

ارایه چارچوب خط مشی های دولت در افزایش توان رقابت ملی در بازارهای برون مرزی خدمات مهندسی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۷

داوود حسین پور *

فتاح شریف زاده **

میر علی سید نقوی ***

سیروس صدر نفیسی ****

چکیده

اگر در تعریفی از توان رقابت ملی آن را " سهم محصولات/خدمات یک کشور از بازار جهانی " بدانیم، به این پرسش اساسی می رسیم که چرا سهم شرکت های مهندسی ایرانی از بازار جهانی اندک است؟ هدف این پژوهش تعیین و تبیین نقش دولت در افزایش توان رقابت ملی شرکت های مهندسی ایران در بازار جهانی است. این پژوهش، با استفاده از پانزده مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با صاحب نظران این عرصه (در شرکت های مهندسی مشاور، پیمانکاری و سازمانهای مرتبط با صادرات خدمات مهندسی)، در قالب روش تحلیل مضمون، انجام شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد ابعاد خط مشی های دولت، عبارتند از: اصلاح ساختاری ساز و کارها در تامین مالی؛ ایجاد شرکت های بزرگ مقیاس مهندسی با تغییر پارادیم به بین المللی سازی؛ دگرگون سازی ساز و کارهای حمایتی دولت خصوصاً در روابط خارجی؛ سازمان دهی نوین در عرصه مدیریت صادرات خدمات مهندسی؛ و لزوم تغییر نگرش به جایگاه صادرات خدمات مهندسی. مهم تر از همه، رسیدن به این درک ویژه که در شرایط فعلی اقتصادی ما، صادرات خدمات مهندسی می تواند به عنوان موتور محرک اقتصادی عمل کند. که لازمه آن، اجرای خط مشی های ترسیم شده در هر یک از ابعاد پنج گانه ای است که شمای روشنی از چارچوب رقابت پذیری خدمات مهندسی ما را نشان می دهد.

واژگان کلیدی: توان رقابتی، رقابت ملی، خدمات مهندسی، خط مشی دولت، بازار برون مرزی

* دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
** استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
*** استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
**** دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
(نویسنده مسئول) nafissi81@yahoo.com

مقدمه

اگر نگاهی به دنیای اطرافمان بیاندازیم می‌بینیم که برخی کشورها رتبه‌های بالایی را در صادرات جهانی از جمله جدول صادر کنندگان خدمات مهندسی، به خود اختصاص می‌دهند، اما متأسفانه جایگاه کشور ما در این عرصه چندان مطلوب نیست و این وضعیت در شرایطی است که ایران از نظر تعداد فارغ‌التحصیلان رشته‌های مهندسی جزء چند کشور اول دنیا است، که در بیش از ۱۰۰۰۰ شرکت مهندسی مشاور و پیمانکاری؛ با توان فنی - تخصصی قابل توجه اشتغال به کار دارند (امام بخش، ۱۳۹۸). بنابراین مسئله اصلی این پژوهش با این پرسش آغاز می‌شود که چرا خدمات مهندسی ایرانی، با وجود سالها تلاش، کمتر امکان رقابت در سطح برون مرزی را دارند؟ و از منظری دیگر، چرا برخی کشورهای همجوار مانند ترکیه که همزمان با ما به این عرصه وارد شده‌اند (امینی، ۱۳۹۸)، با وجود مشابهت در ظرفیت‌های فنی، موفق‌تر از ما بوده‌اند و بسیاری از بازارهای هدف ما را تصاحب نموده‌اند (نقوی، ۱۳۹۸)؟

نکته اینجا است که در دنیای پیچیده رقابتی این روزها، برای بررسی شرایط رقابتی، توجه صرف بر آن عرصه خاص، ما را به نتیجه نمی‌رساند (Xing & Guo, 2017) و لازم است کلیه عوامل موثر در حوزه تجارت، در یک منشور چند وجهی ملاحظه شوند و بحث کلان رقابت پذیری ملی است که مطرح می‌شود (Hagos & Singh, 2018). در تعریف رقابت پذیری ملی می‌توان گفت، توانمندی‌هایی است که یک کسب و کار و در دیدگاه کلان، یک کشور دارا می‌باشد تا در عرصه رقابت بین‌المللی، توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی و ماندن در صحنه رقابت را برای دوره‌ای بلند مدت حفظ نماید (پورتر، ۱۳۹۴، فصل ۱).

از سوی دیگر با نگاهی به اسناد بالادستی (از جمله لایحه برنامه ششم توسعه و بیانات مقام معظم رهبری) می‌بینیم که موضوع صادرات غیر نفتی و رقابت پذیری (عطف به ماده ۲۲ برنامه ششم)، اهمیت خاصی دارد. از این منظر رشد صادرات خدمات مهندسی در راستای اسناد بالادستی و سیاست‌های کلان کشور است؛ خصوصاً وقتی که بدانیم صادرات خدمات مهندسی دنیا بازاری بالغ بر ۱۰۰۰ میلیارد دلار در سال دارد (انصاری، ۱۳۹۸)، که متأسفانه کشور ما کمتر از نیم درصد، از آن نصیب داشته است (معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، ۱۳۹۹). بنابراین باید دید

آیا در تعیین حوزه‌های ارجح در صادرات غیر نفتی، کاستی‌هایی وجود نداشته است؟ همچنین بنا بر اصل ۴۴ قانون اساسی، بر فعالیت بخش خصوصی در تجارت و خدمات تأکید شده است که با توجه به لزوم مشارکت بخش خصوصی در عرصه صدور خدمات مهندسی (بسیاری از شرکت‌های مهندسی ما غیر دولتی می‌باشند)، منعی برای حرکت در مسیر توسعه صادرات خدمات مهندسی از منظر اسناد بالادستی به چشم نمی‌خورد. نکته بسیار مهم این است که در عرصه رقابت‌پذیری ملی، پژوهش‌های پیشین عمدتاً به محصولات سنتی مانند خرما، فرش، پسته، خشکبار یا مواد خامی چون گاز و مس یا صنایع پایه- تبدیلی مانند پتروشیمی و نساجی پرداخته‌اند؛ و در خصوص خدمات مهندسی، پژوهش‌های صورت گرفته، عمدتاً معطوف به منظرهای محدودتری چون تعیین بازارهای هدف، اولویت بندی مشکلات و شناسایی فرصت‌ها یا رده بندی عوامل مؤثر بوده‌اند، و موضوع را از منظر بنیادین معرفی شده در این پژوهش ننگریسته‌اند تا با ارائه راهکارهای کاربردی، به تصحیح و ترسیم جامع سیاست‌گذاریه‌ها، ذیل رقابت-پذیری ملی بپردازند؛ که در این تحقیق کوشش شده، شکاف موجود، برطرف گردد. و نهایتاً با توجه به اینکه دولت و سیاست‌گذاران با حضور خود در کلیه امور و شئون و اعمال قوانین و مقررات، بر رقابت‌پذیری تأثیر مثبت و گاه منفی داشته‌اند (جعفری و همکاران، ۱۳۹۸) می‌خواهیم بدانیم به عنوان یک متغیر اصلی، چگونه می‌توانند با تنظیم خط‌مشی‌های مناسب، به افزایش توان رقابتی ما در این عرصه یاری رسانند؟ بنابراین این هدف این مقاله آن است که، مشخص نماید:

الف- اسناد بالادستی موجود، در چه محورهایی نیاز به جهت‌دهی در موضوع صادرات خدمات مهندسی دارند؟

ب- رویکردهای خط‌مشی‌گذاری موجود در این حوزه، چه کاستی‌هایی دارند؟

ج- چارچوب کلی و اجرایی خط‌مشی‌های دولت جهت افزایش توان رقابتی خدمات مهندسی ما چگونه باید ترسیم گردد؟ که پرسش اصلی این تحقیق است و پرسش‌های فرعی و جنبی مرتبط با آن:

۱- عوامل کلان مؤثر در رقابت‌پذیری ملی در صادرات خدمات مهندسی کدام‌ها

هستند؟

۲- مقتضیات بنیادین خط‌مشی‌گذاری، جهت توانمندسازی بخش خصوصی، و

ترسیم مسیر صادرات خدمات مهندسی به عنوان یکی از موتورهای محرک اقتصاد، چه می‌باشند؟

مرور ادبیات نظری و پیشینه تحقیق

خط‌مشی‌گذاری و رویکردهای آن: به زعم بسیاری از اندیشمندان، فرایند اجرا از زمان تدوین خط‌مشی شروع می‌شود (Howlett & Ramesh, 2015). در این فرایند، ابتدا مسائل عمومی مفهوم سازی می‌شوند؛ نهادهای دولتی بدیل‌های حل مسائل را بررسی و بدیل منتخب را اجرا می‌کنند که این روش نظام‌مند، الگوی عقلانی است (ساباتیه^۱، ۱۳۹۳، ص. ۱۷). اما در فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی، معمولاً پیش‌بینی تمامی عوامل تأثیرگذار میسر نمی‌گردد (الوانی و شریف زاده، ۱۳۹۸، ص. ۲۹)، در این میان می‌توان به تأثیر فشارهای ذی‌نفعان، نقش کانون‌های تفکر، رسانه‌ها و دیگر مراجع اطلاعاتی اشاره کرد (اسمیت و لاریمر^۲، ۱۳۹۷، ص. ۹۲).

مدل دیگری که در فرایند تدوین خط‌مشی به کار گرفته می‌شود، مدل تغییرات تدریجی یا مدل لیندبلوم^۳ است (الوانی و شریف زاده، ۱۳۹۸)؛ که با عنایت به آنکه در خصوص صادرات خدمات مهندسی، عقبه‌ای از قوانین و مستندات در کشور وجود داشته، قانون یا خط‌مشی فعلی سعی در رفع مشکلات و کارآمدتر کردن آن را دارد، از این منظر می‌توان اینگونه قوانین اصلاحی را برگرفته از مدل تغییرات تدریجی (جزئی-تدریجی) دانست، به طور مثال ابلاغ آیین‌نامه اجرایی صدور خدمات فنی و مهندسی، با این مدل قابل تفسیر است.

از دیگر مدل‌های خط‌مشی‌گذاری می‌توان به مدل رضایت‌بخش (مدل هربرت سایمون و جیمز مارچ^۴) اشاره کرد. با توجه به محدودیت‌هایی چون: زمان اندک، محدودیت‌های اطلاعات، تأثیر جنبه‌های انسانی و ارزشی؛ در بسیاری از مواقع دستیابی به گزینه بهینه دشوار است و در این شرایط با دستیابی به اولین گزینه رضایت‌بخش، فرایند خط‌مشی‌گذاری به اتمام می‌رسد (الوانی و شریف زاده، ۱۳۹۸). به نظر می‌رسد روند خط‌مشی‌گذاری در صادرات خدمات مهندسی کشور و در غیاب امکان بررسی‌های همه‌جانبه، چنین رویکردی نیز مرسوم بوده است.

مدل دیگری که در ادبیات خط‌مشی‌گذاری از آن یاد می‌شود، مدل سطل زباله است

که توسط کوهن، مارچ و اولسن^۵ برای توصیف تصمیم گیری در شرایط بسیار مبهم و بی نظم ارائه شده است. زمانی که بر سر اهداف یا موضوعات بحث برانگیز و وسایل نیل به آنها توافق وجود ندارد، فرایند کار، شبیه انتخاب تصادفی مواد زایدی است که در یک سطل زباله با یکدیگر ترکیب می شوند (الوانی و شریف زاده، ۱۳۹۸).

