

بررسی میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور

کد موضوعی: ۲۷۰

شماره مسلسل: ۱۴۱۷۵

بهمن‌ماه ۱۳۹۳

معاونت پژوهش‌های اجتماعی – فرهنگی

دفاتر: مطالعات فرهنگی

مطالعات اقتصادی

به نام خدا

فهرست مطالب

۱.....	چکیده
۲.....	مقدمه
۴.....	تعریف مفاهیم
۵.....	تخمین میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور
۶.....	۱. احتساب آمار حجم واردات فرآورده‌های آرایشی به کشور
۱۱.....	۲. احتساب میزان قاچاق فرآورده‌های آرایشی
۱۴.....	۳. احتساب هزینه خانوار برای فرآورده‌های آرایشی در کشور
۱۸.....	سیاستگذاری در حوزه مصرف فرآورده‌های آرایشی
۱۹.....	۱. سیاستگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی از منظر سلامت
۲۱.....	۲. سیاستگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی از منظر مسائل فرهنگی ذیل موضوع گسترش عفاف
۲۲.....	جمع‌بندی
۲۵.....	منابع و مآخذ



بررسی میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور

چکیده

گزارش پیش‌رو در بخش اول تلاش کرده، با توجه به بازنمایی رسانه‌های داخلی و خارجی مبنی بر اعلام رتبه هفتم ایران در جهان و رتبه دوم در خاورمیانه در مصرف فرآورده‌های آرایشی به بررسی صحت و سقم این آمار با توجه به احتساب آمار حجم واردات، میزان قاچاق و هزینه خانوار برای خرید فرآورده‌های آرایشی بپردازد.

بررسی میزان حجم واردات رسمی این فرآورده‌ها که از ورودی‌های قانونی به‌دست می‌آید، نشانگر کاهش وزن واردات این فرآورده‌ها در سال‌های اخیر است. با وجود این آمار به‌علت محاسبه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها و محصولات عطرسازی در کنار فرآورده‌های آرایشی آمار دقیقی از حجم واردات به کشور نخواهد بود. به‌ویژه آنکه قاچاق گسترده این محصولات به کشور نیز این آمار را به عنوان معیار مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور مخدوش کرده است.

ازسوی دیگر، واردات غیرقانونی (قاچاق) و تولیدات غیرمجاز فرآورده‌های آرایشی نیز نمی‌تواند بازنمایی از میزان مصرف این فرآورده‌ها در داخل کشور باشد (هر چند که میزان کشفیات در سال‌های اخیر خبر از افزایش حجم کشفیات این فرآورده‌ها دارد) زیرا این آمارها تنها با تکیه بر میزان کشفیات به‌دست می‌آید که برآورد مناسبی از میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی ارائه نمی‌دهد. شاید بتوان تنها مرجع قابل اتکا جهت احتساب مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور را هزینه‌کرد خانوارها برای خرید فرآورده‌های آرایشی دانست، بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال ۱۳۹۲، ۲/۵ درصد از هزینه خانوارهای ایرانی صرف خرید این فرآورده‌ها شده، اما اینکه چه مقدار از این فرآورده‌ها از نظر سلامت قابلیت مصرف داشته، مشخص نیست.

بنابراین آنچه از بررسی آمارهای موجود در راستای میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی به دست می‌آید بیانگر این موضوع است که در مورد میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی باکیفیت دارای تأییدیه سلامت ازسوی مراجع ذیصلاح (مانند سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی) آمار قابل استنادی در کشور موجود نیست تا بتوان با استفاده از این آمارها میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی دارای تأییدیه سلامت در ایران را تخمین زد و بتوان رتبه ایران در جهان و در خاورمیانه را مشخص کرد.

در بخش دوم گزارش نگاهی اجمالی به قوانین و سیاست‌های وضع شده در جمهوری اسلامی ایران

در حوزه سلامت و فرهنگ خواهیم داشت. بررسی‌ها بیانگر آن است که سیاست‌ها و قوانین وضع شده برای تأیید سلامت فرآورده‌های آرایشی موجود در بازار (مانند طرح شب‌نم) به علت تعدد دستگاه‌های متولی و... موفق نبوده است. بررسی سیاست‌ها و قوانین فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (مانند مصوبه «راهکارهای اجرایی عفاف و حجاب») نشان می‌دهد گرچه سیاست‌گذاران و قانونگذاران سعی کرده‌اند تا با وضع قوانین و سیاست‌های منع‌کننده از مصرف این فرآورده‌ها در عرصه عمومی جلوگیری کنند، اما به دلایلی مانند تناقض در عملکرد دستگاه‌ها، عدم اجرای برخی قوانین و... موفق نبوده و شاهد گسترش مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی هستیم. به‌ویژه آنکه فقدان نظارت بر بازار فرآورده‌های آرایشی در کشور سبب شده بازار داخلی مملو از کالاهای قاچاق بی‌کیفیت و ارزاقیمت شود. با توجه به آثار سوء مصرف فرآورده‌های آرایشی غیرمجاز بر سلامت شهروندان، تغییر در تعرفه واردات این کالاها و آموزش آثار مخرب مصرف کالاهای غیرمجاز از طریق نهادهای فرهنگ‌ساز ضروری است.

مقدمه

نگاهی به تاریخ زندگی بشر نشان می‌دهد که بشر از دیرباز به مقوله آرایش (البته نه لزوماً به معنای امروزی آن) توجه داشته است. در جوامع بدوی هم زنان و هم مردان بدن‌های خود را آرایش و تزئین می‌کردند، اما نه برای زیبایی. این پدیده به سبب نیازی بود که از شرایط کار در جوامع بدوی پیش از تاریخ سرچشمه می‌گرفت. برخی نظریه‌پردازان بر این باورند که آرایش در گذشته و در جوامع ابتدایی عمدتاً برای تفکیک هویت‌ها و تعلق‌های قبیله‌ای و طایفه‌ای به کار می‌رفته است.^۱

با این حال امروزه مصرف این فرآورده‌ها کارکردی زیبایی شناختی با هدف مدیریت بدن گرفته به نحوی که امروزه صنعت فرآورده‌های آرایشی تبدیل به یکی از پرسودترین و جذاب‌ترین صنایع در دنیا شده است. اگرچه از نظر اسلام، گرایش انسان به زیبایی و جمال یکی از خواسته‌های فطری انسان است و احساس لذت از زیبایی و تناسب و پاکیزگی‌ها، با سرشت انسان آمیخته است و نظام تربیتی اسلام با توصیه به کم کردن زمینه اختلاط زن و مرد و رعایت حریم میان زن و مرد،^۲ ترغیب زن به خودآرایی در برابر همسر^۳ و تجویز خودآرایی در برابر همجنس^۴ سعی کرده زمینه نشاط فردی و خانوادگی را با پرهیز از نگاه ابزاری به زن فراهم کند. گسترش جمعیت جوان کشور در کنار تغییر در ملاک‌های هویت‌بخش جوانان سبب شده جمهوری اسلامی ایران نیز به‌عنوان یکی از کشورهای

۱. اسماعیل بلالی، جواد افشار کهن، زیبایی و پول، آرایش و جراحی، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال دوازدهم، ش ۴۷، بهار ۱۳۸۹، صص ۱۰۳، ۱۰۴.

۲. نظام اسلامی و مسئله پوشش زنان، ماهنامه علمی، فرهنگی و اجتماعی حواء، ش ۲۳، اسفند ۱۳۸۵، ص ۱۳.

۳. همان.

۴. سوره نور، ۳۱.



مصرف‌کننده فرآورده‌های آرایشی در دنیا مطرح شود.

در مورد بازار فرآورده‌های آرایشی در ایران و میزان مصرف این فرآورده‌ها در کشور تحقیق منسجم و ملی صورت نپذیرفته است،^۱ فقدان پژوهش رسمی ازسوی نهادهای ذیصلاح در جمهوری اسلامی ایران منجر به ارائه آمارهای مبهم و قابل تأمل متعددی در مورد میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی و حجم این بازار سوی مراکز تحقیقاتی خارجی شده است.

براساس این تحقیقات بازار فرآورده‌های آرایشی در کشور معادل ۱/۲ میلیارد دلار تا ۲ میلیارد دلار تخمین زده شده است. در این بازنمایی رسانه‌ای، ایران در رده هفتم مصرف در دنیا و دوم در خاورمیانه قرار دارد.

نکته حائز اهمیت این است که آمار فوق بدون راستی‌آزمایی و بررسی پژوهشی مستقل در این زمینه به‌طور مداوم در مقالات و نشریات^۲ باز نشر داده شده و حتی برخی از کارشناسان دولتی جمهوری اسلامی ایران با قبول صحت این آمار آن را در سخنرانی‌های خود به کار می‌برند.^۳

گزارش پیش‌رو بر آن است که ضمن بررسی آمارهای ارائه شده درخصوص فرآورده‌های آرایشی در کشور میزان صحت و قابل استناد بودن آمارهای ارائه شده را مورد بررسی قرار دهد و تلاش کند با بررسی آمارهای موجود در کشور به ارائه آماری واقع‌بینانه‌تر از میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور دست یابد.

علاوه بر این با توجه به ترغیب اسلام به خودآرایی زنان در عرصه خصوصی و مغایرت مصرف آن در عرصه عمومی با فرهنگ حجاب و عفاف تلاش شده اجمالی از مجموعه سیاستگذاری‌های به عمل آمده در جمهوری اسلامی ایران جهت نظارت بر کیفیت و سلامت این فرآورده‌ها و محدودیت مصرف آنها در عرصه عمومی مورد بررسی قرار گرفته و خلأهای سیاستگذاری و قانونگذاری در این خصوص به‌صورت مختصر بیان شود.

۱. با توجه به اینکه پروانه بهداشتی ورود محصولات آرایشی توسط سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی صادر می‌گردد و هر فرآورده آرایشی که دارای پروانه بهداشتی باشد براساس ضوابط و مقررات این سازمان برچسب اصالت و سلامت کالا برای عرضه و مصرف در سطح بازار را دارا می‌شود. اما با این حال آماری از تعداد فرآورده‌های آرایشی که توسط شرکت‌های مجری برچسب گرفته‌اند، وجود ندارد (برگرفته از پاسخ نامه سازمان غذا و دارو به شماره نامه ۶۷۵/۹۶۰۳۶ مورخ ۱۳۹۳/۸/۲۱ به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس به شماره نامه ۱۴/۲۲/۹۳۶۴. ۸۲ مورخ ۱۳۹۳/۷/۲۲ در خصوص بررسی مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور).

۲. خانم‌های ایرانی یک‌سوم مصرف لوازم آرایشی را به خود اختصاص داده‌اند. (www.aftabnews.ir/vdciura3.t1ayz2bcct..html)؛ سونامی مصرف لوازم آرایشی در ایران. (۱۰۴۲۶۸۸۳۶۶۶۹۲۲۴۱۳/NewsPreview/1042268836666922413)؛ رتبه زنان ایرانی در مصرف لوازم آرایشی! (<http://alef.ir/vdcgyy9xyak9zz4.rpra.html?209099>). ایران هفتمین بازار لوازم آرایشی جهان و دومین خاورمیانه (www.farsnews.com/newstext.php?nn=13930402001382#sthash.v1QmzJfW.dpuf).

