست خارجی بسیار افزایش یافته است. بر این پایه، در چارچوب وابستگی متقابل، نیروی نظامی چندان کاربرد ندارد، هرچند در شرایط دیگر - شرایط حادّی که مسأله مرگ و زندگی مطرح باشد یا دگرگونی انقلابی یا کشمکش سخت رخ دهد - امکان به کار گرفته شدن آن وجود دارد. به سخن دیگر، کاربرد نیروی نظامی گران و نامطمئن است و به علت قدرت تخریب جنگ افزارهای هسته‌ای و گران تمام شدن کاربرد نیروی نظامی، احتمال کاربرد زور در سنجش با گذشته کاهش یافته است. روی دیگر این کاهش اولویت مسائل امنیتی - نظامی (سیاست عالی)، افزایش اولویت مسائل یا حوزه‌های کارکردی بویژه مسائل اقتصادی و بازرگانی (سیاست عادی) است. ۱۰- بدین سان، یکی از ویژگیهای شرایط وابستگی متقابل، برتری سیاست عادی بر سیاست عالی است و این موضوع در تدوین سیاست خارجی باید مورد توجه قرار گیرد و اینجاست که نقش سیاست یا دیپلماسی تجاری برجسته می‌شود.

۲) عناصر دیپلماسی تجاری: یک چارچوب

چنان که گفته شد، بخشی از منافع ملی یا هدفهای کلان دیپلماسی یا سیاست خارجی، هدفهای اقتصادی است. از سوی دیگر، افزایش وابستگی متقابل کشورها

۱۰۰ تا ۲۰۰ درصد و حتی بیشتر در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در کشورهای چینی، هند، پاکستان، آرژانتین و برزیل دیده می‌شد. این حمایتها به پیدایش صنایع داخلی بسیار ناکارآمد و قیمتهای بسیار بالا برای مصرف‌کنندگان داخلی انجامید و کشورهایی که این سیاست را در پیش گرفتند در سنجش با گروه کوچکی از کشورهای در حال توسعه (مانند سنگاپور، تایوان و هنگ کنگ) که از اوایل دهه ۱۹۵۰ سیاست متکی به صادرات را دنبال کردند با نرخ پایینتری رشد کردند. از اوایل دهه ۱۹۷۰، شمار بیشتری از کشورهای در حال توسعه به کارایی و گذار از سیاست جایگزینی واردات به سیاست توسعه صادرات توجه بیشتری نشان دادند. پژوهشهای اقتصادسنجی نشان داده است که دستاورد آن دسته از کشورهای در حال توسعه که از سیاست توسعه صادرات پیروی کرده‌اند یا به آن تغییر مسیر داده‌اند بهتر از کشورهای بوده است که از سیاست جایگزینی واردات پیروی کرده یا آنرا ادامه داده‌اند: رشد میانگین سالانه ارزش افزوده واقعی در صنایع و کشاورزی، سهم میانگین ارزش افزوده کارخانه‌ای در تولید ناخالص داخلی، سهم میانگین نیروی کار شاغل در صنعت و رشد میانگین اشتغال در صنعت، همگی در هر دو دوره ۱۹۶۳-۷۳ و ۱۹۷۳-۸۵ برای کشورهای برونگرا، یا بالاتر از کشورهای درونگرا بوده یا رشد خیلی بالاتری داشته است. پس از ۱۹۸۵ نیز رشد کشورهای در حال توسعه برونگرا بالاتر از کشورهای درونگرا بوده است. به هر رو، با توجه به آثار نومید کننده استراتژیهای

خوانده می‌شود، با همه اختلافهای بسیاری که درباره عینی یا ذهنی بودن آنها وجود دارد، عبارت است از:

- ۱- نگهداشت امنیت ملی و یکپارچگی سرزمینی،
- ۲- نگهداشت استقلال و حاکمیت ملی،
- ۳- حفظ نظام اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و بر سر هم «شیوه زندگی» مورد نظر،
- ۴- افزایش رفاه اقتصادی،
- ۵- افزایش قدرت ملی و
- ۶- به دست آوردن آبرو و اعتبار. در میان این هدفها، افزایش رفاه اقتصادی بیشترین و روشنترین پیوند را با دیپلماسی تجاری دارد. به سخن دیگر، در دیپلماسی تجاری، کشورها با اقداماتی در زمینه بازرگانی و سرمایه‌گذاری می‌کوشند رفاه اقتصادی و توسعه اقتصادی خود را بهبود بخشند. در واقع، افزایش رفاه اقتصادی هدف کلی دیپلماسی تجاری است، ولی این هدف کلی در چارچوب استراتژیهای ویژه با اهدافی ویژه و عملیاتی پی‌گیری می‌شود. بسته به اینکه يك کشور در پی افزایش یا کاهش تجارت و سرمایه‌گذاری خارجی باشد، استراتژی بازرگانی آن برونگرا یا درونگرا می‌شود.

۲-۲) استراتژی: درونگرایی در برابر برونگرایی

بر سر هم، استراتژی تجاری طیفی از درونگرایی شدید (سیاست جایگزینی واردات) تا برونگرایی شدید (سیاست توسعه صادرات) را در بر می‌گیرد. در عمل، استراتژیهای تجاری کشورها به درجات گوناگون میان این دو قطب قرار می‌گیرند و به سوی یکی از این دو گرایش می‌یابند. این استراتژیها مانند ایدئولوژیها بر دیپلماسی اقتصادی و تجاری کشورها اثر می‌گذارد و تغییر آنها همچون تغییر استراتژی کشورها درباره اقتصاد جهانی بر اقدامات و سیاستهای کشورها اثر می‌گذارد. بررسی تغییر استراتژی کشورها در چند دهه اخیر و تأثیر آن بر سیاستها یا دیپلماسی اقتصادی کشورها این نکته را به خوبی نشان می‌دهد.

