

تعیین میزان رضایتمندی مشتریان (کشاورزان) کارگزاران خصوصی بیمه ی کشاورزی در استان مازندران

دکتر سعید صحت

استاد یار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه طباطبائی تهران

نویسنده مسئول: جابر گت بابایی

Email: jaber.babaei@yahoo.com

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بیمه دانشگاه علامه طباطبائی تهران

حامد قور چائی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد واحد علی آباد کتول

چکیده

خدمات بیمه محصولات کشاورزی همچون سایر خدمات و مشابه هر گونه نوآوری، جهت پذیرش در بین کشاورزان، باید قادر به جلب رضایت بیمه گزاران باشد. هدف اصلی مطالعه حاضر تعیین مولفه های موثر بر رضایت بیمه گزاران از بیمه ی محصولات کشاورزی در استان مازندران است.

مواد و روش ها: روش مطالعه در این پژوهش توصیفی بود است جامعه آماری پژوهش، کشاورزانی بودند که حداقل یک بار خدمات بیمه کشاورزی را از طریق کارگزاری های بیمه استفاده کردند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۱۲۰ تعیین گردید. برای نمونه گیری، روش چند مرحله ای خوشه ای استفاده شده است. قلمرو زمانی این پژوهش نیمه اول سال ۱۳۹۳ می باشد که در شرکت های خصوصی بیمه کشاورزی استان مازندران انجام گرفت. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه ای بود که برای روایی پرسشنامه پژوهش دو اقدام ۱- مراجعه به اساتید راهنما، مشاور و متخصصین ۲- مطالعه پایان نامه ها و کتب روش تحقیق، انجام پذیرفت. اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از آمار توصیفی و ابزار Spss تجزیه و تحلیل شد. همچنین از اطلاعات بدست آمده از نمونه های Pilot هم جهت تجزیه و تحلیل نهایی استفاده شده است.

یافته ها

نتایج بدست آمده نشان داد که اکثریت (۵۱/۷ درصد) کشاورزان از سبک رفتار فروشندگان (کارکنان) شرکت بیمه رضایت داشته اند، ۶۱/۷ درصد از کشاورزان از مدت زمان دریافت غرامت و نحوه پرداخت غرامت رضایت کمی داشتند. همچنین نتایج بدست آمده نشان داد بیشترین اقدامات صورت گرفته در بخش خدمات مراکز جهاد کشاورزی (۴۳ درصد)، مشاوره مهندسان مرکز خدمات کشاورزی بوده است. در نهایت در ارتباط با میزان رضایت کلی کشاورزان از خدمات ارائه شده، اکثریت آنها (۵۵ درصد) رضایت کمی از عملکرد کارگزاران بیمه محصولات کشاورزی داشتند.

استنتاج: آزمون آماری کای دو نشان داد که بین عامل سن، سطح تحصیلات، تعداد دفعات استفاده از بیمه، امکان دسترسی آسان به کارگزاران و میزان جلسات مشاوره کارشناسان جهاد و میزان رضایت مشتری در این پژوهش رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0/001$).

واژه های کلیدی: بیمه محصولات، مشتری گرایی، مولفه های رضایت مندی و کارگزاران خصوصی بیمه کشاورزی

مقدمه

کشاورزی فعالیتی است که بطور ماهوی همراه با خطرات متنوعی از قبیل خطرات تولیدی، بازار مالی و خطرات ناشی از نوسانات در سیاستگذاری های اقتصادی توأم می باشد. کشاورزی به دلیل ناپایداری و مخاطره آمیز بودن شرایط تولید، فعالیتی توأم با ریسک تلقی می شود (نجفی، ۱۳۸۳). همواره لزوم به کارگیری ابزاری دقیق و مؤثر جهت حمایت و تأمین امنیت اقتصادی جمعیت فعال در بخش کشاورزی و در نتیجه افزایش قدرت تولید و بالا بردن سطح زندگی آنان احساس می شود (جمشیدی، ۱۳۷۹).

کشاورزی به دلیل وابستگی زیادی که به عوامل و شرایط جوی و محیطی دارد از مخاطره آمیز ترین فعالیت های اقتصادی شمرده می شود که نیازمند حمایت های جدی از تولیدکنندگان و سرمایه گذاران است (smith, 1997). در بین سیاست های مختلف حمایتی، بیمه محصولات کشاورزی به عنوان یکی از ابزار های مناسب جهت حمایت مالی تولید کنندگان و سرمایه گذاران بخش کشاورزی در هنگام بروز حوادث قهری و طبیعی، همواره مورد تاکید متخصصان علوم کشاورزی بوده است (ترکمانی & قربانی، ۱۳۷۸).

بیمه کشاورزی

طبق تعریفهای متعدد، نوعی بیمه است که به موجب آن محصولات کشاورزی در مقابل مخاطرات جوی (مانند: تگرگ، طوفان، سیل، یخبندان، خشکسالی و...) و بیماری ها و حوادثی مانند زلزله مورد تأمین قرار می گیرند و خسارت مالی وارده به کشاورز بیمه گذار در دوره کاشت، داشت و برداشت (مدت اعتبار بیمه نامه) تا میزان مورد تعهد بیمه گر مندرج در قرارداد بیمه جبران می شود (agency, 2004).

بیمه کشاورزی سازوکاری مالی به شمار می آید که هدف آن حداقل کردن بی ثباتی ناشی از خسارات حاصل از عوامل گوناگون و نامشخص در بخش کشاورزی و تقسیم ریسک است (smith, 1997). بیمه محصولات، کشاورزان را در برابر نابودی یا ضایع شدن محصولاتشان با پرداخت حق بیمه اندکی محافظت می کند همچنین می تواند منبع اطمینان و اعتماد کشاورزان برای پذیرش و استفاده از نوآوریهای نوین و روشهای اصلاح شده کشاورزی و نیز زمینه ساز سرمایه گذاری های بیشتر در کشاورزی باشد (johnson, 2001). خسارات موجود در بخش کشاورزی شامل خسارات مالی وارد بر محصولات کشاورزی نظیر خسارات طبیعی، اجتماعی، اقتصادی و جانی وارد بر کشاورز است که برای کاهش این خسارات باید اقدام به بیمه کشاورزی کرد (goodwin, 1993).

بیمه محصولات از جهات مختلف قابل طبقه بندی است: ۱- از دیدگاه خطرات زیر پوشش: یک خطر، چند خطر، تمام خطر ۲- از دیدگاه محصولات مورد بیمه: بیمه یک محصول، یا چند محصول ۳- از دیدگاه اجرایی: بیمه خصوصی، بیمه دولتی ۴- از دیدگاه کاربردی و عملی: اجباری، اختیاری

۱- از دیدگاه خطر

بیمه می تواند برای یک خطر خاص مثل تگرگ و یا برای چند خطر که در یک ناحیه تهدید کننده می باشند، مثل آتش سوزی، تگرگ و آتش سوزی پوشش ایجاد نماید

۲- از دیدگاه محصولات

بیمه یک محصول معمولاً زمانی مورد توجه قرار می گیرد که در کشور یک کشت غالب و اساسی وجود داشته باشد مثل گندم، برنج و غیره. این شکل بیمه، قاعدتاً اجباری و در سطح ملی به اجرا در می آید. البته کشاورز به طور معمول ترکیبی از دو یا چند محصول را با توجه به امکانات آب و نوع محصول کشت می کند به نحوی که منابع تحت اختیار و مالکیت او بلا استفاده نماند. در این حالت بهترین شکل بیمه، دادن پوشش به مجموعه زراعتهای یک کشاورز در یک قالب واحد می باشد. انجام این نوع بیمه از پیچیدگی بیشتری برخوردار است.

