

بررسی تأثیر یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی بر رضایت مشتری و عملکرد مالی شرکت بیمه ایران شهر رشت

لیلا حق شناس قاضی محله^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۵ تاریخ چاپ: ۱۳۹۹/۰۹/۱۵

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی بر رضایت مشتری و عملکرد مالی شرکت بیمه ایران شهر رشت می باشد. روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و در این تحقیق از هر دو روش میدانی و کتابخانه ای استفاده شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بود که دارای روایی محتوایی بوده و پایایی پرسشنامه ها از طریق آلفای کرونباخ محاسبه گردید که پایایی کل پرسشنامه بالاتر از ۰/۷ بدست آمد. جامعه آماری تحقیق کارکنان شرکت بیمه ایران شهر رشت بود که تعداد آنها ۱۵۷ نفر می باشد که به دلیل کم بودن حجم جامعه آماری از روش سرشماری استفاده شده و پرسشنامه ها در بین کل جامعه آماری پخش شد و در نهایت تعداد ۱۵۱ پرسشنامه سالم برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد استفاده قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Smart PLS3 استفاده گردید. نتایج نشان دهنده تایید کلیه فرضیات تحقیق بوده و می توان اینگونه بیان نمود که یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی بر رضایت مشتری و عملکرد مالی در بین کارکنان شرکت بیمه ایران شهر رشت تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی

یکپارچگی زنجیره تامین، کنترل داخلی، رضایت مشتری، عملکرد مالی و شرکت بیمه ایران شهر رشت

۱. نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مدیریت تحول)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، رشت، ایران.

(Email: slhany@yahoo.com)

مقدمه

امروزه به علت جهانی شدن واحدهای کسب و کار، این ضرورت احساس می شود که سازمان ها باید به بازبینی پروسه های عملکردی و همچنین بررسی عملکرد زنجیره عرضه خود پرداخته و از طرف دیگر این فرآیندها را با اهداف استراتژیک سازمان هم راستا کنند. رقابت فشرده در بازارهای جهانی امروزی، معرفی محصولاتی با چرخه حیات کوتاه و انتظارات شدت یافته مشتریان، سازمان های تجاری را مجبور به سرمایه گذاری و تمرکز هر چه بیشتر بر زنجیره های تامین کرده است (آذر و حاجتی، ۱۳۹۵). در بازار رقابتی موجود، بنگاه های اقتصادی و تولیدی علاوه بر توجه شرکت و منابع داخلی، خود را ملزم به مدیریت و نظارت بر منابع و عناصر مرتبط در خارج از شرکت نموده اند. بر این اساس فعالیت هایی نظیر تهیه مواد، تولید، نگهداری و انبارداری کالا، کنترل موجودی، توزیع، تحویل و خدمت به مشتریان که پیش از این در سطح شرکت انجام می پذیرفت، در حال حاضر به سطح زنجیره تامین منتقل شده است. در این میان، یکپارچگی زنجیره تامین، به عنوان عاملی مهم در ایجاد هماهنگی و همکاری میان عناصر مختلف زنجیره تامین، نقشی حیاتی در بهبود عملکرد شرکت های موجود در زنجیره تامین یافته است (شیخی و حسینی، ۱۳۹۲). مدیریت زنجیره تامین به دنبال افزایش عملکرد رقابتی از طریق یکپارچه سازی تنگاتنگ کارکردهای درونی یک شرکت و برقراری ارتباط موثر میان آنها با عملکردهای بیرونی تامین کنندگان، مشتریان و سایر اعضای کانال است. مزایای یکپارچه سازی و هماهنگ سازی شرکت کنندگان در زنجیره تامین در بسیاری از صنایع شناخته شده اند و یکپارچگی زنجیره تامین به عنوان یکی از عوامل اصلی در بهبود عملکرد شناخته می شود. با این وجود برخی بر این باورند که یکپارچگی زنجیره تامین راهکاری موثر برای بهبود عملکرد نیست. از یکپارچگی در کی ناقص دارند و این درک ناقص با توجه به اهمیت موضوع چالشی برای محققان و مدیران است (پاکورار و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

مدیریت زنجیره تامین یک مجموعه از روش هایی است که برای یکپارچه نمودن موثر عرضه کنندگان، تولید کنندگان، انبارها و فروشگاه ها به کار می رود تا محصولات مورد نیاز به مقدار مشخص و در زمان معین و در مکان معین تولید شده و به مشتریان عرضه شود تا هزینه های کل زنجیره حداقل شود و در ضمن نیاز مشتریان با سطح سرویس بالا برآورده شود (برونسویکر و چسبروگ^۲، ۲۰۱۸). مزایای یکپارچه سازی و هماهنگی شرکای زنجیره تامین در بسیاری از صنایع به رسمیت شناخته شده است و یکپارچگی زنجیره تامین به عنوان یکی از عوامل مهم در بهبود عملکرد در نظر گرفته می شود. حال مجموعه ای از نتایج نشان می دهد که یکپارچگی زنجیره تامین یک استراتژی موثر برای بهبود عملکرد نیست. به طوری که طی چند سال اخیر و به دنبال افزایش اهمیت و ضرورت بکارگیری مدیریت زنجیره تامین، مدل های فرآیندی و مفهومی مختلفی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی در زمینه مدیریت زنجیره تامین تدوین شده است (یو و همکاران^۳، ۲۰۱۳). این مدل

¹ Pakurár et al

² Brunswicker, Chesbrough

³ Yu et al

ها به طور معمول با توجه به نوع صنعت و زمینه کاری از لحاظ ظاهر با هم متفاوت هستند، ولی تمامی آن ها از لحاظ مفهوم، اجزا و فرآیندهای زنجیره تامین، معرف سه فرآیند کلیدی تامین، تولید و توزیع هستند. این سه فرآیند به صورت یکپارچه و در کنار هم منجر به شکل گیری مدیریت زنجیره تامین می شوند (اولا و همکاران^۱، ۲۰۱۸).

