

تاملی بر بهبود تصمیمات استراتژیک مدیران شرکت‌های بیمه در پرتوی سرمایه‌گذاری با واسطه‌گری مدیریت دانش استراتژیک

عباس نجفی^۱، ایمان عزیزی*^۲، حسین ترابی^۳

^۱ مدیر منطقه مرکزی شرکت بیمه پارسیان.

^۲ رئیس شعبه شهرکرد شرکت بیمه پارسیان.

^۳ رئیس شعبه بوشهر شرکت بیمه حافظ.

* نویسنده مسئول: دکتر ایمان عزیزی

چکیده

سرمایه‌گذاری ارزی غیرقابل لمس برای سازمان است که افراد (سرمایه انسانی)، روابط (سرمایه ارتباطی) و دارایی‌های فیزیکی (سرمایه ساختاری) را شامل می‌شود. در عصر رقابت جهانی، سرمایه‌گذاری فکری مزیت اصلی شرکت در دستیابی به اهداف مدیریت عملکرد در یک سازمان است و می‌تواند بر بهبود تصمیمات استراتژیک شرکت موثر باشد. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی تاملی بر بهبود تصمیمات استراتژیک مدیران شرکت‌های بیمه در پرتوی سرمایه‌گذاری با واسطه‌گری مدیریت دانش استراتژیک انجام پذیرفته است. روش تحقیق بکارگرفته در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بوده و برای سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران ارشد شرکت‌های بیمه بوده که تعداد آنها برابر ۳۰۰ نفر می‌باشد که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر ۱۶۹ نفر برآورد شده است. روایی ابزار پژوهش بصورت محتوایی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته است. جهت پاسخ به سوالات و بررسی فرضیات تحقیق با نرم افزار Smart-PLS از روش معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده گردید. نتایج تجربی تحقیق حاضر مشخص ساخت که ابعاد سرمایه‌گذاری فکری شامل (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه‌ای) با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک بر تصمیمات استراتژیک تاثیر مثبت و معنی‌داری دارند. نتایج تجربی نیز تأیید کردند که سرمایه ساختاری از بین ابعاد سرمایه‌گذاری فکری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک بیشترین تاثیر را بر بهبود تصمیمات استراتژیک دارد.

واژگان کلیدی: سرمایه‌گذاری فکری، مدیریت دانش استراتژیک، تصمیمات استراتژیک، شرکت‌های بیمه.

مقدمه

اقتصاد دانش کنونی، شرکت‌ها را ملزم به ایجاد ساختارهای تجاری جدید و مفاهیم جدید برای مدیریت منابع خود می‌کند تا رقابتی باقی بمانند. در دنیای تجارت امروزی رقابت بسیار سخت و شدید است و خریداران و مشتریان بسیار آگاهانه‌تر از گذشته تصمیم می‌گیرند. همچنین فضای کسب و کار مدرن کاملاً پویا شده است و شرکت‌ها و سازمان‌های تجاری با تغییرات زیادی روبرو هستند (لام و همکاران، ۲۰۲۱). بقای بسیاری از کسب و کارها به تمایل و توانایی آن‌ها در سازگاری با چنین تغییراتی بستگی دارد. محیط رقابتی نیازمند تصمیمات استراتژیک و مهم است (فرانیتا و همکاران، ۲۰۲۰). تصمیم‌گیری استراتژیک فرایندی است خاص شامل انتخاب یک راه و یک روش از میان دو یا چند روش موجود. هر چه سازمان‌ها بزرگ‌تر و پیچیده‌تر و هر قدر با محیط‌های نامطمئن‌تری روبه‌رو می‌شوند، کار تصمیم‌گیری استراتژیک دشوارتر و پیچیده‌تر می‌شود. تصمیم‌گیری استراتژیک در حقیقت تامین منابع انسانی، تهیه پیش‌نیازهای و ایجاد و خلق طیفی از تصمیمات با اهمیت بالا و پایین می‌باشد (فاروق و همکاران، ۲۰۲۱). در اینجا است که کسب و کارهای مختلف، با هر اندازه‌ای و فعال در هر حوزه‌ای، از طریق سرمایه‌فکری می‌توانند به سرعت خود را با تغییرات تطبیق دهند، تصمیمات استراتژیک مطلوب اتخاذ نمایند و در صحنه رقابت باقی بمانند.

منظور از سرمایه‌فکری، دانش کارکنان، مهارت‌ها، آموزش‌ها یا هر گونه اطلاعات اختصاصی دیگری است که ممکن است برای اهداف تجاری و ایجاد درآمد و پول‌سازی به کار گرفته شود و یا مزیت رقابتی برای شرکت ایجاد کند (اسمیتی و داس، ۲۰۱۸). به عبارت دیگر، سرمایه‌فکری جزو دارایی‌های یک شرکت محسوب می‌شود زیرا منابع اطلاعاتی است که شرکت می‌تواند از آن برای کسب سود، جذب مشتری، ایجاد محصول جدید، ارتقای محصول موجود یا بهبود کسب و کار خود بهره‌برد. سرمایه‌فکری یک منبع مهم و یک عامل کلیدی در موفقیت اقتصادی و ایجاد ارزش در یک کسب و کار محسوب می‌شود (نیواش و همکاران، ۲۰۲۲). سرمایه‌فکری یک محرک ارزش‌ناشده در سازمان‌ها و شرکت‌ها است که منافع آتی آن‌ها را تضمین می‌کند و به دلیل نوآوری‌هایی که به لطف فناوری‌های جدید به وجود می‌آیند، به منبعی برای ایجاد مزیت رقابتی تبدیل شده است (قراشی و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه‌فکری به عنوان یک اصطلاح در دهه‌های گذشته ظهور کرد و شامل استعدادها، مهارت‌ها، دانش فنی، روابط و ماشین‌ها هستند که می‌توانند به ارزش تبدیل شوند. مجموع همه چیزهایی است که همه افراد در سازمان می‌دانند و می‌توانند منجر به مزیت رقابتی گردد. سرمایه‌فکری به سرمایه‌ساختاری، سرمایه‌انسانی و سرمایه‌رابطه‌ای تقسیم می‌شود که سرمایه‌ساختاری در سیستم‌ها، الگوها و پایگاه‌های داده‌ی نشان داده می‌شود، سرمایه‌انسانی که در آموزش و تجربه نمایان می‌شود و سرمایه‌رابطه‌ای که در قراردادهای وفاداری و برند نشان داده می‌شود (الرواد و همکاران، ۲۰۲۰).