۳- از نظر اجرایی

کار بیمه نیز همانند سایر فعالیتهای تجاری در اشکال سازمانی مختلف دیده می شود. در مجموع سازمانهای بیمه به دو شکل خصوصی و عمومی یا دولتی وجود دارد.

۳-۱- خصوصی

شکل خصوصی بیمه خود به دو صورت: شرکتهای بیمه تجاری و تعاونیهای بیمه تقسیم می گردد.

۳-۱-۱ شرکتهای بیمه تجاری از دیر باز فعالیت می کرده اند و حوزه فعالیت آنها بسیار وسیع و شامل انواع بیمه ها اعم از باربری، اشخاص و غیره می باشد.

۳-۱-۲ تعاونی های بیمه که به صورت شرکتهای سهامی هم دیده می شوند. این نوع شرکتهای بیمه به پیروی از روح تعاونی و با همان اهداف و خصوصیات به وجود آمده اند. وجه مشخصه آنها نداشتن سرمایه است و اعضا به نسبت سهم خود در زمان وقوع خسارت در پرداخت غرامت به خسارت دیده مشارکت می نمایند.

۳-۲- عمومی یا دولتی

بیمه های دولتی ممکن است به صورت های زیر سازمان یابند:

۳-۲-۱- شرکت های بیمه دولتی بدون امتیاز خاص، که در کنار شرکتهای بیمه خصوصی فعالیت می کند. این نوع از شرکتهای بیمه به علت وجود رقابت از امتیاز تعرفه پایین و هزینه های اداری حداقل برخوردار است.

۳-۲-۲- سازمان بیمه دولتی که انحصار بیمه را در اختیار دارد لکن بیمه اجباری نیست. این شرکتهای بیمه به علت گستردگی حوزه فعالیت بیمه و احتمال وقوع خسارات سنگین که از عهده بخش خصوصی خارج است توسط دولت و با کمک سازمانهایی نظیر وزارت کشاورزی تشکیل شده است.

۳-۲-۳- شرکت بیمه دولتی که انحصار بیمه را به عهده داشته و بیمه نیز اجباری است. شکل رایج این نوع شرکتهای بیمه در نظام های اشتراکی بیشتر به چشم می خورد زیرا مجموعه سازمانها دولتی بوده و بیمه هم اجباری است. همچنین در مواردی که به دلایل مشخصی حمایت از یک محصول که جنبه ملی دارد ضروری باشد یک سازمان دولتی مسئولیت انحصاری بیمه را به عهده دارد.

۴- از نظر عملی: اجباری یا اختیاری

بیمه اجباری

مزایای بیمه اجباری عبارتند از: ۱- مشارکت کشاورزان در حد کافی خواهد بود. ۲- هزینه اداری و مدیریت را به شدت پایین می آورد. ۳- از انتخاب نامناسب جلوگیری می نماید. ۴- مسئولان بخش کشاورزان مطمئن خواهند بود که کلیه کشاورزان حمایت خواهند شد حتی اگر به مزایای آن واقف نباشند. ۵- از کارشناسان معتقدند بهترین شیوه در اجرای بیمه اجباری استفاده از مکانیزم وام و وابسته نمودن بیمه به آن است.

معایب بیمه اجباری عبارتند از: ۱- کشاورزانی که کمتر با خطر مواجه هستند ناراضی خواهند شد. ۲- با توجه به اینکه در طرح اجباری کشاورزان فارغ از قابلیت های آنها و کوچکی و بزرگی مزارع، زیر پوشش قرار می گیرند تعرفه بالا خواهد بود. ۳- پاره ای از کشاورزان به آن به شکل یک مالیات اضافی می نگرند.

بیمه اختیاری

مزایای بیمه اختیاری: ۱- کسانی که مایل نیستند زراعت خود را بیمه نمایند مجبور به این کار نخواهند شد. ۲- بیمه گر نیز مجبور نیست کشاورزان با مدیریت ضعیف و کارایی پایین تر از میانگین های منطقه را بیمه نماید.

معایب بیمه اختیاری

معایبی که بیمه اختیاری دارد نیز بیشتر حول محور تقسیم بندی کشاورز خوب و بد و یا پرخطر و کم خطر دور می زند. در شکل اختیاری معمولاً داوطلبان از میان مناطقی هستند که بیشتر در معرض خطر قرار دارد و لذا تعادل مالی سازمان بیمه به هم می خورد و تخصیص منابع حاصله از مناطق کم خطر برای پرداخت غرامت به مناطق پرخطر، که در واقع روح بیمه می باشد، امکان پذیر نخواهد بود.

بیمه محصولات کشاورزی در کشورهای مختلف براساس یکی از روشهای هزینه تولید و با در نظر گرفتن نسبتی از بازده محصول و وام پرداخت شده به کشاورز صورت می گیرد. اصولاً بیمه کشاورزی از سوی دولتها برای حل دو مشکل اساسی درآمد بسیار پایین و درآمد بی ثبات مورد توجه قرار می گیرد (نجفی، ۱۳۸۳). دو روش رایج بیمه کردن محصولات کشاورزی که باعث رضایت بیشتر کشاورزان می شود عبارت انداز:

۱- روش میانگین تولید یا تولید واقعی تاریخی (APH)

این روش از قدیمی ترین و مشهور ترین روش های بیمه محصول در کشورهای توسعه یافته می باشد. در واقع نوعی بیمه محصول چندخطره می باشد که از کشاورزان در مقابل زیان های عملکردی ناشی از علل طبیعی مانند خشکسالی، رطوبت مازاد، تگرگ، باد، سرما، حشرات و بیماری ها حمایت می کند. این بیمه نامه مبتنی بر عملکرد انفرادی است و از میانگین تولید مزرعه در طی دوره ۴ تا ۱۰ سال اخیر برای محاسبه عملکرد تضمین شده استفاده میشود. در این روش کشاورزان سطح پوشش عملکرد و نیز درصد انتخابی قیمت را خودشان انتخاب می کنند. اگر عملکرد واقعی ۲ کشاورز در فصل برداشت کمتر از عملکرد تضمین شده باشد، غرامتی به اندازه اختلاف بین این دو به کشاورز پرداخت خواهد شد.

۲- روش پوشش بیمه درآمدی مبتنی بر فروش محصول (CRC)

در بین بیمه نامه های حمایت از درآمد این روش بیشترین کاربرد دارد. این روش حمایت در مقابل درآمد ناخالص را فراهم می آورد. از این رو ریسک های ناشی از دو مؤلفه عملکرد و قیمت را تحت پوشش قرار می دهد. در این روش زمانی غرامت به کشاورز تعلق می گیرد که درآمد واقعی کشاورز به سطحی پایین تر از درآمد تضمین شده برسد. این در محاسبات مربوط به غرامت و حق بیمه استفاده می شود. در این روش اگر قیمت بیمه نامه نیز از میانگین تولید مزرعه محصول در فصل برداشت بالاتر از قیمت مورد انتظار (قیمت پایه) باشد، آنگاه در محاسبه درآمد تضمین شده فصل برداشت در نظر گرفته خواهد شد و در واقع درآمد تضمین شده به دلیل همین افزایش قیمت تعدیل خواهد شد.

صندوق بیمه محصولات کشاورزی

به منظور حمایت و مشارکت کشاورزان در جبران زیان های ناشی از خطرات تهدید کننده و سوانح طبیعی و حوادث قهری، به عنوان وسیله ای برای نیل به هدفها و سیاست های خودکفایی در تولیدات کشاورزی، در نیمه سال ۱۳۶۳ صندوق بیمه محصولات کشاورزی با استقلال مالی و شخصیت حقوقی طبق مقررات شرکت های دولتی با سرمایه اولیه یک میلیارد ریال در بانک کشاورزی تاسیس شد (خادم آدم، ۱۳۷۰).

