

پای دبیرستانی‌ها به آشفته‌بازار باز شد

خرید تحقیق کلاسی از مغازه تایپ و تکثیر

آرزو محسنی

«ابتدا تحقیق خود را تحویل بگیرید و سپس هزینه و دستمزد آن را بپردازید. انجام تحقیقات اینترنتی دانش‌آموزی در مقاطع (دبستان، راهنمایی و دبیرستان) به صورت حرفه‌ای (با رعایت فونت، کادر و شماره صفحه، صفحه اول، فهرست و...) با بیش از پنج‌سال تجربه و انجام بیش از هزار تحقیق در عناوین و موضوعات مختلف و... اینها تبلیغ یک وب‌سایت است که به دانش‌آموزان در انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی کمک می‌کند و

نتایج تحقیقات را با قیمت دانش‌آموزی و مناسب در اختیارشان قرار می‌دهد. ادامه این جست‌وجوی کوتاه در اینترنت، مخاطب را به تعداد زیادی سایت می‌رساند که با دریافت مبلغ کمی، نتیجه تحقیقات آماده‌شده را به آدرس ایمیل دانش‌آموزان می‌فرستد یا کلمه عبوری ارائه می‌کند که خود دانش‌آموزان می‌توانند این تحقیقات را از سایت دانلود کنند.

انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی، یکی از رسمومی است که در چندسال اخیر در مدارس ایران و به‌ویژه در دبیرستان‌ها باب شده است. بسیار پیش‌آمده که برخی از دبیران که بیشتر آنها در مدارس غیرانتفاعی تدریس می‌کنند، موضوعاتی را به دانش‌آموزان پیشنهاد می‌دهند تا درباره آن تحقیق کنند. اما در عمل، اینگونه تحقیق‌ها بدون پایه و اساس و بدون رعایت مقدمات پدید آمده‌اند و فقط در حد صورت ظاهر باقی مانده‌اند و از آن فراتر نرفته‌اند.

مدیر یکی از دبیرستان‌های منطقه‌شش تهران که حامی و مدافع انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی است، در این‌باره می‌گوید: «البته ناگفته پیداست کتاب‌های درسی رشته‌های مختلف، حداقل‌ها را برای دانش‌آموزان بیان می‌کنند و خوب است که معلم در کلاس درس، از این حداقل‌ها فراتر برود.» او برگزاری آزمون‌های هماهنگ تستی و انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی



گروهی از دانش‌آموزان در حال کار گروهی در کلاس درس.

را فعالیت‌هایی در این راستا می‌داند و معتقد است: «انجام تحقیقات دانش‌آموزی فرصتی است که دانش‌آموزان می‌توانند با جای پای دانشمندان بزرگ قرار دهند و خودشان روند انجام یک پژوهش واقعی را تجربه کنند تا در آینده دانشمند بزرگی شوند.»

از طرف دیگر، یکی از دبیران فیزیک منطقه‌۹ تهران، نظر کاملا متفاوتی دارد. او معتقد است: «نظام آموزشی ما بسیار ناکارآمد است، کتاب‌های درسی ما انباشته از مطالب حفظ‌کردنی بسیار است ولی نمی‌تواند دانش‌آموز را نه برای زندگی و نه برای ورود به دانشگاه آماده کند؛ به‌همین دلیل، مسوولان به ترفندهایی همانند تحقیق دانش‌آموزی روی می‌آورند، او می‌گوید: «انجام تحقیق دانش‌آموزی هم یک حرکت نمایشی است و بازده و ثمری ندارد. در حالی که دانش‌آموز با مقدمات انجام یک تحقیق آشنا نیست، چگونه می‌تواند تحقیق کند؟ با این همه، اعتراف می‌کنند برای دانش‌آموزانی که تحقیق ارائه می‌دهند، نمره کلاسی منظور می‌کند و چندنمره هم به نمره پایان ترمشان اضافه می‌کند. او در توجیه کار خود می‌گوید: «اینها خواسته مدیر و در کل نظام آموزشی است و نمی‌توان خلاف جریان آب شنا کرد.»

