

گزارش



دل‌سردمان نکنید!

گزارشی از برگزاری نمایشگاه تهران مدکس ۱۴۰۰



در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه، مریم پورشهبابی - دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور - یکی از نکات مهم این رویداد را نمایش آثار ششمین نمایشگاه لباس عاشورایی اعلام و ابراز امیدواری کرد که تولیدکنندگان آثار طراحان را ببینند و آنها را در پی تعامل با طراحان به تولید انبوه رسانند.

به گفته وی، در این نمایشگاه، نگاهی ویژه به تبیین ارزش‌های بومی و ملی کشور در قالب نمایش طرح‌ها و تولیدات برآمده از هویت اسلامی و ایرانی و همچنین پوشاک مختص اقوام مختلف کشور با رویکرد توجه استراتژیک به بازارهای منطقه و صادرات پوشاک داخلی صورت گرفته است.

پورشهبابی، یکی از اهداف برپایی نمایشگاه را ایجاد فرصت ارتباط بیشتر طراحان با بخش صنعت و استفاده از طرح‌های خلاقانه و نوآورانه در فرایند تولید پوشاک برشمرد و گفت: در این راستا، کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور طبق انعقاد تفاهم‌نامه‌ای با اتحادیه پوشاک، تسهیلاتی را برای طراحان فراهم آورده تا بر اساس آن، طراحانی که علاقه‌مند به حضور در رده صنفی و خواهان دریافت جواز کسب هستند؛ با دریافت معرفی‌نامه مورد تأیید کارگروه ساماندهی مد و لباس و تکیه بر برخی دستورالعمل‌ها و شرایط و ارائه آن معرفی‌نامه به اتحادیه پوشاک، جواز صنفی خود را دریافت کنند.

ابوالقاسم شیرازی - رئیس اتحادیه پوشاک تهران - نیز گفت: این نمایشگاه به همت تولیدکنندگان بنگاه‌های کوچک و متوسط برگزار شد و اتاق اصناف



اشاره:

نخستین نمایشگاه بین‌المللی و تخصصی زنجیره ارزش پوشاک طراحی، مد، لباس و صنایع وابسته با هدف ارائه توانمندی‌ها و فناوری‌های پیشرفته در زنجیره ارزش صنعت پوشاک، مد، ماشین‌آلات و تجهیزات و توسعه صادرات (مدکس ۱۴۰۰) با محمود شالویی - سرپرست معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - مجتبی توانگر - نماینده مجلس شورای اسلامی - حمید قبادی - مشاور اجرایی معاونت امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - مریم پورشهبابی - دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس کشور - ابوالقاسم شیرازی - رئیس اتحادیه پوشاک تهران - صدیقه پاک‌بین - دبیر یازدهمین جشنواره مد و لباس فجر - تولیدکنندگان و فعالان صنعت مد و پوشاک در مجتمع نمایشگاهی شهر آفتاب افتتاح شد و به مدت چهار روز ادامه یافت.



ایران، مرکز امور اصناف، معاونت‌های مختلف وزارت صمت تلاش بسیار مناسبی را انجام دادند تا این نمایشگاه به خوبی برگزار شود. وی با بیان اینکه بسیاری از تولیدکنندگان قابلیت تبدیل به برند شدن را دارند، خاطرنشان کرد: پوشاک تولیدی ایران به راحتی می‌تواند جایگزین پوشاک وارداتی شود و امروز افتخار می‌کنیم که علاوه بر تأمین نیازهای داخلی، توانسته‌ایم به نیازهای صادراتی کشور نیز جامه عمل ببوشانیم. در ادامه مراسم افتتاحیه، مجید اکبری - مدیر اجرایی نمایشگاه تهران مدکس - گفت: این نمایشگاه در پنج بخش فرهنگی، هنری، تجاری، آموزشی و پژوهشی برگزار شد که خوشبختانه با استقبال مشارکت کنندگان و بازدیدکنندگان روبه رو شد.

