صنعت: موانع اساسی پیشرفت صنایع طلاسازی در ایران

پیشگفتار

قدمت صنعت طلاسازی در ایران بالغ بر 5000 سال است.شهرت جهانی مجسمه‏ بز بالدار با بلندی 50/27 سانتیمتر که در قرن چهارم پیش از میلاد ساخته شده‏ و هم‏اکنون درموزه روور نگهداری‏ می‏گردد،جام طلای افسانه زندگی که در قرن دوازدهم قبل از میلاد ساخته‏ شده،بشقاب طلا با نقش عقاب مربوط به‏ قرن پنجم قبل از میلاد و جام طلای‏ مارلیک که قدمت آن به 1200 سال قبل از میلاد می‏رسد حاکی از عظمت و گسترش‏ صنعت طلاسازی در بین هنرمندان و صنعت‏گران ایرانی با وسعتی به قدمت‏ تاریخ است.

آثار بدست آمده از دل خاک در گوشه‏ و کنار این مرز و بوم نشان می‏دهد ایرانیان‏ همواره و در طی سالهای متمادی با ذوق و مهارت بسیار به این صنعت‏ پرداخته‏اند.پیشرفت و تبحر صنعتگران‏ ایرانی تا بدان حد بوده است که‏ محصولات آنها امروزه در موزه‏های بزرگ‏ جهان بعنوان شاهکارهای صنعت و هنر نگهداری می‏گردد و یا در بازارهای جهانی‏ به بیشترین قیمت مورد معامله قرار می‏گیرد.

آنچه امروز از این صنعت عظیم و هنر ظریف بر جای مانده است منحصر به‏ کالاهای زینتی و زیورآلات است که به‏ رغم مشکلات فراوان تولید و صرفا به‏ بازارهای داخلی عرضه می‏گردد.

این مقاله با هدف جستجو و شناخت‏ مشکلات و موانع عمده پیشرفت صنعت‏ طلاسازی در ایران جوانب مختلف آنرا مورد بررسی قرار می‏دهد.به رغم‏ جستجوی فراوان،امکان دسترسی به‏ آمارها و منابعی که مشکلات صنعت‏ طلاسازی را در سالهای قبل و پس از انقلاب نشان دهد فراهم نگردید لذا در پاره‏ای از موارد نظرات و تجربیات‏ کارشناسان و دست‏اندکاران این صنعت‏ مورد استفاده قرار گرفته است.بدوا باید خاطرنشان ساخت که مساله مهم در صنعت طلاسازی ساخت ماهرانه و ارزش‏ افزوده است.در کشورهائی مثل سوئد و فرانسه طلاسازان و جواهرسازان ماهر سالانه صدها میلیون دلار ارزش افزوده‏ روی این کالا ایجاد می‏کنند.موضوع دیگر قابل پس‏انداز بودن طلاست که این کالا را از صورت یک کالای منحصرا لوکس و زینتی درآورده و آنرا-خاصه در این عصر تورم جهانی بصورت یکی از مطمئن‏ترین‏ وسیله‏های پس‏انداز درآورده است.خانمها هم‏ بعنوان زینت و هم بعنوان پس‏انداز از آن‏ استفاده می‏کنند.و گروهی نیز هم بعنوان‏ تفاخر(مانند استفاده از وسائل طلای‏ سفره)و هم بعنوان وسیله پس‏انداز استفاده می‏نمایند،که البته فخرفروشی‏ به هر نوع نکوهیده است.

عدم وجود بازارهای مالی در ایران

روابط بین عناصر اصلی اقتصاد در بازار و تحت قوانین طبیعی حاکم بر بازار و روابط اقتصادی طبیعی انسانها شکل‏ می‏گیرد،این عناصر که کاملا متمایز از یکدیگر هستند عبارتند از خانوار،تولیدکننده و دولت.موفقیت هر نظام در شناخت نقش و سهم هریک از این نیروها و یافتن مکانیزم همکاری‏ متعادل بین آنها در جهت اهداف اقتصادی‏ مورد قبول جامعه است.بازار سرفصل‏ تلاقی فعالیتهای این عناصر است و نحوه‏ مبادله،قیمت و مقدار مبادله یا تخصیص‏ منابع بین بهترین مصارف را تعیین‏ می‏کند.موسسات و بازارهای مالی‏ برحسب نیاز و ضرورت و تعقیب منافع‏ هریک از نیروهای سه‏گانه فوق فعالیت‏ می‏کنند و نقش آنها فراهم کردن امکانات‏ و تسهیل مبادلات و خدمات و سرمایه و تثبیت نسبی قیمتها است.اوراق‏ بهادار،فلزات قیمتی و بسیاری دیگر از مواد اولیه و کالاهای استراتژیک متاثر از قوانین عرضه و تقاضا ثبات نسبی قیمت‏ خود را در بازارهای مالی بدست‏ می‏آورند.ثابت بودن قیمت مواد اولیه‏ صنعتی از الزامات رشد و پیشرفت صنایع‏ محسوب می‏گردد.طلا،فلزی است‏ گرانبها که بطور ذاتی ارزش معاملاتی‏ بسیار زیادی دارد و به این دلیل از نرخ‏ نوسان بالایی برخودار است.لذا هرگز وجهه صنعتی متعارفی نداشته و نقش آن‏ در جریان تولید محدود به ماده اولیه تولید نیست.کالای تولید شده از طلا نیز از آنجایی که قسمت اعظم ارزش آن مرهون‏ قیمت ماده اولیه است به تبع این ارزش در بازار قیمت‏گذاری شده و مورد معامله قرار می‏گیرد و بیش از هر کالای دیگری از نوسان شدید قیمت در بازار آسیب‏ می‏بیند،زیرا هنگامی که مصرف‏کننده از بعد مصرفی کالا متقاضی خرید آن می‏گردد چون با کالایی لوکس و غیر ضروری روبرو است منتظر می‏ماند تا قیمتها کاهش یابند.بدین ترتیب نقش‏ سایر متغیرهای اقتصادی مانند کیفیت،کاهش هزینه‏ها،سیاستهای‏ فروش و...در تصمیمات تولیدکننده کمتر می‏گردد و ثبات نسبی قیمت طلا در بازار در افزایش تقاضا برای آن موثر خواهد بود.این وضعیت بر سطوح مختلف جریان‏ تولید اثر می‏گذارد و کنترل آن خارج از حیطه علمی و فنی تولیدکننده است.به‏ این دلیل تغییرات روزمره قیمت طلا در بازار،تولیدکنندگان این رشته از صنعت‏ باید بخش اعظم سرمایه خود را صرف‏ خرید مواد اولیه(طلا)نمایند و چون با کمبود نقدینگی مواجه میگردند الزاما ماده اولیه‏ مورد نیاز خود را با خریدهای جزئی روزمره‏ تامین می‏کنند.این مسئله موجب حذف‏ واحدهای صنعتی کوچک می‏گردد و تنها تولیدکنندگانی در بازار باقی می‏مانند که‏ قدرت نقدینگی و سرمایه آنها بالاست.علت این امر این است که‏ تولیدکنندگان دوره مشخصی را برای‏ خرید مواد اولیه در سیاستهای خود در نظر گرفته و برای این دوره کوتاه گردد و بصورت‏ روزمره درآید و نرخ نوسان آن نیز بصورت‏ روزانه و با شدتهای متفاوت تغییر نماید،تولیدکنندگان کوچک به سهولت‏ قادر به تهیه آن نخواهند بود و حذف‏ خواهند شد.با کنار رفتن واحدهای‏ صنعتی کوچکتر انگیزه بهبود کیفیت‏ کالا برای واحدهای باقیمانده که میدان‏ رقابت آنها کوچکتر شده کاهش می‏یابد و تولید کالای نامرغوب از مواد اولیه‏ای که‏ در زمره مرغوبترین عناصر زمین است‏ رواج پیدا می‏کند.تغییرات سریع قیمت‏ طلا در بازار همچنین تولیدکنندگان را مجبور به گزینش ساده‏ترین و سریعترین‏ روشهای تولید می‏نماید تا تولیدات خود را در اولین و در دسترس‏ترین بازارها با کمترین فوت وقت به فروش‏ برسانند.بدین ترتیب جاذبه استراتژی‏ بلند مدت سودآوری برای صنعتگر از بین‏ می‏رود و ضمن بوجود آمدن زمینه تخلف‏ در کیفیت و عیار محصولات،تولیدات این‏ صنعت ظریف و گران محدود به بازارهای‏ داخلی می‏گردد.