همکارش هم که دبیر شیمی دبیرستان است، وسط حرف‌های همکارش می‌پرد و می‌گوید: «همه دبیران می‌دانند که این تحقیق‌ها واقعا کار دانش‌آموزان نیست. خیلی از فروشگاه‌های لوازم‌التحریر یا دفترهای خدمات فنی و اینترنت و حتی مغازه‌های تایپ و تکثیر، بسیاری از این تحقیق‌های آماده دانش‌آموزی را دارند و با قیمت بسیار کم، در حد پنج‌هزار و ۱۰ هزار تومان، می‌توان این تحقیق‌ها را خرید.» او می‌گوید: «برای

گزارش یک

گزارش

۱۰ هزار تومان

خیلی از فروشگاه‌های لوازم‌التحریر یا دفترهای خدمات فنی و اینترنت و حتی مغازه‌های تایپ و تکثیر، بسیاری از این تحقیق‌های آماده دانش‌آموزی را دارند و با قیمت بسیار کم، در حد پنج‌هزار و ۱۰ هزار تومان، می‌توان این تحقیق‌ها را خرید.

دبیر

«محمدرضات، مدرک کارشناسی ارشد ادبیات دارد اما در آزمون ورودی استخدام معلمان قبول نشده و هم‌اکنون دفتر تایپ و تکثیر دارد. خودش می‌گوید عشق اول و آخرش معلمی بوده، اما «مثل اینکه قسمت نبوده» وارد این کار شود. به تلخی می‌خندد و می‌گوید: «همان بهتر که معلم نشدم، الا به‌اندازه ۱۰ تا دبیر در آمد دارم.»

ادامه جست‌وجوی کوتاهی در اینترنت، مخاطب را به تعداد زیادی سایت می‌رساند که با دریافت مبلغ کمی، نتیجه تحقیقات آماده‌شده را به آدرس ایمیل دانش‌آموزان می‌فرستد یا کلمه عبوری ارائه می‌کند که خود دانش‌آموزان می‌توانند این تحقیقات را از سایت دانلود کنند.

انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی، یکی از رسمومی است که در چندسال اخیر در مدارس ایران و به‌ویژه در دبیرستان‌ها باب شده است. بسیار پیش‌آمده که برخی از دبیران که بیشتر آنها مجاز برای انجام تحقیق بدنام و دیگر اینکه موضوع تحقیق، آزاد نیست تا دانش‌آموز هر چیزی را به اسم تحقیق تحویل دهد بلکه موضوع تحقیق را خودم پیشنهاد می‌کنم. با دانش‌آموزان هم قرار می‌گذارم تحقیق‌هایی پذیرفته می‌شود که نویسنده‌اش بتواند خلاصه‌ای از تحقیق خود را در کلاس درس بیان کند

و بتواند به پرسش‌هایی که از متن تحقیق طرح شده، جواب دهد.» به نظر او، تحقیق‌ها نباید یک‌مهر حل‌ای باشد بلکه ابتدا موضوعی برای تحقیق پیشنهاد شود و دانش‌آموز داوطلب، تحقیقی در این‌باره ارائه کند؛ سپس با پیشنهاد نکته‌ای تازه، از او خواسته‌شود که تحقیقش را کامل‌تر کند. شهین می‌افزاید:

«با این روش، تعداد دانش‌آموزان داوطلب انجام تحقیق بسیار کم می‌شود اما از آن طرف، آنهایی که تحقیق می‌کنند، تحقیق‌شان راست و درست است.» «محمدرضات، مدرک کارشناسی ارشد ادبیات دارد اما در آزمون ورودی استخدام معلمان قبول نشده و هم‌اکنون دفتر تایپ و تکثیر دارد. خودش می‌گوید عشق اول و آخرش معلمی بوده، اما «مثل اینکه قسمت نبوده» وارد این کار شود. به تلخی می‌خندد و می‌گوید: «همان بهتر که معلم نشدم، الا به‌اندازه ۱۰ تا دبیر در آمد دارم.» ابتدا درباره فروش تحقیق آماده به دانش‌آموزان، شیوه تهیه آنها، قیمتشان و همچنین درس‌هایی که بیشترین مشتری‌ها را دارند، توضیح می‌دهد و به‌ویژه از دبیران دبیرستان‌های دخترانه متشکر است که بیشترین مشتری‌ها را برایش فراهم می‌کنند. او در ادامه می‌گوید: «اگر کسی سفارش بیاورد، انجام می‌دهم که البته حق‌الزحمه‌اش بیشتر است.» در فهرست مشتریان او، حتی معلمان هم هستند: «بسیاری از دبیران برای آنکه رتبه و گروه پایه‌شان بالا برود و حقوقشان زیاد شود، می‌آیند همین‌جا و سفارش تحقیق می‌دهند. زحمت تحقیق‌های معلمان بیشتر و حق‌الزحمه‌شان هم بیشتر است. ولی در مجموع نمی‌صرفد.»

