

گفت‌وگو با آرمان حسین پور - مدیر شرکت فرح فرم ایرانیان (پوشاک فرم)

# حمایت از تولید په چه معناست!

اشاره:  
موسسه تولید پوشاک فرم با هدف ارائه خدمات به شرکت‌ها، موسسات، بانک‌ها و بیمارستان‌ها در سال ۱۳۸۹ به عنوان اولین مرکز تخصصی پوشاک فرم تاسیس شد و پس از ۱۲ سال تجربه در تولید مانتو اداری و غیر اداری تصمیم گرفت که تولید مانتوهای اداری و کارمندی را تحت شرکت تولیدی فرح فرم ایرانیان با برند «پوشاک فرم» به شکل کاملاً تخصصی آغاز نماید و در حال حاضر به ارائه و تولید کت و شلوار، مانتو و شلوار، مقنعه و کفش در مدل‌های مختلف می‌پردازد. این مجموعه تاکنون موفق شده به عنوان برگزیده کنفرانس بین‌المللی مدیریت و توسعه کسب و کار، برگزیده نخستین کنفرانس بین‌المللی استاندارد سازی در صنعت گردشگری و صنایع وابسته، برگزیده جشنواره نشان حمایت ملی، برگزیده همایش کارآفرینی سال تولید ملی حمایت از کار و سرمایه ایرانی و ... شناخته شود. برای آشنایی بیشتر با این مجموعه و همچنین روند تولید پوشاک فرم در کشور گفت‌وگویی با آرمان حسین پور انجام دادیم که از نظراتان می‌گذرد:



## «بیوگرافی و آغاز فعالیت تولیدی...»

متولد سال ۱۳۶۰ در تهران هستم و حدود ۱۴ سال است که فعالیت خود را در صنعت پوشاک آغاز کرده‌ام. دلیل انتخاب این صنعت هم به دلیل فعالیت پدر و هم علاقه‌ام به تولید بود. از همان ابتدا به تولید علاقه داشتم و لذت خلق یک محصول جدید تجربه بسیار ارزشمندی است.

در این مدت به لطف خدا توانستیم به موفقیت‌های خوبی در زمینه تولید و عرضه





همگام سازند زیرا امکانات چندانی در اختیار ندارند. برای مثال امسال یک رنگ خاص مد می‌شود اما آیا پارچه‌های این رنگ در کشور موجود است؟

از طرف دیگر تیراژ تولید در ایران بسیار پایین است به همین دلیل اغلب شرکت‌ها نمی‌توانند یک تیم طراحی توانمند داشته باشند تا براساس تغییر و تحولات جهانی مد به ارائه طرح‌های متنوع و متعدد بپردازد.

با توجه به این مسائل تصمیم گرفتیم وارد حوزه پوشاک فرم شویم که متقاضیان آن (بخش دولتی و خصوصی) رو به افزایش بودند. در آن زمان هیچ‌یک از واحدهای تولیدی نتوانسته بودند تمام نیازهای مخاطبان را برآورده نمایند. برای مثال پارچه مربوط به پوشاک فرم باید دوام بالایی داشته باشد، کمتر چروک شوند و مصرف‌کننده (که حدود ۸ ساعت از آن استفاده می‌کند)؛ احساس راحتی کند متأسفانه واحدهای تولیدی کمتر به این موضوع توجه نشان می‌دادند. اما تمام تلاش خود را به عمل آوردیم و توانستیم تا حدود زیادی این مسائل را رفع و رضایت مصرف‌کنندگان را (به‌عنوان اولین شرکت تخصصی تولید پوشاک فرم در کشور) برآورده نماییم. تا امروز از فعالیت خود رضایت کامل را داریم و معتقدم در راستای تولید موفق گام برداشته‌ایم.

