لزوم تداوم حمایت از صنعت و حفظ دستاوردهای تولید داخل

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۹



دکتر رعنا عراقی، پیشکست صنعت شوینده؛

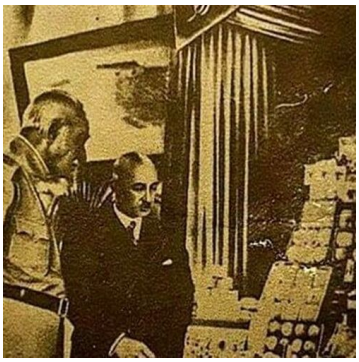
لزوم تداوم حمایت از صنعت و حفظ دستاوردهای تولید داخل

دکتر رعنا عراقی، پیشکست صنعت شوینده و عضو هیات تحریریه فصلنامه انجمن صنایع شوینده بهداشتی و آرایشی ایران در طی یادداشتی گفت: هنگامی که در سال ۱۳۰۷ زنده یاد فردوس مکان، غلامرضا داروگر اقدام به تاسیس واحد صنعتی صابون سازی کرد، بسیاری از ما پا به جهان نگذاشته بودیم. تقریبا 13 سال قبل از تاسیس سیمان ری که اولین صنعت قابل ذکر ایران در سال‌های آغازین حرکت به سوی صنعتی شدن محسوب می‌شود، ایشان با عشق به وطن و شهامت اقدام به تاسیس واحد صابون‌سازی در شهر اصفهان کرد و صابون سوبلیمه را به بازار فرستاد.

شاید در آن زمان آقای داروگر گمان نمیکرد که پایه‌گذار و آغازگر یکی از وسیع‌ترین و بالنده‌ترین صنایع ایران، یعنی صنعت شوینده و بهداشتی شده است.

این بزرگمرد پس از مدتی واحد صابون‌سازی را به اطراف تهران منتقل و کارخانجات داروگر را پایه‌ریزی کرد و اولین مایع شوینده خانگی به نام ریکا را تولید کرد.

به همین سادگی فقط با پشتکار یک هموطن سنگ بنای صنایعی در کشور نهاده شد که در ابتدا یک فاصله پنجاه ساله با



صنعت مشابه خود در کشورهای پیشرفته صنعتی داشت و به تدریج و با سرعت چشمگیر، طی ده تا پانزده سال نخست فعالیت، این فاصله را پر کرد و امروز اگر محدودیت‌ها و موانع بی‌شمار سر راهش از میان برداشته شود، همگام با کشورهای صنعتی پیشرفته حرکت

می‌کند.

بالندگی این صنعت و صنعتگران مرتبط در این نکته است که تمامی زحمت و تلاشی که انجام شده فقط با همت پیشه‌وران، صنعتگران، محققان و مدیران ایرانی بوده و از هیچ شرکت یا تشکیلات خارجی کمکی دریافت نشده است.

در حقیقت از نخستین روزهایی که ذوق تولید محصولات شوینده و بهداشتی در دل صاحبان سرمایه متبلور شد، این صنعتگران و دانشمندان ایرانی بودند که با اشتیاق فراوان و همت بی‌نظیر ستون‌های استوار این صنعت را بر پا کردند و بنایی را بنیاد نهادند که در کمتر صنعت دیگری مشابهش را می‌توان نام برد. اکثر صنایع یا از لیسانس یک شرکت خارجی بهره می‌بردند یا با مشارکت کمپانی‌های خارجی فعالیت می‌کردند. در شروع کار تولید شوینده‌ها از حرکت و سفر به تمام نقاط کشور و بررسی کیفیت آب و عادات مردم در شست‌وشو برای طراحی فرمول‌هایی که بهترین تاثیر را داشته باشد تا سعی و خطاهای متعدد و مکرر برای یافتن بهترین فرمول‌ها، همه با همت و فکر محققان ایرانی انجام شد تا در اواخر دهه چهل پودر رختشویی و مایع ظرفشویی توسط دو یا سه کمپانی صاحب نام به بازار آمد.

یک نگاه دقیق‌تر به گذشته و تاریخچه این صنایع نشان می‌دهد که در طول چهار دهه اخیر تا چه اندازه مشکلات و محدودیت‌های متعدد و ناخواسته‌ای در مقابل این صنعت بوده و چگونه صاحبان سرمایه و مدیران و متخصص با انواع مشکلات دست و پنجه نرم کرده‌اند تا مانع از توقف و مرگ این صنعت شوند.

از تغییر قوانین و ضوابط که وقتی به گذشته فکر می‌کنیم بسیار بی‌دلیل و بی‌منطق بوده و در حقیقت سد راه پیشرفت می‌شده است تا مشکلات جنگ و تحریم‌ها و نوسانات غیر قابل پیش‌بینی و تحمل نرخ ارزها، همه و همه فشارشان مستقیم بر دوش سرمایه‌گذاران و کارکنان این صنعت آوار شده است. گرچه همگی با عشق و اعتقاد سعی در مقابله و رفع مشکلات داشته‌اند ولی قطعا اگر موانع و مشکلات و محدودیت‌های داخلی که مولود تغییر سلایق مدیران و مسولان بوده تا محدودیت‌ها و مشکلات ناشی ازفشارهای خارجی و تحریم‌های متعدد و مکرر بر سر راه این صنایع نمی بود امروز قطعا در مقام رفیعی که شایسته آن است قرارگرفته بود وچه درداخل وچه در بازارهای صادراتی موقعیتی کاملا ممتاز می‌داشت.



