

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائین اجتماعی

۳۱۳

تولید اسانس گیاهی برای معطر نمودن چای داخلی

۱۳۹۰

تولید اسانس گیاهی برای معطر نمودن چای داخلی / تدوین و تنظیم سازمان
همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)
تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰
۸۲ ص. - مصور (رنگی)
موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۱۳
۱۵۰۰۰ ریال: ۵-۰۶۹-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸
کسب و کار خانگی - ایران - اسانس های طعم دهنده - مشاغل -
دستنامه‌ها - اسانس ها - صنعت و تجارت
سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
HD ۶۲/۳۸/ت/۸۶ ۱۳۹۰
۲۴۱۳۸۲۹ ۶۵۸/۷۸۲



عنوان کتاب: تولید اسانس های گیاهی برای معطر نمودن چای داخلی
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۵-۰۶۹-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
فرآیند تولید.....	۳۴
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۴۹
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۵۰
سرمایه مورد نیاز.....	۵۲
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۵۴
وضعیت بازار تولیدات.....	۵۴
شیوه بازاریابی و معرفی تولیدات.....	۵۶
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۷۳
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۷۵
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۷۶
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۷۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۷۸

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راه‌ها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگیهای کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند. امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

اسانس‌های گیاهی طبقه‌ای از روغن‌های فرار می‌باشند که جنبه گیاهی دارند. در اصل وجود بوی خوش از اندام‌های این گونه گیاهان یا مزه آنها به دلیل وجود این اسانس‌ها می‌باشد. در این میان اسانس ممکن است به طور مستقیم توسط پروتوپلاسم گیاه که به شکل تجزیه مواد رزینی سلول‌ها یا هیدرولیز گلوکزیدها حاصل می‌شود به وجود آید.

البته می‌بایست توجه داشت که محل تشکیل و جایگزینی روغن‌های فرار در گیاهان به تیره‌های آنها بستگی دارد. به عنوان مثال در گیاهان تیره نعناع، اسانس‌ها در تارهای ترشح کننده گیاه و در چتریان در لوله‌های روغنی و در گل محمدی در گلبرگ و... قرار دارد. از طرفی وزن مخصوص اسانس کمتر از آب می‌باشد و به جز مواردی معدود، بر روی آب مانند لکه‌های چربی قرار می‌گیرند. از طرف دیگر اسانس‌ها به علت تبخیر در اثر مجاورت هوا، در ظرف‌های سر بسته نگهداری می‌شود.

اسانس در اولین مرحله جداسازی بیرنگ است ولی به محض اینکه در معرض هوا قرار می‌گیرد تغییر رنگ می‌دهد. به همین دلیل یکی از موارد دیگری که در مورد اسانس‌ها باید در نظر بگیرید این است که معمولاً اسانس

را در ظرف‌های تیره رنگ نگهداری می‌کنند چون تابیدن نور بطور مستقیم از خاصیت کیفی اسانس به شدت می‌کاهد. اسانس در الکل، محلول است. ساختمان شیمیایی اسانس‌ها شامل استرها، آلدئیدها، الکل‌ها، فنول‌ها، کتن‌ها و ترپن‌ها می‌باشد. استرها: عمدتاً بنزوئیک؛ استیک؛ سالیسیک؛ و سینامیک اسیدها. الکل‌ها: منتول و بورنیول و... . آلدئیدها: بنزآلدئید؛ سینامالدهید؛ سیترال، اسیدها: بنزوئیک؛ سینامیک؛ ایزووالریک در حالت آزاد. فنول‌ها: تیمول؛ اوژنول، کارواکرول. کتون‌ها: کارون؛ منتون؛ ایرون؛ کامفور و... لاکتون‌ها: کومارین و... ترین‌ها: کامفین؛ پینن؛ لیمونن؛ سدرین؛ فلاندرین و هیدروکربن‌ها: سیمین؛ استیرن؛ فنیل اتیلن می‌باشند که بسته به نوع و تعداد کربن‌های زنجیره اصلی و شاخه‌های جانبی متصل به آن و نوع آلیفاتیک یا آروماتیک بودن آن خواصی متفاوت در عطر و بو و طعم از خود نشان می‌دهند، تهیه این گروه مواد به دو صورت سنتز آزمایشگاهی و جداسازی طبیعی از گیاهان صورت می‌پذیرد. با توجه به مطالب گفته شده: اسانس‌ها دارای ترکیبات شیمیایی متنوع و پیچیده‌ای هستند و به همین دلیل نمی‌توان خصوصیات داروئی مشترکی را برای آنها ذکر کرد. ولی بطور کلی اسانس‌ها دارای خاصیت ضد نفخ (Carminative) می‌باشند. از دیگر خصوصیات داروئی که برای اسانس‌ها ذکر شده است، به برخی موارد در زیر اشاره شده است:

✦ ضد عفونی کننده

✦ ضد تشنج

✦ ضد تورم و التهاب

✦ خلط آور

✦ ضد قارچ، باکتری و کرم

✦ محرک

✦ مسکن درد دندان

✦ ضد خارش موضعی

✦ محرک دستگاه گوارش

✦ ضد رماتیسم



به طور کلی می‌توان گفت: روغن‌های اسانسی در برگ‌ها و گل‌ها؛ پوست و ساقه؛ بذرها و میوه‌ها؛ چوب و ریشه‌ها و ساقه‌های زیرزمینی و در برخی از گیاهان در صمغ روغنی یافت می‌شود. این روغن‌ها که عمدتاً فرار می‌باشند را می‌توان از گیاهان با روش‌های گوناگونی به دست آورد که عبارتند از: فشردن؛ تقطیر و استخراج با حلال‌های فرار؛ روغن‌های جذب کننده اسانس

لازم به ذکر است که استخراج با حلال‌های فرار یک روش جدید است که می‌تواند جایگزین روش‌های دیگر شود اما از تقطیر گرانتر است. در راستای تولید اسانس گیاهی برای معطر نمودن چای داخلی باید گفت این اسانس‌های طبیعی، جوهر اصلی گیاه و طبیعت است که از طریق چای داخلی در اختیار مردم گذاشته می‌شود که با این کار بهترین راه استفاده سریع، مؤثر و اقتصادی از گیاه معطر صورت می‌پذیرد و در عین حال مردم را از مصرف مواد شیمیایی مشابه و مضر بی‌نیاز می‌کند.

اما شما به عنوان تولید کننده این اسانس‌های گیاهی می‌بایست از ابتدای راه باور کنید که شما ارباب و اسباب موفقیت و شکست‌هایتان هستید. پس می‌بایست به دنبال خواست و نیاز مشتریان خود در این حوزه باشید. شما با توجه به اینکه هر روز می‌بایست سعی کنید در کار خود حرفه‌ای‌تر عمل کنید لازم است روزانه به این سوالات نیز پاسخ دهید:

👉 چرا مردم اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) را از ما می‌خرند؟ با این سوال مهم، شما روزانه علل و عوامل خرید مشتریان از کسب و کار خود را رصد خواهید کرد. این امر نقاط قوت کسب و کار شما را روشن‌تر می‌سازد.

👉 چرا برخی از مردم این اسانس‌ها را از ما نمی‌خرند و آن را از سایر موسسات و... تهیه می‌کنند؟ با این سوال مهم، شما روزانه علل و عوامل عدم خرید برخی مشتریان از کسب و کار خود را رصد می‌کنید و این امر بیش از پیش شما را در رصد نمودن نقاط ضعف خود نسبت به رقبای کمک می‌کند که اگر بتوانید این نقاط را تبدیل به نقاط قوت کسب و کار خود نمایید شما خواهید توانست در زمینه تولید اسانس گیاهی و فروش تولیدات خود توفیق قابل ملاحظه‌ای کسب نمایید.

👉 چه کنیم که مردم بیشتر از ما بخرند؟ در این نوع سوالات شما به دنبال راه کارها و روش‌های افزایش خرید افراد حقوقی و حقیقی از کسب و کار خود هستید تا از طریق کسب و کار خانگی خود بتوانید درآمد مکفی کسب کنید.

در واقع بخش مهمی از موفقیت شما در این کسب و کار ناشی از نوع و کیفیت پرسش‌های برانگیزاننده و نیز تسلط شما بر راه کارها و چگونگی استفاده از آنها در شرایط گوناگون کسب و کار و زندگی است.

اما در مورد خود اسانس‌ها که کسب و کار شما به تولید آنها به منظور معطر نمودن چای داخلی می‌پردازد می‌بایست گفت: از نظر شیمیایی اغلب این اسانس‌ها هیدروکربورهای نوع ترپنی هستند و قابلیت صابونی شدن ندارند. برخی از آنها حاوی یک ماده خالص هستند مانند روغن کاج (Winter green) که حاوی ماده خالص متیل سالیسیلات است و در ساخت پمادهای مسکن درد استفاده می‌شود ولی برخی مخلوط چند ماده هستند مانند روغن ترپنتین (پنتن و دی پنتن). گاهی اسانس‌ها حاوی یک ماده رزینی در یک حلال هستند که به آنها الئورزین (Oleoresins) یا بالزام (Balsams) می‌گویند. اما در هر صورت از نظر شکل ظاهری، اسانس‌ها مابعی تقریباً بی‌رنگ و دارای بوی قوی بوده که در تماس با هوا کدر می‌شوند. چگالی اغلب آنها بین (۰٫۸۵ - ۱/۱) می‌باشد. اسانس‌های محلول در الکل، دی‌سولفید کربن، تترا کلرو کربن، کلرو فرم، اترهای نفتی و روغن‌های چرب هستند. اغلب در آب نامحلول بوده به جز بعضی از آنها که در آب کم محلول‌اند.

نقطه اشتعال اسانس‌های طبیعی حدود ۶۰ تا ۷۰ درجه سانتیگراد و ضریب شکست نوری این مواد حدود ۱٫۴ می‌باشد. از ویژگی‌های اصلی روغن‌های فرار قابلیت تقطیر و فاسد نشدن آنها است که این دو مشخصه

می‌تواند روغن‌های فرار (اسانس) را از روغن‌های پایدار (استرهای اسید چرب) متمایز نماید.

بسته‌بندی اسانس معمولاً در ظروف شیشه‌ای و یا پلی‌اتیلن بوده ولی در مورد اسانس‌های طبیعی گرانتقیمت، بسته‌بندی شیشه‌ای ترجیح داده می‌شود.



در مورد گیاهان دارویی باید گفت: قسمت اعظم گیاهان دارویی که در گذشته مورد استفاده قرار گرفته‌اند و هنوز هم در اکثر نقاط مصرف می‌شوند به صورت "خودرو" می‌باشند. ولی بعد از شناخت اسانس (مواد مؤثر) موجود در این گیاهان و تشخیص کیفی و کمی این مواد، گیاهان فوق بیشتر

به صورت کشت شده در داروسازی و پزشکی مورد استفاده قرار گرفتند. استفاده از گیاهان معطر به دو صورت ممکن می‌باشد، یا بدون هیچگونه تغییری مصرف می‌شوند و یا این که اسانس آنها را در معطر نمودن چای و به منظور عطر بخشیدن به آن استفاده می‌نمایند.

