جهت‌گیری فعالیت‌های اجرایی در حوزه کشاورزی برخلاف سند دانش بنیان امنیت غذایی پیش می‌رود

وارونگی بهره‌وری آب

گزارش دو

سعیده زمانی

در شرایطی که انتظار می‌رفت سند ملی دانش‌بنیان امنیت غذایی به عنوان برنامه مورد توافق ملی، مبنای تمامی سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات اجرایی دستگاه‌ها در حوزه‌های مختلف امنیت غذایی باشد اما با گذشت دو سال از ابلاغ، اقدامات عملی مؤثر و هماهنگ در اجرای سند مشاهده نمی‌شود.

سال‌هاست بحران آب در ایران از هشداری زیست‌محیطی به واقعیتی ملموس در زندگی روزمره تبدیل شده است، در حالی که در منطقه‌ای خشک و نیمه‌خشک زندگی می‌کنیم، کشاورزی ما که بزرگ‌ترین مصرف‌کننده آب کشور است، پرمصرف‌تر از استانداردهای جهانی است. نگرش صادرات هر چه بیشتر بهتر هرچند به قیمت صادرات مجازی آب باشد و همچنین کاشت محصولات فاقد توجیه اگرچه در نگاه اول، منطقی و میهن‌پرستانه به نظر می‌رسد، اما همین شهود قدرتمند به مثابه یک سد ذهنی، مانع از شنیده شدن هشدارها و جدی گرفتن برنامه‌های محوری در حوزه کشاورزی شده است.

برنامه‌های محوری برای مدیریت منابع آب در حوزه کشاورزی کم نبوده، اما این برنامه‌ها نیز به رغم ابلاغ نه تنها اجرا نشده بلکه مسیری متفاوت از هدفگذاری را طی کرده است!

در حوزه امنیت غذایی پس از سال‌ها خلأ سند ملی دانش‌بنیان امنیت غذایی با مشارکت گسترده متخصصان و صاحبنظران دانشگاهی، بخش خصوصی و تمامی دستگاه‌های ذی‌ربط و با در نظر گرفتن مسائل مهم بخش کشاورزی و غذا از جمله محدودیت منابع آب و در عین حال افزایش ضریب خودکفایی محصولات راهبردی با حفظ پایداری و رویکرد جامع‌نگر، تدوین و پس از تصویب در شورای عالی انقلاب فرهنگی در تابستان ۱۴۰۲ از سوی ریاست جمهوری ابلاغ شد تا نقشه راه علمی و قابل اجرا برای تضمین امنیت غذایی کشور باشد، اما جهت‌گیری برنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی برخلاف سند دانش بنیان امنیت غذایی پیش می‌رود.

■ افزایش آب مصرفی بخش کشاورزی بعد از ابلاغ سند بهره‌وری!

یکی از ارکان اصلی سند، کاهش هدفمند آب مصرفی بخش کشاورزی از طریق مدیریت بهینه آب و افزایش بهره‌وری تعیین شد. بر این مبنا مقرر شد با تمهیداتی در پایان دوره ۱۰ ساله، مصرف آب بخش کشاورزی به حدود ۵۰ میلیارد متر مکعب کاهش یابد. با این حال، شواهد و آمارهای موجود حکایت از این دارد که سطح زیر کشت آبی و صادرات آب مجازی افزایش یافته است. در حالی که در سند پیش‌بینی شده بود سطح زیر کشت محصولات آبی به تدریج و با شیب ملایمی کاهش یابد، مطابق آمار نامه رسمی وزارت جهاد کشاورزی، سطح زمین‌های زیر کشت آبی کشور در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ نسبت به سال‌های پیش از آن، افزایش یافته و به حدود ۹/۳ میلیون هکتار رسیده است. همچنین صادرات آب مجازی نیز بعد از ابلاغ سند ملی دانش‌بنیان امنیت غذایی افزایش یافته است. این در حالی است که بر اساس آمارها در سال ۱۴۰۳، بیش از ۱۰ میلیون تن محصول کشاورزی صادر شده که حدود ۴۴ درصد آن را محصولاتی مثل گوجه فرنگی و فرآورده‌های آن از جمله سیب، هندوانه، سیب‌زمینی، پیاز، سیر، پرتقال و لبنیات تشکیل داده‌اند.

