



تهییه و تنظیم: مینا بیانی

سیاست‌های حاکم بر صنعت نساجی و پوشاک

گزارشی از برگزاری نشست راهبرد توسعه صنعت

تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران- ابراز داشت: بحث اصلی این است که در صنعت بزرگ و پیشرانی که نسل دوم و سوم آن در حال تلاش و فعالیت هستند؛ هم‌فکر و همراه باشیم،

وی به فقدان مطالعه راهبردی یکپارچه بین کل زنجیره نساجی و پوشاک اشاره کرد و گفت: خوشبختانه اولین زنجیرهای که در اتاق بازرگانی تهران جهت انجام مطالعات راهبردی موردن توجه قرار گرفته؛ صنعت نساجی و پوشاک است که اتفاق سیار مبارک و ارزشمندی به شمار می‌آید. در گام بعد مقرر شد یک گروه حرفه‌ای و توانمند در زمینه انجام مطالعات راهبردی تعیین شود که با توجه به تجارب و دانش گسترده آقای دکتر منصوری و همکاران پیرامون زنجیره‌های صنعتی جلسات متعددی با ایشان برگزار گردید.

در ادامه، دکتر عیسی منصوری - پژوهشنگر حوزه توسعه و مجری مطالعه توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک- با اشاره به گزارش کار مطالعه ارزش صنعت نساجی و

در ابتدای نشست، دکتر دیاکو حسینی- معاون بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران- پس از خوشامدگویی به میهمانان، عنوان داشت: «حدودیک سال و نیم پیش بود که در پیام انتخاب زنجیره‌های هدف اتاق تهران، یکی از زنجیره‌های مورد بحث صنعت نساجی و پوشاک بود و مطالعه‌ای در این زمینه توسط آقای دکتر عیسی منصوری و همکارانش انجام گرفت. به گفته‌وی، با کمک مطالعات بنیادین به طراحی توسعه استراتژیک صنعتی برای ایران نزدیک خواهیم شد و یکی از قطعات این پازل را صنعت نساجی و پوشاک تشکیل می‌دهد و امیدواریم در نهایت اتاق بازرگانی تهران با اتکا به این مطالعات و اتفاق نظر نسبی حول محور موضوعات و اسناد مطالعاتی، به عنوان مشاور سه قوه اصلی کشور به نهادهای مرتبط در دولت و مجلس پیشنهاداتی ارائه دهد تا به تدوین استراتژی صنعتی منسجم و توافق شده درون زنجیره‌های اصلی صنعتی نزدیک شویم. دکتر امین مقدم- عضو هیئت نمایندگان اتاق تهران و عضو هیئت مدیره اتحادیه

اشاره:
معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، اولین نشست از سلسله نشستهای «راهبرد توسعه صنعت» را با تمرکز بر زنجیره ارزش نساجی و پوشاک با حضور تعدادی از نمایندگان تشکل‌های بخش خصوصی در طبقه هشتم ساختمان مرکزی اتاق بازرگانی تهران برگزار کرد.

در این نشست ضمن آسیب‌شناسی و تحلیل سیاست‌های حاکم بر صنعت نساجی و پوشاک، پیشنهادات راهبردی برای توسعه این صنعت ارائه شد.

مطالعه راهبردهای توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، ذیل برنامه راهبردی اتاق تهران در دستور کار معاونت بررسی‌های اقتصادی قرار گرفته است.

بالای ۱۰ نفر و ۴۰ درصد توسط بنگاههای خرد شکل می‌گیرد. در صنعت نساجی بینگاهها متوجه و بزرگ ولی واحدهای پوشاك، کوچک و خرد هستند ابظحی ادامه داد: در ۳۰ سال اخیر، سهم نساجی و پوشاك از تولید ناخالص داخلی کشور نیز رو به کاهش است به طوری که نساجی از ۳/۲ درصد به ۰/۵ پوشاك از تولید ناخالص داخلی کشور نیز رو به کاهش است به نیم درصد رسیده در حالی که بیش از ۵۰ درصد تولید ناخالص داخلی کشورهایی مانند بنگلاطش به این صنعت اختصاص دارد. سهم نساجی و پوشاك در ارزش افزوده صنعتی ترکیه ۱۵ درصد و در کشورهای هند و چین ۱۰ درصد می‌باشد.

