

گفت‌وگو با صادرکننده نمونه

برقراری ارتباط سیاسی مطلوب در گسترش صدور خدمات فنی و مهندسی مؤثر است

اشاره:

جهش در صادرات غیرنفتی مهمترین محور توسعه در سومین برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است. تلاش همه جانبه، برنامه ریزی جامع و بهره گیری از استعدادها و توانمندی های بالفعل و بالقوه در راستای جهش در صادرات غیرنفتی (اعم از کالا و خدمات) مهمترین مسؤلیت دولت و دست اندرکاران تولید و تجارت در بخش های مختلف اقتصادی است.

در این راستا بهره گیری از تجربیات کسانی که در خصوص صادرات غیرنفتی مساهلت قابل توجه و چشمگیری داشته اند، می تواند دست اندرکاران صادرات غیرنفتی، به ویژه صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی را در پیشبرد اهداف و برنامه هایشان یاری رساند.

در این شماره نشریه «بزرگسای بازارگان» با آقای مهندس علیرضا لاجوردی، مدیر صادرات شرکت استراتوس که در زمینه صدور خدمات فنی و مهندسی تجربیات ارزشمندی دارد، به گفت‌وگو نشستیم تا حاصل تجربیات این شرکت در اختیار فعالان اقتصادی، مدیران و علاقه مندان قرار گیرد.

کشورهای صنعتی که در کار صادرات خدمات فنی - مهندسی موفق هستند، فعالیت های اصلی برای صدور این نوع خدمات را در طول ده ها سال انجام داده اند. بنابراین بسیاری از مشکلات جاری که اینک وجود دارد و مانعی بر سر راه صدور خدمات فنی - مهندسی در ایران است، عادی تلقی می شود. بالطبع این مشکلات باید شناخته شوند

چون شرکت استراتوس نیز در حال برداشتن اولین قدم های اصلی در این راه هستند.

نخستین اقدامات صدور خدمات فنی - مهندسی از سال های ۷۲ و ۷۳ آغاز شد و ۶ تا ۷ سال، زمان کوتاهی است برای آنکه بتوان سازمان مناسبی تشکیل داد. کشورهای مختلف جهان از جمله

■ مشکلات مبتلابه صدور خدمات فنی - مهندسی را ذکر فرمایید.

□ می توانم حاصل تجربیات خود را در خصوص صادرات خدمات فنی و مهندسی در چند محور اصلی ارایه کنم.

۱- صدور خدمات فنی - مهندسی در کشور اسلامی مان یک موضوع جدید است و بالطبع شرکت ها و پیمانکارانی

و با برنامه‌ریزی دقیق حل شوند.

۲- روابط سیاسی جمهوری اسلامی ایران با کشورهای دیگر، راه را برای صدور خدمات فنی - مهندسی هموار می‌سازد.

اگر رابطه سیاسی ایران با کشورهای دیگر مطلوب نباشد، کشورهای دیگر اجازه اجرای پروژه و فعالیت شرکت‌های ایرانی در خاک خود را به عناوین مختلف نمی‌دهند و به عناوین گوناگون از دادن روادید به کارگران، مهندسان و کارشناسان ایرانی ممانعت می‌ورزند. بنابراین لازم است بر اساس حفظ اصول سیاسی کشور روابط خود را با تمامی کشورهای دوست و به‌خصوص کشورهای که برای شرکت‌های ایرانی بازار هدف محسوب می‌شوند، بهبود بخشیم.

این کشورها شامل کشورهای حوزه جنوبی خلیج فارس، کشورهای آسیای میانه و قفقاز و کشورهای آسیایی می‌باشند.

ذکر این نکته ضروری است که در سه سال اخیر روابط با کشورهای یادشده به‌طور مطلوبی گسترش یافته است و تأثیرات مثبت آن به‌وضوح به چشم می‌خورد.

امکان حضور بیشتر شرکت‌های ایرانی در مناقصه‌های کشورهای مذکور نشان‌دهنده این موضوع است.

