

بررسی ارتباط بین کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد

عاطفه روحانیان

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش بیمه

چکیده

با توجه به افزایش نقش سازمان های خدماتی در عرصه های مختلف اقتصادی و اهمیت موضوع کیفیت در عرصه های رقابتی، موضوع کیفیت خدمات و عملکرد سازمانی به عنوان یکی از اهرم های استراتژیک و محورهای کلیدی در صحنه رقابت شناخته شده است. بنابراین هدف از تحقیق حاضر، بررسی ارتباط بین مولفه های کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگی های بیمه ایران در شهر مشهد بود. تحقیق حاضر توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است که به دو صورت کتابخانه ای و میدانی با ابزار پرسشنامه استاندارد کیفیت ارائه خدمات بنفیری (۱۳۹۴) و پرسشنامه استاندارد عملکرد سازمانی عادل (۱۳۹۵)، داده ها جمع آوری گردید. جامعه آماری شامل مدیران و معاونین و کارشناسین و کارکنان شعبه سرپرستی بیمه ایران در استان هرمزگان (واقع در شهر مشهد) به تعداد ۹۵ نفر بودند که با توجه به جدول نمونه گیری گرجسی و مورگان از جامعه آماری با حجم ۹۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند (روش تمام شماری). به منظور توصیف ویژگیهای جمعیت شناختی از آماره های میانگین، واریانس، انحراف معیار و درخصوص تحلیل استنباطی داده ها از آزمون K-S جهت بررسی نرمالیتیه بودن داده ها، ضریب همبستگی اسپیرمن جهت بررسی میزان ارتباط متغیرهای فرضیات و آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد. پس از تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS، نتایج حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین کلیه مولفه های کیفیت ارائه خدمات شامل خدمت رسانی، نوآوری، تکنولوژی و تعهد با بهبود عملکرد با عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد بوده است.

واژه های کلیدی: کیفیت ارائه خدمات، بهبود عملکرد، بیمه ایران، شهر مشهد

۱- مقدمه و مبانی نظری

در جهان امروز رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری جایگاه بین المللی آن را رقم می زند، بنابراین کشورها برای آنکه بتوانند در عرصه بین المللی جایگاهی داشته باشند درصدد بر می آیند شاخصهای توسعه یافتگی خود را بهبود بخشیده و از این طریق موجب تقویت اقتصاد و ایفاء نقش تأثیرگذاری در صحنه جهانی شوند. صنعت بیمه به عنوان یکی از شاخص های توسعه یافتگی از یک سو به عنوان یکی از عمده ترین نهادهای اقتصادی مطرح بوده و از سوی دیگر فعالیت سایر نهادها را پشتیبانی می نماید (کریمی، ۱۳۹۲). امروزه افراد در محیطی زندگی می کنند که بطور روز افزون به سوی اقتصاد مبتنی بر خدمات پیش می رود. دیگر خدمات بخش کوچکی از اقتصاد به شمار نمی رود بلکه به عنوان قلب ارزش آفرینی در اقتصاد مطرح است که طیف وسیعی از خدمات شخصی تا خدمت به عنوان یک محصول را در بر می گیرد. کیفیت بالای خدمات با سودآوری و بقاء سازمان در ارتباط بوده و بواسطه ایجاد سودهای بیشتر از طریق قیمت‌های بالاتر باعث رشد سازمان نیز می شود. در این میان یکی از مهمترین انواع رفتارهای کارکنان خط مقدم سازمانها؛ ارائه خدمات به مشتریان است که در ادبیات بازاریابی نیز بیشترین کاربرد را داشته و تأثیر بسزایی بر رضایت ارباب رجوع دارد (بن فیری، ۱۳۹۴).

با توجه به افزایش نقش سازمان های خدماتی در عرصه های مختلف اقتصادی و اهمیت موضوع کیفیت در عرصه های رقابتی، موضوع کیفیت خدمات به عنوان یکی از اهرم های استراتژیک و محورهای کلیدی در صحنه رقابت شناخته شده است و اخیراً در بسیاری از تحقیقات مورد توجه مدیران و صاحبانظران قرار گرفته است. امروزه هر سازمانی چه دولتی و چه خصوصی، بدون توجه به بهبود کیفیت خدمات خود نمی تواند در کسب و کار خود موفق باشد و در واقع محکوم به نابودی می باشد. بدین منظور هر سازمان خدماتی برای ارزیابی و بهبود کیفیت خدمات خود در درجه اول می بایستی نیازها و انتظارات مشتریان خود را شناسایی کرده و در فواصل زمانی مشخصی میزان رضایت مشتریان شان را از خدمات خود بررسی کرده و نسبت با بهبود آن تمام تلاش خود را به کار گیرند (اک، ۲۰۱۷).

امروزه بخش خدمات در اقتصاد کشورها نقش کلیدی ایفا می کند به طوری که بیش از ۷۵ درصد تولید ناخالص ملی کشورهای توسعه یافته، مربوط به بخش خدمات آنها می باشد و این میزان پیوسته در حال افزایش می باشد، از طرف دیگر بیش از ۷۰ درصد نیروی کار کشورهای توسعه یافته نیز در بخش خدمات آن کشورها مشغول به فعالیت می باشند. امروزه به دلیل وجود فشارهای رقابتی شدید، یکی از مهمترین استراتژی های که سازمان های خدماتی از طریق آن می توانند به مزیت رقابتی پایدار دست یابند، بهبود کیفیت خدماتشان می باشد (لگرسن و لگرسن، ۲۰۱۷). بررسیهای مختلف نشان می دهد که بهبود کیفیت خدمات نتایج ارزنده ای را برای سازمان ها به همراه داشته و نهایتاً منجر به رضایت و وفاداری مشتریان، کسب سهم بازار بیشتر و نهایتاً سودآوری بیشتر سازمان می گردد (بل و اسنگریچ، ۲۰۱۷). از آنجایی که دنیای پیچیده امروز عصر تداوم لقب گرفته است، رشد سریع و تکاملی دانش فنی و تکنولوژی و گسترش بازار مصرف، مجال استفاده از تجارب و راه حل‌های گذشته را از آدمی ربوده است. دیگر تجارب و راه حل‌های گذشته برای مسائل جاری و آینده سازمانها کارگشا نیستند. باید به شیوه ای دیگر اندیشید و به دنبال راه کارهای جدیدی بود تا بتوان کالاها و خدمات را با همان کیفیتی که مشتری می خواهد ارائه کرد. یافتن روشهای خلاقانه پاسخگویی به محیط متلاطم امروزی و دستیابی به موفقیت سازمانها نیازمند استفاده

¹- Oke, Adegoke.

