کالج پروژه

www.collegeprozheh.ir

دانلود پروژه های دانشگاهی

بانک موضوعات پایان نامه

دانلود مقالات انگلیسی با ترجمه فارسی

آموزش نگارش پایان نامه ، مقاله ، پروپوزال

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت اجرائی

موضوع :

بررسی عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران در رابطه با مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه

استاد راهنما :

جناب آقای دکتر محمد آهنچی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر عادل صلواتی

پژوهش و نگارش:

ایوب حیدری

خرداد ماه ۱۳۹۰ خورشیدی

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

Islamic Azad University

Sanandaj Branch

Faculty of Human Science – Department of Management

M.A Thesis for Executive Management

Subject

Survey effectiveness factors on insurdes Swiming Pool Liability satisfaction in Dana isurance company kermanshah branch .

Thesis Advisor

Dr Mohamad Ahanchi

Consulting Advisor

Dr Adel Salavati

By

Ayob haydari

June 2011

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بسم الله الرحمن الرحیم

دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

تحصیلات تکمیلی

شماره:

تاریخ:

پیوست:

باسمه تعالی

با تأییدات خداوند متعال، جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی خانم/آقای ایوب حیدری، دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج با عنوان: (بررسی عوامل مؤثر بر رضایت بیمه گذاران با مسئولیت مدنی صدور) با حضور هیأت داوران، استادان: راهنما، مشاور و داور، در تاریخ ۹۰/۳/۱۲ برگزار گردید و نمره نامبرده به شرط: ۱- انجام دقیق اصلاحات مورد نظر هیأت داوران، به ویژه استاد داور و ۲- تحویل به موقع پایان نامه اصلاح شده حداکثر تا دو ماه پس از تاریخ دفاع ۱۸/۲۵ و با امتیاز عالی است.

نام و نام خانوادگی استاد راهنما: آقای دکتر محمد آرهنجی امضاء

نام و نام خانوادگی استاد مشاور: دکتر عادل صلواتی امضاء

نام و نام خانوادگی استاد داور: دکتر منصور خاکی امضاء

نام و نام خانوادگی مدیر گروه (یا رئیس تحصیلات تکمیلی واحد): دکتر عادل صلواتی امضاء

معاون پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی

واحد سنندج

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

تقدیم به این عزیزان به پاس محبت های بی دریغشان ؛

پدر و مادرم

همسرم و دخترم آرینا

برادرانم

اساتیدم

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

تشکر و سپاس

سپاس و ستایش برای پروردگار که به من فرصتی عطا فرمود تا بخشی از زندگیم را با انسانهای فرهیخته سپری کنم .

سپاس و درود برای استاد فرزانه ، جناب آقای دکتر محمد آهنچی که در طول این دوره از راهنمائی های ایشان بهره مند شدم و پایان نامه اینجانب با راهنمائی ایشان به نهایت رسید .

سپاس و درود برای استاد گرامی ، جناب آقای دکتر عادل صلواتی که مشاوره این پژوهش را تقبل نمود و دلسوزانه مرا در این پژوهش راهنمائی نمودند .

توفیق روز افزون و شاد کامی را از درگاه ایزد منان برای این بزرگواران خواستارم .

همچنین ازدوستان ، مسئولین و پرسنل دانشگاه آزاد سنندج ، مدیران وکارکنان بیمه دانا در شعبه کرمانشاه و مدیران وناجیان استخر های کرمانشاه و نیز کلیه کسانی که در طول این دوره مرا یاری نمودند تشکر و قدردانی می نمایم .

ایوب حیدری

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

چکیده فارسی

در دنیای پر رقابت امروز شرکت های بیمه پیشرو توجه زیادی به جلب رضایت مشتری می کنند ، به قول پیتر دراکر هدف خود را جلب رضایت مشتری قرار می دهند تا سود ، زیرا سود به دنبال آن مهم تحقق می یابد شناسائی عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران می تواند کمک شیانی به مدیران شرکت های بیمه کند تا بر اساس آن استراتژی های خود را تدوین کنند . مدیران و ناجیان استخر نیز قسمتی از بیمه گذاران شرکت های بیمه می باشند ، این بیمه گذاران با توجه به اینکه با اقشار زیادی از مردم سرو کار دارند راضی نگاه داشتن آنها می تواند برای شرکت های بیمه مفید باشد .

این پژوهش در پنج فصل به بررسی عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران در رابطه با مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه می پردازد فصل اول ، کلیات پژوهش فصل دوم ، مبانی نظری پژوهش فصل سوم ، بررسی روش شناسی پژوهش فصل چهارم ، تجزیه و تحلیل داده ها و در فصل پنجم نتیجه گیری و پیشنهادهای پژوهش آمده است .

این پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد و دارای هفت فرضیه می باشد که عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر را ، شالوده خدمت ، عوامل انسانی ، عوامل غیر انسانی ، ابعاد قابل لمس ، مسئولیت اجتماعی و قیمت (حق بیمه) معرفی می کند و در فرضیه شماره هفت رضایت بیمه گذران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه مورد آزمون قرار گرفته است که نتیجه حکایت از رضایت این بیمه گذاران دارد با توجه به اینکه آماره T محاسبه شده برای فرضیه های فوق بالاتر از میانگین نظری بود فرضیه های فوق مورد تایید قرار گرفت

کلید واژه : بیمه گذار ، رضایت ، مسئولیت مدنی

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فهرست

عنوان	صفحه
پیشگفتار	۱
فصل اول : کلیات پژوهش	۲
چکیده فصل اول	۳
۱-۱-مقدمه	۴
۱-۲-تشریح و بیان موضوع	۵
۱-۳-اهمیت و ضرورت پژوهش	۶
۱-۴-بیان مساله پژوهش	۷
۱-۵-سوالات پژوهش	۷
۱-۶-فرضیه ها ی پژوهش	۸
۱-۷-هدف از انجام پژوهش	۹
۱-۷-۱-هدف اصلی پژوهش	۹
۱-۷-۲-اهداف فرعی پژروهش	۹
۱-۷-۳-اهداف کاربردی	۱۰
۱-۸-دلایل انتخاب موضوع	۱۰
۱-۹-قلمرو پژوهش	۱۱
۱-۱۰-روش شناسی پژوهش	۱۲
۱-۱۱-روش جمع آوری اطلاعات	۱۲
۱-۱۲-روش تجزیه و تحلیل اطلاعات	۱۳
۱-۱۳-محدودیت ها و مشکلات پژوهش	۱۳
۱-۱۴- چارچوب نظری	۱۳
۱-۱۵-تعریف واژه ها و اصطلاحات	۱۷
فصل دوم :مبانی نظری و پیشینه ی پژوهش	۲۳

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

چکیده فصل دوم ---------- ۲۴

بخش اول – تاریخچه بیمه و تعاریف مربوط و بیمه مسئولیت ---------- ۲۵

۲-۱-تاریخچه بیمه ---------- ۲۵

۲-۲-تاریخچه بیمه در ایران ---------- ۲۶

۲-۳-جایگاه صنعت بیمه بعد از انقلاب اسلامی ---------- ۲۷

۲-۴-اسامی شرکت های بیمه فعال در ایران ---------- ۲۸

۲-۵-تقسیم بندی انواع بیمه ---------- ۲۹

۲-۵-۱-بیمه اجتماعی ---------- ۲۹

۲-۵-۲-بیمه بازرگانی ---------- ۳۰

۲-۵-۲-۱-تقیسم بندی بیمه های بازرگانی ---------- ۳۰

۲-۵-۲-۱-۱- بیمه اشیا ---------- ۳۰

۲-۵-۲-۱-۲- بیمه مسئولیت ---------- ۳۰

۲-۵-۲-۱-۳ بیمه زیان پولی ---------- ۳۱

۲-۵-۲-۱-۴ بیمه اشخاص ---------- ۳۱

۲-۶-بیمه مسئولیت مدنی ---------- ۳۱

بخش دوم – مشتری ، و دلایل اهمیت ---------- ۳۸

۲-7-اهمیت مشتری ---------- ۳۸

۲-8-توجه به ارباب رجوع در آموزه های دینی ---------- ۳۹

۲-9-مصرف کننده و مشتری ، دارایی های استراتژیک ---------- ۳۹

۲-۱۰-عوامل موثر بر رضایتمندی ---------- ۴۰

۲-۱۱-دلایل اهمیت داشتن رضایت و وفاداری مشتری ---------- ۴۵

بخش سوم – تئوریهای مربوط به روابط انسانی و انگیزش ---------- ۴۶

۲-۱۲-تئوریهای مربوط به روابط انسانی ، نیاز و انگیزش ---------- ۴۶

۲-۱۲-۱-مکتب روابط انسانی ---------- ۴۶

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲-۱۲-۲-تئوریهای مربوط به انگیزش ---------- ۴۷

۲-۱۲-۲-۱-نظریه سلسله مراتب نیازها ---------- ۴۷

۲-۱۲-۲-۲-نظریه X و Y ---------- ۴۸

۲-۱۲-۲-۳-تئوری بهداشتی ، انگیزشی ---------- ۴۹

۲-۱۲-۳-تئوریهای نوین انگیزشی ---------- ۵۰

۲-۱۲-۳-۱-تئوری مبتنی بر نیازهای سه گانه ---------- ۵۰

۲-۱۲-۳-۲-نظریه تعیین هدف ---------- ۵۰

۲-۱۲-۳-۳-تئوری تقویت رفتار ---------- ۵۱

۲-۱۲-۳-۴-نظریه انتظار ---------- ۵۱

۲-۱۲-۳-۵-نظریه برابری ---------- ۵۲

بخش چهارم – پیشینه ی پژوهش ها و مطالعات صورت گرفته ---------- ۵۴

۲-۱۳- پیشینه ی پژوهش ها و مطالعات صورت گرفته ---------- ۵۴

فصل سوم : روش شناسی پژوهش ---------- ۶۲

چکیده فصل سوم ---------- ۶۳

۳-۱-مقدمه ---------- ۶۴

۳-۲-روش پژوهش ---------- ۶۴

۳-۳-قلمرو مکانی پژوهش (جامعه آماری) ---------- ۶۵

۳-۴-نمونه و روش نمونه گیری پژوهش ---------- ۶۵

۳-۵-ابزارهای جمع آوری داده های پژوهش ---------- ۶۵

۳-۵-۱-اسناد و مدارک ---------- ۶۶

۳-۵-۲-پرسشنامه ---------- ۶۶

۳-۶-مقیاس و طیف ابزار اندازه گیری پژوهش ---------- ۶۷

۳-۷-اعتبار ابزار اندازه گیری پژوهش ---------- ۶۸

۳-۸-قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری پژوهش ---------- ۶۹

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۳-۹-روش تجزیه و تحلیل داده ها ---------- ۷۰

۳-۹-۱-آزمون کالموگروف – اسمیرنف ---------- ۷۰

۳-۹-۲-آزمون مقایسه میانگین یک متغیری ---------- ۷۱

۳-۱۰-قاعده رد یا قبول فرضیه های پژوهش ---------- ۷۱

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها ---------- ۷۳

چکیده فصل چهارم ---------- ۷۴

۴-۱-مقدمه ---------- ۷۵

۴-۲-توصیف و تحلیل داده های پژوهش ---------- ۷۵

۴-۲-۱-توصیف و تحلیل ویژگی های فردی و جمعیت شناختی ---------- ۷۶

۴-۲-۲-توصیف و تحلیل پاسخ سوال های پرسشنامه ---------- ۷۹

۴-۲-۲-۱-شالوده خدمت ---------- ۷۹

۴-۲-۲-۲-عوامل انسانی عرضه کننده خدمت ---------- ۷۹

۴-۲-۲-۳-عوامل غیر انسانی ---------- ۸۰

۴-۲-۲-۴-ابعاد قابل لمس ---------- ۸۱

۴-۲-۲-۵-مسئولیت اجتماعی ---------- ۸۲

۴-۲-۲-۶-رضایت مشتریان ---------- ۸۳

۴-۲-۲-۷-قیمت ---------- ۸۳

۴-۲-۳-توصیف و تحلیل متغیر های اصلی پژوهش ---------- ۸۴

۴-۳-تحلیل ماهیت ویژگی های متغیر های پژوهش ---------- ۸۶

۴-۴-آزمون و تحلیل های مرتبط با فرضیه های پژوهش ---------- ۸۷

۴-۵-سایر یافته های پژوهش ---------- ۱۰۰

۴-۵-۱-مقایسه ارزیابی مدیران خسارت دیده و غیر خسارت دیده از متغیر های مورد مطالعه ---------- ۱۰۰

۴-۵-۲-بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتریان ---------- ۱۰۱

۴-۶-خلاصه نتایج آزمون فرضیه های پژوهش ---------- ۱۰۲

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها ---------- ۱۰۳
چکیده فصل پنجم ---------- ۱۰۴
۵-۱-مقدمه ---------- ۱۰۵
۵-۲-مرور موضوع پژوهش و روش اجرای آن ---------- ۱۰۵
۵-۳-نتایج آزمون های مرتبط با فرضیه های پژوهش ---------- ۱۰۶
۵-۴-نتایج آزمون های مرتبط با سایر یافته های پژوهش ---------- ۱۱۰
۵-۵-یافته ها ---------- ۱۱۱
۵-۶-محدودیت های پژوهش ---------- ۱۱۱
۵-۷-پیشنهاد های کاربردی مرتبط با یافته های پژوهش ---------- ۱۱۲
۵-۸-توصیه های به پژوهش های آتی ---------- ۱۱۳
پیوست ها ---------- ۱۱۴
پرسشنامه ---------- ۱۱۴
فهرست جداول ---------- ۱۱۸
فهرست نمودارها ---------- ۱۱۹
منابع و ماخذ عمده مرتبط با موضوع ---------- ۱۲۰
چکیده انگلیسی ---------- ۱۲۵

- **فهرست جداول**

جدول شماره ۱-۱: رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری ---------- ۱۵
جدول شماره ۲-۱: خلاصه تئوریهای مربوط به نیاز و انگیزش ---------- ۵۲
جدول شماره ۳-۱: اطلاعات مربوط به متغیرهای اصلی، شماره و تعداد سوال ---------- ۶۷
جدول شماره ۳-۲: مقیاس اندازه گیری و شیوه نمره گذاری پاسخ های انتخاب شده---------- ۶۸

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

جدول شماره ۳-۳: ضرایب اعتبار کل پرسشنامه و پاره پرسشنامه های بکار رفته در پژوهش -------- ۶۹
جدول شماره ۴-۱: جدول فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی ---------- ۷۷
جدول شماره ۴-۲: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات شالوده خدمت ---------- ۷۹
جدول شماره ۴-۳: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل انسانی ---------- ۸۰
جدول شماره ۴-۴: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل غیر انسانی --------- ۸۱
جدول شماره ۴-۵: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات ابعاد قا بل لمس --------- ۸۱
جدول شماره ۴-۶: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات مسئولیت اجتماعی -------- ۸۲
جدول شماره ۴-۷: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات رضایت مشتریان --------- ۸۳
جدول شماره ۴-۸: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات قیمت ---------- ۸۴
جدول شماره ۴-۹: شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه پژوهش ------- ۸۵
جدول شماره ۴-۱۰: نتایج آزمون توزیع متغیرهای مورد مطالعه پژوهش ---------- ۸۶
جدول شماره ۴-۱۱:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای شالوده خدمت بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۸۸
جدول شماره ۴-۱۲:نتایج آزمون همبستگی بین شالوده خدمت و رضایت مشتریان ---------- ۸۹
جدول شماره۴-۱۳:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل انسانی بیمه دانادرشعبه کرمانشاه ۹۰
جدول شماره ۴-۱۴: نتایج آزمون همبستگی بین عوامل انسانی خدمت و رضایت مشتریان --------- ۹۱
جدول شماره۴-۱۵:نتیجه مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل غیرانسانی بیمه دانا در شعبه کرمانشاه ۹۲
جدول شماره۴-۱۶:نتایج آزمون همبستگی بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان ۹۳
جدول شماره۴-۱۷:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای ابعادقابل لمس بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۹۴
جدول شماره۴-۱۸: نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد قابل لمس عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان ۹۵
جدول شماره۴-۱۹: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی مسئولیت اجتماعی بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۹۶
جدول شماره ۴-۲۰: نتایج آزمون همبستگی بین مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان ۹۷
جدول شماره ۴-۲۱: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای قیمت بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۹۸
جدول شماره ۴-۲۲:نتایج آزمون همبستگی بین شرایط قیمت خدمات ورضایت مشتریان --------- ۹۹
جدول شماره۴-۲۳:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی رضایت مشتریان بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۱۰۰

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

جدول شماره ۴-۲۴: مقایسه میانگین رتبه متغیرهای مورد مطالعه پژوهش دربین افراد خسارت دیده -- ۱۰۱

جدول شماره ۴-۲۵: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایت مشتریان --- ۱۰۱

جدول شماره ۴-۲۶: نتایج آزمون فرضیه ها با آزمون پارامتریک مقایسه میانگین ---------- ۱۰۲

فهرست نمودارها

نمودار شماره ۱-۱: مدل مفهومی پژوهش ---------- ۱۶

نمودار شماره ۲-۱: مدل بر آورده شدن / برآورده نشدن انتظار ---------- ۴۳

نمودار شماره ۲-۲: سلسله مراتب نیازهای مزلو ---------- ۴۸

نمودار شماره ۲-۳: الگوی انتظار ---------- ۵۱

نمودار شماره ۴-۱: توزیع فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری -------- ۷۸

نمودار شماره ۴-۲: نمودار توزیع فراوانی توانایی مجموع شاخص های اندازه گیری شده ---------- ۸۵

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

پیشگفتار

اهمیت رضایت مشتری را می توان با سخنی از پیتر دراکر درک کرد که می گوید : هدف خلق مشتری راضی است ، سود نیست .

بنابراین سود به دنبال رضایت مشتری کسب می شود و شرکت های موفق به این مهم توجه می کنند و توجه به رضایت مشتری را در راه رسیدن به اهداف خود سر لوحه خود قرار می دهند . از آنجا که شرکت های بیمه نیز بدون وجود بیمه گذاران قادر به ادامه حیاط خود نیستند باید تلاش نمایند که عوامل موثر در افزایش رضایت مشتریان را شناسائی نمایند .

این پژوهش نیز در پی یافتن این پاسخ این سوالات است که ، عوامل موثر در رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر به چه صورت است ؟ ارتباط بین این عوامل چگونه است ؟ میزان رضایت بیمه گذ اران به چه شکل است ؟

یافتن پاسخ این سوالات و ارائه پیش نهادات عملی و علمی می تواند مدیران را در راه رسیدن به مشتری دارای و افزایش رضایت آنان کمک نماید.

ایوب حیدری

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل اول : کلیات پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

چکیده فصل اول : کلیات پژوهش

فرضیه های پژوهش شامل هفت مورد می باشد که شش مورد آن عوامل زیر را از جمله عوامل موثر بر رضایت بیمه گذران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه می داند : شالوده خدمت، عوامل انسانی، عوامل غیر انسانی،: ابعاد قا بل لمس ، مسئولیت اجتماعی ، قیمت (حق بیمه) . و در فرضیه هفت رضایت بیمه گذران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر را از بیمه دانا شعبه کرمانشاه نشان می دهد .

هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران در رابطه با مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر [1] در بیمه دانا شعبه کرمانشاه می باشد . این پژوهش در سالهای ۱۳۸۸و ۱۳۸۹انجام گرفته است و قلمرو مکانی آن استان کرمانشاه ، و جامعه آماری مدیران و ناجیان استخرهای استان کرمانشاه می باشند که تا سال ۱۳۸۹ بیمه گذار بیمه دانا در شعبه کرمانشاه بوده اند .

این پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد و اطلاعات آن به روش کتابخانه ای و پرسشنامه ای و با استفاده از جمع آوری اسناد و مدارک گرد آوری شده است .

برای توصیف داده ها از آمار توصیفی و برای تحلیل داده ها از بسته نرم افرای اس پی اس اس [2] استفاده شده چارچوب نظری و محدودیت ها و مشکلات این پژوهش در این فصل بررسی شده است .

---

[1] -Swimming pool Insurance
[2] -SPSS

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱-۱-مقدمه

امروزه با توسعه مفهوم بازاریابی و رقابت ، سازمانهای تجاری از جمله شرکت های بیمه به این مطلب پی برده اند که برای رسیدن به اهداف خود (بقاء) و یا فرا رفتن از آن باید رضایت مشتریان را جلب نمایند . زیرا موتور تجارت نه محصول و بازار بلکه " مشتری " می باشد ، اهمیت مشتری تا بدانجا است که از آن در فرهنگ های مختلف با عبارات زیر توصیف می شود:

" مشتری تاج سر فروشنده است "

" مشتری رئیس شما است "

همیشه حق با مشتری است "

به همین خاطر سازمانهای تجاری می کوشند تا با کسب رضایت وی ، فروش وسود خود را افزایش دهند از آنجا که شرکت های بیمه نیز در زمره سازمانهای انتفاعی قرار دارند ، ناچارند به مشتری خاص خود یعنی " بیمه گذار " توجه نمایند ، زیرا بی توجهی به رضایت وی که نتیجه بی توجهی به خواست ها و نیاز های اوست ، با موفقیت و شکست آنها قرین است . (مبشری ، ۱۳۷۷، ۴)

شرکت های بیمه پیشرو در امر مشتری مداری سعی دارند که با شناسائی نیازها ، خواسته ها و انتظارات بیمه گذاران و تلاش در برآورد کردن آنها رضایت بیمه گذاران را بدست آورند .(رشیدی ، ۱۳۸۲ ، ۱۳)

علوم مدیریت نوین ، رضایت مشتری را استاندارد عملکرد و تعالی برای مجموعه تجاری می داند همچنین اندازه گیری رضایت مشتریان ، در تعالی پرسنل سازمان ، انگیزه و حسی را ایجاد می کند تا در جلب رضایتمندی مشتریان سهیم باشند.(دکترکاظم زاده ودیگران،۱۳۸۴ ، ۷۱)

در این پژوهش عوامل موثر بر رضایت بیمه گذارن در رابطه با مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه بررسی شده تا علاوه بر بررسی تئوریهای موجود ، نیازها و انتظارات مشتریان برای ارائه خدمات شناسائی گردد .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱-۲-تشریح و بیان موضوع

افرادی را که از کالا یا خدمات یک شرکت استفاده می نمایند و یا متقاضی استفاده از محصولات شرکت می باشند اصطلاحا " مشتری می نامند هر شرکت دارای مشتریانی است که به طور بالقوه یا بالفعل متقاضی مصرف کالا یا خدمات آن سازمان می باشند اگر چه اهداف تمامی شرکتها تولید یا خدمات و عرضه آن به مشتری است ، اما به دلیل اینکه حیات و بقای شرکت ها وابسته و رهین مشتری می باشد مشتری در این شرکت ها از حساسیت ، اهمیت و اولویت خاصی برخوردار است . (رشیدی ، ۱۳۸۲ ، ۱۵)

شرکت های بیمه به منظور ارائه خدمات مناسب به بیمه گذارن میبایستی ارتباط نزدیکی با خریداران بیمه بخصوص خریداران بیمه های غیر اجباری داشته باشند تا بتوانند از نیازهای آنها با خبر شوند و برای ارضا آنها بیمه های مناسب عرضه کنند . در دنیای تجارت امروز که رقابت نه تنها در بین شرکت های یک صنعت بلکه بین صنایع مختلف نیز بسیار زیاد است ، شناخت مشتریان شرکت و آگاهی از رفتارهای خریدارانشان یک مزیت رقابتی را برای شرکت های متبوع خود ایجاد می کند . (مهدوی نیا ، ۱۳۸۴ ، ۲)

به نظر محقق با توجه به اینکه بیمه نامه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر یکی از اقسام بیمه های مسئولیت می باشد و این قشر از جامعه (مدیران و ناجیان استخر) با اقشار زیادی سرو کار دارند و مسئول حفظ زندگی افرادی اهستند که در استخر زندگی می کند رضایت این بیمه گذاران از اهمیت بسزائی برخوردار است زیرا شناسائی نیاز این بیمه گذاران به مدیران شرکت های بیمه کمک می کند تا بتوانند به توجه به خواست های بیمه گذارانشان سیاست ها و تصمیم های مناسب اتخاذ کنند .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

در ضمن مشتریان راضی می توانند به علت توصیه به فامیل و دوستان و همسایه ها بهترین منبع آگاهی باشند ، زیرا تاثیر تبلیغ مشتریان بسیار بیشتر از تبلیغاتی است که شرکت ها بابت آن پول میدهند[۳] .

این پژوهش به دنبال آن است که عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر را شناسائی نماید .

۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش

نیروی محرک رشد اقتصادی جهان از حجم تولید به بهبود و ارزش مشتری تغییر یافته است ، در نتیجه عامل کلیدی موفقیت برای بسیاری شرکت ها حداکثر کردن ارزش مشتری است . (ابراین ، ۱۳۸۶ ، ۵۹)پیتر دراکر معتقد است : " هدف خلق مشتر ی راضی است ، سود هدف نیست بلکه پاداش است . بین افراد ذینفع در هر شرکت مشتری مقدم است ، زیرا بقیه در صورتی به بهترین وجه نفع می برند که مشتری راضی باشد " .

مطالعات متعدد نشان داده است که سطوح بالای رضایت مشتری و نرخ بالای حفظ مشتری به شدت وابسته به یکدیگر و وابسته به سود آوری شرکت می باشد . این مطالعات گویای آن است که برای بدست آوردن مشتری جدید نسبت به مشتری موجود به پنج برابر زمان ، پول و منابع بیشتر نیاز می باشد .

همانگونه که مشتریان پر توقع می شوند و رقابت شدید تر ، رسیدن به سطح رضایت بالای مشتری برای بقای شرکت ضروری خواهد بود .

هر شرکتی که در آن سطح رضایت مشتری پائین باشد ، پایگاه مشتری در آن ضعیف شده و در این صورت شرکت سهم بازار خود را از دست می دهد . بیمه گذاران راضی منبع بقا و سود بخشی شرکت ها هستند شرکت های که نتوانند بیمه گذاران خود را راضی نگه دارند ، در دراز مدت باقی نخواهند ماند . (رشیدی ، ۱۳۸۲ ، ۵)

نخستین و مهمترین اصل بازاریابی توجه به خواسته مشتری است ، سازمان ها بدون توجه به خواسته مشتری نمی توانند به حیات خود ادامه دهند.(دکتر رنجبران و دیگران،۱۳۸۱ ، ۱۲۹)

---

[۳](وب سایت Ranganaggruo.com)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

یکی از رسالتهای یا ماموریتهای اصلی هر سازمان بازرگانی ارضای نیاز خاصی از مشتریان یا بازار هدف آن سازمان از طریق عرضه کالا یا خدمات خاصی به آنان است از دیدگاه بازاریابی و مدیریت بازار ، سازمانهای بازرگانی به ارائه کالا یا خدمامتی خاص به مشتریان ، نیاز آنها را ارضا نموده و رضایت آنان را تامین می نماید . (کاظمی ، ۱۳۸۲ ، ۵)

با توجه به اهمیت بیمه گذران برای شرکت های بیمه که فلسفه وجودی این گونه شرکت ها می باشند شناخت عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران از اولویت های این شرکت ها می باشد تا بتوانند سطح بالاتری از رضایت را ایجاد نمایند تا به وسیله آن به اهداف عالیه خود برسند .شناخت عوامل موثر بر رضایت بیمه گذران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر به مدیران و بازاریابان کمک می کند تا با توجه به خواست این بیمه گذاران تصمیمات و برنامه ریزی های لازم را اتخاذ کنند .

۱-۴-بیان مساله پژوهش

بررسی و شناخت شاخص های رضایت مشتری و سنجش رضایت مشتریان بدین لحاظ حائز اهمیت می باشد که نهایتا " سطح رضایت مشتری " تعیین کننده موفقیت یا شکست سازمان می باشد . اگر عملکرد سازمان همواره پائین تر از انتظارات مشتری باشد مشتریان به سازمان پشت کرده و سازمان در نهایت شکست می خورد . تحقیقاً شرکت هایی که از سطوح بالاتر رضایت مشتری برخوردارند همواره قوی ترو در بلند مدت موفق تر هستند.(مبشری،۱۳۷۲، ۲)

با توجه به اینکه بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بخشی از مشتریان شرکت بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشند شناخت عوامل تاثیر گذار بر رضایت آنان گامی است درجهت رفع خواسته های این بخش از مشتریان در دنیای پر رقابت امروز ، بنا بر این سوال اصلی این پژوهش عبارتست از :

عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخردر بیمه دانا شعبه کرمانشاه کدامند ؟

۱-۵- سوالات پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

این پژوهش در پی یافتن سوالات زیر می باشد .

سوال ۱ : آیا شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران[۴] می باشد .؟

سوال ۲ : آیا عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد ؟

سوال ۳ : آیا عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد ؟

سوال ۴ : آیا ابعاد قا بل لمس عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد ؟

سوال ۵ : آیا مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد ؟

سوال ۶ : آیا قیمت (حق بیمه) از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد ؟

سوال ۷: آیا بیمه گذاران از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند؟

۱-۶- فرضیه ها ی پژوهش

فرضیه ۱ : شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران[۵] می باشد .

فرضیه ۲ : عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه ۳ : عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه ۴ : ابعاد قا بل لمس عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

---

[۴]- در سوالات پژوهش منظور از بیمه گذران ، بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرملنشاه می باشد .

[۵]- در فرضیات پژوهش منظور از بیمه گذران ، بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرملنشاه می باشد .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فرضیه ۵ : مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه ۶ : قیمت (حق بیمه) از جمله عوامل تاثیر گذار بررضایت بیمه گذاران می باشد.

فرضیه ۷: بیمه گذاران از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند.

۱-۷- هدف از انجام پژوهش

۱-۷-۱- هدف اصلی پژوهش

با توجه به اینکه نظریه با آزمون فرضیه ها شکل می گیرد و منجر به تولید دانش و آگاهی جدیدی می گردد، بنابراین هدف پژوهش فرضیه آزمائی در زمینه عوامل موثر بررضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر و رضایتمندی آنان از کیفیت خدمات است.

