

بررسی (K M) در صنعت بیمه

حسینعلی کلانتری¹، مجتبی رجیبی²

1. کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم شناسی، کارشناس دعاوی و شکایات . Hoseinalikalantari@gmail.com

2. فوق لیسانس مدیریت بازرگانی گرایش بیمه، Mojtaba.rajabi977@gmail.com

چکیده

گذر از انقلاب صنعتی و ورود به هزاره جدید، موتور محرکه توسعه اقتصادی محدود به نیروی انسانی و نیروهای بیشتر نیست. مهم ترین نوع توسعه اقتصادی در عصر حاضر «دانش» است. دانش در معنای واقعی خود مجموعه ای از مهارت ها و قابلیت های انسانی است که با آگاهی از روش های تولید بهتر همراه است. به چنین اقتصادی، اقتصاد دانش محور می گویند. امروزه سازمان ها با حجم عظیمی از اطلاعات و دانش مواجه هستند که مدیریت صحیح و بهره برداری صحیح از آن به دردمر بزرگی برای این سازمان ها تبدیل شده است. همزمان با حرکت از اقتصاد مبتنی بر صنعت به سوی اقتصاد مبتنی بر دانش، منابع سازمان ها شکل تازه ای به خود گرفته اند و توجه سازمان ها از دارایی های مشهود به سمت دارایی های نامشهود معطوف شده است.

مقاله حاضر با روش مروری – توصیفی و با هدف بررسی (K M) مدیریت دانش در صنعت بیمه و استفاده از منابع کتابخانه ای به رشته تحریر در آمده است. یافته های این مطالعه نشان می دهد که مدیریت دانش به عنوان فرآیند تولید، توزیع، استفاده و مدیریت اطلاعات یک سازمان تعریف می شود. هدف از فرآیند مدیریت دانش در صنعت بیمه، حفظ اطلاعات کارکنان و همچنین تجارب آنها در یک کسب و کار به منظور استفاده بهینه از آن دانش است. مدیریت صحیح دانش جمعی در سازمان بیمه مزایای قابل توجه زیادی را برای آنها به ارمغان می آورد. مزایای اجرای بهترین شیوه های فرآیند مدیریت دانش شامل توانایی کسب و کارها برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی در صنعت بیمه است. دارایی های دانش به استراتژی مدیریتی خود نیاز دارند زیرا منبع تجاری ارزشمندی هستند. به این ترتیب، استفاده کارآمد از دانش جمعی در صنعت بیمه باید اولویت اصلی کسب و کار باشد.

کلیدواژه: دانش، مدیریت دانش، مزایای مدیریت دانش، اهمیت مدیریت دانش در صنعت بیمه

مقدمه

با رشد فناوری جهانی در سازمان‌ها، تبدیل داده‌ها به اطلاعات و دانش نقش مهم‌تری در نوآوری و هدایت رقابت بازار ایفا می‌کند. منابع ملموس برای زندگی یک سازمان حیاتی هستند. از سوی دیگر، منابع ناملموس مانند دانش و تجربه، نوآوری، خلاقیت و تصمیم‌گیری بهتر را فراهم می‌کنند. علاوه بر این، امروزه، تخصص در دسترس تر است، دانش و تجربه بدون زحمت انباشته می‌شود و داده‌ها به طور موثرتری ذخیره می‌شوند. بنابراین استخراج دانش - که اغلب سرمایه فکری نامیده می‌شود (Sarvary, 1999)، به یک دارایی حیاتی برای هر شرکت تجاری تبدیل شده است (Mas-Machuca and Martínez Costa, 2012). مدیریت دانش (KM)، دانش موجود در یک سازمان را جمع‌آوری می‌کند، به اشتراک می‌گذارد، منتشر می‌کند و به آن پاسخ می‌دهد و بنابراین یک راه حل ایده آل برای مدیریت سرمایه فکری است (Mas-Machuca and Martínez Costa, 2012).

