گوناگون

طرح ملی «با انرژی‌ها» در آموزش و پرورش ابلاغ شد

وزیر آموزش و پرورش طرح ملی «با انرژی ها» را با هدف گفتمان سازی، فرهنگ سازی و ترویج رفتار صحیح مصرف در مدرسه، محله و منزل به ادارات کل آموزش پرورش استان‌ها ابلاغ کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از وزارت آموزش و پرورش، علیرضا کاظمی در این ابلاغیه تاکید کرده است: در راستای تحقق سیاست‌های کلان کشور در زمینه مدیریت مصرف آب و انرژی، صیانت از منابع ملی و پیشرفت روزافزون کشور و با توجه به نقش راهبردی آموزش و پرورش در تربیت نسل آینده و شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، طرح ملی «با انرژی ها» با رویکردی آموزشی، تربیتی و مشارکتی در وزارت آموزش و پرورش طراحی و اجرایی شده است.

گفتنی است این برنامه مبتنی بر تفاهم نامه مشترک میان وزارت آموزش و پرورش، وزارت نیرو و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و همچنین با سازمان محیط زیست با هدف فرهنگ سازی، اصالح الگوی مصرف و تحقق کاهش واقعی و قابل سنجش مصرف آب و انرژی در مدارس، خانواده‌ها و جامعه دانش‌آموزی اجرا می‌شود.

مرحله جدید طرح یَسنا شارژ شد

بر اساس اعلام وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، مرحله جدید طرح یسنا برای مادران شیرده و ۴ مرحله شارژ یکجای طرح رفع سوء تغذیه کودکان زیر ۵ سال انجام شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، مرحله جدید طرح یَسنا و ۳ مرحله اعتبار طرح سوء تغذیه به صورت یکجا شارژ شد.

طرح رفع سوء تغذیه با هدف ارتقاء امنیت غذایی کودکان زیر ۵ سال دارای سوء تغذیه اجرا می‌شود که مبلغ شارژ اعتبار خرید رایگان برای سرپرستان خانوار در دهک‌های یک تا ۵ مبلغ یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و دهک‌های ۶ و ۷ مبلغ ۸۰۰ هزار تومان است.

مبلغ کلی شارژ شده در سه مرحله جدید شامل: ۳ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان به ازای هر کودک دارای سوء تغذیه در دهک‌های یک تا ۵ و ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به ازای هر کودک دارای سوء تغذیه در دهک‌های ۶ و ۷ می‌شود.

در این مرحله، علاوه بر ۱۱ قلم کالای اساسی کالابرگ، امکان تهیه ۲ قلم کالای دیگر شامل دانه‌های مُغذی و میوه و سبزیجات نیز فراهم شده است.

در طرح یسنا (حمایت از مادران باردار و شیرده دارای فرزند زیر ۲ سال) نیز مبلغ شارژ اعتبار برای دهک‌های یک تا ۳ مبلغ ۶۵۰ هزار تومان و دهک‌های ۴ و ۵ رقم ۵۰۰ هزار تومان انجام شد که در این مرحله، علاوه بر ۱۱ قلم کالای اساسی کالابرگ، امکان خرید پوشک و میوه و سبزیجات نیز فراهم شده است.

راه‌های پشتیبانی

مشمولان دریافت این تسهیلات در صورت داشتن سؤال می‌توانند به ارتباط با کارشناسان از ساعت ۸ تا ۲۴ تمام روزهای هفته حتی ایام تعطیل و شماره تلفن ۰۲۱۶۳۶۹ یا از طریق بازوی پشتیبانی کالابرگ در پیام‌رسان داخلی بله به آدرس bot_Fcssupport۱۴۶۳@ مراجعه کنند.

روش‌های استعلام موجودی کالابرگ الکترونیکی نیز اپلیکیشن شمیم، بازوی رسمی کالابرگ در بله و استفاده از کد دستوری: #۱۴۶۳*۵۰۰* تعیین شده است.