از دید تاریخی باید گفت که بیشتر کشورهای در حال توسعه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ سیاست جایگزینی واردات را برای صنعتی شدن برگزیدند ولی بر سر هم این سیاست به موفقیت‌هایی بسیار محدود یا به شکست انجامید. نرخهای بسیار بالای حمایت مؤثر در سطح

○ کشوری که از قدرت و توانمندیهای کافی برخوردار نیست، به جای آنکه در پی دگرگون‌سازی کل نظام بین‌الملل برآید، بهتر است نخست به تمرین در سطوح داخلی و منطقه‌ای بپردازد تا زمینه برای مراحل بعدی آماده شود.

○ یکی از ویژگیهای شرایط وابستگی متقابل، برتری سیاست عادی بر سیاست عالی است و این موضوع در تدوین سیاست خارجی باید مورد توجه قرار گیرد و اینجاست که نقش سیاست یا دیپلماسی تجاری برجسته می شود.

مداخله گرانه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه می توان نتیجه گرفت که مداخله دولت بسیار پرمخاطره است و آزادسازی تجاری برای به حرکت در آوردن رشد و توسعه لازم می نماید، گو اینکه به خودی خود کافی نیست. رشد و توسعه بیشتر در داخل تعیین می شود، ولی یک رژیم سرمایه گذاری و تجارت آزاد (لیبرال) بین المللی می تواند نقش آسان کننده و یک محرک نیرومند را برای آن بازی کند.^{۱۱}

۲-۳) اجرا

پس از گزینش و تدوین یک استراتژی تجاری، اجرای آن مطرح می شود. جهانی شدن و وابستگی متقابل در جهان امروز پیامدهای بسیار همچون توسعه دستور کار دیپلماسی تجاری، افزایش شمار بازیگران و پیوند سطوح گوناگون تحلیل و عمل داشته است که تدوین و اجرای دیپلماسی تجاری را دشوارتر و پیچیده تر ساخته و ابعاد بسیاری به آن بخشیده است. در زیر به ابعاد گوناگون مسأله می پردازیم.

۱-۲-۳) دستور کار یا حوزه های موضوعی

دیپلماسی تجاری

فرایند جهانی شدن و گسترش روابط کشورها باعث شده است که دیپلماسی تجاری دیگر تنها به ابزارهای تجاری سنتی یا موانع تجاری مرزی همچون تعرفه ها و سهمیه های وارداتی محدود نماند و طیف بسیار گسترده تری از مقررات و اقدامات مؤثر بر تجارت بین الملل از جمله استانداردهای گوناگون در زمینه کار، بهداشت، محیط زیست و حمایت از مصرف کنندگان؛ مقررات مربوط به فعالیتهای خدماتی مانند بانکداری، ارتباطات از راه دور و...؛ اقدامات حمایتی اعم از کشاورزی و صنعتی؛ حقوق مالکیت فکری؛ سیاست رقابتی؛ ضوابط تجاری سرمایه گذاری؛ مقررات مربوط به فساد و ارتشا؛ و... را دربرگیرد.^{۱۲} بدین سان، اکنون دیپلماسی یا سیاست تجاری از واردات کالا بسیار فراتر رفته و نظام قانونگذاری داخلی کشورها را نشانه می گیرد و از همین رو تدوین و پیشبرد یک دیپلماسی تجاری نیازمند هماهنگی جدی نهادها و حوزه های مرتبط است. به سخن دیگر، دیپلماسی یا سیاست تجاری دیگر ملک طلق سیاستمداران و نظامیان نیست و یک

دیپلماسی موفق در گرو مشارکت کارشناسان اقتصادی برای پیشبرد اهداف و منافع اقتصادی بین المللی به منظور تأمین منابع اقتصادی امنیت و اقتدار و رفاه و پرستیژ ملی است.

۲-۳-۲) سطوح گوناگون تحلیل و عمل در دیپلماسی تجاری

چنان که گفته شد، جهانی شدن و گسترش دستور کار دیپلماسی تجاری از یک سو باعث پیوند خوردن دو سطح یا حوزه داخلی و خارجی و به سخن دیگر پیوند خوردن سیاستها و اقدامات داخلی با سیاستها و اقدامات خارجی شده و از سوی دیگر به پیوند خوردن سطوح تحلیل خارجی به یکدیگر انجامیده است. در دیپلماسی تجاری، سطوح تحلیل یا عمل را می توان به گونه زیر دسته بندی کرد:

۱- سطح داخلی: این سطح به تصمیم گیری و اجماع سازی در داخل کشور مربوط می شود و در آن بازیگران گوناگون دولتی و غیر دولتی و ملی و درون ملی (sub-national) دخیلند.

۲- سطح خارجی: یکجانبه، دوجانبه، منطقه ای (regional) یا گروهی / میان چند طرف (plurilateral)، و چندجانبه (multilateral).

الف- یکجانبه: شاید مفهوم دیپلماسی تجاری یکجانبه، تناقض آمیز به نظر برسد، زیرا دیپلماسی مستلزم وجود دست کم دو طرف است؛ ولی در عمل نمونه های بسیار از اقدامات یکجانبه کشورها وجود دارد (مانند تحریمهای اقتصادی و تجاری یکجانبه آمریکا) که برای آنها از پیش با کشوری توافق یا مشورت یا حتی

چندجانبه پیوندند. سازمانهای چندجانبه از نظر عضویت با هم تفاوتی ندارند بلکه تفاوت آنها در موضوع زیر نظارت و صلاحیت آنها (امور مالی، تجارت یا محیط زیست) است. بین دو حد یاد شده، دو سطح میانی هم وجود دارد:

ت- سطح منطقه‌ای

ث- سطح گروهی یا میان چند طرف.