توجه به این نکته حائز اهمیت است که فعالیت‌های مدیریت دانش مستقیماً با درآمد کسب‌وکار مرتبط نیستند یا به طور مستقیم بازدهی هزینه را تأمین نمی‌کنند. با این حال، بهره‌گیری از دانش به عنوان یک منبع حیاتی، فرصتی برای بهبود عملکرد سازمانی در سایر فرآیندها ایجاد می‌کند (Darroch, 2005). مدیریت دانش سعی می‌کند با سرمایه‌گذاری بر دانش، دانش را در یک سازمان افزایش دهد. در نتیجه، شرکت ممکن است با افزایش شایستگی شخصی یا سازمانی به عملکرد فردی یا سازمانی بهتری دست یابد (Martinsons et al., 2017; Tsai, 2016; Wu et al., 2012). با این حال، دانش و تجربه را نباید تک بعدی دید، به این معنی که انواع مختلف دانش، مانند نظری و عملی، در خدمت اهداف متفاوتی هستند. بنابراین، در نظر گرفتن این واقعیت در هنگام رسیدگی به یک مشکل مدیریت دانش ضروری خواهد بود. سازمان‌ها ترجیح می‌دهند بفعالیت اصلی کسب‌وکار خود در بازار حرفه‌ای رقابتی تمرکز کنند و سایر فرآیندهای تجاری را به سازمان طراحی خدمات برون سپاری کنند تا هزینه‌ها را کاهش دهند و عملکرد را در بازار بهبود بخشند. شناخت نیازهای مشتریان در مورد بخش صنعت بیمه از وظیفه حیاتی سازمان است که آنها را در بازار منحصر به فرد می‌کند (Sarvary, 1999). به این ترتیب، کسب و به اشتراک گذاری تجربه و دانش در داخل یک سازمان برای زنده نگه داشتن آنها در بازار ضروری است.

سازمان‌ها حداکثر منابع را برای مدیریت تنوع دانش خود به منظور بهبود عملکرد سازمان خود در محیط کسب و کار اختصاص می‌دهند. اقتصادهای مبتنی بر دانش به عنوان یک استراتژی مدیریت اهمیت دانش قرار می‌گیرند که به عنوان یک عنصر حیاتی در حمایت از مزیت رقابتی استراتژیک پایدار در نظر گرفته می‌شود (Omotayo, 2015). افراد یا کارگران به سازمانی با دانش و فرهنگ متنوع می‌آیند زیرا تحصیلات، تجربه، دانش و تخصص قبلی خود را به ارمغان می‌آورند که سپس به ارزش سازمان می‌افزاید (Bogdanowicz and Bailey, 2002). کارگران دانش جدیدی را از طریق تأمل و تجربه در طول زندگی خود ایجاد می‌کنند که همیشه در افراد یا گروه‌ها قرار دارد یا در روال روزانه آنها نهفته است (David and Fahey, 2000). این دانش مختلف باید مدیریت شود تا فرآیند کسب و کار شرکت را به طور موثر پشتیبانی کند. مدیریت ضعیف دانش می‌تواند باعث شکست در فرآیند کسب و کار یک شرکت شود. مطالعات قبلی نشان داده است که نزدیک به 60 درصد از بانک‌های شکست خورده دارای کارمندان و اعضای هیئت مدیره بوده‌اند که یا فاقد مدیریت دانش بانکی هستند (Greuning and Iqbal, 2008).

یانگ (2004) نشان داد که شرکت‌های بیمه عمر با شروع مدیریت دانش شروع به توسعه سیستم‌های اطلاعاتی مرتبط کرده‌اند. با این حال پیشنهاد شد که سازمان‌های بیمه عمر از مفاهیم و پیشنهادات نوآوری در راه‌اندازی این گونه سیستم‌ها استفاده کنند. طبق نظر راجرز (1995)، نوآوری به عنوان ایده، عمل یا شیئی تعریف می‌شود که توسط فرد یا واحد دیگری از پذیرش به عنوان جدید تلقی می‌شود. بنابراین، KMS را

می توان به عنوان یک نوآوری برای شرکت های بیمه عمر و کارکنان آنها در نظر گرفت. وانگ (2005) پیشنهاد کرد که مدیریت دانش برای افزایش کیفیت خدمات و عملکرد برای شرکت های بیمه عمر برای به دست آوردن مزیت های رقابتی پایدار ضروری است (وانگ 2005). دانش می تواند منابع ضروری برای شرکت های بیمه برای ایجاد مزیت های رقابتی پایدار باشد زیرا ارتباط نزدیکی با ساختار و فرهنگ سازمانی خاص دارد و تقلید ذاتاً دشوار است (علوی و لیدنر 2001).