وی یکی از مزیت‌های این نمایشگاه را حضور تمامی حوزه‌های زنجیره ارزش پوشاک اعم از صنایع نساجی (ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و چاپ و تکمیل کالاهای نساجی)، طراحی، ماشین‌آلات و تجهیزات وابسته، دستگاه‌های ریسندگی و بافندگی، تولید، تعمیرات و نگهداری، صنایع وابسته، چرم، سراجی، کفش، مشاغل خانوادگی مرتبط توسط زنان سرپرست خانوار و کالاهای فرهنگی عفاف و حجاب دانست و اضافه کرد: هدف از برگزاری این نمایشگاه، ارائه آخرین توانمندی‌ها و فناوری‌ها در زنجیره این صنعت، نگاه ویژه به طراحی و ارزش‌های بومی و ملی کشور در هویت و پوشش اقوام، نگاه استراتژیک به بازارهای منطقه‌ای و صادرات پوشاک تولید ایران با توجه به کیفیت و استانداردهای جهانی، ایجاد و گسترش همکاری‌های مشترک در سطح بین‌المللی و آینده پژوهی در صنعت پوشاک می‌باشد.

اکبری به ضرورت تقویت ارتباط طراحان با صنعت پوشاک پرداخت و افزود: از اهداف دیگر این نمایشگاه ارتباط بیشتر طراحان با صنعت و استفاده از طرح‌های خلاقانه، نوآور و همسو با فرهنگ ایرانی اسلامی در تولیدات پوشاک بود.

محمد رئوف قادری - مدیرعامل نمایشگاه بین‌المللی شهرآفتاب - با اشاره به استقبال گسترده علاقه‌مندان از این نمایشگاه گفت: برگزاری نخستین نمایشگاه صنعت پوشاک کشور در سایت نمایشگاهی شهر آفتاب، کمک شایانی به معرفی تولیدکنندگان این صنعت کرد زیرا توانسته‌ایم زمینه برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ و تخصصی را برای علاقه‌مندان فراهم کنیم. وی گفت: بزرگ‌ترین بیماری اقتصاد کشور ما دولتی بودن آن است و در حوزه صنعت نمایشگاهی، انحصار دولتی حوصله رقابت از بخش خصوصی را گرفته است. قطعاً در این مسیر رسانه‌ها می‌توانند نقش پررنگی را ایفا کنند تا اقتصاد کشور به جایگاه واقعی خود بازگردد. در تمام بخش‌های اقتصاد کشور جای پای دولتی‌ها دیده می‌شود که به جای

سیاست‌گذاری، تصدی‌گری می‌کنند. وی اذعان داشت: اولین کشور خاورمیانه بودیم که در نمایشگاه بین‌المللی بریتانیا حضور پیدا کردیم؛ اما امروز در شرایطی که همسایگان ما نمی‌توانیم نامزد برگزاری آن شویم. قادری در مورد برگزاری نمایشگاه‌های پرمخاطب در شهرآفتاب گفت: براساس قانون و مصوبات کمیسیون زیربنایی هیات دولت، مصوبه شورا و اراده شهرداری تهران برای نجات شهروندان از آلودگی هوا و ترافیک، قطعاً راهی جز انتقال نمایشگاه‌های پرمخاطب به خارج از شهر تهران نداریم و در خارج از تهران نیز جایی به جز شهرآفتاب که محل مناسبی برای برگزاری نمایشگاه‌هاست؛ وجود ندارد. اراده دولت و شهرداری بر این است

تأسیس و از حدود شش سال پیش مدیران آن، برند گالوس را برای ادامه کار انتخاب کرده‌اند.

دکتر منصور تیرگر - مدیرعامل - ابراز داشت: هر سال در نمایشگاه‌های پوشاک شرکت می‌کنیم زیرا معتقدیم به این ترتیب در زنجیره ارزش پوشاک، جایگاه خود را پیدا می‌کنیم. خوشبختانه در این نمایشگاه با بازخورد بسیار خوب بازدیدکنندگان روبرو شدیم به طوری که تعداد مراجعه‌کنندگان به غرفه ما در نمایشگاه مدکس، فراتر از حد انتظار و در حد نمایشگاه ایران مد بود. البته طی دو سال اخیر رویکردها نسبت به تولید داخل متفاوت و بهتر شده و گرایش خرده‌فروشان به عرضه محصولات داخلی افزایش یافته است؛ لذا برپایی یک نمایشگاه جامع و گسترده بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

وی اضافه کرد: مدتی است سیاست‌های کلان کشور به دلیل تحریم‌ها به سمت حمایت از تولید داخل متمرکز شده لذا نمایشگاه‌های تخصصی با استقبال بیشتری مواجه می‌شوند.

