نگاهی به بازار اجناس خیلی گران که ثروتمندان هم میل به خریدش ندارند

خرج بی‌پروای دارا

علی شاکر

پاساژی که کت ۱۵تا۲۰میلیونی می‌فروشد، باید هم جایزه قرعه‌کشی‌اش هواپیمای دونفره باشد. احتمالا صاحب پاساژ چک را با خودکار یک‌ونیم‌میلیونی یا خودنویس ۱۱میلیونی امضا و در حالی که سعی می‌کند ساعت ۳۰۰میلیونی‌اش معلوم‌تر باشد، از زیر کت‌وشلوار ۲۲میلیونی آن را به برنده خوش‌شانس می‌دهد؛ برنده‌ای که نمی‌داند این هواپیمای لوکس را چه‌جوری به کلکسیون قایق‌های لوکس‌تر وصله کند.

کسی که درآمدهای چندهزارمیلیاردی دارد، میلیون برایش پول خرد است. اصولا کسی او را به‌درستی نمی‌شناسد؛ حتی جامعه‌شناس‌ها. چون آنها همیشه دغدغه طبقه متوسط را داشته و دارند. اما درصد کمی از جمعیت ایران با بقیه مردم فرق دارند. نوک قله ثروت نشسته‌اند و ساکن ده بالادستند. آب را گِل نمی‌کنند؛ چون مثل اهالی ده پایین نیازی به رود ندارند. آب معدنی می‌خورند. آنها بد نیستند، فقط با بقیه جمعیت ایران متفاوتند. آنها پولدارند و این نمایش ثروت چنان می‌کند که اغلب مردم، از خانه‌ها و ماشین‌های گران‌شان تعجب می‌کنند و مراکز خریدشان برای دیگران شبیه جزیره‌ای جداشده از شهر است.

اما خود طبقه بالای جامعه ایران را هم نمی‌توان با یک‌چوب راند؛ چون ثروتمندان دیگری هم هستند که در کار تولید و ازدیاد سرمایه مملکتند. آنها شاید از بازار تهران خرید نکنند و برندپوش باشند، ولی حاضر هم نیستند پول را به هرنحوی خرج کنند و دسته پیشین را «نوکیسه» می‌خوانند؛ نوکیسه‌هایی معتبر و شاید هم بی‌خبر؛ خفته بر ساحلی آرام، فارغ از حال خونین‌دلان.

ترکش‌های «بچه‌پولدارهای تهران»

یکی از همین مراکز خرید در محله الهیه واقع است؛ دروازه‌ای کشویی با رویی باز به استقبال مراجعان می‌آید، ولی نگهبانی تنگ‌چشم همه را زیر نظر دارد. حق دارد. سه‌سال پیش، در اوج سال‌های تحریم دولت پیشین این مرکز از یکی از گران‌ترین زمین‌های تهران- یعنی فرشته- روییده و ۲۶مغازه درندشتش اجناسی می‌فروشند که هرکسی را یارای خرید آن نیست. به همین دلیل هم رسانه‌ها نسبت به وجودش اعتراض کردند و گفتند در این وضعیت بی‌پولی و تحریم خرید مستقیم از برندهای اجنبی باعث خروج ارز از کشور است. البته همان‌موقع کسی به ورود صدهزارخودرو لوکس بالای ۲۵۰۰سی‌سی اعتراض نکرد.

مدیر پاساژ از دست بخش خبری «۲۰:۳۰» بیشتر شاکی است. این را مغازه‌دارهای شیک‌پوش پاساژ می‌گویند. انگار ترکش‌های ماجرای اینستاگرام و فیس‌بوک «بچه‌پولدارهای تهران» به پاساژهای لوکس فروش اصابت کرده. به این‌ترتیب پاساژها هم نسبت به روزنامه‌نگارها آلرژی دارند. دوست ندارند تافته جدابافته به‌نظر برسند. برای همین هم «چشم‌زخم» به دیوارهایشان چسبانده‌اند و اگر بفهمند که روزنامه‌نگاری، با احترام از مغازه بیرونت می‌کنند.

