



Farmers' satisfaction with the quality of services of Kermanshah Agricultural Insurance Companies

Ghaffar Ghanbari ¹ , Amir Hossein Alibaygi ^{*2} , Ali Asghar Mirakzadeh ³ 

¹ Ms.c Graduate in Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

^{2,3} Associate professor, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

Article Info

Article type:

Research article

Article History:

Received: 13 May 2024

Revised: 11 June 2024

Accepted: 12 June 2024

Keyword:

Insurance

Agricultural insurance

Satisfaction of insurer

Quality of service

SERVPERF model

Risk management.

Abstract

The study's objective is to investigate farmers' satisfaction with the quality of services provided by agricultural insurance companies in Kermanshah province. It utilized a descriptive survey research method, with the statistical population being agriculture, horticulture, and livestock insurers in Kermanshah Province, numbering 18,391 individuals. The study employed a multi-stage sampling technique to select 377 participants. Data was collected through a researcher-generated questionnaire designed to measure satisfaction levels across five dimensions - tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, consisting of 27 items. The research revealed that policyholders mainly acquired their insurance information from insurance companies, agricultural jihad organizations, friends, and acquaintances, with radio, rural cooperatives, and promotional publications playing a less significant role in providing insurance-related information. Brokers selected by insurance companies were ranked lowest among insurance information sources by policyholders. The study determined that insurers' overall satisfaction levels were moderate, with higher dissatisfaction in terms of facilities and equipment, and lower dissatisfaction with confidence. Furthermore, the research findings showed significant differences in satisfaction levels based on the type of insured product. Farmers and gardeners had different satisfaction levels compared to ranchers. These results suggest potential ways for improvement in the quality of insurance services by agricultural insurance agents based on the identified dimensions. It is important for insurance providers to use the research outcomes to enhance service quality, ultimately benefitting the farmers in the region.

Cite this article: Ghanbari, G., Alibaygi, A.M., & Mirakzadeh, A. A. (2024). Farmers' satisfaction with the quality of services of Kermanshah agricultural insurance companies. The Quarterly Journal of Insurance & Agriculture, 13(1), 88-104. <https://doi.org/10.22034/13.1.88>.

¹ Email: gh.ghanbari92@gmail.com

² Email: baygi1@gmail.com (Corresponding author)

³ Email: Mirakzadeh@razi.ac.ir

رضایت کشاورزان از کیفیت خدمات شرکت‌های بیمه کشاورزی استان کرمانشاه

غفار قنبری^۱ ID، امیر حسین علی بیگی^{۲*} ID، علی اصغر میرک زاده^۳ ID

دانش آموخته کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۲ و ۳ دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: پژوهشی	پژوهش حاضر باهدف بررسی میزان رضایت کشاورزان از کیفیت خدمات شرکت‌های بیمه کشاورزی در استان کرمانشاه بر اساس مدل سروپرف صورت گرفته است. روش پژوهش، با توجه به ماهیت پژوهش پیمایش از نوع توصیفی است. جامعه آماری، بیمه‌گذاران محصولات زراعی، باغی و دامی شهرستان‌های استان کرمانشاه بودند که از خدمات هفت شرکت بیمه‌ای استفاده نمودند (N=۱۸۳۹۱). برای نمونه‌گیری از روش چندمرحله‌ای استفاده شد (N=۳۷۷). ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود. جهت تعیین میزان رضایت بیمه‌گذاران از کیفیت نمایندگی بیمه کشاورزی تعداد ۲۷ گویه در قالب ابعاد پنج‌گانه (عوامل ظاهری، اطمینان، پاسخگویی، اعتماد و همدلی) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد بیمه‌گذاران، بیشتر اطلاعات موردنیاز خود در رابطه با بیمه کشاورزی را از شرکت‌های بیمه کشاورزی، جهاد کشاورزی، دوستان و آشنایان به دست می‌آورند و رادیو، تعاون روستایی و نشریه‌های ترویجی در سطح کمی در جهت اطلاعات بیمه‌ای نقش ایفا نمودند. رابطان آموزشی که توسط کارکنان شرکت‌های بیمه‌ای انتخاب شده‌اند و به‌عنوان بازوان اجرایی این شرکت‌ها به‌حساب می‌آیند در بین منابع اطلاع‌رسانی بیمه‌ای از نظر بیمه‌گذاران در رتبه‌های آخر قرار گرفتند. میزان رضایت بیمه‌گذاران در حد متوسط بوده و در بین ابعاد سنجش، بیشترین میزان نارضایتی از بعد امکانات و تجهیزات و کمترین مربوط به بعد اعتماد بود. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک طرفه در خصوص مقایسه میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌های خدمات بیمه‌ای بر اساس نوع محصول بیمه‌شده نشان داد که اختلاف معنی‌داری بین زارعان با باغداران و زارعان با دامداران وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر می‌تواند در افزایش کیفیت خدمات بیمه‌ای مؤثر واقع گردد. لذا لازم است کارگزاران بیمه کشاورزی جهت ارتقاء کیفیت خدمات و جلب رضایت بیمه‌گذاران بر اساس نتایج پژوهش اقدامات مقتضی را انجام دهند.
تاریخچه مقاله: تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۳	
کلمات کلیدی: بیمه بیمه کشاورزی رضایت بیمه‌گذار کیفیت خدمات مدل سروپرف مدیریت ریسک.	
استناد: قنبری، غ.، علی بیگی، الف. ح.، و میرک زاده، ع. الف. (۱۴۰۳). رضایت کشاورزان از کیفیت خدمات شرکت‌های بیمه کشاورزی استان کرمانشاه، فصلنامه بیمه و کشاورزی، ۱۳ (۱)، ۸۸-۱۰۴.	