مدیریت دانش

تعریف اینکه دانش چیست دشوار است. دانش پژوهان بر اساس دیدگاه های خود بر اساس مطالعات در زمینه خاص، دانش را به روش های مختلف تعریف می کنند. یک تعریف اساسی از دانش توسط داوونپورت و پروساک ارائه شد که می گویند: «دانش ترکیبی سیال از تجارب، ارزش ها، اطلاعات زمینه ای و بینش تخصصی است که چارچوبی برای ارزیابی و ترکیب تجربیات جدید و تلفیق آن ها فراهم می کند. اطلاعات سرچشمه می گیرد و در ذهن دانا به کار می رود. در سازمان ها، اغلب نه تنها در اسناد یا مخازن، بلکه در روال ها، فرآیندها، رویه ها و هنجارهای سازمانی نیز جای می گیرد (Davenport and Prusak 1997). در همین حال، دیویس (1999) دانش را به عنوان "اطلاعات سازماندهی شده و پردازش شده برای انتقال درک، تجربه، یادگیری انباشته، و تخصص همانطور که برای یک مشکل یا فعالیت اعمال می شود" تعریف می کند. علاوه بر این، گمبل و بلک ول (2001) دانش را به دو نوع تقسیم می کنند. معرف (صریح) و تجسم (ضمن) دانش. دانش صریح دانش عینی و عقلانی است که می تواند در کلمات، جملات، اعداد یا فرمول ها (بدون بافت) بیان شود، در حالی که دانش ضمنی دانش ذهنی و تجربی است که نمی تواند در کلمات، جملات، اعداد یا فرمول ها بیان شود (Nonaka, 2006). در چارچوب وسیع تر، دانش به عنوان باورها، تعهدات، عمل و معنا نیز درک می شود که تمایز واضحی با اطلاعات نشان می دهد (Takeuchi and Nonaka, 2002).

تعریف دانش ضمنی دشوار است زیرا «شامل مدل های ذهنی، باورها و دیدگاه ها می شود» و در الگوهای عمل ما و در ذهن ما برای چیزهایی که با آن استفاده می شود، تلویحاً وجود دارد. این ویژگی باعث می شود که دانش ضمنی برای برقراری ارتباط با افراد دیگر دشوار باشد. بنابراین، صاحب دانش ضمنی همیشه "بیشتر از آنچه می تواند بگوید می داند" و به همین دلیل دانش ضمنی هرگز نمی تواند به طور کامل در اختیار یک شرکت باشد (Boisot, 1999). اگرچه بیان و انتقال دانش ضمنی دشوار است، اما می توان آن را از طریق اجتماعی سازی و برون سازی به اشتراک گذاشت.

دانش درون سازمانی برای پشتیبانی عملیاتی سازمان و کسب مزیت های رقابتی مدیریت می شود. به عبارت دیگر، مدیریت دانش برای بقای هر سازمانی حیاتی است. مدیریت دانش به عنوان «پردازش و راه اندازی سرمایه فکری است که از منابع مختلف مانند پایگاه های داده، مشتریان و کارکنان جمع آوری می شود» (Becerra-Fernandez et al., 2004). در زمینه عملیاتی، مدیریت دانش شامل مجموعه ای از فرآیندها و شیوه های مربوط به مطالعه، ذخیره سازی، بازیابی و به کارگیری دانش برای ارتقای سطح عملکرد سازمانی است (Davenport et al., 1998).

دانش در سازمان نه تنها از یک منبع به دست می آید، بلکه برای افزایش رقابت نیاز به تنوع دارد. تنوع از طریق بهبود یادگیری سازمانی در بین کارکنان انجام می شود (Al-Khasawneh, 2014).

تئوری چرخه حیات مدیریت دانش

تعدادی مدل چرخه حیات مدیریت دانش پیشنهاد شده است (به عنوان مثال، برکینشاو و شیهان، 2002؛ ایوانز و همکاران، 2014؛ حسینقلی زاده، 2014). هر یک از مدل ها تعدادی از مراحل مدیریت دانش را در یک سازمان به تصویر می کشد.

