



ORIGINAL RESEARCH PAPER

An Analysis of the Antecedents and Consequences of Knowledge Absorptive Capacity in the Insurance Industry

Shabnam Refoua^{1,*}, Hosseinali Bakhtiar Nasrabadi²

¹ Ph.D. in Knowledge and Information Science, Director of the Library, Academic Documents, and Publications Department, Insurance Research Center, Tehran, Iran.

² Ph.D. in Marketing Management, Asia Insurance Company, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 10 January 2026

Final revision: 20 March 2026

Accepted: 26 March 2026

Early online access: 26 March 2026

Published: 1 July 2026

Keywords:

Antecedents of knowledge

Absorptive capacity

Consequences of knowledge

Absorptive capacity

Insurance industry

Thematic analysis

ABSTRACT

BACKGROUND AND OBJECTIVES: Due to the data driven and knowledge based nature of insurance industry, the development of this industry depends on enhancing its absorptive capacity, i.e., the ability to acquire, analyze, combine, and apply knowledge. Despite the importance of knowledge absorption for improving competitiveness and service quality in insurance, systematic and integrated efforts to strengthen absorptive capacity have been neglected. Therefore, the objective of this research is to identify and explain the antecedents and consequences of absorptive capacity in the Iranian insurance industry.

METHODS: The present study adopted qualitative research design and employed the thematic analysis approach proposed by Braun and Clarke (2006) as its primary analytical strategy. This method was selected due to its flexibility and suitability for systematically capturing latent patterns of meaning within complex and context dependent phenomena such as knowledge absorptive capacity in a highly regulated service industry. Data were collected through an in depth analysis of specialized documents and authoritative texts, including policy documents, regulatory guidelines, industry reports, academic publications, and written accounts reflecting managerial experiences, organizational structures, and knowledge related transformations within the Iranian insurance industry. The analytical process followed the six recursive phases of thematic analysis: familiarization with the data, generation of initial codes, searching for themes, reviewing themes, defining and naming themes, and producing the final analytical narrative. To strengthen analytical rigor, coding was conducted iteratively and comparatively, allowing for continuous refinement of themes across data sources. Data interpretation was guided by a paradigmatic analytical framework incorporating causal conditions, contextual factors, intervening conditions, and consequences. Within this framework, basic themes were first identified and subsequently aggregated into organizing themes and higher order global themes, ensuring conceptual coherence and theoretical depth. To enhance analytical richness and reinforce interpretive credibility, the emergent findings were systematically compared with both domestic and international studies on absorptive capacity, organizational learning, and knowledge management. This comparative analysis enabled the identification of convergences and divergences between the Iranian insurance context and dominant theoretical models, thereby strengthening the explanatory power and contextual sensitivity of the findings. All in all, this methodological approach ensured transparency in the analytical process and contributed to the robustness, transferability, and theoretical contribution of the study.

FINDINGS: The findings of this study demonstrate that absorptive capacity in the Iranian insurance industry, while conceptually consistent with classical and contemporary frameworks in the international literature, differs markedly in its formation, trajectory of development, and pattern of outcomes. Rather than emerging as a proactive and deliberately cultivated strategic capability, absorptive capacity in this context is predominantly reactive, activated by environmental turbulence, intensified competition, technological disruption, and persistent knowledge gaps. Consequently, knowledge-related initiatives tend to be fragmented, short-term, and heavily dependent on managerial attitudes and stability, preventing absorptive capacity from maturing into an institutionalized and sustainable organizational capability. From a contextual and institutional perspective, the study reveals that managerial perceptions of knowledge, short managerial tenures, weak merit-based systems, and the absence of organizational memory significantly constrain the development of absorptive capacity. These challenges are reinforced by regulatory passivity and the lack of explicit knowledge-oriented requirements within the supervisory framework governing the insurance industry. This configuration contrasts sharply with the dominant findings in global literature, which emphasizes the facilitative role of supportive institutional environments in enhancing organizational learning and innovation. In the Iranian insurance context, therefore, institutional arrangements function less as enablers and more as structural inhibitors of systematic knowledge absorption. At the operational and process level, deficiencies in data infrastructure, limited access to reliable information, weak knowledge-sharing mechanisms, and cultural resistance to change further hinder the progression of absorptive capacity across its acquisition, assimilation, transformation, and exploitation phases. As a result, knowledge absorption frequently remains confined to individual awareness or isolated initiatives, failing to translate into coordinated organizational action and long-term capability development. Unlike evidence from technology-intensive industries, digitalization in this setting has not yet assumed a catalytic role in strengthening absorptive capacity, but instead highlights a critical missing link between data availability and knowledge utilization. With respect to outcomes, the findings indicate that the effects of absorptive capacity in the Iranian insurance industry materialize primarily through incremental and process-based improvements rather than radical technological innovations. These outcomes include enhanced underwriting and claims processes, improved managerial decision-making quality, greater cognitive and strategic agility, strengthened process-driven competitive advantage, and improved customer experience. This pattern suggests that, within highly regulated service industries such as insurance, absorptive capacity serves less as a driver of rapid technological breakthroughs and more as a foundational mechanism for continuous learning, organizational resilience, and gradual value creation. Accordingly, the direct transfer of dominant global theoretical models to such contexts without sufficient attention to institutional and cultural contingencies may yield incomplete or misleading conclusions.

CONCLUSION: The findings of the study indicate that although absorptive capacity in the Iranian insurance industry is conceptually aligned with the international literature, its mode of realization and the nature of its outcomes are gradual, processual, and highly dependent on the institutional and regulatory context. These results highlight that the straightforward generalization of dominant absorptive capacity models to regulated service industries may be misleading. In insurance industry, the development of absorptive capacity relies less on rapid technological innovation and more on strengthening organizational learning, managerial coherence, and a systematic knowledge-oriented perspective.

*Corresponding Author:

Email: Shrefoua@gmail.com

Phone: +98 2122092265

ORCID: 0000-0002-5991-9340

DOI: 10.22056/ijir.2026.03.03





مقاله پژوهشی

واکاوی پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه

شبنم رفوآ^{۱*}، حسینعلی بختیار نصرآبادی^۲

^۱ دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، رئیس اداره کتابخانه، اسنادعلمی و نشریات، پژوهشکده بیمه، تهران، ایران.

