

برسها، اسفنجها، پدها و سایر لوازم آرایشی می‌توانند باکتری‌ها را جمع کنند. آنها را به‌طور مرتب تمیز کنید تا از تجمع باکتری‌ها که عامل جوش و عفونت هستند، جلوگیری شود. اگر از تمیز کردن به موقع ابزار آرایشی غفلت کنید، می‌تواند خطرات جدی برای سلامت داشته باشد و پوست را در معرض عفونت و آسیب قرار دهد.



گزارش به ۱۹۰

لوازم آرایشی تولید ایران بر حسب اصالت دارند. UID درج شده روی محصول یک کد ۲۰ رقمی است که اگر مصرف کننده آن را در سامانه تی تک TTAC وارد کند، متوجه خواهد شد که این کالا اصل است یا خیر. در صورت مشاهده محصول تقلبی خریداران می‌توانند آن را به سامانه ۱۹۰ یا دانشگاه‌های علوم پزشکی هر استان اطلاع‌رسانی کنند.



یک مجوز جذاب برای واردات خارجی‌ها

برخی کالاها در زمانی -مراقبتی هستند و تنوع این حوزه هم بسیار زیاد است، به همین دلیل با کالاهای موجود نمی‌توانیم نیاز و خواسته بازار را پاسخ بدهیم. این نکته را موسی احمدزاده، نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران مطرح می‌کند و معتقد است که در شرایط محدودیت و ممنوعیت واردات، جذابیت برای قاچاقچی ایجاد می‌شود و چیزی جز به خطر افتادن سلامت جامعه را به همراه ندارد.

او البته به یک اتفاق خوب برای عبور از این چالش اشاره می‌کند و می‌گوید: چند روز پیش مصوبه شورای گفت‌وگو برای واردات بالک (واردات به صورت بشکه‌ای و بسته‌بندی در داخل کشور) و کالاهایی که توانایی تولید آن در داخل کشور وجود ندارد، مورد توافق قرار گرفت. از هفته گذشته هم واردات این محصولات آغاز شده است.

احمدزاده شرط توسعه صنایع را برقراری توازن میان صادرات و تولید می‌داند و تأکید می‌کند: در جوامع توسعه یافته با دسترسی باز، اختیار انتخاب هر برندی با مشتری است؛ مشابه سیاستی که در کشور چین هم اجرا شد. آنها مرزهای کشورشان را باز کردند و رشد صنایع شان رقم خورد. اینکه مرزهای کشور را ببندیم تا فقط کالای ایرانی فروخته شود، صنایع را دچار عقب‌ماندگی می‌کند.

این فعال حوزه آرایشی - بهداشتی ادامه می‌دهد: در این شرایط رقابت و تخریب خلاق وجود ندارد که منجر به شکوفایی صنعت شود. ضمن اینکه همسوا با آن قاچاق هم رشد می‌کند. فروشندگان هم اجناس قاچاق را که معمولاً قیمت کمتری نسبت به کالاهای تولیدی دارند، ترجیح می‌دهند و این یک آسیب جدی است. دیگر چند دهه پیش نیست که فقط یک شامپوی تخم‌مرغی داشته باشیم و مردم هم تنها یک انتخاب داشته باشند. الزام مشتری به خرید محصولات محدود در دست نیست؛ باید تولید ملی داشته باشیم و از آن حمایت کنیم اما برای شکوفایی صنعت باید بوروکراسی و خودتربیمی حذف شود؛ در تسهیلات بانکی، مالیات و بیمه تسهیل‌گری کنند. تولید کنندگان به خوبی می‌دانند که با رقبای بین‌المللی چطور رقابت کنند.

به تأکید احمدزاده، نسل جوان هوشمند است و در سوشال مدیا همه چیز را می‌بیند، به همین دلیل بستن مرزهای کشور اشتباه است و باید اتوبان دوطرفه ایجاد کرد. تولید هم باید ذائقه و سلیقه آنها را در نظر بگیرد. این مهم با مصوبه واردات بالک و کالاهایی که توانایی تولید آن در داخل کشور هست محقق خواهد شد.

۸۰ درصد خارجی‌ها تقلبی هستند

بعضی از محصولات آرایشی - بهداشتی موجود در بازار مطابق خواسته مصرف کنندگان نیست و آنها را به سمت محصولات قاچاق و فیک سوق می‌دهد



تمایل به خریدهای آنلاین دارند. این نکاتی است که موسی احمدزاده، نایب‌رئیس کمیسیون اقتصاد کلان اتاق بازرگانی ایران و نایب‌رئیس انجمن واردکنندگان و تولیدکنندگان صنایع آرایشی - بهداشتی و عطریات کشور مطرح و در پاسخ به سؤالات همشهری به جزئیات بیشتری از وضعیت بازار مصرف این محصولات در کشور اشاره می‌کند.