#### ◀ در زمینه تولید «تخصصی» پوشاک فرم در این مجموعه توضیحاتی ارائه نمایید...

زمانی که یک سازمان دولتی یا خصوصی سفارش تولید پوشاک فرم خود را به ما ارائه می‌دهد، مراحل تولید با سبزه‌گیری آغاز می‌شود و از مرحله تولید تا آماده‌سازی، موظفیم که محصولات را به اصطلاح «قالب بدن» مصرف‌کنندگان ارائه نماییم و کوچک‌ترین مشکل خیاطی یا طراحی را برطرف سازیم تا تک‌تک محصولات براساس سلیقه و رضایت

مسئلاً هر فعالیتی ریسک‌های خاص خود را دارد برای مثال یکی از معضلات بزرگ صنعت پوشاک، چک‌های برگشتی و دردهای خاص آن است و می‌دانستیم در تولید پوشاک فرم که با سازمان‌ها و نهادهای دولتی روبرو هستیم؛ حجم چک‌های برگشتی به حداقل خواهد رسید و دیگر دغدغه‌ای از این بابت نخواهیم داشت. مطلب دیگر این‌که تولید پوشاک به دو بخش تقسیم می‌شود. در بخش نخست، از اصول مد پیروی می‌شود و تولیدکنندگان باید براساس مد به ارائه محصول بپردازند. همان‌طور که می‌دانید سرعت تغییر و تحول در مد بسیار بالاست و امروزه رنگ و مدل در مقاطع کوتاه زمانی عوض می‌شوند.

بخش دوم تولید پوشاک به «پوشاک کلاسیک» اختصاص دارد که با تغییر و تحول سریع مد همراه نیست و سال‌های متمادی به حیات خود ادامه می‌دهد با توجه به این مطلب معتقدم که ضعف تولید پوشاک در ایران به موضوع مد بازمی‌گردد که تولیدکنندگان نمی‌توانند به روز و سریع خود را با تغییر و تحولات جهانی مد

تولید پوشاک فرم مشکلات خاص خود را دارد برای مثال با تک‌تک خانم‌های یک نهاد و سازمان روبرو هستیم و با توجه به دقت‌نظر و نکته‌بینی بسیار بالای خانم‌ها در خرید مانتو، ممکن است وقفه‌هایی در تولید صورت گیرد در حالی‌که تولید مانتوی مجلسی و اسپرت چنین مشکلی ندارد و ارتباط مستقیمی با مصرف‌کنندگان نداریم.

پوشاک فرم دست یابیم. در ابتدا به تولید مانتوهای اسپرت و مجلسی می‌پرداختم اما به‌تدریج متوجه وجود خلأ بسیار بزرگی در پوشاک ادارات و سازمان‌ها شدم و از سوی دیگر واحدهای تولیدی موجود نیز توان پاسخگویی به تقاضاهای رو به افزایش پوشاک فرم ادارات را نداشتند پس به پدرم پیشنهاد دادم تا به صورت تخصصی، تولید پوشاک فرم را آغاز کنیم.

#### ◀ از کسب موفقیت در زمینه تولید پوشاک فرم اطمینان داشتید یا این کار صرفاً یک ریسک بزرگ بود؟

از تولیدکننده، حمایت بسیاری به عمل می‌آورند و شرایط را برای فعالیت بیشتر و بهتر وی مهیا می‌سازند. تولیدکننده، ارج و قرب خاصی در تمام کشورها دارد و به‌عنوان یک عنصر مفید و سازنده جامعه از وی یاد می‌شود اما در ایران این‌طور نیست و به نام حمایت از تولید، قوانین و مقررات بسیار وضع می‌شود اما در عمل، هیچ‌کدام به نفع تولید و تولیدکننده نیستند و

تولیدکنندگان مطرحی در زمینه پارچه فاستونی به فعالیت می‌پردازند اما تولید یک‌سال خود را پیش‌فروش می‌کنند؛ در این صورت تکلیف ما چیست؟ یا یک رنگ خاص را به آنان سفارش می‌دهیم اما یا توان تولید آن را ندارند و یا عنوان می‌کنند که با شرکت دیگری قرارداد دارند و وعده یک‌سال بعد را می‌دهند!!!!