این دو سطح معیارهای مشخصی دارند که هر کشوری نمی‌تواند آنها را برآورده سازد. دیپلماسی تجاری منطقه‌ای بر معیار جغرافیا استوار است، هر چند تعریفهایی چند از «منطقه» شده است. سازمانهای منطقه‌ای همسایگان را در خود جامی دهند و غیر همسایگان نمی‌توانند به آنها پیوندند. برای نمونه اتحادیه اروپا نمی‌تواند عضو آک (Asia - Pacific Economic Cooperation) باشد. در برابر، در سطح میان چند طرف، معیار جغرافیا مطرح نیست و ممکن است معیاری یکسره عینی (چون عضویت صادر کنندگان نفت در اوپک) یا معیاری ذهنی تر (مانند عضویت نظامهای دموکراتیک صنعتی در سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (Organisation for Economic Cooperation and Development = OECD)) وجود داشته باشد. به سخن دیگر، سازمانهای میان چند طرف، از کشورهای همفکر از مناطق گوناگون جهان برپا می‌شود، کشورهایی که تصمیم گرفته‌اند هدفیابی ویژه (اقتصادی، تجاری، سیاسی، تاریخی، زبانی و...) را به گونه جمعی دنبال کنند. این سازمانها ممکن است یک هدف یا چند هدف داشته باشند. دو سطح منطقه‌ای و میان چند طرف می‌تواند اندازه‌هایی متفاوت داشته باشد (از «فتا» با سه عضو تا جامعه مشترک المنافع (Commonwealth)) با بیش از ۵۰ عضو، ولی هر دو، حالت انحصاری دارند (برخلاف سازمان جهانی بازرگانی و سازمان ملل متحد). روشن است که میان سطوح یاد شده تعامل وجود دارد و دولتها نیز به شیوه‌های گوناگون از تعامل این سطوح بهره‌برداری می‌کنند: دولتها ممکن است از هر سطحی برای یک مسأله ویژه یا در یک زمینه ویژه بهره‌برداری کنند؛ کشورها ممکن است برای یک موضوع ویژه از سطوح گوناگون بهره‌برداری کنند؛

○ بخشی از منافع ملی یا هدفهای کلان دیپلماسی یا سیاست خارجی، هدفهای اقتصادی است. از سوی دیگر، افزایش وابستگی متقابل کشورها و گسترش فرایند جهانی شدن و همچنین گرایش بیشتر کشورها به سیاستهای اقتصادی باز و برونگرا همراه با افزایش توجه و گرایش انسانها و کشورها به رفاه اقتصادی باعث شده است که هدفها و منافع اقتصادی و بازرگانی اهمیت و برجستگی بیشتری برای کشورها و سیاست خارجی آنها بیابد. این نکته اهمیت دیپلماسی اقتصادی یا تجاری را آشکار می‌سازد.

اعلام نمی‌شود در حالی که آثاری آشکار بر نظام بین‌الملل دارد و واکنش دیگران را برمی‌انگیزد.

ب- دوجانبه: پس از سطح یکجانبه، ساده‌ترین سطح شمرده می‌شود و تنها میان دو طرف - بیشتر دو دولت - است. برای این گونه دیپلماسی، ویژگی‌هایی چند بر شمرده‌اند: ۱- سنتی بودن، ۲- ساده بودن، ۳- ساده بودن توضیح آن برای دیگران، ۴- ساده بودن کنترل و مدیریت و هدایت آن، ۵- سود طرف نیرومندتر بودن، ۶- مواجهه آمیز بودن، ۷- امکان تبعیض آمیز بودن و ۸- لزوم صرف وقت و انرژی بسیار.^{۱۳}

پ- چندجانبه: این سطح که پیچیده‌ترین سطح است در نهادهای جهانشمول مانند صندوق بین‌المللی پول، سازمان جهانی بازرگانی و سازمان ملل متحد به کار می‌رود.

سطوح دوجانبه و چندجانبه، دو حد نهایی (extreme) هستند ولی این وجه اشتراک را دارند که هر دو از لحاظ تعریفی به روی همه کشورها بازند. هر کشور می‌تواند به دیپلماسی تجاری یا اقتصادی دوجانبه دست یازد و هر کشور هم می‌تواند به سازمانهای تجاری

مواضع گوناگون یا با فراهم آوردن اطلاعات لازم می‌توانند بر روند تصمیم‌گیری در این سازمانها اثر بگذارند. از همین رو نباید از نقش و تأثیر این بازیگران غافل ماند.

۲-۳-۳) شرکتهای ملی یا فراملی

شرکتها یا مؤسسات اقتصادی خصوصی در هر دو سطح داخلی و خارجی می‌توانند فعالیت داشته باشند. از یک سو، این شرکتها می‌توانند به گونه منفرد یا با تشکیل اتحادیه‌های بخشی یا کنفدراسیونهای صنایع به اعمال نفوذ بر سیاستهای اقتصادی و تجاری پردازند. در مورد مسائلی که برای همه شرکتها اهمیت دارد (مانند استانداردهای بین‌المللی کار)، اعمال نفوذ می‌تواند از راه کنفدراسیونها انجام گیرد؛ اعمال نفوذ از راه اتحادیه‌های بخشی بیشتر در مورد آزادسازی واردات یا آزادسازی بازارهای خارجی مطرح می‌شود؛ و اعمال نفوذ انفرادی شرکتها نیز بیشتر در مواردی است که یک مسئله تنها به شرکت خاصی مربوط می‌شود (مانند پرداخت یارانه برای تولید هواپیما غیر نظامی) یا امکان فراهم آوردن حمایت گسترده‌تر وجود ندارد.

دولتها ممکن است برای پیشبرد هدفهای خود همزمان از این سطوح بهره‌گیرند؛ و هنجارها یا الگوهایی که در یک سطوح به وجود آمده ممکن است در سطوح دیگر هم کاربرد داشته باشد. به سخن دیگر، توافقهایی که در یک سطح به دست می‌آید ممکن است بر سطوح دیگر هم اثر بگذارد. گفتگوها در خلأ صورت نمی‌گیرد و در بسیاری موارد می‌توان الگوها یا پیش‌سینه‌ای از موافقت‌نامه‌های دیگر یافت.^{۱۴}

۲-۳-۳) بازیگران در گیر در دیپلماسی تجاری

گذشته از بازیگران سازمان نیافته‌ای چون افراد، مالیات‌دهندگان، رای‌دهندگان، مصرف‌کنندگان یا رسانه‌ها که به شیوه‌های گوناگون می‌توانند بر دیپلماسی تجاری در مراحل چندگانه آن اثر بگذارند، بازیگران سازمان یافته و برجسته در دیپلماسی تجاری عبارتند از:

- ۱- دولتها و سازمانهای بین‌دولتی ۲- شرکتهای ملی یا فراملی ۳- سازمانها یا بازیگران غیردولتی ملی یا فراملی.

