

وارد فروشگاه‌ها که می‌شوی به قول قدیمی‌ها از شیر مرغ تا جان آدمیزاد در قفسه‌بندی‌های مرتب و ردیف شده کنار هم یافت می‌شود. آنچنان مسحورت می‌کنند که برای دل نکلن نمی‌بایی.

خانواده‌ها معمولا دو شیوه خرید کردن را برمی‌گزینند: بعضی‌ها ترجیح می‌دهند که در طول ماه بسته به نیاز اعضای خانواده‌شان به صورت تدریجی خرید خود را از سوپرمارکت محل و بقیه فروشگاه‌های کوچک محلی انجام دهند. بعضی از خانواده‌ها نیز در طول ماه، یکسک یا دو بار به فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌دهند.اگر شما از و خرید خود را یک‌جا انجام می‌دهند.اگر شما از آن دسته افرادی هستید که در برابر گزینه خرید بیشتر و فانتزی‌تر تاب نمی‌آورید، مسلما خرید از فروشگاه‌های بزرگ مساسوی باخالی شدن کارت اعتباری‌تان در چند دقیقه است.

برای مثال تنها برای خرید اقلام اصلی روانه فروشگاه می‌شوید.اما در چند دقیقه می‌بینید که دست کم چهارصد یا پانصد هزار تومان خرید کرد.دید خریدتان را که در خانه بررسی می‌کنید، زیرلب مستاصل زمزمه می‌کنید: «چه چیزهای الکی و بیهودای خریدم!»

این تاثیر تبلیغات و رنگ‌هاست که پولتان را در چند دقیقه می‌بلعد. بنابراین خرید روزانه از فروشگاه‌های خرد می‌تواند مقرون به صرفه باشد. با این حال زندگی پرمشغله امروزی این‌ا اجازه را نمی‌دهد که هرآن روانه سوپری محله‌تان شوید. به هر جهت زمانی خرید از فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای به حال اقتصاد خانوار شمر ثمر خواهد بود که هر ولع خرید بیهوده فائق آید و اسیر تبلیغات و موج مصرف‌گرایی نگردد.

ملزومات گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای

مهدی زاهدی یک مشتری پر و پا قرص خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در گشت‌وگو با گزارشگر

کیهان می‌گوید: «من با گسترش معقولانه فروشگاه‌های زنجیره‌ای موفق‌ام. مثل امل قارچ همه جا دکان و بفالی سبز شده، هیچ‌کدامشان هم یک جنس را در قیمت ثابت تحویل نمی‌دهند. چیزی هرهار را زشت کرده و مردم را به جای تولید به واسطه گری و دلالی سوق داده است. تازه برای یک محصول خاص باید صد تا مغازه را گر کنی. این یعنی اتلاف وقت، سرمایه و گران شدن دکان و زشت شدن ویترین شهرها.»

وی در ادامه می‌گوید: «فروشگاه زنجیره‌ای، با ورودش به ایران کاری کرد که خیلی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای ما به فکر الگو برداشتن بیفتند و یک کتانی به خودشان بدهند. مثلا چند روز پیش به صورت اتفاقی به فروشگاه مرکزی... رفتم. دکوراسیون و چیدمان و فضا خیلی تغییرات خوبی کرده بود. ضمنا پارکینگ رایگان هم گذاشته‌اند. به این می‌گویند فضای رقابتی.»

صادق مهرپایان، شهروند دیگری است که نسبت

به گسترش روزافزون فروشگاه‌های زنجیره‌ای گلایه‌هایی دارد. وی توضیح می‌دهد: «فروشگاه‌های زنجیره‌ای مساجاس‌خود را گران‌تر از سوپرمارکت‌ها عرضه می‌کنند؛ آنوقت چگونه انتظار دارند از آنها خرید کنیم؟

مناظره‌ای را می‌شناسم. اما آنکه اینچنین بزرگ نیست، ولی شعار خوبی دارد، (سود کمتر مشتری بیشتر) و با این شعار توانسته مشتریان زیادی را جذب خود کند.»

حبیب‌زاده یک مشتری فروشگاه‌های زنجیره‌ای: سال‌های اولیه تاسیساتان در ایران خیلی مشتری را تکریب می‌کردند، اما الان از رفتار خوب کادر فروشگاه‌ها و صبورانه آنها در مورد هر کالا خبری نیست.