نکات مهم در مورد وعده شام ماه رمضان

عضو هیئت علمی دانشکده تغذیه با بیان اینکه شام بر خلاف سحری باید سهل الهضم باشد، گفت: برای شام باید غذاهای زود هضم استفاده کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، سیده زهرا شریعت پناهی بر لزوم توجه به تغذیه سالم و کافی طبق هرم غذایی در هنگام روزه‌داری تاکید کرد و افزود: قرد روزه دار باید روزانه از تمام گروه‌های مواد غذایی به صورت متعادل و به میزان مورد نیاز مصرف کند تا دچار کمبود پروتیین و ریزمغذی‌های دریافتی نظیر املاح و ویتامین نشود.

وی با بیان اینکه شام بر خلاف سحری باید سهل الهضم باشد، گفت: برای شام باید غذاهای زود هضم نظیر حلیم کم چرب یا آش‌های سبک که صرفا با برنج و عدس درست شده و حبوبات آن سبک است یا سوپ‌های سبک استفاده کرد.

عضو هیئت علمی دانشکده تغذیه تاکید کرد: در وعده شام حتما باید یک تا دو واحد سبزیجات مصرف شود مثل خوردن نان و پنیر و سبزی تا نیاز بدن قرد تامین شود.

شریعت پناهی، مصرف حداقل دو واحد میوه در فاصله شام تا سحر را ضروری برشمرد تا ویتامین ها و املاح به مقدار مناسب دریافت شود.

وی افزود: به دلیل کوتاه بودن فاصله زمانی شام تا سحر، افراد مصرف میوه را فراموش می کنند در صورتی که بسیار اهمیت دارد. متاسفانه بسیاری اوقات پس از ماه رمضان افراد با علائم کمبود ویتامین و املاح مراجعه‌می کنند.

زنان و خانواده

هشدار درباره آسیب‌های خانه تکانی غیر اصولی

فوق تخصص روماتولوژی با هشدار نسبت به آسیب‌های اسکلتی ـ عضلانی ناشی از خانه‌تکانی‌های سنگین و غیراصولی، بر انجام تدریجی کارها، نرمش پیش از شروع فعالیت، رعایت اصول ارگونومی و استراحت‌های منظم تأکید کرد و توصیه‌هایی کاربردی برای پیشگیری از کمردرد، التهاب تاندون‌ها و حوادث خانگی ارائه داد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی، میترا عباسی فرد با هشدار نسبت به آسیب‌های ناشی از خانه تکانی غیر اصولی بر بدن، در آستانه سال نو و انجام سنت خانه‌تکانی، توصیه‌هایی را مطرح کرد.

خانه تکانی باید تدریجی و خانوادگی انجام شود

عباسی فرد گفت: بهترین زمان برای شروع کار، اواسط روز است؛ زمانی که عضلات در بهترین حالت آمادگی قرار دارند و باید پس از هر ۴۵ دقیقه فعالیت، حدود ۱۰ دقیقه استراحت کرد.

کلید پیشگیری از کمردرد و گرفتگی عضلات: نرمش قبل از شروع کار

عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان افزود: قبل از آغاز کار، ۱۰ دقیقه نرمش و حرکات کششی برای افزایش انعطاف‌پذیری بدن ضروری است تا خطر آسیب به عضلات، مفاصل و ستون فقرات کاهش یابد.

وی در خصوص نحوه بلند کردن وسایل سنگین گفت: جابه جایی وسایل سنگین باید توسط چند نفر انجام شود. فرد شیء را به بدن خود نزدیک کرده، زانوها را خم کند و از عضلات پا برای بلند کردن کمک بگیرد، حفظ راستای طبیعی ستون فقرات و پرهیز از خم شدن بیش از حد ناحیه کمر ضروری است. عباسی فرد ضمن اشاره به خطر سقوط گفت: هنگام آویزان کردن پرده و تمیز کردن شیشه باید از چهارپایه با نردبان استاندارد و سالم استفاده شود. متاسفانه بسیاری از حوادث خانگی ناشی از استفاده از چهارپایه‌های نامتعادل، لغزنده و ناسالم است.

