

تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارهای بیمه‌گذاران صندوق بیمه کشاورزی لیلی نیاکان، آمنه خدیور^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۵

چکیده

صندوق بیمه کشاورزی در نظام کشاورزی کشور نقش کلیدی داشته، خطرپذیری‌های این بخش را تحت پوشش قرار داده و آسیب و زیان‌های وارده را جبران می‌کند. به منظور ارتقای کارکرد و بهبود در ارائه خدمات به جامعه بیمه‌گذاران، نوسازی راهبردی صندوق ضروری می‌باشد. هدف این بررسی شناخت و تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارهای بیمه‌گذاران به عنوان ذی‌نفعان اصلی صندوق می‌باشد. دستیابی به این شناخت با رویکرد آسیب‌شناسانه، از طریق نظرسنجی از کشاورزان بیمه‌گذار انجام شده است. روش تحقیق از لحاظ داده‌ها توصیفی و از لحاظ هدف، کاربردی است. ابزار تحقیق، پرسشنامه بوده و از روش‌های تحلیل آماری برای تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای استفاده شده است. در مجموع، ۱۳۴ پرسشنامه معتبر دریافت و تحلیل شده است. نتایج پژوهش گویای شکاف‌های قابل توجه در زمینه‌های مختلف بین نیازمندی‌ها و انتظارهای بیمه‌گذاران و وضعیت موجود صندوق است. همچنین، رضایت از خدمات ارائه شده توسط صندوق در حد متوسط می‌باشد. در نهایت، راهکارها و پیشنهادهایی برای رفع شکاف‌های شناسایی شده و در نتیجه، افزایش رضایت‌مندی بیمه‌گذاران ارائه شده که جنبه‌های مختلفی اعم از طراحی محصول، تسویه آسیب و زیان، فرهنگ‌سازی، مدیریت ارتباط با مشتری، ارتقای توانمندی بازاریابی کارگزاران و دیجیتال سازی فرایندها را شامل می‌شود. نتایج این تحقیق می‌تواند در تدوین برنامه نوسازی صندوق استفاده شود.

طبقه‌بندی JEL: Q18، G22، D84

واژه‌های کلیدی: تحلیل ذی‌نفعان، صندوق بیمه کشاورزی، بیمه‌گذاران، نوسازی راهبردی.

^۱ به ترتیب، استادیار گروه عمومی بیمه پژوهشکده بیمه (نویسنده مسئول) و دانشیار گروه مدیریت دانشگاه الزهرا

مقدمه

در همه کشورها بخش کشاورزی و حمایت از آن مورد توجه بوده و این بخش دارای اهمیت راهبردی بسیار بالایی است؛ زیرا به‌طور مستقیم با نیازمندی‌های ضروری جامعه و سلامت مردم هر کشور در ارتباط است. از سویی خطرپذیری‌های متنوعی می‌تواند کارکرد این بخش را به مخاطره اندازد و یکی از بهترین راه‌های مدیریت ریسک، ارائه خدمات بیمه‌ای برای جامعه کشاورزی و روستایی است. با توجه به تواتر و شدت بالای ریسک‌های بخش کشاورزی، نرخ حق بیمه و هزینه‌های اداری در بیمه‌های کشاورزی بالا بوده و همین امر موجب افزایش قیمت تمام شده پوشش ریسک‌های کشاورزی می‌شود و بیشتر کشاورزان توان خرید این محصولات بیمه‌ای را ندارند؛ از این رو بخشی از این هزینه‌ها توسط دولت‌ها تامین می‌شود. در کشورهای مختلف جهان با سازوکارهای مختلفی به بیمه‌های کشاورزی یارانه تعلق می‌گیرد و حتی قانون‌های سازمان تجارت جهانی نیز ناهم‌سویی‌هایی با حمایت‌های دولت‌ها در این حوزه ندارد (Manteghipour et al., 2019).

در ایران نیز به‌منظور حمایت از کشاورزان و دامدارانی که محصول و فرآورده‌هایشان بر اثر رویدادهای قهری و طبیعی دچار آسیب و زیان می‌شود و برای کمک به ادامه فعالیت تولیدی آنان، صندوق بیمه محصول‌های کشاورزی در سال ۱۳۶۲ در بانک کشاورزی تشکیل شد. تا سال ۱۳۸۱ همه فعالیت‌های صندوق از طریق شبکه بانک کشاورزی انجام می‌شد. از آبان ۱۳۸۱ در راستای پیاده‌سازی اصل ۴۴ قانون مبنایی و برای توسعه حیطه فعالیت صندوق، از ظرفیت سازمان نظام مهندسی کشاورزی و سازمان دامپزشکی در قالب کارگزاران خصوصی بیمه کشاورزی استفاده شد. از سال ۱۳۸۷ این کارگزاران در داخل نمایندگی‌های خدمات بیمه‌ای که در مجاورت شعبه‌های بانک کشاورزی دفتر دارند، ساماندهی شدند.

نظام کشاورزی در ایران دارای ویژگی‌های خاصی است. خرده مالک بودن بیشتر کشاورزان، بهره‌گیری از قطعه‌های کوچک زمین‌های کشاورزی، وجود خطرهای فراگیر و دائمی مانند خشکسالی، معیشتی بودن اقتصاد کشاورزی ایران و ...، ضرورت بهره‌گیری از یک نظام بیمه کشاورزی کارا برای محصول‌ها و فرآورده‌های کشاورزی را نشان می‌دهد. افزون بر این، در بند ۷ ماده ۶۱ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور، گسترش پوشش بیمه تولیدهای بخش کشاورزی و عامل‌های تولید تا رسیدن به پوشش صد درصدی تاکید شده است. لذا با توجه به نقش راهبردی صندوق در مدیریت ریسک در بخش کشاورزی کشور، نیاز است تا در سطح

تحلیل نیازمندی ها و انتظارات... ۱۴۷

گسترده‌تری عمل کرده و سطح مدیریت بیمه کشاورزی در کشور ارتقاء یابد. اگرچه مدیریت و انتقال بخش مهمی از ریسک‌ها هم‌اکنون توسط صندوق بیمه کشاورزی انجام می‌شود، اما ساختار و حیطه اختیارهای این مجموعه تناسبی با نیازمندی‌های امروز کشور ندارد. همچنین، با توجه به تغییرپذیر بودن عامل‌های محیطی مانند عامل‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و افزایش انتظارات دستگاہ‌های بالادستی و قانونگذار، نوسازی راهبردی در صندوق باید در دستور کار قرار گیرد (Khadivar et al., 2021). مهم‌ترین علت‌ها و ضرورت‌های نوسازی راهبردی در ساختار صندوق بیمه کشاورزی عبارت‌اند از:

۱- نقش دوگانه حاکمیتی و عملیاتی صندوق: هم‌اکنون صندوق افزون بر نقش سیاستگذاری و حاکمیتی، عملیات بیمه کشاورزی (بیمه‌گری، ارزیابی آسیب و زیان و نظارت) را از طریق شبکه عملیات انجام می‌دهد که لازم است با توجه به نیاز روز افزون کشور به خدمات بیمه کشاورزی، جایگاه صندوق ارتقاء یابد. به‌عنوان مثال، صندوق نقش بیمه مرکزی کشاورزی و اتکایی را ایفا کرده و عملیات اجرایی بیمه کشاورزی را به شرکت‌های بیمه خصوصی واگذار کند.

