

### رشد بیمه‌های مهندسی در پرتقوی بیمه سینا



مدیر بیمه‌های مهندسی بیمه سینا از رشد قابل ملاحظه این رشته در پرتقوی چهارماهه شرکت خبر داد.

به گزارش روابط عمومی بیمه سینا؛ مریم کاویانی‌نیک با تشریح دلایل رشد پرتقوی رشته مهندسی و انرژی در چهار ماهه اول سال اظهار داشت: حفظ بیمه‌گزاران قبلی و جذب بیمه‌گزاران جدید با در نظر گرفتن مسائل فنی و رعایت منافع شرکت از عوامل رشد پرتقوی به شمار می‌آید. از آنجائی که صدور بیمه‌نامه‌های مهندسی و انرژی منوط به اخذ تأییدیه های بیمه مرکزی و مدیریت اتکالی است لذا ارزیابی صحیح و بررسی شرایطفنی بیمه‌نامه‌های صادره در اولویت مدیریت بیمه های مهندسی و خاص قرار دارد.

مدیر بیمه‌های مهندسی و خاص بیمه سینا با بیان اینکه در سال جاری پرتقوی متنوعی در بخشهای مختلف مانند بیمه شکست ماشین آلات، دکل دریایی و بیمه نامه‌های نیروگاهی داشتیم، افزود: خوشبختانه ارزیابی صحیح ریسک و نظارت فنی موجب شد تا در ۴ ماهه اول سال بتوانیم با ثبت رشد ۱۰۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد قابل ملاحظه‌ای را کسب نماییم.

وی در خصوص میزان مشارکت شبکه فروش در بخش مهندسی و خاص بیان داشت: برخی از فعالان شبکه فروش آشنایی و اطلاعات کافی در خصوص ریسکهای این حوزه ندارند و به دلیل ماهیت تخصصی پروژه ها، همکاران این مدیریت به منظور ایجاد حسن اعتماد و اطمینان و حمایت از شبکه به عنوان مشاور در کنار آنها و بیمه گذاران قرار دارند و خوشحالییم که با وجود مواردی که عرض شد، سهم شبکه فروش (حقیقی و حقوقی) از پرتقوی مهندسی و انرژی حدود ۶۰ درصد بوده که به نظر عدد قابل قبولی است.

کاویانی ادامه داد: شبکه فروش رکن اصلی فروش بیمه است از این رو مدیریت مهندسی تصمیم به تقویت، توانمندسازی و ایجاد زیرساخت‌های لازم جهت آموزش و فروش بیمه‌نامه‌های مهندسی برای شبکه فروش دارد.

در همین راستا، برگزاری کلاس‌های آموزشی و خرده‌فروشی بیمه‌های مهندسی از طریق فروش بیمه‌نامه‌های تجهیزات در قالب جشنواره‌ها و طرح‌های سازمانی از اقدامات آتی این مدیریت خواهد بود

کاویانی ابراز امیدواری کرد با توجه به برنامه‌های تدوین شده، در نیمه دوم سال پرتقوی فنی و اقتصادی خوبی برای شرکت فراهم سازیم.

رکورد دشکنی جدید بیمه ملت در مر داد ۱۴۰۳

رکورد دشکنی جدید بیمه ملت در مر داد ۱۴۰۳

### رشد خیره‌کننده ۹۰۶ درصدی فروش حق بیمه در یک ماه!



براساس گزارش منتشرشده در سامانه کدال، شرکت بیمه ملت با عملکرد درخشان در ۵ ماه اول سال ۱۴۰۳، رکورد جدیدی در صنعت بیمه کشور به ثبت رساند.

به گزارش روابط عمومی بیمه ملت، بر اساس گزارش منتشرشده در سامانه کدال، این شرکت در عملکرد ماهانه خود در مرداد ماه ۱۴۰۳، رشد خیره‌کننده‌ای را تجربه کرده است. بر اساس این گزارش، بیمه ملت با افزایش ۹۰۶ درصدی فروش حق بیمه در مردادماه ۱۴۰۳، نسبت به مدت مشابه سال قبل، توانسته است به درآمدی معادل ۳۴،۵۳۳،۴۲۸ میلیون ریال دست یابد. این رشد چشمگیر نشان از استراتژی موفق شرکت در جذب مشتریان جدید و افزایش سهم بازار دارد.

