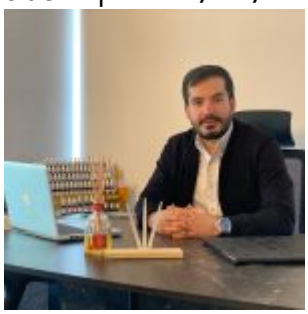
مهدی ابوالفتحی؛ صنعت عطرسازی به حضور افراد متخصص و دانشگاهی نیاز دارد

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۰



در گفت‌وگو با مهدی ابوالفتحی؛ مدیرعامل شرکت نیک آروین آسیا عنوان شد:

نیاز صنعت عطرسازی به حضور افراد متخصص و دانشگاهی

با این که ایران سابقه چند هزار ساله در زمینه تولید عطر و خوشبو کننده دارد ولی این ظرفیت و توانمندی نیز مانند بسیاری از دستاوردهای دیگر سرزمین و گذشته در جایی از تاریخ متوقف شد و همگام با علم و نیازهای روز دنیا پیش نیامد. صنعت عطرسازی در دنیای جدید با تکنولوژی و فن‌آوری آمیخته شده است، تجهیزات و علم ویژه خود را نیاز دارد و همچنین به دلیل اهمیت و کاربرد اسانس، ساخت عطر و اودکلن در همه کشورها امکان‌پذیر نیست. پس از ممنوعیت کامل واردات، شرکت‌ها و افراد بیشتری برای تولید در این حوزه سرمایه‌گذاری و اقدام کردند ولی همچنان صنعت ما به واردات اسانس و حتی شیشه و پمپ مورد نیاز برای ظرف حاوی عطر، وابسته است.

مهدی ابوالفتحی؛ مدیرعامل شرکت نیک آروین آسیا را می‌توان یکی از تولیدکنندگان جدید در حوزه عطرسازی ایرانی دانست که از سه سال پیش وارد صنعت عطرسازی شده و مجموعه زیر نظر او برند جدید «نافه» را به بازار کشور عرضه کرده است؛ یک عطر کاملا ایرانی. با او درباره چالشهای صنعت، وضعیت تولید عطر در ایران، نیازهای تولید و شرایط احتمالی عطرسازی کشور در دوره پسابرجامی گفت‌وگو کرده‌ایم.

• به عنوان یک تولیدکننده وضعیت صنعت عطر ایران را چطور ارزیابی می‌کنید؟

هر چند ممنوع شدن واردات، دلیل اصلی سوق پیدا کردن شرکت‌های ایرانی به تولید عطر داخلی بود ولی این قابلیت در کشور و صنعت ما وجود داشت و خیلی پیش از این می‌توانستیم تولیدات داخلی را به بازار عرضه کنیم. فکر می‌کنم مهم‌ترین نکته برای به ثمر رسیدن تولید در هر زمینه برنامه‌ریزی بلند مدت و سرمایه‌گذاری در بخش‌های آموزشی کشور است. مطمئنا این حرف به مذاق واردکنندگان خوش نخواهد آمد ولی برای جا انداختن تولید داخلی باید ۱۲ سال مرزهای کشور به روی محصول آماده بسته شود و فقط مواد اولیه وارد کنیم. بچه‌هایی که از اول دبستان تا پایان دوره تحصیلات مدرسه کالای ایرانی مصرف کنند، وقتی وارد عرصه کار و فعالیت حرفه‌ای شوند، اعتماد به نفس

کافی دارند و توانایی تولید و ساخت را در خودشان می‌بینند. نتیجه چنین برنامه‌ای را می‌شود چند سال بعد و با حضور این بچه‌ها در عرصه صنعت و تولید دید.