بررسی مقدار تقاضا برای خرید مصنوعات طلا در بازار ایران(سهم طلا در سبد خانوار)از جنبه مصرفی آن‏ (نه پس انداز)در خلال سالهای‏ 71-1350 نشان می‏دهد که نرخ تقاضا از رقم 4/71 درصد در ابتدای دوره به میزان‏ 34/12 درصد کاهش یافته است.علت‏ عمده این کاهش،افزایش شدید قیمت‏ طلا نسبت به درآمد خانوار و نوسان‏ حاکم بر بازار آن است.

نمودار(1)ارزش و نوسان قیمت طلا را در فاصله ماه ژانویه-نوامبر سال 1993 در بازار لندن و تهران نشان می‏دهد.

 (نمودار 1)

وجود بازارهای مالی موجب می‏گردد مقدار عرضه در جامعه با تقاضای موجود برای آن متناسب گردد در نتیجه قیمتها به‏ تعادل برسند.از آنجایی که تقریبا تمام‏ طلای مصرفی در بخشهای مختلف‏ اقتصاد کشور از محل واردات آن تامین‏ می‏گردد،تغییرات آن تابعی از تغییرات نرخ‏ ارز خواهد بود لذا وجود بازارهای مالی ارز در کشور به ایجاد ثبات در بازار طلا نیز خواهد انجامید.

بررسی رفتار مصرف‏کننده‏ و تولیدکننده

انسان برای اینکه بتواند به نیازها و خواسته‏های خود جامه ع مل بپوشاند متقاضی بدست آوردن کالاها و خدمات‏ می‏گردد.شناخت خواسته‏های بشری و تخمینی ذهنی از مقدار مطلوبیتی که‏ انسانها از اکتساب کالاها و خدمات بدست‏ می‏آورند به تولیدکنندگان کمک می‏کند در ارائه خدمات و کالای تولیدی خود ملاحظات اقتصادی را مدنظر قرار داده‏ و در واقع بیشترین ضریب اطمینان را از فروش محصول خود کسب نمایند.مدیران‏ صنایع طلاسازی در برآورد و تحلیل مقدار مطلوبیتی که کاللای تولیدی آنها برای‏ مصرف‏کنندگان دربردارد با مشکل زیر روبرو هستند طبق تعریف،مقدار مطلوبیتی که اشخاص از داشتن یا مصرف‏ کالاها و خدمات بدست می‏آورند مطلوبیت کل نامیده می‏شود و مقدار مطلوبیتی که از مصرف یک واحد اضافی‏ کالا حاصل می‏گردد مطلوبیت نهایی نام‏ دارد.براساس همین تعاریف هرچه مقدار مطلوبیتی که از مصرف یک واحد اضافی‏ کالا حاصل می‏گردد مطلوبیت نهایی نام‏ دارد.براساس همین تعاریف هرچه مقدار مصرف یک کالا بیشتر شود مطلوبیت‏ نهایی آن کاهش می‏یابد و بالاخره به‏ نقطه‏ای می‏رسد که در آن مطلوبیت‏ نهایی برابر صفر می‏گردد.در این نقطه که‏ آنرا نقطه سیری می‏گویند مصرف‏کننده‏ مطلوبیت بیشتری از واحدهای اضافی‏ کالا کسب نمی‏کند و اگر مصرف ادامه پیدا کند مطلوبیت نهایی منفی خواهد شد.نمودار(2)منحنی مطلوبیت فردی را نشان می‏دهد که هنگام مصرف واحد اول‏ کالا حد اکثر مطلوبیت نهایی را از آن‏ می‏برد و با افزایش مصرف از مطلوبیت آن این مفهوم بیانگر این نکته است که‏ کالاهای مختلف تا چه میزان برای‏ مصرف‏کننده در شرایط عادی و در شرایط ویژه مطلوبیت دارند و از همین طریق‏ تولیدکننده می‏تواند تصمیمات ضروری‏ را در مقدار،انواع،کیفیت و سایر مشخصات کالای خود اتخاذ نماید.در این حالت مطلوبیت یک کالا هنگامی‏ بیشترین حد خود را دارا است که مطلوبیت‏ نهای مصارف مختلف آن برای‏ مصرف‏کننده مساوی باشد.

Mu1-Mu2-(ŞùĞ öâùéáó ö¢è¿ áþù¿Â öÄ) ،و از آنجایی که‏ معمولا مصرف‏کننده درآمد خود را در جهت‏ خرید کالاهای مختلفی اختصاص‏ می‏دهد هنگامی مطلوبیت او به حد اکثر می‏رسد که مطلوبیت ناشی از اخرین واحد پول برای کلیه کالاهای خریداری شده‏ مساوی باشد.به عبارت دیگر:

 برای نشان دادن میزان مطلوبیتی که‏ فرد از مصرف کالا نصیب خود می‏سازد از منحنی‏های بی‏تفاوتی استفاده‏ می‏گردد.این منحنی‏ها از چپ به راست و از بالا به پائین نزولی می‏باشند زیرا یک‏ مصرف‏کننده برای ثابت نگهداشتن سطح‏ مطلوبیت خود باید در ازای از دست دادن‏ مقادیری از یک کالا مقدار بیشتری از کالای دیگر بدست آورد.بنابر این منحنی‏ های بی‏تفاوتی نسبت به مرکز مختصات‏ محدب هستند و هرچه از آن دورتر باشند در واقع سطح مطلوبیت بیشتری وجود دارد.

با استفاده از این تعاریف مدیران صنعتی‏ می‏توانند میزان مصرف تقریبی کالای‏ تولیدی خود را در سبد خانوار تخمین بزنند و جایگاه آنرا در بین کالاهای دیگر مشخص نمایند.این قانونمندی برای‏ حالاتی صحیح است که کالای تولید شده‏ جنبه مصرفی داشته باشد.اما مصنوعات‏ طلا علاوه بر ارزش مصرفی خود(بصورت‏ زینت آلات و بعنوان کالای لوکس)دارای‏ ارزش پس‏اندازی هم می‏باشند،لذا محاسبه میزان مطلوبیت آنها برای‏ مصرف‏کننده به روشهایی که گفته شد ممکن نیست.در نتیجه قانون نزولی بودن‏ منحنی‏های مطلوبیت نهایی برای این‏ کالا که ارزش پس‏اندازی آن‏ مصرف‏کننده را همواره ترغیب به‏ خریداری آن می‏نماید مفهوم خود را از دست می‏دهد.زیرا مطابق‏ تعریف،خشنودی و رضایت خاطری که‏ فرد از اکتساب کالا و خدمات بدست‏ می‏آورد مطلوبیت نام دارد و طلا کالایی‏ است مانند پول که اگر برای مصرف‏کننده‏ رفتار عقلایی قائل باشیم هرگز از مصرف‏ آن به نقطه سیری نمی‏رسد.مشکل‏ مدیران صنایع طلاسازی در این نقطه‏ بروز می‏کند که چگونه بدنبال تولید کالایی باشند که حد اقل ارزش افزوده‏ ناشی از پروسه تولید را بر ارزش ذاتی آن‏ بیافزاید تا هم جنبه پس‏اندازی آن در فروش کالا ملحوظ گردد و هم کیفیت و نوع‏ و وجهه‏های تولیدی کالا را حفظ کند تا خشنودی خاطر مصرف‏کننده را در بعد مصرفی کالا تحصیل نماید.ضمن اینکه‏ بتئاند با تلفیق این دو جنبه تقاضا رفتار مصرف‏کننده را بررسی و در واقع میزان‏ مطلوبیت و درجه بی‏تفاوتی مصرف‏کننده‏ از مصرف تولیدات خود را تخمین بزند.