احتمالا به‌دلیل سرک‌کشیدن‌های مداوم و قیمت‌پرسیدن‌های پیاپی ماموران حراست مشکوک شده‌اند. خبرنگار «شرق»، هرجا که می‌رود از دور مراقبند؛ حتی در طبقه‌سوم که دستشویی و کافه دارد. مشتریان کافه کوچک بالا چندین‌برابر مشتریان خود پاساژ است. آقایی در دستشویی تمیز و فرنگی‌مآب پاساژ ایستاده است. چشمانش می‌خندد؛ یعنی می‌شود با او سر صحبت را باز کرد: «اوف... قیمت‌ها خیلی بالاست.» می‌خندد و پاسخ می‌دهد: «به‌جاش توالتش باکلاسه.» اینجا چه می‌کنید؟ شما از مرفهان بی‌دردید؟ توی آینه دستشویی بلندتر می‌خندد و می‌گوید: «خب اومدم مستراح.» دوباره می‌خندد و ادامه می‌دهد: «نه، از مستضعفان پردردم. آمدم ببینم مرفهان بی‌درد چه‌شکلی‌اند.» از کسی که پالتوی گرانی به تن دارد، شنیدن این حرف کمی عجیب است.

مقایسه اجناس به قیمت آنلاین آنها

در طبقه اول، کمپانی ایتالیایی اِرمنجیلدو زینا (Ermenegildo Zegna) نمایندگی دارد. در این نمایندگی، مشتری می‌تواند سایز خود را ارایه دهد و خیاط‌های میلانی برایش کت‌وشلوار بدوزند؛ کت‌وشلوارهایی که انگار قرار است پول رفت‌وبرگشت از کشور را نیز از مشتری بگیرند. این پاساژ نمایندگی D&G هم دارد. کت و کاپشن مغازه قیمتی بین چهارمیلیون‌و۵۰۰ تا چهارمیلیون‌و۸۰۰هزارتومان دارد. اگر این مغازه نمایندگی فروش است، آیا قیمتش با بقیه دنیا فرقی دارد یا نه؟ در فروشگاه آنلاین این برند، قیمت‌های زمستان۲۰۱۴ آن، بین ۳۰۰تادوهزارو۲۰۰دلار است. با حساب دلار سه‌هزارو۳۴۰تومان، قیمت‌ها چیزی حدود یک تا شش‌میلیون‌تومان می‌شود. تازه این علت گرانی قیمت‌ها به‌خاطر خاص‌بودنش است. از طرف دیگر، به‌روزبودن این مدها قیمت آن را بیشتر کرده است.

کت و کاپشن مغازه قیمتی بین چهارمیلیون‌و۵۰۰ تا چهارمیلیون‌و۸۰۰هزارتومان دارد. اگر این مغازه نمایندگی فروش است، آیا قیمتش با بقیه دنیا فرقی دارد یا نه؟ در فروشگاه آنلاین این برند، قیمت‌های زمستان۲۰۱۴ آن، بین ۳۰۰تادوهزارو۲۰۰دلار است. با حساب دلار سه‌هزارو۳۴۰تومان، قیمت‌ها چیزی حدود یک تا شش‌میلیون‌تومان می‌شود

برندهای پاره، پول‌های بیچاره

در خیابان پاسداران تهران، یک فروشگاه برندفروشی است که هرکسی را راه نمی‌دهند. شبیه خانه‌ای خصوصی است که داخل آن اتاق‌های مختلفی وجود دارد و می‌توان لباس را به تن مدل‌های مختلف دید. یکی از فروشندگان، درباره قیمت یک تی‌شرت می‌گوید: «یک‌میلیون‌وصدهزار.» چه کسی برایش این همه پول می‌دهد؟ نام یکی از آقازاده‌ها را می‌آورد که با دوستش آمده و کلی خرید کرده و رفته.

به گفته یکی از فروشندگان، عامل واردات این اجناس به ایران، سعی می‌کند مدهای فصول پیشین را بخرد؛ مدل‌هایی که اکنون در اروپا و آمریکا تخفیف خورده‌اند. از آن مهم‌تر این است که بسیاری از برندها، محصولاتی خراب، پاره و ناقص دارند که در اصطلاح به آن خارج از سرویس یا Outlet می‌گویند. قیمت پایینی دارند و کارخانه‌ها برای اینکه انبار خود را خالی کنند، به‌صورت عمده آن را می‌فروشند. یکی از فروشندگان زرنگ برند در ایران، برای گام نخست دوسوله بزرگ از این اجناس را خرید و به ایران وارد کرد، دستی به آنان کشید و به قیمت برند اصلی فروخت.