این شهروند در تکمیل صحبت‌هایش می‌گوید: «بزرگی فروشگاه‌ها همواره دلیل بر موفقیت نیست، چه بسا از چابکی هم بکاهد. بسیاریند فروشگاه‌هایی که بیش ازصمت هزار شنبه در آمریکا و جهان دارند، اما در اصل کوچک مدیریت می‌شوند و با تمرکز بر مشتریان خود بسیاری از هاپیرها را مسحور خود کردند. البته این بحث بسیار گسترده و کارشناسی است؛ پس در ارائه نظر در مورد هاپیرها در مقایسه با فروشگاه زنجیره‌ای ایرانی باید همه جوانب را در نظر گرفت.»

لیست خرید مایحتاج ماهیانه تهیه کنید

مونا حبیب‌زاده شهروند دیگری است که با تاکید بر مقوله حائز اهمیت مشتری‌مداری در رونق فروش می‌گوید: «مشتری‌مداری حرف اول را می‌زند.فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سال‌های اولیه تاسیساتان در ایران خیلی مشتری را تکریب می‌کردند، اما الان از رفتار خوب کادر فروشگاه‌ها با مشتری و توضیحات سنجیده و صبورانه آنها در مورد هر کالا خبری نیست. فقط می‌خواهند از طریق تبلیغ برای تخفیف مشتری را نگه دارند. مشتری هم غافل از اینکه اینقدر سود بالا در فروش انبوه فروشگاه‌های بزرگ وجود دارد که دیگر این قبیل تخفیفات لمبه‌ای بیش به نظر نمی‌رسد.»میترا پوشهری یک خانه‌دار درباره چگونگی خرید مقرون به صرفه از فروشگاه‌های زنجیره‌ای توضیح می‌دهد: «در طول ماه هر زمان که با علامت کمبود

گزارش روز

مزایا و معایب گسترش فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سطح شهر – بخش نخست

خریدهای زنجیره‌ای در لابه‌لای قفسه‌های رنگی کالا

گالیا توانگر



به هنگام فروش کالاهایشان ارزش افزوده نمی‌گیرند. حالا اساسا چه شیوه‌هایی را برای دور زدن در پیش می‌گیرند، من نمی‌دانم. تنها یکی از شیوه‌های مرسوم دور زدن قانون این است که فروشگاه‌های بزرگ با فاکتور رسمی خرید نمی‌کنند، موقع فروش نیز مبلغ ارزش افزوده را از مشتری نمی‌گیرند.»این مدیر تعاونی سوال می‌کند: اگر با فاکتور رسمی خرید نکنید، چه پیمادی خواهد داشت؟ وی پاسخ می‌دهد: «ولاما ما به قانون متعهدیم. در نانی چون باید هر چند ماه یکبار به اداره مالیات حساب و کتاب پس دهیم، نمی‌توانیم بدون فاکتور رسمی خریده‌ایمان را انجام دهیم. صددردش مشمول جریمه مالیاتی می‌شویم. در این حالت که حساب و کتابمان شفاف است، رقم مالیاتی‌مان صفر محسوب می‌شود، ولی در صورت تخطی مشمول جریمه‌های مالیاتی خواهیم شد.»

لازم به توضیح است که رقم ارزش افزوده در سال ۸۷ مقارن با تصویب این قانون ۳ درصد اعلام شده بود که هم اکنون به ۹ درصد در سال ۹۵ رسیده است. ۹ درصد رقم بالایی محسوب می‌شود و اغلب مشتری‌های تعاونی‌ها هیچ توجیهی را برای این مابه التفاوت قیمت در تعاونی‌ها فروشگاه‌های سطح شهر نمی‌پذیرند.