آخرین رویکردهای مدیریت استراتژیک تمایل دارند تا اتحادهای استراتژیک (به عنوان منابع دانش) و سرمایه‌فکری (سرمایه انسانی، ساختاری و رابطه‌ای) را به عنوان منابع اصلی برای مزیت رقابتی پایدار در نظر بگیرند (فریرا و همکاران، ۲۰۱۶). در دنیایی که به طور فزاینده جهانی شده است، بقای مدیریت کسب و کار به مدیریت دانش استراتژیک آنها بستگی دارد که نتیجه اطلاعات و سیستم‌های دانش آنها، مهارت‌های کارکنان و نحوه ارتباط آنها با ذینفعان آن است (هایائین و همکاران، ۲۰۲۱). مدیریت دانش استراتژیک (SKM) به فرآیندها و زیرساخت‌هایی که سازمان‌ها برای دستیابی، ایجاد و به اشتراک گذاشتن دانش برای تدوین استراتژی و تصمیم‌گیری استراتژیک استفاده می‌کنند، مربوط می‌شود (مد بایل و همکاران، ۲۰۲۲). استراتژی دانش رویکرد کلی را تعریف می‌کند که یک سازمان قصد دارد منابع و

1. Lam et al
2. Feranita et al
3. Farooq et al
4. Smriti & Das
5. Niwash et al
6. Qurashi et al
7. Alrowwad et al
8. Hayaeian et al
9. Md Billal et al

قابلیت های دانش خود را با الزامات فکری استراتژی خود هماهنگ کند. یک نگرش استراتژیک برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار ضروری است. آنچه امروزه سازمانها را رقابت پذیر می کند، مدیریت اثربخش دانش و دیگر دارایی های نامشهود، مانند سرمایه های فکری آنهاست (کورداب و همکاران؛ ۲۰۲۰). با وجود اهمیت آن ولیکن تاکنون پژوهشی به بررسی نقش مدیریت دانش استراتژیک در تاثیر سرمایه فکری بر بهبود تصمیمات استراتژیک نپرداخته است. بنابراین به منظور رفع این خلغ پژوهشی مساله اصلی این تحقیق این است که سرمایه فکری چگونه بر بهبود تصمیمات استراتژیک موثر است و نقش مدیریت دانش استراتژیک در این ارتباط چگونه است؟

۲. مبانی نظری

۱-۲. تصمیم گیری استراتژیک

تصمیم به معنای انتخاب خودآگاه است که به فرد امکان می دهد تا بر اساس مجموعه ای از شرایط داده شده نحوه رفتار و طرز فکر خاص آن مجموعه بررسی و سپس یک گزینه، مقبول واقع شود و سپس اجرا گردد (لام و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه، با افزایش سرعت و پیچیدگی در محیط کسب و کار، در شرکت ها به رویکردی جدید نیاز است که پیش بینی و تفسیر روندها و همچنین استفاده از بینش به دست آمده را برای دستیابی به تصمیمات استراتژیک و در نهایت مزیت رقابتی ممکن کند (هوگلند و روهربک، ۲۰۱۸). در محیط های کسب و کار فعلی، بیش از پیش، به سطح بالایی از پاسخ های مدیریتی و تغییرات استراتژیک نیاز است. این گونه بیان شده است که تغییر تنها چیزی است که پایدار است، زیرا، در این بافت و با این شرایط، بی ثباتی و درج ذل خطرناک ترین استراتژی است (رانندی و لیونز، ۲۰۲۱). از این رو، ضرورت دارد که سازمان ها، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم، برای حفظ بقاء، خود را با تغییراتی که سازمان را تهدید می کند، تطبیق دهند. در بازارهای رقابتی به توسعه و بهبود انعطاف پذیری، و نیز پاسخ گویی سازمان، نیاز فراوانی وجود دارد. بسیاری از سازمان ها با رقابت فزاینده پایدار و نامطمئنی روبه رو هستند. این رقابت به سبب نوآوری های فناورانه، تغییر محیط های بازاری و نیازهای در حال تغییر مشتریان، شدت یافته است (لون و همکاران، ۲۰۲۰). این وضعیت بحرانی موجب اصلاحات عمده ای در چشم انداز استراتژیک سازمان، اولویت های کسب و کار و بازبینی در الگوهای سنتی و حتی الگوهای نسبتا جدیدتر شده است. در این موقعیت پیچیده و به سرعت در حال تغییر، از یک سو، نارسایی ها و ضعف های رویکردهای سنتی مدیریت استراتژیک در برخورد با حلقه های ناپیوسته موجود بین سازمان و محیطش آشکار شده است، و از سوی دیگر، به الگوی ذهنی استراتژیک، نیاز شده است (کنها و همکاران، ۲۰۲۰).

۲-۲. سرمایه فکری و تصمیمات استراتژیک

در محیط کسب و کار فعلی، سرمایه فکری به عنوان یکی از مهم ترین عوامل رشد و رقابت در سازمان ها برجسته می شود. ماهیت نامشهود سرمایه فکری، ارزش گذاری آن را با چالش مواجه می کند. با این حال، رویکردهای مرسوم برای تعریف و توصیف سرمایه فکری شامل افزایش قابلیت های ارزش آفرینی سازمان، و همچنین تقویت مزیت رقابتی و موفقیت کلی آن است. سرمایه فکری نقشی محوری در تولید ثروت و سایر دارایی های ارزش دارد. در یک زمینه تجاری، سرمایه فکری شامل ایده ها و نوآوری است که به طور قابل توجهی آینده یک شرکت را شکل می دهد. در گذشته عوامل مالی و مرتبط با هزینه به عنوان محرک های کلیدی عملکرد سازمانی تلقی می شدند (نیواش و همکاران، ۲۰۲۲). با این وجود، پژوهش های معاصر معتقدند که موفقیت کسب و کارها، شرکت ها و سازمان ها بر سرمایه فکری متمرکز است که به طور قابل توجهی به عملکرد آنها کمک می کند

سرمایه فکری تأثیر قابل توجهی بر مزیت رقابتی در صنایع مختلف دارد. مطالعات نشان داده است که سرمایه فکری، از جمله سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای، نقش مهمی در افزایش مزیت رقابتی ایفا می کند. انباشت سرمایه فکری می تواند منجر

1. Kordab et al
2. Højland and Rohrbeck
3. Roundy & Lyons
4. Loon et al
5. Cunha et al
6. Niwash et al

به افزایش قیمت بازار سهام و ارزش شرکت شود. علاوه بر این، مشخص شده است که سرمایه فکری و مدیریت دانش به طور قابل توجهی نوآوری و مزیت رقابتی را در صنعت تولید تعیین می کند (الرواد و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین، سرمایه فکری در حال تبدیل شدن به یکی از ویژگی های بارز در عصر کنونی، عصر انقلاب دانش و انقلاب فناوری هوشمند است. در واقع داده ها، فناوری، سرمایه فکری و ابزارهای هوش تجاری اجزایی هستند که بدون آنها استفاده از اطلاعات در فرآیند تصمیم گیری غیرممکن خواهد بود. از سوی دیگر، استفاده از چنین داده هایی مستلزم دانش و مهارت های خاصی است که در سرمایه فکری نهفته است (جوریس، ۲۰۲۰).

