

حیدر زمانی علویجه: صنعت، ارتشی است که در همه زمان‌ها برای کشور می‌جنگد

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



صنعت، ارتشی است که در همه زمان‌ها برای کشور می‌جنگد

حیدر زمانی علویجه سال ۱۳۱۷ در علویجه اصفهان به دنیا آمد و در دوره جوانی مدتی نمایندگی و خبرنگاری روزنامه اطلاعات را به عهده داشت. او خیلی زود وارد عرصه کار و در بانک سپه به عنوان کارشناس مشغول شد و در همان دوره قرارداد نصب ماشین‌آلات کارخانه سیمان بهبهان را با شرکت سیمان فارس و خوزستان امضا کرد. او سال ۱۳۵۴ به بخش تولید و صنعت پیوست و شرکت خود را با نام «سارتر» تاسیس و ثبت کرد که بعد از به «تولیدی و شیمیایی گل ایران» تغییر یافت. کار آن شرکت اولیه ساخت و نصب تجهیزات کارخانه‌های صنعتی بود. زمانی حین کار متوجه واردات بعضی قطعات فلزی شد که امکان ساخت‌شان در ایران وجود داشت و هزینه زیاد و غیرضروری را به کشور تحمیل می‌کرد، بنابراین تصمیم گرفت این قطعات را تحت لیسانس و با تایید شرکت فرانسوی در کشور تولید کند ولی در همان دوران با وجود مکاتبه‌ها، مذاکره‌ها و تاییدیه‌های اولیه به دلیل تغییر و تحولات سال‌های اولیه انقلاب، فعالیت کارخانه‌ها متوقف شد.

این پیشکسوت صنعت وقتی متوجه کمبود مواد شوینده و بهداشتی در ایران شد با پیشنهاد یکی از دوستانش تصمیم به فعالیت در این حوزه گرفت و مجوز تبدیل مجموعه قبلی خود را به کارخانه تولید شوینده تغییر داد و کارش را در این حوزه با تولید محصولات «کیجا» شروع کرد. حیدر زمانی طی ۴۰ سال گذشته با گسترش کارخانه‌ها و تولیدات خود در حوزه‌های مختلف و متفاوت صنعت حضور داشته و توجه به کیفیت محصولات، یکی از حساسیت‌های همیشگی او در تمام دوران فعالیت بوده است. حیدر زمانی در تاسیس تعاونی و انجمن صنایع شوینده، بهداشتی و آرایشی نقش فعالی داشت و یک دوره عضویت در این تعاونی را تجربه کرده و همچنین بیش از ۲۰ سال عضویت گروه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و مشاور رئیس هیات‌مدیره خانه صنعت و معدن استان تهران را به عهده داشته است که طی این مدت با کمک سایر اعضا خدمات شایسته‌ای به بخش تولید و صنعت کشور را در کارنامه خود دارد.

در گفت‌وگو با این تولیدکننده پیشکسوت از تجربیات و خاطراتش شنیده‌ایم و نظرش را درباره صنعت و تولید ایران پرسیده‌ایم که متن صحبت‌های او را در ادامه می‌خوانید:

• **چطور از عرصه مطبوعات و کار در بانک وارد حوزه صنعت و تولید شدید؟**

این کارها همزمان انجام شدند و پیش رفتند. همان دوره‌ای که به عنوان کارشناس در

با نك سپه مشغول بودم، قرارداد نصب ماشین‌آلات کارخانه سیمان بهبهان را با شرکت سیمان فارس و خوزستان امضا کردم. پس از پایان کار نصب و راه‌اندازی ماشین‌آلات این کارخانه چون کارفرما از عملکرد ما رضایت کامل داشت، نصب و راه‌اندازی قسمت‌هایی از ماشین‌آلات کارخانه سیمان شهرستان درود را نیز به من واگذار کرد. حین انجام این پروژه متوجه شدم که امکان ساخت بسیاری از قطعات و ماشین‌آلات داخل کشور وجود دارد و تصمیم گرفتم خودم برای آن اقدام کنم. به همین دلیل قطعه زمینی خریدم و سالن‌های مورد نیاز را آنجا احداث کردم، همزمان مکاتباتی با کمپانی‌های آلمانی و فرانسوی آغاز و به آن‌ها اعلام کردم که ما آمادگی داریم در زمینه ساخت ماشین‌آلات با آن‌ها همکاری کنیم. در نتیجه یکی از شرکت‌های آلمانی نمایندگان خود را برای بازدید از شرکت و کارگاه بهبهان و امکان‌سنجی به ایران فرستاد. اما هنوز کار به نتیجه نرسیده بود که به دلیل تغییر و تحولات دوره انقلاب بسیاری از کارها و فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی متوقف شد و امکانات و تاسیسات ایجاد شده بدون استفاده باقی ماند.

• و چه چیزی پس از انقلاب حوزه فعالیت صنعتی شما را تغییر داد و به سمت تولید محصولات شوینده و بهداشتی روی آوردید؟

همزمان با شعله‌ور شدن آتش انقلاب کارخانجات بزرگ تولیدکننده مواد پاک‌کننده و بهداشتی به علت مشکلات پیش آمده با کاهش تولید مواجه شده بودند. در نتیجه این مواد ضروری در کشور بسیار کمیاب شده بود و در همان دوره یکی از دوستان که در تولید مواد شوینده و بهداشتی تبحر داشت، پیشنهاد کرد که از امکانات و زیرساخت‌های موجود برای تولید محصولات پاک‌کننده و بهداشتی استفاده شود. با قبول این پیشنهاد و با کمک همان دوست در جرگه فعالان و تولیدکنندگان بهداشتی و شوینده قرار گرفتم.

• شما در فعالیت خود به عنوان مدیر یک مجموعه صنعتی چه حساسیت‌هایی داشته‌اید و دارید و خط قرمزهایتان چه بوده است؟

یکی از اصلی‌ترین حساسیت‌های من کیفیت محصول است و اگر کالایی تولید شود که استانداردهای لازم را نداشته باشد، به شدت عصبانی می‌شوم. حتی زمانی که هیچ نظارت و کنترلی در این زمینه وجود نداشت، برایم مهم بود و به آن توجه می‌کردم. نه تنها در مجموعه خودمان آزمایشگاه مجهزی داشتیم و محصولاتمان را چک می‌کردیم، حتی بدون آن‌که منتظر نمونه‌برداری از طرف سازمان‌های نظارتی باشیم، خودمان نمونه محصولات را به مراکز مختلف مانند دانشکده داروسازی دانشگاه تهران، موسسه استاندارد و... می‌فرستادیم تا آزمایش شوند. این کار را می‌کردم تا وجدانم راحت باشد چون ما در حوزه‌ای فعالیت می‌کنیم که به دلیل نوع محصولاتمان برابر سلامت جامعه مسئول هستیم. فکر می‌کنم مردم می‌توانند خطا یا کوتاهی در تولید هر محصولی را ببخشند جز مواردی که با سلامت آن‌ها در ارتباط است. شما اگر کفشی بخرید که زود خراب شود، فقط به اندازه پول همان کفش ضرر کرده‌اید ولی اگر ماده غذایی ناسالمی بخورید یا محصولات شوینده و بهداشتی غیراستاندارد مصرف کنید، می‌تواند سلامتی یا حتی جان‌تان را به خطر بیاندازد. به همین دلیل در صنعت شوینده و بهداشتی باید به کیفیت حساس و سخت‌گیر باشیم تا سلامتی جامعه به خطر نیفتد.

