



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

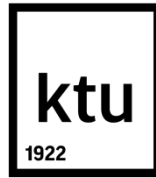
Martynas Rusteika

VEIKSNIAI LEMIANTYS VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ
PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA

MAGISTRO DARBAS

Darbo vadovė prof. dr. Ilona Bučiūnienė

KAUNAS 2017



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

VEIKSNIAI LEMIANTYS VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ
PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA

Įmonių valdymas, 621N22001

MAGISTRO DARBAS

Darbą atliko

V MGZVL-5 gr. Martynas Rusteika
2016 12 19

Vadovas

prof. dr. Ilona Bučiūnienė
2016 12 19

Recenzentas

lekt. dr. Asta Daunorienė
2016 12 19

KAUNAS 2017



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

(Fakultetas)

Martynas Rusteika

(Studento vardas, pavardė)

Įmonių valdymas, 621N22001

(Studijų programos pavadinimas, kodas)

Baigiamojo magistro darbo „Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

20 16 m. gruodžio 19 d.
Kaunas

Patvirtinu, kad mano, **Martyno Rusteikos**, baigiamasis magistro darbas tema „Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad, išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Rusteika, Martynas. (2017). Factors Determining Consumer Satisfaction with Crop Insurance Services. Master's Final Thesis in Enterprise Management / Supervisor prof. dr. Ilona Bučiūnienė. Department of Management, the School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Social Sciences: 03 S Management and Administration

Key words: consumers satisfaction, crop insurance.

Kaunas, 2017. 71 p.

SUMMARY

Actuality and novelty of the problem. Business practice and economic theory indicate more than 220 factors creating risks. In the modern world insurance takes a very important role, giving opportunity of risk management both in daily work and business so promoting the existence of economic activity. Crop insurance is specific and especial kind of insurance because special knowledge and skills are necessary. Insurance systems in various countries are different because depend on agriculture policy of the government, climate conditions and crops, plants' kinds. This range of activity marches the first steps in Lithuania. On purpose rendering appropriate insurance services it's necessary to know the factors determining the consumers' satisfaction with crop insurance service.

Problem. Crop insurance became one of the fastest developing ranges of insurance services sectors in Lithuania. Recently various investigations are done which reveal the expectations of the consumers to crop insurance system. But according aforesaid authors more detailed investigations are necessary which could reveal the factors determining the consumers' satisfaction with crop insurance service and add the conception of crop insurance system with investigations' results about the consumers' satisfaction with service. So there's hypothesized in the work – what factors determine the consumers' satisfaction with crop insurance service and what are system's development opportunities.

Research object – the factors determining the customers' satisfaction with crop insurance service.

Research objective/purpose– to find out the factors determining consumers' satisfaction with crop insurance service.

Tasks:

- 1) To reveal the essence of crop insurance marking typical elements and problematic ranges of crop insurance service;
- 2) To dispute the conception of the consumers' satisfaction and propose the models of crop insurance evaluation;
- 3) To propose the conceptual model of the factors determining the consumers' satisfaction with crop insurance service;

- 4) To check empirically the theoretical model of the factors determining the consumers' satisfaction with crop insurance service.
- 5) To identify the factors determining the consumers' satisfaction with crop insurance service (by viewpoints of consumers and suppliers);

Work methods: the analysis of scientific literature, data processing methods: factor analysis, correlation analysis, regressive analysis; descriptive statistics' methods: percentage term, averages, standards.

Conclusions. The essence of crop insurance – it's a process where two concerned groups take part, they are the consumers and the suppliers. The suppliers having specific knowledge, skills and presenting insurance products for the consumers and evaluate the harms after the insured actions, while the consumers seek to protect their wealth interests for appointed fee.

The consumers' satisfaction is definable as existing consumer's reaction to a service or experience of product usage in comparison with the expectations of the consumers and practicably seen service or product's benefit. After review of the consumers' satisfaction models it's possible to maintain that there is no one and for all the world suitable model of the consumers satisfaction because the satisfaction reasons and results differs in various regions. During the empiric investigation it was revealed that the consumers' satisfaction was determined by the factors of knowable value, functional (process) and technical (result) quality, the consumers' expectations and image. The main the consumers' satisfaction determining factors are knowable value, functional quality and the consumers' expectations. The consumers' satisfaction can be evaluated through paid cost and got quality, expectations' expected quality, the consumers' service evaluations. The least influence on the consumers' satisfaction technical (result) quality and image factors have. It was revealed that sociodemographic elements of the consumers don't have decisive influence between the factors determining satisfaction of service and the consumers' satisfaction. It was find out that sociodemographic elements of the consumers (farming and insurance experience) have direct statistically important but weak links with the consumers' satisfaction.

TURINYS

IVADAS	9
1. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, PAŽINIMO SVARBA IR TYRIMŲ POBLEMATIKA SVARBA IR VERTINIMO PROBLEMATIKA	11
1.1. Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga svarba.....	11
1.2. Lietuvos pasėlių draudimo sistemos ypatumai.....	13
2. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TEORINĖ ANALIZĖ	18
2.1. Pasėlių draudimo kaip paslaugos samprata.....	18
2.2. Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimu vertinimas	21
2.3. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga	25
2.3.1. Vartotojų požiūrio svarba vartotojų pasitenkinimui.....	25
2.3.2. Pasėlių draudimo paslaugos kokybės veiksnys	26
2.3.3. Vartotojų suvokiamos pasėlių draudimo vertės veiksnys	28
2.3.4. Vartotojų skundų sprendimo galimybės veiksnys.....	30
2.3.5. Vartotojų pasitenkinimas – pasėlių draudimo sėkmės veiksnys	30
2.3.6. Vartotojų pasitenkinimo draudimo paslauga pasekmė - lojalumas.....	32
2.4. Veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, teorinis modelis	33
3. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMO PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TYRIMO METODOLOGIJA	36
3.1. Tyrimo tikslas, uždaviniai, hipotezės	36
3.2. Tyrimo imtis, tiriamojo objekto operacionalizacija ir tyrimo organizavimas bei duomenų tvarkymo metodai.....	37
4. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TYRIMO REZULTATAI IR DISKUSIJA	39
4.1. Tyrimo rezultatai	39
4.2. Tyrimo rezultatų aptarimas ir diskusija.....	59
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	65
LITERATŪRA	67
PRIEDAI	72

Paveikslų sąrašas

1 pav. Pasėlių draudimo sistemos tobulinimas.....	15
2 pav. Draudimo paslaugų kokybės modelis.....	27
3 pav. Pasėlių draudimo bendros suvoktos vertės modelis	29
4 pav. Draudėjų pasitenkinimo, lojalumo ir draudikų pajamų bei pelno didėjimo priklausomybės modelis	31
5 pav. Vartotojų lojalumą lemiantys veiksniai.....	32
6 pav. Klientų lojalumo modelis	33
7 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą, naudotis pasėlių draudimo paslauga – teorinis modelis	34
8 pav. Vartotojų lūkesčių pasėlių draudimo paslaugai vertinimas.....	42
9 pav. Techninės (rezultato)kokybės vertinimas	43
10 pav. Draudimo konsultantų veiklos vertinimas.....	44
11 pav. Draudimo įmonės vadovų veiklos vertinimas	45
12 pav. Draudimo žalų vertintojų veiklos vertinimas	46
13 pav. Įvaizdžio veiksnio vertinimas	47
14 pav. Suvokiamos vertės veiksnio teikiant pasėlių draudimo paslaugas vertinimas	48
15 pav. Vartotojų pasitenkinimo teikiama pasėlių draudimo paslauga vertinimas.....	49
16 pav. Vartotojų skundų ir jų sprendimų būdų vertinimas	50
17 pav. Vartotojų lojalumas	51
18 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą, naudotis pasėlių draudimo paslauga	56
19 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą, naudotis pasėlių draudimo paslauga - modelis	63

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Pasėlių draudimo sistemos dalyvių poreikiai	16
2 lentelė. Draudimo veiklos apibrėžtys	19
3 lentelė. Draudimo ir pasėlių draudimo apibrėžimai	20
4 lentelė. Vartotojų pasitenkinimo indeksai	22
5 lentelė. Vartotojų pasitenkinimo priežastys ir pasekmės indeksų skaičiavimuose	23
6 lentelė. Tyrimo anketą sudarančių kategorijų patikimumas.....	39
7 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, ūkininkavimo vietą ir stažą.....	40
8 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, darbo stažą, darbo su klientais pobūdį.....	41
9 lentelė. Veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga vartotojų ir tiekėjų vertinimu	52
10 lentelė. Vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių apibendrintų struktūrinių komponentų koreliacinė matrica	54
11 lentelė. Veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga regresinės analizės rezultatai	56
12 lentelė. Koreliacija tarp vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių ir sociodemografinių vartotojų bruožų.....	57
13 lentelė. Sociodemografinių vartotojų bruožų įtaka pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga regresinė analizės rezultatai	58

IVADAS

Problemos aktualumas ir naujumas. Verslo praktika ir ekonominė teorija nurodo daugiau kaip 220 riziką sukeliančių veiksnių (Morgan, 2002). Šiuolaikiniame pasaulyje draudimas užima labai svarbų vaidmenį, suteikdamas rizikos valdymo galimybę tiek kasdienėje veikloje, tiek versle, taip prisidėdamas prie ekonominės veiklos gyvavimo. Draudimas gali būti vertinamas kaip visų visuomenės gyvenimo socialinių ir ekonominių sričių apsauga. Dėl klimato kaitos pasaulyje įvyksta vis daugiau stichinių gamtos nelaimių (Roots, 2004; Jaffe, Siegel & Andrews, 2008; Harangus, 2008, Metre- Sanchis & Feijoo- Bello, 2009), o žemdirbio profesija nurodoma kaip viena iš labiausiai sukeliančių įtampą (Sartore, Hoolahan, Tonna, Kelly, & Stain, 2005; Yazdanpanah, Zamani, Rezaei, 2009). Mokslininkai (Isik & Khanna, 2003; Toledo & Engler, 2008; Radzevičius, 2011; Kozlovskaja, 2014, Vitunskienė, 2015) atskleidė, jog dažniausiai dėl stichinių gamtos reiškinių žemdirbiai patiria didžiulius derliaus nuostolius. Veiksmingiausia priemonė apsisaugoti nuo derliaus praradimų – pasėlių draudimas (Sherrick, Schnitkey, Ellinger, Barry, & Wansink, 2003, Nnadi et al., 2013; Yazdanpanah, Zamani, Hochrainer- Stigler, Monfared, & Yaghoubi, 2013). Pasėlių draudimo įmokos pasaulyje sudaro net 70 proc. visų žemės ūkio sektoriuje surenkamų įmokų ir yra svarbiausias produktas žemės ūkio sektoriuje (Andriuščenka, Asauskas, 2007). Pasėlių draudimas - specifinė ir ypatinga draudimo rūšis, kadangi būtinos specialios žinios ir įgūdžiai (Iturrioz et. al., 2009). Draudimo sistemos skiriasi įvairiose šalyse, nes priklauso nuo valstybės žemės ūkio politikos, regiono, klimatinių sąlygų bei auginamų pasėlių augalų rūšių (Andriuščenka, Asauskas, 2007; Radzevičius, 2007; Vitunskienė, 2015). Lietuvoje ši veiklos sritis žengia pirmuosius žingsnius (Radzevičius, 2011). Mokslininkai (Eklof, Hackl & Westlund, 1999; Gomez, McLaughlin & Wittink, 2004; Ulbinaitė, 2011) akcentuoja, jog nuo organizacijos noro pažinti ir tenkinti vartotojų poreikius priklauso naujų vartotojų pritraukimas, vartotojų pasitenkinimas, ilgalaikių ryšių išlaikymas ir su tuo susiję organizacijos veiklos rezultatai. Dauguma draudimo įmonių nuolat aiškinasi vartotojų pasitenkinimo lygį jų teikiamoms paslaugomis, nes svarbiausia – vartotojų interesai (Kim, Moon, Han, & Tikoo, 2004). Norint teikti Lietuvoje tinkamas pasėlių draudimo paslaugas, būtina išmanyti veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga.

Mokslinė problema. Pasėlių draudimas tapo viena greičiausiai besivystančių draudimo paslaugų sektoriaus sričių Lietuvoje. Pastaruoju metu atlikta įvairių tyrimų, kurie atskleidžia vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą (Radzevičius, 2007, Vitunskienė, 2015). Tačiau, remiantis minėtais autoriais, reikalingi detalesni tyrimai, kurie atskleistų veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga bei papildytų pasėlių draudimo sistemos koncepciją tyrimų rezultatais apie vartotojų pasitenkinimą paslauga. Darbe keliama problema – kokie veiksniai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga ir kokios paslaugos tobulinimo galimybės.

Tyrimo objektas – vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga lemiantys veiksniai.

Tikslas – nustatyti veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga.

Uždaviniai:

- 1) atskleisti pasėlių draudimo esmę, išskiriant pasėlių draudimo paslaugos būdingus bruožus ir problemines sritis;
- 2) aptarti vartotojų pasitenkinimo sampratą ir pateikti vartotojų pasitenkinimo vertinimo modelius;
- 3) pateikti veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo sistema teorinį modelį;
- 4) empyriškai patikrinti veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, teorinį modelį;
- 5) identifikuoti svarbiausius veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, vartotojų ir teikėjų vertinimu.

Darbo metodai:

1. Darbe naudota mokslinė literatūra, atlikta probleminė, kritinė – lyginamoji ir teorinė – koncepcinė analizė.

2. Duomenų rinkimo metodai: standartizuotos apklausos raštu.

3. Duomenų apdorojimo metodai: surinkti duomenys apdorojami naudojant SPSS 22.0 kompiuterinę statistinę duomenų analizės programą, Excel 2010 programa naudota grafinei analizei pateikti. Atsižvelgiant į kintamųjų pobūdį buvo taikomi skirtingi statistikos metodai: faktorinė analizė, koreliacinė analizė, regresinė analizė, aprašomosios statistikos metodai: procentinė išraiška, vidurkiai.

Darbo struktūra: darbą sudaro įvadas, keturios dalys, išvados ir pasiūlymai, naudotos literatūros sąrašas. Darbo apimtis – 71 puslapis. Darbe pateikta 13 lentelių ir 19 paveikslų. Panaudoti 65 mokslinės literatūros šaltiniai.

1. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, PAŽINIMO SVARBA IR TYRIMŲ PROBLEMATIKA

1.1. Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga svarba

Pasėlių draudimo verslo sėkmė ir rezultatyvumas nemažai priklauso nuo to, kokius paslaugų produktus draudimo bendrovė siūlo pasirinktai tikslinei vartotojų rinkai, kaip geba juos pritaikyti draudėjų poreikiams tenkinti. Atkreipiamas dėmesys, kad nei Lietuvos, nei užsienio šalių specialiojoje literatūroje beveik neanalizuojami teoriniai pasėlių draudimo paslaugų produkto esmės ir kokybės klausimai. Literatūroje nurodoma, jog vartotojų pasitenkinimas teikiama pasėlių draudimo paslauga yra sąlygojamas įvairių veiksnių. Pasak Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2015), vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga lemia konkretus produktas, organizacija ar verslo sektorius. Todėl būtina nuolat analizuoti teikiamos paslaugos svarbą, specifiką ir veiklos įtaką sektoriuje.

Šiuo metu žemės ūkis išlieka svarbus ekonomikos sektorius daugelyje pasaulio šalių. Žemės ūkis yra augimo šaltinis, potencialus šaltinis investicijoms privačiame sektoriuje. Du trečdaliai pasaulio pridėtinės vertės sukuriama žemės ūkyje (Burch et al., 2008). Ekonomiškai silpniau išsivysčiusiose šalyse šis procentas didesnis (Burch et al., 2008). Daugelis autorių pabrėžia, jog žemės ūkis visada buvo rizikingas (Radzevičius, 2007; Jaffe et al., 2008; Harangus, 2008). Literatūroje nurodoma, jog žemės ūkio veiklai įtaką daro įvairūs rizikos veiksniai, tačiau vienas svarbiausių skirtumų nei pramonės sektoriuje - žemės ūkis labai priklauso nuo meteorologinių sąlygų. Pasak Radzevičiaus (2007), žemdirbiai nuo neatmenamų laikų sugalvodavo priemonių patiriamoms rizikoms sumažinti: sėjomaina, atsparesnės veislės, žemės dirbimo technologijos. Nors šios priemonės ir toliau naudojamos, tačiau meteorologinių nuostolių rizika vis tiek išlieka labai aktuali. Pagrindinė priemonė, kuri gali sumažinti derliaus praradimo nuostolius dėl meteorologinių reiškinių – modernus pasėlių draudimo sektorius (Burch ir et al., 2008; Radzevičius, 2007). Pasak autorių, žemės ūkio rizikos valdymas, įskaitant žemės ūkio draudimą, gali padėti didinti žemės ūkio produktyvumą, padedant žemdirbiams investuoti į labiau produktyvą, tačiau rizikingą žemės ūkio veiklą. Literatūroje nurodoma, jog paslaugos turi savo specifinius požymius ir būtina atkreipti dėmesį, koks pagrindinis teikiamos paslaugos tikslas ir kaip jis gali būti įvertinamas, kokie veiksniai draudimo paslaugų sektoriuje yra svarbiausi. Draudimo sektoriaus įmonės, pristatančios naują produktą, privalo atskirti ir tinkamai pasirinkti veiklos kryptį, tinkamai įvertinti paslaugos vartotojų poreikius ir žinoti jų požiūrį į teikiamas paslaugas. Būtina nuolat analizuoti esamą situaciją, nes ypač paslaugų sektoriuje situacija nuolat kinta.

Pasėlių draudimas – rizikos valdymo forma, naudojama apsisaugoti nuo sąlyginių praradimų (Iturrioz et al., 2009). Tai speciali ir specifinė draudimo rūšis. Paslaugas teikia specializuotos įmonės,

ir tam reikalingos specifinės žinios ir įgūdžiai. Pasėlių draudimas suteikia ūkio subjektams padidėjusių pajamų, ekonominio saugumo, ramybės ateityje sumažinant rizikos lygį nuo gamtos patiriamų nelaimių, o kartu ir didesnes investicijas ir klestinčią ekonomiką valstybei (Fallah, Armin & Tajabadi, 2012). Pasėlių draudimas tampa vis aktualesnis, nes pasaulyje padidėjus meteorologinių rizikų intensyvumui (Burch ir et al., 2008; Radzevičius, 2007; Fallah et al., 2012) įvairios valstybės ieško būdų, kaip pasiūlyti apsaugą žemdirbiams ir išlaikyti juos žemės ūkio veikloje (Nnadi et al., 2013; Yazdanpanah et al., 2013). Todėl būtina įvertinti, ar visos suinteresuotos šalys vienodai traktuoja paslaugą, jos pagrindinius tikslus, ar tinkamai įvertina paslaugos teikimą.

Literatūroje pabrėžiama, jog draudimo sistemoje dalyvauja dvi suinteresuotos šalys: paslaugos teikėjas ir paslaugos gavėjas. Todėl būtina įvertinti, kaip draudimo sistemą vertina šios dvi suinteresuotos šalys. Literatūroje daugiau dėmesio skiriama paslaugos vartotojams, nes jų poreikiai nuolat kinta ir reikalinga nuolat rinkti ir atnaujinti informaciją apie vartotojų poreikius. Tačiau būtina tiksliai įvertinti ir tai, ar šiuos poreikius tinkamai įvertina ir paslaugos teikėjas. Lietuvoje Vitunskienė (2015) siekė atskleisti, kokius poreikius iš pasėlių draudimo sistemos turi žemdirbiai ir draudikai. Pastebima, jog kiekviena suinteresuota šalis siekia skirtingų tikslų. Literatūroje atskleidžiama, jog skirtingose valstybėse nurodomi skirtingi veiksniai, sąlygojantys žemdirbių pasitenkinimą draudimo sistema. Pastebėta, jog vieno bendro modelio, kaip tai įvertinti, nėra surasta, tad būtina ieškoti kiekvienai skirtingai valstybei tinkamo draudimo modelio ir tinkamų veiksmų žemdirbių pasitenkinimui pamatuoti. Nors daugelis valstybių vyriausybių pripažįsta pasėlių draudimo naudą ir prisideda ekonomiškai skatinant naudotis draudimo paslauga, tačiau atkreipiamas dėmesys, jog nedaugelis žemdirbių apie šią paslaugą žino, todėl pasėlių draudimo paslauga nėra plačiai naudojama (Nnadi et al., 2013). Pabrėžiama, kad saugoti pasėlius gali priversti bankai ir kitos institucijos, norėdamos suteikti kreditus (Fallah et al., 2012). Žemdirbių pasitenkinimas pasėlių draudimo paslauga priklauso nuo draudimo teikiamos paslaugų kokybės (Yazdanpanah et al., 2009). Žemdirbiai, kurie naudojami paslauga anksčiau, svarbiausiais veiksniais išskiria draudimo įmonės įvaizdį, nuostolių atlyginimą. Pasak mokslininkų (Ginder & Spaulding, 2006; Fallah et al., 2012), svarbūs veiksniai, lemiantys žemdirbių pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema, - individualūs, turintys ekonominių ir socialinių požymių. Šie požymiai įvairūs: išsilavinimas, amžius, dirbamos žemės plotas arba verslo kryptis, rizikos baimė, nuosavybės tipas (Ginder & Spaulding, 2006). Yazdanpanah et al. (2009) nustatė, jog pasitenkinimas draudimo sistema taip gali priklausyti nuo konkurencijos trūkumo sektoriuje, ekonomikos ir verslo principų nesilaikymo, netinkamai pateikiamos statistinės informacijos. Pasak mokslininkų (Fallah et al., 2012), būtina atkreipti dėmesį į santykius, kurie vyksta tarp apdrausotojo ir agento. Būtina analizuoti vartotojų lūkesčius ir stengtis, kad jie sutaptų su draudimo bendrovės darbuotojų lūkesčiais, nes nuo to tiesiogiai priklauso vartotojų pasitenkinimas draudimo paslauga. Pasak mokslininkų, jei draudimo agentai stengiasi rodyti kuo greitesnę aptarnavimo trukmę,

tikslumą ir sąžiningumą teikdami paslaugą, tai žalų išmokėjimo politika pakankamai nelanksti ir mažina pasitikėjimą teikiamomis paslaugomis (Ginder & Spaulding, 2006; Mojarradi et al., 2008). Atskleista, jog kartais vartotojai nepateikia informacijos apie patirtas žalas ir nesistengia kompensuoti patirtų nuostolių (Mojarradi et al., 2008). Tai mažina pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema. Išlaikyti gerus santykius ir kurti lojalumą yra suinteresuotas ne tik draudikas, bet ir draudėjas (Fallah, et al., 2012). Draudėjas, pasitikintis draudiku ir patenkintas teikiamomis paslaugomis, linkęs bendradarbiauti su tuo pačiu teikėju, nes naujo draudiko paieška pareikalautų tam tikrų pastangų ir laiko, o tai sukeltų papildomų dvejonų dėl draudiko patikimumo ir teikiamų paslaugų kokybės (Kindurys, 2011). Draudėjai renkasi tokią draudimo bendrovę, kuri geba visapusiškai patenkinti jų poreikius ir lūkesčius.

Apibendrinant galima teigti, jog pasėlių draudimo sistema – specifinė sritis, kuri reikalauja specifinių žinių. Pasėlių draudimas taikomas plačiai tiek išsivysčiusiose, tiek besivystančiose rinkose. Ši veiklos sritis ypač reikšminga, nes sukuria didelę pridėtinės vertės dalį. Pasėlių draudimo veikla tampa aktuali valstybių vyriausybėms, nes mažina jų išlaidas kompensuojant už patirtus nuostolius dėl meteorologinių reiškinių. Tačiau atkreipiamas dėmesys, jog didelė dalis žemdirbių apie šias paslaugas nelabai turi informacijos. Pastebima, jog skirtingose šalyse poreikį draustis lemia specifiniai, skirtingi veiksniai. Galima teigti, jog svarbiausi pasėlių draudimo sistemoje yra teikėjai ir vartotojai, todėl būtinas nuolatinis bendravimas ir bendradarbiavimas. Draudikams būtina vertinti vartotojų požiūrį į paslaugą, nes tik vartotojai gali įvertinti, ar teikiama paslauga atitinka jų lūkesčius, ar draudimo produktas teikia vartotojui pasitenkinimą, ar vartotojas išlieka draudimo sistemoje ir tampa lojalus. Būtina žinoti, ar šios dvi šalys (draudikai ir draudėjai) pasėlių draudimo paslaugą vertina vienodai ir žino jos pagrindinius tikslus.

1.2. Lietuvos pasėlių draudimo sistemos ypatumai

Draudimas yra svarbi ir auganti finansinio sektoriaus dalis beveik visose išsivysčiusiose ir besivystančiose ekonomikose. Lietuvos draudimo rinka palyginti su kitomis užsienio šalimis tebėra jauna ir besivystanti, todėl ji turi didelį augimo potencialą. Pasak mokslininkų Čibinkienės, Činauskaitės ir Navicko (2005), draudimo veikla svarbi tiek asmeniui, tiek valstybei. Asmuo, apsidraudęs nuo rizikos, gali jaustis saugiai, nes bus atlyginami nuostoliai įvykus draudžiamajam įvykiui. Valstybei draudimo veikla svarbi, nes tai papildomos lėšos valstybės biudžetui, kuriamos darbo vietos, skatina ekonomiką bei daro teigiamą poveikį visai šalies plėtrai. Pasak įvairių šalių mokslininkų (Andriuščenka ir Asauskas, 2007; Radzevičius, 2007; Žalgirytė, Račkauskas ir Navickas, 2010; Gommès & Grieser, 2011), įvairiose šalyse veikia skirtingos žemės ūkio draudimo sistemos. Tačiau autoriai išskiria, kad pati veiksmingiausia ir plačiausiai naudojama – pasėlių draudimas. Autoriai išskiria, jog šalyse dažniausiai pasėlių draudimu užsiima privačios bendrovės, tačiau ši veiklos sritis labai sudėtinga, todėl dažnai remiamasi partneryste tarp valstybinio ir privataus

sektorius (Andriuščenka ir Asauskas, 2007; Radzevičius, 2007). Pasak Radzevičiaus (2007), pasėlių draudimo sistemos efektyvumas labiausiai priklausomas nuo vartotojų skaičiaus, šiuo atžvilgiu pasėlius draudžiančių žemdirbių. Todėl būtina nuolatinė valstybės parama bei pagalba. Pagrindinės Lietuvoje taikomos paramos ir pagalbos formos yra perdraudimas, žemdirbių įmokų kompensavimas bei draudimo garantijos (Radzevičius, 2007). Gommel ir Grieser (2011) išskiria priežastis, kurios daro įtaką pasėlių draudimo plėtrai ir aktyviam naudojimui Lietuvoje ir pasaulyje:

- pasaulio gyventojų skaičiaus augimas bei didėjantis maisto poreikis. Todėl būtinas įvairiomis priemonėmis užtikrintas maisto aprūpinimas;
- daugiau žemdirbių užsiima įvairiomis komercinėmis žemės ūkio formomis. Didėja žemdirbių priklausymas nuo rinkos (tarptautinės ir kainos);
- klimato kaita sukelia vis didesnius nuostolius ir nuostolių skaičius nuolat auga. Žemės ūkis tiesiogiai veikiamas oro sąlygų;
- žemės ūkį kaip investicija dažniau atranda investuotojai, taip didindami pasėlių draudimo paklausą;
- šalių vyriausybės teikia paramą žemės ūkio sektoriui iš nacionalinio biudžeto kompensuodami įmokas.

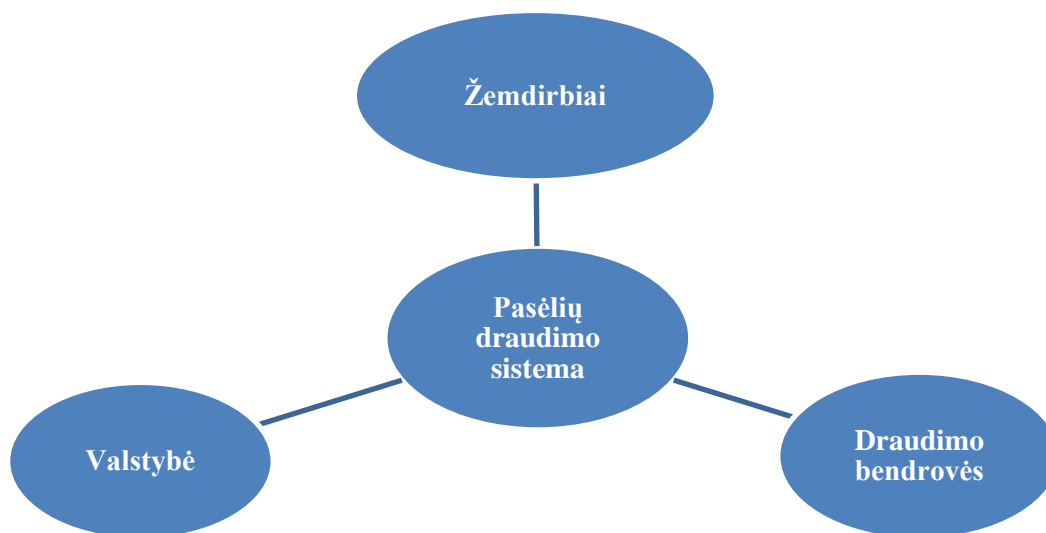
Galima teigti, jog pasėlių draudimo sistema išbandyta ir veiksminga priemonė apsisaugant nuo meteorologinių reiškinių. Literatūroje nurodoma (Lietuvos žemės ūkio ministerija, 2006; Stonkutė, 2006; Andriuščenka ir Asauskas, 2007; Radzevičius, 2007), jog daugelyje Europos Sąjungos šalių žemdirbiai gali naudotis draudimo nuo meteorologinių reiškinių paslaugomis. Pasak Radzevičiaus (2007), draudimo įmonės Lietuvoje nėra suinteresuotos teikti pasėlių draudimo paslaugas dėl didelės rizikos. Mokslininkas pabrėžia, kad žemės ūkio veikloje žemdirbiai patiria sistemine riziką, tad nuostoliai būna ypač dideli, ir paslaugų teikėjų skaičius šiame sektoriuje yra ribotas (Radzevičius, 2007). Privačios įmonės nesuinteresuotos žemės ūkio draudimu dėl didelės rizikos nei kiti sektoriai, todėl dažnai žemdirbių poreikiai nėra patenkinti, o valstybė nesuteikia galimybes šią verslo rūšį saugoti.

Europos Sąjungoje išskiriamos trys pagrindinės šalių grupės, kur taikomos skirtingos pasėlių draudimo sistemos, kurias galima taikyti prisidedant Europos Sąjungos lėšomis (Andriuščenka ir Asauskas, 2007; Radzevičius, 2007):

- Graikija, Kipras. Privalomas pasėlių draudimas;
- Liuksemburgas, Portugalija, Ispanija, Austrija, Italija, Prancūzija, Slovakija, Čekija, Estija, Latvija Lietuva. Šiose valstybėse vystoma partnerystė tarp privataus ir viešojo sektoriaus, taikant įvairias ir skirtingas paramos formas: pasėlių draudimo įmokų žemdirbiams kompensavimas, palūkanų normų mažinimas;

- likusiose šalyse suteikiama galimybė vystyti pasėlių draudimo veiklą, suteikiama žemdirbiams galimybė drausti pasėlius nuo kelių rizikos veiksnių, tačiau nėra valstybės paramos.

Lietuvoje apie pasėlių draudimą aktyviai pradėta diskutuoti nuo 2006 metų, kai įvyko stichinė sausra (Radzevičius ir Ramanauskas, 2010). Šiuo metu draudžiamos rizikos, kurios Lietuvoje padaro daugiausia žalos žemdirbių pasėliams. Galima teigti, jog šiuo metu Lietuvoje pasėlių draudimo sistema žengia pirmuosius žingsnius bei bendradarbiauja su valstybiniu sektoriumi, taikant draudimo įmokų kompensavimo, perdraudimo sistemą. Pastebėta, jog ketvirtadalis (25 %) skiriamų pinigų tenka draudimo įmokoms kompensuoti (Radzevičius, 2007, Girdžiūtė ir Slavinskienė, 2012). Valstybė prisideda ir skatina draudimo sistemą Lietuvoje. Galima teigti, jog ši veiklos sritis svarbi valstybei. Teigiama, jog bendradarbiavimo tarp valstybinio ir privataus sektoriaus sistema veiksmingiausia ir plačiausiai taikoma Europos Sąjungos šalyse (Čepinskas ir Raškis, 2005; Andriuščenka ir Asauskas, 2007). Pasak užsienio ir Lietuvos mokslininkų (Child, 2005; Radzevičius ir Ramanauskas, 2010; Vidickienė, Melnikienė ir Gedminaitė-Raudonė, 2010), sukurti efektyviai veikiančią pasėlių draudimo sistemą galima tik glaudžiai bendradarbiaujant žemdirbiams, draudimo bendrovėms ir valstybinėms institucijoms (žr. 1 pav.). Tačiau Lezgovskos ir Lastausko (2008) teigimu, ne visada pavyksta suderinti draudikų ir draudėjų interesus, tačiau dauguma pritaria, jog draudimas skatina investicijas, aktyvina verslumą bei suteikia saugumą.



1 pav. Pasėlių draudimo sistemos Lietuvoje tobulinimas (adaptuota pagal Child, 2015)

Šalyse, kuriose pasėlių draudimo sistemos veikia ilgą laiką, akcentuojamas bendradarbiavimas tarp viešo ir privataus sektoriaus (Child, 2005; Enjolras, 2011). Šalyse kuriami draudimo įmokų fondai, draudimo įmokų kompensavimo programos, vykdoma perdraudimo veikla. Pasak Child (2005), visos suinteresuotos grupės vienodai atsakingos už sėkmingą draudimo sistemos vystymą. Galima

teigti, jog tobulinant pasėlių draudimo sistemą Lietuvoje būtina aktyviau derinti visų suinteresuotų šalių lūkesčius ir juos tarpusavyje derinti.

Galima teigti, jog visos papildomos priemonės mažina ekstremalių klimato kaitos reiškinių tikėtiną žalą, tačiau tik organizacinės priemonės (pasėlių draudimas) gali labiausiai sumažinti produkcijos praradimą. Daugelyje Europos Sąjungos valstybių vystoma pasėlių draudimo sistema, todėl šis rinkos segmentas nuolat analizuojamas. Lietuvoje pasėlių draudimas – nauja draudimo rūšis, kuri anksčiau žemdirbiams sukeldavo nepasitenkinimą, nes patirtų nuostolių nepavykdavo tinkamai kompensuoti (Radzevičius, 2007). Šiuo metu Lietuvoje draudžiamos visos rizikos, kurios padaro daugiausia žalos žemdirbių pasėliams. Lietuvoje vystomame pasirinktame pasėlių draudimo modelyje siekiama trijų suinteresuotų grupių (valstybės, žemdirbių, draudimo bendrovės) partnerystės. Lietuvoje pasirinkta valstybės pagalbos forma - prisidėti prie pasėlių perdraudimo, garantijų teikimo ir draudimo įmokų kompensavimo. Galima teigti, jog ši veiklos forma populiariausia pasaulyje, todėl būtina siekti visų suinteresuotų šalių lūkesčių ir poreikių realizavimo.