۳. ایران هفتمین کشور پرمصرف لوازم آرایشی در دنیاست. (www.farsnews.com/newstext.php?nn=1393091500029)؛ ایران چهارمین کشور مصرف‌کننده لوازم آرایشی است. (www.tabnak.ir/fa/news/316506)؛ ایران دومین کشور مصرف‌کننده لوازم آرایشی است. (www.yic.ir/fa/news/352082). گزارش مدیریتی: اهمیت و راهکارهای مبارزه با قاچاق کالاهای آرایشی و بهداشتی، مرکز پژوهش، آمار و اطلاعات ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، مهرماه ۱۳۹۲.

تعریف مفاهیم

اگر چه در بسیاری از مواقع کلمه «فرآورده آرایشی» و «لوازم آرایشی» به جای یکدیگر به کار می‌روند، با این همه، با توجه به اینکه در کتاب «مقررات صادرات و واردات» وزارت صنعت، معدن و تجارت و در «دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی»، سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی کشور از کلمه «فرآورده‌های آرایشی» استفاده شده در گزارش نیز از همین واژه استفاده می‌شود.

هرچند که سازمان غذا و دارو، در تعریف، فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی را با یکدیگر در نظر گرفته و عنوان داشته «به فرآورده‌هایی اطلاق می‌گردد که به منظور تمیز کردن، معطر کردن، تغییر ظاهر، اصلاح بوی بدن یا محافظت و نگهداری اعضای خارجی بدن (اپیدرم، مو، ناخن، لب و ارگان‌های تناسلی خارجی) و یا دندان و اعضای دهانی آنها در شرایط مناسب استفاده شود.»^۱ اما در مقوله دسته‌بندی محصولات، فرآورده‌های آرایشی را جدای از فرآورده‌های بهداشتی در نظر گرفته که شامل ۱۹ گروه می‌شود که عبارت است از:

۱. پودرهای آرایشی، ۲. انواع کرم پودرها، ۳. انواع مدادهای آرایشی (چشم، لب، ابرو و ناخن)، ۴. انواع فرآورده‌های آرایشی چشم، ۵. انواع فرآورده‌های آرایشی لب، ۶. لاک ناخن، لاک پاک‌کن، ۷. انواع فرآورده‌های ناخن، ۸. انواع رنگ مو، ۹. فرآورده‌های رنگ‌بر، ۱۰. محلول‌های صاف‌کننده، فرکننده و خنثی‌کننده‌های آنها، ۱۱. اسپرهای موی سر، موس، تافت، ۱۲. فرآورده‌های موی سر، ۱۳. انواع فرآورده‌های ضد آفتاب و برنزه‌کننده، ۱۴. انواع فرآورده‌های موبر، جلوگیری‌کننده از رشد مو، ۱۵. انواع فرآورده‌های ضدچروک، دورچشم، ضد لک، سفیدکننده‌ها، ۱۶. انواع فرآورده‌های سفت‌کننده، لیفتینگ، محکم‌کننده، ۱۷. انواع فرآورده‌های پاک‌کننده و ساینده به استثنای شامپوها، ۱۸. انواع فرآورده‌های لایه‌بردار، ۱۹. سایر فرآورده‌ها (انواع کرم‌ها، لوسیون‌ها، ژل‌ها، تونیک‌ها با ادعاهای مختلف) و پودرهای پوستی بزرگسالان.

اما برای احتساب میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در گزارش تنها به گروه‌هایی مانند انواع لوازم آرایشی (کد ۱۲۱۳۳۶)، رنگ مو (کد ۱۲۱۳۴۱)، انواع ثابت‌کننده مو و... (کد ۱۲۱۳۴۷)، فردهنده مو، مژه و مو مصنوعی (کد ۱۲۱۳۱۶)، کرم دست و صورت (کد ۱۲۱۳۳۷) و انواع مواد موبر (کد ۱۲۱۳۵۱) از پرسشنامه هزینه و درآمد خانوارهای کشور از مرکز آمار به دلیل انطباق با دسته‌بندی سازمان غذا و دارو مأخذ محاسبه در گزارش قرار گرفته است.

۱. دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی آذرماه ۱۳۸۵، ص ۲.



تخمین میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور

همان‌طور که ذکر شد فقدان پژوهش رسمی و مستند درخصوص مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور سبب شده آمار مصرف فرآورده‌های آرایشی در جمهوری اسلامی ایران از مجاری غیررسمی و از طریق مؤسسات بازاریابی خارجی تخمین زده شود.

مؤسسه تحقیقات بین‌الملل وابسته به مرکز صادرات کانادا در گزارش سال ۲۰۰۷ خود، اندازه بازار فرآورده‌های آرایشی در ایران را برابر ۱/۲ میلیارد دلار و مرکز تحقیقات بهارات که در لندن مستقر است این اندازه را برابر با ۲ میلیارد دلار و مرکز تحقیقات بازارهای بین‌الملل وابسته به اتحادیه اروپا اندازه این بازار را برابر با ۲/۱ میلیارد دلار تخمین زده است.^۱

بنابر گزارش یورومونیتر کل مصرف فرآورده‌های آرایشی در خاورمیانه در سال ۲۰۰۸ در حدود ۷/۲ میلیارد دلار بوده است در میان کشورهای منطقه ایران با ۲/۱ میلیارد دلار با فاصله کمی از عربستان (۲/۲ میلیارد دلار) و در رده هفتم دنیا قرار دارد. بر اساس گزارش بهارات رشد سالیانه مصرف در عربستان ۱۱ و در ایران ۱۲ درصد تخمین زده شده است.^۲

اما این آمار تا چه میزان قابل استناد است؟

نکته حائز اهمیت درخصوص آمار فوق فقدان اتفاق نظر بین مؤسسات ذکر شده در ارائه آمار مذکور است. به‌صورتی که بازار مصرف فرآورده‌های آرایشی در ایران از ۱/۲ میلیارد دلار تا ۲ میلیارد دلار متغیر تخمین زده شده است و دیگر اینکه در استناد به آمار فوق این نکته باید مد نظر قرار گیرد که بین مقوله دسته‌بندی اداره مواد غذایی و دارویی آمریکا^۳ (FDA)^۴ از فرآورده‌های آرایشی و دسته‌بندی این محصولات از نظر سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت جمهوری اسلامی ایران تفاوت وجود دارد، زیرا سازمان غذا و دارو آمریکا، فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی را با هم در ۱۱ گروه^۵ دسته‌بندی کرده، اما سازمان غذا و دارو ایران، فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی را در دو دسته‌بندی

۱. سعید صمدی، «ورود به بازار ۲ میلیارد دلاری لوازم آرایشی ایران، تنگناها، راهکارها»، فصلنامه توسعه مهندسی بازار، سال سوم، ش ۱۲، زمستان ۱۳۸۸، ص ۲۴.

۲. همان.

۳. اداره مواد غذایی و دارویی ایالات متحده آمریکا، یکی از نهادهای وابسته به وزارت بهداشت و خدمات انسانی ایالات متحده آمریکا و معتبرترین سازمان‌های بین‌المللی در مورد کنترل و نظارت بر بهداشت فرآورده‌های آرایشی است.

۴. Food and Drug Administration

۵. براساس تعریف اداره مواد غذایی و دارویی آمریکا (FDA) «cosmetics» را به یازده گروه دسته‌بندی کرده است که عبارت است از: ۱. لوازم آرایش مو، ۲. لوازم آرایش پوست، ۳. لوازم رنگ مو، ۴. عطر و ادکلن، ۵. لوازم آرایش حمام، ۶. لوازم آرایش دهان و دندان، ۷. لوازم آرایش مردانه، ۸. بوگیرها، ۹. محصولات ضد آفتاب، ۱۰. لوازم آرایش بچه و ۱۱. لوازم موزدایی.

(www.fda.gov/cosmetics/Guidance Compliance Regulatory Information/ ucm074162.htm)

مجزا لحاظ کرده به صورتی که فرآورده‌های آرایشی را در ۱۹ گروه^۱ و فرآورده‌های بهداشتی را در ۱۳ گروه^۲ دسته‌بندی می‌کند.

بدین ترتیب استناد به آمار فوق به علت عدم اتفاق نظر در آمارها و تفاوت در تعاریف و دسته‌بندی مقولات و فرآورده‌های آرایشی بین کشورهای مختلف قابل استناد نیست، بنابراین در مورد تخمین مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور سه راهکار پیش رو است:

۱. احتساب آمار حجم واردات فرآورده‌های آرایشی به کشور،

۲. احتساب میزان قاچاق فرآورده‌های آرایشی به کشور،

۳. احتساب هزینه خانوار برای فرآورده‌های آرایشی در کشور.

با این حال آنچه مسلم است عمده محصولات موجود در بازار ایران وارداتی (از طریق مبادی رسمی و غیررسمی) بوده و سهم تولیدکننده ایرانی در این میان به شدت ناچیز است.

۱. احتساب آمار حجم واردات فرآورده‌های آرایشی به کشور

نیم نگاهی به دسته‌بندی^۳ «دستور العمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی» سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت شمول و گستردگی موارد مصرف این کالاها را نشان می‌دهد.

۱. فرآورده‌های آرایشی: ۱. پودرهای آرایشی، ۲. انواع کرم پودرها، ۳. انواع مدادهای آرایشی (چشم، لب، ابرو و ناخن)، ۴. انواع فرآورده‌های آرایشی چشم، ۵. انواع فرآورده‌های آرایشی لب، ۶. لاک ناخن، لاک پاک‌کن، ۷. انواع فرآورده‌های ناخن، ۸. انواع رنگ مو، ۹. فرآورده‌های رنگ‌بر، ۱۰. محلول‌های صاف‌کننده، فرکننده و خنثی‌کننده‌های آنها، ۱۱. اسپرهای موی سر، موس، تافت، ۱۲. فرآورده‌های موی سر، ۱۳. انواع فرآورده‌های ضدآفتاب و برنزه‌کننده، ۱۴. انواع فرآورده‌های موبر، جلوگیری‌کننده از رشد مو، ۱۵. انواع فرآورده‌های ضدچروک، دورچشم، ضدلک، سفیدکننده‌ها، ۱۶. انواع فرآورده‌های سفت‌کننده، لیفتینگ، محکم‌کننده، ۱۷. انواع فرآورده‌های پاک‌کننده و ساینده به استثنای شامپوها، ۱۸. انواع فرآورده‌های لایه‌بردار، ۱۹. سایر فرآورده‌ها (انواع کرم‌ها، لوسیون‌ها، ژل‌ها، تونیک‌ها با ادعاهای مختلف) و پودرهای پوستی بزرگسالان. (دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی پیوست ۸، آذرماه ۱۳۸۵، ص ۲۸).

۲. فرآورده‌های بهداشتی: ۱. عطریات و ادوکلن‌ها و After Shave، ۲. اسپری‌های بدن، دئودورانت‌ها، ضدعرق‌ها، رولان‌ها، ۳. فرآورده‌های کودک، ۴. انواع صابون بهداشتی و پن‌ها (Soap Bar)، ۵. صابون آنتی باکتریال و با خواص درمانی، ۶. صابون شفاف یا گلیسیرینه، نیمه‌شفاف، ۷. انواع شامپو، ۸. انواع شامپو با جنبه‌های دارویی، ۹. فرآورده‌های اصلاح (خمیرریش، کفریش،...)، ۱۰. خمیردندان‌ها و ژل‌های معمولی، ۱۱. خمیردندان‌های خاص، ۱۲. سفیدکننده‌های دندان (دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی پیوست ۸، آذرماه ۱۳۸۵، ص ۲۸).