وی گفت: طبق روایت مرکز آمار ایران، سهم پوشاك و کفش در سبد هزینه خانوار به طور مرتب کاهش یافته است یعنی از ۴/۲ درصد دهه ۹۰ به ۳/۲ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده‌ایم؛ در مقابل سهم مسکن، گشت میوه، سبزی و امثال‌هم در سبد خانوار افزایش پیدا کرده است؛ این ارقام نشان می‌دهد توان هزینه کرد خانوار به شدت کم شده و با کاهش محسوس هزینه کردن نساجی

نساجی و پوشاك چشمگیر است. وی با اشاره به انجام مطالعه توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاك یادآور شد: معمولاً گزارشات صنعتی در ایران به صورت کمی نوشته می‌شوند و تحلیل وضعیت موجود صورت می‌گیرد، مدل فکری غالباً بر این گزارش‌ها هم به نحوی نیست که خروج مشخصی داشته باشد و نتایج، استباط خود کارشناس است و از بطن گزارش، متداول‌ترین برنمی‌آید به همین دلیل تصمیم‌گرفتیم گامی به جلو برداریم و پیشنهادات سیاستی نیز در انتها حاصل شود و به صورت مشخص به روی تحلیل سیستم‌های کسب‌وکار مبتنی بر الگوی سیستم دینامیک و زنجیره ارزش کار شد.

بنابر اذعان دکتر منصوری، برخلاف اغلب سندهای توسعه صنعتی که در انتهای دیدگاه فعالان زنجیره خواسته می‌شود، حین تدوین طراحی سیاست از مشارکت و هم‌فکری ذی‌نفعان بهره‌مند می‌شویم، در این راستا جلسات بسیاری با حضور نمایندگان تشکل‌ها، مراجع دانشگاهی، دولت و... برگزار کردیم تمالاحظات

پوشاك گفت: در حال حاضر دومین صادرکننده پوشاك دنيا بنگلاطش است و سهم موثر در اقتصاد اين کشور دارد. سال ۲۰۱۳ مشتقاً خان-از پژوهشگران حوزه اقتصاد نهادگرا و سياست‌گذاري صنعتی - در يكى از مقالات خود اشاره کرد که بنگلاطش حکمرانی خوب (GOOD GOVERNANCE) ندارد ولی چگونه موفق می‌شود در برخی صنایع به خصوص صنعت پوشاك به رشد قابل توجهی دست یابد؟

وی افزود: به تدریج الگویی در حوزه مباحث توسعه‌ای در دنیا تحت عنوان «تمركز بر کانون‌های اثربخشی و کارآمدی» شکل گرفت و بر این اساس اگر کشوری در شرایط نامطلوب قرار دارد لزوماً نباید بر رفع تمام مسائل کشور تمرکز کنیم بلکه الگوی رایج در دنیا (به خصوص کشورهایی مانند ایران) این است که چند کانون به صورت محدود انتخاب و رفع چالش‌ها برای بهبود وضعیت کشور از این کانون‌ها آغاز شوند. در این



پوشاك مواجهه‌یم.

ابظحی، متغیرهای درون ساختاری حاکم بر بازار نساجی و پوشاك ايران را به اين شرح برشمرد:
* منوعیت واردات پوشاك
رشد بازار کالاي استوک
* تعطيلي برخی واحدهای تولید و توزيع کوچک به دليل افزایش هزینه‌ها (به خصوص اجاره، تأمین مواد اوليه، سريار تولید و...).