Mokslinėje literatūroje (Radzevičius, 2007; Radzevičius ir Ramanauskas, 2010; Kozlovskaja, 2014; Vitunskienė, 2015) išskiriami svarbiausi pasėlių draudimo sistemos dalyvių lūkesčiai Lietuvoje (žr. 1 lent.).

1 lentelė. Pasėlių draudimo sistemos dalyvių poreikiai (sudaryta pagal Radzevičius, 2007; Radzevičius, Ramanauskas, 2010; Kozlovskaja, 2014; Vitunskienė, 2015)

Dalyviai	Poreikiai
Valstybės	sistemos efektyvumas; draudimo įmokų lygio sumažinimas; žemdirbių pasitikėjimo kuriama pasėlių draudimo sistema formavimas; teisinga nuostolių sureguliuojimo sistema; biudžeto asignavimų poreikio sumažinimas; nepalankių gamtinių sąlygų poveikio ūkių pajamoms sumažinimas; objektyvus žalų vertinimo sistemos sukūrimas; žalų atlyginimo teisingumas ir savalaikiškumas.
Žemdirbių	nuostolių objektyvus įvertinimas; teisingas draudimo išmokų už patirtą nuostolį atlyginimas; didelių nepalankių hidrometeorologinių reiškinių įtakos pasėlių derlingumui ir ūkio pajamingumui išvengimas; žemdirbių atrinkimas bei jų apmokymas žalų vertintojais bei įtraukimas į žalų vertinimą.
Draudėjų	patrauklūs draudimo produktai; pasitikėjimas ir palaikymas; operatyvus ir objektyvus atskirų rizikų pasireiškimo atvejų vertinimas, nustačius nuostolius, bei tinkamas išmokėjimas.

Apibendrinant galima teigti, jog pasėlių draudimo sistemose vyrauja trys pagrindinės grupės: valstybė, žemdirbiai, draudimo bendrovė. Todėl norint pasiekti, jog pasėlių draudimo sistema tinkamai veiktų, būtina derinti visų dalyvių požiūrius. Pabrėžiama būtinybė ieškoti galimybių didesniai nuostolių padengimui

nei dabar yra leistina. Svarbiausia valstybės institucijoms, žemdirbiams ir draudėjams – nuostolių įvertinimo objektyvumas ir teisingas draudiminių sumų už patirtą nuostolį kompensavimas. Galima teigti, jog šią draudimo paslaugą sudėtinga įvertinti, nes visos suinteresuotos sritys turi skirtingus interesus. Valstybės lygmeniu analizuojamos draudimo sistemos Europoje, ieškoma optimalių modelių, prisidedama kompensuojant žemdirbiams dalį draudimo įmokos, akcentuojama draudimo sistemos nauda tiek valstybės biudžeto sandarai, tiek siekiant naudoti įvairius ir inovatyvius valdymo sistemos projektus. Žemdirbiai siekia aktyviau įsitraukti į draudimo sistemos reguliavimą ir galimybę ieškoti naujų sprendimų, kurie padėtų išvengti didelių nepalankių hidrometeorologinių reiškinių įtakos pasėlių derlingumui ir ūkio pajamingumui. Žemdirbiai nuolat siekia, jog nuostoliai būtų įvertinti objektyviai ir teisingai. Draudimo bendrovė ieško būdų ir diegia inovatyvias priemones, naudoja tarpvalstybinę patirtį, jog pasiūlytų žemdirbiams patrauklius draudiminius produktus, užsitarnautų jų pasitikėjimą ir palaikymą bei sugebėtų užtikrinti operatyvų ir objektyvų atskirų rizikų pasireiškimo atvejų vertinimą ir žalų išmokėjimą. Galima teigti, jog tai pagrindiniai visų suinteresuotų šalių tikslai.

Atlikta mokslinių publikacijų analizė patvirtina, jog veiksmų, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema, identifikavimas yra svarbus mokslinių tyrimų objektas, kuris prisidėtų prie esamos mokslinės diskusijos, teigiančios, kad pasėlių draudimo sistemos efektyvumas priklauso nuo to, koks yra vartotojų pasitenkinimas teikiama paslauga. Anksčiau atliktų tyrimų rezultatai rodo, kad vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga įtakoja ekonominiai, socialiniai veiksniai. Naujausi tyrimai atskleidė, jog draudimo sistemoje vyrauja trys suinteresuotos grupės, todėl svarbus tarpusavio interesų suderinamumas, o taip pat svarbūs tampa vartotojams paslaugų ir suvokiamos kokybės veiksniai. Teigiama, kad būtini tolimesni tyrimai, analizuojant vartotojų ir tiekėjų požiūrius į skirtingų veiksmų lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema ypatumus, veiksmų tarpusavio priklausomumą ir svarbumą. Tolimesnė analizė padės išsiaiškinti svarbiausius veiksmus, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, ir pateikti tobulinimo galimybes.

2. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TEORINĖ ANALIZĖ

Įvertinus veiksnį, lemiančių vartotojų pasitenkinimą teikiama pasėlių draudimo paslauga, tyrimų problematiką, atliksime teorinių sprendimų analizę, kurioje analizuosime pasėlių draudimo kaip paslaugos esmę, išskirdami pasėlių draudimo paslaugos būdingus bruožus ir problemines sritis. Kiti poskyriai skirti apžvelgti vartotojų pasitenkinimo sampratai ir teoriniams vartotojų pasitenkinimo vertinimo modeliams, pateikiama veiksnį, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, analizė. Apžvelgus veiksnius, kurie lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, sudarytas teorinis modelis, kuris bus tikrinamas tyrimo metu, apklausiant respondentus, dalyvavusius tyrime.

2.1. Pasėlių draudimo kaip paslaugos samprata

Paslaugų sektorius dažnai pripažįstamas kaip ekonominis variklis: steigiamos įvairaus pobūdžio įmonės, sukuriančios du trečdalius bendro vidaus produkto apimties, kuriamos ir taikomos inovacijos (Burch, et. al. 2007). Šiuolaikinė rinka iškelia naujus iššūkius paslaugų sektoriui, nes nuolat keičiasi vartotojas. Paslaugų srities įtaka ekonominiam sektoriui keičia paslaugų ekonominį turinį, todėl apibrėžti paslaugas sudėtinga, nes jų įvairovė didžiulė, o teikiamos paslaugos matavimo modeliai įvairūs ir plačiai naudojami. Literatūroje nurodoma, jog draudimo paslaugos kartu su finansinėmis paslaugomis sukuria vieną iš didžiausių ekonominių pridėtinių verčių paslaugų sektoriuje (Lezgovko ir Lastauskas, 2008). Nurodoma, jog paslaugų samprata nuolat kinta bei atitinka skirtingus požymius. Pasak Gronross (1989) (cit. Langvinienė ir Vengrienė, 2008, p. 22) „paslauga - tai veiksmas ar serija veiksmų, kurie būdami neapčiuopiamos prigimties, pasireiškia sąveika tarp vartotojo ir paslaugų darbuotojo, pastarajam pasiūlius fizinių išteklių, prekių ar sistemų vartotojo problemoms spręsti“. Pasak Martinkaus ir Žilinsko (2008, p. 422), „paslauga - tai nemateriali ekonominė veikla, kuri prisideda prie žmonių poreikių tenkinimo; tai pardavimo objektu laikoma veikla, kuri gali suteikti naudą, malonumą, patenkinti poreikius“. Vainienė (2008, p. 208) išskiria, jog „paslauga - tai prekė, tenkinanti vartotojo poreikius, tačiau neturinti materialios formos, kurios gamyba ir vartojimas vyksta vienu metu“.

Galima teigti, jog pagrindiniai paslaugos bruožai susiję su naudos gavimu abiem pusėms, kurios metu pardavėjas siūlo pirkėjui paslaugą, apibrėždamas jos naudingumą, ir šia paslauga siekia patenkinti žmonių poreikius. Šiuolaikiškas požiūris, apibrėžiantis paslaugą, akcentuoja proceso ir rezultato sintezę. Mokslininkų išskiriama, jog šiuolaikinė paslauga privalo tenkinti vartotojo poreikius ir teikti vartotojui pasitenkinimą arba naudą bei už suteiktą paslaugą vartotojas privaloma sumokėti sutartą mokestį.

Mokslinėje literatūroje labai daug vietos skiriama draudimo paslaugos srities analizei. Draudimo veiklos praktikai ir teoretikai jau ne kartą bandė pateikti draudimo veiklos apibrėžimą, kuris apimtų įvairius draudimo veiklos požymius. Nevienodai buvo traktuojami teisiniai, ekonominiai ir kiti draudimo veiklos elementai. Apibrėžimų formulavimą lėmė skirtingos teorijos, todėl dabar egzistuoja daug skirtingo turinio apibrėžimų ir teorijų (Čepinskis ir Raškinis, 2005; Cummins & Doherty, 2006). Keičiantis laikmečiui dažnai keičiasi ir pačios draudimo kaip paslaugos sąvokos esmė bei samprata, ji tampa įvairesnė, atsiranda naujų šios srities krypčių, kurios anksčiau nebuvo naudojamos, taip pat nuolat keičiasi įvairūs veiksniai ir jų svarba šiai verslo sričiai. Pasak Čepinskio ir Raškino (2005), analizuojant draudimo veiklą atskleistos skirtingos draudimo turinio teorijos pasaulyje. Tad patys apibrėžimai suprantami ir apibrėžiami nevienodai. Literatūroje išskiriamos penkios draudimo rinkos formavimą aiškinančios teorijos (žr. 2 lent.).

2 lentelė. Draudimo veiklos teorijų apibrėžtys (sudaryta pagal Čepinskį ir Raškinį, 2005, p. 42)

Teorija	Teorijos esmė
Žalos atlyginimo teorija	Draudimas – tai veikla, kurios metu draudėjui kompensuojama draudiminio įvykio metu patirta turtinė ar neturtinė žala.
Poreikio teorija	Draudimas – procesas, kurio metu draudimo grupės nariui užtikrinamos dėl draudiminio įvykio iškilusio poreikio tenkinimas
Apsaugojimo teorija	Draudimas - tai priemonė, kuri sumažina nesaugumo jausmą, garantuoja apsaugą nuo įvairių gyvenime pasitaikančių grėsmių ir rizikų.
Įmonių teorija	Draudimas - tai planingai vykdoma piniginiiais santykiais pagrįsta veikla, kurios metu draudimo įmonės suteikia draudėjams, kuriems gresia tos pačios rūšies rizika, draudiminę apsaugą.
Rizikos bendrijos teorija	Asmenys, perduodantys draudimo bendrovei tos pačios rūšies riziką, tuo pačiu gali būti laikomi vienos rizikos bendrijos nariais.

Pastebima, jog vienos draudimo teorijos nėra. Draudimo teorijos gali būti taikomos skirtingoms aplinkoms bei skirtingoms veikloms. Atskleista, jog žalos atlyginimo teorija plačiau taikoma ne gyvybės draudimo paslaugoms. Poreikio teorija dažniausiai naudojama aiškinant draudimo rinkos plėtrą tiek vietos, tiek tarptautinėje rinkoje. Apsisaugojimo teorija kritikuojama, nes paslaugos suteikiamos nesiekiant apsaugoti paslaugų vartotoją. Įmonių teorija labiausiai akcentuoja draudimą tam tikroms verslo operacijoms. Rizikos bendrijos teorija teigia, jog draudėjas siekia valdyti savo riziką su draudimo įmonės pagalba. Čepinskis ir Raškinis (2005), Langvinienė ir Vengrienė (2008) išskiria, jog labiausiai naudojamos žalų atlyginimo ir poreikio teorija. Galima teigti, jog draudimo veikloje svarbiausia tinkamai išsiaiškinti ir patenkinti vartotojų poreikius. Galima manyti, jog besikeičiančioje verslo aplinkoje nuolat keičiasi vartotojų požiūris į teikiamas paslaugas.

Vertinant pasėlių draudimą kaip sistemą galima teigti, kad ji remiasi žalos atlyginimo teorija. Pagrindinis principas - draudėjui kompensuoti draudiminio įvykio metu patirta turtinę žalą. Tačiau pastebima, jog kintant vartotojų požiūriui į paslaugą gali kisti veiklos pobūdis.

Literatūroje atskleidžiama, jog draudimo apibrėžimas labai dažnai kinta, nes vartotojų poreikiai nuolat keičiasi, tad būtina nuolat ieškoti sprendimų ir būdų, kaip tuos poreikius tinkamai nustatyti ir juos įvertinti. Literatūroje išskiriamos pagrindinės draudimo ir pasėlių draudimo sąvokų apibrėžimai (žr. 3 lent.).

3 lentelė. Draudimo ir pasėlių draudimo sąvokų apibrėžimai (sudaryta pagal Lietuvos Respublikos draudimo įstatymas, 2003; Iturrioz et al., 2009; Kindurys, 2011)

Autorius	Sąvokos esmė
Lietuvos Respublikos draudimo įstatymas, (2003, p.3)	Ūkinė komercinė veikla, kuri draudimo sutarties pagrindu už draudimo įmoką prisiima kitų asmenų nuostolių riziką ar kitaip siekia apsaugoti šių asmenų turtinius interesus, įvykus draudiminiams įvykiams; asmenų turtinių interesų apsaugai panaudoja draudiko skaičiuojamus draudimo techninius atidėjinius dengiantį turtą ir kitą turtą.
Kindurys, (2002, p. 75)	Ypatinga draudikų, draudėjų ir prireikus tarpininkų tarpusavio piniginių santykių sistema, susiklostanti parduodant ir perkant draudimo paslaugas, sumokant draudikams draudimo įmokas ir išmokant draudėjams draudimo išmokas iš draudimo įmonėse sudaryto fondo, leidžiančio užtikrinti fizinių ir juridinių asmenų draudimo interesus ir suformuoti draudikų bei perdraudikų specifinio verslo finansinį pagrindą.
Iturrioz et al., (2009, p. 22)	Pasėlių draudimas – rizikos valdymo forma, naudojama apsisaugoti nuo sąlyginių meteorologinių reiškinių, sukeliančių derliaus praradimą. Tai speciali ir specifinė draudimo rūšis, kur paslaugas teikia specializuotos įmonės, ir paslaugų teikimui reikalingos specifinės žinios ir įgūdžiai.

Apibūdinant lentelėje pateiktus apibrėžimus pastebėta, jog draudimas išskiriamas kaip ypatinga suinteresuotų grupių ūkinė komercinė veikla, kurios metu vyksta piniginių santykių sistema, siekiant apsaugoti asmenų turtinius interesus. Tačiau išskiriamas pasėlių draudimas kaip speciali ir specifinė draudimo rūšis, kuriai reikalingos specifinės žinios ir įgūdžiai, jog būtų apsaugoti vartotojų turtiniai interesai nuo meteorologinių reiškinių, sukeliančių derliaus praradimą. Galima teigti, jog draudimo rūšis skirta konkrečiam segmentui, todėl tikslinga žinoti vartotojų pasitenkinimą teikiamomis draudimo paslaugomis. Atskleista, jog pasėlių draudimo procese dalyvauja tiekėjai, turintys specialių žinių, kurie pristato vartotojams draudimo produktus bei vertina, atsitikus draudžiamiesiems įvykiams.

Draudimo sistemoje vyrauja dviejų sričių atstovai: tai pirkėjas ir pardavėjas. Pagrindinis draudimo sistemos tikslas – apsaugoti vartotojų turtinius interesus. Apibendrinant draudimo sąvokos apibrėžimus išryškėja, jog draudimas - tai specifinė veikla, paslauga, procesas, santykių sistema, pasireiškianti apsaugant fizinių ir juridinių asmenų turtinius interesus. Analizuojant draudimo paslaugas, galima teigti, jog tai žmonių sukurtas produktas, kuris suteikia tam tikrus specifinius

bruožus. Draudimo paslaugos - specifinis produktas, kuris gaminamas, kuriamas, vėliau realizuojamas bei vartojamas. Naudodami draudimo paslaugas, vartotojai moka už kažką neapčiuopiamo. Pasak mokslininkų, sėkmingą draudimo įmonių veiklą lemia jų sugebėjimas atsirinkti tinkamus draudėjų segmentus. Nuolat renkant informacija apie vartotojų elgseną, draudimo paslaugas teikiančios organizacijos gali imtis veiksmingų bei efektyvių būdų bei priemonių, kurios skatintų potencialius vartotojus naudotis jų teikiamomis paslaugomis bei lemtų sprendimus dėl vartotojų apsisprendimo. Pasėlių draudimas sukurtas suteikti apsaugą nuo finansinių nuostolių dėl sumažėjusių žemės ūkio produkcijos rezultatų, dėl meteorologinių reiškinių.

Apibendrinant galima teigti, jog pasėlių draudimas kaip specifinė paslauga šiuolaikinėje rinkoje privalo prisitaikyti prie nuolat kintančio vartotojų požiūrio į paslaugą, ieškoti galimybių teikti didesnę naudą jos vartotojams. Šiuo metu populiariausia - draudimo poreikio teorija. Galima teigti, jog pagrindinė kryptis pasėlių draudimui – poreikio tenkinimas, apsaugant vartotojų turtinius interesus. Suprasti paslaugų vartotojams paslaugos funkcionavimą ir jos mechanizmą sudėtinga, jei nėra patirtos žalos ar surinkta informacija apie nuostolio kompensavimą.

2.2. Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimu vertinimas

Vartotojų pasitenkinimo paslaugomis tyrimai plačiausiai naudojami suvokiant vartotojų reikšmę organizacijos sėkmei. Pasak Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2014), vartotojų pasitenkinimas - vienas svarbiausių veiksnių, kuris padeda konkuruoti šiuolaikinėje rinkoje. Žinojimas, kiek paslaugos vartotojai patenkinti teikiamomis paslaugomis, padeda realiai įvertinti organizacijos veiklos efektyvumą, numatyti veiksmus, kuriuos organizacija turi atlikti siekdama ateities tikslų, kurie padėtų išlaikyti ir dar labiau padidinti vartotojų pasitenkinimą. Mokslininkų (Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014; Argendo & Peda, 2015) atskleista, jog vartotojų pasitenkinimas paslauga – vertinimo proceso pasekmė. Galima teigti, jog patenkinti vartotojai dažniau naudoja teikiamas paslaugas, jie perduoda savo patirtį aplinkiniams. Literatūroje vartotojo pasitenkinimas apibrėžiamas kaip esama vartotojo reakcija į paslaugos ar produkto vartojimo patirtį tarp susiformuotų lūkesčių ir paslaugos ar produkto atitikimo ar neatitikimo lūkesčiams (Fornell et al., cit. iš Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014). Tad galima teigti, jog vartotojas bus patenkintas paslauga, kai atitiks vartotojo požiūris į paslaugą. Literatūros analizė atskleidė, jog vartotojų pasitenkinimas dar skiriamas į transakcinį ir sukauptą pasitenkinimą (Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014). Transakcinis specifinis pasitenkinimas apibrėžiamas, kai vartotojas džiaugiasi tuo metu įsigytu daiktu ar paslauga. Sukauptasis pasitenkinimas – tai ilgalaikis procesas, bendras vartotojo pasitenkinimas, kuris pagrįstas ilgalaikiu produkto ar paslaugos naudojimu. Galima teigti, jog vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga būtina vertinti, remiantis sukauptuoju vartotojų pasitenkinimu. Šis vertinimas suteikia tikslesnius duomenis ir leidžia prognozuoti ilgalaikius procesus.

Literatūroje Lietuvos ir užsienio autoriai (Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014; Ferreira, Cabral, Saraiva, 2010) nurodo, jog geriausia vartotojų pasitenkinimą apskaičiuoti remiantis vartotojų pasitenkinimo indeksu, kuris atspindi įvairius teikiamos paslaugos veiksnius. Literatūroje atskleista, jog įvairios šalys turi vartotojų pasitenkinimo matavimo indeksus, tačiau Lietuvoje nėra nacionalinio vartotojų pasitenkinimo indekso. Pagrindinis pasitenkinimo indekso tikslas – sukurti standartizuotą ir vartotojo orientacija pagrįstą konceptualų modelį, kuris padėtų išsiaiškinti vartotojų pasitenkinimą teikiamomis paslaugomis ir padėtų formuoti organizacijų strategijas ir kitus tikslus. Vartotojų pasitenkinimo indeksai kuriami įvairioms paslaugoms ir nuolat atnaujinami, tačiau remiamasi pagrindiniais priežasčių ir pasekmių ryšiais. Literatūroje nurodomi įvairūs vartotojų pasitenkinimui matavimo indeksai, tačiau patys reikšmingiausi ir plačiausiai naudojami pateikiami 4 lentelėje.

4 lentelė. Vartotojų pasitenkinimo indeksai (sudaryta pagal Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014)

Indeksų požymis	Vertinimo sistemos pavadinimas
Tarptautiniai vartotojų pasitenkinimo indeksai	Amerikos vartotojų pasitenkinimo indeksas (ACSI)
	Europos vartotojų pasitenkinimo indeksas (ECSI)
Šalies ar regiono adaptuoti vartotojų pasitenkinimo indeksai, atsižvelgiant į kultūrinius, demografinius, socialinius skirtumus	Švedijos vartotojų pasitenkinimo barometras (SCSB)

Lentelėje nurodomi vartotojų pasitenkinimo indeksai, kurie skirstomi į tarptautinius, šalies ar regiono. Pasak Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2015), tarp daugybės vyraujančių požiūrių į vartotojų pasitenkinimą, pats populiariausias 1989 metais suskurtas Švedijos vartotojų pasitenkinimo indeksas (SCSB). Šio indekso pagrindu buvo sukurti tarptautiniai indeksai Amerikos (ACSI) ir Europos (ECSI) pasitenkinimo indeksai. Šiuo metu plačiausiai naudojami Amerikos ir Europos vartotojų pasitenkinimo indeksai, tačiau įvairios šalys kuria ir konkrečiai valstybei ar regionui reikalingus vartotojų pasitenkinimo indeksus, atsižvelgdamos į kultūrinius, demografinius ir socialinius skirtumus. Literatūros analizė atskleidė, jog, remiantis Amerikos vartotojų pasitenkinimo modeliu, sukurti vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslaugomis indeksai (Yazdanpanah et al., 2013; Ghazanfar et al., 2015). Pasėlių draudimo sistema pasaulyje generuoja didžiules pinigų apyvartas, todėl būtina nuolat analizuoti skirtingų valstybių vartotojų pasitenkinimą lemiančius veiksnius..

Pabrėžiama, jog norint įvertinti įvairiapusišką vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga, būtina naudoti kompleksiskai įvairius tyrimo modelius ir juos derinti tarpusavyje, jungti bei įtraukti konkrečiai paslaugai reikalingus tyrimo veiksnius (Bagdonienė ir Hopenienė, 2009; Argendo & Peda, 2015). Įvertinti būtina ne tik reikšmingus elementus, kurie vartotojų požiūriui padaro didžiausią poveikį, tačiau ir mažai reikšmingus (Bagdonienė ir Hopenienė, 2009). Pasak Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2015), modelio parinkimą nulemia paslaugos įvairios charakteristikos bei prigimtis, taip pat

būtina įvertinti tyrimo tikslus. Paslaugų sektoriaus įvertinimui naudojami įvairūs vartotojų pasitenkinimo modeliai, tačiau būtina nuolat ieškoti tinkamų konkrečiai paslaugai, nes jos nuolat kinta, atsiranda veiklos sričių, kurioms reikalingos specifinės žinios, gebėjimai, įgūdžiai.

Literatūroje nurodoma, jog dažniausiai naudojami indeksai sudaromi iš keturių modelio elementų. Atkreipiamas dėmesys, jog visuose modeliuose vertinamos pasitenkinimo priežastys ir pasekmės. Nurodomi svarbiausi elementai, kurie taikomi visų paslaugų vertinime. Apibendrinamos sudarytus indeksus, Grigaliūnaitė ir Pilelienė (2014) nurodė pagrindinių indeksų matavimo elementus (žr.5 lent.).

5 lentelė. Vartotojų pasitenkinimo priežastys ir pasekmės indeksų skaičiavimuose (adaptuota pagal Yazdanpanah et al., 2013; Pilelienė, Grigaliūnaitė, 2014, ; Ghazanfar et al., 2015)

Indeksas Kintamieji	SCSB	ACSI	ECSI	Honkongo pasitenkinimo indeksas (HKCSI)	Malaizijos pasitenkinimo indeksas (MCSI)	Meksikos pasitenkinimo indeksas (IMSU)	Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimu indeksas
Pasitenkinimo priežastys							
Suvokiama kokybė		+	+		+	+	+
Suvokiama vertė	+	+	+	+	+		+
Vartotojų lūkesčiai	+	+	+	+	+	+	+
Korporatyvinis įvaizdis			+	+			
Vartotojo charakteristikos				+			
Atlikimo įvertinimas				+			
Pasitenkinimo pasekmės							
Vartotojų lojalumas	+	+	+	+	+	+	+
Pasitikėjimas						+	
Skundai	+	+		+			+
Suvokiamas įvaizdis					+		

Pastebėta, jog Švedijos barometrą (SCSB) sudaro keturi modelio elementai. Suvokiama vertė ir vartotojų lūkesčiai vertinami kaip vartotojų pasitenkinimo priežastys, o lojalumas ir skundai – kaip vartotojų pasitenkinimo pasekmės arba rezultatas. Atskleista, jog vartotojų lūkesčiai vertinami išmatuojamais elementais: lūkesčiai kokybei, lūkesčiai patikimumui, lūkesčiai vartotojiškumui. Suvokta kokybė vertinama sumokėtos kainos už gautą kokybę ir gautos kokybės už sumokėtą kainą vertinimu. Vartotojų pasitenkinimas vertinamas bendro pasitenkinimo, lūkesčių pasitvirtinimo ir palyginimo su idealu vertinimu. Vartotojų skundai vertinami elgsena, esant nusiskundimams. Vartotojų lojalumas vertinamas ketinimu pirkti ateityje ir tolerancija kainai (Evans & Lindsay, 2013;

Yazdanpanah et al., 2013). Amerikos modelis (ACSI) parengtas Švedijos (SCSB) barometro modelio pagrindu. Modelį sudaro penki elementai: suvokiama kokybė, vartotojų lūkesčiai, suvokiama kokybė, vartotojų skundai ir lojalumas. Šis modelis skiriasi tuo, jog papildytas suvokiamos kokybės modelio elementu (Evans & Lindsay, 2013). Šis modelio elementas matuojamas bendros kokybės, patikimumo, vartotojiškumo kintamaisiais. Galima teigti, jog šis modelis tinkamesnis vertinant paslaugas, nes paslaugos kokybė ypač svarbi vartotojams. Šis modelis dažniausiai taikomas vertinant vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, tačiau mokslininkai (Yazdanpanah et al., 2013; Ghazanfar et al., 2015) atkreipia dėmesį, jog būtina derinti įvairesnes veiksmų grupes. Lentelėje nurodoma, jog Europos (ECSI) indeksas praplečia ankstesnius vartotojų pasitenkinimo indeksus. Nurodoma, jog šį indeksą sudaro organizacijos įvaizdis, vartotojų lūkesčiai, suvokta kokybė, suvokta vertė, lojalumas. Skirtingai nuo ankstesnių modelių nėra vertinami vartotojų skundai. Europos (ECSI) modelyje plačiau analizuojama paslaugos kokybė, išskiriant materialaus produkto charakteristiką arba techninę kokybę ir paslaugos charakteristiką arba funkcinę kokybę (Bagdonienė ir Hopenienė, 2009; Kindurys, 2011). Atskleista, jog organizacijos įvaizdžio elementas vertinamas socialinės atsakomybės, verslo praktikos ir bendro įvaizdžio elementais. Suvokta kokybė (materialaus produkto ir paslaugos) vertinama patikimumo, vartotojiškumo, bendros produkto kokybės kriterijais. Lentelėje pateikti duomenys atskleidžia, jog Honkongo (HKCSI) indekse šalies vartotojų pasitenkinimas priklauso nuo vartotojų charakteristikų atlikimo įvertinimo. Šie modelio elementai būdingi tik šiai šaliai. Meksikos (IMSU) indekse nurodoma, jog vartotojų pasitenkinimas priklauso nuo pasitikėjimo. Šis elementas būdingas šiam regionui. Tad galima teigti, jog individualūs ir įvairias vartotojo charakteristikas atitinkantys elementai turi būti vertinami, atsižvelgiant į konkretų regioną ar šalį. Iš lentelėje pateiktų duomenų galima spręsti, jog vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimu modelis autorių paremtas Amerikos (ACSI) pasitenkinimo indeksu. Tačiau pagal pateiktus įvairių šalių duomenis tikėtina, jog šis vartotojų pasitenkinimo modelis gali priklausyti nuo įvairesnių modelio elementų. Pirmiausia, vertinant Lietuvos vartotoją, būtina remtis Europos (ECSI) modeliu, praplečiant elementais, susijusiais su paslaugų kokybe ir įvairiomis vartotojo charakteristikomis.

Apibendrinant atliktų vartotojų pasitenkinimo modelių analizę, galima teigti, jog nėra vieno ir visam pasauliui tinkamo modelio. Analizuojant vartotojų pasitenkinimo modelius, atskleista, jog įvairiuose regionuose skiriasi pasitenkinimo priežastys ir pasekmės, todėl tikėtina - gali skirtis ir vartotojų pasitenkinimas teikiama paslauga. Atskleista, jog modeliuose plačiausiai analizuojamos vartotojų pasitenkinimo priežastys, susijusios su vartotojų suvokiama verte, kokybe bei lūkesčiais. Europoje taip pat analizuojamas svarbus įvaizdžio veiksnys. Visi modeliai išskiria pasitenkinimo pasekmes, tokias kaip vartotojų lojalumas, tačiau pabrėžia, jog nepatenkinti vartotojai bei paslaugos gavėjai skundžiasi. Galima atkreipti dėmesį, jog skirtingi modeliai papildomai vertina tokius veiksmus, kaip vartotojų charakteristikos ir atlikimo įvertinimą. Galima teigti, jog organizacijos turėtų skirti

daugiau dėmesio paslaugų kokybei bei sistemos vertinimui bei tobulinimui. Nuolatinių vartotojų pasitenkinimo metodikų kūrimas ir diegimas suteikia galimybę įvertinti dabartinį ir būsimą įmonės našumą, suteikia informacijos apie vartotojų elgseną ir suteikia įmonėms konkurencinį pranašumą. Būtina nuolat analizuoti vartotojų lūkesčius: kaip vartotojai vertina paslaugų kokybę ir vertę, ar pasiryžę mokėti kainą, kurios paslaugos teikėjas pageidauja. Galima teigti, jog veiksniai, suvokiama kokybė ir vertė bei vartotojų lūkesčiai labiausiai lemia vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga. Būtina gerinti specifinius paslaugų elementus, tokius kaip įvaizdis, funkcinė ir techninė kokybė, atsižvelgti į vartotojų charakteristikas, nes šie veiksniai lemia vartotojų pasitenkinimą draudimo paslaugomis. Tikėtina, jog vartotojų pasitenkinimo modelio pritaikymas gali atskleisti pagrindinius pasėlių draudimo sistemoje veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą Lietuvoje teikiama pasėlių draudimo paslauga. Vertinant vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, būtina atsižvelgti į svarbiausius veiksnius: vartotojų lūkesčius, vartotojų pasitenkinimą, paslaugų suvokiamą ir teikiamą kokybę, lojalumą, skundus, įvaizdį bei draudėjo patirtis, įvairias vartotojo charakteristikas.

2.3. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga

2.3.1. Vartotojų požiūrio svarba vartotojų pasitenkinimui

Draudimo paslaugų paklausa – vienas iš sudėtingiausiai įvertinamų draudimo rinkos elementų. Vartotojų pasitenkinimo indeksų skaičiavimuose nurodoma, jog vartotojų lūkesčių konstruktas svarbus vartotojų pasitenkinimui. Tačiau šių santykių svarba suabejota (Johnson, Gustafsson, Andreassen, Lervik & Cha, 2001; Hsu, 2008). Pasak Johnson, et. al. (2001) ir Hsu (2008) vietoj vartotojų lūkesčių konstrukto tikslingiau naudoti vartotojų požiūrio konstrukta, nes požiūris svarbus kintamasis, susijęs su vartotojų pasitenkinimu. Pasak autorių, požiūris turi tiesioginį poveikį pasitenkinimui, todėl šio konstrukto svarba negali būti ignoruojama, o vartotojų požiūrio konstrukta gerai apibrėžia planuotos elgsenos ir argumentų veiksmų teoriniai modeliai, kurie apsprendžia pirmenybę, ketinimą pirkti paslaugą. Oliver (2014) teigimu, požiūrio sąvoką daugelis autorių analizuoja panašiai, nurodydami, kad požiūris gali būti palankus arba nepalankus polinkis objekto požymiams. Pasak Yazdanpanah (2013) požiūris lemia asmeninius įsitikinimus. Su teigiamu požiūriu susiję elgesio rezultatai, todėl didėja tikimybė, jog vartotojai atliks tinkamus veiksmus, t.y. pasiriks paslaugą ir bus teigiamas vartotojų pasitenkinimas paslauga. Pasak Stašio ir Milikovo (2010), prieš įsigydami prekę ar paslaugą vartotojai įsivaizduoja, ar įsigyjama prekė bus naudinga, ar paslauga atitiks jai keliamus reikalavimus. Tad vartotojų požiūris į paslaugą lemia teigiamą vartotojų pasitenkinimą bei galimybę paslauga ar preke naudotis ateityje.

Pasak mokslininkų (Johnson, et. al. 2001; Stone & Desmond, 2007; Oliver, 2014) vertinant vartotojų požiūrius būtina atsižvelgti į tiesioginiai ir netiesiogiai lemiančius individualius vidinius ir

išorinius aplinkos veiksnius. Atskleista, jog požiūrį lemia įvairūs šaltiniai: paslaugos teikėjų ir specialistų nuomonė, asmeninė patirtis bei asmeninės savybės, tiesioginis marketingas, įvairios žiniasklaidos priemonės. Mokslininkai (Johnson, et. al. 2001; Stone & Desmond, 2007; Yazdanpanah, 2013; Oliver, 2014) išskiria ir apibūdina tokius šaltinius:

- vartotojo pirkimo patirtis praeityje - būtina atkreipti dėmenį į praeitį bendravime ar bendradarbiavime su kitomis įmonėmis, konkurentais, taip pat kitokio pobūdžio paslaugas teikiančiais tiekėjais. Šis veiksnys nurodomas kaip svarbiausias požiūrio formavime;
- formali rekomendacija – kokybės vertinimai spaudoje, kitų tiekėjų rekomendacijos;
- neformali rekomendacija – gali būti vartotojo žodinė komunikacija su kitais vartotojais. Šis veiksnys, pasak autorių, taip pat svarbus;
- paslaugos kaina – vartotojo sąmonėje nustatytas paslaugos kokybės lygis;
- komunikacija – teikiama informacija vartotojui;
- vartotojo asmeniniai poreikiai – vartotojas asmeniškai nusprendžia, ar ši paslauga jam reikalinga, ar nereikalinga;
- teikėjo įvaizdis – veiksnys, padedantis pritraukti vartotojus be kontakto.

