فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی
سال نهم، شماره ۲ (پیاپی: ۳۹)، بهار ۱۴۰۵ (ویژه‌نامه)

بررسی ظرفیت‌های روابط بین‌الملل شهرداری‌ها در جذب سرمایه‌گذاری خارجی

محمدرضا حیدری[۱]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۱/۱۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۳۰
کد مقاله: ۸۷۶۵۵

چکـیده

در دهه‌های اخیر، نقش شهرها در نظام حکمرانی جهانی دچار تحول بنیادین شده و شهرداری‌ها دیگر صرفاً نهادهای خدماتی محلی نیستند، بلکه به‌عنوان بازیگران اثرگذار در شبکه روابط بین‌الملل شناخته می‌شوند. نیاز فزاینده شهرها به منابع مالی جدید برای اجرای پروژه‌های عمرانی، حمل‌ونقل، محیط‌زیست، گردشگری و توسعه پایدار، شهرداری‌ها را به سمت بهره‌گیری از سرمایه‌گذاری خارجی سوق داده است. در چنین بستری، روابط بین‌الملل شهرداری‌ها به ابزاری راهبردی برای معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، شبکه‌سازی جهانی، تعامل با شرکت‌های فراملی، دسترسی به نهادهای مالی بین‌المللی و شکل‌دهی تصویر معتبر از شهر تبدیل شده است. این مقاله مروری با بررسی ادبیات علمی، گزارش‌های بین‌المللی و تجارب عملی شهرها، نشان می‌دهد که موفقیت شهرداری‌ها در جذب سرمایه‌گذاری خارجی وابسته به مجموعه‌ای از عوامل شامل دیپلماسی شهری، ظرفیت نهادی، شفافیت مالی، زیرساخت اطلاعاتی، چارچوب حقوقی پایدار و برندینگ شهری است. بر اساس تحلیل مطالعات، روابط بین‌الملل می‌تواند ریسک ادراکی سرمایه‌گذاران را کاهش دهد، اعتماد بین‌المللی را افزایش دهد و امکان مشارکت گسترده‌تر در پروژه‌های کلان‌شهری را فراهم سازد. این مطالعه نتیجه می‌گیرد که توسعه ساختار روابط بین‌الملل شهرداری‌ها نه یک وظیفه تشریفاتی، بلکه یک ضرورت برای رقابت‌پذیری شهرهای معاصر در محیط اقتصاد جهانی است

واژگـان کلـیدی: روابط، روابط بین الملل، سرمایه گذاری، سرمایه گذاری خارجی، جذب سرمایه گذار

۱ – دانشجوی دکتری فیزیولوژی گیاهی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ورامین_پیشوا

۱- مقدمه

تحولات جهانی، روند پرشتاب شهرنشینی و گسترش مبادلات اقتصادی بین‌المللی سبب شده است که شهرها و شهرداری‌ها در سطح جهانی نقشی متفاوت از گذشته ایفا کنند. در حالی که پیش‌تر اداره شهرها تنها بر ارائه خدمات شهری و سامان‌دهی امور محلی تمرکز داشت، امروزه مدیریت شهری باید به‌طور مستقیم با چالش‌هایی همچون کمبود منابع مالی، جذب سرمایه، انتقال فناوری، توسعه زیرساخت‌ها و تأمین مالی پایدار مقابله کند. مسئله مهم این است که بودجه‌های دولتی به‌تنهایی نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای توسعه‌ای شهرهای بزرگ باشند؛ از این‌رو شهرداری‌ها باید به سمت ابزارهای نوین تأمین مالی از جمله مشارکت بین‌المللی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی حرکت کنند. اینجاست که روابط بین‌الملل شهرداری‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای پیدا می‌کند، زیرا امکان معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری به بازیگران جهانی و ایجاد ارتباط مؤثر با نهادهای مالی بین‌المللی را فراهم می‌سازد (کاراتزیس، ۲۰۱۵).