* افزایش فروش آنلайн و مزون‌ها (وجود بیش از ۱۱۰ هزار صفحه اينستاگرامي عرضه پوشاك)
* گسترش تولید داخلی برای برندهای خارجي يا به عنوان برندهای خارجي
* کمبود نیروي کار ماهر و متخصص و کمبود مراکز ارتقای مهارت
* عدم امكان جذب سرمایه‌گذاري خارجي

آن پس از تحلیل و نتيجه‌گيری، تقدیم دوستان شود. بخش بعدی نشست به ارائه گزارش «توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاك» اختصاص داشت که محمد ابطحی - عضو تیم پژوهش - در این زمینه ضمن ترسیم نمای کلی زنجیره ارزش پوشاك بیان داشت: متأسفانه‌طی ۳۰ سال اخیر، ارزش افزوده صنایع نساجی و پوشاك در کشور ما روند نزولي خود را طی کرده است. سهم نساجی از صنعت از ۱۴/۷ درصد به ۲/۵ درصد و بخش پوشاك نیز از ۵/۶ درصد به ۰/۹ درصد رسیده است. نکته قابل توجه اين که در صنعت پوشاك ۱۵ تا ۱۶ درصد ارزش افزوده را بنگاههای بالای ۱۰ نفر به وجود می‌آورند یعنی بیش از ۸۰ درصد ارزش افزوده اين صنعت توسط بنگاههای کوچک ايجاد می‌شود ولی در صنعت نساجی، وضعیت اندکی متفاوت است به طوری که ۶۰ درصد ارزش افزوده توسط بنگاههای

راستا نقطه قوت بنگلاطش، انتخاب صنعت نساجی و پوشاك به عنوان کانون توسعه است. اين صنعت هم در مورد کشورهایی که به تازگی می‌خواهند در مسیر صنعتی شدن گام بردارند و هم در مورد کشورهایی که در انتهای مسیر صنعتی شدن هستند؛ موضوعیت دارد. دکتر منصوری با اشاره به تدوین سند سیاست صنعتی آمريكا تصریح کرد: در این سند، صنعت نساجی و پوشاك به عنوان يك صنعت قابل تأمل مورد توجه قرار گرفته است؛ لذا در مورد صنعت ساده‌اي صحبت نمی‌کنیم و به لحاظ استراتژيك در دنیا اهمیت بسیاری دارد.

اين صاحبینظر توسعه ادامه داد: همیشه يك بخش صنعتی شدن ايران ملزم بحث صنعت نساجی و پوشاك بوده به همین دلیل نسل‌های متعدد در این صنعت کار کرده‌اند و عمق دانش و تجربه ما در صنعت

شرایط داخلی کمک کند و سپس به عنوان سکویی برای ورود به بازارهای بین‌المللی عمل کند اما هزینه بالا و تعارض منافع ذی‌نفعان همچنان در آن بالا است. سناریوی سوم (رشد پایدار و صادرات محور) پتانسیل بالایی برای رشد و اشتغال‌زایی دارد، اما به دلیل موانعی مانند تحریم‌ها و ناکارآمدی سیاست‌های داخلی، ممکن است به راحتی محقق نشود. بنابراین، گزینه پیش رو می‌تواند مسیری باشد که در میان مدت به صرفه باشد، اما به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که در صورت ایجاد گشاش‌های پیش‌بازار، به ویژه در حوزه روابط بین‌الملل، امکان تداوم قوی‌تر همین مسیر و استفاده از فرصت‌ها فراهم باشد.

پس از اتمام ارائه مقاله، از مدعوین خواسته شد نظرات و دیدگاه‌های چالشی خود را در مورد مطالب عنوان شده مطرح نمایند. مهندس مجیدنامی-رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران-در

این مورد گفت: یکی از مواردی که در گزارش مذکور مورد اشاره قرار نگرفت، شفاقت اقتصادی است در حالی که یکی از بزرگ‌ترین مشکلات ما در زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک را تشکیل می‌دهد. همچنین واحدهای توزیعی (نیمه سازمان یافته) یا غیر سازمان یافته هم مدنظر قرار نگرفت که در سیاری از موارد اقدام شفاقت اقتصادی هستند.

وی اضافه کرد: در سال‌های گذشته عمدتاً دولت‌ها به تدوین سند راهبردی توسعه صنعتی می‌پرداختند و یکی از چالش‌های اساسی تمام اسناد فوق، عدم ضمانت اجرا بود. مهندس نامی از عدم حضور مسئولان مرتبط دولتی در این جلسه نیز انتقاد کرد.