■ انتقاد متولی بخش کشاورزی از نصف بودن بهره‌وری آب کشاورزی

غلامرضا نوری قزلجه، وزیر جهاد کشاورزی در نشست معاونان این وزارتخانه با بیان اینکه بهره‌وری آب کشاورزی ایران نصف کشورهای پیشرفته است، گفت: امروز به ازای مصرف یک مترمکعب آب در بخش کشاورزی کشور حدود ۴/۱ کیلوگرم محصول تولید می‌شود در حالی که در برخی کشورها این عدد به دو تا سه کیلوگرم رسیده است.

وزیر جهاد کشاورزی ادامه داد: اگر در بهره‌وری آب، چه از نظر سازه‌ای و چه در اصلاح نژاد و عملیات به‌زراعی و به‌نژادی ۲۰ تا ۳۰ درصد بهبود ایجاد کنیم و تولید محصول به ازای مصرف هر مترمکعب آب را به عدد ۸/۱ کیلوگرم برسانیم، علاوه بر رفع مشکلات آب، امنیت غذایی نیز تقویت خواهد شد.

نوری قزلجه گفت: بخش کشاورزی در سال گذشته به‌رغم خشکسالی و تغییر اقلیم، در رتبه نخست رشد اقتصادی ایستاده و به مثبت ۵/۶ درصد رسیده است و این عدد از هدف برنامه هفتم پیشرفت که ۵/۵ درصد بوده، بالاتر است. وی به افزایش ۳۲ درصدی ارزش صادرات بخش کشاورزی در سال گذشته اشاره کرد و افزود: این دستاوردها موجب شده است بخش کشاورزی ۳ میلیارد دلار ارز بیشتر نسبت به سال قبل وارد چرخه اقتصادی کشور کند. وزیر جهاد کشاورزی از رشد مستمر صادرات در سال جاری خبر داد و گفت: در چهار ماهه نخست امسال نیز صادرات بخش کشاورزی ۶/۱۰ درصد افزایش داشته است.

■ مسیرهای پایدار برای حل بحران آب چیست؟

یک کارشناس انرژی با تأکید بر اینکه مشکل اصلی کشور در حوزه آب کمبود منابع نیست بلکه مدیریت مصرف است، گفت: تمرکز بر افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی، کاهش هدررفت در شبکه‌های شهری و بازنگری در الگوی کشت می‌تواند مسیر پایداری برای حل بحران آب ایجاد کند.

هاشم اورعی با اشاره به مصرف بخش عمده آب کشور در بخش کشاورزی گفت: از این‌رو تمرکز اصلی باید بر اصلاح الگوها و افزایش بهره‌وری در کشاورزی باشد. الگوی کشت در ایران باید متناسب با شرایط اقلیمی تغییر کند، چراکه کشت محصولاتی مانند برنج با هندوانه در مناطقی با منابع محدود آبی قابل توجیه نیست. این کارشناس انرژی استفاده از فناوری‌های نوین آبیاری از جمله روش‌های قطره‌ای، حرکت به سمت کشت محصولات کم‌مصرف و توسعه کشت پاییزه را راهکاری اساسی برای کاهش مصرف آب عنوان کرد.

وی درباره طرح‌های انتقال آب و شیرین‌سازی گفت: این پروژه‌ها باید در اولویت دوم قرار بگیرند؛ ابتدا لازم است ناکارآمدی‌ها و هدررفت‌ها در مدیریت مصرف برطرف شود. تجربه‌های گذشته نشان داده است اجرای طرح‌های پرهزینه انتقال آب بدون اصلاح زیرساخت‌ها، نتیجه پایداری به همراه ندارد. اورعی در مورد کشورهای با بارش کم و مدیریت موفق در استفاده از منابع آبی عنوان کرد: کشورهایی با منابع آبی کمتر از ایران توانسته‌اند با سیاستگذاری صحیح منابع خود را به‌خوبی مدیریت کنند.