۲-۳-۳-۱) دولتها

هنوز هم دولتها یا حکومتها برجسته‌ترین بازیگران در پهنه دیپلماسی اقتصادی و تجاری هستند، ولی این دولتها بازیگرانی یکپارچه نیستند. دولتها بخشها و زیربخشهای گوناگون دارند که بر سر هر موضوع ممکن است میان آنها اختلاف نظر وجود داشته باشد. در واقع، مذاکره‌کنندگان بیشتر در دو جبهه به گفتگو می‌پردازند: جبهه خارجی و جبهه داخلی. در درون دولت می‌توان از بازیگران زیر یاد کرد: قوه مجریه، قوه مقننه، احزاب سیاسی، حکومتهای ایالتی یا محلی، و نهادها یا مؤسسات تنظیمی مستقل یا شبه مستقل.

۲-۳-۳-۲) سازمانهای بین‌دولتی

دولتها در چارچوب سازمانهای بین‌المللی مشهور به تعامل با یکدیگر می‌پردازند. گرچه تصمیم‌گیری در این سازمانها با دولتهای عضو است، ولی این سازمانها به شیوه‌های گوناگون می‌توانند نقش یک بازیگر را داشته باشند. برای نمونه، کارمندان بین‌المللی این سازمانها (مانند صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی یا سازمان جهانی بازرگانی) با روشن ساختن ابعاد گوناگون یک سیاست یا موافقت‌نامه، یا تلاش برای ایجاد سازش میان

○ هدفهای کلان ملی که منافع ملی خوانده می‌شود، با همه اختلافهای بسیاری که درباره عینی یا ذهنی بودن آنها وجود دارد، عبارت است از: ۱- نگاهداشت امنیت ملی و یکپارچگی سرزمینی، ۲- نگاهداشت استقلال و حاکمیت ملی، ۳- حفظ نظام اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و بر سر هم «شیوه زندگی» مورد نظر، ۴- افزایش رفاه اقتصادی، ۵- افزایش قدرت ملی و ۶- به دست آوردن آبرو و اعتبار. در میان این هدفها، افزایش رفاه اقتصادی بیشترین و روشنترین پیوند را با دیپلماسی تجاری دارد.

غیردولتی در سطوح گوناگون ملی، منطقه‌ای و فراملی و در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی فعالیت می‌کنند. این سازمانها بویژه با بهره‌گیری از تکنولوژیهای ارتباطی جدید مانند اینترنت به نیروی سازماندهی و هماهنگ‌سازی چشمگیر دست یافته‌اند و به اعمال فشار بر دولتها و شرکتهای فراملی برای دستیابی به اطلاعات بیشتر و افزایش شفافیت سیاستهای دولتها و شرکتهای می‌پردازند. این سازمانها چنان پیشرفت کرده‌اند که گاه الگوها و سیاستهای جایگزین پیشنهاد می‌کنند و به گونه‌ی فزاینده‌ی خواستار حضور و مشارکت در نهادهای سیاستگذاری بین‌المللی شده‌اند. این وضع، توانایی وزارتخانه‌های امور خارجه برای هماهنگ کردن

از سوی دیگر، این شرکتهای به ایجاد سازمانها یا تشکلهای گوناگون در سطح بین‌المللی نیز پرداخته‌اند. این تشکلهای گاه به شکل سازمانهای جهانشمول (مانند اتاق تجارت بین‌الملل) یا به شکل بین‌المللی یا منطقه‌ای یا به شکل ایجاد ائتلافهایی برای پیگیری هدفهایی ویژه، از هدفهای گسترده گرفته یا هدفهای منطقه‌ای، دوجانبه یا بخشی همچون مجمع جهانی اقتصاد (World Economic Forum) پدید آمده‌اند که به شیوه‌های گوناگون در تنظیم و هدایت دیپلماسی اقتصادی و گفتگوهای تجاری نقش داشته‌اند. خود شرکتهای چندملیتی دارای فعالیت جهانی هم بازیگرانی فراملی هستند که بیرون از سازمانهای رسمی به پیشبرد منافع خود می‌پردازند. سهم بسیار چشمگیر این شرکتهای در تجارت و سرمایه‌گذاری بین‌المللی نشان‌دهنده‌ی نقش برجسته آنها در اقتصاد بین‌الملل است.

○ بیشتر کشورهای در حال توسعه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ سیاست جایگزینی واردات را برای صنعتی شدن برگزیدند ولی بر سر هم این سیاست به موفقیت‌هایی بسیار محدود یا به شکست انجامید. نرخهای بسیار بالای حمایت مؤثر در سطح ۱۰۰ تا ۲۰۰ درصد و حتی بیشتر در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در کشورهای چون هند، پاکستان، آرژانتین و برزیل دیده می‌شد. این حمایتها به پیدایش صنایع داخلی بسیار ناکارآمد و قیمت‌های بسیار بالا برای مصرف‌کنندگان داخلی انجامید و کشورهایی که این سیاست را در پیش گرفتند در سنجش با گروه کوچکی از کشورهای در حال توسعه (مانند سنگاپور، تایوان و هنگ کنگ) که از اوایل دهه ۱۹۵۰ سیاست متکی به صادرات را دنبال کردند با نرخ پایینتری رشد کردند.

در واقع، شرکتهای فراملی برای دستیابی به هدفهای خود به گونه‌ی مستقل به فعالیتهای «دیپلماتیک» در زمینه‌های گوناگون و از راه رسانه‌های گوناگون می‌پردازند. برای نمونه، گاه شرکتهای بزرگ آمریکایی کوشیده‌اند کنگره را به پذیرش برقراری «روابط تجاری عادی دایم» (Permanent Normal Trade Relations) با چین ترغیب کنند. همچنین، شرکتهای بزرگ آمریکا و اروپای غربی برای هماهنگی مواضع خود در چارچوب سازمان جهانی بازرگانی و نیز درباره‌ی مسائل تجاری، «شورای بازرگانی آمریکا و اروپا» (Trans-Atlantic Business Council) را برپا کرده‌اند. این شرکتهای به گونه‌ی فزاینده‌ی از راه شاخه‌ها و شرکتهای فرعی خود به ایجاد ائتلافهای فرامرزی و پیشبرد مواضع و دستور کار مورد نظر خود می‌پردازند. وزارتخانه‌های امور خارجه هم به سادگی نمی‌توانند این فعالیتهای موازی را کنترل یا هماهنگ کنند.

