

# مدارسی تا پایان شهریور از شنبه تا چهارشنبه دایر هستند

۷۵۰ هزار دانش آموز برای دریافت کتب درسی ثبت نام نکرده‌اند



### مزایای راه‌اندازی سرویس استعلام آنلاین معاملات اموال غیرمنقول

قوه قضائیه از سازمان تأمین اجتماعی به‌خاطر راه‌اندازی سرویس استعلام آنلاین معاملات اموال غیرمنقول تقدیر کرد.

به گزارش خبرگزاری مهر، با توجه به گزارش چهل و ششمین جلسه «شورای راهبردی تمهیدات اجرای قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول» که متضمن اجرای تکالیف تأمین اجتماعی است، قوه قضائیه از این سازمان تقدیر به عمل آورد.

مردامه‌ام سال‌جاری در اجرای طرح‌های بیست‌گانه تحول‌آفرین و توسعه‌ای، اتصال برخط سازمان تأمین اجتماعی به دفاتر ثبت اسناد و املاک کشور در راستای عمل به قانون «الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول» محقق شد. به این واسطه سازمان تأمین اجتماعی به دلیل اجرای کامل ارائه خدمات فناورانه در راستای این قانون، مورد تقدیر شورای راهبردی تمهیدات اجرای قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول قرار گرفت.

در راستای اجرای قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول به عنوان یکی از زیرپروژه‌های طرح‌های بیست‌گانه تحولی، سازمان تأمین اجتماعی سرویس استعلام بدهی ماده ۳۷ قانون تأمین اجتماعی را به سازمان ثبت اسناد و املاک کشور ارائه کرده است. با بهره‌برداری از این سرویس در دفاتر ثبت اسناد رسمی، امکان استعلام آنلاین و فوری بدهی‌های مرتبط با حق اجتماعی به دلیل اجرای کامل ارائه خدمات فناورانه در راستای این قانون، مورد تقدیر شورای راهبردی تمهیدات اجرای قانون الزام به ثبت رسمی معاملات اموال غیرمنقول قرار گرفت.

استعلام آنی میزان بدهی و کاهش زمان و تسریع معاملات، پرداخت برخط بدهی، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و افزایش امنیت و شفافیت را می‌توان از مزایایی اجرای این طرح برای ذینفعان سازمان تأمین اجتماعی برشمرد. گفتنی است، پیش از راه‌اندازی سرویس استعلام بدهی ماده ۳۷ قانون تأمین اجتماعی، استعلام مربوطه ممکن بود تا ۱۵ روز طول بکشد که باعث تأخیر در نقل و انتقالات و گاهی لغو معاملات می‌شد.

با اجرای طرح نیز پس از استعلام، در صورت وجود بدهی، لینک پرداخت برای مخاطبان ارسال می‌شود که افراد می‌توانند به صورت برخط نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام کنند. امکان پرداخت آنلاین بدهی بدون نیاز به حضور فیزیکی، هزینه‌های حمل‌ونقل و زمان را کاهش داده است.

از طرفی کاهش نیاز به رفت‌وآمدهای مکرر به شعب تأمین اجتماعی، پرداخت هزینه‌های جانبی مانند پست یا واسطه‌ها و جلوگیری از جریمه‌های دیرکرد بدهی‌ها، کاهش هزینه‌های مخاطبان را موجب شده است. همچنین مخاطبان در زمان انجام معامله می‌توانند از عدم وجود بدهی خود اطمینان حاصل کنند، که این مهم منجر به کاهش دعاوی حقوقی می‌شود.

سازمان تأمین اجتماعی با اجرای طرح‌های بیست‌گانه، در مسیر توسعه خدمات الکترونیک و هوشمندسازی فرآیندها گام برمی‌دارد تا با کاهش بروکراسی، تسهیل خدمات و افزایش رضایت عمومی، نقش مؤثر خود را در اجرای قوانین ملی ایفا کند.