۲- ناهماهنگی‌های ناشی از مسئله‌ها فرهنگی و دیدگاه کشاورزان: نگاه بهره‌برداران بخش کشاورزی به صندوق، یکی از بازدارنده‌های جدی توسعه فعالیت صندوق به‌شمار می‌آید. مأموریت صندوق جبران آسیب و زیان‌ها تا حدی است که بهره‌بردار بتواند به چرخه تولید بازگردد و دلیل این امر هم تفاوت ماهوی صندوق بیمه کشاورزی با بیمه‌های بازرگانی و نشأت‌گرفته از ماهیت خاص ریسک‌های فعالیت‌ها و عملیات اجرایی حوزه کشاورزی، دامداری و ... است؛ درحالی‌که بیمه‌گذاران در قبال پرداخت حق بیمه انتظار دارند چند برابر گرامت دریافت کنند یا اینکه با پرداخت حق بیمه اندک، کل آسیب و زیان‌های وارده به ایشان توسط صندوق پرداخت شود.

۳- نارسایی‌های ناشی از رقابتی نبودن بیمه‌های کشاورزی که موجب توسعه نیافتن ضریب نفوذ بیمه‌های کشاورزی می‌شود. استفاده از کمک‌های دولتی در کنار مشارکت فعال بخش خصوصی می‌تواند زمینه‌ها و بازاری رقابتی برای عرضه بیمه‌های کشاورزی ایجاد کند. این رقابت نه در نرخ حق بیمه‌ها، که در ارائه خدمات با هزینه‌های اداری کمتر است. با این حال، افزایش مشارکت بخش خصوصی در ارائه بیمه کشاورزی با چالش‌های فنی روبه‌رو می‌باشد. ریسک‌های حوزه کشاورزی با ریسک‌های معمول بیمه‌ای تفاوت‌های مهمی دارند. وجود شمار زیادی از واحدهای در معرض خطر همانند و همگن بودن نسبی آنان از نظر احتمال بروز، دو شرط لازم برای استفاده از آمار به‌منظور محاسبه احتمال بروز خطر و پیش‌بینی و برآورد آسیب و زیان‌های آتی و در پی

آن محاسبه حق بیمه با دقت کافی می‌باشد. هم‌اکنون امکان دسته‌بندی متقاضیان بیمه محصول‌های مختلف کشاورزی به گروه‌های پرخطر، میان‌خطر و کم‌خطر در کشور فراهم نشده است. مسئله دیگر احتمال بالای غیر تصادفی بودن ریسک در بخش کشاورزی است. همه این موارد بازدارنده‌های جدی بر سر راه ورود بخش خصوصی به این حوزه می‌باشد.

۴- نبود زمینه‌های توجه جدی به مدیریت ریسک بخش کشاورزی به‌منظور کنترل و پیشگیری از آسیب و زیانانی بخش و پرداخت کمک‌های بلاعوض و آسانگریات ارزان به کشاورزان آسیب‌دیده که محصول خود را بیمه نکرده‌اند.

بر این مبنای، به‌نظر می‌رسد رسالت صندوق با شکل ساختار کنونی آن همخوانی نداشته و تشکیلات صندوق می‌تواند با هدف افزایش کارایی و توسعه حیطه فعالیت‌ها مورد بازنگری قرار گیرد (Khadivar et al., 2021).

برای اطمینان از پذیرش برنامه‌های راهبردی و نوسازیِ تدوین‌شده، ضرورت دارد در تدوین طرح نوسازی صندوق بیمه کشاورزی، از مشارکت همه‌جانبه ذی‌نفعان استفاده شود و تحقق دیدگاه آنان مد نظر قرار گیرد؛ چراکه تعمیق در نیازمندی‌ها و انتظارات آنان بر ساختار و برنامه‌های آینده تاثیرگذار خواهد بود. بر این مبنای، این پژوهش با هدف شناسایی و تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارات مهم‌ترین ذی‌نفعان صندوق بیمه کشاورزی، یعنی کشاورزان بیمه‌گذار انجام شده است. پرسش‌های تحقیق عبارت‌اند از:

۱. آیا بین نیازمندی‌ها و انتظارات بیمه‌گذاران صندوق بیمه کشاورزی با وضع موجود شکافی وجود دارد؟

۲. در کدام یک از شکاف‌های بین انتظارات بیمه‌گذاران و ادراک آنان از وضعیت موجود تفاوت معنی‌داری وجود دارد و جهت شکاف به چه سمتی است؟

۳. آیا شکاف بین انتظارات و وضع موجود در ابعاد مختلف اهمیت یکسانی دارد؟

۴. میزان رضایت‌مندی بیمه‌گذاران از خدمات ارائه‌شده توسط صندوق و عامل‌های موثر بر آن کدام‌اند؟

با توجه به اینکه شناسایی و شناخت انتظارات ذی‌نفعان از جمله عامل‌های مهم و موثر بر موفقیت هر برنامه و پروژه‌ای است، در بررسی و ارزیابی‌های داخلی و خارجی نیز به این مسئله توجه شده

تحلیل نیازمندی‌ها و انتظاراتها... ۱۴۹

و پژوهش‌های پرشماری به روش‌های مختلفی به این موضوع در صنایع و سازمانانی مختلف پرداخته‌اند.

Vogler et al., (2017) با استفاده از روش‌های تحلیل ذی‌نفعان مانند جدول ذی‌نفعان و شبکه نفوذ/علاقه ذی‌نفعان، به تحلیل ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی حفاظتی و محیط زیستی پرداخته‌اند. نتیجه بررسی آنان ارائه برخی از رویکردها و راهبردهایی است که می‌تواند به آسانگری فرآیند مشارکتی منصفانه و سازنده ذی‌نفعان حوزه کمک کند. (Huang et al., 2016) به کمک چارچوب سه سطحی تحلیل ذی‌نفعان (شناسایی، ارزیابی و ارتباط)، به ارزیابی محیطی راهبردی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی چین در زمینه ابتکار «یک کمربند، یک جاده» در پاکستان پرداختند. نتایج تحلیل نشان داد ذی‌نفعان به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی چین در پاکستان گرایش داشته و کیفیت هوا و مصرف آب دو چالش اصلی این سرمایه‌گذاری هستند. در مجموع، فرصت‌های سرمایه‌گذاری بیشتر از چالش‌های آن است. (Klievink et al., 2012) ذی‌نفعان اشتراک‌گذاری اطلاعات بین کسب‌وکار و دولت از طریق حاکمیت یک پلتفرم عمومی-خصوصی را تجزیه و تحلیل کرده و دریافته‌اند برای ذی‌نفعان، زیرساخت اشتراک اطلاعات به‌خودی خود دغدغه اصلی آنان نیست، بلکه مدیریت آن است. یک راهبرد موفقیت‌آمیز مدیریت ذی‌نفعان این است که شرکت‌ها فوریت و الزام‌های صریح توسعه یک مدل حاکمیت عمومی-خصوصی را احساس کنند. (Dehghani et al., 2021) با استفاده از ماتریس قدرت-سودمندی، به تحلیل ذی‌نفعان توسعه شهری دانش‌بنیان در شهر اصفهان پرداخته‌اند. نتایج این تحلیل نشان داد که تحقق توسعه شهری دانش‌بنیان منوط به پیگیری سودمندی‌ها و اجرای اقدام‌های مشترک بین ذی‌نفعان مختلف است. دسته‌بندی ارائه‌شده برای تحلیل ذی‌نفعان کلیدی این پروژه، به دلیل فراهم کردن امکان مقایسه نوع قدرت و سودمندی‌های ذی‌نفعان و امکان تعریف راهبردهای مشترک و اقدام‌های هم‌افزایانه ذی‌نفعان بر مبنای سودمندی‌های مشترکشان، ابزار مناسبی برای ظرفیت‌سازی، شبکه‌سازی، و ارتقای مشارکت و تعامل بین آنان در فرایند سیاست‌گذاری به‌دست می‌دهد. (Khadivar & Niakan 2022) جهت شناسایی، دسته‌بندی و اولویت‌بندی ذی‌نفعان صنعت بیمه و بررسی نیازمندی‌ها و انتظارات‌های آنان از پرسشنامه و مصاحبه‌های نیم‌ساختاریافته استفاده کرده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد بیمه مرکزی، وزارت امور اقتصادی و دارایی، بیمه‌گذاران حقوقی، ارزیابان آسیب و زیان، استارت‌آپ‌های بیمه‌ای، سندیکای بیمه‌گران و کارگزاران بازیگران کلیدی صنعت بیمه را تشکیل می‌دهند. ذی‌نفعان کلیدی، دارای منبع‌های

قدرت فراوانی برای اعمال نفوذ بر سازمان بوده، لذا در راهبردهای نهایی وضع شده در صنعت بیمه باید کانون توجه قرار بگیرند.

