خراسان روزنامه صبح ایران
یکشنبه ۴ تیرماه ۱۳۹۶ . ۳۰ رمضان ۱۴۳۸ . شماره ۱۹۵۶۸

استفاده حداکثری از پتانسیل اقتصاد زیارت

استفاده حداکثری از پتانسیل اقتصاد زیارت به منظور توسعه استان و همچنین ساماندهی بازار سوغات باید به طور جدی در دستور کار قرار گیرد به ویژه در حوزه سوغات زیارت که به لحاظ اقتصادی و حمایت از تولید، اشتغال و کارآفرینی اهمیت زیادی دارد نیز با توجه به شرایط ویژه شهر مشهد نباید به یک یا چند کالای خاص تعاریف و مصادیق را محدود کنیم.

یادداشت

سید مهدی درهمی
info@khorasannews.com

گردشگری زیارت؛ بدون آمار، بدون برنامه ریزی

بر اساس آخرین آمارهای سازمان گردشگری جهانی، ایران جزو پنج کشور ضعیف در زمینه ارتقای گردشگری در جهان است. بر اساس رتبه بندی های انجام شده، ایران در توسعه گردشگری در بین ضعیف ترین کشورها قرار دارد. برای افزایش زمان ماندگاری زائران در مشهد مقدس باید به همان اندازه که به مسائل کمی مانند گسترش رستوران ها و اماکن و هتل ها پرداخته می شود به مسائل کیفی یعنی آموزش بازاریان، تاکسیرانان و ارائه کنندگان خدمات به زائر و گردشگر، نیز پرداخته شود و نحوه برخورد و آداب پذیرایی از گردشگر را به آن ها آموزش داد.

از سویی باید توجه داشت همچنان که گردشگر داخلی در توزیع ثروت مؤثر است باید برای افزایش درآمد و محرک های اقتصادی روی گردشگر خارجی نیز سرمایه گذاری کنیم. بهره مندی از این دو ثروت و سرمایه وابسته به افزایش تعداد گردشگران و زمان ماندگاری آن هاست.

درواقع باید از روش های علمی دقیق برای برآورد تعداد زائران و میزان ماندگاری آن ها استفاده کرد زیرا امروزه برنامه ریزی ها بر اساس برآوردهای آماری دقیق انجام می شود ولی برآوردهای انجام شده در ایران بسیار سنتی و غیردقیق است. از این حیث نتوانسته ایم برای این دو مهم تدبیری بیندیشیم. به دیگر سخن نهادهای اجرایی به صورت آشکار نسبت به موضوع گردشگری در مشهد که برپایه گردشگری زیارت استوار است بی توجه هستند. برای همین چرخ اقتصاد زیارت در این شهر به خوبی نمی چرخد. نبود تنوع کافی در سبد خدمات ارائه شده به زائران و گردشگران در مشهد باعث پایین آمدن ماندگاری زائر در مشهد شده است.

در حالی که گذر از این مسئله راه حل های ساده ای دارد. توسعه مناطق گردشگری در مشهد، ایجاد مراکز تفریحی، رستوران های متنوع، سهولت در سطوح دسترسی و قیمت مناسب استفاده از این اماکن به ویژه در ایام پرتردد می تواند به ماندگاری زائر کمک کند. از سویی چرخش چرخ اقتصادی شهر به موضوع سوغات زیارت نیز وابسته است در این میان از صنایع دستی می توان هم به عنوان عامل و جاذبه گردشگری یاد کرد و هم آن را جزئی از سبد سوغات زیارت دانست. از این نظر باید بگوییم متاسفانه این صنعت امروز در مشهد به فراموشی سپرده شده است در حالی که با توجه به میزان ورود گردشگران خارجی به مشهد و ظرفیت های استان باید توجه خاصی به آن شود.