به گفته دکتر تیرگر، در ایام پاندمی کرونا تحولاتی در بدنه صنعت مد و پوشاک و عادات خرید و مصرف مردم شکل گرفت که هنوز قضاوت در مورد آنها زود است و باید دید پس از اتمام پاندمی، چه هنجارها یا ناهنجاری‌هایی شکل خواهد گرفت اما به نظر می‌رسد گرایش نسل جدید به سمت رنگ‌های خاکستری و مشکی باشد.

مدیرعامل گالوس تصریح کرد: اگرچه سقوط ارزش پول ملی، کرونا و تحریم‌ها باعث عدم دسترسی تولیدکنندگان به مواد اولیه باکیفیت شده اما نباید تغییر الگوهای خرید پوشاک مانند تغییر سبزه‌های خانگی و ... را نادیده بگیرند. در مجموع معتقدیم باید دید پس از کرونا شرایط تطبیق مردم چگونه خواهد بود، آیا به سرعت همه چیز سر جای اول خود برمی‌گردد یا مسیرهای جدیدی شکل می‌گیرد.

وی در مورد کد شناسه کالا نیز عنوان داشت: به اعتقاد من این طرح هیچ ارتباطی به قاچاق پوشاک ندارد زیرا قاچاق مسأله‌ای است که باید حاکمیت و دولت راهکارهای صحیح در مورد مهار



ضد عفونی کننده به مردم بدهند! کتابی هم در مورد اطلاعات غرفه‌داران وجود نداشت و مسئولان برپایی نمایشگاه از بازدیدکنندگان می‌خواستند کارت ویزیت و اطلاعات هر شرکتی را از خود غرفه‌ها بگیرند!

برپایی چادر عشایری، پخت نان محلی به شیوه سنتی، سبدهای دستباف، عرضه عسل طبیعی و سبزی‌های خشک، پیش از ورود به سالن اصلی، نکته‌ای بود که متوجه ارتباط آن با پوشاک و مد نشدیم اما بازدیدکنندگان عام توانستند نان و عسل بخرند و کنار چادرهای عشایر عکس سلفی بگیرند!

تحولات در بدنه صنعت مد و پوشاک

«پوشاک گالوس» در زمینه تولید پوشاک مردانه به فعالیت می‌پردازد. این شرکت تولیدی از سال ۱۳۶۳

که نمایشگاه‌های پرمخاطب به شهرآفتاب منتقل شود تا از این مسیر کاهش آلودگی هوا و ترافیک در کلان شهر تهران محقق شود. قطعاً انتقال این نمایشگاه‌ها به شهرآفتاب سه دستاورد مهم یعنی کاهش آلودگی، ایجاد درآمد پایدار شهری و زمینه برگزاری نمایشگاه‌های بزرگ در کشور را به همراه دارد.

گفت‌وگو با تعدادی از غرفه‌داران مدکس ۱۴۰۰ در این نمایشگاه که برخلاف تبلیغات آن، خبر چندان از سخت‌گیری بابت رعایت پروتکل‌های بهداشتی و زدن ماسک وجود نداشت؛ چهار نفر در ابتدای سالن ایستاده و صرفاً نظاره‌گر ورود افراد به سالن‌های نمایشگاه بودند بدون آن‌که تب سنجی در دست داشته باشند یا مواد



آن اتخاذ نمایند تا بستری فراهم شود که واردات غیرقانونی، صرفه اقتصادی خود را از دست بدهد اما مدتی است تشکل‌های پوشاک در مورد این موضوع اظهار نظر می‌کنند که به اعتقاد من چندان درست نیست.

این فعال صنعتی یادآور شد: دولت برای طبقه‌بندی ورودی و خروجی مالی و کنترل پولشویی و انتقال ارز، شناسه کالا را تدوین کرده که طرح بدی نیست اما موانعی را برای کسب و کار واحدهای کوچک و نوپا به وجود می‌آورد. همان‌طور که می‌دانید در تمام کشورها اساس پایداری نظام پوشاک بر واحدهای کوچک استوار است زیرا در برابر مشکلات و بحران‌ها بسیار چابک و انعطاف‌پذیر هستند اما اجرای شناسه کالا، مانع خلق واحدهای جدید می‌شود و دولت هم برنامه حمایتی برای چنین واحدهایی ندارد هرچند دولتمردان دیر یا زود باید تمهیداتی برای رفع این مشکل بیندیشند.