۲-۳. سرمایه فکری و مدیریت دانش استراتژیک

بهره برداری از توان فکری و توانمندی های ذهنی کارکنان سازمان که به عنوان سرمایه نهفته از آن نام می برند نیازمند به وجود آمدن ساختارهایی است که بتواند عملکرد شغلی کارکنان سازمان را در راستای تحقق اهداف فعلی و آینده سازمان سوق دهد (لام و همکاران، ۲۰۲۱). مدیریت دانش رویکردی استراتژیک در سازمان های امروزی است که در فضایی با نرخ سریع تغییرات و رقابت فزاینده فعالیت می کنند و می تواند راهگشای حل مشکلات و تحقق اهداف استراتژیک آنها باشد. در دنیایی که به خاطر جهانی شدن، دچار تغییرات سریع و اجتناب ناپذیری است، اقتصاد به سمت اقتصاد دانش محور حرکت کرده است. بسیاری از معادلات کنونی کشورها را با چالش مواجه ساخته که این امر، خود حاصل فناوری اطلاعات و ارتباطات است (هایائین و همکاران، ۲۰۲۱). سازمان های نوین، اهمیت بیشتری جهت درک، انطباق پذیری و مدیریت تغییرات محیط پیرامون قائل هستند. در کسب و به کارگیری دانش و اطلاعات روزآمد به منظور بهبود عملیات و ارائه خدمات و محصولات مطلوبتر به افراد پیشی گرفته اند. چنین سازمان هایی نیازمند به کارگیری سبک جدیدی از مدیریت به نام مدیریت دانش استراتژیک می باشند (لام و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۴. سرمایه فکری، مدیریت دانش استراتژیک و تصمیمات استراتژیک

سرمایه فکری قادر به سازگاری با چالشهای محیط غیرقابل پیش بینی در اقتصاد دانش محور است؛ زیرا برخی از مبانی نظری سرمایه فکری از کانون درونی تئوری شایستگی اصلی سرچشمه می گیرند (فراشی و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه فکری به انتقال کانون استراتژیک سازمانها به منابع فکری، شامل: دانش، مهارتها و تجربه کمک می کند و این برای سازمانها مهم است؛ زیرا فعالیتها و تغییرهای استراتژیکی که در سازمانها انجام می شوند به طور عمده از راه ابتکارهای درونی کارکنان و داوطلبان هدایت می شوند تا نیروهای خارجی. بنابراین احتمالاً مقاومت در برابر آن فعالیتها و تغییرات استراتژیک از طرف کارکنان و داوطلبان کمتر خواهد شد (نیوآش و همکاران، ۲۰۲۲). سرمایه فکری ارزش دانش کارکنان، مهارت ها، آموزش های تجاری یا هر گونه اطلاعات اختصاصی است که ممکن است مزیت رقابتی برای شرکت ایجاد کند (اسمیتی و داس، ۲۰۱۸). سرمایه فکری یک دارایی در نظر گرفته می شود و می توان آن را به عنوان مجموعه ای از تمام منابع اطلاعاتی که یک شرکت در اختیار دارد تعریف کرد که می تواند برای افزایش سود، به دست آوردن مشتریان جدید، ایجاد محصولات جدید، یا در غیر این صورت بهبود کسب و کار مورد استفاده قرار گیرد. این مجموع تخصص کارکنان، فرآیندهای سازمانی و سایر موارد نامشهود است که به سود یک شرکت کمک می کند (اوپونگ و پاتایاناک، ۲۰۱۹).

در یک محیط پویا، دانش منبعی حیاتی برای خلق ارزش و توسعه و حفظ مزیت رقابتی است. اما تغییرات سریع در محیطها، تکنولوژی ها و قوانین رقابتی باعث میشود که سازمانها نتوانند در تولید دانش به خودکفایی برسند. داشتن یک رویکرد داخلی نسبت به خلق دانش که سازمان را مجاب به تکیه بر منابع خود در تولید دانش می نماید؛ به تنهایی نمی تواند پاسخگوی نیاز سازمانها باشد و نیازمند سرمایه فکری و رویکرد استراتژیک و همجانبه است (هایائین و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین، ارتباط بین توسعه، تجمع و توزیع دانش و عملکرد، احتمالاً

1. Alrowwad et al

2 Juric

3 . Oppong & Pattanayak

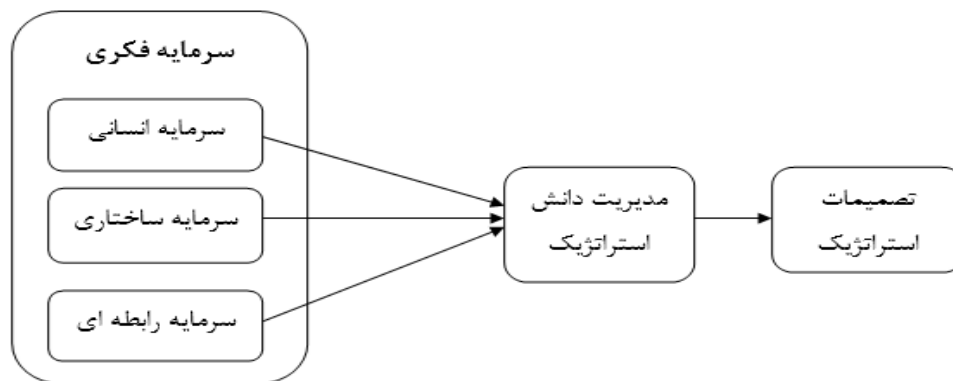
4 Hayaeian et al

غیر مستقیم خواهد بود. توجه بر سرمایه‌های سازمان بخصوص سرمایه فکری که یک سرمایه بسیار مفید برای رشد سازمان‌ها محسوب و توجه به آن، باعث افزایش عملکرد سازمان می‌شود (نیواش و همکاران، ۲۰۲۲).