Apibendrinant galima teigti, jog vartotojų požiūrio į paslaugą identifikavimas - sudėtingas procesas, kurį įtakoja daug papildomų veiksnių. Pabrėžiama, jog būtina tiek teoriniu, tiek praktiniu lygiu analizuoti vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą. Atkreipiamas dėmesys, jog labiausiai vartotojų požiūrį į paslaugą lemia vartotojo pirkimo patirtis praeityje, specialisto rekomendacija. Todėl draudimo įmonės atstovai privalo žinoti, koks vartotojų požiūris į paslaugą, nes šis veiksnys suteikia galimybę pritraukti daugiau naujų paslaugos vartotojų. Netiesioginio kontakto būdu daug lemia ir tiekėjo įvaizdis. Naudojant komunikavimo priemones su vartotojais, draudimo įmonė gali informuoti apie save, taip suformuodama teigiamą vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą.

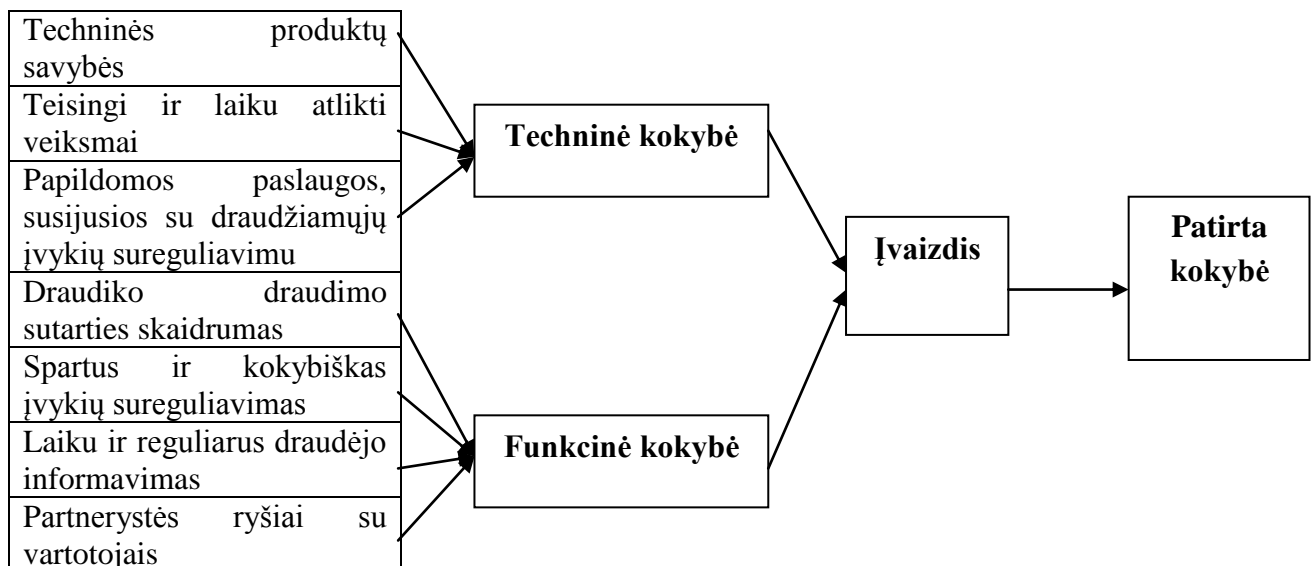
2.3.2. Pasėlių draudimo paslaugos kokybės veiksnys

Paslaugų kokybės tema - viena iš labiausiai diskutuojamų temų. Požiūrių į kokybę įvairovė apsunkina paslaugos kokybės suvokimą. Teigiama, jog paslaugų kokybė - svarbus veiksnys paslaugų teikimui. Tai lemia vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga. Izogo ir Ogba (2015) nurodo, jei paslaugos kokybė aukšta ar viršija vartotojo poreikius, tai tikėtina - vartotojas bus lojalus ir teigiamai atsilieps apie organizaciją. Bagdonienės ir Hopenienės (2009) teigimu, dažnai pačios organizacijos nevienodai vertina teikiamų paslaugų kokybę, todėl nukenčia teikiamos paslaugos ir vartotojai. Pasak Kindurio (2011), draudimo sektoriuje - tai dažnos problemos, nes draudimas yra specifinis ir reikalaujantis papildomų žinių verslas. Įmonės privalo būti lanksčios ir lanksčiai aptarnauti savo vartotojus. Jei paslaugos kokybė vartotojo netenkins, tikėtina, jis turės nusiskundimų (Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014; Izogo & Ogba, 2015). Pantouvakis ir Bouranta (2013) nurodo, jog paslaugų kokybė

tiesiogiai siejasi su pasitenkinimu. Todėl, norint įvertinti paslaugų kokybę, būtina remtis įvairiais vertinimo modeliais, kurie atskleidžia vartotojo paslaugos kokybės suvokimo įvertinimą bei teikimo procesą (Bagdonienė ir Hopenienė, 2009). Kindurys (2011, p. 279) suskirstė draudimo paslaugų kokybę į septynias dalis:

- techninės produktų savybės – teikiamų pagrindinių ir papildomų paslaugų kiekiai, draudimo garantijų gausa, draudimo įmokų tarifo lygis, kuris lemia draudimo paslaugos kainą;
- partnerystės ryšiai su vartotojais, draudiko arba jo atstovo ir vartotojų tarpusavio santykių užmezgimas ir įtvirtinimas;
- draudiko draudimo sutarties skaidrumas;
- teisingi ir laiku atlikti veiksmai aptarnaujant vartotoją, sudariusį draudimo sutartį su draudiku;
- spartus ir kokybiškas bei tinkamas draudžiamųjų įvykių sureguliuavimas;
- laiku ir reguliarius draudėjo (vartotojo) informavimas apie draudimo sutarties vykdymo eigą, draudimo įmokų mokėjimą ir išmokas;
- papildomos paslaugos, susijusios su draudžiamųjų įvykių sureguliuavimu.

Gronroos (1984) išskiria dvi pagrindines paslaugų kokybės sritis (žr. 2 pav.), išskirdamas techninę (rezultato) kokybę, ką gauna vartotojas naudodamas paslaugą, ir funkcinę (procesą) kokybę, kaip teikiama paslauga vartotojui.



2 pav. Draudimo paslaugų kokybės modelis (adaptuota pagal Gronroos, 1984; Kindurys, 2011)

Paveiksle pateiktame draudimo paslaugų kokybės modelyje išskiriamos dvi kokybės dalys: techninė ir funkcinė kokybė. Funkcinę kokybę sudaro draudimo paslaugų produktų savybės, charakteristikos. Draudimo paslaugų techninę kokybę sudaro sukurto produkto specifikacijos, paslaugos aspektai, kurie nepriklauso nuo idealaus draudimo paslaugų modelio.

Pasak Langvinienės ir Vengrienės (2008), paslaugos vartotojas turi žinoti paslaugas teikiančios įmonės veikimo būdus, atliekamus veiksmus bei turimus išteklius. Pasak Pilelienės ir Grigaliūnaitės (2014), ypač Europos regiono vartotojams svarbus paslaugas teikiančios įmonės įvaizdis. Pasak tyrėjų, įvaizdis tampa tarsi suvokimo filtras, kurio dėka techninėmis ir funkcinėmis ypatybėmis suvokiama patirta paslaugos kokybė (Gronroos, 1984; Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014).

Pasak Kindurio (2011), norint draudimo organizacijoms pagerinti draudimo paslaugų kokybę, būtina gerinti:

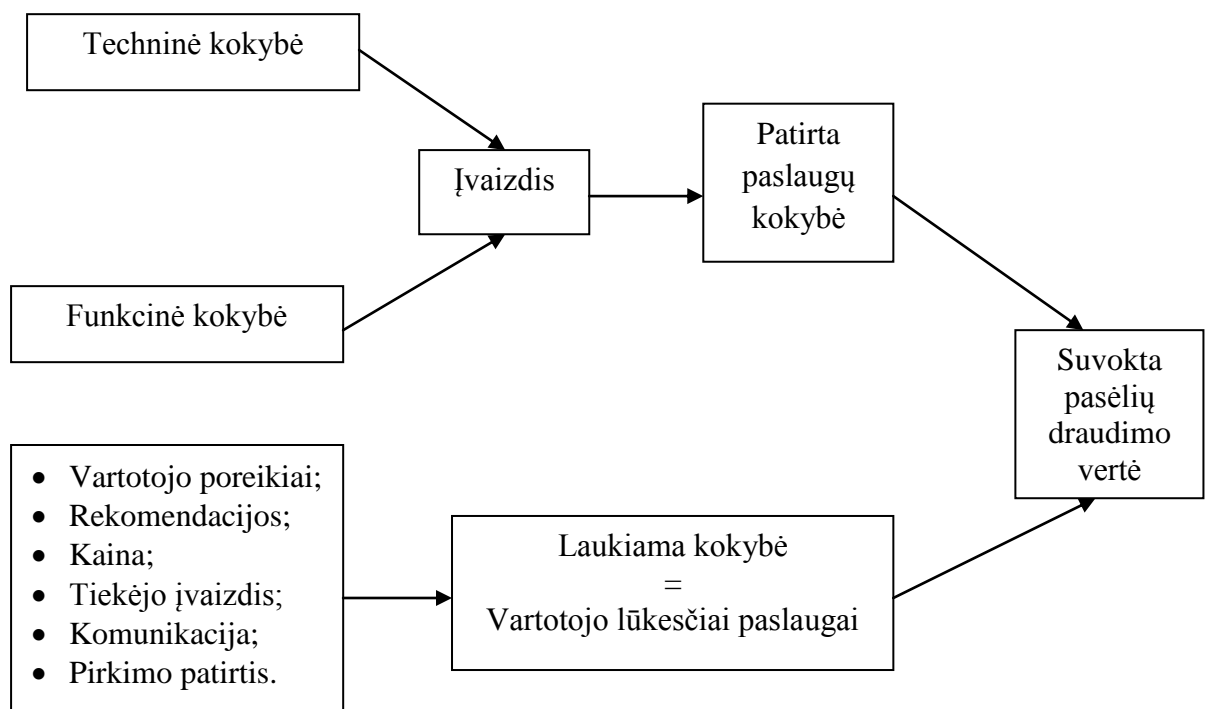
- įmonės vidaus organizacinio darbo lygį;
- pakeisti personalo elgseną bendraujant su vartotojais ir bendradarbiais;
- naudoti šiuolaikišką techninę įrangą;
- šviesti klientus keliant jų kultūrą draudimo paslaugų atžvilgiu.

Dauguma mokslininkų teigia, jog paslaugų kokybės veiksnys - vienas svarbiausių vartotojų pasitenkinimui. Kuo labiau paslauga specifiška, tuo daugiau veiklų, kurios labiau paveikia vartotojų pasitenkinimą. Vartotojų pasitenkinimą lemia įvaizdis, kuris kuriamas per techninę ir funkcinę kokybę. Draudimo paslaugų verslas yra specifinis, todėl paslaugų vartotojams itin svarbus greitas ir kokybiškas aptarnavimas, techninės produktų savybės, tinkamas draudžiamųjų įvykių reguliavimas.

2.3.3. Vartotojų suvokiamos pasėlių draudimo vertės veiksnys

Finansinių paslaugų sektoriuje vartotojui labai sudėtinga nustatyti paslaugos vertę (Petrick, 2004, Kiyak ir Pranskevičiūtė, 2014). Dažnai informacijos būna per mažai arba dėl didelių apimčių vartotojui pateiktą informaciją sudėtinga įvertinti (Kindurys, 2011). Literatūroje nurodoma, jog draudimo paslaugos vertė dažnai būna ne pačiame produkte, tačiau paslaugos teikime ir aptarnavime (Kindurys, 2011, Kiyak ir Pranskevičiūtė, 2014). Pasak Kiyak ir Pranskevičiūtės (2014), suvokiama vertė apibūdinama kaip vartotojo vertinimas ar kaina, atitinkanti vartotojo lūkesčius ir poreikius už gaunamą paslaugos naudą. Vartotojas įvertina suvokiamą vertę kaip gautos kokybės ir sumokėtos kainos santykį (Evans & Lindsay, 2013). Atkreipiamas dėmesys, jog vartotojams sudėtinga tinkamai įvertinti paslaugos suvokiamą vertę, todėl dažnai sprendimas priimamas atsižvelgiant tik į kainos veiksnį. Prieš nustatant kainą, draudimo bendrovė privalo įvertinti, kaip vartotojai suvokia paslaugą, kiek ją vertina. Anot Kiyak ir Pranskevičiūtės (2014), vartotojai supranta suvokiamą vertę kaip patiriamas papildomas išlaidas, įsigyjant paslaugą, tokias kaip kaina, aptarnavimas, nesėkmės rizika, vartotojo sugaištas laikas. Išskiriamos kitos vartotojo suvokiamos vertės apibrėžtys – tai didžiausia mokama vartotojo kaina už ekonominius ir neekonominius paslaugos požymius (Kindurys, 2011). Yazdanpanah et al. (2013) pabrėžia, jog vertės samprata draudime susideda iš trijų dalių, tokių kaip vartotojo gaunama tiesioginė nauda, vartotojo papildoma gaunama nauda ir vartotojo patiriamos sąnaudos. Nors daugelis mokslininkų akcentuoja kainos ir kokybės vertinimą, tačiau Kiyak ir

Pranskevičiūtė (2014) išskiria, jog paslaugos vertė dažnai būna ne tik paslaugoje, tačiau jos aptarnavime. Tad vertės suvokimas priklauso nuo paslaugų kokybės, vertinamos per techninę (rezultato) ir funkcinę (proceso) kokybę. Pasak Petrick (2004), suvokiama vertė suvokiama pirmiau nei vartotojų pasitenkinimas. Galima teigti, jei suvokiama vertė didėja, vartotojų pasitenkinimas teikiama paslauga irgi turėtų padidėti. Pasėlių draudimo atveju nauda dažniausiai pasireiškia, kai suteikiama vertinga parama paslaugos metu (išmokos žemdirbiams, kai jų derlius buvo sugadintas meteorologinių reiškinių). Snieškienės (2011) teigimu, suvokiama vertė didina pasitenkinimą paslauga bei vartotojų lojalumą. Kindurys (2011) nurodo, kad draudime vartotojų pasitenkinimą ir racionalų vartotojų lojalumą tiesiogiai lemia suvokiama paslaugų vertė. Pasak Kindurio (2011), paslaugų vertę tiesiogiai lemia paslaugų kokybė. Todėl ši vertė yra svarbi pasėlių draudimo programose. Galima teigti, jog suvokiamos vertės veiksnys yra vienas svarbiausių kintamųjų, susijusių su pasėlių draudimo paslaugos pirkimu, bei lemia vartotojų pasitenkinimą teikiamomis paslaugomis. Atkreipiamas dėmesys, jog šis veiksnys lemia paslaugų kokybės ir vartotojų lūkesčių vertinimą bei turi tiesioginį ryšį vartotojų lojalumui. Literatūroje išskiriama, jog suvokiamą vertę sudaro šie veiksniai (žr. 3 pav.).



3 pav. Pasėlių draudimo bendros suvoktos vertės modelis (adaptuota pagal Bagdonienė ir Hopenienė, 2009; Evans & Lindsay, 2013)

Pateiktame modelyje atskleista, jog suvoktą vertę tiesiogiai lemia patirta paslaugų kokybė ir vartotojų lūkesčiai bei jų vertinimas. Galima teigti, jog draudimo įmonės teikiami produktai ir vartotojų aptarnavimas per susikurtą įmonės įvaizdį tiesiogiai lemia vartotojų suvokiamą draudimo vertę. Atskleista, jog vartotojų lūkesčių įgyvendinimas nulemia vartotojų suvokiamą vertę. Galima

teigti, jog vartotojų teigiamas ar neigiamas vertinimas tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą ar nepasitenkinimą teikiama paslauga. Galima teigti, jog suvoktą kokybę galima įvertinti per sumokėtos kainos už gautą kokybę vertinimą, lyginant ją su konkurentų teikiamomis paslaugomis ir lūkesčių laukiamai kokybei vertinimą.

Apibendrinant galima teigti, jog suvokiamos vertės veiksnys yra svarbiausias, vertinant vartotojų pasitenkinimą teikiama paslauga. Suvoktą paslaugos vertę nulemia platus ir įvairus veiksnių skaičius, paremtas vartotojų lūkesčiais, paslaugos kokybe, draudimo įmonės įvaizdžiu.

2.3.4. Vartotojų skundų sprendimo galimybės veiksnys

Literatūros analizė atskleidė, kad pasitenkinimo pasekmė būna skundai. Švedijos ir Amerikos vartotojų pasitenkinimuose indeksuose skundų veiksnys analizuojamas, tačiau Europos vartotojų pasitenkinimo indekse jis nėra tiriamas. Skundas gali būti apibrėžiamas kaip konfliktas tarp klientų ir organizacijos (Hsu, 2008). Pasak Kindurio (2011) ir Pilelienės ir Grigaliūnaitės (2014) skundai atsiranda, nes vartotojas nepatenkintas teikiama paslauga, paslauga neatitinka vartotojo suvokiamos vertės. Pasak Kindurio (2011), skundus sukelia neigiami rinkos veiksniai kaip siūlomų paslaugų analogai, konkurentų siūlomos paskatos bei vartotojų neigiami veiksniai, susiję su išskirtinumo paieška, nepakankamu domėjimusi bei jautrumu kainai. Pilelienė ir Grigaliūnaitė (2014) nurodo, jog Lietuvos gyventojai savo nepasitenkinimo nėra linkę reikšti skųsdamiesi. Pasak Yazdanpanah (2013), nurodo, jog skundų sumažėjimas didina vartotojų pasitenkinimą. Tyrėjų teigimu, skundai neturėtų būti tiesioginė pasitenkinimo pasekmė ar lojalumo priežastis.

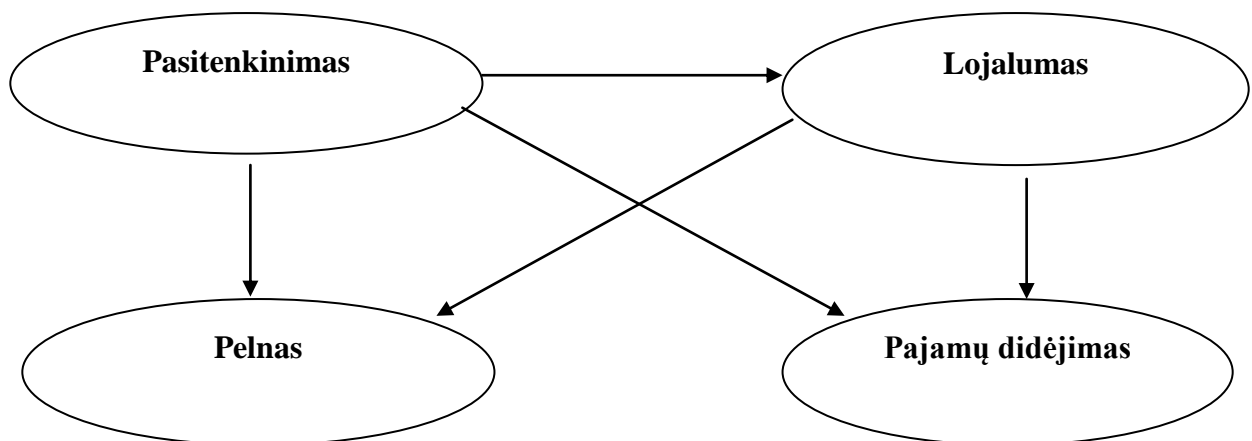
Apibendrinant galima teigti, jog vartotojų skundai informuoja apie konfliktus tarp organizacijos ir klientų. Mokslininkų teigimu skundai neturėtų būti tiesioginė pasitenkinimo pasekmė ar lojalumo priežastis. Atsižvelgiant į mokslininkų rekomendacijas, vertinant vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, skundų sprendimo galimybių konstruktas vertinamas kaip pasitenkinimo priežastis, o ne pasekmė.

2.3.5. Vartotojų pasitenkinimas – pasėlių draudimo sėkmės veiksnys

Daugelis tyrėjų teigia, jog vartotojų pasitenkinimas yra pagrindinis veiksnys, lemiantis visą teikiamos paslaugos sėkmę. Pasėlių draudimo paslaugos vartotojų pasitenkinimas suprantamas kaip teigiamos emocinės reakcijos lyginant su užsakovo lūkesčiais ir realia suvokiama nauda (Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014). Kai suvokiama vertė atitinka ar net viršija, tai vadinama vartotojų pasitenkinimu (Yazdanpanah, et al., 2013). Vienodos apibrėžties vartotojų pasitenkinimo literatūroje nėra, nes terminas vartotojų pasitenkinimas yra per plati sąvoka.

Matuojant vartotojų pasitenkinimą nustatoma, kiek organizacijos paslaugos tenkina vartotojų poreikius (Krishan et al., 2011). Pasak autorių, nustatomas transakcinis specifinis ar sukauptas

pasitenkinimas. Šios dvi sąvokos skiriasi, nes sukaupstasis pasitenkinimas yra ilgalaikis procesas, kurio metu vartotojas kaupia informaciją apie paslaugą. Šis procesas yra pagrįstas vartotojo patirtimi. Sukaupstasis pasitenkinimo procesas tyrėjų aiškinamas kaip reikšmingesnis, nei transakcinis specifinis pasitenkinimas (Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014). Vartotojų pasitenkinimui vertinti yra sukurta įvairių regionų, šalių vartotojų pasitenkinimo modelių. Atliekant tyrimus, mokslininkai (Gandhi & Kang, 2011) atskleidė, jog vartotojų pasitenkinimą lemia bendra paslaugos kokybė, įmonės įvaizdis, suvokta paslaugos vertė. Anot tyrėjų (Gandhi & Kang, 2011), atskleista, jog draudimo sektoriuje vartotojų pasitenkinimą lemia vartotojų charakteristikos. Tačiau Kindurio (2011) teigimu, būtina kiekvieną draudimo rūšį vertinti skirtingai. Šis veiksnys ypač reikšmingas gyvybės draudime, o ne turto draudimo sektoriuje, kur draudimo paslaugų pasiūla ypač didelė (Kindurys, 2011). Pasak Gandhi ir Kang (2011), nurodoma, jog vyrauja teigiamas ryšys tarp vartotojų požiūrio į paslaugą ir pasitenkinimo, nors atskleista, jog pirmiausia vartotojai turi įvertinti suvoktą vertę. Galima manyti, jog ilgalaikę draudimo patirtį turintys vartotojai vertina paslaugą teigiamai ir jaučiasi patenkinti. Tikėtina, paslaugą lygina su idealu (Grigaliūnaitė ir Pilelienė, 2014). Atskleista, jog vartotojų pasitenkinimas suteikia galimybes gauti didesnes pajamas, turėti lojalius vartotojus ir gauti didesnę pelną (žr. 4 pav.).



4 pav. Draudėjų pasitenkinimo, lojalumo ir draudikų pajamų bei pelno didėjimo priklausomybės modelis (Kindurys, 2011, p. 178)

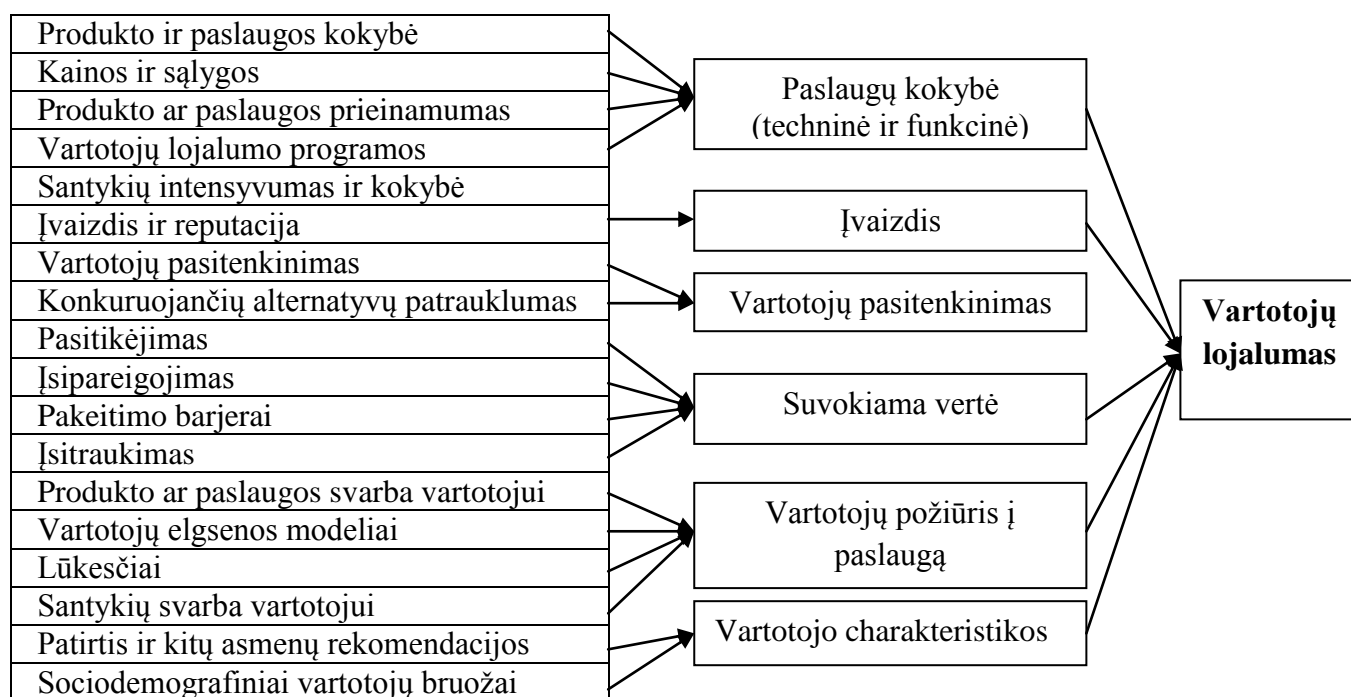
Modelyje pateikiama vartotojų pasitenkinimo svarba organizacijai. Atskleista, jog vartotojų pasitenkinimas suteikia galimybes siekti didesnio pelno, mažinti išlaidas vartotojų paieškai, planuoti naujus strateginius tikslus. Atskleista, jog lojalumas, pelnas ir pajamų didėjimas yra vartotojų pasitenkinimo pasekmės.

Apibendrinant galima teigti, kad vartotojų pasitenkinimas - vienas svarbiausių modelio elementų teikiant paslaugas. Nustatyta, jog vartotojų pasitenkinimą tiesiogiai lemia paslaugos kokybė, kaina (suvokiama vertė), įmonės įvaizdis. Svarbu skirti transakcinį ir sukaupstą pasitenkinimą. Transakcinis pasitenkinimas trumpalaikis ir dažniausiai vieną kartą atliktas veiksmas, todėl nėra informatyvus, vertinant ilgalaikį vartotojų pasitenkinimą. Sukaupstasis pasitenkinimas yra informatyvesnis, nes vertina

ilgalaikę vartotojų suformuotą požiūrį į teikiamas paslaugas. Atkreipiamas dėmesys į pasitenkinimo svarbą lojalumui, įmonės pelnui bei pajamų didėjimui.

2.3.6. Vartotojų pasitenkinimo draudime pasekmė - lojalumas

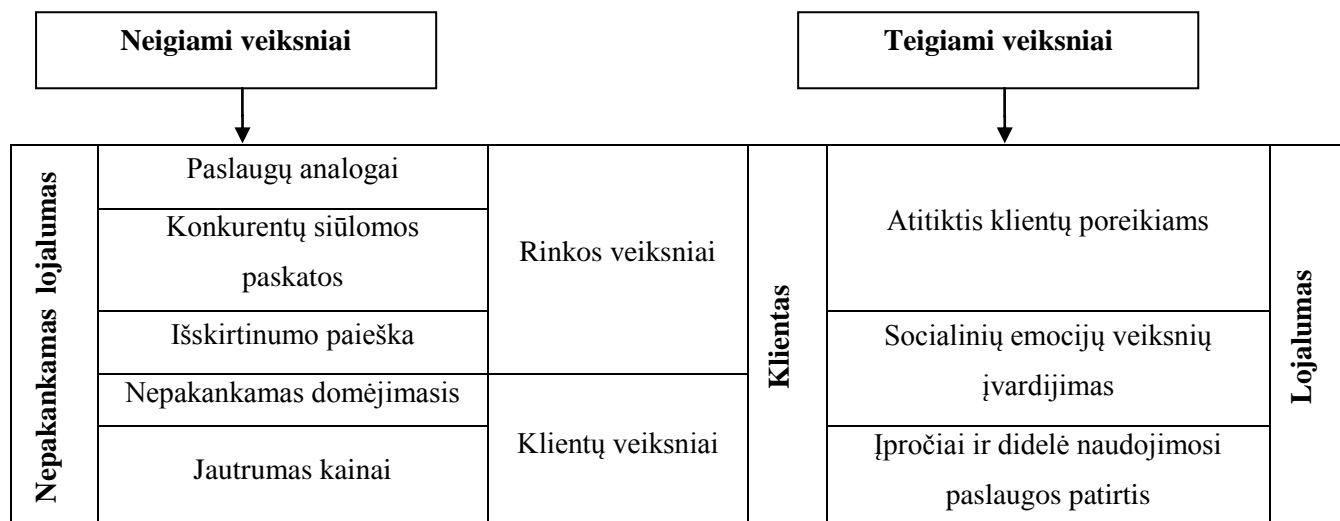
Vartotojų lojalumas - vienas pagrindinių organizacijos tikslų. „Vartotojai savaime lojaliais netampa – lojalumas yra ryšių tarp organizacijos ir vartotojo pasekmė“ (Pilielienė, 2008, p. 110). Juščiaus, Navicko, Joniko (2006) nuomone, galima sukurti vertę vartotojui tik tada, kai paslaugas teikiančios įmonės pažįsta savo paslaugų vartotojus, o naudos kūrimas vartotojui tampa įmonės pagrindine veikla. Literatūroje nurodoma, jog lojalumą lemia įvairūs veiksniai. Zikienė (2010) nurodo šiuos veiksnius (žr. 5 pav.):



5 pav. Vartotojų lojalumą lemiantys veiksniai (adaptuota pagal Zikienė, 2010, p. 31)

Paveiksle pavaizduoti lojalumą lemiantys įvairūs veiksniai. Galima išskirti tokius pagrindinius veiksmių blokus: paslaugų kokybę, įvaizdis, vartotojų pasitenkinimas, suvokiama vertė, vartotojų požiūris ir vartotojų charakteristikos. Atskleista, jog svarbiausi vartotojų pasitenkinimo, suvokiamos vertės veiksniai. Lojalumas išskiriamas kaip vartotojų pasitenkinimo pasekmė. Norint įvertinti vartotojų lojalumą, būtina žinoti, ar vartotojas patenkintas teikiamomis paslaugomis.

Aptariant draudimo sektorių, mokslininkas Kindurys (2011) daugelį veiksmių sujungia į platesnius apibrėžimus ir išskiria tris svarbiausius teigiamus veiksmius, kurie lemia draudimo vartotojų lojalumą (žr. 6 pav.).



6 pav. Klientų lojalumo modelis (Sheth, Mittal, 2004, cit. iš Kinduryš, 2011 p. 394)

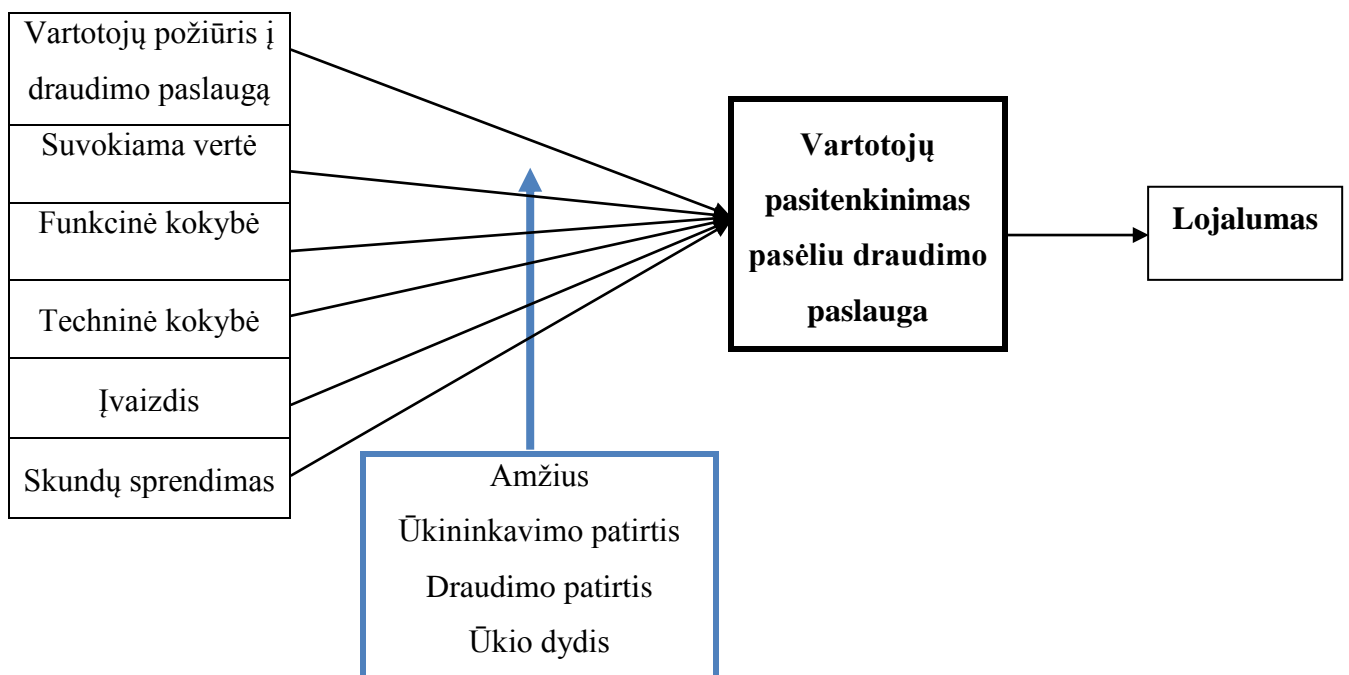
Lojalumo modelyje atskleista, jog lojalumą labiausiai lemia veiksniai, susiję su vartotojų poreikiais, įpročiais, didele naudojimosi paslauga patirtimi, socialinių emocijų veiksmų įvardijimu. Vartotojas renkasi tokią draudimo bendrovę, kuri patenkina jo poreikius. Patenkintas vartotojas pratęs sutartį. Taip pasielgs vartotojas, kuris bus nepriekaištingai aptarnautas, kai patirs draudžiamuosius įvykius. Draudimo įmonės, kurios nuolat bendrauja ir bendradarbiauja su vartotojais, palaiko socialinius ir emocinius santykius, įgyja vartotojų pasitikėjimą ir lojalumą. Draudėjų lojalumą veikia jų įpročiai, susiklostę naudojantis to paties draudimo paslaugomis per palyginti ilgą laiką. Draudėjai savo lojalumą įprasmina sudarydami draudimo sutartis. Jie pripranta prie draudimo bendrovės ir nenori jos keisti.