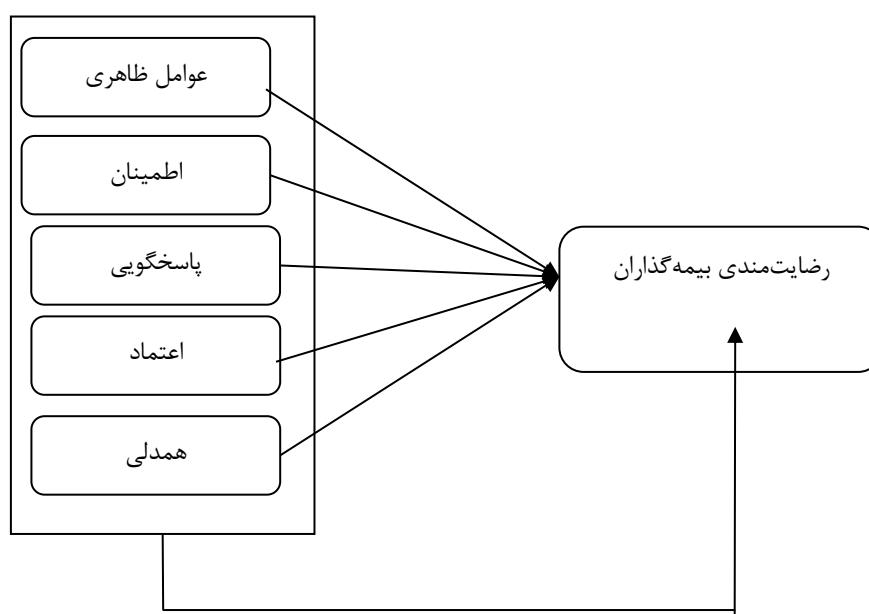
مقدمه

تولید در کشاورزی با انواع تنش‌های محیطی و پیش‌بینی‌ناپذیر ناشی از شرایط آب و هوایی، آفات و سایر بلاهای طبیعی روبه‌روست. این عوامل موجب ایجاد نوسان‌هایی در عملکرد محصولات کشاورزی می‌شود (Turkmani, 2016). در صورت عدم حمایت از کشاورزان در قالب سیستم‌های حمایتی و مدیریتی، صدمات زیادی به آن‌ها وارد می‌شود و در اکثر موارد ادامه فعالیت را از آن‌ها سلب می‌کند. از این رو، بیمه کشاورزی یکی از سیاست‌های مناسب برای حمایت از منابع مالی تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران این بخش به شمار می‌آید (Shabanali Fami & Karani, 2014). صندوق بیمه کشاورزی متولی و مجری اصلی بیمه کشاورزی در ایران است که در حال حاضر اکثر عملیات بیمه‌گری و ارزیابی خسارت به این شرکت‌ها واگذار شده است. چنین شرکت‌هایی مهم‌ترین عامل برای جذب و راهنمایی نمودن بهره‌برداران به سوی بیمه کشاورزی و ارائه خدمات بیمه‌ای هستند که با عملکرد مناسب و رضایت‌بخش و ارتباط مستقیم با بهره‌برداران می‌توانند در زمینه ارائه خدمات بیمه‌ای مؤثر، نقش بسزایی داشته باشند. عملیات بیمه کشاورزی در استان کرمانشاه از سال ۶۵-۶۶ با بیمه محصول چغندر قند با عاملیت دفتر چغندرکاری بیستون آغاز شد. در سال زراعی بعد (۶۶-۶۷) با اضافه نمودن بیمه گندم و جو آبی به کار خود ادامه داد. اکنون پس از گذشت ۳۲ سال تعداد ۵۳ نوع محصول کشاورزی در زیر بخش‌های زراعی، باغی، دام و طیور و آبزیان، جنگل و مرتع تحت پوشش چتر حمایتی بیمه کشاورزی قرار گرفته است. این استان از لحاظ سطح خطرپذیری در سه طبقه، ۵۴ درصد ضریب خطرپذیری کم، ۲۵ درصد ضریب خطرپذیری متوسط و ۲۱ درصد ضریب خطرپذیری زیاد قرار دارد و نسبت به دیگر استان‌های کشور از نظر استقبال بهره‌برداران از بیمه کشاورزی، در رتبه چهاردهم جای گرفته است (Agricultural Insurance Fund, 2013).

رضایت مشتری یکی از ارکان اساسی رقابت در سازمان است و باعث بقا و پیشرفت سازمان می‌شود. رضایت احساس مثبتی است که در هر فرد پس از استفاده از کالا یا دریافت خدمات ایجاد می‌شود. اگر کالا و خدمت دریافت شده از جانب مشتری، انتظارات او را برآورده سازد، در او احساس رضایت ایجاد می‌شود. برعکس، در صورتی که سطح انتظارات مشتری بالاتر از سطح خدمت و کالا باشد به نارضایتی‌اش منجر می‌شود (Agricultural Insurance Fund, 2013). به دیگر سخن، رضایت مشتریان وابسته به کیفیت خدمات است و می‌توان احتمال داد که با افزایش کیفیت خدمات، رضایت مشتریان نیز افزایش می‌یابد. برای اندازه‌گیری رضایت مشتری از دو روش عینی و نظری (مفهومی) و همچنین از مدل‌های کانو، فورنل، اسکمپر، سروکوال و سروپرف^۱ استفاده می‌شود. یکی از کاربردی‌ترین روش‌های اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت در بخش خدمات، مدل سروکوال است که به دلیل امکان تعمیم نتایج آن به سازمان‌های مختلف از مزیت ویژه‌ای برخوردار است. این ابزار، ادراکات و انتظارات مشتریان را در پنج بعد: عوامل ملموس، اعتماد و اطمینان، پاسخگویی، تضمین و همدلی بر پایه مقیاس لیکرت اندازه‌گیری می‌کند (Moradi et al., 2013). یکی از انتقادات اساسی بر مدل سروکوال ابهام در تفسیر و تشخیص مشتریان از انتظارات و ادراکات است. لذا،

¹ ServPerf

جهت رفع این مشکل، کرونین و تیلور (Cronin & Taylor., 1999) مدل مبتنی بر عملکرد (سرورپرف) را پیشنهاد نمودند. بر اساس مطالعات آن‌ها مدل سرورپرف، مفهوم تعدیل‌شده اندازه‌گیری ساختار کیفیت خدمات با مقیاس سرورکوال است. مدل سرورپرف فقط خدماتی که به‌وسیله مشتریان استفاده می‌شود (عملکرد) را موردسنجش قرار داده و طبقه‌بندی می‌کند. در این مدل برخلاف مدل سرورکوال که از مقیاس دوتایی استفاده می‌شود، از یک مقیاس مجرد استفاده می‌شود. قضاوت کلی در رابطه باکیفیت به‌وسیله جمع هر یک از آیتم‌های مجرد محاسبه می‌شود. مزیت این مدل، روش آسان آن در اجرا و اعتبار ارزیابی بالاتر آن است. در مدل سرورکوال برای هر شاخص دو سؤال مطرح می‌شود: یک سؤال وضعیت موجود شاخص را مورد سنجش قرار می‌دهد و یک سؤال وضعیت مطلوب؛ بنابراین رضایت بر اساس شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب تعیین می‌شود؛ اما در مدل سرورپرف فقط یک تصویر از وضعیت موجود (عملکرد) بررسی می‌شود. با اقتباس از مدل کرونین و تیلور (Cronin & Taylor., 1999) چارچوب مفهومی تحقیق بر اساس شکل ۱ طراحی گردید و براین اساس میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌ها بررسی شد.



شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

با توجه به مزیت بالای مدل سرورپرف و درک مناسب بیمه‌گذاران از آیتم‌های سنجش کیفیت خدمات، در این پژوهش بر مبنای این مدل، رضایتمندی بیمه‌گذاران از شرکت‌های خدمات بیمه‌ای کشاورزی در پنج بعد به شرح ذیل موردسنجش قرار گرفت.

الف) عوامل ظاهری: عوامل ظاهری شامل وجود تسهیلات، تجهیزات، پرسنل و کالای ارتباطی است. تمام این ابعاد تصویری را فراهم می‌سازند که مشتری (خصوصاً مشتری جدید) برای ارزیابی کیفیت آن را مدنظر قرار می‌دهد.

ب) اطمینان: توانایی انجام خدمات به شکلی مطمئن و قابل‌اعتماد هست، به‌طوری‌که انتظارات مشتری تأمین می‌شود. معنای دیگر اطمینان عمل به تعهدات است، یعنی اگر سازمان خدماتی در زمینه زمان ارائه خدمت، شیوه ارائه خدمت و هزینه خدمت وعده‌هایی می‌دهد، باید به آن عمل نماید.

ج) پاسخگویی: مراد از پاسخگویی، تمایل به همکاری و کمک به مشتری است. این بعد از کیفیت خدمت تأکید بر نشان دادن حساسیت و هوشیاری در قبال درخواست‌ها، سؤالات و شکایات مشتری دارد. معیار تعریف پاسخگویی مدت زمانی است که مشتری مجبور است برای دریافت کمک یا پاسخ به سؤالاتش منتظر بماند.

د) اعتماد: که بیانگر شایستگی و توانایی کارکنان سازمان برای القای یک حس اعتماد و اطمینان به مشتری نسبت به سازمان است. این بعد از کیفیت خدمت مخصوصاً در خدماتی مهم است که دارای ریسک بالاتری باشند. ه) همدلی: یعنی اینکه با توجه به روحیه افراد، با هر کدام از آن‌ها برخورد ویژه‌ای می‌شود، به طوری که مشتریان قانع می‌شوند که سازمان‌ها آن‌ها را درک کرده است و برای سازمان مهم است.

یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که سازمان‌ها در شرایط رقابتی کنونی با آن سروکار دارند، آگاهی از میزان رضایت مشتریان و نظرهای آنان در خصوص عملکرد سازمان، محصولات و خدمات آن است. این مسئله برای سازمان‌های خدماتی که محصولی ناملموس به مشتریان خویش عرضه می‌کنند از اهمیت مضاعف برخوردار است. پژوهش‌های بسیاری در زمینه رضایت‌مندی بیمه‌گذاران و کیفیت خدمات بیمه‌ای در داخل و خارج کشور انجام شده است. بررسی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی باگذاران مرکبات از عملکرد صندوق بیمه کشاورزی استان ایلام در سال زراعی ۹۱-۹۲، نشان داد که رفتار درست کارشناسان بیمه، کاهش هزینه‌های اداری در صندوق بیمه و توانایی پاسخگویی بیمه به شکایات‌های ارباب‌رجوع از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رضایت باگذاران محسوب می‌گردند (Chaharsouki Amin *et al.*, 2015). پژوهشی با عنوان شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی کشاورزان از بیمه محصول برنج در استان مازندران که باهدف شناسایی و تعیین اولویت و مؤلفه‌های اثرگذار بر رضایت‌مندی برنج‌کاران استان مازندران از بیمه محصول طی سال زراعی ۹۰-۹۱ انجام گرفت، نشان داد که شاخص‌های حق بیمه و تسهیلات حمایتی، میزان غرامت دریافتی، کیفیت خدمات دریافتی، وجهه بانک کشاورزی، تعهد کشاورزان به بانک کشاورزی و میزان پاسخ‌گویی شکایات‌ها، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی برنج‌کاران از بیمه بوده است (Falah & Gholi Nezhad., 2014). همچنین، ارزیابی عملکرد بیمه محصولات کشاورزی و عوامل مؤثر بر آن از دیدگاه کارشناسان صندوق بیمه کشاورزی در استان همدان، نمایانگر این بود که سطح آگاهی کشاورزان، خطرهای طبیعی، نقش منابع انسانی - رسانه‌ای و سطح زیر کشت محصولات در گرایش کشاورزان نسبت به پذیرش بیمه مؤثر بوده است (Sajjadi *et al.*, 2012). بررسی رضایت‌مندی روستاییان از بیمه محصولات کشاورزی استان هرمزگان، متغیرهای وجهه بانک کشاورزی، کیفیت خدمات دریافتی و میزان غرامت دریافتی کشاورزان از بیمه را از جمله مؤثرترین عوامل بر رضایت‌مندی کشاورزان عنوان نموده‌اند (Hajilo & Hajari., 2011). پژوهشی با عنوان بررسی عوامل ساختاری و عملکردی مؤثر بر رضایت بیمه‌گذاران از بیمه محصولات کشاورزی در خراسان رضوی نشان داد که در گروه متغیرهای عملکردی، متغیرهای ارائه خدمات به‌موقع و اطلاع‌رسانی و در گروه متغیرهای ساختاری، قوانین و مقررات، دارای بالاترین میزان تأثیرگذاری (در میان دیگر متغیرها) بر رضایت از بیمه دارد (Shahnooshi Forushani *et al.*, 2011). پژوهشگران در تحقیقی با عنوان رضایت‌مندی کشاورزان از بیمه محصولات کشاورزی با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر در استان فارس بین دو گروه بیمه‌گذاران فعلی و قبلی، متغیرهای حق بیمه، تعهد کشاورزان نسبت به بانک کشاورزی، کیفیت خدمات

دریافتی، میزان پاسخگویی به شکایات، میزان غرامت دریافتی و وجهه ظاهری بانک را بررسی نمودند و دریافتند که در مورد بیمه‌گذاران فعلی متغیرهای وجهه بانک و کیفیت خدمات دریافتی و در مورد بیمه‌گذاران قبلی تعهد کشاورزان به بانک اثرگذار هستند (Yazdan Panah *et al.*, 2009). در پژوهشی دیگر که عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی بیمه‌گذاران از عملکرد صندوق بیمه کشاورزی مورد بررسی قرار گرفت، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که سرعت عمل کارشناس ارزیاب و داشتن شغل دوم از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رضایت‌مندی بیمه‌گذاران بوده است (Soltanpour & Mojaverian., 2008). یافته‌های پژوهشی با عنوان بررسی آگاهی، درک و تمایل به عضویت کشاورزان و پرداخت هزینه برای بیمه محصولات از سوی کشاورزان نشان داد که سطح آگاهی کشاورزان پیرامون بیمه محصولات، پایین است (Sundar & Ramakrishnan., 2013). بسیاری از کشاورزان به دلیل بی‌ثباتی درآمد، نرخ حق بیمه، جبران ناچیز خسارت و یا جبران نشدن خسارت از سوی بیمه، هیچ‌گونه گرایشی به پرداخت حق بیمه محصولات نداشتند. (Kumar *et al.*, 2011) در پژوهشی با عنوان تجزیه و تحلیل ادراک و آگاهی کشاورزان درباره بیمه محصولات به‌عنوان یک ابزار برای مدیریت ریسک در تامیل نادو، محققان به این نتیجه رسیدند که عواملی مانند سطح منطقه خسارت‌دیده، تنوع منابع درآمدی، کشت محصولات با ریسک بالا، تعداد کارگران در مزرعه، رضایت از نرخ حق بیمه و مقدار و غرامت بیمه پرداختی تأثیرات مثبت و معنی‌داری بر پذیرش بیمه و رضایت از حق بیمه پرداخت‌شده از سوی کشاورزان دارد. در پژوهشی با عنوان تأثیر عوامل مختلف بر گرایش کشاورزان به بیمه کشاورزی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری در جمهوری چک به بررسی عواملی پرداخته شده است که بر تصمیم کشاورزان این کشور برای پذیرش بیمه کشاورزی و مشارکت در صندوق‌های سرمایه‌گذاری برای پوشش مخاطرات غیرقابل بیمه، تأثیر می‌گذارد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که وسعت اراضی کشاورزی، میزان بی‌اعتمادی به شرکت‌های بیمه‌گر، احتمال وقوع خسارت در تولید بیش از ۲۰ درصد، مبلغ حق بیمه و وجود یک راهبرد رسمی مدیریت ریسک، بر گرایش کشاورزان به پذیرش بیمه کشاورزی تأثیرگذار است. این مطالعه بر درک ارتباط متقابل میان انتخاب‌های کشاورزان در خصوص صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک و همچنین بیمه کشاورزی تأکید می‌کند. با توجه به اهمیت فزاینده‌ی مدیریت ریسک‌های مختلف در بخش کشاورزی به دلیل بحران‌های اقتصادی در کشورهای اتحادیه اروپا مانند جمهوری چک، فشار برای کاهش هزینه‌های عمومی غیرقابل پیش‌بینی در خصوص پوشش ریسک‌های غیرقابل بیمه افزایش یافته است. این موضوع ضرورت اتخاذ یک رویکرد کل‌نگر در طراحی سیستم‌های حمایتی مدیریت ریسک در کشورهای عضو اتحادیه اروپا را برجسته می‌سازد (Kislingerova & Spicka., 2022). در پژوهشی که در ویتنام شمالی به‌منظور بررسی تقاضای بیمه از سوی کشاورزان این منطقه به‌صورت پیمایشی انجام شد، محققان به این نتیجه رسیدند که چشم‌انداز و خصوصیت‌های بیمه‌ای کشاورزی، خصوصیت‌های فردی، درآمد مزرعه و کشاورزی و سطح تحصیلات کشاورزان، از عوامل اصلی تقاضا برای بیمه کشاورزی است (Vandever., 2001). در مطالعه‌ای در دو منطقه از هند که به بررسی میزان رضایت کشاورزان از برنامه‌های بیمه کشاورزی پرداخته شد، (Chearaphan., 2016) بیان نمود که به دلیل قوانین دست و پاگیر اداری در سازمان کشاورزی برنامه‌های بیمه در این کشور موفق نبوده است.

بررسی مطالعات گذشته نشان داده است که در مورد بیمه و رضایت از خدمات بیمه پژوهش‌های مختلفی انجام شده است که در طراحی گویه‌های پرسش‌نامه در پژوهش حاضر مورد استفاده قرار گرفت؛ اما پژوهشی که با استفاده از مدل سروپرف میزان رضایت کشاورزان را از خدمات بیمه‌ای سنجیده باشد، تاکنون انجام نشده است. از طرفی در استان کرمانشاه نیز تاکنون پژوهشی در زمینه میزان رضایت کشاورزان از خدمات کارگزاران بیمه انجام نشده است. با توجه به اهمیت کشاورزی در استان کرمانشاه و از آنجاکه این استان جز قطب‌های کشاورزی کشور است و شغل اصلی روستاییان آن کشاورزی است و با توجه به ریسک‌پذیر بودن فعالیت‌های کشاورزی جلب نظر کشاورزان نسبت به بیمه و خدمات آن و همچنین رضایت‌مندی کشاورزان نسبت به خدمات ارائه شده می‌تواند در توسعه و رشد کشاورزی استان، کاهش ریسک کشاورزی و افزایش انگیزه کشاورزان جهت فعالیت کشاورزی مؤثر واقع گردد. لذا با توجه به موارد اشاره شده و از آنجاکه میزان تمایل کشاورزان به استفاده از خدمات بیمه کشاورزی طی سالیان گذشته در استان کاهش یافته است. انجام پژوهش پیش‌رو ضروری می‌باشد و می‌تواند به برنامه‌ریزان و کارگزاران بیمه استان در جهت ارائه خدمات مناسب، همچنین ارتقاء کیفیت خدمات ارائه شده در جهت جلب رضایت کشاورزان مؤثر واقع گردد.