رویکردهای متفاوت دیگری هم در خطمشی گذاری وجود دارد که از میان آنها می توان به خطمشی گذاری مبتنی بر قدرت (الوانی، ۱۳۹۸، ص. ۹۵-۹۴) اشاره کرد که بر اساس آن، خطمشی گذاری بوسیله نخبگان قدرتمند صورت گرفته و دیگران از آن تبعیت می کنند، یا چارچوب ائتلاف مدافع (که به پیچیدگی های خطمشی گذاری در جوامع مدرن نظر دارد) و نظریه تعادل گسسته (که در صدد تبیین گسست های خط-مش گذاری و ایستایی ها یا تغییرات تدریجی آن بر می آید) و نهایتاً چارچوب جریانات چندگانه (ساباتی، ۱۳۹۶).

در خصوص خط مشی گذاری های فعلی در عرصه صادرات خدمات مهندسی، با توجه به عدم ترسیم چشم انداز واقع بینانه از موضوع، بسیاری موارد با مدل جریانات چند گانه قابل تفسیر است. مدل جریانات چندگانه، با شرایط ابهام سروکار دارد (ساباتی، ۱۳۹۶، ص. ۱۳۴) و جریان خطمشی، حاوی ملغمه ای از ایده ها است که برای پذیرش در کانون های خطمشی با هم رقابت می کنند (ساباتی، ۱۳۹۶، ص. ۱۴۵). نکته بسیار مهم این است که مقوله تحریم ها به عنوان عامل تاثیر گذاری از بیرون، در این سالها بسیاری از سیاست گذاری ها را به شکل واکنشی تبدیل کرده و امکان برنامه ریزی بلند مدت و عقلایی را از سیاست گذاران سلب نموده است.

رقابت پذیری ملی:

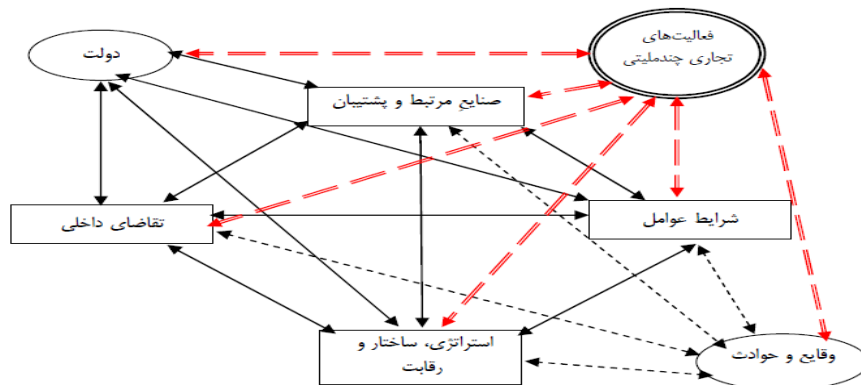
در دنیایی قرار داریم که روز به روز بیشتر به سوی همگونی پیش می رود (علی اکبری و دیگران، ۱۳۹۸). در عین حال اساسی ترین بستر برای ورود به این مقوله یا به تعبیر دیگر جهانی شدن، ایجاد فضای رقابتی است (Konsolas, 2017).

بحث رقابت، رقابت پذیری و کسب مزیت نسبی (یا مطلق) از دیرباز در میان اندیشمندان عرصه تجارت مطرح بوده است (حسن پور و همکاران، ۱۳۹۸). از اولین کسانی که به این مقوله پرداخته است می توان از آدام اسمیت^۶ یاد کرد که گفته است:

"اگر کشوری بتواند کالایی را با هزینه پایین تر و بهره‌وری بالاتر تولید کند، در تولید آن کالا دارای مزیت مطلق است." (جعفری و همکاران، ۱۳۹۸). در همین راستا می‌توان به نظریه‌های ریکاردو^۷، هکشر^۸، اوهلین^۹ و لیندر^{۱۰} هم اشاره کرد (Hagos & Singh, 2018). تئوری‌های اقتصادی در گذر زمان توسعه یافته‌اند. رویکرد کلاسیک با رویکرد مزیت مطلق یا نسبی (کاتلر^{۱۱}، ۱۳۹۸)، به دنبال توجیه صادرات بوده و رویکرد مدرن، از جمله نظریه رقابت ملی مایکل پورتر، از مزیت رقابتی برای این هدف استفاده کرده است (شاه طهماسبی و خداداد حسینی، ۱۳۹۵).

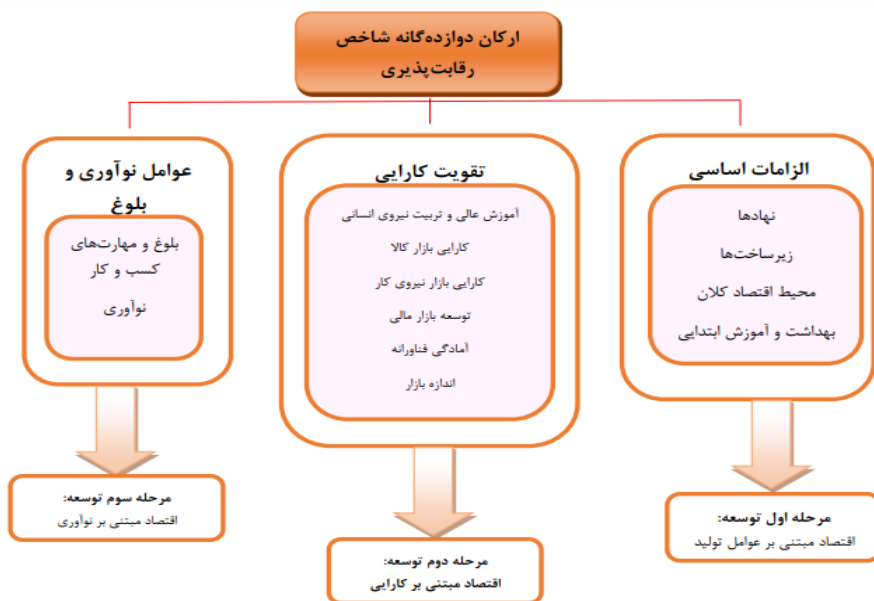
مدل‌های پایه رقابت‌پذیری ملی: در خصوص رقابت‌پذیری ملی، اولین نظریه‌ی جامعی که رقابت را در سطح ملی توانست تشریح کند، نظریه رقابت‌پذیری مایکل پورتر^{۱۲} بود (Porter, 1998). این نظریه بر پایه عوامل ساختاری موفقیت کشورها، با ۴ عامل "فاکتورهای درونی"، "شرایط تقاضای داخلی"، "صنایع مرتبط و حمایت‌کننده" و "استراتژی، ساختار و رقابت" به ارائه مدلی به نام مدل الماس ملی منجر گردید. پورتر در ادامه بررسی‌های خود، دو عامل بیرونی دولت و اتفاقات پیش‌بینی نشده را نیز بر عوامل چهارگانه افزود (Porter, 1998, Chapter 3).

پس از پورتر اندیشمندانی از نقاط مختلف دنیا از جمله دانینگ^{۱۳} (۱۹۹۲) با اضافه کردن نقش شرکت‌های چندملیتی (شکل ۱)، راگمن^{۱۴} (۱۹۹۳)، چو، مون و کیم^{۱۵} (۲۰۰۸) هر یک متناسب با شرایط منطقه مورد نظرشان، مدل‌های تکمیلی دیگری را ارائه داده‌اند (Cegliński, 2017).



شکل ۱- مدل دانینگ با اضافه شدن نقش شرکت‌های چند ملیتی به مدل الماس ملی

مدل‌های مجمع جهانی اقتصاد و مؤسسه توسعه مدیریت: مجمع جهانی اقتصاد (WEF¹⁶) و مؤسسه توسعه مدیریت (IMD¹⁷)، به طور سالانه با انتشار گزارش‌های رقابت‌پذیری، اقدام به طبقه‌بندی کشورها می‌کنند (Garelli, 2002). بر اساس گزارش رقابت‌پذیری جهانی مجمع جهانی اقتصاد که بر پایه ۱۲ رکن تعریف می‌شود (شکل ۲)، توان رقابتی، به صورت توانایی کشورها برای کسب نرخ رشد بالا و پایدار تولید ناخالص داخلی، (GDP¹⁸) سرانه تعریف شده است (IMD, 2018). بر اساس آخرین بررسی‌های مجمع جهانی اقتصاد، رتبه ایران در میان ۱۴۸ کشور مورد بررسی که در سال ۲۰۱۱ جایگاه ۶۹ بوده است، متأسفانه در سالهای بعد عمدتاً با کاهش مواجه بوده (امیرخانلو و صفدری، ۱۳۹۶) به گونه‌ای که در سال ۲۰۱۹ به رتبه ۹۹ تقلیل یافته است.



شکل ۲- ارکان ۱۲ گانه رقابت‌پذیری در مدل مجمع جهانی اقتصاد

همچنین در مدل مؤسسه توسعه مدیریت، عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری یک کشور به ۴ دسته: کارایی اقتصادی، سیاست‌های دولت، کارایی کسب‌وکار، و زیرساخت‌های فیزیکی تقسیم می‌شوند (IMD, 2018).

نقش دولت در رقابت پذیری ملی:

نکته مهم این است که در بسیاری کشورها که طیف عمده‌ای از مسائل و نتایج نهایی، مآلاً به مسائل بنیادی مرتبط با دولت‌ها گره خورده (شاه طهماسبی و حسینی، ۱۳۹۵)، تأثیر خط مشی های دولتی، موضوعی بسیار تأثیرگذار و شایسته توجه ویژه است. در ارتباط با خط‌مشی‌های دولت، می‌توان اشاره کرد به: سیاست‌های پولی، قوانین مالیاتی، قوانین صادرات و واردات، نرخ ارز و تصمیم‌گیری‌های دیگر در سطح اقتصاد خرد و کلان (Porter et al., 2012).

بررسی عملکرد بسیاری از کشورها که در نیمه دوم قرن بیستم و اوایل قرن حاضر به توسعه یافتگی دست یافته‌اند (از جمله ژاپن، کره جنوبی، تایوان و...)، حکایت از تأثیر غیر قابل کتمان برنامه‌های اصولی دولت‌ها دارد (احمدیان و مقیسه، ۱۳۹۷، ص. ۵). در ذیل به برخی از خط‌مشی‌گذاری‌ها در دو کشور ژاپن و ترکیه اشاراتی می‌کنیم.

ژاپن: در این کشور دولت در یک سیر تکاملی به شکل‌گیری بخش خصوصی توانمند کمک کرده است. همچنین درجه بالایی از همکاری میان دولت و بخش خصوصی منتخب (گروه‌های کسب و کار بزرگ از جمله صنایع سنگین میتسوبیشی که در پروژه‌های منطقه ویژه اقتصادی ماهشهر حاضر بوده)، وجود داشته است. پس از رسیدن به مرحله توسعه یافتگی، حمایت دولت از بنگاه‌های بزرگ، به بنگاه‌های کوچک و متوسط و ایجاد محیط مساعد کسب و کار معطوف شده است (احمدیان و مقیسه، ۱۳۹۷). به طور خلاصه عوامل اصلی منتج به توسعه در ژاپن را می‌توان چنین برشمرد: "بسترسازی فرهنگی"، "توجه به عوامل انسانی"، "بهره‌گیری از دانش و تکنیک نوین"، "همکاری میان دولت و بخش خصوصی".