Apibendrinant vartotojų pasitenkinimo pasekmes, galima išskirti, jog vartotojų poreikių įgyvendinimas atneša didžiulę finansinę organizacijoms naudą. Atskleista, jog lojalumą lemia įvairūs veiksniai, susiję su vartotojų pasitenkinimu, suvokiama verte, paslaugų kokybe, įvaizdžiu, vartotojų charakteristikomis. Lojalumo vertinimą atsiskleidžia įvairių šalių pasitenkinimo modeliai, tačiau būtina atsižvelgti ir į paslaugos specifiškumą bei kitus lemiančius veiksnius. Sutariama, jog vartotojų pasitenkinimo vertinimas atskleidžia lojalumo situaciją. Lojalumo elementas aktualus pasėlių draudimui, nes suteikia papildomos informacijos apie vartotojų būseną ir teikiamos paslaugos vertinimą.

2.4. Veiksmų, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, teorinis modelis

Vartotojams teikiamų paslaugų tyrimuose būtina naudoti kuo įvairesnius tyrimo modelius, kad būtų galima įvertinti kuo daugiau paslaugos teikimą lemiančių veiksmų. Tyrejai akcentuoja įvairių modelių derinimą tarpusavyje. Vartotojų pasitenkinimo modeliai skirtingoms paslaugoms vertinti kuriami įvairiuose kontinentuose, regionuose bei šalyse. Teigiama, jog nėra vieno tyrimo modelio,

kuris gali įvertinti universalias vartotojų pasitenkinimo priežastis ir pasekmes, todėl modelio sandara gali kisti ir būti pritaikoma prie esamos situacijos. Sudarant Lietuvos pasėlių draudimo paslaugos vartotojų pasitenkinimo teorinį modelį, remiamasi plačiausiai naudojamais vartotojų pasitenkinimo (ACSI, ECSI, SCSB) modeliais bei įvairių mokslininkų atliktais tyrimais (Yazdanpanah, et al., 2013; Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014; Ghazanfar, Wen, Abdullah, Khan, & Ahmed, 2015). Literatūros analizė atskleidė, jog vertinant vartotojų pasitenkinimą draudimo sektoriuje, būtina atsižvelgti į vartotojų požiūrį, suvokiamos vertės, paslaugų kokybės veiksnius. Paslaugų kokybė nurodoma kaip viena iš svarbiausių vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių, todėl remiantis Gronroos paslaugų kokybės modeliu (žr. 2 pav.) įtraukiami techninės ir funkcinės kokybės kintamieji. Teoriniame modelyje įtraukiamas įvaizdžio veiksnys, kuris naudojamas Europos vartotojų pasitenkinimo indekse. Kindurio (2011), Pilelienės ir Grigaliūnaitės (2014) teigimu, norint tinkamai įvertinti vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslaugomis, būtina atsižvelgti į sociodemografinius vartotojų veiksnius, kurie padės įvertinti pokyčius dėl amžiaus, draudimo ir ūkininkavimo patirties, vystomo verslo srities, ūkio dydžio. Pasak įvairių šalių mokslininkų (Yazdanpanah, et al., 2013; Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014; Ghazanfar et al., 2015), vertinant vartotojų pasitenkinimą teikiamomis paslaugomis, būtina atsižvelgti į pasitenkinimo pasekmes - tai lojalumą ir skundus. Vartotojų vertinimo indeksuose nurodoma, jog norint atskirti transakcinį ir suvokiamą pasitenkinimą, šie modelio elementai būtini. Lietuvos besidraudžiančių žemdirbių pasitenkinimo teorinis modelis (žr. 7 pav.), kuriame nurodomi priklausomi ir nepriklausomi kintamieji.



7 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą, naudojantis pasėlių draudimo paslauga – teorinis modelis (sudaryta autoriaus)

Modelyje pateikti veiksniai, kurie, pasak tyrėjų (Yazdanpanah, et al., 2013; Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014; Ghazanfar et al., 2015), lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema, taip pat, anot Kindurio (2011), Evans ir Lindsay (2013), informuoja apie teigiamą ar neigiamą vartotojų pasitenkinimą. Jei nors vienas iš veiksnių vartotojo vertinamas teigiamai, galima manyti, jog vartotojas linkęs naudotis pasėlių draudimo paslauga ir teigiamai ją vertina. Tai rodo rodyklės, kurios informuoja apie vartotojų pasitenkinimą teikiama pasėlių draudimo paslauga. Tai leis nustatyti, kokie pasitenkinimo kriterijai labiausiai aktualūs pasėlių draudimo paslaugos vartotojams ir kaip tai lemia vartotojų lojalumą. Papildomai analizuojama sociodemografinių vartotojų bruožų įtaka vartotojų pasitenkinimui. Šis blokas pasirinktas, remiantis Kindurio (2011), Evans ir Lindsay (2013), Pilelienės ir Grigaliūnaitės (2014) išskiriamu sociodemografinių vartotojų bruožų įtaka paslaugų sektoriui.

Šis teorinis modelis bus naudojamas darbo tyrimui. Vartotojų požiūrio, suvokiamos vertės, funkcinės ir techninės kokybės, įvaizdžio, skundų sprendimų galimybių veiksniai bus nepriklausomi kintamieji. Nepriklausomi kintamieji bus susiję su sociodemografiniais vartotojų bruožais (amžius, ūkio dydis, ūkininkavimo ir draudimo patirtis). Priklausomi du kintamieji: vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimo paslauga ir vartotojų lojalumas. Empirinio tyrimo pagalba bus siekiama atskleisti nurodytų veiksnių, sociodemografinių vartotojų bruožų ryšius su vartotojų pasitenkinimu ir lojalumu.

3. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TYRIMO METODOLOGIJA

3.1. Tyrimo tikslas, uždaviniai, hipotezės

Tyrimas atliekamas vertinant teorinės analizės metu parengtą teorinį modelį.

Tyrimo tikslas – nustatyti veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga.

Tyrimo uždaviniai:

1. Išsiaiškinti svarbiausius veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, vartotojų ir teikėjų vertinimu.
2. Ištirti veiksnių sąsajas su vartotojų pasitenkinimu pasėlių draudimo paslauga.
3. Ištirti sociodemografinių vartotojų bruožų įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga.

Hipotezės:

Literatūroje teigiama, kad vartotojų požiūrio, suvokiamos vertės, techninės ir funkcinės kokybės, įvaizdžio veiksniai teigiamai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslaugas. Išanalizavus mokslinę literatūrą keliame hipotezes, kuriomis siekiama įvertinti, ar nurodyti veiksniai turi reikšmingą ir teigiamą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga.

H1: suvokiama pasėlių draudimo vertė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui;

H2: pasėlių draudimo paslaugos techninės kokybė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui;

H3: pasėlių draudimo funkcinė kokybė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui;

H4: pasėlių draudimo paslaugos įvaizdis turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui;

H7: vartotojų požiūris į pasėlių draudimo paslaugą turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui.

H6: vartotojų skundų sprendimas turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga.

Mokslinės analizės rezultatai rodo, kad sociodemografiniai vartotojų bruožai gali daryti įtaką vartotojų pasitenkinimui. Mokslininkai teigia, jog verta analizuoti jų įtaką pasėlių draudimo sistemai, todėl kyla klausimas ar sociodemografiniai vartotojų bruožai (amžius, draudimo ir ūkininkavimo

patirtis, ūkio dydis) turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga.

3.2. Tyrimo imtis, tiriamojo objekto operacionalizacija ir tyrimo organizavimas bei duomenų tvarkymo metodai

Tyrimo imtis. Tiriamoji visuma Lietuvoje - pasėlių draudimo paslauga besinaudojantys žemdirbiai ir juos aptarnaujantys konsultantai. Šio tyrimo metu buvo apklaustas 241 žemdirbys ir 38 draudimo konsultantai. Tyrimo imtis žemdirbiams buvo parinkta sisteminiu būdu. Iš visų žemdirbių atrinktas kas antras ir jam išsiųsta anketa. Rezultatų paklaida su 95 % tikimybe neviršija 6 %. Tyrimo imtis draudimo konsultantams buvo parinkta sluoksniuotu būdu. Tarp draudimo konsultantų apklausti visi, kurie turi daugiau nei 5 draudimo sutartis. Rezultatų paklaida su 95 % tikimybe neviršija 5 %.

Tyrimo instrumentai. Tyrimas atliktas anketinės apklausos metodu. Tuo tikslu sudarytos pusiau uždaro tipo anketos pasėlius draudžiantiems žemdirbiams (žr. 1 priedą) ir draudimo bendrovės konsultantams (žr. 2 priedą). Tyrimo metu paslaugos tiekėjai išreiškė požiūrį į žemdirbiams svarbiausius veiksnius, kurie lemia paslaugos vartotojų pasitenkinimą. Duomenys padės geriau pažinti esamą situaciją ir vietas, kurias reikėtų stiprinti. Tyrimo anketa buvo konstruojama remiantis užsienio autorių (Yazdanpanah, et. al., 2009, Kinduryš, 2011; Evans & Lindsay, 2013; Pilelienė ir Grigaliūnaitė, 2014; Ghazanfar et al., 2015) išsakytais teiginiais, sudarytais atskirų veiksmų kriterijais, papildant atskirais naujais punktais, kurie atitinka šių dienų realijas apie teikiamas pasėlių draudimo paslaugas. Tyrimo anketa buvo konstruojama, remiantis Kardelio (2007) rekomendacijomis ir kitais mokslinės literatūros šaltiniais. Buvo paskaičiuotas tyrimo anketos patikimumas.

Tiriamųjų buvo prašoma pažymėti teiginius, kurie labiausiai atitinka esamą situaciją. Respondentai kiekvieną teiginį turėjo įvertinti vienu iš galimų variantų. Vertinimai padės apskaičiuoti kiekvieno teiginio vertinimus bei bendrą tyrime dalyvaujančio respondento požiūrį į pateiktus veiksnius.

- Įvadinėje dalyje apibūdinamas tyrimo tikslas, pažymima, jog apklausa anoniminė, pateikiama instrukcija, kaip pildyti klausimyną.
- Klausimyną sudaro teiginiai, kuriais respondentai vertina vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga.
- Anketa sudaro demografinių duomenų apie respondentus klausimai (gyvenamoji vieta, amžius, ūkininkavimo patirtis, draudimo patirtis, veiklos sritis).
- Sudarytos dvi vienodos anketos respondentams: vartotojams ir tiekėjams. Vartotojai buvo kviečiami atsakyti į klausimus, susijusius su vartotojų požiūriu į paslaugą: kaip vartotojai suvokia paslaugų vertę, kaip vertina paslaugos techninę, funkcinę kokybę ir paslaugos įvaizdį,

lojalumą ir skundų sprendimo galimybes. Analogiški klausimai užduoti ir įmonės darbuotojams, kurie išreiškė nuomonę, kaip draudimo paslaugas vertina pasėlių paslaugų vartotojai (vartotojų požiūris į pasėlių draudimo paslaugą, suvokiama vertė, paslaugų kokybė, įvaizdis, skundų sprendimo galimybės, lojalumas ir pasitenkinimas teikiama paslauga).

- Anketos pabaigoje prašoma pateikti informaciją apie save: gyvenamoji vieta, amžius, ūkininkavimo patirtis, draudimo patirtis, veiklos sritis.
- Pabaigoje dėkojama už skirtą laiką

Tyrimo organizavimas. Anketos žemdirbiams ir darbuotojams išsiųstos elektroniniu paštu bei paštu. Tyrimas atliktas 2016 metų rugsėjo – spalio mėnesiais. Tyrimui buvo išsiųstos 329 anketos, iš jų sugrįžo 241. Anketų grįžtamumas – 73 %. Iš jų 13 buvo netinkamai užpildytos (nepateikti asmeniniai duomenys, praleisti klausimai, daug vietų neužpildyta). Draudimo įmonės darbuotojams buvo išdalintos 43 anketos, iš jų sugrįžo 38. Anketų grįžtamumas – 88 %. Tyrimo atlikimo metu iškilo tokie sunkumai: didelė anketos apimtis gąsdino respondentus, todėl kai kurie nenoriai sutiko dalyvauti apklausoje (priežastis – neturiu laiko arba nenoriu).

Duomenų apdorojimo metodai. Duomenų statistinė analizė atlikta SPSS 22.0, grafinė analizė – MS Excel 2010 kompiuterinėmis programomis.

Priklausomai nuo kintamųjų pobūdžio buvo taikomi atitinkami statistikos metodai:

- 1) faktorinė analizė (Factor Analysis) – statistinis metodas, įgalinantis įvairius kintamuosius jų tarpusavio koreliacijos pagrindu klasifikuoti tarp savęs (Pukėnas, 2009; Bekešienė, 2015), t.y. gauti vidinę tiriamojo reiškinio struktūrą;
- 2) patikimumo analizė (Reliability Analysis) – parodanti, kaip tiksliai duota skalė matuoja reiškinį (Pukėnas, 2009; Bekešienė, 2015);
- 3) regresinė analizė - padeda prognozuoti vieno intervalinio kintamojo reikšmes pagal kito intervalinio kintamojo reikšmes (Pukėnas, 2009; Bekešienė, 2015);
- 4) aprašomosios statistikos metodas: procentinė išraiška, vidurkiai.

4. VEIKSNIŲ, LEMIANČIŲ VARTOTOJŲ PASITENKINIMĄ PASĖLIŲ DRAUDIMO PASLAUGA, TYRIMO REZULTATAI IR DISKUSIJA

4.1. Tyrimo rezultatai

Atliekant tyrimų analizę, svarbu įvertinti anketos patikimumą. Pasak Kardelio (2007) ir Pukėno (2009), norint pasiekti duomenų reprezentatyvumo, būtina įvertinti klausimyną bei jį sudarančias kategorijas, subkategorijas ir teiginius. Pasak Pukėno (2009), populiariausia priemonė, nurodanti tyrimo skalių patikimumą, yra Cronbach Alpha koeficientas. Tyrimo anketos sudarančių kategorijų patikimumo vertinimas (žr. 6 lent.).

6 lentelė. Tyrimo anketą sudarančių kategorijų patikimumas

Kategorijos	Cronbach's Alpha	Teiginių skaičius
Pasitenkinimo veiksniai	0,864	40
Vartotojų požiūrio veiksnys	0,778	5
Techninės kokybės veiksnys	0,846	7
Funkcinės kokybės veiksnys	0,925	15
Įvaizdžio veiksnys	0,841	5
Suvokiamos vertės veiksnys	0,866	4
Skundų sprendimų veiksnys	0,871	4
Pasitenkinimo pasekmės	0,801	10
Lojalumas	0,908	4
Vartotojų pasitenkinimas	0,890	6
Visas klausimynas	0,916	50

Pasitenkinimo veiksnių bloką sudaro 40 teiginių. Atlikus patikimumo analizę atskleista, jog šio blokas vertinamas kaip patikimas – Cronbach Alpha koeficientas yra 0,864 (žr. 6 lent.). Šiame bloke visų skalių koeficientai vertinami kaip labai patikimi. Pasitenkinimo pasekmių bloką sudaro 10 teiginių, kurie apima lojalumo ir vartotojų pasitenkinimo kategorijas. Šio bloko Cronbach Alpha koeficientas yra 0,801. Galima teigti, jog bloką sudarančios kategorijos vertinamos kaip patikimos. Atskiros kategorijos vertinamos nuo 0,871 iki 0,908.

Apskaičiavus viso klausimyno Cronbach Alpha koeficientą (0,916) nustatyta, jog klausimyno patikimumas vertinamas labai aukštai. Galima teigti, jog visi klausimyno blokai vertinamos kaip patikimi. Buvo atlikta faktorinė analizė, norint atskleisti, ar visų kategorijų teiginiai patenka į darbe analizuojamus faktorius. Buvo atliktas duomenų tikrinimas naudojant Kaizerio – Majerio - Olkino matą. Pasak Pukėno (2009), šie duomenys būtini prieš atliekant surinktų duomenų analizę. Atlikus faktorinę analizę paaiškėjo, jog faktoriai suskirstyti į skirtingus 8 faktorius (6 pasitenkinimo veiksniai ir pasitenkinimo pasekmės). Tačiau atskleidžiama, jog funkcinis veiksnio faktorius išskiriamas dar į tris papildomas subkategorijas, kurios apima konsultantų, vadovų ir žalų vertintojų aptarnavimo, elgsenos ir žinių vertinimą. Šis veiksnys turi aukštą patikimumą (Cronbach Alpha yra 0,925), todėl bus

vertinamas kaip vienas bendras veiksnys. 3 priede išskiriamas visų teiginių vertinimas. Galima teigti, jog tyrimo instrumentas sudarytas teisingai ir patikimai ir suteikia galimybę atlikti koreliaciją, kuria siekiama patvirtinti įvairių kategorijų ryšius sudarytame teoriniame modelyje.

Tyrimo respondentai. Tyrime dalyvavo specializuotos pasėlių draudimo bendrovės „Vereinigete Hagelversicherung VVaG“ filialo „VH Lietuva“ paslaugų vartotojai (žr. 7 lent.) ir draudimo paslaugas teikiantys konsultantai (žr. 8 lent.). Pagrindinis tyrimo tikslas – atskleisti veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Didžiausias dėmesys skiriamas vartotojų nuomonei apie teikiamas pasėlių draudimo paslaugas ir veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą. Respondentų pasiskirstymas pagal įvairius demografinius duomenis (žr. 7 lent.).

7 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, ūkininkavimo vietą ir stažą (%)

Koks yra Jūsų amžius (metais)?			Nurodykite kiek metu ūkininkaujate?					Viso
			Iki 5	Nuo 6 iki 10	Nuo 11 iki 15	Nuo 16 iki 20	Nuo 21 iki 25	
Iki 30 metų	Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas	34	62		4		11
		Aukštaitijos regionas	56	44				4
		Vidurio Lietuvos regionas	60	40				2
		Pietų Lietuvos regionas	20	80				5
	Viso		38	60		2		22
Nuo 31 iki 40	Kokiame rajone yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas		80		20		7
		Aukštaitijos regionas		100				1
		Vidurio Lietuvos regionas		82	9	9		4
		Pietų Lietuvos regionas		50		50		2
	Viso		78	3	19			14
Nuo 41 iki 50	Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas		27	6	43	24	16
		Aukštaitijos regionas		10		62	24	4
		Vidurio Lietuvos regionas		29	57	14	0	0
		Pietų Lietuvos regionas			33	33	33	0
	Viso		20	9	47	22	13	33
Nuo 51 iki 60	Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas			5	57	38	9
		Aukštaitijos regionas				36	64	5
		Vidurio Lietuvos regionas			26	66	8	5
		Pietų Lietuvos regionas			11	66	22	4
	Viso			9	57	34		23
Nuo 61 iki 70	Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas		50		50		2
		Aukštaitijos regionas			50	50		2
		Vidurio Lietuvos regionas		50	50			2
		Viso		33	33	33		6
	Virš 71	Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas				100	
Aukštaitijos regionas							100	0,5
Pietų Lietuvos regionas						100		1
Viso						80	20	2
Viso		Kokiame regione yra Jūsų ūkis?	Žemaitijos regionas	9	38	3	34	16
	Aukštaitijos regionas		9	16	4	42	25	4
	Vidurio Lietuvos regionas		8	39	25	25	3	17
	Pietų Lietuvos regionas		7	35	7	41	10	13
	Viso		8	33	7	36	15	228

Apibendrinant duomenis apie respondentus galima teigti: tyrime dalyvauja respondentai iš visos Lietuvos, įvairaus amžiaus bei ūkininkavimo patirtį turintys žemdirbiai. Iš apklaustų respondentų daugiausia apklausoje dalyvavo žemdirbių iš Žemaitijos (45,6 proc.) ir Aukštaitijos (24,6 proc.) regionų, mažiau iš Vidurio (17,1 proc.) ir Pietų (12,7 proc.) Lietuvos regionų. Galima teigti, jog aktyviausi buvo regionai, kuriuose daugiausia žemdirbių naudojami pasėlių draudimo paslaugomis. Tarp respondentų vyrauja jaunesnio (iki 40 metų) ir vidutinio (40-60) amžiaus atstovai, mažiau vyresnio amžiaus (nuo 60 metų). Šis verslo sektorius yra reikalaujantis daug fizinių ir specifinių žinių, todėl tyrime daugiau jaunesnio amžiaus atstovų. Tikėtina, jog jaunesnio ir vidutinio amžiaus žemdirbiams pasėlių draudimo sistema labiau priimtina. Didžioji dalis žemdirbių valdo vidutinio dydžio ūkius nuo 100 iki 300 hektarų (42,1 proc.). Didžioji dalis respondentų ūkininkauja nuo 6 iki 20 metų (75,5 proc.). Tad galima manyti, jog turi ilgametę patirtį žemės ūkio sektoriuje, todėl puikiai išmano šio verslo rizikas ir valdymo būdus bei galimybes. Pastebėta, jog daugiausia respondentų - augalininkystės ūkius turintys žemdirbiai (82,5 proc.), mažiau mišrių ūkių žemdirbiai (17,5 proc.). Gyvulininkystės ūkius turintys ūkininkai nedalyvavo. Galima teigti, jog tai atitinka pasėlių draudimo sistemos besinaudojančių žemdirbių skaičių Lietuvoje, nes daugiausia nuostolių patiria augalininkystės ir mišrūs ūkiai, kurie aktyviausiai draudžia pasėlius. Didžioji dalis respondentų (42,1 proc.) pasėlius draudžia nuo 4 iki 6 metų. Galima manyti, jog didžioji dalis respondentų žino pasėlių draudimo paslaugą, jos privalumus ir trūkumus.

Tyrimo metu paslaugos tiekėjai išreiškė požiūrį apie žemdirbiams svarbiausius veiksnius, kurie lemia vartotojų pasitenkinimą. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, darbo stažą, darbo su vartotojais pobūdį (žr. 8 lent.)

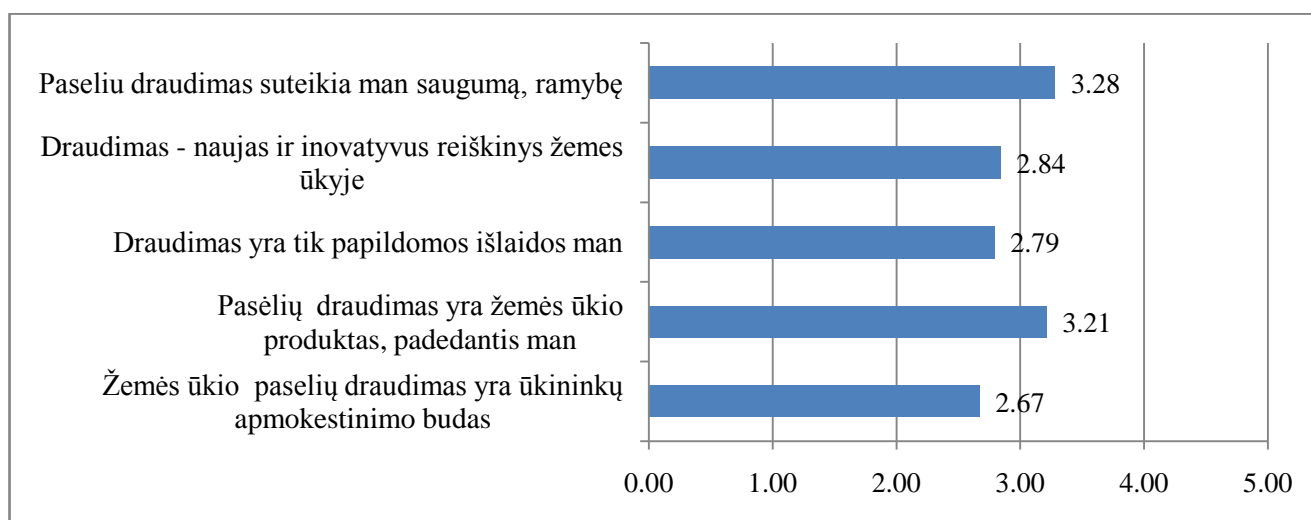
8 lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, darbo stažą, darbo pobūdį (%)

Koks yra Jūsų amžius (metais)?			Su kokiais vartotojais dažniausiai dirbate?				Viso
			Visais ūkiais	Ūkiais iki 100 ha	Ūkiais iki 500 ha	Ūkiais iki 1000	
Nuo 31 iki 40	Nurodykite, kiek metų dirbate draudimo bendrovėje?	2-3 metai		16			16
		Daugiau kaip 7 metai	11	11			21
	Viso		11	26			37
Nuo 41 iki 50	Nurodykite, kiek metų dirbate draudimo bendrovėje?	4-6 metai	11	18			29
		Daugiau kaip 7 metai		8			8
	Viso		29	26			37
Nuo 51 iki 60	Nurodykite, kiek metų dirbate draudimo bendrovėje?	4-6 metai			29		11
		Daugiau kaip 7 metai	8			8	16
	Viso		8		29	8	26
Viso	Nurodykite, kiek metų dirbate draudimo bendrovėje?	2-3 metai		16			16
		4-6 metai	11	18	11		39
		Daugiau kaip 7 metai	18	18		8	45
	Viso		29	52	11	8	100

Apibendrinant duomenis atskleista, jog didžioji dalis paslaugos tiekėjų yra jaunesnio (nuo 31-40 metų, 37%) ir vidutinio (nuo 41-50 metų, 37%) amžiaus. Atskleista, jog jaunesnio amžiaus konsultantai dirba su mažesniais ūkiais, o vyriausieji amžiumi draudimo konsultantai, turintys 4-6 metų patirtį, dirba su didesniais ūkius valdančiais žemdirbiais. Atskleista, jog net 45 proc. draudimo konsultantų turi ilgalaikę darbo patirtį. Galima pastebėti, jog įmonėje maža konsultantų kaita. Trečdalis konsultantų dirba su visais ūkiais, tačiau pusė konsultantų labiau linkę dirbti su ūkiais iki 100 hektarų. Tik penktadalis konsultantų dirba su didesniais nei 100 hektarų ūkiais.

Aprašomoji statistika

Literatūroje nurodoma, jog norint įvertinti paslaugas pirmiausia būtina išsiaiškinti vartotojų požiūrį. Nurodoma, jog vartotojų požiūris nuolat kinta, todėl būtina žinoti, kaip vertina paslaugas žemdirbiai, skirtingo amžiaus, turintys skirtingą darbinę ir draudimo patirtį, valdantys skirtingo dydžio ūkius. Norint geriau išanalizuoti vartotojų požiūrį, tyrimo metu taip pat atskleista konsultantų nuomonė apie vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą. 8 paveiksle pateikta informacija apie žemdirbių požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą.



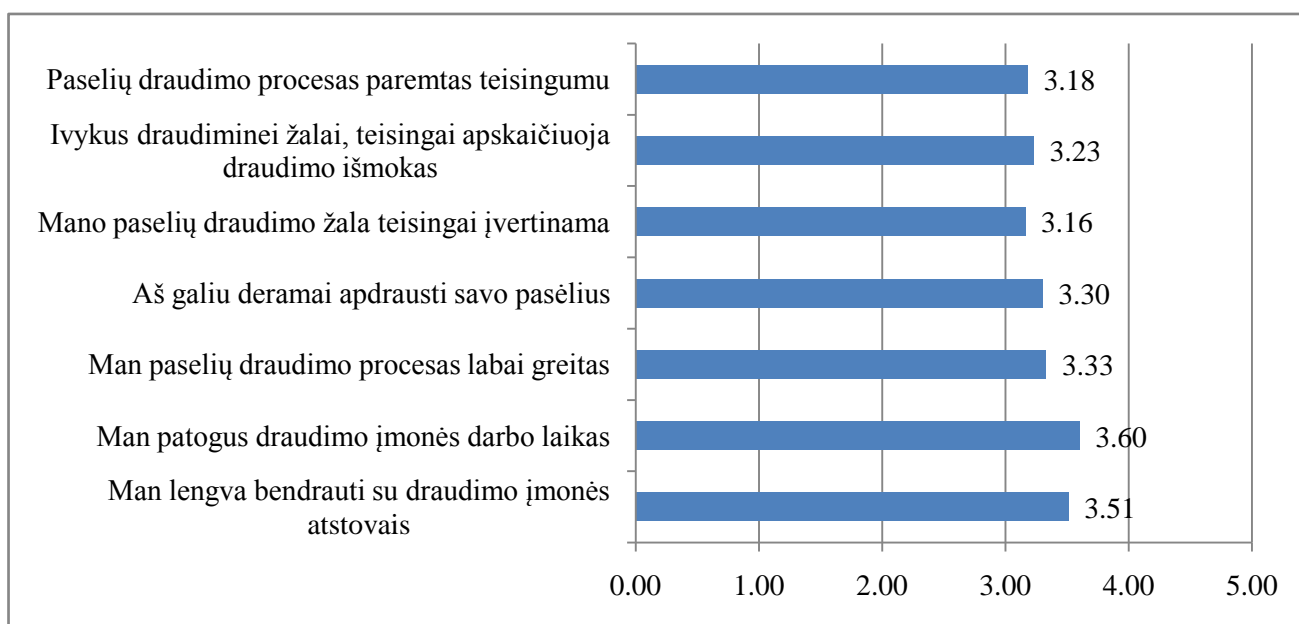
8 pav. Vartotojų požiūrio į pasėlių draudimo paslaugą vertinimas (vidurkiai)

Tyrimas atskleidė, jog didžioji dalis žemdirbių palankiai vertina pasėlių draudimo paslaugą. Labiausiai vertina, jog pasėlių draudimas suteikia saugumą ir ramybę ($M=3,28$). Tai nustatyta ir konsultantų apklausoje ($M=3,71$) (žr. 4 priedą). Labiausiai šį rizikos valdymo būdą vertina vidutinio amžiaus nuo 30 iki 40 metų vartotojai (89 proc.) (žr. 5 priedą). Tačiau atskleista, jog ketvirtadalis jaunų iki 30 metų ir trečdalis vyriausių žemdirbių pripažįsta, jog draudimas ne visada suteikia saugumą ir ramybę. Mažesnę ūkininkavimo patirtį turintys žemdirbiai (iki 10 metų ūkininkaujantys) mažiau vertina pasėlių draudimą kaip saugumo faktorių nei didesnę patirtį turintys (daugiau kaip 11 metų ūkininkaujantys) (žr. 6 priedą). Galima manyti, jog mažesnę ūkininkavimo patirtį turintys žemdirbiai turi mažiau patirties, todėl nėra ar rečiau susiduria su stichiniais gamtos reiškiniais nei ilgesnę patirtį

turintys žemdirbiai. Daugelis respondentų teigia, jog pasėlių draudimas yra produktas, kuris padeda žemdirbiams ($M=3,21$). Konsultantų teigimu, šis veiksnys pat svarbiausias žemdirbių tarpe ($M=3,82$) (žr. 4 priedą). Atskleista, jog šis teiginį 85 proc. įvairaus amžiaus žemdirbių vienodai gerai vertinamas (žr. 7 priedą). Tyrimas atskleidė, jog žemdirbiai nemano, jog pasėlių draudimas - tai tik papildomos išlaidos ($M = 2,79$) ar apmokestinimo būdas ($M=2,67$). Tokios pat nuomonės laikosi ir konsultantai. Jų nuomone, pasėlių draudimas - tai tik papildomos išlaidos ($M=2,45$) ar apmokestinimo būdas ($M=2,26$) (žr. 4 priedą). Galima teigti, jog draudimo įmonės konsultantai žino vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugas, tačiau pastebima, jog teikėjai geriau vertina nei patys paslaugos vartotojai. Vertinant pasėlių draudimą kaip saugumą, būtina labiau atsižvelgti į vartotojus, nustatyti kokius kriterijus labiausiai aktualūs skirtingų amžiaus grupių, draudimo ir ūkininkavimo patirtį turintiems vartotojams.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti vartotojų ir draudimo konsultantų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugų kokybę. Remiantis tyrimo duomenimis, galima teigti, jog paslaugų kokybės apibrėžimo spektras plačiausias. Tyrimo metu išryškėjo papildomos funkcinė kokybė kategorijos, susijusios su draudimo konsultantų, draudimo įmonės vadovų, žažų ekspertų veikla (žr. 3 priedą).

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti vartotojų požiūrį į teikiamą techninę (rezultato) kokybę, ką gauna vartotojas, naudodamas paslaugą (žr. 9 pav.).



9 pav. Techninės (rezultato) kokybės vertinimas (vidurkiai)

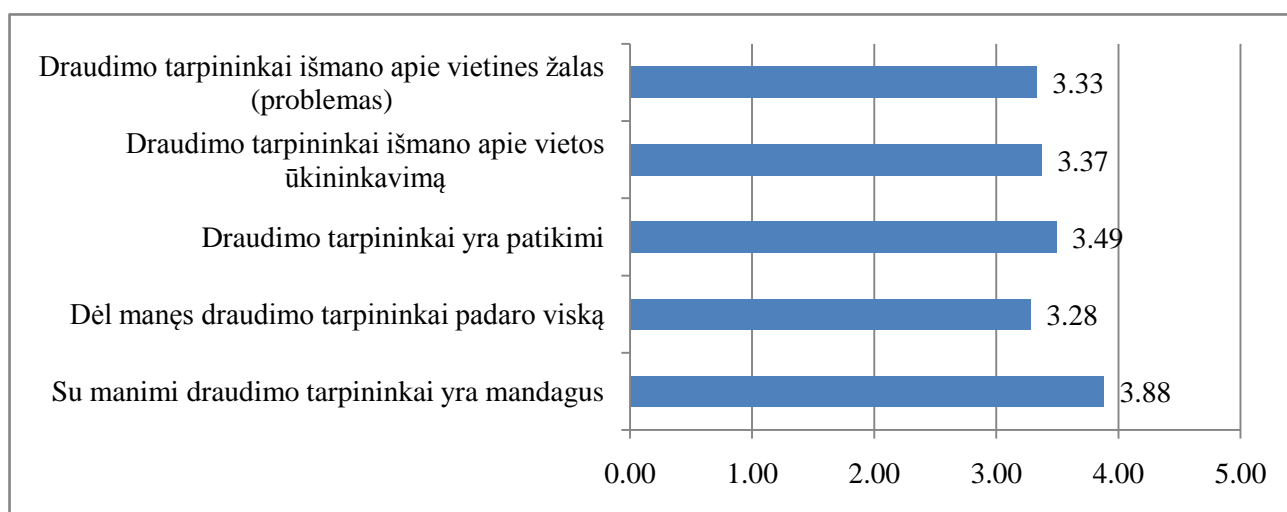
Tyrimo duomenys atskleidė, jog geriausiai respondentų vertinama veiklos sritis susijusi su draudimo kompanijos darbo laiku ($M=3,60$). Ši veikla geriausiai vertinama ir draudimo konsultantų ($M=3,89$) (žr. 4 priedą). Šioje veikloje pokyčių labiausiai tikisi žemdirbiai, kurie valdo ūkius nuo 50 iki 100 ha (28,5 proc.) (žr. 8 priedą), taip pat pirmus metus pasėlius draudimo įmonėje draudžiantys

žemdirbiai (15,3 proc.) (žr. 9 priedą). Respondentai išskiria, jog žemdirbiams „lengva bendrauti su draudimo įmonės atstovais“ (M=3,51). Šis veiklos baras draudimo konsultantų vertinamas blogiau (M=3,37) (žr. 4 priedą). Galima teigti, jog didžioji dalis žemdirbių patenkinti bendravimu su įmonės atstovais (87,7 proc.). Tačiau atskleista, jog trečdalis žemdirbių, kurie draudžiasi pirmais metais, mažiau patenkinti bendravimu su draudimo įmonės atstovais (žr. 10 priedą). Labiausiai vartotojų ir tiekėjų nuomonės išsiskiria aptariant pasėlių draudimo proceso trukmę. Pasak konsultantų, šis procesas vertinamas labiau neigiamai (M=2,71), tačiau žemdirbiai šią veiklą vertina geriau (M=3,33). Tyrimo duomenimis, draudimo bendrovei būtina labiau atsižvelgti į veiklos barus, susijusius su žalų reguliavimu. Nors žemdirbiai šią veiklą vertina palankiai (teisingai apskaičiuojamos draudimo išmokos, M=3,23; teisingai įvertinama žala, M=3,16), tačiau įmonės atstovai šią veiklos sritį pervertina (teisingai apskaičiuojamos draudimo išmokos, M=3,82; teisingai įvertinama žala, M=3,53). Šį veiklos barą prasčiausiai vertina trečdalis mažiausių draudimo patirtį turinčių žemdirbių.