• به نظر شما نقاط ضعف و چالش‌های صنعت چه مواردی هستند؟

فکر می‌کنم مشکل اصلی این است که در کشور ما بستر مناسبی برای تولید وجود ندارد و این شرایط شامل حال صنایع شوینده و بهداشتی و آرایشی نیز می‌شود. بیشتر قوانین ضد تولید هستند و سازمان‌هایی به وجود آمده‌اند که فعالیت آن‌ها علیه تولید است و در مسیر تقویت صنعت داخل حرکت نمی‌کنند. به عنوان مثال سازمان حمایت از تولیدکنندگان

و مصرف‌کنندگان، برعکس نامی که دارد در این فرآیند نقش مثبتی ندارد. خاطرم هست زمانی (پیش از شکل‌گیری انجمن) که در هیات مدیره تعاونی تولیدکنندگان عضویت داشتم، این سازمان قیمت شوینده را ۶۵ تومان تعیین کرده بود. همراه اعضای هیات مدیره به سازمان حمایت رفتیم که آن زمان دکتر ثقفی ریاستش را به عهده داشتند، فرمولاسیون‌ها و مدارک دیگر را ارائه دادیم و گفتیم با یک حساب سرانگشتی هم قیمت اعلام شده کمتر از جمع هزینه‌هاست ولی او به شوخی گفت سواد حساب و کتاب ندارد و در گفت‌وگو به نتیجه نرسیدیم. من ناچار به اعتراض شدم و گفتم فعالیت سازمان حمایت با عنوان آن سنخیتی ندارد و تولیدکننده را حمایت نمی‌کند. توضیح دادم که این روش قیمت‌گذاری مانع تولید ما شده و محصولات بی‌کیفیت که برای سلامتی مردم مضر هستند، بازار را پر کرده است ولی من از نظر وجدانی، قانونی و حرفه‌ای تولید بی‌کیفیت را به صلاح خودم و مردم نمی‌دانم. توضیح دادم که این روش اشتباه باعث می‌شود تولیدکنندگانی که محصول باکیفیت دارند و به قوانین پایبند هستند، نتوانند کار کنند ولی شرایط برای تولید و فروش محصولات تقلبی و غیراستاندارد مهیا شود؛ کما این‌که میزان عرضه این کالاها نیز در کشور خیلی بالا بود. جلسه پر تنش بود و همان روز به نتیجه نرسیدیم ولی حدود یک ماه بعد قیمت محصولات استاندارد و معتبر را افزایش دادند.

• آیا سازمان‌های دیگری نیز در این زمینه موثرند و برای تولید مانع‌تراشی می‌کنند؟

بله، از اداره بیمه گرفته تا سازمان حفاظت از محیط زیست، اداره دارایی و... عملکردشان بر خلاف تسهیل تولید یا کمک به صنعت است. مورد دیگری را مثال می‌زنم که در گفت‌وگو با مدیر منطقه آزاد قشم پیش آمد و در جلسه‌ای که از تولیدکنندگان برای سرمایه‌گذاری در قشم دعوت شده بود، به ایشان یادآوری کردم وقتی قشم به منطقه آزاد تغییر کرد هنوز اسمی از جبل علی دویی نبود و الان آن شهرک به یک منطقه مهم اقتصادی تبدیل شده است و شرکت‌های بزرگ دنیا آن‌جا شعبه زده‌اند ولی بیشترین فعالیت ما در قشم ساخت پاساژ و مرکز خرید بوده است. چندین سال پیش از آن برای کار تولیدی در قشم تقاضا داده بودم که گفته شد چند صد نفر پیش از من در نوبت هستند و حالا که برای فعالیت در آن جزیره دعوت شدم، دیگر انگیزه و انرژی لازم برایم باقی نمانده بود.



• با توجه به تجربه خودتان، صنعت شوینده و بهداشتی از نظر نیروی کار متخصص چه وضعیتی دارد؟

متأسفانه کسانی که از دانشگاه فارغ التحصیل میشوند، دروس را فقط به صورت تئوری پشت سر گذاشته‌اند و در حوزه عملی تجربه و فعالیتی نداشته‌اند و به نوعی هنوز در نقطه صفر قرار دارند. معمولاً باید کارشان را از بخش‌های آزمایشگاهی شروع کنند تا به تدریج و با افزایش دانش و تجربه، بتوانند در بخش‌های دیگر کار کنند. این مساله هم فقط به کار ما محدود نمیشود ولی چون بخشی از دستاوردهای صنعت شوینده به صورت تجربی کسب شده است، کیفیت لازم را برای رقابت با کشورهای اروپایی و شرکت‌های بزرگ خارجی نداریم و به همین دلیل نیاز به نیروی تحصیل کرده و توانا در این حوزه زیاد است. با توجه به چنین شرایطی اگر بازارهای اطراف را نداشتیم شاید در صادرات به نتایج خوبی نمرسیدیم.

• غیر از این مورد، چه مشکلات دیگری در زمینه صادرات وجود دارد؟

نبودن ثبات اقتصادی و نوسانات ارزی، روی صادرات صنایع شوینده و بهداشتی هم مثل بقیه کالاها اثر منفی دارد. به عنوان مثال ما بازار خوبی در [عراق](#) داشتیم و کارخانه به صورت شبانه‌روزی و حتی در تعطیلات فعال بود تا بتوانیم پاسخگوی تعهداتمان باشیم ولی با افزایش مداوم قیمت مواد اولیه، هزینه تولید ما بالا میرفت ولی نمیتوانستیم مثل کشور خودمان در بازار عراق هم متناسب با این افزایش هزینه، قیمت محصول نهایی را بالا ببریم. همین شرایط در کویت پیش آمد و بازار آن کشور را به خاطر نوسان قیمت‌های داخلی از دست دادیم. از طرفی هر چند وقت یک بار به دلیل مسائل سیاسی مرز بسته میشود و نمیتوانیم کالا را به موقع به خریدار برسانیم. با شروع همه‌گیری کرونا هم مدتی جلوی صادرات مواد شوینده و بهداشتی گرفته شد ولی پس از تغییر شرایط و فراهم شدن امکان صادرات اقلیم کردستان عوارض سنگینی روی شوینده‌ها قرار داده است تا صاحبان صنایع مجبور شوند محصول خود را آن سوی مرز تولید کنند. طبیعتاً این موارد روی صادرات اثر منفی دارد و برنامه‌ریزی و پایداری به تعهدات را برای ما سخت میکند.

• قبلا تقریبا تمامی مواد اولیه مورد استفاده در صنایع شوینده و بهداشتی، خارجی بود و الان بخشی از این مواد اولیه و حد واسط داخل کشور تولید می‌شود، این تغییر را چطور ارزیابی می‌کنید؟

ما در سال‌های ابتدایی کار غیر از مواد اولیه و حد واسطی، حتی برای تهیه بطری و ظرف محتوای مواد شوینده هم به واردات وابسته بودیم، تامین آن‌ها سخت بود و خیلی اوقات به همین دلیل یا به خاطر تاخیر و در دسترس نبودن یکی از اقلام مورد نیاز، فرآیند تولید متوقف می‌شد. مثلا ما به دلیل نبود یا کمبود بطری مناسب از روی ناچاری به سمت تولید پلاستیک رفتیم. به اعتقاد من در عرصه تولید بهتر است روی یک کار یا ساخت یک محصول و موارد مرتبط متمرکز شد مگر این‌که مجموعه به صورت هلدینگ فعالیت کند. الان خوشبختانه مواد پلی اتیلن، الایبی و خیلی از مواد اولیه با وجود بعضی از مشکلات داخل کشور تولید می‌شود که به نظر من کیفیت قابل قبولی دارند.

• به نظر شما محصولات شوینده و بهداشتی ایرانی در مقایسه با کالاهای خارجی چه نمره‌ای می‌گیرند؟

فکر می‌کنم نمره ما در مقایسه با تولیدات کشورهای پیشرفته و کالاهای برند متوسط است ولی محصولات ایرانی هنوز جای کار بیشتر و بهتر شدن دارند و در همین وضعیت هم مسلما کیفیت آن‌ها از تولیدات بعضی کشورهای دیگر بهتر است.

• به عنوان یک پیشکسوت و کسی که سال‌ها در حوزه تولید و صنعت فعالیت کرده‌اید و تجربه زیادی در این حوزه دارید، نظر شما درباره فعالیت‌های انجمن چیست؟ چه انتقاد و پیشنهادهایی برای ادامه مسیر این مجموعه دارید؟

از آن‌جا که اطلاع زیادی از فعالیت‌های فعلی و اخیر انجمن ندارم، شاید تصور یا نظرم اشتباه باشد ولی فکر می‌کنم آن‌قدر مشکلات ما در صنعت زیاد است که باید همیشه مانند یک جنگجوی مسلح باشیم تا بتوانیم با سازمان‌های مختلف و قوانین دست و پاگیر آن‌ها بجنگیم. در طول این سال‌ها به دلیل نگاه غلط بعضی سازمان‌ها مشکلات زیادی پیش آمد و ما را درگیر کرد، مثلا وقتی کارت بازرگانی شرکت من به دلیل نظر شخصی یک بازرس باطل شد، به تمام مقام‌ها نامه نوشتم و شخصا سراغ وزیر رفتم تا بتوانم مشکل را حل کنم.