ترکیه: شرایط فرهنگی و تاریخی ترکیه مشابهت بسیار با ما دارد (نقوی، ۱۳۹۸). رشته‌های تخصصی و بازارهای هدف صادرات شرکت‌های مهندسی ترکیه هم با ما تفاوت چندانی ندارد؛ اما صادرات خدمات مهندسی ترکیه سالانه قریب به ۳۰ میلیارد دلار است و سهم ما در اوج خود در سالهای ۹۰-۸۹ تا حد چهار میلیارد دلار بوده و در سالهای اخیر، نهایتاً ۱-۲ میلیارد دلار. (معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، ۱۳۹۹)

بررسی جایگاه صدور خدمات فنی و مهندسی ترکیه (در مواد برنامه‌های توسعه)

نشان می‌دهد که اولاً به این بخش به عنوان یکی از محرکه‌های اصلی اقتصاد می‌نگرند، ثانیاً با طراحی مدل مناسب همکاری دولت-بخش خصوصی، با اقداماتی چون تأسیس دفاتر در خارج، حمایت‌های تحقیق بازار و ... فضایی ایجاد کرده‌اند تا شرکت‌های مهندسی این کشور خود را در غربت تنها نبینند (نقوی، ۱۳۹۸).

پیشینه پژوهش:

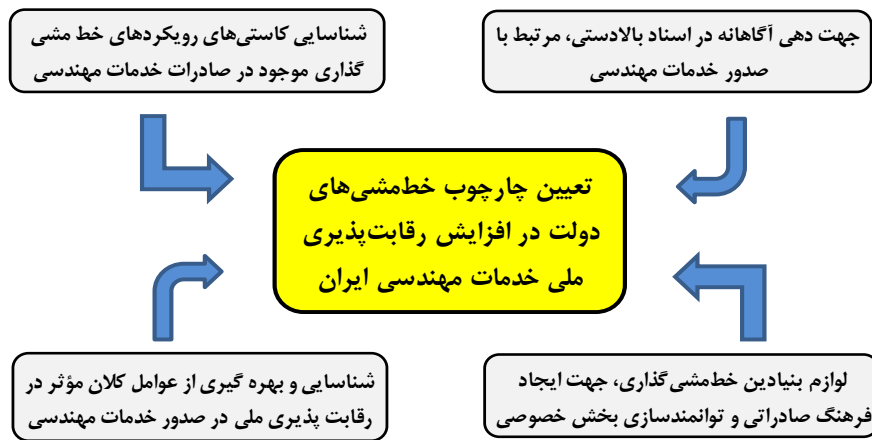
در کشور ما در خصوص بررسی توان رقابت برون‌مرزی، تحقیقاتی صورت گرفته است، اما مشکل اصلی اکثر این تحقیقات این است که عمدتاً به مواردی چون محصولات سنتی مانند فرش (رضا قلی زاده، ۱۳۸۷)، خشکبار (حسن شکوهی، ۱۳۸۹)، پسته (کولی قلعه‌نوی، ۱۳۸۹)؛ یا مواد خامی چون گاز و مس یا صنایع پایه-تبدیلی مانند پتروشیمی (عبداللهی حقی، ۱۳۸۵) یا نهایتاً به صنایع کمتر پیشتازی چون نساجی (خسروی، ۱۳۹۰) پرداخته‌اند؛ اما چنین مواردی، این روزها و در دنیایی که تکنولوژی بر آن حاکم است، کمتر می‌توانند به عنوان نمونه‌های موفق یا الگوی رقابتی، مطرح باشند (Nuryakin, 2018).

اما در خصوص صادرات خدمات مهندسی می‌توان اشاره کرد به تحقیق احمد زاده و همکاران (۱۳۹۱) در بررسی عوامل مؤثر در صادرات خدمات مهندسی که به سیاست-گذاری در جذب سرمایه‌گذاری خارجی و حضور فعال ایران در بلوک‌های تجاری منطقه اشاره می‌کند؛ یا طیبی و همکاران (۱۳۹۳) که به مقوله اهمیت نوآوری در رشد صادرات خدمات مهندسی می‌پردازد و قلی پور فیضی (۱۳۹۴) که به تاثیر مثبت مشوق‌های صادراتی در این زمینه اشاره می‌کند؛ همچنین تحقیق وحیدی راد (۱۳۹۵) که در تبیین رابطه میان صادرات خدمات مهندسی و رشد اقتصادی، نوعی رابطه تعادلی بلندمدت را نتیجه می‌گیرد؛ و تحقیق صدقیانی (۱۳۹۸) که مهم‌ترین موانع را عدم ارایه خدمات در کلاس جهانی، فقدان پوشش ریسک مناسب و محدودیت‌های تحریمی عنوان می‌کند و نهایتاً تحقیق کیوان‌فر (۱۳۹۹) که با ارایه مدلی برای تعیین مناسب-ترین بازارهای هدف، ارمنستان و روسیه را دارای اولویت تشخیص می‌دهد. مشاهده می‌شود که تمامی این تحقیقات حوزه نگرش محدودی داشته و به ژرفای این پژوهش فرو نرفته‌اند، که رقابت‌پذیری ملی در این عرصه را هدف گرفته و آن را معطوف به خط-

مشی‌گذاری متناسب دولت در ابعاد متعدد بحث شده، دانسته است.

چارچوب کلان نظری تحقیق:

چارچوب کلان نظری این پژوهش در شکل ۳ ارائه گردیده است. در این فرایند ضمن بررسی اسناد بالادستی و در کنار آن مباحث خط‌مشی‌گذاری مرتبط، ورود به هسته مرکزی پژوهش، صورت می‌گیرد. در تعیین چارچوب خط‌مشی‌های دولت، شناسایی و بهره‌گیری از عوامل کلان و مزیت‌های رقابتی کشور از یک سو و لوازم بنیادین خط‌مشی‌گذاری، دو بازوی اصلی خواهند بود. در ترسیم این چارچوب، به ابعاد و المان‌های مطرح در مدل‌های رقابت‌پذیری ملی ذکر شده، بسنده نشده و طیف گسترده‌ای از مضامین بنیادین فرهنگی، موارد مالی، سیاسی، مدیریتی و زیرساخت‌های موجود، در معرض بحث و تحلیل مضمونی قرار گرفته‌اند، تا اصلی‌ترین مضامین مربوط استخراج و تصویری کامل از هدف پژوهش ترسیم گردد.



شکل ۳- چارچوب کلان نظری تحقیق

روش تحقیق

در این تحقیق مبنای کار استفاده از روش تحلیل مضمون، که از روش‌های کارآمد تحقیق کیفی است (طیبی ابوالحسنی، ۱۳۹۸) می‌باشد. روش‌های کیفی در دهه‌های اخیر گسترش زیادی داشته‌اند و کارآمدی آنها به اثبات رسیده است (Aspers & Corte)

2019) در تعریفی موجز از این روش می توان گفت، روشی است برای شناخت الگوهای موجود در داده های کیفی (Fitz Patrick, 2019)، بر مبنای تحلیل عناصر تشکیل دهنده گفتار و نقطه نظرات (کیوی و کامپنهود، ۱۳۹۴، ص. ۲۳۸). همچنین قابل ذکر است که این تحقیق از لحاظ رویکرد، استقرایی و با جهت گیری کاربردی انجام شده است.

جامعه آماری و گردآوری داده ها: در گردآوری داده ها، از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته با خبرگان بهره گرفته شده است. جامعه آماری، صاحب نظران عرصه صادرات خدمات مهندسی از شرکت های مهندسی مشاور و پیمانکاران اجرایی، هیات مدیره جامعه مهندسان مشاور، سندیکای شرکت های ساختمانی و سایر سازمان های مرتبط بوده اند. معیارهای انتخاب هدفمند مصاحبه شوندگان بر اساس شناخت قبلی، یا معرفی از سوی مصاحبه شونده قبلی و همچنین جایگاه فرد انتخابی از منظر دانش تخصصی، تجربه مدیریتی، اشراف بر موضوع و انگیزه کافی جهت مشارکت در پژوهش بوده است، به گونه ای که مناسب ترین افراد انتخاب شوند. ضمناً، شیوه نمونه گیری، قضاوتی و تا مرز اشباع نظری بوده است. در این راستا مصاحبه های متعددی صورت گرفت که با کنار گذاشتن برخی (بدلایی چون نارسا بودن، ناتمام بودن و ...) نهایتاً، ۱۵ مصاحبه (تعداد نمونه از کل جامعه)، جهت تحلیل مضمون و تجزیه و تحلیل پرسش های پژوهش مورد استناد قرار گرفت. مصاحبه شوندگان از نظر موقعیت شغلی: ۸۰ درصد در سمت های مدیریتی ارشد، از نظر سابقه کار: ۷۰ درصد با سابقه بیش از ۲۰ سال و از نظر ترکیب جنسیتی: ۷۵ درصد مرد و ۲۵ درصد زن بوده اند.

فرایند کلی به این ترتیب بود که جملات و نکات کلیدی در هر مصاحبه استخراج و کدگذاری شده و پس از کدگذاری اولیه، کدها با هم ترکیب شده و در دسته های مشابه به نام مضامین پایه قرار داده شدند. با تجزیه و تحلیل مضامین پایه، ایده های اصلی تر یا مقولات سازمان دهنده شکل گرفتند و در گام بعدی، همین مقولات در ذیل مضامین اصلی (ابعاد اصلی)، دسته بندی شدند.

جزئیات کار به این ترتیب بود که ابتدا متن مصاحبه ضبط شده پیاده سازی و با استفاده از یادداشت برداری های صورت گرفته در حین مصاحبه تکمیل شد. در ادامه با مطالعه دقیق هر متن، در ابتدا برای هر یک از مصاحبه ها کلیه ایده ها و نکات مستقل در قالب عبارات روشن و قابل فهم دسته بندی گردیدند. به طور مثال ایده هایی چون: «لزوم

تعامل بیشتر با شرکت‌های مشابه در کشورهای دیگر و بهره‌گیری از تجربیات آنها» یا «باید به تدریج به طرف همسان سازی ضوابط داخلی با ساز و کارهای جهانی حرکت کنیم» یا «شرکتها باید نیروی انسانی خارجی داشته باشند» و یا «نحوه تعامل و مراودات داخلی شرکتها تغییر یابد» که در مصاحبه‌های مختلف استخراج و کدگذاری شده بود، در نهایت با مقایسه، ترکیب و معنی دهی مجدد به مضمون پایه شماره ۲۴ تبدیل گردید: مراودات داخلی شرکتها بر سبک و سیاق روز دنیا منطبق گردد (حتی نیروی انسانی خارجی داشته باشند). به عنوان مثالی دیگر مضمون پایه شماره ۶۲ به این ترتیب از میان ایده‌ها و نکات ذکر شده استخراج گردید: «در حال حاضر ۶ یا ۷ وزارتخانه مسئولیت‌هایی دارند که به صورت هماهنگ عمل نمی‌کنند» یا «هر بخش جداگانه به کارهای خود می‌پردازد و یکپارچگی تصمیم‌گیری وجود ندارد» یا «مشکل تعدد سازمان‌های مسئول و مرتبط و نوعی تشتت در کارها» که در نهایت تبدیل به مضمون پایه ۶۲ گردید: رفع مشکل تعدد و تشتت در سازمان‌های مرتبط با صادرات خدمات مهندسی.

