اخبار

مسعود بادین:

افزایش ضریب نفوذ بیمه با فروش بیمه نامه های خرد شدنی است

مسعود بادین مدیرعامل شرکت بیمه آسیا: اولین شعارم در شرکت بیمه آسیا فروش بیمه نامه های خرد در صنعت بیمه بوده و تا امروز نیز همین شعار را دنبال می کنم.

به گزارش چابک آنلاین، ریزش بیمه نامه های خرد بسیار کمتر بوده و خسارت های آن نیز شرکتی را زمین نمی زند. بیمه آسیا همواره به دنبال طراحی بیمه نامه های خردی بوده که فروش سریعی داشته باشند.

در صنعت بیمه نیز اگر فروش بیمه نامه خرد گسترش یابد بسیاری از مشکلات حل خواهد شد.در صنعت بیمه، بیمه نامه های بزرگ معمولا به صورت کنسرسیومی بوده که چند بیمه نامه بزرگ هستند که دائماً تکرار می شوند.

برای افزایش ضریب نفوذ بیمه،فروش بیمه نامه های خرد باید توسعه یابد تا برای مردم نیز به خوبی جابیفتد.

رئیس کل بیمه مرکزی از غرفه بیمه سرمد در نمایشگاه کیش اینوکس ۲۰۲۳ بازدید کرد

به گزارش روابط عمومی بیمه سرمد، غرفه بیمه سرمد در دهمین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک، بیمه (کیش اینوکس ۲۰۲۳) که از ۱۵ تا ۱۸ آبان ماه سال جاری برگزار شد، میزبان مدیران شرکت‌ها و کارگزاری‌های مختلفی بود.

آقای بهشتی‌نژاد، مدیرعامل بیمه سرمد گفت: در این ۴ روز با گروه‌های مالی و شرکت‌های مختلفی از جمله فولاد مبارکه، کرمان موتور جلساتی داشتیم که منجر به انعقاد قرارداد همکاری شد.

مدیرعامل بیمه سرمد ادامه داد: در جریان این نمایشگاه رئیس کل بیمه مرکزی به همراه اعضای هیئت عامل از غرفه شرکت بیمه سرمد بازدید کردند.

بهشتی‌نژاد افزود: همچنین در این نمایشگاه، مدیران و معاونین شرکت‌های مختلف بیمه‌ای، کارگزاری و گروه‌های مالی از غرفه بیمه سرمد بازدید کردند و در مورد چگونگی همکاری‌ها گفت‌وگوهایی صورت گرفت.

مدیرعامل بیمه سرمد همچنین گفت: در سفرمان به جزیره کیش از شعبه بیمه سرمد در کیش بازدید و با معاونین و نماینده‌های این شعبه برای تحقق برنامه فروش، جلساتی برگزار شد.

تقدیر مدیرعامل و اعضای هیأت مدیره بیمه آرمان از افتخار آفرینی علیرضا قورچی بیگی در بازی های پارا آسیایی هانگژو

همکار ارجمند و گرانمایه ؛
جناب آقای علیرضا قورچی بیگی
نماینده محترم شرکت بیمه آرمان
(شعبه قزوین) نمایندگی کد ۸۶۴

کسب یک مدال نقره و دو مدال برنز از بازی های پارا آسیایی هانگژو در رشته شطرنج را خدمت شما و خانواده بزرگ بیمه آرمان تبریک و تهنیت عرض می نماییم .

سعی و تلاش شما در این آوردگاه بین المللی قابل تقدیر است و به وجود شما افتخار می کنیم و با موفقیت های بیشتر شما در میادین بزرگ جهانی و به اهتزاز درآمدن پرچم عزیز کشورمان به خود میبالیم.