امروزه در همه جای دنیا صنایع دستی هم جنبه سوغات یادبود و هم جنبه هنری دارد در حالی که صنایع دستی مشهد در دست ترکیه و چینی هاست. در جهان امروز، بحث بازارگردی جای خرید را گرفته و این نیاز مند ایجاد مراکز خرید بزرگ با تنوع بالاست تا گردشگر مدت زمان بیشتری را صرف بازدید یا استراحت و غذا خوردن در این مراکز بکند و مدت زمان ماندگاری زائر افزایش یابد. در مشهد بیش از میزان مورد نیاز شهر، پاساژ بدون استفاده و بدون تنوع ساخته شده است که گردشگر رغبتی به صرف زمان در این بازارها ندارد. لذا باید با ایجاد بازارهای وسیع و متنوع و ایجاد رستوران ها و سینماها و شهربازی در این مجتمع ها، گردشگر را مجاب کنیم وقت بیشتری را در بازار صرف بازدید و بازارگردی کند. مطلب سوم نیز که از آن غافل شده ایم موضوع میراث فرهنگی به عنوان بازوی دوم توسعه گردشگری است، در این باره باید به احیای بناهای تاریخی و میراث فرهنگی در مشهد توجه بیشتری شود.

مولفه ها و دست اندازهای رونق اقتصاد زیارت در گفت و گو با کارشناسان:

چرخ اقتصاد زیارت نمی چرخد

مسعود حمیدی
economic@khorasannews.com

آبادی ها به بهانه وجود یک اثر طبیعی، فرهنگی، مذهبی، سیاسی یا یک ظرفیت اقتصادی به وجود آمده، توسعه یافته و به شهرهای بزرگ و بزرگ تر تبدیل شده اند. کشش هر کدام از این بهانه ها متفاوت است آن قدر که این تفاوت در کشش و جاذبه بهانه ها، جمعیت هر شهر را تعیین می کند. مشهد به دلیل وجود بارگاه ملکوتی امام هشتم شیعیان اعتبار یافته و وجود ۳/۵ میلیون نفر جمعیت مجاور و حضور سالانه میلیون ها نفر زائر که برخی عدد آن را تا ۲۹ میلیون نفر هم شمرده اند به اعتبار وجود این مضجع نورانی است. از سویی این واقعیت نیز نباید نادیده گرفته شود که اگرچه این شهر در مرکزیت خراسان رضوی دارای مزیت های گوناگون اقتصادی است اما اقتصاد مشهد به اقتصاد زیارت گره خورده است. اقتصادی که به اذعان بسیاری از صاحب نظران هنوز چرخش به چرخش درنیامده است و در دست اندازهای مختلف گیر می کند. اقتصاد زیارت اگرچه ابعاد متعدد و گوناگونی دارد اما به طور عمومی و سطحی می توان از دو منظر به آن نگاه کرد: اول موضوع ورود و ماندگاری زائر در شهر و دیگر بررسی سبد خرید و مصرف زائر.

■ ماندگاری زائر؛ نیازمند تنوع بخشی و توسعه راه ها

طول مدت اقامت، یکی از مهم ترین عوامل در اقتصاد گردشگری یک منطقه است. بر اساس پژوهش های صورت گرفته که در دوفصل نامه مطالعات اجتماعی گردشگری (شماره هفتم، چاپ بهار و تابستان ۹۵) منتشر شد، در این سال فقط ۲۵ درصد زائران مشهد مقدس مدت زمان اقامتشان بیشتر از یک هفته بوده است از سویی بنا بر همین مطالعات، میانگین ماندگاری زائران در مشهد مقدس حدود ۵/۴۳ روز و این در حالی است که میزان ماندگاری زائر در مشهد مقدس در دهه هشتاد حدود ۸/۸ روز بوده است که این کاهش نمایانگر آن است که با وجود هزینه های متعددی که برای توسعه خدمات شهری و شهروندی به ویژه به زائران طی سال های بعداز دهه ۸۰ در مشهد انجام شده، ماندگاری زائران در این شهر کمتر از گذشته شده است. محمد قاسمی خوزانی عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی، فعال و پژوهشگر در حوزه گردشگری اعتقاد دارد: ماندگاری زائران را بیشتر میزان درآمد و وضعیت اقتصادی آن ها تعیین می کند ولی با انجام برخی تمهیدات می توان میزان ماندگاری زائران را افزایش داد.

این عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی به خراسان رضوی گفت: تنوع بخشیدن به اماکن گردشگری و معرفی و تدوین بسته های سیاحتی، یکی از ضروری ترین عواملی است که ماندگاری زائر را در مشهد افزایش می دهد و باید مسئولان به آن توجه ویژه کنند تا زائران ضمن آشنایی بیشتر با قابلیت های مذهبی و فرهنگی مشهد و بهره مندی از نفحات قدسی زیارت، مدت زمان بیشتری را در مشهد بمانند و از جاذبه های سیاحتی و گردشگری مشهد استفاده کنند. این گونه در کنار تحقق اهداف معنوی، چرخ اقتصاد مشهد و معیشت مجاوران نیز می چرخد ضمن این که چرخیدن این چرخ به توسعه خدمات و بسترهای خدمت رسانی شهر نیز کمک می کند.

■ توسعه راه های مواصلاتی

وی دومین عامل را حمل ونقل آسان و توسعه راه های دسترسی به مشهد معرفی می کند و می گوید: به دلیل این که شهر مشهد در شمال شرق کشور واقع شده است و مسافران باید مسافت طولانی را برای سفر به این شهر طی کنند، لازم است حمل ونقل و ارتباطات به خصوص حمل ونقل ریلی در این مسیر توسعه یابد و حداقل سرعت قطارها به ۳۰۰ کیلومتر در ساعت برسد تا مسافران مدت زمان کمتری را صرف رفت وآمد کنند. البته این حمل ونقل باید ارزان هم باشد.

وی اما سومین و مهم ترین عامل مؤثر در افزایش ماندگاری زائران را امر اکز اقامتی می داند و می گوید: برای اسکان زائران، باید مراکز اقامتی ارزان قیمت به معنای واقعی را در اختیار آن ها قرار دهیم زیرا بیشتر کسانی که به مشهد مشرف می شوند از نظر مالی توانایی پرداخت هزینه هتل های ۴ ستاره به بالا را ندارند پس باید برای آن ها اماکن و زائرسراهای ارزان قیمت تهیه کرد. البته این به معنای نفی ضرورت وجود اماکن اقامتی و هتل های ۴ و ۵ ستاره در مشهد نیست در واقع باید برای همه سطوح درآمدی، محل اقامت مناسب و کیفی پیش بینی کرد. زائر اگر از حیث وسیله رفت و آمد، محل اقامت و ارزانی و سهولت دسترسی به خدمات آسوده خاطر باشد اقامت در مشهد را طولانی تر خواهد کرد.

■ بازار ناموفق

پس از ورود، اقامت و ماندگاری زائران در مشهد، اقتصاد شهر وابسته به خرید و فروش کالا و خدمات است. هر چقدر سبد خرید زائران، چه خرید موارد مصرفی و خدماتی و چه خرید سوغاتشان پرو پیمان تر باشد، چراغ رونق اقتصادی شهر پرنورتر می شود. از سویی هر چقدر سهم کالای ایرانی در این سبد بیشتر باشد، چرخ اقتصاد کشور نیز تندتر می چرخد.