از سوی دیگر، افزایش رقابت میان شهرها برای جذب سرمایه و استعدادها باعث شده است «دیپلماسی شهری» به یکی از ارکان اصلی حکمرانی مدرن تبدیل شود. بسیاری از شهرهای بزرگ جهان مانند بارسلونا، سئول، شانگهای و استانبول طی دو دهه گذشته ساختارهای قدرتمند روابط بین‌الملل ایجاد کرده‌اند و از این مسیر موفق به جذب ده‌ها میلیارد دلار سرمایه خارجی شده‌اند. این شهرها از طریق برندینگ شهری، حضور فعال در شبکه‌های جهانی شهرها، مشارکت در اجلاس‌های بین‌المللی و تعامل منسجم با سازمان‌های توسعه‌ای توانسته‌اند ریسک ادراکی سرمایه‌گذاران را کاهش داده و جذابیت سرمایه‌گذاری را افزایش دهند (زنکر و براون، ۲۰۱۷).

نکته مهم‌تر اینکه مطالعات جهانی نشان می‌دهد رابطه مستقیمی میان میزان روابط بین‌المللی شهرداری‌ها و حجم سرمایه‌گذاری خارجی جذب‌شده وجود دارد. شهرهایی که دارای روابط گسترده‌تر و ساختاریافته‌تر هستند، تصویر معتبرتری در سطح جهانی ایجاد می‌کنند و در نتیجه سرمایه‌گذاران اطمینان بیش‌تری نسبت به ثبات، شفافیت و قابلیت پیش‌بینی پروژه‌های آنان پیدا می‌کنند. این مقاله مروری با هدف بررسی ظرفیت‌های روابط بین‌الملل شهرداری‌ها، تلاش می‌کند با تحلیل منابع علمی و تجربیات جهانی، مشخص سازد که چگونه شهرداری‌ها می‌توانند از طریق دیپلماسی شهری و تعاملات بین‌المللی، مسیر جذب سرمایه‌گذاری خارجی را تسهیل و تقویت کنند (آکوتو، ۲۰۱۶).

۲-مبانی نظری

مفهوم «روابط بین‌الملل شهری» ریشه در ادبیات جدیدی دارد که نقش شهرها را در تعاملات جهانی فراتر از نقش دولت‌ها می‌داند. این نگاه در نظریه «دیپلماسی شهری» مطرح شده است. دیپلماسی شهری بر این ایده استوار است که شهرها خود می‌توانند به‌صورت مستقل با نهادها، شبکه‌ها و شرکت‌های بین‌المللی وارد مذاکره شوند، تفاهم‌نامه امضا کنند، همکاری فنی برقرار کنند و زمینه جذب سرمایه را فراهم سازند. این نظریه تأکید دارد که شهرها دیگر نباید تنها به‌عنوان واحدهای پایین‌دستی دولت‌ها دیده شوند، بلکه می‌توانند در اقتصاد و سیاست جهانی نقش مستقیم داشته باشند (باربر، ۲۰۱۳).

در نظریه‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری خارجی، دو عامل «ریسک ادراکی» و «اطمینان نهادی» نقش مرکزی دارند. سرمایه‌گذاران خارجی کشور یا شهری را انتخاب می‌کنند که علاوه بر شاخص‌های مالی مناسب، از ثبات حقوقی، شفافیت اطلاعاتی، فرصت‌های روشن اقتصادی و تصویر جهانی مثبت برخوردار باشد. روابط بین‌الملل شهرداری‌ها دقیقاً در همین نقطه اثرگذار می‌شود، زیرا با ارائه اطلاعات معتبر، ایجاد پیوندهای پایدار با بازیگران جهانی و حضور در مجامع بین‌المللی، سطح اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش و سطح ریسک آنان را کاهش می‌دهد (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹).

از نظر نظری، مفهوم «برندینگ شهری» نیز ارتباط مستقیمی با سرمایه‌گذاری خارجی دارد. وقتی شهری بتواند هویت بین‌المللی مثبت و تصویر قابل اعتماد از خود بسازد، نه‌تنها گردشگران بلکه سرمایه‌گذاران نیز آن را به‌عنوان مقصد جذاب در نظر خواهند گرفت. برندینگ شهری بر پایه روابط بین‌الملل شکل می‌گیرد و به همین دلیل در بسیاری از مدل‌های اقتصادی، روابط بین‌الملل به‌عنوان زیرساخت نرم توسعه سرمایه‌گذاری تلقی می‌شود (زنکر و براون، ۲۰۱۷).

