

اخبار
پیام رئیس هیئت مدیره بیمه تعاون به مناسبت دوازدهمین سالروز تأسیس شرکت رسولی: رشد مستمر شرکت ثمره تلاشی جمعی خانواده بزرگ بیمه تعاون است



سید محمدرضا رسولی، رئیس هیئت‌مدیره شرکت، طی پیامی به مناسبت دوازدهمین سالروز تأسیس بیمه تعاون، رشد مستمر این شرکت را حاصل تلاش جمعی خانواده بزرگ بیمه تعاون دانست و با تأکید بر رویکرد انسانی و مشتری‌مدار، استمرار این مسیر را گامی مهم در جهت تأمین آرامش و اطمینان برای جامعه عنوان کرد.

به گزارش روابطعمومی بیمه تعاون، سید محمدرضا رسولی، رئیس هیئت‌مدیره شرکت، طی پیامی به مناسبت دوازدهمین سالروز تأسیس بیمه تعاون، رشد مستمر این شرکت را حاصل تلاش جمعی خانواده بزرگ بیمه تعاون دانست و با تأکید بر رویکرد انسانی و مشتری‌مدار، استمرار این مسیر را گامی مهم در جهت تأمین آرامش و اطمینان برای جامعه عنوان کرد.

در متن این پیام آمده است: دوازده سال پیش، شرکت‌تعاون با این‌باور گرفت که می‌توان با تکیه بر اصول حرفه‌ای بیمه‌گری، مشتری‌مداری، و رویکردی انسانی، تجربه‌ای متفاوت از خدمات بیمه‌ای برای مردم ایران فراهم کرد.

در این سال‌ها تلاش کردیم بیمه را از یک ابزار مالی صرف، به ابزاری برای ایجاد آرامش، اطمینان و حمایت واقعی در لحظه‌های دشوار زندگی تبدیل کنیم. ما همواره سعی کرده‌ایم در کنار بیمه‌گزاران باشیم؛ با پاسخ‌گویی سریع، شفافیت در تعهدات، و طراحی محصولاتی متناسب با نیازهای روز جامعه.

رشد مستمر شرکت در شاخص‌های کلیدی، توسعه شبکه نمایندگان در سراسر کشور، تقویت زیرساخت‌های دیجیتال، افزایش توانگری مالی، و حضور مؤثر در بازار بیمه، همه از ثمرات تلاش جمعی خانواده بزرگ بیمه تعاون است. این سالگرد، فرصتی است برای قدردانی از همه همکاران، از بدو تأسیس تاکنون، نمایندگان و مشتریانی که با اعتماد، همدلی و همراهی‌شان، مسیر ما را هموارتر کردند.

باور دارم که با حفظ همین رویکرد متعهدانه و نگاه رو به آینده، می‌توانیم بیمه تعاون را به نقطه‌ای برسانیم که سهم بیشتری از بازار با ایجاد آرامش و اطمینان اقتصادی و اجتماعی برای همه هموطنانم داشته باشد.

تقدیر صندوق تأمین خسارت های بدنی از شرکت بیمه آسیا



صندوق تأمین خسارت های بدنی از مدیرعامل بیمه آسیا تقدیر کرد.

به گزارش روابط عمومی بیمه آسیا، مهدی مقصریان، مدیر صندوق تأمین خسارت های بدنی با ارسال لوح تقدیر، از اقدامات انسان دوستانه و تلاش های مدیرعامل بیمه آسیا و همچنین همکاری پایدار و هماهنگی کامل با این صندوق، قدردانی کرد.

بنا براین گزارش، در قسمتی از لوح تقدیر آمده است: "توفیق خدمت در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران، فرصت گرانبهائی و پرافتخاری است که علاوه بر خشنودی مردم، موجبات رضایت پروردگار متعال را در پی خواهد داشت. حضور ارزشمند و تدابیر اثربخش جنابعالی، همواره نشان دهنده تعهد و تخصص شما در مسیر اعتلا و پیشرفت صنعت بیمه بوده است."

بهره‌کشی نوین از مردم ایران در قرن حاضر، ظاهراً پائینی ندارد. این روزها، در میانه مشکلات رنگارنگی، چون جنگ، فقر و خشکسالی که مردم با آنها دست‌وپنجه نرم می‌کنند، شاهد حیل‌های رانت‌خوارانی هستیم که جیب مردم را برای تأمین امیال جریانات خاص خالی می‌کنند.