کارگزاران خصوصی بیمه کشاورزی

از سال ۱۳۸۱ خدمات بیمه ای صندوق بیمه کشاورزی به علت تصویب قوانین جدید در حمایت از بخش کشاورزی، گستردگی فعالیت، افزایش توقعات و انتظارات بیمه گذاران، لزوم ارائه خدمات مناسب، پاسخگویی سریع و نیز تامین رضایت مشتریان، از نیمه ی دوم سال ۱۳۸۱ بخشی از فعالیت های خود را به کارگزاران خصوصی بیمه محصولات کشاورزی واگذار نمود (دایم امید، ۱۳۸۳؛ جوادیان و فرزانه، ۱۳۸۳). کارگزاران خصوصی افرادی هستند که در مقابل دریافت کارمزدی مشخص، به عنوان واسطه، معاملات بیمه را بین بیمه گذاران و صندوق بیمه محصولات کشاورزی انجام می دهند و شغل معمولی آنها نیز ارائه بیمه به مشتری است (سجادی، ۱۳۸۳). اما در شرایط حاضر فعالیت کارگزاران خصوصی از ارائه خدمات بیمه ای فراتر رفته است و ارزیابی خسارت را نیز در بر گرفته است.

رضایتمندی

از آنجا که هدف بیمه، تامین امنیت خاطر بیمه گذاران است و نوعی خدمت رسانی به افراد جامعه به حساب می آید، بنابراین صندوق بیمه محصولات کشاورزی باید در ارائه ی خدمات بیمه ای به صورت بهینه منطبق با انتظارات و توقعات کشاورزان اقداماتی انجام دهد تا به هدف اصلی که کسب رضایت بیمه گذاران است، نایل آید (شاهنوشی، ۱۳۹۰).

رضایتمندی بیمه گذاران فعلی از برنامه های بیمه می تواند مهم ترین روش برای تشویق روستائیان و کشاورزان به بیمه کردن محصولاتشان باشد (سجادی، ۱۳۷۸). در این زمینه یک اصل بازاریابی وجود دارد؛ هزینه اضافه کردن یک مشتری جدید پنج برابر راضی نگه داشتن یک مشتری فعلی است (warnock, 1992). به همین دلیل شناسایی مولفه های رضایتمندی کشاورزان از بیمه محصولات یک راهکار موثر بر افزایش تمایل به خرید بیمه محصولات کشاورزی است.

اهمیت رضایت مندی ارباب رجوع

رضایت ارباب رجوع شاخصی مهم برای تشخیص کیفیت برنامه های ارائه شده است (Radhakrishna, 2002). امروزه با توسعه مفهوم بازاریابی و رقابت، سازمان های تجاری از جمله شرکت های بیمه به این مطلب پی برده اند که برای رسیدن به اهداف خود و یا فرارفتن از آن، باید رضایت مشتریان خود را جلب کنند. زیرا بی توجهی به رضایت مشتری که نتیجه بی توجهی به خواسته ها و نیاز های اوست با موفقیت و شکست آنها قرین است (میشری، ۱۳۷۹). بنابراین مشتریان راضی از خدمات رسانی منبع بقای سود بخش شرکت ها هستند. شرکت های که نمی توانند مشتریان خود را راضی نگه دارند در دراز مدت در بازار باقی نخواهند ماند. عرضه محصول با کیفیت برتر و ارائه خدمات به مشتریان در سطح عالی به طور مستمر موجب ایجاد مزیت های رقابتی برای شرکت ها می شوند (عالی، ۱۳۸۱). رضایت مندی ارباب رجوع بوسیله سطح تقاضا مشخص می شود و بنابراین عملکرد و کارا بودن خدمات را تایید می کند. ولی زمانی که یک سازمان خاص (دولتی یا خصوصی) ارائه دهنده خدمات باشد، سطح رضایتمندی ارباب رجوع به منظور تعیین کارایی و اثربخشی آن سنجیده می شود. سنجش رضایتمندی مشتری ها فایده های زیر را برای سازمان به همراه دارد:

الف) ارباب رجوع به ما می گویند برنامه های ما چه تفاوتی در جامعه بوجود آورده است.

ب) همچون سازکاری برای نشان دادن نوع و میزان سود مندی فعالیت های سازمان عمل می کنند.

ج) به شناخت نقاط ضعف و قدرت سازمان به منظور بهبود وضعیت موجود کمک می کند.

د) در نهایت منجر به شناخت برنامه های موفق سالانه می شوند (Radhakrishna, 2002).

بررسی و شناخت شاخص های رضایت بیمه گذاران و سنجش مستمر رضایت آنها بسیار با اهمیت است زیرا اگر عملکرد شرکت یا موسسه بیمه گر پایین تر از انتظارات بیمه گذاران باشد آنان به شرکت پشت می کنند و شرکت در نهایت شکست می خورد (Choi, 2004).

مفهوم رضایت مشتریان

رضایتمندی حالتی ذهنی در مورد یک موضوع، شیء و غیره است که براساس انتظارات فرد شکل می‌گیرد (Sayar, 1996). بر مبنای تعریف رضایت بیمه گذار یعنی انتظاری که وی از بیمه دارد، زمانی که می‌خواهد، جایی که آن را می‌خواهد و این که چگونه آن را می‌خواهد بدست آورد (قائد امینی، ۱۳۷۷). رضایت مشتری حوزه ای است که در آن به میل، خواسته ها و احتیاجات ارباب رجوع پاسخ داده می‌شود. خدمتی رضایت بخش است که بتواند نیازها و خواسته های ارباب رجوع را برآورده سازد (عالی، ۱۳۸۱).

مشتری گرایی

مشتری گرایی یعنی طراحی و برنامه ریزی تولیدات و خدمات براساس نیازهای مشتری. به منظور دست یافتن به رضایت ارباب رجوع در رویکرد مشتری گرایی، فعالیت بازاریابی به طور مجزا و مستقل نیست. بلکه تماماً براساس نتایج تحقیقات و بررسی های بازار و برنامه سنجش رضایت مشتری انجام می‌گیرد (مبشری، ۱۳۷۹). مشتری مداری، عبارت است از جمع آوری اطلاعات مربوط به مشتری و استفاده از این اطلاعات در واحد های تجاری (Jaworski, 1990).

مشتریان وفادار، سودآوری بیشتری دارند، خرید مجدد بالاتری دارند و باعث گسترش معرفی و تبلیغ محصول و سازمان می‌شوند (عالی، ۱۳۸۱). طرز برخورد کارکنان با مشتریان مستقیماً مرتبط است با احساس کارکنان نسبت به شغلشان و شرایطی که در آن قرار دارند. این جو مشتری مداری در تمام سازمان محسوس است ولی عموماً نشأت گرفته از سطوح بالای سازمان است (محمدی، ۱۳۸۲).

امروزه، چالش شرکت های خدماتی این است که بتوانند از انتظارات مشتریان فراتر رفته و آن ها را برطرف سازند (نصیری، ۱۳۹۰). احتمال آن که خدمتی که به مشتری ارائه شده در ذهنش بماند بیشتر از کالایی است که به وی فروخته می‌شود. به همین دلیل، ارائه ی خدمت باید دقیقاً بر مبنای نیازهای واقعی مشتری باشد نه آن چیزی که ما فکر می‌کنیم مشتری می‌خواهد (Radhakrishna, 2002). در کشور های توسعه یافته به دلیل وجود رقابت های تنگاتنگ بین شرکت ها، سنجش رضایتمندی مشتری امری مهم و حیاتی است. در این رابطه آنها با انجام پیمایش، رضایت مشتریان خود را مرتب مورد سنجش قرار می‌دهند (Sayar, 1996).