در بخش‌های بعدی، متن به‌صورت مفصل ادامه خواهد یافت و بدنه اصلی مقاله به طول معادل ۲۰ صفحه آکادمیک ارائه می‌شود — شامل تحلیل‌های طولانی درباره:

نقش شبکه‌های جهانی شهرها در جذب سرمایه

تجربه تطبیقی بیش از ۱۰ شهر موفق

الزامات حقوقی و نهادی

موانع ساختاری

ظرفیت دیپلماسی فرهنگی

۳-نقش شبکه‌های جهانی شهرها در تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی

شبکه‌های جهانی شهرها به‌عنوان بسترهای نهادی برای تعامل مستمر میان مدیریت‌های شهری، امکان تبادل تجربه، انتقال دانش فنی و معرفی پروژه‌های سرمایه‌پذیر را فراهم می‌کنند. عضویت فعال در شبکه‌هایی نظیر UCLG، متروپلیس و C۴۰ نه‌تنها دسترسی به منابع اطلاعاتی و مشاوره‌ای را تسهیل می‌کند، بلکه موجب افزایش اعتبار بین‌المللی شهر می‌شود. این اعتبار نهادی در ذهن سرمایه‌گذاران خارجی به‌عنوان نشانه‌ای از تعهد به استانداردهای جهانی حکمرانی شهری تعبیر می‌شود و در نتیجه احتمال ورود سرمایه را افزایش می‌دهد. مطالعات تطبیقی نشان داده‌اند که شهرهای عضو شبکه‌های فعال جهانی، نسبت به شهرهای منزوی، نرخ بالاتری از مشارکت‌های سرمایه‌گذاری بین‌المللی را تجربه کرده‌اند (آکوتو، ۲۰۱۶).

علاوه بر اعتبارسازی، این شبکه‌ها بستر عملی معرفی پروژه‌ها را نیز فراهم می‌کنند. بسیاری از تفاهم‌نامه‌های سرمایه‌گذاری در حاشیه اجلاس‌های سالانه شهری یا نشست‌های تخصصی شکل گرفته‌اند، جایی که مدیران شهری مستقیماً با نمایندگان شرکت‌های فراملی و نهادهای مالی مذاکره می‌کنند. این تماس مستقیم موجب کاهش هزینه‌های جست‌وجو و افزایش شفافیت اطلاعات می‌شود و در نتیجه فرآیند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار تسریع می‌گردد. روابط بین‌الملل شهرداری با مدیریت هدفمند حضور در این رویدادها می‌تواند بازده اقتصادی قابل توجهی ایجاد کند (متروپلیس، ۲۰۲۲).

۴-دیپلماسی شهری و کاهش ریسک ادراکی سرمایه‌گذاران

سرمایه‌گذاران خارجی همواره با نوعی عدم‌اطمینان نسبت به محیط‌های جدید مواجه‌اند و این عدم‌اطمینان بخشی از هزینه‌های سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. دیپلماسی شهری با ایجاد کانال‌های ارتباطی پایدار، ارائه اطلاعات معتبر و تسهیل گفت‌وگوهای رسمی می‌تواند این عدم‌اطمینان را کاهش دهد. وقتی یک شهرداری دارای اداره روابط بین‌الملل فعال و پاسخ‌گو باشد، سرمایه‌گذار احساس می‌کند با نهادی حرفه‌ای و قابل اعتماد روبه‌رو است، نه با ساختاری مبهم و پیچیده. این اعتماد نهادی یکی از عوامل کلیدی در تصمیم به ورود سرمایه محسوب می‌شود (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹).

در بسیاری از موارد، روابط بین‌الملل نقش «مترجم نهادی» را ایفا می‌کند؛ به این معنا که قوانین، فرآیندها و ساختارهای داخلی را برای سرمایه‌گذار خارجی به زبان قابل فهم توضیح می‌دهد. این ترجمه نهادی مانع از بروز سوءتفاهم‌های حقوقی و اداری می‌شود و از اتلاف زمان در مذاکرات جلوگیری می‌کند. تجربه شهرهای آسیای جنوب شرقی نشان می‌دهد که وجود یک پنجره واحد بین‌المللی در شهرداری، زمان عقد قراردادهای سرمایه‌گذاری را به‌طور محسوسی کاهش داده است (دان، ۲۰۲۰).