۳. پودرهای آرایشی، ۴. انواع کرم پودرها، ۵. انواع مدادهای آرایشی (چشم، لب، ابرو و ناخن)، ۶. انواع فرآورده‌های آرایشی چشم، ۷. انواع فرآورده‌های آرایشی لب، ۸. لاک ناخن، لاک پاک‌کن، ۹. انواع فرآورده‌های ناخن، ۱۰. انواع رنگ مو، ۱۱. فرآورده‌های رنگ‌بر، ۱۲. محلول‌های صاف‌کننده، فرکننده و خنثی‌کننده‌های آنها، ۱۳. اسپرهای موی سر، موس، تافت، ۱۴. فرآورده‌های موی سر، ۱۵. انواع فرآورده‌های ضدآفتاب و برنزه‌کننده، ۱۶. انواع فرآورده‌های موبر، جلوگیری‌کننده از رشد مو، ۱۷. انواع فرآورده‌های ضدچروک، دورچشم، ضد لک، سفیدکننده‌ها، ۱۸. انواع فرآورده‌های سفت‌کننده، لیفتینگ، محکم‌کننده، ۱۹. انواع فرآورده‌های پاک‌کننده و ساینده به استثنای شامپوها، ۲۰. انواع فرآورده‌های لایه‌بردار، ۲۱. سایر فرآورده‌ها (انواع کرم‌ها، لوسیون‌ها، ژل‌ها، تونیک‌ها با ادعاهای مختلف) و پودرهای پوستی بزرگسالان (دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی پیوست ۸، آذرماه ۱۳۸۵، ص ۲۸).



در ادامه تلاش شده آمار واردات رسمی این محصولات ذکر شود. لازم به ذکر است در کتاب «قانون و مقررات صادرات و واردات» فرآورده‌های آرایشی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» در فصل ۳۳ آمده است.^۱ این در حالی است که روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها جزء فرآورده‌های آرایشی بر اساس تعریف سازمان غذا و دارو محسوب نمی‌شوند. بدین ترتیب آمار واردات فرآورده‌های آرایشی به صورت مجزا بیان نمی‌شود و آمار دقیقی از میزان واردات رسمی فرآورده‌های آرایشی در گزارش گمرک وجود ندارد. بر همین اساس در جدول ۱ به آمار مقایسه‌ای مربوط به واردات روغن‌های اسانسی و فرآورده‌های آرایشی اشاره شده که البته بیانگر میزان واقعی واردات محصولات آرایشی نیست و به ناچار به دلیل نداشتن آمار به تفکیک، از این آمارها استفاده شده است.

۱. فصل سی‌وسوم از قسمت ششم کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات سال (۱۳۹۰) به روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (رزینوئیدها)؛ محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده و فرآورده‌های آرایشی اختصاص یافته است. این فصل دارای زیربخش‌های متنوعی است که انواع روغن‌های اسانسی، مخلوط‌های مواد معطر و... را شامل می‌شود بنابراین در ادامه سعی شده زیربخش‌های مرتبط با فرآورده‌های آرایشی آورده شود که عبارتند از:

- فرآورده‌های زیبایی و آرایشی و فرآورده‌ها برای نگهداری و مراقبت پوست (غیر از داروها)، همچنین فرآورده‌های ضد آفتاب و فرآورده‌ها برای برنزه شدن؛ فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست یا پا (شماره تعرفه ۳۳۰۴).

- فرآورده‌ها برای پاکیزگی و آرایش مو (شماره تعرفه ۳۳۰۵).

- فرآورده‌ها برای قبل از اصلاح، حین اصلاح، بعد از اصلاح صورت، بوزدهای بدن، فرآورده‌ها برای استحمام، فرآورده‌ها برای سردن مو و سایر فرآورده‌های عطرسازی، آرایشی یا پاکیزگی، که در جایی دیگر گفته نشده یا مشمول شماره دیگر تعرفه نشده باشد (شماره تعرفه ۳۳۰۷).

جدول ۱. آمار مقایسه‌ای واردات روغن‌های اسانس‌ی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده و فرآورده‌های آرایشی

سال	وزن کل واردات کشور (هزار تن)	وزن واردات فرآورده‌های آرایشی (هزار تن)	ارزش ریالی واردات فرآورده‌های آرایشی (میلیارد ریال)	ارزش دلاری واردات فرآورده‌های آرایشی (میلیون دلار)	ارزش دلاری واردات فرآورده‌های آرایشی (میلیون دلار)	سهم وزن واردات فرآورده‌های آرایشی از وزن کل واردات (درصد)	سهم ارزش واردات فرآورده‌های آرایشی از ارزش کل واردات (درصد)	درصد تغییرات وزنی نسبت به سال قبل	درصد تغییرات ارزش ریالی نسبت به سال قبل	درصد تغییرات ارزش دلاری نسبت به سال قبل	میانگین قیمت هر تن فرآورده‌های آرایشی (ریال)	میانگین قیمت هر تن فرآورده‌های آرایشی (میلیون دلار)	میانگین نرخ ارز برای واردات فرآورده‌های آرایشی* (ریال)	درصد تغییرات ریالی میانگین قیمت هر تن وارداتی نسبت به سال قبل (درصد)	درصد تغییرات دلاری میانگین قیمت هر تن وارداتی نسبت به سال قبل (درصد)	درصد تغییرات میانگین نرخ ارز برای واردات فرآورده‌های آرایشی* (ریال)
۱۳۹۰	۳۸,۳۰۷	۴۰	۲,۴۶۰	۶۱,۷۸۷	۲۲۷	۰/۱۰	۰/۳۷	-	-	-	۶۱/۵	۵,۶۷۵	۱۰,۸۳۷	-	-	-
۱۳۹۱	۳۹,۳۹۱	۳۵	۳,۳۶۰	۵۳,۳۴۸	۲۱۹	۰/۰۹	۰/۴۱	-۱۲/۵	۳۶/۶	-۳/۵	۹۶	۶,۲۵۷	۱۵,۳۴۲	۵۶	۱۰	۴۲
۱۳۹۲	۳۳,۵۶۸	۳۵	۵,۹۱۰	۵۰,۸۱۸	۲۳۸	۰/۱۰	۰/۴۷	۰	۷۵/۹	۸/۷	۱۶۹	۶,۸۰۰	۲۴,۸۳۲	۷۶	۹	۶۲

مأخذ: اطلاعات سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<http://www.irica.gov.ir>) و آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۲۲/۷۳/۲۵۳/۴۴۹۰ مورخ ۱۳۹۲/۰۱/۲۴.

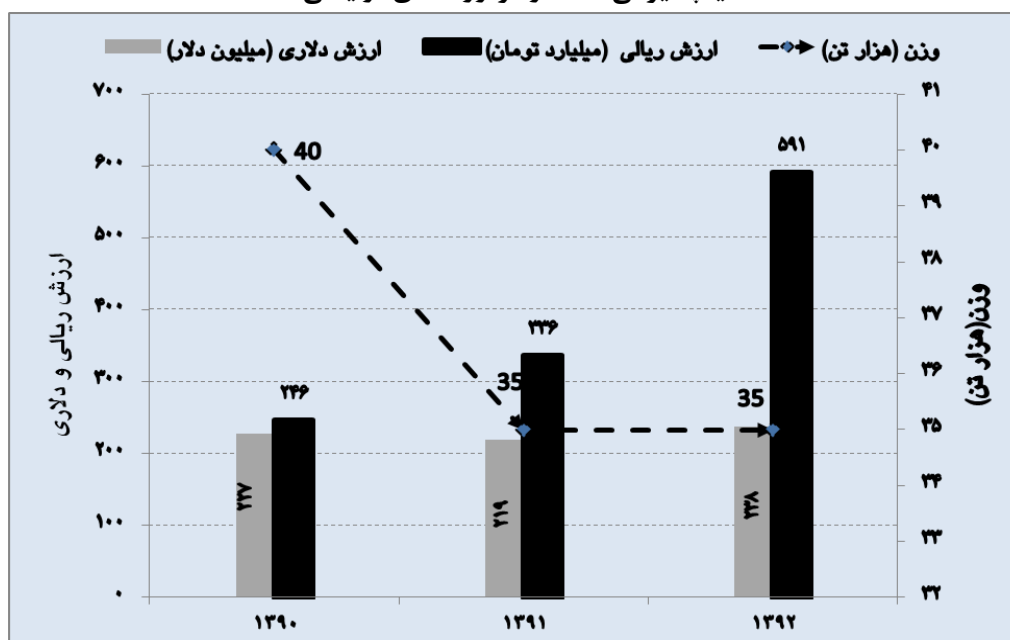
* از تقسیم ارزش ریالی واردات فرآورده‌های آرایشی به ارزش دلاری، نرخ حاصل می‌شود که در سال ۱۳۹۱ حدود ۱۵۳۴۲ ریال و در سال ۱۳۹۲ حدود ۲۴,۸۳۲ ریال بوده است. فارغ از اینکه واردکننده فرآورده‌های آرایشی، ارز مورد نیاز برای خرید خود را با چه نرخ تهیه کرده باشد در زمان اظهار محصولات آرایشی به گمرک، برای تبدیل ارزش دلاری به ارزش ریالی و اخذ حقوق ورودی، بابت هر یک دلار واردات فرآورده‌های آرایشی در سال ۱۳۹۲ حدود ۲۴,۸۳۲ ریال به‌طور متوسط پرداخت کرده که تقریباً معادل نرخ ارز مبادلاتی است.



براساس جدول ۱ وزن واردات فرآورده‌های آرایشی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» در سال ۱۳۹۰، ۴۰ تن و در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲، ۳۵ تن بوده است. میزان واردات فرآورده‌های آرایشی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» از نظر وزنی در سال ۱۳۹۱ نسبت به سال ۱۳۹۰، ۱۱/۸ درصد و در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۱، ۰/۱۸ درصد کاهش یافته است. همچنین در این جدول مشاهده می‌شود که سهم وزنی واردات فرآورده‌های آرایشی از وزن کل واردات کشور طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۲ تقریباً رقمی ثابت بوده (۰/۱ درصد) و همچنان زیر یک درصد از واردات کل را دربرمی‌گیرد.

اما در مقابل متوسط ارزش هر تن فرآورده‌های آرایشی وارداتی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» از طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۲ افزایش یافته و از ۵,۶۷۵ دلار در سال ۱۳۹۰ با افزایش ۲۰ درصدی به رقم ۶,۸۰۰ دلار در سال ۱۳۹۲ افزایش یافته است. همچنین از نظر ریالی نیز میانگین هر تن فرآورده‌های آرایشی وارداتی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» از ۹۶ میلیون ریال در سال ۱۳۹۱ با افزایش ۶۲ درصدی به رقم ۱۶۹ میلیون ریال در سال ۱۳۹۲ رسیده است.

نمودار ۱. آمار مقایسه‌ای واردات روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده و فرآورده‌های آرایشی



مأخذ: اطلاعات سایت گمرک جمهوری اسلامی ایران (<http://www.irica.gov.ir>) و آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۲۲/۷۳/۲۵۳/۴۴۹۰ مورخ ۱۳۹۲/۰۱/۲۴.