²- Lagrosen, S. & Lagrosen, Y.

³- Bell, S.J. & Eisingerich, A.B.

از روشهای نوین ونگرشی جدید به سازمان است (کیاسی و برومند، ۱۳۹۳). با آغاز قرن بیست و یک جهان در تمام جوانب با تغییرات قابل توجهی مواجه گشت، بویژه تغییرات شگرف در کانالهای ارتباطی، گسستن و شکستن مرزهای جغرافیایی و سازمانی و نوآوری های تکنولوژیک، افزایش تقاضا و بالا رفتن انتظارات مشتریان و شکسته شدن بازارهای کلان به بازارهای کوچک تر و محدودتر که این تغییرات، بقای سازمانها رامنوط به بازبینی عمده ای در الویتها و چشم انداز استراتژیک آنها نموده است (اوستر هاوت و همکاران، ۲۰۱۵).

آنچه ذهن محقق را به تفکر درخصوص موضوع تحقیق واداشته است آن است که عملکرد سازمان و کارکنان در بیمه ایران از عوامل منبعث از کیفیت خدمات می باشد. در واقع این فعالیتهای کارکنان درون سازمان است که سازمان را در کنار کیفیت ارائه خدمات مطلوب با مشتریانش پیوند می دهد. هدف این فعالیتهای حفظ مشتریان از طریق برآورده ساختن نیازهایشان است. لذا جهت اطمینان از موفقیت در ایجاد کیفیت خدمات عالی، عملکرد سازمان و کارکنان اهمیتی کلیدی دارد چرا که نهایتاً آنها هستند که مسئول ارائه خدمات و برآورده ساختن انتظارات مشتریان می باشند. از آنجا که بقای سازمانهای خدماتی همچون بیمه ایران در گرو بهبود کیفیت ارائه خدمات، افزایش سهم بازار، جذب و جلب مشتری، بهبود تصویر ذهنی از خدمات بیمه ایران و از آنجا که همه این عوامل بهبود عملکرد و افزایش رضایتمندی مشتریان بیمه ایران را منتج می شوند، لذا هدف محقق از تحقیق حاضر، بررسی ارتباط بین کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگان بیمه ایران در شهر مشهد است. محقق از بستر این موضوع، در صدد آن است بررسی نماید آیا ارتباط معناداری بین مولفه های کیفیت خدمت رسانی، نوآوری، تکنولوژی و تعهد کارکنان با بهبود عملکرد نمایندگان بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد یا خیر؟

۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

در قرن حاضر تحولات جدید باعث شده است تا بخش خدمات با سرعت بسیار زیادی گسترش پیدا کند به طوری که بر اساس آمارهای موجود نزدیک به هفتاد درصد از حجم نیروی کار در بخش خدمات مشغول بکار هستند. توجه به کیفیت کالا و حساسیت نسبت به خدمات در زمره مهمترین نکاتی است که جامعه جهانی در عصر حاضر به آن اولویت خاصی بخشیده است. کالای نامرغوب و خدمات پایین تر از حد انتظار همواره موجب می شود که مشتریان و بهره گیران از خدمات روزبه روز اعتبار و اعتماد کمتری نسبت به عرضه کنندگان آن کالا و ارائه دهندگان آن خدمات پیدا کنند (اکبری، ۱۳۹۱). در دنیای امروزی با رشد تکنولوژی و فناوریهای اطلاعاتی، رفاه عمومی افزایش یافته و بالاتر رفتن سطح زندگی در جوامع مختلف باعث افزایش سطح آگاهی و انتظار مشتریان گردیده است. در هر حال پذیرش رویکرد مشتری گرایی به صورت یک الزام برای سازمانها تبدیل شده است و سازمانی که خود را با این رویکرد تطبیق ندهد به نابودی و شکست محکوم خواهد شد. تا چندی پیش رقابت بین شرکتها در تصاحب سهم بیشتر بازار بود ولی امروزه سازمانها به دنبال افزایش سهم مشتری می باشند (حسینی و همکاران، ۱۳۸۹). در یک سازمان تولیدی و خدماتی، عملکرد یکی از مهمترین سازه های مورد بحث در پژوهشهای مدیریتی است و بدون شک مهمترین معیار سنجش موفقیت در شرکتهای تجاری و سازمانهای خدماتی به حساب می آید. در یک بنگاه اقتصادی که هدف، افزایش ثروت مالکان است، توجه به ازدیاد سود موجبات تحقق هدف را فراهم می آورد. در واقع، محاسبه میزان عملکرد مالی به معنای میزان دستیابی به اهداف سازمانی است (رحمانی و دیگران، ۱۳۹۳). ارزیابی عملکرد یکی از وظایف اصلی هر سازمان و یکی از وجوه مدیریت عملکرد می باشد. اندازه گیری عملکرد می تواند به عنوان سیستمی تعریف

⁴-Oosterhout, Maecel.Van; Waarts, Eric; Heck, Eric.Van & Hillegersberg, Joes.Van

شود که توسط آن سازمان درمی یابد که آیا به اهدافش دست می یابد یا خیر (کریمی، ۱۳۹۲). عوامل و منابع مختلفی در کسب مزیت رقابتی در بخش خدمات دخیل بوده که می توان گفت مهمترین آن عملکرد نیروی انسانی است، چراکه کارکنان بخش خدمات برای ارائه خدمت با مشتریان خود در تعامل بوده و کیفیت عملکرد تعامل است که به کسب مزیت رقابتی و ایجاد تمایز میان سازمان های مختلف منجر می گردد (قرچه و دابوئیان، ۱۳۹۰).