هدف کلی پژوهش بررسی عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران در رابطه با مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه است. برای این منظور نقش مولفه های موثر بر رضایت بیمه گذارن و تاثیر کیفیت خدمات بر رضایت مندی مشتریان بررسی شده است. برای نیل به هدف کلی، اهداف فرعی نیز مد نظر پژوهش است که در ادامه به آن اشاره می گردد.

۱-۷-۲- اهداف فرعی پژوهش:

شناسائی عوامل موثر در رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه آنان.

۱-۷-۲-۱ مشخص کردن اولویت عوامل موثر در رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه آنان.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱-۷-۲-۲ سنجش رضایت مندی بیمه گذاران بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه.

۱-۷-۲-۳ بررسی رابطه بین مولفه های کیفیت خدمات و تکریم مشتریان با رضایتمندی بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر

۱-۷-۲-۴ ارائه راهکارهای مناسب جهت افزایش سطح رضایت مندی مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر

۱-۷-۳- اهداف کاربردی

مشخص کردن عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر برای مدیران شرکت بیمه دانا و بیمه مرکزی و سایر شرکت های بیمه دولتی و خصوصی جهت استفاده از آن در ارائه خدمات بهتر از اهداف کاربردی پژوهش است. با توجه به اینکه هدف پژوهش کاربردی است، بنابراین نتایج پژوهش می تواند در تدوین خط و مشی و استراتژی های بازاریابی برای بیمه دانا استفاده کاربردی داشته باشد. همچنین سایر جامعه آماری یعنی شعبات بیمه دانا در سایر استانها استفاده کاربردی داشته باشند. با توجه به شباهت های نوع خدمات و مشتریان، سایر شرکت های بیمه نیز می توانند با شناسائی نیازهای مشتریان و عوامل موثر بر رضایت آنان بستر و خط مشی های مناسب را جهت رضایت مندی مشتریان بکار گیرند تا با افزایش کیفیت خدمات موجبات موفقیت شرکت و در نهایت توسعه یافتگی کشور قدم بردارند.

۱-۸- دلیل انتخاب موضوع

با توجه به اینکه حوادث یکی از ویژگی های جدا نشدنی زندگی بشر محسوب می شوند و با پیشرفت سطح زندگی تنوع و ابعاد حوادث نیز افزایش می یابد، بنابراین شرکت های بیمه نیز گسترش یافته و سعی می کنند تا این قبیل نیازهای جامعه را پوشش نمایند. شرکت های بیمه در

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

ایران نقش حامیان طبقات مختلف مردم جامعه درمقابل اتفاقات و خسارات وارد شده را بازی می کنند. با آنکه صنعت بیمه درکشور قدمتی طولا نی دارد اما بنا به دلایل فنی و فرهنگی پیشرفت همه جانبه ای نداشته است . یکی از عواملی که موجب رشد کند بیمه در کشور است، به خدمات شرکت های بیمه و دیگری به مشتریان بیمه مربوط می شود. در واقع پژوهش به این موضوع پرداخته است که رضایتمندی بیمه گذاران و خدمات بیمه گران چگونه است و چه رابطه ای بین آنان وجود دارد. زمینه فرهنگی در کشور برای بازاریابی ضعیف است. به طوری که در بخش داخلی و چه در بخش خارجی عملکرد تولید کنندگان کالا و خدمات در زمینه بازاریابی در مقایسه با کشورهای پیشرفته فاصله دارد. پژوهش های بازاریابی و اشاعه فرهنگ آن در بین تولید کنندگان و مصرف کنندگان می تواند سیر صعودی داشته و به نقش و اهمیت بازاریابی را شتاب بخشد. دلیل انتخاب موضوع پژوهش به اهمیت بیمه در زندگی عصر حاضر و پیچیدگی ها و نیازهای آن برمی گردد.

همچنین بدلیل اشتغال اینجانب در صنعت بیمه و نیازهای اطلاعاتی مرتبط زمینه شغلی و کنجکاوی در زمینه موضوع پژوهش از دلایل انتخاب موضع است. دلیل انتخاب جامعه آماری به ابعاد و گسترش خدمات بیمه مربوط می شود. مدیران و ناجیان استخر روزانه با تعداد زیادی از مردم سروکار دارند که رضایت آنان می تواند تاثیرات زیادی در جهت افزایش فروش بیمه نامه داشته باشد. با توجه به اینکه کرمانشاه نسبت به شهرهای اطراف از تعداد بیشتری استخر برخوردار است و اینکه تا به حال در این زمینه پژوهشی انجام نشده است، پژوهشگر را بر آن داشت تا در مورد رضایت خاطر آن بیمه گذاران مطالعه نماید .

۱-۹- قلمرو پژوهش

در پژوهش هامعمولا به سه قلمرو مشتمل بر قلمرو موضوعی، قلمرو زمانی و قلمرو مکانی اشاره می گردد. از نظر موضوعی پژوهش در حوزه مدیریت اجرائی انجام گرفته است و رابطه بین کیفیت خدمات و رضایتمندی را مورد بررسی قرار داده است. از نظر زمانی پژوهش در سالهای ۱۳۸۸-۱۳۸۹ انجام گرفته و گردآوری اطلاعات از گروه نمونه در چهار ماه صورت گرفته است. قلمرو

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مکانی پژوهش استان کرمانشاه است و جامعه آماری آن را مدیران و ناجیان استخرهای استان کرمانشاه تشکیل داده است.

قلمرومکانی پژوهش استخرهای استان کرمانشاه است وجامعه آماری شامل مدیران وناجیان استخرهای استان کرمانشاه است که تاسال۱۳۸۹ بیمه گذار بیمه دانادرشعبه کرمانشاه بوده اند.

۱-۱۰- روش شناسی پژوهش

معمولا روش های پژوهش براساس دو ملاک: ۱) روش پژوهش با توجه به هدف و ۲) روش پژوهش برحسب روش اجرا، طبقه بندی می شود. روش پژوهش حاضر بر حسب هدف کاربردی و بر حسب روش اجرا توصیفی و پیمایشی است.

پژوهش توصیفی مجموعه روشهایی است که هدف آنها توصیف شرایط یا پدیده های مورد بررسی است و شامل جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیه ها یا پاسخ به سئوالات مربوط به وضعیت فعلی موضوع مورد مطالعه می شود. زمینه یابی یا پیمایشی روشی است که برای بدست آوردن اطلاعاتی در باره دیدگاه ها، باورها، نظرات، رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام پژوهش است. اساس پژوهش پیمایشی مبتنی بر تعمیم اطلاعات حاصل ازبخش کوچکی ازجامعه تحت عنوان نمونه به جامعه آماری می باشد(ازکیا،۱۳۸۲، ۳۳۳)

۱-۱۱- روش جمع آوری اطلاعات

با توجه به نوع و ماهیت پژوهش ، برای گرد آوری اطلاعات مورد نیاز از ترکیب روشهای زیر استفاده میگردد:

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱-۱۱-۱ استفاده از روش کتابخانه ای برای گرد آوری اطلاعات و دستیابی به تئوریهای مورد نیاز که از کتابخانه پژوهشکده بیمه مرکزی ایران در تهران ، کتابخانه دانشگاه رازی کرمانشاه ، و کتابخانه دانشگاه آزاد کرمانشاه و سنندج می توان اشاره کرد .

۱-۱۱-۲ استفاده از روش پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات ،نمونه آماری مورد پژوهش .

۱-۱۱-۳ استفاده از روش بررسی اسناد و مدارک و آمارهای موجود در زمینه های مرتبط، که آمار مربوط در بیمه دانا شعبه کرمانشاه مورد استفاده قرار گرفته (آمار موجود در حسابداری و قسمت صدور و خسارت بیمه مسئولیت مدنی میران و ناجیان استخر).

۱-۱۲- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱-۱۲-۱ جهت توصیف داده ها از آمار توصیفی (میانگین، درصد، انحراف معیار و نمودار) استفاده خواهد شد.

۱-۱۲-۲ جهت تحلیل داده ها و پیش بینی ها از نرم افزار های آماری متداول مانند SPSS استفاده می شود.

۱-۱۳- محدودیت ها و مشکلات پژوهش

۱-۱۳-با توجه به اینکه جامعه آماری پژوهش محدود به استان کرمانشاه است، بنابراین در تعمیم یافته ها به سایر جامعه های آماری باید جانب احتیاط رعایت گردد.

۱-۱۳-با توجه به اینکه تعداد افراد خسارت دیده در نمونه آماری کم است، بنابراین احتمال دارد میزان رضایتمندی بیمه گذران در پژوهش حاضر را تحت تاثیر قرار داده باشد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱-۱۳-با آنکه نمونه آماری به صورت دقیق انتخاب شده ، اما حجم نمونه زیاد نیست و این مورد می تواند نتایج بدست آمده را تحت تاثیر قرار داده باشد .

۱-۱۳- چون در زمینه مدیران و ناجیان استخر تا به حال پژوهشی انجام نشده ، تهیه پرسشنامه و تجزیه و تحلیل و جمع آوری اطلاعات زمان زیادی صرف کرد .

۱-۱۴-چارچوب نظری

خدمت فرآیندی است مشتمل بر یک سری از فعالیت‌های کم و بیش نامحسوس که بطور طبیعی اما نه لزوماً همیشگی، در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم‌های ارائه کننده خدمت، روی داده تا راه حلی برای مسائل مشتریان باشد.

(گرونروس،۲۰۰۰، ۴۶[۶]) کیفیت عبارت است از آماده بودن خدمت یا کالا برای استفاده کننده که خود نیازمند کیفیت طراحی، انطباق، در دسترس بودن و مناسب بودن مکان ارائه خدمت است (کویوتتیس، ۸۲،۱۹۹۲[۷]) کیفیت هیچ معنا و مفهومی بجز هر آنچه که مشتری واقعاً می‌خواهند، ندارد. به عبارت دیگر یک محصول یا خدمات زمانی با کیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتریان انطباق داشته باشد. کیفیت باید به عنوان انطباق محصول یا خدمات با نیاز مشتری تعریف شود (کروسبی،۶۰،۱۹۸۴[۸]) سازمان استاندارد بین‌المللی کیفیت را اینگونه تعریف می‌کند : تمامیت ویژگیها و خصوصیات محصول یا خدمت که توانایی برآورده‌کردن نیازهای مشتری را دارد.

رضایت همان واکنش حاصل از کامیابی مصرف کننده است. رضایت قضاوتی است درباره ویژگی یک محصول یا خدمت، یا خود محصول یا خدمت، زمانی که در سطح مطلوبی از کامیابی مصرف ایجاد می‌شود و سطوح بالاتر یا پایین‌تر از سطح مطلوبیت را شامل می‌شود (االیور[۹] ، ۱۳،۱۹۹۷)رضایت مشتری احساس یا نگرش مصرف کننده نسبت به محصول یا خدمت پس از اینکه مصرف شده

---

[6]- Gronroos
[7]- Coyothetis
[8]- Crosby
[9] -Olivere

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

می‌باشد.([10]جمال و ناصر، ۱۴۷،۲۰۰۲) تسو و ویلتون[11] رضایت را اینگونه تعریف کرده‌اند: واکنش مشتریان به ارزیابی قضاوت ادراک شده بین انتظارات قبلی یا تا حدودی هنجار عملکرد[12] و عملکرد واقعی محصول، که بعد از مصرف ادراک می‌شود .(کاراوانا ،۲۰۰۲، ۸۱۵)

کاراوانا[13] در پژوهشی که در زمینه ارتباط بین کیفیت خدمات، رضایت مشتری و وفاداری خدمت در بانکهای مالت انجام داد به این نتیجه رسید که رضایت مشتری نقش میانجی در اثر کیفیت خدمات بر وفاداری خدمت ای فا می‌کند. بسیاری از محققان معتقدند که نظر مشتری در مورد کیفیت خدمات، نتیجه ارزیابی های منطقی و بلند مدت از تحویل خدمات شرکت است ، در حالی که رضایت مشتری ، واکنش احساسی کوتاه مدت به تجربه استفاده از یک خدمت ویژه است . (کرونین و استیون[14]،۱۹۹۲، 68-55)پیش از آن که مشتریان یک خدمت را خریداری کنند ، در مورد کیفیت خدمات انتظاراتی دارند که این انتظارات بر پایه نیازهای شخصی، توقعات گذشته آنها، توصیه هایی که شنیده اند و تبلیغات موسسه تامین کننده خدمت قرار دارد. پس از خرید و مصرف خدمات، مشتریان به مقایسه و ارزیابی کیفیتی که توقع داشته اند با آنچه واقعا دریافت کرده اند ، می پردازند.(زیتامل[15] ، ۱۹۹۳، ۱۲-۱) اگر خدمات ارایه شده در "محدوده تحمل پذیری" قرار گیرد، آنها احساس خواهند کرد که آن خدمت مناسب است، اما اگر کیفیت واقعی پایین تر از سطح خدمات مناسب و یا مغایر با انتظار مشتریان باشد ، اختلاف یا "شکاف کیفیت" بین عملکرد ارایه کننده خدمت و انتظارات مشتری ایجاد شده است.

(زیتامل ، ۱۹۸۸، ۵۸ -۳۶)

جدول شماره : ۱-۱ – رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری

---

[10]- Jamal and Naser
[11] - Tsu and Wilton, 1988
[12] - Norm of performance
[13] - Caravana, 2002
[14]- Cronin and Steven
[15] - Zeithaml et al.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بالا	خدمت برای مشتری خیلی گران است و یا مطابق ترجیحات مشتری نیست.	نتایج مورد انتظار
پائین	نتایج مورد انتظار	خدمت با بودجه محدود مشتری تطابق دارد و یا مطابق ترجیحات مشتری است.

کیفیت خدمات

پائین بالا

رضایت مشتری

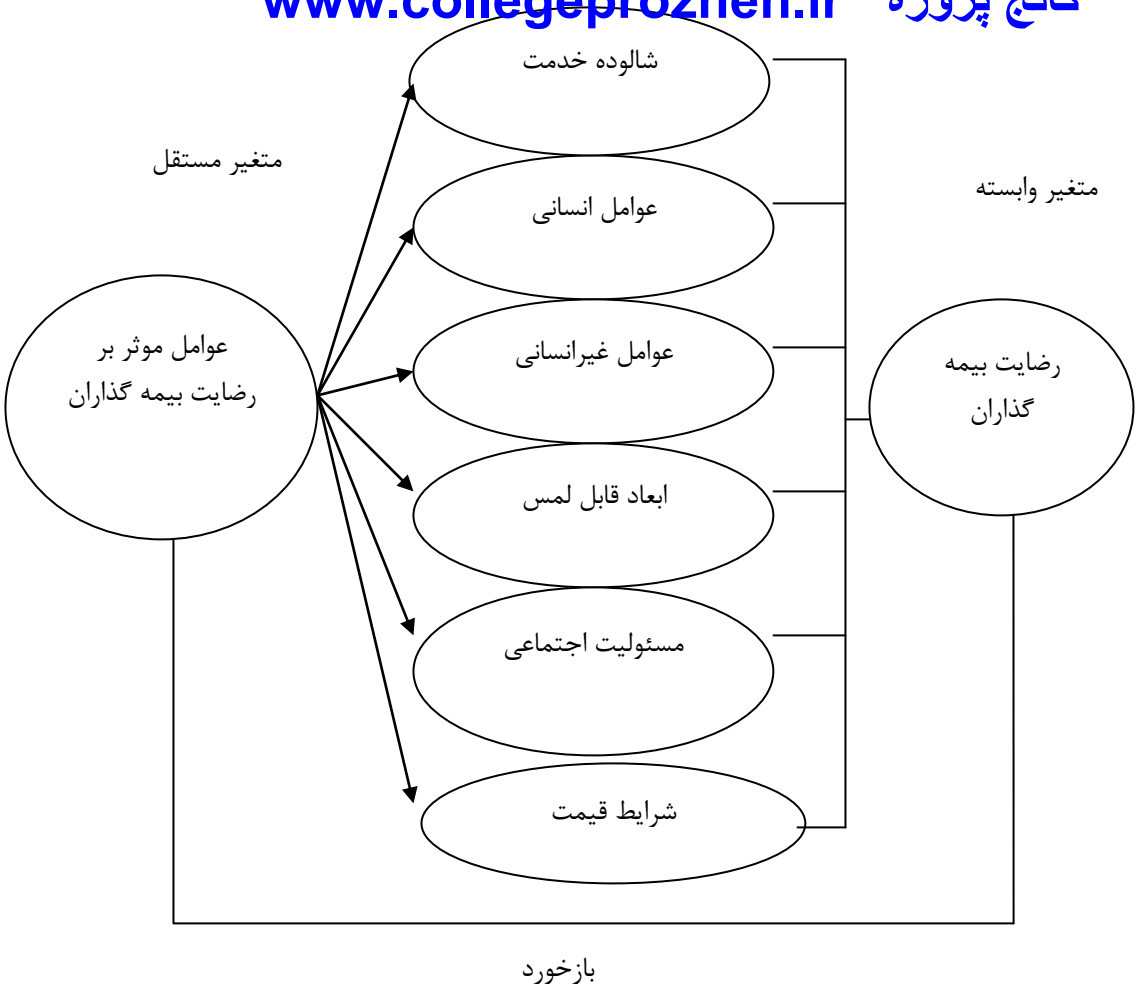
(استورباکا،۱۹۹۴،۲۶[۱۶])

در این پژوهش براساس پیشینه پژوهش احتمال می رود که رضایت مشتریان بیمه دانا در جامعه آماری بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه متاثر از پنج بعد ادراک از کیفیت و همچنین ادراک از مناسب بودن شرایط قیمت خدمات باشد. براساس این پیش بینی ها مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر طرح شده و مورد آزمون قرار می گیرد.

نمودا شماره : ۱-۱ – مدل مفهومی پژوهش

[16] - Storbacka, et al

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه



۱-۱۵- تعریف واژه ها و اصطلاحات

رضایت مشتری[۱۷]

تعریف مفهومی: با مرور ادبیات مرتبط با موضوع با دو رویکرد برای تعریف رضایت مواجه می شویم، رویکرد اول عقیده دارد رضایت حالتی است که پس از مصرف محصول با استفاده از خدمت برای مشتری حاصل می شود. در رویکرد دوم رضایت به عنوان فرآیند درک و ارزیابی مشتری از تجربه محصول یا استفاده از خدمات تعریف می شود. رضایت، از درک متفاوت ما بین انتظارات مشتری و عملکرد واقعی سازمان یا محصول ایجاد می شود. رضایت عبارتست از طرز

---

[17] - satisfaction

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

تلقی و احساس کلی مثبت نسبت به یک محصول یا خدمت که بعد از خرید آن در فرد به وجود می آید.

(مایکل ،۱۹۹۲، ۵۸۳)

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از رضایت مشتری، مقادیری است که بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه برای سوالات ۳۷ تا ۴۶ در پرسشنامه اختصاص می دهند. به عبارتی میزان رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه از تصمیم برای انتخاب خدمات ، عاقلانه بودن این انتخاب ، مطابق انتظار بودن عملکرد ، عملکرد ، تعهدات بیمه نامه ، برخورد کارکنان قسمت خسارت ، مراحل تشکیل پرونده برای خسارت ، مدت زمان تشکیل پرونده جهت دریافت خسارت ، زمان تشکیل پرونده جهت دریافت ، مبلغ دریافتی و توجه به جلب رضایت بیمه گذاران می باشد .

کیفیت خدمات[۱۸]

تعریف مفهومی: کیفیت درک شده ازخدمات در نتیجه مقایسه این که احساس (انتظار) مشتری از خدمت پیشنهاد شده از طرف ارایه دهنده خدمت، با نحوه عملکرد واقعی همان ارایه دهنده خدمت چگونه است، تعریف می گردد. به معنی تطابق خصوصیت و ویژگی محصول یا خدمت با انتظارهای مصرف کننده است . بدیهی است محصول یا خدمتی که نتواند انتظارات مصرف کننده را برآورده سازد، فاقد کیفیت تلقی شده و مشتریان خود را از دست می دهد .(پیمان ،۱۳۷۳، ۸)

تعریف عملیاتی : در این پژوهش منظور از کیفیت خدمات، مقادیری است که بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه برای سوالات مرتبط با ابعاد شالوده خدمت ، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، سازماندهی و استانداردسازی نحوه ارایه خدمت (عوامل غیرانسانی)، ابعاد قابل‌لمس خدمت و مسئولیت اجتماعی (سوالات ۱ تا ۳۶) در پرسشنامه اختصاص می دهند.

مشتری

تعریف مفهومی: آنکه چیزی خرد ، خریدار (دکتر معین ، ۱۳۸۳ ،۸۷۶)

---

[18] - Quality

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

تعریف عملیاتی: در این پژوهش مشتری (بیمه گذار) مدیران و ناجیان استخرهای کرمانشاه هستند که ازبیمه دانا در شعبه کرمانشاه بیمه نامه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان را خریداری کرده اند .

شالوده خدمت (مزیت اصلی خدمت):

تعریف مفهومی: شالوده خدمت مندرجات یک خدمت را مجسم می‌کند. این عوامل هر آن چیزی است که توسط خدمت پیشنهاد می‌شود.

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از شالوده خدمت، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۱ تا ۹ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

به عبارتی شالوده خدمت شامل تنوع خدمات ارائه شده ، حق انتخاب بیمه گذار (مشتری) ، ارائه خدمات یکسان در شعبه و نمایندگی های مختلف ، تعداد روزهای ارائه خدمت ، میزان ساعات ارائه خدمت ، شفافیت مدارک مورد نیاز ، شفافیت فرم های مود عمل ، شفافیت مقررات مورد عمل و شفافیت مراحل انجام کار می باشد

عوامل انسانی عرضه کننده خدمت :

تعریف مفهومی: جوانبی که در حوزه عناصر انسانی در فرآیند ارائه خدمت وجود دارد را دربرمی‌گیرد (اعتبار، پاسخگویی، اطمینان، همدلی، اهمیت راستگویی، اتفاقات حساس و در راستای بهبودی)

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از عوامل انسانی عرضه کننده خدمت ، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۱۰ تا ۱۸ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

به عبارتی عوامل انسانی شامل ، سرعت عمل کارکنان ، تمایل (علاقه و اشتیاق) کارکنان جهت پاسخگوئی به سوالات مشتریان ، آمادگی کارکنان (توجه به مشتری و مشغول نبودن به کار دیگر) ، خوش روئی و ادب ، دانش ، توانائی کارکنان (قانع کردن مشتری) جهت پاسخگوئی به مشتری ، آگاه نمودن مشتری از کیفیت خدمات و عملکرد واقعی ، آموزش کارکنان و بررسی و ترتیب اثر دادن به شکایات مشتریان می باشد .

سازماندهی و استاندارد سازی نحوه ارایه خدمت (عوامل غیرانسانی):

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

تعریف مفهومی: فرآیندها، تکنولوژی و سیستمی که خدمت را یکپارچه می‌کند. مشتریان همیشه انتظار دارند که فرآیند ارائه خدمت به خوبی استاندارد، ساده و مؤثر باشند تا آنها بتوانند به راحتی و بدون هیچگونه وقفه و بدون پاسخگویی به سؤالات بیش از حد کارکنان خدمت را دریافت کنند.

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از عوامل غیرانسانی، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۱۹ تا ۲۵ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

به عبارتی عوامل غیر انسانی شامل سادگی و آسانی در ارائه خدمت ، سرعت ارائه خدمت ، بکار گیری تکنولوژی های پیشرفته در ارائه خدمت ، میزان دقت ، تعداد کارکنان ، میزان امکانات و میزان تجهیزات می باشد .

ابعاد قابل‌لمس خدمت:

تعریف مفهومی: عناصر قابل‌لمس مثل تجهیزات، ماشین‌آلات، ظاهر کارکنان و ... که عوامل محیطی هستند که توسط انسان به وجود می‌آید.

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از ابعاد قابل‌لمس خدمت، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۲۶ تا ۳۲ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

به عبارتی ابعاد قابل لمس شامل ، شرایط محیطی (آلودگی صوتی و محیطی، تهویه ، دمای داخلی و...) ، تجیزات برای ایجاد سهولت ، امکانات برای ایجاد سهولت ، رعایت نظافت و بهداشت عمومی ، تابلوهای راهنما و مشخص کننده بخش های مختلف ، ظاهر کارکنان از لحاظ رعایت پاکیزگی ،ومیزان تهیه و توضیع بروشور می باشد

مسئولیت اجتماعی:

تعریف مفهومی: مسئولیت اجتماعی به سازمان کمک می‌کند تا جنبه‌های اخلاقی در کاری که انجام می‌دهد را پرورش دهد. این عامل باعث می شود تا نشانه‌هایی در جهت بهبود وجه و شهرت شرکت به جامعه ارسال شود و در نتیجه ارزیابی مشتریان از کیفیت خدمت و وفاداری آنها را تحت تأثیر قرار دهد.

تعریف عملیاتی: در این پژوهش منظور از مسئولیت اجتماعی، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۳۳ تا ۳۶ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

به عبارتی مسئولیت اجتماعی شامل ، میزان پراکندگی نمایندگی های فروش در سطح شهر و دسترسی به شعبه ،رعایت اصول اخلاقی ، رعایت شئونات اجتماعی و مسئولیت پذیری کارکنان مرکزدر ارائه خدمت می باشد .

- **بیمه**[19]

قانون بیمه ایران مصوب ۱۳۱۶ " بیمه عقدی است که به موجب آن یک طرف تعهد می کند در ازاء پرداخت وجه یا وجوهی از طرف دیگر در صورت وقوع یا بروز حادثه خسارت وارده بر او را جبران نموده یا وجه معینی بپردازد".

متعهد را بیمه گر ، طرف تعهد را بیمه گذار و وجهی که را که بیمه گذار به بیمه گر پرداخت می کندحق بیمه وآنچه راکه بیمه می شود موضوع بیمه نامند ".(محمود صالحی،۱۳۶۷، ۵۲)

تعریف عملیاتی حق بیمه :

در این پژوهش منظور از حق بیمه (قیمت)، مقادیری است که بیمه گذاران برای سوالات ۴۷ تا ۵۰ در پرسشنامه اختصاص می دهند.

به عبارتی منظور ، مقایسه قیمت ارائه شده بیمه دانا برای بیمه نامه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در مقایسه با سایر شرکت ها ، شرایط قسطی و سهولت در پرداخت حق بیمه ، عادلانه بودن حق بیمه و تناسب حق بیمه با درآمد استخر می باشد .

- **واژه بیمه**

واژه بیمه که در زبان فرانسه assuranceو در زبان انگلیسی insurance نامیده می شود ، ظاهرا " به کلام فارسی شباهت دارد ولی معلوم نیست از چه تاریخی مصطلح شده و غرض از استعمال آن چه بوده است . لغت شناسان معتقدند که واژه انگلیسی و فرانسه از ریشه لاتینی securus که به معنی اطمینان است گرفته شده و علاوه بر عقد بیمه در معانی تضمین، تامین ، اعتماد یا اطمینان به کار رفته است . واژه بیمه در اغلب زبآنهای دیگر از همین ریشه مشتق شده است . در حالی که تصور نمی رود که واژه بیمه در فارسی

---

[19] - insurance

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

خود از ریشه عربی ، ترکی ،عبرانی ، یونانی ، روسی یا لاتین باشد گو اینکه واژه ها ی بسیاری در زبان فارسی از این زبان ها گرفته شده ، با این همه به نظر می رسد که ریشه اصلی همان " بیم " است زیرا عامل اساسی انعقاد عقد بیمه ترس و گریز از خطر است و به سبب همین ترس و به منظور حصول تامین عقد بیمه وقوع می یابد . (کریمی ، ۱۳۸۲ ، ۳۴)

- **بیمه نامه**[۲۰]

طبق ماده ۲ قانون بیمه ایران "عقد بیمه و شرایط آن باید به موجب سند کتبی باشد که سند مزبور مرسوم به بیمه نامه خواهد بود".

قانون گذار در این ماده با دستور آمرانه ای که می دهد تنظیم بیمه نامه را ضروری اعلام می دارد و به همین علت اگر توافق طرفین قرارداد در سند کتبی منعکس نشده باشد ، از نظر قانون گذار عقد بیمه واقع نشده است" (کریمی،۱۳۸۲، ۵۹)

- **مسئولیت بیمه گر**[۲۱]

مسئولیت بیمه گر عبارت است از تفاوت قیمت مال بیمه شده بلافاصله قبل از وقوع حادثه با قیمت باقی مانده آن بلافاصله بعد از حادثه ، خسارت حاصله به پول نقد پرداخت خواهد شد مگر اینکه حق تعمیر و یا تعویض برای بیمه گر در سند بیمه پیش بینی شده باشد در این صورت بیمه گر ملزم است موضوع بیمه را در مدتی که کمتر از آن دیده نمی شود تعمیر کرده یا عوض را تهیه و تحویل نماید . در هر صورت حداکثر مسئولیت بیمه گر از مبلغ بیمه شده تجاوز نخواهد کرد.

بیمه گر مسئول خساراتی که از عیب ذاتی مال ایجاد می شود نیست مگر اینکه در بیمه نامه شرط خلافی شده باشد.(منصور ، ۱۳۸۸، ۵)

- **بیمه مسئولیت مدنی** [۲۲]

---

[20] - insurance policy
[21] -Liability insurer
[22] - civil liability

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بیمه مسئولیت ، مدنی قراردادی است که به موجب آن یک طرف (بیمه گر)در مقابل دریافت وجهی که حق بیمه نامیده می شود تعهد می کند اشخاصی را بر اثر فعالیت خود ممکن است در مقابل دیگران مسئوول مدنی شناخته شوند (بیمه گذاران)،خسارت زیان دیده گان را جبران کند..(کریمی ، ۱۳۸۲ ، ۳۳۳)

- **وظایف بیمه گذار**

۱-اظهار مطالبی که در ارزیابی خطر موثر است (هنگام تسلیم پیشنهاد بیمه و در طول اعتبار قرارداد)

۲-پرداخت حق بیمه (کریمی ، ۱۳۸۲ ، ۳۵۷)

- **ریسک**

پیش آمد یا واقعه احتمالی که در زمان کم و بیش دور و نزدیک اتفاق می افتد . (محمد صالحی ،۱۳۶۷ ، ۱۷۳)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه ی پژوهش

چکیده فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه ی پژوهش

این فصل در چهار بخش به بررسی مبانی نظری و پیشینه ی پژوهش پرداخت است :

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بخش اول، تاریخچه بیمه و تعاریف مربوط و بیمه مسئولیت ارائه شده است که شامل تاریخچه بیمه ، تاریخچه بیمه در ایران ، تاریخچه بیمه پس از انقلاب اسلامی و تقسیم بندی انواع بیمه و بیمه مسئولیت ارائه شده است .

