



ابوالحسن قورچیان

سرپرست اداره کل تأمین اجتماعی البرز

۳۰۷۰ گامی بلند در تعالی تأمین اجتماعی

اجرای طرح ۳۰۷۰ با هدف کاهش مراجعات حضوری و تسریع در ارائه خدمات به شرکاء اجتماعی سازمان گام بلندی در تعالی و پیشبرد سازمانی پویا و چابک است و محاسن بسیاری در کاهش حضور مراجعان، کاهش هزینه‌ها، جلوگیری از تردها اضافی و... را به دنبال دارد که کاهش هزینه‌ها و ملزومات اداری (تهیه کاغذ و کپی و...) کمک به کاهش ترافیک و آلودگی هوا، تصادفات درون شهری و ... از این موارد است. پهنه جهانی وب، تأثیر شگرفی بر ارتباطات و تعاملات مردم داشته و این تنوع و ظرفیت، فرصت‌ها و تهدیدهایی را پیش روی انسان عصر مدرن قرار داده و چه بخواهیم چه نخواهیم ناچار به تغییر سبک زندگی سنتی به دیجیتالی (digital Lifestyle) هستیم؛ یعنی استفاده از ابزارهای دیجیتالی برای گسترش ارتباطات، تبادل اطلاعات و همچنین تسهیل و تسریع فرایندهای بیمه‌ای، تحول دیجیتال ۳۰۷۰ زمینه ایجاد سبک زندگی دیجیتالی برای انسان امروز شد؛ سبک زندگی خاصی که پیش از این تا این اندازه چشمگیر و تأثیرگذار محسوب نمی‌شد. همچنین این انقلاب موجب افزایش خدمات دیجیتالی شد و به ارائه شیوه خلاقانه جوان‌پسند پرداخت. روی آوردن به گوشی‌های تلفن همراه علاوه بر ایران، سبک زندگی چند میلیارد نفر از ساکنان کره زمین را تغییر داد، به طوری که افراد هر روز بخشی از وقت روزانه خود را در دنیای دیجیتال صرف می‌کنند. ۹۲٫۸ درصد از جامعه آماری از اینترنت استفاده می‌کنند و مردم به طور متوسط بین ۲ تا ۳ ساعت در روز از اینترنت استفاده می‌کنند که با توجه به اجرای این طرح و سهولت در کار، این امر می‌تواند موجب ترغیب مردم به بیمه شدن و بزرگتر شدن گستره تأمین اجتماعی در دنیا باشد. از تأثیرات خوب این طرح ۳۰۷۰ می‌توان به گرایش افراد مسن‌تر و با اطلاعات کمتر به آشنایی و یادگیری کار با دنیای دیجیتال ۳۰۷۰ و همچنین رفع موانع جسمی هر کنتی بدنی جهت رسیدن به خواسته‌های مستمری‌بگیران و از کار افتادگان تأمین اجتماعی در سایه آرامش و امنیت خانه نام برد. با ایجاد طرح خدمات خدمات غیر حضوری سازمان تأمین اجتماعی به سمتی می‌رود که پایگاه داده‌ها و اطلاعات کامل بیمه‌شدگان به صورت تجمیعی در دست کارمندان سازمان به صورت یکپارچه وجود دارد و انجام عملیات و خدمات سازمان راحت‌تر امکان‌پذیر خواهد بود. از دیگر مزیت‌های خدمات غیر حضوری و تشکیل پرونده سلامت در سیستم و نسخه الکترونیک این است که به درستی می‌دانیم وضعیت سلامت ما چگونه است. سلامت الکترونیک شامل آموزش پیشگیری، درمان و پس از درمان است. همه این امور به شکل غیر حضوری و از راه دور انجام می‌شود. همچنین پزشک که برای درمان جدید نیاز به سابقه بیمار دارد به راحتی به سابقه بیماری و مصرف دارو دسترسی کامل دارد که این موضوع به بهبود کیفیت درمان بیمار بسیار کمک می‌کند.