### آگهی برگزاری مجمع عمومی - عادی نوبت اول و انتخابات اعضاء هیئت مدیره و بازرسین کانون کارگران بازنشسته تامین اجتماعی شهرستان باوی (ملاثانی)

احتراما بدینوسیله به اطلاع کلیه کارگران بازنشسته تامین اجتماعی شهرستان باوی(ملاثانی) می‌رساند مجمع عمومی – عادی نوبت اول کانون کارگران بازنشسته شهرستان باوی (ملاثانی) روز شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۷/۱۲ ساعت ۷ صبح درمحل کانون بازنشستگان و مستمری بگیران تامین اجتماعی شهرستان باوی (ملاثانی) واقع در: شهرستان ملاثانی – کوی قدس – کوی فرهنگیان – خیابان ۲۳ – جنب سازمان تامین اجتماعی شعبه ملاثانی بر گزار می گردد. لذا حضور کلیه کارگران بازنشسته شهرستان باوی (ملاثانی) در مجمع عمومی الزامی است.

دستور جلسه:

۱-ارائه گزارش عملکرد هیئت مدیره درسال ۱۴۰۳

۲- ارائه گزارش صورتهای مالی سال ۱۴۰۳ و تصویب آن

۳-ارائه گزارش بازرسین درسال ۱۴۰۳

۴- ارائه بودجه پیشنهادی و تصویب آن

۵-انتخابات اعضاء اصلی و علی البدل هیئت مدیره و بازرسین همراه داشتن کارت عضویت و کارت ملی جهت شرکت در مجمع عمومی الزامی است.

لازم به ذکر است کسانی که تمایل به عضویت در هیئت مدیره و بازرسین کانون را دارند از تاریخ ۱۴۰۴/۰۷/۰۵ به مدت یک هفته کاری فرصت دارند با در دست داشتن حکم بازنشستگی و کارت عضویت به کانون بازنشستگان شهرستان باوی (ملاثانی) مراجعه فرمایند.

هیات مدیره کانون بازنشستگان تامین اجتماعی شهرستان باوی (ملاثانی)

مهدی حاجی شمسایی معاون برنامه‌ریزی و توسعه آموزش و پرورش استان تهران نیز اعلام کرد: دانش آموزانی که هنوز ثبت نام خود را کامل نکرده‌اند باید نسبت به ثبت نام کامل اقدام کنند.
بهارلو مدیر کل آموزش و پرورش شهرستان‌های تهران نیز گفت: ثبت‌نام دانش آموزان منطقه به منطقه و وضعیت کتب درسی دانش آموزان مورد بررسی قرار گرفته است. کار ثبت‌نام دانش آموزان در حال پیگیری و جای نگرانی نیست.

ثبت سفارش کتب‌های درسی تا ۳۰ شهریور تمدید شده و مدارس تا پایان شهریور، ۵ روز اول هفته دایرند تا ثبت‌نام‌ها به اتمام برسد. همچنین آموزش و پرورش به مدارس اعلام کرده که دانش آموزان می‌توانند از روبوش سال گذشته خود استفاده کنند.منبع: ایسنا

به گفته مدیرکل آموزش و پرورش شهرستان‌های تهران ثبت‌نام دانش آموزان در مدارس و کتب درسی آنها منطقه به منطقه مورد بررسی قرار گرفته و جای نگرانی نیست.
باشگاه خبرنگاران جوان – ثبت‌نام کتاب درسی ۹۵ درصد دانش آموزان تاکنون انجام شده و ۷۵۰ هزار دانش آموز هنوز ثبت سفارش کتب درسی خود را انجام نداده‌اند که به گفته علوی تبار، معاون سازمان پژوهش و برنامه ریزی درسی بیشترین عدم ثبت سفارش مربوط به پایه‌های ورودی اول، هفتم و دهم است.

ثبت سفارش نکرده‌ها در واقع کسانی هستند که هنوز ثبت نام نکرده‌اند که به دلایلی از جمله مسافرت، ثبت‌نام در مدارس سمداد و شاهد و نمونه دولتی و یا تجدیدهای شهریور می‌توان برای این عدم ثبت نام اشاره کرد.

## برنامه‌ریزی قانونگذار برای افزایش نرخ باروری تا سال ۱۴۰۷

فاصله قابل توجه این نرخ با قانون



مرکز آمار ایران به روزرسانی‌شده است. به این ترتیب می‌توان گفت تعدد آمارهای اعلامی از میزان نرخ باروری کل چالش‌های متعددی را برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، دستگاه‌های اجرایی و کارشناسان به وجود آورده است. با توجه به اینکه منطبق بر تبصره بند ۲» ماده (۱) قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت، اعطای بسیاری از حمایت‌ها و مشوق‌های قانون منوط به کمتر بودن نرخ باروری شهرستان محل زادگاه پدر یا فرزند از ۵.۲ فرزند است، ضرورت به روزرسانی و دقت در اعلام این آمار در کنار تعیین نهاد مرجع اعلام نرخ باروری کل احساس می‌شود.