Apibendrinus tyrimo duomenis atskleista, jog techninės (rezultato) kokybės veiksnys pasėlių draudimo sistemoje yra labai svarbus. Žemdirbiai labiausiai vertina sritis, susijusias su įmonės darbo laiku, aptarnavimo trukme, vertina draudimo įmonės darbuotojų bendravimo ir bendradarbiavimo įgūdžius, tačiau tikisi didesnių pokyčių žalų reguliavimo sistemoje. Labiausiai techninės kokybės veiksnį lemia žemdirbių patirtis bei ūkio dydis. Atskleista, jog draudimo įmonės atstovai turėtų labiau skirti dėmesį mažiausių draudimo patirtį turintiems draudimo įmonės vartotojams. Pastebėta, jog trečdalis naujų vartotojų norėtų pokyčių bendraujant su atstovais ir organizuojant darbą.

Buvo analizuojamas vartotojų požiūris į teikiamą funkcinę (procesą) kokybę, kaip teikiamą paslaugą vartotojui. Tyrimo metu atskleista, jog šis veiksnys išskiriamas į tris papildomas subkategorijas: draudimo konsultantų veiklą, draudimo įmonės vadovų veiklą ir žalų ekspertų veiklą.

Tyrimo metu siekta atskleisti, kaip žemdirbiai vertina draudimo konsultantų veiklą (žr. 10 pav.).

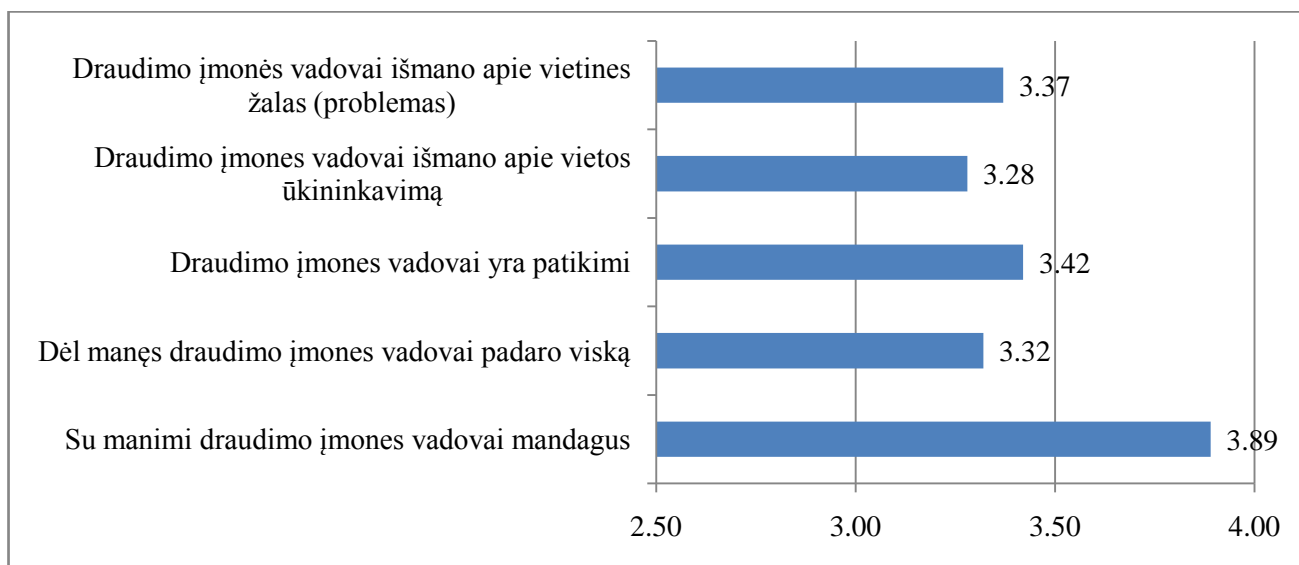


10 pav. Draudimo konsultantų veiklos vertinimas (vidurkiaiai)

Didžioji dalis respondentų nurodė, jog teigiamai vertina pasėlių draudimo konsultantų darbą. Labiausiai žemdirbiai vertina konsultantų veiklą, susijusią su elgsena: mandagumu (M=3,88), patikimumu (M=3,49). Visi apsidraudę žemdirbiai nurodo, jog draudimo konsultantai yra mandagūs, ilgesnę patirtį turintys vartotojai nurodo draudimo konsultantų patikimumą. Atskleista, jog draudimo konsultantų išmanymas apie vietines žalas (M=3,33), žinios apie vietos ūkininkavimą (M=3,37) žemdirbiams labai aktualios. Konsultantų žinių apie vietos ūkininkavimą vertinimas priklauso nuo žemdirbių amžiaus (žr. 11 priedą). Pasak draudimo konsultantų, labiausiai ūkininkai iš jų reikalauja ir tikisi tinkamos elgsenos ir gerų darbo rezultatų, jog draudimo konsultantai bus patikimi (M=3,82), padarys dėl žemdirbio viską (M=3,76), bus mandagūs (M=3,71) (žr. 4 priedą). Tačiau pastebi, jog žemdirbiams svarbus išmanymas apie vietos ūkininkavimą (M=3,66) ir vietines draudimines žalas (M=3,55).

Apibendrinus galima teigti, jog požiūris į konsultantų atliekamą veiklą, žinias, elgseną vienodai gerai vertinamas tiek žemdirbių, tiek ir draudimo konsultantų. Pastebėta, jog žemdirbių amžius lemia požiūrį į draudimo konsultantų žinias apie vietos ūkininkavimą.

Tyrimo metu siekta atskleisti, kaip žemdirbiai vertina draudimo įmonės vadovų veiklą (žr. 11 pav.)



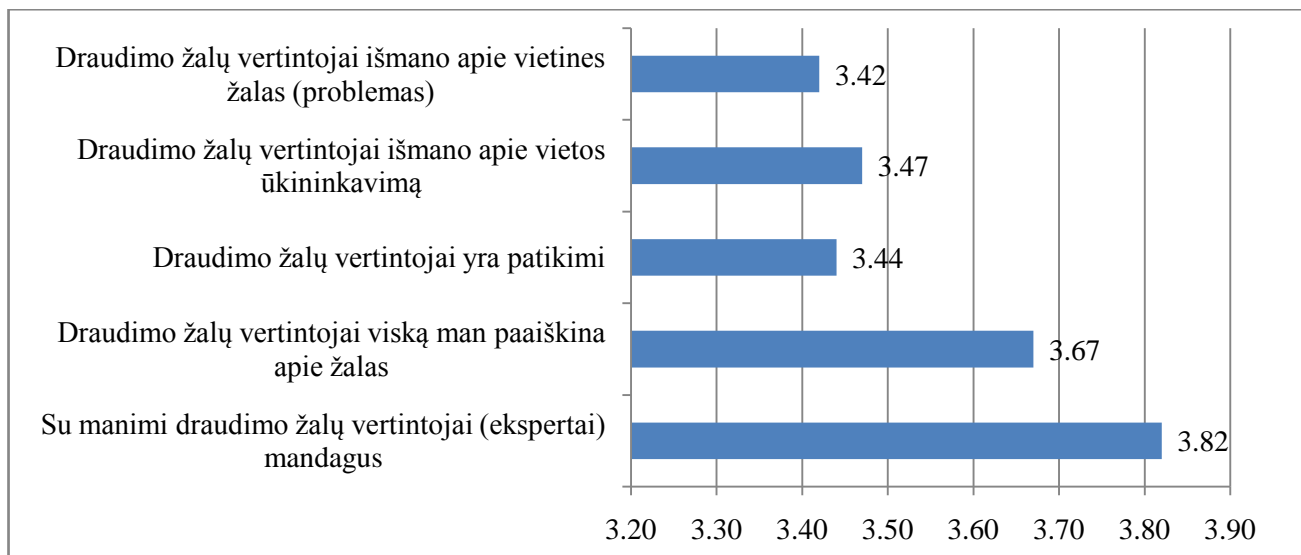
11 pav. Draudimo įmonės vadovų veiklos vertinimas, žemdirbių vertinimas (vidurkiai)

Atskleista, jog žemdirbiai teigiamai vertina draudimo vadovų veiklą. Išskiria svarbiausius kriterijus: mandagumą (M=3,89), patikimumą (M=3,42), sugebėjimą padaryti viską dėl žemdirbių (kompetenciją) (M=3,32). Labiausiai žemdirbiai norėtų, jog įmonės vadovai išmanytų apie vietines ūkininkų žalas (M=3,37) ir ūkininkavimą (M=3,28). Draudimo konsultantų nuomone, geriausiai vertinamos veiklos, susijusios su įmonės vadovų elgsena bei mandagumas (M=3,82), patikimumas

(M=3,63), pabrėžiamas būtinumas išmanyti apie vietos ūkininkavimą (M=3,39), vietines žalas (M=3,63) (žr. 4 priedą).

Apibendrinus tyrimo duomenis, pastebėta, jog žemdirbiai ir draudimo konsultantai teigiamai vertina įmonės vadovų veiklą, vertina įmonės vadovų turimą kompetenciją, žinias, elgseną.

Tyrimo metu atskleista, kaip žemdirbiai vertina draudimo žalų ekspertų atliekamą veiklą (žr. 12 pav.).



12 pav. Draudimo žalų ekspertų veiklos vertinimas (vidurkiai)

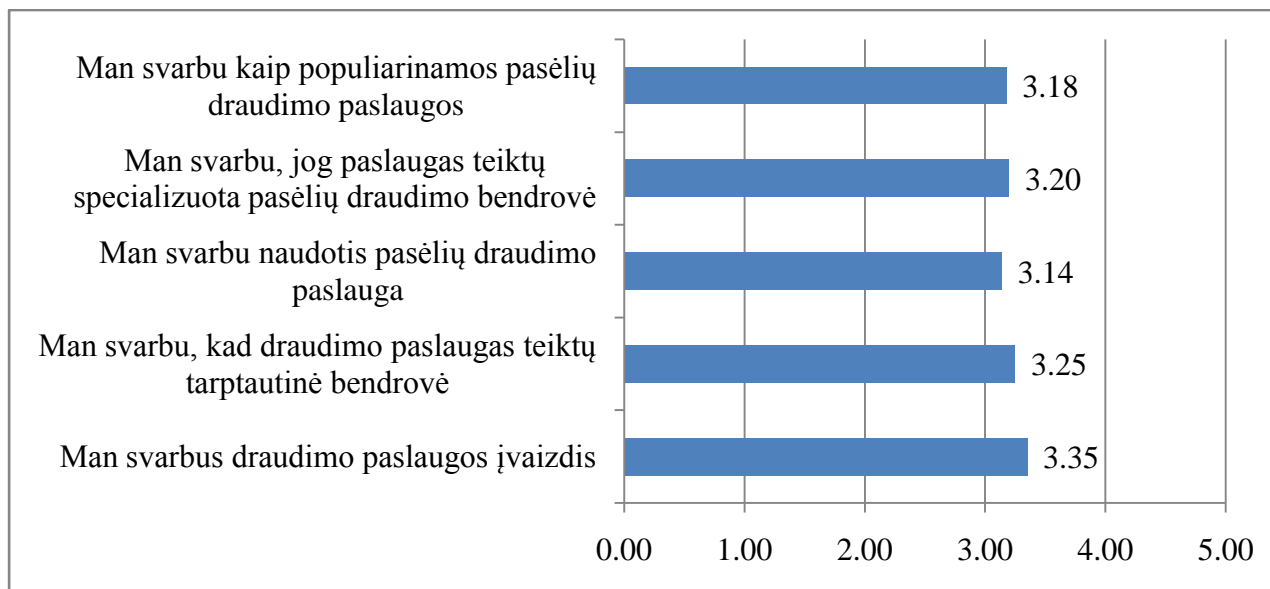
Tyrimas parodė, jog labiausiai vertinamos žalų ekspertų veiklos, susijusios su jų elgsena, mandagumu (M=3,82). Net 98,3 proc. respondentų nurodo, jog draudimo žalų vertintojai viską paaiškina apie žalas. Žemdirbiai puikiai vertina žalų ekspertų žinias apie vietos ūkininkavimą (M=3,47) ir vietines žalas (problemas) (M=3,42). Pasak konsultantų, geriausiai vertinamas draudimo žalų ekspertų mandagumas (M=3,79), žinios ir gebėjimai išaiškinti žalų reguliavimą (M=3,71), kompetencija apie vietines žalas (M=3,63), vietos ūkininkavimą (M=3,55) (žr. 4 priedą).

Apibendrinus žalų ekspertų veiklą atskleista, jog šis veiklos baras draudimo įmonėje tinkamai įgyvendinamas. Žalų ekspertų veiklą labai gerai vertina žemdirbiai ir draudimo konsultantai. Atskleista, jog nuo žalų vertintojų veiklos priklauso draudimo įmonės tolimesnė veikla ir pardavimai. Jei draudimo įmonės žalų ekspertai tinkamai paaiškina žalas, žemdirbiai labiau pasitikės draudimo bendrovės konsultantais.

Apibendrinus funkcinės kokybės analizę galima teigti, jog draudimo įmonės veikloje bendravimas ir bendradarbiavimas - svarbi veiklos sritis. Pastebėta, jog įvairios veiklos tarpusavyje labai siejasi. Atskleistos koreliacijos ryšiai tarp vadovų patikimumo ir draudimo įmonės konsultantų ($r=0,611$), žalų ekspertų ($r=0,611$) patikimumo (žr. 12 priedą). Didėjant vadovų patikimumui bus

didesnis įmonės konsultantų ir žalų ekspertų patikimumas. Galima teigti, jog funkcinės kokybės veiksnys - vienas svarbiausių pasitenkinimo pasėlių draudimo paslaugos sistemoje.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti vartotojų požiūrį į draudimo įmonės įvaizdį kaip visumą vartotojų jausmų, suvokimų ir įsivaizdavimų įmonės atžvilgiu. Buvo išskirti įvairūs kriterijai (žr. 13 pav.)



13 pav. Įvaizdžio veiksnio vertinimas (vidurkiai)

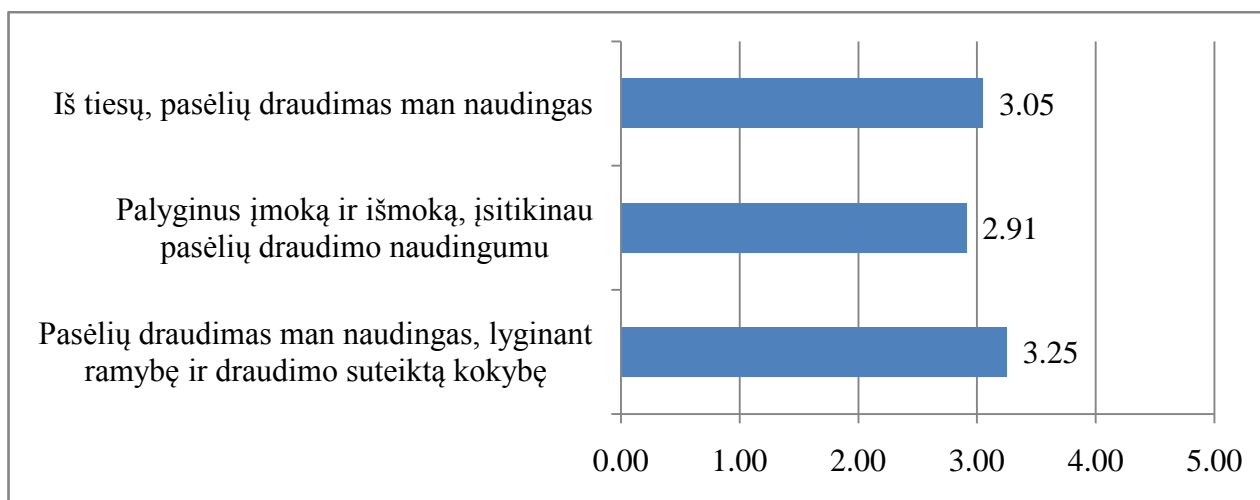
Apibendrinus duomenis pastebėta, jog žemdirbiams (89 proc.) yra svarbus draudimo paslaugos įvaizdis ($M=3,35$) (žr. 13 priedą). Tačiau ilgametę ūkininkavimo patirtį (ūkininkauja ilgiau nei 16 metų) (13 proc.) ir mažesnę (draudžia nuo 1-3 metų) turintiems žemdirbiams (25 proc.) paslaugos įvaizdžio kriterijus mažai aktualus (žr. 14 ir 15 priedus). Trečdalis žemdirbių, kurie draudžiasi iki 1 metų, nurodo, jog jiems nėra svarbu, jog pasėlių draudimo paslaugas teiktų tarptautinė draudimo įmonė (žr. 16 priedą). Augalininkystės ir mišrius ūkius valdantys žemdirbiai palankiai vertina draudimo paslaugos įvaizdį (žr. 17 priedą). Ketvirtadaliui žemdirbių nėra svarbu, kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos (žr. 18 priedą). Labiau tai vertina jaunesnio amžiaus žemdirbiai (žr. 19 priedą). Net 87,2 proc. respondentų nurodo, jog žemdirbiams svarbu, jog paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė (žr. 20 priedą). Mažiau svarbu trečdaliui trumpą pasėlių draudimo patirtį turintiems žemdirbiams (žr. 21 priedą). Galima manyti, jog ilgesnę ir trumpesnę pasėlių draudimo patirtį turinčių žemdirbių požiūris į draudimo įmonių veiklos modelį (specializuota draudimo įmonė) skiriasi.

Draudimo paslaugos įvaizdžio veiksnys draudimo konsultantų vertinimu žemdirbiams labai svarbus ($M=3,71$) (žr. 4 priedą). Pastebėta, jog kitus kriterijus panašiai vertina paslaugos vartotojai.

Apibendrinus duomenis pastebėta, jog paslaugos įvaizdžio veiksnys vartotojams svarbus. Šio veiksnio svarbą pripažįsta vartotojai ir tiekėjai. Atskleista, jog vartotojų požiūris į įvaizdžio veiksnį

priklauso nuo žemdirbių patirties naudojantis pasėlių draudimo paslaugomis. Mažesnę draudimo patirtį turintys žemdirbiai mažiau vertina įvaizdžio reikšmę.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti vartotojų požiūrį į suvokiamą vertę, naudojantis pasėlių draudimo paslaugomis (žr. 14 pav.)



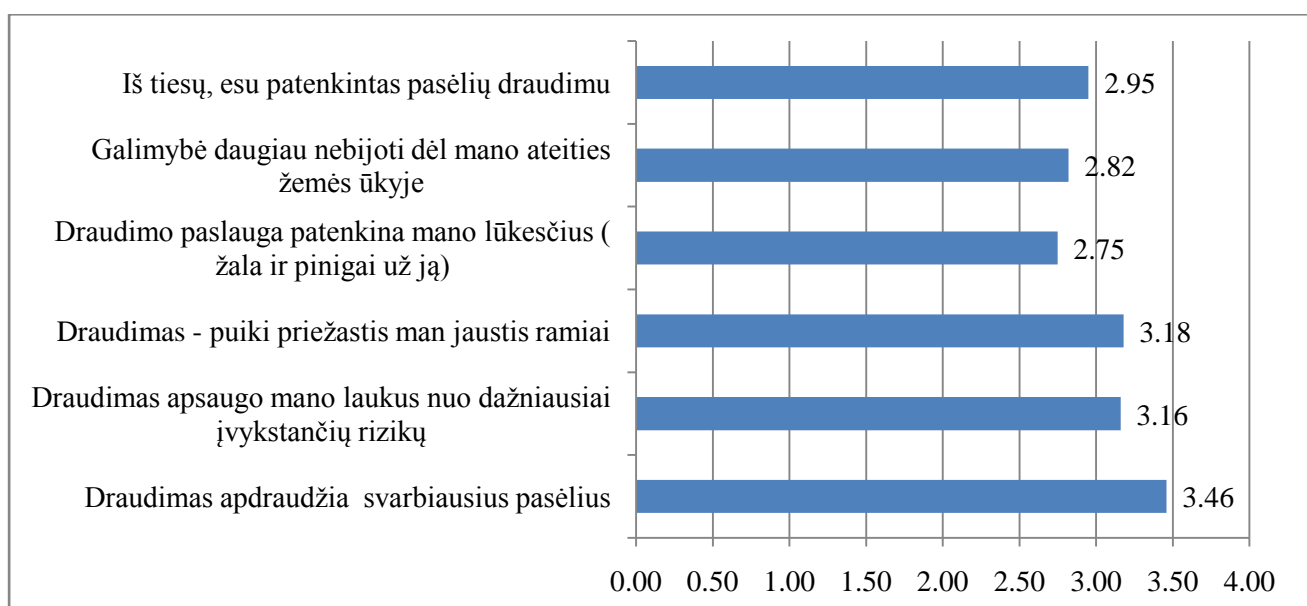
14 pav. Suvokiamos vertės veiksnio teikiant pasėlių draudimo paslaugą vertinimas (vidurkiai)

Respondentai teigiamai vertina suvokiamos vertės veiksnį teikiant pasėlių draudimo paslaugas. Labiausiai vertina pasėlių draudimo naudingumą, lyginant ramybę ir draudimo suteikiamą kokybę ($M=3,25$). Penktadalis žemdirbių, kurie naudojami pasėlių draudimo paslaugomis, teigia, jog draudimas nėra naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteikiamą kokybę. Atskleista, jog mažesnę draudimo patirtį turintys žemdirbiai (draudžia iki 1 metų – 61,5 proc.; draudžia 2-3 metus – 66,6 proc.) prasčiau vertina draudimo naudingumą ramybės ir suteikiamos kokybės atžvilgiu nei ilgesnę (4-6 metus draudžiantys teigiamai vertina 91,67 proc., daugiau kaip 6 metus – 87,5 proc.) (žr. 22 priedą). Geriausiai pasėlių draudimo naudingumą, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę vertina Vidurio Lietuvos (84,6 proc.), Žemaitijos regiono (83,3 proc.), Pietų Lietuvos regiono (82,7 proc.) (žr. 23 priedą). Aukštaitijos regiono žemdirbiai (37 proc.) nurodo, jog suteikiamos draudimo paslaugos nėra naudingos. Aukštaitijos regione būtina labiau atsižvelgti į žemdirbių suvokiamą vertę. Tyrimas atskleidė, jog žemdirbiai įsitikino pasėlių draudimo naudingumu palyginus įmoką ir išmoką už pasėlių draudimo paslaugas (71,9 proc.) (žr. 24 priedą). Tačiau šis kriterijus mažiausiai žemdirbių įvertintas iš kitų suvokiamos draudimo vertės veiksnio kriterijų ($M=2,91$). Atskleista, jog tik pusė stambiausių ūkių turinčių žemdirbių (ūkiai nuo 1000 hektarų) teigiamai vertina pasėlių draudimo naudingumą lyginant įmoką ir išmoką (žr. 25 priedą). Tyrimas atskleidė, jog 77,2 proc. žemdirbių teigia, jog pasėlių draudimas iš tiesų jiems naudingas (žr. 26 priedą). Pasėlių draudimo naudingumą labiau akcentuoja ilgesnę draudimo patirtį turintys vartotojai. Pastebėta, jog 86,7 proc. besidraudžiančių ilgiau nei 4 metus iš tiesų labiau vertina pasėlių draudimo naudingumą nei 61 proc. mažesnę draudimo patirtį turinčių vartotojų (žr. 27 priedą).

Draudimo konsultantai suvokiamos vertės veiksni vertina geriau nei žemdirbiai. Pastebima, jog konsultantai labiausiai išskiria pasėlių draudimo naudingumą žemdirbiams ($M=3,63$), įmokų ir išmokų svarbą ($M=3,50$), ramybę ir draudimo suteiktą kokybę ($M=3,45$) (žr. 4 priedą).

Apibendrinus rezultatus pastebėta, jog žemdirbių ir draudimo konsultantų labiausiai akcentuojamas vertės, susijusios su saugumu ir naudingumu, ir mažiau su socialine verte, kurias suteikia draudimo paslauga. Labiau suvokiamos vertės veiksni vertina draudimo konsultantai nei žemdirbiai. Žemdirbių požiūrį į suvokiamą vertę lemia draudimo patirtis bei ūkininkavimo trukmė ir patirtis, regionas, kuriame vystoma žemės ūkio veikla.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti, koks vartotojų pasitenkinimas teikiama pasėlių draudimo paslauga (žr. 15 pav.).



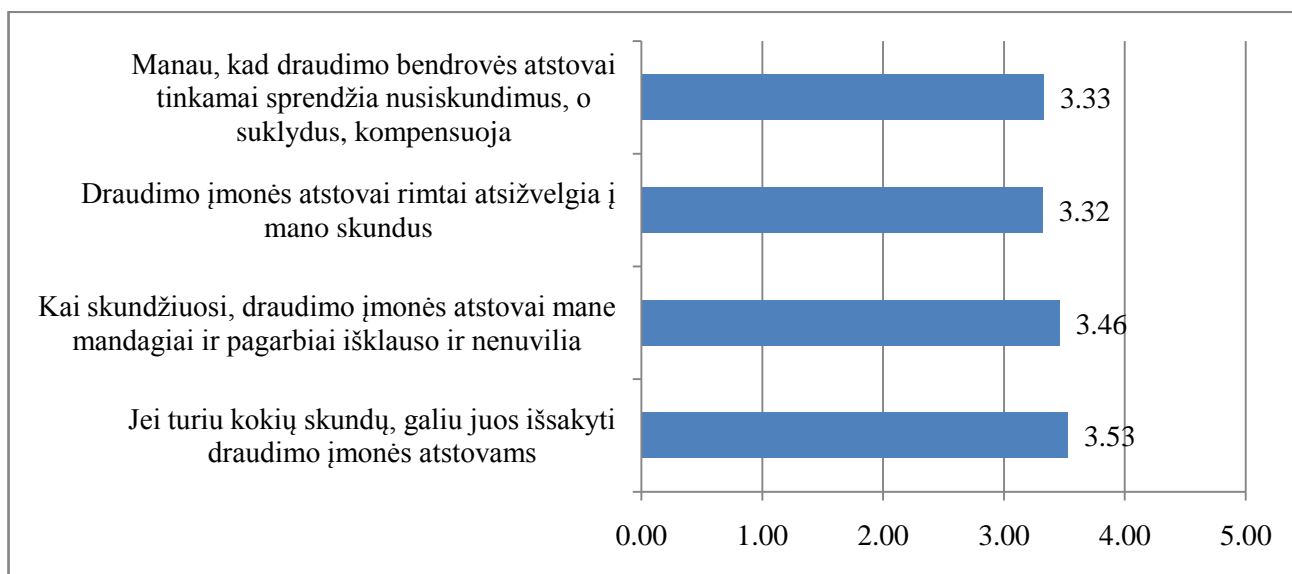
15 pav. Vartotojų pasitenkinimo teikiama pasėlių draudimo paslauga vertinimas (vidurkiai)

Labiausiai vartotojai vertina galimybę apdrausti svarbiausius auginamus pasėlius ($M = 3,46$). Net 92 proc. vartotojų teigia, jog turi galimybę apdrausti svarbiausius pasėlius (žr. 28 priedą). Draudimo konsultantų ši veiklos sritis žemdirbių vertinama labai gerai ($M = 3,74$) (žr. 4 priedą). Vartotojams labai svarbus kriterijus, jog draudimas – puiki priežastis jaustis ramiai ($M = 3,18$). Net 73 proc. vartotojų teigia, jog šis kriterijus suteikia didžiulį pasitenkinimą. Šį kriterijų draudimo konsultantai išskiria kaip vieną svarbiausių ($M = 3,63$) (žr. 4 priedą). Pasak respondentų, aktualus kriterijus, jog draudimas apsaugo žemdirbių laukus nuo dažniausiai įvykstančių rizikų ($M = 3,16$). Šį kriterijų palankiau išskiria nuo 31 iki 50 metų žemdirbiai nei jaunesnio (iki 30 metų) ar vyresnio (nuo 51 metų) amžiaus žemdirbiai (žr. 28 priedą). Pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis priklauso dar nuo to, ar draudimo paslauga patenkina ūkininką. Pasak konsultantų draudimas apsaugo žemdirbių laukus ($M = 3,29$), tačiau žemdirbiai išskiria, kad ši veikla turi būti tobulinama ($M = 2,75$). Žemdirbių

pasitenkinimas pasėlių draudimu priklauso nuo galimybės daugiau nebijoti dėl ateities ($M=2,82$). Draudimo konsultantų nuomone, šis kriterijus žemdirbiams labai svarbus ($M=3,63$). Būtinai pokyčiai šioje srityje, nes 64,9 proc. žemdirbių nurodo, kad tai jiems labai svarbu. Žemdirbiai vertina teikiamas paslaugas ($M=2,95$), tačiau konsultantų šis kriterijus vertinamas blogiau ($M=2,71$). Blogiausiai pasėlių draudimo paslaugas vertina žemdirbiai, kurie ūkininkauja Aukštaitijos regione (40,1 proc.), geriausiai pasėlių draudimo paslaugos vertinamos Žemaitijos regione (83 proc.) (žr. 29 priedą). Galima manyti, jog skirtinguose regionuose ūkininkaujančių žemdirbių pasitenkinimas draudimo paslaugomis skiriasi. Teikiant draudimo paslaugas, būtina atsižvelgti į regiono specifiškumą. Nustatyta, jog ilgesnės draudimo patirties (nuo 1 iki 3 metų) draudžiant pasėlius neturintys žemdirbiai mažiau patenkinti pasėlių draudimu (39 proc.) (žr. 30 priedą).

Apibendrinus išskiriama, jog teigiamai vertinamos galimybės apdrausti pasėlius nuo dažniausiai įvystančių rizikų. Pasitenkinimas paslaugomis priklauso nuo draudimo patirties, būtina atsižvelgti į kitus ypatumus: amžių, ūkio dydį, ūkininkavimo vietovę.

Tyrimo metu išsiaiškintas respondentų požiūris į skundus bei jų sprendimo būdus. Kriterijai, kurie atskleidžia žemdirbių požiūrį (žr. 16 pav.)



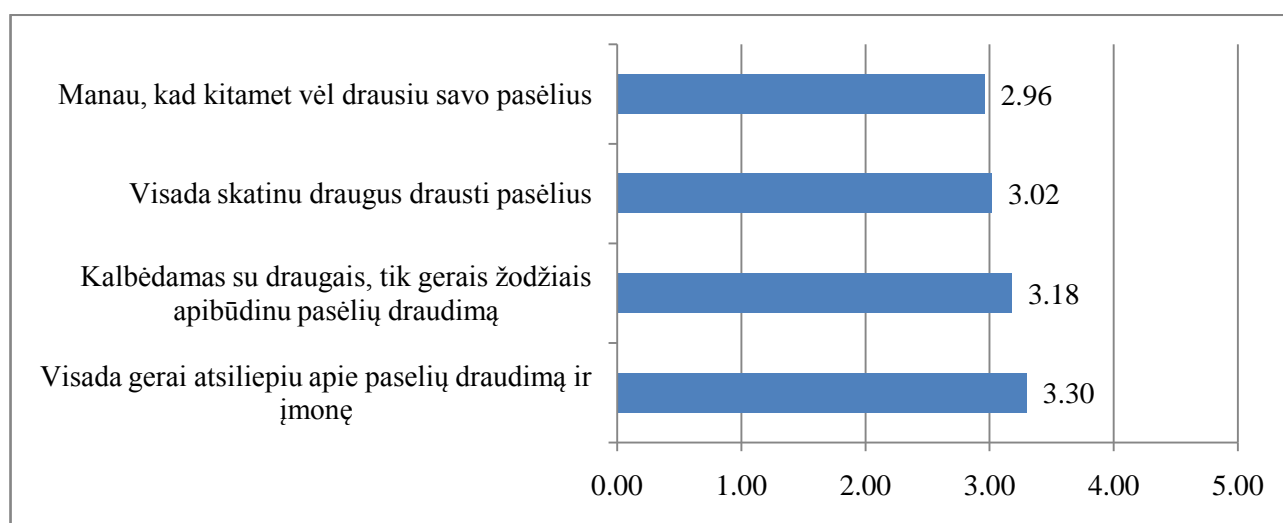
16 pav. Vartotojų skundų ir jų sprendimo būdų vertinimas (vidurkiai)

Geriausiai žemdirbiai vertina galimybes perduoti skundus įmonės atstovams ($M=3,53$). Žemdirbiai akcentuoja draudimo bendrovės atstovų komunikaciją ir socialinius įgūdžius ($M=3,46$). Mažiau palankiai vartotojai vertina, kaip draudimo įmonės atstovai sprendžia nusiskundimus ir suklydus kompensuoja ($M=3,33$). Pasak žemdirbių, draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į pateiktus skundus ($M=3,32$). Žemdirbių požiūris į skundus bei jų sprendimo būdus labai teigiamas, tik kas dešimtas žemdirbys turi priekaištų dėl esamos situacijos keitimo (žr. 31 priedą). Atkreipiama, jog

beveik trečdalis mažesnę draudimo patirtį turinčių žemdirbių akcentuoja, jog draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus juos kompensuoja (žr. 32 priedą). Galima manyti, jog mažesnę draudimo patirtį turintys žemdirbiai mažiau susiduria su draudimo įmonės atstovais, o apie paslaugas sprendžia turėdami išankstinę nuomonę. Trumpesnę ir ilgesnę pasėlių draudimo patirtį turinčių žemdirbių požiūris į draudimo įmonės atstovų reagavimą į pateikiamus žemdirbių skundus skiriasi. Penktadalis iki 4 metų draudimo paslauga besinaudojančių žemdirbių teigia, jog iš draudimo įmonės atstovų nesulaukia mandagumo ir pagarbos, kai skundžiasi (žr. 33 priedą). Galima daryti išvadą, jog žemdirbių požiūrio į draudimo įmonės atstovų mandagumą ir pagarbą, kai teikiami skundai, vertinimas skiriasi. Jis priklauso nuo žemdirbių draudimo patirties draudžiant pasėlius. Su skundais susijusias veiklas patys draudimo įmonės konsultantai vertina teigiamai (žr. 4 priedą). Geriausiai vertinamos veiklos, susijusios su skundų išsakymu ($M=3,71$). Draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į žemdirbių skundus ($M=3,63$). Pasak draudimo konsultantų, kai ūkininkai skundžiasi, draudimo įmonės atstovai mandagiai ir pagarbiai išklauso ($M=3,55$), tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus kompensuoja ($M=3,55$).