^۲ دکتری مدیریت بازاریابی، مشاور مدیرعامل شرکت سهامی بیمه آسیا، تهران، ایران.

چکیده:

پیشینه و اهداف: دلیل ماهیت داده‌محوری و دانش‌پایه بودن کسب‌وکار بیمه، توسعه این صنعت از مسیر ارتقای ظرفیت جذب دانش شامل کسب، تحلیل، ترکیب و به‌کارگیری دانش می‌گذرد. به‌رغم اهمیت جذب دانش در توسعه رقابت‌پذیری و ارتقای کیفیت خدمات بیمه‌ای، ارتقای ظرفیت جذب دانش به‌مثابه تلاشی نظام‌مند و یکپارچه، مغفول مانده است. از این‌رو، هدف این پژوهش شناسایی و تبیین پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شده است. داده‌ها از طریق تحلیل اسناد و متون تخصصی مرتبط با تجربه‌های مدیریتی، ساختارهای سازمانی و تحولات دانشی صنعت بیمه ایران گردآوری شد. فرایند تحلیل داده‌ها در چهارچوب مدل پارادایمی شامل شرایط علی، عوامل زمینه‌ای، شرایط تعدیل‌گر و پیامدها صورت گرفت و مضامین پایه، سازمان‌دهنده و کلان به‌صورت نظام‌مند استخراج شدند. به‌منظور افزایش غنای تحلیلی و اعتباربخشی تفسیری، یافته‌های پژوهش با مطالعات داخلی و بین‌المللی حوزه ظرفیت جذب دانش مقایسه شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که فشارهای محیطی، دانشی و حرفه‌ای صنعت بیمه، همراه با نگرش‌های مدیریتی ناپایدار، ساختارهای سازمانی کمتر دانش‌محور و نقش تعیین‌کننده نهاد ناظر، از مهم‌ترین شرایط علی و زمینه‌ای شکل‌گیری ظرفیت جذب دانش در این صنعت به‌شمار می‌روند. در مقابل، ماهیت خاص دانش بیمه‌ای، ضعف زیرساخت‌های فناوریانه و داده‌محور، مقاومت‌های فرهنگی و تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای به‌عنوان عوامل تعدیل‌گر، شدت و مسیر تحقق این ظرفیت را محدود می‌سازند. در بخش پیامدها، برخلاف ادبیات غالب که ظرفیت جذب دانش را عمدتاً محرک نوآوری‌های جهشی می‌داند، یافته‌ها حاکی از آن است که در صنعت بیمه ایران پیامدهای ظرفیت جذب دانش بیشتر در قالب بهبود عملکرد بیمه‌گری، ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری مدیریتی، توسعه تدریجی دانش و فناوری، افزایش رقابت‌پذیری، تقویت چابکی شناختی و بهبود تجربه مشتری نمود می‌یابد.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران اگرچه از نظر مفهومی با ادبیات بین‌المللی همسو است، اما از حیث نحوه تحقق و نوع پیامدها ماهیتی تدریجی، فرایندی و به‌شدت وابسته به زمینه نهادی و مقرراتی دارد. این نتایج تأکید می‌کند که تعمیم ساده الگوهای رایج ظرفیت جذب دانش به صنایع خدماتی تنظیم‌گری‌شده می‌تواند گمراه‌کننده باشد و توسعه این ظرفیت در صنعت بیمه بیش از آنکه متکی بر نوآوری فناوریانه سریع باشد، مستلزم تقویت یادگیری سازمانی، انسجام مدیریتی و نگاه دانشی نظام‌مند است.

اطلاعات مقاله

تاریخ‌های مقاله:

دریافت: ۲۰ دی ۱۴۰۴

بازنگری نهایی: ۳۰ اسفند ۱۴۰۴

پذیرش: ۶ فروردین ۱۴۰۵

زودآیند: ۶ فروردین ۱۴۰۵

انتشار: ۱۰ تیر ۱۴۰۵

کلمات کلیدی:

پسایند ظرفیت جذب دانش

پیشایند ظرفیت جذب دانش

تحلیل مضمون

صنعت بیمه

*نویسنده مسئول:

ایمیل: Shrefoua@gmail.com

تلفن: ۰۹۸ ۲۱۲۲۰۹۲۲۶۵

ORCID: 0000-0002-5991-9340

DOI: 10.22056/ijir.2026.03.03

توجه: مدت‌زمان بحث و انتقاد برای این مقاله تا ۱ اکتبر ۲۰۲۶ در وب‌سایت IJIR در «نمایش مقاله» باز است.

مقدمه

در عصر حاضر که داده‌ها به‌مثابه یک دارایی استراتژیک عمل می‌کنند، صنایع داده‌بنیان و ارتباط‌محور همچون صنعت بیمه در کانون تحولات قرار گرفته‌اند. موفقیت در این صنعت، وابستگی مستقیمی به توانمندی در مدیریت ریسک، اجرای فرایندهای دقیق بیمه‌گری و اجرای راهبردهای پیشرفته بازاریابی دارد. در چنین فضایی، قابلیت یک سازمان در کسب داده، تبدیل آن به دانش، ارتقای دانش به شایستگی سازمانی و نهایتاً تجلی شایستگی در قالب قابلیت‌های رقابتی، به مزیتی منحصربه‌فرد و تقلیدناپذیر تبدیل می‌شود؛ مزیتی که پشتوانه آن نوآوری، کیفیت و خلق ارزش برای بیمه‌گذار است.

علاوه بر ماهیت دانش‌محور کسب‌وکار بیمه، دو نیروی محرک قدرتمند، ضرورت تحول در این صنعت را بیش‌ازپیش نمایان می‌سازند. نخست، فشارهای فناورانه که همگامی با فناوری‌های ساختار شکن را برای بقا و رقابت با دیگر بازیگران زنجیره ارزش (بانک‌ها، بیمه‌گران اتکایی، نهادهای قانونی و ...) اجتناب‌ناپذیر می‌کند. دوم، افزایش انتظارات بازار که بیمه‌گذاران را به سمت تقاضا برای محصولات سفارشی‌شده و فرایندهای نوآورانه سوق داده و احترام به فردیت و حق انتخاب را به گفتمانی اصلی در صنعت بدل کرده است. به‌عبارتی، برای شرکت‌های بیمه، موفقیت به توانایی آن‌ها در سازگاری با ریسک‌های متغیر و فناوری‌ها، پویایی بازار و خواسته‌های مشتری بستگی دارد.