قبلا فعالیت انجمن موثرتر بود ولی به نظر می‌رسد اخیرا نقش آن کمرنگ شده یا دست کم این‌طور به نظر من آمده است. در چنین شرایطی که تولید با مشکل مواجه است و فعالان صنعت با موانع زیادی روبه‌رو می‌شوند، نباید مصلحت‌اندیشی کنیم و اگر قرار است کسی کاندیدای عضویت در هیات مدیره انجمن شود، نباید به دنبال امتیاز گرفتن برای شرکت خودش باشد، باید آماده باشد که خودش را به خطر بیاندازد. وقتی کسی عضو هیات مدیره می‌شود، صرف نظر از این‌که شاید روزی شرکت خودش به مشکل بخورد، باید برای گرفتن حق اعضا تلاش کند و فریاد بزند، چون مسئولیت قبول کرده است. اگر کسی چنین مسئولیتی نداشته باشد، می‌تواند به هر روشی که صلاح می‌داند کار خودش را پیش ببرد ولی وقتی به عنوان نماینده انجمن جایی حضور دارد، نباید منافع شخصی برایش مطرح باشد.

• اگر قرار باشد با دولت‌مردان و کسانی که مسئولیتی در حوزه صنعت و تولید دارند، گفت‌وگویی داشته باشید، به آن‌ها چه خواهید گفت؟

متاسفانه صبح که از خانه بیرون می‌آیم به جای اینکه به فکر روش‌های توسعه تولید باشیم، باید نگران مشکلات متعددی باشیم که هر روز برایمان پیش می‌آید. مثال من این است که دولت‌ها سال‌های سال برای ارتش هزینه می‌کنند تا شاید روزی در شرایط جنگی به آن نیاز پیدا کنند ولی تولیدکننده در زمان صلح و جنگ به کارش ادامه می‌دهد و کشور همیشه به محصولاتش نیاز دارد. صنعت، ارتشی است که در همه زمان‌ها برای کشور می‌جنگد. من طی مدتی که در صنعت بوده‌ام سعی کردم در انجمن و تشکیلات مرتبط فعال باشم و در مصاحبه‌های مختلف، انتقادهایم را در مورد مشکلات مختلف کشور مانند بهره بانکی و آسیب آن برای تولید و موارد دیگر بی‌پرده مطرح کرده‌ام. مالیات بر ارزش افزوده، ضرایب مالیاتی، سهم بیمه سازمان تامین اجتماعی، تعطیلات رسمی و غیر رسمی موردی فراوان و... بعضی از این موارد هستند. از طرف دیگر تمام هزینه‌های تولید از قبیل حقوق و دستمزد، سنوات، عیدی و پاداش، بیمه و بهره بانکی و مالیات و... بر اساس ۳۶۵ روز در سال محاسبه می‌شود اما روزهای کاری حدود ۲۰۰ روز در سال است. در نتیجه قیمت تمام شده برای داخل افزایش پیدا می‌کند و برای صادرات محصول، قابل رقابت با سایر کشورها نیست و با توجه به این هزینه‌ها تولیدکننده ایرانی نمی‌تواند در بازارهای بین‌المللی به خوبی رقابت کند. یکی از مشکلات بزرگ این است که دولت به نام حمایت از تولید، چالش‌ها و موانع زیادی بر سر راه مان قرار می‌دهد و به همین خاطر ترجیح می‌دهیم سازمان‌های دولتی هیچ کاری با ما نداشته باشند.

• اگر به ۴۵ سال پیش و زمانی برگردیم که شما وارد صنعت شدید و این آینده را ببینید و بدانید، آیا باز هم حاضر هستید کار در زمینه تولید شوینده‌ها را شروع کنید؟

دلیل این‌که سراغ تولید شوینده رفتم کمبود شدید این محصولات در کشور بود و گرنه شاید وارد حوزه شوینده نمی‌شدم.

• آیا در زندگی‌تان الگویی داشتید که برای کار و تلاش به شما انگیزه بدهد؟

تلاش و خستگی ناپذیر بودن من نتیجه تربیت خانواده است. از دوره نوجوانی دعایی شبانه داشتم که برایم شبیه ذکر بود و هر شب پیش از خواب باید آن را می‌خواندم و گرنه خوابم نمی‌برد. معلم‌ها و پدر و مادرم را دعا می‌کردم و از خدا می‌خواستم مرا به راه راست هدایت کند تا بتوانم همه جا درست عمل کنم. در طول سال‌های کاری همین روش و منش را داشتم و به آن پایبند بودم.

دوست دارم خویش را فانی کنم، در قدوم دوست قربانی کنم

دوست دارم تا ابد آهوی دل در کمند دوست زندانی کنم

تا که شاید پا نهد بر دیده‌ام، خانه چشم چراغانی کنم

• پس از ۵۰ سال فعالیت در این صنعت، توصیه شما به همکاران‌تان چیست؟

به کسانی که توان و امکان کار دارند، توصیه می‌کنم دنبال گرفتن لیسانس از شرکت‌های معتبر باشند. متاسفانه هنوز این فرهنگ در کشور غالب است که محصولات خارجی را ترجیح می‌دهند در حالی که بعضی برندهای خارجی در کشور خودمان تولید می‌شوند، پس ما امکانات لازم را داریم و فرقی بین آن برند و یک برند ایرانی وجود ندارد. همکاری با برندهای معتبر می‌تواند صنعت ما را بیشتر از پیش به مردم معرفی کند و بقبولاند. شاید تا چند سال پیش کسی باور نمی‌کرد سطح و تنوع تولیدات شوینده و بهداشتی ایران

به این سطح برسد ولی با عرضه محصولات باکیفیت در بلندمدت خواه ناخواه این باور و اعتماد ایجاد می‌شود. بسته‌بندی ما قبلاً ضعیف بود که در سال‌های اخیر بهتر شده است و هنوز هم جای کار دارد تا بتواند در بازار کشورهای دیگر هم جا باز کند. تولیدکنندگان باید تا جای ممکن کیفیت محصولات‌مان را بالا ببرند و تبلیغات و بازاریابی را نیز رها نکنند و روی فروش تمرکز بیشتری داشته باشند. تولید شبیه آب روانی است که نباید سدی جلوی آن قرار بگیرد تا جریان آن ادامه پیدا کند. انبارها به راحتی پر می‌شود ولی باید محصولات به فروش برود تا تولید تداوم داشته باشد. بنابراین کیفیت محصول، ارتباط با شرکت‌های معتبر و تولید تحت لیسانس، توجه بیشتر به بسته‌بندی و صادرات و تمرکز بر فروش برای رونق تولید داخلی ضروری هستند.

• توصیه شما به جوانان و کسانی که قصد ورود به این صنعت را دارند، چیست؟

توصیه اصلی من به جوان‌ها این است که هیچ وقت مایوس و خسته نشوند. همیشه در زندگیم ایده‌ای داشتم و دارم که اگر پزشک‌ها به من بگویند بیشتر از ۲ تا ۳ ماه دیگر زنده نیستم، در این فاصله اگر بتوانم درختی بکارم، می‌کارم. اگر بتوانم آجری روی آجری بگذارم، می‌گذارم. اگر بتوانم دستاوردی داشته باشم، برایش تلاش می‌کنم. با خودم نمی‌گویم برای چه کسی؟ چه چیزی؟ چون به نظرم آدم‌ها برابر وطن و هم‌نوع خودشان وظیفه دارند و در هیچ شرایطی نباید دست از تلاش بردارند و کارشان را رها نکنند.

نامه سندیکا به رئیس‌جمهور منتخب: موانع، راهکارها و پیشنهادات توسعه داروسازی کشور

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



به گزارش مجله خبری غذا و دارو، دکتر محمد عبده زاده؛ رئیس هیئت مدیره سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران در نامه‌ای با موضوع موانع، راهکارها و پیشنهادات توسعه داروسازی کشور خطاب به جناب آقای حجت‌الاسلام رئیسی، رئیس‌جمهور منتخب گفت: هیئت‌مدیره سندیکای تولیدکنندگان داروهای انسانی به نمایندگی از صنعت

استراتژیک داروسازی کشور، اهم مشکلات حوزه تولید دارو در کشور و راهکارهای پیشنهادی توسعه صنایع داروسازی را به اطلاع می‌رساند.

وی تصریح کرد: صنعت داروسازی در ایران بدون شک یکی از ستون‌های نظام سلامت است و نقش بی‌بدیلی در تامین داروی موردنیاز بیماران ایفا می‌کند. در کنار تمام پتانسیل‌ها و موفقیت‌هایی که این صنعت دارد، چالش‌هایی نیز وجود دارد که برخی از آن‌ها را به طور خلاصه عنوان می‌کنیم.

دکتر محمد عبده زاده در ادامه به دسته‌بندی چالش‌ها اشاره کرد و گفت: در خصوص چالش‌های زیرساختی باید به تعریف شفاف چشم‌انداز ماوریت‌ها و اهداف سازمان غذا و دارو، طراحی سند توسعه صنعت داروسازی در سطح ملی و برنامه عملیاتی متناظر با آن با همکاری ذینفعان مختلف این صنعت پرداخت.

