

اشاره:

رشد صادرات غیرنفتی و تلاش برای رهایی اقتصاد کشور از وابستگی به درآمد حاصل از صادرات نفت از اهداف عمده و کلان اقتصاد ایران در سال‌های اخیر و آینده می‌باشد. در این راستا، هر مقوله‌ای که به نحوی بتواند راه‌یابی محصولات غیرنفتی به بازارهای جهانی را تسهیل و تسریع نماید، باید مورد توجه قرار گیرد تا بتوان از منابع و توانمندی‌های اقتصاد کشور به نحو بهینه و در راستای استقلال واقعی اقتصادی بهره گرفت.

یکی از مقولات بسیار مهم در این زمینه، استاندارد کردن تولیدات صنعتی، خدمات و دیگر محصولات اقتصاد ملی است که به عقیده کارشناسان، می‌تواند در رشد صادرات غیرنفتی و گسترش بازارهای خارجی برای تولیدات ملی مؤثر واقع شود. در این گزارش، اهداف و فواید استاندارد کردن و تأثیر استاندارد در توسعه صادرات غیرنفتی مدنظر می‌باشد. با هم این گزارش را می‌خوانیم.



#### الف) تبادل افکار

یکی از وظایف اصلی استانداردها ایجاد وسیله تبادل فکر میان سازنده و خریدار است، یعنی برشمردن ویژگی‌های اشیایی که موجود است و اندازه آنها و نوع کار آنها و اطمینان بخشیدن به خریدار که اگر کالایی را سفارش دهد که با استاندارد انطباق داشته باشد، می‌تواند از کیفیت و قابلیت

# رعایت استانداردها، توسعه بازارهای صادراتی را به دنبال دارد

#### اهداف و فواید استاندارد کردن

به‌طور خلاصه هدف‌های استاندارد کردن که مورد موافقت عموم افراد و سازمان‌های ذی‌ربط و ذی‌صلاح قرار گرفته است، بشرح زیر می‌باشد:

- ۱- ساده کردن انواع روزافزون فرآورده‌ها و روش‌ها در زندگی بشر
- ۲- تبادل افکار
- ۳- اقتصاد جامع و فراگیر
- ۴- ایمنی، بهداشت و محافظت جان و مال مردم
- ۵- حفظ منافع مصرف‌کننده و جامعه
- ۶- از بین بردن موانع بازرگانی و آسان کردن دادوستد داخلی و مبادلات تجاری بین‌المللی.

با توجه به آنکه هدف‌ها و فواید مذکور، به‌طور مستقیم با امر مبادلات بازرگانی و بازاریابی ارتباط بیشتری دارند، به تشریح و توضیح بیشتری در مورد آنها پرداخته می‌شود.

رسیدن به اقتصاد جامع ناچار باید وضع بینابین را پذیرفت، زیرا نمی‌توان اقتصاد جامع را بدین صورت به دست آورد که تمامی اجزاء آن را یکایک در بهترین وضع ممکن قرار داد. این اجزاء به هم وابسته‌اند، مثلاً حداکثر صرفه‌جویی در نیروی کار ممکن است مانع از حداکثر صرفه‌جویی در مواد باشد و بالعکس حداکثر صرفه‌جویی در طرح و ساخت ممکن است به فرآورده‌هایی منجر شود که از نظر هزینه‌های جاری، دارای حداکثر صرفه‌جویی نیست. از آن گذشته لازم است که به صرفه‌جویی تولیدکننده، همان قدر توجه شود که به صرفه‌جویی مصرف‌کننده.

اثرات اقتصادی (نتایج صرفه‌جویی ناشی از آن) یک استاندارد خاص معمولاً به قدری پیچیده است که تا همین اواخر هم اصل استاندارد در هر سطحی که بودند (اعم از بین‌المللی، ملی یا کارخانه‌ای) رغبتی به این موضوع نشان نمی‌دادند و توجه را فقط به جنبه فنی آن معطوف می‌داشتند. اما این طرز تلقی اینک به سرعت تغییر می‌یابد و کوشش‌های بسیاری می‌شود که آثار و فواید اقتصادی را بررسی نمایند و آنها را به نظر تولیدکنندگان برسانند.

### ج) حفظ منافع مصرف‌کننده

تقریباً تمام استانداردها برای استفاده نهایی افرادی که می‌خواهند فرآورده را به کار برند، تهیه و تدوین می‌شوند. بنابراین مصرف‌کننده باید همگام با تولیدکننده در تهیه آنها شرکت نماید.

متأسفانه اکثر مصرف‌کنندگان به خوبی متشکل نیستند تا نظر جمعی خود را ابراز دارند و در اغلب موارد از نظر فنی هم صلاحیت این کار را ندارند. با این همه، اجرای اکثر استانداردها در آخرین مرحله به‌عهده مصرف‌کننده است، چون اگر مصرف‌کننده به استاندارد ایمان نداشته باشد، احتمال دارد از خرید کالا خودداری کند.

○ تقریباً تمام استانداردها برای استفاده نهایی مصرف‌کنندگان، تهیه و تدوین می‌شوند. لذا مصرف‌کننده باید به استاندارد ایمان داشته باشد تا کالا خریداری کند و بی‌شک حفظ منافع مصرف‌کنندگان، مهم‌ترین هدف استاندارد کردن است.