ایوانز و همکاران (2014) شش مرحله (شناسایی، ایجاد، ذخیره، اشتراک، استفاده، تکیه و بهبود) از چرخه حیات مدیریت دانش در سازمانها را پیشنهاد می‌کند. ایوانز و همکاران (2014) استدلال می‌کنند که سازمان‌ها دانش را از سازمان‌های بیرونی و داخلی جمع‌آوری می‌کنند. در مرحله شناسایی، مدیریت دانش شامل استخراج دارایی‌های دانش مدون و محصور شده (مانند اسناد در قالب الکترونیکی و چاپی ذخیره شده در یک مخزن دانش و/یا نمایش زنده و مشاهدات مصنوعات) است. در مرحله شناسایی متعاقباً، شامل تجزیه و تحلیل و ارزیابی دارایی‌ها بر اساس قوانین خاص سازمانی، فرهنگ‌ها و معیارهای ارزیابی است. اگر هیچ‌یک از دانش‌ها از طریق جستجو در مرحله شناسایی یافت نشد، یک درخواست دانش ممکن است نیاز به ایجاد دارایی‌های دانش جدید را ایجاد کند. دانش ممکن است از طریق تعامل بین کارکنان شرکت و مشتریان آنها ایجاد شود، به عنوان مثال، بین نیروی فروش و مشتریان (Acharya et al., 2018).

در همین حال، حسینقلی زاده (1393) مدل چرخه حیات مدیریت دانش را از استخراج 32 نشریه اصلی قبلی ساخت. این مدل شامل 9 مرحله مدیریت دانش است که در آن از هدف گذاری، شناسایی، اکتساب، ارزیابی، سازماندهی، حفظ، اشتراک گذاری، به کارگیری و در نهایت، ارزیابی اثربخشی مدیریت دانش توسط سازمان آغاز شده است. در مرحله ارزیابی اثربخشی، یک سازمان از هدف گذاری بازخورد دریافت می‌کند و فرآیند مدیریت دانش ممکن است دوباره مرحله اول را بازگرداند.

علاوه بر این، برکینشاو و شیهان (2002) چهار مرحله از نظریه مدیریت دانش را پیشنهاد کردند. طبق نظر برکینشاو و شیهان (2002) مدیریت دانش زمانی آغاز می‌شود که سازمان از طریق فعالیت‌های مختلف دانش ایجاد کند. در مرحله ایجاد، این ایده احتمالاً نسبتاً انتزاعی است و حتی توسط فردی که به آن فکر کرده است به خوبی درک نمی‌شود، اما انسجام کافی وجود دارد که این فرد بتواند آن را آزمایش کند - در یک محیط آزمایشگاهی در مورد دانشمند، یا در گفتگو با مشتری در مورد مشاور مدیریت. در طی این مرحله، بسیاری از ایده‌ها به بن‌بست تبدیل می‌شوند یا در ایجاد علاقه شکست می‌خورند، اما آن‌هایی که زنده می‌مانند، با وضوح بیشتری شکل می‌گیرند و توسط سازندگانشان بهتر درک می‌شوند.

عوامل داخلی و خارجی موثر بر عملکرد کارکنان و شیوه‌های مدیریت دانش در سامان‌ها

شرکت‌های تولیدی از جمله بیمه‌ها در یک محیط کاملاً رقابتی عمل می‌کنند و باید به طور مداوم عملیات و رویه‌های خود را بهبود بخشند تا رقابتی باقی بمانند. عملکرد کارکنان و شیوه‌های مدیریت دانش برای دستیابی به این هدف حیاتی است.

الف) عوامل داخلی

1) برای ایجاد یک محیط کاری سالم که در آن افراد احساس ارزشمندی، هدایت و مشارکت داشته باشند، رهبری مؤثر مورد نیاز است. رهبران شایسته ممکن است تیم‌های خود را برای دستیابی به اهداف و مشارکت در شیوه‌های مدیریت دانش تشویق کنند. تحقیقات قبلی نشان داده است که شایستگی رهبری عملکرد کارکنان و شیوه‌های مدیریت دانش را بهبود می‌بخشد (Wang, 2017).

2) فعالیت‌های آموزشی: فراهم کردن فرصت‌هایی برای آموزش و توسعه به کارکنان می‌تواند به آنها کمک کند تا مهارت‌ها و اطلاعات جدیدی کسب کنند، عملکرد خود را بهبود بخشند و به شیوه‌های مدیریت دانش کمک کنند. فعالیت‌های آموزشی همچنین می‌تواند به کارکنان در سازگاری با تغییرات صنعت و به روز ماندن با فناوری‌های جدید کمک کند. یک مطالعه قبلی نشان داده است که فعالیت‌های آموزشی به طور مطلوب بر عملکرد کارکنان و شیوه‌های مدیریت دانش تأثیر می‌گذارد (Bass et al., 2020).

3) مزایای کارکنان، مانند بیمه درمانی، برنامه های بازنشستگی، و مرخصی با حقوق، می تواند به استخدام و حفظ کارمندان استثنایی کمک کند. این به طور بالقوه می تواند رضایت کارکنان، عملکرد و شیوه های مدیریت دانش را بهبود بخشد. در مطالعات قبلی، مزایای کارکنان بر عملکرد کارکنان و شیوه های مدیریت دانش تأثیر مثبت گذاشته است (Bai et al., 2019).