از طرفی امروزه رضایت مشتریان نوعی بیمه در برابر اشتباهات احتمالی موسسه است، مشتریان دائمی در برابر مواجهه با این اشتباهات اغماض بیشتری دارند؛ زیرا به دلیل تجربیات خوشایند قبلی، اشتباهات اندک سازمان را به راحتی نادیده می گیرند و با بروز هر گونه اشتباهات غیر عمدی به سمت رقبا نمی روند (بصیری قائمی پسند، ۱۳۹۸)؛ بنابراین، عجیب نیست که جلب رضایت مشتریان مهمترین وظیفه سازمان ها و موسسات شده است؛ چون این امر ارتباط مستقیمی با حفظ مشتری، وفاداری مشتری، سهم بازار و عملکرد مالی شرکت ها دارد (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۱) و از آنجایی که یکپارچگی زنجیره تامین با عملکرد ارتباط دارد و بین رضایت مشتری و عملکرد شرکت ها نیز رابطه وجود دارد و از آنجا که همواره یکی از دغدغه های اصلی شرکت های تولیدی، رسیدن به سهم بازار بیشتر می باشد و با توجه به مطالعات موجود، این امر با داشتن هماهنگی و مساعی در تشریک کل زنجیره تامین و در نتیجه رسیدن به توانمندی های رقابتی از جمله داشتن نوآوری، تحویل به موقع، کیفیت محصول و هزینه کمتر قابل دستیابی می باشد (ناظمی و خریدار، ۱۳۹۱).

در نتیجه، برخی از محققان مطالعات علمی بیشتری را درباره رابطه میان یکپارچگی و عملکرد ضروری دانسته اند. هرچند عدم تطابق یافته های دیگر محققان و پیشنهادشان برای تحقیقات بیشتر حاکی از وجود متغیری گمشده است. همانگونه که یکپارچگی به عملکرد مرتبط است مطالعات بسیاری بر رابطه میان رضایت مشتری و عملکرد انجام شده است، نتایج رابطه مثبت میان رضایت مشتری و عملکرد را نشان می دهند. از آنجایی که هدف یکپارچگی زنجیره تامین افزایش رضایت مشتری بوده و رضایت مشتری با عملکرد مرتبط است، چنین برمی آید که متغیری که در این میان نبوده است رضایت مشتری می باشد. لذا محقق بر آن است تا ضمن مطالعه تحقیقات پیشین و گردآوری اطلاعات از منابع معتبر به بررسی تأثیر یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی بر رضایت مشتری و عملکرد مالی پردازد و به این سؤال مهم پاسخ دهد که یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی چگونه بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تأثیر می گذارند؟

از آنجا که همواره یکی از دغدغه های اصلی شرکتهای بیمه، رسیدن به سهم بازار بیشتر می باشد و با توجه به مطالعات موجود، این امر با داشتن هماهنگی و تشریک مساعی در کل زنجیره تامین و در نتیجه رسیدن به توانمندی های رقابتی از جمله داشتن نوآوری، تحویل به موقع، کیفیت محصول و هزینه کمتر قابل دستیابی می باشد (آذر و حاجتی، ۱۳۹۵). امروزه محیط شرکت ها حساس، پرتنوع و در عین حال رقابت پذیر است، افزایش عملکرد مالی تا حدود زیادی به نوع روابط موجود بین دو رکن شرکت یعنی مدیریت زنجیره تامین و مشتریان بستگی دارد و شرکتی که از یکپارچگی شایسته تری برخوردار

¹ Oláh et al

باشد بهتر می تواند هدف خود را برآورده سازد و بهره وری لازم را ایجاد نماید؛ و عملکرد مالی خود را بهبود بخشد لذا شیوه ی عمل و رفتار هر مدیر در یک محیط کاری تابع کنش های متقابل میان شخصیت مدیر و شرایط محیطی شرکت است (پاکورور و همکاران^۱، ۲۰۱۹). در بازار رقابتی موجود، بنگاه های اقتصادی و تولیدی علاوه بر توجه به شرکت و منابع داخلی، خود را ملزم به مدیریت و نظارت بر منابع و عناصر مرتبط در خارج از شرکت نموده اند. بر این اساس، فعالیت هایی نظیر تهیه مواد، تولید، نگهداری و انبارداری کالا، کنترل موجودی، توزیع، تحویل و خدمت به مشتریان که پیش از این در سطح شرکت انجام می پذیرفت، در حال حاضر به سطح زنجیره تأمین منتقل شده است. در این میان، یکپارچگی زنجیره تأمین، به عنوان عاملی مهم در ایجاد هماهنگی و همکاری میان عناصر مختلف زنجیره تأمین، نقشی حیاتی در بهبود شرکت های موجود در زنجیره تأمین یافته است (وانگر و همکاران^۲، ۲۰۱۹).

با گسترش جهانی شدن بازارها، تنها راه ادامه بقای شرکت ها و سازمان ها منوط به افزایش رقابت پذیری و کسب و حفظ مزیت رقابتی پایدار است. برای رسیدن به رقابت پذیری زنجیره تأمین، باید خدمت به مشتریان سرلوحه فعالیت ها قرار گیرد. امروزه رقابت بین شرکت های منفرد، جای خود را به رقابت بین زنجیره های تأمین داده است (گی و همکاران^۳، ۲۰۱۷). زنجیره های تأمین، تأمین کنندگان را به یک شرکت تولیدی و شرکت را به مشتریانش ارتباط می دهد. برای اداره صحیح زنجیره تأمین لازم است تا نسبت به خدمات عالی به مشتریان، هزینه های پایین و زمان چرخه کوتاه اطمینان حاصل کنیم. (ملاحسینی و همکاران، ۱۳۹۶) امروزه راه حل توانمند رسیدن به مزیت هزینه ای لزوماً حجم محصولات و مقیاس اقتصادی نیست، بلکه مدیریت زنجیره تأمین است. بر این اساس، اقتصاد دانش محور و حیطه های مربوط به آن بر این واقعیت تأکید دارند که در فضای اقتصاد نوین جهانی، دستیابی به مزیت رقابتی پایدار در گرو ظرفیت و توانایی سازمان ها در توسعه و استفاده صحیح از منابع مبتنی بر دانش سازمان است یکی از مسائل بسیار مهمی که در دهه های اخیر به عنوان عامل توسعه مطرح بوده است برخورداری از سیستم توانمند تأمین، تولید و توزیع است که در قالب زنجیره تأمین مفهوم پیدا می کند. به طوری که قابلیت ها و عملکرد زنجیره تأمین در این راستا یک التزام است (کلیستیک و همکاران^۴، ۲۰۱۸). سازمان ها دریافته اند جهت بقاء خود در محیطی که تنوع، تعداد و مسئولیت پذیری آنها بالا باشد، باید قادر باشند تا خود را با تغییرات آینده تطابق دهند. نیازمندی های مشتری به طور مداوم در حال تکامل بوده و چرخه عمر محصول نیز کوتاه تر می گردد؛ بنابراین، زنجیره تأمین می بایستی بتواند به بازار پاسخ دهد؛ بنابراین سازمان های موفق در طی زمان به سوی جریان نقدی اقتصادی کوتاه مدت و مزیت رقابتی بلندمدت محسوب می گردد. مدیریت زنجیره تأمین به عنوان مجموعه ای از رویکردها و تلاش

¹ Pakurár et al

² Wagner et al

³ Qi et al

⁴ Kliestik et al

هایی بشمار می رود که از تولیدکنندگان، عرضه کنندگان و توزیع کنندگان حمایت نموده و زنجیره ارزش را به گونه ای هماهنگ می نمایند که محصولات در مقادیر مناسب، زمان مناسب و مکان مناسب تولید و توزیع گردیده تا در نتیجه رضایت مشتری حاصل گردد (سروکا و زانتو^۱، ۲۰۱۸).