اعتماد آن کالا مطمئن باشد. هدف تبادل افکار در مورد استاندارد بین‌المللی آشکارتر است زیرا وقتی این استانداردها پای در میان می‌نهند، به هماهنگ کردن استاندارد ملی کشورهای مختلف و در برخی موارد برتری گرفتن بر آنها و جانشین شدن، می‌پردازند.

○ در استاندارد کردن فرآورده‌ها برای رسیدن به اقتصاد جامع، باید وضع بینابین را پذیرفت، زیرا نمی‌توان اقتصاد جامع به این صورت به دست آورد که تمام اجزاء آن، یکایک در بهترین وضع ممکن باشند.

بسیاری از استانداردهای ملی و بین‌المللی اینک حاوی اطلاعات وسیعی هستند که دربارهٔ چگونگی کالا و طرز استفاده از آنها و نیز دربارهٔ نحوه انتخاب کالایی که به‌منظور معینی از کالاهای مشابه دیگر است و این، اثر بزرگی در تقاضای مشتریان دارد، بدین معنی که تقاضا را به مسیر شناخته‌شده‌ای رهبری می‌کند.

در این ارتباط باز یکی از مختصات استانداردها، داشتن نشانه‌ها و رمزها می‌باشد. در امور بین‌المللی، اختلاف زبان‌ها همیشه اشکالاتی به وجود می‌آورد، ولی در برخی موارد می‌توان با استفاده از نشانه‌ها و رمزهای مورد قبول بین‌المللی بر این اشکالات فایق آمد. نمونه این موضوع را می‌توان در توصیف شماره ۱۲۸ و ۱۲۹ سازمان بین‌المللی استاندارد راجع به نقشه‌کشی مهندسی مشاهده کرد. با این توصیه می‌توان طرح‌هایی تهیه کرد که همه جای دنیا قابل فهم باشد و هم کار را ساده می‌کند و هم مشکل اختلاف زبان را به حداقل ممکن می‌رساند.

### ب) اقتصاد جامع

برخی اشخاص ممکن است تصور کنند که اقتصاد به معنی عام، از نخستین و بالاترین هدف غایی هر نوع استاندارد کردن است و فکر کنند که به‌جز استانداردهای مربوط به ایمنی و بهداشتی که به‌ندرت راجع اقتصاد در آنها ملحوظ است، سایر استانداردها آثار و فواید اقتصادی بر آنها مترتب می‌باشد، البته در صورتی که این استانداردها اصولاً ضرورتی داشته باشند.

حقیقت امر آن است که در استاندارد کردن فرآورده‌ها برای

راه بازرگانی خواهد بود، تا مقررات مربوط به تعرفه گمرکی که در قدیم وجود داشت.

حفظ منافع مصرف‌کننده بی‌شک یکی از مهم‌ترین هدف‌های استاندارد کردن است. بدیهی است که مفهوم کیفیت کالا شامل خصوصیات آن کالا، هم در حین خرید و هم در هنگام مصرف (مانند دوام، قابلیت اعتماد و...) می‌باشد. اهمیت حفظ منافع مصرف‌کننده از طریق استانداردهای ملی را می‌توان از اینجا دریافت که در حال حاضر متجاوز از ۴۰ کشور از روش اعطای علامت استاندارد برای تأیید مطابقت کالا با استانداردهای ملی استفاده می‌کنند و کشورهای بسیار دیگری هم مشغول مطالعه برای به‌کار بردن این روش هستند.

○ استانداردهای ملی و بین‌المللی فقط برای ایمنی جان و سلامت مردم و بهداشت محیط زیست لازم‌الاجرا می‌باشند، اما روش قانونی «ارجاع به استانداردها» به لحاظ توسعه فن‌آوری و گسترش بازرگانی، روزبه‌روز بیشتر می‌شود.

### د) رفع موانع تجاری و بازرگانی

پیشرفت‌های سریع در فن‌آوری که اینک در سراسر جهان پدید می‌آید و افزایش حجم کالاهای تولیدی که از یک کشور به کشور دیگر فرستاده می‌شود (توسعه مبادلات تجاری جهانی)، چنان جلب توجه به استانداردهای بین‌المللی و تقاضا برای تهیه استانداردهای تازه یا تجدیدنظر شده را باعث گردیده است که تصور آن را هم تا این اواخر نمی‌شد کرد.

در واقع استانداردهای ملی و بین‌المللی را لازم نیست به‌زور قانون اجرا کنیم، مگر آنکه برای ایمنی جان و مال مردم و بهداشت و حفظ محیط زیست، یا گاهی اجتناب از فریبکاری‌های بزرگ، ضروری باشد. اما روش قانونی «ارجاع به استاندارد» به‌جای صدور مقررات و آیین‌نامه‌های فنی جداگانه، اینک توسعه روزافزونی می‌یابد و ضرورت آن هم با توسعه فن‌آوری و گسترش بازرگانی بیشتر می‌شود.