• چالش‌های مهم صنعت عطر کشور چه مواردی هستند؟

بخش اول مشکلات صنعت عطر با دیگر صنایع مشترک است. با این‌که تولید باعث اشتغال‌زایی می‌شوند و غیر از کمک به اقتصاد کشور، امنیت ملی را نیز افزایش می‌دهند هنوز در سیاست‌های کلی کشور به تولید توجه نمی‌شود و دست‌اندازهای اداری و خودتحریمی برای همه صنایع مشکل‌ساز شده است. شرایط به گونه‌ایست که به دلیل مسیر اداری طولانی و بروکراسی که بر همه بخش‌ها سلطه دارد، هر کسی سراغ تولید نمی‌رود یا ممکن است همین موانع باعث ناامیدی و دست کشیدن از کار شود. اگر سری به شهرک‌های صنعتی بزنید، می‌بینید که در بیشتر این شهرک‌ها فقط چند کارخانه فعال هستند و خیلی از مجموعه‌ها مدت‌هاست فعالیتی ندارند و حتی تجهیزات و ماشین‌آلاتشان را خاک گرفته است. بدتر این‌که بعضی زمین‌ها که قرار بود با قیمت مناسب در اختیار صنعتگران قرار بگیرد به منبع درآمد دلال‌ها تبدیل شده است که با قرار دادن چند تیرآهن یا ساخت حداقلی یک سوله، زمین را چندین برابر گران‌تر می‌فروشند و تولیدکننده واقعی نمی‌تواند از عهده قیمت آن بربیاید تا کارش را شروع کند. به دلیل قوانین نادرست و سنگ‌اندازی‌های زیادی که در مسیر وجود دارد، صنعتگر و تولید کننده زمان زیادی را در اداره‌های دولتی از دست می‌دهد که همین شرایط می‌تواند باعث از بین رفتن انگیزه شود. از طرف دیگر عوض شدن هر روزه قانون و نبودن ثبات ارزی، مانع برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت تولیدکنندگان می‌شود.

• غیر از مواردی که ذکر کردید، چالش ویژه صنعت عطرسازی چیست؟

نبود اسانس داخلی و واردات صد در صدی آن مشکل اصلی صنعت عطرسازی است چون اگر روزی نتوانیم به هر دلیل آن‌را وارد کنیم، هیچ کارخانه‌ای نمی‌تواند محصولی تولید و به بازار عرضه کند. متاسفانه در کشور ما هنوز امکان تولید اسانس برای استفاده در صنعت عطرسازی وجود ندارد و لازم است این بخش را در کشور داخلی و بومی‌سازی کنیم. ما به دلیل بهره بردن از مرکبات، گیاهان معطر، گونه‌های مختلف طبیعی می‌توانیم در بخش رایحه و اسانس نیز حرفی برای گفتن داشته باشیم. در حال حاضر اسانس‌های خوراکی و صنعتی در کشور ساخته می‌شوند ولی هنوز نتوانسته‌ایم اسانس عطر را تولید کنیم.



- **آیا کشور ما امکان دستیابی به اسانس را دارد؟ تکنولوژی مورد نیاز تولید اسانس در انحصار کشور خاصی نیست؟**

بله، هر چند هنوز این تکنولوژی در کشور وجود ندارد ولی فکر می‌کنم تولید اسانس سخت‌تر از خیلی مواد دیگر نیست و مساله اصلی وجود علم آن در کشور است. اگر دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته‌های شیمی و نیز صنایع تشویق شوند که در این حوزه فعالیت کنند، می‌توانیم دستگاه‌های پالایشگاهی را از کشورهایی مانند چین وارد کنیم و متخصصان با گذراندن دوره‌های آموزشی مرتبط تولید را شروع کنند. تولید اسانس به تنهایی صنعت بزرگی است و باید روی آن سرمایه گذاری شود و با استفاده از تکنولوژی و تجهیزات مورد نیاز، روغن‌های معطر را به رایحه و اسانس تبدیل کنیم. طبیعتا چنین فرآیندی فرمولاسیون و شرایط خاص تولید خودش را دارد. دو شرکت ترکیه‌ای در این حوزه کار می‌کنند و دوبی هم قرار است وارد عرصه تولید اسانس شود، پس ما نیز می‌توانیم محصولات داخلی داشته باشیم ولی باز هم به برنامه‌ریزی و تغییر نگاه به واردات ضرورت دارد یعنی لازم است تعرفه گمرکی اسانس افزایش یابد و به واردکننده مهلتی مثلا پنج ساله داده و گفته شود که پس از آن دیگر اجازه واردات نخواهد داشت تا در این فاصله زمانی سرمایه‌ها جذب بخش تولید محصول شود. کسانی که چندین سال نمایندگی شرکت‌های معتبر و مختلف را داشته‌اند، بهتر از دیگران می‌توانند در این زمینه کار کنند چون ارتباط‌های خوبی دارند و در عین حال بهتر از دیگران با انواع اسانس آشنا هستند. لازم است دولت با اعطای وام و تسهیلات خوب در همه زمینه‌های مورد نیاز، افراد را برای سرمایه‌گذاری در زمینه تولید و انتقال تکنولوژی تشویق کند. ترکیه نیز از همین روش استفاده کرد و الان یکی از شرکت‌های ترک جزو پنج تولیدکننده برتر اسانس در جهان است.