ب) عوامل خارجی

1) رقابت در بازار: سازمان های تولیدی باید به طور مداوم محصولات و خدمات خود را توسعه داده و ارتقا دهند تا رقابتی باقی بمانند. این می تواند فشار بیشتری را بر کارکنان برای دستیابی به سطوح بالا وارد کند و در نتیجه به عملکرد آنها آسیب برساند. رقابت بازار به طور قابل توجهی بر عملکرد کارکنان و شیوه های مدیریت دانش در مطالعات قبلی تأثیر گذاشته است (Khanna et al., 2017).

2) پیشرفت فناوری: پیشرفت های تکنولوژیکی صنعت تولید را تغییر داده و آن را کارآمدتر، مولدتر و مقرون به صرفه تر کرده است. با این حال، این پیشرفت ها کارمندان را ملزم به کسب مهارت ها و دانش جدید برای کار با تجهیزات یا نرم افزارهای جدید می کند. تحقیقات قبلی کشف کرده اند که پیشرفت های فناوری به طور قابل توجهی بر عملکرد کارکنان و شیوه های مدیریت دانش تأثیر می گذارد (Kuang et al., 2021).

3) مقررات دولتی: شرکت های تولیدی باید به انواع مقررات در مورد ایمنی، حفاظت از محیط زیست، قانون کار و غیره پایبند باشند. عدم رعایت این مقررات ممکن است منجر به جریمه یا پیگرد قانونی شود. تحقیقات قبلی کشف کرده اند که قوانین دولتی به طور قابل توجهی بر عملکرد کارکنان و شیوه های مدیریت دانش تأثیر می گذارد (Choi et al., 2018).

علاوه بر اینها، سایر عوامل داخلی و خارجی ممکن است بر عملکرد کارکنان و شیوه های مدیریت دانش در شرکت های تولیدی تأثیر بگذارد. برای مثال، رضایت مشتری و روابط تامین کننده به عنوان عوامل داخلی حیاتی شناسایی شده اند (Liu et al., 2020).

اهمیت مدیریت دانش در صنعت بیمه

دلیل عمده بقا یک شرکت در بازار، مشتریان آن هستند. موفقیت یک شرکت بیمه نیز به میزان توان آن در تامین نیاز مصرف کنندگان بازار هدف بستگی دارد. یک شرکت بیمه نه تنها باید تلاش کند تا از طریق ارائه پیشنهادهای مورد علاقه مشتریان، آنها را جذب کند، بلکه باید بتواند در آینده نیز آنها را راضی نگه دارد. بنابراین کلیه استراتژیهای شرکت های بیمه باید سودمندی شرکت و تامین منافع مصرف کننده، جامعه و صنعت بیمه را موجب شود و قبل از اینکه مشتری احساس نارضایتی کرده و برخورد منفی از خود نشان دهد، جنبه های اخلاقی مسائل را در نظر بگیرد. شرکت های بیمه یکی از نهادهای پویا و مهم در بسیاری از کشورهای جهان به حساب می آیند. این شرکت ها با توجه به ویژگی ها و مزایایی که برای اجتماع دارند بسیار حائز اهمیت هستند. شرکت های بیمه با انتقال ریسک از افراد جامعه به خود، موجب ایجاد آرامش و رفاه اجتماعی در جامعه میگردند. شرکت های بیمه با حق بیمه هایی که از افراد میگیرند آنها را در شرکت های سرمایه گذاری و یا بورس سرمایه گذاری می کنند و موجب رشد اقتصادی کشورهای خود می گردند. شرکت های بیمه به منظور ارائه خدمات مناسب به بیمه گذاران میبایستی ارتباط نزدیکی با خریداران بیمه به خصوص خریداران بیمه های غیر اجباری داشته باشند تا بتوانند از نیازهای آنها با خبر شوند و برای ارضاء آنها بیمه های مناسب را عرضه کنند (امرانوس، 2007).