همان‌گونه که در نمودار ۱ مشاهده می‌شود علیرغم کاهش وزنی واردات فرآورده‌های آرایشی به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده» طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۲ درصد تغییرات ارزش ریالی نسبت به سال قبل صعودی بوده به طوری که از رقم ۲,۴۶۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۰ به رقم ۵,۹۱۰ میلیارد ریال در سال ۱۳۹۲ افزایش یافته است. همچنین درصد تغییرات ارزش دلاری سال ۱۳۹۱ نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود ۳/۵ درصد کاهش و در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۱ حدود ۸/۷ درصد افزایش یافته است.

اما سهم ارزش دلاری واردات فرآورده‌های آرایشی نسبت به کل واردات کشور در طول سال‌های اخیر با افزایش مواجه بوده به طوری که از ۰/۳۷ درصد واردات کل کشور در سال ۱۳۹۰ به ۰/۴۷ درصد در سال ۱۳۹۲ رسیده یعنی در پایان سال ۱۳۹۲ حدود ۰/۵ درصد ارزش واردات دلاری کل کشور را فرآورده‌های آرایشی تشکیل داده است.

علاوه بر این بر اساس کتاب «قانون مقررات واردات و صادرات» در سال ۱۳۹۲ نرخ حقوق ورودی^۱ (بجز مالیات ارزش‌افزوده) برای محصولات آرایشی به‌طور میانگین ۲۲/۵ درصد است که تقریباً جزء نرخ‌های حقوق ورودی بالا محسوب می‌شود. البته اگر هزینه‌هایی همچون مالیات بر ارزش‌افزوده (VAT) و سایر هزینه‌ها که برای واردات از مبادی رسمی به مصرف‌کننده تحمیل می‌شود را در نظر بگیریم انگیزه قاچاق این کالاها افزایش می‌یابد. در این میان وجود برخی از موارد از قبیل عدم استاندارد بودن کالای وارداتی توسط قاچاقچی و یا وجود ممنوعیت واردات از قبیل عدم اجازه ثبت سفارش برخی از اقلام فرآورده‌های آرایشی و... نیز مزید بر علت شده و با فرض ثابت بودن سطح تقاضای فرآورده‌های آرایشی طی سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۹۲ منجر به تمایل بیشتر واردکنندگان غیرقانونی به سمت قاچاق فرآورده‌های آرایشی می‌شود.

همان‌طور که ذکر شد در کتاب «قانون و مقررات صادرات و واردات» فرآورده‌های آرایشی به همراه روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها و محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده در فصل

۱. نظام حاکم بر اخذ مالیات بر واردات مبتنی بر نظام بررسی کالا به کلاست. به این ترتیب که نرخ و روی و تعرفه تمامی کالاهای وارداتی توسط نظام هماهنگ کدگذاری و توصیف کالا (HS) به حدود ۷ هزار قلم کالا تقسیم و به سه گروه کالاهای مجاز، مجاز مشروط و ممنوع تقسیم می‌شوند. بر اساس تقسیم‌بندی فوق، کمیته ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات نسبت به تعیین نرخ تعرفه یا حقوق ورودی هر کدام از کالاهای مجاز و مجاز مشروط و این نرخ در قالب جداول پیوست کتاب مقررات صادرات و واردات و یا تغییرات موردی اطلاع‌رسانی می‌نماید.

در مجموع مالیات بر وارداتی که تحت عنوان حقوق ورودی از واردکننده دریافت می‌شود شامل دو بخش است. اولاً حقوق گمرکی که معادل ۴ درصد بوده و وضع آن با مجلس شورای اسلامی است و ثانیاً سود بازرگانی که برای هر کالا درصدی متفاوت از سایر کالاها بوده و وضع آن با دولت (کمیسیون ماده (۱) آیین‌نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات) است. «سعید، غلامی‌باغی، ساماندهی معافیت‌های منطقه‌ای (تخفیف سود بازرگانی برخی بنادر و گمرکات)، گزارش دفتر اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دی‌ماه ۱۳۹۱، ص ۲».



۳۳ آمده است.^۱ این در حالی است که روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها جزء فرآورده‌های آرایشی براساس تعریف سازمان غذا و دارو محسوب نمی‌شوند. بنابراین نمی‌توان به گزارشات واردات فصل ۳۳ گمرک در رابطه با تخمین میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در ایران تکیه کرد.

۲. احتساب میزان قاچاق فرآورده‌های آرایشی

بررسی آمار و اطلاعات قاچاق انواع فرآورده‌های آرایشی تنها براساس اطلاعات قاچاق مکشوفه صورت می‌گیرد که عمدتاً شامل مواردی است که کالا به‌صورت گسترده و در حجم تجاری وارد شده است. این درحالی است که کشفیات قاچاق درصد بسیار کوچکی از میزان قاچاق واقعی را نشان می‌دهد، زیرا تمامی کالاهایی که به کشور قاچاق می‌شوند، کشف نمی‌شوند و حتی تعداد زیادی از پرونده‌های کشف شده نیز از اتهام قاچاق مبرا می‌شوند. با این حال نگاهی به آمار قاچاق مکشوفه فرآورده‌های آرایشی می‌تواند برآوردی از میزان مصرف را در بازار داخلی کشور به دست دهد. لازم به ذکر است جدول ۲ مربوط به محصولات ژل مو، کرم، رنگ مو، روغن مو، لاک ناخن، لوازم آرایشی و واکس مو است که به ارزش ریالی مجموع این اقلام در جدول ۲ اشاره شده است.

۱. فصل سی‌وسوم از قسمت ششم کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات سال (۱۳۹۰) به روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌ها (رزینوئیدها)؛ محصولات عطرسازی یا پاکیزگی آماده و فرآورده‌های آرایشی اختصاص یافته است. این فصل دارای زیربخش‌های متنوعی است که انواع روغن‌های اسانسی، مخلوط‌های مواد معطر و... را شامل می‌شود بنابراین در ادامه سعی شده زیربخش‌های مرتبط با فرآورده‌های آرایشی آورده شود که عبارتند از:

- فرآورده‌های زیبایی و آرایشی و فرآورده‌ها برای نگهداری و مراقبت پوست (غیر از داروها)، همچنین فرآورده‌های ضدآفتاب و فرآورده‌ها برای برنزه شدن؛ فرآورده‌ها برای آرایش ناخن دست یا پا (شماره تعرفه ۳۳۰۴).

- فرآورده‌ها برای پاکیزگی و آرایش مو (شماره تعرفه ۳۳۰۵).

- فرآورده‌ها برای قبل از اصلاح، حین اصلاح، بعد از اصلاح صورت، بوزدهای بدن، فرآورده‌ها برای استحمام، فرآورده‌ها برای ستردن مو و سایر فرآورده‌های عطرسازی، آرایشی یا پاکیزگی، که در جایی دیگر گفته نشده یا مشمول شماره دیگر تعرفه نشده باشد (شماره تعرفه ۳۳۰۷).

جدول ۲. ارزش ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه فرآورده‌های آرایشی

طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۲

سال	ارزش ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه لوازم آرایشی (میلیون ریال)	سهم ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه لوازم آرایشی از کل قاچاق مکشوفه	درصد تغییرات کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه لوازم آرایشی نسبت به سال قبل (درصد)
۱۳۸۹	۱۱,۱۸۵	۰/۲۴	-
۱۳۹۰	۱۸,۴۷۵	۰/۴۶	۶۵/۲
۱۳۹۱	۱۰۵,۵۶۸	۱/۸۵	۴۷۱/۴
۱۳۹۲	۳۶,۸۲۸	۰/۷۱	-۶۵/۱

مآخذ: آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۱۱۷۹۴/۲۲/۲۵۳/۹۳/۱ مورخ ۱۳۹۳/۰۱/۳۰ و نامه ۱۲۴۵۸/۲۲/۲۵۳/۹۲/۱ مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۰۱.

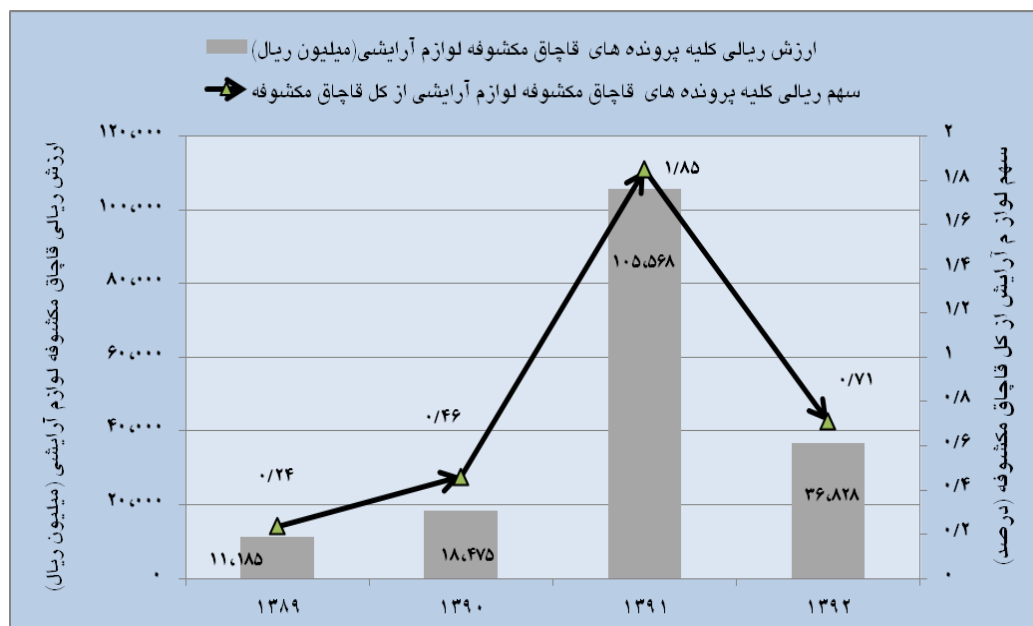
براساس جدول ۲ ارزش ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه فرآورده‌های آرایشی طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۱ روندی صعودی داشته، به‌طوری که از رقم ۱۱ میلیارد ریال به رقم ۱۰۵ میلیارد ریال رسیده که البته میزان ارزش ریالی کشفیات قاچاق فرآورده‌های آرایشی در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال ۱۳۹۱ کاهش ۶۵ درصدی داشته است. این امر می‌تواند به‌دلیل اجرایی شدن بخشنامه شماره ۵۴/۱۰۲/۵۲۵/۱۱۹۰/۲۳۹۹۹۹ مورخ ۱۳۹۲/۱۲/۷ صادره از سوی «معاونت حقوقی و نظارت گمرک ایران» مبنی بر اینکه تنها در صورتی که گمرک اجرایی به‌عنوان سازمان کاشف قاچاق باشد، آمار و اطلاعات کالای مکشوفه در سامانه جامع قضایی ثبت گردد، به‌وجود آمده باشد. به‌عبارت دیگر گمرک آمار و ارقام کشفیات توسط سایر سازمان‌ها و نهادهای کاشف در سال ۱۳۹۲ را اعلام نکرده است و همین امر منجر به کاهش ارزش ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه فرآورده‌های آرایشی و حتی سایر کالاها شده است.