خدمات بیمه محصولات کشاورزی همچون سایر خدمات و مشابه هر گونه نوآوری، جهت پذیرش در بین کشاورزان، باید قادر به جلب رضایت بیمه گذاران باشد تا از این طریق بخش کشاورزی حرکتی رو به جلو و موفقیت آمیز را تحقق بخشد (یزدان پناه، ۱۳۸۳). به همین دلیل بهبود و ارتقای وضعیت خدمات رسانی توسط موسسات و سازمانها دست اندر کار امر بیمه کشاورزی، وابستگی شدید به دیدگاه ارباب رجوع به عنوان مشتریان یک سازمان دارد. صندوق بیمه محصولات کشاورزی نیز در تدوین چشم انداز های آینده خود، موضوع بررسی و تعیین عوامل موثر بر رضایتمندی کشاورزان بیمه گذار را در سرلوحه فعالیتهای خود قرار داده است تا از این طریق استراتژیهای توسعه کمی و کیفی پوشش بیمه ای محصولات، با مشارکت واقعی بیمه گذاران تدوین گردد و این موضوع دستاوردی است در جهت حفظ پویایی و توانا سازی صندوق بیمه.

سازو کار سنجش رضایت مشتریان

به منظور سنجش رضایتمندی در بیمه کشاورزی ابتدا با استفاده از تجربه های جهانی، مدل های مورد استفاده در سنجش میزان رضایتمندی کشاورزان از خدمات بیمه محصولات کشاورزی مورد مطالعه قرار گرفته و سپس با تدوین یک الگوی جامع، متناسب با شرایط اقتصادی، اجتماعی ایران، میزان رضایتمندی مورد بررسی قرار می‌گیرد (مهندسین مشاور جامع ایران، ۱۳۸۰).

از جمله سازه های مهمی که در این مدل مورد بررسی است، رسیدن به پاسخ پرسشهای زیر است:

- ۱- تا چه حد بیمه گذاران فعلی صندوق بیمه از نحوه ارائه خدمات و برنامه های این نهاد رضایت دارند؟
- ۲- آیا فعالیت های صندوق بیمه توانسته است انتظارات و خواسته های بیمه گذاران را فراهم کند؟

۳- چه عاملی موجب افزایش رضایتمندی بیمه گذاران خواهد شد؟

بدین ترتیب با شناخت سازه های موثر بر رضایتمندی و تقویت سازه های مثبت و کاهش سازه های منفی، موجبات افزایش تقاضا برای بیمه، به وسیله کشاورزان فراهم می شود. شکی نیست که گروه بیمه گذاران فعلی (به عنوان خریداران بیمه نامه) و بیمه گذارانی که قبلاً زیر پوشش بیمه بوده ولی به دلایلی از این پوشش خارج شده اند و هم گروه غیر بیمه گذار در این مطالعه، مخاطب صندوق بیمه اند تا نقاط قوت و ضعف سازوکارهای بیمه ای و مولفه های متنوع خدمات رسانی از دید همه آنها مورد بررسی و سنجش قرار گیرد.

محققان و صاحب نظران رضایت مشتری را پیش شرط تمام موفقیت های بعدی سازمان ها می دانند و مهمترین اولویت مدیریتی در مقابل اهداف دیگری چون سودآوری، سهم بیشتر در اقتصاد بازار، توسعه عملکرد و تولید بیشتر و ... است (محمدی، ۱۳۸۲).

متغیر های موثر بر رضایتمندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی

قبل از هر چیز باید اذعان داشت که رضایتمندی حالتی ذهنی و مبتنی بر انتظارات افراد است. بنابراین تعیین و سنجش متغیرهای مستقل مؤثر بر این متغیر چندان ساده و راحت نیست. از طرف دیگر "رضایتمندی کشاورزان بیمه گذار یک مورد بین رشته ای (چند دیسیپلینی) است.

۱- متغیر هزینه اداری و ساده سازی و سرعت در امور مربوط به بیمه و دسترسی به سازمان مربوط

یکی از مواردی که موجب نارضایتی کشاورزان از بیمه و در نتیجه تقاضای کمتر آنها می شود هزینه های اداری و بوروکراسیهای بی مورد موجود در سازمان ارائه دهنده بیمه است. همه سازمانها و مشاغل دارای قواعد، سیاستها و استانداردهای جهت انجام اعمال خود هستند. اما در بعضی از آنها این عوامل باعث خشکی و انعطاف ناپذیری سازمان و در نتیجه ناکامی در رسیدن به اهداف سازمان می شود.

سرعت در عقد قرارداد، توانایی و سرعت در حل مشکلات کشاورزان باعث جلب اعتماد کشاورز و بالا رفتن وجهه سازمان می شود و تاثیر بسزایی در رضایتمندی بیمه شدگان دارد. معمولاً دولت به تعهدات خود دیر عمل می کند و این بی توجهی باعث می شود، رضایتمندی کشاورزان از برنامه های بیمه کم شود و در نتیجه این برنامه ها را رها کنند.

۲- متغیر های رفتار صحیح و مناسب کارشناسان و کارگزاران بیمه و مقبولیت فنی آنها از طرف کشاورزان

طی مطالعات فراوان روشن شده است که روابط انسانی، نقش تعیین کنندگی در رضایت ارباب رجوع بازی می کند، نتیجه یکی از بررسیها در خصوص میزان رضایت ارباب رجوع در یکی از بخشهای خدماتی کشور حاکی از این است که رضایت ارباب رجوع در مواردی که حتی کیفیت خدمات در حد مورد انتظار نبوده، به دلیل رفتار مناسب کارکنان با ارباب رجوع، رضایت آنها در سطح بالایی بوده است (کشفی، ۱۳۷۸).

۳- وجود عدالت در برنامه ها

روش دیگر برای پیش بینی رضایت یا نارضایتی که بیمه گذار از خرید بیمه نامه به دست می آورد از طریق نظریه عدالت است. تعدادی از پژوهشگران استدلال کرده اند که افراد تبادل بین خودشان و دیگر گروهها را تجزیه و تحلیل می کنند تا حدود عادلانه یا منصفانه بودن آن را تعیین کنند (warnock, 1992). نظریه عدالت بیان می کند که افراد نسبت ستانده ها و داده های خود را نسبت به ستانده ها و داده های دیگری در یک مبادله مقایسه می کنند. اگر شخص دریابد که نسبت او در مقایسه با دیگر اعضا و مبادله ها نامساعد است احساس بی عدالتی می کند. طبق نظریه عدالت، یک هنجار وجود دارد که بیان می دارد: با هر یک از گروهها در یک مبادله، باید به طور منصفانه یا عادلانه رفتار شود. بنابراین رضایت هنگامی اتفاق خواهد افتاد که نسبت ستانده ها و داده ها برای هر یک از گروهها در مبادله تقریباً مساوی باشد (Choi, 2004).

۴- میزان خسارت دریافتی

متغیر "میزان خسارت دریافتی" که یکی دیگر از ابعاد کیفیت خدمات دریافتی است در بیمه محصولات کشاورزی به صورت حق بیمه پرداختی و میزان غرامت دریافتی دیده می شود که از دیگر عوامل موثر بر رضایتمندی کشاورزان است. کاهش مبلغ حق بیمه یا عدم افزایش آن موجب جلب بیمه گذاران بیشتری به مشارکت در برنامه های بیمه خواهد شد. همچنین در این مورد باید نحوه پرداخت حق بیمه و زمان آن نیز منظور شود، چرا که عده زیادی از کشاورزان قادر به پرداخت حق بیمه به صورت نقدی و یکجا نیستند.