مزایایی که مدیریت دانش برای شرکت های بیمه دارد را می توان به دو گروه مزایای سخت افزاری، که شامل افزایش درآمد و کاهش هزینه هاست و مزایای نرم افزاری که افزایش رضایتمندی مشتری است، تقسیم کرد. اکنون ما در نیمه راه انتقال اقتصاد، از عصر مزیت رقابتی بر مبنای

اطلاعات به عصر مزیت رقابتی بر مبنای خلق دانش هستیم و جهان عصر دانش را تجربه میکند. در این عصر دانش یک کالایی اساسی است و جریان های دانش به عنوان مهمترین عامل در اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است (سوناسی و سوری، 2003)، با توجه به این زمینه، توانایی شرکت ها برای بهره برداری از دارایی های ناملموس نسبت به توانایی سرمایه گذاری و مدیریت دارایی فیزیکی بیشتر شده است (سینمن و کروگر، 2004). بیشتر مدیران اعتقاد دارند دارایی های اساسی که سازمان آنها را از دیگر رقبای جدا می سازد، دارایی دانش یا سرمایه فکری کارمندان است که جزئی از دانش سازمانی است و همچنین کمیاب و منحصر به فرد است (فرکادل و گاودامپالس، 2002).

افزایش درآمد

شرکت های بیمه از طریق افزایش حجم فروش می تواند درآمدشان را افزایش دهند. روشهای افزایش حجم فروش که به کمک مدیریت دانش صورت می گیرد عبارتند:

- کسب مشتریان جدید
- تشویق مشتریان کنونی به خرید بیشتر بیمه
- تشویق مشتریان به خرید بیمه نامه های جدید
- حفظ مشتریان برای مدت طولانی تر
- انجام برخی خدمات توسط شرکت های بیمه به صورت مجانی
- توسعه کانال های فروش

کاهش هزینه کاهش

هزینه در بخش های گوناگون از جمله خدمات، بازاریابی و فروش روی میدهد.

الف) در بخش خدمات:

- کاهش زمان پاسخگویی
- بهبود هماهنگی بین واحدهای پشتیبانی و بخش فروش
- افزایش کارایی هزینه از طریق استفاده از کانال های جدید مانند پست الکترونیکی

ب) در بخش بازاریابی:

- درک بهتر از مشتری و بازار شرکت های بیمه
- تقسیم بندی مناسب بازار، قیمت واگذاری و جایگاه یابی مناسب محصول
- بهبود هدف گذاری

- شناخت بیمه هایی که بیشتر مورد نیاز است

ج) در بخش فروش:

- مرور آسان اطلاعات مشتری قبل از ایجاد ارتباط با او جهت فروش بیمه یا تمدید بیمه نامه

- استفاده از کانالهای فروش ارزان

- پیشنهادهای فروش (brown & kim, 1993).

نتیجه گیری

در عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات، دانش به عنوان کلید اولیه و منبع حیاتی سازمان ها برای دستیابی به مزیت های رقابتی پایدار شناخته می شود. بنابراین با تبدیل اقتصاد مبتنی بر صنعت به اقتصاد دانش بنیان، سازمانها نیز باید به دانش خود وابسته باشند و آن را در فرآیند کسب و کار برای افزایش رقابت پذیری خود به کار گیرند.

برای درک اینکه چرا برخی سازمانها در رقابت موفق هستند، لازم است نقش دانش را درک کنیم. عوامل حیاتی موفقیت به عنوان منابع اولیه موفقیت و عملکرد شرکت در چندین حوزه فعالیت شناخته می شوند. مدیریت دانش یک فلسفه مدیریتی است که در عملکرد شرکتهای مختلف قابل درک است.

استفاده از مدیریت دانش با تعامل بین افراد یا گروه ها عملکرد بهتری را به همراه دارد. با این حال، KM یک ابزار نهایی نیست که تمام اطلاعات لازم و مشکل ایجاد دانش را حل کند. علاوه بر این، برای کارآمد بودن، مدیریت دانش نیاز به ذخیره سازی اطلاعات و دانش دارد تا به اعضای سازمان در جستجوی اطلاعات حیاتی، دانش یا بهترین شیوه ها کمک کند. KM باید به عنوان یک فرآیند سازمانی مورد استفاده برای دستیابی به عملکرد بهتر در نظر گرفته شود زیرا KS موثر و یادگیری سازمانی، شناخت و توسعه شایستگی ها، و به دست آوردن مهارت ها و دانش متفاوت افراد است (Bairi et al., 2013). محیط کاری که در آن دانش و تجربه می تواند به اشتراک گذاشته شود، اطلاعات و دانش را قادر می سازد پدیدار شود و در زمان مناسب به سمت افراد مناسب جریان یابد تا بتوانند کارآمدتر و مؤثرتر عمل کنند (Xiang-yang, 2007).