- **نظر شما درباره تولید تحت لیسانس و انتقال تکنولوژی از این مسیر چیست؟**

مساله را با یک مثال توضیح می‌دهم. یکی از برندهای معروف صنعت شوینده و بهداشتی در ایران تولید تحت لیسانس داشت ولی در یک نمایشگاه بین‌المللی وقتی با شرایط چالش برانگیزی مواجه شده بود. پس از ورود به غرفه شرکت مادر از این تولیدکننده

عذرخواهی و خواسته شده بود بیرون برود چون اگر به هر روشی آمریکا متوجه همکاری شرکت با ایران شود، همه حساب‌های آن مسدود خواهد شد. یعنی تحت لیسانس هم می‌تواند شبیه چوبی بالای سر تولید باشد و بهترین روش آموزش دیدن و انتقال تکنولوژی است.

• بقیه مواد اولیه مورد نیاز تولید عطر در ایران چه شرایطی دارند؟ آیا تولید داخل هستند یا باید وارد شوند؟

اسانس پایه اصلی تولید عطر و مابقی آن آب، الکل و افزودنی‌های دیگر است. خوشبختانه ما در صنعت الکل‌سازی مشکلی نداریم و شرکت ما توانست در زمینه ساخت شیشه هم از یک تولیدکننده داخلی کمک بگیرد. واردات شیشه هزینه زیادی برای تولید دارد ولی ما توانستیم با همراهی یک تولیدکننده داخلی، در ایران شیشه‌های باکیفیت و مناسبی بسازیم. خط تولیدی در کارخانه همکار ما راه‌اندازی شد که صفر تا صد شیشه‌های عطر در کشور تولید می‌شود که قیمت تمام شده آن یک سوم مشابه خارجی است، به همین دلیل قیمت نهایی عطری که در اختیار مشتری قرار می‌گیرد، به یک پنجم کاهش پیدا می‌کند. تعداد تولید کننده‌های شیشه عطر رو به افزایش است و می‌دانم در ساوه و سلفچگان کارخانه‌هایی در این زمینه فعال شده‌اند و تا آخر امسال به بهره‌برداری خواهند رسید.

بخش مهم دیگر، پمپ مورد نیاز برای ظرف عطر است که هر چند در ایران پمپ‌های مختلف تولید می‌شود ولی تا الان به دلیل تعداد کم کارخانه‌های عطرسازی، توجیه اقتصادی نداشته و پمپ عطر ساخته نشده است. طبیعتا وقتی این نیاز افزایش پیدا کند، پلاستیک سازها برای تولیدش اقدام خواهند کرد، کما این‌که در حال حاضر سالیانه به صد میلیون پمپ نیاز داریم و می‌تواند تجارت خیلی خوبی برای یک تولید کننده باشد و کار سخت و نشدنی هم نیست.

• با توجه به این موارد ظرفیت صنعت عطر ایران را چطور ارزیابی می‌کنید؟

من نزدیک سه سال در صنعت عطرسازی و در شرکتی که حدود ۷۰ درصد تولید داخلی کشور را به عهده دارد، با عناوین و مسئولیت‌های مختلف فعالیت کرده‌ام. با اطمینان می‌گویم ظرفیت ایران برای تولید عطر و بسیاری محصولات دیگر بالاست چون زیرساخت‌ها و نیازهای اولیه آن در کشور فراهم هستند. یکی از نقاط قوت ما در این صنعت همان کسانی هستند که سال‌ها واردکننده رسمی و قانونی عطر و اودکلن بوده‌اند، متاسفانه این افراد با ممنوعیت واردات لطمه خوردند ولی فرصت و امکانی هم برای تولید و پیش بردن صنعت داخلی دارند. واردکنندگان طی سال‌ها فعالیت در این حوزه اطلاعات و دانش زیادی درمورد عطرها پیدا کرده و محصولات را از نظر کیفیت، نوع اسانس، نت‌های بویایی، ترکیب‌های هر محصول، بسته‌بندی مناسب و… شناخته‌اند، بنابراین می‌توانند از دانش موجود استفاده و شرکت تولیدی خودشان را راه‌اندازی کنند، کما این‌که چنین اتفاقی هم افتاده است.