توسعه تفکر مدیریت استراتژیک از هر لحاظ تا اندازه‌ای از اهمیت نقش اقتصادی دانش تاثیر می‌پذیرد. سازمانهایی که می‌توانند از دانش و به گونه‌ای قابل ملاحظه از دانش ضمنی استفاده موثر کنند به احتمال زیاد منابع و قابلیت‌های سنتی خود را در روشهای جدید و مجزا که نسبت به رقبایشان ارزش بیشتری برای مشتریان خود ارائه کرده، هماهنگ و ترکیب می‌کنند (فاروق و همکاران، ۲۰۲۱). بنابراین با توجه به مباحث مطرح شده بهره برداری از سرمایه فکری و مدیریت دانش استراتژیک جهت بهبود تصمیمات استراتژیک و نتایج متعاقب آن بسیار ارزشمند است.

۲-۵. مدل مفهومی تحقیق

چارچوب مفهومی به کار گرفته شده در این مطالعه بر اساس تحقیقات قبلی است و تأثیر متقابل بین عواملی را که نسبت به مشکل در دست مهم تلقی می‌شوند، فرض می‌کند. این تحقیق فرضیه‌های متعددی را در رابطه با روابط مستقیم و مثبتی که بین متغیرهای مختلف وجود دارد ارائه کرده است. این فرضیه‌ها به طور خاص تاثیر سرمایه فکری بر بهبود تصمیمات استراتژیک را بررسی می‌کنند و مدیریت دانش استراتژیک این رابطه را میانجی می‌کند. برای بررسی این فرضیه‌ها، یک مدل مفهومی به عنوان یک ابزار تحلیلی موثر اتخاذ شده است که به وضوح متغیرها و روابط متقابل آنها را نشان می‌دهد. محققان می‌توانند از این مدل برای ارائه یافته‌های خود به شیوه ای منطقی و علمی استفاده کنند.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

۲-۶. فرضیه‌های پژوهش

با توجه به ادبیات و مدل مفهومی پژوهش لذا فرضیات به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱. سرمایه انسانی از ابعاد سرمایه فکری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک منجر به بهبود تصمیمات استراتژیک شرکت‌های بیمه می‌گردد.
۲. سرمایه ساختاری از ابعاد سرمایه فکری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک منجر به بهبود تصمیمات استراتژیک شرکت‌های بیمه می‌گردد.
۳. سرمایه رابطه‌ای از ابعاد سرمایه فکری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک منجر به بهبود تصمیمات استراتژیک شرکت‌های بیمه می‌گردد.

¹ . Farooq et al

۳. روش‌شناسی تحقیق

از نظر روش‌شناسی این تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی می‌باشد. تحقیق حاضر بر اساس چگونگی بدست آوردن داده‌های مورد نیاز و از نظر طبقه بندی تحقیقات با توجه به هدف آنها، در زمره‌ی تحقیقات توصیفی قرار دارد. این پژوهش از حیث نوع کاربردی و از حیث روش توصیفی-پیمایشی است.

در این پژوهش به جهت تدوین مبانی، تعاریف و مفاهیم نظری از منابع کتابخانه مشتمل بر اسناد، کتب و مقالات علمی موجود استفاده شده همچنین به جهت جمع آوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیات تحقیق از پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. پرسشنامه سرمایه فکری نگارش شده توسط نیواش و همکاران (۲۰۲۲)، پرسشنامه تصمیمات استراتژیک نگارش شده توسط فاروق و همکاران (۲۰۲۱) و پرسشنامه مدیریت دانش استراتژیک نگارش شده توسط هیائین و همکاران (۲۰۲۱) در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است.

پرسشنامه این تحقیق به جهت روایی محتوا در معرض قضاوت چند تن از خبرگان و اساتید مدیریت بازرگانی و بازاریابی مشغول به کار در دانشگاه‌ها قرار گرفت و پس از انجام برخی اصلاحات و اخذ تأیید از آن اساتید به جهت اطمینان بالاتر و قابل قبول بودن روایی صوری آن حدود ۳۰ عدد پرسشنامه در جامعه آماری توزیع گردید و در ابتدا درک تعدادی از سوالات برای پاسخ دهندگان مقدور نبود و پس از چندین بار ترجمه روان متن و حذف تعدادی از سوالات، پرسشنامه از روایی صوری کافی برخوردار گردید و نهایتاً از پرسشنامه مورد توافق به عنوان ابزار جمع آوری داده‌ها استفاده شد.

در این تحقیق جامعه هدف کلیه مدیران ارشد شرکت‌های بیمه است که تعداد آنها حدود ۳۰۰ نفر می‌باشد. با توجه به اینکه حجم جامعه آماری محدود و برابر با ۳۰۰ نفر می‌باشد برای انتخاب حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است. بنابراین تعداد نمونه مورد بررسی در این پژوهش برابر با ۱۶۹ نفر می‌باشد.

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با کمک روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار PLS، جهت آزمون فرضیات و صحت مدل استفاده شده است. پی‌ال‌اس نگرشی مبتنی بر واریانس است که در مقایسه با تکنیک‌های مشابه معادلات ساختاری همچون لیزرل و آموس نیاز به شروط کمتری دارد (لیجاندر و همکاران، ۲۰۰۹). مزیت اصلی آن در این است که این نوع مدل‌سازی نسبت به لیزرل به تعداد کمتری از نمونه نیاز دارد (ویکسوم و واتسون، ۲۰۰۱). همچنین به عنوان متدی قدرتمند در شرایطی که تعداد نمونه‌ها و آیتم‌های اندازه‌گیری محدود است و توزیع متغیرها می‌تواند نامعین باشد مطرح می‌شود (هایر و همکاران، ۲۰۱۰). مدل‌سازی پی‌ال‌اس در دو مرحله انجام می‌شود. در اولین مرحله، مدل اندازه‌گیری بایستی از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عامل تأییدی بررسی شود و در دومین مرحله، مدل ساختاری به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها و تعیین شاخص‌های برازش مدل بررسی شود (هولاند، ۱۹۹۹).

