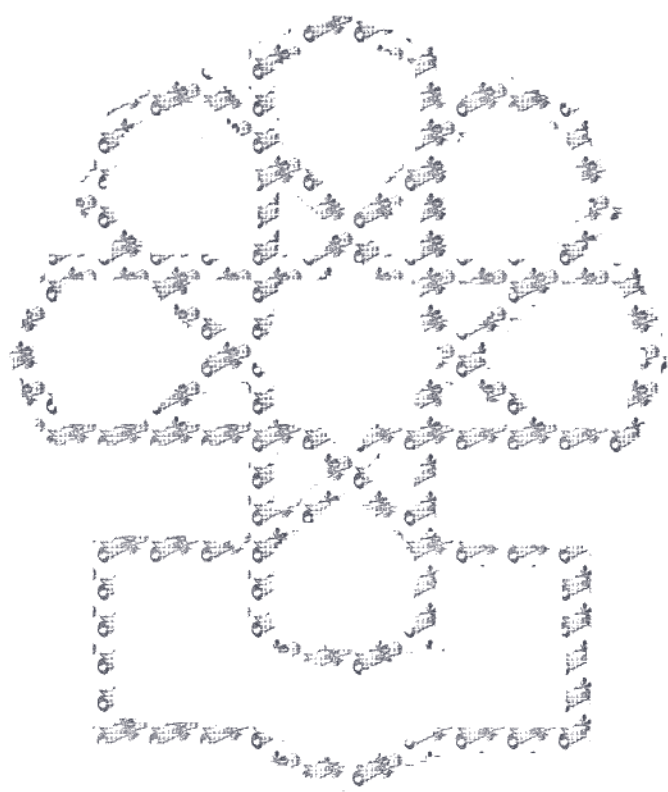


۲۵۴۴

۱۳۲۹
آرشیو



صادرات خدمات فنی و مهندسی چالش‌ها و راه‌حل‌ها



معاونت پژوهشی
تیر ۱۳۷۵

کار: گروه (۱) خدمات پژوهشی
این گزارش برگرفته از گزارش کد ۲۴۰۱۵۱۷ می‌باشد.

کد گزارش: ۲۴۰۲۵۴۴

۵.۹۵
هست

۲۵۴۴

فهرست مطالب

چکیده.....	۲
بخش خدمات و اهمیت آن در تجارت جهانی.....	۵
۱-۱- تعریف «خدمات».....	۵
۱-۲- تجارت «خدمات».....	۵
وضعیت بازار جهانی خدمات مهندسی.....	۸
بحثی پیرامون ارزش و جایگاه صادرات خدمات فنی و مهندسی.....	۹

توانی» را می‌توان به عنوان اقدامی تعریف نمود که ثمره یک فعالیت تولیدی آن همانا تغییر وضعیت یا موقعیت یک ذی‌نفع است.

بندی «خدمات» عبارت از طبقه‌بندی فعالیت‌هایی است که بر اساس آنها انواع فعالیت‌های خدماتی را توصیف نمود و این طبقه‌بندی بر اساس تعریف و اندازه‌گیری آنها دشوار می‌باشد صورت نمی‌پذیرد.

کنونی حاکی از آن است که زنجیره تولید خدمات در سطح جهان گسترش

گذشته، هم کشورهای توسعه‌یافته و هم کشورهای در حال توسعه به بخش عنوان مانعی در راه رشد اقتصادی نگاه می‌کردند.

ری از خدمات، «سرمایه‌بر» بوده و بسیاری دیگر نیز یا متکی بر دانش‌اند و مدعی وابسته می‌باشند. این امر موجب گردیده که بعضی از خدمات در پیشرفته‌تر از کشورهای در حال توسعه باشند.

مات» نیازمند تکنولوژی پیشرفته روزافزون بوده و محتاج «تکنولوژی نرم» - مرتبط با دانش، اطلاعات و سازماندهی و نه تکنولوژی متجسم و متجسد در

سال‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ تجارت خدمات به طور متوسط ۱۹ درصد در سال کرد و در سال ۱۹۸۰ به ۴۳۵ میلیارد دلار رسید.

م تجارت مذکور تا سال ۲۰۰۰ نزدیک به یک تریلیون دلار برآورد می‌شود. «خدمات» و «توسعه اقتصادی» رابطه‌ای متقابل و دو طرفه برقرار است.

بور کلی اگر تجارت خدمات بر اساس یک چارچوب مشخص که تداوم و با اهداف کلی توسعه روشن سازد صورت گیرد، می‌تواند مستقیماً به بهره‌پاری رساند.

بندی خدمات طراحی مهندسی غالباً بر اساس مرحله توسعه پروژه‌های ری صورت می‌گیرد. در این مورد می‌توان سه گروه را متمایز کرد:

- خدمات ما قبل سرمایه‌گذاری

خدمات مربوط به اجرای پروژه

عمدتاً شامل خدمات اجرا و اتمام پروژه

مات ساختمانی و طراحی مهندسی، هم در کشورهای پیشرفته و هم در در حال توسعه نقش مهمی را در اقتصاد داخلی این کشورها ایفا می‌کند.

* تنگناهای مربوط به ارائه تسهیلات مالی یک مانع عمده برای مؤسسات خدماتی موجود در کشورهای در حال توسعه جهت نفوذ به بازارهای بین‌المللی و تحکیم مواضع خود در آنها محسوب می‌شود.

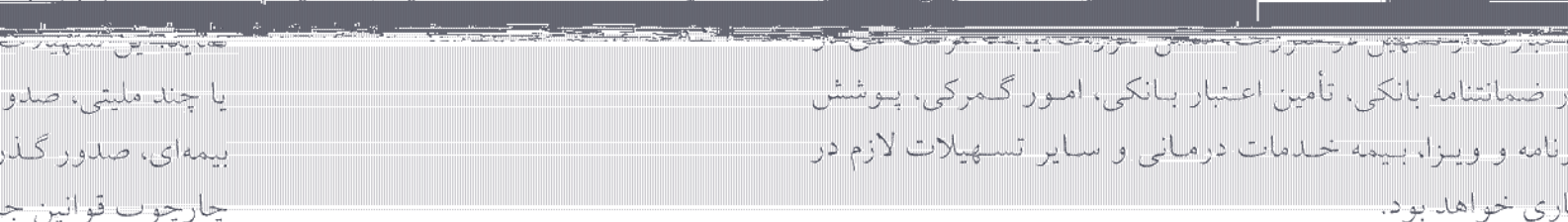
* بسیاری از کشورها برای گسترش صادرات خدمات ساختمانی و طراحی مهندسی متوسل به ارائه خط‌مشی‌های دولتی ویژه شده‌اند. به عنوان مثال در کره جنوبی قانون فعالیت‌های ساختمانی خارج از کشور سال ۱۹۷۵، همراه با تخفیف‌های مالیاتی موجب افزایش حجم وجوه مربوط به استهلاک تجهیزات مورد استفاده در فعالیت‌های ساختمانی خارج از کشور گردید.