از طرف دیگر فراموش نکنیم اسانس‌ها به چند مورد محدود نمی‌شوند و شاید بیش از ۱۸۰۰ اسانس مختلف از گیاهان، میوه‌ها، ادویه‌ها و منابع دیگر قابل استخراج باشد. نه تنها ایران، هیچ کشوری امکان تولید همه انواع اسانس را ندارد و معمولا هر کشوری با توجه به اقلیم و توانمندی صنعت خود، تعدادی از اسانس‌ها را به صورت کامل تولید می کند و برای ساخت بقیه رایحه‌ها ماده اولیه وارد می‌شود. با توجه به منابع طبیعی زیاد و متنوع گیاهی و غیرگیاهی که در کشور ما برای ساخت اسانس وجود دارد، اگر شرکت‌های دانش بنیان در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند، موفقیت بزرگی خواهیم داشت؛ خصوصا که اسانس فقط در صنعت عطر استفاده نمی‌شود و بخش‌های مختلف تولید مانند محصولات بهداشتی و آرایشی نیز به آن نیاز دارند.

- **به نظر شما شرکت‌های ایرانی توانسته‌اند از فرصت ممنوعیت واردات استفاده و محصولات خود را به مردم معرفی کنند تا پس از رفع تحریم‌ها بازارشان حفظ شود؟**

فکر می‌کنم بازار و شرایط امروز کشور به هیچ وجه با دو سال پیش قابل مقایسه نیست و مردم نه تنها از کالاهای ایرانی در حوزه‌های مختلف را خریدند و مصرف کردند حتی به این باور رسیدند که توان و امکان ساخت بسیاری از محصولات در کشور وجود دارد. به طور طبیعی همه افراد ترجیح می‌دهند کالای با کیفیت تهیه کنند ولی معرفی محصول فقط وابسته برندینگ نیست و برای موفقیت در معرفی و فروش باید زنجیره پخش و فروش نیز درست کار کند ولی ما متاسفانه با مافیایی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای روبه‌رو هستیم.

فروشگاه‌ها از مردم پول نقد می‌گیرند ولی تولیدکننده باید مارجین ۴۰ تا ۵۰ و حتی ۶۰ که واقعا عدد غیرمنصفانه و حتی حرام است، بگیرد و ۳۰ تا ۴۰ درصد باقی‌مانده برایش می‌ماند که آن هم بین سه تا شش ماه بعد برمی‌گردد. نتیجه چنین وضعیتی این است که صنعتگر و تولیدکننده باید بیشترین زحمت را متحمل شود، تمامی سرمایه‌اش درگیر تولید باشد، با موانع و چالش‌های زیادی درگیر باشد ولی مافیای فروش زنجیره‌ای با کمترین زحمت (به نسبت بخش تولید) بیشترین برداشت را داشته باشد و سود به دست آمده را در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاری کند. با چنین شرایطی در کنار مشکلات دیگر مانند نوسان قیمت دلار، سود بالای بانکی، ایجاد موانع بر سر راه تولید و… مشخص است که صنعت و تولید پیشرفت نمی‌کند چون برای پیشرفت در هر کاری به سیاست‌گذاری و مدیریت درست نیاز داریم. یکی از راهکارهای اصلاح وضعیت کنونی این است که نمایندگان بخش‌های مختلف مانند تولید، بازار، وزارتخانه‌های مرتبط، بخش‌های توزیع و فروش نشست مشترک داشته باشند و به اعداد و ارقام درست و منطقی برسند که هم زنجیره را محکم کند و هم مانع تولید نشود.



- **شرایط کشور در حال تغییر است و به دوران پسابرجام نزدیک می‌شویم، فکر می‌کنید بازگشت محصولات خارجی چه شرایطی برای کالاهای داخلی به وجود خواهد آورد؟**

ای کاش در شرایط فعلی به این نکته مهم توجه می‌کردیم که اگر همین الان همه تحریم‌ها برداشته شود، وضعیت کشور در بهترین حالت همان چیزی خواهد شد که ۴۰ سال پیش بود.