در دنیای رقابتی امروز و با توجه به انتظارات پیچیده مشتریان سازمان ها خود را با مشتریانی روبرو می بینند که خواستار افزایش در تنوع محصول، هزینه پایین، کیفیت بهتر و دسترسی سریعتر به آن محصول هستند. سازمان ها برای موفقیت خود روی به مدیریت زنجیره های تامین می آورند زیرا این رویکرد در فعالیت هایی متمرکز است که در یک زنجیره ارزش وجود دارد (تقی دوست و همکاران، ۱۳۹۶). دیدگاه زنجیره تامین بر این واقعیت بنا نهاده شده است که رقابت به جای اینکه بین شرکت ها وجود داشته باشد می بایستی بین زنجیره های تامین وجود داشته باشد و مدیریت زنجیره تامین رویکردی است برای طراحی، سازماندهی و به اجرا درآوردن این فعالیت ها (صالح یحیی زاده و صالح یحیی زاده، ۱۳۹۷). مدیریت زنجیره تامین عرضه کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع کنندگان و مشتریان را با استفاده از فناوری اطلاعات جهت برآورده نمودن هرچه مؤثرتر و کاراتر انتظارات مشتریان با همدیگر ادغام می نماید. در نتیجه شرکت ها می توانند به سرعت و با کیفیت بالا به تقاضاهای گوناگون مشتریان پاسخ دهند.

هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر یکپارچگی زنجیره تامین و کنترل داخلی بر رضایت مشتری و عملکرد مالی در بین کارکنان شرکت بیمه ایران شهر رشت می باشد. صنعت مورد مطالعه در این تحقیق شرکت بیمه ایران شهر رشت می باشد و نتایجی که از این تحقیق بدست می آید می تواند مبنایی برای حرکت به سمت یکپارچه سازی مورد بررسی و افزایش رضایتمندی مشتریان و در نتیجه افزایش عملکرد مالی شرکت باشد.

مدیریت زنجیره تامین یک مجموعه از روش هایی است که برای یکپارچه نمودن موثر عرضه کنندگان، تولید کنندگان، انبارها و فروشگاه ها به کار می رود تا محصولات مورد نیاز به مقدار مشخص و در زمان معین و در مکان معین تولید شده و به مشتریان عرضه شود تا هزینه های کل زنجیره حداقل شود و در ضمن نیاز مشتریان با سطح سرویس بالا برآورده شود. مزایای یکپارچه سازی و هماهنگی شرکای زنجیره تامین در بسیاری از صنایع به رسمیت شناخته شده است و یکپارچگی زنجیره تامین به عنوان یکی از عوامل مهم در بهبود عملکرد در نظر گرفته می شود. با این حال مجموعه ای از رای ها نشان می دهد که یکپارچگی زنجیره تامین یک استراتژی موثر برای بهبود عملکرد نیست. از طرفی امروزه رضایت مشتریان نوعی بیمه در برابر اشتباهات احتمالی موسسه است، مشتریان دائمی در برابر مواجهه با این اشتباهات اغماض بیشتری دارند؛ زیرا به دلیل تجربیات خوشایند قبلی، اشتباهات اندک سازمان را به راحتی نادیده می گیرند و با بروز هر گونه اشتباهات غیر عمدی به سمت رقبا نمی روند؛ بنابراین، عجیب نیست که جلب رضایت مشتریان مهمترین وظیفه

¹ Sroka, Szántó

سازمان ها و موسسات شده است؛ چون این امر ارتباط مستقیمی با حفظ مشتری، وفاداری مشتری، سهم بازار و عملکرد مالی شرکت ها دارد (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۱)؛ و از آنجایی که یکپارچگی زنجیره تامین با عملکرد ارتباط دارد و بین رضایت مشتری و عملکرد شرکت ها نیز رابطه وجود دارد.

روش تحقیق

روش تحقیق بکار گرفته شده، توصیفی از نوع همبستگی بوده و از حیث هدف یک تحقیق کاربردی است. برای گردآوری اطلاعات از روش میدانی و نیز از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق کارکنان شرکت بیمه ایران شهر رشت بود که تعداد آنها ۱۵۷ نفر می باشد که به دلیل کم بودن حجم جامعه آماری از روش سرشماری استفاده شده و پرسشنامه را در بین کل جامعه آماری پخش نمودیم و در نهایت تعداد ۱۵۱ پرسشنامه سالم برای تجزیه و تحلیل اطلاعات مورد استفاده قرار گرفت.

یافته های تحقیق

توصیف کمی متغیر یکپارچگی داخلی

برای سنجش متغیر یکپارچگی داخلی از ۴ گویه در سطح اندازه گیری رتبه ای به صورت طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۱- مقادیر توصیفی در خصوص متغیر یکپارچگی داخلی (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میانه	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۳/۵۵	۰/۷۲۱	۳/۶۰	۳/۶۰	-۰/۴۸۲	۰/۱۶۹	۱/۴۰	۵

با توجه به جدول بالا میانگین یکپارچگی داخلی برابر با ۳/۵۵ با انحراف معیار ۰/۷۲۱ می باشد که نتیجه می دهد؛ منفی بودن چولگی متغیر (-۰/۴۸۲) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت چپ می باشد. از طرف دیگر مثبت بودن کشیدگی (۰/۱۶۹) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال بلندتر می باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱/۴۰ و ۵ است.