با وجود این اهمیت انکارناپذیر، شواهد حاکی از آن است که تلاش‌های مبتنی بر دانش در صنعت بیمه کشور با نبود انسجام و رویکردی نظام‌مند مواجه است. اگرچه فعالیت‌هایی در هریک از زیرسیستم‌های جذب دانش (کسب، تحلیل، ترکیب و به‌کارگیری) به‌صورت پراکنده انجام می‌شود، اما این تلاش‌ها به خلق توانمندی یکپارچه‌ای منجر نشده است (رفوآ، ۱۴۰۳). شاهد این مدعا، علاوه بر یافته‌های پژوهش‌های پیشین، رکود نسبی در نوآوری محصولات و خدمات بیمه‌ای طی دهه‌های گذشته است. به عبارت دیگر، صنعت بیمه با مدل‌های کسب‌وکار و فرایندهای فعلی، به سقف ظرفیت رشد خود رسیده و برای تحقق اهداف بالادستی مستلزم یک جهش است. این جهش که از مسیر تحول دیجیتال می‌گذرد و انتقالی پارادایمی تلقی می‌شود (بادین و بختیار نصرآبادی، ۱۴۰۰)، بدون تقویت زیربنایی‌ترین عنصر آن، یعنی ظرفیت جذب دانش، محقق نخواهد شد.

ظرفیت جذب دانش به مجموعه‌ای از فرایندها و روندهای سازمانی اشاره دارد که طی آن سازمان به کسب، شبیه‌سازی، انتقال و استخراج دانش می‌پردازد، تا قابلیت‌های پویایی در خود ایجاد کند. این قابلیت‌ها، توانایی سازمان را برای دستیابی و حفظ مزیت رقابتی افزایش می‌دهند. از این‌رو، با توجه به نقش حیاتی «ظرفیت جذب دانش» به‌عنوان موتور محرک نوآوری و تحول دیجیتال از یک‌سو، و نبود رویکردی منسجم برای تقویت آن در صنعت بیمه از سوی دیگر، این پژوهش با هدف پر کردن شکاف پژوهشی موجود، در پی پاسخ

به این پرسش بنیادین است: «پیشایندها و پساایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه کدام‌اند؟»

مبانی نظری پژوهش

مفهوم ظرفیت جذب دانش

براساس دیدگاه مبتنی بر دانش، دانش ارزشمندترین و استراتژیک‌ترین منبع یک شرکت در نظر گرفته می‌شود. طرفداران این دیدگاه معتقدند از آنجاکه منابع و قابلیت‌های دانشی به‌سختی قابل تقلیدند، می‌توانند به مبنایی برای خلق مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر سازمانی تبدیل شوند. یکی از اساسی‌ترین مهارت‌ها برای تحقق این مزیت، توانایی شناسایی، جذب و بهره‌برداری از دانش موجود در محیط بیرونی است.

مفهوم ظرفیت جذب دانش^۱ را نخستین بار کوهن و لوینثال (Cohen & Levinthal, 1990) در ادبیات مدیریت مطرح کردند تا همین مهارت را تبیین کند. آن‌ها این مفهوم را با الهام از اقتصاد کلان به سطح سازمان تعمیم دادند و آن را «توانایی یک شرکت برای تشخیص ارزش اطلاعات جدید خارجی، جذب آن و به‌کارگیری آن در راستای اهداف تجاری» تعریف کردند (Cohen & Levinthal, 1990; Flatten et al., 2009). این تعریف کلاسیک، ظرفیت جذب را فرایندی سه‌مرحله‌ای می‌داند با توسعه این حوزه پژوهشی، تعاریف جامع‌تری برای تشریح ابعاد پیچیده‌تر این قابلیت ظهور کرد. برجسته‌ترین توسعه مفهومی را زهرا و جرج (Zahra & George, 2002) ارائه کردند که ظرفیت جذب را قابلیت پویا دانستند که بر ماهیت و پایداری مزیت رقابتی شرکت تأثیر مستقیم دارد. آن‌ها ظرفیت جذب را به‌صورت «مجموعه‌ای از روال‌ها و فرایندهای سازمانی که شرکت‌ها از طریق آن‌ها دانش را کسب، جذب، تغییر و از آن بهره‌برداری می‌کنند» تعریف کردند. نوآوری اصلی چهارچوب زهرا و جرج (Zahra & George, 2002)، تقسیم‌بندی این چهار فرایند به دو قابلیت مجزا بود: ظرفیت جذب بالقوه^۲ که شامل کسب و جذب دانش است و ظرفیت جذب تحقق‌یافته^۳ که شامل تبدیل و بهره‌برداری از آن می‌شود. این مدل تأکید می‌کند که صرف داشتن ظرفیت بالقوه لزوماً به بهره‌برداری از دانش منجر نخواهد شد (Mokhlis et al., 2020).

دیدگاه مهم دیگری، ظرفیت جذب را از منظر فرایندهای یادگیری سازمانی تحلیل می‌کند. مثلاً، لین و همکاران (Lane et al., 2006) آن را توانایی شرکت برای استفاده از دانش بیرونی از طریق سه فرایند متوالی شامل یادگیری اکتشافی (شناخت دانش)، یادگیری تحولی (جذب دانش) و یادگیری بهره‌بردارانه (استفاده از دانش) تعریف کرده‌اند (Chauvet, 2014).

در مجموع و با مرور دیدگاه‌های مهم، می‌توان گفت ظرفیت جذب دانش قابلیت پویای چندبعدی است. این قابلیت به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا از طریق شناسایی، کسب، درونی‌سازی و به‌کارگیری

1 Absorptive Capacity

2 Potential ACAP

3 Realized ACAP

دانش موجود در محیط خارجی، برای خود ارزش‌آفرینی کرده، نوآوری را تسهیل کنند و در نهایت به مزیت رقابتی پایدار دست یابند و آن را حفظ کنند.