بخش دوم ، دلایل توجه به مشتری و اهمیت آن از دیدگاه های مختلف بررسی شده است .

بخش سوم ، تئوری های مربوط به روابط انسانی و انگیزش بررسی شده است .

بخش چهارم ، پیشینه ی پژوهش و مطالعات صورت گرفته آمده است.

بخش اول : تاریخچه بیمه و تعاریف مربوطه و بیمه مسئولیت

۲-۱- تاریخچه بیمه

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

نخستین نوع بیمه قبل از سده نوزدهم مورد عمل قرار گرفته، بیمه باربری دریایی است . بقیه رشته ها کم و بیش بعد از انقلا ب صنعتی به تدریج از این زمان شروع شد است . دومین رشته بیمه آتش سوزی است که بعد از آتش سوزی مهیب لندن به فکر اندیشه گران رسید .عموما با پیشرفت تکنولوژی و ورود فرآورده های صنعتی ، با وجود رفاهی که برای بشر به ارمغان آورد ، بالقوه خطرهای جانی و مالی نیز در پی دارند. بیمه گران مدام در فکر ارائه تامین بیمه ای برای این دسته از خطرها هستند . اینکه کدامین قوم یا ملیت ، نخستین بار با بیمه آشنا شد معلوم نیست .برخی دریا نوردان فینیقی را مبتکر بیمه دریایی می دانند. بدین صورت که دریا نوردان از بازرگانان وام دریافت می کردند و هر گاه دریانورد بدهکار با موفقیت سفر خود را به پایان می برد ، موظف بود که اصل و بهره وام دریافتی را ظرف مدت معین به بازرگان طلبکار بپردازد .در طی این مدت کالای دریانورد در گرو بازرگان بود و اگر به موقع موفق به دریافت طلب خود نمی شد می توانست کالا را حراج کند . ولی اگر کشتی دریا نورد با حوادث دریا مواجه می شد یا دزدان دریایی حمله ور می شدند و کالا به غارت میرفت وام دهنده حق در مورد اصل و بهره وام پرداختی نداشت. بنابر این بازرگان وام دهنده ، خطر را تقبل می کرد یعنی برگشت اصل و بهره وام در گرو سالم به مقصد رسیدن کالا بود . بهره این نوع وام ها بیشتر از وام عادی بود و این ما به التفاوت بین میزان بهره وام عادی و وام دریایی را می توان حق بیمه خطری محسوب کرد که بازرگان وام دهنده به عهده گرفته بود . این نوع وام ها را در تاریخ و پیدایش بیمه ، بیمه وام های دریایی نامیده اند . که در سده های پنجم و ششم قبل از میلاد مسیح در مدیترانه شرقی که مرکز تجارت اروپای آن زمان بود رواج داشت . بدین صورت که سرمایه داران یونانی به صاحبان کشتی ها و مال التجاره ها وام با نرخی بالاتر از وام عادی پرداخت می کردند . حتی برخی تاریخ نگاران اعتقاد دارند که سابقه این نوع وامها به ۲۰۰۰سال (ق . م) می رسد که بین بازرگانان و دریا نوردان هندی متداول بود . برخی معتقدند که تقسیم ریسک را که امروزه یکی از ویژگیهای مهم حرفه بیمه گری محسوب می شود ، چینی ها در ۳۰۰۰(ق . م) رعایت می کرده اند. بدین ترتیب که دریا نوردان چینی مال التجاره خود را به جای حمل با کشتی یا قایق ،با چندین کشتی و قایق حمل می کردند که هر

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

گاه یکی یا چند وسیله دچار مخاطره دریا می شد یا دزدان دریایی به غارت می بردند ، کشتی ها و قایق های دیگر سالم به مقصد برسند و خسارت وارده به حداقل ممکن کاهش یابد این همان اصل پراکندگی ریسک در اقصی نقاط جهان است که امروزه بین بیمه گران اتکای متداول است و رعایت می شود .

نوع دوستی ، نوع پروری و معاضدت از ارکان اصل پیدایش بیمه بوده است . صندوقها تعاونی نظیر صندوق کمک به بازماندگان سربازان و رزم آورانی که در مصاف با دشمن کشته می شدند ، یا صندوق پرداخت هزینه کفن و دفن برای کسانی که از دنیا می رفتند و بازماندگانشان توان مالی هزینه ها را نداشتند در زما نهای قدیم رایج بوده است کلا امر تعاون بسیار قدیمی است زیرا همه پیشوایان مذاهب و ادیان نیز کرارا " به آن اشاره کرده اند . تعاون و نوع بیمه که به آن بیمه متقابل می توان اتلاق کرد ، در قرون وسطی نیز رایج بوده است . تا سده چهارم میلادی اصولا بیمه به صورت تعاون کمک متقابل وجود داشت و در حمل و نقل دریایی و نظایر آن جزو قرارداد حمل و نقل محسوب می شد و بیمه به شکل معامله و قرارداد مستقل مطرح نبود. (کریمی ،۱۳۸۲، ۲۳)

۲-۲- تاریخچه بیمه در ایران

بیمه به مفهوم امروزی آن در ایران سابقه چندانی ندارد. در حدود سال " ۱۲۸۰" هجری شمسی در دو مؤسسه روسی بنام "نادژدا" و "کافکازکوری" در ایران شروع به کار کردند که پس از انقلاب بلشویکی تعطیل شدند. بعد از آن شرکت بیمه انگلیسی "آلیانس" نمایندگی خود را در ایران تأسیس کرد و شرکتهای دیگر انگلیسی و آلمانی و سوئیسی در ایران شروع به فعالیت نمودند. بعدها شرکت بیمه دولتی شوروی بنام "اینگستراخ" نیز در ایران شعبه هایی تأسیس کرد و تعداد این شرکتها بتدریج افزایش یافت .

فعالیت شرکتهای بیمه خارجی در ایران که در بدو امر مفید به نظر میرسید به صورتی درآمده بود که برای اقتصادی ملی به جای نفع، زیان آور بود از یک طرف این شرکتها با استفاده از عدم اطلاع بیمه گذاران در مقابل پوششهای محدود حق بیمه کلانی مطالبه و دریافت میکردند و به بهانه های

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

گوناگون از پرداخت خسارت سرباز می زدند و از طرف دیگر سالانه مقدار قابل توجهی ارز به صورت حق بیمه از کشور خارج مینمودند .

بیمه در ایران قبل از سال ۱۳۱۴ (ه. ش) که شرکت سهامی بیمه ایران تأسیس گردید، نمایندگی های خارجی یکی پس از دیگری تعطیل شده و فقط دو شرکت که نمایندگی شرکتهای بیمه "اینگستراخ" روسیه و "یورکشایر" انگلیس را داشتند باقی ماندند و این شرکتها حتی تا بعد از تشکیل حکومت جمهوری اسلامی و قبل از تاریخ " ۵۸/۴/۴" که شورای انقلاب شرکتهای بیمه را ملی و نمایندگی های خارجی را منحل اعلام کرد به فعالیت خود در ایران ادامه میدادند. قبل از انقلاب اسلامی در ایران یک شرکت بیمه دولتی (شرکت سهامی بیمه ایران) و چهارده شرکت بیمه خصوصی و نمایندگی خارجی (شرکتهای بیمه: ملی، شرق، آریا، ساختمان و کار، حافظ، ایران و آمریکا، البرز، آسیا، امید، تهران، پارس، دانا و شرکتهای نمایندگی اینگستراخ و یورکشایر) فعالیت میکردند و از سال ۱۳۵۱(ه . ش) بیمه مرکزی ایران جهت هدایت امر بیمه در کشور و نظارت بر شرکتهای بیمه تشکیل گردید. بعد از انقلاب ابتدا در سال " ۱۳۵۸" با مصوبه شورای انقلاب شرکتهای بیمه خصوصی ملی شده و نمایندگیهای خارجی تعطیل گردید و از شهریور ماه " ۱۳۶۰" به جز شرکتهای بیمه "آسیا" و "البرز" فعالیت سایر شرکتهای ملی شده متوقف گردید. از سال "۱۳۶۷" براساس مصوبه مجلس شورای اسلامی علاوه بر شرکت سهامی بیمه ایران که یک شرکت بیمه دولتی بود، شرکتهای بیمه البرز ، و آسیا ، هم دولتی شد و یک شرکت بیمه دولتی دیگر که فقط اجازه فعالیت در بخش بیمه اشخاص به آن داده شد به نام شرکت بیمه "دانا" تشکیل گردید. در حال حاضر پنج شرکت بیمه دولتی علاوه بر تهران که مرکز اصلی آنان است با ایجاد شبکه نمایندگی و تأسیس شعب دراغلب شهرهای کشور به امر بیمه گری می پردازد. (وب سایت WWW.irbimeh.com)

۲-۳- جایگاه صنعت بیمه بعد از انقلاب اسلامی

مؤسسات بیمه کشور تا قبل از پیروزی انقلاب اسلامی با ترکیبی از یک شرکت دولتی، دوازده شرکت خصوصی و دو مؤسسه بیمه خارجی به صورت نمایندگی در سطح کشور فعالیت میکردند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

در چهارم بهمن ۱۳۵۸ بنابر تصمیم شورای انقلاب دوازده شرکت خصوصی، ملی اعلام شدند و پروانه فعالیت دو نمایندگی خارجی نیز لغو گردید. بدین ترتیب براساس مقررات قانون ملی شدن مؤسسات بیمه و مؤسسات اعتباری، تصدی امر بیمه و اداره دوازده شرکت بیمه ملی شده به دولت واگذار شد و با تصویب قانون اساسی جمهوری اسلامی در ۲۴ آبان ۱۳۵۸ که طی آن نظام اقتصادی کشور به سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی تقسیم گردید، صنعت بیمه در جوار شماری از صنایع مهم به صورت مالکیت عمومی در بخش دولتی در اختیار دولت قرار گرفت. شایان ذکر است که متعاقباً ده شرکت بیمه ملی شده به لحاظ فعالیت نامطلوب در یکدیگر ادغام شدند و شرکت بیمه دانا که از آن پس منحصراً میبایست در بخش بیمه های اشخاص فعالیت میکرد تأسیس گردید.
(وب سایت www.novin54.com)

۲-۴- اسامی شرکت های بیمه فعال در ایران

بیمه مرکزی در وب سایت خود تعداد کل شرکت های بیمه را ۲۰ شرکت به شرح زیر ذکر است:

الف - شرکت های بیمه دولتی شامل :

۱. ایران
۲. دانا[۲۳]

ب - شرکت های بیمه خصوصی شامل :

۱. آسیا
۲. البرز
۳. معلم
۴. پارسیان
۵. کارآفرین

---

[۲۳]- بیمه دانا با توجه به اصل خصوصی سازی سهام آن در بورس عرضه شده ولی چون بیش از ۵۰٪ سهام آن تا این تاریخ (۱۳۸۹/۱۰/۳۰) هنوز در اختیار دولت است فعلا دولتی محسوب می شود .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۶. سینا
۷. توسعه
۸. رازی
۹. سامان
۱۰. دی
۱۱. نوین
۱۲. ملت
۱۳. پاسارگاد
۱۴. میهن

ج - شرکت های بیمه ای مناطق آزاد :

۱. اتکای امین
۲. حافظ
۳. امید
۴. ایران معین(وب سایت بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران)

۲-۵- تقسیم بندی انواع بیمه

با توجه به انواع ریسک ، قراردادهای بیمه نیز انواع متعددی دارد . ماهیت حقوقی بیمه نامه ها در کلیه موارد یکسان نیست و گهگاه می توان تفاوتهایی بین آنها تشخیص داد .

۲ ۵ ۱ - بیمه های اجتماعی

بیمه ها اجتماعی که "بیمه های اجباری " یا "بیمه های ناشی از قانون " نیز خوانده می شوند بیشتر در مورد کارگران و طبقات کم درآمد جامعه کاربرد دارد ، یعنی افرادی که از یک سو نیروی تولیدی جامعه محسوب می شوند و از یک سو ، خود کمتر به فکر تامین آینده و معیشت خویش هستند . در نتیجه ، دولت در جهت حمایت از این قشر ،به موجب قانون ، ایشان را زیر چتر

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

حمایت بیمه های اجتماعی قرار می دهد. ویژگی بیمه های اجتماعی این است که اولا "" شخص دیگری (کارفرما) در پرداخت قسمت اعظم حق بیمه مشارکت دارد و درصد کمتری را بیمه شده می پردازد ، ثانیا " بر خلاف بیمه های بازرگانی که حق بیمه متناسب با ریسک تعیین می شود ، در بیمه های اجتماعی حق بیمه درصدی از حقوق یا دستمزد بیمه شده است و ارتباطی با ریسک ندارد .

۲-۵-۲-بیمه های بازرگانی (اختیاری)

به بیمه های بازرگانی ، ً بیمه های اختیاری ً هم اطلاق می شود و در آن بیمه گذار به میل خود و آزادانه به تهیه انواع پوششهای بیمه ای بازرگانی اقدام می کند . در بیمه های بازرگانی ، بیمه گذار و بیمه گر در مقابل هم متعهد هستند : بیمه گر در مقابل حق بیمه از بیمه گذار ، تامین بیمه ای در اختیار او قرار می دهد .

اصولا" بازارهای بیمه ای با توجه به قوانین و مقررات بیمه ای و ساختار بازار از تقسیم بندی های مختلف استفاده می کنند که شامل : اشیا ، مسئولیت ، زیان پولی ، و بیمه اشخاص است.

۲-۵-۲-۱- تقسیم بندی بیمه های بازرگانی :

۲ ۵ ۲ ۱ ۱ - بیمه های اشیا

در این نوع بیمه ، موضوع تعهد بیمه گر شیئی است ، یعنی آنچه قابل تقویم به وجه نقد است . بیمه اشیا، قراردادی برای جبران زیان وارده و پرداخت غرامت است . نتیجه این می شود که بیمه گذاری که متحمل زیانی شده است نمی تواند غرامتی بیشتر از مرز واقعی دریافت کند ، یعنی وضع بهتر و مساعد تر از زمان قبل بروز حادثه داشته باشد .

۲ ۵ ۲ ۱ ۲ - بیمه مسئولیت

بیمه مسئولیت بیمه ای است که مسئولیت مدنی بیمه گذار را در قبال اشخاص ثالث بیمه می کند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بنا بر یک اصل حقوقی ، هر کس مسئوول زیان و خسارتی است که به جان و مال اشخاص وارد می آورد .

۲-۵-۲-۱-۳-بیمه زیان پولی

در بیمه های زیان پولی ، موضوع بیمه میزان پول است که بیمه گر به دلیل عدم ایفای تعهد بیمه گذار می پردازد . انواع بیمه های زیان پولی عبارتند از :

۱-بیمه اعتبار

۲-بیمه تضمین

۳-بیمه عدم النفع

۴-بیمه صداقت و امانت

۲-۵-۲-۱-۴- بیمه اشخاص

در بیمه اشخاص موضوع تعهد بیمه گر ، فوت یا حیات یا سلامت بیمه شده است . در بیمه اشخاص بیمه گر نمی تواند غرامت وارده به بیمه شده را برآوده کند . تعیین سرمایه بیمه بر عهده بیمه گذار است . (کریمی ، ۱۳۸۲ ، ۴۳)

۲-۶-بیمه مسئولیت مدنی [۲۴]

براساس قانون مسئولیت مدنی،تمامی‌افرادجامعه درقبال زیان و صدمات وارده به دیگران مسئول می باشند و باید نسبت به جبران آن اقدام نمایند. بیمه مسئولیت مدنی بر پایه مسئولیت شبه جرمی یا شبه عمدی است که عامل زیان از روی بی احتیاطی و غفلت ، موجب ضرر و زیان جانی و یا مالی به شخص و یا اشخاص دیگری می شود. احراز مسئولیت افراد نیز توسط مراجع قضائی تعیین می‌گردد. با توجه به گستردگی مسئولیت مدنی افراد در محدوده کار و زندگی ، بیمه نامه های

[24] - Civil Liability

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

متنوعی در ا ین زم ینه از طرف شرکت های ب یمه ارائه می شود. (وب سایت بیمه معلم www.mic-ir.com)

۲-۶-۱-تقسیم بندی بیمه مسئولیت

با توجه به مسئولیتهای بیشماری که هریک از ما در قبال سایر افراد جامعه داریم می توان تعداد بسیار متنوعی از بیمه های مسئولیت را برشمرد اما با توجه به میزان استقبال مردم از انواع نسبتا محدود این نوع بیمه و عدم آشنایی با گونه های دیگر آن شرکتهای بیمه نیز بطور معمول تعداد اندکی از این پوششها را به مردم می فروشند .

زیر شاخه های بیمه مسئولیت عبارتند از :

۲-۶-۱-۱-بیمه مسئولیت عمومی

خسارت جانی و مالی وارد به اشخاص ثالث که در اثر فعالیت روزمره فرد یا افراد ایجاد می‌گردد و به‌موجب قانون، عامل زیان مسئول شناخته می‌شوند را مسئولیت عمومی می‌نامند. بیمه‌نامه‌های مسئولیت عمومی به منظور پوشش این قبیل موارد صادر می‌شوند .

رشته بیمه مسئولیت عمومی مشتمل بر ۱۵ زیر رشته می‌باشد که عبارتند از :

۲-۶-۱-۲-عملیات ساختمانی

گاهی در طول انجام عملیات ساختمانی، خسارت مالی و صدمات جسمانی به اشخاص ثالث وارد می‌آید که ناشی از عملیات تخریب، گود برداری ، پی‌کنی، نصب اسکلت فلزی و سایر کارهای عمرانی است. با اخذ این بیمه‌نامه، مسئولیت صاحب کار و کلیه عوامل اجرایی به طور مشترک در قبال اشخاص ثالث، تحت پوشش قرار می‌گیرد .

۲-۶-۱-۳-آتش‌سوزی

گسترش دامنه آتش‌سوزی و انفجار در مجاورت محل وقوع حادثه، سبب ورود خسارات مالی و جانی به اشخاص ثالث می‌گردد که غرامت وارده به اشخاص ثالث در چارچوب بیمه‌های آتش‌سوزی

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

قابل پرداخت نیست ؛ و لیکن بیمه‌نامه مسئولیت مدنی ناشی از آتش‌سوزی، کلیه زیانهای ناشی از خطراتی همچون آتش‌سوزی، انفجار، ترکیدگی لوله‌های آب و ضایعات آب وارد به اشخاص ثالث را جبران خواهد نمود .

۲-۶-۱-۴-جامع شهرداری

این بیمه‌نامه به منظور جبران کلیه خسارات جانی و مالی ناشی از خطرات احتمالی عملیات عمرانی، زیر بنایی و ... که تحت نظارت شهرداری انجام شود، صادر می شود .

۲-۶-۱-۵-تابلوهای تبلیغاتی

این بیمه‌نامه به منظور جبران کلیه خسارات مالی و جانی ناشی از خطرات احتمالی نصب و نگهداری تابلوهای تبلیغاتی در قبال اشخاص ثالث صادر می شود .

۲-۶-۱-۶-مجموعه‌های ورزشی

صاحبان اماکن ورزشی همچون استخرها، سالن‌های ورزشی و بدنسازی ضمن رعایت اصول ایمنی و حفاظتی، گاهی با حوادثی که منجر به نقص عضو و فوت و هزینه‌های پزشکی مراجعین می شود ، مواجه می‌گردند که مناسب‌ترین راه برای جبران غرامت حوادث پیش‌بینی نشده، تهیه بیمه‌نامه مسئولیت مدنی مجموعه‌های ورزشی است .

۲-۶-۱-۷-شکارچیان و محیط بانان در قبال اشخاص ثالث

بر اساس شرایط این بیمه‌نامه، مسئولیت شکارچیان و محیط بانان در جریان شکار یا انجام وظایف محیطبانی در برابر اشخاص ثالث تحت پوشش بیمه‌ای قرار می‌گیرد. این بیمه‌نامه در صورت وجود مجوز قانونی برای فعالیت بیمه شونده، ارائه می شود .

۲-۶-۱-۸-رایانه

بیمه‌نامه رایانه کلیه خسارت‌های فیزیکی وارد به رایانه اعم از آتش‌سوزی، انفجار، سیل، طوفان، زلزله، نشست و رانش زمین، سقوط از بلندی، برخورد جسم خارجی، نفوذ مایعات به داخل اجزا،

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

حمل و جابجایی در محل مورد بیمه، نوسانات جریان الکتریسیته و سرقت با شکست حرز را حداکثر تا مقدار ارزش رایانه، تحت پوشش قرار می‌دهد .

۲-۶-۱-۹-حیوانات خانگی

این بیمه‌نامه به منظور پوشش کلیه خسارات ناشی از نگهداری حیوانات خانگی اعم از حادثه بدون حمل و نقل، حادثه با حمل و نقل، بیماری، سرقت، زایمان و سخت‌زایی صادر می شود .

۲-۶-۱-۱۰-مدیران مراکز آموزشی .

مسئولیت افرادی که در مراکز آموزشی مشغول به کار یا تحصیل هستند، بر عهده مدیران این مراکز می‌باشد. از این رو در صورتی که برای یکی از افراد در زمان حضور در مرکز آموزشی اتفاقی رخ دهد، خسارات آن بر عهده مدیران مراکز می‌باشد. بیمه‌نامه مسئولیت مدیران مراکز آموزشی به منظور پوشش خسارت‌های جانی احتمالی برای افراد در مراکز آموزشی صادر می شود .

۲-۶-۱-۱۱-مدیران اردوها

مسئولیت افرادی که در اردو هستند، بر عهده مدیر اردو است. از این رو در صورتی که برای یکی از افراد در اردو اتفاقی رخ دهد، خسارات آن بر عهده مدیران اردو می‌باشد. بیمه‌نامه مسئولیت مدیران اردوها به منظور پوشش خسارت‌های جانی احتمالی برای افراد در اردوها صادر می شود .

۲-۶-۱-۱۲-مستاجر در مقابل موجر .

مسئولیت نگهداری مورد اجاره در طول مدت قرارداد اجاره بر عهده مستاجر می‌باشد. بیمه‌نامه مسئولیت مستاجر در مقابل موجر برای پوشش خسارات مالی احتمالی است که در زمان اجاره برای مورد اجاره ممکن است رخ دهد .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲-۶-۱-۱۳-بیمه مسئولیت حرفه ای

کلیه کارفرمایان نسبت به جبران خسارات وارده به کارکنان و کارگران که ناشی از حوادث حین کار باشد و منجر به صدمات جسمانی و جانی شود، مسئول هستند. این بیمه‌نامه مسئولیت مدنی بیمه‌گزار را در مقابل کارکنان، تحت پوشش بیمه قرار می‌دهد. تمامی کارکنان شاغل در محدوده کارگاه - اعم از کارگران ایرانی و غیر ایرانی- تحت پوشش این بیمه‌نامه خواهند بود. به موجب این بیمه‌نامه، غرامت فوت و نقص عضو کارگران در حد دیه و همچنین هزینه پزشکی آنان قابل پوشش می‌باشد. .

بیمه مسئولیت حرفه ای مشتمل بر ۲۰ زیر رشته می‌باشد که عبارتند از :

۲-۶-۱-۱۳-۱-حرفه‌ای پزشکان

۲-۶-۱-۱۳-۲-حرفه‌ای مهندسین ۲-

۶-۱-۱۳-۳- حرفه‌ای دلالان رسمی بیمه

۲-۶-۱-۱۳-۴-حرفه‌ای نمایندگان بیمه

۲-۶-۱-۱۳-۵-پارکینگ

۲-۶-۱-۱۳-۶-تورها (زیارتی ، مسافرتی و...)

۲-۶-۱-۱۳-۷-مسئولیت فنی بیمارستان

۲-۶-۱-۱۳-۸-مدیر و ناجیان استخر .

مدیران و ناجیان استخرها مسئول حفظ زندگی افرادی هستند که از استخر استفاده می‌کنند . این بیمه نامه به منظور پوشش خسارات جانی ناشی از خطرات رخ داده در استخرها صادر می شود .

۲-۶-۱-۱۳-۹-نگهداری آسانسور

۲-۶-۱-۱۳-۱۰-حرفه‌ای پیراپزشکان

۲-۶-۱-۱۳-۱۱-شهربازی

۲-۶-۱-۱۳-۱۲-هتلداری

۲-۶-۱-۱۳-۱۳-مهدکودک

۲-۶-۱-۱۳-۱۴-مدیر سینما

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲-۶-۱-۱۳-۱۵-رستورانها

۲-۶-۱-۱۳-۱۶-نگهبانان مسلح

۲-۶-۱-۱۳-۱۷-تعمیر کاران

۲-۶-۱-۱۳-۱۸-وکلای دادگستری

۲-۶-۱-۱۳-۱۹-سردفتران و دفتریاران

۲-۶-۱-۱۳-۲۰-مراقبین در منزل

۲-۶-۱-۱۴-تعمیرگاه های مجاز خودرو

۲-۶-۱-۱۵-بیمه مسئولیت تولید کنندگان کالا

۲-۶-۱-۱۵-۱-تولیدکنندگان

۲-۶-۱-۱۵-۲عملکرد عایق رطوبتی

۲-۶-۱-۱۵-۳-شرکت‌های گاز رسانی

2-۶-۱-۱۶-بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان

۲-۶-۱-۱۷-بیمه مسئولیت قراردادی

۲-۶-۱-۱۸-بیمه اعتباری

۲-۶-۱-۱۹-بیمه طرح های مخصوص [۲۵]

۲-۶-۲-تقسیم بندی دیگری برای انواع بیمه مسئولیت مدنی به شرح زیر وجود دارد .

۱.بیمه مسئولیت مدنی مالکان ، موجران و مستاجران

۱. بیمه مسئولیت جرح بدنی
۲. بیمه مسئولیت مدنی خسارتهای مادی وارده به اشخاص ثالث
۳. بیمه هزینه های درمانی
۴. بیمه مسئولیت قراردادی از نوع خاص
۵. بیمه مسئولیت امین

---

[۲۵](وب سایت بیمه ایران) www.iraninsurance.ir

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۶. بیمه مسئولیت مقاطعه کاران و تولید کننده گان

۷. بیمه مسئولیت آسانسور

۸. بیمه مسئولیت مالکان و مقاطعه کاران

۹. بیمه مسئولیت بر اساس قرارداد

۱۰. بیمه مسئولیت کالا

۱۱. بیمه مسئولیت فروشندگان ناشی از مسئولیت تولید کننده

۱۲. بیمه مسئولیت پس از تکمیل طرح و تولید کالا

۱۳. بیمه مسئولیت قراردادی

۱۴. بیمه جامع مسئولیت عمومی

۱۵. بیمه جامع مسئولیت شخصی

۱۶. قرارداد بیمه جامع مسئولیت شخصی

۱۷. بیمه مسئولیت جامع شخصی کشاورزان

۱۸. بیمه مسئولیت جامع مازاد یا تراکم خطر

۱۹. بیمه مسئولیت حرفه ای

۲۰. بیمه مسئولیت ناشی از داشتن وسیله نقله موتوری (کریمی ، ۱۳۸۲ ، ۳۳۵)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بخش دوم : مشتری ، رضایتمندی ، و تئوریهای مربوط به آن

۲-7-اهمیت مشتری

امروزه با توسعه مفهوم بازرایابی و رقابت ، سازمانهای تجاری از جمله شرکت های بیمه به این مطلب پی برده اند که برای رسیدن به اهداف خود (بقا) و یا فرا رفتن از آنها باید رضایت مشتریان را جلب نمایند . زیرا موتور تجارت نه محصول و بازار ، بلکه " مشتری " می باشد . اهمیت مشتری تا بدانجا است که از آن در فرهنگ های مختلف با عبارتهای زیر توصیف می شود .

" مشتری تاج سر فروشنده است "

"مشتری رئیس شما است "

"همیشه حق با مشتری است "

به همین خاطر سازمانها تجاری میکوشند تا با کسب رضایت وی ، فروش و سود خود را افزایش دهند . از آنجا که شرکت های بیمه نیز در زمره سازمانهای انتفاعی قرار می گیرند ، ناچار به مشتری خود یعنی " بیمه گذار " باید توجه نمایند زیرا بی توجهی به رضایت وی که نتیجه بی توجهی به خواستها و نیاز وی است با موفقیت و شکست آنها قرین است.(مبشر، ۱۳۷۷ ، ۱)

آقای جیمز ابراین در مورد حفظ و ایجاد وفا داری مشتریان می گوید :

- فروش به یک مشتری جدید شش برابر بیشتر از فروش به مشتری موجود هزینه دارد .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- یک مشتری ناراضی معمولی درباره تجربه خود با هشت تا ده نفر صحبت خواهد کرد .
- یک شرکت می تواند از طریق افزایش سالانه ۵درصد در حفظ مشتری ، سود خود را تا ۸۵ درصد افزایش دهد .
- امکان فروش اضافی به یک مشتری جدید ۱۵ درصد است در حالی که امکان فروش اضافی یک محصول به مشتری موجود ۵۰ درصد است .
- هفتاد درصد مشتریان ناراضی اگر به سرعت از طریق خدمات جبرانی به آنها توجه کنند دوباره با شرکت معامله خواهند کرد . (ابراین ، ۱۳۸۶ ، ۲۲۴)

۲-8-توجه به ارباب رجوع در آموزه های دینی :

حضرت محمد:

هر کس برادر مسلمان خود را با کلمه ای لطف آمیز تکریم کند و غم او را بزداید همواره در سایه جاودان لطف الهی است[۲۶] .