هنگامی که قیمت کالا افزایش می‏یابد و درآمد پس‏انداز درآمد مصرف‏کننده‏ تغییر می‏کنند و اگر این پس‏انداز صرف‏ خرید کالاهایی گردد که ارزش پس‏اندازی‏ هم دارند در آن صورت شرایط جدیدی‏ پیش روی تولیدکننده قرار می‏گیرد.چنانچه قیمت طلا افزایش‏ یابد،تولیدکننده کالایی را عرضه خواهد کرد که ارزش پس‏اندازی آن مورد توجه‏ است و اگر قیمت طلا کاهش پیدا کند،تولید کالاهایی که ارزش مصرفی آنها بارز باشد مدنظر قرار خواهد گرفت.در هر دو حالت بررسی رفتار مصرف‏کننده‏ و تغییر در روشهای تولید بسیار پیچیده و مستلزم اتخاذ تصمیمات حساس و هزینه‏های بسیار خواهد بود.زیرا همواره‏ تولیدکننده باید با توجه به شرایط کالایی‏ را عرضه نماید که با کمترین کاهش در ارزش در حکم پول عمل نماید و به‏ سادگی قابل تبدیل و تعویض باشد و ارزش خود را در هر زمان نسبت به زمان‏ خرید برای مصرف‏کننده حفظ نماید.شکل(3)

چرخه گردش مصنوعات طلا را از جنبه‏ کالای مصرفی و پس‏اندازی بین بنگاه‏ تولیدی و خانوار نشان می‏دهد.

آثار ناشی از تحولات اقتصادی‏ جهان در سده‏های‏ 15 الی 18

بیش از سه قرن حکومت بلامنازع طلا بر اقتصاد جهان سیستمهای اقتصادی را آنچنان متاثر ساخته است که آثار آن‏ امروزه نیز بر اقتصاد کشورهای جهان‏ مشهود است.مقارن با ظهور مرکانتیلیسم‏ در اروپا،اقتصاد قدرت مبتنی بر ذخیره‏سازی طلا و نقره رواج یافت و ذخایر این دو فلز ثروت ملل محسوب‏ می‏گردید.سرازیر شدن سیل طلا و نقره‏ استخراج شده از معادن قاره آمریکا به‏ ممالک اروپایی در قرن پانزدهم در روندی که تا اواسط قرن هجدهم بطول‏ انجامید نتایجی را به بار آورد که وضعیت‏ اقتصادی بسیاری از کشورها حاصل آن‏ است:

در اسپانیا که تقریبا عمده فلزات قیمتی‏ قاره آمریکا در آن ذخیره گردیده بود قدرت‏ خرید افراد آنچنان افزایش یافت که به‏ تدریج تولید از رونق افتاد،کشاورزی و صنایع رو به انحطاط نهاد و خرید و فروش‏ طلا و نقره جایگزین آن گردید.

در فرانسه برای دست‏یابی به‏ طلا،توسعه صنایع و صدور کالاهای‏ صنعتی در دستور کار قرار گرفت.اجرای‏ قوانین حمایت از صدور کالاهای صنعتی‏ در ازای ورود طلا موجب رونق پیشه‏وری و فعالیتهای تولیدی گردید و اساس‏ سیاستهای اقتصادی دولت بر سازمان‏ دادن به صنایع و تشویق و گسترش آنها استوار گردید.

دولت انگلستان تجارت خارجی کشور را در انحصار کشتیهای انگلیسی درآورد و ضمن ایجاد موازنه مثبت در تجارت‏ خارجی،از خروج طلا و نقره از کشور جلوگیری نمود.

این پیشینه تاریخی برای طلا بعنوان‏ یک اهرم قدرت در اقتصاد جهان سبب‏ گردید که طلا علاوه بر ارزش ذاتی،ارزش‏ اقتصادی در سطح کلان کشورها بدست‏ آورد،سالها بعنوان پشتوانه پولی و ارزی‏ کشورها جز ذخائر ملی محسوب گردد وورود و خروج آن تابع محدودیتهای‏ قانونی گردد،بصورت مسکوک بدستور دول به مناسبتهای مختلف توسط بانکها ضرب و رایج گردد،در بازارهای مالی‏ بیشترین ضریب معامله را بدست آورد و کماکان بعنوان وسیله مبادله نقش پول را ایفا نماید.

بکارگیری طلا در صحنه معاملات‏ بعنوان پول و واسطه مبادلات،در فرهنگ‏ مصرفی جوامع و اقتصاد آنها اثری را بدنبال داشت که می‏توان آن را به اثر تغییر در ارزشها تعبیر نمود.پول فلزی‏ علاوه بر آنکه به سبب ارزش طلا و نقره‏ کالای مطلوبی بود نقش واسطه مبادلات‏ را بطور همزمان در جامعه ایفا می‏کرد.در نتیجه مجموع ارزش تولیدات و خدمات‏ جامعه وابسته به ارزش طلا می‏گردید. بدین ترتیب اگرچه قیمت هرکالایی‏ تابع تولید و نیاز جامعه(عرضه و تقاضای‏ آن کالا)بود،اما چون ارزش تولیدات و خدمات با پول فلزی سنجیده می‏شد و مقدار عرضه سکه‏های فلزی نیز تابعی از تولید طلا و نقره بود در نتیجه افزایش‏ قیمت کالاها با کاهش ارزش سکه‏های‏ رایج توام بود و می‏توان اذعان داشت که‏ تورم با رواج مسکوکات طلا و نقره در جریان مبادلات در اقتصاد جوامع ریشه‏ دوانید.با این تفاوت که مسکوکات طلا به‏ واسطه جنسیت و ارزش ذاتی خود کالایی‏ مطلوب محسوب می‏شد.با افزایش روز افزون ارزش نقره به دلیل کشف معادن‏ نقره،ارزش آن به شدت تنزل کرد و نظام‏ پولی کشورهای مقتدر بصورت نظام پایه‏ تک فلزی طلا مبدل گردید و تا اواخر قرن‏ نوزدهم غالب کشورهای جهان به این‏ نظام پیوستند.در ایران مقارن با بحران‏ جهانی نقره خروج طلا از کشور شدت‏ یافت و در سال 1250 هجری شمسی نقره‏ به تنهایی واحد پول رایج کشور گردید.در نتیجه مسکوکات طلا بعنوان پول از رونق‏ افتاد و نقش مبادله‏ای خود را از دست داد و وارد بازار و معاملات بورس گردید و مصنوعات آن بصورت کالای زینتی و تزئینی رواج یافت.این پیشینه‏ تاریخی،طلا را در اقتصاد ایران و جهان به‏ فلزی قدرتمند با بار روانی فراوان که بر فرهنگ ملل و نظام ارزشها اثر گذارده‏ است تبدیل نمود.تا آنجا که ارزشهای‏ صنعتی آن به حد اقل رسید و به هر شکل‏ حتی بصورت خام کالایی مطلوب‏ محسوب می‏گردید.در نتیجه فرهنگ‏ مصرفی خاصی برای طلا بوجود آمد و مناسبات تولید آن با مسائلی آمیخته‏ گردید که موجب سنتی ماندن بافت‏ تولید،ایجاد وجهه کاذب برای‏ صنعتگر،منحر ماندن صنعت در گروههای خانوادگی،ایجاد جو کاذب در درآمد و لوکس‏گرائی در مصرف آن گردید و لذا صنعت طلاسازی در ایران از دانش‏ روز،استفاده از نیروی متخصص و ارتباط با سایر صنایع بدور ماند.