نوکیسه‌های خارج‌نرفته و جنس‌نشناس

فروختن همان و پولدارترشدن همان. اما خریداران اصلی این اجناس چه کسانی هستند؟ این پرسش را کسی که خانوادگی در کار واردات وسایل الکترونیک به کشور هستند، می‌تواند پاسخ دهد. وضع خوبی دارند خلاصه پول‌شان از پارو بالا می‌رود. ولی او هم می‌گوید که هیچ‌وقت از چنین مراکزی خرید نمی‌کند. درباره دلیلش می‌گوید: «خیلی گرونه؛ مثلا یک سرویس‌خواب دیدم ۱۵۰میلیون‌تومان. روی این پول اگر کمی بگذارم، می‌توانم خونه بخرم. به نظرم خریداران این اجناس کسانی هستند که با قیمت اصلی آن در خارج از کشور آشنایی ندارند. یا نوکیسه‌هایی هستند که این پول‌ها برایشان هیچ است.» او مثالی می‌زند: «چندوقت پیش، سراغ یکی از نمایندگی‌های کت‌وشلوارفروشی در سعادت‌آباد رفتم. کت‌وشلوار خیلی عادی آن برند را -که مخصوص کار روزانه است- می‌فروخت حدود ۱۲میلیون. در حالی که من، مدتی پیش آمریکا بودم همین کت‌وشلوار را در آف می‌فروختند حدود ۵۰۰دلار.»

اینطور که محمد می‌گوید، تازه کت‌وشلوار دست‌دوز و «اسپشیال» این برند در آمریکا هزارو۵۰دلار است و در ایران حدود ۲۲میلیون. البته مشتریان پول رفت‌وآمد لباس را می‌دهند و ممکن است اگر کسی از دوبی هم خرید کند، این کت‌وشلوار را با همین حدود قیمت ۲۰میلیون‌تومان بخرد.

خودکار یک‌میلیون

اما فقط لباس‌ها نیستند که قیمت‌های سرسام‌آور دارند. یکی از برندهای پرسروصدای ماه‌های اخیر مربوط به برند مون‌بلان است؛ فروشگاهی که با حضور چهره‌های فوتبالی و سینمایی افتتاح شد. اینجا خودنویس و خودکار و کیف می‌فروشند. اولین خودنویس مورد پسند، ۱۱میلیون‌تومان است؛ چون سر خودنویس را در کوره‌ای خاص سروشکل داده‌اند. خودکارها هم از یک‌میلیون‌تومان شروع می‌شوند. کیف‌های‌دستی هم از ۳/۵میلیون‌تومان به بالا. می‌گفتند اینجا خودنویس ۳۰۰میلیونی می‌فروشند. ولی فروشنده چیزی بروز نمی‌دهد. احتمالا باید مدلش را گفت و اصرار کرد. به نظر می‌رسد آن خودنویس هم مشتری خیلی خاص دارد. جاسوییچی‌ها هم از یک‌میلیون‌و۵۰۰هزارتومان به بالا قیمت خورده‌اند.

کت‌تک، ۱۵تا۲۰میلیون‌تومان

برند اسپانیایی DESIGUAL نیز از آنهایی است که برای پوشیدنش باید خوب پول خرج کرد. پالتوهای زنانه پاییزی‌اش بین ۱/۵تا ۱/۶میلیون‌تومان است. کاپشن‌های برفی‌اش حدود یک‌میلیون تومان، مانتو آن نیز یک‌میلیون‌و۲۰۰هزارتومانی و پیراهن دومیلیون‌تومانی هم می‌توان در این فروشگاه دید. البته وب‌سایت این فروشگاه پیراهن‌هایش را حدود ۱۳۹دلار می‌فروشد؛ چیزی حدود ۴۶۴هزارتومان. در سیلک‌اند کشمیر، قیمت تاپ‌ها ۶۰۰تا ۹۰۰هزارتومان، پیراهن‌ها هم بین ۸۰۰ تا یک‌میلیون‌و۲۰۰هزارتومان و قیمت روسری‌ها هم ۴۰۰هزارتومان به بالاست.

قیمت کت‌های تک فروشگاه «استفانو ریچی» هم بین ۱۵تا۲۰میلیون‌تومان است. فروشنده می‌گوید جنس آن کشمیر است و بسیار گران.