۳- ایجاد شورای عالی صادرات خدمات فنی - مهندسی در وزارت امور اقتصادی و دارایی در سال‌های اخیر باعث شده است نهادهای مختلفی در آن عضویت یابند. علاوه بر این شورا، وزارتخانه‌های دیگری نیز هستند که خود را در زمینه صدور

خدمات فنی - مهندسی ذی‌مدخل می‌دانند و حضور آنان نیز در زمینه صادرات مثبت تلقی می‌شود.

وزارتخانه‌های صنایع، جهاد سازندگی، مسکن و شهرسازی از جمله این نهادها محسوب می‌شوند. چنانچه بین وزارتخانه‌ها و نهادی ذی‌مدخل در امر صادرات خدمات فنی - مهندسی هماهنگی ایجاد شود و فعالیت تمامی آنها در یک جهت صورت پذیرد و یک «مرکزیت» داشته باشد، صدور خدمات فنی مهندسی بیش از پیش گسترش خواهد یافت.

۴- دولت و به تبع آن وزارت امور خارجه باید چتر حمایتی خود را روی شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی - مهندسی باز کند.

هر سفر سیاسی - اقتصادی می‌تواند زمینه گسترش خدمات فنی - مهندسی را به کشور میزبان فراهم نماید. وزارت امور خارجه جمهوری اسلامی ایران و سفارتخانه‌ها و دفاتر نمایندگی ایران در خارج از کشور می‌توانند با جمع‌آوری اطلاعات کلی و نیز اطلاعات مشخص، نیازهای کشور میزبان در پایان هر سفر، این‌گونه اطلاعات را در اختیار شرکت‌های مختلف از جمله شرکت‌های ایرانی که توان اجرای پروژه‌های خدمات فنی - مهندسی را دارند، بگذارند.

به‌طور اصولی سفارتخانه‌های ایران باید زمینه‌های کلی شناساندن و حضور شرکت‌های خدمات فنی مهندسی را در کشورهای دیگر فراهم آورند، تا شرکت‌های ایرانی بتوانند بازاریابی لازم را در آن کشورها انجام دهند.

این امر می‌تواند به صورت یک فعالیت سازمانی سفارتخانه‌های ایران در خارج از کشور درآید و موانع اداری (بوروکراتیک) از میان برداشته شود.

کشورهایی که در امر صدور خدمات فنی - مهندسی موفق هستند، از جمله از طریق سفارتخانه‌های خود وارد بازارهای کشورهای خارجی می‌شوند.

۵- نیاز اصلی اجرای پروژه‌های خدمات فنی - مهندسی در کشورهای مختلف، سرمایه است.

اکثر کشورهای موفق در امر صادرات خدمات فنی - مهندسی توسط تشکیلات دولتی و بانکی و از طریق سندیکاها، خصوصی، شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی - مهندسی را تأمین مالی می‌کنند. برای مثال دولت ترکیه شرکت‌های صادرکننده این‌گونه خدمات به بازار آسیای میانه و قفقاز را تأمین مالی می‌کند. کشورهای عربی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. کشورهای اروپایی، آمریکا و ژاپن نیز قبلاً این مسیر را پیموده‌اند.

حرکت در این مسیر باعث می‌شود، بازار کشورهای مختلف به روی شرکت‌های ایرانی گشوده شود. این‌گونه حرکت‌ها ممکن است توسط شرکت‌ها نیز صورت گیرد، اما شرکت‌های ایرانی متأسفانه توان مالی لازم را ندارند، زیرا هزینه‌های بازاریابی و گرفتن پروژه‌های مختلف زیاد است و به‌طور طبیعی شرکت‌های بخش خصوصی قادر به سرمایه‌گذاری در زمینه حضور در پروژه‌های مختلف فنی - مهندسی در کشورهای دیگر

نیستند. دولت و بانک‌ها باید زمینه‌های مالی لازم را برای حضور شرکت‌های ایرانی در پروژه‌های خارجی فراهم آورند.