۲-۳-۴) سازمانها یا بازیگران غیردولتی

گذشته از بازیگران یاد شده در بالا، سازمانها و بازیگران غیردولتی بسیاری وجود دارند که به شیوه‌ها و درجات گوناگون در حوزه‌های دیپلماسی اقتصادی و تجارت ذی‌نفعند و می‌کوشند در حوزه‌های مورد نظر خود اثر گذار باشند. در واقع، این بازیگران و سازمانهای

○ با توجه به آثار نوین کننده استراتژیهای مداخله‌گرانه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌توان نتیجه گرفت که مداخله دولت بسیار پر مخاطره است و آزادسازی تجاری برای به حرکت درآوردن رشد و توسعه لازم می‌نماید، گو اینکه به خودی خود کافی نیست. رشد و توسعه بیشتر در داخل تعیین می‌شود، ولی یک رژیم سرمایه‌گذاری و تجارت آزاد (لیبرال) بین‌المللی می‌تواند نقش آسان‌کننده و یک محرک نیرومند را برای آن بازی کند.

شمار «دیپلماتهای تجاری» بسیار افزایش یابد. آشکارترین گروه از دیپلماتهای تجاری را دست‌اندرکاران در زمینه بازرگانی و سرمایه‌گذاری تشکیل می‌دهند. گروه بزرگتر را کارگزاران رسمی دیگر دستگاههای دولتی درگیر با مسائل تجاری مانند دستگاههای مسئول امور خارجی، امور مالی، کشاورزی، صنعت، امور کارگری، بهداشت، محیط‌زیست، امور بانکداری، ارتباطات از راه دور، ترابری و... تشکیل می‌دهند. گروه دیگر از دیپلماتهای تجاری عبارتند از مدیران امور بین‌الملل اتحادیه‌ها، شرکتها و سازمانهای غیردولتی. به این فهرست باید مدیران شرکتهای مستقر در خارج راهم که تعامل گسترده‌ای با دولت میزبان دارند افزود؛ و سرانجام، کارکنان سازمانهای بین‌المللی درگیر با تجارت و سرمایه‌گذاری را نیز باید در شمار دیپلماتهای تجاری دانست.^{۱۶}

اکنون در درون دولتها نیز وزارت امور خارجه نه تنها با بازیگرانی تازه روبه‌روست، بلکه دیگر متولی تام و انحصاری دیپلماسی هم نیست و تخصصی شدن حوزه‌های گوناگون از جمله سیاستگذاری اقتصادی و

سیاستهای اقتصادی در سطح بین‌المللی را به چالش می‌گیرد. برخی از این بازیگران غیردولتی عبارتند از: اتحادیه‌های کارگری، سازمانهای مصرف‌کنندگان، جامعه مدنی جهانی، و جوامع یا نهادهای کارشناسی یا تخصصی (epistemic communities).^{۱۵}

۲-۳-۴) ابزارهای دیپلماسی تجاری

گذشته از ابزارهای عمومی دیپلماسی یا سیاست خارجی (گفتگو، تبلیغات، پاداش و مجازات اقتصادی و تهدید و مداخله نظامی) که کمابیش در دیپلماسی تجاری هم می‌تواند کاربرد داشته باشد، ابزارهای ویژه دیپلماسی تجاری را می‌توان به دو دسته کلی ابزارهای تعرفه‌ای و غیرتعرفه‌ای تقسیم کرد که ابزارهای غیرتعرفه‌ای طیفی گسترده از سهمیه‌های وارداتی تا پروانه‌های واردات، ممنوعیتهای وارداتی، محدودیتهای صادراتی، آیینهای گمرکی، یارانه‌ها، شرط محتوای داخلی یا بهره‌گیری از منابع داخلی (local content) و... را دربرمی‌گیرد.

۳) سخن پایانی: ضرورت بازنگری در مفهوم

دیپلماسی

چنان که دیدیم، جهانی شدن و گسترش وابستگی متقابل از یک سو گستره موضوعی یا دستور کار دیپلماسی تجاری را توسعه بخشیده است و دیپلماسی تجاری دیگر به اقدامات مرزی محدود نیست و طیفی گسترده از اقدامات و سیاستهای داخلی راهم دربرمی‌گیرد و از سوی دیگر شمار بازیگران ذی‌نفع یا دخیل در دیپلماسی تجاری بسیار افزایش یافته است و این بازیگران دولتی و غیردولتی و ملی و فراملی برای به دست آوردن منابع و بازارها پشتیبانی و مشروعیت به رقابت یا همکاری با یکدیگر می‌پردازند. این وضع، بازنگری در مفهوم دیپلماسی و نقش دیپلماتها و وظایف وزارت امور خارجه را ایجاب می‌کند.

برخلاف دیپلماسی سنتی که ملك طلق دولتها بود، روابط دیپلماتیک در دوران پست‌مدرن دچار گسستگی پیچیدگی‌های فزاینده است. گسترده‌گی و پیچیدگی دیپلماسی تجاری باعث شده است که در عمل، بسیاری کسان با دیپلماسی تجاری درگیر شوند و به سخن دیگر

تجارت بین‌الملل و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در توسعه اقتصادی، به تقویت نمایندگی تجاری خود در کشورهای عمده طرف تجارت خود پرداخته‌اند. اکنون، گذشته از وظیفه سنتی وابسته‌های بازرگانی، به سازمانهای شبه دولتی یا سازمانهای عمومی مأموریت داده شده است که برای گسترش بازرگانی و هدایت دیپلماسی تجاری به توسعه خدمات، قلمرو و حضور خود در خارج بپردازند.