با آرزوی بهترین ها و توفیقات روزافزون
مدیرعامل و اعضای هیأت مدیره بیمه آرمان

تحریم و ممنوعیت واردات چه بر سر بازار لوازم خانگی در ایران آورد؟

لوازم خانگی در گلوگاه انحصار و گرانی

گروه اقتصاد - روزگاری نه‌چندان دور، خرید نقدی سبدی از محصولات باکیفیت و برندهای مطرح، نه خیالی محال بلکه برای بسیاری هدف در دسترس بود. روزهایی که یک خانواده ایرانی به طور متوسط می‌توانست پس از چهار سال لوازم خانگی خود را تعویض کند. طوری که تلویزیون کمترین زمان و لباسشویی بیشترین زمان را به خود اختصاص می‌داد. این نه ادعای نگارنده بلکه گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس در سال ۹۵ است. همان روزها که هنگام برگزاری مسابقات جام جهانی، ۴۰ درصد از خانواده‌های ایرانی تلویزیون خود را تعویض می‌کردند و توانایی انجام این‌کار را داشتند. روزهایی که صنعت لوازم خانگی پس از خودرو، با بیش از ۷ میلیارد دلار گردش مالی، دومین جایگاه تجارت داخلی کشور را به خود اختصاص داده بود.

اگر چه تولید ملی و حمایت از کارگر و سرمایه‌گذار ایرانی باید مورد حمایت تمام مردم باشد، اما آیا وقتی تولیدکنندگان داخلی محصولات خود را به قیمت‌هایی معادل قیمت‌های آمریکا عرضه می‌کنند، آیا هیچ نهاد یا سازمان نظارتی نباید بر کار آنها نظارت کند؟

حالا مجموع آن سبد رنگارنگ محصولات لوازم خانگی، شاید بتواند هزینه خرید یک محصول شود! تنها یک پرسه در خیابان‌های امین‌حضور یا جمهوری کافی است تا مشاهده سر در فروشگاه‌ها، آه از نهادمان بلند کند. انحصار، کالای قاچاق، گارانتی نامطمئن، بهای نجومی و متقاضیانی که تنها برای تأمین یک کالا، انتخابی جز روی آوردن به خرید اقساطی، آن هم از برندهای گمنام ایرانی ندارند.

حمایت از تولید داخلی و تقویت انحصار

به گزارش اقتصاد۲۴، خودکفایی، تولید ملی، توانایی داخلی واژه‌هایی آشنا در حافظه شنیداری هر ایرانی هستند. واژگانی در ظاهر محبوب و در عمل محدود و منحط! سال‌هاست که همزمان با چالش‌هایی نظیر تحریم، مسئولان ارشد نظام به طرز مکرر از توانایی داخلی استفاده و از تولید ملی حمایت می‌کنند. شیوه و راهبردی مناسب و کارآمد که اجرای ناقص و مساله‌ساز آن امروز در بسیاری از صنایع، معضل ایجاد کرده است. این واقعیت که ممکن است برخی مسئولان به ترویج پویایی در صنعت ایران فکر و تلاش کنند تا این چرخ مربعی را به حرکت درآورند، قابل تحسین است. با این حال، گویی این مهم هم، شبیه به سایر شعارهای تکراری به نظر می‌رسد که تاکنون مسئولان اعلام اما مردم هزینه این اعلامیه‌ها را پرداخت کرده‌اند! صنعت لوازم خانگی می‌تواند به عنوان یک مثال آشکار برای این وضعیت باشد. صنعتی عریض و طویل که حتی انحصار هم نتوانست چرخ کیفیت آن را به حرکت درآورد بلکه تنها توانست به عدد بهای محصولات آن، توان دهد!

اعتمادی که بدون پاسخ ماند

سال ۱۴۰۰ بود که مقام رهبری، در نامه‌ای به رئیس جمهور خواستار جلوگیری از ورود محصولات لوازم خانگی دو شرکت کره جنوبی به کشور شدند. مساله‌ای که با فرصت‌طلبی صاحبان و روابط‌عمومی‌های کارخانه‌های لوازم خانگی داخلی و نامه‌نگاری با مقامِ معظم رهبری صورت گرفت. در نتیجه مقام رهبری نیز، برای حمایت از تولید داخلی و کمک به این برندهای ملی، با اشاره به این درخواست‌ها نوشتند: «این موضوع بسیار مهمی است. اگر این خبر (گشایش واردات از دو شرکت کره جنوبی) راست باشد به معنی شکستن کمر شرکت‌های لوازم خانگی داخلی است که تازه توانسته‌اند قدری روی پا بایستند، جداً جلوی این مشکل را سد فرمائید.»