براساس آمار گمرک جمهوری اسلامی ایران، فرآورده‌های آرایشی و بهداشتی بعد از انواع تلفن و لوازم جانبی در سال ۱۳۹۱ در رتبه دهم اقلام مکشوفه قرار دارد؛ این اقلام حدود ۱/۸۵ درصد کل قاچاق کشور را به‌خود اختصاص داده است.^۱ نمودار ۲ قاچاق مکشوفه فرآورده‌های آرایشی بدون در نظر گرفتن فرآورده‌های بهداشتی طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۲ را نشان می‌دهد.

۱. آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۱۲۴۵۸/۲۲/۲۵۳/۹۲/۱ مورخ ۱۳۹۲/۰۲/۰۱.



نمودار ۲. ارزش ریالی کلیه پرونده‌های قاچاق مکشوفه فرآورده آرایشی طی سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۹۲



مآخذ: آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۲۲/۲۵۳/۹۳/۱۱۷۹۴ مورخ ۲۲/۰۱/۱۳۹۳ و نامه ۲۲/۲۵۳/۹۲/۱۲۴۵۸ مورخ ۲۲/۰۲/۱۳۹۲.

تنها در سال ۱۳۹۱ در مقایسه با سال ۱۳۹۰، از نظر ارزش ریالی، میزان کشفیات فرآورده‌های آرایشی ۴۷۱ درصد رشد داشته که به معنای بیش از چهار برابر شدن کشفیات قاچاق فرآورده‌های آرایشی در یک سال است. البته میزان کشفیات فرآورده‌های آرایشی در سال ۱۳۹۲ نسبت به ۱۳۹۱ روند کاهشی را نشان می‌دهد. بر اساس آمار ارائه شده در جدول ۱ میزان واردات قانونی این فرآورده‌ها در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲، نیز کاهش یافته است.

بالا بودن حاشیه سود از طریق قاچاق نسبت به واردات، انگیزه ارتکاب عمل غیرقانونی قاچاق را تقویت می‌کند. با توجه به اعتقاد کارشناسان ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز، خطرپذیری قاچاق این محصولات در کشور تنها بین ۵ تا ۱۰ درصد است؛ یعنی قاچاقچی با اطمینان ۹۰ تا ۹۵ درصد کالای خارجی را بدون ریسک وارد بازار کشور می‌کند.^۱ علاوه بر این، فرآورده‌های آرایشی که به صورت قاچاق وارد می‌شوند به علت پرداخت نکردن هزینه‌های مادی مانند حقوق ورودی، مالیات بر ارزش افزوده و ... با قیمت ارزان‌تر به بازار عرضه شده و نه تنها انگیزه برای تولید را کاهش می‌دهند، بلکه حتی واردکنندگان از مبادی رسمی را نیز ترغیب به ورود کالا به صورت قاچاق می‌کنند.

با توجه به اینکه اطلاعات واردات غیررسمی (قاچاق) فرآورده‌های آرایشی تنها براساس آمار محصولات آرایشی کشف شده صورت می‌گیرد در نتیجه تخمین میزان مصرف

۱. عزم جدی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالاهای آرایشی و بهداشتی، فصلنامه پژوهشی و تحلیلی اقتصاد پنهان، ش ۱۲، بهار ۱۳۸۹، ص ۱۴.

فرآورده‌های آرایشی در ایران براساس میزان کشفیات فاقد اعتبار است هرچند که بر اساس گزارش‌ها ارزش ریالی واردات غیررسمی فرآورده‌های آرایشی در سال گذشته بر اثر بخشنامه «معاونت حقوقی و نظارت گمرک ایران» در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال قبل از آن کاهش داشته است.

۳. احتساب هزینه خانوار برای فرآورده‌های آرایشی در کشور

شاید بتوان گفت تنها مرجعی که می‌توان براساس آن میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در ایران را تخمین زد متوسط هزینه و درآمد خانوار باشد. «هزینه و درآمد خانوار» برآورد متوسط هزینه‌ها و درآمد یک خانوار شهری و یک خانوار روستایی در طول یک سال در سطح کشور و استان‌هاست. براساس آمار مرکز آمار، متوسط هزینه سالیانه هر خانوار شهری و روستایی به قیمت جاری در سال ۱۳۹۰، به ترتیب ۱۳۲,۷۱۶,۰۹۶ ریال و ۸۳,۹۷۳,۰۹۲ ریال و برای کل کشور ۱۱۹ میلیون و ۳۴۱ هزار و ۳۹ ریال برآورد شده است. با توجه به اینکه متوسط هزینه سالیانه هر خانوار شهری و روستایی و کل کشور به قیمت جاری در سال ۱۳۹۰ برای خرید فرآورده‌های آرایشی به ترتیب ۳,۲۸۸,۳۸۰ و ۲,۵۸۳,۸۹۲ ریال برآورد شده و بدین ترتیب هر خانواده ایرانی به طور متوسط در سال ۱۳۹۰، حدود ۲/۵ درصد از هزینه‌هایش را صرف خرید فرآورده‌های آرایشی کرده است. البته باید دو موضوع توجه شود:

الف) در این محاسبه صرفاً کدهای ۱۲۱۳۳۶ (انواع لوازم آرایشی)، ۱۲۱۳۴۱ (رنگ مو)، ۱۲۱۳۴۷ (انواع ثابت کننده مو و...)، ۱۲۱۳۱۶ (فردهنده مو، مژه و مو مصنوعی)، ۱۲۱۳۳۷ (کرم دست و صورت) و ۱۲۱۳۵۱ (انواع مواد موبر) از پرسشنامه مرکز آمار به دلیل انطباق با دسته‌بندی سازمان غذا و دارو مأخذ محاسبه قرار گرفته است.

ب) ممکن است یک خانواده اصلاً هزینه‌ای برای مصرف محصولات آرایشی اختصاص نداده باشد و در مقابل خانواده‌ای نیز بیش از ۲/۵ درصد هزینه‌هایش را به این امر اختصاص داده باشد. اما در نهایت امر با توجه به حجم بالای قاچاق و تولید غیرمجاز فرآورده‌های آرایشی در داخل کشور نمی‌توان دقیقاً اعلام کرد که از ۲/۵ درصدی که خانوارها صرف خرید این فرآورده‌ها در کشور کرده‌اند چه میزان از آنها دارای پروانه تأیید سلامت از سوی سازمان غذا و دارو هستند.

براساس آمار هزینه و درآمد سالیانه خانوار به قیمت جاری در سال ۱۳۹۰، مجموع متوسط بیشترین هزینه سالیانه خانوار شهری و روستایی به قیمت جاری در محصولات آرایشی مربوط به انواع لوازم آرایشی (کد ۱۲۱۳۳۶) شامل رژلب، مداد چشم، ریمل، خط چشم و... با رقم ۴۰۴,۸۷۰ ریال برای خانوارهای شهری و برای خانوارهای روستایی ۲۹۹,۲۳۷ ریال است که تقریباً یک‌ونیم برابر هزینه‌ای



است که صرف خرید رنگ مو (کد ۱۲۱۳۴۱) با رقم ۲۶۲,۵۴۷ ریال برای خانوارهای شهری و برای خانوارهای روستایی ۱۹۶,۷۶۰ ریال شده است.

این در حالی است که در همین سال محصولات مرتبط به رنگ مو در رتبه دوم بعد از لوازم آرایشی قرار دارد و سایر محصولات از جمله انواع اسپری، لوسیون‌ها، و انواع ثابت‌کننده مو...؛ کرم دست و صورت؛ سنجاق مو، فردهنده مو، کلاه گیس، مو و مژه مصنوعی و لنز غیرطبیعی به ترتیب رتبه‌های سوم تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند.

براساس آمار مرکز آمار، در سال ۱۳۹۰، تعداد خانوارهای شهری و روستایی و کل کشور ۱۵,۳۲۷,۶۱۷، ۵,۷۹۶,۴۲۸ و ۲۱,۱۲۴,۰۴۵ خانوار است که با ضرب تعداد خانوارهای کل کشور در متوسط هزینه سالیانه خانوارهای کل کشور به قیمت جاری برای انواع فرآورده‌های آرایشی برای سال مذکور رقمی بالغ بر ۶۵,۳۸۰ میلیارد ریال برای کل کشور به دست می‌آید. به عبارت دیگر در کل کشور رقمی بالغ بر ۶۵ هزار و ۳۸۰ میلیارد ریال برای فرآورده‌های آرایشی مصرف شده است.

جدول ۳. متوسط هزینه سالیانه خانوارهای شهری و روستایی به قیمت جاری برای فرآورده‌های آرایشی^۱ به تفکیک نوع فرآورده‌ها طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۰

(ریال)

سال		۱۳۸۳		۱۳۸۴		۱۳۸۵		۱۳۸۶		۱۳۸۷		۱۳۸۸		۱۳۸۹		۱۳۹۰	
متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط	متوسط
هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه	هزینه
خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار	خانوار
شهری و روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری	روستایی	شهری
مجموع سالانه	۷۸۹,۴۰۰	۷۰۲,۷۱۸	۸۸۳,۵۰۰	۷۳۲,۳۱۶	۱,۰۶۹,۴۲۵	۸۶۵,۴۶۵	۱,۷۶۰,۲۳۴	۱,۴۸۹,۰۰۵	۱,۸۸۳,۸۶۵	۱,۵۳۷,۲۴۲	۲,۱۷۷,۱۰۲	۱,۷۶۹,۴۷۹	۲,۶۸۶,۰۸۸	۲,۰۰۱,۶۰۷	۳,۲۸۸,۳۸۰	۲,۵۸۳,۸۹۲	

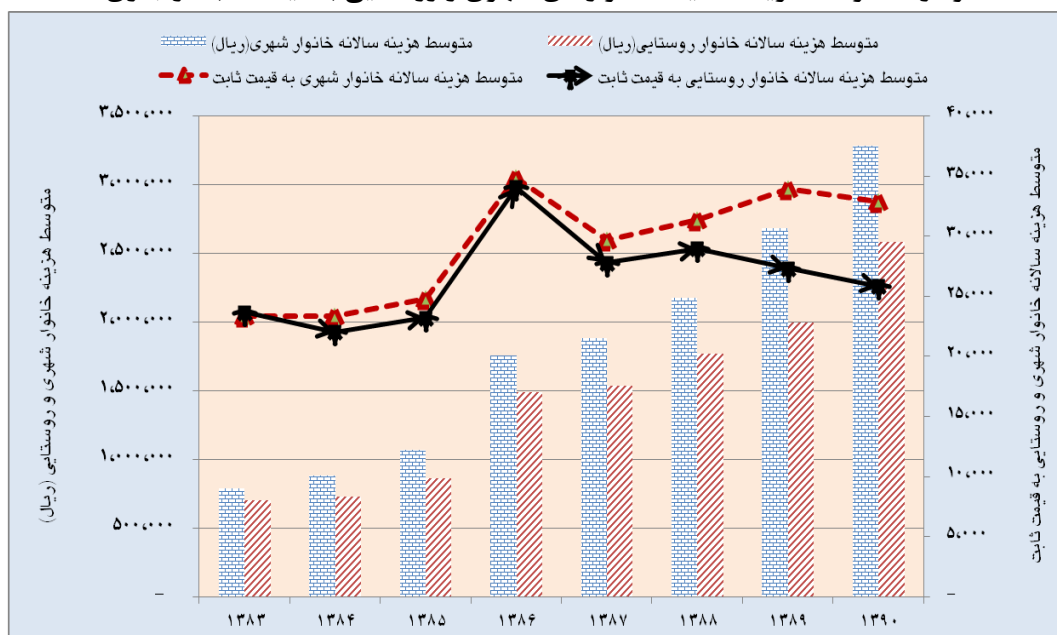
مآخذ: آمارهای هزینه درآمد خانوارهای شهری و روستایی در سال‌های ۱۳۹۰-۱۳۸۳، مرکز آمار ایران.