نگهبان پاساژ خسته شده، بس که دنبال خبرنگار «شرق» این‌سو و آن‌سو آمده. چپ‌چپ نگاه می‌کند؛ یعنی «بسه‌دیگه، برو». دروازه لوکس پاساژ به بیرون دعوت می‌کند تا بیش از این، چینی نازک تنهایی مغازه‌های لوکس شکسته نشود و آنها با مشتریان خاص‌شان تنها گذاشته شوند.

دیدگاه

طبقه نوظهور اجتماعی از کجا آمد؟

سعید لیلاز
کارشناس اقتصادی

از ابتدای روی‌کارآمدن دولت قبل و با رویه‌ای که در کشور باب شده بود ما پیش‌بینی کرده بودیم یک طبقه جدید اقتصادی در حال خلق‌شدن است و حتی به‌نظر می‌رسید ماموریت دولت قبل، خلق این طبقه بود. در دولت گذشته جابه‌جایی‌های عظیم مالی رخ داد. درآمدهای بسیاری ایجاد شد و درآمدهای بسیاری از دست رفت. تغییراتی در ساختار اقتصادی ایجاد شد، طبقاتی شکل گرفت و طبقاتی مضمحل شد. آنچه در قدم اول سبب شکل‌گیری این طبقه شد، چندبرابرشدن درآمدهای نفتی طی یک دوره بسیار کوتاه بود. در این دوره، درآمد ارزی ما به ۱۲۰میلیارددلار رسید و ۱/۵برابر هم انرژی رایگان به اقتصاد تزریق شد. این در حالی است که تا پیش از این کل تولید ناخالص داخلی ما ۴۰۰ تا ۵۰۰میلیارددلار بود و ناگهان حدود ۳۰۰میلیارددلار به این درآمد اضافه شد. بدون شک در جامعه تلاطمی به لحاظ مالی ایجاد شد که حاصل آن ظهور طبقه‌ای جدید در جامعه بود. این در حالی است که در سال‌های قبل، قدرت خرید طبقات متوسط به پایین جامعه به‌شدت در حال تقویت بود. در فاصله سال‌های ۸۰ تا ۸۵ قدرت خرید طبقات فرودست به‌نحوی افزایش یافت که تیراژ تولید خودروهای داخل- که عمده خریداران آن طبقات متوسط به پایین جامعه است- از ۱۳۵هزار دستگاه در سال۷۵ به یک‌میلیون‌و۵۰۰هزار دستگاه تا سال۹۰ افزایش یافت، یعنی افزایش ۱۰ تا ۱۲ برابری. موارد اینچنینی نشان می‌دهد در این سال‌ها تلاش بر تقویت قدرت خرید طبقات متوسط به پایین بوده است، اما در فاصله سال‌های ۸۹ تا ۹۲ به موازات ظهور یک طبقه جدید، قدرت خرید طبقات پایین جامعه به‌طور کل از بین رفت و سطوح خرید این افراد به سطوح معیشتی تنزل یافت.