هرچند ماجرای توقف واردات لوازم خانگی کره‌ای به سه سال پیش از نامه و تحریم‌ها مربوط می‌شد. به این ترتیب که دو شرکت سامسونگ و ال‌جی که از حدود دو دهه پیش بخش بزرگی از بازار لوازم خانگی ایران را در اختیار داشتند، آبان ۱۳۹۷ و در پی تشدید تحریم‌های آمریکا علیه کشور، این بازار را ترک کردند.

همزمان بسیاری از تولیدکنندگان لوازم خانگی، از دولت خواستند که واردات لوازم خانگی را متوقف کند و حتی اطمینان داده شد که این گروه می‌تواند نیازهای مردم را به طور کامل تأمین کند. با این حال، این ادعاها تنها یک وعده بودند، زیرا نه تنها نتوانستند نیازهای مردم را برآورده کنند، بلکه بسیاری از مصرف‌کنندگان را مجبور به خرید محصولات ایرانی کردند. محصولاتی که از نظر کیفیت و قیمت، هیچ برتری معنی‌داری نسبت به محصولات خارجی نداشتند بلکه حتی کاستی‌هایی نیز در کیفیت آن‌ها وجود داشت. به طوری که به بدبینی و بی‌اعتمادی نسبت به برندهای ایرانی نیز دامن زد و دامن تمام برندهای تولید داخل غیر از لوازم خانگی را نیز گرفت!

به این ترتیب و طبق اعلام مهدی صادقی نیارکی، معاون وقت امور صنایع وزارت صمت و شورای هماهنگی سران قوا در سال ۹۷، واردات برخی کالاها از جمله لوازم خانگی تا پایان سال ۱۴۰۰ ممنوع شد. ممنوعیتی که در سال ۱۴۰۰ و با نامه مقام رهبری، ادامه پیدا کرد. در حال حاضر نیز، بخش زیادی از کالاهای خارجی موجود در بازار، قاچاق هستند که با گارانتی‌های تقلبی فروخته می‌شوند.

در نتیجه به گفته کارشناسان و فعالان این صنعت، سالانه بین ۱۳ تا ۱۶ میلیون دستگاه لوازم خانگی انرژی‌بر در کشور تولید می‌شود، که این آمار نسبتاً مطلوبی را نشان می‌دهد. همچنین، آمارهای بالاتری نیز وجود دارند که شامل لوازم غیربرقی و گازی و به عبارتی غیرانرژی‌بر هستند، که این آمار تولید را حتی تا ۸۰ میلیون دستگاه نیز افزایش می‌دهد. همچنین در پنج سال اخیر صنعت لوازم خانگی رشد قابل توجه ۷۵ درصدی داشته اما به مدد ممنوعیت واردات و افزایش قیمت ارز! در حال حاضر بیش از هزار واحد صنعتی در زمینه تولید لوازم خانگی در کشور فعالیت دارند. از این تعداد، ۸۵٪ بازار در اختیار ۲۵۰ بنگاه تولیدی است، در حالی که ۱۵٪ دیگر در دست بنگاه‌های کوچک و نه چندان معتبر است. بسیاری از این شرکت‌های کوچک، تولیدات نامناسب، بی‌اعتبار و خدمات پس از فروش ناکافی دارند.

کالای تولید نشده فروخته می‌شود؟

تعجب نکنید. این ادعای روزنامه جوان وابسته به نهادهای نزدیک به جریان قدرت است که نشان می‌دهد معضلات موجود در صنعت لوازم خانگی بیش از حد تصور است. طبق گزارش روزنامه جوان در آبان سال گذشته، تولیدکنندگان لوازم خانگی مانند خودروسازان محصولات خود را به صورت نقد یا اقساط ۱۰ ماهه پیش‌فروش می‌کنند، اما خلف‌وعده می‌کنند و کالا را با تأخیر چند ماهه تحویل مشتری می‌دهند. به عبارتی کالایی که هنوز تولید نشده فروخته می‌شود؛ اتفاقی که بیش از یک دهه است در صنعت خودرو اتفاق افتاده و موجب نارضایتی مصرف‌کنندگان شده است. حال در چنین شرایطی وزارت صمت به بهانه حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده از پرداخت تسهیلات ۱۰۰میلیون تومانی برای خرید لوازم خانگی خبر می‌دهد. اکنون این سؤال مطرح است که آیا وزارت صمت از وضعیت تولید اطلاعی ندارد؟ تسهیلات بانکی برای کالایی که تولید نشده و در بازار وجود ندارد، چه سودی برای مصرف‌کننده دارد.