هرچند ترکش‌های این حربه‌ها، مانند صدها مورد پیشین، بی‌شک به مهاجمان به سفره مردم بازمی‌گردد، اما پرسش اساسی اینجاست: چرا کسانی که مدعی وطن‌پرستی و عشق به ملت ایران هستند و در برابر تجاوز اسرائیل رجزخوانی می‌کنند، در قبال این تجاوز آشکار به زندگی میلیون‌ها ایرانی توسط تولیدکنندگان به‌اصطلاح «ملی»، سکوت پیشه‌کرده‌اند؟

این سؤال، ذهن هر انسان آزاده‌ای را به خود مشغول می‌کند. در روزگاری که کشور بیش از هر زمان دیگری به دلگرم‌سازی مردم نیاز دارد، مشخص نیست تا چه نیت، هدف و راهبردی، خودروسازان نازپرورده و کم‌کیفیت داخلی، پیوسته از گرانی‌های سرسام‌آور و افسارگسیخته سخن می‌گویند، بی‌آن‌که خبری از بهبود کیفیت محصولاتشان باشد.

این که شرکت‌هایی مانند سایپا و ایران‌خودرو در این سرزمین، خودسرانه در مسیر استمرار مصرف‌کننده گام برمی‌دارند و هرگاه با اعتراضی مواجه می‌شوند، با فریاد «واضعینا» یا ضررهای اثبات‌شده خود سخن می‌گویند، اما هم‌چنان به‌شیوه‌ای میلیاردی به بهره‌کشی ادامه می‌دهند، نکته‌ای است که مردم را واداشته تا درباره شعارهای حمایتی، با نگاهی دیگر ببیندیشند.

واگذاری سمبلیک؛ بازی رانت در بازار خودروی ایران

به گزارش اقتصاد ۲۴، ظاهراً خودروسازان ایرانی وعده داده بودند که با واگذاری خودروسازی به بخش خصوصی، قیمت‌ها رقابتی می‌شود، کیفیت اوج می‌گیرد و مصرف‌کننده به حقوقش می‌رسد؛ اما امروز این وعده‌ها چیزی جز دوستی بسطن چشم ملت بر واقعیت استمرار رانت‌خواری نبود. نه کیفیتی بهبود یافت، نه قیمت‌ها رقابتی شد و نه حتی فاصله قیمت کارخانه و بازار آتقدر معنادار است که شهروند را به پای ثبت‌نام و قرعه‌کشی یک‌ساله‌بکشانند!

سوال اینجاست: وقتی تفاوت خرید از خط تولید ایران‌خودرو و سایپا با بازار آزاد، برای محصولاتی چون «دنا پلاس» تنها ۱۰۰ میلیون تومان (قیمت کارخانه: یک میلیارد و ۱۵۰ میلیون – بازار آزاد: یک میلیارد و ۲۵۰ میلیون)، «تارا اتوماتیک» حداکثر ۹۸ میلیون تومان (کارخانه: ۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیون – بازار: ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون) و «سورن پلاس دوگانه‌سوز» حداکثر ۳۸ میلیون تومان (کارخانه: ۸۲۲ میلیون – بازار: ۸۶۰ میلیون) است، چه عقل سلیمی حاضر است پولش را یک سال بلوکه کند،



در نوبت‌های فرمالیت‌ه معطل شود، و سپس با «منبّ تحویل خودروی بی‌کیفیت» و «خدمات پس‌از فروش بیمار» مواجه‌شود؟ این تفاوت ناچیز، حتی هزینه‌های روانی درگیر شدن با بوروکراسی خودروسازان را هم پوشش نمی‌دهد! این وضعیت تنها یک معنا دارد: «قرعه‌کشی‌های نمایشی، ابزاری برای مشروعیت‌بخشی به قیمت‌گذاری غیرواقعی و انحصارگرایی همان نازپروردگان دیروز است».

خصوصی‌سازی صوری انجام شد تا فریاد «حمایت از تولید ملی» بلندتر شود، اما در عمل، تنها چیزی که افزایش یافت، سود اثبات‌شده همان جریان‌های رانتی بود که امروز با چرخش پول مردم

بین «صف ثبت‌نام» و «بازار آزاد»، جیب‌های خود را پرتر می‌کنند.