در تحقیقی که حیاتی و لاری (۱۳۷۹) در مورد اثرات فناوری جدید آبیاری تحت فشار انجام دادند به این نتیجه رسیدند متغیر سود حاصل مهمترین سازه موثر بر رضایتمندی نارضایتی کاربران این فناوری بوده است. مزیت نسبی به عبارتی تعیین کننده میزان رضایت و یا عدم رضایتی است که از پذیرش نوآوری به دست می آید. مزیت نسبی دارای ابعاد گوناگونی مانند: میزان سوددهی اقتصادی، نیاز به سرمایه گذاری اندک اولیه و صرفه جویی در وقت است (mandler, 2012).

۵- ارائه اطلاعات مناسب و قابل فهم

بی شک سطح اطلاعات انسانها در تصمیم گیری در مورد مسائل مختلف تاثیر بسزایی دارد. بنابراین در هر موقعیتی که کشاورزان احتیاج به اطلاعات داشتند، باید مناسبترین اطلاعات و قابل فهم ترین آنها به سرعت در اختیار آنها قرار گیرد. این امر خصوصاً در زمان انشاء و تنظیم قرار داد جلوه می کند. تلاش و برنامه ریزی در جهت کسب اطلاع از قوانین بیمه توسط بیمه گذاران در جلب و رضایت آنها موثر است (fullerton, 2005).

۶- عملیات ارزیابی خسارت و پرداخت غرامت

مرحله ارزیابی خسارات که در واقع نقش اصلی سیستم عملیاتی بیمه به حساب می آید، توسط کارشناسان هماهنگ کننده بیمه استان (مستقر در مدیریت شعب بانک کشاورزی)، شرکت های خصوصی و کارشناسان بیمه (مستقر در شعب بانک کشاورزی) اجرا می شود. کارشناسان بیمه پس از اطلاع از وقوع خسارت (که بیمه گذاران طی مهلت مقرر در بیمه نامه به شعب بانک اعلام می نمایند) با رعایت مفاد مندرج در آیین نامه ها و دستورالعمل های اجرایی، در محل حادثه حاضر می شوند. پس از بازدید موارد خسارت دیده، ارزیابی های لازم را انجام می دهند و پس از تایید خسارت و پرداخت غرامت متعلقه بیمه گذاران گزارش فنی خود را به ستاد صندوق بیمه ارسال می کنند. در هنگام بروز حوادث عمده ای مانند جاری شدن سیل و ... کارشناسان بیمه استان در انجام بازدیدها و ارزیابی خسارت شرکت می نمایند تا این مرحله را با دقت بیشتری انجام دهند.

پیشینه تحقیق

ناصر شاهنوشی و همکاران (۱۳۸۸) مطالعه ای با هدف بررسی عوامل ساختاری و عمل کردی موثر بر رضایت بیمه گذاران از بیمه ی محصولات کشاورزی (مطالعه موردی استان خراسان) انجام دادند که نتایج این پژوهش نشان داد که در گروه متغیرهای عمل کردی، متغیرهای آرایه ی خدمات به موقع و اطلاع رسانی (با تاثیر مثبت) و در گروه متغیرهای ساختاری، قوانین و مقررات (با تاثیر منفی) از بالاترین تاثیرگذاری نسبت به سایر متغیرها بر رضایت از بیمه برخوردار است. همچنین متغیر میزان غرامت با تاثیر مثبت بر گروه بیمه گذاران دامی نیز از تاثیر بالایی بر رضایت از بیمه ی محصولات برخوردار است.

مطالعه (Chearaphan ۱۹۹۴) در دو منطقه هند نشان داد که میزان رضایتمندی کشاورزان از برنامه های بیمه بشدت متفاوت بود. بطوری که در یک منطقه حدود ۸۰ درصد مردم از برنامه ها راضی و در منطقه دیگر حدود ۷۰ درصد از برنامه ها ناراضی بودند.

زمانی و همکاران (۱۳۸۳) در تحقیق خود عوامل موثر بر رضایت مندی بیمه گذاران از بیمه محصولات زراعی را مورد مطالعه قرار دادند. هدف این پژوهش، شناخت عوامل موثر بر رضایتمندی کشاورزان از بیمه ی محصولات کشاورزی بوده که با روش توصیفی پیمایشی انجام پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش، کشاورزان کل کشور بوده که به روش نمونه گیری چند مرحله ای از بین کشاورزان بیمه گزار فعلی و قبلی در سطح کل کشور انتخاب گردیده اند. آمارهای توصیفی نشان داد میزان رضایتمندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی در حد

پایینی قرار دارد. همچنین، از آزمون های آنالیز واریانس برای مقایسه رضایتمندی بین ۷ استان مختلف و آزمون تی برای مقایسه رضایت مندی بین دو گروه بیمه گذار استفاده شده است.

سپرس و همکاران (۱۹۹۶) در مطالعه ای در مورد منطقه زندگی کشاورز و رضایتمندی از خدمات بیمه یی انجام دادند که نشان داد، دوری و نزدیکی به سازمان، کارمندان و فعالیت های سازمان در مناطق مختلف بر میزان رضایت کشاورزان موثر است.

یزدان پناه و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله ای تحت عنوان "رضایتمندی کشاورزان از بیمه ی محصولات کشاورزی، با کاربرد تحلیل مسیر" عوامل موثر بر رضایتمندی روستائیان را از بیمه ی محصولات کشاورزی، با روش توصیفی پیمایشی و استفاده از مدل های سنجش رضایت مندی بین المللی مورد بررسی قرار دادند. جامعه آماری این پژوهش کشاورزان استان فارس بوده که به روش نمونه گیری چند مرحله ای از بین کشاورزان بیمه گزار فعلی و قبلی این استان انتخاب گردیدند. نتایج تحلیل مسیر نشان می دهد در مورد کشاورزان بیمه گذار فعلی، متغیر های وجهه بانک کشاورزی، کیفیت خدمات دریافتی و میزان غرامت دریافتی کشاورزان از بیمه، عوامل موثر بر رضایتمندی کشاورزان به شمار می آیند (یزدان پناه و همکاران، ۱۳۸۸).

همچنین ویلیامز و همکاران (۱۹۹۳) در تحقیقی بیان کرده اند که با تغییر در مواردی از جمله میزان حق بیمه، میزان غرامت و غیره می توان بهره برداران دارای درجه مخاطره پذیری متفاوت را به استقبال از بیمه ترقیب کرد.

هدف اصلی این پژوهش با توجه به اهمیت بالای بیمه محصولات کشاورزی در تامین امنیت سرمایه گذاری در کشاورزی، بررسی و تعیین عوامل موثر بر رضایت مندی بیمه گزاران از بیمه ی محصولات کشاورزی در استان مازندران است.

مواد و روش ها

این پژوهش یک مطالعه توصیفی است که در آن میزان رضایتمندی بیمه گذاران از شرکت های بیمه محصولات کشاورزی استان مازندران مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. همچنین شرایط موجود در آن نیز بررسی شده است. جامعه آماری پژوهش بیمه گذاران شرکت های بیمه کشاورزی استان مازندران می باشد. تعداد نمونه آماری نیز با استفاده از فرمول کوکران ۱۲۰ نفر تعیین گردید.

ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه ای شامل ۳۰ سوال در ارتباط با متغیر های سن، تحصیلات، محل زندگی، نحوه رفتار فروشندگان (کارکنان شرکت بیمه)، میزان و نحوه ارائه اطلاعات لازم، سرعت در صدور بیمه نامه، تعداد دفعات استفاده از بیمه محصولات، میزان حق بیمه، اطلاع رسانی به موقع، برگزاری جلسات آموزشی و ترویجی، مدت زمان پرداخت خسارت، نحوه پرداخت خسارت، امکان دسترسی آسان به کارگزاران بیمه کشاورزی و غیره بود که با معیار پنج گزینه ای لیکرت به صورت خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و اصلا (عدم رضایت) مورد سنجش قرار گرفت. در این معیار حداکثر امتیاز ۶۴ و حداقل صفر بوده است. در مجموع امتیاز بالای ۴۰ بیانگر رضایت نسبی و کم تر از آن بیانگر نارضایتی بوده است.

همچنین سوال بازی مطرح شده بود که استفاده کنندگان از بیمه محصولات کشاورزی پیشنهادات خود را در جهت توسعه و بهبود این بیمه ارائه می نمودند.

در نهایت سوالی کلی مطرح شد که میزان رضایت کلی کشاورزان از فعالیت های شرکت های بیمه ای و مراکز خدمات کشاورزی در استان مازندران پرسش شد.

برای تهیه پرسشنامه از کتب علمی و تحقیقات انجام شده در این زمینه استفاده گردید و به منظور تعیین اعتبار علمی از روش اعتبار محتوی (content validity) با استفاده از نظرات صاحب نظران و اساتید دانشگاه علامه طباطبایی تهران و بررسی متون تخصصی و علمی استفاده گردیده است. به منظور تعیین پایایی (reliability) پس از مطالعه مقدماتی (pilot study) و انتخاب ۲۰ نمونه پژوهش از روش آزمون مجدد (test and retest) استفاده شد (در محاسبه ضریب اعتناده پایایی آلفا کرونباخ ۸۹ درصد بوده است).

پس از جمع آوری اطلاعات، نتایج به دست آمده با استفاده از آمار توصیفی و از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ضمناً از اطلاعات به دست آمده از نمونه pilot هم جهت تجزیه و تحلیل نهایی استفاده شده است.

متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش

عامل مهمی که ممکن است بر رضایتمندی بیمه گذاران موثر باشد، میزان غرامت است که کشاورز در سالهای قبل از صندوق بیمه دریافت کرده است، این رابطه ای مثبت با رضایتمندی کشاورز بیمه گذار دارد (جابری، ۱۳۷۸). کیفیت، نوع و روش ارائه خدمات توسط سازمان، ارائه دهنده خدمت عاملی است بر رضایتمندی ارباب رجوع این موضوع را در تحقیقات رضایتمندی کیفیت خدمات دریافتی می گویند. مطالعات (Auh & Johnson, 2004; Ueltsch, 2002; Choi, 2004; فکور، ۱۳۷۹؛ مبشری، ۱۳۷۹).

چندین مطالعه (Sayed, 1996; Johnson & Fornell, 1991; Suvedi, 2000) به وجود یک رابطه بالقوه بین متغیرهای منعکس کننده ویژگی های مدیریتی کشاورز و رضایتمندی اشاره کرده اند بنابراین تجربه کاری کشاورز می تواند به عنوان یک متغیر مستقل مورد مطالعه قرار گیرد.

میزان مالکیت (اندازه مزرعه، میزان باغ و تعداد دام) و درآمد کشاورزان رابطه منفی با میزان رضایتمندی آنها دارد. یافته های مطالعات (چیدری و قلاوند، ۱۳۸۲؛ آل ابراهیم دهکردی و همکاران، ۱۳۸۱؛ جابری، ۱۳۷۸؛ stockberger & Roe, 2003) این موضوع را تایید می کند.

تعدادی از مطالعات قبلی شواهدی مبنی بر وجود تاثیر منطق هر محل زندگی کشاورز بر میزان رضایتمندی او ارائه کرده اند. دوری و نزدیکی (دسترسی) به سازمان، کارمندان و فعالیت های سازمان در مناطق مختلف بر رضایتمندی کشاورزان بی تاثیر نیست (sayar, 2002; savedi et al, 2000; stockberger & Roe, 2003).

متغیر دیگری که می تواند بر رضایتمندی ارباب رجوع تاثیر داشته باشد، میزان پاسخگویی به شکایات کشاورزان است (Johnson, 2001).

متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش

ویژگیهای خدمات	ویژگی های مربوط به بیمه گران	ویژگی های مربوط به کشاورزان
میزان غرامت	نحوه رفتار و برخورد کارکنان شرکت	ویژگیهای شخصیتی کشاورزان (سن، سواد و...)
حق بیمه	دسترسی به کارگزاران شرکت بیمه	درجه ریسک پذیری
	سرعت در صدور بیمه نامه و امور اداری	درآمد
	برنامه های آموزشی و ترویجی کارگزاران شرکت بیمه	مالکیت
	میزان بازدید کارگزاران شرکت های بیمه	مساحت زمین
	مدت زمان پرداخت خسارت	میزان سابقه کشاورز
	نحوه پرداخت خسارت	وام دریافتی
	فعالیت های مراکز خدمات کشاورزی	

مرتبط

عملکرد سیستم پرداخت

نحوه و میزان پاسخگویی به شکایات

یافته ها

بررسی ها نشان داد اکثریت کشاورزان مورد بررسی دارای سابقه بیش از ۱۰ سال (۵۲/۵ درصد) در فعالیت های کشاورزی هستند که در گروه سنی ۳۰-۵۰ سال (۶۵/۸ درصد) قرار دارند. تحصیلات ۵۲ درصد از کشاورزان مورد بررسی دیپلم و پایین تر بود، ۷۵ درصد از بیمه گذاران ساکن روستا بودند، که صاحب زمین (۷۶/۷ درصد)، بدون وام دریافتی (۴۱/۶ درصد) و بدون درآمد جانبی (۶۸/۴ درصد) بوده اند.

درصد	خطر تحت پوشش
37/7	خشکسالی
10/3	سیل
15/6	باران سیل آسا
5	تگرگ
17	سرما
9	یخبندان
4	توفان
۱,۴	سایر
100	جمع

افرادی که سابقه دریافت خسارت از شرکت بیمه را داشته اند، بیشترین درصد آنها (37/7 درصد) به علت خشکسالی بوده است. اکثریت (۹۲/۵ درصد) افراد مورد پژوهش نیاز به مشاوره مهندسان مراکز خدمات، بازدید های کارگزاران شرکت بیمه و تعامل سازمان های مرتبط با کشاورزی را داشته اند.

نتایج بدست آمده نشاد داد بیشترین اقدامات صورت گرفته در بخش خدمات مراکز جهاد کشاورزی (۴۳ درصد)، مشاوره مهندسان مرکز خدمات کشاورزی بوده است. با توجه به فعال بودن مهندسان و مشاوران مراکز خدمات کشاورزی در استان مازندران، می تواند یک عامل تشویق کننده به بیمه کشاورزی باشد. از طرفی ۵۴ درصد از کشاورزان از نحوه اطلاع رسانی شرکت های بیمه رضایت نداشتند که نشان از عدم تمرکز کافی و توجه به بعد تبلیغات توسط شرکت های بیمه کشاورزی در سطح استان است.

نتایج پژوهش نشان داد که اکثریت (۵۱/۷ درصد) کشاورزان از سبک رفتار فروشندگان (کارکنان) شرکت بیمه رضایت داشته اند. اکثر کشاورزی مورد بررسی (۵۳/۳ درصد) در مورد میزان و نحوه پاسخگویی کارگزاران شرکت بیمه به شکایات رضایت کمی داشتند. در رابطه با نحوه و میزان ارائه اطلاعات لازم در طی مراحل اداری و در طی پرداخت خسارت، ۴۹/۲ درصد، گزینه زیاد را علامتگذاری نمودند.