* تکنولوژی در رقابت‌پذیری بین‌المللی، روز به روز اهمیت بیشتری می‌یابد که این امر نه تنها در مورد بخش خدمات ساختمانی و طراحی مهندسی بلکه همچنین در تعداد زیادی از صنایع تولیدی و بخش‌های خدماتی نیز صحت دارد.

* توزیع جغرافیایی بازار جهانی خدمات طراحی و مهندسی حاکی از آن است که بزرگترین بازار مربوطه در قاره آسیا می‌باشد.

* تبصره ۲۷ قانون برنامه دوم بر این نکته تأکید دارد که: دولت موظف است به منظور افزایش درآمد ارزی کشور تسهیلات لازم جهت حضور شرکت‌ها و مؤسسات

در زمینه‌های خدماتی و مهندسی را فراهم نماید. این امر منوط به رعایت



یا چند ملیتی، صدور بیمه‌ای، صدور گذر چارچوب قوانین ج

ضمانتنامه بانکی، تأمین اعتبار بانکی، امور گمرکی، پوشش و بیمه خدمات درمانی و سایر تسهیلات لازم در آری خواهد بود.

* اهمیت ارائه نمی‌شود، بلکه یکی طرح‌های بزرگ ملی * در دوره پیش طی سال‌های اجرای شدید به شرکت‌های داخلی را فراهم ساختن از دوره برنامه و به سبب حجم عظیم بین‌المللی فراهم نگردید * خروج بیشتر

خدمات پیمانکاری تنها به کسب درآمدهای ارزی منحصر از مهمترین جنبه‌های آن، کسب دانش و تجربه برای اجرای است. از انقلاب رشد ناکافی و در عین حال کند بخش صنعت در کشور برنامه‌های عمرانی کشور (تا قطع برنامه چهارم) و نیز اتکای خارجی برای اجرای طرح‌ها زمینه رشد فعالیت‌های پیمانکاری شد. پنجم (۱۳۵۳-۵۷) زمینه فعالیت شرکت‌های ایرانی نیز فراهم شد بیم کارهای داخلی هرگز زمینه حضور برای شرکت در مناقصه‌های شرکت‌های پیمانکاری خارجی پس از انقلاب اسلامی در ایران

زمینه حضور هر چه بیشتر شرکت‌های داخلی را فراهم ساخت و انجام بسیاری از طرح‌های زیربنایی کشور موجب اعتماد به نفس هر چه بیشتر در این شرکت‌ها گردید. * معدود شرکت‌های ایرانی که از طریق برنده شدن در مناقصه‌های بین‌المللی فوق به مشارکت در اجرای پروژه‌های خارجی شده‌اند با مشکلات متعددی مواجه هستند که این مشکلات به شرح ذیل می‌باشند:

الف - احراز صلاحیت

ب - جمع‌آوری آمار و اطلاعات

ج - تأمین ضمانتنامه شرکت در مناقصه

د - عدم آشنایی با نوع قراردادهای خارجی

ه - کامل نبودن قانون‌های خارجی

و - عدم آشنایی با مقررات گمرکی

ز - کامل نبودن قوانین کار و امور اجتماعی برای ایرانیان شاغل در خارج از کشور

ح - عدم آگاهی از مقررات کشورهای بهره‌بردارکننده

ط - هزینه‌های سنگین حضور در مناقصه‌ها و نیاز به تداوم حضور تا گرفتن

نتیجه مثبت.

ی - صورت پذیرفتن برخوردهای سیاسی توسط کشورها که این امر یا از طریق

تشکل‌های بخش خصوصی رقیب و یا از طریق دولت‌های رقیب شرکت‌کننده در

مناقصه صورت می‌پذیرد.

س - سفارتخانه‌ها و نمایندگی‌های سیاسی ما برای کمک و تسهیل در امر توسعه

صادرات خدمات مهندسی و پیمانکاری تجهیز نشده‌اند.

* برای رفع مشکل صادرات در بخش خدمات مهندسی و تکنولوژی پیشنهادهای

زیر ارائه می‌گردد:

الف - تشکیل اداره‌های کل صدور خدمات مهندسی و تکنولوژی در کلیه

وزارتخانه‌های علاقه‌مند

ب - معاف نمودن درآمدهای حاصله از صدور خدمات حداقل به مدت ۸ سال

ج - افزایش اعتبارات صدور خدمات مهندسی و پیمانکاری به کشورهای در

حال توسعه و جهان سوم

د - تخصیص اعتبارات و تسهیل در دادن تنخواه ارزی و نیز وام ریالی به

صادرکنندگان

ه - ساده‌تر کردن شرایط صدور ضمانتنامه‌ها برای قراردادهای بین‌المللی

صادرکنندگان

بخش خدمات و اهمیت آن در تجارت جهانی*

۱-۱- تعریف «خدمات»

مشکلاتی که اقتصاددانان در رابطه با تعریف کلمه «خدمات» با آن مواجه هستند بر خلاف برداشت عام از این کلمه است. در زندگی روزمره، تمایز مابین «کالاها» - که قابل خریداری بوده و ویژگی‌های مادی آنها دقیقاً قابل توصیف است - و «خدمات» - که جهت بهبود سلامتی، تعمیر و سیله نقلیه، انجام یک پرداخت و یا انجام سرمایه‌گذاری مالی مورد درخواست می‌باشند - امری آسان است، معهداً برای تعریف «خدمات»، نباید صرفاً آنها را در مقابل کالاها مادی قرار داد. ویژگی‌هایی از جمله غیر مادی بودن، عدم قابلیت ذخیره سازی و همزمانی تولید و مصرف، اموری نسبی بوده و می‌تواند در اثر پیشرفت‌های تکنولوژی یک کلاً یا جزئاً تغییر یابد. تحویل دور دست خدمات به وسیله وسایل ارتباطی جدید، ذخیره سازی جریان اطلاعات توسط کامپیوتر و ... از جمله این تغییرات است.