فناوری اطلاعات (IT) پشتیبانی ضروری برای یکپارچه سازی و ایجاد دانش لازم را ارائه می دهد. بسیاری بر این باورند که فناوری اطلاعات می تواند فرآیندهای سازمانی و سیستم های دانش را ارتقا دهد. همچنین ممکن است فرصت های متعددی برای تغییر محصولات، فرآیندها و شرکت ها ایجاد کند. از سوی دیگر، فناوری اطلاعات از جریان های دانش در میان بازیگران و مصنوعات مهم پشتیبانی می کند و سپس خلق دانش جدید را تقویت می کند (Xiang-yang, 2007). مدیریت منابع انسانی (HRM)، پیوندی بین مدیریت سرمایه انسانی و مدیریت دانش در سازمان ها ایجاد می کند (Jha, 2011). افراد مهم هستند زیرا هر گونه تغییر یا ورود فناوری جدید ممکن است بر کارگران داخل سازمان تأثیر بگذارد. بنابراین ارزیابی فرهنگ سازمانی و آمادگی فردی برای پذیرش فناوری نوآورانه و جدید ضروری است (Asl et al., 2012).

با توجه به اهمیت دانش کارکنان، دو چالش اساسی که شرکت های بیمه با آن روبرو هستند، عبارتند از: تلاش برای حفظ دارایی های موجود و لزوم جلوگیری از عزیمت کارکنان به شرکت های رقیب (Joshi 2016, Chawla & Faroo). به طوری که زمانی یک کارمند سازمان را ترک

می کند، تمامی دانش، تجربیات، مشتریان، روابط و بینش های وی نیز در صورت عدم تلاش برای کسب، ضبط و به اشتراک گذاری این دانش در داخل شرکت از دست خواهد رفت و شرکت با مشکلات زیادی مواجه خواهد شد (اخوان و عباسی، 1397). بنابراین، اتخاذ یک استراتژی مؤثر از جمله مدیریت دانش می تواند نقش مهمی در ثبت، ضبط و حفظ سرمایه های دانشی شرکت بیمه داشته باشد. مدیریت دانش مزایای فراوانی را برای یک شرکت بیمه به دنبال دارد. وانگ (2005) بیان میکند که شرکت های بیمه در صورت اجرای موفقیت آمیز مدیریت دانش، در زمینه کیفیت و عملکرد خدمات خود میتوانند مزیت رقابتی کسب نمایند. بر این اساس میتوان گفت، یکی از عوامل موفقیت شرکت های بیمه به مدیریت دانش وابسته است.

منابع

اخوان، پیمان؛ عباسی، لیال(1397). مدیریت دانش در سازمان های خدماتی . تهران: دانشگاه صنعتی مالک اشتر.

Acharya, A., Singh, S.K., Pereira, V. and Singh, P. (2018) 'Big data, knowledge co-creation and decision making in fashion industry', *International Journal of Information Management*, Vol. 42, pp.90–101.

Al-Khasawneh, A.L. (2014) 'The role of knowledge resource diversification strategy management in improving organizational learning among employees at the commercial Islamic banks in Jordan', *International Business and Management*, Vol. 8, No. 2, pp.101–111.

Bai, H., Liu, Y., Xu, W., & Shao, X. (2019). The impact of employee benefits on job satisfaction and loyalty in the Chinese hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(5), 2149-2166.

Bairi, J., Manohar, B. M., & Kundu, G. K. (2013). Knowledge acquisition by outsourced service providers from aging workforce of oil and gas industry: A study. *VINE*, 43(1), 39-56.

Bass, B. M., Riggio, R. E., & Tan, C. C. (2020). *Transformational leadership* (2nd ed.). Psychology Press.

Becerra-Fernandez, I., González, A.J. and Sabherwal, R. (2004) *Knowledge Management: Challenges, Solutions & Technologies*, Locations of Knowledge, Person Prentice Hall, New York.

Birkinshaw, J. and Sheehan, T. (2002) *Managing the Knowledge Life Cycle*, MIT Sloan.

Boisot, M.H. (1999) *Knowledge Assets: Securing Competitive Advantage in the Information Economy*, Oxford University Press, New York.

Choi, S. B., Tran, T. B. H., Kim, K., & Kang, S. W. (2018). Impact of government regulation and leadership on innovation performance in the renewable energy industry. *Journal of Cleaner Production*, 201, 748-757.