قیمت‏گذاری‏ مصنوعات طلا

در یک نظام اقتصادی پویا،تبیین‏ ساختار قیمت‏های نسبی ابزار مناسبی‏ است برای تحلیل الگوهای اقتصادی که‏ به تبع آنها،الگوی تعیین قیمت نیز به‏ دست می‏آید.این ابزار که همان الگوی‏ عرضه و تقاضا است به ما نشان‏ می‏دهد که نظام قیمت یا بازار،نظامی‏ است که در آن قیمتها پیوسته تغییر می‏کند و بدین ترتیب تغییرات عرضه و تقاضا را بر روری کالاهای مختلف نشان‏ می‏دهد.قیمت این کالاها نشانه‏هایی‏ هستند برای هر فرد یا هر جریان‏ اقتصادی درون نظام که نشان می‏دهند چه چیز باید تولید شود،چقدر تولید شود،چگونه تولید شود،و برای چه کسی‏ تولید شود.مسئله تخصیص بهینه منابع‏ نیز در همین چهارچوب در نظام اقتصادی‏ کشور مطرح می‏گردد و در این ارزیابی‏ میلیون‏ها نفر از افراد جامعه که در تصمیم‏گیری شرکت دارند ناگزیر از واکنش در مقابل هر تصمیمی که در ارتباط با نظام قیمت صورت گیرد خواهند بود.این تصمیمات و واکنش‏ها عموما در بازار صورت می‏گیرد که در واقع محل‏ مبادلات اقتصادی است.مبادلات‏ اقتصادی همواره با هزینه‏هایی هماره‏ هستند که وقوع مبادله را میسر می‏سازد. هزینه‏های مبادله بطور عمده عبارتند از هزینه اطلاعات و آگاهی یافتن از قیمت‏ کالا،کیفیت،دوام و خدمات بعد از فروش‏ آن،و در بازاهایی که سازمان یافته‏اند این هزینه‏ها به حد اقل می‏رسد.در واقع‏ بازار اطلاعاتی را گردآوری می‏کند که‏ بازتاب انتخاب مصرف‏کنندگان، تولیدکنندگان و صاحبان منابع‏ است.برآیند این اطلاعات در یک آمار فشرده منعکس می‏گردد که قیمت نام‏ دارد.

برای خریداران،قیمت نسبی یک کالا نشان‏دهنده اینست که برای دست یافتن‏ به کالای موردنظر خود از چه چیزی باید چشم بپوشند.برای تولیدکننده نیز قیمت‏ نسبی بیانگر مقدار منابعی است که برای‏ تولید کالای موردنظر خود از آنها چشم‏ پوشیده است.لذا چنانچه قیمت نسبی‏ کالایی افزایش یابد مفهوم آن اینست که‏ منابع بیشتری جذب تولید آن کالا شده‏ است.در نظام اقتصادی مبتنی بر بازار هرگونه فعالیت با انگیزه سودآوری انجام‏ می‏گیرد و بنگاههای اقتصادی با این انگیزه منابع را از صنایع در حال زوال به‏ صنایع گسترش یابنده منتقل‏ می‏کنند.یعنی مصرف‏کنندگان با پول خود رای می‏دهند و منابع به نسبت پولی که‏ کل جمعیت خرج می‏کنند به رشته‏های‏ مختلف تولید تخصیص می‏یابند.بدین‏ ترتیب در یک دوره مشخص ظرفیت‏ تولیدی جامعه مشخص می‏گردد.

مکانیزم عملکرد دولت را باید در بازار مبادلات بین المللی هم بررسی‏ کرد.تعیین قیمت برمبنای قیمتهای‏ جهانی نیازمند بررسیهای بیشتری‏ است.در این الگو قیمت فرآیندی است که‏ علاوه بر عوامل و پارامترهای داخلی‏ مبتنی بر عوامل و پارامترهای داخلی‏ مبتنی بر عوامل متعدد بیرونی مانند نرخ‏ ارز شناور و تعادلی،تقاضای موثر جهانی‏ برای کالا،سیاستهای پیشبرد فروش و تغییرات ارزرسمی کشور در مقابل ارزهای‏ خارجی است.در این الگو،مزیت نسبی‏ بر این واقعیت که‏"هزینه به معنای‏ فرصتی است که باید از دست داد"تاکید دارد.هزینه‏های نسبی در کشورهای‏ مختلف متفاوت است زیرا هزینه‏ فرصت،هزینه اشتغال افراد به فعالیتهای‏ مختلف،نسبت قیمتها و ترکیب منابع در کشورها متفاوت است بنابر این قیمتهای‏ تمام شده کالای مشخص(همگن)در کشورهای مختلف به مجموعه‏هایی از عوامل اقتصادی و غیر اقتصادی بستگی‏ دارد و بدون در نظر گرفتن عوامل فوق‏ فرآیند تولید،قیمت و بازار را در داخل‏ کشور پیچیده‏تر می‏کند.

حساسیت مسئله قیمت‏گذاری در صنعت طلاسازی با توجه به‏ قانونمندیهای بازار و عوامل ذکر شده فوق‏ از سایر رشته‏های صنعتی بیشتر است.متغیرهایی که تولیدکنندگان برای‏ قیمت‏گذاری مصنوعات طلا با آن مواجه‏ هستند نیاز به ارزیابی بیشتری دارند.بطور کلی هزینه خرید مواد اولیه(طلا)در قیمت‏ تمام شده کالا منظور نمی‏گردد و در واقع‏ جزئی از دارائیهای جاری واحد صنعتی‏ منظور می‏گردند.علت این امر تغییرات‏ سریع قیمت طلا در بازار است و به موجب‏ آن ماده اولیه تولید برمبنای عیار (درصد خلوص)مشخصی بین اعضای‏ شبکه توزیع تا قبل از مصرف‏کننده نهایی‏ مبادله می‏گردد.به این مفهوم که‏ تولیدکنندگان محصولات خود را با محاسبه کارمزد تولید به عاملان فروش‏ واگذار می‏نمایند و معادل وزن خالص آن‏ طلا و کارمزد تولید را دریافت‏ می‏کنند.برای محاسبه کارمزد تولید،عوامل زیر مدنظر قرار می‏گیرد:

-هزینه استهلاک مواد اولیه(طلا)در جریان مراحل تولید

-هزینه‏های ناشی از تنظیم عیار مورد نظر تولیدکننده اعم از هزینه‏های افزودن‏ سایر آلیاژها،هزینه آزمایشگاه‏های‏ تعیین عیار و غیره

هزینه استهلاک طلا در جریان مراحل‏ تولید در ازای مقدار معینی کالای تولید شده به نرخ روز برآورد و در محاسبه کارمزد اثر داده می‏شود.اگر متوسط دوره وصول‏ مطالبات مربوط به کارمزد تولید مصنوعات‏ طلا بیست روز باشد مفهوم آن اینست که‏ پس از بیست روز تولیدکننده قادر خواهد بود طلای از بین رفته را جایگزین‏ نماید.در این صورت رقم قیمت طلا در زمان فروش کالای تولید شده نسبت به‏ زمان تولید آن معمولا تفاوت دارد که‏ مقدار این تفاوت در حساب سود یا زیان‏ غیر عملیاتی ثبت می‏گردد.