بیشتر بیمه شدگان از نحوه مشاوره مهندسان مراکز خدمات کشاورزی ابراز رضایت نمودند. ۶۱/۷ درصد از کشاورزان از مدت زمان دریافت غرامت و نحوه پرداخت غرامت رضایت کمی داشتند که می تواند ناشی از مراحل اداری زمان بر در بانک کشاورزی و تاخیر در گزارش دهی کارگزاران شرکت بیمه (ارزیابان خسارت) از میزان خسارت وارده به کشاورز باشد.

در ارتباط با میزان رضایت کشاورزان در اتلاف وقت هنگام مراجعه به شرکت بیمه، ۴۰ درصد از افراد مورد پژوهش گزینه کم را انتخاب کردند که نشان دهنده سرعت و سهولت در فرایند صدور بیمه نامه ها توسط شرکت های بیمه کشاورزی است. همچنین ۶۰ درصد از

کشاورزان از امکان دسترسی به کارگزاران شرکت بیمه کشاورزی رضایت نداشتند که نشان دهنده کافی نبودن تعداد کارگزاران شرکت و عدم وجود کارگزارهای دائمی و تخصصی برای ارتباط مستمر با کشاورزان است.

در ارتباط با میزان رضایت کلی کشاورزان از خدمات ارائه شده، اکثریت آنها (۵۵ درصد) گزینه کم را انتخاب نمودند که با توجه به نتایج می توان ناشی از کم بودن غرامت دریافتی توسط کشاورز و بازه زمانی طولانی مدت دریافت خسارت باشد.

بررسی آماری در این پژوهش نشان داد بین متغیر سن و میزان رضایت کشاورزان از خدمات بیمه ای رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0/001$).

همچنین نتایج پژوهش نشان داد بین متغیر سطح تحصیلات و میزان رضایت کشاورزان هم رابطه معناداری وجود دارد ($p < 0/001$). یافته های دیگر پژوهش بیانگر این مساله است که بین تعداد دفعات استفاده از خدمات بیمه ای و میزان رضایتمندی کشاورزان هم رابطه معنی داری وجود دارد.

میزان رضایتمندی کشاورزان براساس نوع خدمات مراکز خدمات کشاورزی ارائه شده، تفاوت داشته است. جدول شماره ۲، رابطه بین خدمات مراکز خدمات کشاورزی و میزان رضایتمندی کشاورزان از بیمه کشاورزی را نشان می دهد.

آزمون آماری کای دو نشاد داد که بین دو عامل خدمات مراکز خدمات کشاورزی و میزان رضایت کشاورزان در این مطالعه رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول شماره یک: توزیع فراوانی مطلق و نسبی میزان رضایت کلی کشاورزان از شرکت های بیمه کشاورزی استان مازندران ۱۳۹۳

میزان رضایت	نسبی	مطلق
خیلی زیاد	۱۷/۸	۲۵
زیاد	۵	۶۶
متوسط	۲۰/۵	۲۱
کم	۵۵	۶
اصلا	۱/۷	۲
جمع	۱۰۰	۱۲۰

منبع: یافته های پژوهش

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی مطلق و نسبی خدمات مراکز خدمات کشاورزی و میزان رضایت کشاورزان در سال ۱۳۹۳

رضایت کشاورزان فعالیت های مراکز خدمات	کاملا راضی		نسبتا راضی		ناراضی		جمع
	نسبی	مطلق	نسبی	مطلق	نسبی	مطلق	
مشاوره مهندسان مراکز خدمات	۱۸/۸	۹	۴۳/۸	۲۱	۳۷/۵	۱۸	۱۰۰
بازدید های کارگزاران شرکت بیمه	۲۸/۶	۴	۵۷/۱	۸	۱۴/۳	۲	۱۰۰
تعامل سازمان های مرتبط	۲۰	۲	۶۰	۶	۲۰	۲	۱۰۰
برگزاری جلسات آموزشی و ترویجی	۶۰/۸	۸	۳۰/۸	۴	۷/۷	۱	۱۰۰
دسترسی به کارگزاران شرکت بیمه و مراکز خدمات	۱۱/۱	۱	۵۵/۶	۵	۳۳/۳	۳	۱۰۰

۱۰۰	۱۷	17/5	3	59	10	23/5	4	سایر
۱۰۰	۱۱۱	۲۶	29	49	54	25	28	جمع

منبع: یافته های پژوهش

بحث

نتایج پژوهش در این مطالعه، بیانگر آن است که اکثریت (۵۵ درصد) بیمه شدگان بین از خدمات بیمه کشاورزی رضایت کمی دارند که با نتایج تحقیقی که در رابطه با میزان رضایت مندی از بیمه کشاورزی (۱۳۸۳) توسط عزت الله کرمی و همکاران انجام گرفت مطابقت دارد. نتایج پژوهش نشان داد که اکثریت (۵۱/۷ درصد) کشاورزان از سبک رفتار فروشندگان (کارکنان) شرکت بیمه رضایت داشته اند. اکثر کشاورزی مورد بررسی (۵۳/۳ درصد) در مورد میزان و نحوه پاسخگویی کارگزاران شرکت بیمه به شکایات رضایت کمی داشتند که نتایج تحقیقی که رضایی و همکاران (۱۳۹۲) تحت عنوان بررسی عوامل تاثیر گذار بر رضایت کشاورزان از شرکت های خدمات مشاوره ای، فنی و مهندسی کشاورزی در شهرستان زنجان انجام شد، مطابقت دارد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

با توجه به نتایج پژوهش که میزان رضایت پایین کشاورزان از خدمت بیمه ای را نشان می دهد باید به نگرش کشاورزان به بیمه محصولات کشاورزی توجه شود که می توان از برنامه های ترویجی برای ایجاد آگاهی در مورد نقش و کارکرد بیمه و در نتیجه تغییر نگرش کشاورزان نسبت به بیمه کشاورزی دارای اهمیت خاصی است. همچنین تلاش بانک کشاورزی برای حمایت از خدمات کشاورزی نیز می تواند باعث تغییر نگرش و جلب اعتماد کشاورزان به بیمه کشاورزی بینجامد.

با توجه به نظرات کشاورزان در سوالات باز مطرح شده، یکی از مهم ترین دلایل رضایت پایین از بیمه کشاورزی وابستگی صندوق بیمه کشاورزی به بانک کشاورزی و حاکمیت مقررات دولتی است که باعث رضایت پایین جامعه کشاورزان از خدمات بیمه ای این صندوق شده است که با افزایش تعداد کارگزاری ها و شرکت های خصوصی بیمه کیفیت خدمات را افزایش دهند.

با توجه به نتایج پژوهش و عدم رضایت کشاورزان خسارت دیده از نحوه ارزیابی خسارت توسط کارگزاران شرکت های بیمه پیشنهاد می شود یک نهاد متمرکز و دقیق به منظور ثبت، تجزیه و تحلیل و ارزیابی طیف وسیعی از خطرات و حوادث زیانبار در بخش کشاورزی و تعیین دقیق میزان خسارت وارد شده به کشاورز تشکیل گردد که خود راه را برای سیاستگذاری های راهبردی در جهت کاهش خسارات در حد ملی و منطقه ای هموار خواهد کرد.

نظارت مستمر کارشناسان و کارگزاران شرکت های بیمه و مراکز خدمات کشاورزی بر نحوه تولید و تشویق کشاورزان و دامداران برای استفاده از شیوه های صحیح مدیریتی و رعایت موازین و مقررات فنی و بهداشتی در هنگام فعالیتهای کشاورزی می تواند باعث تغییر نگرش کشاورزان و جلب اعتماد آنها در استفاده از خدمات بیمه ای شود.