ابعاد ظرفیت جذب دانش

براساس مدل تأثیرگذار زهرا و جرج (Zahra & George, 2002) ظرفیت جذب دانش ساختاری چندبعدی است که شامل چهار قابلیت متمایز اما مرتبط با یکدیگر می‌شود. این ابعاد، فرایند تبدیل دانش خارجی به مزیت رقابتی را به صورت مرحله‌ای تبیین می‌کنند که در ادامه به تفصیل شرح داده می‌شوند.

۱. ظرفیت کسب دانش^۱

این بعد به توانایی یک شرکت برای شناسایی و کسب دانش خارجی که برای عملکرد آن حیاتی است، اشاره دارد. کسب دانش، که در واقع خروجی مرحله «شناخت ارزش» در مدل اولیه کوهن و لوینتال است، به شدت تحت تأثیر دانش پیشین سازمان و سرمایه‌گذاری‌های قبلی در تحقیق و توسعه قرار دارد. عواملی مانند انگیزه، شدت و سرعت تلاش‌ها برای جست‌وجو و کسب دانش نیز در این ظرفیت نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کنند (Zahra & George, 2002).

۲. ظرفیت جذب دانش^۲

پس از کسب دانش، سازمان باید آن را درونی‌سازی کند. ظرفیت جذب به روال‌ها و فرایندهای شرکت اشاره دارد که به آن امکان می‌دهد اطلاعات به دست آمده را تحلیل، پردازش، تفسیر و درک کند (Camisón & Forés, 2010; Zahra & George, 2002). این فرایند در سطح فردی نیز به توانایی‌های کارکنان مانند سطح تحصیلات، تجربه و انگیزه آن‌ها برای یادگیری وابسته است. در واقع، جذب مؤثر زمانی رخ می‌دهد که افراد بتوانند اطلاعات خارجی جدید را درک کنند و آن را با پایگاه دانش موجود سازمان پیوند دهند (Chauvet, 2014).

۳. ظرفیت تبدیل دانش^۳

این بعد که زهرا و جرج (Zahra & George, 2002) به مدل کلاسیک افزودند، بیانگر «توانایی یک شرکت برای توسعه و اصلاح رویه‌ها از طریق ترکیب دانش موجود با دانش جدید کسب و جذب شده» است. تبدیل فرایندی است که طی آن دانش خارجی جدید در فرایندها و محصولات موجود شرکت درونی‌سازی می‌شود. این امر از طریق افزودن یا حذف بخشی از دانش موجود یا تفسیر آن به روشی متفاوت و نوآورانه صورت می‌پذیرد و به خلق برداشت‌ها و شهودهای جدید در سازمان منجر می‌شود.

۴. ظرفیت بهره‌برداری از دانش^۴

این بعد، مرحله نهایی و تجاری‌سازی دانش است و به توانایی شرکت در به کارگیری دانش جدید برای اهداف تجاری اشاره دارد (Cohen & Levinthal, 1990). بهره‌برداری قابلیت سازمانی مبتنی بر روال است که به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا با استفاده از دانش کسب، جذب و تبدیل شده، در عملیات خود برای ایجاد محصولات، خدمات، فرایندها و شایستگی‌های جدید یا بهبود و گسترش موارد موجود استفاده کنند (Jiménez-Barrionuevo et al., 2011; Zahra & George, 2002). این بعد، ظرفیت جذب را از مفهومی انتزاعی به منبعی واقعی برای خلق ارزش و مزیت رقابتی تبدیل می‌کند.

مروری بر پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش‌های در حوزه ظرفیت جذب دانش بیشتر متمرکز بر رابطه میان جذب دانش و نوآوری است. به نظر می‌رسد در اینکه جذب دانش در نهایت باید به نوآوری منجر شود یا اینکه غایت جذب دانش نوآوری است، توافق وجود دارد. در این پژوهش، پیشینه جذب دانش در پنج محور، (۱) رابطه جذب دانش با نوآوری و تأثیرات جذب دانش بر نوآوری، (۲) عوامل تأثیرگذار بر جذب دانش، (۳) اندازه‌گیری ظرفیت جذب دانش در شرکت‌ها، (۴) روش‌ها، راهبردها و مدل‌های تحقق جذب دانش و (۵) تأثیر جذب دانش بر عملکرد شرکت‌ها طبقه‌بندی شده است. در ادامه این بخش نمونه پژوهش‌های مرتبط با هر طبقه ارائه می‌شود.

در زمینه رابطه جذب دانش با نوآوری و تأثیرات جذب دانش بر نوآوری، انصاری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود مدل ساختاری ظرفیت جذب دانش و عملکرد نوآورانه در شرکت‌های دانش‌بنیان را بررسی کردند. نتایج مدل‌های اندازه‌گیری سازه‌های پژوهش نشان داد که تأثیر ابعاد ظرفیت جذب دانش (اکتساب، ترکیب، انتقال و بهره‌برداری) بر عملکرد نوآورانه مثبت و معنادار است. در پژوهشی دیگر، بوشهری و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی نقش ظرفیت جذب در ارتقای دوسوتوانی نوآوری در صنایع وزارت دفاع تمرکز کردند. نتایج نشان داد که ظرفیت جذب تحقق‌یافته پیش‌نیاز نوآوری اکتشافی و بهره‌بردارانه است و همچنین ظرفیت جذب بالقوه در رابطه میان ظرفیت جذب تحقق‌یافته و نوآوری اکتشافی نقش تعدیل‌کنندگی مثبت و در رابطه میان ظرفیت جذب تحقق‌یافته و نوآوری بهره‌بردارانه نقش تعدیل‌کنندگی منفی دارد. در مطالعه‌ای دیگر، شی و همکاران (Xie et al., 2018) مکانیسم‌های اساسی و میانجی در رابطه میان ظرفیت جذب دانش و عملکرد نوآوری شرکت‌ها را بررسی کردند. داده‌ها از ۳۷۹ شرکت‌های تک در چین جمع‌آوری شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین چهار بعد ظرفیت جذب دانش (کسب دانش، جذب دانش، تبدیل دانش و بهره‌برداری از دانش) و عملکرد نوآوری شرکت‌ها رابطه مثبتی وجود دارد؛ به گونه‌ای که ظرفیت تبدیل و بهره‌برداری از دانش نقش واسطه‌ای میان عملکرد نوآوری و ظرفیت کسب و جذب دانش ایفا می‌کند. همچنین مرادی و همکاران (۱۳۹۱) پژوهش خود را با هدف بررسی نقش