وی در خصوص چالش‌های سیاست‌های ارزی دولت در بخش دارو گفت: این مشکل باعث می‌شود توان شرکت‌ها برای توسعه خطوط جدید سرمایه‌گذاری در کیفیت و استانداردهای تولید و توسعه محصولات دارویی با تکنولوژی بالاتر کاهش یابد. از این رو سندیکا برای برون‌رفت از این مشکل پیشنهاد می‌دهد حذف نظام‌های موازی ارز، آزادسازی و یکسان‌سازی نرخ ارز و انتقال حمایت‌های دولتی به سازمان‌های بیمه‌گر در دستور کار قرار گیرد. همچنین لازم است ارز دارو و مواد اولیه آزاد شود.

دکتر محمد عبده زاده افزود: در صورت اجرای این سیاست باید از طریق قیمت‌گذاری مناسب اطمینان حاصل شود هزینه‌ای از اجرای این طرح به سمت داروسازی تحمیل نشود.

وی چالش‌های رگولاتوری را با محدودیت فهرست دارویی کشور، سیاست‌های قیمت‌گذاری ناکارآمد و نبود حکمرانی مطلوب عنوان کرد و افزود: راهکارهای پیشنهادی سندیکا در این خصوص آشنایی نهادهای سیاست‌گذاری شامل غذا و دارو با مختصات و چالش‌های تولید در صنعت داروسازی و استفاده از دیدگاه‌ها و مشارکت انجمن‌ها و سندیکاها صنعت داروسازی در سیاست‌گذاری‌های مرتبط، جذب نیروی آموزش دیده و انتخاب مدیران سازمان بر اساس شاخص‌های مدیریتی، تسهیل ورود محصولات دارویی تولیدشده توسط صنعت به فهرست دارویی کشور و اصلاح ضابطه قیمت‌گذاری در جهت توسعه صنعت با افزایش شفافیت و بهینه‌سازی فرایند قیمت‌گذاری و ایجاد قابلیت پیش‌بینی قیمت برای شرکت‌های تولیدی در زمان توسعه محصولات جدید و شفاف شدن فرایند بازبینی سالانه قیمت‌ها (ایجاد و تقویت انگیزه‌های مالی زنجیره تامین برای ترویج مصرف داروهای تولید داخل) و استفاده از ابزارهای پوشش بیمه جدیدتر است.

وی افزود: این سندیکا آمادگی خود را برای تشکیل جلسات مربوطه، جهت تدوین برنامه استراتژیک و راهبردی توسعه صنعت داروسازی اعلام می‌دارد.

جهت مطالعه متن کامل فایل مواع، راهکارها و پیشنهادات توسعه داروسازی کشور به سایت سندیکا <https://syndipharma.org/?p=501579> مراجعه نمایید.

دهمین همایش طلای سبز

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



دهمین دوره از همایش طلای سبز برگزار می‌شود

برپایی گردهمایی‌ها و همایش‌های تخصصی عرصه مناسبی برای شناخت چالش‌ها، انتقال دانش و تجربه و هم‌افزایی دستاوردهای نوین به شمار می‌رود و همایش طلای سبز با تأکید برافزایش فرصت‌های صادراتی [داروهای گیاهی](#) و فرآورده‌های طبیعی، یکی از نمونه‌های موفق در حوزه پژوهش و آموزش محسوب می‌شود.

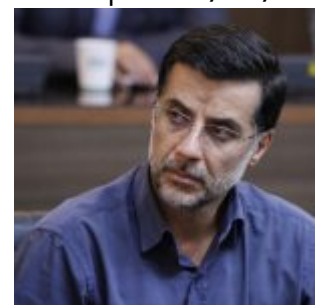
اکنون دبیرخانه دائمی این [همایش](#) با بهره‌مندی از دستاوردهای ادوار گذشته، در نظر دارد دهمین دوره از این رویداد را با حمایت مسئولین سازمان غذا و دارو، انجمن تولیدکنندگان داروها و فرآورده‌های گیاهان دارویی، دانشگاه‌های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی، دفتر طب ایرانی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، انجمن فارماکوگنوزی ایران، ستاد توسعه علوم و فناوری گیاهان دارویی و [طب سنتی](#) معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، انجمن پروبیوتیک و غذاهای فراسودمند ایران و شرکت‌های فعال در این زمینه برگزار خواهد کرد.

زمان: 16 تا 18 آذر 1400

مکان: مرکز همایش‌های بین‌المللی هتل المپیک تهران

[ضرورت مدیریت قیمت‌گذاری و منابع ارزی در صنعت دارو](#)

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



دبیر سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران:

در واقع با توجه به محدودیت [ارز](#) در کشور، پیشنهاد می‌شود که منابع ارزی موجود

به گزارش مجله خبری غذا و دارو به نقل از دنیای اقتصاد، دبیر سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران گفت: اکنون عمده‌ترین مشکل تولیدکنندگان دارو در کشور مربوط به مساله ارز است. قسمتی از ارز اختصاص یافته به بخش تولید دارو، [ارز ترجیحی](#) یا [دولتی](#) است که به منظور تامین ماده موثره در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد. این درحالی است که ماده موثره به طور متوسط بین ۲۰ تا ۳۰ درصد در قیمت تمام شده دارو تاثیرگذار است و ۷۰ درصد باقی مانده مربوط به عوامل دیگری از قبیل دستمزد، هزینه های سربار، مواد جانبی، مالی، [آزمایشگاه](#) و بسته بندی است که به صورت آزاد توسط شرکتها تامین می‌شود.

دکتر مهدی سلیمانجاهی افزود: از طرفی حتی این میزان ناکافی ارز ترجیحی که به همه مولفه های این صنعت تعلق نمی‌گیرد، به موقع تخصیص نمی‌یابد و موعد مشخصی هم برای تخصیص ارز به تولیدکنندگان تعیین نمی‌شود که این مساله برای صنعت مشکل ساز شده و موجب آشفتگی در برنامه های تولیدی شرکت های دارویی می‌شود. به طوری که در برخی موارد، تولیدکنندگان برای کاهش هزینه های سربار خود و برای جلوگیری از تعطیلی خطوط در کارخانه، از یک دارو چند برابر نیاز کشور تولید و به بازار عرضه می‌کنند و در مقابل، ممکن است داروی دیگری به دلیل کاهش تولید، در بازار موجود نباشد و نایاب شود. بنا براین کاستی‌هایی در صنعت دارو به وجود می‌آید که باعث [کمیود دارو](#) و متعاقبا حرکت به سمت سوسی واردات آن می‌شود یا اینکه مردم به ناگزیر داروهای خود را با هزینه بسیار بیشتر و اطمینان کمتری از مراکز غیرمجاز نظیر [ناصرخسرو](#) تامین می‌کنند.

مشکلات ارزهایی مثل ریال عمان یا دینار عراق

وی گفت: در عین حال نوع ارزی هم که در صنعت دارو مورد نیاز است، به لحاظ واردات مواد اولیه این صنعت از هند و چین، عمدتاً باید روپیه و یوان باشد، درحالی که طی بیش از یک سال اخیر روپیه به تولیدکنندگان دارو تخصیص پیدا نکرده و به جای آن ارزهایی مثل ریال عمان یا دینار عراق در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌دهند که به جهت ضرورت تبدیل این ارزها به روپیه، هزینه های مازاد به شرکتها تحمیل می‌شود که در قیمت‌ها لحاظ نمی‌شود. ضمن اینکه تبدیل این ارزها زمان بر است و موجب طولانی شدن پروسه تولید دارو می‌شود. در چنین شرایطی که منبع نقدینگی شرکت های تولیدکننده دارو صرفاً از محل فروش تامین می‌شود، این شرکتها با مشکلات مالی متعددی مواجه شده اند.

قیمت گذاری دارو، پیچیده تر از مساله ارز

دبیر سندیکای صاحبان صنایع داروهای انسانی ایران گفت: به عبارتی قیمت گذاری دارو در کشور حتی از مساله ارز هم پیچیده تر شده است. چرا که در حال حاضر بخش عمده ای از تولیدات دارویی کشور به طور مستقیم و غیرمستقیم به منظور استفاده در بیمارستان های دولتی توسط دولت خریداری می‌شود. به عبارتی دولت هم خریدار و هم ناظر و هم قیمت گذار تولیدات دارویی است. در سال گذشته افزایش حدود ۱۱ درصدی قیمت دارو در حالی در شورای عالی مصوب شد که این مساله اعتراض تولیدکنندگان دارو را به دنبال داشت چرا که این افزایش قیمت متناسب با نرخ تورم موجود در جامعه نبود و بدیهی است که قیمت گذاری صحیحی در بخش دارو صورت نگرفته است. به نظر می‌رسد که دلیل عمده این مساله این است که خود دولت خریدار بخش عمده ای از تولیدات دارویی کشور است و از طرف دیگر برای [بیمه ها](#) هم محدودیت [بودجه ای](#) ایجاد می‌شود.