بعنوان مثال فرض می‏کنیم در یک‏ کارگاه طلاسازی در مدت 10 روز 5000 گرم کالا تولید می‏گردد و هزینه‏های‏ تولید آن بشرح زیر است:

هزینه دستمزد 60000 ریال-هزینه

مواد غیر مستقیم 30000 ریال-هزینه

سوخت مصرفی 2000 ریال-هزینه

آزمایشگاه سنجش عیار طلا 4000 ریال

-هزینه آلیاژها(مس و نقره)10000 ریال

-سایر هزینه‏ها 1000 ریال.

همچنین فرض می‏کنیم براساس‏ آمارهای تجربی در ازای هر 1000 گرم‏ تولید کالا،5/1 گرم طلا در جریان مراحل‏ تولید از بین می‏رود.اگر متوسط قیمت هر گرم طلا با عیار موردنظر تولیدکننده در دوره‏ای که کالا تولید می‏گردد 40000 ریال باشد خواهیم داشت:

هزینه استهلاک طلا

300000-40000x5/1x5

407000-107000+300000

814-5000:407000

هزینه کارمزد تولید هر گرم طلای آماده‏ فروش 814 ریال می‏باشد.چنانچه‏ تولیدکننده 20 درصد بعنوان سود بر روی‏ کارمزد تولید آن اضافه نماید کالای تولید شده با کار مزد 977 ریال در ازای هر گرم‏ به فروش خواهد رسید و درآمد حاصل از فروش 5000 گرم طلا معادل 4885000-977x5000ریال‏ خواهد بود.بدین ترتیب سودی معادل‏ 815000 ریال نصیب تولیدکننده خواهد شد.

چنانچه وجه فوق پس از 20 روز از لحظه‏ فروش کالا(در پایان مدت ده روز تولید)پرداخت گردد و نرخ روز طلا در لحظه‏ وصول مطالبات،بیست درصد تغییر کرده‏ باشد،تغییری معادل 60000 ریال‏ (20%x40000x5/7)در سود یا زیان غیر عملیاتی یا در موجودی طلای واحد تولیدی بوقوع خواهد پیوست.

به منظور جلوگیری از زیان ناشی از تغییرات قیمت طلا،تولیدکنندگان ملزم به‏ پیش‏بینی روند تغییرات قیمت و محسوب‏ کردن نرخ آن در کارمزد تولیدات خود خواهند بود.از آنجایی که علت اصلی‏ تغییرات قیمت طلا در بازار ناشی از تغییرات نرخ ارز است تولیدکنندگان‏ می‏توانند با محاسبه نرخ تعدیل شده‏ تسعیر ارز از روش زیر استفاده می‏گردد:

 P -نرخ تعدیل شده تسعیر ارز

f نرخ رسمی تسعیر ارز که توسط بانک‏ مرکزی اعلام می‏گردد

M -دریافتهای ارزی مرئی و نامرئی

B -پرداختهای ارزی مرئی و نامرئی

برای دست‏یابی به اطلاعات فوق‏ می‏توان از آمارهای بازرگانی خارجی،آمار تراز پرداختها و برنامه‏های عمرانی کشور استفاده نمود.بدیهی است که استفاده از روش فوق برای دوره‏های کوتاه‏مدت‏ امکانپذیر نیست،زیرا امکان دسترسی به‏ آمارهای فوق الذکر در هر زمان برای‏ تولیدکنندگان وجود ندارد.ازاین‏رو روش‏ فوق می‏تواند در بلند مدت استراتژی‏ قیمت‏گذاری مصنوعات طلا را تا حدودی‏ مشخص سازد که با توجه به نوسانات‏ روزمره قیمت طلا باید با در نظر گرفتن‏ وضعیت عرضه و تقاضا و کلیه عوامل موثر بر آن صورت گیرد.زیرا مصرف‏کننده‏ نهایی بطور معمول کالای موردنظر خود را با پرداخت بهای تمام شده آن بدست‏ خواهد آورد که عبارتست از قیمت کل‏ طلای استفاده شده در کالا به نرخ روز+ هزینه کارمزد تولید+سود سرمایه‏گذاری‏ عوامل توزیع و فروش کالا.

از آنجایی که هیچیک از عوامل فوق‏ ثابت نیست.قیمت مصنوعات طلا نمی‏تواند برای دوره‏های بسیار کوتاه نیز ثابت بماند در نتیجه مصرف‏کننده همواره‏ با تغییر قیمت‏ها مواجه خواهد بود و هر گونه واکنشی در مقابل این تغییرات‏ مستقیما بر رفتار تولیدکننده اثر خواهد گذاشت و مسئله قیمت‏گذاری را به معضل‏ پیچیده‏ای برای تولیدکننده تبدیل‏ خواهد نمود.

نابسامانی‏ وضعیت اشتغال‏ در صنعت طلاسازی

انگیزه‏های اشتغال در صنعت طلاسازی‏ در ایران عمدتا ناشی از وجهه اجتماعی‏ صنعت و باورهای عمومی که حاکی از سودآوری سریع این صنعت است‏ می‏باشد.دستیابی به سودآوری نامشروع از طریق تقلب در عیار تولیدات نیز از جمله‏ عواملی است که موجب گرایش به این‏ صنعت می‏گردد.بدین منظور متقاضیان‏ کار در رشته طلاسازی معمولا بصورت‏ کارآموز و برای مدتی کوتاه استخدام‏ غیر رسمی تولیدکنندگان درمی‏آیند تا پس از طی دوره کارآموزی و فراگیری کار بصورت مستقل در این رشته فعالیت‏ نمایند.در نتیجه صاحبان واحدهای‏ تولیدی نمی‏توانند برای اشتغال افراد برنامه‏های بلند مدت تدوین نمایند.از طرف دیگر بدلیل گران بودن طلا بعنوان‏ ماده اولیه این صنعت،تولیدکنندگان در بکارگیری افراد مسائل امنیتی را مقدم بر تخصص و سایر پارامترهای معمول‏ قرار می‏دهند.به این دلیل صنعت‏ طلاسازی عمدتا در قلمرو خانواده‏ها گسترش یافته است و بعنوان یک صنعت‏ فراگیر در سطوح مختلف اجتماعی مطرح‏ نیست و کارآفرینی به مفهوم اجتماعی آن‏ و به شکلی که در علوم مدیریت و قوانین‏ کار پیش‏بینی گردیده است‏ عملا مفهومی ندارد.به تبع این امر بخشهای مختلف کارآفرینی شامل‏ آموزش،برنامه‏ریزی بلند مدت،بیمه و پشتیبانی‏های اجتماعی و...نیز در این‏ صنف کارآیی چندانی ندارد و از بعد تخصصی و فرهنگی مشکلات فراوانی را برای صاحبان صنایع بوجود می‏آورد. وجود کارگاه‏های طلاسازی بصورت‏ مخفی و زیرزمینی که در گوشه و کنار شهر پراکنده هستند و بدون مجوزهای قانونی‏ تولید و بدون برخورداری از حمایت قانون‏ فعالیت می‏کنند نیز مبین چگونگی‏ وضعیت اشتغال در آنها می‏باشند.در اینگونه واحدهای تولیدی رعایت حقوق‏ انسانی و قانونی شاغلین صرفا به‏ تصمیمات کارفرما و صاحبان کار بستگی‏ دارد و از هیچ قانونی تبعیت‏ نمی‏کند.بی‏تردید هر محیط شغلی بستر مناسبی برای تعیین مشی کارآموزان‏ امروز و کارفرمایان فردای آن خواهد بود و مناسبات تولیدی آینده هریک از آنها بر مبنای آموخته‏ها و یافته‏های امروز آنها رقم خواهد خورد.با ادامه روند موجود،وضعیت اشتغال در صنعت‏ طلاسازی تغییری نخواهد کرد و مدیران‏ آینده این رشته کماکان با این مشکل‏ بعنوان یکی از موانع اساسی پشرفت‏ صنایع طلاسازی در ایران مواجه خواهند بود.