1 Acquisition Capacity

2 Assimilation Capacity

3 Transformation Capacity

4 Exploitation Capacity

همکاری داخلی مبتنی بر اعتماد، و استفاده معوق از دانش به جزئیات به تصویر کشیدند و ارتباطات متقابل بین فرایندهای درون آن را قابل مشاهده ساختند. در پژوهش **کرسپی و همکاران (Crespital., 2002)** چگونگی دستیابی به بلوغ ظرفیت جذب در یک شرکت تحقیقاتی عمومی بررسی شد. پژوهشگران سه پروژه تحقیق و توسعه‌ای دارای اتحادهای درون‌سازمانی و بین‌سازمانی را مطالعه کردند. این پژوهش به توسعه یک مدل بلوغ پیشنهادی ظرفیت جذب در یک شرکت تحقیقاتی عمومی کمک کرد. مقوله محوری این مدل شامل ظرفیت جذب بالقوه و تحقق‌یافته است؛ به‌گونه‌ای که روال‌ها و فرایندهای ظرفیت جذب (کسب، جذب، تبدیل و اکتشاف دانش) با مراحل چرخه حیات پروژه‌های تحقیق و توسعه درون‌سازمانی و بین‌سازمانی مرتبط شده است. مدل پیشنهادی آن‌ها عوامل تسهیل‌گر، عوامل زمینه‌ای، واسطه‌ها، پیامدها و ظرفیت جذب قابل سنجش را شامل می‌شود و در دو سطح درون‌سازمانی و بین‌سازمانی پیشنهاد شده است.

در پژوهش **گِدِس و همکاران (Guedes et al., 2017)** مدلی مفهومی برای تولیدکنندگان کلکتورهای خورشیدی برای ارزیابی ظرفیت جذب پیشنهاد شد. چهار مؤلفه ظرفیت جذب (کسب، جذب، تبدیل و بهره‌برداری) در مرکز مدل ارائه شده قرار دارند که در تعامل با محیط‌های داخلی و خارجی هستند؛ به‌طوری که محیط خارجی از دو منبع دانش صنعتی و دیگری دانش علمی تشکیل شده است، در خصوص دانش صنعتی، تعامل شرکت با انواع ذی‌نفعان (تأمین‌کنندگان، مشتریان و رقبا) برای ایجاد پایگاه دانش ضروری است. دومین منبع خارجی (دانش علمی) در مشارکت و تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به دست می‌آید. محیط داخلی سازمان دومین عنصر محیط است که شامل دانش قبلی، پیشینه تحصیلی و ارزش‌های انباشته‌شده توسط کارکنان در تمام سطوح سلسله‌مراتبی می‌شود. **هوانگ و لی (Huang & Lai, 2014)** فاکتورهای اصلی موفقیت برای اجرای مدیریت دانش در میان شرکت‌های بیمه زندگی در تایوان را بررسی کردند. نتایج بررسی موردی هشت شرکت بیمه زندگی، نشان داد که ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های مدیریت دانش و ویژگی‌های سازمانی تأثیر مستقیمی بر اجرای مدیریت دانش دارند. تأثیر جذب دانش بر عملکرد شرکت‌ها و سازمان، از موضوعاتی است که علاوه بر پژوهشگران، مورد علاقه مدیران اجرایی نیز قرار دارد. در واقع یکی از علل عدم سرمایه‌گذاری مناسب در حوزه جذب دانش، تردید شرکت‌ها در پیامدها و بازده این سرمایه‌گذاری است. **کینیوا (Kinyua, 2022)** با هدف بررسی تأثیر ظرفیت جذب بر عملکرد شرکت‌های بیمه در شهرستان نایروبی واقع در کنیا پژوهشی انجام داد. این مطالعه همچنین در پی ایجاد نقش چابکی سازمانی و فرهنگ یادگیری سازمانی بر رابطه میان ظرفیت جذب و عملکرد سازمانی بود. مدل پژوهش نشان داد که ظرفیت اکتساب، ظرفیت جذب، ظرفیت تبدیل و ظرفیت بهره‌برداری تأثیر مثبتی بر عملکرد سازمانی دارد. به‌طور مشابه، چابکی سازمانی تا حدی واسطه اثر ظرفیت جذب بر عملکرد سازمانی است. علاوه بر این، یافته‌های

ظرفیت جذب دانش (فردی و سازمانی) بر عملکرد نوآورانه سازمان‌ها در شرکت‌های داروسازی و شرکت‌های بیمه حاضر در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. نتایج حاصل از بررسی فرضیه‌های پژوهش نشان داد که میان ظرفیت جذب فردی و سازمانی و نیز میان این دو ظرفیت با عملکرد نوآورانه رابطه وجود دارد. همچنین نقش میانجی ظرفیت جذب سازمانی در رابطه میان متغیرهای ظرفیت جذب فردی و عملکرد نوآورانه تأیید شد.

در خصوص عوامل تأثیرگذار بر جذب دانش، **حسینی و حاجی‌پور (۱۳۸۷)** به تبیین روابط ذهنیت مشترک، ظرفیت جذب دانش، نوآوری و انعطاف‌پذیری در شرکت‌های دارویی کشور پرداختند. در این مقاله، ظرفیت جذب دانش به‌مثابه فعالیتی چندسطحی و اقدامی جمعی تبیین شده است. از یک سو، اثر ذهنیت مشترک بر ظرفیت جذب دانش و از سوی دیگر، تأثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری و انعطاف‌پذیری بررسی شد. نتایج حاصل حاکی از تأثیر معنادار ذهنیت مشترک بر ظرفیت جذب دانش است. بخش دیگر نتایج بیانگر وجود تأثیر ظرفیت جذب دانش بر نوآوری و انعطاف‌پذیری است. مدل پژوهش از توان بالایی برای تبیین ظرفیت جذب دانش، عوامل مؤثر بر آن و نتایج آن برخوردار است.