در ادامه با توجه به متوسط هزینه سالیانه خانوارهای شهری و روستایی به قیمت‌های جاری و ثابت طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۰ میزان رشد مصرف فرآورده‌های آرایشی به تفکیک خانوارهای شهری و روستایی در نمودار ۳ نشان داده شده است.

۱. تقسیم‌بندی جدول ۱ از سویی بر اساس پرسشنامه هزینه و درآمد خانوار در سال ۱۳۹۰ و از سویی دیگر براساس دستورالعمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی آذرماه ۱۳۸۵، صورت گرفته است.



نمودار ۳. متوسط هزینه سالیانه خانوارهای شهری و روستایی به قیمت ثابت و جاری



مأخذ: آمارهای هزینه درآمد خانوارهای شهری و روستایی در سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۰، مرکز آمار.

همان‌گونه که نمودار ۳ نشان می‌دهد در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۰ متوسط هزینه خانوارهای شهری و روستایی به قیمت جاری در انواع فرآورده‌های آرایشی رو به افزایش است البته این موضوع نشان می‌دهد که افزایش هزینه جاری ممکن است به‌دلیل تورم و رشد قیمت‌های فرآورده‌های آرایشی باشد.

اگر متوسط هزینه سالیانه خانوارهای شهری و روستایی به قیمت ثابت در نظر گرفته شود تقریباً به استثنای سال ۱۳۸۶ از روند ثابتی برخوردار است و نشان‌دهنده این است که مصرف فرآورده‌های آرایشی با حذف اثر تورمی تقریباً ثابت بوده است و رشد چندانی در هزینه‌کرد خانوارها برای فرآورده‌های آرایشی نداریم. این در حالی است از سوی دیگر در این سال‌ها با کاهش میزان واردات این فرآورده‌ها از نظر وزنی روبرو هستیم. اما نکته حائز اهمیت افزایش آمار کشفیات فرآورده‌های آرایشی در این سال‌هاست، در نتیجه می‌توان این ادعا را داشت مصرف به سمت خرید فرآورده آرایشی ارزان بی‌کیفیت قاچاق و غیرمجاز بدون تأیید سلامت سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی تمایل داشته، زیرا تجربه زیسته نشان از افزایش گرایش زنان و دختران بیشتری به سمت مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی دارد.

بررسی انجام شده در راستای احتساب میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور با توجه به آمار دستگاه‌های مورد بررسی در گزارش نشان داد که:

۱. آمار حجم واردات فرآورده‌های آرایشی نمی‌تواند بازنمایی از میزان مصرف این فرآورده‌ها در

کشور باشد زیرا اولاً در آمار واردات گمرک این فرآورده‌ها به تنهایی مورد نظر قرار نگرفته و آمار گمرک دربردارنده این فرآورده‌ها به همراه «روغن‌های اسانسی و رزینوئیدها - محصولات عطرسازی و پاکیزگی» آماده است که بر اساس تعریف سازمان غذا و دارو جزء فرآورده‌های آرایشی قرار نمی‌گیرد. ثانیاً آمار گمرک نشان از کاهش وزن واردات این فرآورده‌ها دارد این در حالی است که تجربه زیسته نشان از افزایش مصرف این فرآورده‌ها در کشور دارد.

۲. آمار میزان کشفیات فرآورده‌های آرایشی نیز نمی‌تواند نشان از میزان مصرف واقعی این فرآورده‌ها در کشور باشد، زیرا این اطلاعات تنها بر اساس میزان فرآورده‌های آرایشی کشف شده صورت می‌گیرد که برای احتساب میزان مصرف این فرآورده‌ها در کشور فاقد اعتبار است. هر چند که با استفاده از آمار واردات رسمی و غیررسمی (قاچاق) فرآورده‌های آرایشی می‌توان گفت که سهم بازار غیررسمی (قاچاق) در مورد این فرآورده‌ها وزنش بیشتر از واردات رسمی است در واقع قاچاق از واردات رسمی فرآورده‌های آرایشی بیشتر است.

۳. هر چند که احتساب هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی بر اساس آمار، مرکز آمار در این سال‌ها نشان از رشد ثابت در هزینه‌کرد خانوارهای برای فرآورده‌های آرایشی دارد، اما با توجه به اینکه واردات غیررسمی (قاچاق) این فرآورده‌ها بیشتر از واردات رسمی است پس باید این نکته مد نظر قرار گیرد که بیشتر فرآورده‌های آرایشی مصرفی در کشور ما جزء فرآورده‌های آرایشی گرانتقیمت نیست و بیشتر هزینه‌کرد خانوارها صرف خرید فرآورده‌های آرایشی ارزاقیمت و بی‌کیفیت و بدون تأیید سازمان غذا و دارو می‌شود.

به عبارت دیگر با توجه به اینکه بازار لوازم آرایشی در جمهوری اسلامی ایران مملو از فرآورده‌های آرایشی قاچاق و بی‌کیفیت شده نمی‌توان گفت مصرف ۳,۰۹۵,۰۶۹ ریال برای هر خانواده در حوزه فرآورده‌های آرایشی آیا می‌تواند نشان‌دهنده مصرف بالای این گونه محصولات باشد یا خیر؟ به عبارت دیگر اگر هزینه ۳,۰۹۵,۰۶۹ ریال صرف خرید کالای با کیفیت و اصیل گردد با توجه به قیمت بالای این محصولات این رقم مصرف معمولی و اگر صرف هزینه کالای بی‌کیفیت گردد چون به معنای تهیه اقلام متعددی از محصولات است، می‌تواند نگران‌کننده باشد.

سیاست‌گذاری در حوزه مصرف فرآورده‌های آرایشی

همان‌طور که ذکر شد مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی کشور تبدیل به یک مسئله اجتماعی شده، زیرا از یک سو، بخش اعظم فرآورده‌های آرایشی مصرفی در داخل کشور از طریق قاچاق (واردات غیررسمی) و یا تولیدات غیرمجاز وارد بازار مصرفی می‌شود که به معنی عدم تأیید مراجع سلامت‌محور است. از سوی دیگر، مصرف بیشتر فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی نسبت به



سال‌های گذشته نشان از تغییر سبک زندگی اسلامی - ایرانی دارد که ورود سیاستگذار به این عرصه را طلب می‌کند، اما نگاهی اجمالی به قوانین و سیاست‌های وضع شده در جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد سیاستگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی از گذشته در کشور حاکم بوده، در ادامه به بررسی اجمالی سیاست‌ها و قوانین از منظر سلامت و مسائل فرهنگی در کشور پرداخته می‌شود.

۱. سیاستگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی از منظر سلامت

آموزه‌های تربیتی اسلام نه تنها منعی برای زنان بر مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه خصوصی نداشته، بلکه همواره زنان را تشویق به خودآرایی در برابر همسر و هم‌جنسان خود در عرصه خصوصی کرده است، بنابراین هیچ‌گاه ممانعت قانونی دال بر تولید این فرآورده‌ها در داخل کشور و یا بر منع واردات قانونی این فرآورده‌ها از سوی قانونگذاران وضع نشده، بلکه یکی از جنبه‌های مهم قانونگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی نظارت بر سلامت این فرآورده‌ها بر تولیدات داخل کشور و یا بر واردات این فرآورده‌ها از ورودی‌های رسمی بوده است، زیرا مصرف فرآورده‌های آرایشی ارتباط تنگاتنگ با سلامت مصرف‌کنندگان (به‌ویژه در عرصه خصوصی) دارد به این دلیل که این محصولات حاوی انواع مواد شیمیایی، رنگ‌ها و... هستند و به‌علت تماس مستقیم آنها با پوست، ارتباط مستقیمی با سلامت مصرف‌کننده در کوتاه‌مدت و بلندمدت دارد.

بنابراین قانونگذار برای حفظ سلامت مصرف‌کنندگان فرآورده‌های آرایشی، قوانین و دستورالعمل‌هایی را به تصویب رسانده که از آن جمله می‌توان به «قانون مواد خوردنی و آشامیدنی و آرایشی و بهداشتی (مصوب ۱۳۴۶)» اشاره کرد. این قانون سازوکار مربوط به مؤسسات تولیدکننده و توزیع‌کننده فرآورده‌های آرایشی را مشخص نموده و نحوه نظارت بر مؤسسات فوق‌الذکر و سازوکار جلوگیری از تقلب و تخلفات و جرائم مربوطه مؤسسات مشمول را معین می‌سازد.^۱

براساس ماده (۱۶) این قانون «کلیه محصولات آرایشی وارداتی در مرحله اول با بررسی شرایط فنی و بهداشتی واحد تولیدی خارج از کشور بر اساس مستندات ارائه شده و یا بازدید به عمل آمده توسط کارشناسان وزارت بهداشت و یا گزارش شرکت‌های بازرسی بین‌المللی ثبت منبع می‌گردند و در مرحله بعد ثبت محصول و تأیید فرمولاسیون و ویژگی‌ها براساس استانداردهای ملی و یا مستندات معتبر بین‌المللی انجام می‌گیرد و در نهایت پروانه بهداشتی ورود برای محصولات آرایشی صادر

۱. این قانون چندین بار در مجلس اصلاح شده است. اما با همه اصلاحاتی که روی آن صورت گرفته نواقص زیادی دارد و به‌دلیل تغییرات اجتماعی و همچنین پیشرفت‌های علوم و فناوری به هیچ وجه جوابگوی نیازهای امروزی نیست. در این راستا مجلس شورای اسلامی در دوره هشتم طرح «مقررات امور پزشکی، دارویی و مواد خوردنی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی» را در تاریخ ۱۳۸۸/۵/۷ اعلام وصول کرد و در حال بررسی در کمیسیون مربوطه بود که دوره هشتم مجلس به پایان رسید.

می‌گردد.^۱ اگر چه در این قانون تلاش شده به منظور سلامت مردم ملاحظاتی در راستای واردات فرآورده‌های آرایشی صورت گیرد، اما بدون شک صرف هزینه‌های زمانی به اضافه هزینه‌های مالی (شامل دریافت پروانه بهداشتی، نرخ ورودی، مالیات بر ارزش افزوده و سایر هزینه‌های جانبی واردات و...) که از مبادی رسمی برای واردات فرآورده‌های آرایشی لحاظ می‌شود باعث افزایش قیمت این فرآورده‌ها می‌شود، هماهنگ با بودجه مصرف‌کننده ایرانی نیست پس کمتر مورد استقبال و مصرف قرار می‌گیرد در نتیجه تمایل واردکننده مجاز نیز به واردات فرآورده‌های آرایشی از طریق مبادی رسمی کاهش می‌یابد.

