

دیپلماسی تجاری بین المللی در رویه کشورها

مجید هراتیان نژاد

وحید جلالی

سرشناسه

: هراتیان نژاد ، مجید

عنوان و نام پدیدآور

: دیپلماسی تجاری بین المللی در رویه کشورها

مشخصات نشر

: تهران : پرسمان ، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری

: ۱۰۵ ص؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ سم.

شابک

: 978-600-187-162-7

وضعیت فهرست نویسی

: فیهیای مختصر

یادداشت

: فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی:

<http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است

شناسه افزوده

: جلالی، وحید

شماره کتابشناسی ملی

: ۳۸۶۹۴۴۳

هرگونه استفاده از جلد و متن کتاب به صورت زیراکس، بازنویسی، ضبط کامپیوتری، تهیه CD، نمایشنامه، فیلم‌نامه و استفاده در سایت‌های مختلف بدون اجازه کتبی ناشر و مؤلف ممنوع است و در صورت مشاهده از متخلفان به موجب بنده ۵ از ماده ۲ قانون حمایت از مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند



www.porsemanpress.com

[Email:info@Porsemanpress.com](mailto:info@Porsemanpress.com)

دیپلماسی تجاری بین‌المللی در رویه کشورها

تألیف: مجید هراتیان نژادی و وحید جلالی

ناشر: پرسمن

چاپخانه: کیمیاقلم

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴

شابک: ۷-۱۶۲-۱۸۷-۶۰۰-۹۷۸

آدرس: میدان انقلاب- خیابان منیری جاوید- کوچه صابر- پلاک ۱- طبقه ۴.

تلفن: ۶۶۴۶۰۸۸۱

فهرست مطالب

۲۰	مقدمه :
۹	فصل اول: کلیات:
۱۰	بیان مسأله:
۱۵	اهمیت و ضرورت پژوهش :
۲۰	فصل دوم: گفتار اول : ماهیت مبانی کارکرد دیپلماسی تجاری بین المللی:
۲۱	گفتار اول: تحول دیپلماسی:
۲۲	گفتار دوم: تعریف دیپلماسی تجاری بین المللی :
۲۳	گفتار سوم : کارکردها و وظایف دیپلماسی:
۲۸	گفتار چهارم : دستور کار و حوزه های موضوعی دیپلماسی تجاری بین المللی:
۳۲	گفتار پنجم : بازیگران درگیر در دیپلماسی تجاری بین المللی:
۳۶	جهانی شدن و دیپلماسی تجاری بین المللی :
۳۶	دیپلماسی تجاری در فضای جهانی شدن :
۴۶	فصل سوم: مبحث اول : منطقه گرایی و دیپلماسی تجاری بین المللی :
۵۷	مبحث دوم : پیامدهای منطقه گرایی :
	مبحث سوم : آثار گرایش های منطقه ای موجود دیپلماسی و تجارت خارجی
۶۱	کشورهای عضو:
	فصل چهارم: مبحث اول: جهانی شدن و دیپلماسی تجاری در چارچوب سازمان
۷۷	تجارت جهانی:
۷۸	مبحث اول: جهانی شدن :
۸۹	مبحث دوم : دیپلماسی تجاری در سازمان تجارت جهانی :
۹۸	فصل پنجم: ارزیابی نتیجه گیری :

مقدمه :

ضرورت تحقیق :