وی گفت: زنان دارای کمردرد گروه‌های آسیب‌پذیرتری هستند که باید میزان فعالیت خود را با توان جسمانی تنظیم کنند و این افراد در صورت لزوم می توانند از کمربند طبی هنگام کار استفاده کنند. فوق تخصص روماتولوژی افزود: انجام حرکات تکراری و طولانی با دست‌ها و انگشت‌ها، می‌تواند باعث التهاب تاندون‌ها، آرتروز و سندروم تونل کارپ شود. برای پیشگیری باید بین کارها فاصله زمانی استراحت در نظر گرفته و همچنین از دستکش های مخصوص نظافت استفاده شود به طوری که انگشتان دست و مچ به صورت صاف و در یک راستا قرار گیرند.

لزوم رعایت نکات ایمنی در شست و شوی فرش ولوستر

وی در ادامه توصیه کرد: هنگام شستن فرش‌ها یا تمیز کردن لوستر‌ها وضعیت بدن باید صاف و متعادل نگه داشته شود. فرش‌های خیس تا پنج برابر سنگین‌تر می‌شوند. بنابراین حمل آن‌ها باید توسط چند نفر انجام شود. برای شستوشو بهتر است از پاروی دسته‌بلند استفاده کرد تا از خم شدن مداوم کمر و فشار بیش از حد جلوگیری شود. عباسی فرد ادامه داد: در تمیز کردن لوستر باید ابتدا برق قطع و لوستر با کمک فرد دیگر پایین آورده شود و نظافت آن روی زمین انجام گیرد، زیرا تمیز کردن لوستر روی ستف با دست‌های بالا و گردن خم، به شدت به عضلات و مهره‌های گردن آسیب می‌زندوی همچنین بر اهمیت رعایت وضعیت مناسب هنگام تمیز کردن شیشه‌ها تأکید کرد و گفت: قرار گرفتن طولانی در حالت خم یا کشیده، فشار زیادی بر ستون فقرات و گردن وارد می‌کند. بهتر است از چهارپایه برای قرار گرفتن در وضعیت راحت‌تر استفاده شود و ارتفاع چهارپایه طوری تنظیم شود که چشم ها در راستای محل انجام کار باشد. به گفته وی، هر فرد باید به حرف بدن خود گوش کند و قبل از شروع درد عضلانی زمانی برای استراحت در نظر بگیرد. عباسی فرد افزود: تغذیه سالم و مصرف کافی آب در روزهای خانه‌تکانی اهمیت ویژه‌ای دارد روزه داران در سحر و افطار مصرف کافی مایعات، سبزیجات و میوه جات داشته باشند زیرا تغذیه نامناسب باعث افزایش خستگی و آسیب‌پذیری عضلات می‌شود. خواب کافی و استراحت مناسب در طول شبانه روز، نقش مهمی در حفظ سلامت بدن دارد. وی هشدار داد: قرار گرفتن طولانی در وضعیت ثابت، ایستادن زیاد، خم شدن مکرر یا بلند کردن اجسام سنگین از عوامل اصلی دردهای عضلانی و مفصلی در روزهای خانه‌تکانی است. نداشتن آمادگی جسمانی و رعایت نکردن اصول ارگونومی خطر بروز آسیب‌های اسکلتی عضلانی را افزایش می‌دهد. این متخصص روماتولوژی تأکید کرد: در صورت بروز کوفتگی باید فعالیت را متوقف و استراحت کرد. مصرف مسکن خودسرانه برای تسکین درد و ادامه فعالیت هرگز توصیه نمی شود. معمولاً این دردها با استراحت یا ماساژ موضعی برطرف می‌شوند، اما در صورت تداوم لازم است افراد به پزشک مراجعه کنند تا از بروز مشکلات مزمن جلوگیری شود. عباسی فرد خاطرنشان کرد: رعایت نکات ساده‌ای همچون تقسیم کار، نرمش قبل از شروع، استراحت‌های کوتاه، تغذیه مناسب و توجه به وضعیت بدن می‌تواند از بروز بسیاری از مشکلات اسکلتی و عضلانی در روزهای خانه‌تکانی جلوگیری و سلامت خانواده را حفظ کند. وی گفت: امیدوارم با رعایت اصول ایمنی و با خاطره‌ای خوش، خانه‌تکانی دل و منازل را انجام دهیم و با سلامت جسمی و روحی به استقبال بهار طبیعت و عید نوروز برویم.