هرچند دولت در تلاش است که از تولیدات داخلی حمایت کند و جلوی ورود کالای قاچاق و خارجی به سبد خرید زائران مشهد مقدس را بگیرد ولی کاهش قدرت خرید مردم و هزینه های بالای تولید کالا در ایران، باعث شده است؛ تولیدات داخلی توانایی رقابت با تولیدات خارجی در زمینه قیمت و کیفیت را نداشته باشند و به ادعای مدیرکل میراث فرهنگی استان از سبد خرید ۲ هزار میلیارد تومانی زائران مشهد مقدس، ۷۵ درصد به کالاهای خارجی اختصاص دارد. این روزها که در آستانه پایان ماه مبارک رمضان بازارهای مشهد، به خصوص اطراف حرم امام رضا(ع) دوباره پذیرای زائران و گردشگران از اقصی نقاط ایران و دیگر کشورها خواهد بود، مشاهده های میدانی ما حکایت از این دارد که اجناس خارجی به ویژه اجناس بنجل چینی بازار را به خود اختصاص داده است، از چادرنماز گرفته تا تسبیح و سجاده، از عروسک و لباس تا کیف و کفش، از نقره جات تا گوهرسنگ هایی مانند فیروزه و... پدیده جالبی که به تازگی می توان به چشم دید؛ نسخه بی کیفیت چینی گیوه های دست دوز و لباس هایی است که ریشه در فرهنگ ما دارد و با قیمت های پایین در بازار به فراوانی یافت می شود.

در این میان فروشندگان از هزینه های بالای تولید شاکی هستند و مشتریان از در دسترس نبودن و جلوه نداشتن محصولات ایرانی و البته قیمت بالای باکیفیت های آن. همه این موارد دست به دست هم داده اند تا اجناس بی کیفیت خارجی میزان زیادی از سبد سوغات زائر را به خود اختصاص دهند.

رئیس اتحادیه تولید کنندگان پوشاک مشهد، به خراسان رضوی می گوید: چون هزینه تولید پوشاک در کشور ما بالاتر از کشورهای رقیبی مانند چین، تایلند و ترکیه است، قیمت تمام شده کالای ایرانی بالاتر از کالای خارجی است، لذا خریدار سراغ کالای ایرانی نمی آید و دنبال جنس ارزان تر خارجی می رود.

محسن مرادی، تصریح می کند: تجهیزات واحدهای تولیدی ما نسبت به کشورهای رقیب ضعیف تر است و از طرف دیگر، بسیاری از واحدها یا تعطیل شده یا با ظرفیت زیر ۳۰ درصد در حال فعالیت هستند که مهم ترین دلیل آن، هزینه تولید و سودهای بالای ۳۰ درصدی است که بانک ها از تولید کنندگان پوشاک می گیرند. به همین دلیل بازار پوشاک ما پرشده است از پوشاک خارجی یا پوشاک داخلی که برای جذب مشتری، بر آن مارک خارجی می زنند.

■ جولان خارجی ها

رئیس اتحادیه صنایع دستی و گلدوزی مشهد در مورد وجود کالاها و بدلیجات غیر ایرانی در بازار مشهد به خراسان رضوی می گوید: در گذشته ورود این کالاها بسیار ساده بود و در بارنامه ها به صورت جزئی و گسترده وارد می شد ولی امروز با همکاری دولت تا حد زیادی، جلوی ورود این کالاها گرفته شده است.

صادق ابراهیم زاده فرشچی می افزاید: البته باید توجه داشته باشید بدلیجاتی که در ایران تولید می شود، از نظر قیمتی تقریبا ۱۰ برابر بدلیجات چینی هستند چون قالب های تولید بدلیجات را نداریم و از طرف دیگر هزینه های تولید در ایران بسیار بالاست و طبیعی است که خریدار، جنس های ارزان چینی را خریداری می کند تا جنس های ایرانی که ۱۰ برابر قیمت دارند.

وی تصریح می کند: با همکاری مسئولان در زمینه حمایت از تولیدات داخلی در آینده شاهد کاهش حضور این اقلام قاچاق در بازار مشهد و سبد سوغات زائر خواهیم بود.

مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان، به خراسان رضوی، می گوید: بر اساس آخرین برآوردها، گردش مالی سالانه سوغات در مشهد حدود ۲۰۰۰ میلیارد تومان است که از این میزان ۷۵ درصد متعلق به تولیدات خارجی و ۲۵ درصد متعلق به تولیدات داخلی است.

حسین زارع صفت، می افزاید: برای ساماندهی بازار سوغات باید چند عامل را در نظر گرفت تا فرهنگ خرید و مصرف به سمت کالای ایرانی گرایش پیدا کند و کالاهای ایرانی نیز باید توان رقابت پذیری خود را با تولیدات خارجی بالا ببرند؛ زیرا خریدار کالایی را خریداری می کند که برایش ارزش افزوده داشته باشد.