اغلب اسانس‌ها را از منابع طبیعی به دست می‌آورند و تاکنون از ۸۷ تیره اسانس تهیه می‌شوند. به طور کلی می‌توان این طور بیان نمود که اسانس‌ها در خانواده‌های زیر یافت می‌شوند:

- ❖ خانواده پیناسه (تیره کاج)
- ❖ خانواده پریاسه (تیره زنجبیل)
- ❖ خانواده مالاراسه (تیره برگ نو)
- ❖ خانواده روتاسه (تیره مرکبان)
- ❖ خانواده میرتاسه (تیره مورد)
- ❖ خانواده لابیاته (تیره نعناع)
- ❖ خانواده امبیلی فر (تیره چتریان)

اسانس‌ها را می‌توان را براساس شیوه تولید آن به صورت زیر تقسیم نمود:

- ❖ اسانس همراه با آب
- ❖ اسانس همراه با حلال

♦ اسانس همراه با روغن

♦ اسانس همراه با موم

در این میان روغن‌های اسانسی مرکبات شامل مواردی چون ترنج، پرتقال، لیموترش، لیمو عمانی و... می‌باشد.

روغن‌های اسانسی غیر از روغن‌های اسانسی مرکبات نیز شامل مواردی چون شمعدانی، یاسمن، اسطوخودوس یا لاوندن، نعنا صحرايي، ساير نعناع‌ها، برمکی، شبه رزین‌ها (رزینوئیل‌ها) و... می‌باشد.

اسانس‌های گیاهی که برای معطر نمودن چای داخلی مورد استفاده قرار می‌گیرند به منظور ایجاد طعم، بو، استفاده از خواص گیاهان و تغییر مزه استفاده می‌شوند.

اسانس‌هایی که از گیاهان معطر به دست می‌آیند در عطر بخشیدن به چای داخلی کاربرد دارند. تعدادی از این گیاهان عبارتند از:

♦ سنبل‌الطیب: آرام بخش

♦ اسانس شوید: پائین آورنده چربی خون

♦ اسانس اکالیپتوس: ضد عفونی کننده

♦ اسانس رازیانه: ضد نفخ

♦ اسانس اسطوخودوس: ضد میکروب

برخی دیگر از انواع اسانس‌هایی که امکان تولید آن برای معطر نمودن چای داخلی وجود دارد عبارتند از: پرتقال، نعنای، لیمو، اکالیپتوس، میخک، لیموترش، نارنگی، زیره، پرتقال، گل محمدی، گریپ فروت، گشنیز و... در این میان تولید اسانس گیاهان دارویی در چای داخلی به علت تنوع، موارد مصرف مختلفی داراست که همگی برای بهبود حال بیماران و یا کمک به سلامتی بدن، مورد استفاده قرار می‌گیرند. در واقع مهمترین کاربرد اسانس‌ها در کنار طعم بخشیدن به انواع چای‌های ایرانی، اثرات درمان کننده آنهاست.

با توجه به مطالب گفته شده می‌توان گفت: هنگام استفاده از چای معطر متقاضیان و مشتریان شما انتظار دارند بوی مطبوعی متناسب با عملکرد چای به مشام برسد. به همین دلیل شما می‌بایست در انتخاب اسانس‌های گیاهی که امکان تولید آن را دارید بسیار حساس بوده و تغییر ذائقه و سلیقه افراد را لحاظ کنید. اسانس‌ها ترکیبات بیرنگی هستند، بخصوص اگر تازه تهیه شده باشند. اما با گذشت زمان به علت اکسید شدن رنگ آنها تیره می‌گردد. آنها در الکل کاملاً حل می‌شوند، در صورتی که با آب غیر قابل اختلاط هستند. اما به اندازه کافی در آب حل شده و بوی خود را به آن انتقال می‌دهند. مواد اصلی موجود در اسانس‌ها در اثر حرارت و گرما تغییر می‌یابند. بوی اسانس‌ها نیز بی‌نهایت متفاوت می‌باشد که این امر به دلیل ترکیبات مشخص هر گیاه

است. بوی اسانس‌ها به طور محسوسی در معرض هوا تغییر می‌کند. همچنین طعم اسانس‌ها نیز با یکدیگر متفاوت است و می‌توان گفت اسانس‌ها دارای طعم‌های شیرین، تلخ، ملایم، گس و سوزاننده می‌باشند. در این راستا تفاوت اسانس‌ها یا روغن‌های معطر با روغن‌های معمولی در این است که اسانس‌ها یا روغن‌های معطر فاقد ترکیبات اسیدهای چرب هستند و بر خلاف روغن‌های معمولی تند نمی‌شوند و همچنین اسانس‌ها بر روی کاغذ یا پارچه، لکه چربی بر جای نمی‌گذارند.

اسانس‌ها بسته به نوع گیاه ممکن است در اندام‌های مختلف گیاه وجود داشته باشد. نکته حائز اهمیت این است که برای بدست آوردن حداکثر مقدار اسانس در یک گیاه، باید حتما گیاه را قبل از گل دادن چید. در این زمان است که گیاه حداکثر اسانس را داراست زیرا بعد از گل دادن، گیاهان حدود ۷۰ درصد اسانس خود را از دست می‌دهند. در ضمن باید از گیاهانی استفاده کرد که از مواد شیمیایی در پرورش آنها استفاده نشده باشد و گیاه در طبیعی‌ترین حالت ممکن باشد تا در اسانس آن مواد شیمیایی و رادیواکتیو موجود نباشد. در واقع اسانس هر گیاه شیره ذاتی و رکن اصلی و ارزشمند هر گیاه بوده و به منزله روح گیاه می‌باشد. اسانس‌ها در اکثر موارد مخلوطی از ترکیبات مختلف شیمیایی هستند که با یکدیگر تفاوت بسیار داشته ولی در بعضی از خواص فیزیکی با هم اشتراک دارند. به عنوان مثال اسانس‌ها دارای

بوی مشخص و نافذ می‌باشند. اکثر آنها با استفاده از دوبار تقطیر، قابلیت بیرنگ شدن را دارند. البته در این مورد اسانس بابونه یک استثناء بوده و رنگ خود اسانس آبی می‌باشد. همچنین اسانس‌ها در معرض هوا رنگی می‌شوند. به عنوان مثال، اسانس نعناع به رنگ زرد و اسانس دارچین به رنگ قهوه‌ای در می‌آیند. مقدار اسانس موجود در گیاهان بسیار اندک می‌باشد، به طوری که مقادیر لازم از گیاهان مختلف برای تهیه یک کیلوگرم از اسانس آنها به شرح زیر می‌باشد:



✦ میخک: ۲۰ کیلوگرم

✦ اسطوخودوس (لاواندا): ۱۵۰ کیلوگرم

✦ نعناع: ۳۰۰ کیلوگرم

✦ آویشن قرمز: ۵۰۰ کیلوگرم

✚ مریم گلی: ۸۰۰ کیلوگرم

✚ بابونه: ۱۰۰۰ کیلوگرم

✚ گل سرخ: ۳۰۰۰ کیلوگرم

واضح‌ترین اثر اسانس‌ها تحریک حس بویایی می‌باشد. بوها تاثیری بر احساسات ما داشته و مستقیماً بر روی مغز اثر می‌گذارند. دستگاه بویایی به سیستم لیمبیک که مرکز کنترل هیجان، حافظه و احساسات است متصل بوده و در کنترل ضربان قلب، فشار خون، استرس، تنفس و تعادل هورمون‌ها دخالت دارد. همچنین اسانس‌ها بعد از استعمال موضعی و یا مصرف به صورت استنشاقی جذب خون شده و اثر خود را از راه خون اعمال می‌کنند. در این راستا بسیاری از مادران با استفاده از چای اقدام به درمان موضعی فرزندان خود می‌کنند و چون به تجربه اثر درمانی آن را دیده‌اند بنابراین با توجه به خواص اسانس‌های گیاهی موجود در چای در این حوزه نیز علاقمند به استفاده از آن خواهند بود. اما اگر مشتری شما به هر دلیلی محصول شما را ترک کرد شاید واقعاً به دنبال محصول بهتری نسبت به محصول شما نباشد بلکه خواهان «محصول دلخواه» یا انتظارات و ارزش‌های مورد نظر خودش باشد. به همین دلیل بر شما به عنوان متولی این کسب و کار خانگی واجب است که در بازارهای دشوار که خریداران به راحتی محصول

تولیدی شما را نمی‌خرند «محصول» را از زبان مشتری درک کنید و بهتر از رقبا به او عرضه کنید.

پیشینه خدمات

استعمال اسانس‌ها به دوران باستان باز می‌گردد، به طوریکه مصریان باستان ۴۵۰۰ سال پیش از میلاد مسیح، از روغن‌های معطری که از گیاهان بدست می‌آوردند برای انجام مناسک مذهبی، آئین‌ها و نیز مداوای بیماران استفاده می‌کردند. نوشته‌هایی بدست آمده است که نشان می‌دهد مصریان ۴۰ قرن قبل از میلاد می‌دانستند که چگونه اسانس‌ها را از گیاهان بدست آورند. در واقع مصریان از اسانس‌ها برای مومیایی کردن فراعنه استفاده می‌کردند. مومیگران بعد از خارج نمودن احشاء، شکم جسد را از اسانس‌های سیر، دارچین و اسانس‌های معطر دیگر پر می‌کردند.