دکتر تیرگر بیان داشت: ورود تشکل‌های بخش خصوصی به طرح شناسه کالا یا موضوع قاچاق و برگزاری جلسات متعدد آنان با ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و ... برایم بسیار تعجب‌آور است زیرا دولت، نظام حاکمیتی و امنیتی باید به موضوع واردات غیرقانونی ورود پیدا کنند و تشکل‌ها صرفاً می‌توانند دیدگاه‌ها و نقطه نظرات خود را در قالب مشاوره با مسئولان در میان بگذارند.

«انسان در شرایط دشوار به پیروزی می‌رسد»

«گروه پخش و تولیدی نیو بُن» فعالیت خود را از سال ۱۳۹۶ در زمینه تولید پوشاک و سارافون دخترانه با اشتغال‌زایی برای ۱۰ نفر آغاز کرد و پس از گذشت سه سال این تعداد به ۵۰ نفر رسیده است.

فرزاد مومنی - مدیرعامل - گفت: معتقدم انسان در شرایط دشوار به پیروزی می‌رسد و با این تفکر به پیشرفت‌های قابل توجهی دست یافتیم. اگرچه در برخی زمینه‌ها به دلیل شرایط اقتصادی با مشکلات متعددی مانند عدم دسترسی مناسب و سریع به مواد اولیه و ... مواجه شدیم اما به امید

لذا مجبوریم بخشی از مواد اولیه مورد نیاز را از طریق واردات تأمین نماییم.

مومنی اذعان داشت: اگر به راستی مسئولان خواهان ادامه حیات و بقای تولیدکنندگان پوشاک هستند، آنان را دلسرد نکنند؛ دلسردی یعنی ممنوعیت واردات پارچه‌ای که تولید داخل ندارد، یعنی کمبود و گرانی مواد اولیه و تجهیزات جانبی تولید البسه و ...

وی یادآور شد: بسیاری از فعالان صنعتی منتظر اقدامات و تصمیمات دولت جدید در بخش تولید هستند؛ آیا مانند دولت قبلی فقط در باغ سبز به تولیدکننده نشان می‌دهد و هیچ حمایت واقعی صورت نمی‌گیرد یا قرار است اتفاقات خوبی برای صنعت پوشاک رخ دهد؟! مومنی هدف از شرکت در نمایشگاه را معرفی و

خداوند مجموعه همچنان پابرجاست، پرسنل به کار ادامه می‌دهند و به رسیدن روزهای خوب امیدواریم.

وی اضافه کرد: مواد اولیه مصرفی ما، پارچه‌های داخلی و خارجی هستند البته با تشدید تحریم‌ها، تحولات مثبتی در کیفیت پارچه‌های ایرانی به وجود آمده اما هنوز کارخانه‌های نساجی قادر به رفع نیاز ۸۰ میلیونی کشور نیستند، به این نکته هم باید اشاره کنم که از سه سال پیش در اغلب بوتیک‌ها لباس‌های متنوع با پارچه‌های مختلف از چین و ترکیه به چشم می‌خورد که انتظارات مصرف‌کننده ایرانی را نسبت به طرح، مدل و کیفیت پوشاک بالا برده در حالی که پارچه‌های مدنظر تولیدکنندگان در کشور تولید نمی‌شود در نتیجه نمی‌توانند توقع مردم را چندان برطرف کنند

زمینه واردات پوشاک از چین فعال بود و دفتری نیز در شهر گوانگجو داشت اما ۵ سالی است که تمام فعالیت‌های خود را در تولید و دوخت مانتوهای اسپرت دخترانه در ایران معطوف کرده است و ۶۰۰ فروشگاه از سراسر کشور از این مجموعه خرید می‌کنند.