آمی در مورد راهکار رفع این معضل می‌گوید: «چالش ارزش افزوده در حال حاضر به صورت موبری کل جامعه را دربر گرفته است. تنها راهش این است که ارزش افزوده

یکبار ۱۵ قوطی تن ماهی خریداری می‌کنید که شاید تا پایان تاریخ انقضایشان نتوانید همه آنها را مصرف کنید.» وی در مورد شرایط خرید از فروشگاه‌های تعاونی در برابر فروشگاه‌های زنجیره‌ای توضیح می‌دهد: «تعاونی‌ها براساس سرمایه اعضا اداره می‌شوند و سرمایه خصوصی ندارند؛ بنابراین تلاش می‌کنند این سرمایه اندک از بین نرود. با این حال چالشی مثل قانون ارزش افزوده باعث می‌شود که مشتری‌های تعاونی‌ها خیال کنند قیمت‌ها در تعاونی‌ها بیشتر از فروشگاه‌های بزرگ و زنجیره‌ای است. حتی اندک اسدک به خرید از تعاونی پشت می‌کنند، در حالی که ما به قانون متعهد هستیم و راه نادرستی نمی‌رویم؛ ولی برخی فروشگاه‌ها قانون ارزش افزوده را دور می‌زنند. دلیل اصلی اشن هم این است که گویی همگان در برابر این قانون یکسان تلقی نمی‌شوند! وقتی نماینده شریکت‌ها به ما برای فروش کالایشان مراجعه می‌کنند، در بنو ورود می‌برسند.» با فاکتور رسمی خریدتان را انجام می‌دهید یا فاکتور غیر رسمی؟» ما که به مشکلات متعهدیم، می‌گوییم: «فاکتور رسمی.» یکی از مشکلات تعاونی‌ها این است که خریدهایشان را با فاکتور رسمی انجام می‌دهند و در فاکتور رسمی ارزش افزوده قید می‌شود، لذا موقع فروش نیز مشتری باید ارزش افزوده را بپردازد. فروشگاه‌های خرد و کلان بیرون معمولا به شیوه‌ای این قانون ارزش افزوده را دور زده و از مشتری

لطفعلی آمی مدیریت یکی از فروشگاه‌های تعاونی: ارزش افزوده باید از سر منشا یعنی تولیدکننده گرفته شود و در ضمن به تولیدکننده بارانه تولید تعلق گرفته و حمایت‌های مالی گردد. اگر چنین می‌شد هیچ کس با هیچ کس درگیر نبود، دستگاه عریض و طویلی برای گرفتن این مبالغ تشکیل نمی‌شد و راه‌های دور زدن قانون ارزش افزوده به کل بسته می‌شد.

دو

بر شما وارد می‌شود که ولع خرید به روح و روانت می‌افتد زنجیره‌ای که در حال حاضر در سطح شهر دایرند، بر پایه سرمایه خصوصی و دید تجاری‌انگیزه برای مشتری ایجاد می‌شوند. در ابتدا که راه‌اندازی شدند، آن‌قدر برخوردشان با مشتری خوب بود که ناخودآگاه هر مشتری به یک تبلیغ‌کننده در جمع خانواده و فامیلش تبدیل می‌شد و مابقی اعضای خانواده خود را نیز برای خرید به این قبیل فروشگاه‌ها می‌کشاند. دوسالی که گذشت و این فروشگاه‌ها مشتری ثابت خود را یافتند، فرمول مشتری‌مداری کم‌رنگ شد و جایش را به پارامترهای دیگری داد. در حال حاضر این قبیل فروشگاه‌ها در تلاشند تا صرفا با دادن تخفیفات، مشتری جذب کنند. بنابر فرمول تخفیف، وقتی شما به عنوان مشتری وارد فروشگاه می‌شوی، آن‌موج تبلیغات

تاسیس شرکت سهامی خاص آرسا راهبرد انرژی پاسارگاد در تاریخ ۱۳۹۵/۱/۲۱ به شماره ثبت ۴۸۹۷۵۳ به شناسه ملی ۱۴۰۰۵۷۴۵۶۴۰

ثبت و امضا ذیل دفتر تکمیل گردیده که خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم آگهی می گردد.