در گام بعدی، کار به این ترتیب پیش رفت که مضامین پایه استخراج شده به ترتیب فوق در ذیل مضامین فرعی سازمان دهنده یا مقولات دسته بندی گردیدند. به طور مثال ۴ مضمون پایه ۶۲ تا ۶۵ در ذیل مقوله شماره ۱۳ با عنوان: *ایجاد سازمانی واحد در سطح معاونت ریاست جمهوری و متولی یگانه عرصه صادرات خدمات مهندسی قرار گرفتند* (جدول ۱)

جدول ۱- نحوه سازمان دادن مضامین پایه (ذیل مقوله ۱۳)

کد	مضمون فرعی سازمان دهنده (مقوله)	کد	مضامین پایه
T-۱۳	ایجاد سازمانی واحد تحت معاونت ریاست جمهوری که متولی یگانه صادرات خدمات مهندسی باشد	۶۲ C-	رفع مشکل تعدد و تشتت در سازمان‌های مسئول و مرتبط با صادرات خدمات مهندسی
		۶۳ C-	تاسیس سازمانی با جایگاه بالا در نظام اجرایی کشور جهت یکپارچگی در تصمیمات (مانند نظام فنی و اجرایی موجود)
		۶۴ C-	نیاز به برنامه ریزی ساختاری و کارساز از سوی سازمانی منسجم و با ارتباط مستقیم با ریاست جمهوری در این حوزه
		۶۵ C-	لزوم ایجاد سازمانی متشکل که نقش دستگاه واسط و یاری گر را میان دولت و بخش خصوصی ایفا کند

در گام بعدی، مقولات شکل گرفته (مضامین فرعی سازمان دهنده)، در ذیل مضامین اصلی یا همان ابعاد اصلی جای گرفتند که چارچوب اصلی خط‌مشی‌های دولت در افزایش رقابت‌پذیری خدمات مهندسی شرکت‌های ایرانی را ترسیم می‌کنند. به عنوان نمونه چهار مقوله: «کاراثر کردن بانک توسعه صادرات و سایر بانک‌های عامل» و «گسترش فعالیت صندوق ضمانت صادرات» و «بهبود شرایط صدور ضمانت نامه و اعتبارات بانکی و سایر سیاستهای مالی و ارزی» و «اصلاح بخشنامه‌ها و روندهای جاری و اجرای مصوبات مسکوت مانده» در ذیل بعد اصلی اول با عنوان: *اصلاح ساختاری سازوکارهای موجود در تامین مالی و اعتباری صادرکنندگان*، جای گرفتند. در جدول ۲، مضامین پایه شکل دهنده هر کدام از مقولات ۱ الی ۴ فوق، مشخص گردیده اند.

جدول ۲- سامان دهی مقولات ۱ الی ۴ در بعد اصلی اول و نحوه کدگذاری مضامین و مقولات

مضامین پایه	کد	فراوانی	مضامین سازمان دهنده (مقولات)	کد
لزوم افزایش سرمایه بانک های عامل مانند بانک توسعه صادرات تمرکز فعالیت های بانک توسعه صادرات بر وظیفه اصلی یعنی پشتیبانی از صادرات تصحیح و تکمیل اقدامات حمایتی بانک توسعه صادرات و بانک های عامل	C-۱	۳	کاراثر کردن بانک توسعه صادرات و سایر بانک های عامل	T-۱
	C-۲	۳		
	C-۳	۲		
افزایش ظرفیت صندوق ضمانت صادرات برای حل مشکل صدور ضمانت نامه ها کاهش نرخ اعتبار سنجی شرکتها برای صدور ضمانت نامه تامین مالی در قالب اعتبار صادر کننده یا مدت بازپرداختی کمتر پوشش بیمه ای به صادر کنندگان، جهت پوشش ریسک عدم پرداخت از سوی کارفرمایان خارجی بیمه نامه سرمایه گذاری جهت بیمه خدمات مهندسی با مشارکت سرمایه گذاران خارجی تبادل اطلاعات میان صندوق و موسسات مشابه خارجی جهت به روز آوری	C-۴	۳	گسترش فعالیت صندوق ضمانت صادرات	T-۲
	C-۵	۲		
	C-۶	۲		
	C-۷	۳		
	C-۸	۲		
	C-۹	۳		
حل اساسی مشکل بی ثباتی نرخ ارز در کشور رفع کمبود خطوط اعتباری و ایجاد خطوط اعتباری خاص برای صدور خدمات مهندسی اصلاح نحوه ارائه تسهیلات و بازپرداخت آنها، اخذ وثایق و کاهش هزینه های بانکی حل مشکلات صدور ضمانت نامه و مواردی مانند کاهش نرخ صدور آن ها	C-۱۰	۲	بهبود شرایط اعتبارات بانکی و سایر سیاستهای مالی و ارزی	T-۳
	C-۱۱	۴		
	C-۱۲	۴		
	C-۱۳	۷		
افزایش بودجه جاذبه و مشوق های صادراتی به صادر کنندگان کاهش سخت گیری بانک مرکزی در مورد بازگشت ارز صادراتی تغییر ضوابط شفافیت مالی با درک شرایط تحریم، که شفافیت مالی، منجر به شناسایی می شود تفکیک دربخشنامه های بانک مرکزی میان صادر کنندگان کالا با خدمات مهندسی تغییر روند فعلی که صادرات خدمات شامل معافیت نمیشود بازنگری در این نامه اجرایی حمایت از صادر کنندگان خدمات مهندسی	C-۱۴	۵	اصلاح بخشنامه ها و روندهای جاری (بانک مرکزی، سازمان مالیاتی و سایر دستگاه ها) و اجرای مصوبات مسکوت مانده	T-۴
	C-۱۵	۴		
	C-۱۶	۲		
	C-۱۷	۲		
	C-۱۸	۳		
C-۱۹	۳			

در مسیر حرکت از شکل گیری مضامین پایه تا دسته بندی آنها در ذیل مضامین

فرعی سازمان دهنده (مقولات) تا جمع بندی نهایی کار و تشکیل مضامین اصلی پنج گانه (ابعاد اصلی)، طبیعی است که در مواردی مسیر رفت و برگشتی جهت دستیابی به شبکه مضامین نهایی به کار گرفته شد. این طی طریق و کاوش معنایی- کارکردی، هم در خصوص مضامین پایه به کار گرفته شد، هم در خصوص عناوین مقولات و مضامین اصلی (ابعاد) که در مواردی دستخوش تغییر و اصلاح شدند، تا در نهایت پنج مضمون اصلی (۵ بعد اصلی) به ثبات نهایی رسیدند.

نکته دیگر قابل ذکر آنکه ساختار مصاحبه‌ها که نیمه ساختار یافته بود (و هر مصاحبه ابتدا با سوالات کلی آغاز شده، سپس بر اساس مطالب مطرح شده، ادامه می- یافت تا به نکات و دغدغه‌های اصلی مصاحبه شونده و همچنین پیشنهادات ایشان در زمینه مورد بحث پرداخته شود)، در تعیین مسیر و چشم انداز کار (با توجه به گستردگی موارد و مسایل مورد بحث) کمک‌های شایانی به محقق نمود. در ذیل به ذکر مثال‌هایی در این مورد می‌پردازیم (خلاصه پاسخ مرتبط و معطوف به محور مورد بررسی، ذکر گردیده است).

یکی از سوالات اصلی چنین بود: مشکل اصلی ما در بحث صادرات خدمات فنی و مهندسی چیست؟ پاسخ یکی از شرکت‌کنندگان چنین بود:

«زیر بنای تمامی مشکلات ما و هسته اصلی آن را به نظر من می‌توان در این عبارت خلاصه کرد: عدم تعامل با دنیا. . .»

یکی دیگر از مصاحبه شونده‌گان نیز، همین مفهوم را در قالب عبارات زیر بیان کرد:

«تا زمانی که با دنیا تعامل مناسب نداریم، نمی‌گذارند پیمان را از مرزهامان بیرون بگذاریم. یعنی پیمانکار و مشاور ایرانی را نمی‌گذارند در مناقصه‌های بین‌المللی شرکت کنند.»

و یکی دیگر از مصاحبه شونده‌گان در همین خصوص، مورد ذیل را مطرح کرد:

«... بی‌ثباتی در روابط سیاسی با کشورهای دیگر باعث می‌شود ریسک حضور شرکت‌های مهندسی در بازارهای هدف ما افزایش یابد. . .»

در اکثر قریب به اتفاق مصاحبه‌ها به نوعی طیف پاسخ‌های مشابه با موارد بالا و بحث نحوه تعاملات خارجی دولت و مشکلات مرتبط با تحریم‌ها مطرح می‌شد و همین قضیه این چشم‌انداز را می‌گشود که یکی از مسیرهای تعیین چارچوب مورد نظر ما از این

زاویه باید نگریده شده؛ که در نهایت و پس از تکمیل تحلیل‌ها و ترسیم شبکه مضامین، در مقوله شماره ۱۲ با عنوان: بهبود زیربنایی روابط خارجی و تغییر نحوه تعاملات و در ذیل بعد اصلی سوم قرار گرفت که عنوانش هست: هموارسازی نفوذ با دگرگون سازی سازوکارهای حمایتی دولت و اقدامات مرتبط با سیاست خارجی. به عنوان مثالی دیگر و در ارتباط با سوال ذیل: چه انتظاری از دولت و نهادهای متولی دارید؟ پاسخ یکی از شرکت کنندگان این بود:

«... حمایت دستگاه دیپلماسی در صدور سریع روایت و پشتیبانی از

حضور شرکت‌ها در کشورهای هدف.»

و یکی دیگر چنین گفت:

«ببینید واقعیت این است که دولت به سبب مشکلات خود (سیاسی،

ارزی، داخلی و...) صادر کنندگان را عملاً فراموش کرده است...»

یکی دیگر از مصاحبه شونده‌گان نیز چنین گفت:

«متأسفانه تمرکز و توجه دولتهای ما اکثراً به امور دفاعی و موضوعات

سیاسی بوده، اما خواسته اصلی فعالان در این حوزه، حضور دولتها در

صحنه و استفاده آنها از روابط و تعاملات سیاسی با دیگر کشورها به

خصوص کشورهای دوست است، در جهت حمایت از شرکت‌های ایرانی.»

و این عبارات، از سوی یکی دیگر از شرکت کنندگان در پژوهش:

«متأسفانه این فرهنگ در سفر دیده نمی‌شود که باید از شرکت‌های

ایرانی و فعالان اقتصادی کشور، در دیگر کشورها حمایت کنند...»

و این پاسخ کاربردی-اجرایی:

«حضور عینی مقامی بلند پایه کنار یک شرکت در خارج، بزرگترین ارایه

ضمانت برای آن شرکت است...»

که در نهایت پاسخ‌هایی از این دست که در اغلب مصاحبه‌ها با ادبیات یا رویکردهای متفاوت بیان می‌شد، لزوم و اهمیت قرارگیری سرفصل‌های مهمی از شبکه مضامین مورد جستجو را در ذیل حمایت‌های ساختاری دولت و دستگاه دیپلماسی از شرکت‌های مهندسی ایرانی در کشورهای دیگر گوشزد می‌کرد، که در پایان (و همراه با تحلیل سایر پاسخ‌های مرتبط)، منجر شد به مقوله شماره ۹ با عنوان: کمک‌های ساختاری دولت

جهت هموارسازی نفوذ در بازارهای هدف و مقوله شماره ۱۰ با عنوان: حمایت دستگاه دیپلماسی با تنظیم مقوله نامه‌ها و ... و در کنارش مقوله شماره ۱۱ با عنوان: پشتیبانی ساختاری از سوی سفارت خانه‌ها و نمایندگی‌های خارجی، که این ۳ مقوله اخیر در کنار مقوله ۱۲ (ذکر شده در بالا) در ذیل بعد اصلی سوم قرار گرفت.