تشخیص این هدف نسبتاً تازه برای استانداردهای جهانی ضرورت و فوریت تهیه این استانداردها را تأکید می‌کند. چون که رشته‌های بسیاری هستند که هنوز این استانداردها درباره آنها یا خیلی کم است و یا وجود ندارد، مثل رایانه (سخت‌افزاری و نرم‌افزاری) و ربات‌ها (آدمک‌های مصنوعی) مقررات متضاد در کشورهای مختلف‌گرد که خود مانع بسیار بزرگتری در

○ شناخت ساختار و ماهیت بازار، تحقیقات بازاریابی، برنامه‌ریزی و طراحی محصول در ارزیابی و اجرای استانداردها مهم هستند و آثار و فواید ناشی از استاندارد کردن و بازبینی کیفیت ارتباط تنگاتنگی با هم دارند که در نهایت در بازاریابی کالا مؤثر می‌باشند.

### اصول استاندارد کردن

در استاندارد کردن کالاها و فرآورده‌ها، اصولی حاکم است که اهم آن که مورد قبول همگان و دست‌اندرکاران قرار گرفته، به شرح زیر است:

اصل اول: استاندارد کردن عملی علمی، فنی و اجتماعی است و باید با همکاری همه‌آنها که ذی‌نفع، ذی‌علاقه و ذی‌صلاح هستند، تهیه و تدوین شود و در فراهم آوردن زمینه لازم در اجرای این اصل، باید از تبلیغات قوی و روابط عمومی

استواری استفاده شود.

**اصل دوم:** استاندارد کردن در اصل، عمل ساده کردن و اجتناب از پیچیدگی‌های زاید چه در حال و چه در آینده می‌باشد.

داشته باشد تا بتوان آن موضوع را مطابق استاندارد دانست. جنبه‌های استاندارد کردن بسیار هستند ولی می‌توان این نمونه‌ها را ذکر کرد:

### سطوح استاندارد کردن

استانداردها را می‌توان در سطوح مختلف تهیه و تدوین و منتشر کرد. مهم‌ترین سطوح استاندارد کردن چهار دسته می‌باشند.

**الف) سطح بین‌المللی:** در این سطح، استانداردهایی چون استانداردهای سازمان بین‌المللی استاندارد (ISO) و استانداردهای سازمان بین‌المللی الکترونیک (IEC) در اثر همکاری و موافقت میان تعداد زیادی از ملل مستقل ذی‌نفع و ذی‌صلاح و ذی‌علاقه برای استفاده مردم سراسر جهان تهیه می‌شود.

**ب) سطح منطقه‌ای:** در این سطح، استانداردها به وسیله گروهی محدود از ملل مستقل یا به وسیله یک سازمان استاندارد منطقه‌ای برای استفاده متقابل میان خودشان تهیه می‌گردد. مانند استانداردهای کمیته اروپایی هماهنگی استانداردها (CEN) و کمیته اروپایی هماهنگی استانداردهای فنون برقی (CENELEC) و سازمان استانداردهای فنی پان‌آمریکا (COPANT).

**ج) سطح ملی:** در این سطح استانداردها پس از جلب نظر و موافقت تمام صاحبان علاقه و منفعت در یک کشور به وسیله یک مؤسسه استاندارد ملی که مقام ذی‌صلاح برای این کار شناخته شده است، تهیه می‌گردد.

**د) سطح کارخانه‌ای (شرکتی):** در این سطح استاندارد را یک شرکت (یا در برخی موارد چند شرکت به طور دسته‌جمعی) بعد از موافقت میان قسمت‌های مختلف آن شرکت (یا شرکت‌ها) تهیه می‌نمایند تا در خرید و تولید و فروش و سایر کارهای خودشان، به عنوان راهنما به کار برده شود.

## رفع موانع تجاری از اهداف استاندارد است و می‌تواند عامل تسهیل‌کننده تجارت جهانی باشد. در همین حال تسهیلات لازم برای مصرف‌کنندگان را به وجود می‌آورد.

**اصل سوم:** انتشار یک استاندارد به خودی خود ارزش ندارد، مگر آن که بتوان آن را به اجرا درآورد.

**اصل چهارم:** عملی است که برای ایجاد استانداردها، لازم است. انتخاب کردن و برگزیدن استاندارد، مهم‌ترین کار است و سپس ثابت کردن و از تغییر محفوظ داشتن آن.

**اصل پنجم:** استانداردها باید در فواصل معین مورد واریسی و بازنگری واقع شوند و در صورت لزوم در آنها تجدیدنظر شود. فاصله میان تجدیدنظرها برحسب موارد خاص متغیر خواهد بود.

**اصل ششم:** هنگامی که ویژگی‌ها و مشخصات یک کالا یا فرآورده، مشخص و تعیین می‌گردد، باید شرح روش معین آزمایش جهت ارزیابی و آزمون ویژگی‌های کالا جهت تطبیق با ویژگی‌های تعیین شده، به‌دقت در استاندارد روشن گردد.

**اصل هفتم:** ضرورت اجرای اجباری استانداردهای ملی باید به‌دقت مورد توجه واقع شود. برای این کار به چگونگی استانداردها و میزان رشد صنعتی و قوانین و شرایط جاری در جامعه‌ای که استانداردها برای آن تهیه شده است، باید توجه گردد.

