گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۴۰۲
دوشنبه ۱۸ آبان ۱۴۰۵ ۲۲:۳۳

شیما زارعی، مدیرعامل کلینیک بیوتی نیاوران

آینه صنعت زیبایی را با کیفیت داخلی جلا دهیم

شیما زارعی، مدیرعامل کلینیک بیوتی نیاوران، با اشاره به چالش‌های حوزه کلینیک‌های زیبایی، وجود متریال‌های تقلبی، محدودیت واردات تجهیزات پزشکی و دشواری دسترسی به محصولات استاندارد را از مشکلات اصلی این صنعت دانست. وی بر ضرورت همکاری دانشگاه‌های علوم پزشکی، شرکت‌های دانش‌بنیان و کلینیک‌های زیبایی برای ارتقای کیفیت محصولات و خدمات تأکید کرد. همچنین اصلاح ضوابط تبلیغاتی و افزایش آگاهی عمومی را از دیگر نیازهای این حوزه برشمرد.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، در گفت‌وگویی با شیما زارعی درباره مشکلات صنعت زیبایی، کیفیت محصولات و تجهیزات مصرفی، نقش دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، تأثیر رسانه‌ها و جایگاه متخصصان ایرانی در عرصه بین‌المللی به گفت‌وگو پرداختیم.

متریال‌های تقلبی؛ یکی از چالش‌های بازار زیبایی

شیما زارعی با اشاره به مهم‌ترین مشکلات فعالان حوزه کلینیک‌های زیبایی اظهار کرد: یکی از چالش‌های جدی بازار ایران، وجود متریال‌های تقلبی و غیراستاندارد است که حتی در برخی موارد از مسیرهای رسمی عرضه دارو و محصولات پزشکی نیز با آن‌ها مواجه می‌شویم.

وی افزود: بسیاری از محصولات و تجهیزات باکیفیت مورد استفاده در این حوزه، منشأ اروپایی یا آمریکایی دارند، اما به دلیل محدودیت‌های وارداتی، دسترسی به آن‌ها دشوار شده است. در نتیجه، برخی فعالان این حوزه ناچار به استفاده از محصولات چینی یا کالاهایی می‌شوند که از مسیرهای غیررسمی وارد کشور شده‌اند.

زارعی معتقد است ساماندهی بازار محصولات زیبایی و نظارت دقیق بر کیفیت مواد مصرفی، از اقدامات ضروری برای ارتقای سطح خدمات در این حوزه است.

ضرورت ارتباط دانشگاه‌ها با کلینیک‌های زیبایی

زارعی با اشاره به ظرفیت دانشگاه‌های علوم پزشکی و مجموعه‌های علمی کشور، بر ضرورت استفاده از توان داخلی برای تولید محصولات باکیفیت تأکید کرد.

وی اظهار کرد: دانشگاه‌های توانمندی در کشور وجود دارند که می‌توانند با الگوبرداری از کشورهای پیشرفته و بهره‌گیری از دانش متخصصان داخلی، زمینه تولید محصولات و متریال‌های استاندارد را فراهم کنند.

او در پاسخ به این پرسش که اگر در جایگاه تصمیم‌گیرنده قرار داشت، چه اقدامی را در اولویت قرار می‌داد، گفت: ایجاد ارتباط مؤثر میان دانشگاه‌های علوم پزشکی، شرکت‌های دانش‌بنیان و کلینیک‌های پوست و زیبایی می‌تواند یکی از مهم‌ترین اقدامات برای ارتقای کیفیت محصولات و خدمات باشد.

به اعتقاد وی، شکل‌گیری چنین ارتباطی می‌تواند به شناسایی نیازهای واقعی بازار، توسعه محصولات داخلی و ارتقای استانداردهای کیفی منجر شود.

زارعی همچنین بر ضرورت درجه‌بندی و نظارت بر محصولات آرایشی، بهداشتی و زیبایی تأکید کرد و گفت: در حال حاضر برخی محصولات داخلی باکیفیت در بازار وجود دارند، اما تعداد آن‌ها محدود است و هنوز نتوانسته‌اند به‌طور کامل جایگزین محصولات معتبر خارجی شوند.