روش پژوهش

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی محسوب می‌شود و از آنجا که نتایج و یافته‌های آن می‌تواند برای حل مسائل اجرایی مورد استفاده قرار گیرد از نظر هدف کاربردی است. همچنین از نظر نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات پیمایشی - توصیفی و همبستگی است.

جامعه آماری دربرگیرنده بیمه‌گذارانی بودند که از خدمات یکی از ۲۳ نمایندگی بیمه کشاورزی وابسته به ۷ شرکت خدمات بیمه استفاده نمودند (۱۸۳۹۱ نفر). حجم نمونه، بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۷۷ نفر تعیین شد. برای انتخاب نمونه‌ها، از روش نمونه‌گیری تصادفی با انتساب متناسب استفاده شد. بدین صورت که در مرحله اول کل استان به ۷ طبقه بر مبنای حوزه فعالیت شرکت‌ها تقسیم شد. در مرحله بعدی از حوزه فعالیت شرکت‌ها، طبقه‌های دیگر تشکیل و در مرحله آخر بنا بر تنوع بیمه حجم نمونه‌ها انتخاب گردید. جهت بررسی میزان رضایت از شرکت‌های خدمات بیمه‌ای، بر مبنای مدل سروپرف و پیشینه تحقیق، پرسشنامه در سه بخش اصلی تدوین شد: در بخش اول تعداد ۲۳ گویه جهت بررسی ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای بیمه‌گذاران تدوین گردید. در بخش دوم، منابع و کانال‌های ارتباطی در قالب ۱۷ گویه ارائه شد. بخش آخر پرسشنامه که جهت بررسی رضایت بیمه‌گذاران طراحی شده بود از ابعاد مدل سروپرف تشکیل و از بیمه‌گذاران خواسته شد تا به ترتیب میزان رضایت خود را از ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات (عوامل ظاهری، اطمینان، پاسخگویی، اعتماد و همدلی) بیان نمایند. برای پاسخگویی به پرسش‌ها نیز، مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) استفاده شد. روایی پرسشنامه به تأیید پانل صاحب‌نظران اقتصاد و ترویج کشاورزی رسید و برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای بخش‌های

اول تا پنجم پرسشنامه (عوامل ظاهری، اطمینان، پاسخگویی، اعتماد و همدلی) به ترتیب ۰/۷۸، ۰/۸، ۰/۸۷، ۰/۸۵ و ۰/۷۹ به دست آمد که مقدار قابل قبولی بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار SPSSwin20 و آماره‌های میانگین، انحراف معیار، فراوانی، درصد و آزمون تحلیل واریانس استفاده شد.

یافته‌ها و بحث

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای کشاورزان

بر پایه نتایج پژوهش، ۹۲ درصد از بیمه‌گذاران مرد و ۸ درصد زن بودند. از نظر سطح تحصیلات فقط ۸ درصد از بیمه‌گذاران تحصیلات دانشگاهی داشتند. از کل جمعیت مورد مطالعه ۷۵ درصد در روستا سکونت داشتند و بقیه در شهر زندگی می‌کردند. میانگین سنی بیمه‌گذاران مورد مطالعه در استان کرمانشاه ۴۵/۸ سال (حداقل ۲۳ و حداکثر ۸۰)، بیشترین سطح زیر کشت محصول پاسخگویان ۱۲۰ هکتار و میانگین سطح زیر کشت ۸/۵۴ هکتار بود؛ اما میانگین سطح باغ‌های پاسخگویان کمتر از یک هکتار (۰/۵۱) و حداکثر ۳ هکتار بود. اکثر پاسخگویان دارای دام سبک بودند و بیشترین تعداد دام سبک پاسخگویان ۲۴۰ رأس بود. میانگین دام سنگین پاسخگویان نیز ۱/۱۶ رأس با انحراف معیار ۲/۳۷ بود. بالاترین میزان سابقه فعالیت کشاورزی پاسخگویان ۷۰ سال و متوسط سابقه بیمه نمودن محصولات کشاورزی توسط بیمه‌گذاران به ۶ سال (حداقل یک و حداکثر ۲۰ سال) می‌رسد.

اولویت کشاورزان در خرید بیمه محصولات

جدول ۱ توزیع فراوانی محصولات بیمه‌شده توسط بیمه‌گذاران در سال مورد مطالعه را نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده ۲۳۵ نفر از بیمه‌گذاران محصول زراعی خود را بیمه نموده بودند. بیمه دام در رتبه دوم و بیمه باغ‌ها در رتبه سوم انتخاب کشاورزان قرار گرفته است (جدول ۱).

جدول ۱. توزیع فراوانی محصولات بیمه‌شده توسط بیمه‌گذاران

درصد	فراوانی	محصول بیمه‌شده
۷۲/۵	۲۳۵	زراعت
۱۳	۴۲	باغ
۱۴/۵	۴۷	دام
۱۰۰	۳۲۴	جمع

منبع: یافته‌های تحقیق

منابع اطلاعاتی و کانال‌های ارتباطی کشاورزان

با توجه به نتایج به دست آمده، شرکت‌های خدمات بیمه کشاورزی، کارکنان جهاد کشاورزی، دوستان و خویشاوندان، به ترتیب رتبه اول تا سوم را برای کسب اطلاعات بیمه‌ای به بیمه‌گذاران داشته‌اند. رادیو و کارکنان تعاون روستایی کمترین نقش را در اطلاع‌رسانی در زمینه بیمه محصولات کشاورزی ایفا نموده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲. اولویت منابع و کانال‌های ارتباطی جهت کسب اطلاعات بیمه‌گذاران

رتبه	انحراف معیار	میانگین (از ۵)	منابع و کانال ارتباطی
۱	۰/۹۸۶	۳/۸۶	شرکت خدمات بیمه‌ای
۲	۰/۹۶۴	۳/۷۷	کارکنان جهاد کشاورزی
۳	۰/۹۶۳	۳/۳۷	دوستان و آشنایان
۴	۱/۰۸۳	۳/۳۶	کشاورزان محلی
۵	۰/۱۷۱	۳/۲۹	شرکت فنی مشاوره‌ای
۶	۱/۲۰۱	۳/۰۲	تلویزیون
۷	۱/۲۵۶	۲/۸۲	کلاس و دوره آموزشی
۸	۱/۱۸۶	۲/۷۸	شورا و دهیاری
۹	۱/۰۷۸	۲/۶۰	مددکار ترویجی
۱۰	۱/۱۷۶	۲/۵۲	کارکنان بانک کشاورزی
۱۱	۱/۲۱۴	۲/۴۱	فروشنده‌گان توزیع کود و سم
۱۲	۱/۱۱۹	۲/۳۱	رابطان آموزشی
۱۳	۰/۰۹۶	۱/۹۹	بخشداری
۱۴	۱/۱۰۷	۱/۹۰	اینترنت
۱۵	۰/۹۹۷	۱/۸۱	نشریه‌های ترویجی
۱۶	۰/۹۰۸	۱/۷۵	تعاون روستایی
۱۷	۰/۸۵۳	۱/۶۳	رادیو

منبع: یافته‌های تحقیق

رضایت بیمه‌گذاران از کیفیت خدمات شرکت‌های بیمه کشاورزی بر اساس ابعاد پنج‌گانه

جهت تعیین میزان رضایت بیمه‌گذاران از کیفیت نمایندگی بیمه کشاورزی تعداد ۲۷ گویه در قالب ابعاد پنج‌گانه (عوامل ظاهری، اطمینان، پاسخگویی، اعتماد و همدلی) مورد بررسی قرار گرفت. همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد بعد اعتماد که به دانش، تواضع و توانایی کارکنان برای رساندن اعتماد و صمیمیت اشاره دارد دارای بالاترین میانگین (۳/۷۷) بوده است و میزان رضایت پاسخگویان از بعد امکانات و تجهیزات نمایندگی پایین‌ترین میانگین (۳/۲۵) را به خود اختصاص داده است. سایر ابعاد سنجش رضایت پاسخگویان از نمایندگی‌های بیمه به ترتیب عبارت‌اند از: بعد همدلی با میانگین ۳/۵۳، بعد مسئولیت‌پذیری (تمایل به همکاری و کمک به مشتری) با میانگین ۳/۴۲ و بعد اطمینان (دلالت بر عمل به تعهدات و توانایی انجام خدمات به شکلی مطمئن) با میانگین ۳/۴۰ می‌باشد.