## موضوع و جنبه‌های استاندارد کردن

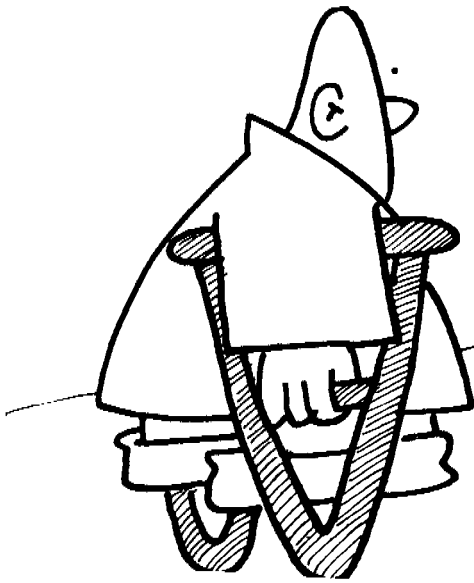
۱- موضوع استاندارد کردن، متعدد می‌باشد، اما برای سهولت امر، آنها را بر حسب رشته تقسیم می‌کنند. بنابراین رشته استاندارد کردن (یا دامنه استاندارد کردن) عبارت است از گروهی از موضوع‌های به هم وابسته مانند مهندسی، بسته‌بندی، حمل و نقل، خوراک، کشاورزی، نساجی، شیمی و امثال آنها.

۲- جنبه‌های استاندارد کردن عبارتند از مجموعه‌ای از نیازمندی‌ها و شرایط که یک موضوع استاندارد کردنی باید

### نقش استاندارد در پیشرفت اقتصادی و بازاریابی

با نگرشی بر تعریف، اهداف، قواعد، نتایج، اصول و سطوح استاندارد کردن که در پیش برشمرده شد و مواجهه آن با اصول و عناصر متشکله در امر بازرگانی و بازاریابی به‌ویژه عناصر زیر مهم می‌باشند.

۱- ساختار و ماهیت بازار کالا و شناخت متغیرها و اصولاً بازار چگونه است و نیز بحث طبقه‌بندی بازار، عوامل تعیین‌کننده ساختمان بازار، رقابت در بازار انواع شرکت‌ها،



دارد و موجبات تسهیلات عمده‌ای در امور بازاریابی می‌گردد، بسنده می‌شود. همان‌گونه که اشاره شد، یکی از آثار و نتایج استاندارد کردن ایجاد تفاهم و همبستگی در یک جامعه و نیز در جوامع بین‌المللی می‌باشد و چون این مسأله حایز کمال اهمیت در امر بازاریابی است، به اجمال توضیح می‌دهیم.

○ در بازارهای خارجی که رقابت فشرده میان عرضه‌کنندگان کالا وجود دارد، فقط مرغوب بودن کالا و مناسب بودن قیمت آن در برابر کالاهای مشابه، می‌تواند جای یک تجارت ثابت و سالم را باز کند.

عموم مردم مصرف‌کننده کالاهای گوناگون هستند و حتی آنهایی که کالایی را تولید می‌کنند خود مصرف‌کننده صدها کالای دیگر می‌باشند. یک مصرف‌کننده موقعی که می‌خواهد کالایی را تهیه کند، یا از خدمتی استفاده نماید، قبل از هر چیز می‌خواهد بداند که در این معامله زبانی متوجه او نمی‌شود. به عبارت دیگر در برابر پولی که می‌پردازد، چیزی به دست می‌آورد که ارزش دارد و اگر از کیفیت کالا یا خدمت اطلاع نداشته باشد، این نگرانی و دغدغه خاطر را دارد که مبادا فریب بخورد و مغبون شود. تنها چیزی که می‌تواند باعث ایجاد اطمینان خاطر او گردد و او را از نگرانی و تشویش رها کند و در

تراست‌ها و کارتل‌ها و مسأله عرضه و تقاضا.

○ افزایش تولید، مستلزم وقوف به سلیقه خریداران و قدرت جذب بازارهای موجود اعم از داخلی و خارجی و نیز فراهم نمودن زمینه مساعد برای حضور در بازارهای جدید می‌باشد.

۲- در ارتباط با تحقیقات بازاریابی در زمینه محصولات و نیز روش‌های تحقیق در امر ورود به بازار.  
۳- اطلاعات در امر بازاریابی کالا که این اطلاعات به نحوی در استاندارد کردن کالا مورد نظر است.

۴- در مورد برنامه‌ریزی و طراحی محصول به‌ویژه محصولات جدید.

چه در بعد داخلی و چه در وجه خارجی، این نتایج حاصل می‌شود که کلیه آثار و قواعد ناشی از استاندارد و استاندارد کردن و نیز بازبینی کیفیت ارتباط نزدیک و تنگاتنگ با هم دارند. حتی در بسیاری موارد آثار و نتایج استاندارد دقیقاً همان اهداف و اصول عنوان شده در بازاریابی می‌باشد که می‌تواند یکایک این قواعد و آثار را با هم مقایسه و مقابله و در نهایت تطبیق نمود. اما به منظور جلوگیری از اطاله کلام به چند مورد عمده که ارتباط تنگاتنگ و نزدیک‌تری با امور بازار و بازاریابی

## ○ در کشورهایمانند ایران که قصد دارند به سوی راهاندازی صنایع پیش روند، در برنامه‌ریزی صنعت و تولید کالا باید استاندارد کردن و اجرای کنترل کیفیت به طرز خودکار مدنظر باشد.