در واقع، باید گفت که وابستگی متقابل و پیچیدگی‌های جهان امروز باعث کمرنگ شدن مرز «دیپلماسیهای» بازیگران گوناگون شده و همین، تعامل و همکاری بازیگران گوناگون را ضرورت بخشیده است. از یک سو دولتها، شرکتهای، دانشگاهها و سازمانهای غیردولتی در جامعه مدنی به تخصص و تجربه یکدیگر نیاز دارند و برای بازی کردن نقشی مؤثر در همه حوزه‌ها و در بازار جهانی باید به مبادله دانش فنی و تجربه خود با دیگران بپردازند و از سوی دیگر، این بازیگران برای هموار کردن راه موفقیت خود در مجامع و حوزه‌های گوناگون به همکاری و کمک سیاسی یکدیگر نیاز دارند. این وضع سبب شده است که از یک سو دولتها افراد ماهر و با تجربه را از شرکتهای، دانشگاهها یا سازمانهای غیردولتی به کار گیرند یا عضویت آنان در هیأت نمایندگی کشورها در مجامع بین‌المللی را بپذیرند و از سوی دیگر شرکتهای و سازمانهای غیردولتی هم به شیوه‌های گوناگون دولتمردان پخته و زبردست را به کار گیرند یا از نظرات آنان بهره جویند. نمونه‌های این جابه‌جایی نیروی انسانی در میان بازیگران گوناگون بسیار است و همین، نشان می‌دهد که می‌توان ویژگیها و صلاحیتهای مشترکی برای انواع دیپلماتهای بازیگران گوناگون قایل شد. بر همین پایه، سانر و ییو معتقدند که همه دیپلماتهای اقتصادی یا تجاری، دولتی یا غیردولتی، باید توانمندیهای زیر را داشته باشند:

۱- شناخت دیپلماسی و روابط بین‌الملل: آشنایی با روابط بین‌الملل و دیپلماسی دوجانبه و چندجانبه و داشتن آگاهی و تجربه دست اول در مورد چگونگی کارکرد نهادهای بین دولتی مانند سازمان جهانی

○ دیپلماسی یا سیاست تجاری دیگر ملک طلق سیاستمداران و نظامیان نیست و یک دیپلماسی موفق در گرو مشارکت کارشناسان اقتصادی برای پیشبرد اهداف و منافع اقتصادی بین‌المللی به منظور تأمین منابع اقتصادی امنیت و اقتدار و رفاه و پرستیژ ملی است.

در نتیجه پیچیده‌تر شدن کار سازمانهای چندجانبه مسئول سیاست اقتصادی مانند سازمان جهانی بازرگانی، صندوق بین‌المللی پول یا سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، دخالت و مشارکت وزارتخانه‌های تخصصی مسئول امور اقتصادی، امور بازرگانی، امور مالی، ارتباطات از راه دور و... در دیپلماسی افزایش نقش وزارت امور خارجه کاهش یافته یا به هماهنگی کننده فعالیت‌های دیگر وزارتخانه‌ها تقلیل یافته است. برای نمونه، آمریکا با ایجاد «دفتر نمایندگی تجاری آمریکا» در ۱۹۶۲ به متمرکز کردن تصمیم‌گیری‌ها در مورد مذاکرات تجاری در چارچوب گات و سپس سازمان جهانی بازرگانی پرداخت. از سوی دیگر، بویژه در کشورهای توسعه یافته، شاهد گونه‌ای تمرکززدایی و تفویض اختیارات از دولت مرکزی به دولت‌های محلی یا منطقه‌ای بوده‌ایم (مانند اسکاتلند و ویلز در بریتانیا، لاندنر در آلمان و کانتونهای سوییس)، به گونه‌ای که این دولت‌های محلی یا منطقه‌ای گاه بطور مستقل به تنظیم روابط خارجی خود برای برآوردن نیازهای محلی خود و گشایش دفتر نمایندگی در خارج می‌پردازند.

دولتها همچنین برای پیشبرد فرایند توسعه اقتصادی خود می‌کوشند از شرکتهای خود پشتیبانی کنند (برای نمونه با کمک به تأسیس شرکتهای فرعی در خارج، مشاوره صادراتی، دادن کمکهای حقوقی، ایجاد انگیزه‌های صادراتی و...) و در همان حال به جذب شرکتهای خارجی علاقمند به سرمایه‌گذاری در داخل بپردازند. افزون بر این، دولتها با درک اهمیت

مسائل تجاری جاری، روابط بین‌الملل، فنون گفتگو و حل اختلاف، روابط عمومی و رسانه‌ها، مطالعات منطقه‌ای و زبانها و فرهنگهای خارجی. او با این دانش و آگاهی باید بتواند به تجزیه و تحلیل مسائل گوناگون بپردازد، راهکار یا استراتژی یا سیاست تدوین کند و سرانجام در پرتو مهارت در بسیج و ائتلاف‌سازی و گفتگو به جلب پشتیبانی و اجماع‌سازی در مورد پیشنهاد خود بپردازد.^{۱۸}

سانر و ویو هم معتقدند که در دوران پست‌مدرن، همه دیپلماتها برای پاسداری از منافع اقتصادی و توسعه‌ای موکلان خود باید از پس هدفها و وظایف بنیادی زیر برآیند:

- ۱- اثرگذاری بر تصمیمات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی برای ایجاد شرایط مناسب در راستای توسعه اقتصادی، با در نظر گرفتن نیازها و خواسته‌های دیگر طرفهای ذی‌نفع؛
- ۲- همکاری با نهادهای قانونگذار بین‌المللی که تصمیماتشان بر مقررات تجاری و مالی بین‌المللی اثر می‌گذارد؛
- ۳- جلوگیری از کشمکش و اختلاف با دیگر دولتها، سازمانهای غیردولتی و بازیگران اقتصادی گوناگون برای هر چه کمتر کردن مخاطرات سیاسی و اقتصادی؛

○ گذشته از بازیگران سازمان نیافته‌ای چون افراد، مالیات‌دهندگان، رای‌دهندگان، مصرف‌کنندگان یا رسانه‌ها که به شیوه‌های گوناگون می‌توانند بر دیپلماسی تجاری در مراحل چندگانه آن اثر بگذارند، بازیگران سازمان یافته و برجسته در دیپلماسی تجاری عبارتند از: ۱- دولتها و سازمانهای بین‌دولتی ۲- شرکتهای ملی یا فراملی ۳- سازمانها یا بازیگران غیردولتی ملی یا فراملی.

