

اخبار

صنعت بیمه به صورت اینشورتک اداره خواهد شد



یونس مظلومی، مدیرعامل بیمه تعاون معتقد است «اینشورتک از نظر میزان و حجم سرمایه گذاری هم از بقیه فین‌تک‌ها عقبتر بوده و به میزان قابل توجهی کمتر است اما هرچه جلوتر می‌رویم این سرمایه‌گذاری در حال افزایش است.» یونس مظلومی، مدیرعامل شرکت معتقد است «اینشورتک از نظر میزان و حجم سرمایه گذاری هم از بقیه فین‌تک‌ها عقبتر بوده جلوتر می‌رویم این سرمایه‌گذاری در حال افزایش است.» او با تاکید براینکه شرکت‌ها در این حوزه از کانال‌های مختلفی استفاده می‌کنند، افزود: «برخی از این شرکت‌ها در کنار اینکه دفاتر سنتی فروش خود را دارند، برای ارائه خدمات بهتر از روش‌های مبتنی بر تکنولوژی هم استفاده‌می‌کنند.»

مظلومی با تاکید براینکه پاندمی کرونا در دو سال گذشته سبب شده است که تغییرات استفاده از تکنولوژی در این صنعت چند برابر شده و سرمایه گذاری در آن بیشتر شود، گفت: «فقط در سه ماهه اول سال میلادی جاری دو هزار پاصد و پنجاه دو میلیارد دلار روی اینشورتک‌ها سرمایه گذاری شده است و این روند به سرعت در حال افزایش است.»

به اعتقاد مظلومی، در آینده استفاده از تکنولوژی‌ها و واژه اینشورتک به اندازه‌ای عادی خواهد شد که در سال‌های آتی، صنعت بیمه به صورت اینشورتک اداره خواهد شد.

او در ادامه افزود: «در حال حاضر از تکنولوژی‌های مختلفی مانند هوش مصنوعی، بلاکچین، رمزارزها، کلان داده و اینترنت اشیا، ابزارهای سیستمی، اتوماسیون و خودکارسازی و... در این صنعت استفاده می‌شود.»

بازدید مدیرعامل شرکت بیمه حکمت از شعبه مرکزی گرگان



نیما مومنی‌زاده مدیرعامل شرکت بیمه حکمت، از شعبه مرکزی گرگان دیدار کرد. مومنی‌زاده، ضمن دیدار صمیمانه با رئیس، کارکنان و نمایندگان فروش استان گلستان، نسبت به یادآوری اینکه فروش بیمه در بازار سهامداری فرصت مناسبی برای تقویت توان مالی نمایندگان است، بر اهتمام بیشتر برای افزایش نفوذ در بازار غیرسهامداری تاکید کرد. گفتنی است، امیرمحمد پورمند عضو هیئت مدیره و معاون برنامه ریزی و توسعه و حسام معتمدیان معاون توسعه مدیریت و منابع در این سفر مدیرعامل را همراهی کردند.

تکذیب تهاوت نفت با برنج پاکستانی غیرمعمول است

دبیر انجمن واردکنندگان برنج، تهاوت نفت با

برنج پاکستانی را رد کرد و گفت: اجرای این طرح غیرمعمول است.

به گزارش مهر، مسیح کشاورز مباحث مطرح شده مبنی بر تهاوت نفت با برنج پاکستان را رد کرد و گفت: به نظر می‌رسد صحبت مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در این زمینه سند باشد که گفته قیال فروش نفت، هیچ قراردادی در هیچ کشوری نداریم. وی تاکید کرد: ممکن است در زمینه فروش یکبار و زمانی که برای واردات برنج ارز ۴۲۰۰ تومانی تخصیص می‌یافت، قرار بود در ازای برقی که به پاکستان فروخته شده بود برنج وارد شود اما قیمتی که برای این محصول پیشنهاد دادند نزدیک به بازار آزاد بود و برای همین واردکنندگان آن را نپذیرفتند. درواقع چنین اقدامی غیرمعمول و غیر عملیاتی است و نیاز به انجام هماهنگی‌های گسترده در سطوح بالا از جمله بانک مرکزی و ریاست جمهوری دارد.