البته تأمین سرمایه‌های لازم برای حضور شرکت‌های ایرانی در بازارهای خارجی می‌تواند از طریق مشارکت این‌گونه شرکت‌ها با شرکت‌های کشور ذی‌نفع نیز انجام گیرد.

جذب سرمایه‌گذاری خارجی از سوی شرکت‌های ایرانی می‌تواند مشکل تأمین مالی را حل کند و پروژه‌ها به صورت مشترک انجام گیرد. ضمناً استفاده از امکانات تعدادی از مؤسسات مالی بین‌المللی که ایران در آنها عضویت دارد مانند بانک جهانی، بانک توسعه اسلامی، صندوق بین‌المللی پول و... می‌تواند شرکت‌های ایرانی را در تأمین مالی یاری دهد.

ایران به‌طور کامل از امکانات این نهادهای بین‌المللی استفاده نکرده است. باید دید چگونه می‌توان از سرمایه‌های این نهادها در بازارهای مختلف استفاده کرد.

بانک توسعه اسلامی در کشورهای مختلف سرمایه‌گذاری می‌کند، اگر دولت ایران بتواند امکانات شرکت‌های صادرکننده خدمات فنی - مهندسی را به این بانک معرفی کند، به‌طور طبیعی می‌توان از سرمایه‌گذاری‌های این نهادهای بین‌المللی در کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهای اسلامی استفاده بهتری کرد.

۶- جهت‌گیری عمومی قوانین و ثبات آن از اهمیت بالایی برخوردار است. به دلیل آنکه ایران در سال‌های گذشته واردکننده بوده است، قوانین عمدتاً در جهت تسهیل واردات تدوین

شده است.

هر قدر قوانین و مقررات در جهت تشویق صادرات و از جمله صدور خدمات فنی - مهندسی پیش برود، بالطبع کمک زیادی به صادرات خواهد شد. در کنار وضع قوانین صادراتی باید ثبات آنان نیز در نظر گرفته شود تا نیازی به تغییر آن وجود نداشته باشد.

البته در سال‌های اخیر در این زمینه موارد بسیار مثبتی دیده می‌شود که چنانچه این روند ادامه یابد، زمینه را برای صدور کالا و خدمات فنی - مهندسی هموار می‌سازد.

۷- کنترل نرخ ارز بدون اینکه تشویق‌ها و تسهیلات موازی برای صادرکنندگان فراهم شود، می‌تواند موجب کاهش صادرات غیرنفتی شود. به‌طور اصولی تقویت ارزش پول ملی هر کشور لازم است، اما وضعیتی که هم‌اینک در زمینه کنترل نرخ ارز پایین آمده است، صدور کالا را دچار محدودیت کرده و آن را کاهش داده است. به عبارت دیگر تلاشی که دولت برای ثبات و تقویت ارزش ریال انجام داده، روی صادرات تأثیر منفی گذاشته است.

این تلاش برای حفظ ارزش پول ملی می‌تواند ادامه یابد، اما در کنار آن تشویق‌ها و تسهیلاتی برای صادرات در نظر گرفته شود تا اثر منفی این تلاش روی صادرات خنثی شود.

■ آینده صدور خدمات فنی - مهندسی در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید، آیا ایران می‌تواند در این زمینه توفیقی حاصل نماید؟

□ ایران برای صادرات خدمات فنی - مهندسی و توسعه آن، توانایی‌های بالقوه‌ای دارد که نیروی

مستخصص و تحصیل‌کرده، سطح توسعه صنعتی - اقتصادی کشور در مقایسه با کشورهای همسایه و توان بالای شرکت‌های ایرانی در مقایسه با شرکت‌های کشورهای همجوار از آن جمله می‌باشد.

اگر مشکلاتی که به آنها اشاره شد، رفع و یا کمتر شود، شرکت‌های ایرانی می‌توانند صدور خدمات فنی و مهندسی خود را با توجه به امکانات و توانمندی‌های بالقوه‌ای که دارند، گسترش دهند و توفیق لازم به‌دست خواهد آمد.