بازرگانی، سازمان بین‌المللی کار، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، سازمان ملل متحد، بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول و همچنین دولتهای مرکزی و وزارتخانه‌ها و دستگاههای کلیدی در کشورهای بزرگ همچون آمریکا، اعضای مهم اتحادیه اروپا، ژاپن و کشورهای بزرگ در حال توسعه مانند چین، هند، برزیل، آفریقای جنوبی و کمیسیون اروپا و سازمانهای مربوط؛

۲- آمادگی کنار آمدن با فرهنگهای گوناگون: شناخت و ارج‌گذاری به تنوع فرهنگها و افکار و عقاید کشورها و توانایی گفتگو و تعامل با رهبران و سیاستمدارانی که اندیشه‌های دینی، سیاسی و فرهنگی یکسره متفاوت دارند؛

۳- مهارتهای سیاسی: توانایی دفاع از منافع موکلان در گفتگو با رهبران خارجی، در رسانه‌ها و دیگر راههای ارتباطی دیگر مانند روزنامه‌ها و کنفرانسها؛

۴- توانایی رهبری و سازماندهی: توانایی برقراری رابطه و تعامل با هم‌تایان و بازیگران در دیگر کشورها، مناطق و حتی قاره‌ها برای اثرگذاری و جلب همکاری دیگران و خنثی کردن اعمال نفوذ مخالفان.^{۱۷}

اگر به تعبیر یکی دیگر از نویسندگان، دیپلماسی تجاری رازنجیره‌ای از تجزیه و تحلیل‌ها، بسیج و سازماندهی و ائتلاف‌سازی، و گفتگو برای بستن و اجرای موافقت‌نامه‌های بین‌المللی در مورد مسائل مرتبط با بازرگانی بدانیم، یک دیپلمات تجاری باید بتواند به تجزیه و تحلیل همه عوامل مؤثر بر سیاستگذاری تجاری در داخل و خارج مانند: منافع تجاری دخیل، تأثیر اقتصادی کلان سیاستهای گوناگون، نفوذ سیاسی همه طرفهای ذی‌نفع، مسائل داخلی مرتبط با مسائل تجارت خارجی، قوانین و مقررات داخلی و بین‌المللی مرتبط، و چندوچون افکار عمومی از جمله تأثیر رسانه‌ها بپردازد. در واقع، پیچیدگی و گستردگی دیپلماسی تجاری ایجاب می‌کند که یک دیپلمات تجاری دانش و آگاهی بسیار در زمینه‌های زیر داشته باشد: اقتصاد، بازرگانی، سیاست، حقوق و نهادهای تجاری داخلی و خارجی،

مدیریت روابط اقتصادی بین‌المللی به دولت‌ها محدود نیست و به شرکتها و جامعه مدنی هم مربوط می‌شود. امروزه وزارتخانه‌های امور خارجه باید دیپلماسی را با دیگر وزارتخانه‌ها تقسیم کنند و برای تضمین مشروعیت و اجرای سیاستها باید مشارکت بازیگران غیردولتی را بپذیرند. در دوران پست مدرن کنونی، مدیریت مؤثر روابط اقتصادی بین‌المللی نیازمند مشارکت طرفهای اصلی ذی‌نفع از جمله وزارتخانه‌های امور خارجه، دیگر وزارتخانه‌های مرتبط با سیاستهای اقتصادی، شرکتها و سازمانهای غیردولتی است.^{۲۰}

یادداشتها

۱. برای مطالعه تعریفهای گوناگون از دیپلماسی، از جمله، ر. ک. به: هالستی ۱۳۷۳، فصل هفتم؛ مورگنتا ۱۳۷۴، ص ۸۴۶؛ فرانکل ۱۳۷۰، ص ۱۷۲؛ و Nicolson 1939
۲. از جمله، ر. ک. به بهزادی ۱۳۶۸، مورگنتا ۱۳۷۴ و Johari 1989, p. p. 194-219
۳. از جمله، ر. ک. به مقاله روزنا درباره منافع ملی در: Rosenau 1971
- همچنین، ر. ک. به: Frankel 1970
۴. بهزادی ۱۳۶۸، صص ۹۷-۱۰۰.
۵. از جمله، ر. ک. به ارگانسکی ۱۳۵۵، فصل سوم؛ هالستی ۱۳۷۳؛ مورگنتا ۱۳۷۴؛ مقاله آرنولد و لفرز در برابر و اسمیت ۱۳۷۴، صص ۲۳۵-۲۴۶؛ و Rosecrance 1973, pp. 163-164
۶. هالستی ۱۳۷۳، صص ۸۵-۱۶۶.
۷. از جمله، ر. ک. به هالستی ۱۳۷۳، فصل چهارم.
۸. برای آشنایی با ابعاد و آثار گوناگون جهانی شدن و وابستگی متقابل، از جمله، ر. ک. به: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی و دفتر نمایندگی تام‌الاختیار تجاری ج.ا.ایران ۱۳۸۲؛ هلدومک‌گرو ۱۳۸۲، ص ۱؛ روزنا ۱۳۸۴؛ و Held, et al. 1999 and Keohane and Nye 1977
9. Cantori and Spiegel 1970.
- همچنین، ر. ک. به مقاله معروف دیوید سینگر درباره سطح تحلیل در روابط بین‌الملل در: Knorr and Verba 1965, pp. 77-92.
10. Keohane and Nye 1977, pp. 24-29 and 32-33.
۱۱. برای بررسی تاریخی دستاوردهای استراتژیهای تجاری

۴- بهره‌گیری از مجامع بین‌المللی و رسانه‌های گوناگون برای حفظ شهرت و اعتبار کشور، شرکتها و سازمانهای غیردولتی خودی (سرمایه شهرت (reputation capital))؛

