

# عماد اصلائی: |دیپلماسی فعال اقتصادی ابزار مهمی برای تحقق جهش تولید

دیپلماسی فعال اقتصادی ابزار مهمی برای تحقق جهش تولید

دیپلماسی فعال اقتصادی زنجیره ای از روابط، اطلاعات و ابزارهای دیپلماسی نوین است که متأسفانه وزارت خارجه نتوانسته است آن را فعال کند، لذا بخش خصوصی کشور نتوانسته است تا موفقیت چشم گیری در بازارهای منطقه ای داشته باشد.



خبرگزاری فارس؛ جهش تولید شعاری است که با توجه به بحران کرونا از سوی مقام معظم رهبری برای سال جاری انتخاب شده است. با توجه به شعارهای سالهای گذشته به وضوح می توان درک کرد که تولید ملی به عنوان یکی از دغدغه های مهم رهبری به شمار می رود. تولید با کیفیت ایرانی، خرید کالاهای ملی توسط مردم و دستگاه های دولتی درکنار بازارهایی که به زحمت بخش خصوصی با تمام سنگ اندازی بخش دولتی به دست آورده اند می تواند راهی مهم برای جهش تولید باشد، اما با نگاه به تجربه دیگر کشورها در زمینه دیپلماسی اقتصادی باید به این موضوع پرداخت که نکته مغفول مانده برای جهش تولید عدم توجه به دیپلماسی فعال اقتصادی بخش دولتی است.

## \*دیپلماسی فعال اقتصادی

یکی از نقاط ضعف های بزرگ و غیرقابل توجیه دستگاه وزارت خارجه جمهوری اسلامی ایران، عدم توجه به مفهوم دیپلماسی اقتصادی است. متأسفانه عدم نگاه درست به مفهوم دیپلماسی و درک ناقص از ظرفیت های مغفول مانده کشورهای همسایه در کنار ناتوانی ایجاد توازن میان حوزه های کاری توسط وزارت خارجه باعث شده است تا دیدگاه درستی نسبت به دیپلماسی اقتصادی فعال نداشته باشد، این موضوع در کنار نگاه کهنه و قدیمی دیپلمات های کشور به مفاهیم دیپلماسی و عدم توجه به اهمیت دیپلماسی عمومی باعث شده است تا بهترین سفیر کم کارترین سفیر شناخته شود، این در حالی است که سفرا باید خود را به عنوان سخنگوی دولت و بخش خصوصی در کشور میزبان ببینند.

دیپلماسی فعال اقتصادی به معنای ایجاد زنجیره ای از اطلاعات، راهبردها و حمایت های حقوقی و مشاوره ای از بخش خصوصی در راستای شبکه سازی اقتصادی برای بازاریابی و بازار سازی از طرف بخش دولتی در کشورهای هدف است. به عبارت دیگر، دیپلماسی فعال اقتصادی بستگی بسیار زیادی به نوع عملکرد سفرا در کشورهای میزبان دارد، در واقع سفرا باید به عنوان چشم بیدار بخش خصوصی در کشورهای میزبان باشند و در قبال ارائه تصویری روشن از فرصت ها و نیازهای کشورهای میزبان با گسترش دیپلماسی عمومی باید بتواند تا فرهنگ عمومی را به سمت کالاهای ساخت کشور متبوعش جلب کند. اما این موضوع در ادبیات وزارت خارجه و سفارت های جمهوری اسلامی وجود ندارد.



## \*دیپلماسی فعال اقتصادی ترکیه در عراق

برای درک دیدگاه غلط وزارت خارجه به مسئله اقتصاد باید به عملکرد سفیر ترکیه در عراق اشاره کنیم که خود را مسئول حل مشکلات بخش

خصوصی این کشور در عراق می داند، اگر فردی به عنوان یکی از مدیران بخش خصوصی که در عراق فعالیت می کند، به هیچ وجه نگران مشکلات خود نخواهد بود، زیرا سفارت ترکیه در عراق تمام اطلاعات، ظرفیت های بازار، مشاوره حقوقی و حتی راهنمایی برای شرکت در مناقصات را در قبال دریافت حق عضویت سالانه به شما ارائه می دهد و زمانی که مشکلی مانند مسدود شدن گذرگاه های مرزی و یا تحریم کالاهای ترک در کردستان عراق شکل می گیرد این [سفیر ترکیه](#) است که به عنوان نماینده دولت ترکیه از منافع بخش خصوصی این کشور حمایت می کند. [مهمترین اقدامی](#) که سفارت ترکیه در عراق به آن دست زده است ایجاد، پیگیری و تقویت یک شبکه اقتصادی منسجم از فعالان بخش خصوصی ترکیه در عراق به محوریت سفارت این کشور است.

#### **\*جمع بندی**

جهش تولید در حالی می تواند از شعار به عمل تبدیل شود که در کنار تولید کالای با کیفیت ملی، بازار عرضه داخلی و خارجی و حفظ منافع بخش خصوصی تولیدی نیز را به همراه داشته باشد، این مهم به سرانجام نخواهد رسید مگر آنکه بتوانیم با شناخت دقیق بازارهای کشورهای همسایه با محوریت سفارت های جمهوری اسلامی به شبکه سازی برای ایجاد هویت رسمی بخش خصوصی در کشورهای میزبان پردازیم، این موضوع باعث شکل گیری جریان شفاف اطلاعات و محفلی برای همکاری های شرکت های بخش خصوصی در کشورهای میزبان می شود.

**یادداشتی از عماد اصلانی کارشناس دیپلماسی اقتصادی**