۴-۱. مرحله اول: مدل اندازه‌گیری^۵

آزمون مدل اندازه‌گیری، مربوط به بررسی روایی و پایایی ابزارهای اندازه‌گیری است.

۴-۱-۱. روایی

برای بررسی پایایی پرسش‌نامه علاوه بر ضریب آلفای کرونباخ^۶ که در جدول شماره ۱ ارائه شده است و مؤید پایایی مناسب پرسش‌نامه است، از روش PLS نیز استفاده شده است. برای ارزیابی روایی همگرا از معیار AVE (میانگین واریانس استخراج شده)^۷ و CR (پایایی

1. Liljander et al

2. Wixom & Watson

3. Hair et al

4. Hulland

5. Measurement model.

6. Cronbachs Alpha

7. Average Variance Extracted.

مرکب^۱ استفاده شد که نتایج این معیار برای ابعاد پنج متغیر پژوهش در جدول شماره (۱) نشان داده شده است. پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ دو شرط لازم برای اعتبار همگرا و همبستگی سازه‌ها می‌باشد (چینگ لین و چی هوانگ، ۲۰۰۹). همان گونه که از جدول شماره (۱) مشخص است کلیه مقادیر پایایی مرکب بالاتر از ۰/۷ و مقادیر مربوط به میانگین واریانس بالاتر از ۰/۵ می‌باشد و این مطلب مؤید این امر است که روایی همگرای پرسشنامه حاضر در حد قابل قبول است.

جدول ۱: نتایج میانگین واریانس استخراج شده سازه‌های پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	CR	Rho ضریب	AVE
سرمایه انسانی	۰/۷۹۱	۰/۸۵۲	۰/۸۱۹	۰/۵۳۸
سرمایه ساختاری	۰/۸۵۵	۰/۸۶۳	۰/۸۹۶	۰/۶۳۴
سرمایه رابطه ای	۰/۸۴۱	۰/۸۸۷	۰/۸۴۵	۰/۶۱۳
مدیریت دانش استراتژیک	۰/۹۰۸	۰/۹۲۴	۰/۹۱۱	۰/۵۵۱
تصمیمات استراتژیک	۰/۸۹۸	۰/۹۲۲	۰/۸۹۸	۰/۶۶۵

در قسمت روایی و اگر، میزان تفاوت میان شاخص‌های یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر در مدل مقایسه می‌شود. این کار از طریق مقایسه جذر AVE هر سازه با مقادیر ضرایب همبستگی بین سازه‌ها محاسبه می‌گردد. برای این کار باید یک ماتریس تشکیل داد که مقادیر قطر اصلی، ماتریس جذر ضرایب AVE هر سازه است و مقادیر پایین قطر اصلی، ضرایب همبستگی میان هر سازه با سازه‌های دیگر است. این ماتریس در جدول شماره (۲) نشان داده شده است. همانطور که از جدول شماره (۲) مشخص است، جذر AVE هر سازه از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر شده است که این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی و اگرای سازه‌ها است.

جدول ۲: ماتریس مقایسه جذر AVE با ضرایب همبستگی سازه‌ها (روایی و اگر)

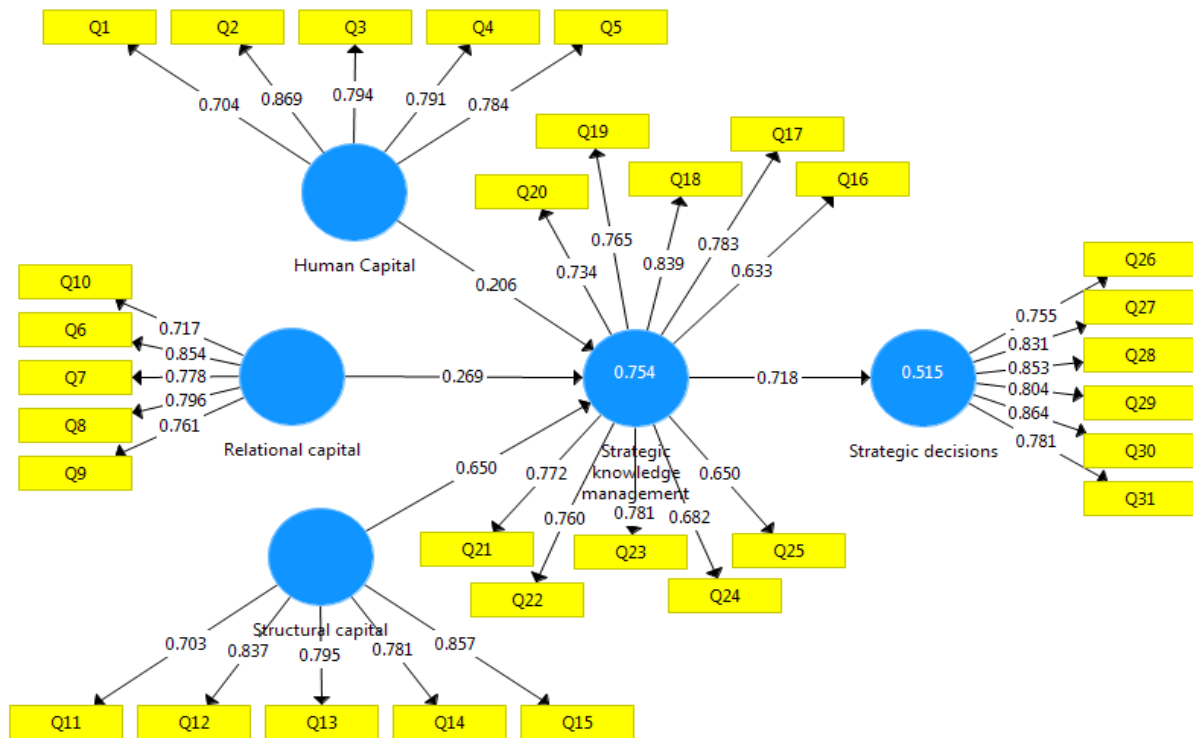
تصمیمات استراتژیک	مدیریت دانش استراتژیک	سرمایه رابطه ای	سرمایه ساختاری	سرمایه انسانی	
					سرمایه انسانی
					سرمایه ساختاری
					سرمایه رابطه ای
					مدیریت دانش استراتژیک
					تصمیمات استراتژیک

۴-۱-۲. پایایی

در روش PLS از پایایی شاخص استفاده می‌شود (ریوارد و هاف^۲، ۱۹۸۸). پایایی شاخص نیز با سنجش بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر یا بیشتر از مقدار ۰/۴ شود (هولاند، ۱۹۹۹)، مؤید این مطلب است که پایایی در مورد آن مدل اندازه‌گیری مورد قبول است. ولی اگر مقدار بار عاملی میان یک سؤال و بعد مربوطه کمتر از مقدار ۰/۴ شود، می‌توان آن سؤال را از مدل و تجزیه و تحلیل‌های بعدی حذف نمود. همانطور که در شکل شماره (۲) مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر بارهای عاملی میان سازه‌ها و سؤالات بیشتر از ۰/۴ است که همبستگی بالایی را نشان می‌دهد.