برای تحقق نرخ باروری ۲/۵ فرزند در سال ۱۴۰۷، وضعیت رشد نرخ باروری کل در هر سال چگونه باید باشد؟
در قانون برنامه هفتم پیشرفت منطبق بر سیاست‌های کلی برنامه سنجه عملکردی نرخ باروری کل مورد انتظار در پایان برنامه ۲/۵ فرزند اعلام شده است. به عبارت دیگر، برخلاف سایر شاخص‌های ماده (۷۹) که در آنها نرخ رشد اعلام شده بود، در این شاخص عدد کمی مورد انتظار در پایان برنامه مشخص شده است. حال سؤال این است؛ برای تحقق نرخ باروری ۵.۲ فرزند در سال ۱۴۰۷ وضعیت رشد نرخ باروری کل در هر سال چگونه باید باشد؟

روش‌های متعددی جهت محاسبه نرخ رشد نرخ باروری کل از ۵.۱ در سال ۱۴۰۲ به ۵.۲ فرزند در سال ۱۴۰۷ وجود دارد. در روش خطی می‌توان نرخ رشد ثابتی را در نظر گرفته و سالیانه میزان نرخ باروری را متناسب با آن برآورد کرد، در این حالت با فرض رشد خطی ثابت ۱۸۴۰۰ رشد نرخ باروری کل از سال ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۷ قابل برآورد بوده است.

با این حال، محاسبه نرخ رشد علاوه بر روش خطی با روش پلکانی نیز ممکن است. در روش پلکانی فرض بر این است که تأثیر سیاست‌ها و مداخلات جمعیتی بر نرخ باروری کل به یک میزان نیست و بنابراین نباید

این سنجه مهم‌ترین سنجه نشان‌دهنده میزان فرزندآوری در جامعه است؛ چراکه نشان می‌دهد هر زن واقع در سن باروری (۴۹-۱۵ سالگی) چند فرزند می‌دنيا می‌آورد. با این حال، احصای آن با چالش‌های متعددی مواجه بوده و در سال‌های اخیر به یکی از آمارهای نسبتاً بحث برانگیز در این حوزه تبدیل شده است.

**چالش‌های استخراج آمارهای نرخ باروری**
تشتت در آمار نرخ باروری کل بین دستگاه‌های مختلف آماری و عدم به روزرسانی مستمر آن از جمله چالش‌هایی است که در حوزه استخراج این داده وجود دارد لذا برای محاسبه شاخص میزان باروری کل، از یک سو تعداد موالید ثبت شده تا یک سال پس از وقوع در هر سال به تفکیک شهرستان محل سکونت (محل اقامت مادر) و برحسب گروه‌های سنی مادران نیاز است و از سوی دیگر، آمار جمعیت زنان واقع در سن باروری (۱۵- ۴۹ ساله)، عدم اجرای سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۴۰۰ جهت دستیابی به اطلاعات فوق علل اصلی چالش‌های مذکور است. همچنین عدم دسترسی به آمار مهاجرت بین شهرستان‌ها و استان‌های کشور به علت عدم به روزرسانی مستمر آدرس پستی افراد و تطبیق آن با کد ملی از جمله چالش‌های دیگری است که پیش روی احصای نرخ باروری کل وجود دارد.

در حال حاضر از منظر حقوقی بین مرکز آمار ایران و سازمان ثبت احوال کشور بر سر مرجعیت اعلام نرخ باروری کل اختلاف نظر وجود دارد و هر یک از دو نهاد مذکور به صورت مستقل نسبت به اعلام این نرخ اقدام می‌کنند.

**تفاوت نرخ باروری کل اعلامی بین ثبت احوال کشور و مرکز آمار ایران**

تفاوت نرخ باروری کل اعلامی بین ثبت احوال کشور و مرکز آمار ایران در سال ۱۴۰۰ قابل توجه است. از سوی دیگر، نرخ باروری کل پس از سال ۱۴۰۰ توسط

### چرا عروسک «لبوبو» در ایران پر فروش شد؛ جای خالی جذابیت در تولیدات داخلی



یک تولیدکننده سباب بازی با اشاره به فروش بالای عروسک‌های «لبوبو» در ایران، جذابیت داشتن تولیدات بومی را یکی از دلایل فروش عروسک‌های خارجی برشمرد.