ضرورت مدیریت منابع ارزی در صنعت دارو

بر این اساس به نظر می‌رسد که در دولت جدید باید راهکارهایی برای رفع مسائل مذکور اتخاذ شود. در واقع با توجه به محدودیت ارز در کشور، پیشنهاد می‌شود که منابع

ارزی موجود مدیریت شود. به این صورت که صرفاً به گروهی از فرآورده‌ها ارز دولتی اختصاص یابد که امکان آزادسازی نرخ ارز برای آنها وجود ندارد و در صورت آزادسازی نرخ ارز هزینه زیادی به مردم تحمیل می‌شود و بیمه‌ها هم ممکن است توان حمایت نداشته باشند. اما در مقابل بسیاری از اشکال دارویی هستند که اگر نوع ارز آنها از ارز ترجیحی به ارز نیمایی و آزاد تبدیل شود، قیمت آنها چندان تغییر نمی‌کند. در واقع با توجه به تورم موجود در کشور نیاز است که برای حل این مساله قیمت‌ها تغییر کند تا در عین اینکه شرکت‌های تولیدی بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند، نیروهای آنها نیز بیکار نشوند و مردم نیز تحت فشار ناشی از افزایش هزینه‌ها قرار نگیرند. بر این اساس می‌توان نرخ ارز را درخصوص بسیاری از اشکال دارویی مانند پمادها، شربت‌ها و قطره‌ها که عمده هزینه آنها مربوط به بسته‌بندی است و قیمت ماده جانی آنها آزاد شده است، آزادسازی کرد تا واردات و تولید و فروش این داروها براساس [نرخ آزاد](#) صورت بگیرد. البته به بعضی از داروها باید ارز دولتی تخصیص یابد و دولت باید از افراد مبتلا به بیماری‌های مزمن و خاص حمایت کند. راهکارهای زیادی در این بخش می‌توان اجرایی و مسائل موجود را مدیریت کرد که متأسفانه به دلایل نامعلوم انجام نمی‌گیرد. در حال حاضر واردات آن دسته از داروهایی که در داخل کشور تولید می‌شود، در صورتی که بتواند نیاز داخل را تامین کند و مشکلی از نظر کیفی نداشته باشد، مجاز نیست.

پیاده‌سازی سیستم تولید قراردادی در ایران

اکنون تولید قراردادی در ایران اعمال می‌شود. به این صورت که شرکت‌های ایرانی با شرکت‌های خارجی چندملیتی قرارداد می‌بندند و داروهای آنها را از مراحل مختلف در داخل کشور تولید می‌کنند. بسته‌بندی این داروها به‌گونه‌ای است که در نگاه اول تصور می‌شود، وارداتی هستند، درحالی‌که بخشی از پروسه تولید آنها در ایران و به نمایندگی از شرکت‌های مادر انجام می‌گیرد و به لحاظ اینکه منجر به اشتغال‌زایی در کشور می‌شود، برای ما ارزش‌افزوده به همراه دارد.

باوجودی که طی چند سال اخیر به دلیل تحریم‌ها [سیستم بانکی](#) ایران تقریباً قفل بوده است، اما شرکت‌های خارجی تا جای ممکن همکاری خود را با ما ادامه داده‌اند.

تاثیر کرونا بر پیشرفت صنعت دارو

در کنار این مسائل، صرف‌نظر از تاثیرات منفی و مخرب بیماری کرونا بر بخش‌های اقتصادی ایران و سایر کشورهای دنیا، اما این بیماری به لحاظ ایجاد و توسعه زیرساخت‌های واکسن‌سازی که به همت دولت و بخش خصوصی در ایران در دست انجام است، تاثیرات مثبتی را در صنعت دارویی و واکسن‌سازی ایران به‌دنبال داشته است. چون به‌رغم سابقه صدساله ایران در تولید واکسن، اما مدت‌ها بود که این مهم به فراموشی سپرده‌شده بود و شیوع کرونا موجب شد تا بخش‌های فعال در زمینه ساخت واکسن از قبیل [انستیتو پاستور](#)، انستیتو رازی، شرکت‌های بخش خصوصی، برکت و... در این عرصه ورود کنند و اکنون اقدامات علمی و فنی در این زمینه در حال انجام است که آینده روشنی را برای صنعت دارویی ایران رقم خواهد زد و امیدواریم با عرضه [واکسن برکت](#)، پاستور و رازی به بازار، نگرانی مردم از بابت ابتلا به کرونا برطرف شود.

[جایی بروید و کار کنید که حرف دل و](#)



جایی بروید و کار کنید که حرف دل و عملتان یکی است

دکتر محمدرضا اویسی؛ دکترای داروسازی و استاد دانشکده داروسازی دانشگاه تهران بود که تحصیلات خود در رشته **داروسازی** عمومی و تخصصی را در دانشگاه تهران گذراند. دکتر اویسی ورودی ۱۳۶۱ دانشکده داروسازی بودند که پس از پایان دوره تحصیلات در همان دانشکده به عنوان مربی و بعد عضو هیئت علمی جذب و مشغول فعالیت شد. تعداد پایان نامه های دانشجویی او چه در سطح عمومی و دکتری خیلی بیشتر از معمول اساتید بود و مقالات و کارهای پژوهشی بسیاری هم داشت.

متأسفانه دکتر محمدرضا اویسی فروردین ماه ۱۴۰۰ درگذشت و نبود او ضایعه بزرگی برای جامعه داروسازی کشور و نیز دانشجویان و بخش تحقیقاتی این حوزه به حساب می آید. به پاس زحمات این داروساز محقق و استاد دانشگاه وظیفه خود دانستیم یاد او را در این شماره مجله غذا و دارو گرامی بداریم و به همین دلیل در مصاحبه ای با دکتر منان حاجی محمودی که از دوره دانشجویی در کلاسهای دکتر اویسی شرکت داشته و از سال ۱۳۷۶ به واسطه کارهای تحقیقاتی و پژوهشی، دانشجویان مشترک و تدریس همکار او بوده است، با دکتر حاجی محمودی؛ عضو هیئت علمی دانشکده داروسازی و معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی تهران درباره ویژگی های حرفه ای و فردی دکتر محمدرضا اویسی گفت و گو کرده و ویژگی های شخصیتی، اخلاقی، کاری و علمی دکتر محمد رضا اویسی را پرسیده ایم.

• دکتر اویسی در محیط کاری و دانشگاهی چه رویکردی داشت؟

روحیه دکتر اویسی بیشتری با کارهای **دانشگاهی** و پژوهشی همخوانی داشت و معمولاً کارهای اجرایی را نمی پذیرفت ولی دوره ای هم معاونت آموزشی دانشکده را به عهده گرفت، شرایط متفاوت و خاصی برای دانشکده و دانشجویان فراهم کرد. انتشار نشریه «ندای آموزش» از همین زمان به شکل هفتگی شروع شد و اخبار و اطلاعات آموزشی و بقیه مواردی که لازم بود دانشجویان به شکل مستقیم از آن با خبر شوند، در اختیارشان قرار می گرفت. از طرفی به خاطر فضای همکاری و همراهی که دکتر بین دانشجویان دکتری ایجاد می کرد، این دوره را برای من و سایر دانشجویان به دوره ای خاص و خاطره انگیز تبدیل کرد. اغلب دانشجویان آن سالها افراد خاصی بودند که دکتر اویسی در ورودشان به دوره دکتری تاثیر زیادی داشت و همه آنها در حال حاضر افراد موفق هستند و به عنوان عضو هیئت علمی یا در مسئولیت های اجرایی فعال هستند.

• ویژگی های رفتاری و شخصیتی دکتر اویسی چه بود که باعث میشد با دیگران متفاوت باشد؟

دکتر اویسی کاریزمای خاصی داشت و به دلیل تسلط و آشنایی با ادبیات و روحیه شاعرمسلکی، می‌توانست ارتباط متفاوت و محکمی با دانشجویان داشته باشد و کسانی را کنار او می‌دیدیم که از قشرهای مختلف بودند و رویکرهای متنوعی داشتند. دکتر به هیچ وجه نگرش بسته‌ای نداشت و اهل قضاوت دیگران نبود، دنبال یافتن و دیدن زیبایی در دیگران بود و می‌توانست در هر کس نقاط قوت و مثبت پیدا کند و از همان منظر با دانشجویان ارتباط برقرار می‌کرد. همین روحیه [زیبا](#) بینی و مثبت بودن حس امنیت و اطمینانی در اطرافیان ایجاد می‌کرد که باعث می‌شد دیگران راحت با او ارتباط برقرار کنند. از نظر بیشتر کسانی که او را می‌شناختند فرد قابل اتکایی بود که می‌توانستند نه تنها برای مشکلات کاری و دانشجویی حتی درباره مشکلات خانوادگی و شخصی با او مشورت کنند.