علاوه بر رشد فروش، شرکت بیمه ملت در این ماه تراز مثبت ۷۲۸ درصدی را نیز ثبت کرده است. این دستاورد قابل توجه، بیانگر مدیریت مناسب هزینه‌ها و بهره‌وری بالای عملیات شرکت است.

در نگاهی جامع‌تر به عملکرد ۵ ماهه سال مالی منتهی به اسفند ۱۴۰۳، شرکت بیمه ملت همچنان روند رو به رشد خود را حفظ کرده است. با افزایش ۸۶۴ درصدی فروش حق بیمه نسبت به مدت مشابه سال قبل، درآمد شرکت به مبلغ ۱۵۴،۲۱۰،۰۲۱ میلیون ریال رسیده است. همچنین، تراز مثبت ۱۲۰۴ درصدی در عملکرد تجمیعی، نشان از سودآوری پایدار شرکت دارد.

کارشناسان صنعت بیمه، موفقیت‌های اخیر شرکت بیمه ملت را ناشی از استراتژی‌های نوین بازاریابی و فروش، تنوع محصولات و خدمات، مدیریت ریسک موثر و ... عنوان می‌کنند.

شرکت بیمه ملت با عملکرد درخشان خود در ماه‌های اخیر، توانسته است به عنوان یکی از بازیگران اصلی بازار بیمه کشور مطرح شود و روند صعودی مستمر و یکنواختی را تجربه کند. رشد قابل توجه درآمدها و سودآوری، نشان از استراتژی موفق شرکت و آینده روشن آن دارد.

دیدگاه مردم نسبت به مسکن به ویژه در تهران از سرپناه امن به سرمایه گذاری غیر رقیب تغییر کرده است تا حدی که رشد قیمت مسکن در تهران گواه همین موضوع است.

بر اساس آمارهای رسمی در مردادماه متوسط قیمت یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۸۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان بود که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲/۱ و ۸/۱۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

همچنین گزارش تحولات بازار مسکن در شهر تهران حاکی از افزایش ۲۶.۲ درصدی تعداد آپارتمان‌های معامله شده در پایتخت در مرداد ماه سال ۱۴۰۳ نسبت به ماه قبل و رشد ۱.۲ درصدی قیمت‌هاست.

این اولین بار نیست که بر اساس آمارهای رسمی در بازار مسکن، جهش قیمت را شاهد هستیم؛ صعود قیمتی که باعث شده خرید خانه از دسترس شهروندان قشر متوسط جامعه نیز خارج شود.

**گرانی مسکن تا کجا ادامه دارد؟**

فاجعه گرانی قیمت مسکن در تهران به حدی فاجعه آفرین است که کارشناسان این حوزه هشدار می‌دهند که تشدید نابسامانی اقتصاد کشور با نوسانات شدید قیمت مسکن دور از انتظار نیست.

هادی سرخوش، کارشناس بازار مسکن در گفتگو با اقتصاد ۲۴ گفت: گذر از وضعیت رکود در بازار مسکن بسیار سخت است، اما دشوارتر از آن، نوسان افزایش قیمت مسکن در هر ماه است و این نشان می‌دهد که بازار مسکن در زمان‌های خاص به تب گرانی دچار نمی‌شود بلکه این بازار با توجه به وضعیت اقتصادی کشور همواره شاهد جریان سازی در روند گرانی است.

سرخوش با اشاره به وضعیت نامناسب اقتصادی در سال ۱۴۰۳ گفت: افزایش نرخ مصالح ساختمانی، نیروی انسانی و کارگر، بیمه از یک سو و از سوی دیگر و مهمتر ایجاد فضای مناسب برای دلالتن این بازار دلیلی برای افزایش مسکن در تهران شده است و به نظر می‌رسد هیچ مرجع و سازمانی قصد تثبیت قیمت‌ها در بازار را ندارند.