این کارشناس انرژی تأکید کرد: ایران نیز با حدود ۱۰۰ تا ۱۱۰ میلیارد مترمکعب منابع تجدیدپذیر سالانه، ظرفیت لازم را دارد به شرطی که مدیریت مصرف و سیاست‌های کشاورزی اصلاح شود.

■ ضرورت توجه به سند ملی دانش‌بنیان امنیت غذایی در عمل

بحران فعلی تنها محدود به کمبود آب شرب نیست، بلکه تمامی منابع آبی اعم از رواناب‌ها، رودخانه‌ها، تالاب‌ها و آب‌های زیرزمینی به شکل جدی تحلیل رفته‌اند، در حالی که مدیریت ضعیف، برداشت‌های بی‌رویه و سیاست‌های نادرست در مواجهه با کاهش بارش‌ها، وضعیت را وخیم‌تر کرده است.

اگرچه زمان زیادی برای مدیریت از دست رفته، اما هنوز فرصت جبران باقی است. بی‌شک اجرای مؤثر سند ملی دانش‌بنیان امنیت غذایی، افزون بر تأمین غذای پایدار به حفظ منابع طبیعی، افزایش عدالت اجتماعی و تقویت امنیت ملی کشور نیز خواهد انجامید.

گزارش یک

جعفر صارمی*

صنعت لوازم خانگی ایران آزمون جدی برای اقتصاد مقاومتی

صنعت لوازم خانگی ایران پس از خروج برندهای خارجی در سال ۱۳۹۷ با یکی از بزرگ‌ترین فرصت‌های تاریخ خود روبه‌رو شد. بازاری بزرگ، نیاز روبه‌رشد مردم و فضای نسبتاً خالی از رقبای بین‌المللی همه دست‌به‌دست هم داد تا تولیدکنندگان داخلی بتوانند سهم بیشتری از بازار را به دست آورند. با این حال، در سال‌های اخیر، این صنعت با چالش‌هایی مانند رکود اقتصادی، نوسانات ارزی و بحران نقدینگی مواجه شده که رشد آن را کند کرده است. امروز، پرسش اساسی این است که آیا این فرصت می‌تواند به سکوی پرتابی برای صادرات، ارتقای فناوری و تحقق اقتصاد مقاومتی تبدیل شود یا در دام بی‌برنامگی، رکود عمیق و وابستگی‌های خارجی به تهدیدی تازه بدل خواهد شد. با توجه به پیش‌بینی‌ها، بازار لوازم خانگی ایران در سال ۲۰۲۵ میلادی (۱۴۰۴ شمسی) می‌تواند به ارزشی حدود ۱۴/۶ میلیارد دلار برسد، اما تحقق این پتانسیل نیازمند سیاستگذاری‌های هوشمندانه است.

لوازم خانگی یکی از مهم‌ترین زیرشاخه‌های صنایع الکترونیک و کالاهای با دوام مصرفی در جهان است. در کشورهای صنعتی، این بخش علاوه بر اشتغالزایی مستقیم برای میلیون‌ها نفر با صنایع مادر مانند فولاد، پتروشیمی، شیشه و الکترونیک پیوند تنگاتنگ دارد و توسعه آن می‌تواند موتور محرک سایر بخش‌ها شود. زنجیره تأمین این صنعت نه تنها به مواد خام وابسته است، بلکه به فناوری‌های پیشرفته مانند اینترنت اشیا و هوش مصنوعی نیاز دارد که نوآوری اقتصادی را تحریک می‌کند. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد ارزش بازار جهانی تا سال ۲۰۲۸ تقریباً دو برابر خواهد شد و محصولات هوشمند سهم چشمگیری را از این رشد خواهند داشت. این بازار در سال ۲۰۲۵ به بیش از ۶۸۷ میلیارد دلار می‌رسد که فرصت‌های عظیمی برای کشورهای صادراتی ایجاد می‌کند.