محمدعلی رئیس داد، تولیدکننده سباب‌بازی، در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با اشاره به فروش یک میلیون «لبوبو» در ایران گفت: متأسفانه فضای تبلیغات در ایران تأثیر زیادی بر ذهنیت مردم دارد.

بر همین لاس، تعداد زیادی اقدام به خرید این عروسک‌ها کرده‌اند و می‌توان گفت که فروش این محصولات در سطحی بالاتر از حد معمول انجام شده است.

وی ادامه داد: تبلیغات در فضای مجازی نقش پررنگی داشته و جایگاه چنین عروسک‌هایی که تولید داخلی باشند واقعاً خالی احساس می‌شود. اگر خوب دقت کنیم، سال‌ها پیش عروسک‌های دارا و سارا داشتیم، اما آن‌ها نتوانستند جایگاه مناسبی در بازار پیدا کنند. به همین دلیل، اکنون شاهد استقبال گسترده از یک عروسک خارجی هستیم که حتی به ایران هم رسیده و بسیاری از کودکان ایرانی علاقه دارند این عروسک را داشته باشند؛ به طوری که تقریباً در تمام فروشگاه‌ها در دسترس است.

**تبلیغات حرف اول را می‌زند**

این تولیدکننده سباب‌بازی گفت: عروسک‌های داخلی نظیر داراو سارا از جذابیت کافی برخوردار نبودند تا بتوانند مورد توجه کودکان قرار گیرند. با وجود تبلیغاتی که توسط کانون پرورش فکری انجام شد، استقبال چندانی صورت نگرفت. از طرف دیگر، تأثیر فضای مجازی بر محبوبیت عروسک‌های خارجی قابل چشم‌پوشی نیست و بسیاری از افراد به این فضا وابسته شده‌اند؛ طوری که قیمت بالا مانعی برای خرید آن‌ها نیست.

وی افزود: تبلیغات نقش بسیار مهمی در موفقیت محصولات دارد، خصوصاً وقتی پای محصولاتی مثل یک عروسک خاص به میان باشد که بتواند به این تراز برسد. دلیل همه‌گیر شدن برخی محصولات در فضای ایران هم اغلب تأثیرپذیری از فضای خارجی است؛ یعنی چیزی که خارج از کشور مورد توجه و خرید قرار می‌گیرد، به‌دنبال آن در داخل نیز تقاضا پیدا می‌کند. این نشان می‌دهد که تبلیغات در کنار تولید، بخش حیاتی از فرآیند معرفی و موفقیت محصول است.

رئیس دادا گفت: با مسئولان فرهنگی زیادی صحبت کرده‌ام و همیشه این موضوع را مطرح کرده‌ام که اگر نتوانیم وسایل مفید و مناسب برای جامعه را در اولویت قرار ندهیم و معرفی نکنیم، جایگزینی محصولات غیرمفید و صرفاً تفریحی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. این مشکل نه از تولیدکننده، بلکه از کم‌کاری بخش‌های فرهنگی ناشی می‌شود. تولیدکننده‌ها به‌ندرت توانایی تبلیغ گسترده تلویزیونی دارند و همین موضوع باعث می‌شود که محصولات‌شان کمتر دیده شود.

وی افزود: ما همیشه تولیدات فرهنگی داشته‌ایم و هیچ‌وقت سمت تولید بازی‌های صرفاً تفریحی نرفته‌ایم. اما نبود تبلیغات مناسب باعث شده بسیاری از محصولات‌مان کمتر مورد توجه قرار گیرد. حتی زمانی که مسئولان فرهنگی در نمایشگاه‌ها از محصولات‌مان تمجید کرده‌اند، حمایت عملی از آنها در یافت نمی‌آید. این عدم حمایت موجب شده مردم بیشتر به سمت آنچه که تبلیغش را دیده‌اند متمایل شوند.