موضوع شرکت: مطالعات امکان‌سنجی فنی و اقتصادی، بهینه سازی، طرح و توسعه، طراحی پایه و تفصیلی تاسیسات نفت شامل: تصفیه و تولید فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی و کارخانه‌های پتروشیمی، طراحی تفصیلی تاسیسات گازی تولید میعانات گازی و همچنین انجام کلیه کارهای تاسیسات جانبی و سازه صنعتی پالایشگاه، کلیه کارهای سیویل مربوط و نظارت بر کلیه کارهای اجرایی، نصب و آزمایش و راه‌اندازی و ال.ان.جی، و مطالعات امکان‌سنجی فنی و اقتصادی، بهینه‌سازی، طرح مقدماتی و تفصیلی تاسیسات تلمبه‌خانه‌ها، ایستگاه‌های کمپرسور، انبارها و مخازن ذخیره، پایانه‌های نفتی، خطوط انتقال نفت و گاز و همچنین انجام کلیه کارهای تاسیسات جانبی و سازه صنعتی و سیویل مربوط و نظارت بر کلیه عملیات اجرا نصب و راه‌اندازی و انجام کلیه مراحل مطالعات و طراحی و نظارت شامل: مطالعات امکان سنجی فنی و اقتصادی طرح‌های صنعتی و تولیدی، مطالعات ظرفیت و میزان تولید، انتخاب تکنولوژی، طراحی خط تولید، تعیین مشخصات ماشین‌آلات، تهیه طرح استقرار ماشین‌آلات و انتخاب قطعی ماشین‌آلات اصلی و فرعی، مطالعه نیروی انسانی و تعیین مهارت‌ها، مشاوره مدیریت، سامان‌دهی، تعیین مشخصات فضای تولید و پشتیبانی و نظارت و بازرسی فنی و پرتونگاری صنعتی در پروژه‌های عمرانی و صنعتی، انجام کلیه آزمایش‌های غیرمخرب بر روی قطعات صنعتی و ایجاد ارتباط و همکاری نتی و تجاری با شرکت‌های داخلی و خارجی و اعطای نمایندگی به شرکت‌های داخلی و خارجی. (در صورت ضرورت قانونی انجام موضوعات فعالیت پس از اخذ مجوزهای لازم)

مدت شرکت: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود

مرکز اصلی شرکت:

تهران- خیابان سهروردی شمالی- کوچه نیکان- پلاک ۱۵- واحد ۱۰۱ کد پستی ۱۵۶۸۶۱۸۷۴۸

سرمایه شرکت: مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریال منقسم به ۱۰۰ سهم ۱۰۰۰۰۰۰۰ ریالی که تعداد ۱۰۰ سهم با نام و ۰ سهم آن بی‌نام می‌باشد که مبلغ ۳۵۰۰۰۰۰ ریال توسط موسسین طی گواهی بانکی شماره ۱۴۷۰/۱۹/۱۸۱۳ مورخ ۹۴/۱۱/۲۱ نزد بانک پست بانک ایران شعبه مرکزی سسندج پرداخت گردیده است و الباقی سرمایه در تعهد صاحبان سهام می‌باشد.

اولین مدیران شرکت:

آقای آزاد سعیدی شماره ملی ۲۹۲۸۸۴۳۰۷۸ به سمت رئیس هیئت مدیره

آقای هیرش رایج شماره ملی ۳۷۲۲۴۷۸۲۳ به سمت نایب رئیس هیئت مدیره

آقای پدرام گروهی شماره ملی ۳۷۳۲۰۱۴۱۹۳ به سمت مدیرعامل و عضو هیئت مدیره برای مدت ۲ سال انتخاب گردیدند.

دارندگان حق امضا: کلیه اسناد و اوراق بهادار و تعهدآور شرکت از قبیل چک، سفته، بروات، قراردادها و عقود اسلامی با امضاء مدیرعامل و ریاست هیئت مدیره همراه با مهر شرکت معتبر می‌باشد.

اختیارات مدیرعامل: طبق اساسنامه

بازرس اصلی و علی‌البدل:

آقای هیوا معروفی به شماره ملی ۳۷۲۲۴۸۲۲۸۶ به عنوان بازرس اصلی. آقای بابک معروفی به شماره ملی ۳۷۲۲۳۰۳۰۷۱ به عنوان بازرس علی‌البدل برای مدت یک سال مالی انتخاب گردیدند.

روزنامه کثیرالانتشار ابتکار برای درج آگهی‌های شرکت انتخاب شد.

(ثبت موضوع فعالیت مذکور به منزله اخذ و صدور پروانه فعالیت نمی‌باشد.)