در ایران با سابقه بیش از هشت دهه تولید، سهم این صنعت از کل بخش صنعت تنها حدود ۲ درصد و از ارزش افزوده صنایع ساخت حدود یک درصد است که نشان‌دهنده ظرفیت‌های نهفته عظیم اما بالفعل نشده است. بازار لوازم خانگی ایران در سال ۲۰۲۴ به حدود ۲/۷ میلیارد دلار رسید و انتظار می‌رود تا ۲۰۳۱ با نرخ رشد سالانه ۴/۸۹ درصد در بخش لوازم آشپزخانه افزایش یابد، هرچند چالش‌هایی مانند تحریم‌ها و کمبود ارز این رشد را تهدید می‌کنند. تولید در ۱۰ ماهه اول سال جاری ایرانی حدود ۱۰ درصد افزایش داشته، اما رکود بازار داخلی و کاهش تقاضا این پیشرفت را تحت‌الشعاع قرار داده است. اهمیت این صنعت در اقتصاد مقاومتی به دلیل اشتغالزایی (حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر مستقیم و غیرمستقیم)، کاهش وابستگی به واردات و تقویت زنجیره ارزش داخلی است که می‌تواند الگویی برای سایر صنایع باشد.

■ مروری بر روند تاریخی سیاستگذاری

تاریخ این صنعت را می‌توان به هفت دوره سیاستگذاری تقسیم کرد. هر دوره نه‌تنها از نظر تکنولوژی و بازار، بلکه از حیث رابطه دولت با این صنعت و میزان دسترسی به منابع ارزی مخصوصاً درآمد نفت، ویژگی‌های خاص خود را داشته است. این دوره‌ها نشان‌دهنده نوسانات سیاستگذاری هستند که اغلب به جای تمرکز بر توسعه پایدار بر واکنش‌های کوتاه‌مدت متکی بوده‌اند.

در دوره پیدایش (۱۳۱۶-۱۳۳۲)، تولید لوازم خانگی نتیجه ابتکار فعالان خصوصی بود و سیاست مشخصی از سوی دولت وجود نداشت. تنها در دولت مصدق، نخستین گام‌ها برای تولید محصولات انرژی‌بر با هدف استفاده مؤثر از منابع داخلی برداشته شد که این رویکرد اولیه می‌توانست پایه‌ای برای خودکفایی باشد، اما عدم حمایت ساختاری مانع گسترش آن شد.

دوره تسهیل و گسترش (۱۳۳۴-۱۳۴۰) با حمایت‌های اعتباری و تسهیلات ترجیحی همراه بود که تولیدکنندگان را به ورود جدی به این بخش تشویق کرد. تمرکز اما همچنان بر محصول نهایی بود و حلقه‌های بالادستی زنجیره ارزش مانند تولید قطعات الکترونیکی مورد توجه قرار نگرفتند که این ضعف در دوره‌های بعدی آشکار شد.

در دوره حمایت و جهش (۱۳۴۲-۱۳۵۶)، رونق درآمدهای نفتی، مهاجرت گسترده به شهرها و ثبات اقتصادی، موجی از تولید داخلی و سرمایه‌گذاری خارجی به همراه داشت. برندهای مشهور داخلی و خارجی از یخچال و اجاق گرفته تا تلویزیون پا به بازار گذاشتند، اما باز هم سیاستگذاری زنجیره‌ای و صادرات‌محور شکل نگرفت و وابستگی به واردات قطعات افزایش یافت.

دوره انتقال و تحول (۱۳۵۸-۱۳۶۸) با ملی‌شدن یا تغییر مالکیت برخی واحدها و تحولات سیاسی و اقتصادی پس از انقلاب همراه بود. پروژه‌هایی مانند گازرسانی و برق‌رسانی روستایی بازار مصرف را گسترش دادند، هرچند ظرفیت تولیدی هنوز محدود بود و جنگ تحمیلی منابع را به سمت اولویت‌های دیگر هدایت کرد.

در دوره گسترش مجدد (۱۳۶۸-۱۳۸۰)، سیاست آزادسازی واردات و سپس بحران ارزی باعث شد تعرفه‌ها بالا رود و واردات کاهش یابد. همین موضوع به رشد مقطعی تولید انجامید، ولی وابستگی به واردات قطعات پیچیده همچنان باقی ماند و هیچ برنامه‌ای برای بومی‌سازی فناوری‌های کلیدی اجرا نشد.