توصیف کمی متغیر یکپارچگی مشتری

برای سنجش متغیر یکپارچگی مشتری از ۲ گویه در سطح اندازه گیری رتبه‌ای به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۲- مقادیر توصیفی در خصوص متغیر یکپارچگی مشتری (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میان	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۳/۴۸	۰/۷۰۱	۳/۶۰	۳/۶۰	-۰/۴۷۸	۰/۱۵۶	۱/۶۰	۵

با توجه به جدول بالا میانگین یکپارچگی مشتری برابر با ۳/۴۸ با انحراف معیار ۰/۷۰۱ می‌باشد که نتیجه می‌دهد؛ منفی بودن چولگی متغیر (-۰/۴۷۸) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت چپ می‌باشد. از طرف دیگر مثبت بودن کشیدگی (۰/۱۵۶) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال بلندتر می‌باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱/۶۰ و ۵ است

توصیف کمی متغیر یکپارچگی تامین کننده

برای سنجش متغیر یکپارچگی تامین کننده از ۳ گویه در سطح اندازه گیری رتبه‌ای به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۳- مقادیر توصیفی در خصوص متغیر یکپارچگی تامین کننده (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میان	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۲/۵۰	۰/۹۸۶	۲/۲۰	۱/۸۰	۰/۷۴۸	-۰/۱۷۵	۱	۵

با توجه به جدول بالا میانگین یکپارچگی تامین کننده برابر با ۲/۵۰ با انحراف معیار ۰/۹۸۶ می‌باشد که نتیجه می‌دهد؛ مثبت بودن چولگی متغیر (۰/۷۴۸) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت راست می‌باشد. از طرف دیگر منفی بودن کشیدگی (-۰/۱۷۵) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال کوتاه‌تر می‌باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱ و ۵ است.

توصیف کمی متغیر کنترل داخلی

برای سنجش متغیر کنترل داخلی از ۳ گویه در سطح اندازه گیری رتبه‌ای به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۴-مقادیر توصیفی در خصوص متغیر کنترل داخلی (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میانه	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۲/۴۷	۱/۲۷۵	۲	۱/۶۷	۰/۶۵۷	-۰/۸۲۰	۱	۵

با توجه به جدول فوق میانگین کنترل داخلی برابر با ۲/۴۷ با انحراف معیار ۱/۲۷۵ می‌باشد که نتیجه می‌دهد. مثبت بودن چولگی متغیر (۰/۶۵۷) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت راست می‌باشد. از طرف دیگر منفی بودن کشیدگی (-۰/۸۲۰) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال کوتاه‌تر می‌باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱ و ۵ است.

توصیف کمی متغیر رضایت مشتری

برای سنجش متغیر رضایت مشتری از ۶ گویه در سطح اندازه گیری رتبه‌ای به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۵-مقادیر توصیفی در خصوص متغیر رضایت مشتری (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میانه	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۳/۳۱	۰/۸۸۸	۳/۵۰	۴	-۰/۲۵۵	-۰/۶۵۸	۱	۵

با توجه به جدول فوق میانگین رضایت مشتری برابر با ۳/۳۱ با انحراف معیار ۰/۸۸۸ می‌باشد که نتیجه می‌دهد؛ منفی بودن چولگی متغیر (-۰/۲۵۵) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت چپ می‌باشد. از طرف دیگر منفی بودن کشیدگی (-۰/۶۵۸) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال کوتاه‌تر می‌باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱ و ۵ است.

توصیف کمی متغیر عملکرد مالی

برای سنجش متغیر عملکرد مالی از ۶ گویه در سطح اندازه گیری رتبه ای به صورت طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده است.

جدول ۶- مقادیر توصیفی در خصوص متغیر عملکرد مالی (n=۱۵۱)

میانگین	انحراف معیار	میان	مد	چولگی	کشیدگی	کمینه	بیشینه
۳/۵۰	۰/۷۷۹	۳/۶۰	۳/۶۰	-۰/۶۱۸	۰/۴۲۴	۱/۲۰	۵

با توجه به جدول فوق میانگین عملکرد مالی برابر با ۳/۵۰ با انحراف معیار ۰/۷۷۹ می باشد که نتیجه می دهد؛ منفی بودن چولگی متغیر (-۰/۶۱۸) نشان دهنده طولانی بودن دم توزیع به سمت چپ می باشد. از طرف دیگر مثبت بودن کشیدگی (۰/۴۲۴) به این معنی است که شکل توزیع متغیر از توزیع نرمال بلندتر می باشد. به همین ترتیب کمترین و بیشترین امتیاز داده شده برای این متغیر برابر با ۱/۲۰ و ۵ است.

بررسی نرمال بودن متغیرها

برای اجرای روش های آماری و محاسبه آماره آزمون مناسب و استنتاج منطقی درباره فرضیه های پژوهش مهمترین عمل قبل از هر اقدامی، انتخاب روش آماری مناسب برای پژوهش است برای این منظور آگاهی از توزیع داده ها از اولویت اساسی برخوردار است.

برای همین منظور در این پژوهش از آزمون معتبر کولموگروف- اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن داده های پژوهش استفاده شده است. در این آزمون با توجه به فرضیات زیر گام به بررسی نرمال بودن داده ها نهاده شده است:

داده ها دارای توزیع نرمال هستند: H_0

داده ها دارای توزیع نرمال نیستند: H_1

با توجه به جدول آزمون کولموگروف- اسمیرنوف اگر سطح معنی داری برای کلیه متغیرهای مستقل و وابسته بزرگتر از سطح آزمون (۰/۰۵) باشد توزیع داده ها نرمال می باشد.

جدول ۷- نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف متغیرهای پژوهش

متغیر	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار	آماره ی آزمون K- S	سطح معناداری	نتیجه آزمون
یکپارچگی داخلی	۱۵۱	۳/۵۵	۰/۷۲۱	۱/۹۵۵	۰/۰۰۱	نرمال نیست
یکپارچگی مشتری	۱۵۱	۳/۴۸	۰/۷۰۱	۱/۶۳۹	۰/۰۰۹	نرمال نیست
یکپارچگی تامین کننده	۱۵۱	۲/۵۰	۰/۹۸۶	۰/۹۷۷	۰/۲۹۵	نرمال است
کنترل داخلی	۱۵۱	۲/۴۷	۱/۲۷۵	۱/۸۲۳	۰/۰۰۳	نرمال نیست
رضایت مشتری	۱۵۱	۳/۳۱	۰/۸۸۸	۱/۴۹۰	۰/۰۲۴	نرمال نیست
عملکرد مالی	۱۵۱	۳/۵۰	۰/۷۷۹	۱/۳۷۳	۰/۰۴۶	نرمال نیست

همانطور که از داده های جدول فوق مشخص است، سطح معناداری آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای تمامی متغیرهای پژوهش بجز متغیر یکپارچگی تامین کننده کوچکتر از مقدار ۰/۰۵ است. در نتیجه تمامی متغیرهای مورد بررسی در پژوهش حاضر بجز متغیر یکپارچگی تامین کننده دارای توزیع غیر نرمال می باشند. همچنین سطح معناداری آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای متغیر یکپارچگی تامین کننده بزرگتر از مقدار ۰/۰۵ است. در نتیجه متغیر یکپارچگی تامین کننده دارای توزیع نرمال می باشند.

آمار استنباطی

در این قسمت برای بررسی فرضیه های پژوهش، از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. در ادامه توضیح مختصری در مورد روش مورد استفاده ارائه شده است.