SheikhBaghloo et al.,(2020) از طریق مصاحبه و همچنین استفاده از روش دیمتل نسبت به شناسایی ذی‌نفعان سازمان غذا و داروی ایران و رابطه ذی‌نفعان با یکدیگر و شدت اثر آنان بر هم اقدام کردند. از نظر تأثیرگذاری/تأثیرپذیری و اهمیت، هیات دولت تأثیرگذارترین، مصرف‌کننده نهایی تأثیرپذیرترین، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی بیشترین اهمیت و سازمانانی بیمه‌گر کمترین اهمیت را در بین ذی‌نفعان دارند.

Behvand(2016) خواسته‌ها و انتظارات ذی‌نفعان شرکت پایانه‌های نفتی ایران در راستای صیانت از حقوق شهروندی را مورد ارزیابی و تحلیل قرار داده است. روش مورد استفاده این پژوهش، طوفان فکری و مصاحبه، نظرسنجی و بازاریابی است. نتیجه این بررسی و ارزیابی نشان داد که اصلاح‌های صورت گرفته به دنبال شناسایی خواسته‌ها و انتظارات ذی‌نفعان، منجر به ایجاد یک رویکرد یکپارچه و نظام‌مند در این ارزیابی شده است که با پایش مستمر شاخص‌های ادراکی، اثربخشی اقدام‌ها در حوزه‌های کارکردی مرتبط با ذی‌نفعان را تحلیل می‌کند. ازجمله مهم‌ترین نتایج این رویکرد، افزایش رضایت مشتریان داخلی و خارجی می‌باشد. GhaziNoori et al.,(2013) با به‌کارگیری مدلی تلفیقی از فرایند QFD و رویکرد ارزیابی ذی‌نفعان، ابزاری ساخته‌اند که با آن بتوان برنامه‌ریزی راهبردی در سطح ملی را با اطمینان خاطر و اعتبار بیشتری انجام داد. آزمون این ابزار نشان داد که اگرچه QFD در طراحی راهبرد، ابزاری شناخته شده است اما کاربرد آن به‌ویژه در سطح ملی، زمانی اثربخشی و اعتبار بیشتری دارا خواهد بود که توجه کافی بر شناسایی و دسته‌بندی ذی‌نفعان و خواسته‌های آنان به‌عمل آمده باشد.

بررسی پیشینه تحقیق موید آن است که در تدوین طرح‌ها و برنامه‌های تغییر و دگرگونی و نوسازی، تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارات ذی‌نفعان به‌عنوان یکی از پیش‌نیازها امری ضروری است. لذا با توجه به استدلال‌های یادشده در زمینه ضرورت نوسازی راهبردی در صندوق بیمه کشاورزی، بررسی و ارزیابی نیازمندی‌ها و انتظارات بیمه‌گذاران صندوق به‌عنوان ذی‌نفع اصلی آن، به تدوین برنامه نوسازی کمک شایانی خواهد کرد.

روش تحقیق

نظریه ذی‌نفعان ازجمله نظریه‌های مدیریت سازمان است. نظریه ذی‌نفعان پیشنهاد می‌کند که ذی‌نفعان، یا سرمایه‌گذاران مالی، ازجمله گروه‌هایی هستند که یک شرکت یا سازمان باید به آنان

تحلیل نیازمندی‌ها و انتظاراتها... ۱۵۱

خدمت کند. هر کسی به هر گونه‌ای که تحت تأثیر سازمان یا کارکرد آن باشد، ذی‌نفع به‌شمار می‌آید؛ از جمله کارکنان، مشتریان، تامین‌کنندگان، جامعه‌های محلی، گروه‌های محیطی، گروه‌های دولتی و غیره. از منظر مدیریت پروژه، نظریه ذی‌نفعان به‌معنای در نظر گرفتن نیازمندی‌های همه طرف‌هایی است که به یک پروژه خاص علاقه دارند. ذی‌نفعان «افراد و سازمان‌هایی هستند که به طور فعال در پروژه مشارکت دارند، یا سودمندی‌شان ممکن است در نتیجه اجرای پروژه یا تکمیل موفقیت‌آمیز پروژه تحت تأثیر مثبت یا منفی قرار گیرد». لذا برای اجرای موفق یک پروژه از جمله برنامه راهبردی، ضروری است دیدگاه همه‌ی ذی‌نفعان کلیدی دریافت شود. به‌طور کلی از روش پیمایش برای این منظور استفاده می‌شود.

مفهوم ذی‌نفع نخستین بار توسط Freeman (1984) مطرح شد که از آن به‌عنوان پایه‌گذار تحلیل ذی‌نفعان مؤسسه تحقیقات استنفورد و واردکردن این بحث در ادبیات مدیریت راهبردی یاد می‌شود. پس از آن، پژوهشگران حوزه‌های مختلف مانند منابع طبیعی، مدیریت کسب‌وکار، مدیریت پروژه و خط‌مشی‌گذاری تعریف‌ها و راهکارهایی را با توجه به ویژگی‌های فضای علمی خود ارائه کردند. در فرآیند توسعه روش تحلیل ذی‌نفعان، تعریف‌های بسیاری از آن ارائه شده است. از جمله اینکه «تحلیل ذی‌نفعان فرآیند گردآوری و تحلیل نظام‌مند اطلاعات کیفی است برای تعیین اینکه علاقه‌ها و سودمندی‌های چه کسانی باید در زمان طراحی یا اجرای یک سیاست یا برنامه مورد توجه قرار گیرد (Schmeer, 2000). در تعریفی دیگر «تحلیل ذی‌نفعان روش بررسی امکان‌پذیری سیاسی طرح‌ها و برنامه‌ها از طریق شناسایی قدرت، موضع و درک ذی‌نفعان نسبت به آن سیاست» تعریف شده است (Roberts & Mahoney, 2004). اگرچه تعریف‌های ارائه‌شده از سوی متخصصان این حوزه تا حدی متفاوت به‌نظر می‌رسند، اما این تعریف‌ها بر یک اصل مشخص تاکید می‌کنند و آن این است که برنامه‌ریزان باید به نیازمندی‌ها، سودمندی‌ها و تاثیرگذاری‌های ذی‌نفعان سیاست‌ها و برنامه‌های خود توجه کنند. (Caroll (1996 بر این باور است که ذی‌نفع فرد یا گروهی است که بر سیاست‌ها، برنامه‌ها یا اقدام‌های یک سازمان تاثیر می‌گذارد یا از آن تاثیر می‌پذیرد. تحلیل ذی‌نفعان به‌عنوان فرآیندی شناخته می‌شود که به واسطه آن، جنبه‌هایی از پدیده‌های طبیعی و اجتماعی که به‌وسیله یک عمل یا تصمیم تحت تاثیر واقع می‌شوند، تعیین می‌شوند (Chevalier & Buckles, 2008).