همچنین با توجه به عدم رضایت کشاورزان از نحوه و میزان پاسخگویی شرکت های بیمه، می توان برای افزایش توان پاسخگویی به مشتریان (کشاورزان)، واحدی را برای پاسخگویی، دریافت شکایت، رسیدگی و اقدامات لازم، مطلع کردن کشاورزان از نتیجه اقدامات و پخش آن در خبرنامه صندوق بیمه، تاسیس یا توسعه داد که می تواند رضایتمندی ارباب رجوع را افزایش دهد. پاسخگویی بویژه در زمان بروز خسارت می تواند عامل مهمی در رضایتمندی کشاورزان باشد.

در پایان می توان این گونه عنوان کرد که به طور کلی بیمه محصولات کشاورزی طرحی کاربردی و موثر در زمینه حمایت و حفظ کشاورزی و کشاورزان است ولی هنوز چنان که شایسته است، در جایگاه خود قرار نگرفته است، که با یاری گرفتن از کارشناسان کشاورزی

و صنعت بیمه برای انجام ارزیابی های صحیح، عمل به تعهدات از سوی مراجع ذی ربط و همچنین، گسترش دامنه خطرات تحت پوشش بیمه، می توان بدان مهم دست یافت.

باسپاس فراوان از کشاورزان زحمتکش استان مازندران که در انجام این پژوهش با محقق همکاری نمودند، سپاس بی پایان از اساتید دانشگاه علامه طباطبایی تهران که همواره با رهنمود های گرانبهای خود محقق را یاری نمودند. باتشکر از سرکار خانم غلامی مدیر عامل شرکت اعتماد گستر شهرستان بابلسر بخاطر کمک هایشان در به انجام رسانیدن این پژوهش.

منابع

- ۱- ترکمانی جواد، قربانی م. (1378). عوامل موثر بر تقاضای بیمه محصولات کشاورزی: مطالعه موردی کشاورزان شهرستان ساری. *مجله علوم کشاورزی ایران* 24-233.
- ۲- جمشیدی م. (1379). شناخت و بررسی عوامل موثر بر توسعه بیمه دام روستایی در استان آذربایجان شرقی. *پایان نامه کارشناسی ارشد توسعه روستایی، دانشکده دانشگاه صنعتی اصفهان*.
- ۳- جوادیان، س. فرزانه، د. (1383). عملکرد و تجربه های بیمه کشاورزی در ایران. *مجموعه مقالات دومین همایش علمی بیمه کشاورزی، توسعه و امنیت سرمایه گذاری*، صص 44-14.
- ۴- چیدری، م. قلاوند، ک. (1383). بررسی عوامل موثر بر پذیرش بیمه محصولات کشاورزی (گندمکاران استان مازندران و تهران). *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*.
- ۵- دایم امید، ع. (1383). بخش خصوصی و بیمه کشاورزی مطالعه موردی در استان کرمانشاه. *مجموعه مقالات دومین همایش علمی بیمه کشاورزی، توسعه و امنیت سرمایه گذاری*، صص 420-407.
- ۶- سجادی، ع. (1378). نقش رضایت مشتری در تجارت. *مدیریت*، شماره 22.
- ۷- سجادی، ف. (1383). بررسی وضعیت و عملکرد بخش خصوصی در بیمه کشاورزی. *بیمه کشاورزی، توسعه و امنیت سرمایه گذاری*، صص 377-358.
- ۸- شاهنوشی، ن. رفیعی. عدالتیان، ع. (1390). بررسی عوامل ساختاری و عمل کردی موثر بر رضایت بیمه گزاران از بیمه محصولات کشاورزی: مطالعه موردی استان خراسان. *اقتصاد کشاورزی*، صص 121-103.
- ۹- عالی، صابر. (1381). رضایت مشتری. *تدبیر شماره 130*.
- ۱۰- قائد امینی، ح. (1377). عوامل موثر بر رضایت بیمه گزار و افزایش فروش شرکت های بیمه. *فصلنامه صنعت بیمه*، صص 31-15.
- ۱۱- کرمی، ع. زمانی، غ. یزدان پناه، م. (1383). رضایت مندی از بیمه محصولات کشاورزی و سازه های موثر بر آن. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*.
- ۱۲- کشاورزی. (1383). آشنایی با بیمه محصولات کشاورزی. *بیستمین سالگرد تاسیس صندوق بیمه محصولات کشاورزی*.
- ۱۳- کشفی، ع. (1378). مدیریت و عوامل انسانی در سازمان های خدماتی. *مجله تدبیر شماره 92*.
- ۱۴- مبشری، ج. (1379). بررسی سطح رضایت مندی بیمه گزاران زیان دیده در بیمه های اتومبیل؛ *فصلنامه صنعت بیمه*، صص 81-65.
- ۱۵- مجاوریان، س. امیرنژاد، ح. (1387). بررسی عوامل موثر بر تقاضای بیمه توسط شالیکاران (مطالعه موردی شهرستان ساری). *مجله کشاورزی*، صص 162-151.

- ۱۶- محمدی، ا. (1382). مشتری مداری و تکریم ارباب رجوع. موسسه خدمات فرهنگی رسا، صص 131-142.
- ۱۷- نجفی، ب. (1383). بررسی بیمه دام صنعتی در ایران. فصلنامه پژوهش بیمه و کشاورزی، شماره اول.
- ۱۸- نصیری، م. (1390). بررسی عوامل موثر بر مشارکت کشاورزان چغندر کار در طرح پیشنهادی بیمه عملکرد منطقه ای. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کشاورزی تبریز.
- ۱۹- نیکوئی، ع.، ترکمانی، ج. (1383). تاثیر بیمه کشاورزی بر افزایش تولید محصولات زراعی: مطالعه موردی در استان فارس. "بیمه و کشاورزی، صص 37-57.
- ۲۰- همکاران، م. م. (1380). خلاصه مقالات نشست های سه گانه اولین همایش بیمه کشاورزی، توسعه و امنیت سرمایه گذاری. صص 12-30.
- ۲۱- یزدان پناه، م. (1383). سازه های موثر بر افزایش رضایتمندی کشاورزان بیمه گذار استان فارس. پایان نامه کارشناسی ارشد، صص 44.
- 22- Agency, r. m. (2004). a history of the crop insurance program. *www.RMA online.com* .
- 23- Choi, K. (2004). "the relationship among quality, value, satisfaction and behavioral intention in health care provider choice". *journal of business research* , 913-921.
- 24- Fullerton, g. (2005). the service quality-loyalty relationship in retail services: does commitment matter? *journal of retailing and consumer services* , 99-111.
- 25- Goodwin, b. (1993). an empirical analysis of the demand for multiple peril crop insurance . *american journal of agricultural economies* , 425-434.
- 26- Johnson, m. (2001). the evolution and future of national customer satisfaction index models. *journal of economies psychology* , volume 35.
- 27- JUST, R. (2003). risk research in agriculture economics: opportunities and challenges for the next twenty-five years. *agriculture systems* , 123-159.
- 28- Mandler, a. (2012). the context of agriculture advisory services in the republic of tajikistan. *retrieved march 2012 from http://www.macevents.org* .
- 29- Radhakrishna, R. (2002). measuring and benchmarking customer satisfaction: implication for organization and stakeholder accountability. *journal of extension* , volume 40.
- 30- Sayar, e. (1996). "satisfaction evaluation of milk handlers by southern U.S. dairy farmers". *journal of agricultural and applied economies* , 313-321.
- 31- Smith, a. (1997). the agricultural professional organization in the EC: theoretical and practical aspects. *westside perss, usa* .
- 32- Warnock, p. (1992). surveying client satisfaction. *journal of extension* (issue 30), 120-132.