جدول ۸- آزمون KMO و بارتلت برای سؤالات پرسشنامه

آزمون KMO		۰/۹۱۶
آزمون بارتلت	χ^2	۴۲۵۴/۵۷۳
	درجه آزادی	۹۰۳
	Sig	۰/۰۰۱

با توجه به جدول فوق مقادیر مربوط به شاخص KMO و بارتلت و معناداری آن گزارش شده است. برای بررسی مناسب بودن تعداد داده‌های موجود در تحلیل از شاخص‌های KMO و آزمون بارتلت استفاده می‌شود. KMO برای مشخص کردن کفایت نمونه‌ها به کار می‌رود که چنانچه بیش از ۰/۶ باشد مناسب و اگر کمتر از ۰/۶ باشد، مناسب نیست.

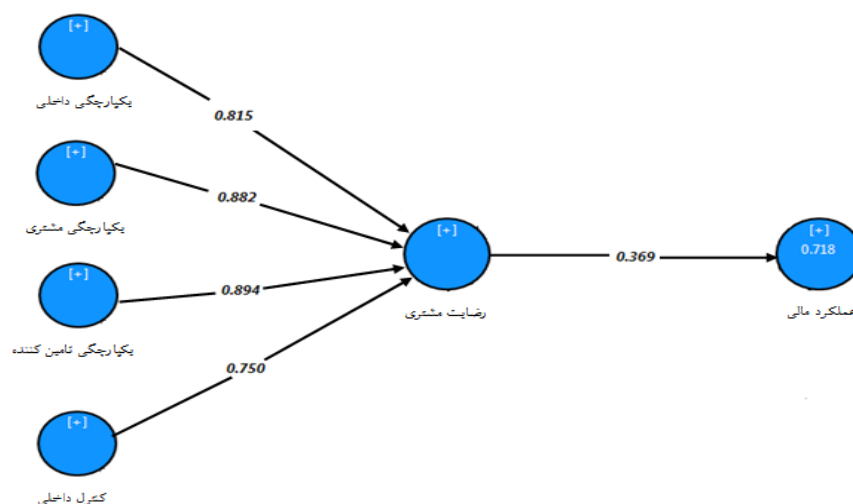
جدول ۹-AVE و همبستگی بین متغیرهای پرسشنامه تحقیق

شاخص‌ها	LI	CI	SI	IC	CS	FP
LI	۰,۸۴۷					
CI	۰,۵۴۳	۰,۷۶۸				
SI	۰,۵۲۴	۰,۴۳۴	۰,۸۴۳			
IC	۰,۶۴۰	۰,۵۲۲	۰,۶۴۶	۰,۸۵۹		
CS	۰,۶۶۲	۰,۵۳۹	۰,۴۹۱	۰,۶۵۴	۰,۹۰۹	
FP	۰,۶۸۱	۰,۵۴۷	۰,۴۴۳	۰,۶۲۰	۰,۶۹۷	۰,۷۸۱

همانطور که از داده‌های جدول فوق مشخص است، جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر متغیر بیشتر از همبستگی آن متغیر با سایر متغیرها است؛ بنابراین روایی تشخیصی پرسشنامه تحقیق مورد تایید است.

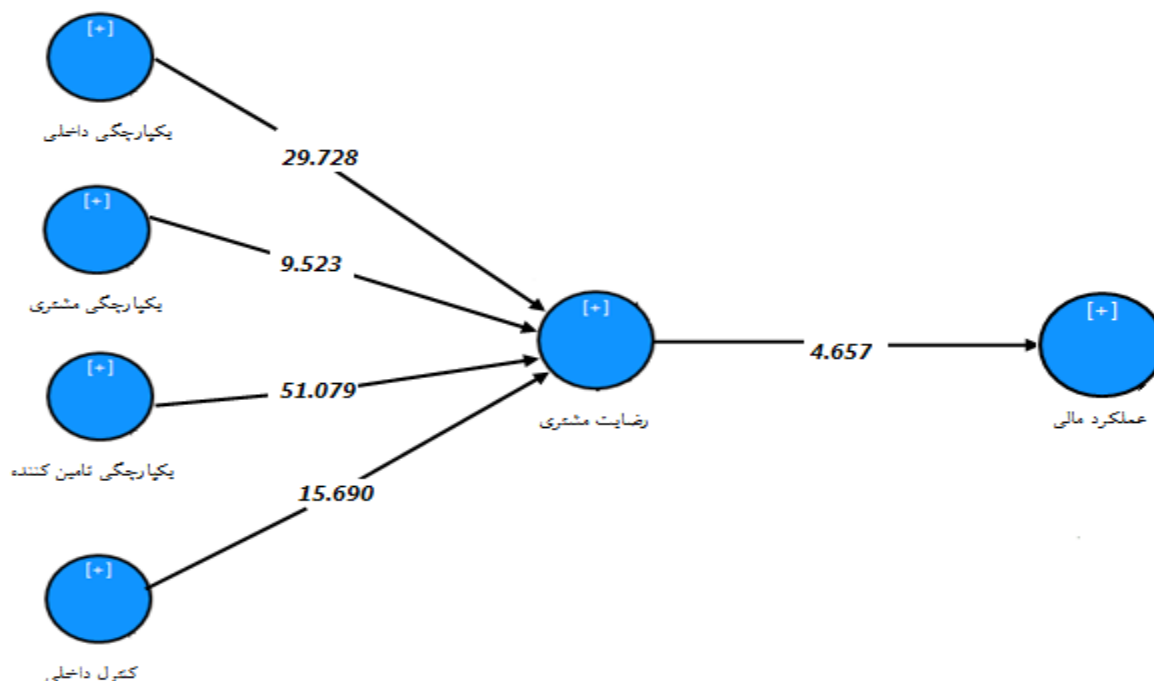
آزمون مدل ساختاری پژوهش

پس از بررسی مدل اندازه‌گیری، نوبت به بررسی و آزمون مدل ساختاری پژوهش می‌رسد. خروجی گرافیکی مدل پژوهش به صورت زیر می‌باشد.



شکل ۲- ضرایب مسیر استاندارد مدل مفهومی پژوهش

اعداد نوشته شده بر روی مسیرها ضرایب مسیر را نمایش می دهد. برای آزمون معناداری ضرایب مسیر با استفاده از روش بوت استراپ^۱ مقادیر آزمون تی-استیودنت محاسبه شده است. مقادیر آزمون تی-استیودنت اگر مقداری بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، ضریب مسیر در سطح ۰/۰۵ معنادار است.