توفیق در این زمینه مستلزم بازاریابی صحیح، سرمایه‌گذاری به‌هنگام و شناساندن توان کشور در اجرای پروژه‌های فنی - مهندسی به کشورهای مختلف است.

سومین برنامه توسعه اقتصادی برای صادرات کالاهای غیرنفتی و خدمات فنی - مهندسی، اهمیت قابل توجهی قایل شده است و چاره‌ای جز توسعه صادرات نیز وجود ندارد. درآمدهای نفتی ایران با توجه به جمعیت کشور قابل توجه نیست، کشورهای نظیر تایوان و سنگاپور دارای درآمدهای کلانی در زمینه صدور خدمات و کالا هستند که این درآمدها چندین برابر درآمد نفت ایران است. برای آنکه بتوان به درآمدهای ارزی بیشتری دسترسی پیدا کرد، چاره‌ای جز توسعه روزافزون صادرات نیست.

■ در سومین برنامه توسعه اقتصادی برای صدور خدمات فنی - مهندسی چه جایگاهی در نظر گرفته شده است؟

□ در این برنامه بند بسیار مثبتی وجود دارد که شرکت‌های صادرکننده

کالا و خدمات فنی و مهندسی را از پرداخت عوارض و مالیات معاف نموده است. چیزی که تا کنون یکی از مشکلات صادرکنندگان مزبور، به‌ویژه در رقابت با شرکت‌های خارجی بوده است.

آنچه که تا قبل از تصویب این قانون اجرا می‌شده، این بوده که شرکت‌های ایرانی باید برای درآمد‌هایشان، اعم از درآمد‌های صادراتی و یا مربوط به پروژه‌های داخلی، مالیات بپردازند. حتی اگر پروژه‌ای در خارج از کشور، معاف از مالیات می‌بود، شرکت ایرانی باید به وزارت امور اقتصادی و دارایی، کل مالیات متعلقه را بپردازد که این امر، امکان رقابت با شرکت‌های خارجی را در پروژه‌های برون‌مرزی بسیار کاهش می‌داد.

با حذف مالیات صادرات از سال ۷۹، شرکت‌های خدمات فنی - مهندسی که به امر صدور این خدمات می‌پردازند، فقط مالیات کشوری را پرداخت می‌کنند که در بازار آن به فعالیت می‌پردازند. پرداخت مالیات در کشورهایی که واردکننده خدمات فنی - مهندسی ایران هستند، به مقررات آن کشور و مقررات پروژه موردنظر که باید اجرا شود، بستگی دارد.

حذف مالیات صادرات، به‌طور قطع صدور خدمات فنی - مهندسی را در طول برنامه سوم توسعه افزایش می‌دهد. مقرر شده است در برنامه سوم توسعه حدود ۷ میلیارد دلار خدمات فنی - مهندسی صادر شود. اما این که آیا بتوان به این میزان صادرات دست یافت و یا از آن پیشی گرفت، برای

اینجانب قابل پیش‌بینی نیست.

■ عملکرد شرکت استراتوس به عنوان یک واحد موفق در امر صادرات چه بوده است؟

□ این شرکت جزو اولین شرکت‌هایی بوده که به صدور خدمات فنی - مهندسی پرداخته است. مدیران شرکت از هیچ‌گونه تلاشی فروگذاری نکرده‌اند و در جهت صدور خدمات فنی - مهندسی و عرضه توانایی‌های ایران در این زمینه همواره اهتمام ورزیده‌اند.

البته مدیریت شرکت هنوز از وضعیت کنونی راضی به نظر نمی‌رسد و انتظار فعالیت و نتیجه‌گیری بیشتری دارد. ارزش صادرات خدمات فنی - مهندسی شرکت استراتوس در سال ۱۳۷۴ حدود ۱۱ میلیون و ۷۰۰ هزار دلار بود، این میزان در سال ۱۳۷۵ و ۱۳۷۶ به سطح یک میلیون و ۶۰۰ هزار دلار کاهش پیدا کرد. علت کاهش صادرات خدمات فنی - مهندسی در شرکت استراتوس وجود فقط یک پروژه خارج از ایران بوده است.