1. Composite Reliability.

2. Rivard & Huff

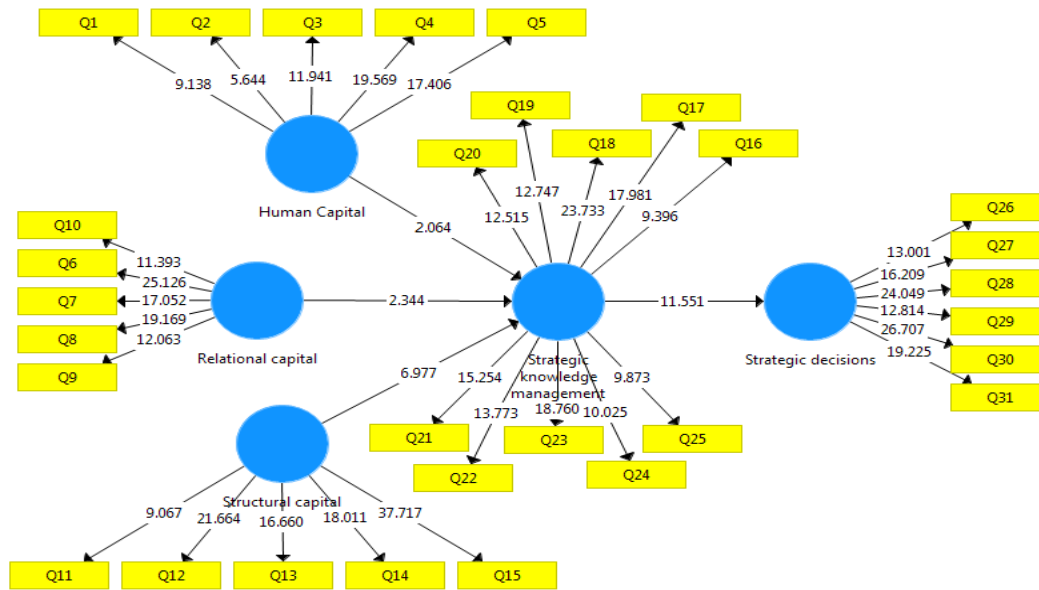


شکل ۲: خروجی نرم افزار- مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب مسیر و بارهای عاملی).

۲-۴. مرحله دوم: مدل ساختاری و آزمون فرضیه ها

آزمون الگوی ساختاری که به آزمون فرضیات تحقیق و اثر متغیرهای پنهان بر یکدیگر مربوط است. برای تأیید فرضیه‌های پژوهش، از فرمان Bootstrapping نرم افزار Smart PLS استفاده شد که خروجی حاصل ضرایب t را نشان می‌دهد (شکل ۳). وقتی مقادیر t در بازه بیشتر از $+1/96$ و کمتر از $-1/96$ باشند، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیه‌های پژوهش است.

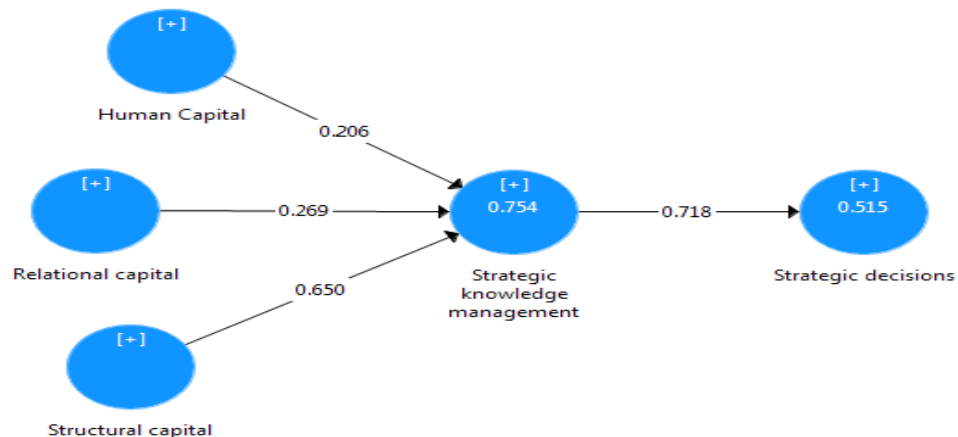
¹.Structural model



شکل ۳: خروجی نرم افزار - ضرایب t

۳-۴. روش‌های ارزیابی مدل‌های سنجش شکل دهنده

یکی از راه‌های ارزیابی مدل‌های شکل دهنده، ضریب تعیین (R^2) می‌باشد. ضریب تعیین (R^2) بررسی می‌کند چند درصد از واریانس یک متغیر وابسته توسط متغیر(های) مستقل تبیین و توضیح داده می‌شود. بنابراین طبیعی است که این مقدار برای متغیر مستقل مقداری برابر صفر می‌باشد و برای متغیر وابسته مقدار بیشتر از صفر باشد. هر چه این میزان بیشتر باشد ضریب تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته بیشتر می‌باشد. بنا بر ضریب تعیین مدل می‌توان گفت که متغیرهای سرمایه فکری و ابعاد آن شامل (سرمایه انسانی، سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری) و مدیریت دانش استراتژیک، روی هم رفته توانسته اند ۵۱۵٪ از واریانس متغیر تصمیمات استراتژیک را توضیح دهند؛ محققین سه مقدار ۱۹٪، ۳۳٪ و ۶۷٪ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی نموده اند. بر این اساس میتوان نتیجه گرفت که مدل از قابلیت پیش بینی بالایی برخوردار میباشد مقدار باقیمانده مربوط به خطای پیش بینی میباشد و میتواند شامل دیگر عوامل تاثیرگذار بر تصمیمات استراتژیک گیری باشند.