شکل ۳- نتایج آزمون تی-استیودنت برای بررسی معناداری ضرایب مسیر

بررسی کفایت مدل

معیار R^2

جدول ۱۰- نتایج معیار R^2 برای سازه‌های درون‌زا

متغیر	مقدار R^2	نتیجه
یکپارچگی داخلی	۰/۵۲۵	متوسط
یکپارچگی مشتری	۰/۳۷۰	متوسط
یکپارچگی تامین کننده	۰/۵۱۹	متوسط
کنترل داخلی	۰/۳۷۹	متوسط
رضایت مشتری	۰/۲۷۴	ضعیف
عملکرد مالی	۰/۷۱۸	قوی

¹ Bootstrapping

معیار Q^2 جدول ۱۱- نتایج معیار Q^2 برای سازه‌های درون‌زا

متغیر	مقدار Q^2	نتیجه
یکپارچگی داخلی	۰/۴۱۳	قوی
یکپارچگی مشتری	۰/۲۵۶	متوسط
یکپارچگی تامین کننده	۰/۳۲۷	متوسط
کنترل داخلی	۰/۲۰۶	متوسط
رضایت مشتری	۰/۱۸۰	متوسط
عملکرد مالی	۰/۳۶۲	قوی

معیار GOF

جدول ۱۲- میزان cumminality و R^2 متغیرهای تحقیق

متغیر	cumminality	
یکپارچگی داخلی	۰/۳۹۱	۰/۵۲۵
یکپارچگی مشتری	۰/۴۴۱	۰/۳۷۰
یکپارچگی تامین کننده	۰/۴۳۶	۰/۵۱۹
کنترل داخلی	۰/۳۸۱	۰/۳۷۹
رضایت مشتری	۰/۴۰۱	۰/۲۷۴
عملکرد مالی	۰/۳۹۲	۰/۷۱۸
میانگین	۰/۴۰۷	۰/۴۶۴

$$GOF = \sqrt{communality \times R^2} = \sqrt{0.407 \times 0.464} = 0.434$$

مقدار GOF برای مدل پژوهش مطابق با جدول فوق مقدار ۰/۴۳۴ محاسبه شده که بالاتر از مقدار ملاک ۰/۳ است و نشان از توان مناسب مدل در پیش‌بینی متغیر مکنون درون‌زای مدل دارد.

بررسی نتایج آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه اول: یکپارچگی داخلی بر رضایت مشتری تاثیر دارد.

آماره معنی داری بین متغیر یکپارچگی داخلی و رضایت مشتری برابر (۲۹/۷۲۸) می باشد. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۸۱۵) است و میزان تاثیر مثبت متغیر یکپارچگی داخلی بر رضایت مشتری را نشان می دهد. این بدان معناست که یکپارچگی داخلی بر رضایت مشتری تاثیر مستقیم دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود. نتایج تحقیق با نتیجه تحقیقات پاکورور و همکاران (۲۰۱۹) همراستا بوده که نشان دادند تاثیر یکپارچگی داخلی و خارجی زنجیره تاثیر و کنترل داخلی عملکرد اقتصادی را تحت تاثیر قرار داده است. تاثیر عوامل مورد بررسی در عملکرد مالی به ترتیب زیر است: در یکپارچگی داخلی، یکپارچگی تامین کننده، یکپارچگی مشتری و کنترل داخلی. یو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رضایت مشتری به طور معنادار و مثبت با عملکرد مالی مرتبط است و رابطه بین یکپارچگی مشتری و عملکرد مالی را به طور کامل واسطه می کند. مطابق با تئوری یادگیری سازمانی، مطالعه نشان می دهد که یکپارچگی داخلی ابزاری برای یکپارچگی خارجی است که نشان می دهد شرکت ها باید از شیوه ها و فرآیندهای داخلی خوب به سمت مدیریت مؤثر فرایندهای خارجی پیشرفت کنند. به طور خاص این مطالعه مزایای یکپارچگی را ناشی از یادگیری و عملکرد مالی که با جریان اطلاعات در ارتباط است قرار می دهد. صالح یحیی زاده و یحیی زاده (۱۳۹۷) به این نتایج دست یافتند که یکپارچه سازی داخلی بر یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر عملکرد مالی و رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد. آذر و حاجتی (۱۳۹۵) نشان دادند یکپارچگی درونی بر یکپارچگی مشتری و یکپارچگی تامین کننده تاثیر مثبت دارد. یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. همچنین یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. در نهایت اینکه؛ که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

فرضیه دوم: یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری تاثیر دارد.

آماره معنی داری بین متغیر یکپارچگی مشتری و رضایت مشتری برابر (۹/۵۲۳) می باشد. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۸۸۲) است. این بدان معناست که یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری تاثیر مستقیم دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود. نتایج تحقیق با نتیجه تحقیقات پاکورور و همکاران (۲۰۱۹) همراستا بوده که نشان دادند تاثیر یکپارچگی داخلی و خارجی زنجیره تاثیر و کنترل داخلی عملکرد اقتصادی را تحت تاثیر قرار داده است. تاثیر عوامل مورد بررسی در عملکرد مالی به ترتیب زیر است: در یکپارچگی داخلی، یکپارچگی تامین کننده، یکپارچگی مشتری و کنترل داخلی. یو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رضایت مشتری به طور معنادار و مثبت با عملکرد مالی مرتبط است و رابطه بین

یکپارچگی مشتری و عملکرد مالی را به طور کامل واسطه می کند. مطابق با تئوری یادگیری سازمانی، مطالعه نشان می دهد که یکپارچگی داخلی ابزاری برای یکپارچگی خارجی است که نشان می دهد شرکت ها باید از شیوه ها و فرآیندهای داخلی خوب به سمت مدیریت مؤثر فرایندهای خارجی پیشرفت کنند. به طور خاص این مطالعه مزایای یکپارچگی را به عنوان ناشی از یادگیری و عملکرد مالی که با جریان اطلاعات در ارتباط است قرار می دهد. صالح یحیی زاده و یحیی زاده (۱۳۹۷) به این نتایج دست یافتند که یکپارچه سازی داخلی بر یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر عملکرد مالی و رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. آذر و حاجتی (۱۳۹۵) نشان دادند یکپارچگی درونی بر یکپارچگی مشتری و یکپارچگی تامین کننده تاثیر مثبت دارد. یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. همچنین یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. در نهایت اینکه؛ که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

فرضیه سوم: یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری تاثیر دارد.