به لحاظ آنکه همواره ارائه و تقویت راهکارهای کاربردی از مجرای این گونه پژوهشها و تحقیقات، سازمانهای ارائه دهنده خدمات همچون بیمه ایران را توانمندتر خواهد ساخت (تقویت قوتها و برطرف نمودن نقاط ضعف) محقق درصدد است بواسطه نتایج علمی و مفید این تحقیق در راستای بهبود و توسعه خدمات نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد قدمی بس کوچک برداشته و در رونق و شکوفایی و رشد روز افزون این سازمان تاثیرگذار باشد. این پژوهش با ارائه راهکارهای علمی و تجربی و کاربردی، ضمن جلوگیری از افت کیفیت خدمات در بیمه ایران، می تواند منابع مالی محدود در دسترس را به نحوی بهتر با ابزار بس حیاتی رضایت مشتری از مجرای سرمایه گذاری بر روی کیفیت خدمات تخصیص بهینه دهد تا عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد بهبود و ارتقاء یابد.

۳- پیشینه تحقیق

بهادری و همکاران (۱۳۹۲) طی تحقیقی به "بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در شعبه خدمات درمانی نیروهای مسلح شهر همدان از منظر جانبازان" پرداختند. این مطالعه با هدف بررسی کیفیت خدمات ارائه شده به جانبازان نیروهای مسلح و شناسایی میزان شکاف کیفیت خدمات در شعبه خدمات درمانی نیروهای مسلح شهر همدان در سال ۱۳۹۲ با استفاده از روش سروکوال انجام گرفت. این پژوهش از نوع پژوهشهای توصیفی -تحلیلی بود که در سال ۱۳۹۲ شعب بیمه نیروهای مسلح در شهر همدان انجام پذیرفت. حجم نمونه شامل ۱۰۰ نفر و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد مدل سروکوال با ۲۶ سوال بود. جانبازان در بخش انتظارات در مورد وضعیت ایده آل یا مطلوب و در بخش ادراکات در مورد وضعیت موجود یا آنچه هست به سئوالات پاسخ دادند و بر این اساس شکاف کیفیت تعیین شد. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار آمار و با بهره گیری از روش های آمار توصیفی همچون جداول فراوانی و انحراف معیار و همچنین روش های آمار SPSS16 تحلیلی انجام شد. نتایج نشان داد انتظارات از کارکنان در همه ابعاد و شاخصها بالاتر از وضعیت موجود بود. میرزایی بنی طی (۱۳۹۰) طی تحقیقی به "ارزیابی عملکرد نمایندگی های بیمه" پرداخت. در این تحقیق به منظور ارزیابی عملکرد نمایندگی های بیمه، شاخص های مدل اروپایی تعالی سازمانی به عنوان ورودی ها و خروجی های مدل تحلیل پوششی داده ها در نظر گرفته شدند. با استفاده از پرسشنامه خبرگان صنعت بیمه، ضریب اهمیت هر معیار مدل تعالی سازمانی به روش آنتروپی شانون تعیین گردید. سپس با نمره های حاصل از پرسشنامه دوم، عملکرد ۳۵ نمایندگی حقوقی شرکت بیمه مورد بررسی و ارزیابی گردید. نتایج تحقیق نشان داد که ترکیب مدل تعالی سازمانی به عنوان یک مدل کیفی و مدل تحلیل پوششی داده ها به عنوان یک مدل کمی، مدل مناسبی برای ارزیابی عملکرد نمایندگی های بیمه می باشد. با استفاده از مدل بازده ثابت به مقیاس روش تحلیل پوششی داده ها، در ارزیابی عملکرد نمایندگی های شرکت های بیمه، تمایز میان واحدهای کارا و ناکارا با دقت بالاتری صورت می گیرد. همچنین نتایج نشان دادند که دو حالت ورودی محور و خروجی محور مدل تحلیل پوششی داده ها در سنجش کارایی نمایندگی های بیمه به نتایج یکسانی منجر می گردند. کریمی (۱۳۹۰) طی تحقیقی به "ارزیابی عملکرد صنعت بیمه کشور و تبیین چشم انداز آینده" پرداخت. در گزارش موصوف با رویکرد ارزیابی عملکرد صنعت بیمه در بازه زمانی

۸۸ تا ۹۰ به بررسی وضع موجود و تشریح چشم انداز آینده پرداخته شده است. این نوشتار از بعد هدف کاربردی و دارای ماهیت توصیفی بوده است و طی آن به جایگاه عملکردی صنعت بیمه طبق شاخص های جهانی پرداخته و تحلیل گردید. اصلاح فرایندهای موجود در صنعت دستاوردهای صنعت بیمه در بازه زمانی بررسی شده و اقدامات بیمه مرکزی ایران در اجرای سیاستهای کلی اصل ۴۴ قانون اساسی ذکر و در نهایت چشم انداز صنعت بیمه در افق ۱۴۰۴ تبیین شده است. شاهین و ابوالحسنی (۱۳۸۹) طی تحقیقی به "سنجش تفاوت مشخصات کیفیتی خدمات و نحوه ارائه خدمات در صنعت بیمه (بررسی موردی: شرکت بیمه ایران در استان اصفهان)" پرداختند. در الگوی اصلاح شده تحقیق حاضر، شکاف های کیفیت خدمات، هفت شکاف (کمبود) اصلی درباره مفهوم کیفیت خدمات شناسایی شده است. سه شکاف این مدل به بازار داخلی سازمان مربوط می شود. بنابراین این پژوهش باتوجه به اهمیت نقش شکافهای داخلی کیفیت خدمات در ساماندهی بازار داخلی سازمانها، با هدف اندازه گیری شکاف و سنجش تفاوت بین مشخصات کیفیتی خدمات عرضه شد. دانشور و همکاران (۱۳۸۵) طی تحقیقی به طراحی مدل ارزیابی عملکرد شعب بیمه با استفاده از تکنیک DEA (مطالعه‌ی موردی بیمه‌ی دانا) پرداختند. این پژوهش به تبیین مدلی برای ارزیابی عملکرد شعب بیمه با استفاده از روش تحلیل پوششی داده ها پرداخته است. سؤال اصلی در این تحقیق به این صورت مطرح است که چگونه می توان عملکرد شعب بیمه را ارزیابی کرد؟ به منظور پاسخ‌گویی به این سؤال کلیه‌ی شعب بیمه‌ی دانا، به جز شعب واقع در تهران انتخاب شده اند و داده های سال ۱۳۸۲ این شعب مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج تحقیق نشان می دهد تکنیک DEA روشی مناسب برای ارزیابی عملکرد شعب شرکت های بیمه و شناسایی شعب کارا و ناکارا است. در این مقاله پس از معرفی این تکنیک چگونگی استفاده از آن برای ارزیابی عملکرد شعب شرکت بیمه‌ی دانا (به عنوان یک نمونه) تشریح می شود. بدیهی است این تکنیک در سایر شرکت‌های بیمه نیز قابل اجراست.