امروزه نیازمندی‌ها و انتظاراتها اغلب سریع و پی‌درپی تغییر می‌یابند. سازمان‌ها برای بقا و ادامه حیات باید در برابر تغییر نیازمندی‌ها و انتظارات ذی‌نفعان پاسخگو باشند. تجزیه و تحلیل

ذی‌نفعان فرآیند گردآوری و تحلیل کمی و نظام‌مند برای مشخص کردن علاقه‌های ذی‌نفعان و مدنظر قراردادن آنان در تدوین و اجرای راهبردهای سازمان است. در اغلب مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی در نخستین مرحله، حتی پیش از تعیین چشم‌انداز و راهبردهای شرکت، خواسته‌ها و انتظارات ذی‌نفعان بررسی و ارزیابی می‌شود و توسعه و جاری‌سازی راهبردهای دانش‌محور سازمانی به‌منظور ارتقای ارزش برای ذی‌نفعان انجام گرفته و نتایج آن ارزیابی و اندازه‌گیری شده و به ذی‌نفعان مختلف سازمان گزارش می‌شود (Behvand, 2016).

تحلیل ذی‌نفعان، رویکردی بسیار مهم برای افزایش امکان‌پذیری پیشنهادهای سیاستی یا اجرای طرح‌های بازسازی و نوسازی است. تحلیل ذی‌نفعان را می‌توان درباره تفکر پیرامون امکان‌پذیری پیشنهادهای جدید سیاستی و تدوین راهبردهای مدیریتی گسترده برای حمایت از تغییر سیاست‌ها استفاده کرد (Gilson et al., 2012). برای تحلیل ذی‌نفعان از روش‌های مختلفی از جمله مرور منابع، مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه، نمودار و نقشه و کارگاه آموزشی استفاده می‌شود.

در این تحقیق که هدف نهایی آن تدوین طرح نوسازی راهبردی صندوق بیمه کشاورزی است، پیش از هر نوع اقدام و یا تصمیم‌گیری لازم است به کمک تجربه‌های افراد درون این نظام، شناختی از سازوکار کنونی آن و نیز گلوگاه‌های اصلی ایجاد تغییر و دگرگونی در این نهاد حاصل شود. با توجه به تمرکز پژوهش بر بررسی نیازمندی‌ها و انتظارات ذی‌نفعان صندوق بیمه کشاورزی از طریق پیمایش، پژوهش از نوع کمی به‌شمار می‌آید. ابزار مورد استفاده، پرسش‌نامه استاندارد و روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری در دسترس می‌باشد، به این ترتیب که پرسشنامه‌ی طراحی شده به‌صورت الکترونیکی در اختیار کشاورزان قرار داده شده است.

از آنجاکه هدف، تحلیل نیازمندی‌ها با سطح اطمینان ۹۰ درصد بوده است و جامعه آماری نامحدود می‌باشد، بر مبنای جدول مورگان شمار نمونه مورد نیاز ۹۷ نمونه است که در نهایت پرسشنامه توسط ۱۳۴ نفر تکمیل شده است. لازم به یادآوری است؛ پرسشنامه الکترونیکی از طریق مدیریت بیمه‌ای امور استان‌ها، برای همه‌ی استان‌های کشور ارسال شده، اما با توجه به سطح سواد اطلاعاتی کشاورزان، در نهایت ۱۳۴ پرسشنامه قابل قبول دریافت شده است. مشخصه‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در پیمایش تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارات بیمه‌گذاران (کشاورزان) در جدول ۱ آمده است.

تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارات... ۱۵۳

جدول (۱) مشخصه‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه

Table (1) Demographic characteristics of the respondents to the questionnaire

متغیر Variable	سطح Level	درصد Percent
سن Age	26-30 سال	۱۶
	31-40 سال	۴۶
	41-50 سال	۲۳
	51-60 سال	۸
	بیشتر از 60 سال	۷
تحصیلات Education	زیر دیپلم	۲۹
	دیپلم	۲۲
	کاردانی	۳
	کارشناسی	۳۱
	کارشناسی ارشد	۱۵
سابقه بیمه‌گذاری Insurance history	0-5 سال	۲۲
	5-10 سال	۳۸
	10-15 سال	۱۸
	15-20 سال	۱۸
	بیشتر از ۲۰ سال	۴
نوع گیاهان زراعی زیر کشت Type of crops under cultivation	باغی	۲۰
	پسته	۳
	خرما	۷
	گندم و جو	۳۹
	برنج	۱۵
	ذرت و علوفه	۱۶
حق بیمه پرداختی سالانه (میلیون تومان) Annual premium payment	0-1	۱۶
	1-10	۳۳
	10-20	۳۴
	20-30	۱۲
	بیشتر از 30	۵

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به آنکه محوریت پرسش‌های مطرح‌شده در پرسشنامه بر روی نیازمندی‌ها و انتظارات بیمه‌گذاران بوده است، لذا پس از پرسش‌های جمعیت‌شناختی، برای پرسش‌هایی که به صورت مزدوج از نیازمندی‌ها و انتظارات پاسخ‌دهنده پرسش شده است، متغیری با عنوان شکاف (Gap)

به صورت تفاضل اهمیت و وضع موجود (وضع موجود-اهمیت=شکاف) معرفی شده است. هدف نهایی، تحلیل داده‌های این متغیر است که ببینیم آیا تفاوت معنی‌داری بین انتظارها و نیازمندی‌های مشتریان صندوق بیمه کشاورزی با وضعیت موجود وجود دارد یا خیر؟

نتایج و بحث

مهم‌ترین نتایج توصیفی به دست آمده از تحلیل پرسشنامه‌ها به شرح زیر است:

۱- بیشترین امتیاز در اهمیت، با میانگین ۴/۳۷ مربوط به "تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان‌ها" بوده که نشان می‌دهد این بعد یکی از مهم‌ترین نیازمندی‌های مشتریان است.

۲- کمترین امتیاز در اهمیت، مربوط به متغیر "احساس آرامش و امنیت در مشتریان" است که با کسب امتیاز ۳/۶ نشان می‌دهد در این مورد اهمیت و نیازمندی‌های مشتری به هم نزدیک بوده و خوشبختانه شکاف در این قسمت نسبت به دیگر متغیرها کوچک‌تر است و می‌توان گفت خرید بیمه‌نامه حس امنیت و آرامش در کشاورزان ایجاد می‌کند.

۳- بیشترین امتیاز در وضع موجود، با میانگین امتیاز ۳/۶۴ مربوط به "چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه‌نامه" بوده است که نشان می‌دهد این بعد توانسته نیاز مشتریان بیمه کشاورزی را به گونه‌ای مطلوب پاسخ دهد.

۴- کمترین امتیاز در وضع موجود با میانگین امتیاز ۲/۴ مربوط به "آگاهی و اطلاع‌رسانی در مورد انواع بیمه‌نامه" بوده است که نشان می‌دهد صندوق بیمه کشاورزی نیازمند روش‌های نوین برای آگاهی مشتریان از انواع بیمه‌نامه‌ها است و علی‌رغم تلاش زیاد در زمینه تولید محصول‌های جدید، در آگاهی و اطلاع‌رسانی محصول‌ها به مردم و مشتریان بالقوه کارکرد مطلوبی ندارد.

۵- میزان اعتماد بیمه‌گذاران به صندوق بیمه کشاورزی در حد متوسط به بالا ارزیابی شده است.