افزایش قیمت محمولات ایران خودرو بر بازار را بررسی کرد

آشفته بازار خودرو در گرو چند فاکتور اقتصادی



مجوز افزایش قیمت محصولات ایران خودرو و سایپا صادر شد. بالاخره پس از یک ماه بلاتکلیفی روز گذشته قیمت جدید برای محصولات خودرو اعلام شد و هر ۲ خودروساز مجوز افزایش قیمت گرفتند و بر این اساس قیمت جدید محصولات بر مبنای تورم پخشی ۱۸ درصد را اعلام کردند.



این کارشناس بازار خودرو افزود: همانگونه که پایین نگه داشتن قیمت سبب کنترل تورم نمی‌شود و بالابردن قیمت کارخانه نیز سبب افزایش قیمت‌ها نمی‌شود و می‌توان قاطعانه گفت که افزایش قیمت اخیر هیچ تأثیری در بازار ندارد.

وی در پاسخ به این پرسش آیا ممکن است افزایش قیمت کارخانه جو روانی را در بازار به وجود بیاورد یا خیر گفت: چنین خبرهایی نمی‌تواند جو روانی منفی را به بازار مخابره کند. به عنوان مثال اگر بگویند در سال آینده قیمت یک دلار چندین برابر می‌شود آیا شهروندان معمولی می‌توانند اقدام به خرید دلار کنند؟ قطعاً خیر اکنون سرمایه‌ای وجود ندارد که بخواهند اقدام به جمع‌آوری و خرید دلار کنند بنابراین چنین خبرهایی نمی‌تواند جو روانی به بازار مخابره کند و تنها جامعه افسرده خواهد شد.

زواره ادامه داد: ما اکنون از جامعه صحبت می‌کنیم که در سال‌های اخیر تحت تأثیر تورم بالای ۳۰ درصد بوده‌است اکنون دیگر افراد معمولی توانی ندارند که بخواهند تحت تأثیر اخبار و سیگنال‌های روانی قرار بگیرند.

این کارشناس بازار خودرو اظهار کرد: نگرانی من بیش از اینکه به خاطر افزایش قیمت خودرو توسط خودروسازان باشد به دلیل افزایش قیمت کالاهای اساسی همچون گوشت مرغ است. این مسئله نگرانی بیشتری نسبت به تغییر قیمت خودرو دارد. وی در ادامه صحبت‌هایش به اختلاف قیمت کارخانه با بازار و بی‌تفاوتی بازار به این اختلاف اشاره کرد و گفت: محصولات ایران خودرو حتی پس از افزایش قیمت اختلاف قیمت متفاوتی با خودروهای بازار دارد و در این شرایط بازار بر اساس اولویت‌های خود قیمت‌ها را تنظیم و تعیین می‌کند.

زاوه در بخش دیگری از صحبت‌هایش به بررسی وضعیت بازار خودرو تا پایان سال جاری پرداخت و در این‌باره گفت: بازار خودرو تا پایان سال همچنان افزایش خواهد بود. در خوشبینانه‌ترین حالت شاید بتوانیم خودرویی همانند ۲۰۶ را در پایان سال با ۳۰۰ میلیون تومان جمع کنیم.

تاثیر چند فاکتور بر وضعیت بازار خودرو

سپهر زنگنه، کارشناس بازار خودرو معتقد است که خبر افزایش قیمت کارخانه قبلاً تاثیر خود را در بازار گذاشته است. وی در این خصوص به ابتکار گفت: دفعه قبل افزایش قیمت دو خودروساز اعلام شد و پس از آن رئیس جمهور این افزایش قیمت را منتفی کرد. در همان زمان اثر خبر در بازار خودرو گذاشته شد و ما شاهد افزایش قیمت‌ها شدیم. در این چند هفته بازار خودرو راکد شد و برخی از

انجام موفقیت‌آمیز تعمیرات برنامه‌ریزی شده سالیانه در خط ورق گالوانیزه و خط رنگی



افشین نادری‌مهر سرپرست تعمیرات واحد ورق گالوانیزه و رنگی از انجام موفقیت‌آمیز تعمیرات برنامه‌ریزی شده سالیانه خط گالوانیزه و خط ورق رنگی در آذرماه سال جاری خبر داد.