خـطر تب مالت با لبنیات محلی

مدیر دفتر بهبود تغذیه جامعه وزارت بهداشت با بیان اینکه مصرف لبنیات محلی می‌تواند احتمال انتقال تب مالت را افزایش دهد، گفت: ساماندهی مصرف لبنیات سنتی را با هدف جلوگیری از تب مالت در دستور کار قرار داده‌ایم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، احمد اسماعیل زاده بابیان اینکه باورهای غلطی درباره لبنیات وجود دارد، اظهار کرد: دفتر بهبود تغذیه با اطلاع رسانی در مراکز بهداشتی تلاش می کند باورهای غلط درباره لبنیات را برطرف کند. اصلاح باورهای غلط در ارتباط با مصرف لبنیات زمان‌بر است.

او با بیان اینکه مصرف لبنیات سنتی از مباحث مرتبط با لبنیات است، گفت: مصرف لبنیات محلی و سنتی در تمام کشور به ویژه شهرهای کوچک وجود دارد. لبنیات سنتی، احتمال افزایش انتقال تب مالت به انسان را در پی دارد که یک بیماری خطرناک محسوب می‌شود. لبنیات پاستوریزه در گام نخست به مردم توصیه می‌شود؛ چراکه تحت نظارت تولید می‌شود و خطر تب مالت را برای مصرف کنندگان ایجاد نمی کند. اگر افراد بنا به باورهای خود یا بنا به هر دلیلی ترجیح می‌دهند لبنیات و شیر سنتی و محلی استفاده کنند، به طور حتم می‌بایست آن را خوب بجوشانند.

مدیر دفتر بهبود تغذیه جامعه وزارت بهداشت ادامه داد: افرادی که لبنیات سنتی مصرف می‌کنند، به طور معمول ماست و پنیر مصرفی خود را هم با آن درست می‌کنند. مصرف کنندگان می‌بایست شیر را به دمای پاستوریزه برسانند، به نحوی که به دمای ۷۲ تا ۷۳ درجه برسد و حداقل ۳ دقیقه در آن دما بماند تا آلودگی به طور کامل از بین برود. همچنین توصیه می‌کنم که برای درست کردن ماست و پنیر مجله نکنند و برای قرار گرفتن شیر در شرایط پاستوریزه صبور باشند. متاسفانه، گزارش هایی از موارد ابتلا به تب مالت در شهرهای کوچک و روستاها داریم که از لبنیات سنتی مصرف کرده‌اند.

اسماعیل‌زاده درباره مصرف شیر محلی برای کودکان توضیح داد: اگر مصرف کنندگان شیر محلی در نظر دارند که این ماده غذایی را به کودکان خود دهند، شیر را بجوشانند و چربی روی آن را بگیرند.

مدیر دفتر بهبود تغذیه جامعه وزارت بهداشت با بیان اینکه ساماندهی لبنیات سنتی را در دستور کار قرار داده‌ایم، گفت: دستورالعملی با همکاری مرکز سلامت محیط و کار وزارت بهداشت نوشته‌ایم و در نظر داریم در یک یا دو شهر به صورت پایلوت اجرا کنیم تا مصرف لبنیات سنتی را ساماندهی کنیم. اجرای این دستورالعمل می‌تواند در زمینه جلوگیری از انتقال تب مالت به انسان کمک‌کننده باشد. مرکز سلامت محیط و کار وزارت بهداشت، شهرهای اجرای این دستورالعمل را انتخاب می کند؛ تهران، یکی از این شهرهاست.