لیلا مرگن

روزنامه نگار

اگر شرایط فراهم شود و بنا باشد از برندهای خارجی استفاده کنیم، نباید مانند سابق ۵۰ تا ۶۰ درصد بازار را در اختیار کشور فرانسه بگذاریم که طی چند دهه حضور در ایران از بعد صادرات تحقیقات، توسعه، ساخت داخل و غیره خوب عمل نکرده‌اند

دور دوم مذاکرات برجام با رفتن ترامپ از رأس هرم قدرت آمریکا، چندی است که آغاز شده است. اگر چه هنوز اخبار ضد و نقیضی از به سرانجام رسیدن این مذاکرات به گوش می‌رسد اما گمانه‌زنی‌ها بر سر اینکه کدام برندهای خودروسازی خارجی با احیای برجام به ایران بازمی‌گردند، آغاز شده است. در همان روزهای نخستین که سخن از احیای برجام بود، نخستین نکته‌ای که در محافل فعالان صنعت خودرو مطرح می‌شد این بود که آیا پژو و رنو به ایران بازمی‌گردند؟ البته بازگشت این دو برند به ایران مخالفان و موافقانی هم دارد، اما هنوز این دو خودروساز خارجی رسماً موضوع خود را برای بازگشت به ایران اعلام نکرده‌اند. در برخی اخبار آمده بود که پژو اعلام کرده دیگر حاضر نیست ریسک بازگشت به بازار کوچک ایران را در مقابل بازار بزرگ آمریکا بپذیرد. گمانه‌هایی هم درباره رنو مطرح است. برخی منابع مطلع می‌گویند که این خودروساز فرانسوی در همه پلنت‌های خارجی‌اش یک الگو را پیش برده و آن فعالیت مستقل است. بنابراین اگر رنو به ایران بازگردد قصد دارد که کارخانه متعلق به خود را در کشور راهاندازی کند. اما این گمانه‌ها چقدر درست است؟ آیا رنو و پژو بدون هیچ مشکلی به ایران بازمی‌گردند؟ رفتار ایران با این دو خودروساز چگونه باید باشد؟

خودروسازان خارجی منافع بزرگ را فدای نمی‌کنند

سعید مدنی، مشاور سابق مدیرعامل سایپا در گفت‌وگو با «آتی‌نو» درباره احتمال بازگشت رنو و پژو به ایران بیان می‌کند: «به هر حال اگر برجام به نتیجه برسد، خیلی‌ها ممکن است تمایل داشته باشند که به ایران بیایند.»

او می‌گوید: «پژو مدتی از ایران رفت و دست ایران خودرو را در پوست گردو گذاشت. این خودروساز ایرانی نیز مجبور شد به سمت پژوی چین برونود و بخشی از نیازهای خود را از این کشور وارد کند تا بتواند روی پای خود بایستد.»

مدنی ادامه می‌دهد: «بخشی از نیازهای خودروسازان ایرانی را هم بچه‌های داخل توانستند از مسیر ساخت داخل تأمین کنند.»

او که در زمان خروج رنو از ایران در وزارت صمت و همچنین سایپا مشغول به فعالیت بوده است، یادآوری می‌کند: «زمانی که رنو ایران را ترک کرد، اعلام کرد که در صورتی که بخواهد مجدداً به ایران بازگردد؛ دو سال طول خواهد کشید. رنو می‌خواست در ایران سرمایه‌گذاری کند. سرمایه‌گذاری سنگینی هم بود.» مشاور سابق مدیرعامل سایپا می‌گوید: «رنو با ایران

مذاکرانی داشت و قرار بود پلنتی با ظرفیت حدود ۵۰۰ هزار دستگاه در ایران ایجاد کند، اما عملاً این سرمایه‌گذاری انجام نشد.» او اضافه می‌کند: «طبق توافقی که با پژو-سیتروئن داشتیم، این شرکت اقدام به سرمایه‌گذاری در ایران کرد. ۵۰ درصد سهام شرکت سایپا کاشان را خرید و آنجا تبدیل به شرکت سایپا-سیتروئن شد.» مدنی عنوان می‌کند: «بعد از فشاری که از طرف ترامپ آمد، سیتروئن هم سرمایه‌گذاری خود را رها کرد و از ایران رفت.»

به گفته مدنی، خودروسازان خارجی منافع سنگینی در کشورهای دیگر دارند و تحت فشار آمریکا معمولاً منافع بزرگشان را فدای منافع کوچک نمی‌کنند. او ادامه می‌دهد: «شرکت رنو سهامدار نیسان است. ما در زمان ترامپ مکاتباتی با این شرکت داشتیم. مسئول شرکت در آن زمان کارلوس کورن بود. او به ما اعلام کرد آمریکا شرکت رنو را تهدید کرده است که اگر از ایران خارج نشود، اجازه شرکت در مناقصه تاکسی‌های نیویورک آمریکا را به آنها ندهد.» مشاور سابق مدیرعامل سایپا می‌گوید: «با توجه به اینکه نیسان در ایران در سال ۱۰ هزار تا ۲۰ هزار خودرو مثل ماکسیما و غیره تولید می‌کرد و سالیانه نزدیک به یک میلیون خودرو در آمریکا به فروش می‌رساند، ناگزیر شد ایران را رها کرده و از کشور خارج شود.»