وی با اعلام این مطلب، با حمایت معاونت بهره برداری، مدیر ناحیه نورد سرد، مدیران محترم خطوط پوشش‌دار و سرد، تعمیرات مرکزی، مرکز تعمیرات نسوز و تعمیرگاه مرکزی، دفتر فنی تعمیرات، بازرسی فنی و آزمایشگاه اتوماسیون و ابزار دقیق، تعمیرات هشت روزه واحد گالوانیزه و ۱۰ روزه خط ورق رنگی با آماده‌سازی‌ها و هماهنگی‌های لازم و با انجام حدود ۲۶ هزار نفر ساعت فعالیت تعمیراتی، با نظم و انضباط و با کیفیت انجام پذیرفت.

نادری‌مهر درخصوص انجام فعالیت‌های اجرایی در این شات دان، به بهینه‌سازی ماشین خشک کن محلول کروماته خط رنگی به وسیله مادون قرمز اشاره کرد که به دلیل حرارت زیاد این منطقه به شدت تخریب شده بود و در این شات‌دان با فولاد استیل بازرسانی کامل شد. از جمله فعالیت‌های دیگر به تعویض تعداد ۱۱ غلنگ در خط گالوانیزه و تعویض تعداد ۲۳ غلنگ در خط ورق رنگی، تعویض ۲۸ رادایانت تیوب و سرویس تعداد ۴۰ مشعل کوره و بازدید چرخ دنده‌های بیش از ۴۰ عدد گریکس و کوپلینگ دنده‌ای می‌توان اشاره کرد.

سرپرست تعمیرات واحد ورق گالوانیزه و رنگی در ادامه به فعالیت‌های صورت گرفته در این شات‌دان اشاره کرد و گفت: پروژه تعویض اتوماسیون کوره خط گالوانیزه یکی از این فعالیت‌هاست که این پروژه قسمتی از پروژه کلان تعویض اتوماسیون گالوانیزه است که در شات‌دان سال آینده به همراه پروژه REVAMP گالوانیزه انجام می‌پذیرد. اتوماسیون کوره گالوانیزه از نوع Free lance ۲۰۰۰ شرکت

«ابتکار» تاثیر مجوز افزایش قیمت خودرو بر بازار را بررسی کرد

آشفته بازار خودرو در گرو چند فاکتور اقتصادی



مجوز افزایش قیمت محصولات ایران خودرو و سایپا صادر شد. بالاخره پس از یک ماه بلاتکلیفی روز گذشته قیمت جدید برای محصولات خودرو اعلام شد و هر ۲ خودروساز مجوز افزایش قیمت گرفتند و بر این اساس قیمت جدید محصولات بر مبنای تورم پخشی ۱۸ درصد را اعلام کردند.