نمی‌توان خواست مشتریان برای خرید محصولات آرایشی - بهداشتی را محدود کرد یا مرزهای کشور را بست تا فقط کالای ایرانی فروخته شود. فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات گسترده درباره کالای خارجی وجود دارد و آنها را ترغیب به خرید می‌کند. این مسئله به ویژه درباره نسل جوان و به اصطلاح دهه هشتادی‌ها بیشتر دیده می‌شود که

۲

یعنی نبود کالاهای خارجی؟

سکوی اول صنعت لوازم آرایشی را اروپایی‌ها، به‌ویژه ایتالیایی‌ها در اختیار دارند و ما از نظر حوزه برندینگ هنوز به جایگاه مناسبی دست پیدا نکرده‌ایم. در بازار مصرف به‌ویژه نسل جوان تر، یعنی نسل Z و آلفا که ارتباط بهتری با رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی دارند، دائم در معرض تبلیغات بسیار وسیع و گسترده این کالاهای خارجی هستند. آنها خواهان خرید چنین محصولاتی هستند اما تقریباً ۳ سال است که واردات لوازم آرایشی به کشور ممنوع شده است. این در حالی است که ایجاد موانع نمی‌تواند مانع از خواست مشتری برای محصول خارجی شود. قطعاً آنها از طریق قاچاق، چمدانی و... محصول خود را خریداری می‌کنند. ۱۵ کشور همسایه در منطقه داریم که مقصد بخشی از محصولات آرایشی - بهداشتی‌شان همین نسل جوان ایرانی است.

۱

بازار کالای آرایشی - بهداشتی سطح کشور را چطور ارزیابی می‌کنید؟

مشتری منتظر نمی‌ماند و نقد جسته و جومی کند را کالای مورد نظرش را از سطح عرضه تأمین کند. مسئله اینجاست که سیاستگذار باید به گونه‌ای مدیریت کند تا کالایی که مشتری دنبال آن است از جای موقت خریداری شود و سلامت او به خطر نیفتد. با وجود اینکه تولیدات داخلی خوبی شکل گرفته و جای تقدیر هم دارد اما کالاهایی که در سطح عرضه وجود دارد، هم پاسخگوی خواسته بازار مصرف نیست.

۳

کالاهای

که به اسم برند خارجی فروخته می‌شود، تقلبی است؟

کالاهای خارجی در سطح عرضه قطعاً از سوی رگولار یعنی سازمان غذا و دارو چک نمی‌شود، چون از مبادی رسمی نمی‌آید. اما در این حوزه ما با دو شکل از کالاهای مواجه هستیم؛ محصولات قاچاق و کالاهای فیک. مورد دوم آسیب بیشتری برای سلامت مصرف کنندگان دارد چون با چنین محدودیت‌هایی، بازار برای کسانی فراهم می‌شود که به شکل زیرزمینی محصولی تقلبی را تولید می‌کنند. این در حالی است که با ممنوعیت واردات، عوارض و گمرک هم دریافت نمی‌شود و امنیت اقتصادی و بودجه محقق نخواهد شد که عامل تورم است.

۴

این تقلبی‌ها همان محصولات با نام‌های مطرح خارجی هم هستند؟

در همه جای دنیا اقتصاد پنهان و زیرزمینی پر کردن محصولات سلامت‌محور وجود دارد و در بازار مصرف ما نیز هست. چند سال پیش در داروخانه کار می‌کردم و حتی داروهای تقلبی هم داشتیم، صنعت آرایشی هم قطعاً در این باره آسیب دیده است. در این باره نیاز داریم که فرهنگسازی و اطلاع‌رسانی گسترده بین مردم رقم بخورد.

۶

یعنی محصول ایرانی، مشابه خارجی در دسترس است؟

فقط یک نکته را اشاره کنم که ما قول داده بودیم یک برند مطرح با مشارکت مردمی به سطح بازار عرضه شود. در این باره ۳۸ شرکت تولید کننده محصولات آرایشی - بهداشتی با هم مشارکت کردند و خروجی آن یک برند ایرانی را رویکرد تولید صادرات محور است؛ یعنی هم نیاز داخلی، هم منطقه و هم جهان را تأمین خواهیم کرد.

۵

چرا محصولات ایرانی هنوز

به کیفیت محصولات خارجی نرسیده‌اند تا اعتماد به کالای ایرانی در این حوزه بیشتر شود؟ هر محصولی که برهانه بهداشتی و کد شناسه سازمان غذا و دارو را دارد، کاملاً قابل اعتماد است. دربارہ کیفیت هم هیچ تولید کننده‌ای نمی‌تواند ادعای بهتری یا برتر بودن داشته باشد، چون کیفیت را مشتری تعریف می‌کند. قطعاً سلیقه افراد در انتخاب و مصرف محصولات آرایشی - بهداشتی متفاوت است. در این باره بسته فرهنگی هم اهمیت دارد که از سوی نهادهای مختلف کالای ایرانی ترویج شود. برای ایجاد اعتماد به محصول داخلی باید رفتار مصرف کننده را رصد کنیم و علاوه بر این اگر محصول خارجی هم از مبادی رسمی وارد شود، برای دولت درآمدزایی خواهد داشت.

۷

روش‌های تشخیص کالای فیک و غیراصولی با محصولات اصلی خارجی چیست؟

۸۰ درصد کالاهای خارجی موجود در بازار غیراصولی است چون در ۳ سال گذشته مجوزی برای واردات نبوده است. باقی این عدد کالاهایی هستند که در گمرک مانده و ترخیص آنها با تأخیر صورت گرفته است. البته مشتریان هم عمدتاً بدون آگاهی اقدام به خرید این محصولات می‌کنند که هم ضرر اقتصادی برای آنهاست و هم ضرر به سلامتی‌شان. به همین دلیل متولیان این حوزه باید به گونه‌ای سیاستگذاری کنند که از چنین آسیب‌هایی پیشگیری شود.