آقای دکتر آهنچی از مشتریان به عنوان دارایی های استراتژیک یاد می کند :

۲-۹ مصرف کننده و مشتری به عنوان دارایی های استراتژیک

وضعیت بازار ، تکنولوژیهای جدید ، رویکرد های نو در بازاریابی ، سبب شده است که شرکت ها اطلاعات زیاد و کاملی درباره مصرف کننده گان جمع آوری ، ثبت و تجزیه و تحلیل نموده و مورد استفاده قرار دهند . مدیران آگاه دریافته اند که دارایی آنها ، تنها آن نیست که در دفتر دارایی یا تراز مالی مطرح است ، بلکه داشتن کارمند آگاه ، دانا و با انگیزه و یک نظام آموزنده و همینطور

---

[۲۶] (سایت طرح تکریم و و جلب رضایت ارباب رجوع . http://takrim.tehran.ir)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

خبره ها تکنولوژیکی که بتوانند دقیقا تمایلات ، نیازها و درخواستهای مصرف کننده راتشخیص داده وانگیزه ها ورفتارهای آنها رادرانتخاب محصول تشخیص دهند، بسیارمهم است.

این شرکتها طبعا تقاضای ، مصرف کننده گان را بعنوان اساس گزینش نوع تولیدات و خدمات شرکت قرار می دهند .

البته باید توجه داشت که اهمیت مصرف کننده و مشتری در موضوع بازاریابی چیز جدیدی نیست و به همان اندازه قدیمی است که خود موضوع بازاریابی قدمت دارد . اما چیزی که جدید است اینکه مدیران فعال و زیرک امروزی ، این مشتریها و مصرف کننده گان را بعنوان دارایی های استراتژیک شرکت محسوب می دارند و رضایت آنها را در اولویتهای بالا در تولید و ارائه خدمات منظور می نمایند . در حقیقت می توان گفت که این نوع نگرش سبب شده است که فعالیتهای متعدد بازاریابی با گذشته تفاوت چشم گیری پیدا نماید این تغییر اساسی بدین ترتیب است که اولا" مشتری بعنوان دارایی استراتژیک محسوب می گردد ، دوما " موضوع رابطه خوب با مشتری و ایجاد و حفظ وفاداری او به محصول ، بخشی از برنامه های مدیریت به حساب می آید . بدین ترتیب اولا" تمام فعالیتهای بازاریابی بویژه ارتباطات و بازاریابی به صورت مستقیم ، ثانیا " رضایت مصرف کننده گان به صورت غیر مستقیم باید تامین شود ، و بلاخره تجارت الکترونیکی ، اساس نظام اطلاعاتی و مشتری یابی توده ای را به صورت یکپارچه و تحت نظارت مدیریت بازاریابی درآورده است .

این رویدادها که برخی از آن بر شمرده شده تنها در دهه گذشته پدیدار گشته است ، بویژه در دو سال گذشته صنایع جدیدی چون شرکتهای کاتالوگ ، خدمات مالی اعتباری ، فروش شرکت به شرکت سبب شده است که برای شرکتهای زیادی ، مصرف کننده و مشتری به عنوان دارایی استراتژیک ، بسیار مهم تلقی شود .

این دارایی شامل مشتریها و مصرف کننده گان وفادار به محصول شرکت یعنی کسانی که کمتر برای قیمت و برای خرید و یا سود مندی بیشتر و اثر بخشی موثرتر این در و آن در می زنند و اینها گروههایی هستند که اهداف برنامه های ارتباطی و استراتژیک شرکت را تشکیل می دهند . .(دکتر آهنچی ، ۱۳۸۸ ، ۱)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲-۱۰-عوامل موثر بر رضایتمندی

- در پژوهشی که اقای بهروز قزلباش انجام داده است شش عامل زیر عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران شناسائی شده .

۱. حق بیمه
۲. ارائه خدمات و تسهیلات
۳. اطلاع رسانی
۴. وضعیت رفتاری کارکنان
۵. خسارت پرداختی
۶. سرعت عمل و مهارت کارکنان

. (بهروز قزلباش ، جایگاه فرهنگ سازی در تصمیم های مالی شرکت های بیمه ، فصلنامه صنعت بیمه ، پائیز ۱۳۸۳)

- آقای حسن زاده کریم آباد در پژوهش خود عوامل موثر بر رضایت یا عدم رضایت بیمه گذار را به این شکل بیان می کند .

۱. **انتظار از عنوان بیمه نامه .**

انتظارات از عنوان بیمه نامه خریداری شده می تواند به عنوان استانداردی محسوب شود که با آن عملکرد واقعی بیمه نامه مورد ارزیابی قرار می گیرد. عواملی که می توانند بر سطح عملکرد مورد انتظار از یک پوشش بیمه ای تاثیر بگذارد به ذیل می باشد :

۱-۱ عوامل مرتبط با خود عنوان بیمه نامه : این عوامل ممکن است بر انتظارات ایجاد شده در خصوص نتایج اخذ پوشش بیمه ای تاثیر بگذارد . تجربیات قبلی بیمه گذاران در ارتباط با بیمه نامه ، حق بیمه اش و... بر نتایجی که بیمه گذار از بیمه انتظار دارد تاثیر می گذار..

۱-۲ عوامل مرتبط به ارتقا فروش : اینکه چگونه شرکت ، فروش بیمه نامه خود را از طریق تبلیغاتش یا از طریق ارتباطات پرسنل فروش افزایش می دهد نیز بر انتظارات بیمه

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

گذاران از نتایج پوشش بیمه ای تاثیر می گذارد ، مثلا اگر شرکت بیمه در تبلیغات خود راجع به پوشش بیمه ای و مزایای آن اغراق کرده باشد باید خود را برای پذیرش ریسک عدم رضایت بیمه گذاران آماده کند زیرا این تبلیغات انتظارات بالایی را در بیمه گذاران به وجود می آورد و نتایج ضعیف حاصل از پوشش بیمه ای (مثلا خسارت دادن و یا پوشش ندادن کلیه موارد ادعایی) می تواند باعث ایجاد عدم رضایت در بیمه گذاران گردد .

۱ ۳ اثر بیمه نامه ای دیگر : مجموعه دیگری از عوامل که بر نتایج مورد انتظار تاثیر می گذارد شامل تجربه بیمه گذاران در ارتباط با بیمه نامه های دیگر است . مثلا اگر فرد قبلا بیمه نامه آتش سوزی داشته باشد و از نحوه پرداخت خسارت و عملکرد بیمه گران کاملا راضی بوده باشد آنگاه وی انتظار دارد که بیمه گر در ارتباط با بیمه حوادث یا درمان که وی می خواهد بخرد نیز عملکرد بالایی داشته باشد.

۱ ۴ خصوصیات بیمه گذار : چهارمین مجموعه از عواملی که بر انتظار از عملکرد بیمه گر و نتایج پوشش بیمه ای و بیمه گران نسبت به دیگر افراد انتظارات بیشتری دارند و در نتیجه استانداردهای بالاتری را بر قرار می نماید . انتظار می رود که این دسته از افراد ناراضی تر باشند .

۲ عواملی که بر درک نتایج واقعی پوشش بیمه ای اثر می گذارند

همان طور که انتظار از عملکرد بیمه گر و نتایج پوشش بیمه ای تحت تاثیر عوامل مختلفی قرار می گیرد ، درک عملکرد واقعی بیمه گر و نتایج واقعی پوشش بیمه ای نیز ممکن است به وسیله عوامل متعددی تحت تاثیر قرار بگیرد . در اینجا بیمه گذار بیمه نامه را از نظر خصوصیات متنوعی مورد بررسی قرار می دهد و آنگاه به بررسی عملکرد بیمه گر و نتایج خاصی از بیمه نامه از نظر هر یک از آن ویژگیها می پردازد سپس این ارزیابی ها را با هم ترکیب می کند تا به یک ارزیابی کلی درباره بیمه نامه و عملکرد بیمه گر بپردازد.

اما همان طور که برخی نویسندگان اشاره کرده اند درجه بندی عملکرد و نتایج همیشه با واقعیت سازگار نیست . تجربیات اولیه بیمه گذار با عنوان بیمه نامه و نگرشهای اولیه او نسبت

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

به عنوان بیمه نامه ممکن است بر ادراک وی از عملکرد بیمه گر و نتایج حاصل از بیمه نامه تاثیر بگذارد .

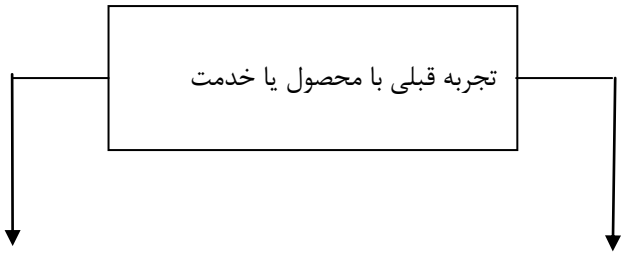
۳ **کیفیت خدمات و برآورد نشدن انتظار**

همان طور که کیفیت خدمات با مفهوم رضایت یا عدم رضایت مشتری ارتباط بسیار نزدیکی دارد . کیفیت خدمات بیمه ای نیز با مفهوم رضایت / عدم رضایت بیمه گذار ارتباط محکمی دارد . " کیفیت در چهار چوب مفاهیم جدید بازاریابی اینگونه تعریف شده است : درجه ای که یک محصول با انتظارات مشتری و مشخصات ارائه شده تطبیق دارد " مدیران در ارتباط با کیفیت باید به دو موضوع مهم توجه نمایند : " اول کیفیت توسط خریدار تعریف می شود ، نه فروشنده . مثلا اگر آرایشگر شما از کاری که بر روی موی شما انجام داده خوشحال و مسرور باشد اما شما فکر کنید که موهایتان وحشتناک شده است کیفیت خدمت ارائه شده پائین است . دوم ، کیفیت خدمت اگر به گونه ای باشد که نتواند انتظارات خریدار را تامین نماید ممکن است منجر به عدم خرید مشتریان کنونی و عدم توفیق در جذب خریداران جدید گردد " . محققان دریافته اند که ادراکات خریدار درباره کیفیت خدمت تا اندازه ای به فاصله بین سطح عملکرد مورد انتظار و ادراکات از سطح عملکرد واقعی بستگی دارد . بنا بر این عواملی که بر کیفیت خدمات و رضایت خریدار تاثیر می گذارند بسیار به هم مربوط می باشند .

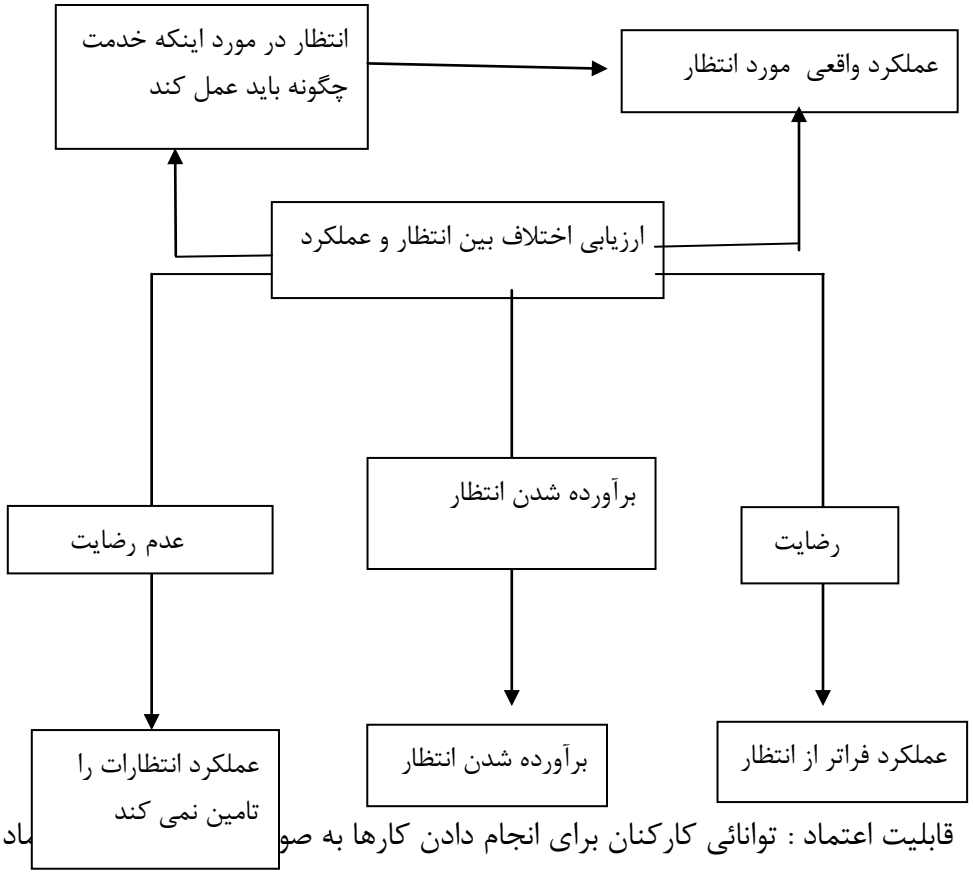
از آنجایی که خدمات نسبت به کالاها کمتر قابل لمس هستند ، بنا بر این ابعادی که در آن خریداران انتظاراتشان را شکل می دهند ممکن است متفاوت باشد . محققان در زمینه خدمات پنج بعد را شناسائی کرده اند که خریداران به وسیله آنها کیفیت خدمات را ارزیابی می کنند . این پنج بعد عبارتند از :

۱ ابعاد قابل مشاهده (محسوس) : شامل تسهیلات فیزیکی (مثل آسانسور و وجود مبل و صندلی راحت در محل ارائه خدمت و ...) تجهیزات (مثل کامپیوتر و ...) و ظاهر پرسنل

نمودار ۲-۱:مدل بر آورده شدن / برآورده نشدن انتظار



www.collegeprozheh.ir کالج پروژه



۲ قابلیت اعتماد : توانائی کارکنان برای انجام دادن کارها به صو[illegible]اد .

۳ سرعت : ارائه خدمت به خریداران به صورت فوری و بدون معطلی .

۴ طرز برخورد کارکنان : دانش و ادب و نزاکت کارکنان به علاوه توانائی آنها برای ایجاد اعتماد او اطمینان .

۵ درک خریداران : یعنی توانائی کارکنان برای توجه به مشتری و سعی در نگهداری آنها اگر انتظارات در هر یک از این ابعاد برآورده نشده باشد ، نتیجه آن عدم رضایت است ، و خریدار احتمالا کیفیت خدمات ارائه شده را به طور ضعیف ارزیابی می کند .

در مجموع مدل برآورده نشدن انتظار به توضیح ادراکات خریداران درباره کیفیت خدمت و به علاوه قضاوتهای مربوط به رضایت خاطر خریداران کمک می کند . پس مدیران باید از انجام شدن پژوهش بازار به منظور ارزیابی انتظاراتی که بیمه گذاران قبل از ورود به بازار مبادله دارند

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

اطمینان حاصل نمایند.و سپس پژوهش بنمایند تا تعیین کنند که آیا انتظارات برآورده شده اند یا خیر ؟

اختلاف یا فاصله بین انتظارات و عملکرد واقعی ممکن است بر ادراکات بیمه گذار از کیفیت خدمات بیمه ای و به علاوه رضایت خاطر او در ارتباط با کل معامله تاثیر بگذارد . (حسن زاده کریم ، ۱۳۷۷ ، ۱۸)

- **عوامل موثر بر رضایت بر اساس مدل سرکوال [۲۷]**

مدل سرکوال توسط پاراسورمان زیتامل [۲۸] ایجاد گردید . این مدل کیفیت خدمات ارائه شده را از پنج بعد مورد ارزیابی قرار میدهد . این پنج بعد عبارتند از :

۱ملموسات : [۲۹]ظاهر تجهیزات و وسایل و ابزار فیزیکی موجود در محل کار ، ظاهر کارکنان .

۲. اعتبار: [۳۰]توانائی سازمان خدمت دهنده در عمل به وعده های خود به طور دقیق و مستمر.

۳. مسئولیت پذیری(پاسخگوئی) : [۳۱]تمایل سازمان برای کمک به مشتریان و ارائه خدمات سریع.

۴. اعتماد (تضمین) : [۳۲]دانش و مهارت و شایستگی کارکنان و سازمان در القای حس اعتماد و اطمینان به مشتری.

۵. همدلی : نزدیکی و همدلی با مشتری و توجه ویژه و فردی به وی و تلاش در جهت درک نیازهای او و تامین آنها (. قصری کامبیز ،۱۳۸۸، ۴)

۲-۱۱-دلایل اهمیت داشتن رضایت و وفاداری مشتری

- فروش به یک مشتری جدید شش برابر از فروش به مشتری موجود هزینه دارد .

---

[27] -serqual
[28] -Parasuraman, Zeithaml
[29] - peliability
[30] -responsiveness
[31] -assurance
[32] -empathy

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- یک مشتری ناراضی معمولی درباره تجربه خود با هشت تا ده نفر صحبت خواهد کرد .
- یک مشتری می تواند از طریق افزایش سالانه پنج درصد در حفظ مشتری سود خود را تا ۸۵درصد افزایش دهد .
- امکان فروش اضافی به یک مشتری جدید ۱۵ درصد است ، در حالی که امکان فروش اضافی یک محصول به مشتری موجود ۵۰ درصد است .
- هفتاد درصد مشتریان ناراضی اگر به سرعت از طریق خدمات جبرانی به آنها توجه کنند دوباره با شرکت معامله خواهند کرد . (ابراین ، ۱۳۸۶ ، ۲۲۴)

بخش سوم : تئوریهای مربوط به نیاز و انگیزش

۲-۱۲-تئوریهای مربوط به روابط انسانی ، نیاز و انگیزش

۲-۱۲-۱-مکتب روابط انسانی

روابط انسانی یکی از مهمترین عوامل ایجاد رضایت در مشتری است تا جایی که یکی از مکاتب مهم مدیریت به شمار می آید .

پژوهش ها ی التون مایو در زمینه روابط انسانی نشان دادکه میزان تولید،تابع همکاریهای گروهی است. به عبارت دیگر تبدیل گروه (به معنی تجمعی از افراد) به تیم (به معنی تشریک مساعی افراد برای نیل به اهدافی مشترک و از پیش تعیین شده) ، عامل اصلی در

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

میزان تولید است این پژوهش ها همچنین نشان داد که ایجاد روحیه همکاری و شور و اشتیاق در کارکنان ، به دلیل توجه و علاقه ای بود که هم سرپرستان کارخانه و هم تیم تحقیقاتی مایو نسبت به کار آنان از خود نشان دادند . روابط دوستانه این تیم با کارگران شرکت کننده در پژوهش ، به جای روابط خشک معمول در آن زمان ، همچنین اعتبار دادن به نظرهای آنها و دخالت دادنشان در تصمیم گیریها از جمله عوامل مهمی بودند که در ایجاد انگیزه و روحیه قوی در کارکنان تاثیر بسزایی داشتند و باعث افزایش تولید گردیدند . به طور خلاصه می توان گفت ایجاد روابط انسانی میان کارگران و سرپرستان ، عامل مهم و تعیین کننده در افزایش تولید و کارایی کارکنان بوده است . مطالعات التون مایو در هاتورن ، گروه و رفتار گروهی مهمترین عامل در تقویت روحیه ، ایجاد جوی مناسب و در نتیجه ، افزایش تولید دانسته شده است . خلاصه(دکتر سعادت،۱۳۸۵ ، ۲۰)

در دنیای پر رقابت امروزی توجه به مشتریان و کارکنان امری بسیار مهم می باشد که در میان تاثیر گذاری روی پرسنل برای رسیدن به هدفی خاص و شناخت روشهای انگیزشی بسیار مهم است ، در این راستا به بررسی انگیزش و تئوریهای مربوط به آن می پردازیم .

۲-۱۲-۲-تئوریهای مربوط به انگیزش

تعریف انگیزش : تمایل به انجام کار است و در گرو توانائی فرد ، تا بدان وسیله نوعی نیاز تامین گردد . در اصطلاح فنی ما ، نیاز به نوعی کسر و کمبود روانی و فیزیولوژیک است که می تواند دستاورد خاصی را جذب نماید .

یک نیاز تامین نشده موجب ایجاد تنش می شود که آن نیز به سهم خود در فرد پویایی به وجود می آورد و او را به جهتی سوق می دهد . این پویش موجب جست و جو برای هدف خاصی می شود ، که اگر هدف تامین گردد می تواند نیاز را تامین کند و باعث کاهش تنش شود .

فرایند اصلی انگیزش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

نیازهای ارضا نشده >تنش>>انگیزه >کوشش رفتاری >نیازهای ارضا شده >کاهش تنش .

۲-۱۲-۲-۱-نظریه سلسله مراتب نیازها [۳۳]

یکی از مشهورترین نظریه های انگیزش نظریه سلسله مراتب نیازهای آبراهام مازلو است که می گوید : در درون هرانسان پنج دسته نیاز(به صورت طبقه بندی شده) وجود دارد این نیازها عبارتند از :

۱ فیزیولوژیکی،که شامل گرسنگی،تشنگی،پناهگاه وسایر نیازهای فیزیکی می شود .

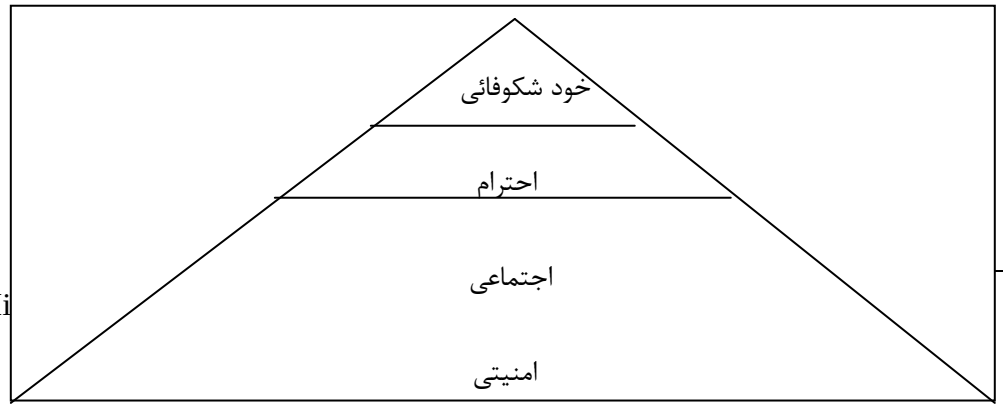
۲ ایمنی ،که شامل امنیت و محفوظ ماندن در برابر خطرات فیزیکی و عاطفی می شود،

۳ اجتماعی ، که شامل عاطفه ، تعلق خاطر و دوستی می شود .

۴ احترام ، که این نیاز به دو بخش تقسیم می شود : درونی و برونی . احترام درونی شامل حرمت نفس ،خود مختاری و پیشرفت ، و احترام برونی شامل پایگاه ، مقام ، شهرت و جلب توجه می شود .

۵ خود شکوفایی ، که در این نیاز شخص می کوشد تا همان چیزی شود که استعداد آن را دارد و آن شامل رشد و دستیابی به همان چیزهایی است که فرد بالقوه استعداد رسیدن به آنها را دارد و به اصطلاح خود شکوفا می شود .

نمودار ۲—۲- : سلسله مراتب نیازهای مزلو



[33]- Hi

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲-۱۲-۲-۲-تئوری X و تئوری Y

داگلاس مک گرگور دو دیدگاه تمایز از انسان ارائه کرد : یک دیدگاه اصولا منفی که آن را تئوری Xخواند و یک دیدگاه مثبت که آن را تئوری Yنامید .

مک گرگور پس از مشاهده نوع رفتار مدیران با کارکنان به این نتیجه رسید که یک مدیر از این دیدگاه به ماهیت نوع انسان توجه می کند که مفروضات خاصی را در نظر گرفته است و بر آن اساس رفتار خود را با زیر دستان تنظیم می نماید .

تئوری Xبر اساس مفروضات زیر قرار دارد و مدیر از این زاویه به کارکنان توجه می نماید :

۱ کارکنان به صورت فطری و طبیعی کار را دوست ندارند و در صورت امکان سعی می کنند از انجام آن اجتناب نمایند .

۲ از آنجا که کارکنان کار را دوست ندارند ، باید آنان را مجبور کرد و کنترل نمود و یا تهدید کرد تا بتوان به هدفهای مورد نظر دست یافت .

۳ کارکنان از بار مسئولیت شانه خالی میکنند ، لذا باید به صورت رسمی آنها را هدایت و رهبری کرد .

۴ بیشتر کارکنان امنیت را بالاتر از عوامل دیگر مربوط به کار قرار می دهند و هیچ نوع جاه طلبی و بلند پروازی ندارند .

تئوری Yبر اساس مفروضات زیر قرار دارد و مدیر از این دیدگاه به کارکنان نگاه می کند .

۱ کارکنان کار را امری طبیعی و همانند تفریح یا بازی می پندارند .

۲ کسی که خود را به هدف یا هدفهایی متعهد نموده است دارای نوعی خود رهبری و خود کنترلی می باشد .

۳ بیشتر افراد می توانند مسئولیت بپذیرند و حتی در پی پذیرفتن مسئولیتها برآیند .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۴ خلاقیت ، یعنی توانائی برای گرفتن تصمیمات خوب و بیشتر افراد جامعه دارای این ویژگی هستند ، این امر تنها از ویژگی مدیران نیست .

میتوان بین سلسله مراتب نیازهای مزلو و تئوری X و Y داگلاس مک گریگور ارتباط برقرار ساخت بدین صورت که افرادی که دارای خصوصیات X هستند (در تئوری مک گریگور) آنها را با افرادی که دارای نیازهای ارضا نشده رده پائین (منحنی مزلو) مقایسه کرد و نیز کسانی که خصوصیات Y هستند (در تئوری مک گریگور) میتوان آنها را با افرادی که دارای نیازهای رده بالا هستند (منحنی مزلو) مقایسه کرد .

۲-۱۲-۲-۳-تئوری بهداشت انگیزش

تئوری بهداشت انگیزش : [۳۴] به وسیله یک روان شناس به نام فدریک هرزبرگ ارائه شد . او اعتقاد داشت که برخی عوامل مثل حقوق ، سیاست ها ، سرپرستی ، روابط بین افراد و شرایط کاری عوامل بهداشتی هستند ، این عوامل چنانچه باشند موجب رضایت نمی شوند ولی نبود آنها موجب نارضایتی است .

عواملی نیز مثل موفقیت ، شهرت ، مسئولیت و رشد عوامل انگیزشی هستند ، اینها ویژگیهایی هستند که موجب پاداش باطنی کارکنان می شوند . وجود این عوامل در یک سازمان برای انگیزه دادن به پرسنل لازم است .

۲-۱۲-۳-تئوریهای نوین انگیزش

۲-۱۲-۳-۱-تئوری مبنی بر نیازهای سه گانه

دیوید مک کللند و تعداد دیگری از این پژوهشگران سه عامل انگیزشی ذی ربط یا نیاز را پیشنهاد نمودند . آنها عبارتند از

۱ نیاز به موفقیت[۳۵]

---

[34]- Motivation Hygiene Theory
[35]- need for Achievement

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

یعنی تلاش در راه درخشیدن و با توجه به رعایت استانداردهایی موفق شدن ودر راه موفقیت تلاش نمودن .

۲ نیاز به کسب قدرت و اعمال آن [۳۶]

یعنی صاحب قدرت افراد را وادار کند تا به گونه ای عمل نمایند که اگر غیر این میبود به شیوه دیگری رفتار می کردند .

۳ نیاز به ایجاد دوستی[۳۷]

یعنی تمایل به کسب حمایت و ایجاد روابط صمیمی با دیگران .

۲-۱۲-۳-۲-نظریه تعیین هدف[۳۸]

سازمان های که دارای اهداف مشخصی هستند دارای انگیزش و موفقیت بیشتری هستند در ضمن چنانچه افراد در تعیین هدف سهیم باشند دارای انگیزش بیشتری نیز خواهند بود وأن سازمان دارای موفقیت بیشتری خواهد بود .

۲-۱۲-۳-۳- تئوری تقویت رفتار [۳۹]

تئوری تقویت رفتار ، نقطه مقابل نظریه تعیین هدف است . این نظریه معتقد است که باید با توجه به شرایط رفتاری را که مد نظر ماست باید تقویت کنیم . بنا بر این آنچه موجب کنترل رفتار می شود باید تقویت شود. خلاصه (رابینز ، ۱۳۸۴ ، ۷۲)

۲-۱۲-۳-۴-نظریه انتظار[۴۰]

نظریه انتظار، از ویکتور روم ، میگوید رفتار هر فرد بر اثر انتظار فرد از پیامد آن عمل است این نظریه شامل سه متغیر یا رابطه می گردد . آنها از این قرارند :

---

[36] -Need for Power
[37]- Need for Affiliation
[38]- Goal selling theory
[39]- rein forcement theory
[40]- Expectancy Theory

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

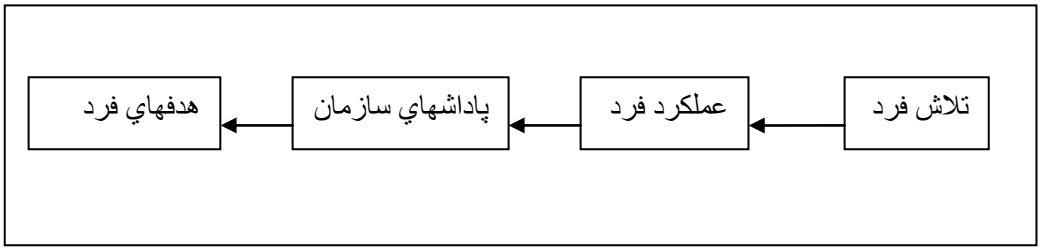
۱ اهمیت . یعنی اهمیتی که فرد به نتیجه ، دستاورد یا پاداش بالقوه ای می دهد که در اثر انجام کار مزبور به دست میآید . در این فرایند نیازهای ارضا نشده فرد مورد توجه قرار میگیرد .

۲ رابطه بین عملکرد و پاداش . میزان یا حدود باور فرد ، مبنی بر اینکه سطح معینی از کار به نتیجه ، دستاورد یا پاداش مورد نظر می انجامد .

۳ رابطه بین تلاش و عملکرد . از نظر یا دیدگاه فرد ، مقدار کوشش یا تلاشی است که احتمالا به عملکرد معینی بینجامد .

با وجود اینکه این نظریه اندکی مبهم و پیچیده است ولی واقعیت این است که تجسم آن چندان مشکل نمی باشد . میزان تولید مورد نظر فرد ، در هر زمان مشخص ، به هدف خاصی او و پنداشت یا برداشت وی از ارزش نسبی عملکرد (طی مسیر خاصی که به هدف مزبور می انجامد) بستگی دارد.