از این بالاتر باید گفت به‌ویژه کشورهای پیشرفته می‌توانند مقداری از فرآورده‌های را خود بسازند و دیگر اجزاء را از کشورهای دیگر بیاورند و تمامی را در کشور خود سوار کنند. هر گاه استانداردهای کشورهای فروشنده با استانداردهای کشور خریدار تفاوت عمده داشته باشد، این اقدام بسیار مشکل خواهد بود. در صورتی که براساس استاندارد جهانی که توسط سازمان بین‌المللی استاندارد تدوین می‌شود، قرار داده شود، مسأله به‌خوبی حل خواهد شد. یکی دیگر از اهداف استاندارد، رفع موانع تجاری و بازرگانی است که این امر یک عامل تسهیل‌کننده در تجارت جهانی است و می‌تواند به‌خوبی ایفای نقش نماید. یعنی در جاهایی که برای ورود کالاهایی، محدودیت‌هایی گذارده‌اند که با قانون‌ها و استانداردهای کشور فروشنده کالا تطبیق نمی‌کند، فروشنده می‌تواند کالاهای خود را منطبق با استاندارد جهانی به آن کشورها صادر نماید. زیرا درست است که کشوری می‌تواند باشد که در پذیرفتن یک استاندارد جهانی که با استاندارد ملی آن تفاوت داشته باشد، کاهلی و سستی به‌خرج دهد، ولی به‌ندرت پیش می‌آید که کشوری بر ضد توصیه‌های جهانی، قانونی بگذارد.

از قواعد و نتایج استاندارد در سطح جهانی، تسهیلاتی است که جهت مصرف‌کنندگان برای کالاهایی که عمر محدودی دارند، ایجاد می‌کنند. مثل چراغ الکتریکی و تایر ماشین. توافق با یک استاندارد جهانی و پیروی از آن برای زمانی که باید آن کالا تعویض شود، امکان دسترسی بیشتری را نسبت به این گونه کالاها فراهم می‌سازد.

به شرط آنکه این کالاها نیازهای عمل تعویض‌پذیری را برآورند، (عمل تعویض‌پذیری یکی از خواص و قواعد استانداردها به‌خصوص در سطح جهانی است).

در همین حال، تجهیزات تازه، بسیار پیچیده‌اند و پیشرفت‌های بسیار و هزینه‌های ابزاری زیادی به‌کار رفته است تا این تجهیزات را به مرحله تولید و محصول‌دهی برسانند. بسیار پیش می‌آید که دو کشور و یا بیشتر، منابع

نتیجه با خیال راحت، کالاهای موردنیاز خود را خریدار نماید، همین استاندارد است که تضمین یک سازمان بی‌طرف را دربردارد.

چنانچه استاندارد کالاها در اختیار باشد، اولاً بازاریاب می‌تواند در امر طراحی و برنامه‌ریزی محصول، مسؤولان فنی و تولیدی کارخانه را متوجه ویژگی‌های کالا کند که در طراحی و برنامه‌ریزی محصول، این ویژگی‌ها را مدنظر داشته باشند. ثانیاً در موقع بازاریابی به خریداران از وجود این ویژگی‌ها در محصول خود به‌عنوان مشخصات مثبت کالا در جهت ترغیب مشتری و کسب بازار یاد کند و این اطمینان را به آنها بدهد. به‌ویژه هنگامی که یک سازمان بی‌طرف مثل مؤسسه استاندارد این‌گونه ویژگی‌ها و انطباق آنها را با استاندارد ذی‌ربط تأیید نموده باشد.

خلاصه چنانچه کالاها و لوازم اعم از مصرفی، واسطه‌ای و سرمایه‌ای و یا فرآورده‌های بادوام و بی‌دوام، دارای شرایط و کیفیت مطلوب باشند به مصرف‌کننده این اعتماد و اطمینان را می‌دهد که بدون دغدغه خاطر به مصرف آن کالا ترغیب و تشویق شود. در نتیجه امر بازاریابی آن را تسهیل و تسریع نموده و موجب توسعه بازار آن می‌گردد. این اعتماد و اطمینان را فقط از راه استاندارد کردن کالاها می‌تواند صددرصد به‌دست آورد و هنگامی که مردم جامعه‌ای در مناسبات و مبادلات خود اعتماد و آسایش خیال را جایگزین سوءظن و نگرانی نمایند و با خاطری آسوده با هم معامله کنند، همبستگی و وابستگی افراد جامعه بیشتر می‌شود و در نتیجه این امر، رونق اقتصادی و توسعه بازرگانی حاصل می‌شود که این عمل با تدوین استاندارد برای فرآورده‌های مختلف توسط مؤسسات استاندارد در سطح ملی امکان‌پذیر می‌شود.

در سطح جهانی نیز هر گاه بتوان ادعا کرد کالاهایی که در کشوری دیگر عرضه شده است، با استانداردهای پذیرفته شده جهانی تطبیق می‌کند، این نه‌تنها سبب فروش بیشتر این کالاها می‌شود، بلکه مقایسه قیمت رقیبان از کشورهای دیگر را برای این گونه کالاها آسان می‌سازد. در مقابل هر گاه کشورهای عرضه‌کننده این کالاها استانداردهای متفاوت و حتی مغایری داشته باشند، مقایسه درست از قیمت آنها بسیار مشکل خواهد بود. این اشکال همچنین خواهد بود، هر گاه استانداردهای مقرر در کشور خریدار از استانداردهای کشوری که قیمت را داده است، به‌طور مشخص متفاوت باشد.