دوره سردرگمی و نوسان (۱۳۸۰-۱۳۹۶) شاهد دسترسی آسان دولت به ارز و کاهش موانع وارداتی بود. نتیجه این روند، تسلط برندهای خارجی بر بازار داخلی و حاشیه‌نشینی تولیدکنندگان ایرانی بود. سرمایه‌گذاری خارجی نیز عمدتاً مونتاژمحور بود و منجر به انتقال فناوری پایدار نشد که این امر زمینه‌ساز آسیب‌پذیری در برابر تحریم‌ها شد.

دوره احیا (۱۳۹۷ تا امروز)، با خروج برندهای خارجی، افزایش تعرفه‌ها و محدودیت واردات، فرصت تازه‌ای ایجاد کرد. تولیدکنندگان داخلی توانستند سهم بیشتری از بازار را بگیرند و حتی در برخی بخش‌ها پیشرفت کمی در کیفیت داشته باشند، اما نبود استراتژی صادراتی و ضعف در توسعه فناوری‌های نو باعث شده است این فرصت هنوز به نتیجه‌ای پایدار نرسد. در سال‌های اخیر، تولید ۱۰ درصد افزایش یافته، اما رکود بازار داخلی و کاهش فروش تا ۷۰ درصد در برخی دوره‌ها این پیشرفت را تهدید کرده است.

■ چالش‌های کلیدی پیش‌روی اقتصاد مقاومتی در این صنعت

یکی از چالش‌های اصلی، شکاف در زنجیره ارزش است. تمرکز طولانی‌مدت بر مونتاژ محصول نهایی باعث شده است تولیدکنندگان داخلی برای بسیاری از قطعات کلیدی به واردات وابسته باشند. هر شوک تحریمی یا جهش ارزی به سرعت تولید را مختل می‌کند و در سال ۱۴۰۴، افزایش نرخ ارز و بحران نقدینگی این وابستگی را تشدید کرده است.

چالش دوم، بی‌ثباتی مدیریتی و سیاستی است. تغییر مکرر مدیران وزارت صمت و نوسان دائم سیاست‌های تعرفه‌ای باعث بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران شده است. این بی‌ثباتی با مشکلات تأمین ارز و ترخیص کالا همراه شده و تولید را تا ۳۰ درصد در برخی واحدها کاهش داده است.

چالش سوم، ساختار شکننده بازار داخلی است. خروج برندهای خارجی از سال ۱۳۹۷ فضای رقابتی را به نفع تولیدکنندگان داخلی تغییر داد، اما نبود راهبرد صادراتی، ضعف برندینگ و کمبود سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه مانع از توسعه پایدار شد. رکود بی‌سابقه بازار در سال ۱۴۰۴، با کاهش ۷۰ درصدی فروش و انبارهای پر از کالا، این شکنندگی را برجسته کرده است.

چالش چهارم، فاصله با فناوری‌های نوین است در حالی که بازار جهانی به سمت لوازم خانگی هوشمند و متصل حرکت می‌کند، سرمایه‌گذاری برای توسعه این محصولات در ایران پراکنده و محدود است. علاوه بر این، ناترازی انرژی و کمبود برق، تولید را مختل کرده و رقابت‌پذیری را کاهش داده است.

چالش پنجم، مشکلات صادراتی و رقابت‌پذیری است. با وجود پیش‌بینی‌های قبلی برای دو برابر شدن صادرات تا سال ۱۴۰۴، آمار نشان می‌دهد صادرات در سال گذشته حدود ۴۲۰ میلیون دلار بوده و در چهار ماهه اول امسال به ۱۸۰ میلیون دلار رسیده، اما رکود داخلی و تحریم‌ها این روند را کند کرده است.

■ پیامدها و مسیرهای پیش‌رو

با توجه به وضعیت فعلی، آینده صنعت لوازم خانگی ایران را می‌توان در سه سناریو بررسی کرد که هر کدام بر اساس سطح سیاستگذاری و اجرای اصلاحات شکل می‌گیرد.