برخلاف گذشته که دیپلماسی محدوده خاص سیاستمداران تلقی می شد و عمدتاً متمرکز بر مسائل سیاسی بود؛ اکنون در دنیایی با مفاهیمی چون جهانی شدن و وابستگی متقابل؛ نه تنها بازیگران درگیر در دیپلماسی نیز افزوده شده است؛ از این رهگذر مفاهیم غیر سیاسی از جمله (دیپلماسی تجاری) وزن بیشتری یافته است؛ واژه دیپلماسی تجاری بین المللی برای اولین بار در مذاکرات دوره اروگوئه که منجر به تشکیل سازمان تجارت جهانی گردید؛ مطرح شد؛ زیرا کشورها دریافتند برای مذاکرات تجاری که سالها به طول می انجامد؛ احتیاج به یک تیم مجرب دارند که علاوه بر آشنایی با اصول فعالیت در سازمانها و کنفرانسهای بینالمللی؛ بطور کافی با موضوعات فنی و تجاری نیز آشنایی داشته باشند. دیپلماسی تجاری زیر مجموعه‌ای از دیپلماسی اقتصادی است. دیپلماسی اقتصادی موضوعات کلان اقتصادی را در بر گرفته و به دنبال تامین منافع و احداث توسعه ای کشور است. درحالی که دیپلماسی تجاری به سطح خرد روابط پرداخته و موضوع اصلی فعالیت آن سیاست های تجاری؛ میزان و نحوی صادرات و واردات؛ سهم کشور از تجارت بین املل و جذب سرمایه‌های خارجی است. توفیق هر دیپلماسی تجاری؛ مبتنی بر ترسیم چشم انداز درستی از منافع ملی هر کشور در سطح منطقه و جهان است. چرا که این امکان را برای تصمیم گیران و تصمیم سازان در حوزه سیاست خارجی و بازرگانی فراهم می کند تا در تدوین استراتژی بلند مدت؛ میان مدت و کوتاه مدت؛ نگاه جامع به روابط دو جانبه و چند جانبه بین المللی داشته و پیشاپیش برای حفظ و تقویت موقعیت تجاری و اقتصادی

کشور بر اثاث منافع ملی برنامه ریزی نمایند. دیپلماسی تجاری؛ اساساً مقوله ای است که از یک سو نیازمند فضای همکاری های سیاسی؛ اقتصادی؛ امنیتی؛ فرهنگی با سایر طرفهای تجاری و از سوی دیگر؛ مستلزم آمادگی طرفین تجاری برای قبول تعهدات و الزامات خاص مربوط به آن است در حالت کلی چهار کارکرد برای دیپلماسی تجاری فرض می شود؛ ۱- تنظیم سیاست های تجاری ۲- نهادینه کردن روابط و مبادلات بازرگانی با شرکای تجاری ۳- حضور فعال در سازمانهای منطقه ای و بین المللی ۴- ایجاد هماهنگی لازم بین ارگانهای مسئول دیپلماسی سیاسی و دیپلماسی عمومی کشور. کشورهایمانند استرالیا و کانادا؛ وزارت خارجه و تجارت خارجی خود را اقدام کردند تا سیاست های خارجی و تجاری خود را بصورت هماهنگ و برنامه ریزی شده دنبال نمایند. کشورهای عضو اتحادیه اروپا نیز دیپلماسی تجاری بین المللی قدرت مندی دارند؛ از مشخص های دیپلماسی تجاری این دسته از کشورها؛ اقدام وسیع و عمیق اقتصادهای ملی کشورهای عضو از طریق تجارت؛ سرمایه گذاری مستقیم و جریانهای دیگر سرمایه و افزایش مناسب و سریال شدن بازارهای سرمایه بین المللی کشورهای عضو اتحادیه اروپا است. در ایران نیز همانگونه که در بند ۲۹ سند چشم انداز ۲۰ ساله تصویب شده است؛ لازم است از ظرفیت های سیاسی برای توسعه روابط بین المللی اقتصادی بهره برداری شود. این موضوع ارتقاء دیپلماسی تجاری را می طلبد. ایران با داشتن ذخایر عظیم نفت و گاز در جهان و توان بالای کشاورزی؛ توسعه روابط تجاری بین المللی با سایر کشورها را می طلبد. این مهم نیز با شناسایی مولفه های دیپلماسی تجاری بین المللی؛ برای رسیدن به جایگاه بالای اقتصادی؛ علمی و فناوری در سطح منطقه فراهم می شود.