

دیدگاه

شماره: ۸۹۶		موضوع: نقش رایزنان بازرگانی در توسعه تجارت خارجی کشور
تاریخ: ۱۳۹۸/۱۲/۲۷		
تهیه و تنظیم: مسعود کمالی اردکانی		
توضیح اجمالی: سازمان‌های توسعه تجارت در بسیاری از کشورها متولی اصلی توسعه تجارت و سردمدار پیشبرد دیپلماسی تجاری هستند. براساس مطالعه بانک جهانی، این سازمانها عمدتاً زیر نظر دولت فعالیت می‌کنند و بیش از چهل درصد آنها دفاتری در خارج از کشور دارند و بیشترین سهم بودجه خود را برای فعالیت‌های بازاریابی و تحقیقات بازار صرف می‌کنند. طبق برآورد بانک جهانی، ۱۰ درصد افزایش در بودجه سازمانهای مذکور بین شش دهم تا یک درصد افزایش در صادرات را بدنبال خواهد داشت^۱. یکی از این موارد بهره‌گیری از ظرفیت رایزن بازرگانی است، رایزنان بازرگانی نقش مهمی در پیشبرد اهداف این سازمانها ایفا می‌نمایند. دامنه و پوشش فعالیت رایزنان بازرگانی طی دهه اخیر بدلیل تغییر اولویت‌های دولتها تغییر اساسی یافته و از تمرکز صرف بر توسعه تجارت به افزایش جذب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه گردشگری و توسعه برند ملی گسترش یافته است.		
نکات کلیدی: - افزایش صادرات و توسعه بازارهای خارجی نیازمند طراحی برنامه‌ها و اقدامات ترویجی و زیرساختی (توسعه حمل و نقل ولجستیک، امور بانک و بیمه، تجهیز مرزها و گمرکات، انعقاد توافقات استاندارد و گمرکی) است. اعزام رایزنان بازرگانی در میان برنامه‌ها و فعالیت‌های متعدد ترویجی (اطلاع‌رسانی فرصتهای تجاری، آموزش و مشاوره به تجار و بازرگانان، همایش‌های معرفی فرصتهای بازار، تحقیقات و تبلیغات بازار، برپایی نمایشگاه‌های تخصصی و اختصاصی خارج کشور، اعزام و پذیرش هیأت تجاری، ایجاد مراکز تجاری) تنها یکی از عوامل تأثیرگذار در توسعه تجارت است اما نقش مهمی در پیشبرد هر دو نوع برنامه‌های ترویجی و زیرساختی با کشور هدف ایفا می‌نماید. - عملکرد رایزنان بازرگانی بسته به ساختار اقتصادی بازار هدف از جمله اندازه و پتانسیل بازار، درجه اكمال اقتصادی و تجاری، محیط قانونی و تشکیلات قضایی، فاصله جغرافیایی، تفاوت‌های فرهنگی و زبانی، داشتن کارمند محلی و بودجه کافی، میزان توانمندی سفیر و کارکنان سفارت در امور اقتصادی، وجود نهادهای داخلی پشتیبان و بالاخره مهارتهای علمی و ارتباطی خود رایزنان متفاوت است. - شناخت نسبی از نظام سیاسی و اقتصادی بازار هدف و اولویت‌بندی اقدامات و برنامه‌ها، شناسایی نهادهای تجاری دولتی و خصوصی و ایجاد ارتباط با آنها، رصد، گردآوری و تحلیل اطلاعات تجاری (تحلیل رقبا، رویدادها، اخبار، گزارشها و ...) و ایجاد مکانیزم ارتباط با فعالین اقتصادی می‌تواند در ارتقای کارایی و اثربخشی رایزنان بازرگانی تأثیر به‌سزایی داشته باشد. - نقش رایزن بازرگانی به عنوان نماینده دولت و دیده بان تجاری کشور در بازار محل مأموریت به منظور معرفی شفاف و عادلانه فرصتها و اطلاع‌رسانی ظرفیت‌های تجاری با کشور هدف به همه تجار و فعالین اقتصادی کشور نقش بی‌بدیلی است که جایگزینی ندارد و ایده‌هایی همچون حضور نماینده بخش خصوصی در بازارهای هدف به عنوان رایزن بازرگانی کشور در عمل بدلیل ساختار اتاق‌های بازرگانی کشور (بسیاری از تجار و فعالین اقتصادی کشور عضو تشکل‌ها و اتاق‌های مشترک نیستند) قابلیت اجرایی ندارد.		