صادرات خدمات فنی - مهندسی شرکت استراتوس در سال ۱۳۷۷ به ۵ میلیون و ۲۶۰ هزار دلار و در سال ۱۳۷۸ به ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار دلار بالغ شد.

پیش‌بینی می‌شود ارزش خدمات صادراتی این شرکت با توجه به آنکه در حال مذاکره برای عقد قرارداد و اجرای دو پروژه در آینده است، به حدود سال ۱۳۷۷ و یا بیشتر افزایش یابد.

■ بازارهای فعالیت شرکت استراتوس را ذکر فرمایید.

□ در شروع فعالیت صادراتی، این

شرکت به دلیل آن که شناخت کافی از بازارهای خارجی نداشت، مشخص نبود کدام بازارها مطلوب هستند و آیا امکان فعالیت در بازارهای خارجی وجود دارد یا خیر. بنابراین مدیریت شرکت برای بازاریابی دقیق و تلاش همه‌جانبه به تحقیق و سفر به حدود ۲۰ کشور پرداخت و در مناقصه‌های آنها شرکت و روی آنها فعالیت بازاریابی کرد و برخی پروژه‌ها را در این کشورها انجام داد.

هم‌اینک شرکت استراتوس در بنگلادش، پاکستان، امارات متحده عربی و یمن فعال است و در پایتخت‌های چهار کشور یاد شده صاحب دفتر است. البته پروژه پاکستان حدود یک سال پیش به پایان رسید.

برای اجرای یک پروژه در یکی از کشورهای آسیای مرکزی نیز مذاکراتی در حال انجام است و به نظر می‌رسد تا دو ماه آینده انجام این پروژه ابلاغ شود.

■ بازارهای آینده شرکت استراتوس را نام ببرید.

□ این شرکت طی یک برنامه‌ریزی دقیق در آینده در کشورهای آسیای میانه و قفقاز یعنی ترکمنستان، قزاقستان، قرقیزستان و آذربایجان و در کشورهای حوزه جنوبی خلیج فارس چون عربستان سعودی، امارات متحده عربی، عمان، یمن، کویت و تا حدودی در کشورهای سوریه و لیبی چتر فعالیت خود را گسترده خواهد کرد. این کشورها بازارهای هدف شرکت استراتوس می‌باشند.

فعالیت در تاجیکستان به لحاظ فقدان امنیت، فعلاً مقدور نیست. زمینه

فعالیت‌های این شرکت کارهای ساختمانی است و در کشورهای مختلف به احداث سد، راه و بزرگراه و کارهای فرودگاهی و ساختمان‌سازی اقدام نموده است.

■ **بازاریابی و تبلیغات برای دریافت مناقصه‌های بین‌المللی چگونه انجام می‌شود؟**

□ این شرکت بازاریابی و تبلیغات خود را به چند روش انجام می‌دهد.

۱- در شبکه اینترنت شرکت استراتوس دارای یک سایت است که با مزاجعه به آن، اطلاعات لازم از توانایی‌های شرکت در دسترس قرار می‌گیرد.

۲- شناسایی مشتریان بالقوه در کشورهای هدف و معرفی شرکت از راه مکاتبه با آنها.

۳- حضور در نمایشگاه‌های مختلف شامل نمایشگاه‌هایی که ایران در خارج از کشور برپا می‌کند و نیز نمایشگاه‌های بین‌المللی خارجی.

اشاره به این نکته ضروری است که حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارجی زمینه را برای فعالیت‌های صادراتی این شرکت بهتر مهیا می‌سازد.

۴- بازدید از کشورهای هدف و ملاقات با مشتریان بالقوه، از راه‌های دیگر بازاریابی این شرکت محسوب می‌شود.