نمودار ۲-۳- : الگوی انتظار



نمودار فوق الگوی ساده انتظار است . خلاصه (رابینز ، ۱۳۸۴ ، ۷۲)

۲-۱۲-۳-۵-نظریه برابری[41]

در ویرایش جدید نظریه برابری که بوسیله آدامز ارائه شده است، چنین اظهار می شود که افراد "دریافتی خود" را با "دریافتی دیگران از سازمان"، مقایسه می کنند؛ اگر با این مقایسه به این نتیجه برسند که برخورد سازمان با کارکنان به طور نسبی غیر منصفانه است، احساس بی عدالتی کرده، برای کاهش این بی عدالتی تلاش می کنند.

41 - equity theory

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

البته افراد می پذیرند که کارکنان توانمندتر، در یافتن بیشتری داشته باشند، مشروط بر آنکه کار بیشتری را انجام دهند یا برای انجام کار (از حیث سطح دانش و تجربه) واقعاً آماده تر باشند.

(وبلاگ http://athir.blogfa.com/post-165.aspx)

جدول ۲-۱: خلاصه تئوریهای مربوط به نیاز و انگیزش

جدول خلاصه مکاتب و تئوریهای مربوط به نیاز و انگیزش			
ردیف	نام تئوری یا مکتب	نام نظریه پرداز	چکیده
1	مکتب روابط انسانی	التون مایو	توجه به کار گروهی و تیمی و تشریک مساعی بین افراد ، روابط دوستانه و توجه و علاقه سرپرستان به کارگران
2	انگیزش	فروید	انگیزش تمایل به انجام کار است و در گرو توانائی فرد است. نیازهای ارضا نشده >تنش >کوشش رفتاری >نیازهای ارضا شده >کاهش تنش
3	سلسله مراتب نیازها	آبراهام مزلو	تقسیم بندی نیازهای انسان به ۵ دسته :۱- فیزیولوژیک ۲-ایمنی ۳-اجتماعی ۴-احترام ۵-خود شکوفائی
4	تئوری X وY	داگلاس مک گریگور	انسآنها ۲دسته هستند Xیا منفی که نیازهای طبقه پایئین بر آنها حاکم است و انسآنهای Y یا مثبت که نیازهای رده بالا بر آنها حاکم است که باید براساس تقسیم بندی آنها باید بر آنها مدیریت کرد
5	بهداشت ، انگیزش	فدریک هرزبرگ	عوامل بهداشتی در صورتی که باشند رضایت ایجاد نمیکنند ولی نبود آنها موجب نا رضایتی است مثل سیاست ،سرپرستی ، روابط بین افراد، شرایط کاری ، و حقوق و... عوامل انگیزشی مثل موفقیت ، شهرت ، ومسئولیت عواملی هستند موجب انگیزش برای کارکنان است

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

6	نیازهای سه گانه	دوید مک کللند	1 نیاز به کسب موفقیت ۲-نیاز به کسب قدرت و کسب آن ۳-نیاز به ایجاد دوستی
7	تعیین هدف	پیتر دراکر	تعیین هدف می تواند عامل حرکت افراد به سوی هدف باشد و عامل انگیزه
8	تقویت رفتار	اسکینر	رفتار تابع نتایجی است که به دست می اید بر خلاف تئوری تعیین هدف که محیط را عامل اصلی می داند
9	برابری	آدامز	کارکنان در سازمان میزان داده هاو ستاده های خود را با داده های وستاده های دیگران مقایسه می کنند و اگر اجحافی ببینند دچار تنش و فشار روانی می شوند
10	انتظار	ویکتور ورم	عمل در گرو انتظار فرد از پیامد آن است . برای درک فرد از پیامد عمل ۳عامل مهم است ۱-اهمیت نیاز ارضا شده ۲- رابطه بین عملکرد و پاداش ۳- رابطه بین تلاش و عملکرد

بخش چهارم : پیشینه ی پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته

۲-۱۳-پیشینه ی پژوهش ها و مطالعات انجام گرفته

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

پژوهشگران بسیاری به مساله رضایت مشتری در سطوح و در زمینه‌های مختلف پرداخته‌اند که از جمله این پژوهش‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

پژوهش ها ی خارجی :

- HADIYAN M.,JALILVAND M.,SALARIFAR M.H.,SALEHI MANSOUR-2006

A STUDY OF FACTORS AFFECTING CLIENT SATISFACTION WITH CONSULTATIVE SERVICES.

- هادیان ، جلالوند ، سالارفر ، صالحی ، ۲۰۰۶

بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتریان با خدمات مشاوره ای

- GHASEM-SANI GH.R,NAMAZI M -2004

A NEW METHOD FOR SOLVING CONSTRAINT TISFACTION PROBLEMS.

- قاسمی ، نمازی ، ۲۰۰۴

روش جدید برای حل مشکل محدودیت رضایت

- AHMADINEZHAD Z.,ZIEAEI V.,MORRAVEDGI A.-2002

A SURVEY ON STUDENT"S SATISFACTION OF CLINICAL EDUCATION AND ITS RELATED FACTOR.

- احمدیانی زاده ، ضیائی ، راویدجی ، ۲۰۰۲

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بررسی آموزش عملی کلینیکی بر میزان رضایت دانشجویان

- FATTAHI Z.,JAVADI Y.,NAKHAEI N-2004

A SURVEY ON DENTISTRY STUDENTS' SATISFACTION WITH THEIR DISCIPLINE AND SOME OF THE RELATED

- فتاحی ، جوادی ، نکایی ، ۲۰۰۴

بررسی رابطه بین نظم دانشجویان و عوامل مربوط به آن بر رضایت دانشجویان دندانپزشکی

- Hollis landrum , victor prybutok,Xiaoni zhang, Daniel Peak

Measuring IS System service Quality with

SERQAL : Users perceptions of relative Importance of the Five SEVPERF Dimensions .

پژوهش های فارسی :

- تورج صادقی

میزان آشنایی و رضایتمندی مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک در ایران(۱۳۸۷)

مجله مدیریت بازاریابی ، دانشگاه آزاد اسلامی، پیش شماره۴

خلاصه:

روش پژوهش به کار رفته در این مقاله توصیفی و از نوع پیمایشی است و پرسشنامه ای به روش سرکوال بین ۳۵ نفر توضیع شده است که از دستگاه های خود پرداز استفاده کرده اند و رضایت آنها سنجیده شده و عوامل موثر بر رضایت نیز شناسائی شده است در مورد

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

سهولت استفاده ، نداشتن محدودیت مکانی و امنیت رضایت وجود داشته ولی در مورد سرعت و نداشتن محدودین زمانی نمی توان گفت که رضایت وجود داشته .

- دکتر بامداد صوفی ، مصطفی راوند

انداره گیری رضایت مشترکین از کیفیت برق بر اساس مدل تلفیقی کانو- سرکوال (مطالعه موردی)

خلاصه :

در این پژوهش ضمن تاکید بر نوآوری و اهمیت رضایت مشتری در ۲بخش به بررسی موضوع سنجش رضایت مشتری می پردازد . بخش اول مدل سرکوال- مدل کانو که یکی از مدلهای معروف سنجش رضایت است مطرح می شود .

در بخش دوم روش شناسی سنجش رضایت مشتری بر اساس مدل تلفیقی اشاره شده در شرکت نیروی برق شمال تهران تشریح می شود و در نهایت نتیجه گیری و پیشنهادات لازم ارائه می شود

- رنجبریان بهرا م، رشید کابلی مجید ، حق شناس اصغر ، یاوری زهرا (۱۳۸۱) . پژوهشنامه بازرگانی زمستان:

بررسی رضایت مشتری از کیفیت خدمات پس از فروش مورد مطالعه: شرکت زیراکس در استان اصفهان

خلاصه:

در این پژوهش به مشتریان شرکت زیراکس در استان اصفهان به روش تصادفی مشتریان این شرکت نمونه گیری شده اند و کیفیت خدمات مورد سنجش قرار گرفته است . درک مشتری از کیفیت خدمات ، برخورد کارکنان و هزینه ارائه خدمات مورد بررسی قرارا گرفته است که در نهایت رضایت مشتری تائید شده است .

- خشجان احمد,محمدی رخشنده , تمدن فر مهر آسا,حسینی فاطمه (۱۳۸۴) ، فصلنامه پرستاری ایران بهار و تابستان:

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بررسی رضایت مندی مراجعین بخش اورژانس از خدمات بهداشتی درمانی

خلاصه :

بخش اورژانس با توجه به اینکه با نجات انسانها سرو کار دارد از اهمیت ویژه ای برخوردار است .

این پژوهش مقطعی برای سنجش رضایت مراجعین اورژانس انجام گرفته است که در آن ۷۵۹ نفر مورد سنجش قرار گرفته اند . نمونه گیری به روش طبقه ای انجام گرفته است و با پرسشنامه کای دو میزان رضایت از خدمات ارائه شده و امکانات سنجیده شده و نیز رضایت همراهان نیز مورد سنجش قرار گرفته .

- جعفری فرهاد , زایری فرید , جوهری زهرا , رمضان خانی علی , سیاح ایران زهرا(۱۳۸۵) گروه بهداشت و پزشکی اجتماعی، دانشکده پزشکی، دانشگاه شاهد:

بررسی رضایت مندی و عوامل موثر بر آن در مراجعه کنندگان مراکز بهداشتی درمانی

خلاصه:

باتوجه به اهمیت رضایت خدمات گیرندگان این پژوهش بر اساس روش توصیفی تحلیلی و از نوع مقطعی به سنجش رضایت خدمات گیرندگان پرداخته است و ۲۸۰ نفر از مراجعه کننده گان به ۸ مرکز منخب در مراکز دانشگاه شهید بهشتی تهران مورد سنجش قرار گرفته اند و اطلاعات با نرم افزار SPSS و ازمونهای مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند .

- بهلکه طاهر, حمیدی مهرزاد , گودرزی محمود، پاییز ۱۳۸۷ دانشگاه آزاد، واحد گرگان

بررسی عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان استخرهای سرپوشیده خصوصی

خلاصه :

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

با توجه به اهمیت رضایت مشتری در دنیای ورزش عوامل موثر بر رضایت مشتری در استخرهای سرپوشیده بررسی شده . که با توجه به منابع موجود و پرسشنامه رضایت مشتری و ویژگی استخرها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است که با آزمون دو جمله ای مورد سنجش قرار گرفته است که برای آزمون فرضیات از توضیع استفاده شده است . در این پژوهش رابطه بین بهداشت ، امور ایمنی ، امکانات و تجهیزات با رضایت مشتری اثبات شده است .

- دل خواه علی , دیوانداری علی(زمستان ۱۳۸۴)، پژوهشنامه بازرگانی:

تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه گیری رضایت مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن

خلاصه :

یکی از مهمترین شاخص ها جهت بهبود عملکرد بانکها سیستم پیاده سازی سیستم سنجش رضایت مشتری است . در این پژوهش با تلفیق مدلهای سنجش رضایت مشتری یک مدل جامع طرح شده است که با یک مدل ریاضی جدید به این موضوع پراخته است که رضایت مشتریان بانک ملت در این پژوهش مورد سنجش قرار گرفته است .

- حکمت نیا حسن , موسوی میر نجف ، (بهار و تابستان۱۳۸۶):

سنجش میزان و عوامل موثر بر رضایتمندی شهروندان از عملکرد شهرداری مطالعه موردی؛ شهر یزد ، جغرافیا و توسعه

خلاصه :

در این پژوهش عوامل موثر بر رضایت شهروندان از شهرداری یزد مورد بررسی قرار گرفته است و میزان رضایت شهروندان نیز اندازه گیری شده است .

در این پژوهش ۳۸۴ سرپرست خانوارمورد سنجش قرار گرفته اند ، روش نمونه گیری خوشه ای توام با تصادفی ساده انتخاب شده است . یافته های پژوهش میزان رضایت شهروندان را متوسط به پائین نشان می دهد .عوامل موثر بر رضایت شامل ، رضایت اجتماعی ، آگاهی اجتماعی ، مشارکت شهروندی ، سن ، وضعیت اجتماعی و اقتصادی بوده است .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- شربت اوغلی احمد, اخلاصی امیر ، (دانش مدیریت تابستان ۱۳۸۷)دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، ایران:

طراحی مدلی برای سنجش رضایت مندی مشتریان در صنعت بانکداری توسعه ای و اندازه گیری رضایت مندی مشتریان بانک صنعت و معدن بر اساس آن

خلاصه :

شاخص رضایت مشتری امروزه در تمام کشورها ی دنیا اهمیت بسزائی پیدا کرده است . این پژوهش برای سنجش رضایت مشتری در صنعت بانکداری انجام گرفته است و در پی شناسائی عوامل موثر بر رضایت مشتریان می باشد و کیفیت خدمات ، ویژگی خدمات و فرایند دسترسی به خدمات به عنوان ابعاد اصلی مدل سنجش رضایت در نظر گرفته شده و تجزیه و تحلیل داده های به دست آمده انجام گرفته است .

- احمدی پرویز,پوراشرف یاسان اله (۱۳۸۶) گروه مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران:

مسیر رضایتمندی مشتری در بانکهای تجاری

خلاصه : رضایت مشتری در بخش خدمات عامل موفقیت آن سازمان به شمار می آید زیرا سود آوری شرکت وابسته به رضایت مشتری می باشد ، بنا بر این بانکها باید مسیر رضایت مشتری را شناسائی کنند تا با استراتژی مناسب به موفقیت دست یابند . در این مدل مشتری ارزیابی کلی را بر اساس رفتار کارکنان ، نتیجه کار و فرآیند کار انجام میدهد .

آگاهی از رضایت مشتری با بازخورد مستمر صورت می گیرد . گرفتن بازخورد و دخالت دادن انتظارات مشتری در تصمیمات بانکها باعث افزایش رضایت مشتری می شودو توجه به رفتار کارکنان نیز اهمیت بسزائی دارد .

- حاجی عزیزی بیژن ، دانشور(دی ۱۳۸۰) ، دانشکده ادبیات دانشگاه بوعلی سینا:

روش های جبران خسارت در مسئولیت مدنی

خلاصه : روش های جبران خسارت درمسئولیت مدنی باتوجه به خسارتهای گوناگون و روشهای مختلفی دارد . این پژوهش به بررسی انواع روشهای جبران خسارت می پردازد و به

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

روشهای اسلامی و بین المللی و سایر کشورها توجه شده است و پس از بررسی مزایا و معایب دو روش جبران خسارت (جبران عینی و بدلی)جایگاه آن را در ایران و فقه اسلامی و برخی کشورها ی خارجی و رویه های بین المللی مورد توجه قرار می دهد .

- علی‌اکبر سجادی،(۱۳۷۵)،دانشگاه تهران:

بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتری و افزایش فروش فروشگاههای زنجیره‌ای رفاه استان تهران

خلاصه : با توجه به اینکه علت وجود یک سازمان مشتری می باشد و بدون توجه به رضایت مشتری ادامه حیات یک سازمان منتفی می باشد بنا براین توجه به خواست های و رضایت مشتری اهمیت بسزائی دارد .

فرضیات پژوهش شامل : قیمت ، برخورد و رفتار مناسب با مشتری ، تنوع و جور بوده کالا و خدمات متنوع می باشد که بر فروش تاثیر زیادی دارند .

در این پژوهش همچنین به موضوعات شبکه توضیع ، رفئار ، خرید ، رضایت مشتری ، فروشگاههای زنجیره ای و نقش آنها درتوضیع بحث شده است وسپس داده هامورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است .

- جلیل مبشری،(۱۳۷۷)،دانشگاه فردوسی مشهد :

بررسی سطح رضایتمندی بیمه‌گذاران زیان دیده در بیمه‌های اتومبیل " CSM در بیمه‌های اتومبیل

خلاصه : در این پژوهش شاخص های رضایت مندی که رضایت مشتری با آنها سنجیده شده عبارتند از : رفتار مناسب ، ارتباط موثر ، کیفیت خدمات ارائه شده ، خسارت دریافتی وحق بیمه پرداختی می باشند .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

در این پژوهش ارتباط بین افزایش و کاهش حق بیمه با خسارت پرداختی ثابت شده است و از بین شرکت های بیمه ، بیمه دانا و ضعیت بهتری داشته است نسبت به سایر شرکت های بیمه .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل سوم

روش شناسی پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

چکیده فصل سوم : روش شناسی پژوهش

این پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی است و از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی است .جامعه آماری پژوهش مدیران و ناجیان استخرهای استان کرمانشاه می باشند که از سال ۱۳۸۲تا سال ۱۳۸۹بیمه گذار بیمه دانا در شعبه کرمانشاه بوده اند که از این میان ۲۱ نفر به عنوانه نمونه آماری انتخاب شده اند .

روش گرد آوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای ، پرسشنامه و جمع آوری اسناد و مدارک بوده است .

برای تهیه پرسشنامه با بررسی متون و پایه های نظری موضوع پژوهش و توجه با شاخص های مختلف پرسشنامه اولیه طراحی شده و با توجه به نظر اساتید راهنما و مشاور تغیراتی برای انطباق با جامعه آماری به آنها داده شده است.

ارزیابی سوال های پرسشنامه با مقیاس پنج درجه ای لیکرت انجام گرفته است و برای تامین روائی پرسشنامه به ادبیات نظری موضوع توجه شده است و نیز از نظر خبرگان و اساتید راهنما و مشاور استفاده شده است . و رسائی و وضوح آن از تعدادی از اعضا جامعه آماری نظر سنجی شده است .

برای تعیین اعتبار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که با توجه به اینکه ضریب آلفای هفت پاره تست پرسشنامه بیشتر از ۷۰٪ مشاهده شده است بنا بر این اعتبار پرسشنامه مورد تایید قرار گرفته است .

برای گرد آوری و توصیف بیان مقداری آماری اطلاعات از آمار توصیفی استفاده شده و فرضیه های پژوهش با تجزیه و تحلیل استنباطی مورد آزمون قرار گرفته اند ، که با توجه به نوع متغیرها از آزمون های آماری مقایسه میانگین یک متغیری استفاده شده است . بررسی و آزمون فرضیه های پژوهش با نرم افزار SPSSانجام گرفته است .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۳- فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۳-۱- مقدمه

پژوهش یک فرآیند پیچیده شامل مجموعه ای منظم از اعمال ویژه همراه با کاربرد فنون خاص به منظور پاسخ گویی به یک سوال معین است . در پژوهش‌های مبتنی بر عملیات میدانی و پیمایشی، لازم است که روش، نوع و فرآیند پژوهش و نیز جامعه آماری به طور واضح و شفاف تعریف گردد، زیرا هر بررسی و مطالعه‌ای، فرآیند ویژه و منحصر به فرد خود را می‌طلبد. پژوهشگر، پیش از هر اقدامی، شایسته است، با توجه به ماهیت و محتوای موضوع مورد مطالعه، روش و نوع پژوهش و جامعه آماری را تعیین کند، تا در همان گام نخست، با شناخت و بینش عمیق، روش پژوهش مناسبی را انتخاب نماید ، تا بدین ترتیب ، پژوهش به نحو شایسته صورت پذیرد . روش‌شناسی مهارت و شیوه‌های گوناگون برای پژوهش است و مجموعه‌ای از فنون و مهارت‌هایی است که از طریق آنها می‌توان پدیده‌ها و موضوعات را در حوزه‌های مختلف علوم پژوهش کرد . اتخاذ و کاربرد روش پژوهش صحیح که با ماهیت و ویژگی های پژوهش مطابقت داشته باشد، می تواند تلاش های پژوهشی را به نتیجه برساند.

هدف این فصل، ارائه روش و فرآیند پژوهش است. بنابراین، در این فصل جزئیات فرآیند و روش پژوهش بیان می گردد. ابتدا، با توجه به هدف پژوهش و نحوهٔ جمع آوری داده ها، نوع و روش پژوهش تعیین می گردد، سپس ابزار جمع آوری داده، جامعه آماری، روش نمونه گیری، حجم نمونه و اعتبار و روایی ابزارهای پژوهش مشخص و در پایان، روش های تجزیه و تحلیل داده و آزمون فرضیه بیان می گردد.

۳-۲- روش پژوهش

روش پژوهش در این پژوهش روش توصیفی و از نوع پیمایشی است و از نظر ارتباط بین متغیرها از نوع همبستگی است زیرا میخواهد وجود ارتباط بین متغیر مستقل و وابسته را مورد آزمون قرار دهد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۳-۳- قلمرو مکانی پژوهش (جامعه آماری)

قلمرو مکانی پژوهش استخرهای استان کرمانشاه ، جامعه آماری شامل مدیران و ناجیان استخرهای استان کرمانشاه است که از سال ۱۳۸۲ تا سال ۱۳۸۹ بیمه گذار بیمه دانا در شعبه کرمانشاه بوده اند .

۳-۴- نمونه و روش نمونه گیری پژوهش

در معنای کلی هر جزء یا نسبتی از جامعه را می‌توان نمونه خواند، خواه معرف باشد یا نباشد، و به هر روشی که انتخاب شده باشد. در پژوهش‌های علمی به بخشی از جامعه که معرف یا نماینده واقعی آن جامعه است و همه ویژگیهایی را که از لحاظ موضوع پژوهش مهم تلقی می‌شود به تناسب دارا باشد و بتوان از راه مشاهده و تجزیه و تحلیل اطلاعات و براساس اصول و قواعد معین این ویژگیها و مشخصات جامعه را استنباط کرد، نمونه گفته می‌شود. (هومن، ۱۳۷۴، ۱۵۲) واحدهای نمونه گیری مجموعه عنصرهایی از جامعه هستند که اجتماع آنها کل جامعه را تشکیل می دهند. بنابراین واحد نمونه پژوهش حاضر را افراد تشکیل می دهند. با توجه به اینکه مدیران و ناجیان استخرها انتخاب شده است .

به عبارتی تعداد جامعه آماری ۹۵ نفر بوده اند که از میان آنها ۲۱ نفر با استفاده از فرمول کرکران و به روش تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند و پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفته است که با تکمیل پرسشنامه در عضویت نمونه نهایی پژوهش درآمده اند .

۳-۵- ابزارهای جمع آوری داده های پژوهش

یکی از مهمترین و حساسترین مراحل پژوهش ، گردآوری اطلاعات است. روش گردآوری اطلاعات متاثر از ماهیت موضوع و متغیرهای مورد مطالعه و دقت یافته ها نیز متاثر از مقیاس و شیوه اندازه گیری است. اصلی ترین روش ها و ابزارهای جمع آوری داده ها را اسناد و مدارک، مشاهده،

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مصاحبه و پرسشنامه تشکیل می دهد. در پژوهش حاضر از دو ابزار اسناد و مدارک و پرسشنامه استفاده شده است.

۳-۵-۱ اسناد و مدارک: اسناد و مدارک شامل آمارها و اسناد مکتوب به صورت کتب و مجلات و سایر مکتوبات است. مطالعه کتابخانه ای یکی از روش های معمول برای دستیابی به یافته ها و یکی از اساسی ترین مراحل در جمع آوری اطلاعات برای پژوهش است. در پژوهش حاضر از مطالعه کتابخانه ای برای گردآوری اطلاعات در زمینه ادبیات و پیشینه پژوهش و طراحی پرسشنامه استفاده شده است.

۳-۵-۲ پرسشنامه: پرسشنامه یکی از ابزارهای کسب اطلاعات در پژوهش های پیمایشی است که داده‌ها را به طور مستقیم گردآوری می نماید. در پژوهش حاضر به منظور اندازه گیری متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استفاده شده و در این راستا ابتدا از طریق بررسی متون در زمینه پایه های نظری موضوع پژوهش ، شاخص های مختلف گردآوری شده و براساس محتوای موضوع، پرسشنامه اولیه طراحی شده است.به عنوان مثال از پرسشنامه استانداردی که هالیس لاندورم [۴۲] و دیگران استفاده کرده اند برای سنجش سیستم کیفیت خدمات ، و پژوهش های دیگری که در این زمینه استفاده شده پرسش های اصلی طرح شده و با توجه به نظر اساتید راهنما و مشاور تغیراتی برای انطباق با جامعه آماری به آنها داده شده .پژوهش دارای ۵۰ سوال است و تعداد ۶ سوال در زمینه ویژگی های فردی و جمعیت شناختی طرح شده است. متغیرهای اصلی پژوهش را هفت متغیر: شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس، مسئولیت اجتماعی، رضایت مشتریان و قیمت تشکیل می دهند که هر یک از آنها دارای چند شاخص یا گویه هستند. در جدول شماره ۳-۱ به متغیرهای اصلی و سوالات و تعداد آنها اشاره شده است.

---

[42] - Hollis landrum

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

جدول شماره ۳-۱: اطلاعات مربوط به متغیرهای اصلی، شماره و تعداد سوال

متغیر اصلی	شماره سوال	تعداد
شالوده خدمت	۱ تا ۹	۹
عوامل انسانی عرضه کننده خدمت	۱۰ تا ۱۸	۹
عوامل غیر انسانی	۱۹ تا ۲۵	۷
ابعاد قا بل لمس	۲۶ تا ۳۲	۷
مسئولیت اجتماعی	۳۳ تا ۳۶	۴
رضایت مشتریان	۳۷ تا ۴۶	۱۰
قیمت	۴۷ تا ۵۰	۴
جمع		۵۰

۳-۶- مقیاس و طیف ابزار اندازه گیری پژوهش

برای اندازه گیری واحدهای نمونه، تهیه ابزار اندازه گیری و مشخص کردن روشهای اندازه گیری از اهمیتی خاص برخوردار است. در پژوهش هائی که از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده می‌شود، پاسخ‌گویان با تکمیل پرسشنامه‌ها در مصاحبه‌ای که خود اجرای آن را بر عهده داشته‌اند، شرکت می‌کنند. به همین دلیل سؤال‌های مربوط به پرسشنامه باید کاملاً روشن و قابل فهم باشد تا پاسخگو بتواند نقش مصاحبه‌کننده را نیز اجرا کند. در این پرسشنامه دو گونه سوال: ۱) سؤال‌های شناسایی و ۲) سؤال‌های اصلی بکار رفته است. هدف از سؤال‌های شناسایی، سؤال‌هایی است که در باره هویت پاسخگو مطرح شده است که این سؤال‌ها بر اساس هدف و نیاز پژوهش انتخاب شده است و شامل شش سوال در زمین های جنسیت ، نوع بیمه نامه ، تعداد سال

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

های اخذ بیمه نامه از بیمه دانا ، میزان تحصیلات ، سن و برخورد یا عدم برخورد با خسارت ، که با مقیاس اسمی اندازه گیری شده است. سؤال‌های اصلی ۵۰ گویه است که هدف آنها ارزیابی عوامل رضایت مشتری با مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت است . ترتیب منظم مقیاس طیف لیکرت در این پژوهش ، از خیلی کم تا خیلی زیاد مرتب گردیده و به این ترتیب پاسخ های مثبت دارای امتیاز بیشتری می باشند. در جدول شماره ۳-۲ به پاسخ پیشنهادی و نمرات اختصاص یافته اشاره شده است. نحوه اجرای پرسشنامه به‌صورت خود ایفا است. به این معنا که پرسشنامه در اختیار واحد های آماری قرار گرفته است که اقدام به پر کردن پرسشنامه نموده اند.

جدول شماره ۳-۲: مقیاس اندازه گیری و شیوه نمره گذاری پاسخ های انتخاب شده

	پاسخ پیشنهادی				
گویه پرسشنامه	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	خیلی کم
نمره مطابق با پاسخ	۵	۴	۳	۲	۱

۳-۷- اعتبار[۴۳] ابزار اندازه گیری پژوهش

پرسشنامه حاوی سؤال‌هایی در باره متغیرهای مورد سنجش در جامعه مورد مطالعه است . این سؤال‌ها که هر یک بر یکی از ابعاد موضوع مورد مطالعه تمرکز دارد که باید به گونه‌ای طراحی شود که کلیه اطلاعات مورد نظر، دریافت شود. اگر در طرح سؤال‌های پرسشنامه این اصل رعایت شود، پرسشنامه از اعتبار لازم برخوردار خواهد بود و از به کار بردن سؤال‌های ب ی ارتباط و اضافی خودداری می‌شود. در پرسشنامه‌ایی که همه پاسخ‌های احتمالی پاسخگو در آن از پیش تعیین شده است و برای هر سؤال تعدادی پاسخ به صورت بسته در نظر گرفته شده و پاسخگو را به انتخاب پاسخ‌های از پیش طراحی شده محدود می‌کند ممکن است گزینه‌های طراحی شده ناکافی باشد و پاسخگو را به ارائه پاسخ‌های مقبول ترغیب کند. بنابراین آزمون در صورتی دارای روایی است که

43 - Validity
این واژه تحت عنوان روائي نيز به وسيله برخي نويسندگان بكار رفته

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

آنچه را که مورد نظر است به دقت اندازه گیری کند. (مارنات، ۱۳۷۵، ۴۷) به بیان دیگر منظور از روائی این است که مقیاس و محتوای ابزار یا سؤالهای مندرج در ابزار دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد. (بست، ۱۳۷۴، ۲۰۰) یعنی سوالات جامع و مانع باشد. برای تامین روایی پرسشنامه در هنگام طراحی به ادبیات نظری موضوع مراجعه شده و با تعیین متغیرهای مناسب ، شاخص ها و نشانگرهای مناسب و مرتبط با متغیر انتخاب شده است. همچنین در بررسی روایی پرسشنامه اولیه از خبرگان و دیدگاه اساتید راهنما و مشاور استفاده شده است. در کنار این بررسی ها از تعداد محدودی از اعضای جامعه آماری در مورد درجه وضوح و رسائی پرسشنامه نظر سنجی شده است که همه پرسش ها بدون ابهام تشخیص داده شده است. بنابراین براساس شواهد اشاره شده در بالا روایی محتوایی و قضاوتی پرسشنامه تائید شده است.

۳-۸- قابلیت اعتماد[۴۴] ابزار اندازه گیری پژوهش

اعتبار یا اعتماد پذیری ابزار، میزان پایائی و سازگاری آن را در اندازه‌گیری یک مفهوم نشان می‌دهد. (سکاران، ۱۳۸۰، ۲۲۷) برای بررسی اعتبار پرسشنامه پژوهش حاضر از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است . آلفای کرونباخ هر یک از هفت پاره تست پرسشنامه بیشتر از ۰/۷۰ مشاهده شده است. با توجه به اینکه ضرایب آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷۰ است، بنابراین اعتبار پرسشنامه تائید شده است. نتایج اعتبار در جدول شماره۳-۳ نشان داده شده است.