تولیدکننده هم ناراضی است

طبق گزارش اتاق بازرگانی تهران، تاکنون تولیدکنندگان داخلی از ممنوعیت واردات لوازم خانگی بهره‌ای نبرده و واقعیت این امر این بوده که تنها نتیجه این اقدام، واردآوردن لوازم خانگی قاچاق به بازار داخلی بوده است. گزارش‌ها نشان می‌دهند که بین ۱۴ تا ۲۰ درصد سود برای تولیدکنندگان لوازم خانگی در نظر گرفته می‌شود. اما شواهد نشان می‌دهد که سود تعدادی از شرکت‌های بزرگ تولید لوازم خانگی به سه تا چهار درصد کاهش یافته و حتی در برخی سال‌ها منفی شده است. به همین دلیل است که سرمایه و اعتبار نه به سمت تولید، که به سمت فعالیت‌های سفته‌بازانه و سوداگرانه سرازیر می‌شود.

از سوی دیگر، یکی از چالش‌های اصلی که تولیدکنندگان در مقابل آن قرار گرفته‌اند، عدم رشد صنعت قطعه‌سازی به میزان کافی در مقابل صنعت تولید لوازم خانگی است. برای مدت طولانی، واردات لوازم خانگی با عوارض گمرکی بالا همراه بوده و به نسبت، قطعات و مواد اولیه مورد نیاز این محصولات دارای نرخ تعرفه کمتری بوده‌اند. به همین دلیل، بسیاری از شرکت‌ها قطعات را با تعرفه پایین به داخل وارد کرده و با مونتاژ در ایران محصولات نهایی را تولید می‌کنند. این روند باعث شد که صنعت قطعه‌سازی در کشور نتواند به اندازه صنعت تولید لوازم خانگی رشد کند. از طرفی دیگر، این تعرفه‌گذاری منجر به انگیزه کافی برای داخلی کردن قطعات نشد و به این ترتیب وابستگی قطعات به کشورهای خارجی بیش از پیش افزایش یافت. نکته ای که تولید ملی را از اساس زیر سوال می‌برد و شرکت‌ها را به صورت دستگاه‌های مونتاژگر به مردم معرفی می‌کند.

مبحث تلخ قیمت

هرچند، قیمت‌گذاری لوازم خانگی به صورت دستوری اجرا می‌شود، اما شرکت‌ها نیز از استراتژی‌ها و ترفندهای متعددی برای افزایش قیمت محصولات خود بهره می‌برند. به عنوان مثال، با ایجاد تغییرات کوچک در محصولات خود، آن‌ها را به عنوان محصولات جدید به بازار عرضه می‌کنند و از این طریق مجوز افزایش قیمت را نیز تصویب می‌کنند. این روش‌ها می‌توانند انحصاری به نظر بیایند و برخی از شرکت‌ها از آن‌ها برای افزایش سود خود بهره‌برداری می‌کنند. در این میان نگاهی به بهای برخی از لوازم ضروری خانگی از برندهای مختلف و مقایسه آن با قبل از ممنوعیت واردات قابل توجه است. هرچند که عنصر مهم دلار در این مقایسه، نقشی کلیدی دارد.

درحال حاضر بازه قیمتی یخچال سایدبای‌ساید و یخچال‌فریز برند ال‌جی از ۵۴ میلیون تومان تا ۲۹۸ میلیون تومان است. همچنین بازه قیمتی یخچال سایدبای‌ساید و یخچال‌فریز برند سامسونگ از ۴۵ میلیون تا ۱۶۵ میلیون تومان است. قیمت یخچال سایدبای‌ساید و یخچال‌فریز برند ایرانی اسنوا از ۲۱ تا ۷۵ میلیون تومان و برند دیپوینت نیز از ۱۸ میلیون تا ۵۹ میلیون تومان است. این در حالی است که در میان برندهای ایرانی متوسط قیمت همین یخچال اسنوا در سال ۹۷، ۸ میلیون تومان بود.همچنین در سال ۹۷ متوسط قیمت ماشین ظرفشویی اسنوا ۱۰ میلیون بود اما در سال جاری به ۳۱ میلیون افزایش یافت که ۲۱۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