از سوی دیگر اشتیاق بالای مصرف فرآورده‌های آرایشی از سوی برخی از زنان و دختران (چه در عرصه خصوصی و یا عرصه عمومی) نسبت به گذشته و بالا بودن قیمت فرآورده‌های آرایشی مجاز وارداتی باعث گرایش بیشتر مصرف‌کنندگان به سمت خرید فرآورده‌های ارزاقیمت، غیرمجاز و بی‌کیفیت قاچاق شده که خود سبب ایجاد انگیزه برای واردکنندگان قاچاق و تولیدکنندگان غیرمجاز فرآورده‌های آرایشی می‌کند. این سودجویان که در پی سود بیشتر هستند با استفاده از ورودی‌های غیررسمی اقدام به واردات قاچاق این فرآورده‌ها می‌کنند و یا در داخل کشور با استفاده از مواد مضر و خطرناک و با کمک تجهیزات کپی و اسکن پیشرفته که کار جعل نشان‌های تجاری را به سهولت انجام می‌دهد فرآورده‌های آرایشی در پوشش و لفافه جعلی، تاریخ تولید غیرحقیقی و نام و نشان غیرواقعی که سود بیشتری دارد از طریق فروشندگان غیررسمی و شبکه‌های زیرزمینی به دست مصرف‌کننده می‌رسانند.

با توجه به مشکلات ذکر شده، دولتمردان در سالیان اخیر تصمیم گرفتند با الصاق «طرح شبنم» بر روی محصولات از جمله فرآورده‌های آرایشی به نوعی سلامت کالای مصرفی را تأیید کنند و باعث کاهش قاچاق نیز شوند. با وجود این، این طرح یک سال پس از اجرا به دلیل برخی از مشکلات از جمله عدم اطلاع‌رسانی مطلوب به مردم و خرید و فروش برچسب‌های تقلبی با شکست مواجه شد.

یکی دیگر از دلایل شکست طرح شبنم، ناهماهنگی دستگاه‌ها با یکدیگر و موازی‌کاری وزارتخانه‌های متولی بود. برای مثال بر روی کالاهای سلامت محور، (مواد غذایی، آرایشی، بهداشتی و...) دو نوع برچسب مشابه الصاق می‌شد.^۲ یکی برچسب وزارت صنعت (برچسب شبنم)^۳ و دیگری برچسب وزارت بهداشت (برچسب اصالت و سلامت).^۴ با وجود این ناهماهنگی دستگاه‌ها باعث شد که

۱. برگرفته از جواب نامه سازمان غذا و دارو به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس به شماره نامه ۱۴/۲۲/۹۳۶۴. ۸۲ مورخ ۱۳۹۳/۷/۲۲ در خصوص بررسی مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور.

۲. همان.

۳. هر چند که صحبت‌های ضد و نقیضی درباره حذف طرح شبنم و یا عدم حذف آن در رسانه‌ها وجود دارد.

۴. هر چند که طی دستورالعمل‌هایی که به مجامع امور صنفی ابلاغ گردید، (از تاریخ ۱/۶/۱۳۹۱) نصب برچسب اصالت و سلامت بر روی اقلام آرایشی و بهداشتی وارداتی فاقد اعتبار گشت و کلیه اقلام وارداتی صرفاً موظف به دارا بودن برچسب طرح شبنم منقش به آرام سیب سلامت باشند.



نه تنها نصب برچسب اصالت و سلامت بر روی کالاها فاقد ارزش شود، بلکه واردکنندگان فرآورده‌های آرایشی، بهداشتی و عطریات جهت جلوگیری از مشکلات در سطح عرضه، مجبور به الصاق برچسب شبنم بر روی اجناس وارداتی خود گردند که از یک سو باعث به وجود آمدن هزینه اضافی برای تولیدکنندگان و واردکنندگان گشت (امری که در نهایت باعث افزایش قیمت فرآورده شد) و از سوی دیگر باعث سردرگمی مصرف‌کنندگان به علت فقدان آگاهی از مفهوم این برچسب‌ها بود.^۱

هر چند که سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت هنوز هم ادعا دارد که برچسب «اصالت و سلامت» کالا از سوی شرکت‌های مجری این سازمان بر روی فرآورده‌های آرایشی که دارای پروانه بهداشتی ورود هستند، الصاق می‌شود.^۲ اما از این سازمان در مقابل این پرسش‌ها که میزان واردات این فرآورده‌ها به کشور چه میزان است؟ و یا حجم تولیدات داخل کشور چه میزان است؟ پاسخی ندارد.^۳ بدین ترتیب نمی‌توان گفت سیاست‌ها و قوانین وضع شده برای تأیید سلامت فرآورده‌های آرایشی موجود در بازار موفق بوده است.

۲. سیاستگذاری در حوزه فرآورده‌های آرایشی از منظر مسائل فرهنگی ذیل موضوع گسترش عفاف

با توجه به اینکه مصرف گسترده فرآورده‌های آرایشی در بین زنان و دختران در سال‌های اخیر گفتمان حجاب و عفاف را در نظام به چالش کشیده است، سیاستگذاری در این عرصه از منظر مغایرت آن با ارزش‌ها و آرمان‌های انقلاب در پرهیز از نگاه ابزاری به زن و ضرورت رعایت حجاب و عفاف در عرصه عمومی حائز اهمیت است. به‌صورتی که از ابتدا استقرار نظام جمهوری اسلامی ایران مورد تصویب و تأکید نهادهای سیاستگذار و قانونگذاری قرار گرفت.

بررسی سیر تطور و تکامل سیاست‌ها و قوانین در مورد مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی در کشور نشان از این دارد که در این سال‌ها برخی سیاست‌ها و قوانین بازدارنده‌ای در مورد مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی به تصویب رسیده، چنانچه براساس ماده (۴) «قانون نحوه رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی را که استفاده از آنها در ملأعام خلاف شرع است و یا عفت عمومی را جریحه‌دار می‌کند»،^۴ «کسانی که در انتظار عمومی وضع پوشیدن لباس و آرایش آنها خلاف شرع و یا موجب ترویج فساد و یا هتک عفت عمومی باشد توقیف و خارج از نوبت

۱. مصاحبه حضوری با آقای حمید مقیمی، دبیر انجمن واردکنندگان لوازم آرایشی، بهداشتی و عطریات، ۱۳۹۲/۸/۲۱.

۲. برگرفته از پاسخ نامه سازمان غذا و دارو به شماره نامه ۶۷۵/۹۶۰۳۶ مورخ ۱۳۹۳/۸/۲۱ به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس به شماره نامه ۱۴/۲۲/۹۳۶۴ مورخ ۱۳۹۳/۷/۲۲ در خصوص بررسی مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور.

۳. همان.

۴. مصوب ۱۳۶۶/۲/۸.

در دادگاه صالحه محاکمه و حسب مورد به یکی از مجازات‌های مذکور در ماده (۲)^۱ محکوم می‌گردند» این مجازات تعزیری دربرگیرنده مجموعه اقداماتی از تذکر و ارشاد، توبیخ، تهدید و جریمه نقدی یا تعدادی ضربات شلاق با توجه دفعات، زمان و مکان محکومیت بوده است.

در سال‌های بعد زمانی که شورای عالی انقلاب فرهنگی مصوبه «راهکارهای گسترش فرهنگ عفاف» را در مورخ ۱۳۸۴/۵/۴ به تصویب رساند و در آن تلاش کرد ذیل موضوع عفاف برای عدم مصرف فرآورده‌های آرایشی در عرصه عمومی راهکارهایی ارائه دهد.

برای مثال،^۲ با توجه به نقش مهم صداوسیما به عنوان یکی از رسانه‌های جمعی تأثیرگذار در توسعه فرهنگ عفاف و حجاب، در بند «۲۲» از وظایف، سازمان صداوسیما موظف به تدوین سیاست‌های روشن و مشخص در مورد آرایش هنرمندان، مجریان زن و مرد و ... شده است. در همین راستا شورای نظارت بر سازمان صداوسیما طی سنوات گذشته اقدام به تصویب «سیاست‌ها و ضوابط آرایش و گریم» کرده و در مواد مختلف آن سعی نموده تا ضوابطی را برای نحوه استفاده هنرمندان، مجریان زن و مرد و ...، در برنامه‌های مختلف صداوسیما از فرآورده‌های آرایشی را تعیین کند، اما در عمل به دلایل متعددی (مانند نبود اجماع از سوی عوامل تولید برنامه با شورای نظارت بر سر مرز میان آرایش و گریم، جامع و مانع نبودن ضوابط آرایش و گریم و...) در بیشتر مواقع این سیاست‌ها اجرا نمی‌شود.

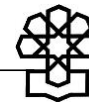
با این حال نگاهی به فضای عمومی جامعه حاکی از مصرف گسترده فرآورده‌های آرایشی در سطح عمومی جامعه است و سیاست‌ها و قوانین فرهنگی اتخاذ شده در این سال‌ها به نظر می‌رسد، توجه کمتری به موضوع استفاده از فرآورده‌های آرایشی به عنوان یکی از مظاهر تغییر سبک زندگی زنان نموده است.

جمع‌بندی

بازنمایی رسانه‌های جمعی خارجی و داخلی در اعلام رتبه هفتم ایران در جهان و رتبه دوم در خاورمیانه، در مصرف فرآورده‌های آرایشی، سبب شد تا در این گزارش با توجه به احتساب آمار واردات،

۱. ماده (۲) - مجازات تعزیری ... و استفاده‌کنندگان... به شرح زیر خواهد بود: ۱. تذکر و ارشاد، ۲. توبیخ و سرزنش، ۳. تهدید، ۴. تعطیل محل کسب... و ۱۰ تا ۲۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزار ریال در مورد استفاده‌کننده، ۵. لغو پروانه کسب در مورد فروشنده و ۲۰ تا ۴۰ ضربه شلاق یا جریمه نقدی از ۲۰ تا ۲۰۰ هزار ریال در مورد استفاده‌کننده. دادگاه با توجه به شرایط و حالات مجرم دفعات و زمان و مکان وقوع جرم و دیگر مقتضیات، مجرم را به یکی از مجازات‌های مذکور محکوم می‌نماید. تبصره «۱» - ... تبصره «۲» - در صورتی که مجرم کارمند دولت باشد علاوه بر مجازات‌های فوق به یکی از مجازات‌های زیر محکوم می‌شود: ۱. انفصال موقت تا دو سال، ۲. اخراج و انفصال از خدمات دولتی، ۳. محرومیت استخدام به مدت پنج سال در کلیه وزارتخانه‌ها و شرکت‌ها و نهادها و ارگان‌های دولتی و عمومی.

۲. یا در بند «۸» وظایف وزارت آموزش و پرورش بر لزوم آرایش نکردن دانش‌آموزان و کلیه کادر مدرسه تأکید شده، در بند «۵» وظایف وزارت امور اقتصادی و دارایی نظارت دقیق بر واردات و صادرات و ترانزیت (عبور) تمامی کالاها از جمله کالاهای آرایشی مورد توجه قرار گرفته، در بند «۲» وظایف مرتبط با وزارت کار و امور اجتماعی نیز این دستگاه موظف به، ارائه آموزش‌های لازم جهت رعایت ضوابط اخلاقی و ظاهری و آرایش در محیط‌های کار گشته است.



آمار قاچاق و هزینه خانوار برای خرید فرآورده‌های آرایشی، آمار واقع‌بینانه‌تری برای میزان مصرف این فرآورده در داخل کشور ارائه گردد. در صورتی که در مورد بازار فرآورده‌های آرایشی در کشور و میزان مصرف این فرآورده‌ها تحقیق جامع و کاملی موجود نیست.

