

نقش سرمایه اجتماعی بر مدیریت ریسک بیمه (مطالعه موردی: بیمه البرز)

ناهید بهاروند^۱

۱- دانش آموخته دکتری علوم اقتصادی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران. Nahid_baharvand@semnan.ac.ir

چکیده

در عصر اقتصاد دانش بنیان، اساس فعالیت سازمان های موفق از تولید محوری به سمت دانش محوری انتقال پیدا کرده است. هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر مدیریت ریسک در بیمه البرز نقش میانجی مدیریت دانش با استفاده از تحلیل آماری همبستگی پیرسون و روش رگرسیون گام به گام است. برای این منظور از میان کارکنان بیمه البرز ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج این بررسی حاکی از آن است که میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت ریسک در بیمه البرز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج دیگر نشان می دهند که میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (شبکه ها، ارزش ها، اعتماد، تعهد، روابط، همکاری و فهم متقابل) با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی، مدیریت ریسک، مدیریت دانش، بیمه البرز.

۱- مقدمه

در عصر حاضر که دوره دگرگونی های گسترده است تافلر^۱ بیان می کند که دوره جابجایی قدرت است. موضوع مدیریت دارایی های ملموس و ناملموس سازمان ها از جمله موضوعاتی است که به طور جامع افق تحولات مدیریت را تحت تأثیر خود قرار می دهد (Albats and Podmetina, 2025). به نقل از استوارت^۲ (۱۹۹۷)، سرمایه فکری مجموعه ای از دانش، اطلاعات، دارایی های فکری، تجربه، رقابت و یادگیری سازمانی است که می تواند برای ایجاد ثروت مورد استفاده قرار گیرد. به طور قطع سرمایه فکری کارکنان یک سازمان، دانش سازمانی و توانایی های آن ها را برای ایجاد ارزش افزوده در خواهد گرفت و باعث منافع رقابتی مداوم می گردد.

¹ Tofler

² Stewart

(رحیمی و کریمی، ۱۳۹۰). همچنین استوارت معتقد است که سرمایه انسانی مهم ترین دارایی در هر سازمان است. سه مؤلفه شامل سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری توسط بونتیس و همکاران^۳ (۲۰۰۲) به عنوان ابعاد سرمایه فکری مطرح شده است. برخلاف تصورات رایج، که صرف وجود فناوری را متضمن توسعه می دانستند، دانش و به اشتراک گذاشتن آن در سازمان ها و سرمایه های انسانی تضمین کننده بهبود عملکرد و توسعه است (Filieri et al, 2014).

در عصر اقتصاد دانش بنیان، اساس فعالیت سازمان های موفق از تولیدمحوری به سمت دانش محوری انتقال پیدا کرده است و مدیریت ریسک به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار برای سازمان ها، به ویژه در صنعت خدمات مالی مانند بیمه، نقشی حیاتی ایفا می کند (Kianto et al, 2020). بنابراین، مدیریت ریسک در سازمان، نتیجه سرمایه گذاری هدفمند در فرایند یادگیری و ارتقای مدیریت دانش سرمایه انسانی آن سازمان است.

صنعت بیمه ایران با چالش هایی نظیر ساختار سنتی، فقدان محصولات نوآورانه و فرآیندهای وقت گیر مواجه است^۴. شرکت بیمه البرز به عنوان یکی از قدیمی ترین شرکت های بیمه ای ایران (تأسیس ۱۳۳۶) که سابقه دولتی داشته و در سال ۱۳۸۹ خصوصی سازی شده است، با این چالش ها دست به گریبان است.

ادبیات مدیریت نشان می دهد که سرمایه اجتماعی (شبکه ها، اعتماد و هنجارهای مشترک) و مدیریت دانش (فرآیندهای کسب، تسهیم و ترکیب دانش) دو پیشران کلیدی مدیریت ریسک هستند (ناهاییت و گوشال^۵، ۱۹۹۸). با این حال، مکانیسم های دقیق تأثیر هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی بر نوآوری از طریق مدیریت دانش، به ویژه در بافت سازمان های ایرانی، کمتر مورد واکاوی قرار گرفته است.

علیرغم اهمیت نظریه نهاییت و گوشال (۱۹۹۸) در ادبیات جهانی، تاکنون مطالعه ای به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر مدیریت ریسک از طریق مدیریت دانش در چارچوب این نظریه در صنعت بیمه ایران و به ویژه بیمه البرز انجام نشده است. پژوهش های پیشین داخلی یا به بررسی رابطه دو متغیره پرداخته اند (خانی معصوم آبادی و زهالی، ۱۴۰۰) و یا در سطح خبرگان و بدون آزمون تجربی در یک شرکت خاص انجام شده اند (چگینی و آزاده دل، ۱۴۰۳). از این رو، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این شکاف نظری-تجربی طراحی شده است.