در واقع می‌توان گفت رایحه درمانی یکی از کاربردهای انواع اسانس‌های گیاهی است. رایحه درمانی یعنی استفاده از اسانس‌های معطر گیاهی به منظور تحریک سلامت و نشاط در جسم، فکر و انگیزه‌ها. رایحه درمانی با قدمتی بیش از پنج هزار سال در حقیقت یکی از قدیمی‌ترین روش‌های درمان است. این روش به دلیل وابسته بودن انسان در دوران باستان به محیط اطرافش برای تغذیه، پوشش و محافظت ایجاد شد. در آن زمان انسان

به دلیل اشتیاق و زیرکی در شناخت تمام چیزهای اطراف و شیوه به کارگیری آنها برای بقای خودش، به سرعت روش‌هایی را برای بدست آوردن غذای درمان دردها و بیماری‌های مزمن از طریق گیاهان و عطرها کشف کرد. آروماتراپی به روش امروزی به وسیله مصریان آغاز شد. آنها از روش دم کردن برای استخراج روغن‌ها از گیاهان معطر برای مقاصد پزشکی درمانی، آرایشی و نیز برای مومیایی کردن اجساد استفاده می‌کردند. به طور همزمان تمدن‌های چین باستان نیز برخی عطریات را بدین منظور مورد استفاده قرار می‌دادند. چینی‌ها در مراسم مذهبی از سوزاندن چوب و بخورهای معطر برای ادای احترام به خدایان استفاده کرده و علاوه بر این، اسانس‌های معطر به منظور انجام ماساژ درمانی و فشار درمانی نیز به کار گرفته می‌شد. آروماتراپی برای قرن‌ها در هند نیز کاربرد داشته است. در طب آیورودا (سیستم طبابت در هند) گیاهان خشک و تازه برای ماساژ آروماتیک به عنوان جنبه مهمی از درمان مورد استفاده بود. اعتقاد بر این است که احیای مجدد استفاده از روغن‌های معطر و ام‌دار ابوعلی سینا فیلسوف و طبیب ایرانی است. مطالعات علمی نشان داده‌اند که روغن‌های ضروری حاوی اجزای شیمیایی هستند که اثرات ویژه‌ای بر ذهن و جسم می‌گذارند. ترکیب شیمیایی آنها پیچیده بوده ولی عموماً حاوی الکل‌ها، استرها، کتون‌ها، آلدئیدها و ترپن‌ها هستند. این روغن‌ها حس بویایی ما را به شدت تحریک می‌کنند و ثابت شده بوها اثر

مهمی بر احساسات ما دارند. پزشکان در کار با بیمارانی که حس بویایی خود را از دست داده‌اند متوجه شدند که زندگی بدون بو می‌تواند منجر به افزایش مشکلات روانی از جمله اضطراب و افسردگی شود. ما توانایی تشخیص چند هزار بوی مختلف را داریم، با بوییدن روغن‌های معطر گیرنده‌های بویایی ما در بینی‌مان تحریک شده و پیام به مراکز حسی در مغزمان (سیستم لیمبیک) وارد می‌شود.

این سیستم با قسمت‌هایی از مغز در ارتباط است که مربوط به حافظه، تنفس، گردش خون و غدد درون ریز (غدد ترشح کننده هورمون‌ها) هستند. خواص روغن، بوی آن و اثراتش تعیین کننده چگونگی تحریک این قسمت‌ها هستند. به علاوه، سیستم لیمبیک کنترل کننده خلق و خو، احساسات و یادگیری در مغز است. آروماتراپی برای استرس، اضطراب و مشکلات روان تنی، دردهای عضلانی و روماتیسمی، اختلالات گوارشی و مشکلات زنانگی نظیر سندروم قبل از قاعدگی، دردهای قاعدگی و افسردگی پس از زایمان مؤثر است.

در دوران شیوع طاعون بسیاری از افراد جهت جلوگیری از انتشار این بیماری، روغن‌های معطر را می‌سوزاندند، زیرا اعتقاد داشتند که بوی خوش، طاعون را ریشه کن می‌کند.

این روش از دو طریق عمل می‌کند:

روش مستقیم: تحریک‌کننده‌های اعصاب بویایی در واقع بوهایی هستند که می‌توانند از طریق دستگاه عصبی سبب تحریک‌شدن و در نتیجه فعال‌شدن غدد درون‌ریز شوند که این عمل باعث می‌شود که پیک‌های شیمیایی-عصبی مانند آدرنالین و ایندورفین و... که نقش زیادی در تنظیم تعادل بدن دارند، ساخته شوند و در نتیجه تعادل در بدن ما ایجاد می‌شود و عدم تعادل‌ها از بین می‌رود.

روش غیرمستقیم: در این روش با استنشاق یک بو، مرکز حافظه بویایی فرد فعال می‌گردد. در این قسمت هر بو، همراه با حس ما نسبت به آن بو ذخیره می‌شود (اغلب احساسی که اولین بار با استنشاق یک عطر به ما دست داده است). وجود چنین مرکزی در مغز سبب می‌شود که یک بو به نظر ما خوب و دیگری بد باشد. بعد از فعال‌شدن این بخش، دستگاه لیمبیک پیک‌های شیمیایی آزاد می‌کند و شما احساسی را پیدا می‌کنید که اولین بار با تماس با این بو پیدا کرده بودید و در نتیجه ما احساس خوب یا بد خواهیم داشت. اگر ما برای درمان از مواد معطری استفاده کنیم که حالتی خوب در بیمار ایجاد کند، می‌تواند سبب درمان شود. به طور کلی این روش، درمان روانشناسی و درمان فیزیکی را توأمأً به همراه دارد و با کمک به بدن و ذهن به درمان بیماران کمک می‌کند.

چگونه از این روش استفاده می‌شود؟

به این روش، بهبود با لذت نیز می‌توان گفت. زمان خاصی برای استفاده از این درمان بیان نشده و عطرهاى مورد استفاده را می‌توان به صورت اسپری در محیط زندگی فرد بیمار پخش کرد.

برای مثال چند عطر و موارد استفاده آن را معرفی می‌کنیم:

اسانس رز

این اسانس یکی از اسانس‌هایی است که به سختی به دست می‌آید، زیرا به طور مثال ۶ تن گلبرگ رز تنها یک کیلوگرم اسانس یا روغن معطر می‌دهد. با الکل یا حلال‌ها، عصاره‌گیری انجام می‌شود. این روش دو مزیت دارد؛ یکی اینکه روش ارزانی است و دیگر اینکه به بوی گلبرگ تازه نزدیک‌تر خواهد بود.

از بوی رز در روان‌درمانی‌ها استفاده می‌شود، زیرا که حس هارمونی و امنیت در بدن ما ایجاد می‌کند و به ما کمک می‌کند تا به غرورمان مسلط شویم. انرژی دوست‌داشتن در فکر و فعالیت‌هایمان ایجاد می‌کند و در کل به قلب ما انرژی تازه می‌بخشد.

گرفتگی‌های عضلات و خونریزی‌ها را متوقف می‌کند و بهترین حمایت‌کننده روانی در دوران حاملگی است که بسیار بهتر از حمایت‌کننده‌های فیزیکی عمل می‌کند.

اسانس لیموترش

این عطر از پوست لیموترش بدست می‌آید و سبب بهبود قدرت تمرکز در افراد و نیرو بخشیدن به فعالیت‌های ذهنی و تحریکات عصبی می‌شود. عطر لیمو ترش، عطر قابل توصیه برای محیط‌های کار است، زیرا که جو محیط کار را آرام می‌کند و باعث می‌شود که از اشتباهات انسانی پیشگیری شود. همچنین خستگی، تنبلی و استرس را از بین می‌برد و ایجاد ارتباط را در محیط کار آسان‌تر می‌کند.

مانند دیگر اعضای خانواده مرکبات، لیمو ترش در ضدعفونی کردن محیط قدرتمند است و در درمان کم‌خونی، اسهال، فشار خون بالا، کلسترول بالا، رماتیسم، بی‌اشتهایی، سردرد، خارش و آسم مؤثر است.

اسانس وانیل

این اسانس از دانه‌های گیاهی که در ماداگاسکار و اندونزی رشد می‌کند گرفته می‌شود. خاصیت درمانی برای پوست دارد و به همین دلیل در ساخت وسایل آرایشی از آن استفاده می‌شود.

از نظر روانشناسی داروی ضد افسردگی است، زیرا که با بویدن عطر آن احساس آرامش در افراد ایجاد می‌شود.

همچنین از نظر فیزیکی نیز فوایدی را به همراه دارد که می‌توان از آنها خاصیت ضد درد بودن را نام برد.

تحقیقات نشان می‌دهد: بوی شیرین گل یاسمن به اندازه والیوم آرامش بخش است و بدون هیچ عارضه جانبی اعصاب را تسکین می‌دهد.

اسکن‌های مغزی نشان داد که این مولکول‌ها روی ماده شیمیایی موجود در سلول‌های عصبی موسوم به "گابا" تاثیر می‌گذارد و با آرام کردن این سلول‌ها، اضطراب را کاهش داده و آرامش را تقویت می‌کند.

به گزارش روزنامه تلگراف، پروفیسور هانس هات از دانشگاه روهر در بوخوم آلمان در این باره گفت: نتایج این تحقیق می‌تواند به عنوان مدرکی با اساس علمی برای اثبات رایجه درمانی مورد توجه قرار بگیرد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که استشمام مولکول‌های روغن یاسمن، پیام‌هایی را به منطقه‌ای از مغز می‌فرستد که در کنترل احساسات نقش دارند. محققان معتقدند که روغن این گیاه تاثیرات شفا بخش گوناگونی دارد.

تولید و پرورش گیاهان اسانس دار در مناطق گرمسیری و نیمه گرمسیری از سابقه بسیار طولانی برخوردار است بطوریکه داد و ستد مواد خام این گیاهان بیشتر در تمدنهای باستانی مصر، یونان و ایران بروز یافته است. البته شواهد بدست آمده از کشف دستگاہ تقطیر در (دره ایندوس) پاکستان نشان می‌دهد که این حرفه از قدمتی چندین هزار ساله برخوردار است. مصریان و ایرانیان باستان اولین مردمانی بودند که به تولید اسانس و عطرهای طبیعی از گیاهان پرداختند به طوری که تولید عطر گل رز را که در

بین مسلمانان از ارج و قرب بسیاری برخوردار است به دانشمند ایرانی، بوعلی سینا نسبت می‌دهند. در باب تجارت اسانس های گیاهی در مقادیر زیاد، ابتدا یونانیان با جذب تکنولوژی استخراج و فرآوری اسانس توانستند از اعراب پیشی بگیرند. اما در قرن ۱۷ میلادی تحول بزرگی در کشور فرانسه صورت گرفت که اروپا و جهان را در این زمینه تحت تاثیر حرکت خود قرار داد. این کشور با جمع‌آوری کارگاه‌های کوچک و جذب افراد متخصص و کارآمد در زمینه فرآوری و استخراج ترکیبات معطر و همچنین به خدمت گرفتن افرادی که از نظر حس بویایی بسیار مشهور بودند، صنعت بزرگی را در شهر گراس (Grass) پایه‌گذاری کرد و به سرعت خود را سردمدار صنعت اسانس در جهان معرفی نمود. این یک تازی تا قبل از شروع جنگ جهانی دوم و ظهور رقبای دیگر ادامه داشت. اما مشکلی که فرانسه و سایر کشورهای اروپایی با آن مواجه بودند، تامین مواد خام گیاهی بود که به علت شرایط جوی فرانسه مجبور بودند وارد کننده محض این مواد از منطقه بالکان، خاورمیانه، شمال آفریقا و اروپای شرقی باشند. به همین خاطر با شروع فعالیت سایر کشورها نظیر صنعت اسانس نعان در آمریکا، تولید اسانس مرکبات در برزیل، صنعت اسانس شمعدانی در الجزایر، فرآوری اسانس گل رز در بلغارستان و غیره، قدرت فرانسه و شهر گراس کاهش یافت و تنها در تولید گیاهانی نظیر اسطوخودوس و ترخون که با شرایط آب و هوایی آن مطابقت داشت محدود

گردید. این رقابت هم اکنون نیز در بین کشورهای تولیدکننده بسیار شدید است.