در سناریوی مطلوب، سیاست‌های هماهنگ برای کاهش جذابیت فعالیت‌های نامولد، ایجاد یک نهاد توسعه‌ای ویژه این صنعت، تکمیل زنجیره ارزش و حمایت مالی هوشمندانه اجرا می‌شود. این مسیر می‌تواند بهره‌وری را افزایش و هزینه‌ها را کاهش دهد و جایگاه ایران را در بازارهای منطقه تثبیت کند. با تمرکز بر صادرات، می‌توان به هدف دو برابر شدن صادرات نسبت به واردات رسید و بازار هوشمند را توسعه داد که منجر به رشد اقتصادی پایدار و تحقق اقتصاد مقاومتی می‌شود.

در سناریوی میانه، شرایط موجود ادامه پیدا می‌کند. تولیدکنندگان داخلی بازار داخل را حفظ می‌کنند، اما رشد صادرات ناچیز خواهد بود. با گذشت زمان، فرسایش تجهیزات، عقب ماندن فناوری و چالش‌هایی مانند ناترازی انرژی باعث می‌شود ظرفیت رقابتی کاهش یابد و یک تغییر سیاسی یا اقتصادی کافی باشد تا بازار دوباره در اختیار خارجی‌ها قرار گیرد. آمار اخیر نشان‌دهنده کاهش ۱۲ درصدی تولید در سه ماهه اول ۱۴۰۴ است که این سناریو را محتمل می‌کند.

در سناریوی بدبینانه، بازگشت آزاد برندهای خارجی بدون تقویت داخلی‌ها رخ می‌دهد. با قدرت برند و فناوری برتر، شرکت‌های خارجی دوباره بازار را تسخیر می‌کنند و اقتصاد مقاومتی در این بخش عملاً به شعاری خالی از محتوا تبدیل می‌شود. رکود فعلی، با تعطیلی خطوط تولید و بیکاری گسترده می‌تواند این سناریو را تسریع کند.

صنعت لوازم خانگی ایران امروز در نقطه عطفی قرار دارد؛ فرصتی که پس از سال ۱۳۹۷ ایجاد شد، می‌تواند به سکوی پرتابی برای رشد پایدار، صادرات و ادغام در زنجیره ارزش جهانی بدل شود یا با مدیریت غلط، سیاستگذاری ناپایدار و چالش‌هایی مانند رکود، نقدینگی و تحریم‌ها از دست برود. چهار ستون اساسی برای ساخت آینده‌ای مقاوم عبارتند از: تکمیل زنجیره ارزش داخلی با تمرکز بر بومی‌سازی قطعات، ثبات سیاستی برای جذب سرمایه‌گذاری، پیوند با فناوری‌های نوین مانند لوازم هوشمند و نگاه صادراتی با هدف رسیدن به ۵۰۰ میلیون دلار صادرات سالانه. علاوه بر این، حل مشکلات انرژی و ارزی ضروری است تا صنعت بتواند از پتانسیل بازار ۱۴/۶ میلیارد دلاری خود بهره ببرد. هرچه در اجرای این اصول تعلل شود، هزینه جبران عقب‌ماندگی بیشتر خواهد شد و فرصت تبدیل شدن به یک قدرت منطقه‌ای از دست خواهد رفت.

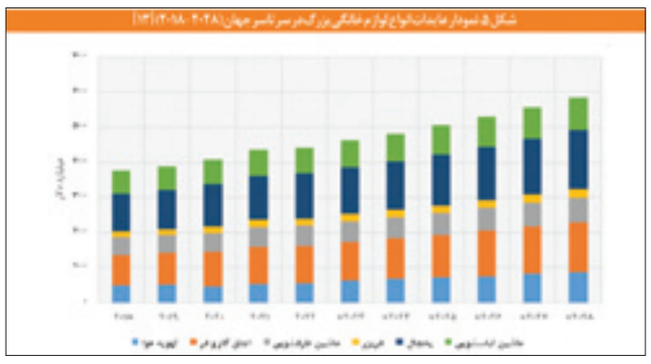
*پژوهشگر اقتصادی

شکل ۸. نمودار سهم ارزش افزوده صنعت لوازم خانگی (٪)

جدول ۲. وضعیت ثبات مدیریت وزارت صمت (۱۳۹۶-۱۴۰۳)