به اعتقاد این کارشناس بازار مسکن، اگر دولت پزشکیمان بخواهد با همان فرمان دولت قبل به سمت

مسیر قیمت مسکن تا پایان سال بررسی شد

# خانه‌دار شدن هر روز غیر ممکن تر می‌شود

گروه اقتصاد - کارشناس بازار مسکن با اشاره به متوسط قیمت ۸۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی هر متر خانه در تهران گفت: باید منتظر بود ببینیم دولت چهاردهم برای بقای اقشار متوسط و ضعیف در جامعه چه برنامه‌ای دارد و آیا توان مقابله با دانه درشت‌ها در بازار مسکن را دارد!



تولید مسکن با عدم مشارکت بخش خصوصی

حرکت کند قطعاً وضعیت قیمت مسکن در بازار به مراتب فاجعه‌با‌تر خواهد شد.

سرخوش با بیان اینکه در همه جای دنیا، مسکن به عنوان یک کالای گران مطرح است، تصریح کرد: قاعده تنظیم این بازار، توجه به موضوع تقاضاست و خارج از این موارد می‌تواند تبعات سنگین رکود و سایه مخرب دلال بازی را در این بازار تقویت کند، موضوعی که امروز وضعیت این بازار را در ایران به ویژه کلان شهرها به چالش تبدیل کرده است.

این فعال بازار مسکن ادامه داد: نکته مهم این است که متوسط قیمت ۸۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای هر متر مربع واحد مسکونی در شهر

تهران، بیشتر یک طنز تلخ است. کارگران و حقوق بگیران مگر چقدر درآمد دارند که بتوانند ۵۰ متر از این خانه‌ها را برای اسکان خانواده خود خریداری کنند؟! چه کسی فکر می‌کرد که روزی در تهران برای خرید یک خانه ۵۰ متری آن هم در یکی از مناطق متوسط شهر و دقیقاً زمانی که حقوق یک کارگر ۸ میلیون تومان است، باید ۵ میلیارد هزینه کرد؟

سرخوش ادامه داد: یک کارگر با درآمد سالانه ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان چطور می‌تواند صاحب خانه شود؟ آیا دولت‌ها می‌خواهند نظام اقتصادی کشور را یکسویه به نفع سرمایه دارن پیش ببرند و قشر ضعیف و متوسط را به حاشیه بفرستند؟

### ۲۰درصد تقاضای خودرو و مصرفی نیست

با وجود دلالتن سیری‌ناپذیر اتفاق مثبتی برای قیمت خودرو نمی‌افتد

محمد اتابک، وزیر جدید صمت بر رقابتی شدن خودروسازی و حرکت آن به سمت خصوصی سازی تأکید کرده است، اما برای اجرای آن چه موانعی پیش روی اوست؟ آیا این گفته‌ها که صحبت‌های تازه‌ای هم نیست اجرایی خواهد شد یا در حد شعار باقی خواهد ماند؟ «مرتضی مصطفوی» در این باره باور دارد که وزارت صمت به تنهایی نمی‌تواند بر مشکلات بازار قائق بیاید و نیازمند ورود وزارت اقتصاد و سازمان مالیاتی هستیم.

**بازار خودرو، بازار غیرمولد دلاری است**

مرتضی مصطفوی، کارشناس صنعت خودرو به اقتصاد ۲۴ می‌گوید: در بازار خودرو، قیمت برای همه مهم است و چیزی که مردم نسبت به آن حساس هستند، قیمت است. قیمت هم متأثر از عوامل مختلفی است. از آنجایی که اولاً بازار خودروی ما مثل خیلی از بازار غیر مولد دیگر مثل مسکن غیر مولد است، لذا کاملاً دلاری است؛ به این معنا که با نوسانات دلار قیمت هم بالا و پایین می‌شود.

او در ادامه می‌افزاید: دوم حکمران اصلی این بازار دلال‌ها و واسطه گران هستند نه دولت و کنترل آن از دست دولت خارج شده است. سوم اینکه به دلیل عدم ثبات شرایط اقتصاد کلان ما مثل تورم، تحریم‌ها و سیاست خارجی ما با نوسانات دلار مواجه هستیم که آن هم بر بازار خودرو اثرگذار است؛ بنابراین بازار خودروی ما یک بازار غیر مولد دلاری است که از دست دولت خارج شده است. قاعدتاً در این بازار دلالتن حرف اول را می‌زنند.