شکل ۴: ارزیابی مدل‌های سنجش شکل دهنده

۴-۴. پاسخ به فرضیات پژوهش

طبق نتایج به دست آمده از ضریب مسیر و آماره t ، می توان گفت که ابعاد سرمایه فکری شامل (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای) با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک بر تصمیمات استراتژیک تاثیر مثبت و معنی داری دارند. نتایج تجربی نیز تأیید کردند که از بین بعد سرمایه ساختاری از بین ابعاد سرمایه فکری از طریق متغیر میانجی مدیریت دانش استراتژیک بیشترین تاثیر را بر بهبود تصمیمات استراتژیک دارد.

جدول ۳: اثرات مستقیم، آماره t و نتیجه فرضیات پژوهش

فرضیه ها	ضریب مسیر استاندارد شده β	آماره t	معنی داری	رد یا عدم رد فرضیه
سرمایه انسانی از ابعاد سرمایه فکری ← مدیریت دانش استراتژیک ← تصمیمات استراتژیک	۰/۱۴۸	۳/۲۶۷	Sig<0.05	عدم رد
سرمایه ساختاری از ابعاد سرمایه فکری ← مدیریت دانش استراتژیک ← تصمیمات استراتژیک	۰/۴۶۶	۶/۷۲۳	Sig<0.05	عدم رد
سرمایه رابطه ای از ابعاد سرمایه فکری ← مدیریت دانش استراتژیک ← تصمیمات استراتژیک	۰/۱۹۳	۱/۲۲۱ ۴	Sig<0.05	عدم رد

۵. نتیجه گیری و پیشنهادات

بر اساس نتایج به دست آمده، مطالعه نشان داد که سرمایه انسانی از ابعاد سرمایه فکری با نقش میانجی مدیریت دانش استراتژیک منجر به بهبود تصمیمات استراتژیک شرکت های بیمه می گردد. این یافته ها وجود اثر میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک را اثبات می کند. این نقش مدیریت دانش استراتژیک نشان داد انواع مختلف مدیریت دانش استراتژیک برای تصمیمات استراتژیک استفاده می شود. علاوه بر این، مدیریت دانش استراتژیک در روابط مختلف دیگری که با تصمیمات استراتژیک مرتبط است، درگیر است. با این حال، در مطالعه حاضر، این تنها بین سرمایه انسانی و تصمیمات استراتژیک به وضوح نشان داده شده است. این نتیجه مکانیسم میانجی مدیریت دانش استراتژیک را روشن می کند که از طریق آن سرمایه انسانی تصمیمات استراتژیک را در شرکت های بیمه بهبود می بخشد. این بدان معناست که شرکت های بیمه به طور موثر از مدیریت دانش استراتژیک استفاده می کنند که به وسیله آن سرمایه انسانی، تصمیمات استراتژیک را بهبود می بخشد. علاوه بر این، نتایج نشان داد که تأثیر سرمایه رابطه ای بر تصمیمات استراتژیک با میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک مثبت و معنادار است. این یافته ها وجود اثر واسطه ای مدیریت دانش استراتژیک را ثابت می کنند، همانطور که به وضوح در تأثیر مثبت سرمایه رابطه ای نشان داده شده است. با این حال، چنین نتایجی تاکید می کند که به نظر می رسد سرمایه رابطه ای نقش خوبی در تسهیل تصمیمات استراتژیک دارند. این احتمالاً به دلیل فرهنگ رابطه محور در محیط تجاری صنعت بیمه است که بر هماهنگی بین فردی و روابط اجتماعی بسیار تأکید دارد. این بدان معناست که شرکت های بیمه به طور موثر از مدیریت دانش استراتژیک استفاده می کنند که به وسیله آن سرمایه رابطه ای، تصمیمات استراتژیک را بهبود می بخشد.

از همه مهمتر این است که در مطالعه حاضر تاثیر مثبت سرمایه ساختاری بر تصمیمات استراتژیک را از طریق میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک نشان می‌دهد. این بدان معناست که شرکت های بیمه به طور موثر از مدیریت دانش استراتژیک استفاده می کنند که به وسیله آن سرمایه ساختاری، تصمیمات استراتژیک را بهبود می بخشد.

در مجموع مشخص شد که تأثیر کل سرمایه فکری بر تصمیمات استراتژیک از طریق میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک معنادار است، و نتایج این واقعیت را به ارمغان می آورد که مدیریت دانش استراتژیک به طور متفاوتی به سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای پاسخ می دهند و در نتیجه نتایج متفاوتی به دست می دهند.

در این مطالعه، یک چارچوب نظری ایجاد شده است که میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک بین مؤلفه های سرمایه فکری و تصمیمات استراتژیک را به تصویر می کشد که در آن فرضیه ها را با تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از شرکت های بیمه آزمایش شد. در مجموع، این یافته ها مکانیسم های اساسی را نشان می دهند که از طریق آن مؤلفه های سرمایه فکری به بهبود تصمیمات استراتژیک از طریق مکانیسم میانجی مدیریت دانش استراتژیک در شرکت های بیمه منجر می شوند، زیرا یافته ها شواهدی را ارائه می دهند که مدیریت دانش استراتژیک به عنوان مکانیسم های میانجی مهم بین اجزای مختلف سرمایه فکری و تصمیمات استراتژیک متفاوت عمل می کنند.

از همه مهمتر، کمیاب بودن آثاری که رابطه بین مؤلفه های سرمایه فکری را با میانجیگری مدیریت دانش استراتژیک مورد مطالعه قرار می دهند، ممکن است مسئول تأثیرات و اندازه های متفاوت تأثیرات بین مؤلفه های مختلف سرمایه فکری و تصمیمات استراتژیک باشد. مزیت به دست آمده توسط محققان مختلف، زیرا این اثر از رابطه مستقیم بین اجزای مختلف سرمایه فکری و تصمیمات استراتژیک ناشی نمی شود، که نتایج را نادرست می کند. این بدان معنی است که سطوح بالای سرمایه انسانی، سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری به تأثیر مدیریت دانش استراتژیک در فرآیند میانجیگری آنها در شرکت های بیمه کمک می کند و تسریع می بخشد.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می گردد:

- مدیران شرکت های بیمه باید از طریق سرمایه گذاری در جذب و انتخاب کارکنان، آموزش و توسعه کارکنان، طراحی و بهبود فرآیند و موارد دیگر، به طور مستمر برای توسعه و حفظ سرمایه فکری خود تلاش کنند.
- مدیران شرکت های بیمه باید متناسب با مزیت رقابتی که آرزوی آن را دارند، منابع بیشتری را به بهبود سرمایه فکری و ابعاد آن تخصیص دهند.
- همچنین باید توجه داشت که اجزای مختلف سرمایه فکری ممکن است به اهداف متفاوتی دست یابند که باید مورد توجه قرار گیرند و مستلزم درک اجزای سرمایه فکری و نحوه عملکرد آنهاست. برای مثال، ممکن است یک شرکت به جای سرمایه ساختاری نیاز به افزایش سرمایه انسانی و رابطه ای داشته باشد.
- مدیران شرکت های بیمه باید مدیریت دانش استراتژیک را شناسایی و تقویت کنند که از طریق آن سرمایه انسانی، سرمایه رابطه ای و سرمایه ساختاری تصمیمات استراتژیک با کیفیت را در شرکت های بیمه بهبود می بخشد.
- شرکت های بیمه باید اندازه گیری مستمر سطح شایستگی کارکنان و استفاده از برنامه های بهبود و توانمند سازی کارکنان و ایجاد محیطی برای بیان نظرات در بحث های گروهی توسط کارکنان در راستای تقویت سرمایه انسانی در سازمان را همواره انجام دهند.
- ارزیابی وضعیت فعلی و معیاری که شیوه ها، ابزارها و تکنیک های مدیریت دانش استراتژیک را در سراسر سازمان ارزیابی می کند و درک عمیق تری از سطح بلوغ مدیریت دانش استراتژیک خود و شناسایی حوزه های با تأثیر بالا برای بهبود به آن ها ارائه می دهد.
- ارزیابی وضعیت اهداف و معیارهایی که وضعیت آینده مدیریت دانش استراتژیک را با تمرکز بر بهبودهایی که بیشترین تأثیر و ارزش تجاری را به همراه خواهد داشت.
- تدوین یک نقشه راه و توصیه های مدیریت دانش استراتژیک کاملاً سفارشی و مبتنی بر وظیفه که به نیازها و شکاف های مدیریت دانش استراتژیک شرکت های بیمه می پردازد تا به سازمان آنها کمک کند بلوغ مدیریت دانش استراتژیک خود را افزایش و به اهداف استراتژیک خود دست یابد.

مراجع

1. Alrowwad, A., Abualoush, S. H., & Masa'deh, R. (2020). Innovation and intellectual capital as intermediary variables among transformational leadership, transactional leadership, and organizational performance. *The Journal of Management Development*, 39(2), 196–222
2. Cunha, M. P., Gomes, E., Mellahi, K., Miner, A. S., and Rego, A. (2020). “Strategic agility through improvisational capabilities: Implications for a paradox-sensitive HRM”. *Human Resource Management Review*, 30(100695), pp. 1-13.
3. Farooq, U. Tabash, M.I. Anagreh S. (2022). How do market capitalization and intellectual capital determine industrial investment?, *Borsa Istanbul Review*, <https://doi.org/10.1016/j.bir.2022.05.002>
4. Farooq, U., Ahmed, J., & Khan, S. (2021). Do the macroeconomic factors influence the firm's investment decisions? A generalized method of moments (GMM) approach. *International Journal of Finance & Economics*, 26(1), 790–801.
5. Feranita, N.V., Nugraha, A., Sukoco, S.A., (2020). Effect of transformational and transactional leadership on SMEs in Indonesia. *Probl. Perspect. Manag.* 18 (3), 415–425
6. Hair, J.F., Jr., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2010). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Pearson Education.
7. Hayaeian, S., Hesarzadeh, R., & Abbaszadeh, M. R. (2021). The impact of knowledge management strategies on the relationship between intellectual capital and innovation: Evidence from SMEs. *Journal of Intellectual Capital*, 1–34. <https://doi.org/10.1108/JIC-07-2020-0240>
8. Højland, J., and Rohrbeck, R. (2018). “The Role of Corporate Foresight in Exploring New Markets: Evidence from 3 Case Studies in the BOP Markets”. *Technology Analysis and Strategic Management*, 30(6), pp. 734-746.
9. Hullahd. (1999). *Use of partial least Science, Environment, Engineering and Technology* Griffith University.
10. Kordab, M., Raudeli ūnien ė, J., Meidut ė-Kavaliauskien ė, I., 2020. Mediating role of knowledge management in the relationship between organizational learning and sustainable organizational performance. *Sustainability* 12 (23), 10061.
11. Lam, L., Nguyen, P., Le, N., Tran, K., 2021. The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *J. Open Innov.: Technol. Market, Complexity* 7 (1), 66
12. Liljander, V., Polsa, P., & van Riel, A. (2009). Modelling consumer responses to an apparel store brand: Store image as a risk reducer. *Journal of Retailing and Consumer Services* , 16, 281–290.
13. Loon, M., Otaye-Ebede, L., & Stewart, J. (2020). Thriving in the new normal: The HR microfoundations of capabilities for business model innovation. An integrated literature review. *Journal of Management Studies*, 57(3), 698–726. <https://doi.org/10.1111/joms.12564>
14. Md Billal, H., Samia, N., Mujib, U.R., Anna. D., Csaba, B. (2022). Exploring the mediating role of knowledge management practices to corporate sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 374. 13386
15. Niwash, M.N.K.; Cek, K.; Eyupoglu, S.Z. (2022). Intellectual Capital and Competitive Advantage and the Mediation Effect of Innovation Quality and Speed, and Business Intelligence. *Sustainability.*, 14, 3497. <https://doi.org/10.3390/su14063497>

16. Oppong, G. K., & Pattanayak, J. K. (2019). Does investing in intellectual capital improve productivity? Panel evidence from commercial banks in India. *Borsa Istanbul Review*, 19(3), 219–227.
17. Qurashi, I. A., Khalique, M., Ramayah, T., Bontis, N., & Yaacob, M. R. (2020). Impact of intellectual capital on innovation in pharmaceutical manufacturing SMEs in Pakistan. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 17(1), 61–76
18. Rivard & Huff. (1988). Factors of success for End-User computing. *Communications of the ACM* 31:5, May, pp , 552-561.
19. Roundy, P. T., & Lyons, T. S. (2021). Where are the entrepreneurs? A call to theorize the micro-foundations and strategic organization of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Organization*, 14761270211056240
20. Smriti, N., & Das, N. (2018). The impact of intellectual capital on firm performance: A study of Indian firms listed in COSPI. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 935–964.