■ **رقبای شما در بازارهای بین‌المللی کدام کشورها هستند؟**

□ با توجه به بازارهای هدف که قبلاً به آنها اشاره شد، رقبای این شرکت، پیمانکاران محلی کشورهای هستند که باید در آنجا پروژه انجام گیرد. جدا از پیمانکاران محلی،

شرکت‌های ترکیه و کره از جمله رقبای در بازار موردنظر محسوب می‌شوند.

■ **ایران از نظر صدور خدمات فنی - مهندسی و توانایی در این رشته چه جایگاهی در منطقه دارد؟**

□ برداشت بازارهای بین‌المللی آن است که توان آرایه خدمات فنی - مهندسی شرکت‌های ایرانی از ترک‌ها و کمره‌ای‌ها پایین‌تر است، ولی پروژه‌هایی که ترک‌ها اجرا می‌کنند، نشان می‌دهد پیمانکاران ایرانی چیزی از آنها کم ندارند.

تفاوت بین پیمانکاران ایرانی و ترک که در حقیقت اولویت ایرانیان محسوب می‌شود، آن است که شرکت‌های ترکیه‌ای پروژه‌ها را می‌گیرند، اما خودشان انجام نمی‌دهند و اکثر شرکت‌های محلی مجری پروژه‌های آن کشورها هستند.

ترک‌ها به دریافت درصدی از پروژه و پورسانت اکتفا می‌کنند و تعهدی برای اجرای پروژه قبول نمی‌کنند. این عمل ترک‌ها در اکثر موارد مشکلاتی را برای کشورها پدید آورده است، چرا که دولت آن کشورها ناچار با شرکت‌های محلی مواجه می‌شود و مجبور است با آنها به نحوی کنار آیند. اما شرکت‌های ایرانی خود پروژه‌هایی را که منعقد می‌کنند، انجام می‌دهند و تعهدات خود را در موعد مقرر تحویل می‌دهند.

ذکر این نکته ضروری است، با آنکه نام شرکت‌های ایرانی «نیک‌تر» از نام شرکت‌های ترکیه‌ای است و توانمندی ایرانی‌ها با ترک‌ها چندان فرقی ندارد، اما جایگاه ایران در زمینه صدور خدمات فنی - مهندسی در منطقه بسیار محدودتر از ترک‌ها است.

سهم ایران از صدور خدمات فنی - مهندسی در منطقه از ترک‌ها بسیار کمتر است که باید مشکلات یادشده مرتفع شود تا لااقل به پای ترکیه برسیم.

ترک‌ها برای رفع مشکل صادرات خدمات فنی - مهندسی در منطقه سرمایه‌گذاری‌های کلانی انجام داده‌اند و دولت، سندی‌کاه و بخش خصوصی این کشور در این زمینه در کشورهای قزاقستان، قرقیزستان و ترکمنستان سرمایه‌گذاری کرده‌اند و بازار را از آن خود ساخته‌اند. ترک‌ها با سرمایه‌گذاری حتی بازار تاتارستان را نیز توانسته‌اند به دست آورند.

■ **آیا صدور خدمات فنی - مهندسی طی برنامه سوم توسعه به میزان ۷ میلیارد دلار قابل حصول است؟**

□ با توجه به توانمندی‌های بالقوه موجود، تحصیل این میزان درآمد از صادرات خدمات فنی - مهندسی امکان‌پذیر است. متوسط درآمد صادراتی خدمات فنی - مهندسی در برنامه سوم سالانه یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار است که رقم زیادی نیست. اما این که امکانات و توانایی‌های بالقوه موجود، بالفعل شود، قابل پیش‌بینی نیست.

با توجه به روندی که در مقررات دیده می‌شود، تسهیلاتی که دولت فراهم می‌آورد و نیز علاقه شرکت‌های ایرانی، می‌توان به حصول ۷ میلیارد دلار صدور خدمات فنی - مهندسی در برنامه سوم توسعه خوشبین بود.