جدول ۳. میزان رضایت بیمه‌گذاران از کیفیت خدمات نمایندگی بیمه بر اساس ابعاد پنج‌گانه

ابعاد	گویه (رضایت)	میانگین (از ۵)	انحراف معیار
اعتماد	برخورد توأم با ادب و احترام با بیمه‌گذاران	۳/۸۸	۰/۹۱۶
	قابل‌اعتماد بودن و صداقت کارکنان بیمه	۳/۸۴	۰/۸۴۶
	شایستگی کارکنان نمایندگی (داشتن دانش و توانای کافی)	۳/۶۹	۰/۸۸۷
	محرمانه نگه‌داشتن سوابق بیمه‌گذاران (امانت‌داری)	۳/۶۹	۰/۹۰۹
	میانگین	۳/۷۷	
همدلی	مناسب بودن ساعت‌های کاری نمایندگی بیمه	۳/۶۱	۰/۹۲۳
	دقت و توجه کارکنان بیمه به خواسته‌ها و نیازهای بیمه‌گذاران	۳/۵۵	۰/۹۱۱
	مناسب بودن زمان انتظار بیمه‌گذاران برای دریافت خدمات	۳/۵۲	۰/۹۷۵
	تمایل نمایندگی بیمه به پرداخت حداکثر غرامت به بیمه‌گذاران	۳/۴۷	۱/۰۷۷
	میانگین	۳/۵۳	
پاسخگویی	مشتاقت بودن کارکنان بیمه برای کمک به بیمه‌گذاران	۳/۵۹	۰/۹۸۶
	پاسخ‌های روشن و واضح کارکنان به بیمه‌گذاران (ارائه توضیحات قابل‌فهم)	۳/۴۷	۰/۹۴۵
	در دسترس بودن کارکنان بیمه برای پاسخگویی به درخواست‌های بیمه‌گذاران	۳/۴۶	۰/۹۵۲
	داشتن توانایی و درک حل مشکل‌ها و مسئله‌های فنی بیمه‌گذاران	۳/۴۴	۱/۰۱۹
	توجه به درخواست‌ها و پرسش‌های بیمه‌گذاران	۳/۳۸	۰/۹۱۹
	ارائه خدمات سریع به بیمه‌گذاران	۳/۲۰	۰/۹۷۳
	میانگین	۳/۴۲	
اطمینان	صحیح پر شدن بیمه‌نامه از سوی کارکنان نمایندگی بیمه	۳/۷۳	۰/۹۳۳
	سرعت اصلاح اشتباه و رفع مغایرت از سوی کارکنان نمایندگی بیمه	۳/۵۲	۰/۹۷۴
	بایگانی و نگهداری سوابق و پرونده بیمه‌گذاران	۳/۴۸	۰/۹۶۵
	وجود کارکنان کافی در ارائه خدمات	۳/۳۵	۰/۹۳۷
	نداشتن قطعی در سیستم ارتباطات و اینترنت در نمایندگی بیمه	۳/۱۹	۱/۰۰۹
	ارائه خدمات در زمان وعده داده شده به بیمه‌گذاران	۳/۱۵	۱/۱۰۲
	میانگین	۳/۴۰	
عوامل ظاهری	پاکیزگی و آراستگی ظاهر و لباس کارکنان بیمه	۳/۵۷	۰/۹۱۳
	تجهیزات کامپیوتری مناسب در نمایندگی	۳/۴۲	۰/۹۳۷
	آسان بودن (سهولت) دسترسی به نمایندگی	۳/۴۱	۱/۱۰۸
	زیبا و خوشایند بودن فضای داخلی دفتر شرکت	۳/۳۹	۰/۹۳۳
	مساحت دفتر شرکت	۳/۲۳	۱/۰۲۳
	وضعیت امکانات رفاهی مانند صندلی‌ها، وسایل سرمایشی و گرمایشی مناسب و	۳/۱۸	۰/۹۶۳
	وجود دستگاه کارت‌خوان در دفتر نمایندگی جهت پرداخت حق بیمه	۲/۵۹	۱/۲۳۰
	میانگین کل	۳/۲۵	

رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با هر بعد نیز نشان می‌دهد که در زمینه بعد اعتماد، برخورد توأم با ادب و احترام با بیمه‌گذاران از بالاترین میانگین (۳/۸۸) برخوردار بوده و میزان رضایت پاسخگویان از گویه‌های شایستگی کارکنان بیمه و قابلیت اعتماد و صداقت کارکنان بیمه در پایین‌ترین سطح با میانگین برابر ۳/۶۹ و محرمانه نگه‌داشتن سوابق

بیمه‌گذاران در حد وسط میانگین‌ها گزارش شده است. در بعد همدلی نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که میزان رضایت پاسخگویان از گویه مناسب بودن ساعت کاری دفاتر بیمه از بالاترین میانگین (۳/۶۱) و تمایل نمایندگی به پرداخت حداکثر غرامت به بیمه‌گذاران دارای پایین‌ترین میانگین (۳/۴۷) می‌باشد. دو گویه دقت و توجه کارکنان بیمه به خواسته‌ها و نیازهای بیمه‌گذاران و همچنین مناسب بودن زمان انتظار بیمه‌گذاران برای دریافت خدمات نیز به ترتیب در حد وسط میانگین‌ها گزارش شده است. از نظر بعد پاسخگویی میزان رضایت پاسخگویان از مشتاق بودن کارکنان بیمه برای کمک به بیمه‌گذاران از بالاترین میانگین (۳/۵۹) برخوردار بوده و ارائه خدمات سریع پایین‌ترین میانگین (۳/۲۰) را به خود اختصاص داده است.

رتبه‌بندی گویه‌های مرتبط با بعد اطمینان، نشان می‌دهد که صحیح پر شدن بیمه‌نامه‌ها از طرف نمایندگی‌ها از بالاترین میانگین (۳/۷۳) و ارائه خدمات در زمان وعده داده شده به بیمه‌گذاران نیز، پایین‌ترین میانگین (۳/۱۵) را به خود اختصاص داده است.

در بعد عوامل ظاهری شرکت، میزان رضایت از پاکیزگی و آراستگی نمایندگان بیمه در حد زیاد بود، اما میزان رضایت کارگزاران از وجود دستگاه کارت‌خوان در دفتر نمایندگی در پایین‌ترین سطح گزارش شد. تجهیزات رایانه‌ای مناسب، دسترسی آسان به نمایندگی و امکانات رفاهی مناسب نیز در حد واسط میانگین‌ها قرار دارد.

رتبه‌بندی نمایندگی‌ها و شرکت‌های خدمات بیمه‌ای بر اساس رضایت بیمه‌گذاران

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود در بین شرکت‌های خدمات بیمه کشاورزی استان، شرکت همیار کشاورزان اورامان اولین رتبه را از نظر میزان رضایت بیمه‌گذاران کسب نموده است. در بین چهار نمایندگی این شرکت نیز، نمایندگی بیمه در شهرستان پاوه بیشترین امتیاز و نمایندگی روانسر کمترین امتیاز را از نظر رضایت بیمه‌گذاران به خود اختصاص داده است. شرکت سامان گستر شاهو دارای رتبه دوم قرار دارد و از بین سه نمایندگی این شرکت، بیشترین رضایت بیمه‌گذاران از نمایندگی میانراهان و کمترین میزان رضایت بیمه‌گذاران از نمایندگی سنقر بود. از نظر میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌های بیمه‌ای، شرکت ستاک گستر در رتبه آخر قرار دارد. رتبه‌بندی سایر شرکت‌ها و نمایندگی‌ها در جدول ۴ نمایش داده شده است. یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که از نظر رتبه‌بندی نمایندگی‌های بیمه کشاورزی در استان کرمانشاه، بیشترین سطح رضایت بیمه‌گذاران به ترتیب رتبه در شعبه پاوه، ثلاث باباجانی، دالاهو و میانراهان دیده شده است، در حالی که بیمه‌گذاران از شعبه‌های کرمانشاه، صحنه، کوزران و ماهیدشت به نسبت بقیه شعبه‌ها رضایت کمتری دارند.