پس سوال پیش می‌آید که این همه هزینه دادیم، سرمایه کشور کاهش پیدا کرد و آسیب دیدیم که دوباره به عقب برگردیم؟ در واقع باید نگاهمان به رفع تحریم‌ها متفاوت باشد و به جای این‌که باز شدن درهای کشور را به فرصتی برای شرکت‌های خارجی تبدیل کنیم، از آن برای عقد قراردادهای رسمی و محکم صادراتی بهره بگیریم. باید رویکردمان این باشد که به کمک توافق‌های انجام شده وصول مطالبات صادرکننده را تسهیل کنیم و سرمایه کشور را افزایش دهیم، نه این‌که درهای کشور باز شود تا منابع و مواد خام بیرون برود و خودمان واردکننده محصول نهایی همان مواد باشیم و صنعت و تولید متضرر شود.

این نکته را هم در نظر بگیریم که کشور ما مزیت‌های صادراتی زیادی دارد و مثلا می‌تواند بازار خوبی در افغانستان داشته باشد ولی باید برای صادرات به کشورهای همسایه برنامه بریزیم. ما حتی در بعضی محصولات می‌توانیم به اروپا و خصوصا کشورهای اروپای شرقی صادرات داشته باشیم که به دلیل فاصله کمتر ما نسبت به هند و چین و پایین بودن هزینه حمل و نقل از تولیدات باکیفیت ما استقبال خواهد شد.

- **با توجه به این موارد به نظر می‌آید بار اصلی روی دوش خود تولیدکننده است و حمایت‌های دولتی از شعار فراتر نمی‌رود. چه تمهیدی اندیشیده شده تا پس از باز شدن درهای کشور، محصولات داخلی بازار را به کالای خارجی واگذار نکنند؟**

این نکته را فراموش نکنیم که مشتری کالای ایرانی کارمند یا کارگر همین کشور است و هر کدام در یکی از بخش‌های تولیدی یا خدماتی کار می‌کنند ولی فرهنگ مصرف کالای ایرانی جا نیفتاده، همان‌طور که فرهنگ کار متعهدانه و مسئولانه شکل نگرفته است؛ به همین دلیل کار برای تولیدکننده داخلی سخت‌تر می‌شود. باز هم باید به آموزش برگردیم که لازمه تمام بخش‌ها و عرصه‌های کشور است. باید محصولات ایرانی به روش‌های مختلف به مردم شناسانده شوند.

- **شما تاکید زیادی بر ساخت عطر داخلی و ایرانی دارید ولی تولید با اتکا بر بازار داخل نمی‌تواند موفقیت خود را ادامه دهد، با توجه به شرایط این صنعت و حضور برندهای معتبر در بازار جهانی، آیا چشم‌انداز برون مرزی هم برای عطر ایرانی می‌بینید؟**

بله، به شرط آن‌که محصولات‌مان ایرانی، شرقی و منحصر به فرد باشند. مثلا ما بهترین زعفران جهان را در کشور خودمان داریم، گل‌هایی مثل شکوفه بهار نارنج در شمال و شیراز وجود دارند که عطرشان متفاوت است، خیلی گیاهان دیگر هم بومی ایران هستند و به وفور یافت می‌شوند که بوی آن‌ها به عنوان رایحه شرقی شناخته می‌شود. اگر بتوانیم با اسانس گیاهان و گل‌های ایرانی، عطرهای بومی خودمان را بسازیم، موفق خواهیم شد. اگر قرار است زمانی به قفسه فروشگاه‌های اروپایی و کشورهای دور راه پیدا کنیم نباید سراغ کپی کردن برویم ولی الان اکثر عطرهایی که در کشور به نام عطر تولید داخل معرفی و فروخته می‌شود، یک کپی از محصولات برند خارجی است.

وقتی دقیقا اسانس یکی از محصولات برند و نام آشنا را وارد و در شیشه متفاوتی پر می‌کنیم و نام آن را عطر ایرانی می‌گذاریم، طبیعتا موفق نمی‌شویم. بازار جهانی تشنه و مشتاق کالای جدید و متفاوت است، اگر محصول تولیدی ما یک کالای مشابه ساخت شرکت‌های بزرگ داشته باشد، طبیعتا خریدار سراغ برند اصلی می‌رود که قیمت مناسب و کیفیت بهتری هم دارد و ما با چنین محصولاتی جایگاهی در بازار جهانی به دست نمی‌آوریم. زمانی موفق خواهیم بود که برای ساخت عطر بر اساس فرهنگ، آب و هوا،

منابع طبیعی و رایحه‌های ویژه سرزمین خودمان کار کنیم تا محصول ما برای مردم کشورهای دیگر تازگی و جذابیت داشته باشد.