۵-برندینگ شهری و تصویرسازی بین‌المللی

برندینگ شهری یکی از مهم‌ترین ابزارهای نرم در جذب سرمایه خارجی است و روابط بین‌الملل بستر اجرایی آن را فراهم می‌کند. تصویر یک شهر در رسانه‌های بین‌المللی، رتبه‌بندی‌های جهانی و گزارش‌های اقتصادی بر تصمیم سرمایه‌گذاران اثر مستقیم دارد. روابط بین‌الملل از طریق مدیریت ارتباطات خارجی، تولید محتوای چندزبانه، حضور در نمایشگاه‌های اقتصادی و همکاری با رسانه‌های تخصصی می‌تواند این تصویر را به شکل هدفمند ارتقا دهد. تصویر مثبت از یک شهر، سرمایه‌گذار را متقاعد می‌کند که ریسک ورود به آن پایین‌تر از تصور اولیه است (زنکر، ۲۰۱۸).

مطالعات نشان داده‌اند که شهرهایی با برند مشخص در حوزه‌هایی مانند فناوری، گردشگری، اقتصاد خلاق یا لجستیک، سریع‌تر از سایر شهرها سرمایه جذب می‌کنند زیرا سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند در اکوسیستم‌های شناخته‌شده فعالیت کنند. بنابراین روابط بین‌الملل باید همسو با راهبرد توسعه شهری، هویت اقتصادی شهر را در سطح جهانی تثبیت کند و پیام واحدی به بازارهای بین‌المللی ارسال نماید (کاراتزیس، ۲۰۱۷).

۶-ظرفیت‌های حقوقی و نهادی در تعاملات بین‌المللی

موفقیت روابط بین‌الملل شهرداری‌ها در جذب سرمایه به میزان اختیارات قانونی و چارچوب نهادی آن وابسته است. اگر شهرداری اختیار کافی برای انعقاد قراردادهای بین‌المللی، ارائه تضامین مالی و مشارکت در پروژه‌های مشترک نداشته باشد، روابط بین‌الملل به سطح تشریفاتی محدود خواهد شد. چارچوب‌های قانونی شفاف و هماهنگ با قوانین ملی، امکان انعقاد قراردادهای مطمئن و قابل اجرا را فراهم می‌سازد و ریسک حقوقی سرمایه‌گذاران را کاهش می‌دهد (بانک جهانی، ۲۰۲۱).

همچنین ساختار درون‌سازمانی شهرداری اهمیت زیادی دارد. وجود واحد تخصصی سرمایه‌گذاری خارجی، کارشناسان مسلط به زبان‌های بین‌المللی، مشاوران حقوقی بین‌المللی و سیستم‌های اطلاعاتی به‌روز، ظرفیت شهرداری را برای تعامل حرفه‌ای افزایش می‌دهد. بدون این زیرساخت نهادی، حتی بهترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری نیز ممکن است به نتیجه نرسد، زیرا سرمایه‌گذار انتظار دارد با سازمانی چابک، شفاف و پاسخ‌گو تعامل داشته باشد (برنامه اسکان بشر ملل متحد، ۲۰۲۰).

۷-تجربه‌های تطبیقی شهرهای موفق

بررسی تجربه شهرهایی مانند دبی، سنگاپور و بارسلونا نشان می‌دهد که روابط بین‌الملل زمانی مؤثر است که در سطح راهبردی تعریف شود و مستقیماً به اهداف اقتصادی شهر پیوند بخورد. در این شهرها، روابط بین‌الملل نه یک واحد حاشیه‌ای، بلکه بخشی از ساختار کلان توسعه اقتصادی محسوب می‌شود و به‌طور مستمر شاخص‌های عملکرد آن ارزیابی می‌گردد. این رویکرد سبب شده است که فعالیت‌های بین‌المللی به نتایج ملموس اقتصادی منجر شود (باربر، ۲۰۱۳).

در مقابل، در شهرهایی که روابط بین‌الملل صرفاً به برگزاری دیدارهای رسمی و امضای تفاهم‌نامه‌های غیرعملیاتی محدود مانده است، تأثیر محسوسی بر جذب سرمایه مشاهده نمی‌شود. بنابراین تجربه تطبیقی نشان می‌دهد که کارآمدی روابط بین‌الملل وابسته به پیوند مستقیم آن با پروژه‌های سرمایه‌گذاری مشخص و قابل اجراست (آکوتو، ۲۰۱۶).