روایی و پایایی

به منظور تامین روایی تحقیق، اقدامات ذیل انجام گرفت:

- حوزه‌های اصلی بررسی، با تفحص در مبانی نظری و اهداف پژوهش، از چشم-انداز اولیه‌ای برخوردار گردیدند. ضمناً، حضور حرفه‌ای محقق در عرصه خدمات مهندسی، کمک‌های شایانی به وی نمود تا از بیراهه‌ها اجتناب نماید.
- به منظور حصول اطمینان از اعتبار یافته‌ها، با وجود حصول اشباع نظری در مصاحبه یازدهم، کار تا مصاحبه پانزدهم ادامه یافت.
- برای سنجش معیارهای مقبولیت و قابلیت تایید، از چهار تن از خبرگان (از اساتید دانشگاه و مسئولین سازمان توسعه تجارت) خواسته شد به طور انتقادی درباره ساختار مضامین پیشنهادات خود را با یادداشت گذاری ارایه دهند، تا از پیش داوری‌های احتمالی محقق اجتناب گردد.
- نتایج تحلیل و شبکه مضامین حاصل در اختیار مصاحبه شونده‌گان قرار داده شد و از آنها خواسته شد درباره میزان همخوانی میان تفاسیر پژوهشگر و تجارب خودشان، اظهار نظر کنند.

جهت سنجش پایایی فرایند به کار گرفته شده، اقدامات ذیل صورت گرفت:

- برای ۳ مورد از مصاحبه‌ها، از روش باز آزمون استفاده و هر کدام در فاصله زمانی ۲ هفته‌ای کدگذاری مجزا شدند، که در این روش، میزان پایایی بیش از ۹۰ درصد حاصل گردید.
- برای محاسبه پایایی تکرارپذیری، از روش توافق میان کدگذاران مستقل استفاده شد. از یکی از متخصصین حاضر در انجمن صادر کنندگان خدمات فنی و مهندسی خواسته شد تا سه مصاحبه را به طور تصادفی انتخاب و کدگذاری نماید. سپس درصد توافق (میان کدگذار جدید با محقق) محاسبه شد، که به میزان ۸۲ درصد حاصل گردید.

یافته‌های پژوهش

تنظیم شبکه مضامین

تعداد کل مضامین پایه، مقولات و ابعاد استخراجی، به شرح جدول ۳ می‌باشند:

جدول ۳- تعداد متغیرها

تعداد	متغیرها
۹۵	مضامین پایه
۲۰	مضامین سازمان‌دهنده (مقولات)
۵	مضامین اصلی (ابعاد اصلی)

شبکه کلی مضامین در شکل ۴ ارایه شده که بر اساس آن، ترسیم چارچوب خط-مشی‌های دولت میسر گردیده است.



شکل ۴- چارچوب خط‌مشی‌های دولت در افزایش توان رقابت ملی در بازار جهانی خدمات مهندسی

هر کدام از ابعاد اصلی ۵ گانه در بر گیرنده ۴ مقوله فرعی و مقولات فرعی در برگیرنده تعدادی مضامین اولیه می باشند که در واقع ترسیم کننده خط مشی های کاربردی و اجرایی در هر مقوله می باشند و در ادامه و پس از نمودار کلی شبکه مضامین، تشریح خواهند شد.

الف- بعد اصلی اول عبارت است از: اصلاح ساختاری سازوکارهای موجود در تامین مالی و اعتباری صادر کنندگان و با مقولات ۱ الی ۴، همراه با مضامین پایه در هر مقوله، مطابق نمودار ۱.



نمودار ۱- شبکه کلی مضامین در بعد اصلی اول

در بعد اول، بر اساس فراوانی مضامین، و تأکیدات (صریح یا ضمنی) حل مشکل صدور ضمانت نامه و کاهش نرخ صدور آن و لزوم افزایش جوایز و مشوق های صادراتی، مهم ترین موارد می باشند.

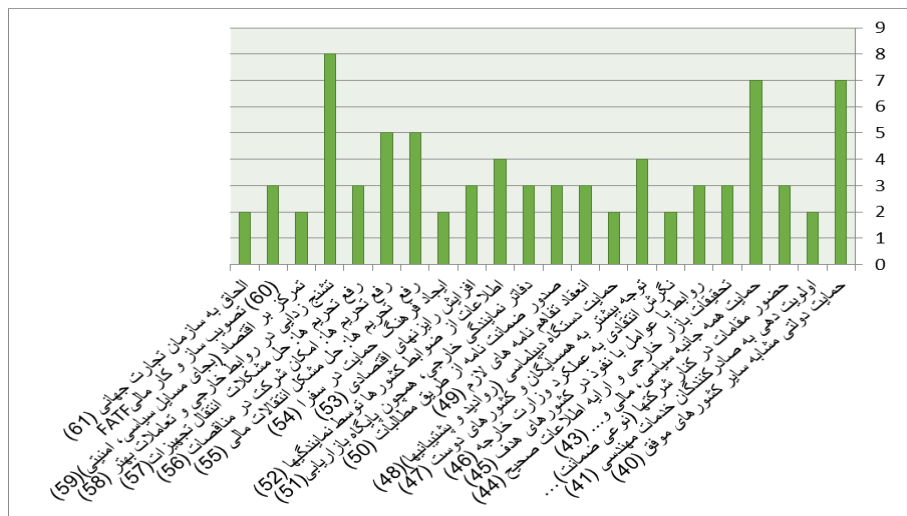
بعد اصلی دوم عبارت است از: تأمین لوازم رقابت، با بین المللی سازی مناسبات، ایجاد شرکت های بزرگ و تکیه بر مزیت های نسبی و با مقولات شماره ۵ الی ۸، مطابق نمودار ۲.



نمودار ۲- شبکه کلی مضامین در بعد اصلی دوم

در بعد دوم، تغییر پارادایم به بین‌المللی‌سازی و تشابه مراودات داخلی با سیاق روز دنیا، همسان‌سازی ضوابط داخلی پیمان‌ها با ضوابط قراردادهای جهانی، ایجاد شرکت‌های پیمانکاری و مشاور بزرگ و بهره‌گیری از مزیت‌های نسبی خاص کشورمان (قرارگیری در مرکزیت منطقه و مشترکات فراوان با کشورهای منطقه، همچنین دارا بودن نیروی متخصص ارزان و مجرب)، مهم‌ترین موارد می‌باشند (رنگ زرد).

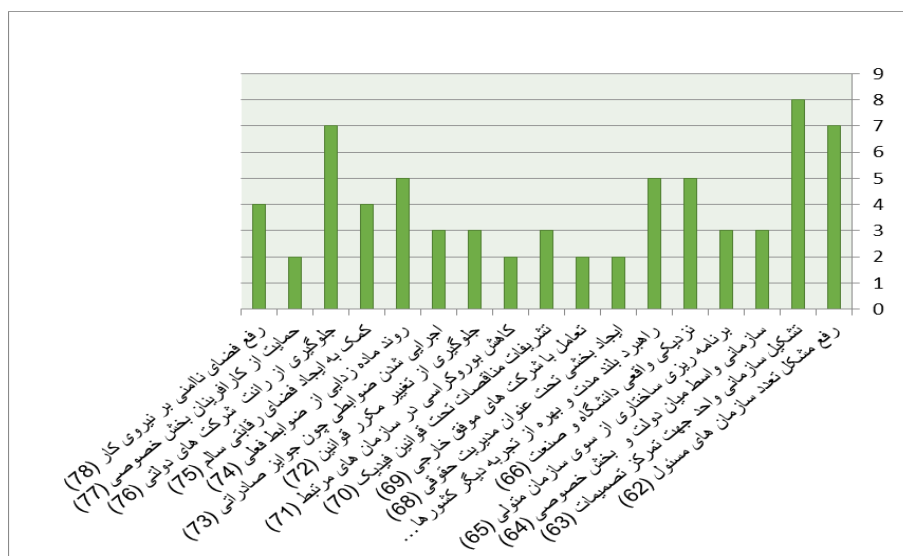
بعد اصلی سوم عبارت است از: هموارسازی نفوذ با دگرگون‌سازی سازوکارهای حمایتی دولت و اقدامات مرتبط با سیاست خارجی و با مقولات دربرگیرنده، شامل: یاری دولت به شرکتها جهت هموارسازی نفوذ در بازارهای هدف (مقوله ۹ و مضامین ۴۰ تا ۴۵)؛ حمایت دستگاه دیپلماسی با تنظیم مقاله نامه‌ها (مقوله ۱۰ و مضامین ۴۶ تا ۵۰)؛ پشتیبانی ساختاری از سوی سفارت خانه‌ها (مقوله ۱۱ و مضامین ۵۱ تا ۵۴)؛ و بهبود زیربنایی روابط خارجی و تغییر نحوه تعاملات (مقوله ۱۲ و مضامین ۵۵ تا ۶۱)؛ مطابق نمودار ۳.



نمودار ۳- نمای کلی بعد اصلی سوم و مضامین درونی در مقولات ۴ گانه

بلندای هر ستون میله‌ای نشان دهنده درجه اهمیت هر مضمون می‌باشد و مشاهده می‌شود که اقدامات عملی حمایتی دولت از شرکت‌های مهندسی در خارج جهت هموارسازی نفوذ (مضامین ۴۰ و ۴۳) و همچنین تشنج زدایی و رفع تحریم‌ها (مضامین

۵۵ تا ۵۸)، مهم ترین عوامل در این بعد می باشند. بعد اصلی چهارم عبارت است از: سازمان دهی نوین در عرصه خدمات مهندسی (رقابت سالم در داخل و مدیریت یکپارچه صادرات) و با مقولات دربرگیرنده، شامل: ایجاد سازمانی در سطح معاونت ریاست جمهوری و متولی یگانه این عرصه (مقوله ۱۳ و مضامین ۶۲ تا ۶۵)؛ برنامه ریزی ساختاری و بهره از تجربیات کشورهای دیگر (مقوله ۱۴ و مضامین ۶۶ تا ۶۹)؛ اصلاح قوانین، بخشنامه زدایی و ایجاد ثبات در ضوابط (مقوله ۱۵ و مضامین ۷۰ تا ۷۴)؛ زمینه سازی رقابت سالم و جلوگیری از رانت و فساد (مقوله ۱۶ و مضامین ۷۵ تا ۷۸)، مطابق نمودار ۴.

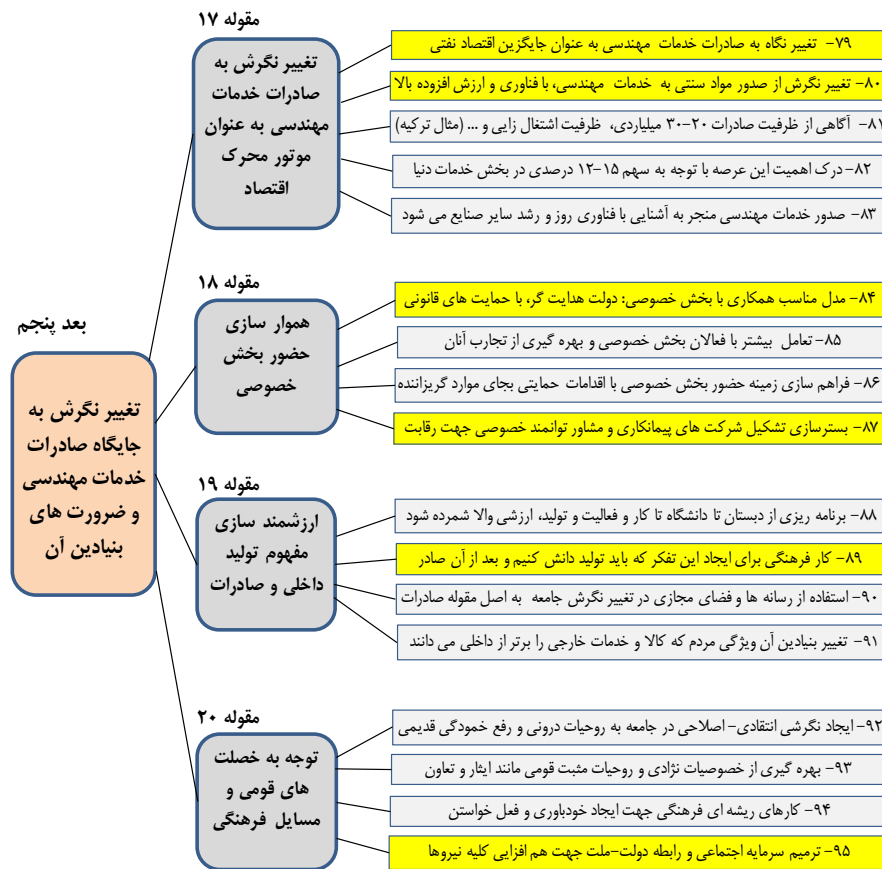


نمودار ۴- نمای کلی بعد اصلی چهارم و مضامین درونی در مقولات ۴ گانه

همانطور که مشاهده می شود که تشکیل سازمانی واحد و متولی جهت تشتت فعلی در تصمیمات (مضامین ۶۲ و ۶۳) و جلوگیری از رانت شرکت های دولتی در قبضه کردن پروژه ها (مضمون ۷۶)، مهم ترین عوامل در این بعد می باشند.