چرا تخفیف در ایران معنای واقعی ندارد؟

در بسیاری از کشورها «تخفیف» و «فروش فوق‌العاده» معنایی کاملاً متفاوت از آن چیزی دارد که این روزها در بازار ایران می‌بینیم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از هفت صبح، در هفته‌های اخیر، بازار ایران صحنه رفتاری بوده که بیش از هر چیز ضعف نظارت را فریاد می‌زند. تورم و گرانی، که خود محصول بی‌ثباتی اقتصادی است، برای برخی تولیدکنندگان و فروشندگان بهانه‌ای شد تا قیمت‌ها را بی‌محابا بالا ببرند. همین افزایش‌های خودسرانه، فضای تازه‌ای ایجاد کرد که در آن فروشگاه‌ها با هماهنگی تولیدکنندگان، کالاهای گران‌شده را با برچسب «تخفیف» عرضه کنند و در ظاهر به نفع مصرف‌کننده عمل کنند. اما در واقع تنها انتظارات تورمی را تشدید کردند. مردم که هر روز با خبر گرانی جدیدی روبه‌رو می‌شوند، طبیعی است که به سمت خرید هجوم ببرند. سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرده که اتاق‌های اصناف سراسر کشور موظف شده‌اند بر جشنواره‌های فروش فوق‌العاده نظارت ویژه داشته باشند. چون با افزایش تقاضا در روزهای پایانی سال، برخی واحدهای صنفی بدون دریافت مجوزهای قانونی اقدام به برگزاری فروش‌های فوق‌العاده می‌کنند که می‌تواند حقوق مصرف‌کنندگان را تضییع کند و عملاً به سوءاستفاده از شرایط تورمی دامن بزند. اتاق‌های اصناف موظف‌اند با تشدید بازرسی‌ها، کنترل دقیق فاکتورها و جلوگیری از هرگونه فروش فوق‌العاده غیرقانونی، مانع از تخلفات احتمالی شوند. واحدهای صنفی نیز باید پیش از هرگونه جشنواره فروش، مجوزهای لازم را دریافت کنند و در صورت تخلف، با برخورد قانونی مواجه خواهند شد. البته مردم نیز باید در صورت مشاهده تخلف، موضوع را گزارش دهند.

نظارت نه پیشگیرانه است و نه بازدارنده

در مقطع کنونی واقعیت بازار این است که این نظارت‌ها زمانی معنا پیدا می‌کند که پیش از وقوع تخلف، سازوکارهای بازار درست عمل کنند. وقتی تولیدکننده و فروشنده می‌توانند قیمت‌ها را بدون محدودیت بالا ببرند و سپس همان کالا را با عنوان «فروش ویژه» عرضه کنند، یعنی نظارت نه پیشگیرانه است و نه بازدارنده. هجوم مردم به خرید نیز نه نشانه رونق بازار، بلکه نشانه بی‌اعتمادی و ترس از گرانی‌های بعدی است. آنچه امروز در بازار دیده می‌شود، نتیجه ترکیب خطرناک انتظارات تورمی، افزایش‌های خودسرانه قیمت و ضعف نظارت مؤثر است. اگر این چرخه اصلاح نشود، هر جشنواره فروش و هر برچسب تخفیفی، تنها پوششی خواهد بود بر گرانی‌هایی که پیش‌تر اتفاق افتاده و نظارتی که دیر رسیده است. در بسیاری از کشورها «تخفیف» و «فروش فوق‌العاده» معنایی کاملاً متفاوت از آن چیزی دارد که این روزها در بازار ایران می‌بینیم. آنجا تخفیف، یک ابزار حرفه‌ای در چارچوب رقابت سالم است؛ اینجا اغلب به ابزاری برای بازی با ذهن مصرف‌کننده و جبران افزایش‌های قبلی قیمت تبدیل شده است. در بازارهای نسبتاً باثبات، قیمت‌ها بر اساس ساختار مشخص هزینه، رقابت و حاشیه سود تعریف می‌شوند و تخفیف معمولاً یا برای تخلیه موجودی، یا جذب مشتری جدید، یا رقابت فصلی به کار می‌رود. یعنی تخفیف، کاهش واقعی از یک قیمت نسبتاً پایدار است، نه کم کردن از قیمتی که تازه بی‌ضابطه بالا برده شده است.