آماره معنی داری بین متغیر یکپارچگی تامین کننده و رضایت مشتری برابر (۵۱/۰۷۹) می باشد. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۸۹۴) است. این بدان معناست که یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری تاثیر مستقیم دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود. نتایج تحقیق با نتیجه تحقیقات پاکورور و همکاران (۲۰۱۹) همراستا بوده که نشان دادند تأثیر یکپارچگی داخلی و خارجی زنجیره تأثیر و کنترل داخلی عملکرد اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده است. تأثیر عوامل مورد بررسی در عملکرد مالی به ترتیب زیر است: در یکپارچگی داخلی، یکپارچگی تأمین کننده، یکپارچگی مشتری و کنترل داخلی. یو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رضایت مشتری به طور معنادار و مثبت با عملکرد مالی مرتبط است و رابطه بین یکپارچگی مشتری و عملکرد مالی را به طور کامل واسطه می کند. مطابق با تئوری یادگیری سازمانی، مطالعه نشان می دهد که یکپارچگی داخلی ابزاری برای یکپارچگی خارجی است که نشان می دهد شرکت ها باید از شیوه ها و فرآیندهای داخلی خوب به سمت مدیریت مؤثر فرایندهای خارجی پیشرفت کنند. به طور خاص این مطالعه مزایای یکپارچگی را به عنوان ناشی از یادگیری و عملکرد مالی که با جریان اطلاعات در ارتباط است قرار می دهد. صالح یحیی زاده و یحیی زاده (۱۳۹۷) به این نتایج دست یافتند که یکپارچه سازی داخلی بر یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر عملکرد مالی و رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. آذر و حاجتی (۱۳۹۵) نشان دادند یکپارچگی درونی بر یکپارچگی مشتری و یکپارچگی تامین کننده تاثیر مثبت دارد. یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری و

عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. همچنین یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. در نهایت اینکه؛ که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

فرضیه چهارم: کنترل داخلی بر رضایت مشتری تاثیر دارد.

آماره معنی داری بین متغیر کنترل داخلی و رضایت مشتری برابر (۱۵/۶۹۰) می باشد. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۷۵۰) است و میزان تاثیر مثبت متغیر کنترل داخلی بر رضایت مشتری را نشان می دهد. این بدان معناست که کنترل داخلی بر رضایت مشتری تاثیر مستقیم دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود. نتایج تحقیق با نتیجه تحقیقات پاکورور و همکاران (۲۰۱۹) همراستا بوده که نشان دادند تاثیر یکپارچگی داخلی و خارجی زنجیره تاثیر و کنترل داخلی عملکرد اقتصادی را تحت تاثیر قرار داده است. تاثیر عوامل مورد بررسی در عملکرد مالی به ترتیب زیر است: در یکپارچگی داخلی، یکپارچگی تامین کننده، یکپارچگی مشتری و کنترل داخلی. یو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رضایت مشتری به طور معنادار و مثبت با عملکرد مالی مرتبط است و رابطه بین یکپارچگی مشتری و عملکرد مالی را به طور کامل واسطه می کند. مطابق با تئوری یادگیری سازمانی، مطالعه نشان می دهد که یکپارچگی داخلی ابزاری برای یکپارچگی خارجی است که نشان می دهد شرکت ها باید از شیوه ها و فرآیندهای داخلی خوب به سمت مدیریت مؤثر فرایندهای خارجی پیشرفت کنند. به طور خاص این مطالعه مزایای یکپارچگی را به عنوان ناشی از یادگیری و عملکرد مالی که با جریان اطلاعات در ارتباط است قرار می دهد. صالح یحیی زاده و یحیی زاده (۱۳۹۷) به این نتایج دست یافتند که یکپارچه سازی داخلی بر یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر عملکرد مالی و رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد. آذر و حاجتی (۱۳۹۵) نشان دادند یکپارچگی درونی بر یکپارچگی مشتری و یکپارچگی تامین کننده تاثیر مثبت دارد. یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. همچنین یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. در نهایت اینکه؛ که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

فرضیه پنجم: رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر دارد.

آماره معنی داری بین متغیر رضایت مشتری و عملکرد مالی برابر (۴/۶۵۷) می باشد. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۳۶۹) است. این بدان معناست که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مستقیم دارد؛ بنابراین فرضیه پژوهش تایید می شود. نتایج تحقیق با نتیجه تحقیقات پاکورور و همکاران (۲۰۱۹) همراستا بوده که نشان دادند تاثیر یکپارچگی داخلی و خارجی زنجیره تاثیر و کنترل داخلی عملکرد اقتصادی را تحت تاثیر قرار داده است. تاثیر عوامل مورد بررسی در عملکرد مالی به ترتیب زیر است: در یکپارچگی داخلی، یکپارچگی تامین کننده، یکپارچگی مشتری و کنترل داخلی. یو و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که رضایت مشتری به طور معنادار و مثبت با عملکرد مالی مرتبط است و رابطه بین یکپارچگی مشتری و

عملکرد مالی را به طور کامل واسطه می کند. مطابق با تئوری یادگیری سازمانی، مطالعه نشان می دهد که یکپارچگی داخلی ابزاری برای یکپارچگی خارجی است که نشان می دهد شرکت ها باید از شیوه ها و فرآیندهای داخلی خوب به سمت مدیریت مؤثر فرایندهای خارجی پیشرفت کنند. به طور خاص این مطالعه مزایای یکپارچگی را به عنوان ناشی از یادگیری و عملکرد مالی که با جریان اطلاعات در ارتباط است قرار می دهد. صالح یحیی زاده و یحیی زاده (۱۳۹۷) به این نتایج دست یافتند که یکپارچه سازی داخلی بر یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری؛ یکپارچه سازی مشتری و یکپارچه سازی تامین کنندگان بر رضایت مشتری و رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت و معناداری دارد. آذر و حاجتی (۱۳۹۵) نشان دادند یکپارچگی درونی بر یکپارچگی مشتری و یکپارچگی تامین کننده تاثیر مثبت دارد. یکپارچگی مشتری بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. همچنین یکپارچگی تامین کننده بر رضایت مشتری و عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد. در نهایت اینکه؛ که رضایت مشتری بر عملکرد مالی تاثیر مثبت دارد.