**وزارت صمت به تنهایی نمی‌تواند جلوی دلالی را بگیرد**

به گفته مصطفوی در این شرایط تقاضای غیر موثر در بازار دارد جولان می‌دهد، یعنی بیش از ۷۰ درصدشان به دنبال کاسی و سود هستند و نه به دنبال نیاز مصرفی. حل این مسئله نیاز دارد که ما طرف تقاضای بازار را کنترل کنیم، یعنی سیاست‌هایی را اعمال کنیم که کنترل تقاضای غیرموثرتر تقاضای سفته بازی در بازار می‌شود.

وی تصریح می‌کند: برای این منظور ما چاره‌ای نداریم جز اینکه سیاست‌هایی را اعمال کنیم که جلوی دلالی را بگیرد. نهادی که می‌تواند جلوی این وضعیت را بگیرد، وزارت صمت قاعدتاً نیست. من همواره گفته‌ام این وزارت اقتصاد و سازمان مالیاتی هستند که متولی امر مدیریت گردش نقدینگی سرگردان در بازارند، چون نقدینگی سرگردان در بازار است که تقاضای سفته‌بازی را در بازارهای مختلف ایجاد می‌کند.

**با وضعیت فعلی بازار، خودروهای وارداتی هم بلعیده می‌شود**

این کارشناس صنعت خودرو همچنین توضیح می‌دهد: وزارت اقتصاد باید بیاید و معاملات بازار خودرو را در سامانه جامع

## بازاروسرمایه

### بیمه تعاون، پیشرو در ارائه طرح‌های متنوع بیمه نامه درمان گروهی



شرکت بیمه تعاون با هدف حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، طرح‌های متنوع بیمه درمان گروهی را برای مشاغلی با حداقل ۱۰ عضو ارائه کرده است. این کسب‌وکارها می‌توانند با ثبت‌نام در این طرح‌ها از مزایای بیمه درمان گروهی بهره‌مند شوند.

به گزارش روابط عمومی بیمه تعاون، شرکت بیمه تعاون با هدف ارائه خدمات بهتر و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، امکان بهره‌مندی از طرح‌های متنوع بیمه درمان گروهی را برای این دسته از مشاغل فراهم کرده است. بر اساس این طرح‌ها، کسب‌وکارهایی که حداقل ۱۰ نفر عضو دارند، می‌توانند با استفاده از این طرح‌ها از مزایای بیمه درمان گروهی بهره‌مند شوند. این طرح‌ها با در نظر گرفتن نیازهای مختلف کسب‌وکارهای کوچک طراحی شده‌اند و شامل پوشش‌های گسترده‌ای در حوزه‌های مختلف درمانی می‌شوند. همچنین، بیمه تعاون تلاش کرده است تا با ارائه پوشش‌های جدید و متنوع، پاسخگوی نیازهای متغیر این بخش از بازار باشد.

کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند با انتخاب طرح‌های مناسب از میان گزینه‌های متعدد، سلامت و رفاه کارکنان خود را تضمین کنند. این اقدام بیمه تعاون، گامی مؤثر در راستای حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و ارتقای سطح رضایت و بهره‌وری کارکنان این بخش از بازار است. برای اطلاع بیشتر و خریداری این طرح‌ها، می‌توانید به نمایندگان و شعب بیمه تعاون در سراسر کشور مراجعه کنید.

اهمچنان بر فراز توانگری مالی صنعت بیمه

### برای سیزدهمین سال متوالی؛ مهر تأیید بیمه مرکزی بر سطح یک توانگری مالی بیمه ما



طبق اعلام بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران، شرکت بیمه "ما" برای سیزدهمین سال پیاپی، رتبه یک توانگری مالی را کسب کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه "ما"، نسبت توانگری مالی این شرکت برای سال ۱۴۰۳ معادل ۱۵۸ درصد و در سطح یک توسط بیمه مرکزی ج.ا.ا تأیید شده است.