چشمش برق می‌زند و اضافه می‌کند: «این صنایع سه‌ماهه‌ای فایده ندارد. باید بروم دنبال یک کار درست و حسابی. می‌گویند این روزها پایان‌نامه دانشجویی خیلی برطرف‌دار است.»

گزارش

۱۰ هزار تومان

خیلی از فروشگاه‌های لوازم‌التحریر یا دفترهای خدمات فنی و اینترنت و حتی مغازه‌های تایپ و تکثیر، بسیاری از این تحقیق‌های آماده دانش‌آموزی را دارند و با قیمت بسیار کم، در حد پنج‌هزار و ۱۰ هزار تومان، می‌توان این تحقیق‌ها را خرید.

دبیر

«محمدرضات، مدرک کارشناسی ارشد ادبیات دارد اما در آزمون ورودی استخدام معلمان قبول نشده و هم‌اکنون دفتر تایپ و تکثیر دارد. خودش می‌گوید عشق اول و آخرش معلمی بوده، اما «مثل اینکه قسمت نبوده» وارد این کار شود. به تلخی می‌خندد و می‌گوید: «همان بهتر که معلم نشدم، الا به‌اندازه ۱۰ تا دبیر در آمد دارم.»

ادامه جست‌وجوی کوتاهی در اینترنت، مخاطب را به تعداد زیادی سایت می‌رساند که با دریافت مبلغ کمی، نتیجه تحقیقات آماده‌شده را به آدرس ایمیل دانش‌آموزان می‌فرستد یا کلمه عبوری ارائه می‌کند که خود دانش‌آموزان می‌توانند این تحقیقات را از سایت دانلود کنند.

انجام تحقیق‌های دانش‌آموزی، یکی از رسمومی است که در چندسال اخیر در مدارس ایران و به‌ویژه در دبیرستان‌ها باب شده است. بسیار پیش‌آمده که برخی از دبیران که بیشتر آنها مجاز برای انجام تحقیق بدنام و دیگر اینکه موضوع تحقیق، آزاد نیست تا دانش‌آموز هر چیزی را به اسم تحقیق تحویل دهد بلکه موضوع تحقیق را خودم پیشنهاد می‌کنم. با دانش‌آموزان هم قرار می‌گذارم تحقیق‌هایی پذیرفته می‌شود که نویسنده‌اش بتواند خلاصه‌ای از تحقیق خود را در کلاس درس بیان کند

و بتواند به پرسش‌هایی که از متن تحقیق طرح شده، جواب دهد.» به نظر او، تحقیق‌ها نباید یک‌مهر حل‌ای باشد بلکه ابتدا موضوعی برای تحقیق پیشنهاد شود و دانش‌آموز داوطلب، تحقیقی در این‌باره ارائه کند؛ سپس با پیشنهاد نکته‌ای تازه، از او خواسته‌شود که تحقیقش را کامل‌تر کند. شهین می‌افزاید:

«با این روش، تعداد دانش‌آموزان داوطلب انجام تحقیق بسیار کم می‌شود اما از آن طرف، آنهایی که تحقیق می‌کنند، تحقیق‌شان راست و درست است.» «محمدرضات، مدرک کارشناسی ارشد ادبیات دارد اما در آزمون ورودی استخدام معلمان قبول نشده و هم‌اکنون دفتر تایپ و تکثیر دارد. خودش می‌گوید عشق اول و آخرش معلمی بوده، اما «مثل اینکه قسمت نبوده» وارد این کار شود. به تلخی می‌خندد و می‌گوید: «همان بهتر که معلم نشدم، الا به‌اندازه ۱۰ تا دبیر در آمد دارم.» ابتدا درباره فروش تحقیق آماده به دانش‌آموزان، شیوه تهیه آنها، قیمتشان و همچنین درس‌هایی که بیشترین مشتری‌ها را دارند، توضیح می‌دهد و به‌ویژه از دبیران دبیرستان‌های دخترانه متشکر است که بیشترین مشتری‌ها را برایش فراهم می‌کنند. او در ادامه می‌گوید: «اگر کسی سفارش بیاورد، انجام می‌دهم که البته حق‌الزحمه‌اش بیشتر است.» در فهرست مشتریان او، حتی معلمان هم هستند: «بسیاری از دبیران برای آنکه رتبه و گروه پایه‌شان بالا برود و حقوقشان زیاد شود، می‌آیند همین‌جا و سفارش تحقیق می‌دهند. زحمت تحقیق‌های معلمان بیشتر و حق‌الزحمه‌شان هم بیشتر است. ولی در مجموع نمی‌صرفد.»

چشمش برق می‌زند و اضافه می‌کند: «این صنایع سه‌ماهه‌ای فایده ندارد. باید بروم دنبال یک کار درست و حسابی. می‌گویند این روزها پایان‌نامه دانشجویی خیلی برطرف‌دار است.»

گزارش دو

وب‌سایت‌ها بابت هر فروش چنددرصد می‌گیرند؟

وسوسه خرید باتخفیف در فضای مجازی

نازیلا مهدیانی

اما اغلب تخفیف‌ها بین ۳۰ الی ۵۰درصد هستند و تخفیف‌های بالای ۵۰درصدبیشتر شامل حال گروه‌های کالایی، خدماتی، فرهنگی، هنری، پزشکی، سلامت و زیبایی می‌شود که بابت فروش هر پیشنهاد، پورسنت ۱۰درصدی از آن وب‌سایت اخذ خواهد شد.»

مدیر وب‌سایت رقیب این شرکت نیز حتی از تجربه فروش تخفیف‌های صددرصدی و ارائه رایگان کالا و خدمات می‌گوید: «هردوره، به فراخور مناسبت‌هایی به برخی از مشتریان دایمی خود کالا یا خدماتی را ارائه می‌دهیم که سالاروز تأسیس وب‌سایت، یکی از آن مناسبت‌هاست.»

او ادامه می‌دهد: «معمولا هرروز، حدود دو الی سه‌هزار کوین خرید تخفیف برای مخاطبان و مشتریان خود ارائه می‌کنیم که بابت فروش هر یک از این کوین‌ها،درصدی به شرکت تعلق می‌گیرد. اغلب تخفیف‌های ارائه‌شده در وب‌سایت از ۳۰درصد شروع می‌شود و تا ۷۰ و ۸۰درصد هم ادامه دارد اما تخفیف‌های ۹۵درصدی هم کم نبوده‌است.»

تمام تلاش شرکت‌های بزرگ فروش با تخفیف، حفظ رضایت مشتری است چرا که با یکبار نارضایتی، احتمال خرید دوم بسیار کاهش پیدا می‌کند. موافق زیادی پیش آمده که مشتری جنسی را از یک وب‌سایت خریده اما جنس یا خدمات، همانی نبوده که در وب‌سایت تبلیغ شده است. مدیر یکی از وب‌سایت‌های فروش با تخفیف، در این‌باره می‌گوید: «اتقدر جزئیات کالا و خدمات ریز است که احتمال ارجاع یا پس‌دادن

را به حداقل برساند، مثلا برای گروه پوشاک که ارجاعی‌ها بیشتر است، تمام سایزها ذکر می‌شود. سایز دور کمر، دور ساق و ران یا، قد یا برای یک سلوار نوشته می‌شود تا برای مشتری جای هیچ‌شک و تردیدی نگذارد اما در مورد سیستم بانکی معتمد چیزی که آمار فروش را پایین می‌آورد، همین عدم انتقال وجه است. مشتری وجه را واریز می‌کند اما به هر دلیلی، وجه پرداختی به حساب شرکت واریز نمی‌شود و این پیام بانکی که «به دلیل نقص فنی پول واریز نشده تا ۷۲ساعت بعد به حساب برمی‌گردد»، تمام رشته‌های بازاریابی ما را پنبه می‌کند.»