امروزه گیاهان دارویی در دنیا اهمیت خاص خود را بازیافته اند. نیاز جامعه به داروهای گیاهی که هم سالم هستند و هم ارزان و هم اینکه وابستگی‌های کشور را به خارج کمتر می‌کنند بر کسی پوشیده نیست.

گسترش صنایع غذایی، بهداشتی و آرایشی درگرو تنوع بخشیدن به تولیدات آن است و این مهم فقط باافزودن عطر و بویی جدید به این فرآورده‌ها امکانپذیر است. این امر حتی در صنایع دارویی نیز صادق بوده و کارخانجات تولیدکننده سعی بر آن دارند که محصولات تولیدی خود را اعم از قرص و شربت (به ویژه شربت‌های دارویی کودکان) به عطر و بوی مطبوع آراسته نمایند تا مورد پسند بیماران واقع گردد. براین اساس، با توجه به وفور و تنوع گیاهان به علت شرایط آب و هوایی ایران، استخراج و تولید اسانس و صادرات آن می‌تواند یک منبع غنی در تأمین ارز باشد.

کشورهای عمده تولیدکننده و مصرف کننده محصول

از کل تولید جهانی اسانس در حدود ۶۵ درصد آن از گونه‌های درختی نظیر برخی سوزنی برگان، مرکبات، رزها، اکالیپتوس و غیره بدست می‌آید و ۳۵ درصد باقیمانده از گیاهان علفی تولید می‌شود که بسیاری از آنها امروزه

کشت می‌شوند. در این میان حدود ۱۰۰۰ تن از تولید نیز متعلق به گیاهان خودروی جمع‌آوری شده از مناطق طبیعی است.



راهبردهایی برای تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی)
گیاهانی را می‌توانید برای استخراج اسانس مد نظر قرار دهید که
اسانس‌گیری از آنها راحت‌تر باشند برخی از آنها عبارتند از:

🌸 گل‌های معطر مانند انواع رز، شمعدانی، مریم، یاس سفید، بیدمشک،

بهار نارنج

🌸 دانه‌ها و میوه‌های معطر مانند: سیب، توت فرنگی، لیمو، پرتقال و نارنج

🌸 برگ‌های معطر مانند رازیانه، نعناع، آویشن، پونه و اوکالیپتوس

🌸 پوست گیاه معطری مانند دارچین

این کسب و کار خانگی دارای ریزه کاری‌های خاص خودش می‌باشد. بنابراین فرمایش مولای متقیان را که فرموده‌اند "شتاب پیش از توانا شدن و درنگ پس از فرصت یافتن نشانه ضعف است" سرلوحه کار خود قرار داده و در ابتدای امر تمام سعی خود را در راستای توانا شدن در حیطه تولید اسانس‌های گیاهی به کار گیرید و زمانی که در این کسب و کار به مهارت لازم رسیدید، بلافاصله اقدام نمایید و سعی کنید سهمی قابل قبول را در بازار به خود اختصاص دهید.

در شرایطی که مشتریان کمیابند، مساله اساسی، مساله تقاضا برای تولید اسانس گیاهی به منظور معطر نمودن چای داخلی است و نه عرضه آن؛ دو سؤال کلیدی هست که می‌بایست در این شرایط به آن پاسخ دهید، این دو سؤال مهم عبارتند از:

✦ در این شرایط چگونه دوام بیاوریم؟

✦ در این شرایط چگونه رقابت کنیم؟

پاسخ به این دو سؤال اصلاً پیچیده نیست، در این شرایط شما می‌بایست مزیت‌های رقابتی مناسب و رویکردها و استراتژی‌های بازاریابی مناسبی را در این راستا اتخاذ کنید. اما مشکلی که بسیاری از کسب و کارهای خانگی با آن

روبرو می‌شوند این است که در این شرایط به جای حل مسأله، در مسأله حل می‌شوند و گرفتاری‌های آنها از جنس موارد زیر می‌شود:

- ✎ مقاومت در برابر تغییر و عدم آمادگی برای پذیرش واقعیت‌های بحران
- ✎ ترس، تردید و منفی بافی بدون شناخت بحران و آثارش
- ✎ توقف، کنار کشیدن، نومیدی و بدبینی اضافی
- ✎ واکنش‌های کُند و محافظه کارانه نسبت به بحران
- ✎ عدم انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری با شرایط بحران
- ✎ هدر دادن وقت، پول، فکر، ایده و امکانات
- ✎ دیراندیشی و عدم تشخیص بموقع و درست شرایط، فرصت‌ها و تهدیدها و امواج و دوره‌های بحران
- ✎ تأکید زیاد بر حفظ داشته‌ها و عدم سرمایه‌گذاری جدید
- ✎ قطع انواع هزینه‌ها بدون توجه به آثار آنها در بلند مدت از جمله تبلیغات و برندسازی
- ✎ بی‌توجهی به مشاوره، تحقیق و آموزش‌های لازم
- ✎ مقایسه‌های غلط و نامناسب
- ✎ عدم آگاهی از رفتارشناسی بازار و مشتریان
- ✎ تأکید بر بخش‌ها و بخش‌بندی‌های گذشته بازار
- ✎ بی‌توجهی به استراتژی‌ها، تکنیک‌ها، رفتارها و مدیریت دوره گذار

اهمیت و ضرورت این کسب و کار

همانطور که در بخش‌های قبل به تفصیل بحث شد، اسانس فواید و کاربرد فراوانی دارد. از طرفی تکنولوژی خاصی برای تولید این مواد مورد نیاز نمی‌باشد. با توجه به افزایش روز افزون جمعیت، اکثر مصرف‌کنندگان دارو، مواد غذایی و لوازم بهداشتی تمایل بیشتری به مصرف کالاهای طبیعی و سالم به جای محصولات شیمیایی و در برخی موارد مضر دارند. در صورت فرهنگ‌سازی مناسب در جامعه و ارائه محصولاتی با کیفیت بالا، پیش‌بینی می‌شود که میزان مصرف انواع اسانس در کشورمان افزایش یابد. در ضمن به دلیل شرایط آب و هوایی مطلوب، این مواد از بازار صادراتی خوبی نیز برخوردار بوده و می‌توانند منبعی برای ورود ارز به کشور محسوب گردند. لازم به ذکر است که چهار فصل بودن ایران و وجود گونه‌های متنوع گیاهی از مزیت‌های مهم این طرح به شمار می‌روند.

وضعیت بازار تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی)
امروزه به دلیل پیشرفت روز افزون صنایع، تقاضای مردم برای بکار بردن کالاهای متنوع و مطابق با سلیقه خود افزایش یافته که با بهره‌گیری از طبیعت و تولید انواع اسانس این نیاز برطرف می‌شود.

از طرفی فرآیند تولید اسانس، تکنولوژی خاصی نداشته و در صورت رعایت استانداردهای بین‌المللی و تولید محصولات با قیمت مناسب از بازار صادراتی خوبی برخوردار خواهد بود.

با توجه به وفور و تنوع گیاهان به علت شرایط آب و هوایی ایران، استخراج و تولید اسانس و صادرات آن می‌تواند یک منبع غنی در تامین ارز باشد.

به دلیل کاربردهای متنوع و برتری‌هایی که اسانس طبیعی نسبت به سایر مواد طعم و عطر دهنده دارد و همچنین شواهد موجود نشان می‌دهد که تقاضا برای اسانس و فرآورده‌های حاصل از آن در داخل کشور سیر فزونی به خود گرفته است. این تحول در مصرف، تحت تاثیر عوامل متعددی از جمله موارد زیر می‌باشد.

◆ این گیاهان و اسانس آنها طیف گسترده‌ای از کاربردها را تحت پوشش قرار می‌دهند. ترکیبات تشکیل دهنده آنها می‌توانند خواص دارویی داشته و در فرمولاسیون داروها وارد شوند. از رایحه و بوی آنها در صنایع عطرسازی، خوشبو کننده‌ها استفاده می‌شود. خاصیت طعم دهنده‌گی اسانس‌ها در طیف وسیعی از مواد غذایی، خمیر دندان، دهانشوی، نوشیدنی‌ها و حتی دخانیات به مصرف می‌رسد. بخارات اشباع آن توانایی دفع آفات و حشرات موذی را داشته و در برخی از سموم صنعتی به کار

می‌روند. به همین دلیل اکثر تولیدکنندگان دارو و مواد غذایی تمایل بیشتری به مصرف اسانس به جای سایر مواد شیمیایی در کالاهای خود دارند.

◆ ثروتمند شدن جوامع جهانی باعث تغییر فرهنگ مصرف در کشورمان شده است به طوری که مردم تنوع بیشتری را در رژیم غذایی خود طلب کرده و برای مصرف فرآورده‌های خوشمزه با طعم‌های طبیعی اشتیاق بیشتری از خود نشان می‌دهند.

◆ افزایش توجه به مسایل زیست محیطی و بهداشت مواد غذایی در کاهش میزان مصرف مواد شیمیایی مصنوعی باعث گرایش به سمت مواد غذایی و افزودنی‌های طبیعی شده است. اسانس‌ها به موازات مزه دار کردن فرآورده‌ها در نقش یک آنتی‌اکسیدان علیه ترکیبات مضر فعالیت کرده بنابراین نقش مهمی در سلامتی افراد کشورمان ایفا می‌کنند.

امروزه کمتر کشوری وجود دارد که در زمینه تولید اسانس در جهان فعال نباشد. با این حال برای کشورهایی که تصمیم دارند به رقابت با تولیدکنندگان قدرتمند در این زمینه بپردازند. اتخاذ راهکارهای مناسبی از جمله موارد زیر لازم است:

تعریف سیاست‌ها و برنامه‌ریزی جهت تعیین جایگاه کشور در تولید جهانی، که می‌تواند شامل میزان تولید، رعایت استانداردهای بین‌المللی، ارائه قیمت‌های مناسب و بهره‌گیری از دانش و تخصص روز باشد.

پشتیبانی تولید توسط برنامه‌های تحقیقاتی با کمک صنایع مصرف‌کننده و با استقرار کارخانه‌های عصاره‌گیری و کنترل کیفیت، برای عرضه محصولات جدید.

انطباق بخش کشاورزی با صنایع مصرف‌کننده در ارتباط با گسترش فرآورده‌های طبیعی گونه‌های زراعی جدید، انتخاب ارقامی که عملکرد تولید اسانس آنها زیاد باشد و بهبود وضعیت شرکت‌های تولیدکننده در زمینه نوآوری جهت سلايق متفاوت.