• در حوزه علمی و حرفه‌ای چه مواردی درباره ایشان متفاوت بود؟

دکتر ایده‌های پژوهشی وسیعی داشت و هر چیزی را از منطری دقیق می‌دید و ارتباط گروه، دانشکده و دانشجویان با موضوع را با دقت بررسی و تحلیل می‌کرد و با همین نگرش در گروه [مواد خوراکی](#) دانشکده تحول ایجاد شد. معمولاً پس از بررسی، موضوع را به یکی از دانشجویان می‌سپرد تا کار را به سرانجام برساند، در واقع به جای آن‌که صفر تا صد کار را خودش انجام دهد، موضوعات را هدف‌گذاری و مدیریت و با توجه به روحیه و توانایی دانشجویان به او واگذار می‌کرد. چند نفر از دانشجویانی که به‌طور مستقیم با او کار می‌کردند، خودشان هم به موفقیت بیشتری دست پیدا کردند و توانستند در جاهای دیگر تاثیرگذار باشند.

• یکی از نکاتی که در جامعه ما معمول است قدر ندانستن وجود و توان افراد در طول زندگی آن‌هاست، آیا چنین مسأله‌ای در مورد دکتر اویسی نیز صحت داشت؟

متأسفانه این مسأله در جامعه ما غالب است ولی شاید به توانایی و ویژگی برخی افراد برمی‌گردد که نمی‌توانیم آن‌طور که باید و شاید از حضورشان بهره ببریم. فکر می‌کنم در مورد دکتر اویسی هم این‌طور بود و می‌توانستیم از توانایی‌های ایشان در زمینه‌های مختلف مثل سیاست‌گذاری‌های علمی، مشورتی و پژوهشی و... بیشتر استفاده کنیم ولی متأسفانه نگاه‌ها در کشور معمولاً شخصی و بخشی است و نمی‌توانیم خیلی فرابخشی و فراجناحی به مسائل نگاه کنیم. اکثر اساتید دانشکده با دکتر اویسی ارتباط خوبی

داشتند ولی صراحت زیاد یکی از ویژگی‌های او بود که شاید مورد پسند همه نبود یا خیلی افراد روش دیگری را ترجیح می‌دادند.

در مجموع معتقدم عمر ایشان کوتاه ولی پربار بود و مهم‌ترین چیزی که برای ما به یادگار ماند تاثیر روحیه صداقت، امنیت و آرامشی بود که به دیگران منتقل می‌شد تا جایی که حتی وقتی نظرش مخالف بود، همه مطمئن بودند از وجود او آسیبی به هیچ‌کس نخواهد رسید.

• توصیه دکتر اویسی به دانشجویان و همکاران جوانش چه بود؟

معمولا توصیه دکتر به دانشجویانش می‌گفت جایی بروید و کار کنید که حرف دل و عملتان یکی است، عاشقانه فکر و عاقلانه اقدام کنید، خودش هم چنین رویکرد و باوری داشت که اگر کسی اعتقاد قلبی به کاری داشته باشد و برایش انرژی بگذارد، حتما به نتیجه می‌رسد و حاصل زحماتش را می‌بیند.

مروری بر سلول‌های بنیادی در صنعت آرایشی بهداشتی

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



دانیال خیاطان^۱، حمیدرضا احمدی آشتیانی^{۲و۳}

۱. دانشجوی داروسازی و محقق صنعت کازمتیک
۲. استادیار دانشکده داروسازی دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی
۳. رئیس مرکز تحقیقات علوم و فناوری فرآورده های آرایشی، بهداشتی و شوینده



معرفی سلول های بنیادی و کاربرد آنها

سلول های بنیادی، سلول هایی با توانایی تمایز و رشد هستند که در انسان، جانوران و گیاهان می توانند به سلول های تخصصی تبدیل شوند و آسیب های ایجاد شده را می توانند ترمیم کنند. سلول های بنیادی انسانی توانسته اند در بعضی روش های نوین درمان بیماری ها مانند پیوند بافت، ژن درمانی و جراحی های زیبایی جایگاه خود را پیدا کنند. در دهه ی اخیر از توانایی و قدرت تمایز و تکثیر سلول های بنیادی در تولید محصولات **آرایشی** و بهداشتی استفاده شده است. با توجه به ویژگی ها و خصوصیات عملکردی پوست و مو از محصولات دارای سلول های بنیادی به منظور؛ جوان سازی پوست، بازسازی دوباره ی پوست، بهبود اسکارهای به جا مانده از آسیب های گذشته ی پوستی، رنگ دهی به **پوست** و مو، محافظت از پوست در برابر عوامل محیطی مورد استفاده قرار گرفته است.

انواع سلول های بنیادی و محدودیتها

امروزه استفاده از سلول های بنیادی جانوری به عنوان ماده موثره در محصولات آرایشی و بهداشتی با محدودیت های اخلاقی و شرعی مواجه است و استفاده از سلول های بنیادی حیوانی در اغلب کشورهای جهان مورد پذیرش نیست، هرچند که محصولاتی برگرفته از سلول های بنیادی با منشأ جانوری در نیوزیلند و سنگاپور وجود دارد. همچنین وجود بیماری های مشترک بین انسان و حیوان، استفاده این سلول ها را محدود تر کرده است. از عوامل دیگر کاهش محصولات آرایشی و بهداشتی دارای سلول های بنیادی حیوانی می توان به منبع اولیه سلول ها، هزینه نگهداری بالا، شرایط سخت رشد و حساسیت بالای آن اشاره کرد که در مقیاس صنعتی مورد استقبال قرار نگرفته است. محصولات ابداع شده ی تولید کنندگان پیشگام در زمینه سلول های بنیادی توانستند رتبه های برتر اختراعات حوزه ی آرایشی و بهداشتی از سال 2010 تا سال 2020 را کسب کنند. باید اشاره کرد که تمامی محصولات برتر حاوی سلول های بنیادی گیاهی بودند. این عوامل سبب شده است تا استفاده از سلول های بنیادی گیاهی مورد توجه قرار گیرد. سلول های بنیادی گیاهی نسبت به سایر سلول های بنیادی شرایط نگهداری راحت تری دارند، منبع اولیه سلول ها در گیاهان بسیار متنوع است، سلول های بنیادی گیاهی دسترسی راحت تری دارند زیرا قدرت بازگشت تمایز در سلول های گیاهی به طور چشم گیری بیشتر از سایر انواع سلول های بنیادی و می توان از مطالعاتی که در آنها از ترکیبات موجود در گیاهان استفاده شده است الهام گرفت. همچنین استفاده از سلول های بنیادی گیاهی از نظر اخلاقی و مذهبی مورد پذیرش است و ابهامات کمتری در این زمینه وجود دارد. این روش می تواند استفاده از سلول های بنیادی گیاهانی در خطر انقراض هستند را توجیه کند. عصاره ی حاصل از سلول های بنیادی گیاهی نسبت به عصاره های حاصل از سایر سلول های گیاهی مزیت های بیشتری دارد. با توجه به رشد سلول های بنیادی گیاهی در محیط آزمایشگاهی، استفاده از مواد شیمیایی جهت سم پاشی و کود دهی، مصرف بی رویه آب با توجه به یکسان نبودن شرایط آبرسانی به گیاهان در مناطق مختلف، کاهش پیدا می کند که گامی بلند در جهت حفظ منابع طبیعی می باشد به علاوه اینکه سرعت رشد گیاهان در محیط آزمایشگاهی سریع تر از رشد گیاهان در طبیعت است که می تواند تعادلی در مصرف از منابع طبیعی ایجاد کند.