اندازه‌گیری ظرفیت جذب دانش در شرکت‌ها، موضوعی جذاب برای پژوهشگران بوده است. **انصاری و همکاران (۱۳۹۳)**، در مقاله خود به ارائه مدلی برای اندازه‌گیری ظرفیت جذب دانش مشتری پرداختند. بدین منظور در یک پژوهش پیمایشی با استفاده از تحلیل عامل اکتشافی، ابعاد مفهوم ظرفیت جذب دانش مشتری تعیین و از تحلیل عامل تأییدی برای تأیید اعتبار مدل در یک شرکت فعال در صنعت مواد غذایی استفاده کردند. یافته‌ها نشان داد که سه بعد ظرفیت کسب دانش مشتری، ظرفیت به‌کارگیری دانش مشتری و ظرفیت سازماندهی دانش مشتری با ظرفیت جذب دانش مشتری ارتباط دارد و در این میان ظرفیت سازماندهی از بیشترین همبستگی با مفهوم ظرفیت جذب دانش مشتری برخوردار است. در پژوهشی دیگر، **کمال و همکاران (Kamal et al., 2021)** ظرفیت جذب شرکت‌های کوچک و متوسط ساخت‌وساز مالزی را شناسایی کردند. در این پژوهش ۲۹ شاخص اصلی و ۱۰ عامل تأثیرگذار برای ظرفیت جذب دانش شناسایی شد. نتایج پژوهش نشان داد که صاحبان و کارکنان با تحصیلات عالی و بیشتر در صنعت تمایل بیشتری به جذب دانش جدید دارند. واحدهای منابع انسانی و ارتباطات اداری رسمی تأثیر مثبتی بر ظرفیت جذب دارند. تأمین‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز به‌عنوان عوامل خارجی مهم شناسایی شدند.

حوزه دیگر مرتبط با مطالعات جذب دانش، روش‌ها، راهبردها و مدل‌های تحقق جذب دانش است.

رونکی و کیسک (Rungi & Kiisk, 2020) در مطالعه خود به بررسی بیشتر مدل ظرفیت جذب دانش پرداختند. داده‌ها با استفاده از مصاحبه با ۶۱ شرکت در استونی جمع‌آوری شدند. یافته‌های پژوهش، اطلاعات جدیدی درباره مکانیسم‌های ظرفیت جذب ارائه می‌دهد. عناصر مدل را در چهار بعد توسعه مستمر، نوآوری از پایین به بالا،

(Braun & Clarke, 2006). این روش فراتر از خلاصه‌سازی صرف داده‌ها عمل می‌کند و با تفسیر عمیق داده‌ها، به معنابخشی به پدیده مورد مطالعه می‌پردازد (Maguire & Delahunt, 2017).

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۱۰ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران اصلی صنعت بیمه بودند. ملاک تعداد مصاحبه‌ها و نمونه‌گیری، رسیدن به حد اشباع نظری بود. این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع قضاوتی انتخاب شدند. ملاک اصلی برای انتخاب این افراد، داشتن دانش تخصصی و تجربه عملی غنی (بیش از ۱۰ سال سابقه) در حوزه‌های مدیریت راهبردی، مدیریت دانش، آموزش و پژوهش در شرکت‌های بیمه و نهادهای نظارتی این صنعت بود.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. این نوع مصاحبه به پژوهشگر امکان داد تا ضمن پیروی از چهارچوبی مشخص از سؤالات اصلی، انعطاف‌پذیری لازم برای کاوش عمیق‌تر در پاسخ‌ها و پیگیری نکات نوظهور را داشته باشد. تمامی مصاحبه‌ها با کسب رضایت از مشارکت‌کنندگان ضبط و سپس به‌دقت پیاده‌سازی شدند. فرایند گردآوری داده‌ها با پیروی از اصل اشباع داده‌ها انجام گرفت؛ به این معنا که مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافتند که داده‌های جدید، اطلاعات معنادار و تازه‌ای به مضامین در حال شکل‌گیری اضافه نمی‌کردند، که این اشباع پس از مصاحبه دهم حاصل شد.

برای تحلیل داده‌های کیفی گردآوری‌شده، از رویکردش مرحله‌ای و بازگشتی تحلیل مضمون براون و کلارک (Braun & Clarke, 2006) استفاده شد. این فرایند شامل یک حرکت رفت‌وبرگشتی مستمر بین مجموعه داده‌ها، کدهای استخراج‌شده و مضامین در حال ظهور بود. تمامی مراحل تحلیل با کمک نرم‌افزار مدیریت داده‌های کیفی MAXQDA (نسخه ۲۰۲۰) انجام پذیرفت. این مراحل به شرح زیر بودند:

۱. آشنایی عمیق با داده‌ها: در این مرحله، پژوهشگر با مطالعه مکرر متن پیاده‌شده مصاحبه‌ها و گوش دادن چندباره به فایل‌های صوتی، خود را در داده‌ها غرق کرد. یادداشت‌های اولیه درباره برداشت‌های کلی و ایده‌های اولیه در این گام ثبت شد.
۲. ایجاد کدهای اولیه: در این گام، متن مصاحبه‌ها به‌صورت خط‌به‌خط بررسی و بخش‌های معنادار داده‌ها که به پرسش‌های پژوهش مرتبط بودند، با برچسب‌های مفهومی (کد) مشخص شدند. این فرایند به‌صورت داده‌محور انجام گرفت تا از پیش‌فرض‌های پژوهشگر جلوگیری شود.

۳. جست‌وجوی مضامین: پس از کدگذاری اولیه، کدها براساس شباهت‌های مفهومی و ارتباط معنایی با یکدیگر، در گروه‌های بزرگ‌تری دسته‌بندی شدند. این گروه‌ها، مضامین بالقوه اولیه را تشکیل دادند.