همچنین طبق گزارش بازار در سال ۹۹، یک دستگاه یخچال فریزر چهار درب ال‌جی در فروشگاه‌های اینترنتی به قیمت ۱۴۰ میلیون تومان عرضه می‌شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۱۰۲ میلیون تومان رشد قیمت داشت. جداول قیمتی منتشر شده نشان می‌دهد که همین مدل یخچال کره ای در سال ۹۷ در بازار به قیمت ۳۶ میلیون و ۷۴۵ هزار تومان عرضه می‌شده است. روندی که نشان می‌دهد تورم، هزینه‌های تولید، تغییر در تقاضای بازار، کمیابی برندهای خارجی و عدم حق انتخاب همه و همه به نام دیگران و به کام مردم تمام شده است!

تولید ملی به چه قیمت؟

توسعه صنعت لوازم خانگی به سیاست‌گذاری مناسب و حمایت صحیح نیاز دارد؛ البته که باید تفاوت میان حمایت اصولی و رانتی را به خوبی درک کرد. از آنجا که هزینه نیروی کار و یارانه انرژی در کشور نسبتاً پایین است، با وجود این موارد، هزینه تولید در کشور به سبب مشکلاتی نظیر سنگ‌اندازی و موانع در مسیر تولید افزایش می‌یابد. به طور کلی، مشکلاتی که توسط سازمان‌هایی مانند سازمان حمایت، گمرک، سازمان مالیات و بانک مرکزی برای تولیدکنندگان ایجاد می‌شود، باعث می‌شود تولیدکنندگان نتوانند به طور کامل به تولید محصولات خود تمرکز کنند. در پایان باید تاکید کرد که تولید ملی و حمایت از کارگر و سرمایه‌گذار ایرانی باید مورد حمایت تمام مردم باشد. اما آیا وقتی این کارخانه‌ها محصولات خود را به قیمت‌هایی معادل قیمت‌های آمریکا و با کیفیت‌هایی معادل کیفیت‌های کراچی به مردم عرضه می‌کنند، آیا هیچ نهاد یا سازمان نظارتی بر آن‌ها نباید وجود داشته باشد؟ یک مسئله دیگر این است که اگر این کارخانه‌ها از قیمت و کیفیت محصولات خود مطمئن هستند، چرا حق انتخاب را از مردم ایران می‌گیرند؟ چرا اجازه نمی‌دهند تا مردم خود انتخاب کنند؟ شاید اگر ممنوعیت واردات لوازم خانگی خارجی برداشته شود و هیچ اجباری به مصرف‌کننده برای انتخاب کالای ایرانی وجود نداشته باشد، تولیدکننده داخلی ملزم به افزایش کیفیت محصولات و ارائه خدمات مطلوب به مصرف‌کننده شود.

اخبار

اولین نشست کمیته پژوهشی بیمه دی برگزار شد

اولین نشست کمیته پژوهشی بیمه دی با حضور مدیرعامل این شرکت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی و امور بین الملل؛ طاهر موهبتی مدیرعامل بیمه دی با تأکید بر دانش محوری در مدیریت بیمه دی اظهار کرد: در زمینه دانش، قائل به پژوهش هایی هستیم که بتواند مسائل و چالش های روز را حل نماید . میبایست شرکت بیمه دی را به سمتی سوق داد تا به عنوان یکی از شرکت‌های برتر در زمینه تولید دانش در کشور مطرح گردد.

موهبتی همچنین افزود: در دنیای پر تحول امروز، اگر شرکتها و بنگاههای اقتصادی به دنبال نوآوری از طریق تولید دانش نباشند، شکست خواهند خورد. از این رو، شرکت بیمه دی نیز میباید با تولید علم و دانش در پی ایجاد مزیت رقابتی باشد. موهبتی اظهارامیدواری کرد؛ با بهرهگیری از دانش جوانان مستعد و اندیشههای نو، در راستای تحول و نیل به اهداف شرکت گامهای مؤثری برداشته شود.

گفتنی است کمیته پژوهشی بیمه دی با دستور مدیرعامل و با هدفِ استقرارِ نظاممندِ دانشمحوری و دانش پژوهی در شرکت بیمه دیتشکیل شده است و اعضاء آن در تلاشاند تا اهداف مذکور در همه ارکان شرکت گسترش یابد.