ردیف	نام	نامه‌نوادگی	شروع	پایان	زمان (روز)
۱	محمد	شریعتمداری	۱۳۹۶/۰۵/۲۹	۱۳۹۷/۰۷/۲۸	۴۲۶
۲	رضا	رحمانی	۱۳۹۷/۰۷/۲۸	۱۳۹۹/۰۲/۲۲	۵۶۹
۳	حسین	مدرس خیابانی	۱۳۹۹/۰۲/۲۴	۱۳۹۹/۰۵/۲۲	۹۳
۴	جعفر	صرافینی	۱۳۹۹/۰۵/۲۵	۱۳۹۹/۰۷/۰۸	۴۵
۵	علیرضا	رزم‌حسینی	۱۳۹۹/۰۷/۰۸	۱۴۰۰/۰۵/۰۳	۳۳۰
۶	سیدرضا	هاشمی امین	۱۴۰۰/۰۵/۰۳	۱۴۰۲/۰۲/۱۰	۶۰۳
۷	سیدمهدی	نوری	۱۴۰۲/۰۲/۱۰	۱۴۰۲/۰۳/۲۳	۴۴
۸	عباس	علی‌آبادی	۱۴۰۲/۰۳/۲۳	۱۴۰۳/۰۵/۳۱	۴۳۵
۹	محمد	اشلک	۱۴۰۳/۰۵/۳۱	ادامه دارد	۰+۱۰۰

شکل ۵. نمودار عایدات انواع لوازم خانگی بزرگ‌ترین سرمایه جهان (۲۰۲۸-۲۰۱۸) (۱۴)



شکل ۹. نمودار روند سرمایه‌گذاری در صنعت لوازم خانگی (۱۴)