تکنه‌ای که در این بازار مطرح می‌شود، این است که شرکت‌ها تا چه حد از سلايق مخاطبان خود آگاهی دارند و طیف‌های مشتریان و اعضا را چگونه طبقه‌بندی کرده‌اند. مدیر مارکتینگ یکی از وب‌سایت‌های فروش با تخفیف و نیز مدیر شرکت رقیب آن، مدعی هستند: «تمام ایمیل‌های اعضا، به اختیار خود افراد در سیستم ثبت شده و این مخاطبان را از طریق حضور در نمایشگاه یا خرید از فروشگاه و... یافته‌اند و هیچ‌یک از این ایمیل‌ها را از منبع نخریده‌اند.»

مدیران این شرکت‌ها در حالی از پشتیبانی قوی خود حرف می‌زنند که تمام خط‌ها و شماره‌های تماس خود را به یک صدای ضبط‌شده سپرده‌اند اما آگه‌نیز و تقاضا جزو گزینه‌هایی که صدای ضبط‌شده آن می‌خواند نیست. نبود یک پشتیبانی قوی، مشکلی است که با بازاریابی و با داشتن چندین میلیون ایمیل واقعی قابل حل نیست؛ چرا که تجربه نشان داده است وجود یک‌م‌کز تلغن قوی که ساعات بیشتری از ساعات اداری را پوشش دهد، اعتماد و اطمینانی را به مشتری می‌دهد که هیچ تبلیغ و بازاریابی‌ای نمی‌تواند چنین تأثیری را بگذارد.

بیا همه این حرف‌ها، وب‌سایت‌های فروش کالا و خدمات با تخفیف، موردتوجه مخاطبان زیادی هستند. آرزو، ۳۷ساله و مهندس یک شرکت خصوصی، می‌گوید: «ما در شرکت به اینترنت وصل نیستیم ولی ایمیل‌های یک سایت فروش با تخفیف هرروز به ایمیل کاری‌ام می‌آیند. تا به حال، زیاد از این وب‌سایت خرید کرده‌ام؛ از بلیت تئاتر و کرم ضدآفتاب گرفته تا عروسک و استخر، از این سایت خریدم‌ام و خیلی خوب کار کرده است. تخفیف‌های مناسبی دارند و آدم نمی‌تواند در قبالتان وسوسه نشود. مثل فروشگاه‌های زنجیره‌ای که کالایی را نیاز نداری اما وقتی توی قفسه می‌بینی، ترغیب می‌شوی که بخری. مخصوصا اگر خیلی ارزان باشد.» اما مصطفی که فقط هرچند روز یکبار به وب‌سایت فروش با تخفیفی که در آن ثبت‌نام کرده سر می‌زند، می‌گوید: «خیلی از چیزهایی که این شرکت‌ها گذاشته‌اند، به درد نمی‌خورد، مثلا کلی از تخفیف‌ها درباره آرایشگاه و مانیکور و پدی‌کور است که اصولا آدم‌ها بدون سابقه قبلی، به یک آرایشگاه نمی‌روند. ماجرای رستوران هم همین است. من گاهی برای یکاستخر آشنا یا یک فیلم سینمایی، از این وب‌سایت خریده کرده‌ام.»

چندوقتی است که سایت‌های اینترنتی‌ای فضای مجازی را اشغال کرده‌اند که کسبو کارشان فروش تخفیف است؛ تخفیف‌هایی برای انواع خوردنی‌ها، پوشیدنی‌ها، سرگرمی‌ها، خواندنی‌ها، دندنی‌ها و اموری که مردم با آنها سروکار دارند. اعتبار چیزی است که این سایت‌ها به پشتوانه آن در رقابت هستند تا مخاطب را مشتری خود کنند.