Apibendrinant galima manyti, jog šis veiklos baras gali būti tobulinamas, atsižvelgiant į naujus vartotojus, kurie neturi ilgametės draudimo patirties. Labiausiai vertinamos galimybės pateikti skundus, juos išsakyti, mandagumas ir pagarba vartotojui. Tačiau veiklos, susijusios su nusiskundimų sprendimo būdais, turėtų būti labiau tobulinamos. Vartotojai siekia, jog į skundus būtų rimtai atsižvelgiama. Šis veiklos baras reikalauja didžiausių pokyčių. Atskleista, jog paslaugos teikėjai pervertina paslaugų teikimą, susijusį su skundais.

Tyrimo metu išsiaiškintas respondentų požiūris į vartotojų lojalumą bei jo pasireiškimo būdus (žr. 17 pav.).



17 pav. Vartotojų lojalumas (vidurkiai)

Vartotojai gerai vertina pasėlių draudimą ir įmonę (M=3,30). Šis vartotojų pasitenkinimo pasekmės veiksnys tiesiogiai priklauso nuo konkretaus asmens ir jo požiūrio. Žemdirbiai, kalbėdami su draugais, tik gerais žodžiais apibūdina pasėlių draudimą (M=3,18). Žemdirbiai skatina savo draugus drausti pasėlius (M=3,02) ir patys planuoja vėl drausti (M=2,96). Lojalumo veiksnys žemdirbių vertinamas palankiausiai. Draudimo įmonės konsultantai vartotojų lojalumą vertinama prasčiau nei patys žemdirbiai. Atskleista, jog palankiausiai vertinama žemdirbių veikla skatinant drausti pasėlius (M=2,66), žemdirbiai gerai atsiliepia apie pasėlių draudimą (M=2,47) (4 priedą).

Apibendrinus duomenis apie vartotojų lojalumą, galima manyti, jog draudimo konsultantų ir žemdirbių požiūriai skiriasi. Paslaugos tiekėjai neįvertina savo vartotojų lojalumo. Šis veiklos baras draudimo įmonėje reikalauja pokyčių ir suteikia galimybių pasiekti geresnių rezultatų išnaudojant vartotojų puikius vertinimus pasėlių draudimo atžvilgiu.

Tyrimo metu atskleisti pagrindiniai vartotojų ir tiekėjų vertinimai veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga (žr. 9 lent.).

9 lentelė. Veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga vartotojų ir tiekėjų vertinimu (vidurkiai)

Pasitenkinimo veiksniai	Vartotojų vertinimas	Tiekėjų vertinimas	Vertinimas
Vartotojų požiūris į paslaugą	2,96	3,09	-0,13
Techninė (rezultato) kokybė	3,33	3,49	-0,16
Funkcinė (procesu) kokybė	3,5	3,65	-0,15
Įvaizdis	3,21	3,17	0,04
Suvokiama vertė	3,09	3,46	-0,37
Skundų sprendimo galimybės	3,41	3,61	-0,20
Pasitenkinimo pasekmės			
Vartotojų pasitenkinimas	3,05	3,47	-0,42
Lojalumas	3,12	2,52	0,60

Tyrimas atskleidė, jog veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga geriau vertina tiekėjai nei vartotojai (žr. 9 lent.). Pasak vartotojų labiausiai vertinamos veiklos susijusios su paslaugų kokybe (funkcine ir technine), bei vartotojų skundų sprendimo galimybėmis. Pasak vartotojų labiausiai pokyčių reikalauja vartotojų požiūrio į paslaugą veiksnys. Tiekėjų požiūriu geriausiai vertinamos sritys susijusios su paslaugų kokybe, skundų vartotojams sprendimo galimybėmis. Tačiau labiausiai tarp vartotojų ir tiekėjų požiūriai išsiskiria vertinant lojalumą. Pastebėta, jog vartotojai lojalumą vertina geriau nei paslaugos teikėjai. Galima manyti, jog teikėjai negali identifikuoti lojalių klientų, tikėtina, neturi kriterijų kaip vertinti ir kada priskirti vartotojus prie lojalių. Iš lentelės (žr. 9 lent.) galima matyti, jog tiekėjai mano, jog vartotojai patenkinti teikiamomis draudimo paslaugomis, tačiau ne tiek, jog taptų lojalūs. vartotojų teigimu, jie patenkinti pasėlių draudimo paslaugomis ir labiau lojalūs paslaugą naudotojai.

Apibendrinus veiksnius, lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, ryškėja veiklos, kurios reikalauja pokyčių. Atskleista, jog draudimo įmonės konsultantai žino vartotojų požiūrį į pasėlių draudimo paslaugą, tačiau pagal gautus rezultatus ryškėja tendencija, jog paslaugos vartotojai prasčiau vertina nei patys tiekėjas. Pasak vartotojų ir tiekėjų funkcinės kokybės veiksnys - vienas svarbiausių pasitenkinimo pasėlių draudimo paslaugos sistemoje. Draudimo įmonės atstovai turėtų labiau skirti dėmesį mažiausią draudimo patirtį turintiems draudimo paslaugos vartotojams. Trečdalis naujų vartotojų norėtų pokyčių bendravime su atstovais ir darbo organizavime. Žemdirbių amžius lemia požiūrį į draudimo konsultantų žinias, vietos ūkininkavimą. Būtina labiau pasidomėti apie vietos ūkininkavimą bendraujant ir bendradarbiaujant su jaunesnio amžiaus draudimo paslaugos vartotojais. Atskleista, jog įvaizdžio veiksnys vartotojams labai svarbus. Šio veiksnio svarbą pripažįsta tiek vartotojai, tiek tiekėjai. Suvokiamos vertės veiksnys, teikiant pasėlių draudimo paslaugą, žemdirbių ir draudimo konsultantų akcentuojamas labiausiai: vertės, susijusios su saugumu ir naudingumu, ir mažiau su socialine verte, kurias suteikia draudimo paslauga. Pastebėta, jog pasitenkinimas paslaugomis tiesiogiai priklauso nuo draudimo ir ūkininkavimo patirties. Būtina atsižvelgti ir kitus sociodemografinius bruožus: amžių, ūkio dydį, ūkininkavimo ir draudimo patirtį.

Sudaryto modelio konstrukto ryšių tikrinimas (koreliacinė, faktorinė, regresinė analizės)

Teoriniame modelyje (žr. 7 pav.) nurodyti penki pagrindiniai veiksniai, kurie tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimu. Tyrimo metu siekta išsiaiškinti kaip šie veiksniai veikia vienas kitą, ar yra tarpusavio ryšiai tarp kintamųjų (žr. 3 priedą). Tyrimo duomenys buvo lyginami tarpusavyje apdorojant veiksnius apibendrintų struktūrinių komponentų koreliacinę analizę.

Buvo atlikta koreliacinė analizė nustatyti ryšiui tarp kintamųjų stiprumui. Pukėnas (2009), Bekešienė (2015) nurodo, jog šis ryšys išreiškiamas skaitmeninėmis išraiškomis, kurios svyruoja nuo 0 – nėra koreliacijos iki 1 puiki koreliacija. Nurodoma, jog neigiama koreliacija iliustruoja atvirkštinę priklausomybę. Pasak Pukėno (2009) ir Bekešienės (2015) koreliacijos koeficiento absoliutinio dydžio reikšmės reiškia koreliacijos ryšių tvirtumą. Išskiriamos šios:

- nuo 0 iki 0,2 – labai silpna koreliacija (ryšio nėra);
- nuo 0,2 iki 0,4 – silpna koreliacija (silpnas ryšys);
- nuo 0,4 iki 0,7 – vidutinė koreliacija (vidutinis ryšys);
- nuo 0,7 iki 0,9 – stipri koreliacija (stiprus ryšys);
- daugiau nei 0,9 – labai stipri koreliacija.

Tyrimo metu siekta atskleisti kaip teoriniame modelyje (žr. 7 p.) nurodyti veiksniai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo sistema (žr. 10 lent.).

10 lentelė. Vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių apibendrintų struktūrinių komponentų koreliacinė matrica

Vartotojų pasitenkinimo veiksniai	Koreliacijos rezultatai	Vartotojų pasitenkinimas
Vartotojų požiūris	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,694** ,000
Techninė kokybė	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,650** ,000
Funkcinė kokybė	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,540** ,000
Suvokiama kokybė	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,851** ,000
Įvaizdis	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,653** ,000
Skundų sprendimo galimybės	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,440** ,000
Pasitenkinimo pasekmės		
Lojalumas	Koreliacijos koeficientas <i>p</i> - reikšmė	,640** ,000

Tyrimo duomenys atskleidė, jog vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslaugomis tiesiogiai lemia vartotojų požiūris, techninė kokybė, funkcinė kokybė, įvaizdis, suvokiama kokybė, silpniau skundų sprendimo galimybių veiksnys. Vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimo paslaugomis tiesiogiai lemia vartotojų lojalumą. Tyrimo duomenys atskleidė, jog ypač stiprūs ryšiai tarp vartotojų pasitenkinimo ir suvokiamos paslaugų kokybės ($r=0,851^{**}$, $p<0,05$). Galima teigti, jog vyrauja ypač stiprus ryšys. Vartotojų požiūris į paslaugą tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą ($r=0,694^{**}$, $p<0,05$). Atskleista, jog tarp šių dviejų kintamųjų vartotojų požiūrio į paslaugą ir vartotojų pasitenkinimo egzistuoja stiprus ryšis. Tyrimo metu atskleista, jog yra stiprus ryšys tarp techninės kokybės ir pasitenkinimo ($r=0,658^{**}$, $p<0,05$). Atskleista, jog modelyje yra du veiksniai mažiau stipriai koreliuojantys su pasitenkinimu pasėlių draudimo paslauga, tačiau statistiškai reikšmingi. Tyrimo metu atskleista, jog tarp kintamųjų vartotojų pasitenkinimo ir įvaizdžio egzistuoja vidutinio stiprumo ryšiai ($r=0,653^{**}$, $p<0,05$). Tyrimo metu atskleista, jog tarp kintamųjų vartotojų pasitenkinimo ir funkcinės kokybės egzistuoja vidutinio stiprumo ryšiai ($r=0,540^{**}$, $p<0,05$). Pastebėta, jog tarp vartotojų pasitenkinimo paslauga ir skundų sprendimo galimybių statistiškai reikšmingi vidutinio stiprumo ryšys ($r=0,44^{**}$, $p<0,05$).

Literatūroje buvo nurodoma, jog pasitenkinimo pasekmė – lojalumas. Atskleidžiami stiprūs ryšiai tarp pasitenkinimo ir lojalumo ($r=0,640^{**}$, $p<0,05$). Galime teigti, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas vidutinio stiprumo ryšys.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti kaip atskiri kintamieji koreliuoja tarpusavyje (žr. 34 priedą). Po koreliacijos analizės galima daryti išvadą, kad tarp dviejų vartotojų požiūrio ir suvokiamos kokybės egzistuoja statistiškai reikšmingas stiprus ryšys. Koreliacijos koeficientas ($r=0,743^{**}$, $p<0,05$). Tai galime kelti hipotezę, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis teigiamas stiprus ryšys gerėjant

vartotojų požiūriui į pasėlių draudimo paslaugą, didėja suvokiama paslaugų vertė. Atskleista, jog vartotojų požiūris į teikiamą paslaugą koreliuoja statistiškai reikšmingai su lojalumu ($r=0,592^{**}$, $p<0,05$). Galime manyti, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis teigiamas vidutinio stiprumo ryšys gerėjant vartotojų požiūriui į teikiamą paslaugą, didėja vartotojų lojalumas. Po koreliacinės analizės atskleistas stiprus ryšys tarp funkcinės ir techninės kokybės ($r=0,712^{**}$, $p<0,05$). Galime manyti, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas ryšys didėjant techninei kokybei didėja funkcinė kokybė. Tarp dviejų kintamųjų techninės kokybės ir suvokiamos kokybės, analizė parodė, kad egzistuoja vidutinio stiprumo ryšys. Koreliacijos koeficientas ($r=0,652^{**}$, $p<0,05$). Galime kelti hipotezę, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis teigiamas vidutinio stiprumo ryšys didėjant techninei kokybei geriau suvokiama paslaugų vertė. Atskleistas techninės kokybės ir lojalumo vidutinio stiprumo ryšys ($r=0,637^{**}$, $p<0,05$). Galime kelti hipotezę, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas vidutinio stiprumo ryšys didėjant techninei kokybei didėja vartotojų lojalumas. Tarp dviejų kintamųjų įvaizdžio ir suvokiamos kokybės, analizė parodė, kad egzistuoja stiprus ryšys. Koreliacijos koeficientas ($r=0,621^{**}$, $p<0,05$). Tai galime manyti, jog egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis teigiamas stiprus ryšys gerėjant įmonės įvaizdžiui didėja suvokiamas paslaugų vertė. Tyrimo duomenys atskleidė, jog ypač stiprūs ryšiai tarp vartotojų suvokiamos kokybės ir lojalumo ($r=0,685^{**}$, $p=0,000<0,05$). Galima manyti, jog vartotojų suvokiamos kokybės ir lojalumo egzistuoja statistiškai reikšmingas tiesinis teigiamas stiprus ryšys, jog didėjant suvokiamai paslaugų kokybei didėja lojalumas. Tyrimo metu nustatytas tarpusavio ryšys tarp funkcinė kokybės ir vartotojų skundų sprendimo galimybių. Galima manyti, jog vartotojai būna nepatenkinti dėl teikėjų aptarnavimo, todėl ryžtasi išsakyti pageidavimus, norus. Tarp šių kintamųjų nustatytas statistiškai reikšmingas vidutinio stiprumo ryšys.

Apibendrinus galima teigti, jog pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga svarbūs visi veiksniai, kurie buvo atskleisti literatūros analizėje, tačiau jų tarpusavio ryšiai skirtingi. Atskiri kintamieji mažiau lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Kintamieji veikia kitus kintamuosius, kurie turi stipresnius ryšius su vartotojų pasitenkinimu paslauga.

Regresinė analizė. Pasak mokslininkų Pukėno (2009) ir Bekešienės (2015) regresinė analizė padės nustatyti, kaip keisis priklausomo kintamojo vidutinės reikšmės nuo nepriklausomų (šiuo atveju priežasties) kintamojo reikšmių analizė.

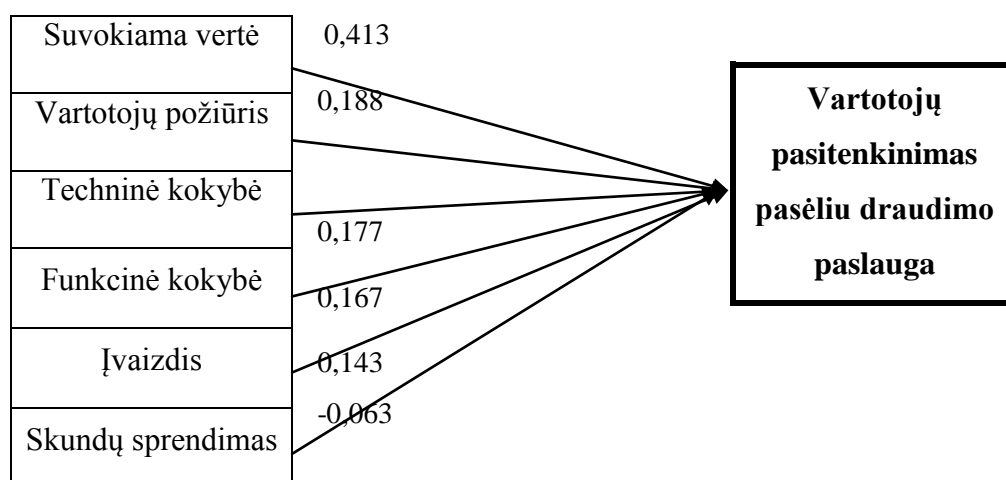
Atlikus skaičiavimus atskleista, jog norint tinkamai įvertinti regresijos duomenis būtina atsižvelgti į R kvadratu reikšmę, kuri padeda nustatyti, kiek regresijos tiesė atitinka duomenis. Pasak Bekešienės (2015), jei R Square yra daugiau nei 0,25, tai tinkama. Šiuo atžvilgiu rezultatai yra $R=0,823$ tai daugiau už rekomenduojamus. ANOVA lentelėje nurodomi duomenys svarbūs, nes suteikia informaciją, kad modelis gali būti taikomas, nes p – reikšmė mažesnė už 0,0005. Pasak Bekešienės (2015) regresinės analizės rezultatai reikšmingi, jei p reikšmė yra mažesnė už 0,05, tai

įrodo, jog statistiškai yra reikšminga nepriklausomojo kintamojo įtaką priklausomajam. „Beta“ reikšmė nurodo kokio stiprumo yra tarpusavio ryšiai, tad kuo didesnė „Beta“ koeficiento reikšmė, tuo stipriau išskirti literatūros analizės būdu išskirti veiksniai (vartotojų požiūris, techninė kokybė, funkcinė kokybė, įvaizdis, suvokiama kokybė) lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga (priklausomąjį kintamąjį) (žr. 11 lent.).

11 lentelė. Veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga regresinės analizės rezultatai

Nepriklausomi kintamieji	Nestandardiniai koeficientai		Standartizuoti koeficientai	T	p - reikšmė
	B	Standartinė paklaida	BETA		
Vartotojų požiūris	0,196	0,055	0,188	3,565	0,000
Techninė kokybė	0,220	0,075	0,177	2,929	0,004
Funkcinė kokybė	0,221	0,069	0,167	3,221	0,001
Įvaizdis	0,155	0,050	0,143	3,090	0,002
Suvokiama vertė	0,360	0,51	0,413	7,019	0,000
Skundų sprendimo galimybės	-0,069	0,047	-0,063	-1,460	0,146

Regresinės analizės duomenys atskleidžia, jog vertinant visų nepriklausomų kintamųjų p – reikšmės yra mažesnė už 0,05. Šie duomenys atskleidžia, jog visi nurodyti veiksniai (vartotojų požiūris, techninė kokybė, funkcinė kokybė, įvaizdis, suvokiama vertė) daro reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga. Pagal gautus ryšių stiprumo duomenis atskleidžiama, jog pats svarbiausias veiksnys, kuris labiausiai lemia vartotojų pasitenkinimą yra suvokiama vertė (0,413). Silpnėsne įtaką daro vartotojų požiūrio (0,188), techninės kokybės (0,177), funkcinė kokybė (0,167), įvaizdžio (0,143) veiksniai (žr.18 pav.). Atskleista, jog skundų sprendimo galimybių veiksnys nelemia vartotojų pasitenkinimo (-0,063).



18 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą, pasėlių draudimo paslauga

Tyrimo duomenys atskleidė, jog mokslinėje literatūroje analizės metu atliktos įžvalgos leido suformuluoti tinkamas hipotezės (H1-H6), kurios po regresinės analizės buvo patvirtintos. Galima teigti, kad suvokiamos vertės, vartotojų požiūrio, techninės, funkcinės kokybės, įvaizdžio veiksniai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga.

Mokslinės literatūros analizės metu buvo atskleistos prielaidos, jog vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimu lemia sociodemografiniai vartotojų bruožai. Tyrimo metu siekta tai įvertinti. Atlikus koreliacinę analizę atskleista, jog sociodemografiniai vartotojų bruožai statistiškai reikšmingai koreliuoja su vartotojų pasitenkinimą lemiančiais veiksniais (žr. 12 lent.).

12 lentelė. Koreliacija tarp vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių, pasekmių ir sociodemografinių vartotojų bruožų

Pasitenkinimo veiksniai	Koreliacijos rezultatai	Amžius	Ūkininkavimo trukmė	Ūkio dydis	Draudimo trukmė
Vartotojų požiūris	Koreliacijos koeficientas	,136*	,123*	,030	-,156**
	p- reikšmė	,020	,032	,324	,009
Techninė kokybė	Koreliacijos koeficientas	,221**	,184**	-,057	-,256**
	p- reikšmė	,000	,003	,195	,000
Funkcinė kokybė	Koreliacijos koeficientas	,055	-,025	-,063	-,217**
	p- reikšmė	,203	,355	,170	,000
Suvokiama vertė	Koreliacijos koeficientas	,214**	,307**	,118*	-,162**
	p- reikšmė	,001	,000	,038	,007
Įvaizdis	Koreliacijos koeficientas	-,013	,058	,101	-,307**
	p- reikšmė	,420	,190	,065	,000
Pasitenkinimo pasekmės					
Vartotojų lojalumas	Koreliacijos koeficientas	,167**	,168**	-,028	-,199**
	p- reikšmė	,006	,005	,339	,001
Vartotojų skundų sprendimo galimybės	Koreliacijos koeficientas	-,068	-,009	,025	-,163**
	p- reikšmė	,154	,449	,354	,007
Vartotojų pasitenkinimas	Koreliacijos koeficientas	,131*	,332**	,108	-,161*
	p- reikšmė	,024	,000	,052	,001

Atlikus koreliacinę analizę atskleista, jog sociodemografiniai vartotojų bruožai turi įtakos vartotojų pasitenkinimą lemiantiems veiksniais ir pasitenkinimo pasekmėms. Tyrimo duomenimis atskleidė, jog ūkininkavimo trukmė (0,332** p<0,05) koreliuoja su vartotojų pasitenkinimu. Nustatytas teisinis teigiamas silpnas tarpusavio ryšys. Galima teigti, jog didėjant ūkininkavimo trukmei auga vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimo paslauga. Atskleista statistiškai reikšminga silpna koreliacija tarp ūkininkavimo patirties ir suvokiamos vertės (r=0,307**, p<0,05). Galima manyti, jog didėjant ūkininkavimo trukmei auga vartotojų suvokiama pasėlių draudimo paslaugos vertė. Atskleista,

statistiškai reikšminga silpna teigiama koreliacija tarp amžiaus ir suvokiamos vertės ($r=0,307^{**}$, $p<0,05$). Galima manyti, jog kintant amžiui didėja suvokiama pasėlių draudimo vertė. Tyrimas atskleidė, jog yra statistiškai reikšmingi, tačiau silpni ryšiai tarp amžiaus ir techninės paslaugų kokybės ($0,221^{**}$, $p<0,05$). Galima manyti, jog keičiantis amžiui didėja techninės kokybės vertinimo suvokimas. Daugiausia ryšių susiję su draudimo patirties kintamuoju. Tyrimu metu nustatyta, jog vartotojų draudimo patirtis ($-0,161^{**}$ $p<0,05$) koreliuoja su vartotojų pasitenkinimu. Nustatytas teisinis neigiamas labai silpnas tarpusavio ryšys. Galima manyti, jog didėjant draudimo trukmei mažėja vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimo paslauga. Tai įtakoja taip pat ir lojalumą. Nustatyta neigiama statistiškai reikšminga silpna koreliacija su lojalumu ($r=-0,199^{**}$, $p<0,05$). Galima manyti, jog didėjant vartotojų draudimo patirčiai, mažėja vartotojų lojalumas. Tyrime atskleista, jog draudimo patirtis turi neigiamą statistiškai reikšmingą silpną koreliaciją su įvaizdžiu ($r=-0,307^{**}$, $p<0,05$). Atskleista statistiškai reikšminga silpna koreliacija tarp draudimo patirties ir techninės kokybės ($r=0,256^{**}$, $p<0,05$). Galima teigti, jog didėjant vartotojų draudimo patirčiai mažėja vartotojų pasitenkinimas paslauga, paslaugos įvaizdžiu, technine kokybe.

Tyrimo metu siekta išsiaiškinti, ar sociodemografiniai duomenis veikia tiesiogiai vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Tam tikslui atlikta daugialypė regresinė analizė. Atlikus skaičiavimus atsižvelgta į R kvadratu reikšmę, kuri atitinka ($R=0,818$). Pasak Bekešienės (2015), jei R Square yra daugiau nei 0,25, tai tinkama. ANOVA lentelėje nurodomi, jog $p < 0,0005$, todėl modelis gali būti taikomas. Lentelėje (žr. 13 lent.) nurodomi sociodemografinių bruožų įtaka vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga regresinės analizės rezultatai.

13 lentelė. Sociodemografinių bruožų įtaka vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga regresinės analizės rezultatai

Nepriklausomi kintamieji	Nestandartiniai koeficientai		Standartizuoti koeficientai	T	p - reikšmė
	B	Standartinė paklaida	BETA		
Vartotojų požiūris	,219	,053	,210	4,092	,000
Techninė kokybė	,225	,077	,180	2,913	,004
Funkcinė kokybė	,258	,067	,195	3,849	,000
Suvokiama vertė	,326	,052	,373	6,256	,000
Įvaizdis	,181	,051	,168	3,576	,000
Skundų sprendimo galimybės	-,082	,048	-,075	-1,717	,087
Amžius	-,090	,023	-,165	-3,853	,000
Ūkininkavimo patirtis	,097	,023	,180	4,142	,000
Draudimo patirtis	,081	,026	,114	3,069	,002
Ūkio dydis	-,010	,016	-,023	-,608	,544

Atlikus regresinę analizę atskleista, jog vartotojų pasitenkinimą tiesiogiai lemia ūkininkavimo ir draudimo patirtis. Atskleista, jog amžius nedaro didelės tiesioginės įtakos vartotojų pasitenkinimui. Ūkininkavimo trukmė tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą. Atskleista, jog draudimo patirtis

neigiamai koreliuoja su vartotojų pasitenkinimu, tačiau tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Galima manyti, jog vartotojai puikiai išmano draudimo produktą, todėl kelia vis didesnius reikalavimus.

Tyrimo metu siekta atskleisti, ar amžiaus, ūkio dydžio, ūkininkavimo, draudimo patirties veiksniai veikia kaip moderuojantys, sąsajas tarp vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių ir vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga. Bandant tai išsiaiškinti buvo sukurti nauji kintamieji, sudaryti iš veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą ir sociodemografinių vartotojų bruožų. Priklausomas kintamasis yra vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimo sistema, o nepriklausomi kintamieji vartotojų pasitenkinimo veiksniai (vartotojų požiūris, techninė ir funkcinė kokybė, suvokiama vertė, įvaizdis, skundų sprendimo galimybės, sociodemografiniai vartotojų bruožai) ir sukurti visiškai nauji kintamieji sudaryti iš veiksnių, lemiančių vartotojų pasitenkinimą ir sociodemografinių vartotojų bruožų. Tam tikslui atlikta daugialypė regresinė analizė (žr. 35 – 37 lent.). Gauti rezultatai atskleidė, kad sąsajas tarp suvokiamos paslaugos vertės ir vartotojų pasitenkinimo paslauga veikia amžiaus, draudimo ir ūkininkavimo patirties veiksniai ($p < 0,005$).

Tyrimo metu išsiaiškinta, jog vartotojų lojalumas tiesiogiai priklauso nuo visų atskleistų vartotojų pasitenkinimo teikiama pasėlių draudimo paslauga veiksnių. Tam tikslui atlikta daugialypė regresinė analizė. Buvo sukurtas naujas kintamasis į kurį sukelti visi veiksniai (vartotojų požiūrio, suvokiama vertė, techninė ir funkcinė kokybė, įvaizdis, skundų sprendimo galimybės ir vartotojų pasitenkinimas). Atlikus skaičiavimus atsižvelgta į R^2 reikšmę, kuri atitinka ($R=0,608$). ANOVA lentelėje nurodomi, jog $p < 0,0005$. Galima teigti, jog vartotojų lojalumas tiesiogiai priklauso nuo vartotojų pasitenkinimo ir jį lemiančių veiksnių bei vartotojų amžiaus.

4.2. Tyrimo rezultatų aptarimas ir diskusija

Atliekant tyrimą buvo siekiama atskleisti veiksnius, kurie lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Šių veiksnių identifikavimas anot Kindurio (2011), Yazdanpanah, et al., (2013), Pilelienės ir Grigaliūnaitės (2014) padėtų organizacijai geriau organizuoti veiklą, priimti efektyvius sprendimus, pritaikyti įmonės strategijai. Buvo surinktos 228 anketos, kurios atskleidė vartotojų nuomonę apie veiksnius lemiančius vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Taip pat surinktos 38 anketos paslaugos tiekėjų. Jų dėka, pavyko atskleisti tiekėjų nuomonę apie paslaugų teikimą, situaciją kaip paslaugas vertina patys tiekėjai.

Tyrimo pradžioje naudojant koreliacinės analizės metodą buvo tikrinami ryšiai tarp vartotojų pasitenkinimo ir jį lemiantys veiksniai. Tyrimo metu identifikuoti svarbiausi veiksniai, kurie padėjo sudaryti darbo prielaidas, kad vartotojų požiūris, techninė kokybė, funkcinė kokybė, įvaizdis, suvokiama kokybė gali daryti įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga. Tikrinant šias hipotezes buvo naudojamas regresinės analizės metodas. Koreliacijos analizės metu taip pat siekta

išsiaiškinti ryšius tarp vartotojų pasitenkinimo ir vartotojų lojalumo. Rezultatai parodė, jog egzistuoja statistiškai reikšmingi stiprus ryšiai tarp vartotojų pasitenkinimo ir lojalumo. Buvo nustatyta statistiškai reikšmingi vidutiniško stiprumo ryšiai tarp vartotojų pasitenkinimo ir vartotojų skundų sprendimo galimybių. Koreliacijos analizės metu atskleista, jog tarpusavyje vartotojų pasitenkinimą lemiantys veiksniai turi statistiškai reikšmingu ryšius. Nurodoma, jog suvokiamos vertės veiksnys turi stipriausius tarpusavio ryšius su kitais kintamais. Atskleista, jog paslaugų tarpusavio vertinimuose stiprius ryšius turi techninės ir funkcinės kokybės veiksniai. Koreliacijos analizės metodu buvo nustatyta, jog sociodemografiniai vartotojų bruožai neturi arba turi statistiškai reikšmingus silpnus arba labai silpnus ryšius. Iš sociodemografinių vartotojų bruožų labiausiai vartotojų pasitenkinimą lemia ūkininkavimo patirtis ir amžius, o draudimo patirtis turi priešingą reikšmę, nes kuo ilgiau naudojama draudimo paslauga, tuo mažėja vartotojų pasitenkinimas. Apibendrinus sociodemografinių vartotojų bruožų įtaką kitiems vartotojų pasitenkinimą lemiantiems veiksniams nustatyta, jog tarpusavio koreliacijos yra statistiškai reikšmingos, tačiau silpni arba labai silpni ryšiai. Ūkininkavimo vietos ir ūkio dydžio bruožai neturi koreliacinių ryšių su vartotojų pasitenkinimu ir jį lemiančiais veiksniais. Kaip nurodo Kindurys (2011), į sociodemografinius vartotojų bruožus būtina atsižvelgti. Grigaliūnaitė ir Pilelienė (2014) išskiria, jog sociodemografiniai vartotojų bruožai atskirose valstybių vartotojų pasitenkinimų indeksuose yra skaičiuojami (Honkongo vartotojų pasitenkinimo indeksas).

H1: suvokiama pasėlių draudimo vertė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Atlikta regresinė analizė patvirtino šią hipotezę, jog suvokiamos vertės veiksnys turi įtakos vartotojų pasitenkinimui. Atskleista, jog šis veiksnys yra pats svarbiausias vartotojų pasitenkinimui (0,771). Pasak Kiyak ir Pranskevičiūtės (2014) suvokiama vertė apibūdinama kaip vartotojo vertinimas ar kaina atitinka vartotojo požiūrį už gaunamą paslaugos naudą. Šį veiksnį Evans ir Lindsay (2013) ir Grigaliūnaitė ir Pilelienė (2014) nurodo kaip svarbiausią ir dažniausiai nulemiantį vartotojų pasitenkinimą. Aprašomosios analizės metu buvo vartotojai išskyrė, jog pasėlių draudimas naudingas, lyginant ramybę ir suteiktą kokybę. Pasak vartotojų labiausiai norėtų pokyčių susijusių su įmokos ir išmokos vertinimu. Tačiau vartotojai pabrėžia, jog būti pasėlių draudimo įmonės klientu, jiems tikrai svarbu.

H2: pasėlių draudimo paslaugos techninės kokybė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Atlikta mokslinė literatūros analizė patvirtino, jog pasėlių draudimo paslaugos vartotojams labai svarbus paslaugų kokybės veiksnys. Remiantis draudimo paslaugų kokybės modelių sudarytu pagal Gronroos (1984) ir Kindurį (2011) paslaugų kokybė buvo vertinama iš trijų sudedamųjų dalių. Paslaugų kokybės veiksnį sudaro techninė kokybė, funkcinė kokybė ir įvaizdis. Atlikus regresinę analizę atskleista, jog techninės kokybės turi įtaką vartotojų pasitenkinimui. Tai patvirtina ir Pantouvakis ir Bouranta (2013), kuris teigia, jog šis veiksnys tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą. Literatūroje nurodoma, jog techninės kokybės veiksnys apibūdinamas kaip rezultato

veiksny. Aprašomosios analizės metu buvo atskleista, jog vartotojai vertina tinkamą paslaugų laiką, bendravimą ir bendradarbiavimą, tačiau tikisi pokyčių veiklose susijusiose su žalų vertinimu, jog visas pasėlių draudimo procesas būtų paremtas teisingumu.

H3: pasėlių draudimo funkcinė kokybė turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Koreliacinė analizė patvirtino, jog yra ryšys tarp funkcinės kokybės veiksnio ir vartotojų pasitenkinimo. Regresinė analizės metodo pagalba patvirtinta hipotezė, jog funkcinės kokybės veiksnys turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Pagal svarbumą šis veiksnys yra antras. Literatūroje nurodama, jog funkcinės kokybės veiksnys apibūdinamas kaip proceso veiksnys. Jį sudaro tiekėjai ir jų teikiamos paslaugos. Aprašomosios analizės metu atskleista, jog labiausiai vartotojai vertina tiekėjų (draudimo konsultantų ir vadovų) mandagumą ir patikimumą. Tačiau pabrėžia, jog būtina labiau orientuotis į žinias apie vietines žalas ir daugiau išmanyti ūkininkavimo ypatumus. Pasak vartotojų labiausiai vertinamos žalų vertintojų savybės mandagumas ir gebėjimai išaiškinti apie žalas. Tačiau pokyčių norėtų veiklose susijusiose su vietinių žalų išmanymu bei patikimumu.

H4: pasėlių draudimo paslaugos įvaizdis turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Koreliacinė analizės metodu buvo įvertintas ryšys tarp įvaizdžio ir vartotojų pasitenkinimo. Atskleista, jog yra statistiškai reikšmingas vidutinio stiprumo ryšys. Regresinės analizės metodas atskleidė, jog įvaizdžio veiksnys turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui. Tyrimo duomenys atskleidė, jog šis veiksnys daro mažiausią įtaką vartotojų pasitenkinimui. Grigaliūnaitė ir Pilelienė (2014) nurodo, jog šis veiksnys labiausiai aktualus Europos šalyse. Kitose šalyse įvaizdžio vertinimas nėra vertinamas. Aprašomosios analizės metu atskleista, jog labiausiai vartotojai vertina bendrovės įvaizdį. Vartotojams svarbu, kad draudimo paslaugas teikia specializuota draudimo bendrovė. Draudimo konsultantai mano, jog ūkininkams svarbus draudimo įmonės įvaizdis, tačiau mažiausiai svarbu propaguojama darbo kultūra, vertybės. Galima teigti, jog tiekėjai atskiras veiklas vertina blogiau nei patys paslaugų vartotojai.