مهندنس سید شجاع الدین امامی رئوف-دیر انجمن صنایع نساجی ایران- بیان داشت: بهتر بود اتاق بازرگانی از بازرگان بیشتری در حوزه نساجی و پوشاک جهت حضور در این جلسه دعوت به عمل می‌آورد و جای انجمن صنایع پوشاک ایران، اتحادیه پوشاک (به عنوان نماینده اصناف) مسئولان دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت و معافون برنامه‌ریزی وزارت صمت خالی است.

وی بالشاره به وجود تعارض منافع میان بازرگان صنایع نساجی و پوشاک ادامه داد: این تعارض در سطحی قرار دارد که نمی‌توان در مورد نساجی طرح اولیه ارائه داد و انتظار داشت تمام تشکل‌ها به جمع شدن دور یک میز علاقه‌ای داشته باشند!

حلقه در زنجیره	اجزا	واحد سنجش	جهان	ایران	سهیم ایران از جهان (درصد)
پوشاک	انواع پوشاک	میلیارد دلار	۱۷۴۰	۹	۰/۵۲
منسوجات نهایی	منسوجات خانگی و کالای خوب (غیر از کفپوش)	میلیارد دلار	۲۰۰	۲	۰/۴۵
	منسوجات صنعتی	میلیارد دلار	۲۴۰		
	منسوجات بی‌یافت	میلیارد دلار	۵۰	۲۴/۰	۰/۴۸
پارچه	انواع پارچه تاری پودی و حلقوی	هزارتن	۹۶/۰۰۰	۵۸۰	۰/۷
نخ	انواع نخ ریسیده و فیلامنت	هزارتن	۹۲/۰۰۰	۱۰۸۷۱	۱/۲
الیاف	انواع الیاف بلند و کوتاه	هزارتن	۵۷/۰۰۰	۵۷۷۳	۱/۲

۱- ۱۰۸۷۷ هزار تن نخ مصرفی، ۵۱۳ هزار تن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود.

۲- از ۶۷۷ هزار تن الیاف، ۲۷۰ هزار تن در زنجیره نساجی و پوشاک (غیر از کفپوش) استفاده می‌شود.

* فرسودگی ماشین‌آلات به خصوص در بخش نساجی و عدم رسوخ فناوری‌های انقلاب چهارم صنعتی در کل زنجیره ارزش

* تمایل بخش اصلی تقاضای بازار کشور (دهک‌های آلمان و فرانسه قرار دارد.

* تمایل دهک‌های بالای درآمدی کشور به حضور در بازار پوشاک کشورهای همسایه (ترکیه و امارات) برای خرید پوشاک بزند

* ورود گسترده قاچاق و دست دوم (براورد ۳۰ تا ۶۰ درصد بازار)

* حضور بزندگان خارجی (رسمی و قاچاق) بدون اتصال به زنجیره نساجی (تأمین) در کشور و نبود ارتباط با بزندگان بین‌المللی

* کوچک شدن مقیاس تولید در بخش پوشاک و عدم امکان تطبیق بین نیازهای آنها با ظرفیت‌های و الزامات زنجیره نساجی کشور (کاهش / قطع ارتباط سناپریوی اول: ادامه وضعیت فعلی و رکود تدریجی سناپریوی دوم: توسعه داخلی و تقویت بازار داخلی میان حلقه‌های زنجیره ارزش نساجی و پوشاک داخل کشور)

* تمایل به تأمین مواد اولیه مصرفی صنعت پوشاک از خارج از زنجیره نساجی کشور (رسمی و قاچاق)

* طراحی ضعیف و کم توجهی به مدل‌سیقه مشتری وی میزان مصرف سرانه متوسط دنیا در سال ۲۰۲۳ را

وارداتی به تبع تحریم رشد می‌کند. وی به لزوم نوسازی و بازسازی ماشین‌آلات خطوط تولید و تشویق سرمایه‌گذاری خارجی نیز اشاره کرد.