محصولات داخلی به دلیل تبلیغات اندک به جایگاه اصلی نرسیدند. این تولیدکننده گفت: سال‌ها تجربه به من نشان داده که تمامی تولیدات ما پتانسیل موفقیت بیشتری داشته‌اند، اما به دلیل کمبود تبلیغات مناسب نتوانسته‌اند به جایگاه شایسته خود برسند. به‌وضوح می‌توان گفت که اگر تبلیغات مؤثر برای محصولات‌مان انجام می‌شد، احتمالاً تأثیر بسیار مثبتی بر دیده شدن و توجه عموم داشت.

وی افزود: ما در گذشته یک محصول آموزشی ریاضی به سبک بازی طراحی و تولید کردیم که حقیقتاً بازی نبود، بلکه یک ابزار آموزشی جذاب بود. محصولی به نام «ترازوی حسابگر» که در مقطعی مورد توجه قرار گرفت، اما امروز متأسفانه به دلیل نبود تبلیغات مناسب، در انبارها خاک می‌خورد.رئیس دادا گفت: اگر نهادها و مؤسسات آموزشی از تولیدکنندگان کوچک حمایت کرده بودند، می‌توانستند محصولات آموزنده، باکیفیت و مقرون به‌صرفه‌تری را در یافت کنند. اما متأسفانه رویکردها غالباً به سمت محصولات بی‌ارزشی بوده که صرفاً جنبه سرگرمی دارند و گاهی حتی ارزش واقعی برای رشد فکری کودکان ندارند. برای مثال عروسک‌هایی که در بازار وجود دارند، بعد از چند روز برای کودک خسته‌کننده می‌شوند و هیچ جذابیتی بلندمدتی ندارند. این جای تأسف دارد که محصولات فاقد ارزش فکری بالا مورد توجه قرار گیرند، در حالی که ابزارهای آموزشی مؤثر و کاربردی بدون حمایت باقی بمانند.

**در تولیدات باید نیازهای مخاطب را سنجید**

وی ادامه داد: به نظر می‌رسد تولیدکنندگان عروسک‌های داراو سارا در طراحی و ارائه آن‌ها نتوانستند نیازهای مخاطبان را به‌درستی شناسایی کنند. اگر تخصص کافی داشتند و به‌خواسته‌های مصرف‌کنندگان اهمیت می‌دادند، می‌توانستند این خصوصیات را به‌طور مؤثرتری در تولید محصول اعمال کنند. از سوی دیگر، هزینه‌های زیادی برای ساخت این محصولات صرف شد، اما نتیجه نهایی مورد توجه بازار قرار نگرفت، زیرا ظاهر و کیفیت محصولات نتوانستند انتظارات جامعه را برآورده کنند.

این تولیدکننده گفت: مشکل دیگر این بود که تولید این محصولات عمدتاً داخلی نبود و سفارش آن به چین داده شده بود، که البته کیفیت مناسبی ارائه نشد. مقایسه‌ای هم بین عروسک‌های چینی وارداتی و نمونه‌های داخلی صورت گرفت، اما مصنوعات داخلی نه هیبت جذابی داشتند و نه توانستند از نظر ظاهری یا کاربردی قابل رقابت باشند. عدم توجه به جنبه‌های آموزشی، پرورشی یا تفریحی باعث شد که این محصولات نتوانند جایگاه خاصی در میان مخاطبان پیدا کنند. وی افزود: ارتباط دیگری که در این بحث مطرح شد، درباره تبلیغات مؤثر بود. مثال‌هایی مانند شکلات معروف دبی یا توپ کشی قدیمی که در گذشته با تبلیغات گسترده داخلی موفقیت چشمگیری داشتند، نشان داد که تبلیغ خوب می‌تواند یک محصول را به‌خوبی در بازار معرفی کند، حتی اگر ذاتاً کیفیت بالایی نداشته باشد. اما نکته‌ای که در این میان برجسته بود، تأکید بر استفاده بهینه از تبلیغات برای دست‌یابی به موفقیت در فروش محصولات است. متأسفانه در مواردی مانند عروسک‌ها، چنین میمان تبلیغاتی انجام نشد یا اگر انجام شد، اثرگذار نبود و محصول نتوانست جایگاه قابل توجهی در بازار پیدا کند.

رئیس دادا گفت: روشن است که برای موفقیت یک محصول، هم باید به جنبه‌های کاربردی و ظاهری توجه کرد و هم تبلیغات مناسب برای آن انجام داد تا بتواند حضور موثقی در بازار داشته باشد.