جدول ۴. میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌های خدمات بیمه‌ای و رتبه‌بندی شرکت‌ها

رتبه شرکت بر اساس رضایت	شرکت‌های خدمات بیمه‌ای کشاورزی			نماینده‌گی شرکت‌های خدمات بیمه‌ای					
	رتبه شرکت بر اساس رضایت	انحراف معیار	رضایت از شرکت (از ۱۳۵)	رتبه شعبه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	رضایت از نمایندگی (از ۱۳۵)	نماینده‌گی بیمه
۱	۱/۸۱	۱۰۶/۵۷	همیار	۱۳	۱۱۶	۶۷	۱۶/۹۳	۹۳/۶۷	روانسر
			کشاورزان	۱	۱۲۳	۹۱	۸/۷۵	۱۰۷/۸۶	پاوه
			اورامان	۸	۱۰۷	۸۳	۷/۱۵	۹۷/۵	جوانرود
۲	۴/۲۸	۹۷/۰۶	سامان	۱۴	۱۱۶	۴۶	۱۲/۵۰	۹۳/۱۵	سنقر
			گستر شاهو	۵	۱۰۸	۸۸	۷/۷۴	۹۹/۸۹	هرسین
				۴	۱۲۲	۶۵	۲۰/۴۶	۱۰۱/۵۶	میانراهان
۳	۶/۱۶	۹۶/۷۱	آرام طبیعت	۶	۱۱۲	۸۰	۱۱/۷	۹۹/۷	اسلام‌آباد غرب
			دالاهو	۷	۱۲۳	۸۲	۱۲/۳۲	۹۸/۸۹	حمیل
				۳	۱۱۸	۷۵	۱۳/۸۷	۱۰۳/۵۷	دالاهو
۴	۲/۸۵	۹۳/۲۰	پادیر	۱۲	۱۱۰	۷۶	۱۲/۳	۹۳/۸	گهواره
				۱۹	۱۲۲	۶۹	۱۳/۷	۸۷/۶	گوار
				۱۵	۱۲۵	۵۰	۱۵/۳۷	۹۳/۱۰۳	سرپل ذهاب
۵	۵/۷۲	۸۹/۸۹	قصر شیرین	۹	۱۳۱	۷۷	۱۲/۳۱	۹۶/۱۱	قصر شیرین
			گیلان غرب	۱۷	۱۰۴	۶۹	۸/۱۲	۹۰/۴۱	گیلان غرب
			ماهیدشت	۲۰	۹۵	۷۸	۵/۸۳	۸۵/۷۷	ماهیدشت
۶	۵/۶۵	۸۷/۳۶	کوزران	۲۱	۱۰۶	۷۳	۱۳/۲۲	۸۴/۲	کوزران
			رجایی	۱۱	۱۰۲	۸۷	۳/۸۹	۹۴/۱۵	رجایی
			بلوار	۱۰	۱۰۷	۷۷	۹/۵	۹۵/۴۴	بلوار
۷	۰	۷۵/۱۳	کنگاور	۱۶	۱۲۲	۴۸	۲۳/۶۵	۹۱/۵۸	کنگاور
			صحنه	۲۲	۱۰۲	۵۰	۱۶/۱۱	۸۰/۹۳	صحنه
			بیستون	۱۸	۱۰۹	۷۳	۷/۷۸	۸۹/۵۷	بیستون
			کرمانشاه	۲۳	۱۱۱	۵۳	۱۳/۶۴	۷۵/۱۳	کرمانشاه
			گستر						

(حداقل=۲۷، حداکثر=۱۳۵) منبع: یافته‌های تحقیق

مقایسه میزان رضایت بیمه‌گذاران بر حسب محصول بیمه‌شده

نتایج آزمون F در خصوص مقایسه میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌های خدمات بیمه‌ای بر اساس نوع محصول بیمه‌شده در جدول ۵ نشان می‌دهد که اختلاف معنی‌داری از نظر میزان رضایت با توجه به نوع محصول وجود دارد، به گونه‌ای که بین زارعان با باغداران و زارعان با دامداران اختلاف معنی‌داری وجود دارد؛ اما بین باغداران و دامداران اختلاف معنی‌داری مشاهده نمی‌شود ($F= ۱۹/۸۸$, $Sig= ۰/۰۰۰$).

جدول ۵. نتایج آزمون F به منظور مقایسه میزان رضایت بیمه‌گذاران بر حسب محصول بیمه‌شده

نوع محصول	میانگین \bar{X}	انحراف معیار (sd)	F	Sig
زراعت	۱۲۷/۲۳	۴/۲۷	۱۹/۸۸	۰/۰۰۰
باغداری	۹۷/۶۵	۵/۲۲		
دامداری	۹۶/۲۴	۳۴/۹		

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌ها، اکثر بیمه‌گذاران مورد مطالعه مرد، دارای تحصیلات پایین و ساکن روستا و به طور متوسط ۶ سال محصول کشاورزی خود را بیمه نموده‌اند. با توجه به سابقه بیمه‌ای کم بیمه‌گذاران در استان، پیشنهاد می‌شود با برگزار نمودن دوره‌های آموزشی مناسب، مزایای بیمه کشاورزی برای تولیدکنندگان بیان گردد و جهت افزایش انگیزه بهره بردان نسبت به بیمه محصولات، تجربه‌های بیمه‌گذاران دارای سابقه بالاتر در اختیار آنان قرار گیرد. همچنین یافته‌ها نشان داد که اکثر پاسخگویان تمایل به بیمه نمودن محصولات زراعی خود را داشتند و بیمه دام و باغ‌ها در رتبه‌های بعدی قرار داشت.

بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که بیمه‌گذاران، بیشتر اطلاعات مورد نیاز خود در رابطه با بیمه کشاورزی را از شرکت‌های بیمه کشاورزی، جهاد کشاورزی، دوستان و آشنایان به دست می‌آورند و رادیو، تعاون روستایی و نشریه‌های ترویجی در سطح کمی در جهت اطلاعات بیمه‌ای نقش ایفا نمودند. به عبارت دیگر، در جامعه مورد نظر ارتباطات بین شخصی نسبت به ارتباط با رسانه‌های جمعی رواج بیشتری داشته و رسانه‌های جمعی از جمله نشریات ترویجی و به‌ویژه رادیو در انتقال دانش و افزایش آگاهی بیمه‌گذاران در زمینه بیمه کشاورزی تأثیر کمتری داشته‌اند و شاید این امر به دلیل عدم برنامه مناسب و یا نامناسب بودن زمان برنامه رادیویی باشد. بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که تعاون روستایی در جهت آگاه‌سازی و ترویج بیمه کشاورزی، ضعیف عمل کرده است و با توجه به ارتباط مستقیم کارکنان این تعاونی بخصوص در زمان خرید گندم و توزیع نهادها با تولیدکنندگان، پیشنهاد می‌گردد که صندوق بیمه، دوره‌هایی برای کارکنان این تعاونی‌ها برگزار نماید، چراکه در اثر توجه نمودن به این تعاونی‌ها، خواهند توانست گام‌های مثبتی در جهت ترویج فرهنگ بیمه بردارند.

نتایج یافته‌ها نشان داد، رابطان آموزشی که توسط کارکنان شرکت‌های بیمه‌ای انتخاب شده‌اند و به‌عنوان بازوان اجرایی این شرکت‌ها به حساب می‌آیند در بین منابع اطلاع‌رسانی بیمه‌ای از نظر بیمه‌گذاران در رتبه‌های آخر قرار گرفتند، شاید مهم‌ترین دلیل آن، انتخاب نامناسب این گروه توسط شرکت‌ها و همچنین ارتباط ضعیف کارکنان شرکت‌ها با آن‌ها باشند. لذا پیشنهاد می‌گردد در انتخاب رابطان آموزشی تجدیدنظر و بازنگری به عمل آید و افرادی به‌عنوان رابط در جامعه روستایی انتخاب شوند که از مقبولیت اجتماعی و اعتماد مردم برخوردار بوده، فرصت کافی داشته و کمتر دغدغه‌ای معیشتی داشته باشند، زیرا گرفتاری اقتصادی این گروه به کاهش اثربخشی فعالیت آن‌ها منجر می‌شود. همچنین پیشنهاد می‌شود که رابطان، ساکن روستا و شاغل در بخش کشاورزی باشند، با مشکلات بهره‌برداران منطقه آشنایی کامل داشته و به‌صورت مطلوب بتوانند با افشار جامعه روستایی ارتباط برقرار کنند.