بعد اصلی پنجم عبارت است از: تغییر نگرش به جایگاه صادرات خدمات مهندسی و ضرورت های بنیادین آن، و با مقولات دربرگیرنده، شامل: تغییر نگرش به صادرات خدمات مهندسی به عنوان موتور محرک اقتصاد؛ هموارسازی حضور بخش خصوصی و

قدرتمند شدن آن؛ ارزشمند سازی مفهوم تولید و صادرات و اصلاح نگاه مصرف کننده ایرانی؛ توجه به خصلت‌های قومی و مسایل ریشه‌ای فرهنگی - اجتماعی، مطابق نمودار ۵.



نمودار ۵- شبکه کلی مضامین در بعد اصلی پنجم

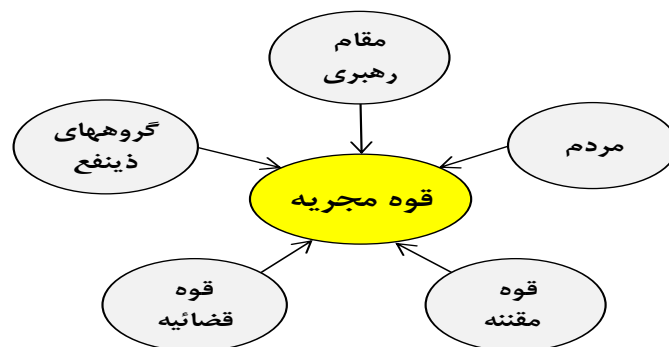
همانطور که مشاهده می شود که تغییر نگرش از صدور مواد سنتی به صدور خدمات مهندسی با ارزش افزوده بسیار بالاتر؛ همچنین ترسیم مدل مناسب همکاری دولت و بخش خصوصی که دولت هدایت گر باشد و زمینه تشکیل شرکت‌های و توانمند را فراهم سازد؛ و نهایتاً کارهای ریشه‌ای فرهنگی جهت ایجاد این باور که باید ابتدا تولید

دانش کرد و بعد به صادرات رسید و در کنارش ترمیم سرمایه اجتماعی، مهم ترین مضامین را در این بعد شکل می دهند (رنگ زرد).

بحث و نتیجه گیری

ورود به بازارهای فرامرزی خدمات مهندسی علاوه بر ارزآوری، به رونق فضای کسب-وکار داخل، تسهیل ورود تکنولوژی های نوین، رشد صنعتی و بهبود روابط بین الملل منجر شده و مقوله ای است در راستای اهداف عالی توسعه کشور. در این تحقیق، به نقش اساسی دولت در خطمشی گذاری در این عرصه اشاره کردیم و بر اساس چارچوب کلان نظری تحقیق، وارد عرصه گردآوری داده ها شدیم. در راستای بررسی های مرتبط با خطمشی گذاری دولت، در ادامه، بحثی در خصوص اسناد بالادستی و ارتباطشان با یافته های تحقیق و همچنین رویکردهای خطمشی گذاری در این عرصه و مشکلات موجود خواهیم داشت: لایحه برنامه ششم توسعه بر توسعه صادرات غیرنفتی تأکید دارد و تمامی دستگاه های تابعه قوای سه گانه کشور مکلفند با تمرکز بر ورود به بازارهای جهانی برای صادرات کالا و خدمات، اقدامات خود را با هماهنگی وزارت امور خارجه انجام دهند که در مضامین بعد سوم به کاستی های دستگاه دیپلماسی در این خصوص پرداخته ایم. همچنین طبق ماده (۲۲) این برنامه، دولت مکلف شده، رتبه ایران در شاخص رقابت پذیری جهانی را در میان کشورهای منطقه به رتبه سوم ارتقا دهد و هر سال ۲۰ درصد از این هدف محقق شود که متأسفانه رتبه رقابت پذیری ایران در سال های اخیر رشد بارزی نیافته است. نکته دیگر آنکه هر چند در اسناد بالادستی، شاخصه هایی مانند متنوع سازی صادرات و خلق مزیت رقابتی طرح گردیده، اما عملاً دلیل بی توجهی به تدوین یک استراتژی جامع در تعیین حوزه های ارجح که بر اساس یافته های این پژوهش، خدمات مهندسی یکی از مهم ترین آنها است، تا کنون موفقیت بزرگی در این عرصه، حاصل نگردیده است (بهارلو و عباسی، ۱۳۹۹). به عنوان نتیجه می توان گفت که در اسناد بالادستی، خوبی بر صادرات غیر نفتی تأکید شده، اما بخش مستقلی، به توسعه صادرات خدمات مهندسی اختصاص نیافته است که این موضوع از موارد انتقاد است و عطف به نتایج این پژوهش، صراحتاً می توان گفت این بخش با کمترین سرمایه گذاری (به دلیل آماده بودن بسیاری از بسترها) می تواند به مانند موتور

محرك اقتصاد و يك پيش‌ران در شرايط ركود فعلى عمل كند و در رفع بسيارى از مشكلات فعلى اقتصاد از جمله ارز آورى، نقش مهمى داشته باشد، به گونه‌اى كه دستيابى به صادرات سالانه تا حدود ۳۰ ميليارى دلار در سال، دور از دسترس نخواهد بود. جهت جلوگيرى از آسيب‌هاى ذكر شده در بند الف از بخش ادبيات نظرى، بر اساس يافته‌ها، رويكرد اقمارى در تدوين خط‌مشى براى به ميدان كشاندن كلييه بازيگران و ذى‌نفعان، و با مركزيت نقش دولت، مناسب‌ترين روشى است كه مى‌توان در پيش‌گرفت (شكل ۵). در اين راستا بحث دولت باز هم قابل طرح مى‌باشد، مفهومی كه بر شفافيت اطلاعات و مشاركت مردم و گروه‌ها تأكيد دارد (مؤمن كاشانى و همكاران، ۱۳۹۹). همچنين ايجاد كانون‌هاى تفكر خصوصى در کنار دولت براى تعامل بيشتر با بازيگران بخش خصوصى، راهكارى است كه به اثربخشى بيشتر خط‌مشى‌ها خواهد انجاميد (سليمانى خويينى و همكاران، ۱۳۹۸)



شكل ۵- مدل اقمارى خط‌مشى‌گذارى

نكته ديگر اينكه، در برخى مضامين و خط‌مشى‌هاى ترسيمى، لزوم حركت جدى و فراتر از تغييرات جزئى - تدريجى لازم است، خصوصا در تشكيل يك سازمان متولى واحد در عرصه صادرات خدمات مهندسى، به عنوان يكى از معاونت‌هاى رياست جمهورى، كه در مقوله اول از بعد اصلى چهارم (مقوله ۱۳) و مضامين ۶۲ تا ۶۵ در نمودار ۴، معرفى شده است.

در خصوص لزوم حضور بخش خصوصى قدرتمند و تشكيل شركت‌هاى پيمانكارى و مهندسى مشاور بزرگ مقياس، در بعد دوم (مقوله هفتم و مضامين درونى آن) و بعد

پنجم (مقوله ۱۸ و مضامین درونی آن) تأکید شده است؛ با توجه به تجربیات خط-مشی گذاری در کشورهای ژاپن و ترکیه، مناسب ترین رویکرد، رویکرد شبکه‌ای خط-مشی گذاری می‌باشد که فرایندهای سیاسی در آن با تعامل بازیگران بخش خصوصی و دولتی تعیین می‌شود (ساباتیه، ۱۳۹۶) و خط‌مشی مورد اجماع، مشروعیت و امکان موفقیت بیشتر خواهد داشت (رهنورد و همکاران، ۱۳۹۸). از جمله دلایل نیاز به رویکرد شبکه‌ای، لزوم میدان دادن به بخش خصوصی، تخصصی بودن مسائل مرتبط با صادرات خدمات مهندسی و همچنین حضور بازیگران تاثیر گذار برون مرزی؛ قابل اشاره می‌باشند.

پاسخ به پرسش‌های تحقیق و پیشنهادها:

پرسش اصلی تحقیق در شکل ۴ در بخش یافته‌ها پاسخ داده شده است که در این قسمت هم بحث مجددی بر آن خواهیم داشت. برای پاسخ به پرسش‌های فرعی و جنبی مرتبط با آن، که چشم‌اندازی نوین در ترسیم مسیر صادرات خدمات مهندسی، به مثابه موتور محرک اقتصادی و پیش‌ران خروج از رکود در اقتصاد ما ایجاد می‌نماید، با تجزیه و تحلیل مضامین حاصل، در شبکه‌های ۵ گانه ابعاد اصلی پژوهش، (عطف به نمودارها، و تحلیل‌های صورت گرفته در بخش یافته‌ها) و با ترکیب و معنی‌دهی مجدد به آنها، مواردی به عنوان پیشنهاد برای خط‌مشی‌گذاران در دو بخش الف (پیشنهادات اجرایی) و ب (مقتضیات بنیادین خط‌مشی‌گذاری) در ادامه ارایه شده‌اند. ضمناً با عنایت به محدودیت‌های تحقیق، پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی در بخش ج ارایه گردیده است.