اعتمادسازی؛ مهم‌تر از تبلیغات گسترده

مدیرعامل کلینیک بیوتی نیاوران در بخش دیگری از گفت‌وگو، درباره نقش رسانه‌ها در معرفی کلینیک‌های زیبایی اظهار کرد: تبلیغات گسترده به‌تنهایی نمی‌تواند تضمین‌کننده موفقیت و اعتبار یک مجموعه باشد.

وی افزود: تبلیغات باید در درجه نخست به معرفی صحیح خدمات پزشکی و زیبایی و افزایش آگاهی مردم کمک کند تا مراجعه‌کنندگان بتوانند با شناخت کافی درباره انتخاب مجموعه موردنظر خود تصمیم بگیرند.

زارعی معتقد است تبلیغات صرفاً با هدف جذب مراجعه‌کننده شاید در کوتاه‌مدت نتیجه‌بخش باشد، اما در بلندمدت نمی‌تواند جایگزین اعتبار حرفه‌ای و اعتماد مخاطبان شود.

وی در ادامه به محدودیت‌های موجود در زمینه تبلیغات کلینیک‌های زیبایی اشاره کرد و گفت: دریافت مجوز برای فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی با دشواری‌هایی همراه است. همچنین محدودیت در انتشار تصاویر قبل و بعد از خدمات و استفاده از تصاویر مراجعه‌کنندگان، امکان معرفی نمونه‌کارها و

نمایش نتایج فعالیت کلینیک‌ها را کاهش می‌دهد.

به گفته زارعی، این محدودیت‌ها باعث می‌شود مخاطبان فرصت کمتری برای بررسی نمونه‌کارها و ارزیابی توانمندی مجموعه‌های مختلف داشته باشند.

جایگاه متخصصان ایرانی در عرصه بین‌المللی

زارعی در پاسخ به پرسشی درباره جایگاه متخصصان ایرانی در مقایسه با فعالان بین‌المللی حوزه زیبایی، از توانمندی پزشکان و متخصصان کشور سخن گفت.

وی اظهار کرد: ایران از ظرفیت تخصصی قابل‌توجهی در حوزه خدمات زیبایی برخوردار است و علاقه مردم به این خدمات باعث شده است مراجعه‌کنندگانی از کشورهای دیگر نیز برای دریافت خدمات به ایران سفر کنند.

او با اشاره به حضور مراجعه‌کنندگان خارجی در کلینیک‌های زیبایی کشور افزود: بخشی از این افراد با هدف دریافت خدمات تخصصی به ایران مراجعه می‌کنند.

زارعی در ارزیابی خود از جایگاه متخصصان ایرانی معتقد است کشورمان از نظر سطح تخصص و مهارت می‌تواند در میان رتبه‌های نخست تا سوم جهان قرار گیرد؛ با این حال، تأکید کرد که این جایگاه از نظر تجهیزات و امکانات به همان اندازه مطلوب نیست.

وی محدودیت در ورود قانونی تجهیزات پزشکی و دسترسی دشوار به متریال‌های استاندارد را از عوامل مؤثر بر این فاصله دانست و اظهار کرد: متخصصان ایرانی با وجود برخورداری از دانش و مهارت، در زمینه تأمین تجهیزات و مواد مصرفی با مشکلاتی مواجه هستند.

حمایت از تولید داخلی و ارتقای استانداردها

زارعی در جمع‌بندی دیدگاه‌های خود، ارتقای صنعت زیبایی کشور را نیازمند توجه هم‌زمان به چند حوزه دانست؛ از جمله نظارت بر کیفیت محصولات، تسهیل دسترسی به تجهیزات استاندارد، حمایت از تولیدکنندگان داخلی و تقویت ارتباط دانشگاه و صنعت.

وی تأکید کرد که برخورداری از نیروی متخصص و دانش فنی به‌تنهایی برای توسعه این صنعت کافی نیست و باید زیرساخت‌های لازم نیز برای فعالیت کلینیک‌ها فراهم شود.

به اعتقاد او، با ایجاد همکاری میان دانشگاه‌های علوم پزشکی، شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان حوزه زیبایی، می‌توان از ظرفیت‌های علمی و تخصصی کشور استفاده کرد و زمینه تولید محصولات باکیفیت و کاهش وابستگی به واردات غیررسمی را فراهم ساخت.

وی همچنین اعتمادسازی، اطلاع‌رسانی صحیح و فراهم کردن امکان معرفی ضابطه‌مند خدمات را از عوامل مؤثر در توسعه این حوزه دانست.