۶- متوسط "رضایت‌مندی کلی" مشتریان از خدمات بیمه‌ای امتیاز ۶/۶۵ از ۱۰ با انحراف معیار ۲/۶۳ بوده است که عدد متوسطی می‌باشد.

اکنون این پرسش مطرح می‌شود که در کدام یک از شکاف‌های بین انتظارهای بیمه‌گذار و ادراک وی از وضعیت موجود، تفاوت معنی‌داری وجود دارد و مهم‌تر اینکه جهت شکاف به چه سمتی است. بر مبنای اطلاعات جدول ۲ همه‌ی شکاف‌ها مثبت است؛ بدین معنی که در همه‌ی عامل‌ها، وضع موجود نتوانسته است نیازمندی‌های بیمه‌گذاران را به صورت کامل پاسخ دهد.

تحلیل نیازمندی ها و انتظارات... ۱۵۵

جدول (۲) آمار توصیفی متغیرهای شکاف

Table (2) Descriptive statistics of gap variables

متغیر Variable	تعداد No.	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین مربعات خطا Mean squares error
آگاهی و اطلاع Awareness G	134	۱.۷۳	۱.۲۳۴	۰.۱۲۴
شفافیت در محاسبه آسیب و زبان Damages transparency G	۱۳۴	۱.۳۲	۱.۳۰۴	۰.۱۳۴
آسانگری در فروش Facilitate sales G	۱۳۴	۰.۹۰	۱.۳۲۴	۰.۱۱۰
آسانگری در پرداخت آسیب و زبان Facilitate damage G	۱۳۴	۱.۲۵	۱.۶۳۲	۰.۱۲۰
هزینه بیمه (حق بیمه) Cost insurance G	۱۳۴	۱.۱۸	۱.۲۴۶	۰.۰۴۵
رسیدگی به شکایتها Complaint G	۱۳۴	۱.۵۳	۱.۵۱۷	۰.۱۳۲
تنوع پوشش بیمه Insurance variety G	۱۳۴	۰.۷۸	۱.۲۳۹	۰.۱۳۱
احساس آرامش و امنیت Feeling safe G	۱۳۴	۰.۵۰	۰.۹۹۶	۰.۰۷۶
برخورد کارکنان فروش Seller encounter G	۱۳۴	۰.۶۳	۱.۰۷۶	۰.۰۴۳
برخورد کارکنان زمان آسیب و زبان Damage encounter G	۱۳۴	۰.۹۵	۱.۶۶۶	۰.۱۵۹

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

برای بررسی دقیق‌تر این ادعا، آزمون تی برای هر کدام از شکاف‌ها انجام شده است. در این آزمون فرض صفر، فرضیه برابری اهمیت هر عامل از دیدگاه بیمه‌گذار و وضع موجود است. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که در همه عوامل، اهمیت آنها و در نتیجه، نیازمندی مشتریان بیش از وضع موجود است.

جدول (۳) آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه اهمیت عامل‌ها با وضعیت موجود

Table (3) Single sample t test to compare the importance of factors with the current situation

Test Value = 0					
95% Confidence Interval of the Difference		اختلاف میانگین Mean difference	Sig. (2-tailed)	df	t
حد بالا Upper limit	حد پایین Lower limit				
۲.۰۳	۱.۵۸	۱.۲۰۱	۰.۰۰۰	۱۳۳	۱۴.۷۵۳

Awareness G

ادامه جدول (۳) آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه اهمیت عامل‌ها با وضعیت موجود

Table (3) Single sample t test to compare the importance of factors with the current situation

Test Value = 0						
95% Confidence Interval of the Difference		اختلاف میانگین Mean difference	Sig. (2- tailed)	df	t	
حد بالا Upper limit	حد پایین Lower limit					
۱.۶۸	۱.۱۵	۱.۲۳۵	۰.۰۰۰	۱۳۳	۱۱.۵۸۶	Damages transparency G
۱.۱۰	۰.۷۰	۰.۷۲۱	۰.۰۰۰	۱۳۳	۷.۹۶۶	Facilitate sales G
۱.۵۰	۰.۹۹	۱.۱۹۶	۰.۰۰۰	۱۳۳	۸.۶۱۷	Facilitate damage G
۱.۲۶	۰.۸۹	۱.۱۸۶	۰.۰۰۰	۱۳۳	۱۱.۲۹۱	Cost insurance G
۱.۸۷	۱.۳۹	۱.۵۵۲	۰.۰۰۰	۱۳۳	۱۳.۳۵۶	Complaint G
۱.۰۸	۰.۶۸	۰.۸۸۳	۰.۰۰۰	۱۳۳	۸.۷۵۶	Insurance variety G
۰.۶۵	۰.۳۵	۰.۵۰۳	۰.۰۰۰	۱۳۳	۶.۶۰۱	Feeling safe G
۰.۸۰	۰.۴۷	۰.۶۵۲	۰.۰۰۰	۱۳۳	۷.۵۸۱	Seller encounter G
۱.۲۰	۰.۶۹	۰.۹۴۷	۰.۰۰۰	۱۳۳	۷.۳۵۳	Damage encounter G

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه، با استفاده از آزمون نافرانسنجه‌ای فریدمن به بررسی این فرضیه پرداخته شده است که آیا رتبه شکاف‌های ده‌گانه مطرح شده برابر است یا خیر. در این آزمون یک گروه از افراد یا آزمودنی در اختیار است که در دست کم دو وضعیت یا دو مقطع زمانی مختلف سنجش شده‌اند. هدف این است که تغییرپذیری‌های نمره‌ها (میانه) را در چند (۲ و بیشتر) وضعیت یا مقطع زمانی مقایسه کنیم. سطح سنجش متغیر در این آزمون باید ترتیبی باشد. به‌طور کلی از این آزمون برای رتبه‌بندی یا اولویت‌بندی متغیرها استفاده می‌شود. در آزمون فریدمن با توجه به مقدار پی (p-value) فرض برابری رتبه شکاف‌ها رد می‌شود و در نتیجه می‌توان شکاف‌های ده‌گانه را از نظر اهمیتی که دارند رتبه‌بندی کرد. شایان یادآوری است این رتبه‌بندی از میانگین زیاد به کم صورت می‌گیرد؛ یعنی شکافی که در رتبه اول قرار می‌گیرد مربوط به متغیرهایی است که بیشترین اختلاف بین اهمیت و وضع موجود را داشته‌اند.

تحلیل نیازمندی ها و انتظارات... ۱۵۷

جدول (۴) نتیجه آزمون فریدمن

Table (4) Friedman test result

۱۳۴	تعداد No.
۱۵۵.۳۲۹	مربع کای χ^2
۸	درجه آزادی Degree of freedom
۰.۰۰۰	سطح معنی داری Significance level

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۵) رتبه‌بندی متغیرهای ده‌گانه شکاف بر مبنای آزمون فریدمن

Table (5) Ranking of ten gap variables based on Friedman test

۷.۵۴	Awareness G
۷.۱۴	Complaint G
۶.۱۲	Damages transparency G
۵.۹۰	Facilitate damage G
۵.۳۴	Cost insurance G
۵.۰۴	Insurance variety G
۵.۰۱	Facilitate sales G
۴.۷۶	Damage encounter G
۴.۳۰	Seller encounter G
۴.۱۲	Feeling safe G

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

بر بنای نتایج آزمون فریدمن، فرضیه برابر بودن رتبه شکاف‌ها رد می‌شود. با توجه به آزمون انجام‌شده و در نظر گرفتن میزان متوسط هر شکاف، ملاحظه می‌شود که بیشترین شکاف بین اهمیت عامل‌ها و نیاز مشتریان به ترتیب زیر است: ۱- آگاهی و اطلاع‌رسانی؛ ۲- سازوکارهای رسیدگی به شکایت‌های مشتریان؛ ۳- شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان؛ ۴- تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ ۵- مبلغ پرداختی برای خرید بیمه‌نامه؛ ۶- تنوع بیمه‌نامه‌های موجود؛ ۷- تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش؛ ۸- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه‌نامه؛ ۹- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان؛ و ۱۰- ایجاد احساس آرامش و امنیت در بیمه‌گذار.