شرایط آب و هوایی مختلف در مناطق جهان باعث شده است که برخی از ممالک با مشکل تامین مواد اولیه اسانس مواجه شده و فقط توانایی تولید اسانس‌هایی که با شرایط آب و هوایی آنها متناسب است را دارا می‌باشند. همین امر باعث ایجاد رقابت شدید در بین کشورهای تولیدکننده شده است.

فرآیند تولید

الف- اسانس‌های طبیعی

روش‌های متداول تولید اسانس‌های طبیعی در جهان به پنج گروه

تقسیم‌بندی می‌شود:

✦ تقطیر با بخار (Steam Distillation)

✦ روش فشرده کردن (Pressing)

✦ استخراج با حلال (Solvent Extraction)

✦ خیساندن گیاه معطر در روغن و جداسازی به وسیله حلال

(Maceration)

✦ مجاورت با موم یا روغن (Enfleurage)

در شیوه اول گیاهان با آب مخلوط شده و با استفاده از بخار و دما، مواد

معطر و اسانس روغنی گیاه خارج شده و همراه با آب تقطیر می‌گردد. این

روش برای گیاهانی که درصد اسانس آنها بالا بوده (حدود ۲ الی ۰/۲ کیلو

اسانس در ۱۰۰ کیلو گیاه خشک) و در صنایع غذایی مصرف می‌شوند کاربرد

وسعی دارد.

در روش دوم از فشرده کردن میوه و بخش‌های آبدار گیاه استفاده

می‌شود. از پوست مرکبات به این شیوه می‌توان اسانس‌گیری نمود.

روش سوم استخراج مواد معطر در دستگاه استخراج کننده و با استفاده از حلال است. در پایان حلال و اسانس در سیستم‌های متعدد تقطیر، از هم جدا می‌گردد. این روش برای تولید اسانس‌هایی استفاده می‌شود که به دو شیوه قبلی نمی‌توان آنها را تهیه نمود. دستگاه‌ها و تجهیزات مورد نیاز در این روش پیچیده‌تر از دو روش قبل است. روش چهارم و پنجم اغلب برای تولید مواد معطری بکار می‌روند که بسیار حساس و ناپایدارند و به میزان جزئی در گیاه وجود دارند. برگ گل‌ها در روغن‌ها خوابانده می‌شوند (روش چهارم) و یا در مجاورت موم یا روغن قرار گرفته (روش پنجم) و پس از جذب مواد معطر به وسیله روغن یا موم با استفاده از حلال و سپس تقطیر آن، عمل جداسازی و تخلیص نهایی انجام می‌گیرد. اسانس‌های تولید شده در این روش بسیار گران بوده و با کیفیت بهتری تهیه می‌شوند و عمدتاً در ساخت عطر و ادکلن و برخی از کرم‌های آرایشی گرانبه مصرف می‌گردند.

روش منتخب این طرح (تقطیر با بخار آب) می‌باشد.

لازم به ذکر است که متداولترین روش تولید اسانس‌های صنایع غذایی در جهان شیوه استخراج با آب می‌باشد.

مراحل تولید اسانس طبیعی را می‌توان به بخش‌های زیر تفکیک نمود:

🌸 جمع‌آوری گیاهان معطر

✚ جداسازی گل و لای، سنگ و گیاهان فاسد

✚ خرد کردن گیاهان

✚ خشک کردن گیاهان مازاد بر مصرف روزانه

✚ دو مرحله تقطیر با بخار آب

✚ آماده‌سازی و بسته‌بندی اسانس مایع

✚ خشک کردن تفاله گیاه و آسیاب و بسته‌بندی آن

🌿 جمع‌آوری گیاهان معطر

گیاهانی که به منظور تهیه اسانس مورد استفاده قرار می‌گیرند از دو دسته گیاهان خودرو (وحشی) و یا گیاهان کشت شده تشکیل می‌شوند. بطور کلی باید توجه داشت چنانچه جمع‌آوری بعضی از گیاهان معطر به علت پراکندگی آنان در سطوح وسیع از بیابان‌ها، جنگل‌ها و صخره‌ها مشکل باشد لازم است در مساحت محدودی اقدام به کشت آنها شود. برای این منظور می‌توان با اصلاح خاک و تا حدودی فراهم آوردن شرایط آب و هوایی مناسب و استفاده از کود و سم از رشد آفت، حشرات و قارچ‌ها بر روی گیاهان جلوگیری کرده و در نتیجه گونه‌های ویژه و مرغوب گیاه را برای اسانس‌گیری پرورش داد.

عوامل مهمی مانند زمان جمع‌آوری گیاهان، اندام‌های مختلف و سن گیاه در میزان اسانس گیاه تأثیر می‌گذارند. این عوامل باید در هنگام جمع‌آوری گیاهان مورد توجه قرار گیرند.

🌿 جدا کردن گل و لای، سنگ و گیاهان فاسد

اولین مرحله کار در واحد تولید اسانس، بخش جدا کردن گل و لای، سنگ و گیاهان فاسد از مواد اولیه ورودی به واحد است که به وسیله میزهای سورتینگ، خط تسمه نقاله و به وسیله کارگران انجام می‌گیرد، سبزیجات معطر اغلب همراه با گل و لای هستند که باید بخش انتهایی گیاه در این مرحله جدا گردد.

🌿 خرد کردن گیاهان

گیاهان تازه پس از طی مرحله (جداسازی گل و لای، سنگ و گیاهان فاسد) و گیاهان خشک شده ذخیره، مستقیماً در آسیاب خرد شده تا در مرحله اسانس‌گیری، اسانس آنها سریعتر استخراج گردد.

🌿 خشک کردن گیاهان و ذخیره‌سازی آنها

بطور کلی کاشت و رویش هر یک از گیاهان معطر در فصل خاصی انجام می‌گیرد ولی واحد اسانس‌گیری در تمام سال نیازمند مواد اولیه است. بدین منظور جهت جلوگیری از کپک زدن و فاسد شدن گیاه تازه آنها را خشک نموده و در انبار ذخیره کرده تا در طول سال بتوان در بخش استخراج

استفاده نمود. برای خشک کردن گیاهان مختلف از روش‌های متداول زیر استفاده می‌شود.

- خشک کردن در هوای آزاد

ممکن است این عمل در نور خورشید و یا در سایه انجام شود البته باید دقت داشت که نور خورشید بر روی مواد مؤثر گیاه تاثیر زیان‌آور نداشته باشد.

- خشک کردن با حرارت

این روش مناسبترین راه برای خشک کردن گیاه است زیرا کنترل درجه حرارت امکانپذیر بوده و فعالیت آنزیم‌ها به سرعت متوقف می‌گردد. دمای مورد نظر ۴۰-۶۰ درجه سانتیگراد است. زیرا تجربه نشان داده که اکثر مواد معطر گیاهان در این محدوده دما تجزیه نشده و از بین نمی‌روند. باید توجه داشت که گیاهان معطر باید خشک و خرد نشده انبار گردند. گیاهان خرد شده سریعتر مورد حمله قارچ‌ها قرار گرفته و تجزیه و فاسد می‌شوند.

شرایط انبار ذخیره از نظر میزان رطوبت، نور، اکسیژن و حشرات باید مورد توجه و دقت قرار گیرد.

🔹 استخراج اسانس از گیاه (تقطیر با بخار آب)

گیاهان معطر تازه و گیاهان ذخیره شده خشک پس از خرد شدن در مخازن با آب مخلوط شده و به همین شکل به راکتور استخراج-تقطیر وارد می‌گردند و با آب پوشانده می‌شود.

این دستگاه مجهز به یک کندانسور یا سردکننده است. شیوه‌ای که برای استخراج در نظر گرفته شده تقطیر با آب و بخار است. بخار آب از منافذی در زیر توده گیاه و آب، به راکتور وارد شده و عمل تقطیر در شرایط ۷۰-۸۰ درجه سانتیگراد انجام می‌پذیرد. در این شرایط اسانس (روغن‌های فرار) همراه با بخار آب از راکتور خارج شده و پس از سرد شدن در کندانسور در مخزن دکانتور (جدا کننده دو فاز روغن و آب) جمع می‌گردد.

در این مخزن روغن در فاز بالا قرار گرفته که از دکانتور به مخزن تقطیر مجدد ارسال شده و فاز آبی که حاوی مقدار کمتری اسانس است به راکتور استخراج بازگردانده می‌شود. روغن اسانس که از راکتور به واحد تقطیر وارد شده است در دمای مناسب ۱۱۰-۱۰۰ درجه سانتیگراد تقطیر شده و آب اضافه آن جدا شده و به راکتور استخراج بازگردانده می‌شود و روغن خالص شده به بخش آماده‌سازی ارسال می‌گردد. از زیر راکتور استخراج، تفاله گیاهان معطر خارج شده و به بخش عمل‌آوری ضایعات و تولید خوراک دام می‌رود.

🔗 آماده‌سازی و بسته‌بندی اسانس طبیعی مایع

اسانس روغنی تولید شده در بخش تقطیر در واحد آماده‌سازی با سایر مواد تثبیت کننده مانند الکل‌ها (اتانول یا پروپیلن گلیکول) به نسبت ۵۰-۳۰ درصد اسانس مخلوط شده و در ظروف شیشه‌ای ۵۰۰ میلی لیتری بسته‌بندی

می‌گردد. بخشی از این محصول مستقیماً به بازار عرضه شده و بخش دیگر به واحد تولید اسانس‌های صنعتی ارسال شده تا با سایر مواد شیمیایی مخلوط شده و به اسانس‌های صنعتی تبدیل گردد.

❖ خشک کردن تفاله و تولید خوراک دام

تفاله گیاهان اسانس‌گیری شده از راکتور خارج شده و وارد خشک‌کن دمای ۷۵-۷۰ درجه سانتیگراد می‌شوند و سپس آسیاب و در صورت نیاز مواد دیگری مانند جو یا ملاس اضافه شده و در مخلوط‌کن یکنواخت می‌گردند و سپس بسته‌بندی شده و به عنوان خوراک دام به واحدهای پرورش دام ارسال می‌گردند.

روش‌های مختلفی جهت استخراج اسانس از گیاهان وجود دارد. کاربرد گسترده، قیمت بالا و حساس بودن اسانس‌ها نسبت به شرایط استخراج، منجر به پیدایش و گسترش روش‌های نوین استخراج اسانس گردیده است. این روش‌های نوین استخراج می‌بایستی علاوه بر حفظ خصوصیات کیفی اسانس، سریعتر و ارزانتر نیز باشند.