۴. بازبینی و پالایش مضامین: این مرحله در دو سطح انجام شد: نخست، کدهای ذیل هر مضمون بازبینی شدند تا از همگنی درونی آن‌ها اطمینان حاصل شود. دوم، نقشه کلی مضامین در ارتباط با کل مجموعه داده‌ها بررسی شد تا اطمینان حاصل شود که مضامین

مطالعه تأیید کرد که فرهنگ یادگیری سازمانی تأثیر ظرفیت جذب را بر عملکرد سازمانی تعدیل می‌کند. سانچو-زامورا و همکاران (Sancho-Zamora et al., 2021) در مطالعه‌ای دیگر، چگونگی تأثیر ظرفیت جذب و نوآوری بر عملکرد کسب‌وکار را بررسی کردند. در این پژوهش روابط بین ابعاد ظرفیت جذب بالقوه و تحقق‌یافته و تأثیر آن‌ها بر عملکرد سازمان بررسی شد. نتایج پژوهش، تأثیر مثبت ظرفیت جذب را بر ظرفیت نوآوری (نوآوری محصول و نوآوری فرایند تأیید کرد که خود نیز تأثیر مثبتی بر عملکرد کسب‌وکار دارد. علاوه‌براین، ابعاد مختلف ظرفیت جذب و نوآوری نقش مهمی در این روابط دارند. چگ کامو و کوانیا (Kamau & Kwanya, 2019)، به بررسی تأثیر استراتژی‌های مدیریت دانش بر شرکت‌های بیمه در کنیا پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد، شیوه ارتباطی سازمان و فناوری بیشترین تأثیر را دارند. پاسخ‌دهندگان در زمینه استفاده از استراتژی‌های مدیریت دانش، به برگزاری کارگاه‌های آموزشی و نیز بهبود ارتباطات سازمانی، سیاست‌گذاری سازمانی و تیم‌سازی اشاره کردند. همچنین شیوه‌های به‌کارگیری مدیریت دانش بر جنبه‌های مهم کاری و کارکنان سازمان تأثیر داشته است.

مرور جامع پیشینه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش به‌طور گسترده‌ای به‌عنوان یکی از متغیرهای محوری در تبیین نوآوری و بهبود عملکرد سازمانی مورد توجه قرار گرفته و اغلب پژوهش‌ها بر تأثیر مثبت و معنادار آن بر نوآوری محصول، نوآوری فرایند و در نهایت عملکرد شرکت‌ها اتفاق نظر دارند. این مطالعات، ضمن تأکید بر ابعاد ظرفیت جذب دانش، به شناسایی عوامل مؤثر، سازوکارهای تحقق، مدل‌های اندازه‌گیری و نقش‌های واسطه‌ای و تعدیل‌کننده آن پرداخته‌اند و غایت جذب دانش را عمدتاً در قالب نوآوری و عملکرد تبیین کرده‌اند. با این حال، بخش قابل توجهی از این پژوهش‌ها ماهیتی کمی، تعمیم‌محور و بین‌المللی دارند و کمتر به بررسی عمیق زمینه‌های نهادی، مدیریتی و فرهنگی شکل‌گیری ظرفیت جذب دانش در صنایع خاص، به‌ویژه در صنعت بیمه پرداخته‌اند. به‌طور خاص در صنعت بیمه ایران، به‌رغم تأکید نظری بر دانش‌محور و داده‌محور بودن این صنعت، خلأ پژوهش‌های کیفی و زمینه‌مند که به تبیین شرایط علی، زمینه‌ای و تعدیل‌گر مؤثر بر شکل‌گیری و پیامدهای تحقق ظرفیت جذب دانش بپردازند، به‌وضوح مشاهده می‌شود.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر فلسفی در پارادایم تفسیری قرار می‌گیرد و با اتخاذ یک رویکرد کیفی، در پی کشف و فهم عمیق تجارب و دیدگاه‌های صاحب‌نظران در خصوص پیشایندها و پسایندهای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه است. برای تحقق این هدف، استراتژی تحلیل مضمون^۱ به‌عنوان روش اصلی پژوهش انتخاب شد. تحلیل مضمون روشی انعطاف‌پذیر و درعین حال نظام‌مند برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای معنایی (مضامین) در داده‌های کیفی است

1 Thematic Analysis

جدول ۱. ویژگی‌ها (زیرمقوله‌ها) و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با شرایط علی
Table 1. Features (subcategories) and some basic concepts and codes related to causal conditions

ویژگی‌ها (زیرمقوله‌ها)	کدها
بازار پویا و پیش‌بینی‌ناپذیر	شرایط عدم اطمینان محیطی، پویایی بازار، نیاز به تحول و تغییر، اقتضائات بازار، ظهور ریسک‌های جدید کنار رفتن تعرفه، متغیر بودن محیط کسب‌وکار، ضرورت افق‌گشایی در صنعت بیمه
مشتریان مطالبه‌گر	انتظارات از محصول، فرایند، کیفیت ارائه، دسترسی، سرعت، خوشایندی
شکاف دانشی	عقب ماندن از دنیا، به‌روز نبودن دانش، نیاز به دانش روز، وارداتی بودن دانش بیمه، نیاز به فضای تحلیل، ماهیت دانش (دانش منبعی تقلیدناپذیر)
رقابت افسارگسیخته با طعم تنازع بقا	رقابت‌پذیری، نیاز به بقا، فضای رقابتی شدید صنعت بیمه
دانش ابزار کسب‌وکار	دانش فرایند، دانش ریسک، دانش وضعیت سلامتی، دانش وضعیت ریسک، ارائه راه‌حل، شناخت مشتری، تبادل دانش بین بیمه‌گر و بیمه‌گذار، توانمندی در اخذ داده از محیط، شناخت ریسک
ماهیت کسب‌وکار بیمه	دانش پایه بودن، ارتباط محوری، داده‌محوری کسب‌وکار، محوریت علم آمار، دانش‌بنیان، اکچوئری، دانش وارداتی دانش بیمه، وارداتی بودن صنعت
دغدغه‌های حرفه‌ای	دغدغه‌های حرفه‌ای، محدود بودن رشته‌های بیمه‌ای، یک ضرورت پایه‌ای، از نان شب واجب‌تر، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر، احساس نیاز کنشگران
هجوم فناوری	فین‌تک و های‌تک، های‌تک، اینشورتک، پیشرفت‌های فناوریانه، فناوری، تحول دیجیتال

یادداشت‌های اولیه تا کدهای نهایی و تصمیم‌گیری‌های تحلیلی، به‌دقت مستندسازی شد تا در صورت لزوم توسط پژوهشگری خارجی قابل ردیابی باشد.