جدول شماره ۳-۳: ضرایب اعتبار کل پرسشنامه و پاره پرسشنامه های بکار رفته در پژوهش

متغیر اصلی	تعداد سوال	تعداد پاسخگو	ضریب آلفا	نتیجه بررسی
شالوده خدمت	۹	۲۱	۰/۸۵۶	پاره تست دارای اعتبار
عوامل انسانی عرضه	۹	۲۱	۰/۸۴۹	پاره تست دارای اعتبار
عوامل غیر انسانی	۷	۲۱	۰/۸۰۴	پاره تست دارای اعتبار
ابعاد قا بل لمس	۷	۲۱	۰/۸۱۵	پاره تست دارای اعتبار

44- Reliability
در فارسي معادل هاي چندي براي اين واژه به كار برده شده است از جمله مي توان به پايائي، ثبات و اعتبار اشاره كرد

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مسئولیت اجتماعی	۴	۲۱	۰/۷۳۷	پاره تست دارای اعتبار
رضایت مشتریان	۱۰	۲۱	۰/۸۹۸	پاره تست دارای اعتبار
قیمت	۴	۲۱	۰/۷۳۰	پاره تست دارای اعتبار

۳-۹- روش تجزیه و تحلیل داده ها

علم آمار در تمام آن دسته از فعالیت های بشری که در آنها، ادعاها و طبقه بندی اطلاعات مبتنی بر شواهد تجربی است ، حضور دارد . به عبارت دیگر آمار علم جمع آوری، تلخیص، رده بندی و ارزیابی نتایج همراه با استنباط است. با استفاده از روش های آماری می توان از روی نمونه، نتیجه گیری های معتبری در مورد جامعه به عمل آورد. روش های آماری به دو بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی تقسیم می شود. آمار توصیفی، مجموعه ای از روش هاست که برای گردآوری، توصیف و بیان مقداری اطلاعات مربوط به جامعه های مورد مطالعه به کار می رود . آمار استنباطی برای استنباط خصوصیات یک جامعه آماری از روی نتایج یک نمونه که از آن جامعه انتخاب می شود به کار می رود. آمار استنباطی امکان می دهد تا جنبه های مورد نظر جامعه های بزرگ آماری، از روی نمونه های نسبتاً کوچکی که نماینده آن جامعه هستند، توصیف شوند. در تجزیه و تحلیل توصیفی این پژوهش با استفاده از جداول فراوانی نحوه توزیع فراوانی ویژگی های فردی گروه نمونه و نحوه توزیع فراوانی پاسخ های پاسخگویان و شاخص های آماری متغیرهای پژوهش نشان داده است. با استفاده از تجزیه و تحلیل استنباطی ، فرضیه های پژوهش مورد آزمایش قرار گرفته است که با توجه به نوع متغیرها از آزمونهای آماری مقایسه میانگین یک متغیری استفاده شده است.

۳-۹-۱- آزمون کالموگروف - اسمیرنف[۴۵]: یکی از مفروضه های بنیادی آزمون های پارامتریک نرمال بودن توزیع متغیر است. البته رعایت این مفروضه الزامی نیست و با بزرگ بودن حجم نمونه و نبود چولگی شدید، می توان از آن صرف نظر کرد. برای آزمون توزیع متغیرها از آزمون کالموگروف-اسمیرنف استفاده شده است. در این آزمون ها فرضیه صفر بیانگر "نرمال بودن توزیع " و فرضیه

45 - Kolmogorov-Smirnov

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مخالف بیانگر "نرمال نبودن توزیع" است. تصمیم گیری در مورد رد یا پذیرش آزمون با توجه به سطح معنی داری محاسبه شده انجام می گیرد. سطح معنی داری محاسبه شده بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر رد نشده و نتیجه گیری می شود که توزیع نرمال است.

۳-۹-۲- آزمون مقایسه میانگین یک متغیری (آزمون t تک نمونه[۴۶]): برای مقایسه میانگین مشاهده شده متغیرهای مورد مطالعه پژوهش با میانگین نظری، از آزمون آماری t تک نمونه استفاده شده است. برای استفاده از آزمون پارامتریک تک نمونه ای t نیاز به شرایط و مفروضه هایی است که عبارتند از: ۱) مقیاس اندازه گیری فاصله ای باشد. ۲) متغیر توزیع نرمال داشته باشد. البته با یک نمونه متوسط و بزرگتر می توان از این مفروضه صرف نظر کرد و نتایج قابل اتکا است. اگر توزیع غیر نرمال باشد، نمونه بزرگتری برای ایجاد نتایج نسبتاً معتبر مورد نیاز است. ۳) نمونه تصادفی و نمرات مستقل و ناسازگار باشد. (هومن، ۱۳۷۳، ۲۳۲) تابع آماری آزمون t تک نمونه به صورت زیر است.

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{S\bar{x}/\sqrt{n}}$$

در صورتیکه که قدر مطلق tبدست آمده بزرگتر از t جدول بحرانی باشد و یا سطح معنی داری محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر رد و نتیجه گیری می شود که بین میانگین متغیر مورد مطالعه با میانگین نظری، تفاوت معنی داری وجود دارد. علامت آماره t نشان دهنده جهت رد فرضیه صفر است .

۳-۱۰- قاعده رد یا قبول فرضیه های پژوهش

هر یک از فرضیه های پژوهش حاضر با استفاده از اطلاعات گردآوری شده آزمون شده است. بررسی و آزمون های پژوهش با استفاده از بسته نرم افزارهای آماری انجام گرفته و براساس قواعد نرم افزار و با توجه به شاخص های مشاهده شده در مورد فرضیه ها تصمیم گیری شده است. به بیان دیگر در تحلیل نتایج داده های پژوهش براساس سطح خطای محاسبه شده و یا آماره محاسبه شده و

---

[46] - One-Sample Statistics

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مقایسه آن با آماره بحرانی، در مورد رد یا پذیرش فرضیه تصمیم گیری و قضاوت شده است. با توجه به اینکه بسته نرم افزارهای آماری، سطح معنی داری را به صورت دقیق محاسبه می کنند، بنابراین در صورتیکه خطای محاسبه شده مساوی و یا کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم حفظ شده است و در صورتیکه سطح خطا بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر رد نشده است. همچنین در صورتیکه آماره های محاسبه شده مختص هر آزمون بزرگتر از قدرمطلق مقادیر بحرانی آن باشد، فرضیه صفر رد و در غیر آن صورت فرضیه صفر به عنوان فرضیه سالم حفظ شده است. تجزیه و تحلیل ها با بسته نرم افزار "اس.پی.اس.اس"[۴۷] انجام گرفته است.

---

[47] -SPSS

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل چهارم

تجزیه و تحلیل داده ها

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

چکیده فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

در این فصل داده های گرد آوری شده ، استخراج ، پردازش و تجزیه و تحلیل علمی شده اند . به عبارتی اطلاعات به صورت اعداد و ارقام طبقه بندی شده اند و به کمک تکنیک ها و ابزار آماری و ریاضی در قالب جداول خاصی قرار گرفته اند و تجزیه و تحلیل شده اند ، که با روش های تحلیل توصیفی و استنباطی این کار صورت گرفته است.

در روش تحلیل توصیفی شرایط موجود توصیف می شود و عمل تعمیم نتایج به افراد خاصی که مورد مطالعه و مشاهده قرار گرفته اند محدود می شود . ولی در تحلیل استنباطی نتایج را می شود به جامعه بزرگتری که نمونه متعلق به آن جامعه است می شود تعمیم داد .

ویژگی های فردی و پاسخ های هر یک از سوالات با مقیاس اسمی و ترتیبی اندازه گیری شده اند ، مقادیر متغیرها به صورت مقیاس فاصله ای در آمده است . متغیر های اصلی پژوهش شامل : شالوده خدمت ، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت ، عوامل غیر انسانی ، ابعاد قابل لمس ، مسئولیت اجتماعی ، رضایت مشتری و قیمت می باشد که با ۵۰سوال سنجش شده ، که میانه و نمای پاسخ ها در شرایط متوسط به بالا قرار دارد و میانگین آنها از میانگین نظری مقیاس بیشتر است .

آزمون های فرضیه در این فصل تجزیه و تحلیل می شود ، که ابتدا اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی گروه نمونه ، پاسخ های گروه نمونه ، و شاخص های گرایش به مرکز و پراکندگی متغیر های پژوهش و پراکندگی متغیر های پژوهش محاسبه و توصیف و گزارش شده اند و در بخش استنباطی با استفاده از شاخص های متغیر های پژوهش فرضیه ها آزمون شده و تفسیر شده است . با توجه به اینکه هدف پژوهش مقایسه اندازه های بدست آمده با میانگین نظری است و اطلاعات از یک گروه گرد آوری شده برای تحلیل ماهیت ویژگی های متغیر های پژوهش از آزمون t تک گروهی استفاده شده است تا به بررسی تفاوت میانگین تجربی با میانگین نظری بپردازد .

۴- فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۴-۱- مقدمه

پژوهشی که با داده ها سروکار دارد ، یکی از مهمترین بخش های آن تجزیه و تحلیل داده ها است که این گونه پژوهش ها ی علمی با تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده ها به نتیجه می رسد . پس از گردآوری اطلاعات ، داده‌ها استخراج و پردازش می‌شوند . منظور از استخراج، خارج کردن اطلاعات و طبقه‌بندی آنها به صورت اعداد و ارقام در صفحه داده‌ها است . در مرحله پردازش هم به کمک تکنیک‌ها و ابزار آمار و ریاضی اطلاعات بدست آمده در قالب جدول‌ها قرار گرفته و در مرحله آخر مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرند . در این مرحله محقق با استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های آماری پاسخ سؤال‌ها و فرضیه‌های خود را می‌گیرد . برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش روش‌های متعددی وجود دارد که همه این روش‌ها را می‌توان تحت عناوین روش‌های تحلیل توصیفی و روش‌های تحلیل استنباطی طبقه بندی کرد. روش‌های تحلیل توصیفی صرفا به توصیف شرایط موجود می‌پردازد و عمل تعمیم نتایج حاصل فقط به افراد خاصی که مورد مطالعه و مشاهده قرار گرفته‌اند محدود می‌شود. روش‌های تحلیل استنباطی فرایند پیچیده‌تری نسبت به روش تحلیل توصیفی دارد و نتایج را به جامعه‌ای بزرگتر که نمونه متعلق به آن جامعه است، تعمیم می دهد . این فصل به تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری و آزمون فرضیه ها اختصاص دارد . در بخش توصیفی ، ابتدا اطلاعات مربوط به جمعیت شناختی گروه نمونه ، اطلاعات مربوطه به انتخاب پاسخ از سوی گروه نمونه و شاخص های گرایش به مرکز و پراکندگی متغیرهای پژوهش محاسبه و توصیف و گزارش شده است . در بخش استنباطی با استفاده از شاخص های متغیرهای پژوهش ، فرضیه ها آزمون شده و تفسیر شده است.

۴-۲- توصیف و تحلیل داده های پژوهش

یکی از فرآیندهای هر پژوهش علمی با روش پیمایشی ، توصیف اطلاعات گردآوری شده است . در پژوهش های پیمایشی معمولا متغیرهای پژوهش و ویژگی پاسخ دهندگان ، برای توصیف و قضاوت بهتر در مورد نتایج بدست آمده از نمونه آماری گزارش می شوند. مقادیر متغیرهای پژوهش از داده های خام چند پاسخ با استفاده از مقیاس طیف لیکرت سنجش و استخراج شده است . ویژگی های

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فردی و پاسخ های هر یک از سوالات با مقیاس اسمی و ترتیبی اندازه گیری شده اند و مقادیر آنها با استفاده از فراوانی، درصد فراوانی و میانه و نما مشخص شده است. مقادیر متغیرهای پژوهش از داده های خام کیفی به داده های کمی تبدیل شده و به صورت مقیاس فاصله ای درآمده است. داده های پژوهش با استفاده از ۵۰ سوال گردآوری شده که مشخصات و مقادیر آنها تحت سه عنوان توصیف ویژگی های جمعیت شناختی گروه نمونه، توصیف پاسخ سوال های پرسشنامه و توصیف متغیرهای پژوهش بررسی و نتایج در جداول و نمودارها بیان شده است.

۴-۲-۱- توصیف و تحلیل ویژگی های فردی و جمعیت شناختی

فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های جنسیت، سن، سطح تحصیلات، تحمل خسارت و تعداد سال های اخذ بیمه نامه از بیمه دانا اعضای نمونه شامل ۲۱ نفر در جدول شماره ۴-۱ نشان داده شده است. نتایج بررسی ها نشان داده است که بیشتر اعضای گروه نمونه را مردان با حدود ۹۰ درصد تشکیل می دهند. بیشتر اعضای نمونه با حدود ۷۶ درصد بیش از چهل سال سن دارند و کمترین تعداد به افراد بین ۱۹ تا ۲۴ سال با حدود ۵ درصد اختصاص دارد. بیشترین اعضای نمونه با حدود ۴۳درصد تحصیلات دیپلم و کمترین تعداد با حدود ۱۰ درصد تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر هستند. بیشترین تعداد با حدود ۷۱ درصد سابقه عدم تحمل خسارت دارند که مابقی آنها متحمل خسارت شده اند . بیشترین تعداد با حدود ۳۸درصد، گروه یک سال و چهار سال یا بیشتر سابقه اخذ بیمه نامه از بیمه دانا دارند و کمترین تعداد با حدود ۱۰ درصد به اعضای ۲ سال سابقه تعلق دارد.

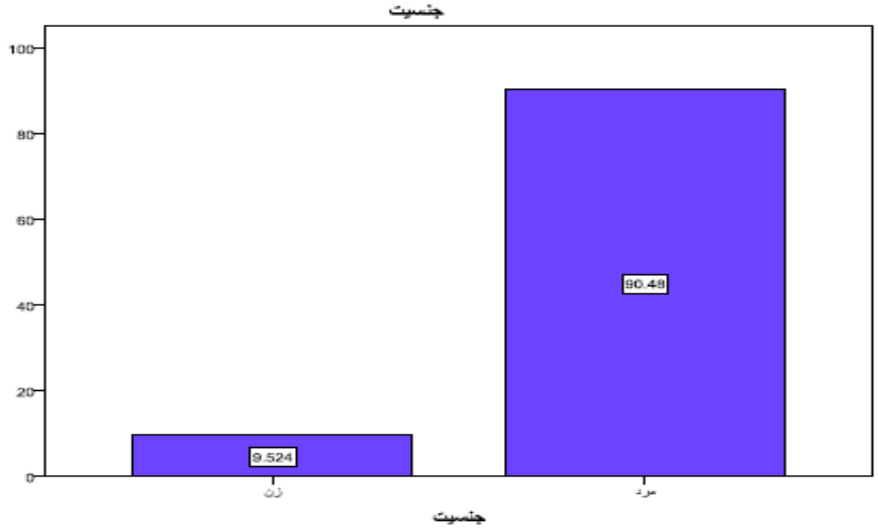
جدول شماره ۴-۱: جدول فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

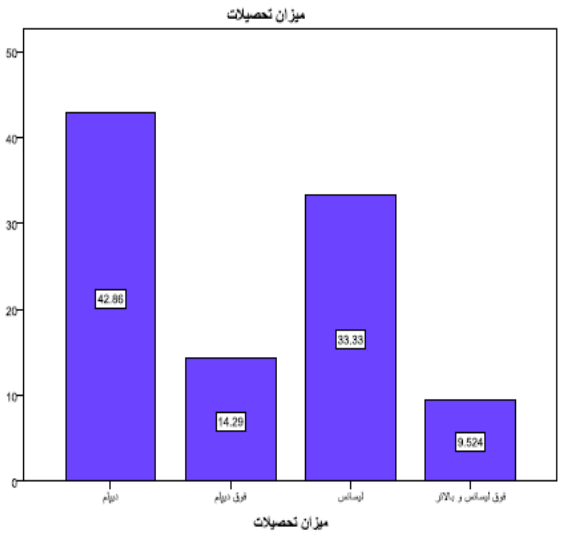
متغیر	زیر متغیر	فراوانی	درصد فراوانی	نما
جنسیت	زن	2	9.5	مرد
	مرد	19	90.5	
سطح تحصیلات	دیپلم	9	42.9	دیپلم
	فوق دیپلم	3	14.3	
	لیسانس	7	33.3	
	فوق لیسانس و بالاتر	2	9.5	
تعداد سال های اخذ بیمه نامه از بیمه دانا	یک سال	8	38.1	یک سال و چهار سال و بیشتر
	دو سال	2	9.5	
	سه سال	3	14.3	
	چهار سال و	8	38.1	
سن	بین ۱۹ تا ۲۴	1	4.8	بیش از ۴۲ سال
	بین ۲۵ تا ۲۸	2	9.5	
	بین ۲۹ تا ۴۲	2	9.5	
	بیش از ۴۲ سال	16	76.2	
تحمل خسارت	بلی	6	28.6	خیر
	خیر	15	71.4	

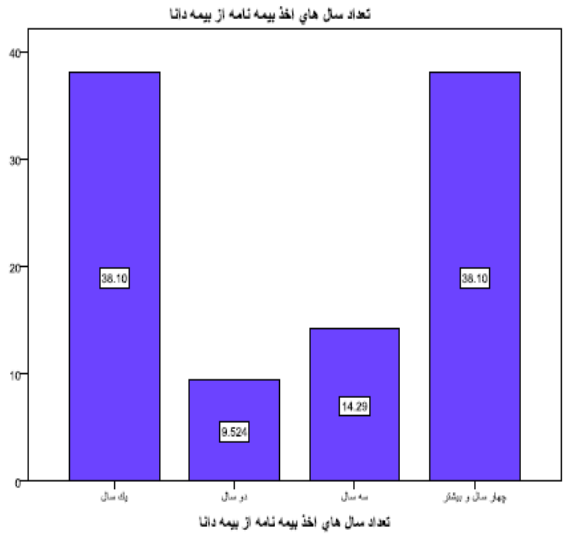
www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

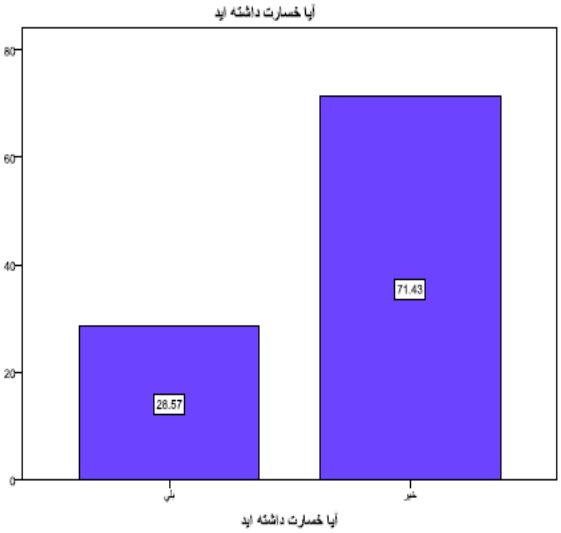
نمودار شماره ۴-۱: توزیع فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری

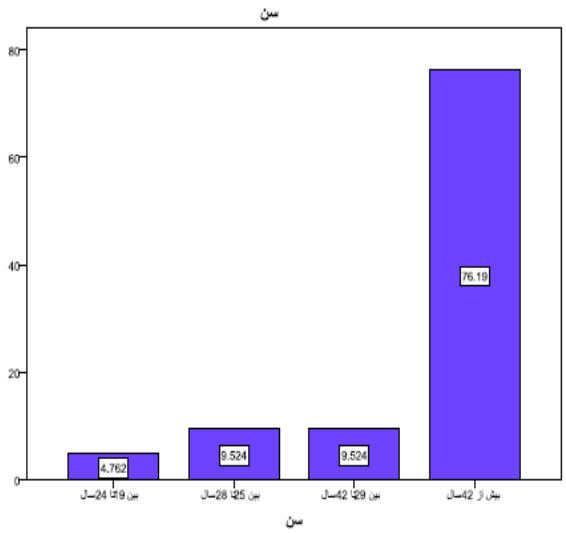


www.collegeprozheh.ir کالج پروژه









۴-۲-۲- توصیف و تحلیل پاسخ سوال های پرسشنامه

هفت متغیر اصلی پژوهش شامل شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت ، عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس، مسئولیت اجتماعی، رضایت مشتریان و قیمت با ۵۰ سوال سنجش شده است. در ادامه به توصیف و تحلیل پاسخ های این متغیرها پرداخته شده است.

۴-۲-۲-۱ شالوده خدمت: این متغیر با استفاده از ۹ سوال سنجش شده است. سوالات ۱ تا ۹ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین شالوده خدمت بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۲ نشان داده شده است.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

جدول شماره ۴-۲: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات شالوده خدمت

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۱	0	0	0	0	3	14.3	15	71.4	3	14.3	4	4
سوال۲	0	0	0	0	4	19.0	12	57.1	5	23.8	4	4
سوال۳	0	0	0	0	4	19.0	10	47.6	7	33.3	4	4
سوال۴	0	0	0	0	3	14.3	9	42.9	9	42.9	4	4
سوال۵	0	0	1	4.8	0	0	11	52.4	9	42.9	4	4
سوال۶	0	0	0	0	3	14.3	11	52.4	7	33.3	4	4
سوال۷	0	0	0	0	4	19.0	7	33.3	10	47.6	4	5
سوال۸	0	0	3	14.3	2	9.5	6	28.6	10	47.6	4	5
سوال۹	0	0	1	4.8	2	9.5	9	42.9	9	42.9	4	4

۴-۲-۲-۲ عوامل انسانی عرضه کننده خدمت : این متغیر با استفاده از ۹ سوال سنجش شده است. سوالات ۱۰ تا ۱۸ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین عوامل انسانی عرضه کننده خدمت بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۳ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۳: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل انسانی

شماره	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	شاخص های

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

سوال											مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال ۱۰	0	0	0	0	5	23.8	8	38.1	8	38.1	4	4
سوال ۱۱	0	0	0	0	2	9.5	10	47.6	9	42.9	4	4
سوال ۱۲	0	0	0	0	2	9.5	8	38.1	11	52.4	5	5
سوال ۱۳	0	0	0	0	0	0	9	42.9	12	57.1	5	5
سوال ۱۴	0	0	0	0	3	14.3	11	52.4	7	33.3	4	4
سوال ۱۵	0	0	0	0	3	14.3	11	52.4	7	33.3	4	4
سوال ۱۶	0	0	1	4.8	6	28.6	7	33.3	7	33.3	4	4
سوال ۱۷	0	0	0	0	0	0	6	28.6	15	71.4	5	5
سوال ۱۸	0	0	1	4.8	5	23.8	10	47.6	5	23.8	4	4

۴-۲-۲-۳ عوامل غیر انسانی: این متغیر با استفاده از ۷ سوال سنجش شده است. سوالات ۱۹ تا ۲۵ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه متوسط، زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین عوامل غیر انسانی بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط متوسط و بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۴: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل غیر انسانی

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال ۱۹	0	0	1	4.8	4	19.0	13	61.9	3	14.3	4	4

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

سوال۲۰	0	0	0	0	7	33.3	7	33.3	7	33.3	4	3
سوال۲۱	0	0	0	0	4	19.0	11	52.4	6	28.6	4	4
سوال۲۲	0	0	0	0	2	9.5	10	47.6	9	42.9	4	4
سوال۲۳	0	0	1	4.8	4	19.0	7	33.3	9	42.9	4	5
سوال۲۴	0	0	0	0	7	33.3	6	28.6	8	38.1	4	5
سوال۲۵	0	0	0	0	7	33.3	7	33.3	7	33.3	4	3

۴-۲-۲-۴ ابعاد قا بل لمس: این متغیر با استفاده از ۷ سوال سنجش شده است. سوالات ۲۶ تا ۳۲ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه متوسط، زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین ابعاد قا بل لمس بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط متوسط و بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۵ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۵: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات ابعاد قا بل لمس

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۲۶	1	4.8	0	0	9	42.9	6	28.6	5	23.8	4	3
سوال۲۷	1	4.8	0	0	6	28.6	10	47.6	4	19.0	4	4
سوال۲۸			0	0	9	42.9	8	38.1	4	19.0	4	3

ادامه جدول شماره ۴-۵: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات ابعاد قا بل لمس

شماره سوال	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	شاخص های مرکزی

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۲۹	0	0	0	0	5	23.8	6	28.6	10	47.6	4	5
سوال۳۰	0	0	0	0	7	33.3	8	38.1	6	28.6	4	4
سوال۳۱	0	0	0	0	2	9.5	7	33.3	12	57.1	5	5
سوال۳۲	0	0	4	19.0	7	33.3	5	23.8	5	23.8	3	3

۴-۲-۲-۵ مسئولیت اجتماعی: این متغیر با استفاده از ۴ سوال سنجش شده است. سوالات ۳۳ تا ۳۶ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه متوسط، زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین مسئولیت اجتماعی بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط متوسط و بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۶ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۶: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات مسئولیت اجتماعی

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۳۳	0	0	2	9.5	9	42.9	7	33.3	3	14.3	3	3
سوال۳۴	0	0	0	0	5	23.8	6	28.6	10	47.6	4	5
سوال۳۵	0	0	0	0	0	0	12	57.1	9	42.9	4	4
سوال۳۶	0	0	0	0	2	9.5	8	38.1	11	52.4	5	5

۴-۲-۲-۶ رضایت مشتریان: این متغیر با استفاده از ۱۰ سوال سنجش شده است. سوالات ۳۷ تا ۴۶ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه متوسط، زیاد و خیلی زیاد است. بنابراین رضایت مشتریا ن بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

کرمانشاه در شرایط متوسط و بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۷ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۷: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات رضایت مشتریان

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۳۷	0	0	0	0	2	9.5	9	42.9	10	47.6	4	5
سوال۳۸	0	0	0	0	2	9.5	8	38.1	11	52.4	5	5
سوال۳۹	0	0	0	0	2	9.5	11	52.4	8	38.1	4	4
سوال۴۰	0	0	0	0	3	14.3	10	47.6	8	38.1	4	4
سوال۴۱	0	0	0	0	1	4.8	9	42.9	11	52.4	5	5
سوال۴۲	1	16.7	1	16.7	1	16.7	1	16.7	2	33.3	3.5	5
سوال۴۳	2	33.3	0	0	1	16.7	1	16.7	2	33.3	3.5	5 -1
سوال۴۴	1	16.7	1	16.7	1	16.7	1	16.7	2	33.3	3.5	5
سوال۴۵	0	0	0	0	1	16.7	3	50.0	2	33.3	4	4
سوال۴۶	0	0	0	0	4	19.0	8	38.1	9	42.9	4	5

۴-۲-۲-۷ قیمت: این متغیر با استفاده از ۴ سوال سنجش شده است. سوالات ۴۷ تا ۵۰ به این متغیر اختصاص دارد. میانه و نمای پاسخ ها، گزینه زیاد است. بنابراین قیمت بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از دیدگاه مدیران استخرهای کرمانشاه در شرایط بالا قرار دارد. جزئیات دقیق اطلاعات در جدول شماره ۴-۸ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۸: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات قیمت(حق بیمه)

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

شماره سوال	خیلی کم		کم		متوسط		زیاد		خیلی زیاد		شاخص های مرکزی	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	میانه	مد
سوال۴۷	0	0	0	0	7	33.3	13	61.9	1	4.8	4	4
سوال۴۸	0	0	0	0	3	14.3	10	47.6	8	38.1	4	4
سوال۴۹	0	0	1	4.8	3	14.3	13	61.9	4	19.0	4	4
سوال۵۰	1	4.8	0	0	6	28.6	9	42.9	5	23.8	4	4

۴-۲-۳- توصیف و تحلیل متغیرهای اصلی پژوهش

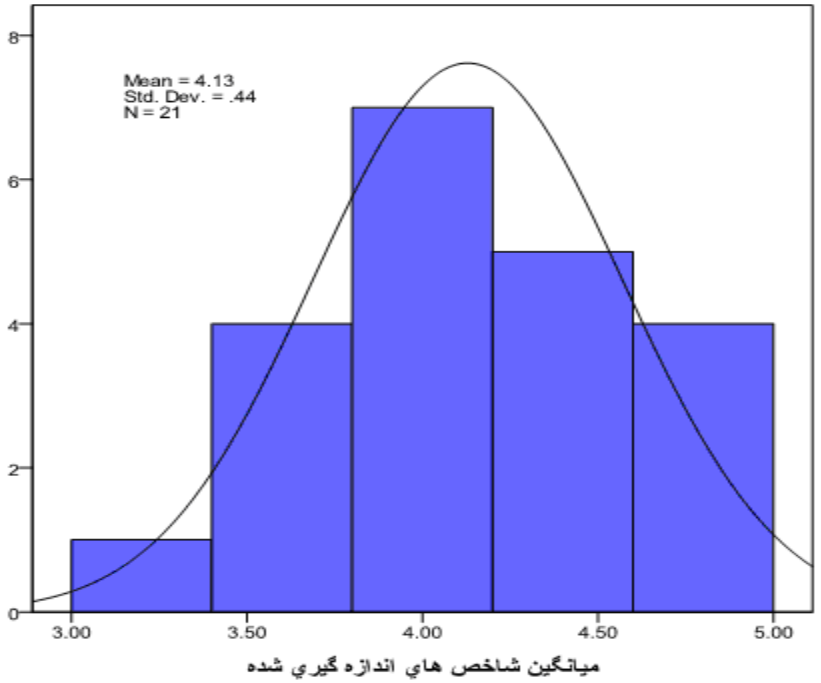
مقادیر متغیرها از میانگین پاسخ ها استخراج شده است. میانگین متغیرهای: شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس ، مسئولیت اجتماعی ، رضایت مشتریان، قیمت و همچنین مجموع شاخص های اندازه گیری شده بین ۳/۹۱ تا ۴/۲۷ قرار دارد. همه میانگین ها بیشتر از میانگین نظری مقیاس است. نتایج نشان می دهد که عوامل رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بیمه دانا در وضعیت بالاتر از میانگین نظری بوده و از شرایط مناسب برخوردار است. انحراف استاندارد متغیرها بین ۴۳۹۹ تا ۰/۶۴۶ و واریانس آنها بین ۰/۱۹۴ تا ۰/۴۱۸ واقع شده است. چولگی متغیرهای شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت ، رضایت مشتریان و قیمت منفی و چولگی متغیرهای عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس، مسئولیت اجتماعی و مجموع شاخص های اندازه گیری شده مثبت است. بجز متغیر رضایت مشتریان ، کشیدگی سایر متغیرها منفی است. انحراف ضرایب چولگی و کشیدگی همه متغیرها بین قدرمطلق ۱/۹۶ قرار دارد، بنابراین توزیع متغیرها متقارن محسوب می گردد. نتایج شاخص های مرکزی و پراکندگی محاسبه شده در جدول شماره ۴-۹ نشان داده شده است. همچنین توزیع مجموع شاخص های اندازه گیری شده در نمودار شماره ۴-۲ نمایش داده شده است.