در این سال‌ها تورم به بالاترین حد خود رسید و ۵۰درصد از قدرت خرید طبقات جامعه کم شد. به موازات آن درآمدهای بسیاری وارد کشور شد. مجموع درآمد نفت و عرضه انرژی در کشور درآمدی بالغ بر ۷۰۰میلیارددلار را وارد کشور کرد. در حالی که پیش از این درآمد کشور تنها حدود ۳۰۰میلیارددلار بود. از یک‌سو قدرت خرید کاهش یافت و از سوی دیگر درآمد کل اضافه شد. سوال این است که با وجود کاهش قدرت خرید نیمی از جامعه و افزایش دوبرابری درآمدها این منابع عظیم مالی در کجا ذخیره شده است؟ جواب ساده است. یک طبقه اقتصادی جدید در ایران خلق شده است. طبقه‌ای که مولود شرایط خاص ماست. در فاصله سال‌های ۸۹ تا ۹۲ شرایط اقتصادی خاصی بر جامعه حاکم بود. درآمدهای نفتی به نحو چشمگیری افزایش یافت. نرخ بهره بانکی بالا رفت، نرخ تورم افزایش یافت و بخشی از مقررات پیشین حذف و مجموعه‌ای از مقررات جدید تدوین شد. در یک مقیاس کوچک و برای نمونه تنها یکی از آمارهای اقتصادی را مثال می‌زنم: از ابتدای تاسیس بانک در ایران تا سال۸۳، میزان مطالبات معوق چهارمیلیارددلار بود. از سال۸۴ تا ۸۸ مطالبات معوق به صدمیلیارددلار رسید؛ یعنی تنها در فاصله چهارسال میزان مطالبات معوق ۲۵برابر شد. این معوقات بانکی به کجا رفته است؟ در فاصله همین سال‌ها یعنی ۸۹ تا ۹۲ منابع بانکی به‌صورت انفجاری به جیب طبقه جدید تزریق شد. وام‌هایی که در این دوران دریافت شد همه حاوی رانت بود. سال۹۲ را می‌توان سال اضمحلال اقتصاد ایران است. درست در سالی که اعلام می‌شد هیچ ارزی برای واردات دارو در کشور وجود ندارد سه‌میلیارددلار خودروی سواری وارد ایران شد. میزان واردات خودروهای سال۹۲ به‌تنهایی قابل مقایسه با مجموع واردات خودروی سواری شخصی در تمام سال‌های گذشته است. مجموع این موارد، نشان می‌دهد که در دوسه‌سال آخر دولت قبل یک طبقه اقتصادی کاملا جدید خلق شد. طبقه‌ای که ما هرگز جز در سال‌های ۵۴ تا ۵۶ مشابه آن را نداشته‌ایم. در فاصله همان سال‌ها هم طبقه جدیدی شکل گرفت که با وقوع انقلاب این طبقه به نوعی محو شدند. آنها یا از کشور خارج شدند یا به حاشیه رفتند و با پدیدآمدن شرایط جدید در اقتصاد ایران، این طبقه مجددا شکل گرفت. اما ذکر یک نکته لازم است و آن اینکه نمی‌توان این طبقه جدید را حذف کرد؛ یعنی نمی‌توان و نباید اجازه محو طبقه جدید را داد اما اجازه ندهیم ثروتی را که به دست آورده‌اند، خرج کنند. ما اجازه غارت اموال را داده‌ایم چرا نباید اجازه دهیم که همین اموال را مجددا در ایران خرج کنند. اساسا باید ساختار اقتصاد به‌سمتی برود که اجازه ندهیم چنین طبقه‌ای ایجاد شود.

ادامه از صفحه ۷

طبقه مرفه جدید در رانت و فساد ریشه دارند

نابرابری اقتصادی در سال‌های اخیر به‌مراتب بیشتر از قبل شده؛ با نمایان‌شدن این طبقه فکر می‌کنید نابرابری به چه سطحی رسیده است.

اصل پدیده نابرابری یک حرف است و کیفیت آن حرفی دیگر است. به نظر من صرف نظر از اصل نابرابری که می‌تواند به همراه سایر عوامل در بروز این پدیده موثر باشد، کیفیت نابرابری بسیار مهم است. ممکن است دوجامعه وجود داشته باشند که هردو دارای ضریب جینی مثلا ۰/۵ باشند، اما کیفیت آنها با هم فرق کند. در یک اقتصاد، دهک‌های بالایی جامعه را کسانی تشکیل می‌دهند که در عرصه فعالیت اقتصادی هستند اما در اقتصاد دیگر با همان ضریب جینی ولی گروه‌های بالایی از طریق رانت‌خواری رشد کرده و سرمایه‌های خویش را نیز در فعالیت‌های مولد خرج نمی‌کنند. به عنوان مثال در مورد مطالبات معوقه که نسبت به حجم تسهیلات بسیار بالاست، برخی از مسوولان رده‌بالای دولت‌دهم و نمایندگان مجلس گفتند برخی از این افراد که وام‌های هنگفتی نیز گرفتند پول‌های خود را به بیرون از کشور بردند و در آنجا به فعالیت اقتصادی مشغولند. ورود مجاری‌هایی برای قاچاق به کشور نیز قابل بررسی است.

دونوع نگاه به این طبقه در سطح جامعه وجود دارد؛ گروهی هستند که تا سطح تنفر پیش رفته‌اند و خواهان برخورد با مظاهری مانند پاساژها هستند و گروهی دیگر با طبیعی‌دانستن چنین پدیده‌ای واکنشی مثبت به این قضیه دارند. شما در این رابطه چه نظری دارید؟