برای درک بهتر اهمیت اقتصادی مشکلات مربوط به تعریف و طبقه‌بندی «خدمات»، به یک تعریف انتزاعی تری نیاز است. می‌توان «خدمت» را اقدامی تعریف نمود که ثمره یک فعالیت تولیدی بوده و تاثیر آن همانا تغییر وضعیت یا موقعیت یک ذی نفع است.^(۱) «خدمت» به عنوان یک محصول از فرایند تولید آن قابل تمیز نیست و نتیجه یا اثر «خدمت» از ذی نفع آن جدا ناپذیر بوده و نمی‌تواند موضوع داد و ستد جدیدی واقع شود. بر همین اساس، طبقه‌بندی «خدمات» عبارت از طبقه‌بندی فعالیت‌هاست (که می‌توان ماهیت انواع فعالیت‌های خدماتی را توصیف نمود) و نه طبقه‌بندی فرآورده‌ها (که تعریف و اندازه‌گیری آنها دشوار می‌باشد).

در طبقه‌بندی استاندارد بین‌المللی صنعتی تمام فعالیت‌های اقتصادی (ISIC)، جزییات بسیار کمی درباره فعالیت‌های خدماتی - که حدود ۵۰ تا ۷۵ درصد کلیه فعالیت‌های اقتصادی را در بر می‌گیرد - به چشم می‌خورد.^(۲) در این طبقه‌بندی، تعاریف مربوط به آن دسته از فعالیت‌های جدید که اخیراً به منصف ظهور رسیده‌اند نارسا می‌باشد و مابین تفاوت فعالیت‌های تولید کالا و خدمات، ابهامات بی شماری وجود دارد. روند کنونی حاکی از آن است که زنجیره تولید خدمات گسترش یافته است. این زنجیره، در اثر ارتباط متقابل فعالیت‌های مختلف به طور فزاینده‌ای پیچیده می‌گردد، به طوری که بیش از ۵۰ درصد خدمات تولیدی توسط خود مؤسسات خدماتی مورد استفاده قرار می‌گیرد، ارزش افزوده یک کالا را خدمات بیشتری تشکیل می‌دهد (بیش از ۵۰ درصد در مورد صنایع هوانوردی، پردازش اطلاعات و تلفن) و فرآورده‌نهایی یک فعالیت، در قالب مجموعه‌ای از خدمات مختلف توصیف می‌شود. این امر خود نشان دهنده ارتباط متقابل بین «خدمات» و اقتصاد است.

۱-۲- تجارت «خدمات»

آمار مربوط به اندازه‌گیری تجارت خدمات و تخمین حجم کلی بازارهای مربوط به آن، بسیار نامکفی و نامناسب است. از نقطه نظر گردانندگان واقعی بازار خدمات، برای اندازه‌گیری تجارت خدمات از

* - تجارت خدمات و نقش کشورها در حال توسعه - مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های - زرگانی

۱ - UNCTAD, Trade and Development Report 1988 (New York: UN Pub., 1989) p. 138.

۲ - Ibid.

روش‌های گوناگونی استفاده می‌شود. در رابطه با خدمات مالی مشکل است که به گونه‌ای مشخص وجه تمایزی بین تجارت و نقل و انتقال سرمایه قائل گردید. در رابطه با مفهوم «تجارت بیمه» می‌توان به گونه‌ای آن را تعریف نمود که تنها دربرگیرنده بیمه حمل و نقل و بیمه اتکایی باشد. در مورد خدمات حرفه‌ای نظیر تبلیغات و حسابداری، روشی مخصوص به کار برده می‌شود و خدمات ساختمانی نیز بر اساس ارزش قراردادها مورد محاسبه قرار می‌گیرد، که مفهومی وسیع‌تر از تجارت را در بر می‌گیرد. در رابطه با خدمات سیر و سیاحت، در تراز پرداخت‌ها ارقامی کمتر از حجم بازار «توریسم» درج گردیده است، چرا که تمام درآمدهای به دست آمده قبل از ترک مسافر از کشورش را ملحوظ نظر قرار نمی‌دهد. بنابراین کشورهای در حال توسعه سهم کمتری از بازار «توریسم» را در مقایسه با ارقام مندرج در تراز پرداخت‌ها به عهده دارند. مشکلات مربوط به اندازه‌گیری معاملات بین شرکت‌ها و نیز تمایل شرکت‌ها به ارائه مجموعه‌ای از خدمات نیز بر پیچیدگی امر می‌افزاید و امکان تخمین حجم کلی بازار خدمات و جهت جریانات تجاری را دشوار می‌سازد.

جهت بهبود وضع آمار در مورد تجارت و تولید خدمات، تلاش‌های بسیاری در سطوح ملی و نیز از طریق گروه «وربرگ» (Voorburg) گروهی از متخصصان سازمان‌های بین‌المللی و واحدهای آماری ملی که به گونه‌ای غیر رسمی تحت نظارت دفتر آمار سازمان ملل تشکیل یافته صورت گرفته است. مشکل عمده نه تنها عدم وجود آمار تجاری جداگانه جهت مشخص کردن جهت جریانات تجاری است، بلکه همچنین فقدان یک «نومنکلتور» خدمات - که در سطح بین‌المللی مقبول واقع شود نیز می‌باشد. چرا که مشکل است از دولت‌ها درخواست نمود که در رابطه با تجارت خدمات تعهداتی بین‌المللی را بر عهده گیرند، در صورتی که مبدا و مقصد چنین تجارتی مشخص نبوده و آمار جداگانه نیز در دسترس نباشد.^(۱)

بر طبق آمار مربوط به حساب‌های ملی و نیز تراز پرداخت‌ها، تنها ۸ درصد از کل تولید جهانی خدمات مورد تجارت بین‌المللی قرار می‌گیرد.^(۲) باید متذکر گردید که این رقم به دلایل ذیل بسیار کمتر از میزان واقعی آن است:

مشکلات اندازه‌گیری: از آنجایی که خدمات مشمول پرداخت مالیات در مرزها نمی‌شود، ادارات گمرکی یک کشور در موقعیتی قرار ندارند که بتوانند به درستی از حجم تجارت خدمات اطلاع حاصل کنند. از سوی دیگر، به کارگیری روش‌های گوناگون برای ثبت آمار خدمات منجر به نتایج گوناگونی در مورد یک فعالیت مشابه می‌گردد.

- خدمات موجود در کالاها: به دلیل عدم تشخیص درست راجع به میزان خدمات موجود در تجارت جهانی کالاها، حجم تجارت جهانی خدمات کمتر از میزان واقعی آن برآورد می‌شود.

- معاملات درون شرکتی: بسیاری از خدمات ارائه شده در درون شرکت‌ها، یا اصولاً ثبت نمی‌گردد و یا با اقلام دیگری در تراز پرداخت‌ها ثبت می‌شود.