وی در ادامه می گوید: لذا ما در نظر داریم برای ساماندهی سوغات، شورایی را تأسیس کنیم تا با ایجاد بازارهای موضوعی و به طور مشخص؛ صنایع دستی و محلی و گوهرسنگ ها، فرهنگ ترجیح کالای داخلی بر کالای خارجی را توسعه دهیم که در این زمینه، جهاد دانشگاهی مشهد مطالعات پژوهشی را آغاز کرده است.

زارع صفت در مورد وجود کالاهای خارجی در بازار مشهد به خصوص کالاهایی مانند گوهرسنگ ها و صنایع دستی می گوید: برخی تجار داخلی کالاهایی که در بازار خریدار بیشتری دارد را برای کپی برداری ارزان قیمت به چین سفارش می دهند که برای جلوگیری از آن باید تعرفه های واردات این گونه کالاها که مشابه داخلی دارند را افزایش و همچنین کیفیت و اطمینان بخشی کالاهای داخلی را ارتقا داد.

■ گردش مالی ۹۰۰۰ میلیارد تومانی

مدیرکل هماهنگی امور رفاهی زائران استانداری استان درباره میزان گردش مالی سوغات زائر در مشهد، می گوید: سالانه حدود ۹ هزار میلیارد تومان زائران و گردشگران از مشهد مقدس خرید انجام می دهند که از این میزان بین ۱۷۰۰ تا ۲۵۰۰ میلیارد تومان به صورت اختصاصی فقط سوغات زیارت می خرند.

مهدی فروزان ادامه می دهد: در گذشته، در اطراف حرم مطهر امام رضا (ع) بین ۲۵ تا ۳۰ کارگاه مهرسازی و تسبیح سازی، فعالیت داشتند که به دلیل واردات بی رویه این کالاها، امروز هیچ کدام فعال نیستند.

وی تصریح می کند: باید به سمتی حرکت کنیم که سوغات زیارتمان بومی شود و از ورود کالاهای نامرغوب چینی و سایر کالاهایی که به سوغات زیارت ما خدشه وارد می کند جلوگیری کنیم. وی در ادامه می افزاید: در سال ۹۶ به سمت وسویی حرکت خواهیم کرد تا جایگاه سوغات زیارت با برند داخلی و ایرانی را احیا و از ورود بی رویه کالاهایی که قاچاق است، جلوگیری کنیم.

وی در پاسخ به این که چرا بعضی از کالاها مانند لباس های سنتی و حتی گیوه های دست دوز که نماد فرهنگ استان هستند، به وفور با مارک های نامرغوب چینی در بازار یافت می شوند، می گوید: باید توجه داشت برخی از کالاها از مجاری قانونی وارد و ثبت سفارش می شوند ولی در عین حال، سازمان صنعت، معدن و تجارت موضوع را پیگیری خواهد کرد.

■ سبد سوغات زائر

غفوری مقدم معاون امور بازرگانی و توسعه تجارت سازمان صنعت، معدن و تجارت، به خراسان رضوی می گوید: در سازمان صنعت، معدن و تجارت، کارگروهی تحت عنوان سامان دهی سوغات زیارت تشکیل شده است و طی چند ماه اخیر گروه کالایی که به عنوان سوغات توسط زائران خریداری می شود را شناسایی کرده ایم. بر اساس گزارش های این کارگروه و بازرسی های میدانی انجام شده، عمده ترین گروه های سوغاتی شامل زعفران و زرشک؛ ۲۸ درصد، مهر و تسبیح؛ ۱۵ درصد، نبات؛ ۱۴ درصد، خشکبار؛ ۷ درصد، پوشاک؛ ۲۱ درصد، صنایع دستی؛ ۴ درصد، کفش؛ ۵ درصد و سایر کالاها؛ ۷ درصد می شود که از گروه های کالایی ذکر شده ۷۰ درصد تولید داخل و ۳۰ درصد نیز کالای خارجی هستند. البته بخشی از این کالاهای خارجی به صورت قاچاق وارد می شوند. وی تصریح می کند: در میان این گروه ها فقط کالاهایی مانند پوشاک و مهر و تسبیح درصد بالایی وارداتی هستند.