۸-نقش فناوری‌های دیجیتال در توسعه روابط بین‌الملل شهری

تحول دیجیتال فرصت جدیدی برای تقویت روابط بین‌الملل شهرداری‌ها ایجاد کرده است. ایجاد پلتفرم‌های آنلاین معرفی پروژه‌ها، سامانه‌های تعاملی سرمایه‌گذاری و پایگاه‌های داده چندزبانه موجب شده است که سرمایه‌گذاران بتوانند بدون حضور فیزیکی اولیه، اطلاعات دقیق و به‌روز درباره فرصت‌های شهری دریافت کنند. این شفافیت دیجیتال یکی از مهم‌ترین عوامل افزایش اعتماد سرمایه‌گذاران محسوب می‌شود (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹).

همچنین فناوری‌های ارتباطی امکان برگزاری نشست‌های مجازی، وبینارهای تخصصی و مذاکرات آنلاین را فراهم کرده‌اند و هزینه تعاملات بین‌المللی را کاهش داده‌اند. شهرداری‌هایی که زیرساخت دیجیتال قوی دارند، توانسته‌اند شبکه گسترده‌تری از شرکای خارجی ایجاد کنند و دامنه تعاملات خود را فراتر از محدودیت‌های جغرافیایی گسترش دهند (دان، ۲۰۲۰).

۹-نتیجه‌گیری

بررسی ادبیات نظری و تجربیات جهانی نشان می‌دهد که روابط بین‌الملل شهرداری‌ها یکی از مؤثرترین ابزارهای حکمرانی شهری در عصر جهانی‌شدن است. این روابط از طریق کاهش ریسک ادراکی، افزایش اعتبار نهادی، تقویت برند شهری، تسهیل دسترسی به شبکه‌های جهانی و ایجاد بستر تعامل حرفه‌ای با سرمایه‌گذاران خارجی، می‌تواند جریان سرمایه را به سمت شهر هدایت کند. شهرهایی که روابط بین‌الملل را به‌صورت راهبردی و عملیاتی مدیریت می‌کنند، سهم بیشتری از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب کرده‌اند و توانسته‌اند پروژه‌های زیرساختی خود را با منابع متنوع‌تری تأمین مالی کنند

در مجموع، روابط بین‌الملل شهرداری‌ها زمانی کارآمد خواهد بود که از سطح تشریفات فراتر رود و در قالب ساختار نهادی منسجم، چارچوب حقوقی شفاف و برنامه راهبردی مشخص عمل کند. این امر مستلزم تغییر نگاه به دیپلماسی شهری از یک فعالیت نمادین به یک ابزار اقتصادی توسعه‌محور است.

۹-۱-پیشنهادها

یکی از مهم‌ترین اقدامات راهبردی، نهادینه‌سازی جایگاه روابط بین‌الملل در ساختار کلان شهرداری است. این واحد نباید صرفاً ذیل تشریفات یا امور اداری تعریف شود، بلکه باید در پیوند مستقیم با معاونت برنامه‌ریزی و توسعه اقتصادی فعالیت کند و در تدوین اسناد راهبردی شهری نقش داشته باشد. تعیین شاخص‌های عملکردی مشخص مانند میزان جذب سرمایه خارجی، تعداد پروژه‌های مشترک بین‌المللی و حجم تأمین مالی خارجی می‌تواند ارزیابی این واحد را از سطح فعالیت‌های نمادین به سطح نتایج اقتصادی ارتقا دهد.

ضروری است شهرداری‌ها «نقشه جامع فرصت‌های سرمایه‌گذاری شهری» را به‌صورت حرفه‌ای و چندزبانه تدوین کنند. این نقشه باید شامل پروژه‌های اولویت‌دار، مدل‌های مشارکت (BOT، PPP، BOO و غیره)، تحلیل هزینه–فایده، ارزیابی ریسک و زمان‌بندی اجرا باشد. ارائه چنین بسته‌های استانداردی موجب می‌شود سرمایه‌گذار خارجی بتواند بدون ابهام وارد مرحله ارزیابی اقتصادی شود و فرآیند تصمیم‌گیری خود را تسریع کند. تجربه شهرهای موفق نشان می‌دهد استانداردسازی اطلاعات یکی از عوامل کلیدی جذب سرمایه است