H5: vartotojų požiūris į teikiamą paslaugą turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga. Atlikta koreliacinė ir regresinė analizė patvirtino iškeltą hipotezę, kad vartotojų požiūris turi įtakos vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga. Šis veiksnys iš visų veiksnių yra trečias pagal svarbumą. Įvairių mokslininkų tyrimai parodė, jog vartotojų pasitenkinimui vartotojų požiūrio veiksnys turi teigiamą įtaką. Aprašomosios statistikos duomenys atskleidė, jog vartotojams pasėlių draudimo paslauga padeda, suteikia vartotojams saugumą ir ramybę. Vartotojai nemano, jog draudimo paslauga yra papildomos išlaidos ar apmokestinimo būdas.

H6: vartotojų skundų sprendimas turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui pasėlių draudimo paslauga. Koreliacinė analizė patvirtino, jog yra statistiškai reikšmingas ryšys tarp vartotojų skundų sprendimo galimybių veiksnio ir vartotojų pasitenkinimo. Tačiau regresinės analizės

metodo pagalba nepatvirtinta hipotezė, jog vartotojų skundų sprendimas turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų pasitenkinimui ($-0,063$, $p > 0,05$). Galima daryti išvadą, jog vartotojų skundų sprendimas neturi teigiamos ir reikšmingos įtakos vartotojų pasitenkinimui. Aprašomosios analizės metu atskleista, jog vartotojai palankiai vertina su skundais ir jų sprendimo būdais susijusias veiklas. Vartotojai išskiria galimybes skundus išsakyti draudimo įmonės atstovams ir draudimo įmonės atstovai mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia. Vartotojų nuomone draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į vartotojų skundus.

Pasitvirtinus pagrindinėms hipotezėms (H1-H5) galime daryti išvadą, kad vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga lemia veiksniai susiję su vartotojų požiūriu, technine ir funkcinė kokybe, suvokiama verte ir įvaizdžiu. Galime teigti, jog patvirtino Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2014) sudarytų modelių analizę, jog pasėlių draudimo sistemą lemia Europos pasitenkinimo indekse nurodyti veiksniai. Pasak Grigaliūnaitės ir Pilelienės (2014) modeliuose plačiausiai analizuojamos vartotojų pasitenkinimo priežastys susijusios su vartotojų suvokiama verte, paslaugų kokybe, vartotojų požiūriu, įvaizdžio veiksniais. Atskleista, jog vartotojų pasitenkinimą labiausiai nulemia suvokiama vertė. Tai patvirtina Evans ir Lindsay (2013) ir Bagdonienės ir Hopenienės (2014) sudarytas suvokiamos vertės modelis. Pasak Radzevičiaus (2007) ir Vitunskienės (2015) Lietuvoje daugiau siekiama išsiaiškinti vartotojų nuomonę apie pasėlių draudimo paslauga. Atskleista, jog šis vartotojų požiūrio veiksnys antras pagal svarbumą vertinant vartotojų pasitenkinimą. Atskleista, jog vertinant pasėlių draudimo paslaugas būtina plačiau analizuoti paslaugų kokybės veiksnį. Remiantis Gronroos (1984) paslaugų kokybės modeliu paslaugų kokybė išskiriama į tris blokus, tai techninė ir funkcinės kokybė bei įvaizdis. Atskleista, jog šis modelio naudojimas svarbus teikiant pasėlių draudimo paslaugas, nes vartotojams svarbi teikiamos paslaugos proceso ir rezultato kokybė.

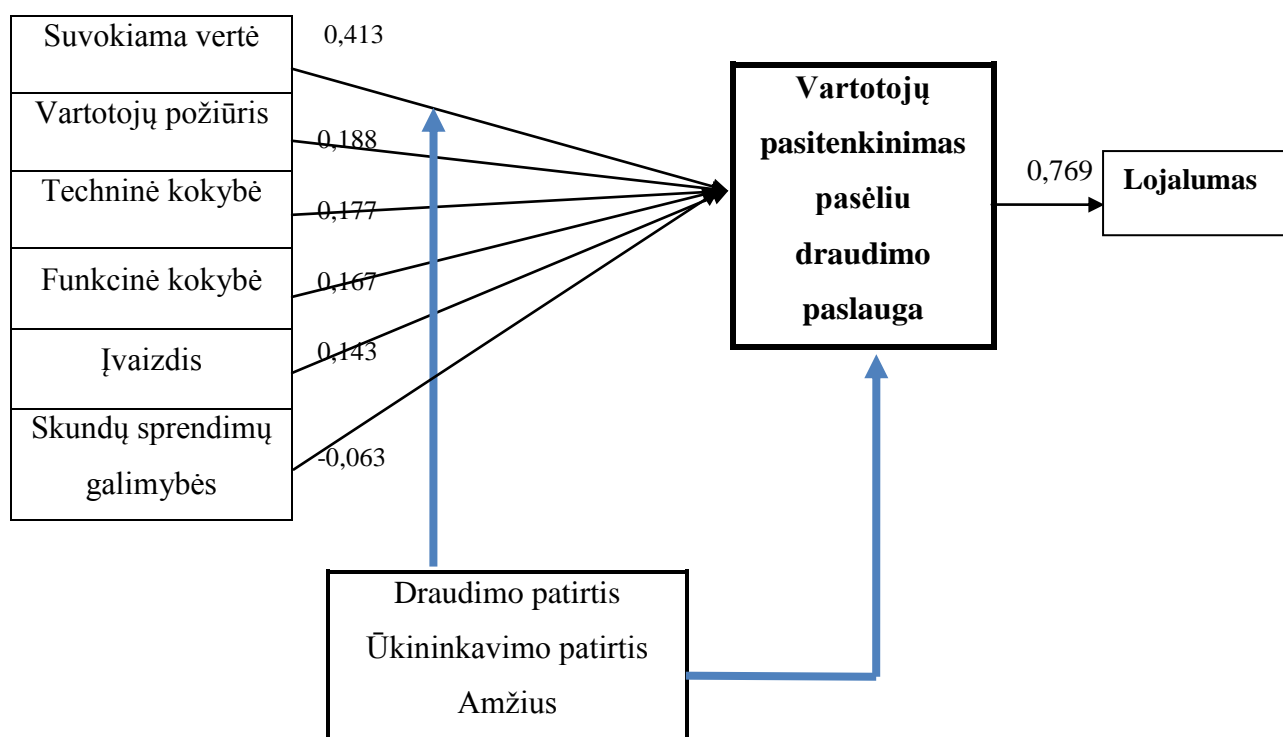
Literatūroje nurodoma, jog suvokiamos pasėlių draudimo paslaugų suvokiamos vertės, įvaizdžio veiksniai yra lemiantys vartotojų pasitenkinimą. Tai patvirtina Yazdanpanah et al. (2009), Grigaliūnaitė ir Pilelienė (2014), Ghazanfar ir et al. (2015), taip pat svarbūs, nors ir mažesnę įtaką daro techninės (rezultato) ir funkcinės (proceso) kokybės veiksniai. Tačiau tyrimo metu atskleista, jog mažiausiai lemia įvaizdžio veiksnys.

Tyrimo metu nustatyta, jog sociodemografiniai vartotojų bruožai įtakoja vartotojų pasitenkinimą. Pasak Kindurio (2011) sociodemografiniai veiksniai turi įtaką teikiant draudimo paslaugas. Atlikus koreliacinę analizę atskleista, jog ryšiai tarp sociodemografinių vartotojų bruožų ir vartotojų pasitenkinimo statistiškai reikšmingi silpni arba labai silpni ryšiai. Atskleista, jog tiesiogiai vartotojų pasitenkinimą lemia ūkininkavimo patirtis ir amžius. Pasėlių draudimo patirtis neigiamai lemia vartotojų pasitenkinimą, vartotojų požiūrį, paslaugų kokybę ir lojalumą. Atskleista, jog ūkininkavimo patirtis nulemia vartotojų lojalumą, suvokiamą paslaugos vertę. Išskiriami statistiškai reikšmingi, tačiau silpni tarpusavio ryšiai. Atlikta regresinė analizė tai patvirtino.

Tyrimė atskleista, jog amžiaus, ūkio dydžio, ūkininkavimo, draudimo patirties veiksniai veikia kaip moderuojantys, sąsajas tarp vartotojų pasitenkinimą lemiančių veiksnių ir vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga. Rezultatai atskleidė, kad sąsajas tarp suvokiamos paslaugos vertės ir vartotojų pasitenkinimo paslauga veikia amžiaus, draudimo ir ūkininkavimo patirties veiksniai.

Atskleista, jog vartotojų lojalumas tiesiogiai priklauso nuo vartotojų pasitenkinimo ir jį lemiančių veiksnių bei vartotojų amžiaus.

Apdorojus požiūrių tyrimo duomenis koreliacinės ir regresinės analizės bei aprašomosios statistikos metodais, išryškėjo struktūra, leidžianti pagrįstai tvirtinti, jog iš esmės pavyko identifikuoti veiksnių grupes, kurios lemia vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga. Atlikus tyrimą buvo sudarytas Lietuvos vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga modelis (žr. 19 pav.). Kaip matome modelyje nurodyti šeši pagrindiniai veiksniai, kurie tiesiogiai lemia vartotojų pasitenkinimą pasėliu draudimu. Atkreipiamas dėmesys, jog vartotojų pasitenkinimas tiesiogiai lemia vartotojų lojalumą.



19 pav. Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga, modelis

Modelis matuoja priežasties ir pasekmės santykius, kurie įtakoja vartotojų pasitenkinimą (vartotojų požiūris, techninė, funkcinė kokybė, įvaizdis, suvokiama vertė, skundų sprendimo galimybės, sociodemografiniai vartotojų bruožai), o vartotojų pasitenkinimas lemia pasitenkinimo pasekmes (vartotojų lojalumą). Tyrimo metu identifikuoti veiksnių tarpusavio ryšiai ir apibendrinama, jog vartotojų pasitenkinimas pasėlių draudimu labiausiai lemia suvokiama vertė, funkcinė (procesu) kokybė, vartotojų požiūris į paslaugą, techninė (rezultato) kokybė, įvaizdis, sociodemografiniai

(draudimo ir ūkininkavimo patirties) veiksniai. Atskleista, jog vartotojų pasitenkinimas labai svarbus tolimesnėms pasitenkinimo pasekmėms: statistiškai reikšmingas stiprus teigiamas ryšys vartotojų lojalumui. Regresinės analizės metu nustatyta, jog vartotojų pasitenkinimas ir pasitenkinimą lemiantys veiksniai turi teigiamą ir reikšmingą įtaką vartotojų lojalumui (0,769).

Įvertinus tyrimo duomenis, galima teigti, jog ateityje reikėtų daugiau skirti dėmesio sociodemografinių vartotojų bruožų įtakai identifikuoti pasėlių draudimo sistemai. Būtina vertinti šiuos veiksnius dažniau, nes jie nuolat kinta, tai pateiktų detalesnių duomenų, o draudimo įmonėms padėtų teikti kokybiškesnes draudimo paslaugas. Tyrimo metu nustatyta, jog įvairūs veiksniai lemia vartotojų pasitenkinimą. Tokių tyrimų atlikimas vertinant konkrečias paslaugas padėtų organizacijoms gauti daugiau informacijos apie vartotojų pasitenkinimą ir padėtų teikti kokybiškesnę paslaugą, kurios atitiktų vartotojų interesus. Sudarytas modelis pateikia daug informacijos apie svarbiausius veiksnius ir nurodo, kurie veiksniai patys svarbiausi, kokius veiksmus reikia įmonėms priimti greičiausiai norint gauti norimą rezultatą.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Pasėlių draudimo esmė – tai procesas, kuriame dalyvauja dvi suinteresuotos grupės, tai paslaugos tiekėjai ir vartotojai. Tiekėjai, turintys specialių žinių, įgūdžių ir pristatantys vartotojams draudimo produktus bei vertinantys žalas atsitikus draudžiamiems įvykiams, o paslaugos vartotojai siekia apsaugoti savo turtinius interesus už sutartą mokestį. Pasėlių draudimas – rizikos valdymo forma, naudojama apsisaugoti nuo sąlyginių meteorologinių reiškinių sukeltų derliaus praradimų. Tai speciali ir specifinė draudimo rūšis, teikiant paslaugas reikalingos specifinės žinios ir įgūdžiai.
2. Vartotojo pasitenkinimas apibrėžiamas kaip esama vartotojo reakcija į paslaugos ar produkto vartojimo patirtį lyginant su vartotojo požiūriu į paslaugą ir realiai suvokiama paslaugos ar produkto nauda. Apžvelgus vartotojų pasitenkinimo paslauga modelius, galima teigti, jog nėra vieno ir visam pasauliui tinkamo vertinimo modelio, nes įvairiose regionuose skiriasi pasitenkinimo priežastys ir pasekmės. Vartotojo pasitenkinimo vertinimas – procesas, kuris nuolat kinta ir reikalauja specialių žinių, gebėjimų norint tinkamai įvertinti ir pasiekti tinkamų rezultatų. Vertinant vartotojų pasitenkinimą teikiama draudimo paslauga būtina atsižvelgti į suvokiamos vertės, funkcinės (procesos) ir techninės (rezultato) kokybės, vartotojų požiūrio, įvaizdžio, sociodemografinių vartotojų bruožų veiksnis.
3. Mokslinės literatūros analizės rezultatas – sukurtas vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga lemiančių veiksnių teorinis modelis. Modelyje identifikuoti keturi konstruktai. Pirmąjį konstruktą sudaro vartotojų pasitenkinimo priežastys, išskaidytos į šešias kategorijas bei nurodoma tiesioginės įtakos reikšmės vartotojų pasitenkinimui. Antrąjį konstruktą sudaro vartotojų pasitenkinimas. Šis kintamasis priklauso nuo vartotojų pasitenkinimo priežastinių veiksnių ir sociodemografinių vartotojų bruožų. Sociodemografiniai vartotojų bruožai sudaro trečią konstruktą. Lojalumas nurodomas kaip vartotojų pasitenkinimo pasekmė ir sudaro ketvirtą konstruktą.
4. Empirinio tyrimo metu siekta patikrinti sudaryto teorinio modelio tinkamumą. Atskleista, jog vartotojų pasitenkinimą lemia suvokiamos vertės, vartotojų požiūrio, techninės kokybės, funkcinės kokybės ir įvaizdžio veiksniai. Nustatyta, jog svarbiausias veiksnys suvokiama vertė, mažiausiai svarbus įvaizdis. Pasėlių draudimo paslaugas lemia sociodemografiniai vartotojų bruožai. Atskleista, jog didėjanti ūkininkavimo patirtis ir amžius lemia didesnę vartotojų pasitenkinimą paslauga, didina vartotojų lojalumą ir suvokiamą paslaugos vertę. Tačiau didėjanti pasėlių draudimo patirtis mažina vartotojų pasitenkinimą paslauga bei lojalumą. Nustatyta, jog sąsajas tarp suvokiamos paslaugos vertės ir vartotojų pasitenkinimo paslauga moderuojančiu ryšiu veikia amžiaus, draudimo ir ūkininkavimo patirties veiksniai, kitų ryšių nenustatyta. Atskleista, jog

virtotojų lojalumas tiesiogiai priklauso nuo virtotojų pasitenkinimo, pasitenkinimą lemiančių veiksmių bei virtotojų amžiaus.

5. Virtotojų pasitenkinimą lemiančių veiksmių įtaką paslaugos virtotojai vertina prasčiau nei teikėjai. Virtotojų ir tiekėjų labiausiai vertinamos veiklos susijusios su funkicine ir technine kokybe, skundų sprendimo galimybėmis. Labiausiai pokyčių reikalauja veiklose susijusiose su suvokiama verte ir įvaizdžiu. Labiausiai virtotojų ir tiekėjų požiūriai išsiskiria vertinant lojalumą. Virtotojai lojalumą vertina geriau nei paslaugos teikėjai. Vertinant atskiras veiklas būtina atsižvelgti į sociodemografinius virtotojų bruožus: amžių, ūkio dydį, ūkininkavimo ir draudimo patirtį.

Rekomendacijos organizacijoms:

Šis tyrimas aktualus draudimo paslaugas teikiančioms organizacijoms, nes modelis matuoja priežasties ir pasekmės santykius. Šis tyrimas organizacijoms padėtų pažinti svarbiausius veiksmius, kurie lemia ne tik virtotojų pasitenkinimą, tačiau padeda organizacijos gerinti finansinius rezultatus. Pasėlių draudimo paslaugas teikiančioms organizacijoms tai padės priimti tinkamus sprendimus susijusius su virtotojų pasitenkinimu, jį lemiančiais veiksniais, padės išvengti klaidų organizuojant įmonės veiklą, padės pažinti veiklas, kuriose reikia daugiausia pokyčių.

- Būtina skirti didesnę dėmesį draudimo konsultantų, vadovų ir žalų ekspertų mokymui ir mokymuisi, nes tai padėtų labiau pažinti paslaugos virtotojus, suteiktų galimybę išmanyti apie paslaugos specifiškumą.
- Daryti nuolatinės paslaugos virtotojų apklausas, nes virtotojų pasitenkinimą lemiantys veiksniai keičiasi. Tai padės žinoti veiksmius, kurie tuo metu virtotojams patys aktualiausi. Būtina vertinti kaip virtotojai suvokia paslaugos vertę, nes šis veiksnys ypač svarbus.
- Būtina atsižvelgti į sociodemografinius virtotojų bruožus, nes jie tiesiogiai įtakoja virtotojų pasitenkinimą. Galima teigti, jog žinant sociodemografinius virtotojų bruožus galima pritaikyti draudimo paslaugas.

Rekomendacijos valstybinėms organizacijoms:

Šalyse, kuriose pasėlių draudimo sistemos veikia ilgą laiką, akcentuoja bendradarbiavimą tarp viešo ir privataus sektoriaus. Šalyse kuriami draudimo įmokų fondai, draudimo įmokų kompensavimo programos, vykdoma perdraudimo veikla. Visos suinteresuotos grupės vienodai atsakingos už sėkmingą draudimo sistemos vystymą.

- Stiprinti Lietuvos, žemės ūkio draudimo srityje bendradarbiaujančių privataus ir valstybinio sektoriaus bendradarbiavimą, taikant draudimo įmokų kompensavimo, perdraudimo sistemą.

Rekomendacijos ateities tyrimams:

- Būtų tikslinga atlikti tyrimus kitas draudimo paslaugas siūlančiose draudimo įmonėse ar net kitose šalyse, kas padėtų atskleisti skirtumus ir atrasti naujų veiksmių lemiančių paslaugas.

LITERATŪRA

1. Andriuščenka, J. ir Asauskas, H. (2007). Kaimo verslo gamtinės rizikos ir finansinių išteklių valdymas: problemos ir galimybės. *Economics & Management*, p 174-180.
2. Argento, D. & Peda, P. (2015). Interactions fostering trust and contract combinations in local public services provision. *International Journal of Public Sector Management*, 28(4/5), 335-351.
3. Bagdonienė, L., ir Hopenienė, R. (2009). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: Technologija.
4. Bekešienė, S. (2015). *Duomenų analizės SPSS pagrindai*. Vilnius: Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija.
5. Burch, D., Lawrence, G., Green, G. P., Ichijo, K., Nonaka, I., Pimentel, M., & Carneiro, M. J. (2007). *World Development Report 2008: agriculture for development* (No. E14 231). The World Bank.
6. Child, J. (2015). *Organization: contemporary principles and practice*. John Wiley & Sons.
7. Cummins, J. D. & Doherty, N. A. (2006). The economics of insurance intermediaries. *Journal of Risk and Insurance*, 73(3), 359-396.
8. Čepinskis, J., ir Raškinis, D. (2005). *Draudimas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas
9. Čibinskienė, A., Činauskaitė, J. ir Navickas, A. (2005). Draudimo paslaugų industrija: formavimasis bei plėtra. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, (34), 33-41.
10. Eklof, J. A., Hackl, P. & Westlund, A. (1999). On measuring interactions between customer satisfaction and financial results. *Total Quality Management*, 10(4-5), 514-522.
11. Enjolras, G., & Sentis, P. (2011). Crop insurance policies and purchases in France. *Agricultural Economics*, 42(4), 475-486. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1574-0862.2011.00535.x/full>
12. Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2013). *Managing for quality and performance excellence*. Cengage Learning. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą https://books.google.lt/books?id=rc4WAAAAQBAJ&sitesec=buy&hl=lt&source=gbs_vpt_rea
13. Fallah, R., Armin, M. & Tajabadi, M. (2012). A Study of Attitudes and determinant Factors in Insurance Development for Strategic Agricultural Products. *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*, 2(2), 44-50.
14. Ferreira, I., Cabral, J., Saraiva, P. (2010). An integrated framework based on the ECSI approach to link mould customers' satisfaction and product design. *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 21, No. 12, p. 1383–1401.

15. Gandhi, S. & Kang, L. S. (2011). Customer satisfaction, its antecedents and linkage between employee satisfaction and customer satisfaction: a study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(1), 129-137.
16. Ghazanfar, S., Wen, Z. Q., Abdullah, M., Khan, I., & Ahmed, J. (2015). Structural Modeling for Determinants of Farmer Satisfaction with Crop Loan Insurance in Pakistan: An Application of American Customer Satisfaction Index. *American-Eurasian J. Agricultur Environ. Sci.*, 15 (5): 932-943.
17. Ginder, M. G. & Spaulding, A. D. (2006). Factors affecting crop insurance purchase decisions in northern Illinois. In *Selected Paper Prepared for Presentation at the American Agricultural Economics Association Annual Meetings, Long Beach, California* (Vol. 26).
18. Girdžiūtė, L. ir Slavickienė, A. (2012). Decision making in agriculture and insurance as a risk management tool. *Žemės ūkio mokslai*, 19 (1) p. 45–52.
19. Gomez, M. I., McLaughlin, E. W. & Wittink, D. R. (2004). Customer satisfaction and retail sales performance: an empirical investigation. *Journal of retailing*, 80(4), 265-278.
20. Gommers, R. & Grieser, J. (2010). Crop insurance in developing countries. *Development and Cooperation*, 37, p. 237–239.
21. Grigaliūnaitė, V. ir Pilelienė, L. (2014). Aptarnaujančio personalo vaidmuo vartotojų pasitenkinimo atžvilgiu. *Role of Higher Education Institutions in society: Challenges, tendencies and Perspectives*, 70 – 76.
22. Grigaliūnaitė, V., ir Pilelienė, L. (2014). Customer satisfaction with catering services in Lithuania. *Regional Formation and Development Studies*, 11(3), 75-87. [žiūrėta per 2016-07-18]. Prieiga per internetą
<http://journals.ku.lt/index.php/RFDS/article/view/611/pdf>
23. Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą
<http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/EUM0000000004784>
24. Harangus, D. (2008). Credit risk for agricultural farms. *Bulletin of the University of Agricultural Sciences & Veterinary Medicine Cluj-Napoca. Horticulture*, 65(2).
25. Hsu, S. H. (2008). Developing an index for online customer satisfaction: Adaptation of American Customer Satisfaction Index. *Expert systems with Applications*, 34(4), 3033-3042. [žiūrėta per 2016-11-18]. Prieiga per internetą
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417407002333>
26. Isik, M. & Khanna, M. (2003). Stochastic technology, risk preferences, and adoption of site-specific technologies. *American Journal of Agricultural Economics*, 85(2), 305-317.

27. Iturrioz, R., Birbaumer, G., Barrera Violeth, J., Cardona Ayala, C., Salinas, C., Boucher, F., & Tiburcio, B. (2009). *Agricultural insurance*. World Bank, No. E 20-77.
28. Izogo, E. E. & Ogba, I. E. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250-269.
29. Yazdanpanah, M., Zamani, G. H. & Rezaei, M. K. (2009). Farmer's satisfaction about crop insurance: application of path analysis. *Eqtesad-e keshavarziva towse 'e*, 17 (2), 139-164.
30. Yazdanpanah, M., Zamani, G. H., Hochrainer - Stigler, S., Monfared, N., & Yaghoubi, J. (2013). Measuring satisfaction of crop insurance a modified American customer satisfaction model approach applied to Iranian Farmers. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 5, 19-27.
31. Jaffee, S., Siegel, P., & Andrews, C. (2010). Rapid agricultural supply chain risk assessment: A conceptual framework. *Agriculture and rural development discussion paper*, 47.
32. Johnson, M. D., Gustafsson, A., Andreassen, T. W., Lervik, L., & Cha, J. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217-245. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487001000307>
33. Juščius, V., Navickas, V. ir Jonikas, D. (2006). Empirical Researches of Relationship Marketing: the Role in Foreign Countries and Lithuania // *Engineering Economics*, No. 4 (49).
34. Kardelis, K. (2007). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus
35. Kiyak, D. ir Pranckevičiūtė, L. (2014). Vartotojų suvokiamos draudimo produktų kainos tyrimas. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 36(3), 534-546.
36. Kim, J., Moon, J., Han, D. & Tikoo, S. (2004). Perceptions of justice and employee willingness to engage in customer oriented behavior. *Journal of Services Marketing (UK)*, Vol 18, No 3.
37. Kindurys, V. (2011). *Gyvybės draudimo paslaugų verslas ir jo raidos Lietuvoje apraiškos ir tendencijos. Teoriniai ir praktiniai aspektai*. Monografija. Kaunas: Aušra.
38. Kozlovskaja, A. (2014). Rizikos veiksnių aktualumas Lietuvos žemės ūkio produktų gamintojams. *Regional Formation and Development Studies*, 12(1), 157-170.
39. Langvinienė, N. ir Vengrienė, B. (2008). *Paslaugų teorija ir praktika*. Kaunas: Technologija.
40. Lezgovko, A., ir Lastauskas, P. (2008). Šiuolaikinė draudimo rinka ES šalyse ir Lietuvoje: analizė ir perspektyvos. *Ekonomika*, 82, p. 127-146.
41. Lietuvos Respublikos Seimas (2003). *Lietuvos Respublikos draudimo įstatymas* (2003 m. rugsėjo 18d. Nr. IX-1737). [žiūrėta per 2016-07-18]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.8447F63760E9>

42. Lietuvos Respublikos vyriausybės nutarimas dėl JT bendrosios klimato kaitos konvencijos įgyvendinimo iki 2012 metų nacionalinės strategijos patvirtinimo // *Valstybės žinios*. 2008, Nr. 19-685. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.0E7DC54F0366>
43. Mestre - Sanchis, F. & Feijoo - Bello, M. L. (2009). Climate change and its marginalizing effect on agriculture. *Ecological economics*, 68 (3), 896-904.
44. Nnadi, F. N., Chikaire, J., Echetama, J. A., Ihenacho, R. A., Umunnakwe, P. C., & Utazi, C. O. (2013). Agricultural insurance: A strategic tool for climate change adaptation in the agricultural sector. *Net Journal of Agricultural Science*, 1(1), 1-9.
45. Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge. [žiūrėta per 2016-09-18]. Prieiga per internetą https://books.google.lt/books?hl=lt&lr=&id=TzrfBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=LoTxcTV8Pu&sig=1hMTBLoDG0_f8ugWZVWk3EssD9I&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
46. Pantouvakis, A. & Bouranta, N. (2013). The interrelationship between service features, job satisfaction and customer satisfaction: evidence from the transport sector. *The TQM Journal*, 25(2), 186-201.
47. Petrick, J. F. (2004). The roles of quality, value, and satisfaction in predicting cruise passengers' behavioral intentions. *Journal of travel research*, 42(4), 397-407. [žiūrėta per 2016-07-18]. Prieiga per internetą <http://jtr.sagepub.com/content/42/4/397.full.pdf+html>
48. Pilelienė, L. (2008). Customer loyalty formation: relationship marketing aspects. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 14(3), 110-117. [žiūrėta per 2016-07-18]. Prieiga per internetą <http://vadyba.asu.lt/14/110.pdf>
49. Pilelienė, L. ir Grigaliūnaitė, V. (2015). Determination of customer satisfaction with supermarkets in Lithuania. *Management of Organizations: Systematic Research*, (66), 99-114.
50. Pukėnas, K. (2009). Kokybinių duomenų analizė SPSS programa. *Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija*. [žiūrėta per 2016-11-18]. Prieiga per internetą http://www.spssanalyze.lt/wpcontent/uploads/2014/03/kokybinu_duomenu_analize_SPSS_programa.pdf
51. Radzevičius, G. (2007). Development issues of crop land insurance system in Lithuania. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 10(3), 87-92.
52. Radzevičius, G. ir Ramanauskas, J. (2010). Prisitaikymo priemonės prie numatomo klimato ekstremalumo didėjimo. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, Nr. 5 (24) p. 128-135.

53. Radzevičius, G. (2011). Ekstremalių klimato kaitos reiškinių tikėtino poveikio žemės ūkio sektoriui vertinimas. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, Nr. 4 (28) p. 99 – 109.
54. Roots, E. F. (2004). Climate change: High-latitude regions. *Climatic Change*, 15(1-2), 223-253.
55. Sartore, G., Hoolahan, B., Tonna, A., Kelly, B., & Stain, H. (2005). Wisdom from the drought: recommendations from a consultative conference. *Australian Journal of Rural Health*, 13(5), 315-320.
56. Sherrick, B. J., Schnitkey, G. D., Ellinger, P. N., Barry, P. J., & Wansink, B. (2003). Farmers' preferences for crop insurance attributes. *Review of Agricultural Economics*, 25(2), 415-429.
57. Snieškienė, G. (2011). Svarbiausi pramonės rinkos aplinkos veiksniai ir poveikis eksporto kainodaros strategijai Lietuvos eksportuotojų pavyzdžiu. *Economics & Management*, (16), p352-358.
58. Stašys, R. ir Malikovas, A. (2010). Vartotojo lūkesčiams darantys įtaką veiksniai. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 22(3), 1-8.
59. Stone, M. A., & Desmond, J. (2007). *Fundamentals of marketing*. Routledge. Taylor & Francis Group.
60. Stonkutė, E. (2006). Derliaus nuostolių dėl hidrometeorologinių reiškinių sureguliuavimo mechanizmai kai kuriose Europos Sąjungos šalyse. *Rinkotyra: žemė ūkio ir maisto produktai*, 3 (33) p. 97-102
61. Toledo, R. T. & Engler, A. P. (2008). Risk preferences estimation for small raspberry producers in the Bío-Bío Region, Chile. *Chilean journal of agricultural research*, nr. 68, p. 175 -182
62. Ulbinaitė, A. (2011). Vartotojų elgsenos ypatumų draudimo paslaugų vartojimo atžvilgiu teoriniai aspektai. *Business Management and Education*. Conference paper. Vilnius: VGTU, 11 p. [žiūrėta per 2016-11-18]. Prieiga per internetą http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/007/pdf/Art-Ulbinaitė-Vartotoju.pdf
63. Vidickienė, D., Melnikienė, R. ir Gedminaitė-Raudonė, Ž. (2010). Galimybės ir grėsmės, kylančios Lietuvos žemės ir miškų ūkiui dėl klimato kaitos. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, (22), 3.
64. Zikienė, K. (2010). *Vartotojų lojalumas: formavimas ir valdymas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
65. Žalgirytė, L., Račkauskas, G. ir Navickas, A. (2010). *Daugelio rizikų pasėlių draudimo nuostolingumo analizė* (Doctoral dissertation, Kauno technologijos universitetas).

PRIEDAI

Veiksniai lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga ANKETA

Gerb. Respondente,

Esu Kauno Technologijos Universiteto, 2 kurso studentas, rašau magistro baigiamąjį darbą, tema: „Veiksniai, lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga“. Pagrindinis tikslas sužinoti veiksnius skatinančius Jus dalyvauti pasėlių draudimo veikloje. **Jūsų nuomonė labai svarbi!** Prašome atsakyti į visus anketos klausimus. Pažymėkite labiausiai Jūsų nuomonę atitinkantį atsakymo variantą. **Anketa yra anoniminė.**

ŽYMĖJIMO PAVYZDYS Ar pasėlių draudimas gali apsaugoti nuo meteorologinių reiškinių?	Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei nesutinku, nei sutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
Teiginys	1	2	3	4	5

Kiekvienoje eilutėje žymėkite 1 Jums tinkantį atsakymą:



Ar pritariate teiginiams:	1	2	3	4	5
Žemės ūkio pasėlių draudimas yra vyriausybės parama man	1	2	3	4	5
Žemės ūkio pasėlių draudimas yra ūkininkų apmokestinimo būdas	1	2	3	4	5
Draudimas yra žemės ūkio produktas, padedantis man	1	2	3	4	5
Draudimas yra tik papildomos išlaidos man	1	2	3	4	5
Draudimas – naujas ir inovatyvus reiškinys žemės ūkyje	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimas suteikia man saugumą, ramybę	1	2	3	4	5
Draudimas apdraudžia man svarbius mano pasėlius	1	2	3	4	5
Draudimas apsaugo mano laukus nuo dažniausiai įvykusių rizikų	1	2	3	4	5
Draudimas – puiki priežastis man jaustis ramiai	1	2	3	4	5
Draudimo paslauga patenkina mano lūkesčius (žala ir pinigai už ją)	1	2	3	4	5
Galimybė daugiau nebijoti dėl mano ateities žemės ūkyje	1	2	3	4	5
Iš tiesų, esu patenkintas pasėlių draudimu	1	2	3	4	5
Man lengva bendrauti su draudimo kompanijos atstovais	1	2	3	4	5
Man patogus draudimo kompanijos darbo laikas	1	2	3	4	5
Man pasėlių draudimo procesas labai greitas	1	2	3	4	5
Su manimi draudimo tarpininkai yra mandagūs	1	2	3	4	5
Dėl manęs draudimo tarpininkai padarė viską dėl manęs	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai yra patikimi	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5
Su manimi draudimo įmonės vadovai mandagūs	1	2	3	4	5
Dėl manęs draudimo įmonės vadovai padarė viską dėl manęs	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai yra patikimi	1	2	3	4	5

Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5
Su manimi draudimo žalų vertintojai (ekspertai) mandagūs	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai viską man paaiškino apie žalą	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai yra patikimi	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5
Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	1	2	3	4	5
Aš galiu deramai apdrausti savo pasėlius	1	2	3	4	5
Mano pasėlių draudimo žala teisingai įvertinta	1	2	3	4	5
Įvykus draudiminei žalai, teisingai apskaičiuoja išmokas	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimo procesas paremtas teisingumu	1	2	3	4	5
Man svarbu, kad draudimo paslaugas teiktų tarptautinė bendrovė	1	2	3	4	5
Man svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos	1	2	3	4	5
Man svarbu, kad draudimo paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė	1	2	3	4	5
Man svarbu naudotis pasėlių draudimo paslauga	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimas man naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	1	2	3	4	5
Palyginus įmoką ir išmoką, įsitikinau pasėlių draudimo naudingumu	1	2	3	4	5
Iš tiesų, pasėlių draudimas man naudingas	1	2	3	4	5
Jei turiu kokių skundų, galiu juos išsakyti draudimo įmonės atstovams	1	2	3	4	5
Kai skundžiuosi, draudimo įmonės atstovai mane mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į mano skundus	1	2	3	4	5
Manau, kad draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus, kompensuoja	1	2	3	4	5
Visada gerai atsiliepiu apie pasėlių draudimą	1	2	3	4	5
Kalbėdamas su draugais, tik gerais žodžiais apibūdiniu pasėlių draudimą	1	2	3	4	5
Visada skatinu draugus drausti pasėlius	1	2	3	4	5
Manau, kad kitąmet vėl drausiuosi savo pasėlius	1	2	3	4	5

1. Kokiame rajone yra Jūsų ūkis? (Įrašykite)

2. Koks yra Jūsų amžius (metais)? (Atitinkantį amžiaus intervalą pažymėkite ženklų „+“ (plus))

iki 30	nuo 31 iki 40	nuo 41 iki 50	nuo 51 iki 60	nuo 61 iki 70	nuo 71

2.1 Nurodykite kiek metų ūkininkaujate m.

3. Koks yra Jūsų ūkio dydis (ha)? (Atitinkantį ūkio dydžio intervalą pažymėkite ženklų „+“ (plus))

iki 20 ha	nuo 21 iki 50 ha	nuo 51 iki 100 ha	nuo 101 iki 300 ha	nuo 301 iki 500 ha	nuo 501 iki 1000 ha	nuo 1001 ha

4. Kokią žemės ūkio veiklą vykdate (tinkamą(us) atsakymo variantą(us) pažymėkite ženklų „+“ (plus))?

Augalininkystė	Gyvulininkystės	Mišrus augalininkystės ir gyvulininkystės

4. Nurodykite, kiek metų draudžiate pasėlius m.

Ar pažymėjote visus anketoje pateiktus teiginius? Patikrinkite.