استفاده از روش فراسنجه‌ای تحلیل واریانس و آزمون تکمیلی دانکن، نتایج به‌دست آمده را تایید می‌کند؛ به عبارتی، از نظر میانگین تفاوت معنی‌داری بین شکاف‌های مختلف وجود دارد.

جدول (۶) تجزیه واریانس یکطرفه

Table (6) One-way variance analysis

سطح معنی‌داری Significance level	آماره F F statistics	مربع میانگین Mean square	درجه آزادی Degree of freedom	مجموع مربعات Sum of squares	
۰.۰۰۰	۱۶.۵۰۱	۳۴.۰۴۴	۹	۲۲۳.۳۹۸	بین گروه Inter group
		۲.۰۷۲	۱۳۰۰	۳۳۳۲.۲۸۱	درون گروه Intra group
			۱۴۰۹	۳۹۸۲.۶۷۹	مجموع Sum

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

با استفاده از روش دانکن میانگین گروه‌های شکاف با هم مقایسه تا بر مبنای میانگین هر متغیر شکاف بتوان آنها را مرتب کرده و در عمل فرض صفر رد شده را بیشتر تحلیل کنیم.

جدول (۷) آزمون تکمیلی دانکن

Table (7) Duncan Supplementary Test

زیر مجموعه برای آلفا = ۰.۰۵ Subset for alpha = 0.05							تعداد No.	گروه‌ها Groups
۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱		
						۰.۴۹	۱۳۴	Feeling safe G
						۰.۵۹	۱۳۴	Seller encounter G
					۰.۷۸		۱۳۴	Insurance variety G
					۰.۹۳		۱۳۴	Facilitate sales G
					۰.۹۲		۱۳۴	Damage encounter G
				۱.۰۴			۱۳۴	Cost insurance G
			۱.۱۵				۱۳۴	Facilitate damage G
		۱.۳۹					۱۳۴	Damages transparency G
	۱.۶۶						۱۳۴	Complaint G
۱.۸۰							۱۳۴	Awareness G
۰.۲۷۶	۰.۲۶۵	۰.۲۷۶	۰.۱۷۰	۰.۱۶۴	۰.۰۶۳	۰.۳۰۹		معناداری Significancy

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

بر مبنای نتایج روش دانکن پیشنهاد می‌شود که متغیرهای شکاف از نظر درجه اهمیتی که دارند در ۷ گروه زیر طبقه‌بندی شوند: ۱- آگاهی و اطلاع رسانی؛ ۲- سازوکارهای رسیدگی به شکایت‌های مشتریان؛ ۳- شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان؛ ۴- تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ ۵- مبلغ پرداختی برای خرید بیمه‌نامه؛ ۶- تنوع بیمه‌نامه‌های

تحلیل نیازمندی ها و انتظارات... ۱۵۹

موجود، تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش، چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه نامه؛ و ۷- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان، ایجاد احساس آرامش و امنیت در بیمه شده.

برای بررسی اهمیت عامل‌های موثر بر رضایت‌مندی مشتریان بیمه کشاورزی بر مبنای متغیرهای تعریف شده در پرسشنامه، در جدول ۸ آمارهای توصیفی مربوط به متغیرهای ده‌گانه اهمیت ارائه شده است.

جدول (۸) آمارهای توصیفی مربوط به متغیرهای ده‌گانه اهمیت

Table (8) Descriptive statistics on the ten importance variables

متغیر Variable	تعداد No.	میانگین Average	انحراف معیار Standard deviation	میانگین خطای استاندارد Mean standard deviation
Awareness E	۱۳۴	۱۴.۲	۱.۱۰۴	۰.۱۲۴
Damages transparency E	۱۳۴	۴۴.۱	۰.۹۱۶	۰.۱۳۴
Facilitate sales E	۱۳۴	۵۴.۱	۱.۰۰۰	۰.۱۱۰
Facilitate damage E	۱۳۴	۴۳.۷	۰.۹۹۴	۰.۱۲۰
Cost insurance E	۱۳۴	۴.۲۰	۰.۸۴۴	۰.۰۴۵
Complaint E	۱۳۴	۵۴.۲	۱.۰۷۷	۰.۱۳۲
Insurance variety E	۱۳۴	۴.۰۶	۰.۹۹۸	۰.۱۳۱
Feeling safe E	۱۳۴	۱۳.۶	۱.۲۴۲	۰.۰۷۶
Seller encounter E	۱۳۴	۶۴.۲	۰.۹۱۶	۰.۰۴۳
Damage encounter E	۱۳۴	۴.۲۰	۱.۰۰۰	۰.۱۵۹

Source: Research Findings

منبع: یافته‌های تحقیق

برای بررسی اهمیت متغیرهای ده‌گانه بالا از دیدگاه مشتریان، از آزمون فریدمن استفاده می‌کنیم. نتایج آزمون گویای متفاوت بودن درجه اهمیت متغیرهای ده‌گانه است (سطح معنی‌داری = ۰/۰۰۰). بر مبنای نتایج آزمون فریدمن دسته‌بندی زیر را می‌توان انجام داد:

جدول (۹) رتبه‌بندی متغیرهای اهمیت بر مبنای آزمون فریدمن

Table (9) Ranking of importance variables based on Friedman test

متغیرها Variables	میانگین رتبه Average rating
Facilitate damage E	۶.۲۱
Complaint E	۵.۸۷
Seller encounter E	۵.۸۲
Awareness E	۵.۷۴
Damage encounter E	۵.۷۳
Damages transparency E	۵.۶۹
Cost insurance E	۵.۴۷
Facilitate sales E	۵.۳۳
Insurance variety E	۵.۱۷
Feeling safe E	۳.۹۸