پیشنهادهای کاربردی

با توجه به نتایج بدست آمده از فرضیات تحقیق پیشنهادهای به شرح زیر ارائه می گردد:

- با توجه به نتایج بدست آمده از تایید فرضیه اول می توان به مدیران شرکت بیمه ایران شهر رشت پیشنهاد می شود که به کارکنان این فرصت داده می شود تا در تصمیماتی که بر واحد سازمانی تاثیر می گذارد مشارکت داشته باشند.
- با توجه به نتایج بدست آمده از تایید فرضیه دوم می توان به مدیران شرکت بیمه ایران شهر رشت پیشنهاد می شود که مدیر به کارکنان کمک می کند تا وظایف خود را به صورت متفاوت از سایرین انجام دهد تا بدین وسیله کارکنان درباره آینده واحد سازمانی امیدوار باشند.
- با توجه به نتایج بدست آمده از تایید فرضیه سوم می توان به مدیران شرکت بیمه ایران شهر رشت پیشنهاد می شود که در صورت لزوم، به منظور بهبود برنامه، تصمیمات جسورانه اتخاذ نموده تا هدفهای جدیدی برای واحد سازمانی خود اتخاذ نماید.
- با توجه به نتایج بدست آمده از تایید فرضیه چهارم می توان به مدیران شرکت بیمه ایران شهر رشت پیشنهاد می شود که با ایجاد فضایی امن و سالم برای کارکنان خود بر میزان وفاداری آنها افزوده و باعث بالابردن میزان عملکرد شرکت خود گردند.

منابع

۱. آذر، عادل، حاجتی، نسیم، ۱۳۹۵، بررسی تاثیر یکپارچگی زنجیره تامین بر رضایت مشتری و عملکرد مالی مطالعه موردی: شرکت شهرک های صنعتی شهراوه، اولین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد، تهران، دفتر کنفدراسیون بین المللی مخترعین جهان در ایران، دانشگاه جامع علمی کاربردی مینو، ۲۲-۱.
۲. بصیری قائمی پسند، سعید، ۱۳۹۸، تاثیر ادغام و روابط زنجیره تامین بر عملکرد تولیدی با در نظر داشتن نقش میانجی قابلیت های نوآورانه فناوری، قابلیت های نوآوران محصول و تجربه مشتری (مورد مطالعه: گروه لبنی کاله)، چهارمین کنفرانس ملی پژوهشهای نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم، کرج، دانشگاه جامع علمی کاربردی - سازمان همیاری شهرداری ها و مرکز توسعه خلاقیت و نوآوری علوم نوین، ۲۴-۱.
۳. تقی دوست، مریم، کلارستاقی، منوچهر، وحدت، داود، ۱۳۹۶، بررسی میزان اثربخشی به اشتراک گذاری اطلاعات در بهبود مدیریت زنجیره تامین، مقاله های همایش های ایران. اولین همایش ملی فناوری اطلاعات و شبکه های کامپیوتری دانشگاه پیام نور، ۱۰-۱.
۴. صالح یحیی زاده، الناز، صالح یحیی زاده، فرناز، ۱۳۹۷، تاثیر یکپارچگی زنجیره تامین بر رضایت مشتری و عملکرد مالی (مطالعه موردی: شرکت های تولیدی استان آذربایجان شرقی)، هفتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، تهران، شرکت ارتباط ارغوان ایرانیان، ۱۱-۱.
۵. ملاحسینی، علی، فرقانی، محمدعلی، مشکدانیان، فاطمه، ۱۳۹۶، تاثیر یکپارچگی زنجیره تامین بر عملکرد عملیاتی گروه بهمن، پایان نامه کارشناسی ارشد وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده علوم اقتصادی.
۶. ناظمی، شمس الدین، خریدار، فاطمه، ۱۳۹۱، تاثیر ابعاد زنجیره تامین یکپارچه بر توانمندیهای رقابتی در صنایع غذایی و آشامیدنی شهر مشهد، دانشگاه فردوسی، ۲۶-۱.
۷. نور بخش، کامران، میر ابراهیم اصفهانی، عباس، وهابی، رقیه، ۱۳۹۱، ارزیابی میزان رضایت مشتریان شرکت ایساکو از خدمات پس از فروش با استفاده از مدل کانو، فصلنامه مدیریت، سال نهم، شماره ۲۵.
8. Brunswicker, S.; Chesbrough, H., 2018, The Adoption of Open Innovation in Large Firms: Practices, Measures, and Risks A survey of large firms examines how firms approach open innovation strategically and manage knowledge flows at the project level. Res. Technol. Manag, 61, 35-45.
9. Klietnik, T.; Misankova, M.; Valaskova, K.; Svabova, L., 2018, Bankruptcy Prevention: New Effort to Reflect on Legal and Social Changes. Sci. Eng., 24, 791-803.

10. Oláh, J.; Karmazin, G.; Pet'o, K.; Popp, J., 2018, Information technology developments of logistics service providers in Hungary. *Int. J. Logist. Res.*, 21, 332–344.
11. Pakurár, Miklós, Haddad, Hossam, Nagy, János, Popp, József, Oláh, Judit, 2019, The Impact of Supply Chain Integration and Internal Control on Financial Performance in the Jordanian Banking Sector, *Sustainability*, 1-20.
12. Qi, Y.; Huo, B.; Wang, Z.; Yeung, H.Y.J., 2017, The impact of operations and supply chain strategies on integration and performance. *Int. J. Prod.*, 185, 162–174.
13. Sroka, W.; Szántó, R., 2018, Corporate Social Responsibility and Business Ethics in Controversial Sectors: Analysis of Research Results. *J. Entrep. Manag. Innov.*, 14, 111–126.
14. Wagner, Stephan M., -Ruyken, Pan Theo Grosse, Erhun, Feryal, 2019, The link between supply chain fit and financial performance of the firm, *Journal of Operations Management* 30, 340–353.
15. Yu, Wantao, Jacobs, Mark A., Salisbury, W. David, Enns, Harvey, 2013, The effects of supply chain integration on customer satisfaction and financial performance: An organizational learning perspective, *Int. J. Production Economics* 146, 346–358.

Investigating the Impact of Supply Chain Integration and Internal Control on Customer Satisfaction and Financial Performance of Iran Rasht Insurance Company

Leila Haghshenas Ghazimahale¹

Date of Receipt: 2020/11/25 Date of Issue: 2020/12/05

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of supply chain integration and internal control on customer satisfaction and financial performance of Iran Rasht Insurance Company. The research method in this research is descriptive survey and in this research both field and library methods were used. Data collection tool was a standard questionnaire that had content validity and the reliability of the questionnaires was calculated through Cronbach's alpha. The total reliability of the questionnaire was higher than 0.7. The statistical population of the study was the employees of Iran Insurance Company in Rasht, whose number is 157 people. Due to the small size of the statistical population, the census method was used and questionnaires were distributed among the entire statistical population. Finally, 151 healthy questionnaires were used to analyze information. Smart PLS3 software was used for data analysis. The results confirm all the hypotheses of the research and it can be said that the integration of supply chain and internal control has a significant effect on customer satisfaction and financial performance among the employees of Iran Insurance Company in Rasht.

Keywords

Supply Chain Integration, Internal Control, Customer Satisfaction, Financial Performance and Iran Rasht City Insurance Company.

1. Corresponding Author: Master of Business Administration (Transformation Management Orientation) (Email: slhany@yahoo.com)