هانگ یی وو و دیگران (۲۰۱۶) نتایج پیاده سازی کارتهای امتیازی متوازن که یکی از پرکاربردترین شیوه های ارزیابی عملکرد می باشد را در سه بانک مقایسه کردند و با استفاده از روشهای تصمیم گیری فازی به اولویت بندی آنها پرداختند. در تحقیق دیگری محققین به ارائه مدلی جهت ارزیابی آزمایشگاه تحقیقات صنعتی پرداخته اند. داویس و البریت (۲۰۱۵) در تحقیقی به سنجش عملکرد خدمات مالی بانک پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که با اجرای نقشه استراتژیک، عملکرد مالی بهبود قابل توجهی می یابد. فضل زاده و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه ای چگونگی تأثیر ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مشتری را بررسی نمودند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده و نمونه آماری مشتریان خرده فروشی (لوازم خانگی) بودند. نتایج مطالعه نشان داد که کیفیت خدمات بر رضایت و به نوبه خود نیت رفتاری تأثیر می گذارد. آواستی و دوگرا (۲۰۰۵) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی کیفیت خدمات در بانکها" با استفاده از مدل ۵ گانه کیفیت خدمات در مدل سروکوئال میزان شکاف در انتظارات و ادراکات از خدماتی که توسط بانکها به متقاضیان ارائه می شود به این نتیجه رسیده اند که انتظارات مشتریان بانکها از ادراکات آنها در باره خدمات ارائه شده بیشتر است.

⁵- Huang, H. C.

⁶- Davis, S. & T. Albright

¹-Byrgln

²- Saccani, Songini and gaiardelli

³- Rigopoulou et al

⁸-Awasthi. K & Dogra

۴- فرضیات تحقیق و مدل مفهومی

فرضیه اصلی:

بین مولفه های کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیات فرعی

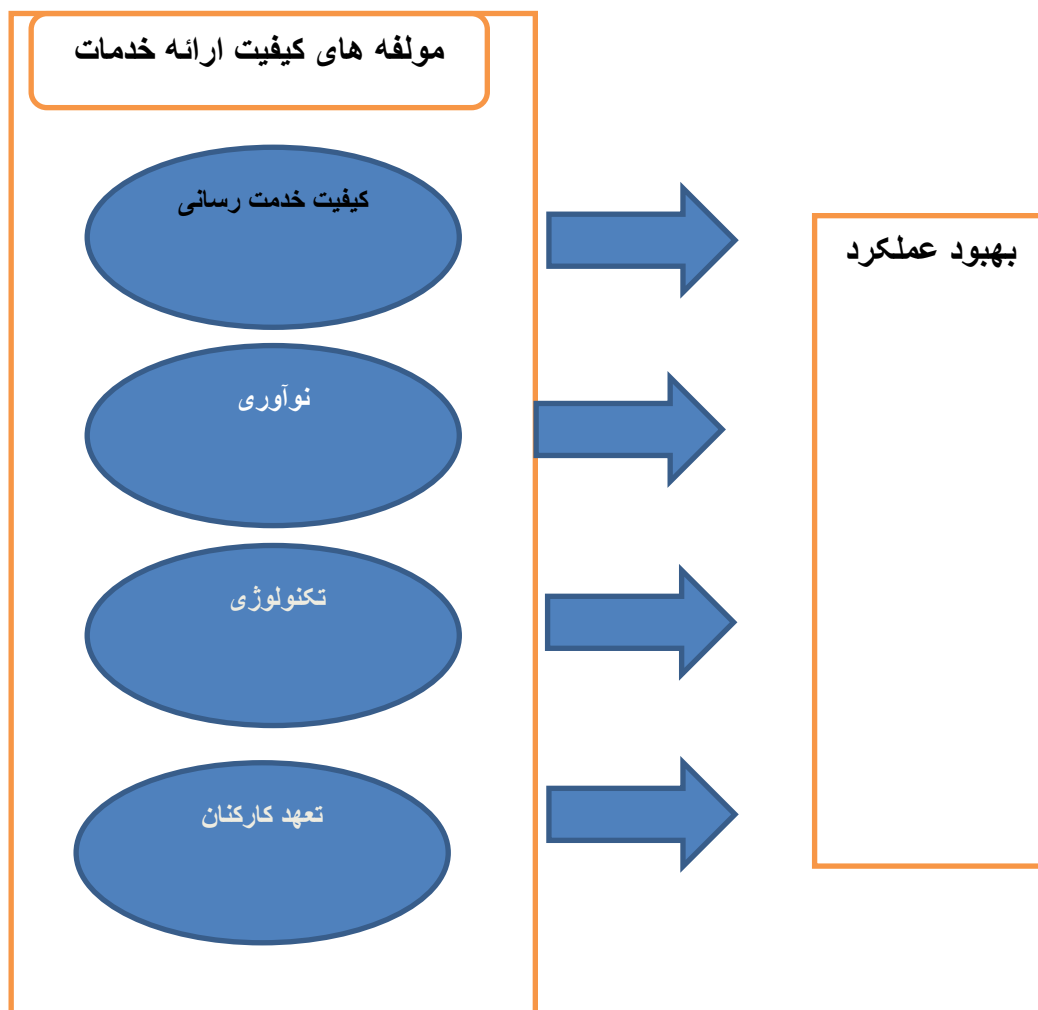
بین کیفیت خدمت رسانی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

