

بررسی رضایتمندی مدیران واحدهای دامداری صنعتی استان تهران از خدمات صندوق بیمه کشاورزی و تأثیر بیمه بر بهبود مدیریت آنان

علی فردوس مکان*، دکتر مهرزاد نوابخش**
بازنگری: ح. ر (فراوند)

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر رضایتمندی مشتریان (مدیران واحدهای دامداری صنعتی استان تهران) از خدمات صندوق بیمه کشاورزی از یکسو، و تأثیر بیمه بر پیشرفت و بهبود (ارتقای) مدیریت واحدهای دامداری صنعتی پیشگفته در استان تهران، از دیگر سو، بوده است. این تحقیق، از نوع پژوهشهای توصیفی-همبستگی، و از دیدگاه هدف، کاربردی، و از لحاظ چگونگی گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات غیرآزمایشی است. نوع داده گردآوری شده نیز، پژوهش را در دسته تحقیقات کمی و گذشته‌نگر جای می‌دهد. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات نیز، پرسشنامه بود که براساس مدل مفهومی برگرفته از مدل سروکوال (Serv Qual) تنظیم شد. روایی ابزار پژوهش، به وسیله پانلی از متخصصان انجام و استوار شد و به منظور سنجش پایایی نیز، ضریب آلفای کرونباخ برای بخشهای مختلف پرسشنامه، محاسبه شد که مقدار آن هم، برابر با ۰/۸۲ به دست آمد. جامعه آماری پژوهش، مدیران ۱۳۴۳ واحد دامداری صنعتی استان تهران بود که با بهره‌گیری از فرمول کوکران، ۳۷۰ نفر، به عنوان حجم نمونه تعیین شد. روش نمونه‌گیری نیز، به صورت طبقه‌ای با انتساب متناسب با توجه به تعداد دامداریها در هر شهرستان بود. سرانجام، نتایج به‌دست آمده از این پژوهش، نشان داد که میان بعد همدلی و رضایت مشتری (مدیر واحد دامداری صنعتی)، رابطه مثبت و معنی‌دار ($r=0/566$ ، $p<0/001$) وجود دارد. همچنین، میان بعد تضمین و رضایت مشتری نیز، رابطه مثبت و معنی‌دار ($r=0/319$ ، $p<0/001$) و میان بعد عوامل ملموس و رضایت مشتری هم، رابطه مثبت و معنی‌دار ($r=0/275$ ، $p<0/001$) دیده می‌شود. از سویی، بعد پاسخگویی و رضایت مشتری نیز، دارای رابطه مثبت و معنی‌دار ($r=0/233$ ، $p<0/001$) بوده و رابطه میان بعد درخور اطمینان بودن و رضایت مشتری نیز، مثبت و معنی‌دار ($r=0/445$ ، $p<0/001$) است. سرانجام، رابطه میان رضایتمندی مشتری از خدمات بیمه کشاورزی که می‌تواند پیشبینی‌کننده بهبود یا ارتقای مدیریت واحدهای دامداری باشد نیز، برابر با ($r=0/214$ ، $p<0/001$) به‌دست آمد. بررسیها در این باره نشان داد، رابطه میان دو متغیر، مثبت است. به‌دیگرسخن، با افزایش بهبود یا ارتقای مدیریت واحدهای دامداری، رضایت مشتریان نیز، افزایش می‌یابد.

کلیدواژه‌ها:

رضایتمندی، بیمه، رفتار مشتری، گرایشهای رفتاری، صندوق بیمه کشاورزی، مدیریت دامداری صنعتی.

* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات اصفهان
Email: ali_ferdosmakan@yahoo.com

** استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد، دکتری مهندسی صنایع