بر این اساس، سوالات پژوهش به شرح زیر تدوین می شوند:

۱. آیا میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟

۲. آیا میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی (شبکه ها، ارزش ها، اعتماد، تعهد، روابط، همکاری و فهم متقابل) با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟

۲- مبانی نظری

³ Bontis et al

⁴ Business Monitor International (2016)

⁵ Nahapiet and Ghoshal

۱-۲- سرمایه اجتماعی

ناهاییت و گوشال (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی را مجموع منابع واقعی و بالقوه‌ای تعریف می‌کنند که از طریق شبکه روابط فرد در اختیار او قرار می‌گیرد. آن‌ها سه بعد برای سرمایه اجتماعی قائل می‌شوند:

۱. بعد ساختاری^۶: شامل الگوهای کلی ارتباطات و شبکه‌ها. وجود پیوندهای ضعیف^۷ متعدد، دسترسی به اطلاعات متنوع را افزایش می‌دهد.

۲. بعد شناختی^۸: شامل زبان مشترک، روایت‌ها و کدهای ارتباطی که درک متقابل را تسهیل می‌کند.

۳. بعد رابطه‌ای^۹: شامل اعتماد، هنجارها و تعهد که انگیزه هم‌کاری را افزایش می‌دهد.

به عقیده طرفداران مکتب فکری دانش‌محور همانند اینکپن^{۱۰} (۱۹۹۸) و زاک^{۱۱} (۱۹۹۹) سرمایه انسانی موجب مزیت رقابتی در سازمان خواهد شد. مهم‌ترین چالش مدیریت سرمایه فکری، واداشتن افراد جهت به اشتراک گذاشتن آنچه می‌دانند، است. این موضوع هم بیشتر پیشینه اجتماعی دارد (امیری، ۲۰۲۴).

ویلانوا و جوسا^{۱۲} (۲۰۰۳)، سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای مدیریتی تعریف می‌کند که شامل هفت مؤلفه است: اعتماد (هنجارها)، ارزش‌های مشترک، روابط، همکاری، تعهد متقابل، فهم متقابل و شبکه‌ها. سرمایه اجتماعی به این ابعاد متکی است و بدون وجود حتی یکی از این ابعاد نیز قابل تصور نمی‌باشد.

۱. **شبکه‌های اجتماعی**: یکی از جنبه‌های بسیار مهم سرمایه اجتماعی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی است و از عوامل توسعه‌دهنده در هویت و خودباوری فرد هستند. از طریق شبکه‌های اجتماعی افراد ارتباطات خود را با دیگران ایجاد می‌کنند. در پیوستن به یک شبکه پیامدهای مهمی به‌ویژه برای افراد تازه وارد در سازمان وجود دارد. کارکنان می‌توانند احترام همکاران خود را از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سازمانی کسب نمایند. تعهد و وفاداری بین اعضا و حمایت سازمانی را شبکه‌ها به‌وجود خواهند آورد (ابیلی و زارع خلیلی، ۱۳۹۱).

۲. **اعتماد**: اعتماد انتظار رفتار منظم، صادقانه و همکارانه از دیگر افراد است که در یک اجتماع بر اساس هنجارها خود را به تصویر می‌کشاند. اعتماد در یک محیط پویا با اطلاعات ناقص با زمینه اولیه صداقت، تمایل به ریسک‌پذیری، همکاری و تلاش در جهت اهداف گروه برابر است (Weber and Weber, 2007; Lati, 2024).

⁶ Structural Dimension

⁷ Weak Ties

⁸ Cognitive Dimension

⁹ Relational Dimension

¹⁰ Inkpen

¹¹ Zack

¹² Vilanova and Josa

۳. **ارزش ها:** سرمایه اجتماعی بر اساس این رویکرد یک پدیده ذهنی است که از مجموعه ارزش ها و نگرش های تعیین کننده افراد درباره نحوه ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. سرمایه اجتماعی بر آن ارزش ها و نگرش های فرهنگی تأکید می کند که افراد را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می سازد و موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می شود و افراد را از محاسبه گران خودخواه، دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف هستند، به اعضای اجتماعی که دارای منافع مشترک درخصوص روابط اجتماعی و حس مشترک، تغییر می دهد (دانش و همکاران، ۱۳۹۹).

۴. **روابط:** ارتباطات میان دو شخص یا گروه که می تواند به شکل های متفاوتی مانند همکاری، مبادله، وصلت و دوستی ظاهر شود را روابط می نامند. وجود روابط عاطفی فراگیر در ساختاردهی سازمان به کارکنان اجازه می دهد به ارزش ها و توانمندی های سازمانی به شیوه های سازمان یافته پاسخ دهند (منوریان، عسگری و آشنا، ۱۳۸۶). روابط اجتماعی، ایجادکننده کانال های اطلاعاتی هستند که میزان زمان و سرمایه گذاری مورد نیاز را برای گردآوری اطلاعات کاهش می دهند (ابیلی و زارع خلیلی، ۱۳۹۱).