این تفاوت قیمت‌ها، اگرچه ممکن است در نگاه اول قابل توجه به نظر برسد، اما با توجه به عوامل اقتصادی دیگر، این سود واقعی به نفع خریداران نیست.

خریداران برای شرکت در قرعه‌کشی باید در ابتدا مبلغی را در یک حساب بانکی بلوکه کنند. این مبلغ می‌تواند به میزان قابل توجهی از ارزش خرید افراد

شعارهای ملی زیر سایه رانت و انحصار

مردم در تله استثمار خودروسازان

خرید از کارخانه خودروساز و شرکت در قرعه‌کشی نه تنها به نفع مردم نیست، بلکه باعث از دست دادن قدرت خرید واقعی آنها می‌شود. سرمایه در یک مدت زمان طولانی در انتظار جواب قرعه‌کشی به صورت مسدود باقی می‌ماند و این ریسک، به شدت برگزیدگان قرعه‌کشی را در معرض خطر قرار می‌دهد.



کاسته و سرمایه را مسدود کند. با توجه به نرخ تورم ۳۵ درصدی طبق اعلام رسمی و نرخ بهره بانکی حداکثر ۲۲.۵ درصد، هر فردی که بخواهد ریسک خرید از کارخانه را بپذیرد، در واقع سرمایه خود را در شرایط نامعقول و پرخطر نگه می‌دارد: نرخ تورم ۳۵ درصد به این معناست که قدرت خرید ارزش ریال در آینده به شدت کاهش خواهد یافت.

نرخ بهره بانکی ۲۲.۵ درصد نیز یعنی اگر فرد بخواهد این مبلغ را به مدت یک سال در بانک سپرده‌گذاری کند، بازدهی آن به طور خیلی جزئی جبران‌کننده روند تورم خواهد بود.

با بررسی این موارد، می‌توان نتیجه گرفت که خرید از کارخانه و شرکت در قرعه‌کشی نه تنها به نفع مردم نیست، بلکه باعث از دست دادن قدرت خرید واقعی آن ها می‌شود. سرمایه در یک مدت زمان طولانی در انتظار جواب قرعه‌کشی به صورت مسدود باقی می‌ماند و این ریسک، به شدت برگزیدگان قرعه‌کشی را در معرض خطر قرار می‌دهد.

این در واقع یک «بازی غارت سازمان‌یافته» به شمار می‌رود، چرا که افراد برای به دست آوردن یک خودرو با قیمت پایین‌تر، قدرت خرید خود را با ریسک‌های بالا سرمایه‌گذاری می‌کنند، در حالی که

وضعیت اقتصادی نشان می‌دهد که این روش به هیچ وجه به نفع خریداران نبوده و موجب افزایش فشار اقتصادی بر روی آنها می‌شود.

پشت پرده شعارهای ملی خودروسازان

مردم به‌خوبی می‌دانند که در پس ادعاهای تولیدکنندگان گردن‌کلفتی که پیوسته از ضرر دم می‌زنند و با پتک «حمایت از تولید ملی» بر تئور خالی‌زندگی مردم می‌کوبند، رگه‌هایی از حمایت‌های سیاسی برخی صاحبان قدرت نهفته است. متأسفانه این گروه نیز شعارهای ملی را پوششی برای پیگیری منافع شخصی و جناحی قرار داده‌اند. به ملت ایران از آنچه به نام «منافع ملی» بر آنها می‌گردد، شاکي است.

بدون شک زیان سیاست‌های تحریمی - که در پی ایجاد انحصار برای گروهی نازپرورده از «خودی‌ها» اتخاذ شده - به‌مراتب بیش از منافع آن است. اما از آنجا که در کشور ما، راهبردهای بلندمدت همواره قربانی سیاست‌های زودگذر برای عبور از برهه‌های حساس شده‌اند، امروز شاهدیم که بعضی مردم نسبت به خودروسازان چنان است که با هر اعلام گرانی جدید از سوی این کارخانه‌ها، نفرین‌ها نثار مسببان اصلی وضع موجود می‌شود.