حفظ سیاست‌های زمان تحریم

مشاور سابق مدیرعامل سایپا عنوان می‌کند: «در حال حاضر بعد از برجام باید حواس‌مان جمع باشد تا گرفتار مشکلات قبلی نشویم. ما در جنگ اقتصادی هستیم و باید از فضای رقابتی که در ایران ایجاد می‌کنیم، بتوانیم بهره‌برداری لازم را ببریم.»

به گفته او، فضای رقابتی در ایران به این شکل خواهد بود که روی پلتفرم داخلی کار کنیم. حتی اگر برجام به نتیجه برسد و مشکلات حل شود، ما باید سیاست‌های زمان تحریم و برنامه‌ریزی آن مقطع را ادامه دهیم. مدنی اضافه می‌کند: «متأسفانه به محض اینکه تحریم‌ها برداشته و فروش نفت خوب می‌شود، دلارهای نفتی وارد کشور می‌شود، بسیاری از برنامه‌ریزی‌های خود را فراموش می‌کنیم. ما باید از این به بعد بر اساس اقتصاد جنگ و شرایط تحریم فعالیت‌های خود را ادامه دهیم. تحریم‌ها که برداشته می‌شود، کمک زیادی می‌کند که پروژه‌ها سریع‌تر پیش بروند و کارها بهتر انجام شود.»

او با اشاره به اینکه شرکت‌های خارجی موضوع‌شان در قبال حضور در ایران را رسماً اعلام نکرده‌اند، یادآور

می‌شود: «شرکت‌های خارجی خیلی آهسته و با تعلیق شرایط را بررسی می‌کنند. من فکر نمی‌کنم به این زودی‌ها به ایران بازگردند. شاید بخواهند واردات خودرو انجام دهند که مشمول تحریم نیست و خودروهای خود را توسط شرکت‌های ایرانی به صورت (CBU) وارد کنند که باید حواس‌مان به این قضیه باشد.»

مشاور سابق مدیرعامل سایپا تأکید می‌کند: «اگر بنا به استفاده از روش واردات برای همکاری باشد، این واردات باید بدون انتقال ارز انجام شود.» او بیان می‌کند: «واردات خودرو بد نیست و به اقتصاد ما هم کمک می‌کند. به خودروسازان داخلی ما زیاد ضربه نمی‌زند؛ زیرا کلاس خودروهایی که به ایران وارد می‌کنند بالا است و در ایران تولید نمی‌شوند. واردات می‌تواند اندکی بازار را تعدیل کند.»

نیاز به تغییر استراتژی برای استفاده از برندهای خارجی

مدنی با اشاره به صحبت‌های مدیرعامل رنو درباره اینکه ورود این برند به ایران حداقل دو سال طول خواهد کشید، ورود فرایند بازگشت رنو و پژو زمان‌بر توصیف می‌کند.

او می‌گوید: «اگر شرایط فراهم شود و بنا باشد از برندهای خارجی استفاده کنیم، نباید مانند سابق ۵۰ تا ۶۰ درصد بازار را در اختیار کشور فرانسه بگذاریم که طی چند دهه حضور در ایران از بعد صادرات تحقیقات، توسعه، ساخت داخل و غیره خوب عمل نکرده‌اند.» مدنی اضافه می‌کند: «باید بخشی از بازار را به برندهای دیگر خارجی مثل آلمانی، ایتالیایی و غیره قرار دهیم. با برنامه‌ریزی وزارت صمت باید ۵۰ درصد تولیدات پلتفرم داخلی باشند و ۵۰ درصد بقیه بین کشورهای خارجی تقسیم شوند تا همه برندها رقیب داشته باشند و ما بتوانیم یک قرارداد برد-برد داشته باشیم.»

دست بالاتر ایران برای بازگشت برندهای خارجی

محمدرضا نجفی‌منش، رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی نیز درباره بازگشت رنو و پژو به ایران در گفت‌وگو با «آتی‌نو» عنوان می‌کند: «برندهای خارجی منتظر نتیجه مذاکرات هستند. ما هر چه بگوییم حدس و گمان است و اهمیت ویژه‌ای ندارد اما برندهای خارجی تمایل دارند با ایران کار کنند.» او ادامه می‌دهد: «این بار ما شرایط بازگشت برندهای خارجی را تعیین می‌کنیم، زیرا دست بالا را داریم.» به گفته نجفی‌منش، بعد از خروج برندهای خارجی با وجود همه مشکلات در کشور و نبود (CKD) کار