۵. **همکاری:** یک عمل جمعی است که اعضای سازمان با دیگران در جامعه یا گروه خود در موارد مشترک اقدام می نمایند. همکاری منجر به تبادل دانش قوی تر، بازتر و واقعی تر می شود. او شرح می دهد دانش در حضور تناسب کوششی توسعه می یابد، تبدالی که در آن کارایی عملکرد گروهی افزایش می یابد (فیلیپری و همکاران، ۲۰۱۴).

۶. **تعهد:** به پیوند روانی فرد یا گروه به سازمان تعریف می گردد که در آن احساس درگیری شغلی، وفاداری و باور به ارزش های سازمان جای دارد. این بعد از سرمایه اجتماعی شامل تصور برهه های اعتباری می باشد که از انتظارات و تعهدات متقابل ناشی شده است. برای این شکل از سرمایه اجتماعی، دو عنصر بسیار حیاتی هستند: سطح اعتماد و محیط اجتماعی که بازپرداخت تعهدات و گسترش میزان واقعی تعهداتی که بر عهده گرفته شده است را تضمین می کند (دهقانان و هورندی، ۱۳۹۹؛ Spellerberg, 2001).

۷. **فهم متقابل:** فهم متقابل همان همدلی است که به عنوان وحدت دل ها از آن یاد می شود. اما بیشتر منظور، پیدا کردن حس مشترک است. فهم متقابل یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی در زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. فهم متقابل به افراد جهت پذیرش انسان دیگر با وجود تفاوت های بسیار با خود کمک شایانی می کند و روابط اجتماعی را بهبود می بخشد. مهارت های مذکور باعث ایجاد دوستی متقابل میان اعضای سازمان می شود و توسعه و بهبود روابط اجتماعی را نتیجه می دهد، به طوری که پیوندهای بین اعضا در این شبکه قوی تر می شود (Mamad et al, 2024).

۲-۲- مدیریت دانش

مدیریت دانش، توانایی سازمان در خلق دانش جدید، انتشار آن در سراسر سازمان و تجسم آن در محصولات، خدمات و سیستم ها است (نوناکا و تاکوچی^{۱۳}، ۱۹۹۵). آلوی و لیدنر^{۱۴} (۲۰۰۱)، مدیریت دانش، فرآیندی نظام مند برای شناسایی، تسخیر، بازیابی، تسهیم و ارزیابی سرمایه فکری سازمان است که با استفاده از فناوری اطلاعات و تعاملات انسانی، ارزش آفرینی بلندمدت را ممکن

¹³ Nonaka and Takeuchi

¹⁴ Alavi and Leidner

می سازد. ویگ^{۱۵} (۲۰۰۱)، مدیریت دانش، برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل فرآیندهای مرتبط با دانش شامل ایجاد ساختارهای دانش، به کارگیری سرمایه دانشی و اشتراک گذاری دانش درون سازمان است. دورانت و همکاران^{۱۶} (۲۰۲۴) در پژوهش خود، مدیریت دانش را رویکردی چندبعدی شامل افراد، فرآیندها، فناوری و فرهنگ است که به سازمان امکان می دهد از دارایی های دانشی خود برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و نوآوری مستمر بهره برداری کند، تعریف می کند.

به طور کلی، مدیریت دانش، فرآیندی نظام مند، چندبعدی و پویا شامل خلق، ذخیره سازی، تسهیم، کاربرد و ارزیابی دانش ضمنی و صریح است که با بهره گیری از سرمایه اجتماعی، فناوری اطلاعات و فرهنگ سازمانی حمایت کننده، زمینه ساز نوآوری و مزیت رقابتی پایدار در سازمان می گردد (افشار و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین، در این پژوهش، مدیریت دانش به پیروی از دیدگاه های آلوی و لیدنر (۲۰۰۱) و دورانت و همکاران (۲۰۲۴)، به عنوان فرآیندی پنج گانه شامل خلق، ذخیره، تسهیم، کاربرد و ارزیابی دانش عملیاتی شده است.

پژوهش های معاصر نشان می دهند که سرمایه اجتماعی از چند مکانیسم کلیدی بر مدیریت دانش تأثیر می گذارد:

الف) تسهیل تسهیم دانش: سرمایه ارتباطی از طریق ایجاد اعتماد، ریسک تسهیم دانش ضمنی و حیاتی را کاهش می دهد. هنگامی که کارکنان به یکدیگر اعتماد داشته باشند، مایل ترند دانش خود را بدون ترس از سوءاستفاده به اشتراک بگذارند.

ب) کاهش هزینه های مبادله: سرمایه ساختاری با ایجاد هنجارهای مشترک و پیش بینی پذیری در روابط، هزینه های جستجو، مذاکره و اجرا در فرآیند تبادل دانش را کاهش می دهد.

ج) افزایش ظرفیت جذب: سرمایه شناختی از طریق ایجاد زبان و چارچوب های تفسیری مشترک، توانایی سازمان در شناسایی، جذب و به کارگیری دانش جدید (ظرفیت جذب) را افزایش می دهد (محمدی و حسینی، ۱۴۰۰).