کاربران اینترنتی چندی است که با معضل «شما برنده شده‌اید» مواجه شده‌اند. چندین وب‌سایت بلافاصله پس از هر جست‌وجویی در مرورگرهای اینترنتی، بالا می‌آیند که همه هم پیام مشابه خوش‌شانسی و تبریک بابت برنده‌شدن تخفیف‌های عمده را می‌دهند. اغلب این پنجره‌ها قبل از بازشدن بسته می‌شوند و مخاطبی ندارند چراکه به‌درصد تخفیف‌ها و سلامت اجناس فروشی این سایت‌ها اعتباری نیست اما در بین سایت‌های هرز که در دنیای مجازی به دور هر کاربری می‌پیچند، سایت‌هایی رونق گرفته‌اند که به‌نظر می‌رسد به‌تدریج اعتماد مشتریان را کسب کرده‌اند؛ وب‌سایت‌هایی که حتی تخفیف‌های صددرصدی هم با مناسبت‌های مختلف به مشتریان ثابت و قدیمی خود می‌دهند.

یکی از معروف‌ترین این سایت‌های اینترنتی، از سال ۸۹ کسبو کار فروش تخفیفات فروش کالا و خدمات را راه انداخته است. مدیر مارکتینگ این شرکت، درباره شرایط بازار و کسبو‌کارش می‌گوید: «کار تقریبا از چهارسال گذشته با پنج‌الی‌ش‌ش‌نفر شروع شد اما امروز سایت کار خود را با ۹۰نفر ادامه می‌دهد و دامنه فعالیت و فضای کار خود را در این بازه زمانی توسعه داده است.»

مسئول یکی از شرکت‌هایی که به‌صورت آنلاین به فروش تخفیف‌دار می‌پردازند؛ می‌گوید وب‌سایت‌شان از سال ۹۰ شروع به کار کرد و در حال حاضر علاوه بر تمرکز در بازار تهران، ۳۶شعبه در سایر استان‌ها و شهرستان‌ها در فضای مجازی دایر شده و کافی است مشتری نام محل زندگی خود را در سایت وارد کند تا از تخفیف‌های موجود در شهر خود یا هرشهر دیگر استفاده کند.»

چیزی که آمار فروش تخفیف‌های این سایت‌ها را بالا می‌برد، اعتماد مردم به خرید در فضای مجازی است. افزایش سایت‌های فروش بی‌اعتبار که لینک هرسایت و ویلاگی هستند، اعتماد به خرید اینترنتی را کاهش داده‌است. اما از آنجایی که این روزها اقتصاد بر پاشنه اینترنت می‌چرخد و تجارت الکترونیکی بدون مرز در حال گسترش است، خرید و فروش اینترنتی به نیازی تبدیل شده است که جایگزینی ندارد و مشتریان به دنبال برندی قابل‌اطمینان هستند. بسیاری از مواقع پیش آمده است که مشتریان، یک کالا و خدمات را به‌صورت اینترنتی خریده و پول را هم پرداخت کرده‌اند، اما هنگام دریافت کالا و خدمات که رسید، شرکت اصلا پاسخگو نبوده است.

سود و رونق وب‌سایت‌های فروش تخفیف به تعداد اعضا و مشتریان و اعتماد آنها و نیز به تعداد شرکت‌هایی بستگی دارد که محصولاتشان را از طریق وب‌سایت‌ها به فروش می‌گذارند. مدیر یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فروش با تخفیف، با بیان اینکه «اعضای شرکتشان تقریبا به دومیلیون نفر می‌رسد»، می‌گوید: «هرروز به دومیلیون آدرس الکترونیکی ایمیل‌های پیشنهاد خرید و ارائه‌درصدهای تخفیف ارسال می‌کنیم و تقریبا در هرروز ۲۰ پیشنهاد خرید به این تعداد ایمیل فرستاده می‌شود. در طرف دیگر، تخفیف‌های فروش کالا با خدمات ۶۰۰۰شرکت، در هرماه به اعضا معرفی و پیشنهاد داده می‌شود که معمولا ۴۵۰شرکت آن تکراری است.» او درباره گستردگی اعضای سایت شرکت‌شان می‌گوید: «یکمیلیون نفر با آدرس ایمیل واقعی تخفیف‌های سایت، به دستشان می‌رسد و در هر روز ۱۸ پیشنهاد خرید را به آدرس ایمیل مشتریان خود ارسال می‌کنیم. البته در بین مشتریان خود، مشتریان ایرانی مقیم کشورهای خارجی هم هستند که برای مناسبت‌های مختلف از ما خرید می‌کنند و به دست دوستان و آشنایان خود در ایران می‌رسانند.»

رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها، استخرها، انواع خدمات درمانی، بهداشتی و زیبایی، آرایشگاه‌ها، تورهای سفر به مقاصد دور و نزدیک، باشگاه‌ها، سینما، انواع کالا از پوشاک تا لوازم خانه و آشپزخانه، برنامه‌های تفریحی و نظایر آن، از کالا و خدماتی هستند که تخفیف‌هایشان در هر رنج‌رصدی در این سایت‌ها به فروش می‌رسد.

مدیر یکی از وب‌سایت‌های فروش کالا و خدمات با تخفیف، می‌گوید بیشترین درصد تخفیفی که سایتشان برای مشتریان خود ارسال کرده ۹۵درصد بوده و ادامه می‌دهد: «تخفیف‌های ۹۵درصد هم داشته‌ایم

سودوکو سخت ۱۰۵۹

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.

سودوکو ۱۰۵۹

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

حل سودوکو سخت

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

حل سودوکو ۱۰۵۸

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

جدول ۲۰۶۱

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	۶	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۲	۵	۹	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲
۳	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۴	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۵	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۶	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۷	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۸	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۹	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۰	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۱	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۲	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۳	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۴	۳	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱۵	۴	۱۰	۳	۱۱	۵	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱

جدول ۲۰۶۲ ■ طراح: ییزن گورانی

افقی:

۱ - بخشی از عملیات پلیسی برای شناسایی متهم فراری - انتقام گیرنده ۲ - پایتخت عربستان سعودی - قهوه‌فوری - دوستی ۳ - رایجه - زمین بی صاحب - کالا - از خواهران برنوته ۴ - تله - شرط بندی - نوعی مجازات محکومین ۵ - نلسنزا - تکلیف مدرسه - از بین رفته ۶ - آماده کردن - ساقای زیرزمینی و خوراکی - سردار ۷ - از آثار مشهور هومر- اسکله ماهیگیری چایهار - نوعی بخت برنج ۸ - خرس پرطرفدار کارتونی - خونریز - از اصول دین اسلام - حرف جف عربی ۹ - آلاس - تاکون - حوض تزئینی ۱۰ - واحد اندازه گیری حجم - کیوتر صحرایی - زیبایی و شکوه ۱۱ - طرز و شیوه - گوارا، نوشین - آذری زبان ۱۲ - جوهر قهوه که محرک عصبی است - چند وزیر - سلسله کریم‌خان ۱۳ - آخرین یک‌رقمی - پایتخت لهستان - تکنولوژی به کارگیری خواص جدیدی از مواد در ابعاد کمتر از میکرومتر - وینامین انعقاد خون ۱۴ - گردش کودکانه - قصه - ماه پاییزی ۱۵ - اولین مقتول تاریخ - اندیشمند معاصر و نویسنده کتاب «فاطمه فاطمه است،

عمودی:

۱- ماهر - سخن صریح و بی‌برده ۲- فیلمی ساخته زنده‌یاد رسول مازلی‌پور - قضاوت- هدی‌مدان ۳- نشانه مفعولی - معنی و مفهوم - ولخرج - پروردگار ۴- گوارش - آتش‌سوزی - نوعی اسباب‌بازی ۵ - بازار گلی که بدهی‌هایش بیشتر از داراییش شده - شجاع ۶ - معصیت - از باران امام‌حسین(ع) - کاشن بوته برنج ۷ - طرفی با پارچه آغشته به جوهر برای مهر زدن - پایتخت