در تجارت جهانی خدمات، کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری نقش مسلط و برتر را به عهده دارند، به طوری که در سال ۱۹۸۴ حدود ۷۸ درصد در یافت‌های جهانی و ۷۳ درصد پرداخت‌های جهانی را از این

۱- UNCTAD, Trade in Services: Sectoral Issues (New York: UN Pub., 1989), pp. 4-5

۲- UNCTAD, services and Development Potential: The Indian Context, Op. cit., P. 49

بابت در اختیار خود داشته‌اند.^(۱) مع‌هذا در داخل این گروه از کشورهای الگوهای مشخص چندی در رابطه با تجارت خدمات وجود دارد. مثلاً انگلستان درآمدهای خدماتی خود را بیشتر از طریق خدمات مالی نظیر بانکداری، بیمه و ... به دست می‌آورد. همچنین درآمدهای این کشور از بابت خدمات مشاوره‌ای و همکاری‌های تکنولوژیکی نیز قابل اهمیت است. درآمدهای خدماتی بلژیک بیشتر مربوط به خدمات پردازشی بوده و خدمات تبدیغاتی و بانکداری نقش کمتری را به عهده دارند. کشور فرانسه درآمدهای خدماتی خود را مدیون «توریسم» و خدماتی چون همکاری‌های فنی، فعالیت‌های مهندسی و خدمات مشاوره‌ای - مدیریتی است. در مورد کشور سوئیس، «توریسم» و به خصوص خدمات بانکی (دریافت بهره)، نقش قابل توجهی بر عهده دارد.

طی سالیان اخیر، بر اثر پیشنهاداتی مبنی بر انجام مباحثاتی چند جانبه در مورد خدمات، بحثی در محافل علمی جریان داشته که آیا در مورد تجارت خدمات نیز همچون تجارت کالاهای می‌توان سخن از مزیت نسبی به میان آورد یا خیر. به بیانی دیگر، آیا همان قانونمندی‌هایی که از لحاظ مزیت نسبی بر تجارت کالاها حاکم است، در مورد تجارت خدمات نیز صادق می‌باشد؟ اشخاصی که سؤال فوق را مطرح می‌سازند اشاره بر این دارند که بر خلاف مورد کالاها، حرکت عوامل در مورد تجارت خدمات حالتی مکمل دارد و نه جایگزین. بعضی حتی بر این عقیده‌اند که وقتی خدمتی تولید گردید، قابل تجارت نیست.

آشکار است که در مورد ارائه بعضی از خدمات، کشورها می‌باید از مواهب طبیعی چندی نظیر ساحل دریا، آثار تاریخی و مجاورت جغرافیایی به بازارها بر خوردار باشند تا مثلاً در بعضی از حیطه‌های خدمات نظیر صنعت «توریسم»، فعال گردند. همچنین واضح است که کشورهایی نیز وجود دارند که به خاطر دارا بودن سرمایه انسانی، پیشرفت‌های تکنولوژی و غیره، می‌توانند در حیطه خدمات محتاج پیشرفت‌های تکنولوژیکی فعالیت داشته باشند.

مع‌ذلک، ویژگی بخش خدمات در این است که می‌تواند از طریق شیوه‌های گوناگون مبادرت به تحویل خدمات به خریداران آن کند. اگر وضعیت یک کشور در رابطه با این شیوه‌ها، ضعیف بوده و یا در رابطه با آنها باموانعی روبرو باشد. این امر ممکن است مانع بهره‌گیری یک کشور از قدرت رقابت‌پذیری خود در یک حیطه خاصی از خدمات شود. مثلاً کشورهایی که برای تحویل خدمات به بازارها از ابزاری دسترسی ندارند، در تجارت جهانی خدمات موفق‌تر خواهند بود.

یک ویژگی تعدادی از خدمات در این است که کیفیت و حسن شهرت در مورد آنها، حتی مهم‌تر از کالاها می‌باشد (که از طریق نام‌ها و علائم خاص تجاری جلوه می‌کند). این موضوع همراه با عوامل تکنولوژیکی، در حیطه‌های دیگری از خدمات می‌تواند ورود تازه واردان به بازار جهانی خدمات را با اشکال روبرو سازد. همچنین عوامل فرهنگی نیز می‌تواند در مورد بخش‌هایی از خدمات به عنوان یک مزیت قلمداد شود. اگر از ارقام مربوط به تراز پرداخت‌ها برای روشن ساختن وجود مزیت نسبی در رابطه با خدمات و یا بین یک نوع خدمت با خدمتی دیگر استفاده شود، توجه به این مسئله ضروری است که بسیاری از خدمات به قالب کالاهای ساخته شده درآمده و صادرات آنها همزمان با صادرات خود کالاها انجام می‌شود.

1 - UNCTAD, Trade and Development Report 1988, Op.cit., op 150

شایان ذکر است که در مورد بخش خدمات، مزیت نسبی می تواند معلول عواملی باشد که مشخصاً «جنبه» طبیعی نداشته، بلکه حاصل سطح و الگوی توسعه اولیه می باشد. به بیانی دیگر، ثمره مقدار منابعی بوده که به امر تحقیق و توسعه (R&D) و آموزش و پرورش تخصیص یافته و یا ارتباط با سطح توسعه صنعتی - تکنولوژیکی یک کشور و غیره داشته است.

وضعیت بازار جهانی خدمات مهندسی

به منظور ترسیم وضعیت بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی، می توان به بررسی وضعیت ۲۰۰ شرکت عمده بین المللی طراحی مهندسی مبادرت ورزید. درآمد شرکت های مذکور در سطح جهان برابر با ۴/۲ میلیارد دلار در سال ۱۹۸۸ می گردیده و این در حالی است که در سال ۱۹۸۷ برابر با ۴ میلیارد دلار، در سال ۱۹۸۶ معادل با ۳/۵ میلیارد دلار، در سال ۱۹۸۵ برابر با ۳/۶ میلیارد دلار، در سال ۱۹۸۴ برابر با ۳/۵ میلیارد دلار و در سال ۱۹۸۳ نیز معادل با ۳/۸ میلیارد دلار بوده است.^(۱) در سال ۱۹۸۸ حدود ۷۰ درصد بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی منحصر به انجام فعالیت های شرکت های خارجی در داخل کشورهای در حال توسعه بوده که نسبت مذکور در اوایل دهه ۱۹۸۰ برابر با ۸۵ درصد می گردیده است.