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور

اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری تهران

صفحه ۵
یکشنبه ۳۱ مرداد ۱۳۹۵
۱۸ ذیقعد ۱۴۳۷ - شماره ۲۱۴۲۱

از سرر منشا یعنی تولید کننده گرفته شود و درضمن به تولیدکننده بارانه تولید تعلق گرفته و حمایت‌های مالی گردد. اگر چنین می‌شد هیچ کس با هیچ کس درگیر نبود. دستنگاه عریض و طویلی برای گرفتن این مبالغ تشکیل نمی‌شد و راه‌های دور زدن قانون ارزش افزوده به کل بسته می‌شد.»

داخوشی مقطعی با خریدهای کاذب!

برخی از مزایای اجتماعی و اقتصادی فروشگاه‌های زنجیره‌ای عبارتند از: تثبیت قیمت کالا درشعب فروشگاه واقع در مناطق مختلف شهر، صرفه‌جویی در وقت به دلیل دسترسی آسان و یکجا به طیف وسیعی از کالاها، تخفیف رفت و آمدهای شهری و کاهش بار ترافیکی، فراهم کردن کالاهای مورد نیاز جامعه، هدایت و حمایت برای تولید اقلام مهم، حذف واسطه‌های غیرضروری میان تولیدکننده و مصرف کننده، جلوگیری از توسعه بی‌رویه واحدهای تجاری در فضاهای غیرتجاری، جلوگیری از فروش کالاهای غیراستاندارد، توسعه و ترویج فرهنگ استاندارد کردن کالاهای تولید داخلی و استفاده از پارکد ملی، اصلاح الگوی مصرف، برنامه‌ریزی و نظارت بهتر و آسان تر دولت بر توزیع کالا و اقتصاد.

مجتبی قاضی‌زاده یک فارغ‌التحصیل رشته اقتصاد برایمان در باب خریدهای کاذب از فروشگاه‌های بزرگ می‌گوید: «فروشگاه‌های بزرگ، سطح نیاز و تعاریف ذهنی افراد از نیاز و خواسته را تحت تاثیر قرار می‌دهند. این فروشگاه‌ها با ارائه قیمت پایین برای اجناس خود، مشتری‌ها را تحریک به خرید بیشتر می‌کنند، اگر چه گاهی قیمت برخی کالاهایی که در این فروشگاه‌ها عرضه می‌شود، از قیمت همان کالا در سوپرمارکت‌ها و مغازه‌های بیرون بیشتر است.» وی در ادامه می‌گوید: «از دید برخی از کارشناسان، اتفاقی که در روند خرید از یک فروشگاه زنجیره‌ای می‌افتد، بیشتر بر پایه ایجاد احساس لذت از خرید

با شده است، نه تامین مایحتاج مورد نیاز! در واقع وقتی شما با سبد چرخدار از جلوی قفسه‌های پر از کالاهای خوش آب و رنگ عبور می‌کنید، چشمان شما به اجناسی می‌خورد که شاید در فهرست کالاهای مورد نیاز شما قرار نداشته باشد؛ اما با دیدن آن برای خریدش وسوسه می‌شوید و آن را در سبد می‌اندازید. این مسئله چنان جذابیت و لذتی دارد که بسیاری از افراد، توان مقابله با این حس را ندارند و ناخواسته وارد دامی به نام «لذت بردن کاذب از خرید» می‌شوند. به این ترتیب وقتی به پای صندوق حساب و کتاب می‌رسید، با شنیدن رقم صورتحساب خود شوکه می‌شوید!» این دانش‌آموخته علم اقتصاد در تکمیل صحبت‌هایش می‌گوید: «در واقع، تنوع فوق‌العاده اجناس و تبلیغات پر زرق و برق در فروشگاه‌های زنجیره‌ای، ممکن است نیاز- کاذب برای مشتریان ایجاد کند که نتیجه آن افزایش مصرف و بالا رفتن هزینه خانوار و ایجاد فرهنگ مصرف‌گرایی گسترده در جامعه است. در مجموع می‌توان گفت که خرید از فروشگاه‌های بزرگ، زمانی به صرفه‌تر است که فرد نسبت به سطح نیاز خود، آگاهی داشته باشد و قیمت‌های پایین برخی کالاها و رنگ و لعاب اجناس فروشگاه، وی را به سمت مصرف غیر ضروری و افراطی سوق ندهد. شاید اجتناب کمل از این امر غیرممکن باشد، ولی همه‌انسان‌ها می‌توانند تا حدی خود را کنترل کنند.»