دور دوم مذاکرات برجامی در جریان است و هنوز خروجی نهایی آن مشخص نیست، اما سیگنال‌هایی از سوی رنو و پژو برای بازگشت به ایران دریافت می‌شود. اگر چه هنوز مواضع رنو و پژو در قبال بازگشت به کشور چندان شفاف نیست، اما فعالان صنعت خودرو بر این باورند که بازگشت این دو خودروساز به بازار ایران قطعی است. البته فعالان این صنعت بر این باورند که این بار و در صورت بازگشت رنو و پژو به ایران از آنجا که ما دست بالا را داریم باید برای ورود این دو خودروساز به بازار ایران شرط بگذاریم. شاید هم بهتر باشد که فقط نیمی از بازار ایران را در اختیار برندهای خارجی قرار دهیم و حتی همان سهم ۵۰ درصدی در نظر گرفته شده برای خارجی‌ها را نیز میان دیگر برندهای خارجی متعلق به کشور آلمان، چین و غیره تقسیم کنیم. فعالان صنعت خودرو بر این باورند که این بار نباید به نحوی عمل کنیم که با خروج برندهای خارجی از ایران، آسیبی به صنعت خودروسازی کشور وارد شود.

(بسته‌ای کامل، شامل تمام قطعاتی است که برای تولید وسیله نقلیه باید به هم متصل شود)، نزدیک به ۹۵۰ تا ۹۶۰ هزار خودرو تولید شده است. این موضوع نشان‌دهنده توان ایران است.

او یادآور می‌شود: «با خروج برندهای خارجی علاوه بر تولید پراید و ۴۰۵ رده خارج شده، ایران توانست خودروهای جدیدی مانند تارا و دنا اتوماتیک و... هم تولید کند.»

نجفی‌منش می‌گوید: «آنچه گفتم به این مفهوم است که ما در غیاب برندهای بین‌المللی توانسته‌ایم از آب و گل بیرون بیاوریم، اما به مفهوم آن نیست که نیازی به همکاری با برندهای خارجی نداریم. حتماً باید به همکاری با آنها ادامه دهیم، اما نیاز است با شرایط بهتر و محکم‌تر این همکاری از سر گرفته شود که در صورت خروج مجدد این برندها، خودروسازی ایران صدمه کمتری ببیند. این بار ما باید شرایط را تعیین کنیم.» او اضافه می‌کند: «وقتی هند می‌خواهد خودروی جدیدی به کشورش وارد کند، می‌گوید حداقل باید ۸۰ درصد این خودرو داخلی‌سازی شود. ما هم می‌توانیم از چنین الگوهایی استفاده کنیم.»

برندهای خارجی بدعهدی نکردند

رئیس انجمن صنایع همگن قطعه‌سازی خروج برندهای خارجی از ایران را ناشی از فشارهای آمریکا اعلام کرد و آن را مصداق بدعهدی نمی‌داند. او می‌گوید: «پژو در ایران سرمایه‌گذاری کرده بود. مبلغ ۳۵۰ میلیون یورو در ایران سرمایه‌گذاری کرده بود که تحت فشار آمریکا مجبور شد سرمایه خود را رها کرده و برود.»

نجفی‌منش می‌گوید: «برای تداوم همکاری باید شرایط حال را نگاه کنیم و نباید توجهی به گذشته‌های تاریخی داشته باشیم. باید ببینیم چه چیزی به نفع ما است. و گرنه باید همکاری با عراق را به خاطر جنگ هشت ساله فراموش کنیم و یا به دلیل حمله ترکیه در زمان عثمانی به ایران، با این کشور مبادله نداشته باشیم.» او درباره امکان همکاری با برندهای خارجی مختلف در ایران بیان می‌کند: «ما در ایران انواع برندهای آلمانی، چینی و غیره را قبل از اعمال تحریم‌ها داشتیم. در پیش‌بینی سند سال ۱۴۰۴ هم گفتیم که ۵۰ درصد بازار در اختیار برند داخلی و ۵۰ درصد هم در اختیار برند خارجی باشد.» او اضافه می‌کند: «ما برای صادرات به سرمایه‌گذاری خارجی و بازار ایزن برندها نیاز داریم. ما به خاطر نیاز به سرمایه و بازار صادراتی دست همکاری با برندهای خارجی را می‌فشاریم اما باید قرارداد برد-برد منعقد کنیم که ما هم از این همکاری منتفع شویم.»

کارشناسان از راه دراز پیش روی برندهای خارجی سخن گفتند

سیگنال‌های مثبت خودروسازان اروپایی برای بازگشت به ایران