آمار واردات رسمی کشور نشان می‌دهد که سهم واردکنندگان قانونی از گمرک‌های کشور در طی سال‌های اخیر از نظر وزنی کاهش یافته است، اما بدون شک صرف هزینه‌های زمانی به اضافه هزینه‌های مالی (شامل نرخ ورودی، مالیات بر ارزش‌افزوده و سایر هزینه‌های جانبی) بر واردات از مبادی رسمی تأثیرگذار بوده است. زیرا این هزینه‌ها باعث افزایش قیمت تمام شده فرآورده در داخل کشور می‌شود که با بودجه مصرف‌کننده داخل کشور همخوانی ندارد. هر چند که آمار واردات بیانگر میزان واقعی مصرف و واردات این فرآورده به داخل کشور نیست، زیرا آمار واردات فرآورده‌های آرایشی به همراه روغن‌های اسانسی و شبه‌رزین‌هاست که جزئی از فرآورده‌های آرایشی محسوب نمی‌شود.

آمار مربوط به قاچاق فرآورده‌های آرایشی نشان از افزایش کشفیات قاچاق فرآورده‌های آرایشی را می‌دهد. اما آمارهای کشفیات نمی‌تواند بیانگر میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در داخل کشور را نشان دهد، زیرا این آمارها تنها بر اساس فرآورده‌های آرایشی کشف شده، صورت می‌گیرد. در نتیجه این آمارها فاقد اعتبار است هر چند که افزایش میزان کشفیات نشان از افزایش تقاضای بازار مصرفی داخل کشور دارد.

شاید بتوان تنها مرجع تخمین مصرف فرآورده‌های آرایشی را آمار متوسط هزینه و درآمد خانوار دانست که نشان می‌دهد هر خانوار ایرانی به‌طور متوسط در سال ۱۳۹۰، حدود ۲/۵ درصد از هزینه‌هایشان را صرف خرید فرآورده‌های آرایشی کرده است. در کل خانوارهای کشور رقمی بالغ بر ۶۵ هزار و ۳۸۰ میلیارد ریال در این سال برای فرآورده‌های آرایشی صرف کرده‌اند.

اما در نهایت امر با توجه به حجم بالای قاچاق و تولید غیرمجاز فرآورده‌های آرایشی نمی‌توان دقیقاً اعلام کرد متوسط هزینه‌ای که هر خانوار ایرانی که برابر با ۳,۰۹۵,۰۶۹ ریال در سال ۱۳۹۰ بوده است نسبت به هزینه‌کرد در سایر کشورها از نرخ بالایی برخوردار است یا خیر؟ زیرا اگر این هزینه تنها صرف خرید فرآورده‌های آرایشی برندهای معروف که از طریق مرزهای رسمی وارد کشور شده و دارای تأییدیه سلامت از سوی سازمان غذا و دارو نیز باشد نمی‌تواند دربرگیرنده اقلام گوناگونی از دسته‌بندی فرآورده‌های آرایشی باشد، اما اگر این هزینه صرف خرید اقلام بی‌کیفیت و ارزانقیمت قاچاق و غیرمجاز شده باشد جای تأمل دارد، زیرا این میزان هزینه می‌تواند اقلام بیشتری از فرآورده‌های آرایشی را پوشش دهد، اما بدون توجه به خطراتی که برای سلامتی افراد در اثر مصرف این فرآورده‌ها به ارمان خواهد آورد.

در این میان جمهوری اسلامی ایران به واسطه تأثیر مصرف فرآورده‌های آرایشی بر سلامت آحاد جامعه و مغایرت کاربرد این محصول در عرصه عمومی با گفتمان حجاب اقدام به وضع برخی از قوانین

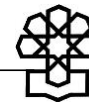
و سیاست‌های محدودکننده در این راستا نموده است.

با این حال بررسی سیاست‌های وضع شده در عرصه تقنین در جهت تضمین سلامت واردات کالاهای آرایشی از مبادی رسمی نشان می‌دهد وجود دستگاه‌های متولی متعدد درخصوص واردات فرآورده‌های آرایشی و لزوم اخذ مجوز واردات از تمامی آنها، سبب طولانی شدن زمان و پیچیده شدن فرآیند واردات این کالاها از مبادی رسمی شده است، امری که از یک سو عرضه‌کننده این محصولات را به ورود کالای قاچاق (به علت قیمت پایین‌تر و درگیری اداری کمتر) ترغیب نموده و ازسوی دیگر به‌علت بالا بودن قیمت کالا وارداتی مورد تأیید که بخشی از آن ناشی از افزایش تعرفه این محصول است، تمایل خریدار را به مصرف کالای قاچاق، بی‌کیفیت و ارزانقیمت گسترش داده است.

بررسی سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در این راستا نیز نشان می‌دهد اگرچه قانون‌گذار با وضع قوانین مختلف تلاش کرده مصرف این محصولات در عرصه عمومی را کاهش دهد، اما در نهایت این تلاش‌ها به‌دلایل مختلف ازجمله عدم اجرای برخی از قوانین، برخورد بازدارنده با مصرف‌کنندگان و تناقض در عملکرد نهادهای فعال در این عرصه با شکست مواجه شده است از سوی دیگر کمتر برنامه مشخصی ازسوی نهادهای فرهنگ‌ساز در خصوص تبعات مصرف فرآورده‌های آرایشی به خصوص محصولات تقلبی و بدون تأیید وزارت بهداشت در بین دختران و زنان و تغییر الگو هویتی صورت گرفته در این خصوص تدوین شده است. بنابراین توجه کمتر سیاست‌های آموزشی نهادهای فرهنگ‌ساز به‌ویژه صداوسیما از آثار مخرب این محصولات بر سلامت جامعه به‌ویژه محصولات قاچاق سبب گسترش روزافزون این فرآورده‌ها در اقشار مختلف به‌ویژه زنان و دختران جامعه شده است.

آنچه بررسی فوق نشان می‌دهد خلأ مرکزی جهت رصد آمار مصرف این فرآورده‌ها در کشور است (با توجه به اینکه سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی درخصوص میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی قادر به ارائه آمار نیست). امری که از یک سو سبب شده آماری غیرواقعی در کشور از مصرف این فرآورده‌ها ارائه شود و از سوی دیگر، توان سیاستگذاری در این حیطه را از بین برده است.

بنابراین با توجه به اینکه بازار فرآورده‌های آرایشی در کشور مملو از کالاهای قاچاق بی‌کیفیت و ارزانقیمت است و ازسویی به‌علت جواز شرع درخصوص مصرف این فرآورده‌ها در حوزه خصوصی امکان منع مصرف این محصولات وجود ندارد، تغییر در روند تعرفه و سیاستگذاری‌های سلامت‌محور در این موضوع حائز اهمیت است تا حداقل فرآورده‌های مصرفی از سوی جامعه با سلامت مصرف‌کنندگان مغایرت نداشته باشد. علاوه بر این گسترش سیاست‌های آموزشی نهادهای فرهنگ‌ساز از آثار سوءمصرف بی‌رویه این محصولات و جدیت نهادهای نظارتی در عدم استفاده از فرآورده‌های آرایشی در محیط‌های اداری و دستگاه‌های اجرایی و همچنین صداوسیما جهت تغییر الگوی مصرف در جمهوری اسلامی ایران ضروری است.



منابع و مأخذ

۱. آمار دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۱۱۷۹۴/۹۳/۲۵۳ مورخ ۲۲/۰۱/۱۳۹۳ و نامه ۱۲۴۵۸/۹۳/۲۵۳ مورخ ۲۲/۰۲/۱۳۹۲.
۲. اهمیت و راهکارهای مبارزه با قاچاق کالاهای آرایشی و بهداشتی، مرکز پژوهش، آمار و اطلاعات ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز، مهرماه ۱۳۹۲.
۳. بلالی، اسماعیل، افشار کهن، جواد. زیبایی و پول، آرایش و جراحی، فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، سال دوازدهم، ش ۴۷، بهار ۱۳۸۹.
۴. دستور العمل واردات مواد اولیه و کالاهای فرآیند شده آرایشی و بهداشتی، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی آذرماه ۱۳۸۵.
۵. صمدی، سعید. ورود به بازار ۲ میلیارد دلاری لوازم آرایشی ایران، تنگناها، راهکارها، فصلنامه توسعه مهندسی بازار، سال سوم، ش ۱۲، زمستان ۱۳۸۸.
۶. عزم جدی ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز در پیشگیری و مبارزه با قاچاق کالاهای آرایشی و بهداشتی، فصلنامه پژوهشی و تحلیلی اقتصاد پنهان، ش ۱۲، بهار ۱۳۸۹.
۷. کتاب قانون و مقررات صادرات و واردات سال ۱۳۹۰، ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲.
۸. گزارش «پرونده‌های متشکله قاچاق کالا» طی سال ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱، معاونت طرح و برنامه دفتر آمار و اطلاعات و ارتباطات گمرک جمهوری اسلامی ایران.
۹. مصاحبه حضوری با آقای حمید مقیمی، دبیر انجمن واردکنندگان لوازم آرایشی، بهداشتی و عطریات، ۱۳۹۲/۸/۲۱.
۱۰. مرکز آمار ایران، آمار هزینه درآمد خانوار در طی سال‌های ۱۳۸۳-۱۳۹۰.
۱۱. نامه سازمان غذا و دارو به شماره نامه ۶۷۵/۹۶۰۳۶ مورخ ۱۳۹۳/۸/۲۱ به نامه مرکز پژوهش‌های مجلس به شماره نامه ۸۲-۱۴/۲۲/۹۳۶۴ مورخ ۱۳۹۳/۷/۲۲ در خصوص بررسی مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور.
۱۲. نامه دریافتی از گمرک جمهوری اسلامی ایران با شماره نامه ۲۲/۷۳/۲۵۳/۴۴۹۰ مورخ ۲۲/۰۱/۱۳۹۲.
۱۳. نظام اسلامی و مسئله پوشش زنان، ماهنامه علمی، فرهنگی و اجتماعی حواء، ش ۲۳، اسفند ۱۳۸۵.
۱۴. هروانی، حسین. بررسی ابعاد طرح شبنم، دفتر مطالعات اقتصادی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۱.

15. <http://www.aftabnews.ir>.

16. <http://www.jamejamonline.ir>

17. <http://www.alef.ir>

18. <http://www.farsnews.com>.

19. <http://www.farsnews.com>

20. www.tabnak.ir.

21. <http://www.yic.ir>.

22. <http://www.fda.gov>.

23. <http://www.irica.gov.ir>.



مرکز پژوهش‌ها
مجلس شورای اسلامی

شناسنامه گزارش

شماره مسلسل: ۱۴۱۷۵

عنوان گزارش: بررسی میزان مصرف فرآورده‌های آرایشی در کشور

نام دفاتر: مطالعات فرهنگی (گروه زنان و خانواده) و مطالعات اقتصادی (گروه بازرگانی)

تهیه و تدوین کنندگان: اکرم باجلان، حسین هرورانی، فتح‌ا... تاری

همکار: محمدرضا عبدالهی

ناظر علمی: آسیه ارحامی

متقاضی: معاونت پژوهش‌های اجتماعی - فرهنگی

ویراستار تخصصی: ———

ویراستار ادبی: ———

واژه‌های کلیدی:

۱. قاچاق فرآورده‌های آرایشی

۲. هزینه خانوار

۳. واردات فرآورده‌های آرایشی



تاریخ انتشار: ۱۳۹۳/۱۱/۲۸