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

معروفی در اینترنت- سال آذری - خدای دروغین ۵- آب روستایی- هر یک از بخش‌های جداگانه یک مجموعه نمایشی را گویند- آنکه پس از تذکر و تنبیه نسبت به عمل نادرست آگاه شده ۶- از قهرمانان افسانه‌ای آذری‌ها- از یاران شهید حضرت مسلمان(ع) در کوفه- دامنگاه جدید ۷- یکی از ویژگی‌های زن مسلمان- به سخن آن حلاوت دیگری است- حالت پوششی در بیمار- حرف همراهی ۸- پایتخت اسبق آلمان- همسایه بزرگ شمالی- نیاز برم آشپزخانه‌های تهران- حالتی که در آن شخص هنگام عبور از ارتفاعات با کمبود اکسیژن روبرو می‌شود- اتم باردار- واژه هستست در زبان آذری ۱۰- نوعی پسوند- نام چند تن از شاهان تاریخ انگلستان- زبانی از شاخه‌های زبان سامی در بین‌النهرین قدیم ۱۱- بانوی نقاش فرانسوی که از شاگردان پیکاسو بود- چهره‌نگاری ۱۲- منطقه‌ای در شمال تهران- نام دیگر گیاه خارخسک- خاله ننبور عسل ۱۳- یگانگی و فردیت کاری که استعاره کرملا ۱۴- از میوه‌های مفید و ملین‌کننده این فصل- تفسیری از آیتالله مکارم شیرازی- انزی از اوژن بونسگو ۱۵- شهری در استان اردبیل- پرندهای که از راورفتن عاجز است.

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲
۳۳	۳۴	۳۵	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۴۵	۴۶	۴۷	۴۸
۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۵۳	۵۴	۵۵	۵۶	۵۷	۵۸	۵۹	۶۰	۶۱	۶۲	۶۳	۶۴
۶۵	۶۶	۶۷	۶۸	۶۹	۷۰	۷۱	۷۲	۷۳	۷۴	۷۵	۷۶	۷۷	۷۸	۷۹	۸۰
۸۱	۸۲	۸۳	۸۴	۸۵	۸۶	۸۷	۸۸	۸۹	۹۰	۹۱	۹۲	۹۳	۹۴	۹۵	۹۶
۹۷	۹۸	۹۹	۱۰۰	۱۰۱	۱۰۲	۱۰۳	۱۰۴	۱۰۵	۱۰۶	۱۰۷	۱۰۸	۱۰۹	۱۱۰	۱۱۱	۱۱۲
۱۱۳	۱۱۴	۱۱۵	۱۱۶	۱۱۷	۱۱۸	۱۱۹	۱۲۰	۱۲۱	۱۲۲	۱۲۳	۱۲۴	۱۲۵	۱۲۶	۱۲۷	۱۲۸
۱۲۹	۱۳۰	۱۳۱	۱۳۲	۱۳۳	۱۳۴	۱۳۵	۱۳۶	۱۳۷	۱۳۸	۱۳۹	۱۴۰	۱۴۱	۱۴۲	۱۴۳	۱۴۴
۱۴۵	۱۴۶	۱۴۷	۱۴۸	۱۴۹	۱۵۰	۱۵۱	۱۵۲	۱۵۳	۱۵۴	۱۵۵	۱۵۶	۱۵۷	۱۵۸	۱۵۹	۱۶۰

عمودی:

۱- یکی از بدترین گرفتاری‌های انسان در طول عمر ۲- پهلوان معروف شاهنامه که از آتش گذشت- بخش مهم ادبیات غنی فارسی‌زبانان ۳- یکی از مرتفع‌ترین آبشارهای ایران که در استان لرستان واقع شده است- عادت زن باردار- حضرت علی علیه‌السلام آن را بزرگترین گناه برشمرد۴- دانی از مکان‌های مقدس در نزد پیروان مسیح- سایت