(۲) بین تکنولوژی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

(۳) بین نوآوری و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

(۴) بین تعهد کارکنان و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

در ادامه مدل مفهومی تحقیق ارائه گردیده است. تحقیق فعلی از نوع تحقیقات میان رشته ای کاربردی، میدانی و پیمایشی از نوع همبستگی مدل تحقیق بر اساس مدل بایی بن و همکاران (۲۰۱۶) طراحی شده است. در شکل زیر مدل مفهومی تحقیق ارائه شده است.



۵- روش پژوهش

پژوهش حاضر در قالب یک طرح تحقیقاتی کاربردی صورت گرفته است. این تحقیق بر اساس هدف کاربردی و بر اساس شیوه های گردآوری داده ها توصیفی - پیمایشی است. ضمناً با توجه به اینکه رابطه یک متغیر با چند متغیر دیگر را می سنجد تحقیق از نوع همبستگی است. مدیران و معاونین و کارشناسین و کارکنان شعبه سرپرستی بیمه ایران در استان هرمزگان (واقع در شهر مشهد) که تعداد ۹۵ نفر می باشند جامعه آماری را تشکیل می دهند. با توجه به جدول نمونه گیری گرجسی و مورگان از جامعه آماری با حجم ۹۵ نفر ۷۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب می گردند (تمام شماری) ابزار اصلی گردآوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می باشد. در این تحقیق جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده می شود و متناسب با اهداف پژوهش و فرضیات تحقیق سوالاتی تنظیم گردید. ابزار اندازه گیری پژوهش حاضر، پرسشنامه استاندارد ارائه خدمات بنفیری (۱۳۹۴) و پرسشنامه استاندارد عملکرد (مدیران و کارکنان) عادل (۱۳۹۵) می باشند. در نمره گذاری پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت از ۱ تا ۵ به ترتیب برای گزینه های کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم می باشد. پرسشنامه مورد استفاده علیرغم استاندارد بودن، پس از تنظیم پرسشنامه به اساتید راهنما و مشاور ارجاع داده و پس از بررسی و رفع اشکالات به تأیید رسید و روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید قرار گرفت. به منظور سنجش پایایی علیرغم استاندارد بودن، یک نمونه اولیه شامل ۳۰ پرسشنامه به عنوان پیش آزمون توزیع شد و سپس با استفاده از داده های بدست آمده از پرسشنامه، میزان ضریب اعتماد با روش ضریب آلفای کرونباخ توسط نرم افزار SPSS محاسبه گردید که ضریب آلفای کرونباخ برای مولفه های پرسشنامه کیفیت ارائه خدمات و عملکرد بالای ۷۵ درصد به دست آمد. با توجه به اینکه در پژوهش های علوم انسانی، ضریب آلفای بالاتر از ۰/۷۵ قبول است (آذر و مومنی ۱۳۸۳)، لذا اعداد بدست آمده برابر جدول زیر نشان دهنده این است که پرسشنامه، از قابلیت اعتماد و به عبارت دیگر از پایایی لازم برخوردار است

۶- تحلیل فرضیات

۶-۱- بررسی نرمال بودن توزیع داده های تحقیق

این آزمون جهت بررسی ادعای مطرح شده در مورد توزیع داده های یک متغیر کمی مورد استفاده قرار می گیرد؛ مثلاً آیا توزیع متغیر مورد بررسی نرمال است؟ بنابراین در این تحقیق نیز ادعای نرمال بودن توزیع هر کدام از متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می گیرد. که فرضیه آماری تحقیق به صورت زیر نوشته می شود.

H0: داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند.

H1: داده ها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند.

جدول ۱-آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی مفروضه نرمال بودن

| متغیر | فراوانی | میانگین | Z-ka اس | Sig. |
|------------------|---------|---------|---------|------|
| تعهد | ۷۶ | ۳/۳۲ | ۰/۱۶ | ۰/۰۱ |
| نوآوری | ۷۶ | ۳/۶۹ | ۰/۲۴ | ۰/۰۴ |
| خدمت رسانی | ۷۶ | ۳/۵۹ | ۰/۱۱ | ۰/۰۱ |
| تکنولوژی | ۷۶ | ۲/۸۳ | ۰/۱۰ | ۰/۰۱ |
| کیفیت ارائه خدمت | ۷۶ | ۳/۰۰ | ۰/۱۰ | ۰/۰۱ |

اگر مقدار سطح معنی داری بزرگتر از مقدار خطا (آلفا) باشد فرض صفر را نتیجه می گیریم و در صورتی که مقدار سطح معنی داری کوچکتر از خطا باشد فرض یک را نتیجه می گیریم. با توجه به جداول بالا، چون مقدار سطح معنی داری کلیه متغیره (مستقل و وابسته) پایین تر از ۰/۰۵ می باشد لذا توزیع کلیه متغیرها غیر نرمال می باشد و از آزمون اسپیرمن استفاده گردیده است.

۲-۶- آزمون فرضیه های اصلی و فرعی

در این بخش از آزمون هم بستگی اسپیرمن، جهت بررسی ارتباط بین کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد و از آزمون فریدمن جهت رتبه بندی متغیرها استفاده شده است .