Source: Research Findings

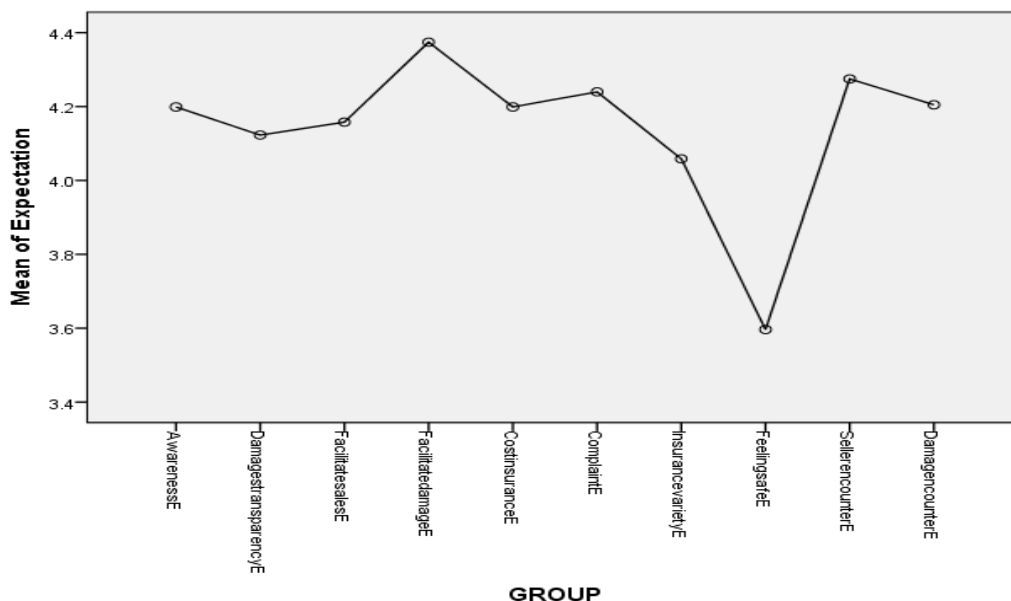
منبع: یافته‌های تحقیق

بدین ترتیب بر مبنای آزمون فریدمن می‌توان متغیرهای مربوط به اهمیت عامل‌های موثر بر رضایت‌مندی مشتریان را رتبه‌بندی کرد: ۱- تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ ۲- وجود سازوکارهایی برای رسیدگی به شکایت‌های مشتریان؛ ۳- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه‌نامه؛ ۴- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان؛ ۵- شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان؛ ۶- مبلغ پرداختی برای خرید بیمه‌نامه؛ ۷- آگاهی و اطلاع‌رسانی در مورد انواع بیمه‌نامه؛ ۸- تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش بیمه‌نامه؛ ۹- تنوع بیمه‌ها برای پوشش نیازمندی‌های بیمه‌ای افراد؛ و ۱۰- احساس آرامش و امنیت.

بار دیگر برای گروه‌بندی متغیرهای مربوط به اهمیت عامل‌های موثر بر رضایت‌مندی بیمه‌گذاران، از تجزیه واریانس یکطرفه و آزمون دانکن استفاده می‌کنیم. عامل‌های ده‌گانه اهمیت را بر مبنای درجه اهمیت متغیرها می‌توان در سه گروه طبقه‌بندی کرد: ۱- تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ ۲- وجود سازوکارهایی برای رسیدگی به شکایت‌های مشتریان، چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه‌نامه، چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان، شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان، مبلغ پرداختی برای خرید بیمه‌نامه،

تحلیل نیازمندی ها و انتظارات... ۱۶۱

آگاهی و اطلاع رسانی در مورد انواع بیمه نامه، تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش بیمه نامه، تنوع بیمه ها برای پوشش نیازمندی های بیمه ای افراد؛ و ۳- احساس آرامش و امنیت. شکل ۱ میانگین متغیرهای ده گانه اهمیت را نشان می دهد.



شکل (۱) مقایسه میانگین متغیرهای اهمیت عامل های موثر بر رضایت مندی از نظر بیمه گذار

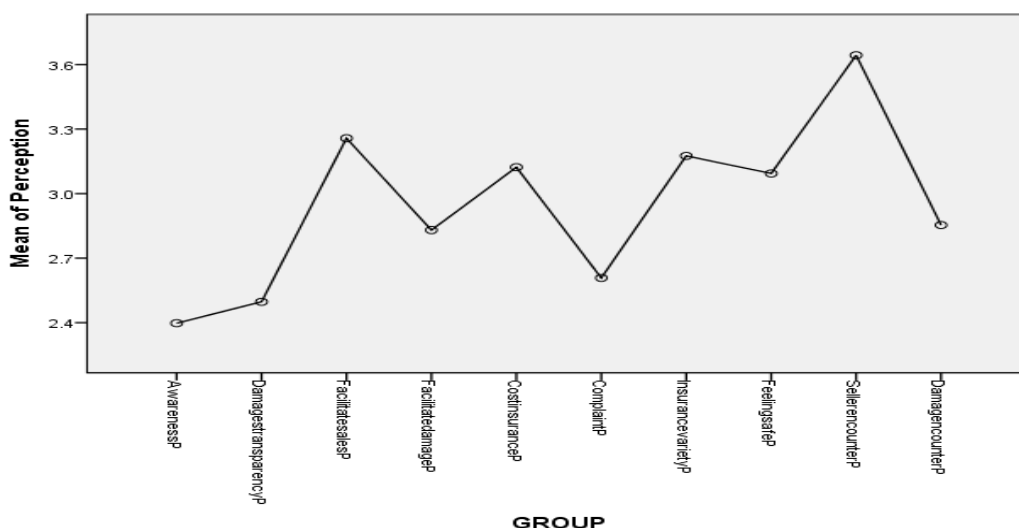
Figure (1) Comparison of the mean of the importance variables of the factors affecting the satisfaction of the policyholder

Source: Research Findings

منبع: یافته های تحقیق

اکنون این پرسش مطرح می شود که کدام یک از گویه های مربوط به ادراک از وضع موجود توسط بیمه گذار، مهم تر بوده و تاثیر بیشتری بر رضایت مشتری دارد. بررسی آمارهای توصیفی مربوط به متغیرهای ده گانه ادراک از وضع موجود و نتایج آزمون فریدمن گویای متفاوت بودن درجه ادراک از وضع موجود متغیرهای ده گانه است. بر مبنای آزمون فریدمن می توان متغیرهای مربوط به وضع موجود را رتبه بندی کرد: ۱- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه نامه؛ ۲- تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش بیمه نامه؛ ۳- تنوع بیمه ها برای پوشش نیازمندی های بیمه ای افراد؛ ۴- مبلغ پرداختی برای خرید بیمه نامه؛ ۵- میزان اعتماد به شرکت های بیمه؛ ۶- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان؛ ۷- تسریع و آسانگری در

فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ ۸- سازوکارهای رسیدگی به شکایتهای مشتریان؛ ۹- شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان؛ و ۱۰- آگاهی و اطلاع رسانی در مورد انواع بیمه نامه. با استفاده از تجزیه واریانس یکطرفه و آزمون دانکن، عامل های ده گانه اهمیت را می توان در چهار گروه طبقه بندی کرد: ۱- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه نامه؛ ۲- تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش بیمه نامه، تنوع بیمه نامه های موجود در شرکت های بیمه برای پوشش همه نیازمندی های بیمه ای افراد، مبلغ پرداختی برای خرید بیمه نامه، احساس آرامش و امنیت؛ ۳- چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان، تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ و ۴- سازوکارهای رسیدگی به شکایتهای مشتریان، شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان، آگاهی و اطلاع رسانی در مورد انواع بیمه نامه. شکل ۲ میانگین متغیرهای ده گانه وضع موجود را نشان می دهد.



شکل (۲) مقایسه میانگین متغیرهای ده گانه ادراک بیمه گذار از وضع موجود

Figure (2) Comparison of the average of the ten variables of the policyholder's perception of the current situation

Source: Research Findings

منبع: یافته های تحقیق

نتیجه گیری و پیشنهادها

هدف این تحقیق شناخت نیازمندی ها و انتظارات بیمه گذاران صندوق بیمه کشاورزی بود. برای این منظور انجام پیمایشی در میان بیمه گذاران، به عنوان ذی نفعان اصلی صندوق بیمه کشاورزی،

تحلیل نیازمندی ها و انتظاراتها... ۱۶۳

برای تحلیل نیازمندی‌ها و انتظارات‌های آنان در مقایسه با وضعیت موجود مد نظر قرار گرفت. نتایج بخش کمی پژوهش گویای شکاف‌های قابل توجه در زمینه‌های مختلف بین نیازمندی‌ها و انتظارات‌های بیمه‌گذاران و وضعیت موجود صندوق است. این زمینه‌ها به ترتیب عبارت‌اند از: آگاهی و اطلاع‌رسانی؛ سازوکارهای رسیدگی به شکایت‌های مشتریان؛ شفافیت در چگونگی محاسبه آسیب و زیان؛ تسریع و آسانگری در فرآیندهای پرداخت آسیب و زیان؛ مبلغ پرداختی برای خرید بیمه‌نامه؛ تنوع بیمه‌نامه‌های موجود؛ تسریع و آسانگری در فرآیندهای فروش؛ چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان فروش بیمه‌نامه؛ چگونگی برخورد کارکنان بیمه در زمان پرداخت آسیب و زیان؛ ایجاد احساس آرامش و امنیت در بیمه‌شده. در واقع این فهرست به ترتیب مواردی که نیاز به توجه و تمرکز بیشتر توسط صندوق دارد را نشان می‌دهد. رضایت‌مندی بیمه‌گذاران از صندوق در سطح متوسط ارزیابی شده که با وضعیت مطلوب فاصله دارد.