فقدان ارگان رسمی‏ حمایت‏کننده

هیچیک از سازمانها و نهادهای رسمی‏ صنعتی در ایران صنعت طلاسازی را در زمره فعالیتهای تحت پوشش خود نپذیرفته‏اند.در آئین‏نامه‏های وزارت‏ صنایع سازمان صنایع ملی ایران،ادارات‏ کل صنایع استان‏ها،سازمان صنایع‏ دستی ایران و وزارت معادن و فلزات‏ قوانینی در مورد این صنعت پیش‏بینی‏ نشده است.

با توجه به سنتی بودن صنعت طلاسازی‏ در ایران،سازمان صنایع دستی ایران‏ نزدیکترین ارتباط حرفه‏ای را با این رشته‏ تولیدی دارد،ولی بواسطه ارزش ذاتی طلا و گرانبها بودن آن و با توجه به اینکه در آئین‏نامه این سازمان،صنایع دستی به‏ مفهوم ایجاد ارزش افزوده از طریق‏ هنرهای دستی بر روی مواد اولیه فاقد ارزش تعریف شده است این ارگان نیز صنعت طلاسازی را به عنوان صنعت‏ دستی نپذیرفته است.اتحادیه سازندگان‏ و فروشندگان طلا و نقره و جواهرات که زیر نظر هیات عالی نظارت وزارت بازرگانی‏ فعالیت می‏کند،تنها ارگانی است که در این رابطه وجود دارد و متشکل از نمایندگان منتخب این صنعت می‏باشد و وظیفه اصلی آن بازرسی و رسیدگی به‏ تخلفات و صدور جواز برای تولیدکنندگان‏ و فروشندگان است.

در چنین شرایطی طبیعیت است که‏ صنعت طلاسازی یک حرفه غیر رسمی‏ محسوب گردد و در بین صنایع کشور فاقد جایگاه مناسبی باشد،کما اینکه در سالهای اول پس از انقلاب بعنوان صنعت‏ زائد شناخته شده بود.فقدان یک ارگان‏ رسمی پوشش‏دهنده که مشکلات این‏ صنعت را حل نموده و تمهیدات لازم برای‏ توسعه آنرا فراهم نماید سبب گردیده‏ است که هیچگونه برنامه‏ریزی آموزشی و انتقال تکنولوژی در سالهای اخیر صورت‏ نگیرد و کلیه قوانین و تحرکات موجود در وقع بصورت عرف و براساس مناسبات و روابط خودجوش دست‏اندرکاران صنعت‏ طلاسازی بوجود آمده است.

فقدان یک سازمان حمایت‏کننده‏ رسمی هم‏چنین موجب سکون هرگونه‏ فعالیت تحقیقی و پژوهشی در این رشته‏ گردیده است و بدیهی است بدون‏ برنامه‏ریزی در زمینه‏های آموزشی و پژوهشی،برگزاری سمینارهای‏ تحقیقاتی،برگزاری نمایشگاههای‏ داخلی و بین المللی تخصصی،ایجاد امکانات برای توسعه بخش‏ خصوصی،ایجاد سیستم‏های رسمی‏ توزیع مواد اولیه(طلا)و...،توسعه و پیشرفت صنعت طلاسازی عملی نخواهد گردید و تنها در برخی از رشته‏های این‏ صنعت مانند ملیله‏کاری،مرصع‏کاری و قلم‏زنی که به لحاظ ذوق و هنر و نوع‏ تکنیک در جهان منحص به فرد است‏ پیشرفتهایی دیده میشود.

موانع اجتماعی و قانونی

دریافت مجوز تولید،موافقت اصولی و پروانه کار از مجرای ارگانهای رسمی‏ کشور تقریبا غیر ممکن و صرفا توسط اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و نقره و جواهرات صورت می‏گیرد.قوانین‏ مصوب نیز توسط همین نهاد به واحدهای‏ ذیربط ابلاغ می‏گردد.از آنجایی که قدرت‏ اجرایی اتحادیه در زمینه حمایت از تولیدکنندگان محدود است در واقع کانال‏ قانونی مشخصی برای حل مشکلات‏ قانونی و حقوقی تولیدکنندگان وجود ندارد. قوانین موجود نیز از صراحت لازم برخوردار نیستند و در پاره‏ای از موارد با بررسیهای‏ کارشناسانه تدوین نشده‏اند و موجب‏ سردرگمی تولیدکنندگان می‏گردند. بعنوان مثال مطابق قوانین موسسه‏ استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران کلیه‏ محصولات و مصنوعات طلا می‏بایستی‏ با عیار 18 و 20 و 22 در داخل کشور تولید و توزیع گردند.درحال‏حاضر آزمایشگاههای غیر رسمی تنها مرجع‏ تعیین عیار در کشور هستند که اغلب آنها به لحاظ تکنولوژی و کارئیهای فنی مورد تائید موسسه استاندارد نمی‏باشند.تعیین‏ عیار توسط موسسه استاندارد نیز مستلزم‏ هزینه و صرف وقت بسیار است زیرا امکانات آزمایشگاهی این موسسه‏ منحصر به مجموعه‏ای است که در شهرستان کرج متمرکز می‏باشد و تولیدکنندگان برای تعیین عیار محصولات خود مدت زیادی که گاها بالغ‏ بر یک هفته می‏گردد در انتظار می‏مانند. در واقع تنها مرجع معتبر و رسمی تعیین‏ عیار،آزمایشگاههای محدودی است که‏ توسط اعضای اتحادیه طلاسازان در شهرهای بزرگ ایران تاسیس گردیده‏ است و بدیهی است که با توجه به کثرت‏ تولیدکنندگان و حجم بالای کالاهای‏ تولیدی جوابگوی مراجعین در زمان مورد نظر نخواهد بود.

تعرفه‏های مالیاتی که توسط وزارت‏ دارایی برای واحدهای تولیدی طلاسازی‏ تعیین گردیده‏اند با واقعیت موجود مغایرت دارند.از آنجایی که میزان واقعی‏ فروش(درآمد عملیاتی)واحدهای تولیدی‏ برمبنای ارزش افزوده ناشی از تولید کالا (کارمزد ساخت)برآورد می‏گردد و در واقع‏ حجم نسبتا ثابتی از مواد اولیه‏ (طلا)بصورت مواد اولیه در گردش‏ همواره‏ در حساب دارائیهای جاری واحد تولیدی‏ وجود دارد،تعرفه‏های مالیاتی باید بر این‏ مبنا محاسبه گردد.به عبارت دیگر درآمد واقعی عبارت است از هزینه‏های تولید (بغیر از مواد اولیه)+سود تولیدکننده،که‏ مجموعا کارمزد تولید نامیده می‏شود.لذا مالیات بر فروش(درآمد)عبارت خواهد بود از درصدی از مالیات که برکار مزد تولید تعلق می‏گیرد.درحالیکه بنا به اظهار دست‏اندرکاران صنعت طلاسازی در برآورد مالیاتهای متعلقه،بهای مواد اولیه‏ بکار رفته در مصنوعات طلا نیز محسوب‏ می‏گردد که بواسطه ارزش ذاتی طلا رقم‏ بسیار بزرگی خواهد بود و با درآمد واقعی‏ تولیدکننده همخوانی ندارد.