الف) آزمون فرضیه اصلی

H0: بین کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود ندارد.

H1: بین کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول ۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پیش بین و ملاک

| متغیرهای مرتبط | ضریب همبستگی | تعداد | سطح اطمینان | سطح معنادار | تفسیر |
|--|--------------|-------|-------------|-------------|------------------------|
| کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد | ۰/۷۲ | ۷۶ | ۰/۹۵ | ۰/۰۵ | رابطه مستقیم و معنادار |

برای بررسی فرضیه تحقیق مطابق جدول فوق، با در نظر گرفتن مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد؛ همچنین مقدار معنادار که کمتر از ۵٪ بوده است در سطح اطمینان ۰/۹۵ می توان نتیجه گرفت که همبستگی خطی معنی داری بین متغیرهای کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد (مقدار ضریب همبستگی

۰/۷۲) وجود دارد؛ لذا با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی‌دار رد می‌شود و فرضیه اصلی تحقیق تأیید می‌شود. با توجه به این که ضریب همبستگی بین این دو متغیر دارای علامت مثبت می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت که جهت تغییرات این دو متغیر با یکدیگر هم جهت و از نوع مثبت بوده است یعنی تقویت کیفیت ارائه خدمات با بهبود عملکرد و بالعکس همراه است.

ب) آزمون فرضیات فرعی

H0: بین مولفه های کیفیت خدمت رسانی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود ندارد.

H1: بین مولفه های کیفیت خدمت رسانی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول ۳- ماتریس همبستگی متغیرهای پیش بین و ملاک

| متغیرهای مرتبط | ضریب همبستگی | تعداد | سطح اطمینان | سطح معنادار | تفسیر |
|---------------------------------|--------------|-------|-------------|-------------|------------------------|
| تکنولوژی و بهبود عملکرد | ۰/۷۳ | ۷۶ | ۰/۹۵ | ۰/۰۵ | رابطه مستقیم و معنادار |
| نوآوری و بهبود عملکرد | ۰/۵۵ | ۷۶ | ۰/۹۵ | ۰/۰۵ | رابطه مستقیم و معنادار |
| تعهد کارکنان و بهبود عملکرد | ۰/۳۰ | ۷۶ | ۰/۹۵ | ۰/۰۵ | رابطه مستقیم و معنادار |
| کیفیت خدمت رسانی و بهبود عملکرد | ۰/۶۴ | ۷۶ | ۰/۹۵ | ۰/۰۵ | رابطه مستقیم و معنادار |

برای بررسی فرضیات فرعی تحقیق مطابق جدول فوق، با در نظر گرفتن مقدار ضریب همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای مستقل (تکنولوژی، نوآوری، تعهد و کیفیت خدمت رسانی) و بهبود عملکرد؛ همچنین مقدار معنادار که کمتر از ۵٪ بوده است در سطح اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که همبستگی خطی معنی‌داری بین متغیرهای مستقل و بهبود عملکرد برابر مقادیر ضریب همبستگی جدول) وجود دارد؛ لذا با اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر آماری مبنی بر عدم وجود ارتباط معنی‌دار رد می‌شود و فرضیه های فرعی تأیید گردید. با توجه به این که ضریب همبستگی بین این دو متغیر دارای علامت مثبت می‌باشد، بنابراین می‌توان گفت که جهت تغییرات متغیرهای مستقل و متغیر وابسته هم جهت و از نوع مثبت بوده است یعنی تقویت متغیرهای مستقل با بهبود عملکرد و بالعکس همراه است.

۳-۶- نتیجه آزمون فریدمن جهت رتبه بندی متغیرها

نتایج آزمون فریدمن جهت رتبه بندی متغیرها در جدول ۴- ارائه گردیده است.

جدول ۴-رتبه بندی متغیرهای مستقل بر اساس آزمون فریدمن

| متغیر | میانگین رتبه ها |
|------------|-----------------|
| تعهد | ۲/۰۹ |
| نوآوری | ۱/۷۶ |
| خدمت رسانی | ۲/۵۷ |
| تکنولوژی | ۳/۵۸ |

نتایج آزمون فریدمن در رتبه بندی متغیرها نشان داد که بیشترین میانگین رتبه متعلق به تکنولوژی با ۳/۵۸ و کمترین میانگین رتبه متعلق به متغیر نوآوری با میانگین ۱/۷۶ است.

۷- جمع بندی و ارائه پیشنهادات

نتایج کلی موید این است که بین مولفه های کیفیت ارائه خدمات بیمه ای و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران در شهر مشهد ارتباط معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر اگر مشتریان بیمه ای بوسیله خدمات خاصی راضی شوند احتمالاً خرید خدمات خود را از آن سازمان تکرار خواهند کرد. سازمانهای بیمه ای که در ارائه ارزش ویژه از یستر ارائه خدمات ممتاز به مشتریان خود فعال تر هستند، سطح رضایت مشتریان آنها بالاتر خواهد بود و احتمال بیشتری وجود دارد تا این امر برای آنها تبدیل به یک موقعیت رقابتی شود. بنابراین یکی از متداولترین روشها جهت تعیین میزان ارضای نیازها و خواستههای مشتریان بیمه ای از طریق تمایز در کیفیت ارائه خدمات نسبت به سازمان های دیگر و ارزیابی مستمر عملکرد سازمان طی دوره های زمانی انجام می شود. علیهذا پیشنهادات ارائه شده در رابطه با مولفه های کیفیت ارائه خدمات در راستای بهبود عملکرد به تفکیک ارائه گردیده است.

۷-۱- کیفیت خدمت رسانی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران

مزیت یابی و مزیت شناسی در زمینه کیفیت ارائه خدمات بیمه ای مهمترین وظیفه همه سازمان ها و شرکتهایی ارائه دهنده خدمات بیمه ای است که رقابت را باور داشته و علاقمندند تا در صحنه کسب و کار ماندگار و پایدار باشند. لذا در راستای این فرضیه پیشنهاد می گردد:

۱) مسئولین و تصمیم گیران عمده، مدیران آموزش کارکنان در خصوص مهارتهای ارتباطی کارکنان با مشتریان، حل مشکلاتشان؛ تعهد به وعده های داده شده، راه، با انجام مشاوره های روانشناسی و کارگاههای توجیهی مورد توجه قرار دهند.