پیشنهاد‌های اجرایی و بنیادین مطرح شده، منطقی متفاوت و گاه متضاد با شرایط موجود دارند، به طور مثال در بخش الف بند ۲ و ۳ بر تغییر پارادایم به بین‌المللی‌سازی و مشابه‌سازی سازوکارها از ضوابط پیمان گرفته تا مراودات درونی (حتی جذب نیروی خارجی)، با عرف جهانی تأکید شده؛ اما بسیاری از سیاست‌گذاری‌ها تا به حال گونه‌ای دیگر بوده است. به طور مثال شرایط عمومی پیمان در پروژه‌های عمرانی ما تا حد زیادی به نفع کارفرما است، اما در ضوابط فیدیک (جامعه جهانی مهندسان مشاور)، تا حد زیادی ریسک تقسیم می‌گردد. گذشته از آن استفاده از تسهیلات بانک جهانی و بانک توسعه اسلامی، منوط به رعایت ضوابط فیدیک می‌باشد. نکته دیگر آنکه سیاست-

گذارای‌های سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی بر خرد کردن شرکت‌های مهندسی پیشین متمرکز بوده، حال آنکه از ارکان رقابت‌پذیری مهندسی در مقابل شرکت‌های قدر دنیا (با نیروی انسانی ده‌ها هزار نفری و سرمایه ده‌ها میلیارد دلاری)، وجود شرکت‌های با مقیاس بزرگ می‌باشد (بخش الف، بندهای ۴ و ۵). به بیان دیگر بجای آنکه ۱۰۰ شرکت کوچک یا متوسط در عرصه صدور خدمات مهندسی داشته باشیم، بهتر است ۱۰ شرکت بزرگ و قدر به بازار رقابتی دنیا گسیل نماییم. همچنین دگرگون‌سازی سازو-کارهای حمایتی دولت (بخش الف، بند ۸) یکی دیگر از نتایج این تحقیق است و اقدامی است که بسیاری از کشورها، با افزایش رایزن‌های اقتصادی، حمایت‌های تحقیق و بررسی بازار، ایجاد ارتباطات با مقامات محلی و حضور فیزیکی مقامات ارشد دولتی در کنار شرکت‌های مهندسی‌شان، در این عرصه انجام داده‌اند. به بیان دیگر همان‌قدر و حتی بیشتر از آنکه به مسایل سیاسی و امنیتی از سوی نمایندگی‌های خارجی ما توجه می‌شود (که در جای خود واجد ارزش و نشانه صلابت کشور است)، باید بر مسایل اقتصادی و حمایت از شرکت‌های مهندسی تأکید گردد. در بند ۹ هم بر تغییر نحوه تعاملات خارجی تأکید شده. واقعیت این است که هر چقدر که نیروی متخصص، توان فنی و تجهیزاتی داشته باشیم، تا تحریم‌ها پا برجا بماند و روابط با دیگران، بهبود نیابد، به سد و مانع برخورد می‌کنیم؛ اگر خدمات هم صادر کنیم، در انتقال ارز آن یا انتقال و خرید تجهیزات دچار مشکل خواهیم بود. همچنین تشکیل سازمانی در سطح معاونت ریاست جمهوری، جهت تمرکز کلیه اقدامات صادراتی خدمات مهندسی (مشابه سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی در نظام فنی و عمرانی کشور)، به عنوان اقدامی انقلابی و ضروری در بخش ب، بند ۴ طرح گردیده است.

در خصوص تفاوت نتایج این پژوهش با پژوهش‌های پیشین، علاوه بر موارد فوق، همانگونه که در بخش "د" از مبانی نظری شرح داده شد، تحقیقات پیشین حوزه تمرکز محدودی داشته‌اند و نهایتاً پیشنهادهایی در گسترش بازارهای هدف، لزوم جذب سرمایه خارجی یا انتقال تکنولوژی، اهمیت نوآوری، اولویت بندی مشکلات و شناسایی فرصت‌ها و مواردی از این دست ارائه داده‌اند و به ژرفای این پژوهش؛ که رقابت‌پذیری ملی در این عرصه را هدف گرفته (و کل حوزه‌های مرتبط مالی، بازار، سیاست خارجی، زیر-ساخت‌های داخلی، مدیریت و موارد فرهنگی - اجتماعی را مورد کنکاش قرار داده است)،

فرو نرفته‌اند. بنابراین چارچوب ارایه شده در شکل ۴ که خلاصه آن در شکل ۶ ذیل ارایه شده است و عملاً پاسخ پرسش اصلی تحقیق می‌باشد، و برگرفته از شرایط خاص ایران تنظیم شده (شاکله‌اش با مدل‌های پایه دیگر، از جمله الماس ملی پورتر یا مدل مؤسسه توسعه مدیریت، تفاوت‌های آشکار دارد)، در عمل می‌تواند مبنای شناخت مدل رقابت‌پذیری ملی صادرات خدمات مهندسی ایران قرار گیرد و از سوی دیگر با الگو قرار دادن خدمات مهندسی به عنوان پایه‌ای برای بررسی رقابت‌پذیری ملی، در سایر عرصه‌های خدماتی/صنعتی، به بوته آزمایش گذاشته شود.



شکل ۶- ابعاد اصلی خط مشی‌ها در رقابت پذیری خدمات مهندسی

الف- در مورد پیشنهادهای اجرایی، جهت بهره‌گیری از عوامل کلان موثر در رقابت‌پذیری ملی صادرات خدمات مهندسی، عطف به نمودارهای ۱ الی ۵، موارد ذیل عنوان می‌گردند:

- اصلاح ساختاری سازوکارهای موجود در تأمین مالی، خصوصاً در صدور ضمانت‌نامه‌های بانکی، جهت تسهیل حضور شرکت‌ها در مناقصات بین‌المللی و لزوم افزایش مشوق‌های صادراتی. (اوج صدور خدمات مهندسی ما در سال‌های ۹۰-۱۳۸۹، همزمان با اوج اعطای جوایز و مشوق‌ها بوده است که این امکان را به شرکت‌ها می‌داده تا با تکیه بر آنها در قیمت‌های پیشنهادی خود تخفیف دهند.)

- تغییر پارادایم، از صرفاً صدور خدمات مهندسی بر بین‌المللی‌سازی و لزوم مشابه‌سازی سازوکارهای شرکت‌های مهندسی ما. (تا نگاه ما جهانی نگردد، امکان نفوذ برایمان فراهم نمی‌گردد. این تغییر نگرش، کل مراودات را در بر می‌گیرد؛ تا حتی بهره از نیروی انسانی خارجی.)
- همسان‌سازی ضوابط داخلی و ضوابط مرتبط با پیمان‌ها، با ضوابط قراردادهای جهانی و فیدیک. (به عنوان نقطه شروع و جهت آشنایی شرکتها، می‌توان برخی مناقصات داخلی را مطابق ضوابط فیدیک برگزار کرد.)
- زمینه سازی ایجاد شرکت‌های پیمانکاری بزرگ از نظر توانایی مالی، نیروی انسانی و بعد تجهیزاتی.
- زمینه سازی تشکیل شرکت‌های مهندسی مشاور بزرگ، با سخت افزار و نرم افزار قابل رقابت جهانی.
- تکیه بر مزیت نیروی مهندسی فراوان (به نسبت جمعیت، رده اول دنیا)، متخصص، ارزان و مجرب در اکثر رشته‌های مهندسی و آموزش‌های کاربردی و به روزآوری بیشتر این نیروها.
- بهره‌گیری از مزیت موقعیت قرارگیری در مرکزیت منطقه و مشترکات فرهنگی، مذهبی و زبانی با اکثر کشورهای منطقه. (خصوصاً کشورهای که روابط سیاسی بهتری با آنها داریم، مانند عراق، سوریه و افغانستان که اتفاقاً به بازسازی‌های اساسی پس از جنگ و تلاطمات سیاسی، نیاز دارند.)
- دگرگون‌سازی سازوکارهای حمایتی دولت، به گونه‌ای که شرکت‌های ما با حمایت واقعی دستگاه دیپلماسی، خود را در غربت تنها حس نکنند. (رجوع به خط‌مشی‌های اجرایی ترسیم شده در نمودار ۳ و مضامین ۴۴ تا ۵۴ در بعد سوم).
- تغییر نحوه تعاملات خارجی با رویکرد تنش زدایی، تا نهایتاً به رفع تحریم‌ها منجر شود (و موارد مصداقی، چون تصویب سازوکار مالی FATF).
- ایجاد زمینه رقابت سالم، با جلوگیری از رانت و سوبسید شرکت‌های دولتی یا نیمه دولتی که به حذف شرکت‌های مهندسی خصوصی منجر می‌شود. (شرکت‌های خصوصی باید بتوانند در بازار داخلی به فعالیت ادامه دهند تا به افق

بازارهای خارجی ببیند، اما بسیاری از شرکت‌ها بخاطر تعدد مشکلات فعلی، دچار انقباض یا تعطیلی هستند.

ب- در خصوص مقتضیات بنیادین خط‌مشی‌گذاری، جهت ایجاد فرهنگ صادراتی و توانمندسازی بخش خصوصی، برای ترسیم مسیر صادرات خدمات مهندسی به عنوان یکی از موتورهای محرک اقتصاد، موارد ذیل بر اساس یافته‌های حاصل به خصوص در بعد پنجم و تحلیل‌های قبلی، طرح می‌گردند:

- با عنایت به اهمیت اساسی نقش مسایل فرهنگی- قومی (نگاه کنید به سخت-کوشی مردمان شرق آسیا یا انضباط آلمانی‌ها) لزوم انجام کارهای بنیادین فرهنگی-آموزشی، برای ایجاد این تفکر که خودمان باید تولید دانش کنیم و بعد، آن را صادر کنیم.
- کارهای ریشه‌ای فرهنگی، در موارد بنیادینی چون: ایجاد اعتماد به نفس و خودباوری ملی از یک سو و ترمیم سرمایه اجتماعی و رابطه دولت- ملت از سوی دیگر، جهت هم‌افزایی کلیه نیروها و اهداف، در مسیر توسعه.
- صدور خدمات مهندسی در اسناد بالادستی، با جایگاهی ویژه در مقوله صادرات غیر نفتی، نگریسته شود.
- جلوگیری از تشتت فعلی با سازمان‌دهی نوین در عرصه مدیریت صادرات خدمات مهندسی و تجمیع کلیه فعالیت‌ها در سازمانی با قدرت اجرایی بالا، در سطح یکی از معاونت‌های ریاست جمهوری.
- با توجه به ظرفیت محدود دولت، با استفاده از روش‌های خط‌مشی‌گذاری مشارکتی و شبکه‌ای، از تمامی ظرفیت مهندسی کشور استفاده شود، تا زمینه-سازي ایجاد شرکت‌های مهندسی خصوصی قدر، فراهم گردد.
- تغییر نگرش از صدور مواد خام و سنتی به خدمات مهندسی، (با فناوری و ارزش افزوده بسیار بالاتر)، و گشودن این چشم انداز که صادرات خدمات مهندسی به عنوان جایگزین اقتصاد نفتی و یکی از موتورهای محرک اقتصاد می‌تواند مطرح گردد.
- برای جلوگیری از سعی و خطاهای بیشتر، بهره‌گیری از تجربیات کشورهایمانند ژاپن و ترکیه در مواردی چون نحوه برنامه‌ریزی، مشارکت و حمایت از

شرکت‌های خصوصی.

ج- پیشنهادها، برای تحقیقات آتی (با توجه به محدودیت‌های پژوهش)

در این تحقیق، تنها رویکرد کیفی به کار گرفته شده است، ضمناً با توجه به هدف که بر ترسیم ابعاد و چارچوب خط‌مشی‌ها در رقابت‌پذیری ملی خدمات مهندسی متمرکز بوده است، نتایج، در تعمیم به سایر عرصه‌های خدماتی یا صنعتی دارای محدودیت می‌باشد، لذا پژوهش‌هایی در موارد ذیل، پیشنهاد می‌گردد:

- ابعاد اصلی و هر کدام از مقولات فرعی، در عرصه‌های مرتبط یا نزدیک، مانند خدمات با فناوری بالا یا صادرات کالاهای صنعتی، به بحث گذاشته شوند.

- خط‌مشی‌های کاربردی معرفی شده، با روش‌های دیگر پژوهشی، از جمله روش‌های کمی، به بوته آزمایش گذاشته شوند.

- با استفاده از چارچوب ارائه شده، مدل پایه رقابت‌پذیری در این عرصه (و عرصه‌های عام‌تر)، با در بر گرفتن کلیه مسایل مرتبط، طرف‌های ذی‌نفع و روابط دو یا چندگانه میان آنها، طرح و ارائه گردد.

پی‌نوشت‌ها

- | | |
|------------------------------------------------|--------------------------------|
| 1. Sabatier | 2. Smith & Larimer |
| 3. Lindblom | 4. Herbert Simon & James March |
| 5. Kohen, March & Olsen | 6. Adam Smith |
| 7, 8, 9, 10. Ricardo Heckscher, Ohlin & Linder | |
| 11. Kotler | 12. Porter |
| 13. Dunning | 14. Rugman |
| 15. Cho, Moon & Kim | 16. World Economic Forum |
| 17. Institute for Management Development | 18. Gross Domestic Product |

منابع

- احمدیان، مریم و مقیسه، محسن (۱۳۹۷). *الگوی راهبردی حمایت از تولید: درس‌هایی از تجربه ژاپن*، مرکز پژوهش‌های مجلس، معاونت پژوهش‌های اقتصادی.
- احمد زاده، خالد و یآوری، کاظم و عصار، عباس و سجایی، بهرام (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر صادرات خدمات مطالعه موردی: صادرات خدمات فنی و مهندسی، *پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۲ (۴۷)، ۱-۲۰.