تفاوت مدیریت بازار در ایران و خارج

تفاوت مدیریت بازار از همین‌جا شروع می‌شود. در اقتصادهای با تورم پایین، قیمت‌ها قابل پیش‌بینی‌اند. مصرف‌کننده می‌داند اگر امروز نخرد، فردا با جهش ناگهانی روبه‌رو نمی‌شود. به همین دلیل، وقتی فروشگاه اعلام تخفیف می‌کند، مشتری می‌فهمد که واقعاً دارد کمتر از قیمت معمول بازار می‌پردازد. اما در ایران، تورم مزمن و انتظارات تورمی باعث شده قیمت‌ها دائماً در حال تغییر باشند. تولیدکننده و فروشنده، به‌جای آنکه تخفیف را روی یک قیمت منطقی اعمال کنند، ابتدا قیمت را بالا می‌برند و بعد با برچسب تخفیف شگفت‌انگیزآن را به سطحی می‌آورند که گاهی حتی بالاتر از قیمت واقعی قبلی است. در چنین شرایطی تخفیف بیشتر یک بازی روانی است تا یک امتیاز واقعی. نکته مهم دیگر، شفافیت قیمت‌هاست. در بسیاری از کشورها قیمت‌ها ثبت‌شده، قابل ردیابی و تحت نظارت فروشگاه نمی‌تواند هر روز بر اساس حال و هوا یا موج خبری، برچسب قیمت را عوض کند. سیستم‌های مالیاتی، سامانه‌های ثبت فروش، رقابت شدید بین برندها و ترس از جریمه‌های سنگین، همه دست به دست هم می‌دهند تا تخفیف، یک ابزار شفاف و واقعی بماند. اما در ایران، نبود شفافیت کافی، چندنرخی بودن قیمت‌ها، ضعف سامانه‌های نظارتی و مالیاتی و امکان تغییر مداوم قیمت، فضا را برای سوءاستفاده باز گذاشته است. وقتی قیمت پایه مشخص و قابل اعتماد نباشد، تخفیف هم معنای واقعی خود را از دست می‌دهد. از زاویه‌ای دیگر، رقابت در بازارهای جهانی با آنچه در ایران می‌بینیم متفاوت است. در بسیاری از کشورها فروشگاه‌ها برای حفظ مشتری، ناچارند تخفیف واقعی بدهند. چون رقیب در چند قدمی آن هاست و مصرف‌کننده به‌راحتی می‌تواند قیمت‌ها را مقایسه کند. اما در ایران، به‌ویژه در برخی کالاها و برندها، رقابت محدود است و مصرف‌کننده انتخاب‌های چندانی ندارد. در چنین شرایطی، فروشگاه می‌داند حتی اگر تخفیفش واقعی نباشد، باز هم مشتری به دلیل نبود گزینه بهتر، خرید خواهد کرد. به‌خصوص وقتی انتظارات تورمی مردم را به سمت «هرچه زودتر خریدن» سوق داده است. مسئله دیگر، اعتماد عمومی است. در بازارهای باثبات، تخفیف بر پایه اعتماد شکل می‌گیرد: مصرف‌کننده می‌داند اگر روی برچسب ۳۰ درصد تخفیف نوشته شده، واقعاً ۳۰ درصد کمتر از قیمت معمول می‌پردازد. اما در ایران، تجربه‌های مکرر گرانی پنهان، تخفیف‌های صوری و بازی با قیمت‌ها، اعتماد مردم را فرسوده کرده است. با این حال، ترس از گرانی‌های بعدی و فشار معیشتی باعث می‌شود مردم به‌محض دیدن برچسب تخفیف، به سمت خرید هجوم ببرند نه از سر اعتماد، بلکه از سر نگرانی. بنابراین تفاوت اصلی در بازار و فشار فروشندگان به خریداران در این است که در بسیاری از کشورها تخفیف بخشی از استراتژی بازاریابی در یک اقتصاد نسبتاً باثبات است. اما در ایران، تخفیف اغلب به ابزاری برای مدیریت ظاهری قیمت‌ها در دل یک اقتصاد بی‌ثبات و تورمی تبدیل شده است. وقتی نظارت مؤثر نباشد، قیمت پایه شفاف نباشد، تورم مزمن باشد و انتظارات تورمی هر روز تشدید شود، تخفیف دیگر یک امتیاز واقعی برای مصرف‌کننده نیست؛ بیشتر شبیه پرده‌ای است که روی گرانی کشیده می‌شود. این وضعیت، بیش از هر چیز، یک پیام روشن دارد: تا زمانی که تورم مهار نشود و نظارت بر بازار جدی و پیشگیرانه نباشد، تخفیف در ایران بیشتر «روایت» خواهد بود تا «واقعیت».