موسسات و واحدهای طلاسازی ناگزیر از بکارگیری تمهیدات لازم برای‏ جلوگیری و مقابله با تعارضات اجتماعی‏ هستند.متمرکز بودن حجم معتنابهی طلا در یک مکان و دشواری حمل و نقل آن به‏ لحاظ امنیت اجتماعی از عمده‏ترین‏ مشکلات موسسات طلاسازی و دست‏ اندرکاران این رشته از صنایع تولیدی‏ محسوب می‏گردد که بواسطه ارزش ذاتی‏ طلا رقم بسیار بزرگی خواهد بود و با درآمد واقعی تولیدکننده همخوانی ندارد.

موسسات و واحدهای طلاسازی ناگزیر از بکارگیری تمهیدات لازم برای‏ جلوگیری و مقابله با تعارضات اجتماعی‏ هستند.متمرکز بودن حجم معتنابعی طلا در یک مکان و دشواری حمل و نقل آن به‏ لحاظ امنیت اجتماعی از عمده‏ترین‏ مشکلات موسسات طلاسازی و دست‏ اندرکاران این رشته از صنایع تولیدی‏ محسوب می‏گردد.نگاهی به آمار جرائمی‏ که در رابطه با بخشهای مختلف این حرفه‏ اعم از تولید،توزیع و فروش بوقوع پیوسته‏ است بر این مدعا صحه می‏گذارد.از این‏ رو موسسات طلاسازی بخش قابل‏ توجهی از سرمایه خود را جهت‏ استحکامات امنیتی محل فعالیت خود صرف می‏کنند و ناگزیر از اجتماع و تمرکز در یک منطقه با سایر موسسات مشابه‏ می‏باشند.خطرات ناشی از تعارضات‏ اجتماعی علاوه بر سرمایه موسسات‏ طلاسازی متوجه حیات دست‏اندرکاران‏ آن نیز می‏گردد لذا مسئله امنیت جانی‏ صاحبان و شاغلین آن نیز همواره یکی از مشکلات مطرح صنعت طلاسازی در ایران می‏باشد.

نگاهی به‏ بازار طلا در ایران

بازار مصنوعات طلا در ایران منحصر به‏ زیورآلات است.که در عین حال بعنوان‏ وسیله مطمئنی پس‏انداز نیز محسوب‏ می‏شود این بازار در زمینه محصولاتی که‏ صرفا از طلا ساخته می‏شود رقابتی است‏ و چنانچه در تولید کالا از سنگهای قیمتی‏ نیز استفاده شده باشد بازار آن بصورت‏ رقابت انحصاری عمل می‏کند.جمع‏ کثیری از عمده‏فروشان(موسوم به‏ بنکداران)مصنوعات طلا را در مراکزی که‏ به همین منظور در نقاط مشخصی از مناطق بازاری شهرهای بزرگ کشور تمرکز یافته‏اند از تولیدکنندگان دریافت‏ و به گروه بزرگی از خرده‏فروشان سراسر کشور عرضه می‏کنند.خرده‏فروشان نیز در مناطق شلوغ و پر رفت‏وآمد شهرهای‏ کوچک و بزرگ بضورت متمرکز و یا پراکنده‏ مصنوعات طلا را به مصرف‏کنندگان‏ نهایی عرضه می‏کنند.قیمت کالا در ارتباط بین تولیدکنندگان،عمده‏فروشان و خرده‏فروشان برمبنای کارمزد ساخت و با افزودن سود هر گروه از اعضای این چرخه‏ تعیین می‏گردد و هنگام فروش به‏ مصرف‏کننده نهایی قیمت روز طلا با توجه به وزن کالا به قیمت آن افزوده‏ می‏گردد.بنابر این رقابت اصلی بین‏ گروههای عرضه‏کننده کالا در بازار به‏ اعتباری بستگی دارد که از نظر مدت و چگونگی بازپرداخت وجه کالا برای‏ خریداران خود قائل هستند و با توجه به‏ نوسان قیمت‏ها در بازار،شرایط فوق‏ بسیار محدود می‏باشد.عنصر اصلی در این بازار عمده‏فروشان کالا هستند که با توجه به تقاضای موجود نوع،کیفیت و وزن‏ کالای موردنظر را تعیین و به‏ تولیدکنندگان اعلام می‏کنند و در واقع‏ خطوط فکری جریان تولید و جهت‏گیری‏ نبوغ و خلاقیت تولیدکنندگان و کیفیت‏ کالای تولیدی به تصمیمات عمده‏ فروشان کالا بستگی دارد.فشردگی‏ رقابت در بازار تولید و عرضه مصنوعات‏ طلا گاهی موجب گسترش زمینه‏ های تخلف در عیار محصولات‏ می‏گردد و به همین منظور اتحادیه‏ سازندگان و فروشندگان طلا اقدام به‏ تشکیل گروههای بازرسی جهت کنترل‏ عیار محصولات و جلوگیری از تخلفات‏ نموده و مجازاتهایی نیز به همین منظور تعیین گردیده است.

وجهه دیگر بازار طلا در ایران به مراکز فروش طلا بصورت ماده اولیه(شمش‏ طلا،قطعات آبشده با عیارهای مختلف و محصولاتی که شکل ظاهری خود را از دست می‏دهند و مصرف‏کنندگان نهایی‏ آنان را به قیمتی ارزانتر به خرده‏فروشان‏ عودت می‏دهند و به کالاهای متفرقه‏ موسوم هستند)اختصاص دارد.مشتریان‏ اصلی این بازار عمدتا تولیدکنندگان و عمده فروشان هستند.میزان عرضه و تقاضا در این بازار اثر قطعی بر قیمت طلا می‏گذارد و در واقع مهمترین علت نوسان‏ قیمت طلا پس از عامل نرخ ارز می‏باشد.باید توجه نمود که بخش اعظم‏ طلا مصرفی کشور بصورت قاچاق وارد بازار می‏گردد و هرگونه اختلالی در حرکت‏ این شبکه نیز به افزایش سریع قیمت طلا خواهد انجامید.