۲) آموزشهای مشتری مداری به منظور ارائه خدمات درست و صریح را در اولویت ویژه قرار دهند و این حرکت به طور مستمر انجام گیرد.

۷-۲- تکنولوژی و بهبود عملکرد نمایندگیهای بیمه ایران

هدف از تدوین استراتژی توسعه فن آوری، کسب مزیت تکنولوژیکی پایدار است به طوری که صنعت بیمه را در مرزهای رقابتی نگه دارد. از این رو دارا بودن چشم اندازی مناسب از فن آوری های متمایز کننده صنعت بیمه، محصولات و خدماتی که

سازمان و صنعت می تواند از این بهره‌دهی، مشتریان بالقوه و موقعیتی که سازمان یا صنعت مربوطه قصد دارد در آینده در آن قرار گیرد، ضروری است. در راستای این فرضیه پیشنهاد می‌گردد:

۱) کاستن از شکاف زمانی تصمیم‌گیری تا اجرای طرح خدماتی متمایز و ارائه خدمات دهی سریع به مشتریان؛ کاهش بوروکراسی و فرآیند گسترده اداری و کاهش اتلاف زمان مشتریان از بستر تکنولوژی‌ها و فناوری‌های روز در ارائه خدمات سریع‌تر و ملموس‌تر و با کیفیت‌تر در دستور کار مدیران بیمه ایران قرار گیرد.

۷-۳- نوآوری و بهبود عملکرد نمایندگان بیمه ایران

بسیاری از سازمانها و شرکتهای بسیاری از بخشهای اقتصادی و اجتماعی به لزوم نوآوری (از نوع فردی یا سازمانی) پی برده‌اند. این گرایش عمدتاً به دلیل همان شرایط و وضعیتهای پیچیده جدیدی است که سازمانها را با تنگناهای رقابتی و تکنولوژیکی مواجه ساخته و تداوم روشهای سنتی را با مشکل جدی روبرو ساخته است. لذا در راستای این فرضیه موارد زیر پیشنهاد می‌گردد:

۱) درک و توجه ویژه و متمایز به مشتریان و کارکنان خلاق و نوآور؛ برقراری ارتباط مناسب با آنها و سهولت برقراری ارتباط آنها با بیمه ایران در دستور برنامه ریزان این سازمان باشد.

۲) آموزش کارکنان خلاق و نوآور سازمان به منظور تحکیم مهارتهای ارتباطی مطابق با تحولات و نوآوری‌های سایر رقبا از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است.

۷-۴- تعهد و بهبود عملکرد نمایندگان بیمه ایران

خدمات بهتر و با کیفیت‌تر و مستمر و ماندگار موجب افزایش رضایت مشتری در شرکتهای و سازمانهای خدماتی و تولیدی می‌شود و تعهد کارکنان را بایستی در این راستا دوچندان می‌کند. پس بیشترین تلاش شرکتهای در این عصر رقابت باید برای رسیدن به مزیت رقابتی پایدار از بستر تحکیم و تقویت تعهد کارکنان و مدیران و کارشناسان بیمه‌ای باشد تا بتوانند در این میدان رقابتی حیات و بقا داشته باشند. علیهذا پیشنهاد می‌شود:

۱) در ارزشیابی عملکرد کارکنان در حوزه مشتری‌مداری شاخصهای عینی و کاربردی به جای شاخصهای ذهنی مدنظر قرار گیرد.

۲) در زمان دادن پاداش و کارانه و اضافه‌کاریهای مدیریتی تنها سابقه کار ملاک نباشد بلکه باید به مواردی از جمله سطح تحصیلات، سطح معلومات مرتبط با شغل هر فرد، میزان تلاش و پشتکار فردی و داشتن ارتباط خوب با مشتری درصدی تعلق گرفته و در یک فرمول مشخص گنجانده شده و مبلغ نهایی بدین ترتیب مشخص گردد تا کارکنان موفق و خلاق تعهد خود را عمل‌تر و مستحکم‌تر نشان دهند.

۳) تقدیر و تشکر از کارمندان سختکوش و شایسته صورت گیرد بگونه‌ای که آنها احساس کنند مدیران بیمه ایران به وجودشان افتخار می‌کند. این باعث می‌شود تا آنها به سازمان خود افتخار نموده و با رضایت و تعهد بیشتری از آن صحبت نمایند.

۸- مقایسه نتایج تحقیق با سایر تحقیقات

نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیق داوین و البریت^۹ (۲۰۱۵)، فضل زاده^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۱)، آواستی و دوگرا^{۱۱} (۲۰۰۵)، سورشچاندر^{۱۲} و همکاران (۲۰۰۲)، بهادری و همکاران (۱۳۹۲)، میرزایی‌بنی طی (۱۳۹۰)، شاهین و ابوالحسنی (۱۳۸۹)، میرزایی‌بنی طی (۱۳۹۰) و رحمتی و همکاران (۱۳۹۳) هماهنگ است.