جدول

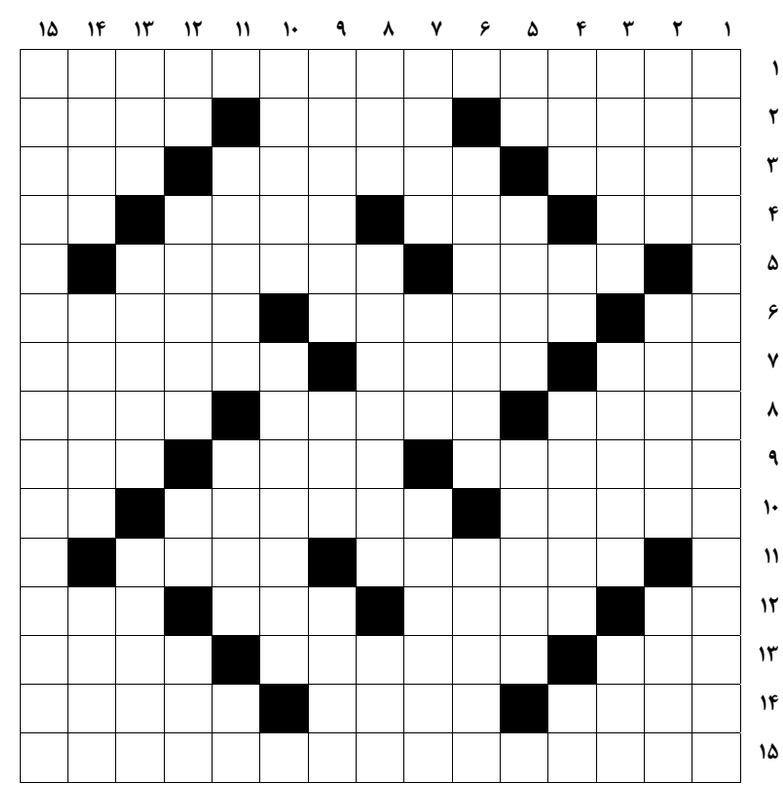
طراح: علیرضا سجادی فر ■ شماره ۷۳۸۷

از راست به چپ

■ ۱- اثری از ارنست همینگوی ■ ۲- اعوان- جواب پشتک- پرنده نشان ملی آلمان ■ ۳- هوس باردار- برتری- میوه باب گلو ■ ۴- روزگار- جامه آخرت- خودروی باری کوچک- تصدیق انگلیسی ■ ۵- پایتخت شاهرخ تیموری- شراع کشتی‌ها ■ ۶- تیم فوتبالی در فرانسه- لقمه نباید اینگونه باشد- روزنامه ژاپنی ■ ۷- شستن فرنگی- ضرورت ورزش تیراندازی- رود افغانستان ■ ۸- آنان- قلعه تگزاس- گوشت گیاهی ■ ۹- برابری- صفحه‌آرایی- نزاکت ■ ۱۰- قول و قرار- پرسپکتیو- از گروه‌های خونی ■ ۱۱- قوی‌هیکل- محافظ شخصی ■ ۱۲- مایه حیات- پایتخت لیدی‌ها- دریاچه زیبای لرستان- خس‌خس سینه ■ ۱۳- درخت انگور- نوعی دستگاه چاپ- جهنم ■ ۱۴- گونه و رخسار- سرنیزه- سید شهیدان اهل قلم ■ ۱۵- از سازمان‌های وابسته قوه قضائیه که مهم‌ترین وظیفه آن انتشار قوانین و مقررات و همچنین مذاکرات مجلس شورای اسلامی است

از بالا به پایین

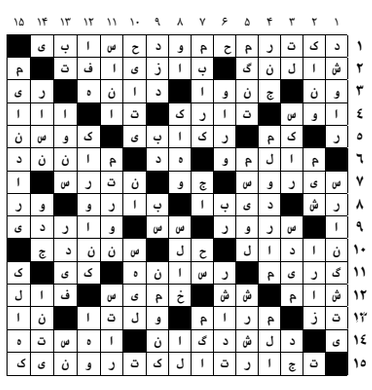
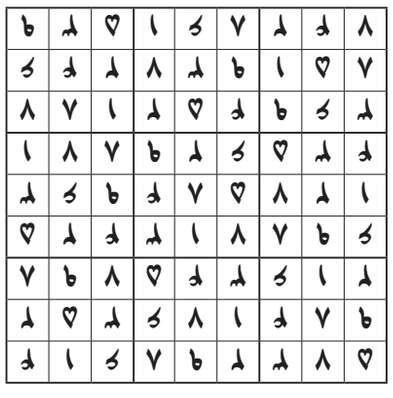
■ ۱- اثر هارولد لمب، نویسنده امریکایی و صاحب آثاری چون چنگیزخان و شعله‌های اسلام ■ ۲- ستون و رکن- شهری در فرانسه- مهاجم تیم ملی ایتالیا در جام جهانی ۱۹۹۴ ■ ۳- پایتخت زیمبابوه- جرئت- گنج ■ ۴- سگ بیمار- جوی خون- ارفاق- نفس خسته ■ ۵- ضمیر اشاره- کاغذ نقشه کشی- نورها ■ ۶- دستگاه تقسیم برق در خودرو- رسم شده ■ ۷- نامی دخترانه از گل- از امراض جلدی ■ ۸- پول تایلند- بلندترین قله خراسان- از سازهای موسیقی ■ ۹- دریاچه مریوان- آقا و سرور- کتاب رکوردها ■ ۱۰- فرزندان- رود بزرگ چین ■ ۱۱- محل ذخیره کالا- خرمافروش- حرف خطاب ■ ۱۲- خدای خورشید مصریان- بنا نهادن- صدمتر مربع- آلت نخ‌ریسی ■ ۱۳- گریبان- ناشایست- گدا ■ ۱۴- محصول کاشان- آشکار- دوباره ■ ۱۵- اولین صوفی‌ای که اصول تصوف را در خراسان اشاعه داد



جدول سودوکو

ارقام ۱ تا ۹ را طوری قرار دهید که در هر ردیف، ستون و مربع‌های کوچک سه در سه فقط یک بار به کار روند.

۵						۶	۱	
۹								
۲			۳	۴	۵			
		۸			۳			۵
		۷						۳
			۶				۷	۱
	۶			۵	۲			
	۵				۷		۴	
							۳	

جدول کلمات متقاطع

پاسخ جدول شماره ۷۳۸۶