معتبر و مطرح پارچه به توافق رسیده بودیم و خرید از یک تولیدکننده ایرانی برای ما بسیار مسرت‌بخش بود اما زمانی که برای تهیه پارچه به بازار مراجعه کردیم؛ عنوان شد که پارچه‌های موردنظر ۴ ماه بعد تحویل داده می‌شوند!! در صورتی که پارچه‌های وارداتی چنین محدودیتی ندارند؛ ضمن این‌که به اعتقاد من شاید از نظر ماشین‌آلات و دستگاه‌های تولیدی در صنعت نساجی (به ویژه تکمیل) چندان به‌روز نباشیم اما علی‌رغم مشکلات و چالش‌هایی که تولیدکنندگان با آن مواجه هستند؛ در زمینه تولید پارچه‌های فاستونی بسیار توانمند است.

## ◀ به تعدادی از این مشکلات اشاره نمایم.

تولیدکنندگان مطرحی در زمینه پارچه فاستونی به فعالیت می‌پردازند اما تولید یک‌سال خود را پیش‌فروش می‌کنند؛ در این صورت تکلیف ما چیست؟ یا یک رنگ خاص را به آنان سفارش می‌دهیم اما یا توان تولید آن را ندارند و یا عنوان می‌کنند که با شرکت دیگری قرارداد دارند و وعده یک‌سال بعد را می‌دهند!!!!

ضمن این‌که برخی از پارچه‌های تولیدی هم کیفیت مطلوبی ندارند، مورد توجه مصرف‌کنندگان قرار نمی‌گیرد زیرا هنوز با ماشین‌آلات ۴۰ سال قبل به تولید ادامه می‌دهند.

تولید، نیروی محرک اقتصاد هر کشوری محسوب می‌شود؛ به‌همین دلیل تمام کشورها

سفارش‌دهنده تولید شود؛ این دقت‌نظر در سایر شرکت‌ها کمتر وجود دارد. البته تولید پوشاک فرم هم مشکلات خاص خود را دارد برای مثال با تک‌تک خانم‌های یک نهاد و سازمان روبرو هستیم و با توجه به دقت‌نظر و نکته‌بینی بسیار بالای خانم‌ها در خرید مانتو، ممکن است وقفه‌هایی در تولید صورت گیرد در حالی که تولید مانتوی مجلسی و اسپرت چنین مشکلی ندارد و ارتباط مستقیمی با مصرف‌کنندگان نداریم.

## ◀ برنامه‌ای برای گسترش فعالیت‌های خود دارید؟

بله برای آینده برنامه‌های بسیاری برای گسترش فعالیت‌های خود داریم اما این گسترش، به‌معنای افزایش تیراژ تولید نیست بلکه ارتقای کیفیت محصولات و جلب اطمینان و اعتماد مشتریان را در برمی‌گیرد. امیدوارم سال ۱۳۹۳ به اهداف خود در زمینه‌های مذکور دست یابیم.

## ◀ مواد اولیه مصرفی از واحدهای داخلی تهیه می‌شوند یا خارج کشور؟

در صورتی‌که مواد اولیه داخلی از کیفیت و قیمت مناسب و خوبی بهره‌مند باشند؛ طبعاً مواد اولیه مورد نیاز را از واحدهای داخلی تهیه می‌کنیم و به‌عنوان یک ایرانی، افتخار می‌کنم که مواد اولیه مصرفی ما تولید داخل است؛ اما متأسفانه در بسیاری از موارد بهره‌گیری از تولیدات داخلی میسر نیست برای مثال با یکی از تولیدکنندگان



هنوز پس از ۱۴ سال فعالیت در صنعت پوشاک، متوجه نشده‌ایم حمایت از تولید در کشور ما به چه معناست!! وام تولیدی هم آن قدر فرایند طولانی و زمان‌بری دارد که از دریافت وام پشیمان می‌شویم!