○ سرمایه‌گذاری مشابه در صنایع سبک، اگر چه در توسعه صنعتی کشور مؤثر است، اما به مبنای یک اقتصاد سالم، پرتحرک و خودکفا لطمه می‌زند و بهتر است با مرغوبیت کالاها و کسب رضایت مصرف‌کننده، راه برای سرمایه‌گذاری در رشته‌های جدید هموار شود.

خود را با هم یکی می‌کنند تا یک طرح را عملی سازند. هواپیمای کنکور سوپرسونیک فرانسه و اذکلیس، یک نمونه از این همکاری است. اصولاً پیوند چنین منابعی، شذنی نیست مگر اینکه استانداردهای بنیادی این دو کشور در یک خط باشند. به این دلیل و دلایل بسیار دیگری که قابل برشمردن هستند، ارزش استانداردهای به‌ویژه جهانی در عالم بازرگانی، بازاریابی و صادرات آشکار است.

در بازارهای خارجی که رقابت شدید و فشرده بین تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان وجود دارد، فقط مرغوب بودن کالا و مناسب بودن قیمت در مقابل کالای مشابه، می‌تواند جای یک تجارت ثابت و سالم را باز کند.

کشورهای پیشرفته و توسعه‌یافته همان‌طوری که قدرت زیادی در جذب مواد خام و نیمه‌ساخته دارند، در به‌دست آوردن بازارهای فروش خارجی از نیروی علمی و فنی زیادتری استفاده می‌نمایند. افزایش تولیدات صنعتی این کشورها به‌طور سرسام‌آور امروزه موجد مشکل بسیار حساس و مهمی شده که باید در واقع سرفصل قطوری از مناسبات بین‌المللی و نوسان در روابط دولت‌ها را بدان اختصاص داد و نتیجه آن دانست.

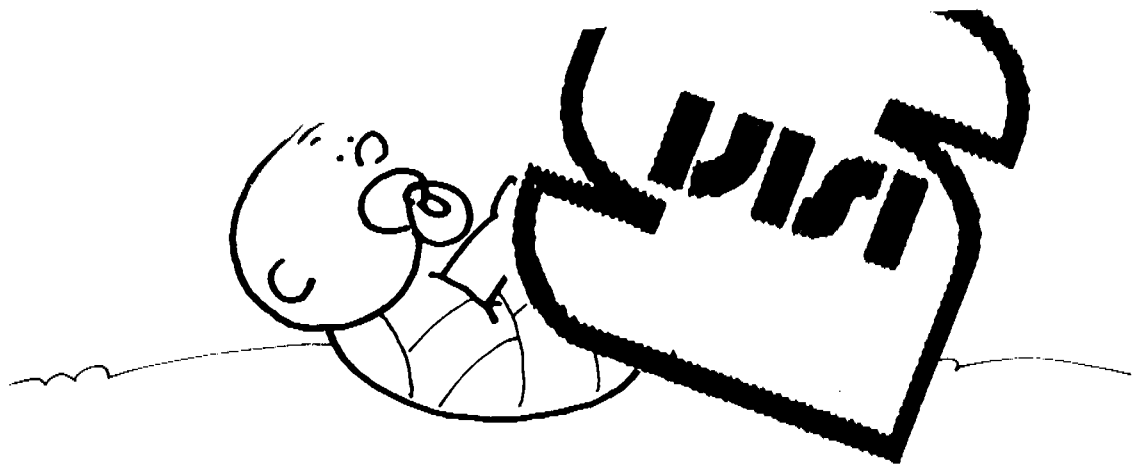
این مسأله، موضوع رقابت در به‌دست آوردن و کنترل بازارهای مصرف بین‌المللی است. کشورهای بزرگ از سویی احتیاج مبرمی به مواد اولیه کشورهای درحال توسعه دارند و از سوی دیگر در اندیشه دستیابی به بازارهایی برای فروش کالاهای خویش در این کشورها می‌باشند و به‌طریق مختلف کوشش می‌کنند تا این بازارها را به خود اختصاص دهند. در کشورهای نظیر ایران که قصد دارد با گام‌های بلند به‌سوی راه‌اندازی صنایع پیش‌تازد و در حال حاضر با تمهیدات لازم به‌سوی امنیت اقتصادی پیش می‌رود، در ارتباط با برنامه‌ریزی صنعتی و تولید کالا باید کوشش بر این باشد که با استاندارد کردن و اجرای کنترل کیفیت به‌طور خودکار، تغییرات بنیادی در روش‌های تولید و اصلاحات مشخصات صنایع با توجه به مشکلاتی که عنوان خواهد شد و نیز با توجه به هزینه سبک‌تر نیروی کار، به‌حدی برسد که بتواند به رقابت برخیزد. اینک که تلاش دگرگون‌کننده‌ای در ارتباط با ساختار اقتصادی کشور از یک سو و راه‌اندازی صنایع و افزایش تولید در کشور آغاز شده است، باید با بهبود کیفیت کالاهای تولیدی و اجرای استاندارد موقعیت‌های چشمگیری را در بازارهای

○ نقش استاندارد و کنترل کیفیت در بالا بردن میزان صادرات فقط مختص صادرات صنعتی نیست، بلکه ادامه صادرات غیرصنعتی از جمله مواد غذایی، رابطه مستقیم و ناگسستنی با استاندارد کردن و کنترل کیفیت این مواد دارد.