قائم مقام مدیرعامل بانک شهر:

مولدسازی دارایی ها و بهبود کیفیت سود، اولویت راهبردی بانک شهر است

قائم مقام مدیرعامل بانک شهر با اشاره به دستاورد ها و موفقیت چشم گیر این بانک در نیمه نخست سال جاری، گفت: سودآوری بانک شهر با اصلاح روش ها، بهبود عملکرد و تحول در فعالیت کارکنان ممکن شده است.

به گزارش روابط عمومی بانک شهر، دکتر رحیم طاهری با بیان اینکه بانک شهر از ابتدای امسال در شاخص های عملیات بانکی، دستاوردهای قابل توجهی در کسب درآمد از محل تسهیلات و سپرده گذاری، درآمد کارمزدی و سرمایه گذاری ها داشته است، افزود: بهبود نقدینگی مهم ترین سیاست بانک در ماه های آینده است. وی گفت: امروز با طراحی و تدوین برنامه جامع و کاربردی؛ فعالیت های بانک شهر در راستای کسب سهم از بازار و مدیریت منابع و مصارف به درستی انجام می گیرد.

طاهری با اشاره به افزایش رضایتمندی و اعتماد روز افزون شهروندان و مشتریان شبکه بانکی به بانک شهر، تصریح کرد: کاهش زیان انباشته، رشد درآمدهای کارمزدی و ... نشان دهنده بهبود عملکرد، اصلاح روش ها و تحول در عملکرد کارکنان این بانک است. وی با بیان اینکه خوشبختانه بانک شهر توانسته رتبه دوم رشد سود در میان بانک های بورسی را از آن خود کند، افزود: این بانک رشد بیش از ۲۰۰ درصدی را در میزان سود خود تجربه کرده است.

قائم مقام مدیرعامل بانک شهر با اعلام اینکه این بانک رشد بیش از ۱۴۰ درصدی در حوزه کارمزدها داشته است، ادامه داد: این روند با وجود مشکلات موجود در فضای کسب وکار و فشار تحریم های ظالمانه علیه کشورمان؛ در کارنامه عملکردی بانک شهر کم سابقه بوده است. طاهری در پایان با اشاره به اینکه اصلاح ساختار ترازنامه، مولد سازی دارایی ها و بهبود کیفیت سود در اولویت راهبردی بانک شهر قرار دارد، تاکید کرد: همکاران بانک در ماه های آینده با افزایش تلاش ها، توجه همه جانبه به اصول بانکداری حرفه ای و برنامه ریزی منسجم در راستای موفقیت و کسب دستاوردهای جدید قدم خواهند برداشت.

با حضور دبیر شورای عالی مناطق آزاد کشور و رئیس کل بیمه مرکزی صورت گرفت

آغاز عملیات اجرایی مجتمع تجاری، اداری و تفریحی بیمه ملت در کیش

عملیات اجرایی مجتمع تجاری، اداری و تفریحی بیمه ملت در جزیره کیش با حضور مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و ویژه اقتصادی کشور، رییس کل و اعضای هیات عامل بیمه مرکزی و مدیران عامل شرکت‌های بیمه کشور آغاز شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه ملت، حجت‌الله عبدالملکی، مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و ویژه اقتصادی کشور در این مراسم به شرکت‌های بیمه پیشنهاد داد که برای سرمایه‌گذاری به سراغ پروژه‌های موجود در مناطق آزاد بروند.

وی خاطرنشان کرد: جای خوشحالی دارد، پروژه‌ای که چندین سال در جزیره کیش متوقف بوده، مجددا راه‌اندازی شده و می‌تواند نمونه موفق برای سرمایه‌گذاری در این جزیره باشد. بناست کار اجرایی این پروژه به سرعت پیش رفته و در مدت زمان مقرر به بهره‌برداری برسد. بنابراین پیشاپیش بابت عزمی که برای پیشبرد کار وجود دارد، تشکر می‌کنم.

شرکت‌های بیمه در مناطق آزاد سرمایه‌گذاری کنند

عبدالملکی با اشاره به این نکته که شرکت‌های بیمه به سرمایه‌گذاریهاي بلند مدت نیاز دارند، افزود: سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد می‌تواند یکی از گزینه‌های مناسب برای شرکت‌های بیمه باشد.

دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری، صنعتی کشور در ادامه گفت: در حال حاضر ۸۵۰ پروژه در مناطق آزاد وجود دارد که تا مرحله صدور مجوز پیش رفته است. از شرکت‌های بیمه دعوت می‌کنم تامین مالی بخشی از این پروژه‌ها را بر عهده بگیرند.

وی افزود: زمین، آب، برق و گاز برای همه پروژه‌ها مهیا شده و در مواردی که نیاز به بررسی دارد، مدارک مورد نیاز جهت مطالعه برای علاقمندان به سرمایه‌گذاری موجود بوده و پروژه‌ها آماده اجراست.

عبدالملکی تاکید کرد: به شرکت‌های بیمه پیشنهاد می‌کنیم که سرمایه‌گذاری پروژه‌های موجود در مناطق آزاد را در اولویت‌های خود بگنجانند. وی با اشاره به اهمیت پروژه کامتینای بیمه ملت در رونق گردشگری، ایجاد اشتغال و تولید ثروت در جزیره کیش، گفت: امیدواریم مراحل اجرایی این پروژه به خوبی پیش برود و با توکل بر خدا شاهد بهره‌برداری از آن باشیم.

کامتینا نقطه عطفی برای تقویت بنیه مالی بیمه ملت

علیرضا یزدان دوست، مدیرعامل شرکت بیمه ملت در جریان آغاز عملیات اجرایی مجتمع تجاری، اداری و تفریحی این شرکت در جزیره کیش، گفت: زمینی که امروز کار اجرایی پروژه کامتینا در آن آغاز شده، از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۱ عملا بدون اقدامي موثر باقي مانده بود. اما از شهریور سال گذشته و با تغییر تیم مدیریت بیمه ملت و در سایه‌ي همدلي موجود در هیات مدیره شرکت، موفق شدیم هم فرایند اخذ پروانه را طي کنیم و هم فرایند خاك‌برداري و تسطیح زمین مورد اشاره را در مدت زمان کوتاه به انجام رساندیم و از امروز بتن ریزی نیز آغاز شده و تا کمتر از ٤ هفته آینده بتن ریزی پی فونداسیون هم به پایان خواهد رسید.

وی خاطر نشان کرد: سرمایه گذاری بیمه ملت در پروژه کامتینا که یک پروژه اداری، تجاری و تفریحی است، می تواند نقطه عطفی برای سرمایه‌گذاری و تقویت بنیه مالی شرکت باشد. ضمن اینکه این پروژه عظیم می‌تواند تاثیر مثبتی بر نماد بیمه ملت در بازار سرمایه و خلق ثروت برای سهامداران شرکت داشته باشد.

بهره برداری از کامتینا تا ۴ سال آینده

یزدان دوست با اعلام این مطلب که این پروژه در زمینی به مساحت ۳۰ هزار متر مربع در میدان سنایی جزیره کیش و در مجاورت اسکله جدید کیش قرار دارد، افزود: این پروژه در مساحتی نزدیک به ۷۶ هزار متر مربع در سه بخش تجاری، اداری و تفریحی احداث خواهد شد که شامل یک و نیم طبقه تجاری و ۸ طبقه اداری است. فضای اقامتی، تفریحی و گردشگری پروژه هم در ۴ طبقه است که در ۴ سال آینده به بهره برداری کامل خواهد رسید و گامی بزرگ برای ایجاد اشتغال و رونق گردشگری در کیش برداشته می‌شود.

مدیرعامل بیمه ملت همچنین گفت: مصمم هستیم در موعدی که سازمان منطقه آزاد مقرر کرده، فرایند ساخت و راه اندازی این پروژه به بهترین شکل ممکن انجام شود تا بتوانیم شاهد بهره‌برداری و به نتیجه رسیدن تلاش‌ها باشیم و همه بتوانند از پتانسیل ایجاد شده نهایت استفاده را ببرند.

در انتهای این مراسم کلنگ احداث پروژه توسط عبدالملکي مشاور رئیس جمهور و دبیر شورای عالی مناطق آزاد تجاری، صنعتی و ویژه اقتصادی کشور و استاد هاشمي رئیس کل بیمه مرکزی به زمین زده شد.