سلول های بنیادی گیاهی و برتری آنها

سلول های بنیادی گیاهی نسبت به سلول های عادی گیاهی دارای مقادیر بیشتری از ماده های موثره هستند. در مطالعه گرجیف و همکارانش در سال 2018 نشان داده شده است

سلول های رشد کرده گل همیشه بهار پس از قرارگیری و رشد در شرایط مناسب در محیط **آزمایشگاهی** مقادیر پروتئین، آمینو اسید، اسید های آلی، اسید های چرب اشباع و غیر اشباع بیشتری تولید کردند. از کشورهای پیشرو در این زمینه می توان به سوییس، سوئد، ایتالیا، کره جنوبی، فرانسه و امریکا اشاره کرد. در حال حاضر بیش از 50 محصول دارای عصاره های سلول های بنیادی گیاهی وجود دارد. دسترسی به سلول های گیاهی عمدتاً از کشت سوسپانسیون سلول های گیاهی حاصل می شود. سلول های بنیادی گیاهی می توانند از اپیدرم پوست در برابر آسیب ها و عوامل تخریب کننده ی بافت محافظت کنند، عمر و فعالیت فیبروبلاست ها را افزایش می دهند، باعث انعطاف پذیری بیشتر پوست می شوند، با فعالیت خود سبب تحریک تولید سلول های پوست می شوند. هر یک از گیاهان استفاده شده در صنعت آرایشی و بهداشتی می توانند با استفاده از تکنولوژی استفاده از سلول های بنیادی تاثیر خود را بهینه کنند. از گیاهانی که از سلول های بنیادی آنها امروزه در صنعت مورد استفاده قرار می گیرند، می توان به گیاه سیب اشاره کرد که از عصاره سلول های بنیادی این گیاه به عنوان ماده موثره جوان کننده پوست استفاده می کنند. از بخش های متفاوت گیاهان سلول های بنیادی را استحصال می کنند و در صنعت مورد استفاده قرار می دهند. از پر استفاده ترین گیاهان در صنعت محصولات آرایشی و بهداشتی می توان به سلول های بنیادی گیاهانی

از قبیل؛ هویج، ارکیده، نارنج، پنبه و انار اشاره کرد که از عصاره آنها در محصولات نوین آرایشی و بهداشتی بهره برده می شود.

وضعیت شناخت سلول های بنیادی در اقشار مختلف جامعه

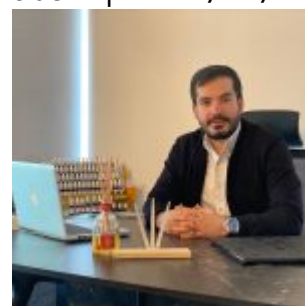
با وجود تبلیغات گسترده و حتی پررنگ شدن ادعا ها در معرفی محصولات دارای سلول های بنیادی، به نظر می رسد میزان شناخت جامعه از این محصولات به اندازه کافی نیست، در مطالعه پژوهشگران که بر اساس پرسش نامه کیفی به صورت تصادفی بر روی 38 نفر به زبان فارسی در 8 سوال انجام شده است. 26 پزشک و داروساز و 12 نفر که کارشان مرتبط با محصولات آرایشی و بهداشتی نبود مورد پرسش قرار گرفتند. 4/68 درصد از افراد تعریف سلول های بنیادی گیاهی را نمی دانستند. 7/73 درصد از افراد، کاربردهای موجود بر روی سلول های بنیادی گیاهی در صنعت و محصولات آرایشی و بهداشتی را نمی دانستند. 3/76 درصد از افراد، ادعاهای موجود بر روی سلول های بنیادی گیاهی در صنعت و محصولات آرایشی و بهداشتی را نمی دانستند. با این وجود 4/68 درصد از افراد باور دارند، ادعاها می توانند آنها را متقاعد کند که از محصولات آرایشی بهداشتی حاوی سلول های بنیادی گیاهی استفاده کنند. نه تنها 8/86 درصد از افراد ترجیحشان بر استفاده از محصولات آرایشی و بهداشتی تولید شده براساس تکنولوژی های جدید بود، بلکه 4/60 درصد از افراد در صورت برابر بودن قیمت محصولات آرایشی و بهداشتی بر پایه مواد جدا شده از گیاه و یا سلول های بنیادی گیاهی، محصولات دارای سلول های بنیادی گیاهی را انتخاب می کنند. نتایج نشان می دهد که باورها به طور چشمگیری در قشر تحصیل کرده مرتبط با اطلاعات در این حوزه نزدیک به جامعه غیرآموزش دیده بوده است.

نتیجه گیری

آنچه که در این مقاله کوتاه مطالعه فرمودید، صرفاً مروری بر وضعیت سلول های بنیادی در صنعت آرایشی و بهداشتی بود. سلول های بنیادی گیاهی با توجه به مزایای خود این روزها در اولویت **صنعتگران** قرار گرفتند و ارجحیت این روزهای صنعت آرایشی و بهداشتی جهان، با توجه به هزینه ها، رعایت اخلاقیات، شرعیات و حفظ منابع طبیعی و آبی، استفاده از سلول های بنیادی گیاهی است. اثردهی این سلول ها نیز در مطالعات حیوانی و بالینی مورد بررسی قرار گرفته است و جایگاه خود را در این صنعت عظیم پیدا کرده است و تا آینده ای نه چندان دور این جایگاه تثبیت و ارتقا خواهد یافت.

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

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



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 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 کاملاً ایرانی، با او درباره چالش‌های صنعت، وضعیت تولید عطر در ایران، نیازهای تولید و شرایط احتمالی عطرسازی کشور در دوره پسا برجامی 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. مطمئناً 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 فعالیت 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 تولیدکننده 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 کوتاه مدت 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 آن را وارد کنیم، هیچ کارخانه‌ای نمی‌تواند محصولی تولید و به بازار عرضه کند. متأسفانه 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 کشورهایمانند 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. طبیعتاً چنین فرآیندی فرمولاسیون و شرایط خاص تولید خودش را دارد. دو شرکت ترکیه‌ای در این حوزه کار می‌کنند و دویی 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 مثلاً 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، توجه اقتصادی نداشته و پمپ عطر ساخته نشده است. طبیعتاً 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، متأسفانه 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 در مورد 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 معمولاً هر کشوری با توجه به اقلیم و توانمندی صنعت خود، تعدادی از اسانس‌ها را به صورت کامل تولید می‌کند 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 دانش‌بینان در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند، موفقیت بزرگی خواهیم داشت؛ خصوصاً 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 متأسفانه 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 توافقات 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 مثلاً 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 خصوصاً 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. مثلاً 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، عطرها 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 دقیقاً اسانس یکی از محصولات برند و نام آشنا را وارد و در شیشه متفاوتی پر می‌کنیم و نام آن را عطر ایرانی می‌گذاریم، طبیعتاً موفق نمی‌شویم. **بازار جهانی** تشنه و مشتاق کالای جدید و متفاوت است، اگر محصول تولیدی ما یک کالای مشابه ساخت شرکت‌های بزرگ داشته باشد، طبیعتاً 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.

آخرین وضعیت واردات دارو و واکسن

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



رئیس اتحادیه واردکنندگان دارو:

کاهش جدی تخصیص [ارز ۴۲۰۰ تومانی](#) در سال جاری، شرایط را برای تولید و تامین داروهای موردنیاز کشور دشوار کرده است

به گزارش مجله خبری غذا و دارو به نقل از ایسنا، رئیس اتحادیه واردکنندگان دارو گفت: از نوروز امسال و حتی هفته‌های پیش از آن، عملاً میزان ارز تخصیص یافته برای واردات دارو یا مواد اولیه و واسطه‌ای تولید دارو در کشور به عدد صفر نزدیک شده و اگر در این مدت دارو یا مواد اولیه‌ای وارد شده نیز با حداقل اسناد و بر اساس تعهد واردکنندگان به شرکت‌های خارجی برای تسویه حساب در آینده به کشور رسیده است.

ناصر ریاحی با تکذیب برخی ادعاها در دریافت ارز دارو از سوی چند شرکت محدود، توضیح داد: اگر در هفته‌های گذشته ارزی به دارو تخصیص داده شده نیز به شرکت‌هایی بوده است که پیش از این دارو یا مواد اولیه را به کشور وارد کرده بودند و زمان برای تسویه حساب آنها در حال سر آمدن بود. از آنجا که این احتمال وجود دارد که در شهریور ماه امسال، سیاست تخصیص [ارز دولتی](#) تغییر کند، برای آنکه در آینده مشکل کمتری برای شرکت‌هایی که در گذشته دارو وارد کرده اما ارز نگرفته بودند به وجود آید، تلاش شده بخشی از ارزهای محدود موجود به آن تعلق گیرد.