■ شبکه توزیع سوغات

وی در ادامه می افزاید: مبحث دیگری که در سازمان صنعت، معدن و تجارت در حال پیگیری است؛ شبکه توزیع سوغات است که مطالعات اولیه آن انجام شده است و در مورد طرح هایی در زمینه تولید سوغات الکترونیک و پوشاک و موارد مشابه در وزارت صنعت و معدن در حال پیگیری جدی هستیم تا اعتبارات لازم در این باره تخصیص یابد. غفوری مقدم در ادامه می گوید: در بحث نظارت بر سوغات دو موضوع در حال پیگیری است؛ یک مبحث برخورد با سوغات قاچاق و مبحث بعدی نظارت بر قیمت و کیفیت تولیدات داخلی است.

■ اختلاف نظر با میراث فرهنگی

علی باخرد در ادامه می گوید: یکی از اختلافات آماری که بین سازمان صنعت، معدن و تجارت وجود دارد این است که؛ میراث فرهنگی گروه کالایی پوشاک را جزو سوغات زائر به شمار نمی آورد ولی سازمان صنعت، معدن و تجارت تمام گروه های کالایی که در سبد مسافر قرار می گیرد را جزو سوغات زائر محسوب می کند. لذا برآورد دقیق میزان گردش مالی سوغات زائر کار دشواری است.

وی در ادامه می گوید: در ایام نوروز در شهر مشهد حدود ۱۰۰ گروه بازرسی فعال بودند و ۷۰ گروه در شهرستان ها و همچنین ۲۰۰ ناظر افتخاری و ۱۵۰ کارشناس از اتحادیه های مختلف به این بازرسی ها کمک کردند تا از ورود کالای قاچاق به سبد خرید سوغات زائر در ایام نوروز جلوگیری شود.

با همه این ها به نظر می رسد با وجود همه تلاش های صورت گرفته برای ساماندهی بازار مصرفی و خرید سوغات زائران، هنوز نه متولی مشخصی پیش بینی شده و نه برنامه ریزی مدونی وجود دارد چرا که با وجود تشخیص گلوگاه های عبور از بحران بی استفاده ماندن ظرفیت های اقتصادی زیارت، هنوز تدبیری برای آن اندیشیده نشده است. از این منظر همچنان در مسئله ماندگاری زائر و بهره مندی از همه ظرفیت های اقتصادی و حضور گردشگران زیارتی در استان و مشهد لنگ می زنیم.

> یک استاد دانشگاه: بر اساس مطالعات منتشر شده در سال ۹۵ فقط ۲۵ درصد زائران مشهد مقدس مدت زمان اقامتشان بیشتر از یک هفته بوده است از سویی بنا بر همین مطالعات، میانگین ماندگاری زائران در مشهد مقدس حدود ۵/۴۳ روز بوده است که میزان ماندگاری زائر در مشهد مقدس در دهه هشتاد حدود ۸/۸ روز بوده است که این کاهش نمایانگر آن است که با وجود هزینه های متعددی که برای توسعه خدمات شهری و شهروندی به ویژه به زائران طی سال های بعداز دهه ۸۰ در مشهد انجام شده، ماندگاری زائران در این شهر کمتر از گذشته شده است

جدول سخت [شماره ۹۴]