Ačiū Jums. Linkime sėkmės!!! ☺

Veiksniai lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga ANKETA

Gerb. Respondente,

Esu Kauno technologijos Universiteto, 2 kurso studentas, rašau magistro baigiamąjį darbą, tema: „Veiksniai lemiantys vartotojų pasitenkinimą pasėlių draudimo paslauga“. Pagrindinis tikslas sužinoti veiksnius skatinančius žemdirbius dalyvauti pasėlių draudimo veikloje. **Jūsų nuomonė labai svarbi!** Prašome atsakyti į visus anketos klausimus. Pažymėkite labiausiai Jūsų nuomonę atitinkantį atsakymo variantą. **Anketa yra anoniminė.**

ŽYMĖJIMO PAVYZDYS

Ar pasėlių draudimas gali apsaugoti nuo meteorologinių reiškinių?

Teiginys

Visiškai nesutinku	Nesutinku	Nei nesutinku, nei sutinku	Sutinku	Visiškai sutinku
1	2	3	4	5

Kiekvienoje eilutėje žymėkite 1 Jums tinkantį atsakymą:



Ar pritariate teiginiams:

	1	2	3	4	5
Žemės ūkio pasėlių draudimas yra vyriausybės parama ūkininkams	1	2	3	4	5
Žemės ūkio pasėlių draudimas yra ūkininkų apmokestinimo būdas	1	2	3	4	5
Draudimas yra žemės ūkio produktas, padedantis patiems ūkininkams	1	2	3	4	5
Draudimas yra tik papildomos išlaidos ūkininkams	1	2	3	4	5
Draudimas – naujas ir inovatyvus reiškinys žemės ūkyje	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimas suteikia ūkininkams saugumą, ramybę	1	2	3	4	5
Draudimas apdraudžia svarbius ūkininko pasėlius	1	2	3	4	5
Draudimas apsaugo nuo dažniausiai įvykusių rizikų ūkininko laukus	1	2	3	4	5
Draudimas – puiki priežastis ūkininkui jaustis ramiai	1	2	3	4	5
Draudimo paslauga patenkina ūkininkų lūkesčius (žala ir pinigai už ją)	1	2	3	4	5
Galimybė daugiau nebijoti ūkininkams dėl ateities	1	2	3	4	5
Iš tiesų, ūkininkai patenkinti pasėlių draudimu	1	2	3	4	5
Ūkininkams lengva bendrauti su draudimo kompanijos atstovais	1	2	3	4	5
Ūkininkams patogus draudimo kompanijos darbo laikas	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimo procesas ūkininkams labai greitas	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai su ūkininkais mandagūs	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai padaro viską dėl ūkininko	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai yra patikimi ūkininko atžvilgiu	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo tarpininkai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5

Draudimo įmonės vadovai mandagūs su ūkininkais	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai padarė viską dėl ūkininkų	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai patikimi ūkininko atžvilgiu	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai (ekspertai) mandagūs su ūkininkais	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai viską paaiškina ūkininkams apie žalą	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai patikimi ūkininko atžvilgiu	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietos ūkininkavimą	1	2	3	4	5
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietines žalas (problemas)	1	2	3	4	5
Ūkininkams svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	1	2	3	4	5
Ūkininkai deramai gali apdrausti savo pasėlius	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimo žala ūkininkams teisingai įvertinama	1	2	3	4	5
Įvykus draudiminei žalai, teisingai apskaičiuojamos išmokos	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimo procesas paremtas teisingumu	1	2	3	4	5
Ūkininkams svarbu, kad paslaugas teiktų tarptautinė bendrovė	1	2	3	4	5
Ūkininkams svarbu, kad paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė	1	2	3	4	5
Ūkininkams svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos	1	2	3	4	5
Ūkininkams svarbu naudotis pasėlių draudimo paslaugomis	1	2	3	4	5
Pasėlių draudimas naudingas ūkininkams, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	1	2	3	4	5
Lyginant įmoką ir išmoką, įsitikina ūkininkai pasėlių draudimo naudingumu	1	2	3	4	5
Iš tiesų, pasėlių draudimas ūkininkams naudingas	1	2	3	4	5
Jei turi kokių skundų ūkininkai, gali išsakyti draudimo įmonės atstovams	1	2	3	4	5
Kai skundžiasi ūkininkai, draudimo įmonės atstovai mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia	1	2	3	4	5
Draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į ūkininkų skundus	1	2	3	4	5
Manau, kad draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus, kompensuoja	1	2	3	4	5
Visada gerai atsiliepia ūkininkai apie pasėlių draudimą	1	2	3	4	5
Kalbėdami ūkininkai, tik gerais žodžiais apibūdina pasėlių draudimą	1	2	3	4	5
Visada skatina ūkininkai draugus drausti pasėlius	1	2	3	4	5

1. **Kokiame rajone dirbate?** (Įrašykite)

2. **Koks yra Jūsų amžius (metais)?** (Atitinkantį amžiaus intervalą pažymėkite ženklu „+“ (plus))

iki 30	nuo 31 iki 40	nuo 41 iki 50	nuo 51 iki 60	nuo 61 iki 70	nuo 71

2.1. **Nurodykite kiek metų dirbate draudimo bendrovėje** m.

3. **Su kokiais klientais dažniausiai dirbate? Nurodykite ūkio dydį?** Atitinkantį ūkio dydžio intervalą pažymėkite

iki 20 ha	nuo 21 iki 50 ha	nuo 51 iki 100 ha	nuo 101 iki 300 ha	nuo 301 iki 500 ha	nuo 501 iki 1000 ha	nuo 1001 ha

Ar pažymėjote visus anketoje pateiktus teiginius? Patikrinkite.

Ačiū Jums. Linkime sėkmės!!! ☺

Faktorinė analizė

Faktoriai	Požymiai	KMO	@	r/it.
Vartotojų požiūris	Žemės ūkio paselių draudimas yra ūkininkų apmokestinimo būdas	0,797	0,778	0,726
	Paselių draudimas yra žemės ūkio produktas, padedantis man			0,789
	Draudimas yra tik papildomos išlaidos man			0,785
	Draudimas - naujas ir inovatyvus reiškinys žemės ūkyje			0,593
	Paseliu draudimas suteikia man saugumą, ramybę			0,790
Pasitenkinimas	Draudimas apdraudžia svarbiausius pasėlius	0,857	0,89	0,780
	Draudimas apsaugo mano laukus nuo dažniausiai įvykstančių rizikų			0,813
	Draudimas - puiki priežastis man jaustis ramiai			0,874
	Draudimo paslauga patenkina mano lūkesčius (žala ir pinigai už ją)			0,766
	Galimybė daugiau nebijoti dėl mano ateities žemės ūkyje			0,774
	Iš tiesų, esu patenkintas paselių draudimu			0,818
Techninė kokybė	Man lengva bendrauti su draudimo kompanijos atstovais	0,895	0,876	0,853
	Man patogus draudimo kompanijos darbo laikas			0,734
	Man paselių draudimo procesas labai greitas			0,680
	Aš galiu deramai apdrausti savo pasėlius			0,742
	Mano paselių draudimo žala teisingai įvertinama			0,723
	Įvykus draudiminei žalai, teisingai apskaičiuoja draudimo išmokas			0,759
	Paselių draudimo procesas paremtas teisingumu			0,815
Funkcinė kokybė	Draudimo konsultantų veikla	0,695	0,813	
	Su manimi draudimo tarpininkai yra mandagus			0,535
	Dėl manęs draudimo tarpininkai padaro viską			0,800
	Draudimo tarpininkai yra patikimi			0,818
	Draudimo tarpininkai išmano apie vietos ūkininkavimą			0,833
	Draudimo tarpininkai išmano apie vietines žalias (problemas)			0,782
	Draudimo įmonės vadovų veikla	0,741	0,840	
	Su manimi draudimo įmonės vadovai mandagus			0,620
	Dėl manęs draudimo įmonės vadovai padaro viską			0,682
	Draudimo įmonės vadovai yra patikimi			0,884
	Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietos ūkininkavimą			0,843
	Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietines žalias (problemas)			0,881
	Žalų ekspertų veikla	0,780	0,875	
	Su manimi draudimo žalų vertintojai (ekspertai) mandagus			0,521
	Draudimo žalų vertintojai viską man paaiškina apie žalias			0,710
	Draudimo žalų vertintojai yra patikimi			0,714
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietos ūkininkavimą	0,638			
Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietines žalias (problemas)	0,786			

Įvaizdis	Man svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos	0,759	0,841	0,931
	Man svarbu, kad draudimo paslaugas teiktų specializuota pasėlių draudimo bendrovė			0,604
	Man svarbu naudotis pasėlių draudimo paslauga			0,848
	Man svarbu, kad draudimo paslaugas teiktų tarptautinė bendrovė			0,913
	Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis			0,616
Suvokiama kokybė	Pasėlių draudimas man naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	0,803	0,866	0,604
	Palyginus įmoką ir išmoką, įsitikinau pasėlių draudimo naudingumu			0,848
	Iš tiesų, pasėlių draudimas man naudingas			0,913
Lojalumas	Visada gerai atsiliepiu apie pasėlių draudimą ir įmonę	0,711	0,908	0,939
	Kalbėdamas su draugais, tik gerais žodžiais apibūdinu pasėlių draudimą			0,907
	Visada skatinu draugus drausti pasėlius			0,888
	Manau, kad kitąmet vėl drausiu savo pasėlius			0,825
Skundų sprendimo galimybės	Jei turiu kokių skundų, galiu juos išsakyti draudimo įmonės atstovams	0,768	0,871	0,810
	Kai skundžiuosi, draudimo įmonės atstovai mane mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia			0,896
	Draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į mano skundus			0,911
	Manau, kad draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus, kompensuoja			0,796

Draudimo konsultantų vertinimai, (vidurkiai)

Veiksniai	Požymiai	VIDURKIS
Vartotojų požiūris	Žemės ūkio pasėlių draudimas yra vyriausybės parama ūkininkams	2,26
	Žemės ūkio pasėlių draudimas yra ūkininkų apmokestinimo būdas	3,82
	Draudimas yra žemės ūkio produktas, padedantis patiems ūkininkams	2,45
	Draudimas yra tik papildomos išlaidos ūkininkams	3,21
	Draudimas – naujas ir inovatyvus reiškinys žemės ūkyje	3,71
Pasitenkinimas	Draudimas apdraudžia svarbius ūkininko pasėlius	3,74
	Draudimas apsaugo nuo dažniausiai įvykusių rizikų ūkininko laukus	3,79
	Draudimas – puiki priežastis ūkininkui jaustis ramiai	3,63
	Draudimo paslauga patenkina ūkininkų lūkesčius (žala ir pinigai už ją)	3,29
	Galimybė daugiau nebijoti ūkininkams dėl ateities	3,63
	Iš tiesų, ūkininkai patenkinti pasėlių draudimu	2,71
Techninė kokybė	Lengvas ūkininkų bendravimas su draudimo kompanijos atstovais	3,37
	Patogus ūkininkams draudimo kompanijos darbo laikas	3,89
	Pasėlių draudimo procesas ūkininkams labai greitas	2,71
	Gali ūkininkai deramai apdrausti savo pasėlius	3,45
	Pasėlių draudimo žala ūkininkams teisingai įvertinama	3,53
	Įvykus draudiminei žalai, teisingai apskaičiuojamos išmokos	3,82
	Pasėlių draudimo procesas paremtas teisingumu	3,66
Funkcinė kokybė	Draudimo konsultantų veikla	
	Draudimo tarpininkai su ūkininkais mandagūs	3,71
	Draudimo tarpininkai padaro viską dėl ūkininko	3,76
	Draudimo tarpininkai yra patikimi ūkininko atžvilgiu	3,82
	Draudimo tarpininkai išmano apie vietos ūkininkavimą	3,66
	Draudimo tarpininkai išmano apie vietines žalas (problemas)	3,55
	Draudimo įmonės vadovų veikla	
	Draudimo įmonės vadovai mandagūs su ūkininkais	3,82
	Draudimo įmonės vadovai padarė viską dėl ūkininkų	3,55
	Draudimo įmonės vadovai patikimi ūkininko atžvilgiu	3,63
	Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietos ūkininkavimą	3,39
	Draudimo įmonės vadovai išmano apie vietines žalas (problemas)	3,63
	Žalų ekspertų veikla	
	Draudimo žalų vertintojai (ekspertai) mandagūs su ūkininkais	3,79
	Draudimo žalų vertintojai viską paaiškina ūkininkams apie žalą	3,71
	Draudimo žalų vertintojai patikimi ūkininko atžvilgiu	3,55
	Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietos ūkininkavimą	3,55
	Draudimo žalų vertintojai išmano apie vietines žalas (problemas)	3,63
	Įvaizdis	Ūkininkams svarbus draudimo paslaugos įvaizdis
Ūkininkams svarbu, kad paslaugas teiktų tarptautinė bendrovė		3,13
Ūkininkams svarbu, kad paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė		3,13
Ūkininkams svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos		3,03
Ūkininkams svarbu naudotis pasėlių draudimo paslaugomis		2,87
	Pasėlių draudimas naudingas ūkininkams, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	3,45

Suvokiama kokybė	Lyginant įmoką ir išmoką, įsitikina ūkininkai pasėlių draudimo naudingumu	3,50
	Iš tiesų, pasėlių draudimas ūkininkams naudingas	3,63
Lojalumas	Visada gerai atsiliepia ūkininkai apie pasėlių draudimą	2,47
	Kalbėdami ūkininkai, tik gerais žodžiais apibūdina pasėlių draudimą	2,45
	Visada skatina ūkininkai draugus drausti pasėlius	2,66
Skundų sprendimo galimybės	Jeigu turi kokių skundų ūkininkai, gali išsakyti draudimo įmonės atstovams	3,71
	Kai skundžiasi ūkininkai, draudimo įmonės atstovai mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia	3,55
	Draudimo įmonės atstovai rimtai atsižvelgia į ūkininkų skundus	3,63
	Manau, kad draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus, kompensuoja	3,55

**Pasėlių draudimas suteikia man saugumą, ramybę, vertinimas pagal amžių
(atsakiusių skaičius)**

		Koks yra Jūsų amžius?						Viso
		Iki 30 metų	Nuo 31 iki 40	Nuo 41 iki 50	Nuo 51 iki 60	Nuo 61 iki 70	Virš 71	
Pasėlių draudimas suteikia man saugumą, ramybę	Visiškai sutinku	24	24	28	12	8	4	100
	Sutinku	14	8	40	37	0	1	100
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	0	2	1	0	0	7
	Nesutinku	7	0	6	0	4	0	17
	Visiškai nesutinku	3	0	0	3	0	0	6

**Pasėlių draudimas suteikia man saugumą, ramybę, vertinimas pagal ūkininkavimo patirtį
(atsakiusių skaičius)**

		Nurodykite kiek metų ūkininkaujate?						viso
		Iki 5 metų	Nuo 6 iki 10 metų	Nuo 11 iki 15 metų	Nuo 16 iki 20 metų	Nuo 21 iki 25 metų	Virš 25 metų	
Pasėlių draudimas suteikia man saugumą ramybę	Visiškai sutinku	8	45	4	29	14	0	100
	Sutinku	7	16	13	48	14	2	100
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	3	0	1	2	0	6
	Nesutinku	4	6	0	3	3	0	16
	Visiškai nesutinku	0	4	0	0	2	0	6

Draudimo bendrovės darbo laiko vertinimas pagal amžių**(atsakiusių skaičius)**

		Koks yra Jūsų amžius?						Viso
		Iki 30 metų	Nuo 31 iki 40	Nuo 41 iki 50	Nuo 51 iki 60	Nuo 61 iki 70	Virš 71	
Draudimas yra žemės ūkio produktas, padedantis man	Visiškai sutinku	23	20	29	12	4	4	92
	Sutinku	23	12	35	29	4	1	104
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	0	2	1	1	0	4
	Nesutinku	0	0	6	8	3	0	17
	Visiškai nesutinku	4	0	4	3	0	0	11

Draudimo bendrovės darbo laiko vertinimas pagal ūkio dydį (atsakiusių skaičius)

		Koks yra Jūsų ūkio dydis (ha)?							Viso
		Iki 20 ha	Nuo 21 iki 50 ha	Nuo 51 iki 100 ha	Nuo 101 iki 300 ha	Nuo 301 iki 500 ha	Nuo 501 iki 1000 ha	Nuo 1001 ha	
Man patogus draudimo kompanijos darbo laikas	Visiškai sutinku	8	12	16	72	16	20	10	156
	Sutinku	12	0	4	20	4	8	8	56
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	0	2	0	0	0	3	5
	Nesutinku	0	0	2	4	0	0	3	12
	Visiškai nesutinku	0	0	4	0	0	0	0	4

Draudimo bendrovės darbo laiko vertinimas pagal ūkio dydį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Man patogus draudimo kompanijos darbo laikas	Visiškai sutinku	24	36	76	20	156
	Sutinku	20	12	16	5	56
	Nei sutinku, nei nesutinku	1	0	1	3	5
	Nesutinku	3	0	4	4	11
	Visiškai nesutinku	4	0	0	0	4

**Bendravimo su draudimo kompanijos atstovais vertinimas pagal draudimo patirtį
(atsakiusių skaičius)**

		Kiek metu draudžiate pasėlius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Man lengva bendrauti su draudimo kompanijos atstovais	Visiškai sutinku	20	36	68	28	152
	Sutinku	7	8	28	0	48
	Nei sutinku, nei nesutinku	5	0	0	1	6
	Nesutinku	12	4	0	3	20
	Visiškai nesutinku	8	0	0	0	8

**Draudimo konsultantų žinių apie vietos ūkininkavimą vertinimas pagal amžių
(atsakiusių skaičius)**

		Koks yra Jūsų amžius (metais)?						viso
		Iki 30 metų	Nuo 31 iki 40	Nuo 41 iki 50	Nuo 51 iki 60	Nuo 61 iki 70	Virš 71	
Draudimo tarpininkai išmano apie vietos ūkininkavimą	Visiškai sutinku	18	16	40	17	4	1	96
	Sutinku	24	8	32	28	8	4	104
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	0	4	0	0	0	8
	Nesutinku	0	8	0	4	0	0	12
	Visiškai nesutinku	4	0	0	4	0	0	8

Koreliacija tarp kintamųjų

		Draudimo įmonės vadovai yra patikimi	Draudimo tarpininkai yra patikimi	Draudimo žalų vertintojai yra patikimi
Draudimo įmonės vadovai yra patikimi	Pearson Correlation	1	,611**	,611**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
Draudimo tarpininkai yra patikimi	Pearson Correlation	,611**	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
Draudimo žalų vertintojai yra patikimi	Pearson Correlation	,611**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Draudimo paslaugos įvaizdžio vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent
Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	Visiškai sutinku	112	49,1	49,1
	Sutinku	92	40,4	40,4
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	3,5	3,5
	Nesutinku	14	3,5	3,5
	Visiškai nesutinku	8	3,5	3,5
	Viso	228	100,0	100,0

Draudimo paslaugos įvaizdžio vertinimas pagal ūkininkavimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Nurodykite kiek metu ūkininkaujate?						Viso
		Iki 5 metų	Nuo 6 iki 10 metų	Nuo 11 iki 15 metų	Nuo 16 iki 20 metų	Nuo 21 iki 25 metų	Virš 25 metų	
Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	Visiškai sutinku	8	44	7	33	20	0	112
	Sutinku	8	25	10	44	4	1	92
	Nei sutinku, nei nesutinku	1	1	0	0	4	3	9
	Nesutinku	2	4	0	3	4	1	14
	Visiškai nesutinku	0	0	0	1	3	0	4

Draudimo paslaugos įvaizdžio vertinimas pagal draudimo trukmę (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	Visiškai sutinku	16	24	60	12	112
	Sutinku	28	12	28	20	88
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	1	3	0	6
	Nesutinku	4	8	4	0	16
	Visiškai nesutinku	2	1	1	0	4

Svarbumas, kad draudimo slaugas teikia tarptautinė bendrovė vertinimas pagal draudimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	Viso	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Man svarbu, kad paslaugas teiktų tarptautinė bendrovė	Visiškai sutinku	4	24	52	16	96
	Sutinku	32	20	36	16	104
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	1	1	0	6
	Nesutinku	4	2	7	0	13
	Visiškai nesutinku	8	1	0	0	9

**Draudimo paslaugos įvaizdžio vertinimas pagal ūkininkavimo veiklos pobūdį
(atsakiusių skaičius)**

		Kokia žemės ūkio veikla vykdoma?		Viso
		Augalininkystė	Mišrus ūkis	
Man svarbus draudimo paslaugos įvaizdis	Visiškai sutinku	92	20	112
	Sutinku	80	12	92
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	0	0
	Nesutinku	8	8	16
	Visiškai nesutinku	8	0	8

Požiūrio, kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Man svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos	Visiškai sutinku	108	47,4	47,4	47,4
	Sutinku	60	26,3	26,3	73,7
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	1,75	1,75	75,5
	Nesutinku	48	21,0	21,0	96,5
	Visiškai nesutinku	8	3,5	3,5	100,0
	Viso	228	100,0	100,0	

**Požiūrio, kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos vertinimas pagal amžių
(atsakiusių skaičius)**

		Koks yra Jūsų amžius (metais)?						Viso
		Iki 30 metų	Nuo 31 iki 40	Nuo 41 iki 50	Nuo 51 iki 60	Nuo 61 iki 70	Virš 71	
Man svarbu kaip populiarinamos pasėlių draudimo paslaugos	Visiškai sutinku	24	28	32	12	8	4	108
	Sutinku	11	4	24	21	0	0	60
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	0	4	3	1	0	10
	Nesutinku	9	0	16	13	3	1	42
	Visiškai nesutinku	4	0	0	4	0	0	8

Požiūrio svarbumas, kad paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Man svarbu, jog paslaugas teiktų specializuota pasėlių draudimo bendrovė	Visiškai sutinku	84	36,8	36,8	36,8
	Sutinku	115	50,4	50,4	87,3
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	0,9	0,9	88,2
	Nesutinku	19	8,3	8,3	96,5
	Visiškai nesutinku	8	3,5	3,5	100,0
	Viso	228	100,0	100,0	

Požiūrio svarbumas, kad paslaugas teiktų specializuota draudimo bendrovė pagal draudimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Man svarbu, jog paslaugas teiktų specializuota pasėlių draudimo bendrovė	Visiškai sutinku	4	20	46	14	84
	Sutinku	32	23	42	18	115
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	0	6	0	10
	Nesutinku	6	5	6	0	17
	Visiškai nesutinku	6	0	0	0	6

Paselių draudimo naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę vertinimas pagal draudimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Paselių draudimas man naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	Visiškai sutinku	16	19	53	16	104
	Sutinku	12	13	35	12	72
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	0	0	0	4
	Nesutinku	16	12	8	4	40
	Visiškai nesutinku	4	4	0	0	8

**Paselių draudimo naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę vertinimas pagal regioną
(atsakiusių skaičius)**

		Kokiame rajone yra Jūsų ūkis?				Viso
		Žemaitijos regionas	Aukštaitijos regionas	Vidurio Lietuvos regionas	Pietų Lietuvos regionas	
Paselių draudimas man naudingas, lyginant ramybę ir draudimo suteiktą kokybę	Visiškai sutinku	54	25	13	12	104
	Sutinku	31	9	20	12	72
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	2	0	0	4
	Nesutinku	15	15	5	5	40
	Visiškai nesutinku	2	5	1	0	8

Paselių draudimo naudingas, lyginant įmoką ir išmoką vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Palyginus įmoką ir išmoką, įsitikinau paseliu draudimo naudingumu	Visiškai sutinku	60	26,3	26,3	26,3
	Sutinku	104	45,6	45,6	71,9
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	1,8	1,8	73,7
	Nesutinku	48	21,1	21,1	94,8
	Visiškai nesutinku	12	5,2	5,2	100,0
	Viso	228	100,0	100,0	

**Paselių draudimo naudingas, lyginant įmoką ir išmoką vertinimas pagal ūkio dydį
(atsakiusių skaičius)**

		Koks yra Jūsų ūkio dydis (ha)?							Viso
		Iki 20 ha	Nuo 21 iki 50 ha	Nuo 51 iki 100 ha	Nuo 101 iki 300 ha	Nuo 301 iki 500 ha	Nuo 501 iki 1000 ha	Nuo 1001 ha	
Palyginus įmoką ir išmoką, įsitikinau paselių draudimo naudingumu	Visiškai sutinku	4	8	8	24	4	8	4	60
	Sutinku	16	0	12	36	16	16	8	104
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	0	0	2	0	0	1	3
	Nesutinku	0	4	0	30	0	0	11	45
	Visiškai nesutinku	0	0	8	4	0	4	0	16

Pasėlių draudimo naudingumo vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Iš tiesų, pasėlių draudimas man naudingas	Visiškai sutinku	68	29,8	29,8	29,8
	Sutinku	104	45,6	45,6	75,4
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	1,8	1,8	77,2
	Nesutinku	40	17,5	17,5	94,7
	Visiškai nesutinku	12	5,3	5,3	100,0
	Viso	228	100,0	100,0	

Pasėlių draudimo naudingumo vertinimas pagal draudimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Iš tiesų, pasėlių draudimas man naudingas	Visiškai sutinku	8	9	39	12	68
	Sutinku	24	20	44	16	104
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	3	1	0	4
	Nesutinku	12	12	12	4	40
	Visiškai nesutinku	8	4	0	0	12

Draudimo apsauga svarbiausiems pasėliams vertinimas pagal amžių (atsakiusių skaičius)

		Koks yra Jūsų amžius (metais)?						Viso
		Iki 30 metų	Nuo 31 iki 40	Nuo 41 iki 50	Nuo 51 iki 60	Nuo 61 iki 70	Virš 71	
Draudimas apdraudžia man svarbius mano pasėlius	Visiškai sutinku	31	24	43	21	8	5	132
	Sutinku	11	8	29	28	4	0	80
	Nei sutinku, nei nesutinku	1	0	0	1	0	0	2
	Nesutinku	4	0	0	0	0	0	4
	Visiškai nesutinku	3	0	4	3	0	0	10

Pasėlių draudimo naudingumo vertinimas pagal ūkininkavimo regioną (atsakiusių skaičius)

		Kokiame rajone yra Jūsų ūkis?				Viso
		Žemaitijos regionas	Aukštaitijos regionas	Vidurio Lietuvos regionas	Pietų Lietuvos regionas	
Iš tiesų, esu patenkintas pasėlių draudimu	Visiškai sutinku	25	4	10	5	44
	Sutinku	60	28	21	19	128
	Nei sutinku, nei nesutinku	2	2	0	0	4
	Nesutinku	14	17	7	2	40
	Visiškai nesutinku	3	5	1	3	12

Pasėlių draudimo naudingumo vertinimas pagal draudimo patirtį (atsakiusių skaičius)

		Kiek metų draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Iš tiesų, esu patenkintas pasėlių draudimu	Visiškai sutinku	0	11	21	12	44
	Sutinku	28	21	63	16	128
	Nei sutinku, nei nesutinku	4	0	0	0	4
	Nesutinku	16	8	12	4	40
	Visiškai nesutinku	4	8	0	0	12

Draudimo įmonės atstovų požiūris į vartotojų skundus vertinimas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Draudimo įmonės atstovų rimtai atsižvelgia į mano skundus	Visiškai sutinku	80	35,1	35,1	35,1
	Sutinku	120	52,6	52,6	87,7
	Nei sutinku, nei nesutinku	8	3,5	3,5	91,2
	Nesutinku	16	7,0	7,0	98,2
	Visiškai nesutinku	4	1,8	1,8	100,0
	Viso	228	100,0	100,0	

**Draudimo įmonės atstovų požiūris į vartotojų skundus ir klaidų kompensavimas vertinimas
(atsakiusių skaičius)**

		Kiek metu draudžiate paselius?				Total
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Manau, kad draudimo bendrovės atstovai tinkamai sprendžia nusiskundimus, o suklydus, kompensuoja	Visiškai sutinku	12	16	36	8	72
	Sutinku	20	28	48	20	116
	Nei sutinku, nei nesutinku	8	0	8	0	16
	Nesutinku	8	4	4	4	20
	Visiškai nesutinku	4	0	0	0	4

**Draudimo įmonės atstovų požiūris į vartotojų skundus vertinimas pagal draudimo patirtį
(atsakiusių skaičius)**

		Kiek metu draudžiate paselius?				Viso
		Iki 1 metų	2-3 metai	4-6 metai	Daugiau kaip 7 metai	
Kai skundžiuosi, draudimo įmonės atstovai mane mandagiai ir pagarbiai išklauso ir nenuvilia	Visiškai sutinku	16	28	56	16	116
	Sutinku	20	16	36	16	88
	Nei sutinku, nei nesutinku	0	0	4	0	4
	Nesutinku	16	4	0	0	20
	Visiškai nesutinku	0	0	0	0	0

Koreliacijos ryšių vertinimas

			lojalumas	skundai	vartotojų požiūris	pasitenkinimas	techninė kokybė	funkcinė kokybė	suvokiam a vertė	įvaizdis
Spearman's rho	lojalumas	Correlation Coefficient	1,000	,438**	,592**	,640**	,637**	,488**	,685**	,542**
		Sig. (1-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	skundai	Correlation Coefficient	,438**	1,000	,427**	,440**	,609**	,597**	,513**	,318**
		Sig. (1-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	Vartotojų požiūris	Correlation Coefficient	,592**	,427**	1,000	,694**	,535**	,430**	,743**	,509**
		Sig. (1-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	pasitenkinimas	Correlation Coefficient	,640**	,440**	,694**	1,000	,658**	,540**	,851**	,653**
		Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	techninė kokybė	Correlation Coefficient	,637**	,609**	,535**	,658**	1,000	,712**	,652**	,542**
		Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	funkcinė kokybė	Correlation Coefficient	,488**	,597**	,430**	,540**	,712**	1,000	,538**	,378**
		Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	suvokiama vertė	Correlation Coefficient	,685**	,513**	,743**	,851**	,652**	,538**	1,000	,621**
		Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
		N	228	228	228	228	228	228	228	228
	įvaizdis	Correlation Coefficient	,542**	,318**	,509**	,653**	,542**	,378**	,621**	1,000
		Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		N	228	228	228	228	228	228	228	228

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga regresinė analizė (veiksniai * amžius)

Nepriklausomi kintamieji	Nestandartiniai koeficientai		Standartizuoti koeficientai	T	p - reikšmė
	B	Standartinė paklaida	BETA		
Vartotojų poreikiai * amžius	-,272	,191	-,294	-1,419	,157
Techninė kokybė * amžius	-,113	,269	-,120	-,422	,673
Funkcinė kokybė * amžius	-,486	,236	-,489	-2,060	,041
Įvaizdis * amžius	,095	,189	,094	,500	,617
Suvokiama vertė * amžius	1,077	,187	1,236	5,766	,000

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,563 ^a	,317	,301	,58334
a. Predictors: (Constant), suvokimas_amzius, funkcinis_amzius, ivaizdis_amzius, poreikis_amzius, techninis_amzius				
b. Dependent Variable: pasitenkinimasss				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,420	5	6,884	20,230	,000 ^b
	Residual	74,183	218	,340		
	Total	108,603	223			
a. Dependent Variable: pasitenkinimasss						
b. Predictors: (Constant), suvokimas_amzius, funkcinis_amzius, ivaizdis_amzius, poreikis_amzius, techninis_amzius						

**Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga regresinė analizė (veiksniai *
ūkininkavimo patirtis)**

Nepriklausomi kintamieji	Nestandartiniai koeficientai		Standartizuoti koeficientai	T	p - reikšmė
	B	Standartinė paklaida	BETA		
(Constant)	,835	,146		5,729	,000
Suvokiama vertė * ūkininkavimo patirtis	,809	,186	,982	4,350	,000
Vartotojų požiūris * ūkininkavimo patirtis	-,061	,187	-,068	-,329	,742
Techninė kokybė * ūkininkavimo patirtis	-,254	,257	-,275	-,988	,324
Funkcinė kokybė * ūkininkavimo patirtis	-,249	,230	-,254	-1,081	,281
Įvaizdis * ūkininkavimo patirtis	,167	,178	,176	,938	,349

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,405	5	8,281	26,865	,000 ^b
	Residual	67,198	218	,308		
	Total	108,603	223			

a. Dependent Variable: pasitenkinimas

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,617 ^a	,381	,367	,55520

b. Dependent Variable: pasitenkinimas

Vartotojų pasitenkinimo pasėlių draudimo paslauga regresinė analizė (veiksniai * draudimo patirtis)

Nepriklausomi kintamieji	Nestandartiniai koeficientai		Standartizuoti koeficientai	T	p - reikšmė
	B	Standartinė paklaida	BETA		
(Constant)	1,089	,183		5,955	,000
Ivaizdis* draudimo patirtis	-,057	,185	-,040	-,306	,760
Vartotojų požiūris * draudimo patirtis	-,409	,193	-,322	-2,126	,035
Techninė kokybė * draudimo patirtis	,220	,268	,155	,822	,412
Funkcinė kokybė * draudimo patirtis	-,691	,232	-,489	-2,981	,003
Suvokiama vertė * draudimo patirtis	1,286	,184	1,030	7,000	,000

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,543 ^a	,295	,278	,59282
b. Dependent Variable: pasitenkinimas				

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,989	5	6,398	18,205	,000 ^b
	Residual	76,614	218	,351		
	Total	108,603	223			
a. Dependent Variable: pasitenkinimas						