عضو اتاق بازرگانی تهران با اشاره به فهرست محدود داروهایی که در حال حاضر به ایران وارد می‌شوند، گفت: در سال‌های گذشته قرار بر این بوده که داروهایی که امکان تولید آنها در داخل کشور وجود دارد دیگر وارد نشوند. از این رو در سال‌های گذشته یا مواد اولیه و واسطه‌ای موردنیاز برای تولید دارو در داخل وارد شده‌اند یا داروهای آماده‌ای به کشور رسیده‌اند که چند حالت داشتند؛ نخست آنکه امکان تولید آنها وجود نداشت. دوم داروهایی که در داخل تولید می‌شد اما تمام نیاز کشور را تامین نمی‌کرد و سوم داروهایی که تولید داخل دارند اما در گذشته گروهی از بیماران، درمان با داروهای خارجی را آغاز کرده‌اند و در طول درمان امکان جابجایی آنها با داروی داخلی وجود نداشت.

ریاحی اضافه کرد: با وجود تمام این سیاست‌ها متأسفانه روند تخصیص ارز آن قدر مشکل

داشته که این داروها و مواد اولیه آنها نیز برای واردات محدودیت جدی داشتند و ذخیره برخی از آنها به مرحله خطر در کشور رسیده بود که تلاش شد با تخصیص ارز یا با تعهد واردکنندگان به شرکت‌های خارجی، لااقل برای تامین نیازهای روز، این داروها به کشور برسند اما متاسفانه با این وجود کمبودها دیده می‌شود.

وی با بیان اینکه برای واردات برخی مواد اولیه به ارز چین و هند نیاز است، گفت: متاسفانه در تامین این ارزها نیز مشکل داریم که شاید دلیل آن عدم فروش نفت یا تسویه نشدن قراردادهای مربوط به آن باشد. در هر حال در این حوزه نیز مشکلات ادامه دارد.

عضو اتاق بازرگانی تهران با تاکید بر این موضوع که نمی‌توان واردات دارو را با موضوعاتی مانند نهاده‌های دامی مقایسه کرد، توضیح داد: در رابطه با نهاده‌ها هم تنوع کم است و هم امکان واردات با وزن زیاد وجود دارد اما در رابطه با دارو ما با کمبود نزدیک به ۸۰۰۰ قلم **دارو** یا مواد اولیه مواجهیم که چون بیمه‌ها پول ما را به موقع نمی‌دهند، امکان خرید با حجم بالا ممکن نیست و باید در چندین محموله به کشور وارد شود و همین موضوع چه برای تولیدکننده، چه برای واردکننده مواد اولیه و چه برای واردکننده دارو مشکل آفرین شده است.

ریاحی افزود: اکنون در هر ماه روی سایت، سیاست گذاری جدید دارویی را اعلام می‌کنند و فهرست داروهای موردنیاز را به روز می‌کنند. هیچ واردکننده‌ای جلسه حضوری برای چانه زنی درباره واردات دارو ندارد و ما وقتی دارویی وارد می‌کنیم نیز مستقیماً آن را تحویل می‌دهیم و حتی اگر نیاز شخصی داشته باشیم نیز مانند مردم عادی باید آن را از بازار تهیه کنیم؛ بنابراین هیچ موضوع پنهانی و تردیدآمیزی در این زمینه وجود ندارد.

آخرین وضعیت واردات واکسن کرونا

وی در پاسخ به این سوال که چرا پس از خبر نهایی شدن واردات واکسن از بخش خصوصی، امکان ورود آن به کشور فراهم نشد نیز بیان کرد: همان‌طور که پیش از این اعلام کرده بودیم، واردات سه میلیون دوز واکسن آسترازنکا به کشور از بخش خصوصی نهایی شده و ال سی لازم در این زمینه باز شده است. در حال حاضر دو مشکل در این زمینه وجود دارد. نخست آنکه سه میلیون دوز از این واکسن فعلاً موجود نیست و تنها ۵۰۰ هزار دوز آن تولید شده است اما تا شهریور این ظرفیت خریداری شده پر می‌شود و امکان واردات آن به کشور وجود خواهد داشت. از سوی دیگر این واکسن‌ها نیاز به امضا و مجوز نخست وزیر هند دارد که هنوز نهایی نشده است.

ریاحی ادامه داد: بخش خصوصی خرید سه میلیون دوز واکسن سینوفارم چین را نیز پیگیری می‌کند که هنوز به مرحله گشایش ال سی نرسیده است. واردات این واکسن‌ها ابتدا باید به تایید سفارت این کشور برسد و از سوی دیگر **سازمان غذا و دارو** برگه نمایندگی این شرکت را خواسته که چون تاکنون نماینده‌ای در ایران نداشته‌اند، فرایند دریافت آن طولانی خواهد شد. از سوی دیگر مقداری واکسن از سهمیه کشورهای دیگر که وضعیت کرونایی بهتری دارند از سوی واردکننده پیدا شده که امیدواریم با دریافت مجوزهای لازم، امکان واردات به کشور فراهم شود. از این رو فعلاً نمی‌توان زمان بندی دقیقی در این زمینه اعلام کرد اما پیگیری‌ها در همه این حوزه‌ها ادامه دارد.

آناهید آوانسیان: ارمنستان واکسن جانسون اند جانسون و نواواکس دریافت می‌کند

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



به گزارش مجله خبری غذا و دارو به نقل از فانا، وزیر بهداشت ارمنستان گفت: این کشور نخستین بچه‌های واکسن‌های کرونای ساخت شرکت‌های آمریکایی را به زودی خواهد خرید.

آناهید آوانسیان افزود: ارمنستان پاییز امسال ۵۰ هزار دوز واکسن تک‌دوزی جانسون و جانسون و ۳۰۰ هزار دوز واکسن نواواکس دریافت خواهد کرد.

همچنین ارمنستان در حال برنامه‌ریزی برای خرید واکسن کرونای فایزر-بیونتک از طریق سازوکار کووکس است. ارمنستان به دلیل نداشتن فریزرهای فوق سرد جهت نگهداری واکسن فایزر-بیونتک تاکنون اقدام به خرید این واکسن نکرده است.

ارمنستان هم‌اکنون از واکسن‌های روسی، چینی و استرازنکا در برنامه واکسیناسیون خود استفاده می‌کند.

آناهید آوانسیان گفت: تاکنون فقط حدود ۱۰۳ هزار نفر از جمعیت ۳ میلیون نفری این کشور واکسن‌های کرونا را تزریق کرده‌اند.

طی چند هفته اخیر ایرانیان بسیاری برای تزریق واکسن‌های کرونا به ارمنستان سفر کرده‌اند.

مسدود شدن بیش از ۵ هزار سایت فروش محصولات غیرمجاز دارو و برخی مکمل‌ها

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۲۱



مدیرکل دفتر بازرسی، رسیدگی به شکایات و امور حقوقی سازمان غذا و دارو:
۵ هزار سایت در حوزه [تبلیغ](#) و فروش محصولات [غیرمجاز](#) سلامت شناسایی و با آنها برخورد شده است

به گزارش مجله خبری غذا و دارو به نقل از ایفدانا، مدیرکل دفتر بازرسی، رسیدگی به شکایات و امور حقوقی سازمان غذا و دارو از رصد و نظارت بر [فضای مجازی](#) و سایتها با همکاری پلیس [فتا](#) خبر داد و گفت: ۵ هزار سایت در حوزه تبلیغ و فروش محصولات غیرمجاز سلامت شناسایی و با آنها برخورد شده است.

دکتر رسول ملکوتی گفت: اکنون بیش از ۵۰۰۰ سایت متخلف که اقدام به تبلیغ و فروش دارو و برخی مکملها در فضای مجازی و سایتها می‌کردند، شناسایی و مسدود شده است و بالغ بر ۴۰۰۰ مورد نیز در حال بررسی است.

سرپرست دفتر بازرسی، رسیدگی به شکایات و امور حقوقی [سازمان غذا و دارو](#) تصریح کرد: با توجه به قوانین و اسناد بالادستی نظیر قانون مقررات مربوط به امور پزشکی و دارویی، قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز، قانون احکام دائمی توسعه ای کشور و قانون منع تبلیغات کالاهای غیر مجاز و آسیب رسان به سلامت، تبلیغ و فروش برخی کالاهای حوزه سلامت خصوصاً دارو و مکمل ممنوع است.

ملکوتی با تاکید بر اینکه تنها راه اطمینان از [اصالت](#) محصولات سلامت محور، استعلام شناسه ردیابی و رهگیری روی برچسب اصالت از سامانه تیتک WWW.TTAC.IR و یا سامانه پیامکی ۲۰۰۰۸۸۲۲ است، از مردم خواست اطلاعات خود را در مورد سایت هایی که اقدام به عرضه دارو و مکمل می کنند از طریق سامانه شکایت سازمان غذا و دارو support.ttac.ir در اختیار این دفتر قرار دهند.