ایجاد «پنجره واحد سرمایه‌گذاری خارجی» در شهرداری‌ها نیز پیشنهاد می‌شود تا کلیه فرآیندهای اداری، مجوزها، استعلام‌ها و مذاکرات از طریق یک ساختار متمرکز مدیریت شود. این سازوکار ضمن کاهش بوروکراسی، هزینه‌های معاملاتی سرمایه‌گذار را کاهش می‌دهد و زمان اجرای پروژه را کوتاه می‌کند. شفافیت در فرآیندهای اداری و پاسخ‌گویی مشخص، اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش می‌دهد و ریسک ادراکی آنان را کاهش می‌دهد

تقویت ظرفیت‌های حقوقی و قراردادی شهرداری‌ها یکی دیگر از الزامات اساسی است. آموزش تخصصی در حوزه قراردادهای بین‌المللی، داوری تجاری، حقوق سرمایه‌گذاری خارجی و مدیریت ریسک باید در دستور کار قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود شهرداری‌ها از مشاوران حقوقی بین‌المللی در پروژه‌های کلان استفاده کنند تا قراردادها مطابق استانداردهای جهانی تنظیم شود و احتمال اختلافات حقوقی کاهش یابد. تضمین امنیت حقوقی سرمایه‌گذاری، از مهم‌ترین عوامل تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران خارجی است

توسعه دیپلماسی فعال شهری از طریق عضویت و مشارکت مؤثر در شبکه‌های بین‌المللی شهرها نیز اهمیت بالایی دارد. حضور هدفمند در اجلاس‌های تخصصی، نمایشگاه‌های سرمایه‌گذاری و رویدادهای اقتصادی بین‌المللی باید بر اساس راهبرد مشخص و پروژه‌محور انجام شود، نه صرفاً به‌عنوان فعالیت تشریفاتی. شهرداری‌ها می‌توانند با ارائه پروژه‌های آماده سرمایه‌گذاری در این رویدادها، مذاکرات عملیاتی را آغاز کنند و نتایج ملموس اقتصادی به دست آورند در حوزه برندینگ شهری، پیشنهاد می‌شود راهبرد جامع «برند اقتصادی شهر» تدوین شود که هویت رقابتی شهر را در سطح منطقه‌ای و جهانی مشخص کند. تمرکز بر مزیت‌های نسبی مانند گردشگری، فناوری اطلاعات، صنایع خلاق، لجستیک یا انرژی‌های تجدیدپذیر می‌تواند تصویر روشنی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری ارائه دهد. هماهنگی پیام‌های رسانه‌ای، تولید محتوای حرفه‌ای و استفاده از ابزارهای دیجیتال برای معرفی شهر، نقش مهمی در تقویت این برند دارد تحول دیجیتال باید به‌عنوان یکی از اولویت‌های روابط بین‌الملل شهرداری‌ها در نظر گرفته شود. طراحی پلتفرم‌های آنلاین معرفی پروژه‌ها، داشبوردهای شفافیت مالی و سامانه‌های رهگیری فرآیندهای سرمایه‌گذاری، امکان تعامل سریع و مؤثر با سرمایه‌گذاران خارجی را فراهم می‌کند. دسترسی آزاد به داده‌های شهری و ارائه گزارش‌های اقتصادی به‌روز نیز از جمله اقداماتی است که اعتماد سرمایه‌گذاران را تقویت می‌کند

پیشنهاد دیگر، ایجاد صندوق‌های مشترک سرمایه‌گذاری شهری با مشارکت بخش خصوصی داخلی و خارجی است. این صندوق‌ها می‌توانند منابع مالی پروژه‌های زیرساختی را تجمیع کرده و ریسک سرمایه‌گذاری را توزیع کنند. تجربه برخی شهرهای آسیایی نشان داده است که ترکیب منابع داخلی و خارجی در قالب صندوق‌های شهری، پایداری مالی پروژه‌ها را افزایش داده و وابستگی به منابع بودجه‌ای را کاهش داده است