Darroch, J. (2005), "Knowledge management, innovation and firm performance", *Journal of Knowledge Management*, Emerald Group Publishing Limited, Vol. 9 No. 3, pp. 101–115

Davenport, T.H., DeLong, D.W. and Beers, M.C. (1998) 'Successful knowledge management projects', *Sloan Management Review*, Winter, Vol. 39, No. 2, pp.43–57.

- Evans, M.M., Dalkir, K. and Bidian, C. (2014) 'A holistic view of the knowledge life cycle: the knowledge management cycle (KMC) model', *Electronic Journal of Knowledge Management*, Vol. 12, No. 2, pp.85–97.
- Hosseingholizadeh, R. (2014) 'Managing the knowledge lifecycle: a integrated knowledge management process model', Paper presented at the 2014 4th International Conference on Computer and Knowledge Engineering (ICCKE), 29–30 October.
- Khanna, T., Loungani, P., & Mishra, P. (2017). Effects of global uncertainty on the Indian economy. *Journal of Asian Economics*, 49, 24-34.
- Kuang, J., Xu, Q., Ma, X., & Liu, X. (2021). Technological innovation and employee performance in Chinese manufacturing firms: The mediating effect of technological skills. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(3), 349-361.
- Liu, J., Zhang, L., Wang, D., & Huo, D. (2020). The impact of organizational communication on employee performance: Evidence from the Chinese high-tech industry. *Journal of Business Research*, 109, 417-427.
- Martinsons, M.G., Davison, R.M. and Huang, Q. (2017), "Strategic knowledge management failures in small professional service firms in China", *International Journal of Information Management*, Vol. 37 No. 4, pp. 327–338,
- Mas-Machuca, M. and Martínez Costa, C. (2012), "Exploring critical success factors of knowledge management projects in the consulting sector", *Total Quality Management & Business Excellence*, Routledge, Vol. 23 No. 11–12, pp. 1297–1313.
- Sarvary, M. (1999), "Knowledge Management and Competition in the Consulting Industry", *California Management Review*, SAGE Publications Inc, Vol. 41 No. 2, pp. 95–107,
- Takeuchi, H. and Nonaka, I. (2002) 'Classic work: theory of organizational knowledge creation', in Morey, D., Maybury, M.T. and Thuraisingham, B.M. (Eds.): *Knowledge Management: Classic and Contemporary Work*, The MIT Press, London.
- Wang, Y., Sun, H., Li, Z., & Li, X. (2021). Market competition, leadership style, and innovation performance in SMEs: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 129, 412- 422.
- Xiang-yang, L. (2007, August). A Systems Thinking Model for Innovation Management: The Knowledge Management Perspective. In *Management Science and Engineering, 2007. ICMSE 2007. International Conference on* (pp. 1499-1504). IEEE.

Survey (K M) in the insurance industry

Hossein Ali Kalantari ¹, Mojtaba Rajabi ²

1. Master of criminal law and criminology, expert in lawsuits and complaints. Hoseinalikalantari@gmail.com
2. Master's Degree in Business Administration, Insurance major, Mojtaba.rajabi977@gmail.com

Abstract

Going through the industrial revolution and entering the new millennium, the driving engine of economic development is not limited to human power and more forces. The most important type of economic development in the present era is knowledge. Knowledge in its true sense is a set of human skills and capabilities that are associated with the knowledge of better production methods. Such an economy is called a knowledge-based economy. Today, organizations are faced with a huge amount of information and knowledge, the correct management and proper use of which has become a big problem for these organizations. At the same time as moving from an industry-based economy to a knowledge-based economy, organizations' resources have taken on a new form, and organizations' attention has shifted from tangible assets to intangible assets.

This article is written with descriptive-review method and with the aim of investigating (KM) knowledge management in the insurance industry and the use of library resources. The findings of this study show that knowledge management is defined as the process of production, distribution, use and management of an organization's information. The purpose of the knowledge management process in the insurance industry is to preserve the employees' information as well as their experiences in a business in order to use that knowledge optimally. Proper management of collective knowledge in insurance organizations brings many significant benefits to them. The benefits of implementing knowledge management process best practices include the ability of businesses to create and maintain a competitive advantage in the insurance industry. Knowledge assets need their own management strategy because they are a valuable business resource. As such, efficient use of collective knowledge in the insurance industry should be a top business priority.

Keywords: knowledge, knowledge management, benefits of knowledge management, importance of knowledge management in the insurance industry