مسیر برون‌رفت از بحران

اگر قرار است ایران از چرخه باطل بحران‌های آبی رهایی یابد، راه‌حلال‌هایی عمیق‌تر از پروژه‌های انتقال آب با برخورد با چاه‌های غیرمجاز نیاز است. راه‌حل اصلی، تغییر در حکمرانی آب است؛ بدون ارتقای کیفیت حکمرانی، هیچ سیاست یا پروژه‌ای نمی‌تواند بحران آب را مهار کند. از سوی دیگر، کشور باید از رویکرد عرضه‌محور که همواره بر افزایش حجم تأمین آب متمرکز بوده، به سمت مدیریت تقاضا حرکت کند. این به معنای اصلاح قیمت آب، هدفمندی پاراتنه‌ها، محدودسازی توسعه باغات در مناطق خشک، حمایت از کشت محصولات کم‌آب‌بر و توسعه تجارت آب مجازی است.

همچنین باید به تفاوت‌های اقلیمی و منابع آبی در مناطق مختلف توجه کرد. نسخه واحد برای کل کشور کارایی ندارد و باید سیاست‌های منطقه‌ای متناسب با ظرفیت‌های هر استان تدوین شود. به‌عنوان مثال، تداوم کشت محصولات آب‌بر مانند هندوانه یا برنج در مناطق خشک مرکزی هیچ توجیهی ندارد و صرفاً بحران را تعمیق می‌کند.

در این میان، بازنگری در هدف‌گذاری خودکفایی غذایی نیز ضروری است. تجربه ثابت کرده که پاششاری بر خودکفایی در همه محصولات، بدون در نظر گرفتن محدودیت‌های زیست‌محیطی، منجر به اتلاف منابع و ناپایداری خواهد شد. در عوض، باید سیاست‌های امنیت غذایی پایدار و مبتنی بر تجارت هدفمند، بهره‌وری بالا و حفاظت از منابع تدوین شود.

پروژه‌های زیرساختی همچون انتقال آب طالقان نیز اگرچه در کوتاه‌مدت گره‌گشا هستند، اما بدون اصلاح الگوهای مصرف، به‌زودی به مرز ناکارآمدی می‌رسند. وزیر نیرو نیز تأکید کرده که موفقیت این پروژه‌ها منوط به همکاری مردم در کاهش مصرف آب است. در نهایت، بحران آب ایران تنها یک مسئله محیط‌زسنی نیست، بلکه بازتابی از چالش‌های عمیق‌تر در ساختار حکمرانی، اقتصاد پاراتنه‌ای و سیاست‌های توسعه‌ای است. اگر امروز اقدام نکنیم، فردا باید هزینه‌های جبران‌ناپذیری را در قالب مهاجرت، کاهش امنیت غذایی، تخریب اکوسیستم‌ها و ناپایداری اقتصادی بپردازیم.

بازاروسرمایه

اخبار
باشگاه بیمه گران گزارش می دهد رشد پر شتاب بیمه دی در بهار ۱۴۰۴؛ جهش ۷۳ درصدی حق بیمه

حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی بیمه دی

مجموع حق بیمه تولیدی بیمه دی در فصل بهار ۱۴۰۴ با ثبت رشد ۷۳ درصدی از ۳۴ همت عبور کرد.

به گزارش باشگاه بیمه‌گران، بیمه دی توانسته در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۴ با ثبت رشد چشمگیر در تولید حق بیمه، جایگاه خود را در میان شرکت‌های بیمه‌ای کشور تقویت کند. آمارهای منتشرشده نشان می‌دهد این شرکت در فصل بهار امسال با جهش ۷۳ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، مجموعاً بیش از ۳۴۱ هزار میلیارد ریال حق‌بیمه تولید کرده است؛ در حالی که این رقم در سه‌ماهه ابتدای سال ۱۴۰۳، حدود ۱۹۸ هزار میلیارد ریال بوده است.

این رشد در حالی اتفاق افتاده که آمار خردادماه به‌تنهایی حاکی از کاهش حدود ۲۹ درصدی در تولید حق‌بیمه نسبت به خرداد سال گذشته است که دلیل اصلی آن می‌تواند جنگ ۱۲ روزه ایران و رژیم صهیونیستی باشد که رشد بسیاری از شرکت‌های بیمه را با وقفه مواجه کرد.

کاهش نسبت خسارت، علامت مثبتی برای مدیریت ریسک

یکی از مهم‌ترین شاخص‌های سنجش کارایی فنی شرکت‌های بیمه، نسبت خسارت است که بیمه دی در این زمینه عملکرد موفقی را به نمایش گذاشته و توانسته نسبت خسارت خود را از ۱۸.۴ درصد در سه‌ماهه نخست ۱۴۰۳ به ۱۶.۴ درصد در مدت مشابه امسال کاهش دهد؛ به عبارت دیگر، سهم خسارت از درآمد بیمه‌ای شرکت ۲ واحد درصد کمتر شده است.