برخی معتقدند اگر این مراکز خرید تعطیل شوند، افراد این طبقه به دلیل توانایی مالی از خارج از کشور و حداقل از دوبی خرید خواهند کرد. برخی نیز معتقدند تفکر تقابل، معلول بقایای تفکر سوسیالیسی یا تفکر سنتی دوران گذشته است. به نظر می‌رسد با توجه به آثار و پیامدهای آن، نگرش هر دوگروه صحیح نیست. راه‌حل مناسب بستن این پاساژها نیست. باید بسترهایی که موجب پیدایش و بروز بیرونی این پدیده شده و همچنین پیامدهای آن را بررسی کرد، قبل از اینکه به صورت نرم اجتماعی درآیند. بروز این پدیده باید درس‌هایی برای مسوولان و متولیان امر داشته باشد. آنان باید رویکردی عالمانه، آگاهانه و دوراندیشانه داشته باشند. راه‌حل، نادیده‌گرفتن آن یا برخورد حذفی با اینگونه پاساژها یا سایت‌ها نیست زیرا این اقدامات به معنای ساده‌سازی مساله و پاک‌کردن صورت‌مساله‌ای است که در آینده خود را به صورت معضلی بزرگ نشان خواهند داد. توجه داشته باشیم هرقدر بکوشیم پدیده‌های اجتماعی را پنهان کنیم، در نهایت ناکام می‌مانیم و این مسایل، روزی به شکل غیرمدیریت‌شده ظهور خواهند کرد و آن زمان، حل آنها بسیار سخت‌تر و پیچیده‌تر خواهد بود.

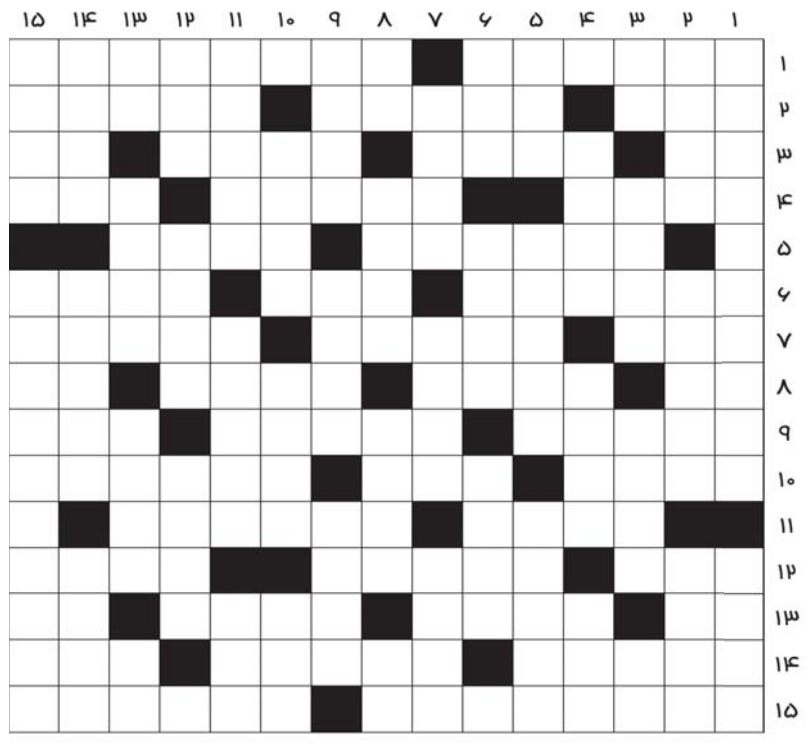
جدول ۲۱۴۶ ■ طراح: بیژن گورانی

افقی:

۱- معادل فارسی ارگانیسم- لقب شهاب‌الدین سهروردی، چهره برجسته فلسفه و عرفان ۲- قاعده- رشوه‌خواری- توموری که درمان آن بسیار سخت باشد ۳- مایه اذیت و آزار دیگران- برفت و دلشدگان را خبر نکرد- برادران مخترع هواپیما- یازده ۴- مملکت- شکفته‌شده- میانه بدن ۵- فیلمنامه- نزدیک ۶- رمانی نوشته فهیمه رحیمی، بانوی فقید ادبیات داستانی- یک‌نفر- نویسنده فرانسوی رمان طاعون ۷- گونه- توصیه- فاقد بسته‌بندی ۸- مزه خرمالو- تیغ موکت‌بری- رمانی نوشته رضا امیرخانی- بهابرگ ۹- بیماری اختلال عمل کبد- اصطلاحی در ورزش کشتی- از اجزای پیراهن ۱۰- مهربان- پدربزرگ- جذاب و زیبا ۱۱- هویج- رمان تاریخی نوشته صادق کرمیار ۱۲- ماهی- پیرو دین موسی(ع) - منتقد ۱۳- نشانه مفعولی- کیسه حمل اشیای کوچک- قسمتی از فشنگ- حرف همراهی ۱۴- ریزترین رگ خونی- نوعی ذغال‌سنگ- تنگدستی ۱۵- طرح دعوی در دادگاه برای احقاق حق- نقاشی روی شیشه.