^۱ Lederman, Olarreaga and Payton 2009, p. 5-7 and 18-19.

دیدگاه

- با توجه به اینکه محدودیت های بودجه ای و قانونی مانع از حضور گسترده رایزنان بازرگانی به عنوان نماینده دولت در بازارهای مختلف بالقوه و بالفعل خارجی شده است. اتاق های بازرگانی با فعال نمودن اتاق های مشترک در هر بازار و ایجاد دفاتر تجاری قادر خواهند بود اعضای تشکل های مرتبط خود را از آخرین فرصت ها و ظرفیت های توسعه تجاری آن کشور مطلع نمایند و به اعضای خود خدمات تجاری مرتبط ارائه نمایند.
- با اختصاص بودجه های محدود به سفرای ج.ا.ایران در بازارهای مهم که بصورت بالقوه و یا بالفعل قابلیت توسعه تجارت با ایران را داشته باشند، امکان بکارگیری ایرانیان متخصص مقیم خارج از کشور و یا حتی اشخاص ذیصلاح خارجی فعال در بازار متوقف فیه در جهت کمک به تجار و بازرگانان کشور تحت عنوان "مشاورین افتخاری تجاری" فراهم خواهد شد. **در نظر داشته باشید از بالغ بر ۱۵۰ نمایندگی وزارت امور خارجه در خارج از کشور، در بهترین شرایط حدود ۲۵ رایزن بازرگانی اعزام نموده ایم که البته همین تعداد محدود بالغ بر ۷۵ درصد بازارهای صادراتی کشور را تشکیل داده است.**
- حضور بیش از ۲۰ رایزن سابق و اسبق بازرگانی در کشور که در حال حاضر عمدتاً در سازمان توسعه تجارت مشغول بکارند و بسیاری از آنها مسئولیت میزبانی را برعهده دارند که در آن کشور بین ۳ تا ۴ سال رایزن بازرگانی بوده اند، فرصت بسیار مغتنمی برای جامعه بخش خصوصی کشور است که از ظرفیت، دانش، تجربه و توانمندی این افراد در جهت شناخت هرچه بیشتر بازارها استفاده نماید.
- علیرغم همه کاستی ها و تفاوت در عملکردها، در مجموع پروژه اعزام رایزنان بازرگانی به بازارهای خارجی طی یک دهه اخیر پروژه موفقی بوده و کلیه ذینفعان اعم از بخش خصوصی و دولت و به طور خاص وزارت امور خارجه و سفرای ج.ا.ایران در خارج از کشور بیشترین بهره را از حضور این افراد در سفارتخانه های خود برده اند و همواره متقاضی حضور رایزنان بازرگانی در محل مأموریت خود هستند.
- همانگونه که اشاره شد طبق برآوردهای بانک جهانی، ۱۰ درصد افزایش در بودجه سازمانهای توسعه تجارت، تا یک درصد افزایش در صادرات را بدنبال خواهد داشت. در شرایطی که موضوع توسعه صادرات غیرنفتی به یک ضرورت برای تأمین منابع ارزی کشور تبدیل شده است و با توجه به نقش تسهیل کننده رایزنان بازرگانی، و خدماتی که در حوزه شناخت فرصت های بازار جهت توسعه صادرات به تجار و فعالین اقتصادی می دهند، لازم است دستگاه های متولی تأمین بودجه، این موضوع را در اولویت اول اقدامات اساسی برای پیشبرد سیاست های توسعه صادرات کشور قرار دهند.