



به منظور حمایت از فرهنگ کتابخوانی انجام شد

حضور متفاوت تأمین اجتماعی در نمایشگاه کتاب تهران

۴

نشریه تخصصی رفاه و تأمین اجتماعی

۴۲۹

Sunday \ 12 May \ 2024

یکشنبه / ۲۳ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳

Vol.9 \ No.429 \ 30,000 Rls

سال نهم / شماره ۴۲۹ / ۳۰,۰۰۰ ریال

ویترین

سفر استانی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی به قم

مرتضوی از پروژه مسکن ملی سلفچگان بازدید کرد

۲

خبر خوب مدیر عامل سازمان تأمین اجتماعی هم‌زمان با آغاز به کار
نمایشگاه کتاب

هدیه ۴۰۰ هزار تومانی خرید کتاب برای بیمه‌شدگان

۲

۵۲۰ هزار زن خانه‌دار بهره‌مند از خدمات بیمه‌ای تأمین اجتماعی

۵

مدیر عامل سازمان تأمین اجتماعی در بازدید از نمایشگاه کتاب و غرفه «خانواده ما» تشریح کرد

موضع فعال سازمان تأمین اجتماعی در موضوع خانواده و جوانی جمعیت

۳

نقش مؤثر بخش‌های تعاونی و خصوصی در تحقق شعار سال

برای تحقق شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» قبل از هر چیز نیاز به توسعه بخش تعاون و تسهیل‌گری در ایجاد و رونق تعاونی‌های شهری و روستایی داریم؛ در مرحله بعد، واگذاری‌های حساب‌شده و با دقت و حمایت کافی از بنگاه‌های خصوصی می‌تواند در پیشبرد مشارکت مردم در اقتصاد ملی مؤثر باشد. در شعار سال ۱۴۰۳، جهش تولید به «مشارکت مردم» گره خورده است. سال‌هاست که مقام معظم رهبری، تولید و رونق آن را به عنوان راهبرد اصلی سال تعیین می‌کنند، اما امسال «مشارکت مردم» راهکار کلیدی جهش تولید در کشور معرفی شده است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در سخنرانی نوروز سال ۱۴۰۳ تأکید کردند: «در سال جدید نیز مسئله عمده کشور همچنان «اقتصاد» است؛ زیرا نقطه ضعف اساسی کشور در این حوزه است و باید در این زمینه فعال عمل شود. ایشان با تأکید بر اینکه جهش در تولید بدون حضور مردم در اقتصاد و عرصه تولید امکان‌پذیر نیست، فرمودند: «باید موانع حضور مردم در بخش تولید برطرف شود و ظرفیت‌های بزرگ مردمی فعال شوند.»

معظم‌له افزودند: «جمع‌بندی نظرات کارشناسان اقتصادی ما را به این نتیجه می‌رساند که کلید حل مشکلات اقتصادی کشور از جمله تورم، اشتغال و ارزش پول ملی مسئله «تولید» است. به همین دلیل در چند سال گذشته بر موضوع تولید تکیه شده است.»

۷

سه گام عملی برای افزایش صادرات به قاره آفریقا

قاره آفریقا طی یک دهه اخیر شاهد رشد چشمگیر مبادلات تجاری با شرکای آسیایی خود بوده است. قرار گرفتن چین و هند به عنوان قدرت‌های اقتصادی نوظهور آسیایی در کنار اتحادیه اروپا و ایالات متحده به عنوان شرکای عمده تجاری آفریقا بیانگر اهمیت این قاره در چیدمان آینده قدرت بین‌المللی است. این درحالی است که استراتژی دولت‌ها برای توسعه دیپلماسی تجاری و ورود به بازار قاره آفریقا در کنار توجه به مزیت رقابتی محصولات، بی‌تردید منوط به اراده و هماهنگی در سطح کلان بوده است. بنابراین تمامی ابزارهای دولت و بخش خصوصی باید در جهت توسعه دیپلماسی تجاری فعال شود؛ امری که در دولت مردمی سیزدهم زمینه برای اجرای آن فراهم شده است.

تجارت ایران با کشورهای قاره آفریقا سالانه قریب به ۱،۲ میلیارد دلار است که ۱،۱ میلیارد دلار آن را صادرات تشکیل می‌دهد. بیشترین میزان تجارت خارجی بین ایران و آفریقا در سال ۱۴۰۱ اتفاق افتاد و به حدود یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار رسید، اما این عدد در مقایسه با تجارت کشورهای دیگر با قاره آفریقا قابل توجه نیست. به همین دلیل سازمان توسعه تجارت اعلام کرده که برای تصاحب سهم بیشتر از بازار این قاره برنامه‌ریزی‌هایی در نظر گرفته است.

۸