خبرداران منتظر بازگشت قیمت‌ها بودند اما در هفته گذشته مسائل مربوط به برنامه و افزایش نرخ دلار دلیل دیگری برای بالا ماندن قیمت‌ها شد. حال اکنون مهم‌ترین پرسش این است است که آیا نرخ‌های جدید باز هم می‌تواند سبب افزایش قیمت در بازار شود یا خیر؟ متأسفانه باید گفت که احتمال دارد ۱۸ درصد اعلام شده سبب افزایش قیمت در بازار بشود اما برای پاسخ قطعی باید تا هفته آینده منتظر ماند.
وی ادامه داد: اکنون وضعیت بازار به چند عامل مذاکرات برجام، نرخ دلار و حجم عرضه از سویی خودروسازان بستگی دارد. اگر حجم عرضه از سوی خودروسازان زیاد نشود احتمال افزایش قیمت دوباره وجود دارد. این کارشناس بازار خودرو افزود: اخیراً فک رهن خریداران منتظر بازگشت قیمت‌ها بودند اما در هفته گذشته مسائل مربوط به برجام و افزایش نرخ دلار دلیل دیگری برای بالا ماندن قیمت‌ها شد. حال اکنون مهم‌ترین پرسش این است است که آیا نرخ‌های جدید باز هم می‌تواند سبب افزایش قیمت در بازار شود یا خیر؟ متأسفانه باید گفت که احتمال دارد ۱۸ درصد اعلام شده سبب افزایش قیمت در بازار بشود اما برای پاسخ قطعی باید تا هفته آینده منتظر ماند.
وی ادامه داد: اکنون وضعیت بازار به چند عامل مذاکرات برجام، نرخ دلار و حجم عرضه از سویی خودروسازان بستگی دارد. اگر حجم عرضه از سوی خودروسازان زیاد نشود احتمال افزایش قیمت دوباره وجود دارد. این کارشناس بازار خودرو افزود: اخیراً فک رهن خریداران منتظر بازگشت قیمت‌ها بودند اما در هفته گذشته مسائل مربوط به برجام و افزایش نرخ دلار دلیل دیگری برای بالا ماندن قیمت‌ها شد. حال اکنون مهم‌ترین پرسش این است است که آیا نرخ‌های جدید باز هم می‌تواند سبب افزایش قیمت در بازار شود یا خیر؟ متأسفانه باید گفت که احتمال دارد ۱۸ درصد اعلام شده سبب افزایش قیمت در بازار بشود اما برای پاسخ قطعی باید تا هفته آینده منتظر ماند.
وی ادامه داد: اکنون وضعیت بازار به چند عامل مذاکرات برجام، نرخ دلار و حجم عرضه از سویی خودروسازان بستگی دارد. اگر حجم عرضه از سوی خودروسازان زیاد نشود احتمال افزایش قیمت دوباره وجود دارد. این کارشناس بازار خودرو افزود: اخیراً فک رهن خریداران منتظر بازگشت قیمت‌ها بودند اما در هفته گذشته مسائل مربوط به برجام و افزایش نرخ دلار دلیل دیگری برای بالا ماندن قیمت‌ها شد. حال اکنون مهم‌ترین پرسش این است است که آیا نرخ‌های جدید باز هم می‌تواند سبب افزایش قیمت در بازار شود یا خیر؟ متأسفانه باید گفت که احتمال دارد ۱۸ درصد اعلام شده سبب افزایش قیمت در بازار بشود اما برای پاسخ قطعی باید تا هفته آینده منتظر ماند.

سند خودرو قبل از موعد قرارداد فراهم شده است به دنبال این تصمیم بسیاری از افراد خودروهای خود را به بازار عرضه می‌کنند و این مسئله می‌تواند تا حدودی جلوی شوک‌های احتمالی را بگیرد اما در مجموع به دلیل چند فاکتور نامعلوم فعلاً وضعیت بازار قابل پیش‌بینی نیست.

این کارشناس بازار خودرو در ادامه صحبت‌هایش بررسی وضعیت بازار بورس و خودرو پرداخت و این باره گفت : بازار بورس اکنون در شرایط نوسانی قرار دارد و در این میان سعی می‌شود خودرو را وارد این جریان کنند و چند وقت یکبار خبری در خصوص ورود خودرو به بورس منتشر می‌شود. تمام این خبرها بر روی بازار خودرو اثر می‌گذارد و علاوه بر بورس بازار خودرو را از این آشفتگی‌تر می‌کند بنابراین باید به این مسئله دقت ویژه شود.