وضعیت‏ صادرات طلا در ایران

صدور شمش طلا از ایران به هر شکل‏ ممنوع و صدور مصنوعات طلا فقط در مقابل واردات شمش طلا صورت‏ می‏گیرد.که در این مورد قانون به ارزش‏ افزوده صنعت طلاسازی نظر دارد.در سالهای پس از انقلاب آمار دقیقی که‏ بیانگر مقدار واقعی واردات و صادرات طلا و یا مصنوعات ساخته شده از طلا باشد در دسترس نیست و آماری که توسط دفتر آمار و خدمات ماشینی گمرک ایران در مورد مقدار و ارزش و درصد صادرات‏ و واردات طلا در سالهای 1369 و 1372 انتشار یافته است نیز نشان می‏دهد که بخش اعظم طلای خام مصرفی از راههای غیر قانونی به کشور وارد گردیده و صادراتی هم اصولا غیر از آمار اعلام شده‏ صورت نگرفته است.مطابق این گزارش‏ در سال 1372 مجموع واردات طلای خام‏ که به مصارفی غیر از ساختن مسکوکات‏ می‏رسد 1065 کیلوگرم می‏باشد.بر پایه‏ همین گزارش مجموعا 4663 کیلوگرم‏ جواهر و زیورآلات از فلزات گرانبها یا دارای‏ روکش از فلزات گرانبها به ارزش‏ 1611534 دلار به خارج از کشور صادر شده‏ است.باید توجه نمود که بخش اعظم‏ ارزش فوق مربوط به قیمت طلا می‏گردد و درصد بسیار ناچیزی از آن‏ متعلق به ارزش افزوده‏ تولید کالا است.بدیهی است که توان‏ واقعی صنعتگران کشور در تولید مصنوعات طلا با کیفیت صادراتی بسیار بیش از رقم فوق است و بویژه در زمینه‏ ملیله‏کاری و محصولاتی که بر روی آنها قلمزنی صورت می‏گیرد تقاضای زیادی‏ در بازارهای جهانی وجود دارد.زیرا تولید محصولات فوق منحصر به هنرمندان و صنعتگران ایرانی است و فقط در کشور هندوستان کالاهایی مشابه با کیفیت و ظرافتی بسیار پائین‏تر تولید می‏گردد.

بطورکلی مشکلات عمده صادرات‏ طلا در ایران عبارتند از:

1-از آنجا که طلا کالایی است که در هر زمان قابل تبدیل به ارز خارجی است و به‏ مثابه ارز خارجی عمل می‏کند،در واقع با واردات محصولات طلا فقط به میزان‏ ارزش افزوده کالای وارداتی ارز از کشور خارج می‏گردد که در مجموع رقم ناچیزی‏ است لذا بنظر می‏رسد با تشویق واردات‏ طلای شمش و خام و آموزش طلاسازان‏ و در اختیار قرار دادن نمونه‏های مورد پسند بازارهای بین المللی بتوان زمینه‏ رقابت در تولید کالای مرغوبتر برای‏ بازارهای داخلی و صادراتی را بهبود بخشید.

2-سنتی بودن صنعت طلاسازی در ایران مانع از ایجاد و گسترش تفکری که‏ صادرات این کالا را در زمره فعالیت‏های‏ صادراتی قرار دهد شده است.در شرایط کنونی دست‏یابی به بازارهای داخلی‏ عمده‏ترین هدفی است که در این بخش‏ از صنعت دنبال می‏شود.درحالیکه‏ طلاسازان،با بوجود آوردن دست‏ ساختهای هنری جالب باید متوجه‏ بازارهای ثروتمند خارجی شوند.

3-در خلال سالهای اخیر هیچگونه‏ فعالیتی از جانب ارگانهای ذیربط برای‏ شناساندن محصولات ایرانی در خارج از کشور صورت نگرفته است.عدم برگذاری‏ نمایشگاههای تخصصی در داخل شرکت‏ و نیز عدم آگاهی از فعالیتهایی که در این‏ زمینه در خارج از کشور صورت می‏گیرد مانع از آشنایی مشتریان خارجی با کالای‏ ایرانی شده است.

4-بطور کلی مدیران بخش طلاسازی‏ در ایران از دانش و تکنولوژی روز در زمینه‏های مختلف اعم از روشهای‏ تولید،ماشین‏آلات مدرن،بازاریابی و سایر علوم مربوط فاصله دارند و شرایط موجود نیز انگیزه‏ای برای دست‏یابی به‏ اطلاعات فوق ایجاد نمی‏کند.در طی‏ سالهای متمادی هیچگونه سمینار آموزشی،فعالیت تحقیقی،کتاب،نشریات‏ یا مقالاتی که دانش فنی و اطلاعات‏ آماری و پیشرفت‏های این صنعت را در ایران و سایر کشورها نمایان سازد دیده‏ نمی‏شود.

5-موانع قانونی موجود نیز مانع از هر گونه فعالیت صادراتی در این زمینه‏ می‏گردد.در قوانین مصوب بانک مرکزی‏ ایران و وزارت بازرگانی صادرات‏ مصنوعات طلا صرفا در ازای واردات‏ طلای خام میسر است و بدیهی است که‏ واردات شمش طلا با توجه به حساسیت‏ آن و نوسان قیمت‏ها و مسائل امنیتی‏ بسیار مشکل است و معمولا در سراسر دنیا توسط گروهها و واحدهای تخصصی‏ صورت می‏گیرد.

6-شرایط موسسه استاندارد برای ارائه‏ مجوز صدور مصنوعات طلا بسیار دشوار است.بیش از 30 درصد از یک مجموعه‏ ساخته شده از طلا در جریان آزمایش‏ تعیین عیار توسط موسسه استاندارد غیر قابل استفاده می‏گردد و هزینه‏ای بالغ‏ بر 40 درصد ارزش افزوده آن بابت هزینه‏ آزمایش و استهلاک کالا متوجه‏ تولیدکننده(صادرکننده)می‏شود.

نتیجه

طلاسازی در ایران آمیخته‏ای از صنعت،هنر و ظرافت است و می‏تواند در زمره بزرگترین صنایع تولیدی و صادراتی‏ کشور قرار گیرد.بسیاری از مشکلاتی که‏ در رابطه با پیشرفت صنعت طاسازی در ایران مطرح شد با برنامه‏ریزی صحیح و حمایت ارگانهای صنعتی و اقتصادی‏ کشور حل شدنی است.اهمیت و پتانسیل‏ این صنعت در اقتصاد کشور به میزانی‏ است که می‏توان در بخش آموزش کشور برای آن جایگاه ویژه‏ای در نظر گرفت و در سطح دبیرستان و موسسات عالی کشور به آموزش فنون و علوم مختلف مرتبط با آن پرداخت.کتابخانه‏ها و مراکز اطلاع‏ رسانی کشور می‏توانند با جمع‏آوری کتب‏ و اطلاعات مربوط به آخرین پیشرفتها و تحولات این صنعت از سراسر دنیا کمبود ظرفیت اطلاعاتی موجود را جبران نمایند و منابع مورد نیاز مدیران کشور را فراهم‏ سازند.

مطالعات و بررسیهای انجام شده در این‏ تحقیق نشان می‏دهد که توجه و حمایت‏ مسئولین به این صنعت از طریق ایجاد بازارهای مالی و ارزی،ایجاد تسهیلات در زمینه بازرگانی خارجی بویژه صادرات‏ مصنوعات طلا،برپایی نمایشگاههای‏ تخصصی و فنی در زمینه کالاها و ماشین‏آلات مربوط در داخل و خارج‏ کشور،برگزاری سمینارهای آموزشی و تحقیقی برای مدیران،حمایت از تولیدکنندگانی که ماشین‏آلات و ابزار و سایر مواد اولیه مورد نیاز این صنعت را تولید می‏نمایند،ایجاد شبکه‏های رسمی‏ توزیع طلا از طریق بانکها یا اتحادیه‏ طلاسازان برای تولیدکنندگان،وضع‏ قوانینی که از مدیران،شاغلین و کارآموزان‏ این رشته حمایت کند و آنها را تحت‏ پوشش تامین اجتماعی قرار دهد،افزایش‏ تمهیدات امنیتی برای صاحبان صنایع و سرمایه آنها،بازنگری برای صادرات‏ کالاهای تولید شده از طریق حذف موانع‏ قانونی و اتخاذ سیاستهای تشویقی‏ می‏تواند ساختار فعلی صنعت طلاسازی‏ در ایران ساختار فعلی صنعت طلاسازی‏ در ایران را در جهت علمی شدن تغییر دهد و شرایط سریع آنرا فراهم سازد.