- اسمیت، کوین و لاریمر، کریستوفر (۱۳۹۷). *درآمدی بر نظریه خط مشی گذاری عمومی*، ترجمه حسن دانایی فرد، ویراست سوم، تهران: نشر صفار.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۹۸). *تصمیم گیری و تعیین خط مشی دولتی*، ویراست ۲۲، تهران: دانشگاه پیام نور.
- الوانی، سید مهدی و شریف زاده، فتاح (۱۳۹۸). *فرایند خط مشی گذاری عمومی*، ویراست ۱۶، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- امام بخش، آرش (۱۳۹۸). *یک صادرات مهندسی نشده، ماهنامه ترابران*، شماره ۱۷۲، ۴۶-۵۰، آذر و دی ۹۸.
- امیرخانلو، منیره و صفدری، فرناز (۱۳۹۶). *وضعیت رقابت پذیری ایران در گزارش رقابت پذیری جهانی مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۸-۲۰۱۷*، معاونت اقتصادی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی، تهران.
- امینی، بهرام (۱۳۹۸، ۱۶ مهر). *ظرفیت صادرات ۳۰ میلیارد دلاری خدمات فنی و مهندسی، ایران اکونومیست*.
- انصاری، محمد رضا (۱۳۹۸). *صادرات خدمات فنی و مهندسی بسته حمایتی نمی خواهد، ماهنامه ترابران*، شماره ۱۷۲، ۳۵-۴۰.
- بهارلو، محمود و عباسی، مجید (۱۳۹۹). *نقش دولت در توسعه اقتصادی- بررسی تطبیقی میان ایران و مالزی، فصلنامه دولت پژوهی*، در آستانه نشر.
- پورتر، مایکل (۱۳۹۴). *مزیت رقابتی ملی*، ترجمه جهانگیر مجیدی، چاپ اول، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- جعفری، اکبر و حسن پور، اسماعیل و میرایی، حمید رضا (۱۳۹۸). *بررسی و آنالیز نقش مولفه های بیرونی مدل الماس ملی مایکل پورتر در کسب و حفظ و توسعه توان رقابتی، فصلنامه علمی پژوهشنامه حمل و نقل*، ۱۶ (۵۹)، ۷۳-۵۵.
- حسن پور، اسماعیل و میرایی، حمید رضا و احمدی، فائق (۱۳۹۸). *تجزیه و تحلیل عوامل درونی مدل الماس ملی مایکل پورتر بر توسعه مزیت رقابتی و ارائه مدل اثربخش، پژوهشنامه حمل و نقل*، ۱۶ (۵۸)، ۲۴۴-۲۲۱.
- حسن شکوهی، صدرالدین (۱۳۸۹). *بررسی استراتژی های رقابتی در بازار جهانی خشکبار با تأکید بر برندهای ایرانی، مورد مطالعه: صادرات خرما به اروپا*، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری پیام نور، تهران.
- خسروی، کیوان (۱۳۹۰). *تعیین موانع توسعه صادرات محصولات نساجی ایران براساس مدل الماس ملی پورتر*، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان.
- رضا قلی زاده، مهدیه (۱۳۸۷). *بررسی توان رقابتی صنعت فرش دستباف در صورت پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی*، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی

- دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- رهنورد، فرج الله و سیحون، علیرضا و مرتضوی، مهدی و طاهرپور کلانتری، حبیب الله (۱۳۹۸). طراحی چارچوب حاکمیت الکترونیک در تدوین خط مشی توسعه صادرات، *فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی*، ۱۰ (۳)، ۱۰۱-۱۲۵.
- ساباتیه، پل ای. (۱۳۹۶). *نظریه های فرایند خط مشی عمومی*، ترجمه حسن دانایی فرد، ویراست دوم، تهران: انتشارات صفار.
- سازمان توسعه تجارت ایران (۱۳۹۹)، *گزارش صادرات خدمات فنی و مهندسی همراه با آمار ۹ ماهه سال ۱۳۹۹*، گروه خدمات فنی و مهندسی.
- سلیمانی خویی، مهدی و دانش فرد، کرم الله و نجف بیگی، رضا (۱۳۹۸). الگوی اقتضایی شناسایی مسایل عمومی در فرایند خط مشی گذاری ایران، *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۱۱ (۴) ۵۳۰-۵۵۶.
- شاه طهماسبی، اسماعیل و خداداد حسینی، سید حمید (۱۳۹۵). کارایی ایران در مزیت رقابتی در مقایسه با کشورهای منتخب، *دو فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه شاهد*، شماره ۸، ۲۹-۴۲.
- صدقیانی، علی (۱۳۹۸). *ارزیابی و اولویت بندی موانع موجود در زمینه صدور خدمات فنی و مهندسی*، پایان نامه کارشناسی ارشد در MBA، دانشگاه شهید بهشتی، مرکز آموزش الکترونیکی، تهران.
- طیعی ابوالحسنی، سیدامیرحسین (۱۳۹۸). درآمدی بر روش تحقیق: رویه های استاندارد تحلیل داده های کیفی، *سیاستنامه علم و فناوری*، ۹ (۲)، ۶۷-۹۴.
- طیعی، سید کمیل و زمانی، زهرا و نوروزی، محسن و شکری، محمود (۱۳۹۳). اثر نوآوری بر توسعه خدمات مهندسی کشورهای منتخب نوظهور، *فصلنامه علوم اقتصادی*، ۸ (۲۷)، ۱۱-۲۷.
- عبداللهی حقی، سولماز (۱۳۸۵). *محاسبه توان رقابتی صنعت پتروشیمی ایران - مطالعه موردی: مجتمع پتروشیمی تبریز*، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته علوم اقتصادی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- علی اکبری، اسماعیل و اکبری، مجید و انصاری، معصومه و بوستان احمدی، وحید (۱۳۹۸). *سنجش و تحلیل شاخصهای رقابت پذیری در کشورهای غرب آسیا با تأکید بر ایران*، *فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای*، ۹ (۳۳)، ۱-۱۴.
- قلی پور فیضی، معصومه (۱۳۹۴). *بررسی تأثیر مشوق های صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت ها (مطالعه موردی: شرکت های خدمات فنی و مهندسی ایران)*، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت، دانشگاه تبریز، پردیس بین المللی ارس.
- کاتلر، فیلیپ (۱۳۹۸) *مدیریت بازاریابی*، ترجمه بهمن فروزنده، ویراست ۲۴، تهران: انتشارات آموخته.
- کولی قلعه نوی، معصومه (۱۳۸۹). *بررسی چگونگی حفظ مزیت رقابتی پسته ایران در بازار جهانی بر اساس مدل رقابتی پورتر*، پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران.
- کیوان فر، حامد (۱۳۹۹). *ارائه مدلی برای انتخاب مناسب ترین بازارهای هدف خارجی برای صدور خدمات فنی و مهندسی*، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت MBA، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران.

کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان (۱۳۹۴). روش تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، ویراست ۱۴، تهران: انتشارات توتیا.

معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، (۱۳۹۹). اهمیت بخش خدمات و بررسی صادرات خدمات فنی و مهندسی بر اساس آمار جهانی، پایگاه اطلاع رسانی معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه، ۱۳۹۹/۹/۳.

مؤمن کاشانی، نوشین و رهنورد، فرج الله و مرتضوی، مهدی و شیرازی، محمود (۱۳۹۹). مدل سنجش میزان تمایل خط مشی گذاران به دولت باز، فصلنامه چشم انداز مدیریت دولتی، ۱۱ (۲)، ۳۵-۶۴.

نقوی، علی (۱۳۹۸، ۲۸ آبان). صدور خدمات فنی و مهندسی ترکیه، روزنامه جوان.

وحیدی راد، زهرا (۱۳۹۵). بررسی و تبیین رابطه بین صادرات خدمات فنی و مهندسی و رشد اقتصادی در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد در اقتصاد، دانشگاه پیام نور استان البرز، کرج.

- Aspers, P. & Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research? *Qualitative Sociology*, 42(2), 139-160.
- Cegliński, P. (2017). The Concept of Competitive Advantages, Logic, Sources and Durability. *Journal of Positive Management*, 7 (3), 57-70.
- Fitz Patrick, B. (2019). Validity in Qualitative Health Education Research, *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 11(2), 211-217.
- Garelli, Stephane (2002). *Competitiveness of Nations: the Fundamentals*. IMD World Competitiveness, New York.
- Hagos, F., Singh, R. (2018). Determinants of Competitiveness of Garment Industry in Ethiopia—an Empirical Study, Sage Publication, *The Journal of Business perspective*, 22(2) 121-134.
- Howlett, M., Ramesh, M. & Wu, X. (2015). Understanding the persistence of policy failures: The role of politics, governance and uncertainty, *Public Policy and Administration*, 30 (3-4), 209-220.
- IMD World Competitiveness Year book (2018). Geneva: Institute for Management Developmen.
- Konsolas, L. (2017). *The Competitive Advantage of Greece: An Application of Porter's Diamond*. 1st Edition, London: Routledge
- Nuryakin, U. (2018). Competitive Advantage and Product Innovation, *Academy of Strategic Management Journal*, 17 (2), 1-14.
- Porter, Michael E. (1998). *The Competitive Advantages of Nations-with new introduction*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E., Delgado, M. & Ketels, C. (2012). The Determinants of National Competitiveness. *National Bureau of Economic Research*, Cambridge, MA 02138,

July 2012.

Xing, Y., Guo, Y. (2017). A Review of the Research of the Competitiveness of China's Beverage Industry Advances *in Computer Science Research*, (ACSR), Volume 61, 1028-1033.

Determining the Framework of Governmental Policies to Increase National Competitiveness in the Global Market for Engineering Service

Davood Hosseinpour¹

Fattah Sharifzadeh²

MirAli Seyyed Naghavi³

Cyrus Sadr Nafissi⁴

Abstract

If in a definition of national competitiveness, we call it "the share of a country's products / services in the global market", we come to the fundamental question of why the share of Iranian engineering companies in the global market is small? The aim of this study is to explain the role of government in increasing the national competitiveness of Iranian engineering companies in the global market. In this qualitative research, we interviewed fifteen experts from engineering companies and organizations connected to export of engineering services. The data collection tool was a semi-structured interview and experts selected in a non-random convenience sampling. Theme analysis and coding methods were used to analyze the data. The result of the research indicated that a comprehensive framework for government policies to increase the competitiveness of the country's engineering services has to be formulated. This framework requires the following initiatives: Reforming the existing mechanisms in financing; Establishment of engineering companies to be matched with the requirements of internationalization; transforming government support mechanisms, especially in foreign relations; restructuring the

1. Associate Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2. Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

3. Professor, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

4. Ph.D. Student, Department of Public Administration, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

administration of engineering export services and changing attitudes towards the engineering export services and smoothing the presence of the private sector. And, most importantly, is the perception that in the current economic condition, the export of engineering services can act as a driving force of our economy. It has to be noted that this framework can be applied as a basis for drawing a model of competitiveness of engineering services exports in other service / industrial areas of our country.

Keywords: Competitiveness, National Competition, Engineering Services, Public Policy, Global Market