توزیع جغرافیایی بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی در سال ۱۹۸۸ حاکی از آن است که بزرگترین بازار مربوطه همانا آسیا با حجم فعالیتی به میزان یک میلیارد و ۱۵۰ میلیون دلار بوده است. آفریقا با ۸۲۴ میلیون دلار، خاورمیانه با ۸۰۹ میلیون دلار، اروپا با ۶۲۲ میلیون دلار، ایالات متحده با ۳۸۸ میلیون دلار و امریکای لاتین نیز با ۳۲۲ میلیون دلار در رده های بعدی اهمیت قرار می گیرند. همچنین در سال ۱۹۸۸، ۱۰ بازار از ۲۰ بازار عمده جهانی در کشورهای آسیایی قرار داشته که ۹ بازار آن شامل کشورهای اندونزی، چین، تایلند، فیلیپین، هند، مالزی، بنگلادش، استرالیا و سنگاپور می گردد. به استثنای بازارهای امریکای لاتین و کشورهای آفریقا که در سال ۱۹۸۸ و در مقایسه با سال ۱۹۸۷ به ترتیب برابر با ۲۶ و ۱۳ درصد دچار کاهش شد، بازارهای نواحی دیگر شاهد آنچه افزایشی بود که کاهش مربوط به این دو منطقه را جبران نموده است. از سوی دیگر، بخش اعظم تجارت صورت گرفته در مناطق آفریقا و امریکای لاتین نیز وابسته به کمک های اعطایی خارجی بوده است؛ چراکه مقادیر قابل ملاحظه ای از کمک های مالی رسمی ژاپن در سال ۱۹۸۸ عمدتاً به کشورهای واقع در مناطق مذکور اختصاص داشته است.

تقسیم بازار جهانی طراحی مهندسی مابین ۲۰۰ شرکت بین المللی طراحی، آن هم از ملیت های مختلف، خود جنبه های دیگری از این بازار را آشکار می سازد. اطلاعات مربوطه حاکی از آن است که در این بازار، ایالات متحده همچنان در صدر قرار دارد؛ هر چند که سهم این کشور از ۳۱ درصد مربوط به سال ۱۹۸۳ به ۲۵ درصد در سال ۱۹۸۸ کاهش یافته است. بالعکس، در میان ۲۰۰ شرکت عمده بین المللی طراحی مهندسی، شرکت های کانادایی از جهش خوبی در طی سه سال ماقبل ۱۹۸۸ برخوردار بوده اند و بعد از ایالات

۱- هاجر، جانشین، توسعه اقتصادی و اجتماعی، تهران، ۱۳۶۷، ص ۱۰۰. همچنین در این زمینه می توان به کتاب «توسعه اقتصادی و اجتماعی» نوشته دکتر علی شریعتی، تهران، ۱۳۶۷، ص ۱۰۰ را نیز مطالعه کرد.

شرکت‌های امریکایی، موفقیت آمیزتر عمل نمایند. سهم صادراتی شرکت‌های کانادایی در این نقطه از جهان از ۶ درصد مربوط به سال ۱۹۸۶ به ۲۶ درصد در سال ۱۹۸۸ افزایش یافت که خود متضمن رشدی بیش از چهار برابر است.

شرکت‌های اروپایی نیز سهم خود از بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی را به ۴۷ درصد در سال ۱۹۸۸ رساندند و این در حالی است که سهم این کشورها در سال ۱۹۸۷ برابر با ۴۸ درصد، در سال ۱۹۸۶ معادل با ۵۵ درصد، در سال ۱۹۸۵ برابر ۴۷ درصد و بالاخره در سال ۱۹۸۴ نیز معادل با ۴۳ درصد بوده است. در میان کشورهای اروپایی، انگلستان با متوسط سهم بازاری به مقدار ۱۳ درصد طی سال‌های ۱۹۸۸-۱۹۸۳، حائز مقام نخست می‌باشد. بخش عمده فعالیت‌های خارجی شرکت‌های طراحی مهندسی فرانسه نیز اختصاص به آفریقا دارد؛ به گونه‌ای که بیش از ۵۰ درصد درآمدهای خارجی آنها حاصل خدمات ارائه شده به کشورهای این قاره است.

در میان کشورهای در حال توسعه، کره جنوبی توانسته است سهم خود از بازار جهانی طراحی مهندسی را به حدود ۱/۵ درصد بالغ گرداند. شرکت‌هایی از چند کشور در حال توسعه دیگر نیز توانسته‌اند در بازار جهانی حضور یابند، لکن سهم انفرادی آنها از بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی رقمی بسیار ناچیز است. در سال ۱۹۸۸، از ۲۰۰ شرکت عمده بین‌المللی طراحی مهندسی در جهان، تنها ۱۴ شرکت به کشورهای در حال توسعه اختصاص داشته. حال آنکه در سال ۱۹۸۷ تعداد این شرکت‌ها به ۱۷ شرکت بالغ می‌شده است. قابل ذکر است که از میان ۲۰ شرکت عمده طراحی مهندسی در جهان، یک شرکت که قبلاً در لبنان واقع شده بود فعلاً به مصر تغییر مکان داده و شرکت دیگری نیز در کشور یوگسلاوی واقع شده است. همچنین اسامی شرکت‌های دیگری که در کشورهای کره جنوبی، هند، برزیل، یوگسلاوی، هنگ کنگ، تایوان و عربستان سعودی قرار دارند نیز به چشم می‌خورد.

با تمام این احوال، بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی همچنان در دست شرکت‌های متعلق به کشورهای پیشرفته قرار دارد. شرکت‌های مذکور بیش از ۹۰ درصد این بازار را در کنترل خود داشته و در زمینه بازار جهانی خدمات طراحی مهندسی به رهبران بلامنزاع بدل گردیده‌اند.^(۱) بالعکس، چنین به نظر می‌رسد که پیشرفت کشورهای در حال توسعه بیشتر در جهت رخنه به بازار جهانی خدمات ساختمانی بوده، گرچه موقعیت آنها در طی چندین سال گذشته دچار تضعیف شده است.

بحثی پیرامون ارزش و جایگاه صادرات خدمات فنی و مهندسی

رشد سریع بازرگانی جهانی و تلاش کشورها برای به دست آوردن سهم بیشتری از آن، شرایطی را فراهم ساخته است تا از تمامی ابزارهای لازم به منظور دستیابی به این هدف استفاده شود.

تجارت بین‌المللی، در طول سال‌های اولیه دهه ۱۹۹۰، با وجود رکود نسبتاً شدیدی که بر اقتصاد کشورهای عمده صنعتی و در حال رشد حاکم بود، توانست از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار شود؛ طوری که در سال ۱۹۹۲^(۲) حجم تجارت جهانی به ۴۵۴۵/۴ میلیارد دلار رسید که نسبت به سال قبل از آن

1 - Ibid., P.196.

2 - BALANCE OF PAYMENT, YEAR BOOK.

رشدی برابر ۱۰/۸ درصد داشته است. این امر به این معناست که تلاش سیستم‌های گوناگون اقتصادی به منظور دستیابی به حجم بالاتری از مبادله‌ی کالاها و خدمات، با وجود کاستی‌های حاکم بر نظام اقتصادی جهان، ادامه یافته است.