این کاهش در حالی رخ داده که مجموع خسارت پرداختی شرکت نیز با رشد ۵۴ درصدی از حدود ۳۶.۵ هزار میلیارد ریال در سال گذشته به ۵۶.۴ هزار میلیارد ریال در سال جاری رسیده است. این آمار نشان می‌دهد که همزمان با افزایش پرداخت خسارت، رشد حق‌بیمه صافه به‌حدی بالا بوده که کاهش نسبت خسارت را امکان‌پذیر کرده است؛ نشانه‌ای از بهبود ترکیب رتفوی و افزایش ضریب سودآوری عملیاتی شرکت.

عبور از خرداد سخت، با اتکا به بهار پربازده
عملکرد درخشان سه‌ماهه بیمه دی، چهره‌ای امیدوارکننده از مسیر سال ۱۴۰۴ ترسیم می‌کند. حفظ نسبت خسارت در محدوده پایین و همزمان رشد بالا در درآمد بیمه‌ای، حاکی از برنامه‌ریزی دقیق شرکت برای توسعه بازار، بهبود کنترل ریسک و افزایش سودآوری است. با توجه به شرایط رقابتی صنعت بیمه در سال جاری، ادامه این روند می‌تواند بیمه دی را در موقعیتی تثبیت‌شده‌تر قرار دهد؛ به‌ویژه اگر بتواند اذت مقطعی خردادماه را در ماه‌های آینده جبران کند.

ارائه بیش از ۳۴ میلیون خدمت درمانی به فرهنگیان توسط بیمه دانا



شرکت بیمه دانا پس از پایان سومین سال قرارداد بیمه‌ای با وزارت آموزش و پرورش، خدمات گسترده درمانی را به بیش از یک میلیون و ۴۰۰ هزار بیمه‌شده ارائه کرده و توانسته نرخ مراجعه پادار بیمه‌شدگان را حفظ کند.

به گزارش روابطعمومی بیمه دانا، این شرکت طی پایان یافتن سومین سال قرارداد بیمه‌ای خود با وزارت آموزش و پرورش سراسر کشور در رشته درمان، عملکرد قابل توجهی در ارائه خدمات درمانی به جامعه آموزش و پرورش ثبت کرده است.

تعداد بیمه‌شدگان تحت پوشش این قرارداد طی سه سال اخیر به‌طور متوسط ۱,۳۶۶,۹۸۹ نفر بوده که طی این مدت، بیش از ۳۱ میلیون و ۴۹۷ هزار خدمت سربایی و بیمارستانی به بیمه‌شدگان ارائه شده و مجموع خدمات ارائه‌شده تاکنون به ۳۴,۳۷۷,۳۷۴ مورد رسیده است.

تعداد معرفی‌نامه‌های صادره نیز به ۲,۸۷۹,۵۱۵ مورد افزایش یافته که نشان‌دهنده استفاده گسترده از خدمات مراکز بیمارستانی و درمانی طرف قرارداد است. نرخ سرانه مراجعه بیمه‌شدگان نیز در سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ به ترتیب ۸۰,۰۰۰، ۷۰,۸۶۰ و ۷۰,۸۶۰ بار بوده و میانگین سه ساله آن ۸,۸۹ بار است که ثبات در بهره‌مندی از خدمات درمانی تحت پوشش بیمه دانا را نشان می‌دهد.

شرکت بیمه دانا با پایبندی به تعهدات خود و بهبود مستمر کیفیت خدمات، در مسیر توسعه همکاری با وزارت آموزش و پرورش، متفخر است با بهره‌گیری از تجربیات سه سال گذشته، طی سال‌های آتی نیز با ارائه خدمات جامع، به‌روز و مبتنی بر نیازهای بیمه‌شدگان، نقش مؤثری در بهبود سلامت جامعه بزرگ و ارتجمند آموزش و پرورش ایفا کند. شایان ذکر است، این شرکت طی سالیان اخیر، با دارا بودن بیش از ۳۰ میلیون بیمه‌گذار و بیمه‌شده، بالاترین تعداد افراد تحت پوشش را در صنعت بیمه کشور به خود اختصاص داده است که برگ زرینی بر افتخارات شرکت بیمه دانا به‌شمار می‌آید.