همچنین، پنگ^{۱۷} (۲۰۲۴) نشان داد که هر دو بُعد ارتباطی و ساختاری سرمایه اجتماعی به طور مثبت بر فرآیندهای مدیریت دانش تأثیر می گذارند و این فرآیندها به نوبه خود رفتار تسهیم و انتقال دانش کارکنان را تقویت می کنند.

۳-۲- مدیریت ریسک در صنعت بیمه

مدیریت ریسک یکی از ارکان اساسی فعالیت شرکت های بیمه است که به شناسایی، ارزیابی، کنترل و پایش ریسک های مؤثر بر عملکرد مالی و عملیاتی سازمان می پردازد. هدف اصلی مدیریت ریسک، کاهش احتمال وقوع زیان های غیرمنتظره، افزایش توانگری مالی و ایجاد ارزش پایدار برای ذی نفعان است. در شرکت های بیمه، مدیریت ریسک علاوه بر پوشش ریسک های بیمه ای، ریسک های عملیاتی، اعتباری، نقدینگی، بازار و ریسک های راهبردی را نیز در بر می گیرد (Rejda & McNamara, 2022).

¹⁵ Wiig

¹⁶ Durrant et al

¹⁷ Peng

با توسعه چارچوب های حاکمیت شرکتی، رویکرد مدیریت ریسک بنگاه^{۱۸} (ERM) به عنوان رویکردی جامع در صنعت بیمه مورد توجه قرار گرفته است. در این رویکرد، تمامی انواع ریسک ها به صورت یکپارچه مدیریت شده و فرآیند تصمیم گیری بر پایه ارزیابی مستمر ریسک و فرصت انجام می شود. استقرار نظام مدیریت ریسک اثربخش، موجب بهبود عملکرد، افزایش توان رقابتی، ارتقای اعتماد ذی نفعان و تقویت پایداری مالی شرکت های بیمه می شود (COSO, 2017).

از منظر نظری، اثربخشی مدیریت ریسک تنها به ابزارهای کمی و مدل های آماری وابسته نیست، بلکه عوامل سازمانی و اجتماعی نیز در موفقیت آن نقش مهمی ایفا می کنند. عواملی مانند اعتماد، همکاری، اشتراک دانش و کیفیت ارتباطات میان کارکنان، فرآیند شناسایی و کنترل ریسک را تسهیل کرده و زمینه تصمیم گیری دقیق تر را فراهم می آورند. از این رو، در سال های اخیر پژوهشگران بر نقش سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از عوامل تقویت کننده مدیریت ریسک در سازمان های مالی و بیمه ای تأکید کرده اند (Aven, 2016; Bromiley et al., 2015).

۳- پیشینه پژوهش

رفوآ و بختیار نصرآبادی (۱۴۰۴)، به بررسی واکاوی پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه پرداختند. این پژوهش با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون نشان می دهد که ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران، برخلاف ادبیات غالب که آن را محرک نوآوری های جهشی می داند، بیشتر منجر به بهبود عملکرد بیمه گری، ارتقای کیفیت تصمیم گیری مدیریتی، توسعه تدریجی دانش و فناوری، افزایش رقابت پذیری و بهبود تجربه مشتری می شود. نکته کلیدی این است که تعمیم ساده الگوهای رایج ظرفیت جذب دانش به صنایع خدماتی تنظیم گری شده می تواند گمراه کننده باشد.

حسن زاده (۱۴۰۱)، به بررسی سرمایه اجتماعی در صنعت بیمه ایران پرداختند. نتایج این بررسی حاکی از آن است که سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمتری از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان ها و جوامع ایفا می کند و شبکه های روابط اجتماعی و گروهی، انسجام بخش میان انسان ها، سازمان ها و انسان ها و سازمان ها با سازمان ها می باشند. در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه ها اثربخشی خود را از دست می دهند. بدون سرمایه اجتماعی پیمودن راه های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی نیز ناهموار و دشوار است.

دانش و همکاران (۱۳۹۹)، به بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران استان کرمانشاه پرداختند. این پژوهش با هدف بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در صنعت بیمه انجام شده است. یافته ها نشان داد که بین سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، بین ابعاد سرمایه اجتماعی (بعد رابطه ای، بعد شناختی و بعد ساختاری) با سرمایه فکری و مدیریت دانش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بر اساس یافته های این پژوهش، سرمایه اجتماعی می تواند به عنوان یکی از قابلیت های سازمان به شمار آید و در خلق و تسهیم دانش موجود در سرمایه های فکری و مدیریت دانش سازمان کمک نماید.

دهقانان و هورندی (۱۳۹۹)، به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش در شرکت های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی با ماهیت پیمایشی است. داده ها با استفاده

¹⁸ Enterprise Risk Management

از پرسشنامه و به روش نمونه گیری تصادفی از شرکت های دانش بنیان فعال در زمینه فناوری اطلاعات جمع آوری شده است. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی و انتقال دانش بر عملکرد نوآورانه شرکت های دانش بنیان ایرانی مؤثرند. همچنین، نقش میانجی گری انتقال دانش در اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه مورد تأیید قرار گرفت.