به‌طور کلی پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های خدمات بیمه‌ای و کارکنان صندوق بیمه دوره‌های آموزشی مناسبی جهت بالا بردن سطح دانش و مهارت رابطان آموزشی به‌صورت منظم برگزار و به طریق ممکن از نظر مادی و غیرمادی، رابطان مورد تشویق و تمجید قرار گیرند.

یافته‌ها نشان داد که میزان رضایت بیمه‌گذاران از شرکت‌های بیمه در حد متوسط تا زیاد بود و در میان ابعاد سنجش، بعد اعتماد که یکی از ویژگی‌های بارز شرکت‌های بیمه‌ای در جذب مشتری به حساب می‌آید دارای بالاترین میانگین بوده که حاکی از آن است که نمایندگی‌های بیمه در این زمینه توجه بیشتری به بیمه‌گذاران داشته‌اند. میزان رضایت پاسخگویان از عوامل ظاهری (امکانات و تجهیزات نمایندگی) در پایین‌ترین سطح گزارش شد و نشان‌دهنده این است که از نظر وجه ظاهری نمایندگی‌ها شرایط مطلوبی ندارند و نیاز به ساماندهی و تجهیز دارند. سایر ابعاد سنجش رضایت پاسخگویان از نمایندگی‌های بیمه به ترتیب شامل: بعد همدلی، بعد پاسخگویی و بعد اطمینان می‌باشد که در این راستا نتایج مطالعات (Chaharsoughi Amin *et al.*, 2015, Falah & Gholi Nezhad, 2014) و (Rastgoo & Rezvanfar, 2007) نیز این نتیجه را تأیید می‌نماید و هم‌سو با آن است. همان‌طور که نتایج پژوهش نشان داد از بین ابعاد پنج‌گانه کیفیت خدمات، کمترین میزان رضایت بیمه‌گذاران مربوط به عوامل ظاهری (امکانات و تجهیزات نمایندگی) بود. در این زمینه پیشنهاد می‌گردد که صندوق بیمه با اختصاص دادن تسهیلات بانکی کم‌بهره و افزایش هزینه بالاسری به نمایندگی‌ها، مسئولین دفاتر را مجاب نمایند که نسبت به تجهیز و ساماندهی دفاتر اقدام نمایند. در بعد اعتماد، مؤلفه برخورد احترام‌آمیز با بیمه‌گذاران در بین سایر مؤلفه‌ها از بالاترین میانگین برخوردار بود. میزان رضایت پاسخگویان از مؤلفه‌های شایستگی کارکنان بیمه و قابلیت اعتماد و صداقت کارکنان بیمه در پایین‌ترین سطح و محرمانه نگه‌داشتن سوابق بیمه‌گذاران در حد وسط قرار داشت. این نتایج برخلاف یافته‌های عبدالهی فر و همکاران (Abdollah Far *et al.*, 2014) است. در بعد همدلی هم میزان رضایت پاسخگویان از مناسب بودن ساعت کاری دفاتر بیمه زیاد و تمایل نمایندگی به پرداخت حداکثر غرامت کم و دقت و توجه کارکنان بیمه به خواسته‌ها و نیازهای بیمه‌گذاران و مناسب بودن زمان انتظار آن‌ها در حد وسط قرار داشت. این نتایج مطابق یافته‌های (Abdollah Far *et al.*, 2013) است. از نظر بعد پاسخگویی، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که میزان رضایت پاسخگویان از گویه مشتاق بودن کارکنان بیمه برای کمک به بیمه‌گذاران از بالاترین میانگین برخوردار بوده و ارائه خدمات سریع پایین‌ترین میانگین به خود اختصاص داده است که نتایج پژوهش (Rastgoo & Rezvanfar, 2007, Abdollah Far *et al.*, 2013) نیز این نتیجه را مورد تأیید قرار می‌دهد به‌طوری‌که آن‌ها نیز در مطالعه خود اشتیاق فراوان کارگزاران در ارائه خدمات را در میزان رضایت بیمه‌گذاران مهم دانستند. از لحاظ بعد اطمینان، نتایج نشان داد که گویه صحیح پر شدن بیمه‌نامه‌ها از طرف نمایندگی‌ها دارای بالاترین میانگین و ارائه خدمات در زمان وعده داده شده به بیمه‌گذاران نیز، پایین‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است. این نتایج مطابق یافته‌های (Abdollah Far *et al.*, 2013) می‌باشد. در زمینه بعد امکانات و تجهیزات فیزیکی شرکت، گویه پاکیزگی و آراستگی نمایندگان بیمه دارای بالاترین میانگین در میان پاسخ‌های پاسخگویان بوده و وجود دستگاه کارت‌خوان در دفتر نمایندگی پایین‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده و از سویی تجهیزات رایانه‌ای مناسب، دسترسی آسان به نمایندگی و امکانات رفاهی مناسب حد وسط

میانگین‌ها گزارش شده است. یافته‌های پژوهش در زمینه رتبه‌بندی مؤلفه‌های مؤثر بر رضایتمندی بیمه‌گذاران از عملکرد نمایندگی‌ها در استان کرمانشاه، مؤلفه‌های برخورد احترام‌آمیز با بیمه‌گذاران، قابل‌اعتماد بودن و صداقت کارکنان بیمه، صحیح پر شدن بیمه‌نامه از سوی کارکنان نمایندگی بیمه و شایستگی کارکنان نمایندگی به ترتیب مواردی بودند که رتبه‌های یکم تا چهارم را به خود اختصاص داده‌اند. این در حالی بود که وجود دستگاه کارت‌خوان در دفتر نمایندگی جهت پرداخت حق بیمه، ارائه خدمات در زمان وعده داده‌شده به بیمه‌گذاران، وضعیت امکانات رفاهی مانند صندلی‌ها، وسایل سرمایشی - گرمایشی و نداشتن قطعی در سیستم ارتباطات و اینترنت در نمایندگی بیمه در رتبه‌های آخر قرار گرفته و به باور بیمه‌گذاران، از ضعیف‌ترین حالت برخوردار بودند. بدین منظور پیشنهاد می‌گردد که مسئولین دفاتر بیمه‌ای نسبت به تجهیز وجه ظاهری دفاتر اقدام نموده و همچنین متناسب با توانای و اختیارشان، به بیمه‌گذاران تعهد بدهند و در صورت وعده دادن به آن‌ها در موعد مقرر به تعهدات داده‌شده عمل نمایند، چراکه برآورده نشدن تعهدات بیمه‌گذاران، نارضایتی به دنبال خواهد داشت و این نارضایتی نه‌تنها باعث عدم بیمه نمودن محصول در سال آتی می‌گردد، بلکه باعث دلسردی دیگر بهره‌برداران در خرید بیمه‌نامه خواهند شد و در نهایت باعث کاهش عملکرد و درآمد شرکت خواهند شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، رتبه‌بندی شرکت‌های خدمات بیمه‌ای کشاورزی در استان کرمانشاه از نظر رضایت بیمه‌گذاران از کیفیت خدمات به ترتیب عبارت بودند از: شرکت همیار کشاورزان اورامان، سامان گستر شاهو، آرام طبیعت دالاهو، پادیر، حامیان کشت کرمانشاه، کشاورز حامی آنهیتا و ستاک گستر شاهو. به نظر محقق دلایل چندی باعث گردید که شرکت همیار کشاورز اورامان رتبه نخست و ستاک گستر رتبه آخر را کسب نماید، از جمله بومی و مرد بودن کارکنان شرکت همیار کشاورز و آشنایی کامل آن‌ها با فرهنگ منطقه، ساکن بودن در محل کار و سابقه و تجربه کار کشاورزی بالای اعضای این شرکت و در مقابل زن بودن کلیه اعضای شرکت ستاک گستر و عدم سابقه کار کشاورزی و همچنین تجربه و سابقه کم در شرکت‌ها سبب گردید که شرکت ستاک گستر در رتبه آخر قرار گیرد و پایین‌ترین امتیاز را کسب نماید. لذا پیشنهاد می‌گردد با توجه به اینکه اکثر بیمه‌گذاران در استان کرمانشاه مرد هستند جهت ارتباط مؤثر بیمه‌گر و بیمه‌گذار ترکیب جنسیتی در شرکت‌ها رعایت شود و اکثر اعضای شرکت مرد در نظر گرفته شوند. همچنین مجریان صندوق بیمه دوره‌های آموزشی را برای تقویت مهارت‌های ارتباطی - اجتماعی کارکنان شرکت برگزار نمایند و اعضای شرکت هم اصول مشتری‌مداری را رعایت نمایند.