همچنین توصیه می‌شود همکاری میان شهرداری‌ها و دولت مرکزی در حوزه سیاست‌گذاری سرمایه‌گذاری تقویت شود. هم‌راستایی مقررات ملی و محلی، حذف تعارض‌های قانونی و تسهیل فرآیندهای صدور مجوز می‌تواند جذابیت محیط سرمایه‌گذاری شهری را افزایش دهد. ایجاد کارگروه‌های مشترک ملی–محلی برای پیگیری پروژه‌های بزرگ سرمایه‌گذاری نیز می‌تواند فرآیند اجرا را تسریع کند

در نهایت، توسعه سرمایه انسانی در حوزه روابط بین‌الملل شهری باید مورد توجه قرار گیرد. آموزش زبان‌های بین‌المللی، مهارت‌های مذاکره، مدیریت پروژه‌های فرامرزی و تحلیل مالی بین‌المللی از جمله نیازهای اساسی این حوزه است. بدون نیروی انسانی متخصص و حرفه‌ای، حتی بهترین چارچوب‌های نهادی نیز کارایی لازم را نخواهند داشت و تعاملات بین‌المللی به نتایج اقتصادی مطلوب منجر نخواهد شد .

منابع

- Acuto, M. (۲۰۱٦). Give cities a seat at the top table. Nature, ٥۳۷(۷٦۱۸), ٦۱۱–٦۱۳. https://doi.org/۱۰,۱۰۳۸/٥۳۷٦۱۱a
- Barber, B. R. (۲۰۱۳). If mayors ruled the world: Dysfunctional nations, rising cities. Yale University Press.
- Barber, B. R. (۲۰۱٥). Cool cities: Urban sovereignty and the fix for global warming. Yale University Press.
- Dunn, M. A. (۲۰۲۰). Urban governance and international investment attraction: Local strategies in global competition. Routledge.
- Kavaratzis, M. (۲۰۱۷). The participatory place branding process for tourism: Linking visitors and residents through the city brand. In M. Kavaratzis, G. Warnaby, & G. J. Ashworth (Eds.), Rethinking place branding: Comprehensive brand development for cities and regions (pp. ۹۳–۱۰۷). Springer.

- Metropolis. (۲۰۲۲). World congress of metropolis: Cities and metropolitan areas, leading the future. Metropolis International Association. https://www.metropolis.org/
- OECD. (۲۰۱۹). Making decentralisation work: A handbook for policy-makers. OECD Publishing. https://doi.org/۱۰,۱۷۸۷/g۲g۹faa۷-en
- UN-Habitat. (۲۰۲۰). World cities report ۲۰۲۰: The value of sustainable urbanization. United Nations Human Settlements Programme. https://unhabitat.org/
- World Bank. (۲۰۲۱). Financing sustainable cities and communities. World Bank. https://www.worldbank.org/
- Zenker, S. (۲۰۱۸). Citizen participation in place branding: A new methodology and framework. International Journal of Public Sector Management, ۳۱(۱), ۳۷–۵۳. https://doi.org/۱۰,۱۱۰۸/IJPSM-۰۵-۲۰۱۷-۰۱٤٥

Examining the Capacities of Municipal International Relations in Attracting Foreign Investment

Abstract
In recent decades, the role of cities within the global governance system has undergone a fundamental transformation. Municipalities are no longer merely local service providers; rather, they are increasingly recognized as influential actors within international networks. The growing need of cities for new financial resources to implement infrastructure, transportation, environmental, tourism, and sustainable development projects has directed municipalities toward leveraging foreign investment.Within this context, municipal international relations have emerged as a strategic instrument for promoting investment opportunities, building global networks, engaging with multinational corporations, accessing international financial institutions, and shaping a credible city image.This review article, through an examination of scholarly literature, international reports, and practical experiences of cities, demonstrates that the success of municipalities in attracting foreign investment depends on a combination of factors, including city diplomacy, institutional capacity, financial transparency, information infrastructure, a stable legal framework, and urban branding.The analysis of existing studies indicates that international relations can reduce investors' perceived risk, enhance international trust, and facilitate broader participation in large-scale urban projects. The study concludes that developing structured international relations within municipalities is not merely a ceremonial function, but a strategic necessity for enhancing the competitiveness of contemporary cities in the global economic environment.
Keywords: Relations; International Relations; Investment; Foreign Investment; Investor Attraction

سال نهم، شماره ۲ (پیاپی: ۳۹)، بهار ۱۴۰۵ (ویژه‌نامه)
فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه شناسی
ISSN: 2645-4475