بازاروسرمایه

خبر

ارائه مقاله «نقش رسانه‌ها و شبکه فروش در تقویت فرهنگ بیمه» توسط مدیر روابط عمومی بیمه ملت



در پنل تخصصی «توسعه فرهنگ بیمه و ارتقاء تاب‌آوری اقتصادی» بیست و هشتمین همایش بیمه و توسعه، «ملیحه سادات حسینی» مدیر روابط عمومی شرکت بیمه ملت و «دکتر ناصرالدین اسلami فرد» مدیر روابط عمومی شرکت بیمه رازی، مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه‌ها و شبکه فروش در تقویت فرهنگ بیمه» ارائه کردند.

در مقدمه این مقاله با اشاره به این‌که فرهنگ نقش مهمی در تبیین تفاوت‌های رفتار مصرف در کشورها ایفا می‌کند، تاکید شده است که می‌توان انتظار داشت فرهنگ نقش مهمی بر فعالیت‌های اقتصادی افراد داشته باشد. به عبارت دیگر بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی و کارهایی که ما در زندگی فردی و اجتماعی خود انجام می‌دهیم، ریشه در فرهنگ ما دارد.

نویسندگان سپس با بیان این‌که فرهنگ، زمینه و بستری است که بدون اصلاح آن سایر اقدامات تحول صنعت بیمه به نتایج مطلوب دست نخواهد، تاکید کرده‌اند که رسانه‌ها

بازوان فرهنگ‌سازی هستند. بر اساس آنچه در این مقاله آمده است، پژوهشگران و صاحب‌نظران حوزه رسانه، نقش‌ها و کارکردهای گوناگونی را برای رسانه‌ها برشمرده‌اند از جمله آموزش یا انتقال فرهنگ، نظارت تعمیمی و یکپارچه‌سازی، برجسته‌سازی، جامعه‌پذیری، فرهنگ‌پذیری، نوگرایی و توسعه، همگن‌سازی، راهنمایی و رهبری، ارشاد افکار عمومی، بحران‌زدایی، آگاهی‌بخشی، اعطای پایگاه اجتماعی، حمایت از هنجارهای اجتماعی، بیان عقیده، ایجاد همبستگی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی، تبلیغی، سرگرمی و تفریح و اوقات فراغت و ...

آنها معتقدند فرهنگ‌سازی، اساس هر جامعه پویاست رسانه‌ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی کارکرد انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع را برعهده دارند. از طریق رسانه‌ها علاوه بر اطلاع‌رسانی درباره موضوعات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و الگوهای نوینی به جوامع ارائه می‌شود تا جایگزین فرهنگ‌ها و ارزش‌ها و الگوهای سنتی شوند. رسانه‌ها به عنوان عاملان تغییر و تحول در ارزش‌ها و هنجارها مطرح هستند.

آنها سپس به نقش شبکه فروش در توسعه فرهنگ بیمه پرداخته و ابعاد مختلف این موضوع از بررسی کرده‌اند.

نویسندگان تاکید کرده‌اند که رسانه‌ها باید نسبت به اهمیت پس‌انداز و ارزش آن در سرمایه‌گذاری‌های علی‌الخصوص سرمایه‌گذاری در بیمه‌های عمر اطلاع‌رسانی کرده و همچنین حمایت از سرمایه‌ها و اموال موجود در برابر حوادث احتمالی را در محتوا و برنامه‌های خود تقویت کنند. بهترین کار رسانه‌ها برای واقعیت اجتماعی شدن بیمه در جامعه، این‌است که در شکل‌گیری قوانین سفت و سخت‌گیر بیمه‌ای به عنوان اهرم‌های فشار عمل کنند.

رسانه‌ها باید ظرافت بیشتری به خرج دهند و با رویه‌ای نو، علاوه بر ابعاد و منافع تجاری بیمه به ماهیت غیرتجاری بیمه نیز بپردازند. البته تاکید می‌شود که در برنامه‌های اقتصادی صادرات بخار و آب دمن خروط گالوانیزه و رنگی به صورت مجزا، در پرداختن به ابعاد و منافع تجاری بیمه از اهم موضوعات است.