^۹- Davis, S. & T. Albright

فهرست منابع و مآخذ

۱. اکبری، خدیجه (۱۳۹۱) "اثرات چابکی منابع انسانی و تسهیم دانش بر کیفیت خدمات"، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش تحول، دانشگاه علامه طباطبایی
۲. بنفیری، مهران (۱۳۹۴) "بررسی ارتباط بین مولفه های کیفیت ارائه خدمات بر اساس مدل سروکوئال بارضایتمندی از دیدگاه مشتریان شعب بانک کشاورزی شهر اهواز"؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی قشم.
۳. بهادری، محمد کریم، زابلی، روح الله و قنبری، عباس (۱۳۹۲). "بررسی کیفیت خدمات ارائه شده در شعبه خدمات درمانی نیروهای مسلح شهر همدان از منظر جانبازان"، مجله علمی- پژوهشی طب جانباز، سال ششم، شماره ۲۱
۴. حقی، مجتبی. (۱۳۹۳). "ارزیابی عملکرد شعب بیمه ما با استفاده از تحلیل پوششی داده ها DEA"، کنفرانس بین المللی توسعه و تعالی کسب و کار، تهران.
۵. حسینی هاشم زاده، داود، (۱۳۸۹)، بررسی عوامل موثر بر رضایت مندی مشتریان بانک صنعت و معدن، نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۲، بهار و تابستان ۸۸، ص ۸۲-۶۳.
۶. دانشور، مریم. آذر، عادل و زالی، محمد رضا^۳ (۱۳۸۵). طراحی مدل ارزیابی عملکرد شعب بیمه با استفاده از تکنیک DEA (مطالعه‌ی موردی بیمه‌ی دانا)، پژوهشنامه بیمه، دوره ۱، شماره ۲۳، زمستان ۱۳۸۵، صفحه ۳۷-۶۲
۷. شاهین، آرش و ابوالحسنی، زهرا (۱۳۸۹). "سنجش تفاوت مشخصات کیفیتی خدمات و نحوه ارائه خدمات در صنعت بیمه (بررسی موردی: شرکت بیمه ایران در استان اصفهان)، نشریه علمی - پژوهشی دانش و توسعه، سال هجدهم، شماره 31.
۸. رحمانی نوروآباد، سامان، صداقت، پرستو و حبیبی، فاتح (۱۳۹۳). "تأثیر عوامل راهبردی داخلی بر عملکرد مالی صنایع تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره 17
۹. کیاسی، س و برومند، ز. (۱۳۹۲)، بررسی و ارزیابی راهبردهای کارآفرینی فرهنگی (موسسه های فرهنگی و هنری کشور) و ارائه مدل مطلوبیت، مجله مدیریت فرهنگی، سال سوم، شماره ششم.
۱۰. قره چه، منیژه و منیره دابوئیان (۱۳۹۰) "وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری مشتریان صنایع خدماتی"، دو فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال اول، شماره سوم.
۱۱. کریمی؛ سیدمحمد. (۱۳۹۰). "ارزیابی عملکرد صنعت بیمه کشور و تبیین چشم انداز آینده"، فصلنامه سیاست های مالی و اقتصادی، ویژه نامه کارنامه اقتصادی دولت، سال یکم، ش ۲.
۱۲. میرزایی بنی، مسعود حسین (۱۳۹۰). "ارزیابی عملکرد نمایندگی های بیمه"، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبایی.

۲-Fazlzadeh

¹ -Awasthi.K & Dogra

¹ -Sureshchandar

13. -Awasthi.K & Dogra, Balram (2006),"Measuring service quality in banks: An assessment of service quality dimentions", Abstract Submitted to the Conference on Global Competitiveness, Indian Institute of Management Kozhik
14. -Bell ,S.J. & Eisingerich, A.B., "The paradox of customer education: Customer expertise and loyalty in the financial services industry", *European Journal of Marketing* Vol. 41 No.5/6, 2017, pp. 466-486
15. -Davis, S. & T. Albright (20۱4), "An Investigation of the Effect of Balanced Scorecard Implementation on Financial Performance", *Management Accounting Research*, Vol. 15, PP. 135-153.
 - Fazlzadeh alireza, bagherzadeh fatemeh & mohamadi pegah. (2011). How after-sales service quality dimensions affect customer satisfaction, *African journal of business management*, vol 5(17),.7658-7664
16. -Huang, H. C. (20۱۶), "Designing a Knowledge-Based System for Strategic Planning: A Balanced Scorecard Perspective", *Expert Systems with Applications*, Vol. 36, No.1, PP. 209-218.
17. -Lagrosen, S. & Lagrosen, Y.," Exploring service quality in the health and fitness industry", *Managing Service Quality*, Vol. 17 No. 1,2017, pp. 41-53.
18. osterhout, Maecel.Van; Waarts, Eric; Heck, Eric.Van & Hillegersberg, Joes.Van (20۱۵). Business Agility: Need, Readiness and Alignment with IT Strategies, *Journal of Agile Information Systems*. 825.
19. -Oke, Adegoke. ," Innovation types and innovation management practices in service companies", *International Journal of Operations & Production Management*", Vol. 27 No. 6(2017), pp. 564-587.

Investigate the relationship between the quality components of insurance services and improve the performance of Iranian insurance companies in Mashhad

Abstract

Considering the increasing role of service organizations in various economic fields and the importance of quality issues in the competitive arena, the issue of service quality and organizational performance is recognized as one of the strategic levers and key axes in the competition. Therefore, the purpose of this study was to investigate the relationship between the quality components of insurance services and improve the performance of Iranian insurance companies in Mashhad. The present research is a descriptive-survey-correlational study, which is applied in two ways: library (describing theoretical foundations and internal and external backgrounds) and the field [by the standard questionnaire of Benfiari services quality (1394) and standard organizational performance questionnaire Adel (1395)], the data were collected. The statistical population consisted of managers, assistants, experts and employees of Iran Insurance Branch in khorasan razavi province (located in Mashhad) with 95 people. According to the sample size of Grizzly and Morgan, a statistical population of 95 people was 76 individuals. Were selected (all counting method). In order to describe the demographic characteristics of mean statistics, variance, standard deviation and inferential analysis of data, K-S test was used to verify the data normality, Spearman correlation coefficient was used to examine the relationship between the assumptions and Friedman rank test. After analyzing the data using SPSS software, the results showed a positive and significant relationship between all the quality components of service provision including service, innovation, technology and commitment with improvement of performance with the performance of Iranian insurance agents in Mashhad city.

Keywords: Service Quality, Performance Improvement, Iran Insurance, Mashhad City