جدول شماره ۴-۹: شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

متغیرهایی پژوهش	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	واریانس	چولگی	کشیدگی	ضریب چولگی	ضریب کشیدگی
شالوده خدمت	21	4.179	.5217	.272	-.683	-.410	-1.362	-0.422
عوامل انسانی عرضه کننده	21	4.269	.4734	.224	-.264	-.060	-0.527	-0.061
عوامل غیر انسانی	21	4.068	.5395	.291	.082	-1.050	0.164	-1.080
ابعاد قا بل لمس	21	3.911	.6085	.370	.021	-1.153	0.043	-1.186
مسئولیت اجتماعی	21	4.154	.5504	.303	.166	-1.601	0.330	-1.647
رضایت مشتریان	21	4.274	.6463	.418	-.864	.657	-1.725	0.676
قیمت	21	3.928	.5653	.320	-.439	-.325	-0.876	-0.335
کلیه شاخص ها	21	4.128	.4399	.194	.182	-.687	0.362	-0.707

نمودار شماره ۴-۲: نمودار توزیع فراوانی توانایی مجموع شاخص های اندازه گیری شده



www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۴-۳- تحلیل ماهیت و ویژگی های متغیرهای پژوهش

آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل داده های آماری مهمترین بخش هر پژوهش علمی است که با استفاده از علم آمار استنباطی و براساس اصول و قوانین احتمالات در مورد فرضیه پژوهش قضاوت می شود. با توجه اینکه در پژوهش حاضر اطلاعات از یک گروه گردآوری شده و هدف پژوهش مقایسه اندازه های به دست آمده با میانگین نظری است، بنابراین آزمون مورد نظر با مساله یک متغیری مطابقت دارد. آزمون t تک گروهی[۴۸] یکی از زیر مجموعه های مدل t استیودنت است که به بررسی تفاوت بین میانگین تجربی و میانگین نظری می پردازد. مفروضه های این آزمون شامل فاصله ای بودن مقیاس اندازه گیری و نرمال بودن توزیع متغیرها است. با توجه به اینکه داده های پژوهش فاصله ای تلقی می شوند و توزیع متغیرها نرمال است، بنابراین شرایط لازم برای استفاده از این آزمون مهیا است. نتایج آزمون کالموگروف – اسمیرنف [۴۹] در جدول شماره ۴-۱۰ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۱۰: نتایج آزمون توزیع متغیرهای مورد مطالعه پژوهش

متغیرهای پژوهش	تعداد	آماره z	سطح خطا	نتیجه
شالوده خدمت	21	.998	.272	توزیع نرمال است.
عوامل انسانی عرضه کننده خدمت	21	.430	.993	توزیع نرمال است.
عوامل غیر انسانی	21	.580	.889	توزیع نرمال است.
ابعاد قا بل لمس	21	.621	.835	توزیع نرمال است.
مسئولیت اجتماعی	21	.905	.386	توزیع نرمال است.
رضایت مشتریان	21	.640	.807	توزیع نرمال است.
قیمت	21	1.095	.182	توزیع نرمال است.
کلیه شاخص ها	21	.854	.459	توزیع نرمال است.

48 - One-Sample Statistics
49 - One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

همچنانکه در جدول بالا مشخص است، سطح معنی داری محاسبه شده برای هر یک از متغیرها شامل: شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، رضایت مشتریا ن، قیمت، عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس و مسئولیت اجتماعی بزرگتر از ۰/۰۵ است که نشان می دهد نرمال بودن توزیع این متغیرها رد نشده است. همچنین مجموع شاخص های اندازه گیری شده دارای سطح معنی داری بزرگتر از ۰/۰۵ است. در نتیجه همه متغیرهای مورد بررسی از توزیع نرمال برخوردار هستند.

۴-۴- آزمون و تحلیل های مرتبط با فرضیه های پژوهش

با توجه به اینکه مقادیر بزرگتر از سه بیانگر بالا بودن ادراک و مقادیر کوچکتر از سه نشانگر پائین بودن ادراک بیمه گذاران از متغیرهای مورد مطالعه است، در نتیجه فرضیه های صفر بیانگر برابر یا کوچک بودن و فرضیه مخالف بیانگر بزرگ بودن میانگین از مقدار سه است. همچنین اگر افزایش ادرک از کیفت خدمات متناظر با افزایش رضایت مشتریان باشد نشان دهنده تاثیر گذاری ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان است. در نتیجه فرضیه صفر بیانگر این است که بین دو متغیر رابطه وجود ندارد و بر خلاف آن فرضیه مخالف نشان دهنده این است که بین دو متغیر رابطه مثبت وجود دارد.

فرضیه ۱: شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

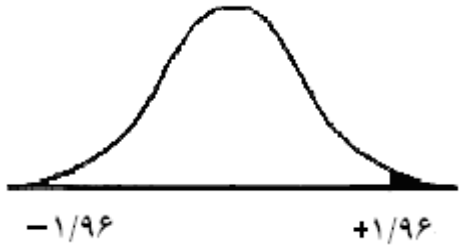
فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی از شالوده خدمت بیمه دانا در حد بالا نیست.

فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی از شالوده خدمت بیمه دانا در حد بالا است.

$$\begin{cases} H0: Mean \leq 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)}$ = ۱۰/۳۶۴ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه



برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده شالوده خدمت و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۱۰/۳۶۴ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۱ است، در نتیجه با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از شالوده خدمت بیمه دانا در حد بالا است. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۱۱ نشان داده شده است.

جدول ۴-۱۱: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای شالوده خدمت بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
شالوده خدمت	21	4.1799	3	10.364	20	.000	1.179

برای بررسی تاثیر گذاری شالوده خدمات بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

فرضیه صفر: بین شالوده خدمات و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: بین شالوده خدمات و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \le 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رابطه بین شالوده خدمات و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۴۱۱ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۱۲ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۱۲: نتایج آزمون همبستگی بین شالوده خدمات و رضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
شالوده خدمات	ضریب پیرسون	.411
	سطح معنی داری	.032
	تعداد	21

فرضیه ۲: عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی از عوامل انسانی خدمت بیمه دانا در حد بالا نیست.

فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی از عوامل انسانی خدمت بیمه دانا در حد بالا است.

$$\begin{cases} H0: Mean \le 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)}$ = ۱۲/۲۹۱ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده عوامل انسانی عرضه کننده خدمت و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۱۲/۲۹۱ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از عوامل انسانی خدمت بیمه دانا در حد بالا است. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۱۳ نشان داده شده است.

جدول ۴-۱۳: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل انسانی بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
عوامل انسانی عرضه کننده خدمت	21	4.2698	3	12.291	20	.000	1.269

برای بررسی تاثیر گذاری عوامل انسانی خدمت بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

فرضیه صفر: بین عوامل انسانی خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: بین عوامل انسانی خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \le 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رابطه بین عوامل انسانی خدمت و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۶۸۶ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: عوامل انسانی خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۱۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۱۴: نتایج آزمون همبستگی بین عوامل انسانی خدمت و رضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
عوامل انسانی خدمت	ضریب پیرسون	.686
	سطح معنی داری	.000
	تعداد	21

فرضیه ۳: عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران از عوامل غیرانسانی عرضه کننده خدمت بیمه دانا در حد بالا نیست.
فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران از عوامل غیرانسانی عرضه کننده خدمت بیمه دانا در حد بالا است.

$$\begin{cases} H0: Mean \le 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)} = ۹/۰۷۲$ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده عوامل غیر انسانی و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۹/۰۷۲ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۹ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از عوامل غیر انسانی بیمه دانا در شعبه کرمانشاه در حد بالا است. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۱۵ نشان داده شده است.

جدول ۴-۱۵: نتیجه مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل غیرانسانی بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
عوامل غیر انسانی	21	4.0680	3	9.072	20	.000	1.068

برای بررسی تاثیر گذاری عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

فرضیه صفر: بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \leq 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رابطه بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۶۹۳ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۱۶ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۱۶: نتایج آزمون همبستگی بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت	ضریب پیرسون	.693
	سطح معنی داری	.000
	تعداد	21

فرضیه ۴: ابعاد قا بل لمس عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران از ابعاد قا بل لمس خدمت بیمه دانا در حد بالا نیست.

فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران از ابعاد قا بل لمس خدمت بیمه دانا در حد بالا است.

$$\begin{cases} H0: Mean \leq 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)} = ۶/۸۶۴$ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده ابعاد قابل لمس و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۶/۸۶۴ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با م درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از ابعاد قا بل لمس خدمت بیمه دانا در حد بالا است. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۱۷ نشان داده شده است.

جدول ۴-۱۷: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای ابعاد قابل لمس بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
ابعاد قا بل لمس	21	3.9116	3	6.864	20	.000	.9115

برای بررسی تاثیر گذاری ابعاد قا بل لمس خدمت بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

فرضیه صفر: بین ابعاد قا بل لمس خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق:بین ابعاد قا بل لمس خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \leq 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رابطه بین ابعاد قا بل لمس خدمت و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۶۹۹ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ابعاد قا بل لمس خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۱۸ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۱۸: نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد قا بل لمس عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
ابعاد قا بل لمس خدمت	ضریب پیرسون	.699
	سطح معنی داری	.000
	تعداد	21

فرضیه ۵: مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

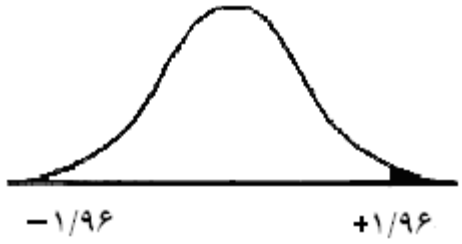
فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران از مسئولیت اجتماعی خدمت بیمه دانا در حد بالا نیست.

فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران از مسئولیت اجتماعی خدمت بیمه دانا در حد بالا است.

$$\begin{cases} H0: Mean \leq 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$t_{(۲۰)}$ = ۹/۶۱۴ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱



برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده مسئولیت اجتماعی و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۹/۶۱۴ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از مسئولیت اجتماعی خدمت بیمه دانا در حد بالا است.نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۱۹ نشان داده شده است.

جدول۴-۱۹:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی مسئولیت اجتماعی بیمه دانا درشعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
مسئولیت اجتماعی	21	4.1548	3	9.614	20	.000	1.154

برای بررسی تاثیر گذاری مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فرضیه صفر: بین مسئولیت اجتماعی خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: مسئولیت اجتماعی خدمت و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \leq 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون ، ضریب رابطه بین مسئولیت اجتماعی خدمت و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۵۱۳ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: مسئولیت اجتماعی خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۲۰ نشان داده شده است.

جدول شماره۴-۲۰: نتایج آزمون همبستگی بین مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت ورضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
مسئولیت اجتماعی	ضریب پیرسون	.513
	سطح معنی داری	.009
	تعداد	21

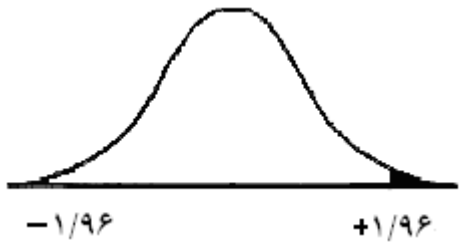
فرضیه ۶: قیمت (حق بیمه) از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد .

فرضیه صفر: ادراک بیمه گذاران از قیمت خدمت (حق بیمه) بیمه دانا در حد بالا نیست.
فرضیه تحقیق: ادراک بیمه گذاران از قیمت خدمت (حق بیمه) بیمه دانا در حد بالا است.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

$$\begin{cases} H0: Mean \leq 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)}$ = ۷/۵۲۶ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱



برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده قیمت و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۷/۵۲۶ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از قیمت خدمت (حق بیمه) بیمه دانا در حد بالا است. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۲۱ نشان داده شده است.

جدول ۴-۲۱: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای قیمت بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
قیمت	21	3.9286	3	7.526	20	.000	.9285

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

برای بررسی تاثیر گذاری شرایط قیمت خدمات بر رضایت مشتریان فرضیه های صفر و مخالف به صورت زیر طرح شده است:

فرضیه صفر: بین شرایط قیمت خدمات و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود ندارد.
فرضیه تحقیق: بین شرایط قیمت خدمات و رضایت مشتریان رابطه معنا داری وجود دارد.

$$\begin{cases} H0: \rho_{SA,OP} \leq 0 \\ H1: \rho_{ATM,IMP} > 0 \end{cases}$$

براساس نتایج بدست آمده از آزمون همبستگی پیرسون، ضریب رابطه بین شرایط قیمت خدمات و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه با مقدار ۰/۴۰۴ دارای سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر در سطح ۹۵٪ اطمینان رد شده و فرضیه مخالف مبنی بر وجود رابطه مثبت پذیرفته شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: شرایط قیمت خدمات از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد . نتیجه آزمون در جدول شماره ۴-۲۲ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۲۲: نتایج آزمون همبستگی بین شرایط قیمت خدمات و رضایت مشتریان

متغیرهای مورد آزمون و شاخص های آماری		رضایت مشتریان
شرایط قیمت خدمات	ضریب پیرسون	.404
	سطح معنی داری	.035
	تعداد	21

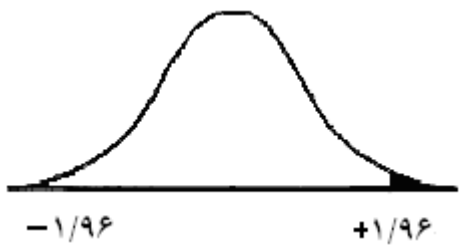
www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فرضیه ۷: بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند.

فرضیه صفر: بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از بیمه دانا رضایت ندارند.
فرضیه تحقیق: بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از بیمه دانا رضایت دارند.

$$\begin{cases} H0: Mean \leq 3 \\ H1: Mean > 3 \end{cases}$$

$t_{(۲۰)}$ = ۹/۰۳۷۵۲۶ P= ۰/۰۰ P< ۰/۰۱



برای آزمون فرضیه پژوهش ، میانگین مشاهده شده رضایت بیمه گذاران و میانگین نظری مقیاس اندازه گیری با استفاده از آزمون پارامتریک مقایسه میانگین تک گروهی مقایسه شده است. با توجه به اینکه آماره t محاسبه شده با مقدار ۹/۰۳۷ از آماره بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است و به بیان دیگر سطح خطای محاسبه شده کوچکتر از ۰/۰۵ است، در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر رد شده و فرضیه مخالف به عنوان فرضیه سالم پذیرفته شده است. به بیان دیگر با ۹۵ درصد اطمینان فرضیه صفر به سود فرضیه مخالف رد شده است. در نتیجه می توان پذیرفت که: بیمه گذاران از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند. نتایج آزمون در جدول شماره ۴-۲۳ نشان داده شده است.

جدول ۴-۲۳: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی رضایت مشتریان بیمه دانا در شعبه کرمانشاه

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

متغیر پژوهش	مقایسه با میانگین نظری						
	تعداد	میانگین مشاهده شده	میانگین نظری	آماره t	درجه آزادی	سطح خطا	تفاوت میانگین
رضایت مشتریان	21	4.2746	3	9.037	20	.000	1.274

۴-۵- سایر یافته های پژوهش

۴-۵-۱- مقایسه ارزیابی مدیران خسارت دیده وغیرخسارت دیده از متغیرهای مورد مطالعه

برای مقایسه میانگین رتبه ارزیابی از متغیرهای مورد مطالعه در بین افراد خسارت دیده و غیر خسارت دیده از آزمون مقایسه میانگین رتبه دو جامعه مستقل استفاده شده و نتایج به دست آمده نشان داده است که میانگین رتبه ارزیابی افراد خسارت دیده در مورد همه متغیرهای مورد مطالعه کمتر از افراد خسارت ندیده است که در متغیرهای عوامل انسانی عرضه کننده خدمت و ابعاد قا بل لمس تفاوت معنادار است و در سایر متغیرها تفاوت معنادار نیست. نتایج بررسی در جدول شماره ۴-۲۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۲۴: مقایسه میانگین رتبه متغیرهای مورد مطالعه پژوهش در بین افراد خسارت دیده

متغیر	آماره z	سطح خطا	تعداد مشاهده		میانگین رتبه	
			بلی	خیر	بلی	خیر
شالوده خدمت	-1.335	.182	6	15	8.1	12.
عوامل انسانی عرضه کننده	-1.956	.050	6	15	6.8	12.
عوامل غیر انسانی	-.940	.347	6	15	9.0	11.
ابعاد قا بل لمس	-2.306	.021	6	15	6.0	12.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

مسئولیت اجتماعی	-.830	.407	6	15	9.2	11.
رضایت مشتریان	-1.486	.137	6	15	7.8	12.
قیمت	-1.685	.092	6	15	7.5	12.
مجموع شاخص ها	-1.872	.061	6	15	7.0	12.

۴-۵-۲- بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتریان

برای بررسی رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتریان از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده و نتایج به دست آمده نشان داده است که هر یک از شش بعد کیفیت خدمات با رضایت مشتریان رابطه و همبستگی مثبت و معناداری دارند. نتایج بررسی در جدول شماره ۴-۲۵ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۲۵: نتایج ازمون همبستگی پیرسون بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایت مشتریان

متغیرهای پژوهش		شالوده خدمت	عوامل انسانی	عوامل غیر انسانی	ابعاد قا بل لمس	مسئولیت اجتماعی	قیمت
رضایت مشتریان	ضریب	.488(*)	.618(**)	.722(**)	.726(**)	.570(**)	.385(*
	سطح خطا	.012	.001	.000	.000	.003	.042
	تعداد	21	21	21	21	21	21

۴-۶- خلاصه نتایج آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه های پژوهش با استفاده از آزمون پارامتریک میانگین یک گروهی بررسی شده و هر هفت فرضیه پژوهش تائید شده است.. خلاصه نتایج فرضیه های پژوهش در جدول ۴- ۲۶ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴-۲۶: نتایج آزمون فرضیه ها با آزمون پارامتریک مقایسه میانگین

شماره فرضیه	آزمون مقایسه میانگین	آزمون همبستگی	نتیجه فرضیه پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

	فرضیه صفر	فرضیه پژوهش	فرضیه صفر	فرضیه پژوهش	
	$Mean \leq 3$	$Mean > 3$	$r \leq 0$	$r > 0$	
فرضیه اول[۵۰]	✗	✓	✗	✓	ادراک از شالوده خدمت بالاست و بر
فرضیه دوم[۵۱]	✗	✓	✗	✓	ادراک از عوامل انسانی خدمت بالاست
فرضیه سوم[۵۲]	✗	✓	✗	✓	ادراک از عوامل غیر انسانی خدمت
فرضیه چهارم[۵۳]	✗	✓	✗	✓	ادراک از ابعادقابل لمس خدمت بالاست
فرضیه پنجم[۵۴]	✗	✓	✗	✓	ادراک از مسئولیت اجتماعی خدمت
فرضیه ششم[۵۵]	✗	✓	✗	✓	ادراک از قیمت خدمت بالاست و بر
فرضیه هفتم[۵۶]	✗	✓	-	-	رضایت مشتریان در حد بالا است.

.

[۵۰]- شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد.

[۵۱]- عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد..

[۵۲]- عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد

[۵۳]- ابعاد قا بل لمس عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد

[۵۴]- مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد..

[۵۵]- قیمت (حق بیمه) از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد

[۵۶]- بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فصل پنجم- نتیجه گیری و پیشنهادها

چکیده فصل ۵ : نتیجه گیری و پیشنهادها

با توجه به اینکه صنعت بیمه امروزه یکی از نهادهای اقتصادی تاثیر گذار در جوامع به حساب می آید و نقشی که بیمه گذاران در پیشرفت این صنعت دارند ، طبیعتا شناسائی عوامل تاثیر گذار در رضایت بیمه گذاران می تواند تاثیر بسزائی در پیشرفت این صنعت داشته باشد . در

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

بسیاری از پژوهش هائی که در این زمینه انجام شده است به تاثیر کیفیت خدمات بر وفا داری و رضایت مشتریان اشاره شده است . دراین پژوهش عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران شناسائی شده که شامل : شالوده خدمت ، عوامل انسانی ، عوامل غیر انسانی ، ابعاد قابل لمس ، مسئولیت اجتماعی و قیمت می باشد و میزان رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در بیمه دانا شعبه کرمانشاه شناسائی شده است .

فرضیات این پژوهش با توجه به اینکه آماره محاسبه شده آنها در ناحیه بحرانی مثبت قرار گرفته اند مورد تائید قرار گرفته اند و ارتباط بین شش متغیر فرضیه ها با رضایت مشتریان به اثبات رسیده است . به عبارتی ارتباط بین شالوده خدمت ، عوامل انسانی ، عوامل غیر انسانی ، ابعاد قابل لمس ، مسئولیت اجتماعی و قیمت (حق بیمه) با رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر به اثبات رسیده است و بین پنج بعد کیفیت خدمات و قیمت با رضایت مشتریان همبستگی مثبت وجود دارد، بنابر این نتایج به دست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده شده است .

شاخص های آماری محاسبه شده برای فرضیات پژوهش بیان کننده این است که ادراک مشتریان از فرضیات بیشتر از حد متوسط است و ادارک بیمه گذاران از فرضیات بیشتر از حد انتظارات آنان بوده بنابراین بیمه دانا از این بعد در شرایط مناسبی قرار دارد.

یافته های این پژوهش نشان دهنده این است که کیفیت خدمات و قیمت (حق بیمه) بیمه دانا در شعبه کرمانشاه از شرایط مناسبی برخوردار است .

در ادامه این فصل محدویت ها و پیش نهادهای مربوطه ارائه شده است .

۵-۱- مقدمه

علم آمار عبارت از گردآوری، توصیف، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌های کمی و کیفی است. داده ها شواهدی هستند که بدان وسیله در باره تغییرات یا رخدادی پدیده ای داوری می شود. تجزیه و تحلیل داده ها باعث ایجاد شناخت و درک بهتر از ماهیت و علل تغییرات شده و منجر به حل مشکلات ناشی از این تغییرات و حتی پیشگیری از آنهامی شوند. منظور از تفسیر، تبیین یا تشریح

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

معانی است که در دل داده ها نهفته است. تفسیر سبب می شود که فهم جامع و روشن از معانی و مفاهیم پیدا شود. تفسیر تجزیه و تحلیل های آماری یکی از فرآیندها ی اساسی هر پژوهش علمی است که با مشاهدات تجربی سروکار دارد. در واقع نقش آمار فراهم آوردن ابزارهایی تحلیلی برای بیرون کشیدن معانی و نتیجه‌گیریهای معتبر در مورد جامعه مورد مطالعه از داده های خام و بدون معنی است. این مساله نشان دهنده این است که پژوهش با تجزیه و تحلیل داده ها پایان نمی یابد، بلکه این تجزیه و تحلیل ها نیاز به تفسیر دارد.

این فصل به مروری بر موضوع پژوهش ، تفسیر نتایج فرضیه ها و مقایسه نتایج پژوهش با پژوهش های پیشین و سایر یافته های پژوهش و بیان پیشنهادات و محدودیت ها پرداخته است.

۵-۲- مرور موضوع پژوهش و روش اجرای آن

امروزه صنعت بیمه ازطرفی یکی ازعمده ترین نهادهای اقتصادی و ازطرف دیگر قوی ترین نهاد پشتیبانی سایر نهادهای اقتصادی و خانوارها تلقی می شود. به عبارتی صنعت بیمه با گرد آوری حق بیمه های دریافتی در توسعه اقتصادی دارای نقش است واز طرف دیگر با ایجاد امنیت و اطمینان برای فعالیت های خدماتی، تولیدی و... در جامعه روند سازندگی پیشرفت و ترقی را تسهیل می کند. محدوده سرمایه گذاری شرکتهای بیمه، به درجه توسعه یافتگی بازار داخلی سرمایه وابسته است. پس اندازها بوسیله شرکتهای بیمه جمع آوری و در بازارسرمایه، سرمایه گذاری می شوند که این عملیات خود محرکی برای توسعه بازارسرمایه است. برای موفقیت در کسب و کار بیمه رضایت مشتریان نیاز است. بنابراین داشتن مشتریان راضی نقطه قابل اتکا و قوت به شمار می آید. ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان باعث جذب مشتریان جدید شده و رضایتمندی مشتریان جدید و قدیم را افزایش می دهد. در بسیاری از پژوهش هائی که در زمینه ارتباط بین کیفیت خدمات، رضایت مشتریان و وفاداری آنها صورت گرفته است ، این نتیجه حاصل شده است که رضایت مشتریان نقش میانجی در اثر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان دارد. به عبارت دیگر می توان گفت در بسیاری از مطالعات، محققان به این موضوع معتقدند که کیفیت خدمات مشتریان و برآورده ساختن رضایت مشتریان، دو پیش نیاز اساسی برای تحقق وفاداری در مشتریان می باشد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

در این پژوهش عوامل موثر بر رضایت مشتریان شناسائی وکیفیت خدمات و رضایت مشتریان شرکت بیمه دانا در استخرهای استان کرمانشاه مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش با روش پژوهش کاربردی و پیمایشی صورت گرفته است. نمونه آماری پژوهش را همه اعضای جامعه آماری تشکیل داده است. داده های پژوهش با استفاده از پرسشنامه "محقق ساخته" در تدوین آن به روایی محتوای توجه شده است، به صورت خودایفا گردآوری شده است. اعتبار پرسشنامه با روش همسانی درونی آلفای کرونباخ بررسی شده و مورد تائید قرار گرفته است. برای تامین روایی پرسشنامه علاوه بر توجه به روایی محتوایی به روایی قضاوتی خبرگان صنعت بیمه و اساتید راهنما و مشاور نیز توجه شده است. برای تجزیه و تحلیل و آزمون فرضیه های پژوهش اطلاعات از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

۵-۳- نتایج آزمون های مرتبط با فرضیه های پژوهش

فرضیه ۱: شالوده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از شالوده خدمت بیمه دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین براساس ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه، بُعد شالوده خدمت از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا توانسته است انتظارات بیمه گذاران خود را برآورده سازد و این بعد در شعب کرمانشاه در شرایط مناسب قرار دارد. رابطه بین بعد شالوده خدمت با رضایت مشتریان نیز مثبت است و با افزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از شالوده خدمت، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

فرضیه ۲: عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از عوامل انسانی عرضه کننده خدمت بیمه دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین براساس ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه، بعد عوامل انسانی عرضه کننده خدمت از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا توانسته است انتظارات بیمه گذاران خود را برآورده سازد و این بعد در شعب کرمانشاه در شرایط مناسب قرار دارد. رابطه بین بعد عوامل انسانی عرضه کننده خدمت با رضایت مشتریان نیز مثبت است و با افزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

فرضیه ۳: عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت بیمه دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین براساس ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه، بعد عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا توانسته است انتظارات بیمه گذاران خود را برآورده سازد و این بعد در شعب کرمانشاه در شرایط مناسب قرار دارد. رابطه بین بعد عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

با رضایت مشتریان نیز مثبت است و باافزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران وناجیان استخراز عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

فرضیه ۴: ابعاد قابل لمس عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از ابعاد قابل لمس عرضه کننده خدمت بیمه دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین براساس ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه، بعد قابل لمس عرضه کننده خدمت از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا توانسته است انتظارات بیمه گذاران خود را برآورده سازد و این بعد در شعبه کرمانشاه در شرایط مناسب قرار دارد. رابطه بین بعد قابل لمس عرضه کننده خدمت با رضایت مشتریان نیز مثبت است و با افزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از ابعاد قابل لمس عرضه کننده خدمت، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

فرضیه ۵: مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت بیمه

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین براساس ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه، بعد مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا توانسته است انتظارات بیمه گذاران خودرا برآورده سازد و این بعد در شعبه کرمانشاه در شرایط مناسب قرار دارد. رابطه بین بعد مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت با رضایت مشتریان نیز مثبت است و با افزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت ، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

فرضیه ۶: قیمت (حق بیمه) از جمله عوامل تاثیر گذار بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر بیمه دانا در شعبه کرمانشاه می باشد.

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که ادراک مشتریان از شرایط قیمت بیمه دانا در شعب کرمانشاه بیشتر از حد متوسط است. بنابراین ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از شرایط قیمت مناسب ارزیابی می گردد. رابطه بین شرایط قیمت با رضایت مشتریان مثبت است و با افزایش ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از شرایط قیمت، رضایت آنان نیز افزایش یافته است. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

فرضیه ۷: بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از بیمه دانا در شعبه کرمانشاه رضایت دارند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

نتیجه آزمون: با واقع شدن آماره محاسبه شده در ناحیه بحرانی مثبت، فرضیه پژوهش پذیرفته شده و رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در کرمانشاه از شرکت بیمه دانا در سطح ۹۹ درصد اطمینان تائید شده است.

تفسیر نتیجه آزمون: شاخص های آماری محاسبه شده از داده های گردآوری شده با تئوری احتمالات بیان کننده این است که رضایت : بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از شرکت بیمه دانا بیشتر از حد متوسط است. بنابراین شرکت بیمه دانا توانسته است رضایتمندی بیمه گذاران را برآورده سازد. نتیجه بدست آمده مطابق با انتظار پژوهش مشاهده است.