### نقش استاندارد در توسعه صادرات

بحث در زمینه تأثیر استاندارد و کنترل کیفیت در توسعه صادرات، مستلزم دقت و تحلیل‌های گوناگون از ابعاد مختلف می‌باشد که در این مجمل نمی‌گنجد. به‌ویژه که این تأثیر تحت شرایط و کیفیت تولیدات صادراتی یک کشور تغییر می‌کند. بهترین شاهد این مدعا، تحولاتی است که در صنایع ژاپنی طی چندین دهه اخیر در سایه استاندارد کردن و اعمال سیستم کنترل کیفیت و مدیریت مشارکتی به‌وجود آمده و نیز تأثیرگذاری این الگو در کشورهای آسیای شرقی است که به‌آمد آن اثر شگفت‌آوری است که در بهبود و افزایش سطح کمی و کیفی تولید است و نیز حجم صادرات و توسعه آن در این دو دهه اخیر در آن کشورها داشته است.

اصولاً افزایش تولید مستلزم وقوف به سلیقه خریداران و قدرت جذب بازارهای موجود اعم از داخلی و خارجی و نیز فراهم نمودن زمینه مساعد جهت کسب و حضور بازارهای جدید می‌باشد. از سویی بستگی تام و مستقیم با ازدیاد فروش دارد و برای فروش بیشتر باید روزبه‌روز در جهت تغییر و تکامل تولید و طراحی و برنامه‌ریزی محصول جدید که مبتنی بر امر تحقیق علمی در زمینه بازاریابی است، قدم برداشت. در این راستا، مرغوب کردن کالاهای تولیدی و کاهش هزینه تولید به‌منظور دستیابی به بازارهای بیشتر، اعم از داخلی و خارجی، به‌عنوان یک اصل پذیرفته شده است.



خواهیم بود. از سوی دیگر روشن خواهد شد که هماهنگ با افزایش تلاش برای توسعه صادرات در ابعاد گوناگون، توجه به مرغوبیت و استاندارد و کنترل کیفیت کالاها نیز افزایش یابد. نقش استاندارد و کنترل کیفیت در بالا بردن میزان صادرات، فقط مختص صادرات صنعتی نیست، بلکه به طور واضح حیات و ادامه صادرات غیرصنعتی و از جمله مواد غذایی ایران به کشورهای دیگر رابطه مستقیم و ناکسستی با استاندارد کردن و کنترل کیفیت این مواد دارد. اما اگر در این بخش به توسعه صادرات کالاهای صنعتی بیشتر تکیه می‌شود، بدین جهت است که در آینده دشواری‌های صادراتی به دلیل مکانیزم پیچیده اقتصاد صنعتی کشورهای پیشرفته، بیشتر در زمینه صادرات این‌گونه کالاها خواهد بود.

در حقیقت در این زمینه است که ما باید بالاجبار با قدرتهای درجه اول و فوق‌العاده پیشرفته از لحاظ سطح فن‌آوری رقابت کنیم تا بتوان با تغذیه مداوم و مستمر واحدهای صنعتی، راه‌های توسعه آنها را هموار سازیم.

○ توجه به میزان رشد صنعتی و قوانین و شرایط جاری در هر جامعه‌ای برای اجباری کردن استانداردها ضرورت دارد.

### مشکلات موجود

طبیعی است در کشورهایی مانند ایران که صنایع جوان و

جهانی در زمینه صدور کالاهای صنعتی و سنتی به‌دست آورد.

○ با اتکا به ضوابط و استانداردهای بین‌المللی، می‌توان از تراکم سرمایه در یک رشته صنعتی و تهی ماندن رشته‌های دیگر جلوگیری کرد.

بدون شک کنترل کالاها و اجرای استاندارد در واحدهای تولیدی به‌زودی ارزش واقعی خود را در اقتصاد کشور متجلی می‌کند و تفهیم ارزش استاندارد در میان صاحبان صنایع و صادرکنندگان به تدریج بر سنت‌ها و رسوم دست‌وپاگیر، مؤثر خواهد افتاد.

ولی به هر تقدیر، قبل از شناسایی اثر استاندارد کردن کالاهای صادراتی، لازم است ببینیم وضعیت صادرات ما و درصد صادرات صنعتی نسبت به صادرات کالاهای سنتی ایران چگونه است؟ آنگاه باید به این مسأله پرداخت که آیا تنها به اتکای صادرات سنتی هر چند مرغوب و هر چند مورد نیاز بازارهای مصرف کشورهای خارجی، می‌توان به هدف‌های برنامه پنج‌ساله در ارتباط با توسعه صادرات رسید. بی‌تردید پاسخ به این پرسش منفی خواهد بود. به همین دلیل اگر به برنامه‌های توسعه صادراتی کشور توجه کنیم، برای اینکه سهم صادرات کالاهای صنعتی کشور نسبت به صادرات کالاهای اولیه و سنتی فزونی یابد، کوشش فزاینده‌ای را شاهد