بر اساس یافته‌های پژوهش در زمینه رتبه‌بندی نمایندگی‌های بیمه کشاورزی در استان کرمانشاه بر مبنای ابعاد کیفیت خدمات، می‌توان نتیجه گرفت که نمایندگی‌های بیمه کشاورزی در حوزه پاره، ثلاث باباجانی، دالاهو و میان راهان وضعیت مناسبی داشتند و بیمه‌گذاران آن مناطق در مقایسه با دیگر بیمه‌گذاران استان، از رضایتمندی بیشتری برخوردار بودند، در حالی که از نمایندگی‌های بیمه‌ای کرمانشاه، صحنه، کوزران و ماهیدشت به نسبت بقیه شعبه‌ها رضایت کمتری وجود داشت. همان‌گونه که نتایج نشان داد میزان رضایت بیمه‌گذاران منطقه پاره از کیفیت خدمات نمایندگی بیمه در سطح بالای گزارش شده است. با توجه به مصاحبه‌های انجام‌گرفته با بیمه‌گذاران در حین

تکمیل پرسشنامه، مشخص شد که کارکنان این نمایندگی در زمان بیمه‌گری و ارزیابی خسارت به روستاها مراجعه نموده و کلیه فعالیت‌های بیمه‌گری در روستا انجام گردیده است، به‌گونه‌ای که میزان ایاب و ذهاب بیمه‌گذاران به دفاتر بیمه‌ای به حداقل رسیده است. از این رو پیشنهاد می‌گردد جهت افزایش سطح رضایتمندی بیمه‌گذاران سایر نمایندگی‌ها، با الگو از نمایندگی‌های موفق، دوره‌های کارآمد برای کارکنان این دفاتر برگزار گردد.

نتایج آزمون F نشان داد که بین میزان رضایت بیمه‌گذاران از خدمات شرکت‌های بیمه‌ای برحسب نوع محصول بیمه‌شده تفاوت معنی‌داری وجود دارد، به‌طوری‌که بین زارعان با باغداران و زارعان با دامداران اختلاف معنی‌داری وجود دارد، اما بین باغداران و دامداران اختلاف معنی‌داری مشاهده نمی‌شود. با توجه به ثابت بودن اکثر مؤلفه‌های شرکت‌های بیمه برای زارعان، باغداران و دامداران، این اختلاف می‌تواند به این علت باشد که در صندوق بیمه کشاورزی توجه و تأکید بیشتری بر محصولات زراعی صورت می‌گیرد و در این زمینه خدمات بهتر و میزان خسارت بیشتری نسبت به محصولات باغی و دامی به زارعان پرداخت می‌شود و همین موضوع می‌تواند در رضایت بیشتر زارعان نسبت به دامداران و باغداران از خدمات شرکت‌های بیمه مؤثر باشد، به‌طوری‌که در بررسی‌ها مشخص گردید که استقبال چندانی از سوی باغداران و دامداران استان از خدمات شرکت‌های بیمه نسبت به زارعان صورت نگرفته است، با توجه به اینکه در سال‌های اخیر بلایای طبیعی در استان مانند خشکسالی، زمین‌لرزه، سیل و ... افزایش یافته و این بلایا محصولات باغی و دامی استان را نیز به میزان زیادی تحت تأثیر قرار داده است، لذا لازم است به‌منظور کاهش میزان خسارت به زارعان و باغداران، جلب رضایت و استقبال بیشتر آن‌ها از خدمات شرکت بیمه کشاورزی با برنامه‌ریزی دقیق و کارشناسی مسائل و مشکلات باغداران و دامداران به‌صورت خاص مدنظر قرار گیرد و در جهت برطرف نمودن آن‌ها اهتمام جدی از سوی مسئولین صورت پذیرد.

منابع (References)

- Abdollah Far, P., Elahiyari, M. S., Javadiyan, S. A., & Eftekhari, H. (2014). Ranking agricultural insurance agencies in Gilan province based on service quality dimensions using the TOPSIS method. *Journal of the Agricultural Insurance Fund*, 11(42), 30-46. (In Persian).
- Agricultural Insurance Fund. (2013). Principles and fundamentals of agricultural products insurance. Agricultural Education and Extension Publications, Tehran. (In Persian).
- Chaharsoughi Amin, H., Bahramipoor, M., & Ghorbani Piralidehi, F. (2015). Investigating the factors affecting the satisfaction of citrus growers with the performance of the agricultural insurance fund in Ilam province. *Journal of Agricultural Insurance Fund*, 43(4), 113-97. (In Persian).
- Chearaphan, W. (2016). Guideline for Implementation of Crops Insurance Scheme in Thailand. Policy and Planning Department.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.2307/1252296>.
- Fallah, A., & Gholi Nezhad, S. (2014). Identification and ranking of effective factors on rice farmers' satisfaction with rice product insurance in Mazandaran province. Application of the hierarchical analysis approach. *Journal of Agricultural Economics*, 24(153), 1-131. (In Persian).

- Hajilo, M., & Hajari, B. (2011). Investigating the level of satisfaction of villagers with agricultural insurance in Hormozgan province. In the Proceedings of the First National Conference on Sustainable Agriculture and Healthy Environment, Hamadan.
- Kislingerova, S., & Spicka, J. (2022). Factors influencing the take-up of agricultural insurance and the entry into the mutual fund: A case study of the Czech Republic. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(8), 366. <https://doi.org/10.3390/jrfm15080366>. (In Persian).
- Kumar, D. S., Barah, B. C., Ranganathan, C. R., Venkatram, R., Gurunathan, S., & Thirumoorthy, S. (2011). An analysis of farmers' perception and awareness towards crop insurance as a tool for risk management in Tamil Nadu. *Agricultural Economics Research Review*, 24(1), 37-46. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.109413>.
- Moradi, F., Pour Saeed, A. R., & Ali Beigi, A. H. (2013). Investigation of factors affecting the satisfaction of Kermanshah farmers with the Agricultural Extension and Services Centers (Master's thesis, Islamic Azad University, Ilam Branch).
- Rastgoo, H., & Razvanfar, A. (2007). Investigating the effective factors in the development of strategic agricultural insurance products in Khodabandeh county. *Journal of Agricultural Economics and Development*, 58(2), 134-111. (In Persian).
- Sajjadi, S., Amini, M. M., & Yousefi, A. (2012). Evaluating the performance of agricultural insurance and its influencing factors from the perspective of agricultural insurance fund experts in Hamedan province. *Journal of Agricultural Insurance Research*, 33 & 34, 140-125
- Shabanali Fami, H., & Karani, Z. (2014). *Agricultural insurance*. Payame Noor University Press.
- Shahnoshi Forushani, N., Rafi'i Darai, H., & Adalatiyan, A. (2011). Investigating the structural and functional factors affecting policyholders' satisfaction with agricultural insurance: A case study of Khorasan Razavi province. *Journal of Agricultural Economics*, 5(1), 121-103. (In Persian).
- Soltanpour, Y., & Mojaverian, M. (2008). Effective factors on the satisfaction of policyholders with the performance of the agricultural insurance fund. *Journal of Agricultural Insurance Research*, 15 & 16, 122-103. (In Persian).
- Sundar, J., & Ramakrishnan, L. (2013). A study on farmers' awareness, perception and willing to join and pay for crop insurance. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(1), 48-54.
- Turkamani, J. (2016). Incorporating risk into agricultural economics planning: Application of stochastic quadratic programming. *Journal of Agribusiness and Development*, 15(1), 130-113. (In Persian).
- Vandever, M. L. (2001). Demand for area crop insurance among litchi producers in northern Vietnam. *Agricultural Economics*, 26(2), 173-184. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2001.tb00061>.
- Yazdanpanah, M., Zamani, G. R., & Rezaei Moghaddam, K. (2009). Farmers' satisfaction with agricultural product insurance: Application of path analysis. *Journal of Agricultural Economics and Development*, 66, 139-164. (In Persian).