۵- ایجاد سرمایه اجتماعی (توانایی بازیگران برای بهره‌گیری از ساختارها، شبکه‌ها و عضویت اجتماعی خود) از راه گفتگو با همه طرفهای ذی‌نفع که ممکن است از فرایند توسعه اقتصادی و جهانی شدن آسیب ببینند؛

۶- حفظ اعتبار و مشروعیت نهادها و نمایندگان خودی در نظر همگان و جامعه خود.^{۱۹}

فشرده سخن اینکه یکی از پیامدهای جهانی شدن، مشارکت بازیگران غیردولتی در دیپلماسی است. برخلاف گذشته که دیپلماسی قلمرو انحصاری سفیران و نمایندگان وزارت امور خارجه بود و دیگر دستگاههای دولتی تنها به کارهای دولتی می‌پرداختند، اکنون

○ جهانی شدن و گسترش وابستگی

متقابل از يك سو گستره موضوعی یا دستور کار دیپلماسی تجاری را توسعه بخشیده است و دیپلماسی تجاری دیگر به اقدامات مرزی محدود نیست و طیفی گسترده از اقدامات و سیاستهای داخلی را هم دربرمی‌گیرد و از سوی دیگر شمار بازیگران ذی‌نفع یا دخیل در دیپلماسی تجاری بسیار افزایش یافته است و این بازیگران دولتی و غیردولتی و ملی و فراملی برای به دست آوردن منابع و بازارها و پشتیبانی و مشروعیت به رقابت یا همکاری با یکدیگر می‌پردازند. این وضع، بازنگری در مفهوم دیپلماسی و نقش دیپلماتها و وظایف وزارت امور خارجه را ایجاب می‌کند.

- چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- هلد، دیوید و آنتونی مک گرو (۱۳۸۲) جهانی شدن و مخالفان آن. ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- Bayne, Nicholas and Stephen Woolcock (2003) **The New Economic Diplomacy: Decision- Making and Negotiation in International Economic Relations.** Hampshire (England) and Burlington (USA): Ashgate Publishing Limited.
- Cantori, Louis J. and Steven. L Spiegel (1970) **The International Politics of Regions: A Comparative Approach.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Feketekuty, Gaza (2007) "Training Professionals in Trade Policy Developmet: Advocacy and Negotiation - The Training Challenge in Commercial Diplomacy" <[http:// www. commercialdiplomacy. org/ articles-news/ articles- professionalizing- training. htm](http://www.commercialdiplomacy.org/articles-news/articles-professionalizing-training.htm)>
- frankel, Joseph (1970) **National Interest.** London: Macmillan.
- Held, David, et al. (1999) **Global Transformations: Politics, Economics and Culture.** Stanford, CA.: Stanford University Press.
- Johari, J.C. (1989) **International Relations and Politics.** New Delhi: Sterling Publishers Private Limited.
- Keohane, Robert O. and Joseph S. Nye (1977) **Power and Interdependence: World Politics in Transition.** Boston: Little, Brown and Company.
- Knorr, klaus and Sidney Verba, eds. (1965) **The International System: Theoretical Essays.** Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Nicolson, Harold G. (1939) **Diplomacy.** New York: Harcourt, Brace and Company.
- Rosecrance, Richard (1973) **International Relations: Peace or War?** New York: McGraw- Hill.
- Rosenau, James N. (1971) **The Scientific Study of Foreign Policy.** New York: Free Press.
- Saner, Raymond and Lichia Yiu (2003) "International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times". Discussion paper no. 84. Netherlands Institute of International Relations "Clingendael" <[http:// www. clingendael. nl/cli/bubl/diplomacy/pdf](http://www.clingendael.nl/cli/bubl/diplomacy/pdf)>.

دروننگرا و پرونگرا، ر.ک. به مقاله دومینیک سالواتوره در: اخوی ۱۳۸۴، صص ۲۵۸-۲۲۹.

12. Feketekuty 2007, p.2.
13. Bayne and Woolcock 2003, pp. 167-168.
14. **Ibid.**, pp. 15-17 and 164-168
15. **Ibid.**, pp. 45-62 and Saner and Yiu 2003, pp. 4-9.
16. Feketekuty 2007, p.3.
17. Saner and Yiu 2003, pp. 28-29
18. Feketekuty 2007, pp. 1-7.
19. Saner and Yiu 2003, p. 20.

۲۰. برای آشنایی با ابعاد پیچیده دیپلماسی اقتصادی یا تجاری در عصر حاضر، ر.ک. به: Bayne and Woolcock 2003, Feketekuty 2007 and Saner and Yiu 2003.

منابع

- اخوی احمد، ویراستار (۱۳۸۴) کندوکاوی در نظریه و سیاست جدید تجارت بین الملل. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- ارگانسکی، ای. اف. ک. (۱۳۵۵) سیاست جهان. ترجمه حسین فرهودی. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- باربر، جیمز و مایکل اسمیت (۱۳۷۴) ماهیت سیاستگذاری خارجی در دنیای وابستگی متقابل کشورها. ترجمه سیدحسین سیفزاده. تهران: قومس.
- بهزادی، حمید (۱۳۶۸) اصول روابط بین الملل و سیاست خارجی. تهران: انتشارات دهخدا.
- جیمز روزنا (۱۳۸۴) آشوب در سیاست جهان. ترجمه علیرضا طیب. تهران: روزنه.
- فرانکل، جوزف (۱۳۷۰) روابط بین الملل در جهان متغیر. ترجمه عبدالرحمن عالم. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.
- مورگنتا، هانس جی. (۱۳۷۴) سیاست میان ملتها. ترجمه حمیرا مشیرزاده. تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی و دفتر نمایندگی تام الاختیار تجاری ج.ا. ایران (۱۳۸۲) مجموعه مقالات همایش جهانی شدن اقتصاد. تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- هالستی، کی. جی. (۱۳۷۳) مبانی تحلیل سیاست بین الملل. ترجمه بهرام مستقیم و مسعود طارم سری. تهران: مؤسسه