چابونی و بن^{۱۹} (۲۰۲۶) به بررسی تأثیر قابلیت های مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار پرداختند. این پژوهش با استفاده از داده های ۳۹۱ مدیر از بانک ها و شرکت های بیمه در تونس انجام شده است. نتایج نشان داد که قابلیت های مدیریت دانش (شامل زیرساخت دانش شامل فناوری، ساختار و فرهنگ؛ و فرآیندهای دانش شامل کسب، تبدیل، کاربرد و حفاظت) و نوآوری مدل کسب و کار به طور معناداری عملکرد سازمانی را بهبود می بخشد. همچنین مشخص شد که نوآوری مدل کسب و کار در رابطه بین قابلیت های مدیریت دانش و عملکرد سازمانی نقش میانجی ایفا می کند.

لاتی^{۲۰} (۲۰۲۴)، به بررسی تأثیر ظرفیت جذب دانش بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی نوآوری و استراتژی های رقابتی پرداخت. این پژوهش در شرکت بیمه دانا انجام شده است. نتایج نشان داد که ظرفیت جذب دانش به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق نقش میانجی نوآوری و استراتژی های رقابتی بر عملکرد کسب و کار تأثیر می گذارد. همچنین مشخص شد که تأثیر ظرفیت جذب دانش بر استراتژی های رقابتی بیشتر از تأثیر آن بر سایر متغیرها است و در میان عوامل تأثیرگذار بر عملکرد کسب و کار، استراتژی های رقابتی بیشترین تأثیر را دارند.

ممد و همکاران^{۲۱} (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و بار شناختی بر نوآوری با نقش میانجی قابلیت های پویای مبتنی بر دانش پرداختند. این پژوهش در خوشه های رقابتی مستقر در پارک فناوری کازابلانکا، مراکش انجام شده است. یافته ها نشان داد که تراکم شبکه و اعتماد (به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی) به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق قابلیت های ترکیب دانش بر نوآوری تأثیر معنادار دارند.

فادیل و همکاران^{۲۲} (۲۰۲۲)، به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی و خلق دانش مشارکتی بر نوآوری و چابکی سازمانی با نقش تعدیل گری انعطاف پذیری استراتژیک پرداختند. این پژوهش بر روی ۴۱۴ مدیر و معاون مدیر شرکت های کوچک و متوسط در اندونزی انجام شده است. یافته ها نشان داد که سرمایه اجتماعی به طور معناداری بر خلق دانش مشارکتی، نوآوری و چابکی سازمانی تأثیر می گذارد. در مقابل، خلق دانش مشارکتی تأثیر معناداری بر چابکی سازمانی نداشت. همچنین مشخص شد که انعطاف پذیری استراتژیک، رابطه بین نوآوری و چابکی سازمانی را تعدیل نمی کند.

۴- روش تحقیق

در پژوهش حاضر، از روش آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون گام به گام استفاده شده است. بنابراین، جهت بررسی آزمون فرضیه های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و از رگرسیون چندگانه گام به گام جهت نشان دادن احتمال پیش بینی کنندگی متغیر مدیریت دانش توسط مولفه های سرمایه اجتماعی استفاده شده است.

¹⁹ Chaabouni and Ben Ghanem

²⁰ Fadil et al

برای این منظور جامعه آماری شرکت بیمه البرز انتخاب شد و براساس شاخص های توصیفی، افراد نمونه از ۱۶۲ نفر مرد و ۱۸۸ نفر زن تشکیل می شود که از میان آن ها ۷۴/۸ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۲۲/۲ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۳ درصد دارای مدرک دکتری تخصصی بودند.

فرضیات تحقیق به شرح ذیل تدوین می شوند:

۱. میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد.
۲. میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد.

۴- برآورد مدل

در این قسمت براساس اطلاعات فراهم آمده، به بررسی و تحلیل سؤالات پژوهشی مطرح شده پرداخته می شود. باتوجه به اینکه نرمال بودن توزیع نمونه ها با استفاده از آزمون K-S مورد تأیید قرار گرفته است. در این بخش از آزمون های آماری همبستگی، رگرسیون گام به گام از نوع پارامتریک، استفاده شده است.