عمودی:

۱- قهرمان افسانه‌ای ایران که تیر او مرز ایران و توران را مشخص کرد- همیشگی ۲- ارزیابی ذهنی- زنان بر سر کنند- پناهگاه ۳- سرای محبت- پهناور- قسمتی از پا- دست عرب ۴- پرنده‌ای وحشی و حلال گوشت- همه را به کیش خود پندارد!- حول محور خود می‌گردد ۵- ثروت و دارایی- اشرف مخلوقات است- سگ وحشی استرالیایی ۶- فرارکردن- مهربانی- بوی خوش ۷- برای تحریک اشتها با غذا خورده می‌شود- در و پنجره بناهای قدیمی- دفعه، بار ۸- ریه- شوره‌زار- هر بخش از مسابقه بوکس- حرف دهن‌کجی ۹- فلانی- حبه خشک‌شده انگور- آسوده خاطر ۱۰- از راست به چپ- پشیمان- کامیون ارتشی ۱۱- مامور تقسیم آب در مزارع- درونی- از انجیل‌های معتبر ۱۲- تندی و تیزی- صادق و بی ریا- غذایی از آردبرنج و شیر و شکر ۱۳- چهره- گوشت به‌سیخ‌کشیده‌شده- زین و برگ اسب- اجاق کیک‌پزی ۱۴- روزها- باقی مانده- باقی گذاشتن ۱۵- بازی حرام- از رشته‌های ورزشی سنگین.



حل سودوکو سخت

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

حل سودوکو ۱۱۴۲

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

جدول ۲۱۴۵

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
د	ر	ا	گ	ن	ا	و	ا	■	س	ا	پ	س	ا	ن	۱
ه	ی	ذ	ر	■	س	و	ن	ا	م	■	ا	ر	پ	م	۲
■	ی	گ	ر	ی	ت	■	ا	ل	ا	پ	■	ت	ر	ا	۳
م	س	■	ن	ا	و	ی	ر	م	■	ر	ا	ی	ش	ه	۴
ن	■	ه	د	ل	ا	و	■	ن	ا	ه	ن	پ	■	ن	۵
ت	ن	ا	ه	ا	■	ن	ا	ت	س	م	ز	■	ت	گ	۶
ق	ا	چ	■	ن	ا	چ	س	■	ا	ن	و	ر	ک	■	۷
ل	ی	ب	س	■	ه	ه	ا	ی	س	■	ا	ش	ح	ا	۸
■	ی	ک	خ	■	س	ی	ه	■	س	ی	ن	ک	و	ن	۹
و	ن	■	ن	و	ت	س	ی	ب	■	ا	د	ی	ر	ب	۱۰
ا	■	ر	گ	ن	ه	ا	■	و	ج	م	ا	ن	■	ل	۱۱
س	ک	ا	و	ا	■	ل	س	ع	ه	ا	م	■	ت	ی	۱۲
و	م	ن	■	م	ا	ی	ن	■	ی	ن	د	ر	م	■	۱۳
ن	ی	د	ت	■	ر	ا	ت	ک	د	■	ا	م	ا	ل	۱۴
ک	ل	ه	ت	س	م	■	و	ت	ن	ا	ر	ب	س	ا	۱۵

سودوکو سخت ۱۱۴۳

قانون‌های حل جدول سودوکو:

۱- در هر سطر و ستون باید اعداد یک تا ۹ نوشته شود. بدیهی است که هیچ عددی نباید تکرار شود.

۲- در هر مربع ۳×۳ اعداد یک تا ۹ باید نوشته شود و در نتیجه هیچ عددی نباید تکرار شود.

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

سودوکو ۱۱۴۳

سودوکو

سودوکو Sudoku یک واژه ترکیبی ژاپنی به معنای عددهای بی‌تکرار است و امروزه به جدولی از اعداد گفته می‌شود که به عنوان یک سرگرمی رایج در نشریات کشورهای مختلف به چاپ می‌رسد.

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