بر اساس این گزارش، استقرار بیمه "ما" در بالاترین سطح توانگری مالی در بین شرکت های بیمه علاوه بر تحکیم توان شرکت در ایفای تعهدات و افزایش اطمینان ذینفعان به جایگاه شرکت، موجب دستیابی بیشتر بیمه "ما" به بازارهای جدید و درنتیجه رشد و سودآوری منج به توسعه برای آن خواهد بود.

در متن نامه بیمه مرکزی ج.ا.ج آمده است: «در اجرای ماده ۶ آیین‌نامه نحوه محاسبه و نظارت بر توانگری مالی موسسات بیمه (شماره ۶۹) و حسب بررسی و کنترل انجام‌شده، بر اساس آخرین صورت‌های مالی سال ۱۴۰۲ و پس از اعمال تعدیلات طبق محاسبات صورت‌گرفته، نسبت توانگری مالی این شرکت برای سال ۱۴۰۳، معادل ۱۵۸ درصد(سطح ۱) مورد تأیید بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران است.»

گفتنی است شرکت بیمه "ما" از ابتدای اجرایی شدن آیین نامه شماره ۶۹ شورای عالی بیمه تا کنون، با مدیریت صحیح منابع، کنترل ریسک و افزایش سرمایه؛ موفق به حفظ سطح یک توانگری مالی خود در صنعت بیمه بوده است.

تلاش بیمه دی برای تحقق فروش بیش از ۳۰۰ هزار میلیارد ریال

### پیش بینی بیش از ۴۰ هزار میلیارد ریال سود تا پایان امسال

مدیرعامل بیمه دی در خصوص قرارداد جبران تصریح کرد: مدت زمان بررسی اسناد مستقیم ارائه شده از سوی خانواده‌های معزز ایثار و شهادت و پرداخت آن، طی تنها یک هفته به انجام می‌رسد و پرداخت خسارت به مراکز درمانی طرف قرارداد نیز به ۲ ماه کاهش پیدا کرده که مدت زمانی منطقی و طبیعی است. زیرا از این بازه زمانی، یک ماه صرف جمع‌آوری و ارسال اسناد از سوی مراکز درمانی شده و یک ماه نیز شامل بررسی اسناد و پرداخت خسارت از سوی بیمه دی می‌شود.

وی همچنین با اشاره به آمار عملکرد استان‌ها بیان کرد: برخی از استان‌ها نیازمند تلاش بیشتری در حوزه فروش هستند. در حال حاضر با برنامه محوری، بعضی از استان‌ها بالغ بر ۱۰۰ درصد و برخی تا ۱۴۰ درصد بودجه خود را تحقق بخشیدند. علاوه بر آن، بودجه قابل توجهی نیز خارج از برنامه محقق کرده‌اند که این مهم نشان دهنده عملیاتی بودن برنامه ریزی‌ها است. بدین ترتیب باید نقاط قابل بهبود شناسایی شده و درصد رفع آن‌ها برآییم. وی افزود: در استان‌ها باید به جذب پرتفوهای رشته‌های مختلف غیر از درمان تأکید داشت. همچنین تحقق بودجه مورد انتظار در بیمه‌های زندگی باید با جدیت دنبال شود. شعب و نمایندگی‌های یک استان باید با همکاری و هم‌دلی در تحقق اهداف برنامه‌ریزی شده بکوشند.

مدیرعامل بیمه دی با اشاره به قرارداد تبلیغی ـ فرهنگی این شرکت با سازمان صدا و سیما ج.ا.ج و آغاز کمپین تبلیغاتی این شرکت تصریح کرد: شرکت بیمه دی به عنوان یک بنگاه اقتصادی برای کسب سود و تأمین نظر سهامداران از هیچ تلاشی فروگذار نخواهد کرد و در همین راستا در حوزه تبلیغات، برنامه‌ریزی منحصr به فردی را انجام داده است، که طی ۱۰ روز تبلیغات در بازه زمانی المپیک، شاهد ۲۱۰ درصد افزایش فروش نسبت به