مهم‌ترین راهکارها و پیشنهادهای برای رفع شکاف‌های شناسایی شده و در نتیجه، افزایش رضایت‌مندی بیمه‌گذاران عبارت‌اند از: استفاده از ظرفیت‌های برون‌سپاری و فناوری اطلاعات در ساختار جدید به هدف ارائه خدمات بهتر و سریع‌تر به بیمه‌گذاران؛ توجه به بحث مدیریت ریسک به صورت حرفه‌ای در صندوق؛ طراحی پوشش‌های بیمه‌ای به شیوه‌ای اقتصادی؛ طراحی برنامه‌های ترویجی برای ارتقاء فرهنگ بیمه‌ای بیمه‌گذاران و دیگر ذی‌نفعان بخش کشاورزی؛ ارتقاء مهارت ارتباطی و بازاریابی کارگزاران در جلب کشاورز؛ پیاده‌سازی نظام مدیریت ارتباط با مشتری در صندوق؛ استفاده از ظرفیت‌های سامانه جامع بیمه‌گری صندوق برای تحلیل داده‌های مربوط به مشتریان و شناسایی مشتریان بالقوه؛ حمایت از ورود فناوری‌های بیمه‌ای (اینشور تک‌ها) به بیمه‌های کشاورزی.

منبع‌ها

- Behvand, M. (2016) Evaluation and analysis of the demands and expectations of stakeholders in order to protect civil rights (Iran Oil Terminals Company). 12th International Management Conference. (In Farsi)
- Carroll, A.B. (1996) Business and society: ethics and stakeholder management, New York: Routledge.
- Chevalier, J. & Buckles, D. (2008) A guide to collaborative inquiry and social engagement. Co-published with SAGE Publications.
- Dehghani, M. et al. (2021) Knowledge-Based Urban Development Stakeholder Analysis (Case Study: Isfahan City). *Human Geography Research. 1:323-341*. (In Farsi)
- Freeman, R. (1984) Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman.
- GhaziNoori, S. et al. (2013) Improvement of QFD Process by Stakeholder Analysis, an Efficient Method in National Strategic Planning Process Case-Study: The Comprehensive Scientific Map of IRAN. *Public Management Researches. 6:35-56*. (In Farsi)
- Gilson, L. et al. (2012) Using stakeholder analysis to support moves towards universal coverage: lessons from the SHIELD project. *Health Policy Plan, 1:64-76*.
- Huang, Fischer & Xu, (2016) The stakeholder analysis for SEA of Chinese foreign direct investment: the case of 'One Belt, One Road' initiative in Pakistan. *Impact Assessment and Project Appraisal. 3:158-171*.
- Khadivar, A. et al. (2021) Strategic renovation in the Agricultural Insurance Fund. Insurance Research Center. (In Farsi)
- Khadivar, A. & Niakan. (2022) Identifying and strategically analyzing the needs and expectations of insurance industry stakeholders. *Journal of Strategic Management Studies 50: 61-84*. (In Farsi)
- Klievink, Janssen and Tan. (2012) A stakeholder analysis of business-to-government information sharing: the governance of a public-private platform. *International Journal of Electronic Government Research, 8(4):54-64*.
- Manteghipour, M. et al. (2019) Commercially insurable risks in the agricultural sector. Insurance Research Center. (In Farsi)
- Roberts, R. & Mahoney, L. (2004) Stakeholder conceptions of the corporation: their meaning and influence in accounting research. *Business Ethics Quarterly 14(3):399-431*.
- Schmeer, K. (2000) Stakeholder analysis guidelines. Researchgate net .

تحليل نیازمندی ها و انتظارها... ۱۶۵

SheikhBaghloo, Z. et al. (2020) Identification and analysis of stakeholders of the Food and Drug Administration of the Ministry of Health using Demetel technique. *Journal of Healthcare Management Research*. 3:33-44. (In Farsi)

Vogler, Macey and Sigouin. (2017) Stakeholder analysis in environmental and conservation planning. *Lessons in Conservation*. 7:5-16.



Analysis of the needs and expectations of the policyholders of the Agricultural Insurance Fund

Leili Niakan, Ameneh Khadivar ¹

Received: 15 June.2022

Accepted: 6 Nov.2022

Extended Abstract

Introduction

In Iran, in order to support farmers and ranchers whose crops are damaged due to forced and natural disasters, and to help them continue their productive activities, the Agricultural Insurance Fund is established and provides insurance services to farmers. Due to the special features of the agricultural system in country, the necessity to use an efficient agricultural insurance system for agricultural products and the strategic role of the Agricultural Insurance Fund in agricultural risk management, the level of agricultural insurance management in the country needs to be improved and strategic modernization in the Fund should be on the agenda. In developing a renovation plan of the Agricultural Insurance Fund, it is necessary to use the maximum participation of its beneficiaries. Therefore, this study was conducted with the aim of identifying and analyzing the needs and expectations of the most important beneficiary of the fund, namely insured farmers.

Materials and Method

The research method is quantitative. The tools used is the standard questionnaire and the sampling method is available sampling, so that the designed questionnaire is provided to farmers electronically. Since the goal is to analyze the needs with an error rate of 90% and the statistical population is unlimited, according to Morgan's table, the required number of samples is 97, and finally the questionnaire was completed by 134 people. A variable called "gap" is defined as the difference between importance and status. The ultimate goal is to analyze this variable to see if there is a significant difference between the expectations and needs of the customers of the Agricultural Insurance Fund and the current situation?

Results and discussion

¹ Respectively: Assistance Professor of General Insurance Group, Insurance Research Center (Corresponding Author) and Associate Professor of Management Group, Alzahra University
Email: niakan@irc.ac.ir

The descriptive results obtained from the analysis of the questionnaires indicate that accelerating and facilitating the payment of damages is one of the most important needs of the affected customers; buying insurance creates a sense of security and peace in farmers; the Agricultural Insurance Fund needs new methods to inform customers about the types of insurance policies and despite the great efforts for producing new products, it does not perform well in awareness and informing the products to the people and potential customers; and overall customer satisfaction with the Fund's insurance services is moderate.

Suggestion

There are significant gaps in various areas between the needs and expectations of policyholders and the current state of the Fund. The average satisfaction of the Fund policyholders is estimated to be almost average, which is far from the desired situation. The most important solutions and suggestions to eliminate the identified gaps and, as a result, increase the satisfaction of policyholders, are use of outsourcing and information technology capacities to provide better and faster services to policyholders; diversification and design of insurance coverage in an economical way; paying attention to the issue of professional risk management; designing promotional programs to promote the insurance culture of policyholders; implementation of customer relationship management system; utilize the capacity of the Fund's comprehensive insurance system to analyze data and identify potential customers.

JEL Classification: Q18, G22, D84

Keywords: Stakeholder Analysis, Agricultural Insurance Fund, Policyholders, Strategic Renovation.