رسانه‌ها باید زمینه تبلیغات و اطلاع‌رسانی هرچه بهتر و بیشتر خدمات بیمه‌ای را فراهم سازند و ضمن تصویرسازی مطلوب از بیمه در ذهن عمومی، به ترویج فرهنگ بیمه در جامعه کمک کنند. همچنین با استفاده از شیوه‌های مناسب، دیدگاه‌های ناصحیح مردم به بیمه را تغییر داده و به اهمیت آموزش آینده‌نگری به فرزندان برای پدران و مادران به قدر کافی بپردازند.

در حوزه شبکه فروش نیز آنها تاکید کرده‌اند: جمله معروف «بیمه فروختنی است نه خریدنی»، موبد این امر است که شبکه فروش با اهمیتی دو چندان، به لحاظ ویژگی‌های خاص بازاریابی خدمات، یکی از عوامل تاثیرگذار در موفقیت صنعت بیمه است. از سوی دیگر، تاثیرگذاری فراوان شبکه فروش به عنوان یک نقطه استراتژیک در موفقیت صنعت بیمه، نمایان‌گر آن است که شبکه فروش به فعالیت‌های زیربنایی مشغول‌اند. آنها با کسانی سروکار دارند که اطلاعات درست و کاملی از خدمات بیمه ندارند و برای رفع نیازهای بیمه‌ای خود باید توسط این شبکه توجیه شوند.

گفتنی است این مقاله توسط «ملیحه سادات حسینی» مدیر روابط عمومی شرکت بیمه ملت به صورت حضوری در پنل تخصصی سندیکای بیمه‌گران ایران با عنوان «توسعه فرهنگ بیمه و ارتقاء تاب‌آوری اقتصادی» روز شنبه ۱۳ آذرماه ۱۴۰۰ ساعت ۱۵ر۳۰ در سان مصلی‌نژاد ارائه شد.



ایجاد محیطی با دمای مناسب مشکل برطرف گردید.

پروژه نصب و راه‌اندازی باسکول ۳۵ تنی کلاف از دیگر پروژه‌های انجام شده در این شات دان بود که سرپرست تعمیرات واحد ورق گالوانیزه و رنگی از آن یاد و تصریح کرد: باسکول ۳۵ تنی کلاف در مسیر سدل‌های ماشین حمل کلاف در خروجی رنگی نصب و راه‌اندازی شد که این باسکول از نوع TMکویل ورق است. این نوع باسکول دارای دو عدد پلایفورم کاملاً مجزا از هم است که در وسط خط به جای سدل‌های موجود نصب گردید و نیاز به اتصال دو پلتفرم با بالا یا پایین نیست؛ به همین دلیل قابلیت نصب بر روی انواع خطوط و محل‌ها را دارد که با همت شرکت توزین سپاهان و با دقت بالا انجام گردید.

وی پروژه ششم را پروژه نصب دو دستگاه تمیزکننده غلنگ بر روی رول‌های ماشین‌های بریدل نام برد که در آن به ایمنی فعالیت تمیزکاری رول‌ها کمک فراوانی می‌کند و بدون نزدیک شدن اپراتور به این غلنگ‌های در حال حرکت که جزو فعالیت‌های پریسک و واحد بود، فعالیت تمیزکاری به وسیله این دستگاه‌ها انجام می‌پذیرد. نادری‌مهر پروژه دیگر را تعویض کابین‌های جرتقیل‌های شماره ۴۳ و ۴۴ و ۴۷ معرفی کرد و افزود: طی دوماه گذشته نصب کابین‌های جدید برای جرتقیل‌های ۴۳ و ۴۴ و ۴۷ تحت عنوان پروژه تعویض کابین‌های جرتقیل‌های شماره ۴۳ و ۴۴ و ۴۷ آغاز شده بود. در این شات‌دان رافع نوافض این پروژه به صورت کامل انجام پذیرفت و به طور کامل در مدار بهره‌برداری قرار گرفت.