بررسی روند بازرگانی جهانی و اجزای عمده‌ی تشکیل دهنده‌ی آن، حکایت از این دارد که بتدریج سهم تبادل خدمات در بازرگانی جهان رو به افزایش گذاشته است، طوری که امروزه حدود ۲۱ درصد از کل بازرگانی جهان، ناشی از مبادله‌ی خدمات است.

اقتصاد ایران با اتکا به درآمدهای ناشی از صادرات نفت خام، هنوز از حالت متعادل و موزونی برخوردار نگردیده و این خود باعث شده تا کشور ما همواره دریافت‌کننده‌ی خدمات و کالا از سایر کشورهای جهان باشد و عملاً به جز صادرات محدود کالاهای سنتی و معدنی، نقش عمده‌ای در صدور دیگر محصولات و خدمات به بازارهای جهانی نداشته باشد. شاهد مدعا آنکه، میزان صادرات غیرنفتی ایران در مقابل واردات، همواره رقم بسیار ناچیزی بوده است و امروزه نیز که سعی بر آن شده تا با روش‌هایی، صادرات غیرنفتی کشور افزایش یابد، همچنان در مقایسه با واردات کالا و خدمات، رقم غیرقابل ملاحظه‌ای است. در سال‌های اخیر، در مقابل حداکثر چهار میلیارد دلار صادرات غیرنفتی، میزان واردات در بیشتر سال‌ها از ۲۰ میلیارد دلار نیز افزون‌تر بوده است؛ بنابراین، در چنین فضایی که فرهنگ واردات همچنان حاکم است و ایران قادر به صادرات کالاهای ساخته شده‌ی صنعتی نیست، اهمیت صادرات خدمات که بخشی از آن می‌تواند به صورت خدمات پیمانکاری باشد، نباید نادیده گرفته شود. البته نباید فراموش کرد که شرایط ویژه‌ی حاکم بر اقتصاد کشور، زمینه‌ای را فراهم ساخته است تا بتدریج استفاده از توانایی‌های داخلی - که بخشی از آن به توانایی‌های عملی شرکت‌های ساختمانی و پیمانکاری داخلی مربوط می‌شود - امکان‌پذیر شود. مشاهده‌ی نخستین نشانه‌های موفقیت شرکت‌های ایرانی در مناقصه‌های بین‌المللی، نویدی بسیار امیدوارکننده است که نه تنها می‌تواند در صورت پیگیری به یک منبع عمده‌ی درآمد ارزی برای کشور تبدیل شود، بلکه باعث می‌شود ساختار خدمات اجرایی کشور، از رهگذر فعالیت‌های پیمانکاری در خارج از کشور، زمینه‌ی وارد کردن تکنولوژی‌های جدید و توانایی‌های بیشتر را به درون شرکت‌های پیمانکاری داخلی، فراهم نماید. تجربه‌های برخی از کشورها حاکی از آن است که از راه اعطای امتیازهای ویژه به شرکت‌های پیمانکاری داخلی خود، علاوه بر آن که موجب جذب منابع ارزی هنگفت شده‌اند، به شکوفایی تکنولوژیکی این شرکت‌ها نیز کمک فراوانی نموده‌اند. تجربه‌های کشورهایمانند کره‌ی جنوبی و ترکیه - از میان کشورهای در حال رشد - و کشورهایمانند ایتالیا، آلمان و ژاپن - از میان کشورهای صنعتی پیشرفته - گواه زنده‌ای برای مدعاست.

در کشور ما اگرچه هنوز حرکتی جدی در زمینه‌ی صادرات خدمات صورت نگرفته است، لیکن، شرایط اقتصادی موجود توجه به این مقوله را به طور جدی مطرح ساخته است.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود روند نزولی صادرات خدمات از سال ۱۳۶۳ آغاز و به پایین‌ترین میزان در سال ۱۳۶۶ رسید؛ لیکن در طی سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۰، یعنی در سه ساله‌ی نخستین اجرای برنامه‌ی اول، این روند معکوس شده و صادرات خدمات از رشد قابل توجهی برخوردار شد.

جدول شماره‌ی (۱) تنها‌نمایی را از واقعیت موجود در این بخش ارائه می‌کند، زیرا ماهیت بخش خدمات و نحوه‌ی شکل‌گیری فعالیت‌ها و عدم کفایت برنامه‌ریزی‌های موجود به منظور کنترل، هدایت و گسترش صادرات خدمات مجموعاً امکان دستیابی به حجم واقعی صادرات این بخش را با مشکل مواجه می‌سازد؛ ضمن اینکه توانایی‌های بالقوه‌ی دیگری نیز همچنان باقی مانده است.

جدول شماره (۱) - وضعیت صادرات خدمات در طی سال‌های ۱۳۶۱ تا ۱۳۷۰

سال	۱۳۶۱	۱۳۶۲	۱۳۶۳	۱۳۶۴	۱۳۶۵	۱۳۶۶	۱۳۶۷	۱۳۶۸	۱۳۶۹	۱۳۷۰
میلیارد ریال	۱۰۴/۲	۱۳۷/۴	۱۲۱/۶	۹۰/۸	۸۰/۰	۵۰/۴	۶۶/۲	۱۰۱/۵	۱۵۳/۴	۱۹۶/۹

* مأخذ: نماگرهای اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، دفتر حساب‌های اقتصادی مرکز آمار ایران، اسفند ۱۳۷۲

ما در اینجا و به منظور نمایاندن آنچه در این رابطه صورت گرفته است به بررسی موارد مرتبط با اجرای یک پروژه که در حال حاضر توسط شرکت‌های ایرانی در خارج از کشور در دست اجراست، می‌پردازیم.

۸۰ کیلومتر از پروژه‌ی راه «اکو» در مسیر زاهدان به کوئته‌ی پاکستان، توسط شرکت «جنرال مکانیک» وابسته به بنیاد مستضعفان و جانبازان در حال اجراست. کل مبلغ قرارداد افزون بر ۷۹۶ میلیون روپیه‌ی پاکستان بوده و مدت زمان اجرای طرح نیز ۲ سال پیش‌بینی شده است. نکته‌ی جالب آنکه، قیمت ارائه شده از سوی شرکت ایرانی، تقریباً ۸ درصد کمتر از قیمت‌های پیشنهادی سایر پیمانکاران و حتی شرکت‌های پاکستانی بوده است؛ طوری که رقم قابل توجهی که بالغ بر ۱۵۰ میلیون روپیه می‌شود، در هزینه‌های دولت پاکستان صرفه‌جویی شده که به سود این کشور خواهد بود. در پروژه‌ی یادشده در حال حاضر جمعاً ۲۳ نفر ایرانی که هسته‌ی اصلی مدیریت کار را تشکیل می‌دهند، شاغل هستند و ۱۴۵ کارگر بومی پاکستانی (راننده، کارگر، نگهبان و خدمات) نیز در اجرای این پروژه اشتغال دارند.