افشین سالار دینی - نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و مدیر عامل حریر الون - لزوم همراهی و همکاری میان ذی‌نفعان صنعت نساجی و پوشاک را یادآور شد. بهترین راه برای توسعه این صنعت که به آن اعتماد داریم و سال‌هاست در آن به فعالیت ادامه می‌دهیم؛ صادرات است و برنامه‌ریزی برای آینده باید در این بخش انجام شود.

دکتر امیر هوشنگ حکمتی - عضو هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - در سخنان خود به کمبود نیروی متخصص فارغ‌التحصیل دانشگاهی پرداخت و معتقد بود متأسفانه صنعت نساجی جذبیت خود را برای جلب دانشجو از دست داده است.

همیدرضا صفری - عضو کارگروه الیاف انجمن صنایع نساجی ایران و مدیر واردات گروه صنعتی ساینا - ابراز داشت: در چرخه هر صنعتی ابتدا باید از رأس آن کار را شروع کرد اگر در رأس چرخه، ارزش افزوده را حبس کنیم به تبع انتهای زنجیره که بازار در آن نقش اصلی را ایفا می‌کند با مشکل مواجه می‌شود و رشد و توسعه مدنظر خواهد داد.

دکتر منصوری در جمع‌بندی پایانی نشست ابراز کرد: در یک برش کلی وقتی پیرامون صنعت (به معنای اعم آن) در کشور صحبت می‌کنیم دو نوع کنش و سبک می‌تواند اتفاق بیفتد. نخست این که مثلاً وقتی در مورد تلفن همراه معامله‌ای انجام می‌شود مبنای فروش به روی قیمت قرار می‌گیرد و هر فروشنده‌ای که محصول به قیمت کمتر عرضه می‌کند خوبی‌باشی و انجام می‌شود. سبک دوم این که اگر قرار باشد تلفن همراه، کیفیت و دوام خوبی داشته باشد دیگر با هر کسی حتی کارگوشی را معامله نخواهیم کرد بلکه سراغ کسی می‌رویم که به کیفت بالای محصولات وی اطمینان کامل داریم. این دونوع شخصیت متفاوت صنعتی است. به نظر می‌رسد در کشور ما به دلیل نااطمینانی اقتصادی به این نتیجه رسیده‌ایم که کدام شخصیت سود بیشتری برایمان دارد!

به همین دلیل کسی که در سیستم بروکار ایک فساد می‌کند نیز چنین دیدگاهی دارد. در حال حاضر مبنای امور، قیمت، بازار و سود است در حالی که طبق سابقه و قدمت در این صنعت حاصل «قیمت» نیست بلکه حاصل «اعتماد» می‌باشد.

منطقی و مداوم میان صنعت و دانشگاه، تولیدکنندگان پوشاک و مواد اولیه، واپستگی و توجه بیش از حد به صنایع مادر و نادیده گرفتن صنایع کوچک، پایین بودن قدرت خرید مردم، بالا بودن قیمت تمام شده کالا اشاره کرد و تأکید کرد: رشد صنعت نساجی را باید از انتهای زنجیره یعنی پوشاک آغاز کنیم.

به اعتقاد مهندس عباس سرشارزاده - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و مدیر عامل حریر سمنان - وقتی از بحث «راهبرد» در صنعت نساجی ایران سخن می‌گوییم، ابتدا باید شناختی از صنعت نساجی و قدرت آن داشته باشیم. واقعیت این است ناید حجم تولید کشورهای مانند چین و ویتنام مبنای مقایسه ماقرباً بگیرند چون نساجی مادر دنیا یک صنعت کوچک است که باید با کشورهای هم‌سطح خود مورد ارزشیابی قرار گیرد.

وی ادامه داد: در گزارشی که ارائه شد صنعت ترکیه را با ویتنام و بنگلادش و ویتنام در یک سبد رقابتی قرار داده‌اند در حالی که باید بحث تولیدات استاندارد را در این مقایسه مورد توجه قرار داد. ۶۵ درصد صادرات بنگلادش تی شرت است یعنی محصولی با قیمت تمام شده پایین و ارزش افزوده بسیار کم!