وضعیت صنعتی کشور در شرایط موجود، مسلماً نشان‌دهنده نقش توسعه صنعتی است که مراحل ابتدایی و زیربنایی را می‌خواهد آغاز کند و این موضوع در مورد اکثر کشورهای صنعتی غرب در شروع صنعتی شدن مصداق دارد. با قدری دقت در چگونگی سیر پیشرفت صنعت ژاپن می‌توان دریافت که در حدود ۴۰ سال آغاز دوران صنعتی شدن این کشور، مشابه چنین وضعی را داشته است، ولی آنچه به تدریج باعث جدا افتادن صنایع تازه و ایجاد محصولات متنوع‌تر شد، برقراری نوعی انضباط صنعتی است که خود محصول مستقیم استاندارد کردن کالاها و همچنین اجرای سیستم کنترل کیفیت جامع در خط تولید واحدهای تولیدی است. به عبارت واقع‌تر باید گفت استاندارد کردن کالاها به گونه‌ای تضمین‌کننده سرمایه است.

در خاتمه این بخش همان‌گونه که در برنامه پنج‌ساله کشور آمده، یکی از اهداف عمده برنامه‌ریزان اقتصادی کشور، توسعه صادرات کالاها و غیرنفتی به ویژه در بعد فرآورده‌های صنعتی می‌باشد. برنامه‌ریزان سعی کرده‌اند با انتخاب روش‌های مناسب نسبت به رفع موانع و تنگناهای موجود اقدام و با بسیج امکانات صنعتی مملکت و با یاری جستن از منابعی که سال‌ها به‌در رفته‌اند، صادرات کشور را به نحوی افزایش دهند که تولید، درآمد ملی و کسب ارز موردنیاز به‌جای اینکه متکی بر منابع صادراتی نفت و یا منابع کانی دیگر باشد آن را به سوی صادرات متنوع‌تر و به‌خصوص صنعتی گرایش دهند.

بی‌شک دستیابی به چنین هدفی که می‌تواند کیفیت اقتصاد کشور را دگرگون سازد، مستلزم استفاده بهینه از کلیه عواملی است که ما را در یافتن بازارهای مصرف در خارج از مرزهای جغرافیایی خویش یاری خواهند داد. یکی از این عوامل همان‌گونه که قبلاً بیان شد، مسأله استاندارد و کنترل کیفیت کالاها و فرآورده‌های صنعتی است که در چند سال اخیر از جهات مختلف تأثیر خویش را بر روند توسعه صادرات کشور آشکار ساخته است.

نوپا می‌باشد و هنوز تفکر صنعتی در میان مردم ریشه نندوانیده است، به دلایل زیاد سرمایه‌گذاری در رشته‌هایی که سود بیشتر و آنی‌تری دارد، انجام می‌گردد و سرمایه‌ها اکثراً در آن دسته از رشته‌های صنعتی به‌کار می‌افتد که احتیاج به کار و تلاش کمتر دارند و احتمالاً سودآوری آنها سریع و بازده سرمایه بیشتر است.

سرمایه‌گذار اغلب با این عقیده سرمایه خود را به‌کار می‌اندازد که در حداقل زمان ممکن، حداکثر سود را ببرد. در نتیجه می‌بینیم در صنایع ساده چنانچه واحدهای تشکیل شده است که در آن احتمال سودی بوده است، واحدهای مشابه به سرعت به آن روی آورده و نوعی تورم موضعی ایجاد کرده‌اند و در محصولات این چنین، اصول هماهنگی و یکنواختی در محصولات مشاهده نمی‌شود.

همین موضوع، بزرگ‌ترین عامل ایجاد عدم اطمینان در مصرف‌کننده است. پس با تحلیلی دقیق از این پدیده می‌توان به این نتیجه رسید که هر چند حتی سرمایه‌گذاری مکرر و مشابه در یک رشته به هر صورت در توسعه صنعتی کشور مؤثر است، ولی به مبانی یک اقتصاد صنعتی سالم، پرتحرک و خودکفا لطمه خواهد زد و چه بهتر که با افزایش میزان مرغوبیت کالاها و کسب رضایت و اطمینان مصرف‌کننده، راه را برای سرمایه‌گذاری رشته‌های جدید هموار کنیم.

## ○ استاندارد کردن عملی علمی، فنی و اجتماعی است و برای اجرای استانداردها، تبلیغات قوی و روابط عمومی استواری موردنیاز می‌باشد.

با موشکافی و ریشه‌یابی در مسأله تراکم موضعی صنایع و با درک موانعی از قبیل پایین بودن سطح فن‌آوری صنعتی در بسیاری از رشته‌ها، عوامل روانی دیگری مشاهده می‌شوند که اهم آن احساس عدم تأمین سرمایه‌گذاری و بیم از دست دادن سرمایه در کار است. بنابراین برای اینکه بتوان از تراکم سرمایه‌ها در یک رشته و تهی ماندن رشته‌های دیگر از نیروهای مولد و اقتصادی جلوگیری شود، گریزی نخواهد بود مگر اینکه به ضوابط و استانداردهای بین‌المللی موجود در نظام‌های صنعتی پیشرفته توجه کنیم. البته تعیین و کنترل این ضوابط جز با به‌کار گرفتن رشته‌های استاندارد و کنترل کیفیت امکان‌پذیر نخواهد بود.