در پاسخ به سؤال های تحقیق که آیا میان سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟ و آیا میان ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در بیمه البرز رابطه معناداری وجود دارد؟ از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج همبستگی

رابطه	ضریب همبستگی	جهت همبستگی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی ← مدیریت دانش	۰/۶۴	مثبت	۰/۰۱
شبکه ها ← مدیریت دانش	۰/۴۴	مثبت	۰/۰۱
اعتماد ← مدیریت دانش	۰/۶۹	مثبت	۰/۰۱
روابط ← مدیریت دانش	۰/۵۸	مثبت	۰/۰۱
فهم متقابل ← مدیریت دانش	۰/۵۱	مثبت	۰/۰۱
تعهد ← مدیریت دانش	۰/۵۵	مثبت	۰/۰۱
ارزش های مشترک ← مدیریت دانش	۰/۴۸	مثبت	۰/۰۱
همکاری ← مدیریت دانش	۰/۵۶	مثبت	۰/۰۱

منبع: محاسبات تحقیق

نتایج جدول (۱)، نشان می دهد که میان تمامی روابط همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد به طور که همبستگی میان اعتماد و مدیریت دانش از بقیه روابط شدت قوی تری دارد. به عبارت دیگر وجود هر کدام از ابعاد سرمایه اجتماعی منجر به تقویت مدیریت دانش در بیمه البرز می شود. نتایج فوق با نتایج مطالعات ابیلی و زارع خلیلی (۱۳۹۱)، محمدی و حسینی (۱۴۰۰)، شیخ و همکاران^{۲۱} (۲۰۲۳) و چو و الوارنگ^{۲۲} (۲۰۲۳) همسو می باشند.

²¹ Sheikh et al

²² Choo and Alvarenga

جدول ۲: نتایج رگرسیون گام به گام

گام‌ها	متغیرهای پیشین	R ²	سهم در پیش‌بینی	B	Beta	آماره T	آماره احتمال
۱	شبکه‌ها	۰/۴۶	٪۴۶	۰/۱۹	۰/۵۲	۷/۹۹	۰/۰۰۰
۲	شبکه‌ها	۰/۵۲	٪۹	۰/۱۷	۰/۲۷	۴/۱۰	۰/۰۰۲
	فهم متقابل			۰/۱۵	۰/۶۱	۹/۲۸	۰/۰۰۰
۳	شبکه‌ها	۰/۶۰	٪۴	۰/۱۳	۰/۴۱	۵/۹۱	۰/۰۰۰
	فهم متقابل			۰/۱۶	۰/۲۸	۴/۱۴	۰/۰۰۰
	اعتماد			۰/۰۷	۰/۲۲	۳/۵۲	۰/۰۰۲
۴	شبکه‌ها	۰/۶۳	٪۳	۰/۱۲	۰/۴۶	۵/۸۱	۰/۰۰۱
	فهم متقابل			۰/۱۳	۰/۲۴	۴/۲	۰/۰۰۰
	اعتماد			۰/۰۹	۰/۲۸	۳/۸۳	۰/۰۰۰
	روابط			۰/۱۱	۰/۱۷	۲/۶۵	۰/۰۰۵

منبع: محاسبات تحقیق

جهت بررسی این امر که آیا مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی سازمانی پیش‌بینی‌کننده مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز می‌باشند یا خیر، از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. نتایج جدول (۲)، نشان می‌دهند که از میان ابعاد هفت‌گانه سرمایه اجتماعی سازمانی، تنها ابعاد شبکه‌ها با ضریب بتای ۰/۴۶، بعد فهم متقابل با ضریب بتای ۰/۲۴ و بعد اعتماد با ضریب بتای ۰/۲۸ و در نهایت روابط با ضریب بتای ۰/۱۷ به‌عنوان متغیرهای پیش‌بینی کننده می‌باشند. دیگر ابعاد سهم معنی‌داری در پیش‌بینی مدیریت دانش در بیمه البرز نداشته است. به‌عبارت دیگر در پیش‌بینی مدیریت دانش، سهم ابعاد (ارزش‌ها، تعهد، همکاری) بسیار ناچیز بوده است. همچنین چهار مؤلفه شبکه‌ها، فهم متقابل، اعتماد و روابط در مجموع ۰/۶۳ درصد از واریانس (تغییرات) مدیریت دانش شرکت بیمه البرز را تبیین نمایند.

۶- نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر، نقش سرمایه اجتماعی بر مدیریت ریسک در بیمه البرز با نقش میانجی مدیریت دانش در چارچوب نظریه‌های ناهاپیت و گوشال و ویلانوا و جوسا می‌باشد. نتایج به‌دست‌آمده از رابطه میان متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه البرز در سطح اطمینان ۹۹ درصد نشان می‌دهد که یک رابطه‌ای مثبت و معنادار میان دو متغیر سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش وجود دارد به این معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی سازمانی، فرایندهای مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز به‌طور مؤثر اجرایی خواهند شد. در واقع می‌توان گفت که هر چقدر سطح سرمایه اجتماعی سازمانی بالاتر رود، آن سازمان دانش محورتر خواهند بود.