بی‌تعارف و ملاحظه باید گفته شود فشارهای اقتصادی بیش از حدی که صنعتگران طی این سال‌ها با آن مواجه بوده‌اند و محروم بودن از هر گونه سوبسید یا حمایت‌های دیگر از جانب مسئولان و دوایر ذیربط موجب شده همه فشارها متوجه بخشهای تحقیقات و فرمولاسیون برای جایگزینی و تغییر فرمول‌ها شود.

با کمال تاسف این فشارها ونتایج حاصله هم موجب از دست رفتن بازار گسترده صادرات شده، هم مصرفکنندگان را متوجه برندهای خارجی کرده و نیز بسیاری از تولیدکنندگان واحدهایی را که با زحمت بسیار بنا کرده و به آن عشق می ورزیده اند ناچار به فروش یا واگذاری به غیرکرده است.

بگذریم از این‌که خصوصی سازی شرکت‌های بزرگ و صاحب‌نام هم با ضوابط اطمینان‌بخشی که بتواند متضمن ادامه مطلوب فعالیت باشد صورت نگرفته و بسیاری از این‌گونه تشکیلات به حالت نیمه تعطیل در آمده‌اند. از سوی دیگر فروش کارخانجات به شرکت‌های اروپایی نیز نویدبخش و خوشحال‌کننده نیست.

اگر مشارکت با یک کمپانی خارجی همراه با انتقال دانش فنی پیشرفته‌تر، ماشین‌آلات کامل‌تر و مدرن‌تر و از این قبیل تغییرات باشد، بسیار مطلوب و قابل تحسین است، کما این‌که حاصل کار تحت لیسانس شرکت‌های معتبر اروپایی موجب شد که ما بتوانیم به آسانی انواع محصولات آرایشی و بهداشتی مشابه آنان را با ذخیره اطلاعاتی که گردآوری کرده بودیم، با نام‌های ایرانی بسازیم وتولید را تعطیل نکنیم. ولی اگر این فروش یا مشارکت همراه با به دست آوردن دانش فنی جدیدتر یا ماشین‌آلات مدرن‌تری برای کشور نباشد، یک خسران و زیان واقعی است.

به شخصه امیدوارم اوضاع به گونه‌ای پیش برود که چندین شرکتی که هنوز با همه مشکلات بر پا ایستاده‌اند و مبارزه می‌کنند و ادامه می‌دهند، موفق باشند و بیشتر امیدوارم که مسئولان محترم به این نکته توجه داشته باشند که تاریخ صنعت و رشد و شکوفایی یا رکود هرصنعتی نمایانگر نحوه مدیریت آنان است.

به طور قطع در بحران‌های اقتصادی، موثرترین راه برای کوتاه کردن دوره بحران، حمایت‌های واقعی و موثر از صنایع است تا دور باطل ایجاد نشود.

شرکت‌های بزرگ و صاحب نام اروپایی و آمریکایی به قدمت کار خود و این‌که محققان صاحب نامشان چه فعالیت‌هایی را در راستای توسعه شرکتشان انجام داده‌اند خیلی بیش از وسعت و سرمایه امروز خود می‌بالند. در حقیقت طول مدت فعالیت خود را ارزش اصلی تشکیلات خود قلمداد می‌کنند ولی آیا پنجاه سال دیگر کسی به یاد دارد شرکت چندین ده

ساله امروز که به شرکت غربی یا شرقی فروش رفته چگونه و با همت کدام ایرانی تاسیس شده و کدام متخصصان و محققان ایرانی در پیشرفت و توسعه آن نقش داشته‌اند؟

چندین سال پیش وقتی به همت یکی از مدیران محترم این صنعت (آقای مهندس نقیب) جشن هفتاد سالگی داروگر برپا شد، کسی نبود که بر خود نبالد وغرق شوق و افتخار نشود اما امروز باید هم از مدیران بخش خصوصی که یا فروشنده بوده‌اند یا خریدار وهم از مسئولان تشکیلات ذیربط که مجوز فروش و واگذاری را صادر کرده‌اند سوال شود «قدمت و اعتبار داروگر –تولیدارو، تیدی، تولیپرس وبهداد، چه شد؟ نامشان در کدام صفحه صنعت کشور می‌درخشد؟ آیا نسل بعدی تصوری از این صنایع صاحب نام و معتبر کشور خواهند داشت؟ یا باور می‌کنند ما در صنعت نیز تاریخی و گذشته‌ای که قابل ذکر باشد داشته‌ایم؟