ماشین‌ها و تجهیزات مورد نیاز همگی از ایران تأمین شده است که به صورت ترانزیت دوساله، در پاکستان از آنها استفاده می‌شود. عملیات اجرایی این پروژه با وجود مشکلاتی که معمولاً در ابتدای کار وجود دارد، با موفقیت همراه بوده است.

مشکل اصلی این پروژه در حال حاضر، کامل نبودن نقشه‌های اجرایی (ابهام‌های خط پروژه، آبروها و ابهام در قسمتی از نقشه‌های اجرایی) است که موجب کندی کار شده و با همکاری مشاور طرح، در حال برطرف شدن است.

علاوه بر این، مسأله‌ی روادید ورود و خروج و اجازه‌ی کار پرسنل با کندی و تأخیر انجام می‌گیرد. طبعاً با برطرف شدن مشکلات مزبور، توان اجرایی شرکت به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد یافت. لازم به توضیح است که بخش دیگری از پروژه‌ی راه «اکو» نیز توسط دو شرکت ایرانی به نام‌های «استراتوس» و «توسعه‌ی راه‌های ایران» در حال اجراست. علاوه بر پروژه‌های فوق، شرکت «دوبرال» در

ترکمستان. و شرکت «تهران - جنوب» در مناقصه‌ی خط لوله‌ی سراسری نفت در مالزی و شرکت «ایتوک ایران» در استخراج معادن بوکسیت «گینه‌ی کوناکری»، حضور یافته و فعالیت دارند.

پس از موفقیت در انجام کارهای پیمانکاری توسط شرکت‌های ایرانی، اخیراً حرکت‌ها و اقدام‌هایی نیز جهت شناسایی استعدادها و توانایی‌های شرکت‌های ساختمانی، تأسیساتی و تجهیزاتی صورت پذیرفته و سازمان برنامه بودجه در اجرای آیین‌نامه‌ی تشخیص صلاحیت پیمانکاران و نحوه‌ی ارجاع کار به آنان، فهرستی را از نام‌های شرکت‌های یاد شده تهیه کرده است. در این فهرست، نوع فعالیت این شرکت‌ها به دو بخش - رشته‌های عمومی و رشته‌های اختصاصی - تفکیک شده است. رشته‌های عمومی مشتمل بر کارهای راهسازی، آبیاری و زهکشی، تأسیسات شهری، ساختمان‌سازی، تأسیسات و تجهیزات ساختمان‌ها و توزیع و انتقال نیرو است که هر یک گستره‌ای از فعالیت‌ها را در بر می‌گیرد.

رشته‌های اختصاصی نیز عبارتند از:

۱- اسکله و بندر سازی

۲- احداث تونل

۳- سدسازی با تأسیسات جانبی

۴- انجام عملیات آسفالت به همراه جدول‌سازی و آبروهای مربوط به آن

۵- کشیدن خط لوله‌ی نفت، گاز و آب در خشکی

۶- روسازی راه آهن و راه آهن زیرزمینی

۷- آماده‌سازی، اکتشاف و استخراج معادن

۸- تزریق سیمان، شمع کوبی، شمع ریزی و کارهای ویژه‌ی فونداسیون.

۹- حفاری‌های اکتشافی و بهره‌برداری آب

۱۰- نصب و راه‌اندازی تأسیسات و تجهیزات تصفیه‌خانه‌های آب و فاضلاب

۱۱- نصب تأسیسات، تجهیزات و ماشین‌های پالایشگاه‌های نفت، گاز و مجتمع‌های پتروشیمی

۲۵- نصب و راه‌اندازی سیستم‌های مخابراتی راه دور

۲۶- نصب خطوط پست‌های فشار قوی انتقال نیرو

۲۷- احداث تأسیسات اعلام و اطفای حریق

مجموعاً ۱۰۲۵ شرکت پیمانکاری سراسری - با احتساب شرکت‌های دولتی - در کشور مشغول فعالیت هستند^(۱)، که مجموع ظرفیت کاری آنها، افزون بر ۱۷,۰۰۰ میلیارد ریال است. اگر به طور متوسط برای اجرای هر پروژه که به این شرکت‌ها واگذار می‌شود متوسط زمانی ۴ سال را در نظر بگیریم، ظرفیت سالانه‌ی این مجموعه، ۴۲۵۰ میلیارد ریال خواهد شد. این در حالی است که کل کارهای در دست اجرای این شرکت‌ها، حدود ۵۶۰۰ میلیارد ریال بوده که حدود ۳۰ درصد ظرفیت و توان این شرکت‌ها است؛ ضمن اینکه اجرای بخشی از کار به ارزش ۲۱۰۰ میلیارد ریال پایان پذیرفته و تنها ظرفیتی برابر ۳۵۰۰ میلیارد ریال باقی مانده است که رقم اخیر، حدود ۲۰ درصد از توان اجرایی این شرکت‌ها را در بر می‌گیرد. به عبارتی، حجم کاری در دست اجرای این شرکت‌ها حتی از ظرفیت یکسال آنها نیز کمتر است و توان قابل ملاحظه‌ای از این مجموعه، بدون استفاده مانده است. در این شرایط، حتی اگر عدم ارائه‌ی اطلاعات واقعی از سوی برخی از شرکت‌ها را هم در نظر بگیریم، باز هم ظرفیت‌های خالی، فراتر از آن خواهد شد.

در زمینه‌ی خدمات مشاوره نیز تعداد ۴۷۱ شرکت مهندسی مشاور مشغول فعالیت هستند که هر یک از این شرکت‌ها به طور متوسط قادر به انجام ۵ کار به صورت همزمانند؛ یعنی توان کاری برای ۲۳۵۵ پروژه‌ی گوناگون را دارا هستند، در حالی که شرکت‌های یاد شده در سال ۱۳۷۲ تنها ۶۵۰ قرارداد کاری داشتند. بدین ترتیب، حجم کاری این بخش نیز ۲۸ درصد ظرفیت بالقوه‌ی این شرکت‌هاست؛ لذا، گرچه تشخیص صلاحیت و ایجاد نظام برای مجریان این دسته از فعالیت‌های خدماتی کار ارزنده‌ای است، لیکن در صورتی که گام‌های بعدی در جهت رشد و توسعه‌ی این فعالیت‌ها در خارج از کشور برداشته نشود و مشکلات موجود بر سر راه این فعالیت‌ها شناخته و مرتفع نگردد، می‌توان گفت که کار مثبتی صورت نگرفته است.