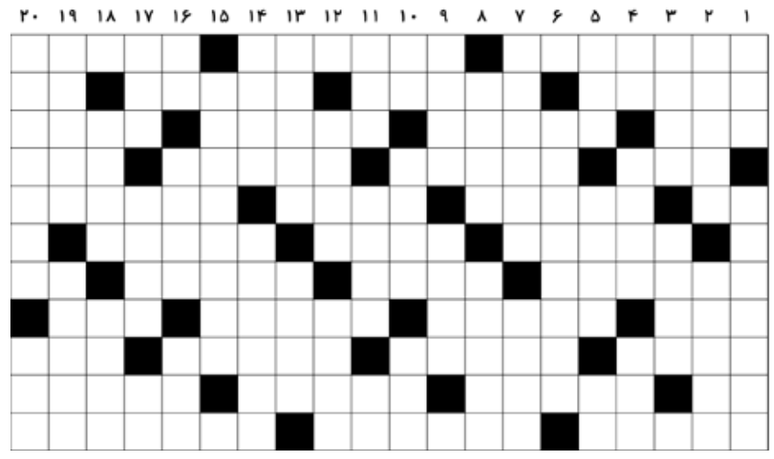
طراح جدول: بیژن گورانی

افقی

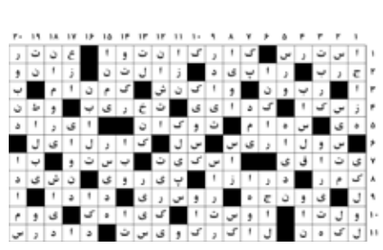
۱ - سردترین سرزمین جهان - باغ افلاطون - پروتئین رشته ای بافت هم بند که بسیار مقاوم است ۲ - ضربه ای در بدمینتون - مثل هم - نوعی التهاب پوستی - جدید ۳ - فرقه ای مذهبی در هند - از سازهای بادی - نسبت دادن خطا به کسی - رزق و روزی ۴ - وعده - رسم کردن - بافت شفاف جلوی چشم - همداستان رامین ۵ - عددی مفرد - دیو شاهنامه - اهل نفاق - نشدنی ۶ - نوعی بیسکوئیت ساده - آهار - از توابع استان یزد ۷ - از صور فلکی نیمکره شمالی آسمان - میان تهی - پایه گذار مکتب روانکاوی - از ادات پرسش ۸ - پراکنده کردن دشمن - زبانی از خانواده زبان های هندواروپایی - فلزی دیرگداز - واحدی برای اندازه گیری زمان ۹ - پرنده ای با پاهای بلند - از علوم بی پایه قدمایی از نوع شعبده - یارژولیت - فرزندزاده ۱۰ - غوزه پنبه - تریاک - خرس شجاع و باهوش کارتونی - پی در پی بودن ۱۱ - بسیار ضروری - مسیر تباهی - همسایه گواتمالا والسالوادور.

عمودی

۱ - پاکی - خوش باور ۲ - راه وروش - مسابقه ملی افغانستان ۳ - مرکز جمهوری آذربایجان - بی کم و کاست ۴ - اصفهان قدیم - از جزایر خلیج فارس - برنج شوشتری ۵ - از الفبای فارسی - مجموعه چند سیم روپوش دار - قیمت بازاری ۶ - نامحدود بودن قدرت فرمانروا در عمل ۷ - فاقد آرامش - لاستیک داخلی تایر خودرو ۸ - بالش زینتی روی کاناپه - مصونیت از خطر ۹ - از رنگ های ترکیبی - سبز تیره ۱۰ - کجاست - دعوت شده - سرپیچی کردن ۱۱ - چندرأی - از بحور شعر فارسی - سودای ناله ۱۲ - نزدیک شدن - قسمتی از گوش ۱۳ - خوش چهره - وسیله ای برای حفاظت مدارهای الکتریکی ۱۴ - واحد نظامی - شهری در آذربایجان غربی ۱۵ - داستانی مشهور نوشته چزاره پاوزه ایتالیایی ۱۶ - قلیل - بیماری ویروسی جانوران گوشتخوار - میخ در گویش عرب ها ۱۷ - شهری در فارس - دارای تقدس وپاکی - تکراریک حرف ۱۸ - کشتی ژاپنی - میوه تصفیه کننده خون ۱۹ - علم وراثت - شهری با قدمت دوهزار ساله در مکزیک ۲۰ - صاحب قلم - فرمان سکوت.