وی پروژه لوئه کشی و نصب و راه‌اندازی ۲ عدد کنتور ۸ اینچ بخار و ۲ عدد کنتور ۴ اینچ آب دمن را هشتمین پروژه اجرا شده در این شات‌دان معرفی و خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه کنتورهای موجود فقط مصرف انرژی کل ناحیه نورد سرد را اندازه‌گیری می‌کرد و در ناحیه نورد سرد تقسیم سیالات در خطوط به صورت محاسباتی صورت می‌گرفت و مصرف واقعی خطوط قابل اندازه‌گیری نبود، جهت اندازه‌گیری مصرف سیالات بخار و آب دمن خطوط گالوانیزه و رنگی به صورت مجزا، در این شات‌دان لوئه‌کشی و نصب و راه‌اندازی ۲ عدد کنتور ۸ اینچ بخار و ۲ عدد کنتور ۴ اینچ آب دمن برای گالوانیزه و ورق رنگی صورت پذیرفت که این فعالیت در کنترل مصرف حامل‌های انرژی کمک قابل توجهی خواهد بود.

رونمایی از جان دانا ، محصول جدید بیمه دانا



شوکتا‌کنیم.

وی تاکید کرد: بنابراین باید راهکاری اتخاذ کنیم تا بتوانیم این حجم از نقدینگی بخش خصوصی را در حوزه های بخش واقعی اقتصاد، کانالیزه تا بخش واقعی اقتصاد را فعال و ایجاد اشتغال کنیم، تولید ملی افزایش پیدا کند و اقتصاد از این وضعیت خارج شود. این مسیر هم از مسیر بیمه‌های زندگی عبور می‌کند.

اجرای این پروژه ما مشخص است.

وی عنوان کرد: بنابراین کدام ابزار برای تامین پروژه های اقتصادی می تواند اثبات تر باشد؟ بیمه های عمر است. به عبارت دیگر بیمه های عمر باثبات ترین و مطمئن ترین ابزار تامین مالی در اقتصاد کشور است. وقتی ما این بحث را مطرح می کنیم دوستان به این اشاره می کنند مگر شرکت های بیمه چه میزان سرمایه دارند که بخواهند در این حوزه سرمایه گذاری کنند؟

درواقع این مسیر را به طور اشتباه طی می‌کنند و با مطلب را به درستی درک نکرده‌اند. صنعت بیمه، بیش از ۸۰، ۷۰ میلیون جمعیت کشور، مشتری دارد. ظرفیت مشتری صنعت بیمه به تعداد جمعیت کشور است در واقع یک پتانسیلی از مشتری در جامعه داریم. حال باید چه اقداماتی را انجام دهیم که مشتری را از حالت بالقوه به بالفعل تبدیل کنیم؟ پاسخ این است که باید ابزار تعریف کنیم. مهمترین ابزاری که می‌تواند در حوزه تامین مالی، باثبات‌ترین باشد بیمه‌های عمر است.

وی بیان کرد: امروز، محصولی که در حوزه بیمه عمر عرضه می‌شود هم مشتری از داشتن چنین محصولی، رضایت ندارد و هم شبکه فروش از فروش این بیمه، بنابراین می‌طلبید که ما یک محصول جدید را به بازار عرضه کنیم. ما تقریباً از ۸، ۹ ماه گذشته از آقای ریعی دعوت کردیم و محصولات بیمه‌ای کشور کانادا را مورد بررسی قرار دادیم تا به یک محصول جدید برسیدیم، آن را بومی‌سازی کردیم چه در داخل و چه در خارج از کشور توسط حوزه های فنی‌مان مورد بررسی قرار گرفت. مجوز این محصول را هم به عنوان محصول جدید دریافت کردیم و از آن رونمایی می‌کنیم. کاردرگ ادامه داد: با توجه به نقدینگی بخش خصوصی کشور و اینکه در حال حاضر یکی از معضلات اساسی اقتصاد کشور، حجم نقدینگی است ما از طریق ابزار بیمه‌های عمر، می‌توانیم این نقدینگی را جذب کنیم، وارد بخش واقعی اقتصاد کرده و اقتصاد را