شرکت‌های معدودی که اینک در مناقصه‌های بین‌المللی موفق شده و در اجرای پروژه‌های خارجی مشارکت یافته‌اند با مشکلات متعددی مواجه‌اند. برخی از این مشکلات عبارت است از:

احراز صلاحیت، جمع‌آوری آمار و اطلاعات، تأمین ضمانت‌نامه‌ی شرکت در مناقصه، عدم آشنایی با نوع قراردادهای خارجی، کامل نبودن قانون‌های خارجی، عدم آشنایی با مقررات گمرکی، کامل نبودن قوانین کار و امور اجتماعی برای ایرانیان شاغل در خارج از کشور، عدم آگاهی از مقررات کشورهای بهره‌بردار کننده، هزینه‌های سنگین حضور در مناقصه‌ها و نیاز به تداوم حضور تا گرفتن نتیجه‌ی مثبت. بنابراین، حل مشکلات یاد شده ضمن مضاعف ساختن قدرت رقابت این شرکت‌ها در عرصه‌ی بین‌المللی، می‌تواند توانایی‌های بالقوه‌ی بسیاری را در سایر بخش‌های اقتصادی آشکار سازد و رشد این بخش را تسریع کند.

۱- مأخذ: نشریه آمار سازمان برنامه و بودجه

جدول شماره ۲) - اطلاعات تفصیلی پیرامون زمینه‌های کاری پیمانکاران ایرانی

تعداد شرکت و پیمانکاران	رتبه	حداکثر ارزش کار مناسب به میلیون ریال	حداقل ارزش کار مناسب به میلیون ریال	زمینه‌ی کاری
۵۸	۴	۴۰۰۰	۱۵۰۰	راهسازی
۵۲	۵	۲۲۰۰	۸۰۰۰	
۴۹	۶	۱۵۰۰۰	۳۲۰۰	
۳۲	۷	۲۲۰۰۰	۵۰۰۰	
۳۷	۸	۳۵۰۰۰	۸۵۰۰	
۲۳	۳	۶۰۰۰	۱۵۰۰	آبیاری و زهکشی
۲۳	۴	۱۲۰۰۰	۲۲۰۰	
۱۲	۵	۲۲۰۰۰	۳۰۰۰	
۱۷	۶	۳۵۰۰۰	۷۰۰۰	
۵۲۳	۸۶۴	۲۷۰۰۰	۱۵۰۰	ساختمان‌سازی
۱۴۷	۵۶۳	۱۰۰۰۰	۸۰۰	تأسیسات و تجهیزات ساختمان‌ها
۳۴	۵۶۳	۱۰۰۰	۱۰۰۰	توزیع و انتقال نیرو
۵۴	۵۶۱	۲۰۰۰۰	۲۰۰	خط لوله‌ی نفت، گاز و آب
۱۱	۵،۳،۱	۲۵۰۰	۲۰۰	پالایشگاه‌های نفت، گاز و مجتمع‌های پتروشیمی
۱۱	۴۶۱	۱۶۰۰۰	۱۵۰	تلمبه‌خانه‌های نفت، گاز و کمپرسور گاز
۴	۱	۵۰۰	۱۰۰	رنگ آمیزی، سندبلاست و حفاظت کاتدی
۱۹	۴۶۱	۱۲۰۰۰	۲۰۰	ساخت انبارهای با ظرفیت کمتر از ۳۰۰ هزار بشکه
۴	۲،۱	۳۵۰	۲۰	رشته‌ی متمرکز سونوچینگ مخابراتی
۳	۲،۱	۶۰	۵	رشته‌ی تجهیزات مخابراتی راه دور
۷	۲،۱	۹۲۰	۱۰۰	رشته‌ی کابل مخابراتی

مأخذ: سازمان برنامه و بودجه

با توجه به مراتب مشروح گذشته، ضرورت دارد که قانون تمهیداتی را فراهم کند تا دولت و دستگاه‌های اجرایی زیر پوشش، موظف به همکاری لازم به منظور استفاده‌ی بالفعل از توانایی شرکت‌های پیمانکاری و مهندسی داخلی شوند. بنابراین بسیار مناسب خواهد بود که به طریق قانونی دولت موظف شود به منظور افزایش و ایجاد تنوع در درآمدهای ارزی کشور، استفاده از توانایی‌ها و تجربه‌های شرکت‌های مهندسی و پیمانکاری ایرانی و نیز پرهیز از آثار منفی ناشی از کاهش اعتبارهای عمرانی شرکت‌های مهندسی و پیمانکاری داخلی؛ تسهیلات لازم را جهت حضور شرکت‌ها و مؤسسه‌های ایرانی در بازارهای جهانی و صدور خدمات مهندسی فراهم آورد و براین امر، تا آنجا که منجر به ایجاد دیوانسالاری اداری نشود، نظارت لازم را در حد معقول اعمال کند.

تسهیلاتی که در راستای هدف‌های یاد شده برای شرکت‌های پیمانکاری شاغل در خارج از کشور

مورد نظرند شامل موارد زیر می‌شود:

۱- معافیت‌های مالیاتی

۲- پرداخت تسهیلات ارزی - ریالی با نرخ‌های تشویقی

۳- تأمین پوشش بیمه‌ی صادراتی

۴- تسهیل در صدور روادید و گذرنامه

۵- گسترش بیمه‌ی خدمات در مانی برای کارکنان شاغل در خارج از کشور

۶- تسهیلات گمرکی به منظور خروج ماشین‌ها، ابزار، ملزومات و تجهیزات اجرایی

۷- تسریع و تسهیل در صدور ضمانت‌نامه‌های بانکی

از آنجایی که کلیه‌ی شرکت‌های خدمات مهندسی ایرانی که توسط سازمان برنامه و بودجه رتبه‌بندی شده‌اند می‌توانند در صورت تمایل در مناقصه‌های بین‌المللی شرکت کنند، سازمان برنامه و بودجه موظف شود براساس آیین‌نامه‌ای که به همین منظور تدوین خواهد کرد، نسبت به تشخیص صلاحیت ویژه‌ی صادرات خدمات مهندسی و پیمانکاری پیمانکاران اقدام کند. آیین‌نامه‌ی اجرایی این امر می‌تواند حداکثر ظرف مدت ۴ ماه از تاریخ تصویب آن، توسط سازمان برنامه و بودجه و با همکاری وزارتخانه‌های امور اقتصادی و دارایی، امور خارجه، بازرگانی و بانک مرکزی تدوین و پس از تأیید هیأت وزیران به ارگان‌های مربوط ابلاغ شود.