علیرضا عسگری - مدیرعامل - ادامه داد: پیش از ورود به میدان تولید به خوبی می‌دانستم با فعالیت دشواری مواجه خواهیم بود اما تصمیم داشتیم در مملکت خود به کار ادامه دهیم زیرا ایجاد اشتغال برای ۱۴۰-۱۵۰ کارگر ایرانی برای بسیار لذت‌بخش‌تر و ارزشمندتر از درآمدزایی برای کارگران چین و ترکیه است؛ هرچند در ادامه مسیر با شیوع کرونا روبرو شدیم اما به لطف خداوند، شرایط مجموعه هر روز بهتر از روز قبل می‌شود. به هر حال تولید، دست‌اندازهای خاص خود را دارد اما هیچ‌گاه از این فعالیت خسته یا پشیمان نشده‌ام. مدیرعامل سی‌ینا گفت: تولید، سختی‌های بیشتری نسبت به تجارت دارد، هنگام واردات صرفاً فهرستی از اقلام مختلف را ارائه می‌دادیم اما در حال حاضر بارها پیش آمده که تا پاسی از شب در کارگاه می‌مانیم و به تولید ادامه می‌دهیم، اما وقتی محصول نهایی را قابل رقابت با چین و ترکیه می‌بینیم؛ تمام خستگی‌ها و سختی‌ها فراموش می‌کنیم.

عسگری تصریح کرد: متأسفانه با مشکل واردات مواد اولیه روبرو هستیم. تولید، نیازمند ابزار و تجهیزات مختلف است و به‌عنوان یک تولیدکننده نهایت تلاش‌م را به عمل می‌آورم تا با تهیه به موقع مواد اولیه باکیفیت، سهم بازار خود را به چین، ترکیه، پاکستان و بنگلادش واگذار نکنم ولی با افزایش نرخ دلار و تنزل ارزش پول ملی، نیازمند کمک دولت، اصناف و تشکل‌های مرتبط هستیم؛ برای مثال اغلب کارخانه‌های نساجی به تولید پارچه‌های ساده می‌پردازند و ریسک ایجاد تغییر و تحول در طرح پارچه را نمی‌پذیرند به همین دلیل ۹۰ درصد پوشاک ایرانی شبیه هم هستند زیرا هیچ تنوع یا تفاوتی در خروجی محصولات کارخانه‌های



و جبران افت نسبی دو سال اخیر (به دلیل کرونا و رکود بازار) در نمایشگاه مدکس حضور پیدا کرده‌ایم هرچند تعداد بازدیدکنندگان کمتر از سطح انتظار ماست. یوسفی گفت: آسیب‌پذیرترین صنعت در مقابل کرونا، پوشاک بود زیرا مردم در قرنطینه به سر می‌بردند، بخش عمده‌ای از درآمد خود را به تهیه مواد ضدعفونی‌کننده و ماسک اختصاص می‌دادند و کمتر کسی پوشاک می‌خرید، ضمناً افزایش قیمت محصولات و بنیه مالی اندک مصرف‌کنندگان نیز مزید بر علت بود اما پیش‌بینی می‌کنم تا پایان سال شرایط بازار کمی بهتر شود.

«پتانسیل صادرات داریم»

«پوشاک سی‌ینا-CIENA» حدود ۱۵ سال در

ارائه محصولات نیو بن به بازدیدکنندگان اعلام کرد و گفت: کیفیت بعضی از کارهای ما به اندازه‌های بالاست که برخی از مردم آن را با مشابه وارداتی اشتباه می‌گیرند!

«امیدوار به رونق بازار»

«شرکت چاپ آلیس» به مدیریت علیرضا یوسفی، دارای ۱۵ سال تجربه در زمینه چاپ دیجیتال، ترنسفر و سابلمیشن بر روی انواع پارچه ساتن، حریر، شانتون، مانتو، شال، روسری، تی‌شرت مردانه، زنانه و بچه‌گانه به صورت رول برش‌خورده بدون محدودیت در طرح، رنگ و تعداد است. در حال حاضر نیز علاوه بر چاپ به تولید پارچه‌های تریکو، دورس و ... هم می‌پردازد.