روش استخراج اسانس‌های گیاهی به کمک انرژی مایکروویو و بدون استفاده از حلال دارای تمام محاسن فوق‌الذکر می‌باشد. این روش تقریباً مشابه روش سنتی اسانس‌گیری (عرق‌گیری) می‌باشد ولی در این روش از انرژی مایکروویو خانگی (قابلیت کنترل زمان و توان) جهت استخراج استفاده

می‌شود. ظرف واکنش (بالن)، خنک کننده (کندانسور)، سیستم جمع کننده و سیستم برگشت دهنده طراحی و در کارگاه شیشه‌گری ساخته می‌شوند. در قسمت بالایی میکروویو نیز تغییراتی داده شده تا بتوان قسمت‌های ساخته شده را بروی میکروویو نصب نمود.



جهت اندازه‌گیری مقدار اسانس‌ها بطور کلی ۵ روش وجود دارد:

الف) روش تقطیر: که به چهار شکل مورد استفاده قرار می‌گیرد:

■ تقطیر با حلال حامل آب

■ تقطیر با حلال حامل آب و بخار

■ تقطیر با بخار حامل

■ تقطیر با آب و همزمان با یک حلال آلی

هدف از روش تقطیر این است که سطح تماس آب را با مواد مؤثره گیاه زیادتیر کرده و در نهایت باعث جابجا شدن اسانس از جای خود به جایی که مورد نظر ماست می‌شود.

ب) روش خراش، فشار و تیغ زدن

❖ بعضی از اسانس‌ها زمانی که حرارت می‌بینند تجزیه می‌شوند که برای استخراج آنها باید از روش خراش دادن، فشار و تیغ زدن استفاده شود. این روش شامل دو نوع روش اسفنجی و روش تیغ زدن و سوراخ کردن اندام مورد نظر می‌باشد. بطور کلی این روش برای گونه‌های گیاهی انتخاب می‌شود که اندام‌های گوشتی دارند.

ج) روش استخراج با حلال

❖ با توجه به نوع اسانس از دو نوع حلال فرار و حلال غیر فرار استفاده می‌شود. اگر گیاه دارای اسانسی باشد که با حلال ترکیب می‌گردد، جداسازی آن سخت بوده و برای سهولت از حلال‌های فرار استفاده می‌شود.

د) استخراج با استفاده از آنزیم‌های هیدرولیز کننده

❖ معمولاً این روش برای گروهی از اسانس‌ها استفاده می‌شود که منشأ گلوکوزیدی دارند (مثل بادام تلخ)

ه) استخراج اسانس به روش دی‌اکسید کربن

❏ در بیشتر اسانس‌هایی که منشا ترپنی دارند از این روش استفاده می‌شود.

در تهیه آزمایشگاهی از برهم کنش مواد اولیه که عموماً جزو ترکیبات یاد شده در بالا می‌باشند طی فرآیندهای ساخت مواد شیمیایی (سنتز)، که روش‌های ساده و یا بسته به نوع اسانس، شیوه‌های ساخت پیچیده مواد را در بر می‌گیرد استفاده می‌شود. توجه به این نکته ضروری است که، عمدتاً شیوه‌های سنتز شیمیایی در ساخت اسانس از موادی به عنوان مواد اولیه و حلال‌های شیمیایی و کاتالیزورها استفاده می‌گردد که، به صورت عام سمی هستند و چون اسانس‌های گیاهی را بیشتر به جهت استفاده در صنایع غذایی و دارویی و بهداشتی آرایشی تهیه می‌کنند، همواره شیوه‌های تهیه اسانس‌های سنتزی آزمایشگاهی دارای شرایط و قوانین سخت و خاصی می‌باشند. از این رو تهیه اسانس‌های طبیعی توسط حلال‌های غیرسمی همواره مورد توجه تولیدکنندگان اینگونه مواد می‌باشد. یکی از روش‌های تهیه اسانس‌های گیاهی که جزو قدیمی‌ترین شیوه‌های تهیه مواد است شامل جداسازی مواد به وسیله آب می‌باشد.

در گذشته از این روش در تهیه محصولات گیاهی شامل عصاره‌گیری یا تهیه داروهای گیاهی و همچنین محصولاتی معطر نظیر گلاب‌ها یا عرقیات

گیاهی استفاده می‌گردید. البته لازم به ذکر است که علاوه بر آب بسته به نوع اسانس می‌توان از سایر حلال‌های آلی نیز استفاده کرد. چون انتخاب بهترین روش تهیه، بسته به نوع ساختار مولکولی اسانس مورد نظر دارد، لذا جهت تهیه هر اسانس، شیوه‌های تخصصی را باید پی‌ریزی نمود تا بهترین محصول را به لحاظ کمیت و کیفیت بدست آورد. با توجه به اختلاف در شیوه‌های تهیه اسانس‌های گیاهی، طراحی کارخانه تولید اینگونه مواد باید به صورتی باشد که از سخت‌افزارهای آن بتوان در روش‌های متعدد استخراج اسانس‌های گیاهی استفاده نمود.

در روش تهیه عصاره با آب اساس کار بر پایه تفاوت ساختمان شیمیایی مواد و خصوصیات شیمیایی و فیزیکی مبتنی بر نوع مولکول‌ها استوار است، از این اختلافات که موجب بروز خواص متفاوت برای مواد می‌گردد در جداسازی استفاده می‌شود.

بسته به نوع عصاره از حلال‌ها به عنوان حامل کننده مواد در هنگام جداسازی و یا بر اساس خصوصیات فیزیکی اسانس به عنوان مواد جداساز استفاده می‌گردد، به این معنی که گاهی از مولکول‌های حلال به جهت حمل مولکول‌های اسانس در هنگام جداسازی استفاده می‌شود و گاهی بر اساس نقطه ذوب یا جوش و کلاً تغییر در خواص فیزیکی مستقیماً از حلال جداسازی صورت می‌پذیرد.

عمده اختلاف فیزیکی که منجر به جداسازی اسانس از آب می‌گردد، تفاوت در نقاط جوش و جرم حجمی اسانس با آب است و از این خاصیت برای تهیه عصاره‌های گیاهی استفاده می‌شود.

اگر نقطه جوش اسانس از آب کمتر باشد به صورتی که این اختلاف قابل توجه باشد بعد از جداسازی عصاره از سایر ترکیبات موجود در گیاه که عمدتاً با فرایندهای فیزیکی صورت می‌پذیرد، با استفاده از مبرد می‌توان توسط فرآیند تقطیر عملیات جداسازی را انجام داد، که این عمل بسته به میزان اختلاف نقطه جوش می‌تواند به صورت تقطیر جزء به جزء باشد. اگر نقطه جوش عصاره بالاتر از آب باشد (که به صورت عموم بالاتر است)، آنگاه از مولکول‌های آب به عنوان حامل مولکول‌های عصاره در هنگام جوش استفاده می‌نمایم و سپس از خواص فیزیکی دیگر مانند جرم حجمی به جهت جداسازی اسانس از آب استفاده می‌کنیم، به عنوان نمونه در جدا سازی اسانس بهار نارنج، می‌توانیم از آب به عنوان حامل استفاده کرده و با جوشش مخلوط شکوفه‌های بهار نارنج ابتدا مولکول‌های اسانس را از شکوفه‌ها جدا کرد سپس، با عملیات تقطیر سریع مخلوط آب و اسانس و با گذر از دستگاه مبرد مایعی بدست می‌آید که حاوی مولکول‌های اسانس نارنج می‌باشد، برای تغلیظ این مایع می‌توان مجدداً عملیات تقطیر سریع بر روی آن انجام داد و بعد می‌توان از تفاوت جرم حجمی آب و اسانس استفاده نموده و مولکول‌های

اسانس را به سادگی از آب جدا کرد، همواره باید به خاطر داشت که مولکول‌های اسانس اساساً در آب حل نمی‌گردند بلکه در آن به صورت معلق و در حالت تعلیق به سر می‌برند زیرا همانطور که در بالا به آن اشاره شد ترکیبات اسانس از جنس ترکیبات آلی هستند که حلال‌های آن نیز از ترکیبات آلی بوده که بسته به نوع شاخه‌های جانبی بهترین حلال شیمیائی برای هر نوع عصاره تعیین می‌گردد، مگر آنکه مولکول‌های قطبی به حلقه‌ها متصل باشند و یا شاخه‌های جانبی موجب قطبی شدن مولکول گردد و همچنین بر روی شاخه‌ها مولکول‌های با پیوندهای هیدروژنی موجود باشد، فقط اینگونه عصاره‌ها قادرند در آب حل گردند، اگر اسانس‌های ما از این دسته مواد باشند لازم است که نقاط جوشی متفاوت با آب داشته باشند (با تفاوت زیاد) بدین ترتیب با درجه خلوص بیشتری و ساده‌تر جداسازی صورت می‌پذیرد و اگر از این دسته از مواد نباشند که عمدتاً نیستند، با توجه به فرم فیزیکی که دارند همواره بر سطح آب قرار می‌گیرند و در هنگام تقطیر اگر نقطه جوششان کمتر از آب باشد به سرعت تقطیر شده و جداسازی صورت می‌پذیرد که این عمل باید به آهستگی صورت پذیرد و بهتر است در شرایط استاندارد (در فشار یک اتمسفر) نباشد زیرا ممکن است در هنگام تقطیر در فشار یک اتمسفر بر اثر حرارت مخلوط، بندهای شیمیائی مولکول‌های عصاره و یا مواد همراه آن که مورد نیاز ما است از هم گسیخته و اسانس تخریب

شود و یا ساختار شیمیائی آن تغییر کند که موجب تغییر خواص اسانس می‌گردد، برای جلوگیری از این پیش آمد از خلأ استفاده می‌کنیم.

با استفاده از پمپ‌های کاهش فشار نقطه جوش مخلوط را پائین آورده تا از تخریب ساختار مولکولی عصاره گیاهی جلوگیری کرده باشیم، اساساً برای محلول‌هائی از عصاره و آب که نقطه جوش عصاره بسیار پائین‌تر از آب است نیز بهتر است مانند مخلوط آن از خلأ استفاده نمود. در صورتی که نقطه جوش اسانس موجود در مخلوط بیشتر از آب باشد عملیات تقطیر را با دمائی بالا و سریع و با کمک تزریق بخار در مخلوط انجام می‌دهیم زیرا در این شرایط مولکول‌های بخار آب در هنگام تبخیر و جدا شدن از سطح مخلوط باید از یک لایه عصاره عبور کند، اگر عملیات تبخیر به کندی انجام پذیرد مولکول‌های آب مولکول‌های عصاره را کنار زده و از سطح مخلوط جدا می‌شوند، ولیکن اگر این فرایند سریع صورت پذیرد مولکول‌های آب فرصت کافی جهت کنار زدن مولکول‌های اسانس را ندارند زیرا توسط مولکول‌های دیگر آب که در حال بخار شدن هستند از پائین به آنها فشار وارد می‌گردد به همین علت در هنگام جدا شدن از سطح، مولکول‌های اسانس را نیز با خود کنده و وارد مبرد می‌نمایند و بدین صورت عملیات تغلیظ انجام پذیرفته و مخلوط آماده جداسازی وزنی می‌گردد، در اینگونه موارد از وارد کردن حجم وسیعی بخار آب در هنگام جوش مخلوط استفاده می‌گردد تا عملیات حمل

اسانس بهتر صورت پذیرد. با توجه به توضیحات بالا اساساً بهتر است تهیه اسانس با روش تقطیر در فشاری کمتر از فشار استاندارد صورت پذیرد تا احتمال تخریب ترکیبات اسانس و یا تجزیه آن از بین برود.