حل جدول شماره ۹۳



جدول متوسط [شماره ۶۸۶۵]

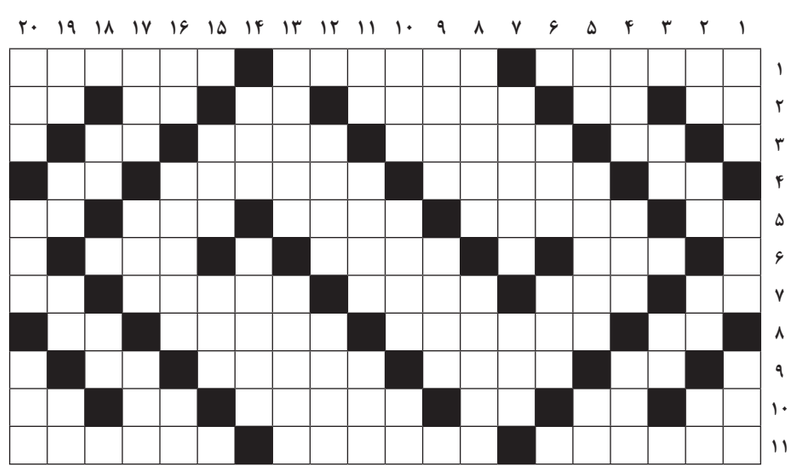
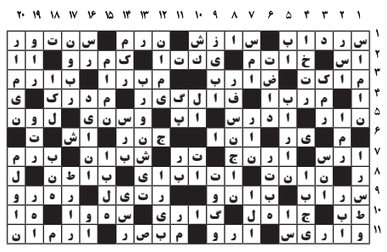
طراح جدول: مریم احمدی

افقی:

۱- سال گذشته - از برونته ها - از مرکبات ۲- خاک صنعتی - مساوی عامیانه - ترازنامه - گریز - باب روز - چهره ۳- نقش هنری - کولاک - آبگینه - دربست کارخانه ۴- لحظه - لباس حج - نقاش اسپانیایی سبک کوبیسم - بوی رطوبت ۵- پرگویی - آکنده - انبار گندم - قمر - تکیه برپشتی ۶- جایز - فکر و اندیشه - سِر ۷- آب روستایی - گمان - جذاب - جوش و خروش - جوی خون ۸- حرص - سوبسید - حاشیه - زشت و ناپسند ۹- ضمیر وزنی - سوغات کرمان - نامی کهن و ایرانی به معنی بسیار نیرومند - نوعی زغال سنگ ۱۰- خیس - پدر - آب عرب - از صور فلکی - تصدیق روسی - عصب ۱۱- درمانده - آشفته و پریشان - بهبود

عمودی:

۱- دور افتاده - پس نوشته ۲- پایه - واحد سطح - تعجب زنانه - علامت مفعولی ۳- رود اروپایی - باد سرد ۴- آب ویرانگر - سنگ نوشته - کشتی جنگی ۵- اگر - عمران - حرف همراهی ۶- دریا - آلت موسیقی ۷- حصیر - چرک ۸- مرکز فارس - پارکینگ ۹- دردها - مرآت ۱۰- قسمتی از پا - روش - جسر ۱۱- هرگز نه - آشکار - کلمه تصدیق ۱۲- قطعه دراز و نازک فلزی - تحیت ۱۳- پارچه کشباف - هشتاد و هشتمین سوره قرآن کریم ۱۴- محلی درمکه - نشانه و علامت ۱۵- تنگی نفس - اسب چاپار ۱۶- مادر - آرنج - سرای محبت ۱۷- بالاپوش بلند - کلمه تنبیه - برش سینمایی ۱۸- بخیه جامه - مدافع فوتبالی ۱۹- خشکی - زائوترسان - اثرپا - ستون بدن ۲۰- از درندگان - هواپیمای روسی - نصف



حل جدول شماره ۶۸۶۴