وی ابراز داشت: با هدف معرفی محصولات آلیس



نساجی دیده نمی‌شود!
وی ادامه داد: پتانسیل صادرات داریم مشروط بر این‌که متولیان امر، اتحادیه‌ها و اصناف بتوانند در مراکز نمایشگاهی دنیا، جایی برای ما باز کنند و مجال عرض اندام در بازارهای بین‌المللی را به تولیدکننده ایرانی بدهند؛ همان‌طور که چینی‌ها با اتکا به حمایت‌های همه‌جانبه دولت و تشکل‌ها، در تمام نمایشگاه‌های دنیا و بهترین سالن‌ها حضور موثر دارند.

این فعال صنعت پوشاک از حضور در نمایشگاه مدکس نسبتاً راضی بود و گفت: باید از کشورهای همسایه نیز دعوت به عمل می‌آمد برای مثال اگر چندین بازدیدکننده از روسیه، ترکیه و کشورهای عربی در نمایشگاه حضور پیدا می‌کردند و متوجه قیمت‌های بسیار مناسب پوشاک ایرانی می‌شدند، شاهد رونق تدریجی صادرات پوشاک در منطقه بودیم و حداقل دیدگاه و تفکرات منفی آنها نسبت به صنعت پوشاک ایران تغییر می‌کرد.

« برای کارگزاران کار می‌کنیم

«آی چیلک-İ ÇILEK» یک برند ایرانی، تولیدکننده و ارائه‌کننده محصولات و پوشاک نوزاد و کودک است. هستی رضایی ابراز داشت: ۱۵ سالی است که در حوزه تولید جوراب، جوراب شلواری، شال، کلاه و پلیور بافت، لباس‌های مجلسی و کژوال بچه‌گانه به فعالیت می‌پردازیم اگرچه تا امروز چندان شناخته شده نبودیم اما ارائه محصول باکیفیت برایمان اهمیت داشته و دارد.

وی افزود: در ابتدا به طور تخصصی بر تولید جوراب شلواری با طرح و رنگ‌های متنوع، متمرکز بودیم که نسبت به محصولات مشابه بازار از کیفیت و دوام به مراتب بهتری برخوردار بودند. مواد اولیه مصرفی ما از بهترین و بالاترین سطح تولیدات داخلی می‌باشد زیرا پوست کودک بسیار حساس است و باید از الیاف پنبه‌ای مرغوب در تولید پوشاک آنها استفاده کرد.

رضایی ابراز داشت: بخش عمده‌ای از طراحی‌ها را شخصاً انجام می‌دهم و از ایده‌های خارجی نیز

دلیلی که باعث می‌شود به تولید ادامه دهیم، حفظ اشتغال و امرار معاش کارگرانی است که خداوند در مسیر ما قرار داده تا شرمند خانواده‌هایشان نباشند. در واقع برای کارگزاران کار می‌کنیم. همین و بس!

وی اذعان داشت: طراحی و تولید لباس بچه‌گانه در ایران نه تنها هیچ چیزی از رقیبان خارجی کم ندارد بلکه در بسیاری از موارد مانند طراحی، رنگ‌بندی و به خصوص قیمت تمام شده پیشتر هستیم.

رضایی تأکید کرد: حضور در نمایشگاه دارای دو بُعد جداگانه است؛ نخست شناساندن محصولات و توانمندی‌های خود به مشتریان و دوم افزایش حجم فروش که برای ما دسترسی به هدف اول بسیار مهم‌تر است.

الهام می‌گیرم زیرا در اسپانیا اقامت داریم و با حضور در دوره‌های آموزشی طراحی و مد، دانش خود را در این زمینه ارتقا می‌دهم تا محصولات متنوع‌تر و متفاوت‌تر نسبت به سایر تولیدکنندگان به دست مصرف‌کننده برسانیم. پس از طراحی، انجام دوخت اولیه و تأیید مدیریت ارشد، محصولات جهت دوخت نهایی راهی کارگاه‌های ما مستقر در زنجان، شهریار، کرج و بهارستان می‌شوند.

رضایی، چالش اصلی تولید پوشاک را عدم دسترسی آسان به مواد اولیه و اکسسوری‌های باکیفیت دانست و گفت: برای مثال قیمت پارچه برای تولید زیرپوش بچه‌گانه، کیلویی ۳۵۰ هزار تومان است که توجیه اقتصادی ندارد زیرا امروز تولید انجام می‌شود اما روز بعد، سرمایه کافی برای جایگزینی مواد اولیه در اختیار نداریم. تنها