پس از تولید می‌بایست این محصول به چای داخلی اضافه شود. جهت حصول این منظور می‌توان با مذاکره با تولیدکنندگان چای داخلی به این هدف دست یافت. بدین ترتیب که این محصول به انواع چای اضافه شده و ضمن ایجاد تنوع بیشتر در محصولات ایرانی، توان رقابت در سطح خارجی را به جهت تفاوت چشمگیر در محصول، ایجاد نماید.



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی، یک اتاق ۱۲ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به امکانات و تجهیزات مناسب تقطیر احتیاج دارید.

در خصوص بسته‌بندی محصولات می‌توان با یک کارگاه بسته‌بندی وارد مذاکره شده و بسته‌بندی مناسبی برای محصولات در نظر گرفت.

این کار به دو دلیل مناسب است. اول آنکه می‌توان با این کار از انجام فعالیت بسته‌بندی فارغ بود و به صورت تخصصی به تولید اسانس پرداخت. در درجه دوم بسته‌بندی تخصصی می‌تواند موجب جذب بهتر مشتری برای محصولات گردد.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	ابزار کار (لوازم تقطیر و...)	۷۰۰۰۰۰
۲	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۳	میز و صندلی	۱۰۰۰۰۰
	مجموع	۸۵۰۰۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) در منزل نیاز به یک فرد و نهایتاً یک شاگرد دارد که با توجه به حجم سفارشات و نیازهای این کسب و کار، خودش به تنهایی و یا با استخدام افراد دیگر، دیگران را بکار گمارد و بر کار آنها نظارت مستمر داشته باشد. اما با توجه به اینکه تولیدات این کسب و کار خانگی برای استفاده در چای و معطر نمودن آن کاربرد دارد به همین دلیل لازم است افرادی که در این حیطه فعالیت می‌کنند از تعهدات کاری و اخلاقی بالایی برخوردار باشند.

شبکه همکاران

در مورد شبکه همکاران به طور کلی می‌توان گفت: شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و شما برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات کسب و کار خانگی شما انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های موسسه کم و یا

نامعلوم است، کارآفرینان حوزه مشاغل خانگی از این طریق کمترین هزینه ممکن را متحمل می‌شود. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها شاغل تمام وقت در کسب و کار خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت. البته در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در این حرفه شما ممکن است با توجه به درخواست مشتریان خود نیاز به همکاری با افراد یا مشاغل ذیل داشته باشید:

- فروشگاه‌های لوازم تولید اسانس
- متخصصان بسته‌بندی
- افرادی جهت حمل و نقل محصول

و کلیه فروشگاه‌هایی که با توجه به درخواست مشتریان می‌بایست به آنها مراجعه کرده و اقلام مورد درخواست خود را تهیه نمایید. مشاغلی که به نوعی با امر گیاهان دارویی سروکار دارند مرتبط و مکمل این حرفه می‌باشند چرا که این حرفه اگر بخواهد به شکل نوآورانه‌ای ارائه شود می‌تواند با مشاغل مختلف همکاری داشته باشد و از طرف دیگر در همایش‌ها و جلساتی

که مربوط به حوزه سلامت و غذا می‌باشد، شما می‌توانید شبکه جدیدی از همکاران و همیاران خود را در عرصه تولید اسانس گیاهی، تشکیل دهید.

سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی خود نیز تامین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۸۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (برای شش ماه)
۶۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری	
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۵۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۵۲۵۰۰۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی (www.lssi.ir) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از

حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	توانایی ایجاد ارتباط موثر	مهارت‌های عمومی
*			توانایی تولید اسانس گیاهی برای معطر کردن چای داخلی	مهارت‌های تخصصی
	*		شناسایی طعم‌ها و خواص گیاهان	مهارت‌های ویژه
*			شناخت انواع گیاهان دارویی و معطر	مهارت‌های حرفه‌ای
خودانگیزه، سخت کوش و بردبار و درونگرا، خلاق				ویژگی‌های فردی
سواد ابتدایی، با سابقه قبلی در این حوزه. سواد در حد خواندن و نوشتن نیز قابل قبول است.				تحصیلات

وضعیت بازار تولیدات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست به موفقیت می‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار آغاز کنید. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه کسانی به این کسب و کار نیاز دارند؟

- این مشتریان چه ویژگی‌هایی دارند؟
- این مشتریان چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی کسب و کار شما وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ دادن به این سوالات لازم است مجموعه فعالیت‌هایی را که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود، آغاز کنید. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده و در نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری از افراد دوست دارند چایی با طعمی متفاوت را امتحان کنند که به نوبه خود بازار اصلی این نوع خدمات یا تولیدات می‌باشد و درخواست این افراد در این حوزه رو به افزایش است.

۲. با تبلیغات مناسب در نمایشگاه‌های مواد غذایی مشتریان بالقوه و همین‌طور مشتریان بالفعل شما با این محصولات آشنا شده و امکان کسب درآمد در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد.
۳. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع تولیدات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید.



شیوه بازاریابی و معرفی تولیدات

- برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید.
- برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش

تولیدات شما را را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

- ۱- چه محصولی را عرضه کنید (Product)
- ۲- به چه قیمتی عرضه کنید و به چه نحوی آن را دریافت کنید (Price)
- ۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)
- ۴- چگونه تولیدات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی به دنبال چای معطر ارزانتر و در نتیجه اسانس گیاهی ارزانتر هستند.

- برخی اسانس گیاهی اختصاصی می‌خواهند.

- برخی بدنبال اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) متمایز هستند.

- برخی قبلاً این نوع اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) را به جای دیگری سفارش می‌داده‌اند.
- برخی تا به حال چنین اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) را به کار نبرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع تولیدات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالابودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیراینصورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه

مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزئی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص کننده استراتژی و برنامه مناسب شما برای رسیدن به اهداف تان است.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای اسانس گیاهی تولیدی خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به میزان قابل توجهی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که

قادر باشید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون گذاشتن تأثیر منفی بر کیفیت، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور روش مورد استفاده‌تان با آنچه رقبا در پیش گرفته‌اند، متفاوت باشد. در این صورت می‌توانید هزینه‌ها را طوری کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی در آن دسته از بخش‌های بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند؛ یعنی افرادی در بازار به دنبال قیمت پایین‌تر بوده و همین امر معیار انتخاب‌شان است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند نیاز خود را با قیمت پایین‌تر از کسب و کار دیگری تهیه کنند، دیگر از شما خرید نخواهند کرد.

ب- استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به اسانس گیاهی تولیدی خود ابعاد دیگری اضافه کرده و با این کار آن را از محصولات مشابه متمایز می‌سازید به طوری که در نوع خود منحصر به فرد باشد. در این استراتژی قیمت محصول معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و محصول کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما اسانس گیاهی خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال فقط در زمینه

اسانس گیاهی برای معطر نمودن چای سبز کار می‌کنید. یا فقط در زمینه تولید اسانس گیاهی از گیاهان دارویی خاص فعالیت می‌کنید.

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هریک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی، هر یک از اجزای آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) را می‌توانید و می‌خواهید تولید کنید. تولیدات شما می‌تواند شامل موارد ذیل باشد:

۱- تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مخصوص

کارخانجات چای

۲- تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مخصوص کافی

شاپ‌ها به صورت خاص

۳- تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مخصوص

چای‌های خاص مثل چای سبز

۴- تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مخصوص

چای‌های خاص مثل چای سرد

۵- تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مخصوص درمان

بیماری‌هایی که با گیاهان دارویی قابل درمانند.

توجه داشته باشید در تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) مهمترین رکن، برنامه بازاریابی محصول است. چنانچه تولیدات شما از نظر نوع و یا کیفیت متناسب با خواست مشتریان نباشد، برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به طور کامل انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان را تعیین کنید. سعی کنید با مشتریان احتمالی مکاتبه کرده و یا به صورت حضوری آنها را ملاقات کنید. البته این نکته را نیز به خاطر داشته باشید که معمولاً ایده اولیه یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نبوده و لذا لازم است که در طی یک فرآیند تحقیق و جستجو، به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فروش می‌گذارد. برای تعیین قیمت تولیدات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آن قدر پایین باشد که مشتری را جذب کرده و در عین حال آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر، مشتری همواره بدنبال حداقل قیمت و کارفرما بدنبال حداکثر قیمت است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت تولیدات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد تولیدات و یا خدمات عرضه شده بدست می‌آید. قیمت رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به کسب و کارهای رقیب تعیین کنید.

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که برای افزایش سطح فروش انجام می‌دهید. به همین منظور، می‌توان از تکنیک‌های زیر استفاده کرد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

۲. بازاریابی مستقیم

۳. مشوق‌های فروش (اعمال تخفیف و دادن جایزه)

۴. روابط عمومی

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید زمینه کاری خود را تبلیغ کنید.

تبلیغات پیام‌های بازرگانی را شامل می‌شود که از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. بعنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پربیننده و خبری به اطلاع مشتریان رسانه و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید؛ همچنین می‌توانید از طریق چاپ تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون محصولاتتان را معرفی کنید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار پرهزینه بوده و کسب و کارهای کوچک از عهده آن بر نمی‌آیند. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورت اطمینان از اثر بخشی آن، می‌توان مورد استفاده قرار داد. با اینحال امروزه تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

۱- در حال حاضر در ایران بیش از ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.

۲- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر و کاملاً قابل ردیابی است؛ یعنی وقتی هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شده و از سایت‌تان بازدید بعمل آید.

ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا ارسال پیام تبلیغاتی شرکت نیست. نام تجاری منعکس کننده احساس و نگرش مصرف کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکت است. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است. آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شوید، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان تولیدات شما را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به دریافت این نوع تولیدات و یا خدمات هستید، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما کسانی هستند که تولید کننده هستند و یا حرفه آنان تبلیغات است، در این شرایط ممکن است بسیاری از این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که حتی مشتریان بالقوه شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و مشتریان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و مشتریان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. بیاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود. توجه داشته باشید:
۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.

۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایت تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن پیام قرار دهید.

۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند؛ به عنوان مثال از آنها بخواهید از سایت تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

۳. مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتریان مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه جوایز و تخفیف‌های ویژه است. در این روش شما جوایز قابل توجه و یا تخفیف‌های ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریان که زودتر و یا بیشتر اسانس گیاهی خود را سفارش داده اند، اهدا می‌گردد.

۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی است که زمینه گسترش شهرت و اعتبار شما را بطور غیرمستقیم فراهم کرده و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر از روش‌های دیگر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم داشته و میزان فروش ناشی از آن به کندی افزایش می‌یابد اما تاثیرگذاری پایدارتری نیز دارد. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت تان تهیه کرده و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان، شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناسی قابل اعتماد پذیرفته و چنانچه قصد خرید داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با ارزش‌آفرینی این تولیدات اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان شخصی یا براساس نام

موسسه تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی نوشته و آنها را به صورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا مشتریان اغلب برای خرید یک محصول، به سراغ کسانی می‌روند که از قبل می‌شناسند.

برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار نموده و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا در ازای پرداخت هزینه‌ای کم در آن حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها مستقیماً درباره حرفه خود سخنرانی نکنید، بلکه به ارزش دارویی این اسانس‌های گیاهی اشاره کنید.

حضور در سمینارها، کنفرانس‌ها، نمایشگاه‌های کتاب، همایش‌ها و... را هرگز فراموش نکنید.

ایجاد تعامل مناسب با متخصصان داروهای گیاهی، متخصصان بسته‌بندی مواد غذایی و... را در برنامه کاری خود بگنجانید.

توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصول شما دسترسی پیدا کنند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما می‌توانید بدون نیاز به دفتر کار امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن، شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند تولیدات و یا خدمات مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالات شان را پیدا کرده، و اقدام به ثبت سفارش نمایند. برای این منظور باید:

۱- نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید: www.name.com یا www.yourname.ir این دامنه باید دارای دو ویژگی داشته باشد:

الف- حتی‌الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛

ب- کوتاه و مختصر باشد تا به راحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.

۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.

۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک بگیرید)

۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۵- سایت را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و دنبال کنید.

اما شاید در ابتدای امر بهتر باشد شما در منزل خود جایی را طراحی کنید که امکان پاسخگویی تلفنی به مشتریان به صورت تمام وقت و یا پاره وقت در زمان‌های مشخص وجود داشته باشد.

رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصول شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) تولیدی شما را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را از دریافت خدمات شما بازدارد؛ این درحالیست که مشتریان راضی حدود سه نفر را به

دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید بدنبال جلب رضایت مشتری باشید.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱. ناشناخته بودن حرفه تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) در قالب یک کسب و کار خانگی
با توجه به این که حرفه تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) در قالب یک کسب و کار خانگی همچنان جزو کسب و کارهای جدید و نوظهور شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی می‌شود که در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل توجهی از سوی مشتریان روبرو نشوید.

برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

- سعی کنید روی بهتر بودن عطر اسانس‌های گیاهی و خاصیت دارویی اسانس‌ها کار کنید (از اسانس‌هایی استفاده کنید که خاصیت دارویی نیز داشته باشند) و سپس روی این مورد تبلیغات کنید.

- سعی کنید مقالاتی را درباره مزایای تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) در منزل و به عنوان یک کسب و کار خانگی موفق نوشته و در نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.
- می‌توانید تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) را در ابتدا برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.
- می‌توانید در نمایشگاه‌های مواد غذایی و بازارچه‌هایی که ویژه کارآفرینان نوپا بوده و توسط موسسات مختلف مانند شهرداری برگزار می‌شود، شرکت نموده و حرفه خود را معرفی کنید.
- سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وب سایت خود تعداد بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدمات‌تان را بالا ببرید.

۲. رقابت با کهنه کاران این حرفه

یکی از مخاطرات این شغل آن است که کهنه کاران این حرفه توانسته‌اند سهم خوبی برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان را پوشش دهند و بنابراین کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها

ارتباط برقرار نموده و توضیح دهید که فعالیت تان به هیچ وجه رقیب حرفه آنها نبوده، بلکه مکمل آن محسوب می‌شود. همچنین به آنها بگویید که می‌توانید مشتریانی را به سمت آنها هدایت کنید. این موضوع در دراز مدت برای هر دو طرف سودآور خواهد بود.

۳. ورود محصولات و اسانس‌های خارجی و رقابت با آنان نیز از دیگر مخاطرات این کسب و کار می‌باشد.

۴. ورود چای‌های خارجی معطر و تمایل مصرف‌کنندگان ایرانی به چاهای وارداتی، از دیگر مخاطرات این کسب و کار است که مصرف چای داخله را با مشکل مواجه نموده است.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

به کارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:

برای معرفی تولید خود یک سایت طراحی نموده و آن را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهید:

- 📍 حتی‌الامکان مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.
- 📍 اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت قرار دهید.
- 📍 بر روی مطالب مربوط به ارزش غذایی و دارویی اسانس‌های گیاهی تمرکز کنید.

- ❖ فضای برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.
- ❖ با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
- ❖ سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه تولید اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) اشاره کنید.
- ❖ از تولیدکنندگان اسانس گیاهی بزرگ الگوبرداری کنید.
- ❖ اقدام به تشکیل انجمن تولیدکنندگان اسانس گیاهی (برای معطر نمودن چای داخلی) کنید.
- ❖ عقد قرارداد با کارخانجات چای را در دستور کار خود قرار دهید.
- ❖ ارتقاء نحوه بسته‌بندی سفارشات خود را مد نظر قرار دهید به طوری که سفارشات در نهایت صحت تحویل مشتریان شوند.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ❖ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
- ❖ کانون دانش و صنعت اسانس و گلاب
- ❖ شهرداری
- ❖ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- تولید انواع عرقیات گیاهی
- شرکت‌های داروسازی
- کارخانجات تولید چای
- تولیدکنندگان انواع چای داخلی
- تولیدکنندگان و فروشندگان انواع لوازم تولید اسانس
- فروشندگان گیاهان دارویی



معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- کاربردهای درمانی اسانس‌های گیاهی، پدیدآورنده: رضا بخردی، مریم خیاط کاشانی، لیلا صادقی کاشان (ویراستار) ناشر: مرسل
- اسانس گل سرخ محمدی، پدیدآورنده: فیروزه میربها، ناشر: مکعب
- شیمی و تهیه صنعتی روغن‌های اسانس، پدیدآورنده: فاطمه سفیدکن، ناشر: زاوش
- اسانس، دستگاه‌های تقطیر، روش‌های آزمون و شاخص‌های بازداری در تجزیه اسانس، پدیدآورنده: کامکار جایمند، محمدباقر رضایی، غلامرضا نبی (ویراستار)، ناشر: انجمن گیاهان دارویی
- آشنایی با اسانس‌های معطر گیاهی و اثرات شفابخش آنها، داروخانه معطر به انضمام نسخ درمانی، پدیدآورنده: بهارک محمودی، ناشر: نور دانش
- رایحه درمانی "دانش کاربرد اسانس‌ها، برای دستیابی به بهداشت و تندرستی"، پدیدآورنده: مارسل لاوابر، احمد امامی (مترجم)، شیرین فصیحی (مترجم)، ناشر: ملانک، کلام حق
- خواص آب میوه‌ها و فرهنگ شربت‌ها، معجون‌ها، ترشی‌ها، مرباها، اسانس‌ها، روغن‌ها، مرهم‌ها و...، پدیدآورنده: کاظم کیانی ناشر: لوح دانش
- جای درمانی، پدیدآورنده: طهمورث فروزین، ناشر: یکان

- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمدابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۵.
- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس،
- تجارت الکترونیک، سهیل سرمد سعیدی، وحیدرضا میرابی، نشر پرسمان،
- تجارت الکترونیک، رامین مولاناپور، نشر سهادانش.
- مدیریت و تجارت الکترونیک، مهران آقایی، افسانه حاجیان، نشر سفیر

پیوست

ضوابط تولید اسانس ها و عصاره های گیاهی

🔗 مجوز تولید اسانس ها و عصاره های گیاهی اختصاصا به واحدهای تولیدی که دارای اجازه تاسیس از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می باشند داده می شود.

🔗 کلیه واحدهای تولید اسانس ها و عصاره های گیاهی موظف به رعایت مقررات حاکم بر تولید، بسته بندی، انبارداری و توزیع مواد اولیه دارویی می باشند.

🔗 صدور مجوز تولید منوط به دارا بودن امکانات کشت و یا ارائه قرار داد کشت گیاه مورد درخواست می باشد.

متقاضی جهت اخذ مجوز تولید اسانس ها و عصاره های گیاهی می باید مدارک زیر را ارائه نماید:

🔗 تعیین جنس و گونه گیاه و ارسال نمونه هرباریومی جهت بررسی توسط کارشناسان

🔗 ذکر قسمت مورد استفاده از گیاه (برگ، ریشه، ریزوم و....)

✚ ذکر روش تولید اسانس و عصاره به طور کامل با ذکر نوع و مقادیر

حلال و مواد کمکی مورد استفاده

✚ ارسال روش‌های کنترل کمی و کیفی و تعیین مشخصات فیزیکی

محصول نهایی (با ارائه رفرانس‌های معتبر)

✚ ارسال روش‌های کنترل میکروبی و قارچ شناسی و نتایج آن

✚ کنترل پایداری فرآورده و تعیین تاریخ انقضا

✚ شرایط نگاهداری

🔗 مجوز تولید اسانس‌ها و عصاره‌های گیاهی منحصراً جهت یک نوع

اسانس و یا عصاره و صرفاً به عنوان ماده اولیه در تهیه فرآورده‌های

گیاهی صادر می‌گردد.

🔗 صدور مجوز تولید اسانس‌ها و عصاره‌های گیاهی منوط به تایید اداره کل

آزمایشگاه‌های کنترل غذا و دارو و پس از اخذ صلاحیت ساخت از

کمیسیون قانونی بر اساس قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و

دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی و مقررات ناشی از آن توسط وزارت

بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می‌باشد.

🔗 مدت اعتبار مجوز صادره چهار سال می‌باشد.

تقاضای تمدید مجوز تولید باید ۶ ماه قبل از انقضاء مدت به عمل آید و چنانچه در طول مدت اعتبار مجوز، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تولید هر اسانس یا عصاره‌ای را غیر لازم و یا مضر به سلامت جامعه تشخیص دهد، مجوز مربوطه را با رای کمیسیون قانونی تشخیص لغو می‌نماید.

کارشناسان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از اسانس‌ها و عصاره‌های تولیدی نیز به صورت اتفاقی طبق ضوابط مربوط، نمونه‌برداری کرده و نمونه‌ها را جهت بررسی و آزمایش به اداره کل آزمایشگاه‌های کنترل غذا و دارو وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ارسال خواهند نمود.