۵-۴- نتایج آزمون های مرتبط با سایر یافته های پژوهش

مقایسه میانگین رتبه ابعاد کیفیت خدمات با یکدیگر نشان داده است که: عوامل انسانی عرضه کننده خدمت در مقایسه با عوامل غیرانسانی، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت در مقایسه با ابعاد قابل لمس و عوامل انسانی عرضه کننده خدمت در مقایسه با قیمت در شرایط مناسبتری قرار دارد. دیگر مقایسه های انجام گرفته معنادار مشاهده نشده است.

ارزیابی ادراک از متغیرهای مورد مطالعه در بین دو گروه افراد خسارت دیده و خسارت ندیده مقایسه شده و نتایج نشان داده است که میانگین رتبه ارزیابی افراد خسارت دیده در مورد همه متغیرهای مورد مطالعه کمتر از افراد خسارت ندیده است که در متغیرهای عوامل انسانی عرضه کننده خدمت و ابعاد قا بل لمس تفاوت معنادار است و در سایر متغیرها تفاوت معنادار نیست.

رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتریان نیز مورد بررسی قرار گرفته و نتایج نشان داده است که هر یک از شش بعد کیفیت خدمات شامل: شالوده خدمت، عوامل انسانی، عوامل غیر انسانی، ابعاد قابل لمس، مسئولیت اجتماعی و قیمت با رضایت مشتریان رابطه و همبستگی مثبت و معناداری دارند. یعنی هر چه ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از ابعاد کیفیت خدمات و قیمت شرکت بیمه دانا بیشتر است، میزان رضایت آنان نیز افزایش یافته است.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۵-۵- یافته ها

۱. کیفیت خدمات یک اهرم استراتژیک و سودآور برای سازم ان ها به خصوص سازمان های خدماتی به حساب است سرمایه گذاری برای ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان، در بلند مدت مزایای زیادی را عاید سازمان می کند و منجر به بقای آنها در صحنه رقابت می گردد. یکی از مهمترین شرکت های خدماتی که نقش و یژه ای در اقتصاد کشورها ایفا می کند، شرکتهای بیمه می باشند. که برای پیشرفت این شرکت ها باید به رضایت بیمه گذران توجه شود.

۲. در این پژوهش عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران شناسائی شده و ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از ابعاد کیفیت خدمات و قیمت شرکت بیمه دانا مورد ارزیابی قرار گرفته و میزان رضایتمندی آنان از شرکت سنجش شده است. نتایج بررسی نشان دهنده این است که عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر شامل: شالوده خدمت، عوامل انسانی عرضه کننده خدمت، عوامل غیر انسانی، ابعاد قا بل لمس ، مسئولیت اجتماعی و قیمت تشکیل می دهند در ضمن نتایج یافته های این پژوهش از این حکایت دارد که ادراک بیمه گذاران مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر از ابعاد کیفیت خدمات و قیمت شرکت بیمه دانا در شرایط مناسب قرار دارد. همچنین رضایتمندی از جایگاه مناسبی برخوردار است. با افزایش ادراک بیمه گذاران از ابعاد کیفیت خدمات و شرایط قیمت شرکت، میزان رضایتمندی نیز افزایش یافته است. این نتایج از وجود رابطه معنادار بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتری حمایت نموده است.

۳. رضایت مشتریان خسارت دیده به نسبت مشتریان خسارت ندیده در سطح پائین تری قرار دارد .

۵-۶- محدودیت های پژوهش

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۱) با توجه به اینکه جامعه آماری پژوهش محدود به استان کرمانشاه است، بنابراین در تعمیم یافته ها به سایر جامعه های آماری باید جانب احتیاط رعایت گردد.

۲) با توجه به اینکه تعدد افراد خسارت دیده در نمونه آماری کم است، بنابراین احتمال دارد میزان رضایتمندی بیمه گذران در پژوهش حاضر را تحت تاثیر قرار داده باشد.

۳) با توجه به اینکه تعداد جامعه اماری و حجم نمونه زیاد نیست ، این مورد می تواند نتایج بدست آمده را تحت تاثیر قرار داده باشد.

۵-۷- پیشنهادهای کاربردی مرتبط با یافته های پژوهش

براساس یافته ها و نتایج بدست آمده، پیشنهادی کاربردی برای شرکت بیمه دانا به صورت زیر ارائه می گردد:

۱) با توجه به اهمیت نقش کیفیت در شرکت های بیمه، مدیران شرکت بایستی با استفاده از رویکردی استراتژیک و پویا به مدیریت کیفیت خدمات شرکت خود پرداخته و کیفیت را به عنوان منبعی برای تقویت و تفکیک سازی خدمات خود از دیگر رقبا مورد توجه قرار دهند و در فواصل زمانی مشخصی میزان رضایت بیمه گذاران خود را از خدمات دریافتی مورد ارزیابی قرار دهند . زیرا که این امر آنها را قادر به شناسایی نقایص و نقاط قوت خود کرده و به مرور زمان منجر به بهبود کیفیت خدمات آنها می گردد. هر چند براساس نتایج بدست آمده از مدل مفهومی پژوهش در جامعه آماری مورد مطالعه ادراک مشتریان از کیفیت خدمات شرکت بیمه دانا در شرایط مناسب است، اما چنانچه ارزیابی در فواصل زمانی انجام نگیرد، احتمال دارد که در شرایط رقابتی موجود مشتریان شرکت جذب خدمات شرکت های رقیب گردد. بنابراین به شرکت بیمه دانا پیشنهاد می گردد که با ارزیابی مستمر، ضمن شناسائی و ارزیابی نقاط ضعف و قدرت کیفیت خدمات، بیشتر به نیازها و انتظارات بیمه گذاران توجه نمایند و از طریق استقرار برنامه های مختلف کیفیت خدمات، بر بهبود وارتقاء ویژگی های خدماتی توجه نمایند زیرا مشتریان از اهمیت بسزائی در این گونه شرکت های برخوردارند.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۲) با توجه به اینکه عوامل موثر بر رضایت بیمه گذاران شناسائی شده ورابطه بین ادراک از کیفیت خدمات و رضایتنمدی مشتریان مستقیم مشاهده شده است و با توجه به اینکه رضایت مشتری به عنوان یک عامل کلیدی در شکل گیری تمایل خرید آتی مشتریان به شمار می رود. همچنین مشتریان راضی به احتمال زیاد از تجربه خودشان نزد دیگران صحبت خواهند کرد و این امر منجر به تبلیغات دهان به دهان و اثر شبکه ای مثبت برای شرکت می گردد، و با توجه به اینکه مطالعات پیشین نشان داده است که کیفیت خدمات، رضایت مشتریان را تحت تاثیر قرار می دهد که در نهایت سطح وفاداری را افزایش می دهد، بنابراین به شرکت بیمه دانا پیشنهاد می گردد که برای افزایش سطح وفاداری مشتریان از طریق رضایت مشتریان، با استفاده از رویکردی استراتژیک و پویا کیفیت خدمات را مدیریت نمایند.

۳) براساس نتایج بدست آمده ادراک از کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتریان خسارت دیده در مقایسه با مشتریان خسارت ندیده در سطح پائین تری قرار دارد. بنابراین به شرکت بیمه پیشنهاد می گردد که با انتخاب استراتژی های مناسب در جهت کاهش نارضایتی افراد خسارت دیده اقدام نمایند و همچنین با مطالعه دلایل آن را شناسائی و راهکاری مناسب را تدوین نمایند.

۵-۸- توصیه هائی به پژوهش های آتی

با توجه به تجربه های بدست در این پژوهش ، به پژوهشهای آتی پیشنهادهای زیر ارائه می گردد:

۱) به پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد که با مدل یابی تاثیر کیفیت خدمات بر رضایتمندی مشتریان مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

۲) به پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد که با مدل یابی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی رضایتمندی مشتریان مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

۳) به پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد که سطح انتظارات بیمه گذاران با سطح ادراک شده از کیفیت خدمات مقایسه گردد تا شکاف های موجود مورد شناسائی قرار گیرد.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

۴) به پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد که در نمونه گیری تعداد افراد خسارت دیده و خسارت ندیده به نسبت مساوی انتخاب گردد تا ادراک و رضایت دو گروه به دقت مورد بررسی قرار گیرد و نتایج قابل اتکا از ادراک و رضایت دو گروه حاصل گردد.

۵) به پژوهش های آتی پیشنهاد می گردد که جامعه آماری بزرگتری را انتخاب کنند .

پیوست ها

- **پرسشنامه**

ردیف	شاخص	محتوی
1	شاملوده خدمت	تنوع خدمات ارائه شده (ارائه انواع بیمه نامه وانواع روش پرداخت)از سوی شرکت بیمه دانا را چگونه ارزیابی می کنید؟
2		حق انتخاب بیمه گذار را چگونه ارزیابی می کنید؟
3		وضعیت شرکت از لحاظ ارائه خدمت یکسان در شعبه کرمانشاه و نمایندگی ها چگونه است؟
4		تعداد روزها یی که شرکت ارائه خدمت می کند، چگونه است؟
5		میزان ساعاتی که شرکت ارائه خدمت می کند، چگونه است؟
6		شفافیت مدارک مورد نیاز (از قبیل کارت ملی ، شناسنامه و...)چگونه است؟
7		شفافیت فرم های مورد عمل (فرم های بیمه برای تکمیل مدارک) چگونه است؟
8		شفافیت مقررات مورد عمل چگونه است؟
9		شفافیت مراحل انجام کار چگونه است؟

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

10	عوامل انسانی عرضه کننده خدمت	سرعت عمل کارکنان را در ارائه خدمات چگونه ارزیابی می کنید؟
11		تمایل کارکنان(علاقه و اشتیاق) جهت پاسخ گویی به سوالات مشتریان چگونه است؟
12		آمادگی کارکنان (توجه به مشتری و مشغول نبودن به کار دیگر) جهت پاسخ گویی به سوالات مشتریان چگونه است؟
13		خوش رویی و ادب کارکنان چگونه است؟
14		دانش کارکنان جهت پاسخ گویی به سئوالات مشتریان چگونه است؟
15		توانایی کارکنان (قانع کردن مشتری) جهت پاسخ گویی به سئوالات مشتریان چگونه است؟
16		آگاه نمودن مشتریان توسط کارکنان از کیفیت خدمات و عملکرد واقعی آن چگونه است؟
17		ارائه آموزش بیشتر به پرسنل بیمه تا چه اندازه می تواند موجبات رضایت بیمه گذار(مشتری) را فراهم کند ؟
18		بررسی و ترتیب اثر دادن به شکایت مشتریان چگونه است؟
19	عوامل غیر انسانی	سادگی و آسانی در ارائه خدمات چگونه است؟
20		سرعت ارائه خدمات چگونه است؟
21		میزان بکارگیری تکنولوژی های پیشرفته (سیستم های کامپیوتری و مدرن در صدور بیمه نامه ودریافت پول و پرداخت خسارت)در ارائه خدمات چگونه است؟
22		میزان دقت در ارائه خدمات چگونه است؟
23		تعداد کارکنان موجود جهت ارائه خدمات مناسب چگونه است؟
24		میزان امکانات موجود جهت ارائه خدمات مناسب چگونه است؟
25		میزان تجهیزات موجود جهت ارائه خدمات مناسب چگونه است؟

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

26	شرایط محیطی از قبیل آلودگی صوتی و محیطی، تهویه، دمای هوا داخلی و ... چگونه است؟	ابعاد قابل لمس
27	تجهیزات شرکت در ایجاد سهولت برای مشتریان چگونه است؟	
28	امکانات شرکت در ایجاد سهولت برای مشتریان چگونه است؟	
29	رعایت نظافت و بهداشت عمومی (تمیزی سالن و دستشوئی و...) چگونه است؟	
30	تابلوهای راهنما و مشخص کننده بخش های مختلف چگونه است؟	
31	ظاهر کارکنان از لحاظ رعایت پاکیزگی چگونه است؟	
32	میزان تهیه بروشور و توزیع برای راهنمائی ارباب رجوع چگونه است؟	
33	میزان پراکندگی دفاتر نمایندگی فروش در سطح شهر و دسترسی آسان به شعبه مرکزی چگونه است؟	مسئولیت اجتماعی
34	رعایت اصول اخلاقی از سوی کارکنان مرکز ارائه خدمات چگونه است؟	
35	رعایت شئونات اجتماعی از سوی کارکنان مرکز ارائه خدمات چگونه است؟	
36	مسئولیت پذیری کارکنان مرکز را در ارائه خدمات چگونه ارزیابی می کنید؟	
37	تا چه اندازه از تصمیم خود برای استفاده از خدمات شرکت بیمه دانا در کرمانشاه احساس رضایت دارید ؟	رضایت مشتریان
38	تا چه اندازه انتخاب خدمات این شرکت را یک انتخاب عاقلانه و خوب می دانید ؟	
39	تا چه اندازه عمکرد شرکت بیمه مطابق با انتظار شما بود ؟	
40	تا چه اندازه از عملکرد این شرکت رضایت دارید ؟	

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

41		تا چه اندازه از تعهدات بیمه نامه بیمه مسئولیت مدنی مدیران و ناجیان استخر در شعبه کرمانشاه رضایت دارید ؟
42		تا چه اندازه ازبرخورد کارکنان قسمت خسارت رضایت دارید ؟ (در صورتی که خسارت داشته اید پاسخ دهید)
43		تا چه اندازه از مراحل تشکیل پرونده برای دریافت خسارت رضایت دارید؟ (در صورتی که خسارت داشته اید پاسخ دهید)
44		تا چه اندازه از مدت زمان تشکیل پرونده تا دریافت خسارت رضایت دارید ؟ (در صورتی که خسارت داشته اید پاسخ دهید)
45		تا چه اندازه از مبلغ دریافتی بابت خسارت رضایت دارید ؟ .(در صورتی که خسارت داشته اید پاسخ دهید)
46		تا چه اندازه بیمه دانا شعبه کرمانشاه به جلب رضایت مشتری اهمیت می دهد ؟
47	قیمت	قیمت ارئه شده بیمه دانا در کرمانشاه تا چه اندازه نسبت به سایر شرکت ها بهتر بود ؟ (چنانچه مقایسه نموده اید پاسخ دهید)
48		بیمه دانا تا چه اندازه برای پرداخت حق بیمه از شرایط قسطی بیمه نامه برای سهولت در پرداخت حق بیمه برای مشتریان استفاده کرده است ؟
49		حق بیمه (قیمت بیمه نامه) شرکت بیمه دانا در کرمانشاه تا چه اندازه عادلانه است؟
50		حق بیمه پرداختی شما تا چه اندازه با درآمد شما تناسب دارد (راحتی پرداخت حق بیمه توسط شما) ؟

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- **فهرست جداول**

جدول شماره ۱-۱: رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری ۱۵

جدول شماره ۲-۱: خلاصه تئوریهای مربوط به نیاز و انگیزش ۵۳

جدول شماره ۳-۱: اطلاعات مربوط به متغیرهای اصلی، شماره و تعداد سوا ل ۶۷

جدول شماره ۳-۲: مقیاس اندازه گیری و شیوه نمره گذاری پاسخ های انتخاب شده ۶۹

جدول شماره ۳-۳: ضرایب اعتبار کل پرسشنامه و پاره پرسشنامه های بکار رفته در پژوهش ۷۰

جدول شماره ۴-۱: جدول فراوانی و درصد فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی ۷۸

جدول شماره ۴-۲: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات شالوده خدمت ۸۰

جدول شماره ۴-۳: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل انسانی ۸۱

جدول شماره ۴-۴: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات عوامل غیر انسانی ۸۲

جدول شماره ۴-۵: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات ابعاد قا بل لمس ۸۲

جدول شماره ۴-۶: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات مسئولیت اجتماعی ۸۳

جدول شماره ۴-۷: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات رضایت مشتریان ۸۴

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

جدول شماره ۴-۸: فراوانی، درصد فراوانی، میانه و مد پاسخ های سوالات قیمت ۸۵
جدول شماره ۴-۹: شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی متغیرهای مورد مطالعه پژوهش ۸۶
جدول شماره ۴-۱۰: نتایج آزمون توزیع متغیرهای مورد مطالعه پژوهش ۸۷
جدول شماره۴-۱۱:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای شالوده خدمت بیمه دانادرشعبه کرمانشاه۸۹
جدول شماره ۴-۱۲:نتایج آزمون همبستگی بین شالوده خدمت و رضایت مشتریان ۹۰
جدول شماره۴-۱۳:نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل انسانی بیمه دانادرشعبه کرمانشاه ۹۱
جدول شماره ۴-۱۴: نتایج آزمون همبستگی بین عوامل انسانی خدمت و رضایت مشتریان ۹۲
جدول شماره۴-۱۵:نتیجه مقایسه میانگین یک گروهی برای عوامل غیرانسانی بیمه دانا درشعبه کرمانشاه ۹۳
جدول شماره۴-۱۶: نتایج آزمون همبستگی بین عوامل غیر انسانی عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان ۹۴
جدول شماره۴-۱۷: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای ابعاد قابل لمس بیمه دانا درشعبه کرمانشاه۹۵
جدول شماره ۴-۱۸: : نتایج آزمون همبستگی بین ابعاد قابل لمس عرضه کننده خدمت و رضایت مشتریان۹۶
جدول شماره ۴-۱۹: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی مسئولیت اجتماعی بیمه دانا در شعبه کرمانشاه ۹۷
جدول شماره۴-۲۰: نتایج آزمون همبستگی بین مسئولیت اجتماعی عرضه کننده خدمت ورضایت مشتریان۹۸
جدول شماره ۴-۲۱: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی برای قیمت بیمه دانا در شعبه کرمانشاه ۹۹
جدول شماره ۴-۲۲: نتایج آزمون همبستگی بین شرایط قیمت خدمات و رضایت مشتریان ۱۰۰
جدول شماره۴-۲۳: نتیجه آزمون مقایسه میانگین یک گروهی رضایت مشتریان بیمه دانا در شعبه کرمانشاه ۱۰۱
جدول شماره ۴-۲۴: مقایسه میانگین رتبه متغیرهای مورد مطالعه پژوهش دربین افرادخسارت دیده ۱۰۲
جدول شماره ۴-۲۵: نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین ابعاد کیفیت خدمات با رضایت مشتریان ۱۰۲
جدول شماره ۴-۲۶: نتایج آزمون فرضیه ها با آزمون پارامتریک مقایسه میانگین ۱۰۳

- **فهرست نمودارها**

نمودار شماره ۱-۱: مدل مفهومی پژوهش ۱۶
نمودار شماره ۲-۱: مدل بر آورده شدن / برآورده نشدن انتظار ۴۳
نمودار شماره ۲-۲: سلسله مراتب نیازهای مزلو ۴۸

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

نمودار شماره ۲-۳: الگوی انتظار ۵۱

نمودار شماره ۴-۱: توزیع فراوانی ویژگی های فردی و جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری ۷۹

نمودار شماره ۴-۲: نمودار توزیع فراوانی توانایی مجموع شاخص های اندازه گیری شده ۸۶

- **منابع و مأخذ عمده مرتبط با موضوع:**

منابع خارجی :

- HADIYAN M.,JALILVAND M.,SALARIFAR M.H.,SALEHI MANSOUR-2006

A STUDY OF FACTORS AFFECTING CLIENT SATISFACTION WITH CONSULTATIVE SERVICES.

- GHASEM-SANI GH.R,NAMAZI M -2004

A NEW METHOD FOR SOLVING CONSTRAINT SATISFACTION PROBLEMS.

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- AHMADINEZHAD Z.,ZIEAEI V.,MORRAVEDGI A.- 2002

A SURVEY ON STUDENT"S SATISFACTION OF CLINICAL EDUCATION AND ITS RELATED FACTOR.

- FATTAHI Z.,JAVADI Y.,NAKHAEI N-2004

SURVEY ON DENTISTRY STUDENTS' SATISFACTION WITH THEIR DISCIPLINE
AND SOME OF THE RELATED FACTORS.

- Hollis landrum , victor prybutok,Xiaoni zhang, Daniel Peak

Measuring IS System service Quality with

SERQAL : Users perceptions of relative Importance of the Five SEVPERF Dimensions .

- Cronin, J.J. Jr and Taylor, S.A. (1992), “Measuring service quality: a reexamination and extension”,Journal of Marketing,Vol.6, July, pp.55-68.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), “SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, Journal of Retailing, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1993), “Research note: more on improving service quality measurement”, Journal of Retailing, Vol. 69 No. 1, pp. 140-7.
- Oliver, R.L. (1997), A Behavioral Perspective on the Consumer, McGraw-Hill, New York, NY.
- Crosby, Ph.,(1984),”Quality Without Tears: The Art Hassle Free Management “McGraw

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

Hill,New uork,1984.

- Caruana, Albert, Michael T. Ewing and B. Ramaseshan, "Assessment of the Three Column Format SERVQUAL: An Experimental Approach", J Busn Res, Vol 49, 2002
- Gronroos, C. (2000), Service Management and Marketing, john wiley and sons, ltd.
- Zeithaml, V.A. (1988), “Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence”, Journal of Marketing, Vol. 52 No. 3, pp. 2-22.
- Jamal A., Naser, K., (2002);” Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking”, European Journal of Marketing, 20/4, pp. 146-160
- Storbacka, K., Strandvik, T., & Gronroos, C. 1994. Managing customer relationships for profit: The dynamics of relationship quality. International Journal of Service Industry Management, 5 (5): 21-38.

منابع فارسی :

- کریمی آیت ،۱۳۸۲، کلیات بیمه ، شرکت بیمه ایران.
- مقیمی، سید محمد، ۱۳۸۰،سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، نشر ترمه.
- دکتر محمد آهنچی، ۱۳۸۶ ،مدیریت استراتژیک ، انتشارات دشتستان .
- ظهوری، قاسم، ۱۳۷۸ کاربرد روش‌های پژوهش علوم اجتماعی در مدیریت ، انتشارات میر.
- داود و میترا صفائیان ، ۱۳۸۱، بازاریابی خدمات بانکی ایران ، انتشارات نگاه دانش.
- فرامرز رفیع پور ،۱۳۸۰ ، توسعه و تضاد ،چاپخانه حیدری .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- پال هرسی،کنت بلانچارد، ۱۳۸۵، مدیریت رفتار سازمانی ، ترجمه دکتر علی علاقه بندی ،موسسه انتشارات امیر کبیر.
- طارق خلیل ، ۱۳۸۳، مدیریت تکنولوژی،ترجمه دکترسیدمحمداعرابی –داود ایزدی، دفترپژوهشهای فرهنگی .
- وزیری حسن ، ۱۳۷۷، کیفیت خدمات داده های مدیریت ، سازمان امور استخدامی احمد روستا ، عبد الحمید ابراهیمی ، مدیریت بازاریابی ، تهران، انتشارات سمت.
- رنجبریان بهرام و دیگران ، ۱۳۸۱، بررسی رضایت مشتری از کیفیت خدمات پس از فروش مورد مطالعه: شرکت زیراکس در استان اصفهان . پژوهشنامه بازرگانی.
- خشجان احمدو دیگران ، 1384 ، بررسی رضایت مندی مراجعین بخش اورژانس از خدمات بهداشتی درمانی ، فصلنامه پرستاری ایران .
- جعفری فرهاد و دیگران ، ۱۳۸۵، بررسی رضایت مندی و عوامل موثر بر آن در مراجعه کنندگان مراکز بهداشتی درمانی ، دانشور . گروه بهداشت و پزشکی اجتماعی، دانشکده پزشکی، دانشگاه شاهد.
- دکتر کاظم زاده و دیگران ، ۱۳۸۴ ، دو ماهنامه علمی پژوهشی دانشور ، دانشگاه شاهد ،
- دکتر مهدوی نیا سید محمد ، بهرزو قدرت پور ، ۱۳۸۴ ، به کار گیری مدیریت روابط مشتری (CRM) در افزایش فروش و حفظ مشتریان شرکت های بیمه ، فصلنامه تخصصی آسیا شماره ۳ .
- بهلکه طاهر, حمیدی مهرزاد , گودرزی محمود ، ۱۳۸۷، بررسی عوامل مرتبط با رضایتمندی مشتریان استخرهای سرپوشیده خصوصی ، دانشگاه آزاد، واحد گرگان.
- دل خواه علی , دیوانداری علی ،۱۳۸۴، تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت مندی مشتریان در صنعت بانکداری و اندازه گیری رضایت مندی مشتریان بانک ملت بر اساس آن، پژوهشنامه بازرگانی.
- بست، جان، ۱۳۷۴، "روش های پژوهش در علوم تربیتی و رفتاری"، ترجمه حسن پاشا شریفی، انتشارات رشد.
- خاکی،غلامرضا،۱۳۸۲،"روش پژوهش با رویکردی بر پایان نامه نویسی"، انتشارات بازتاب.
- دلاور،علی،۱۳۷۴،"مبانی نظری وعملی پژوهش درعلوم انسانی و اجتماعی"،انتشارات رشد.
- سرمد،زهره، بازرگان،علی؛حجازی، الهه، ۱۳۷۶، "روشهای پژوهش در علوم رفتاری"، انتشارات آگاه

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- سکاران، اوما، ۱۳۸۰، "روشهای پژوهش در مدیریت"، مترجمان: محمد صائبی و محمود شیرازی، انتشارات مرکز آموزش و مدیریت دولتی.
- کرلینجر، فرد، ان، ۱۳۷۴، "مبانی پژوهش در علوم رفتاری"، مترجمان: حسن پاشا شریفی و جعفر نجفی زند، انتشارات آوای نور.
- مارنات، گری گراث، ۱۳۷۵، "راهنمای سنجش روانی"، مترجمان حسن پاشا شریفی و محمدرضا نیکخو، انتشارات رشد.
- قصری کامبیز،۱۳۸۸، ارزیابی کیفیت خدمات با استفاده از روش سرکوال (مطالعه موردی شرکت مخابرات کردستان)، دانشگاه آزاد سنندج .
- هومن، حیدر علی، ۱۳۷۳، "استنباط آماری در پژوهش رفتاری" نشر پارسا .
- هومن، حیدر علی،۱۳۷۴،"شناخت روش علمی درعلوم رفتاری"، نشر پارسا .
- قزلباش بهروز،۱۳۸۳،جایگاه فرهنگ سازی درتصمیم های مالی شرکت های بیمه،فصلنامه صنعت بیمه.
- دکتر دعائی حبیب اله ، ۱۳۸۵، مدیریت توسعه ، بیان هدایت نور .
- فیلیپ کاتلر ، گری آرمسترانگ ، ۱۳۸۸، اصول بازاریابی ، ترجمه : دکتر علی پارسائیان ، انتشارات ادبستان- جهان نو .
- منصور جهانگیر ، ۱۳۸۸، مجموعه قوانین و مقررات بیمه ، نشر دوران .
- استیفن رابنز ، ۱۳۸۵، تئوری سازمان ، مترجمان : دکتر سید مهدی الوانی – دکتر حسن دانائی فرد ، انشارات صفار – اشراقی .
- جیمز. آ . ابراین ، ۱۳۸۶ ، سیستم های اطلاعات مدیریت ، مترجمان : دکتر امیر مانیان ، مهدی فتاحی ، بهاره واثق ، انشارات نگاه دانش .
- دکتر سعادت اسفندیار ، ۱۳۸۵ ، مدیریت منابع انسانی ، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها (سمت) .
- عبادی محمد علی ، ۱۳۷۳ ، حقوق تجارت ، کتابخانه گنج دانش .
- دکتر رضائیان علی ، ۱۳۸۵ ، مبانی مدیریت رفتار سازمانی ، سمت .
- ویتا ال اتکینسون و دیگران ، ۱۳۸۵، زمینه روانشناسی هیلگارد ، مترجمان : دکتر محمد نقی براهنی و دیگران ، انتشارات رشد .
- دکتر معین محمد ، ۱۳۸۳، فرهنگ فارسی ، گروه پژوهشگران انتشارات ساحل .

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

- حییم سلیمان ، ۱۳۸۵ فرهنگ معاصر کوچک – انگلیسی – فارسی ، فرهنگ معاصر .
- دکتر کریمی یوسف ،۱۳۸۲ ، روان شناسی شخصیت ، موسسه نشر ویرایش .
- دکتر لطیف آبادی حسین ، ۱۳۸۴، روانشناسی رشد ۲ ، سمت .
- دکتر حسینی بیرجندی سید مهدی ، ۱۳۸۴ ، اصول و روشهای راهنمائی و مشاوره ، انتشارات رشد .
- واندل . فرنچ – سسیل . اچ بل ، ۱۳۸۵، مدیریت تحول در سازمان ، مترجمان : دکتر سید مهدی الوانی – حسن دانائی فرد ، انشارات صفار – اشراقی .
- استیفت پی . رابینز ، ۱۳۸۴، مبانی رفتار سازمانی ، مترجمان دکتر علی پارسائیان و دکتر سید محمد اعرابی ، دفتر پژوهشهای فرهنگی .
- جزوات دکتر محمد آهنچی .
- اینترنت .

Abstract

In today’s competitive world progressive insurance firms pay special attention to customer’s satisfaction. According to Peter Draker the aim of progressive insurance firms is rather customer satisfaction than profit, since the latter leads to the former. Familiarity with the factors that leads to customer satisfaction is great benefit for directors of insurance firms in their strategic planning. Directors and life guards of swimming pools are affiliated with insurance firms. Considering that they interact with a large number of people, keeping them satisfied is of benefit for the insurance firms.

The study contains five parts that include:1)Overview,2) Background, 3)Method,4)Data Analysis and Discussion,5)Conclusion and Recommendation. The paper studies the effective factors that measure the customer satisfaction in regard to civic responsibility of directors and life guards of swimming pools of Dana Insurance Firm, Kermanshah

www.collegeprozheh.ir کالج پروژه

Branch. This is a descriptive measurement study and with seven hypotheses such as foundation of service, human factors, non-human factors, tangible factors, social responsibility, and price. The seventh hypothesis is satisfaction of directors and life guards of swimming pools of Dana Insurance Firm, Kermanshah Branch. The data suggests that the directors and life guards are satisfied. The mean of the observed data is higher than the mean value of hypothetical data which confirms that hypothesis based on single group T statistical analysis.

Key words: insured, satisfaction, Civil Liability