مطلب دیگر این که کارفرما طبق قانون در صورت اشتغال ۵ نفر در واحد تولیدی، مشمول معافیت بیمه‌ای (تا سقف مشخصی) می‌شود اما اگر این تعداد به ۶ نفر افزایش یابد، آن معافیت مالیاتی از بین می‌رود!!! آیا این موضوع، منطقی است!!! از سوی دیگر بسیاری از مشاغل به‌خصوص ساختمان‌سازی، به عناوین مختلف از زیربار مالیات شانه خالی می‌کنند اما تولیدکننده که میزان درآمد و سود و زینانش کاملاً مشخص است نه تنها مورد حمایت قرار نمی‌گیرد بلکه مشمول پرداخت انواع و اقسام جریمه هم می‌شود. فعلاً که رکود خاصی در بازار حکمفرماست و زمستان سال ۹۲، مردم خرید چندانی نکردند و تولیدکنندگان فروش خوبی نداشتند؛ امیدوارم در دولت تدبیر و امید، وضعیت تولید و تولیدکننده بهبود یابد.

#### ◀ سیستم بازاریابی و جلب مشتری

پوشاک فرم چگونه انجام می‌شود؟ از همان سال اول فعالیت، تبلیغات گسترده‌ای در مجلات، همایش‌ها و نمایشگاه‌های مختلف انجام دادیم و اگرچه هزینه‌های بسیار بالایی داشت اما باید مدیران شرکت‌های معتبر بخش دولتی و خصوصی متوجه حضور ما در بازار می‌شدند و در جریان توانمندی‌ها و دقت نظر ما در زمینه تولید پوشاک فرم قرار می‌گرفتند. زمانی که محصولات ما مورد توجه یک سازمان قرار می‌گیرد، این سازمان ناخودآگاه به مرجعی برای تبلیغات ما می‌شود و آن را به سایر دوستان و همکاران خود معرفی می‌کند. کما این که بارها چنین اتفاقی را تجربه کرده‌ایم و تبلیغات دهان به دهان یکی از موثرترین شیوه‌های جلب مشتری برای ما بوده‌است.

#### ◀ و طراحی محصولات؟

تیم طراحی در شرکت راه‌اندازی شده و از صبح شنبه تا ظهر پنج‌شنبه به‌طور مرتب به اتود زدن





و ارائه طرح‌های متنوع می‌پردازند.

#### ◀ قیمت‌گذاری تولیدات برچه مبنایی انجام می‌شود؟

قیمت تولیدات ما متعادل است و نسبت به نمونه‌های موجود در بازار خیلی به مراتب مناسب‌تر و کیفیت بسیار بالاتری دارد. تولیدات ما صنعتی است در حالی که دیگران چنین روشی را مدنظر قرار نمی‌دهند و به صورت سنتی به فعالیت می‌پردازند؛ ضمن این‌که به تولید سایر

محصولات نیز مشغول هستند و تمرکز چندانی بر پوشاک فرم معطوف نمی‌کنند.

#### ◀ رنگ‌بندی پوشاک فرم هم که عمدتاً سرمه‌ای، قهوه‌ای و رنگ‌های تیره است؟؟؟

بله، معمولاً سازمان‌ها و ادارات، رنگ‌های تیره را برای پوشش پرسنل خود انتخاب می‌کنند اما شخصاً همیشه پارچه‌های رنگی و شاد را می‌پسندم و آن را به شرکت‌هایی که نفرت

کمتری نسبت به سایرین دارند؛ پیشنهاد می‌کنم و خوشبختانه از این پیشنهاد، استقبال خوبی به عمل می‌آید!

#### ◀ مطلب نهایی؟

امیدوارم روزی فرا برسد که به صادرکننده معتبر و خوش‌نامی در سطح بین‌المللی تبدیل شویم به جای این‌که واردکننده محض باشیم و مردم با افتخار، تولیدات ایرانی را مصرف نمایند و آن را به خرید محصولات خارجی ترجیح دهند.