دیگر نتایج این پژوهش حاکی از آن است که میان ابعاد سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، اعتماد، ارزش‌ها، روابط، همکاری، تعهد و فهم متقابل با متغیر مدیریت ریسک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و فرضیه‌های تحقیق تأیید می‌شوند. ابعاد سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد، شبکه‌ها، روابط و همکاری با تسهیم اثربخش اطلاعات، کنترل تغییر اطلاعات و کاهش هزینه‌های اجرایی و مدیریتی، افراد را به مشارکت و همکاری با یکدیگر و همچنین خلق و تسهیم دانش‌های جدید ترغیب می‌کند، که این امر به نوبه خود فرایندهای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل می‌کند. برای خلق و تسهیم دانش باید سطح بالایی از اعتماد و خوش‌بینی در روابط اعضای سازمان با یکدیگر وجود داشته باشد. روابط مبتنی بر اعتماد موجب شفافیت سیاسی، ارتباطات

مؤثر و مهارت های همکاری می شود (ابیلی و زارع خلیلی، ۱۳۹۱؛ منوریان، عسگری و آشنا ۱۳۸۶) که در نهایت منجر به بهبود مدیریت ریسک می شوند.

در واقع می توان گفت که تمام عواملی که مشوق و محرک اعتماد بین فردی و سازمانی و همچنین توسعه شبکه ها و روابط میان افراد یا برعکس مانع این اعتمادسازی و روابط باشند، بر استقرار و توسعه سیستم مدیریت دانش در سازمان تأثیرگذار خواهند بود. بنابراین توصیه می شود که

اول، به تقویت اعتماد سازمانی از طریق افزایش شفافیت در تصمیم گیری، پاسخگویی مدیران و اطلاع رسانی دقیق به کارکنان و ذی نفعان و همچنین تقویت ارتباط با ذی نفعان خارجی (بیمه گذاران، نمایندگان، کارگزاران و نهادهای ناظر) پرداخته شود. دوم، سرمایه گذاری در آموزش و فرهنگ مدیریت ریسک با تمرکز بر کار تیمی، مسئولیت پذیری و اعتماد متقابل صورت پذیرد. سوم، تدوین شاخص های سرمایه اجتماعی و گنجاندن آن ها در نظام ارزیابی عملکرد و حاکمیت شرکتی در شرکت بیمه البرز در دستور کار قرار گیرد. چهارم، حمایت نهاد ناظر شرکت بیمه البرز از تدوین دستورالعمل هایی که شاخص های سرمایه اجتماعی را در چارچوب مدیریت ریسک سازمانی مدنظر قرار دهد.

۷- مراجع

ابیلی، خدایار؛ زارع خلیلی، مجتبی. (۱۳۹۲). رابطه بین سرمایه اجتماعی سازمانی با مدیریت دانش در یک شرکت بیمه دولتی، پژوهشنامه بیمه، ۲(۲)، ۱۶۰-۱۴۸.

افشار، مهدی؛ عسکری ماسوله، سعید؛ محمدی، مینا. (۱۳۹۲). بررسی چگونگی ارتباط گرایش به کارآفرینی سازمانی با مدیریت دانش در شرکت بیمه البرز. کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، تهران، ۱-۲۶.

حسن زاده، وحید، ۱۴۰۱، بررسی سرمایه اجتماعی در صنعت بیمه، اولین کنفرانس بین المللی پژوهش های کاربردی در علوم انسانی، اقتصاد، مدیریت و حسابداری، <https://civilica.com/doc/1590749>

دانش، فرشید؛ کاظمی علیشاهی، حمید، رحیمی؛ صالح؛ سهیلی، فرامرز. (۱۳۹۹). رابطه سرمایه اجتماعی با سرمایه فکری و مدیریت دانش در بیمه ایران. پژوهشنامه مدیریت تحول، ۱۱۲(۱)، ۸۹-۱۱۰.

دهقانان، حامد؛ هورندی، عطاء اله. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد نوآورانه با تأکید بر نقش میانجی انتقال دانش (مطالعه موردی شرکت های دانش بنیان ایرانی فعال در حوزه فناوری اطلاعات). مدیریت نوآوری، ۹(۲)، ۱-۲۴.

رحیمی، محمد؛ کریمی، زهرا. (۱۳۹۰). سرمایه اجتماعی سازمانی: ابزار دانش پروری (مورد: شرکت بیمه البرز). هجدهمین همایش ملی و چهارمین سمینار بین المللی بیمه و توسعه، تهران، ۱-۱۲.

رفوآ، شبنم؛ بختیار نصرآبادی، حسینعلی. (۱۴۰۴). واکاوی پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه. پژوهشنامه بیمه.

سلطانی، محمد؛ رحیمی، علی؛ کریمی، سجاد. (۱۳۹۸). بررسی و تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی بر نوآوری با تأکید بر نقش میانجی مدیریت دانش. فصلنامه علوم مدیریت ایران، ۱۴(۵۴)، ۴۵-۶۸.

محمدی، رضا؛ حسینی، سعید. (۱۴۰۰). ارزیابی تأثیر مدیریت دانش بر سرمایه های منابع انسانی در شرکت بیمه البرز. پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، ۳(۷)، ۴۵-۶۲.

- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Albats, E., & Podmetina, D. (2025). Managing knowledge for open innovation: A systematic literature review and future research agenda. *Technovation*, 139, 103118.
- Argote, L., & Miron-Spektor, E. (2011). Organizational learning: From experience to knowledge. *Organization Science*, 22(5), 1123-1137.
- Aven, T. (2016). Risk Assessment and Risk Management: Review of Recent Advances on Their Foundation. *European Journal of Operational Research*, 253(1), 1–13.
- Ben Ghanem, S., & Chaabouni, J. (2026). The impact of knowledge management capabilities on organizational performance: The mediating role of business model innovation. *Journal of Knowledge Management*, 30(2), 401-425.
- Bromiley, P., McShane, M., Nair, A., & Rustambekov, E. (2015). Enterprise Risk Management: Review, Critique, and Research Directions. *Long Range Planning*, 48(4), 265–276.
- Capolupo, P. (2024). Mapping research on knowledge management in family firms: a bibliometric analysis. *Journal of Knowledge Management*, 28(9), 2564-2589.
- Choo, C. W., & Alvarenga Neto, R. C. D. (2023). Beyond the ba: Enabling conditions for knowledge creation. *Journal of Knowledge Management*.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (2017). *Enterprise Risk Management—Integrating with Strategy and Performance*.
- Durrant, M., et al. (2024). Knowledge management in the digital age. *Journal of Knowledge Management*, 28(5), 1289- 1306.
- Durrant, M., et al. (2024). Knowledge management in the digital age. *Journal of Knowledge Management*, 28(5), 1289-1306.
- Fadil, D. A., Indarti, N., & Wibowo, A. (2022). The effect of social capital on innovation and organizational agility through collaborative knowledge creation: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(5), 721-744.
- Jiang, W., Li, Y., & Wang, X. (2024). AI-Driven Dynamic Knowledge Innovation: Social Capital and Cognitive Pathways in Financial Industry Innovation. In *Proceedings of ICAIDM 2024*. Atlantis Press.
- KMWorld. (2025). *State of Knowledge Management Report 2025*. KMWorld Publishing.
- Lati, M. (2024). The effect of knowledge absorption capacity on business performance: The mediating role of innovation and competitive strategies. *Iranian Journal of Insurance Research (Bimah)*, 15(1), 45-68.
- Mamad, D., Kacim, I., & El Abboubi, M. (2024). Investigating the influence of social capital and cognitive load on innovation: The mediating role of knowledge-based dynamic capabilities. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(3), 1-28.
- Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). Artificial intelligence capability: Conceptualization, measurement calibration, and empirical study on its impact on organizational creativity and firm performance. *Information & Management*, 58(3), 103434.

- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nonaka, I., & Konno, N. (1998). The concept of "ba": Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*, 40(3), 40-54.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Obeidat, A. M., Khaddam, A. A., Alzghoul, A., Al Afeshat, M. T. M., & Al Ghizzawi, M. (2026). How business intelligence shapes service innovation: Knowledge sharing as a mediator and culture as a moderator in the Jordanian context. *Paradigm*, 1(1).
- Owens, E., Sheehan, B., Mullins, M., Cunneen, M., Ressel, J., & Castignani, G. (2022). Explainable Artificial Intelligence (XAI) in insurance. *Patterns*, 3(7), 100362.
- Peng, M. Y. P. (2024). Breaking down barriers: exploring the impact of social capital on knowledge sharing and transfer in the workplace. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-12.
- Razia, A. S., Alkababji, M. W., Ruzieh, A. S., Awwad, B. S., & Razia, B. S. (2024). Competitive Advantage in Light of AI to Achieve Innovative as a Key of the SDGs: Palestinian Insurance Industry. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, e01870.
- Rejda, G. E., & McNamara, M. J. (2022). *Principles of Risk Management and Insurance* (14th ed.). Pearson.
- Roxas, B. (2008). Social capital for knowledge management: The case of SMEs in the Asia-Pacific Region. *Asian Academy of Management Journal*, 13(2), 57-77.
- Seyyed Amiri, N., et al. (2024). Social capital and entrepreneurship: The mediatory role of innovation. *HUMAK Finna*.
- Sheikh, H., Prins, C., & Schrijvers, E. (2023). Artificial Intelligence: Definition and Background. In *Mission AI* (pp. 15-41). Springer, Cham.
- Spellerberg, A., (2001). *Framework for the measurement of social capital in New Zealand*. Published by Statistics New Zealand, The Taritatau, Wellington, New Zealand.
- Vilanova, E.P.; Josa, R.T., (2003). Social capital as a managerial phenomenon. Working Paper, Tampere University of Technology.
- Weber, B.; Weber, C.H., (2007). Corporate venture capital as a means of radical innovation: Relational fit, Social capital, and knowledge transfer. *Journal of Engineering &Tecnology* .01.001.
- Wiig, K. M. (2001). Knowledge management: an emerging discipline rooted in a long history. *Knowledge Management and Business Model Innovation*, 3-32.
- Wikaningrum, T., & Kartikasari, L. (2023). Integration of talent management and knowledge management for enhancing innovation performance. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(2), 331-348.