این صنعتگر نساجی اذعان داشت: اگر در حال تعریف الگوی مشخصی برای صنعت نساجی ایران هستیم باید بپذیریم محصولات این صنعت نمی‌تواند وارد بحث تولیدات استاندارد شود که اگر وارد شود؛ بی‌شک بازنده خواهد بود. منمی‌توانیم وارد فضای رقابتی با کشورهایی با حقوق و دستمزد بسیار پایین، تیراز تولید بسیار بالا و قیمت تمام شده خیلی کنترل شده شویم.

به گفته مهندس سرشارزاده، درست در جایی امکان رقابت داریم که حقوق و دستمزد در کالایی تمام شده نقش بیشتر و مواد اولیه نقش کمتری داشته باشد. باید مدد و تولید محصولات کژوال را در دستور کار قرار دهیم و با ایجاد ارزش افزوده در بخش زیبایی آفرینی به رقابت با بازارهای جهانی پردازیم.

مهندس حسن نیلفروش زاده - عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی ایران و مدیر عامل نساجی قروه - نکته مشترک تمام صحبت‌های این جلسه را پایین آمدن قدرت خرید مردم و بالا بودن قیمت تمام شده محصولات ایرانی عنوان کرد و گفت: بسیاری از این موارد به مسائل سیاسی کشور مربوط می‌شود. وقتی تحت تحریم قرار دارید، قیمت تمام شده محصولات

به گفته مهندس سعید جلالی قدیری - دبیر اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران - موارد جامع و کاملی در این گزارش ارائه شد اما آقای مهندس نامی به نکته بسیار مهم شفافیت اقتصادی اشاره کردند و یکی از راهبردهای اساسی در صورت تشکیل یک نهاد فرآگیر در صنعت نساجی و پوشاک همین موضوع می‌باشد. وی ادامه داد: باید موضوع مالیات بر ارزش افزوده پوشاک را در جهت ایجاد شفافیت پیش ببریم. همچنین به موضوع مواد اولیه نیز باید توجه بیشتری شود چون در دنیا، اغلب دولتها با جلوگیری از خام فروشی تعرفه و عوارض صادراتی وضع می‌کنند این امر در زنجیره نساجی و پوشاک اثرگذار است.

مهندس قدیری تأکید کرد: در مورد سناریوهای توسعه زنجیره ارزش نساجی و پوشاک ایران هم باید بگوییم قطعاً هیچ کسی به این اجرای سناریوی اول و حفظ وضع موجود نیست و از بین رفتن تعارض منافع شدید و فضای بخزده فعلی نیازمند تلاش، تمرین و حوصله بیشتر است.

مجتبی صیادیان - از اتحادیه تولیدکنندگان و فروشنده‌گان پوشاک تهران - پیشنهاد برگزاری جلسات مشترک میان اتاق تهران با مدیران ارشد فدراسیون جهانی پوشاک (دارای ۶۶ کشور عضو و یکی از معتبرترین تشکل‌های پوشاک دنیا) را مطرح نمود.

علی زینالو - رئیس کارگروه ریسندگی الیاف بلند انجمن صنایع نساجی ایران و مدیر عامل ریسندگی گیلان - اظهار داشت: علت رشد کشورهایی مانند ازبکستان و بنگلادش صرفاً سرمایه‌گذاری بخش خصوصی نیست بلکه دولتها باید بستر مناسب را فراهم نمایند. مدتی پیش در جلسه‌ای با یکی از نمایندگان مجلس، عنوان کردم دولت و مجلس، نساجی را صنعت نمی‌دانند. ایشان با صراحة این موضوع را تأیید کردند! چون دولت و مجلس اصولاً صنعت را فقط پتروشیمی، فولاد، خودروسازی و سیمان می‌دانند! بنابراین از اتاق‌های بازرگانی تهران و ایران و تشکل‌های نساجی درخواست می‌کنم مجلس‌اتصالات متعدد با وزاری اقتصادی کمیسیون صنایع مجلس برگزار نمایند تا در نهایت مسئولان قانع شوند که نساجی یک صنعت بسیار ارزشمند و حیاتی برای کشور است.

محمد اتابکی - نایب رئیس هیئت مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران و مدیر عامل پوشاک آیسلند - به مشکلات تولید اعم از نبود ارتباط