تأییدپذیری^۴: برای اطمینان از اینکه یافته‌ها مبتنی بر داده‌ها هستند و نه سوگیری‌های پژوهشگر، از راهبرد بازبینی توسط هم‌تایان استفاده شد. در این فرایند، کل مسیر پژوهش و یافته‌های اولیه را دو متخصص حوزه مدیریت دانش که در پژوهش دخیل نبودند، بررسی کردند و نظرات اصلاحی ایشان اعمال شد. علاوه‌براین، یک گروه کانونی متشکل از کارشناسان دانش صنعت بیمه برای بررسی و تأیید نهایی مضامین تشکیل شد.

نتایج و بحث

استخراج پیشایندها شرایط علی

کدهای و مفاهیم اولیه استخراج‌شده مرتبط با منشأهای شکل‌گیری ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه در زیرمقوله‌هایی همچون بازار پویا و پیش‌بینی‌ناپذیر، مشتریان مطالبه‌گر، شکاف دانشی، رقابت افسارگسیخته با طعم تنازع بقا، دانش ابزار کسب‌وکار، ماهیت کسب‌وکار بیمه، دغدغه‌های حرفه‌ای، هجوم فناوری طبقه‌بندی شد. در واقع این زیرمقوله‌ها ویژگی‌های عوامل علی محسوب می‌شود. ویژگی‌ها، صفات یا خصیصه‌های راجع به یک مقوله هستند. براساس تحلیل‌های برآمده از داده، تغییرات محیطی اعم از افزایش انتظارات مشتریان، ظهور فناوری‌های ساختار شکن، توسعه فناوریانه دیگر بازیگران زنجیره ارزش همانند بانک، بازار سرمایه و ...، شکاف دانشی موجود در صنعت بیمه به‌دلیل تحریم‌ها و فضای رقابتی صنعت همگی مستلزم اتخاذ یک رویکرد دانشی در صنعت بیمه است. مهم‌تر از همه، کسب‌وکار بیمه ماهیتاً دانش‌بنیان و داده و دانش ابزار

به‌خوبی انتخاب شده‌اند. در این مرحله، برخی مضامین با هم ادغام، برخی به مضامین فرعی شکسته و برخی نیز حذف شدند.

۵. تعریف و نام‌گذاری نهایی مضامین: برای هر مضمون نهایی، یک تعریف دقیق و شفاف تدوین شد. این تعریف، جوهره اصلی مضمون و ارتباط آن با دیگر مضامین را مشخص می‌کرد. همچنین نامی گویا و جامع برای هر مضمون و مضمون فرعی انتخاب شد.

۶. تهیه گزارش نهایی: در آخرین مرحله، تحلیل نهایی به‌صورت یک روایت منسجم و تحلیلی نگارش شد. برای هر مضمون، تبیین‌های نظری ارائه و با استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم و گویا از مصاحبه‌ها، یافته‌ها مستندسازی شدند تا تصویری کامل از دیدگاه مشارکت‌کنندگان ارائه شود.

به‌منظور تضمین استحکام و کیفیت یافته‌های این پژوهش کیفی، از چهارچوب اعتمادپذیری ارائه‌شده توسط گویا و لینکلن استفاده شد. این چهارچوب شامل چهار معیار اصلی است که در این پژوهش به شرح زیر محقق شدند (آذر و همکاران، ۱۳۸۳):

اعتبارپذیری^۱: برای حصول اطمینان از اینکه یافته‌ها بازتاب دقیقی از واقعیت‌های مدنظر مشارکت‌کنندگان است، از راهبرد بازبینی توسط اعضا استفاده شد که در آن، نتایج تحلیل اولیه در اختیار برخی مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت تا نظر تأییدی آن‌ها اخذ شود.

انتقال‌پذیری^۲: به‌منظور فراهم آوردن امکان قضاوت درباره قابلیت تعمیم یافته‌ها به زمینه‌های مشابه، توصیف غنی و دقیقی از بستر پژوهش، مشارکت‌کنندگان و فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها ارائه شد.

اتکاپذیری^۳: برای نشان دادن ثبات و تکرارپذیری فرایند پژوهش، مسیر حسابرسی دقیقی ایجاد شد. تمامی مراحل کار، از

1 Credibility
2 Transferability
3 Dependability

4 Confirmability

شرکت‌های بیمه به‌خصوص جاهایی که ثبات مدیریتی وجود ندارد به‌دنبال بازده‌های کوتاه‌مدت هستند و هیچ‌وقت نمی‌آیند نهایی را بکارند که ثمره‌اش ۱۰ سال، ۵ سال یا ۳ سال دیگر به بار می‌نشیند و دیگری از منافعش استفاده کنند، بنابراین، دید کوتاه‌مدتی مدیران به دانش یکی از عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر بحث جذب دانش‌های در شرکت‌های بیمه است.»

جدول ۲ دربردارنده ویژگی‌ها، ابعاد، زیرمقوله‌ها و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با مقوله زمینه ظرفیت جذب دانش است. جایگاه سازمانی و میزان نقش‌آفرینی واحدهای متولی دانش در شرکت‌های بیمه، نیز از دیگر مؤلفه‌های زمینه‌ای تأثیرگذار بر ظرفیت جذب دانش است. یکی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش این موضوع را چنین تشریح می‌کند:

«در شرکت‌های بیمه بخش‌ها و واحدهای مرتبط با بحث دانش، مثل آموزش، پژوهش، طرح و توسعه، تحقیق و توسعه و ...، بیشتر شکل است و عمیق که می‌شویم می‌بینیم آن محتوا را ندارد و همان شکل هم که هست پر رنگ نشده»

مشارکت‌کننده دیگری، بودجه پایین آموزش و پژوهش در شرکت‌های بیمه را نشانه‌ای از عدم باور و دید هزینه‌ای برخی مدیران به موضوع جذب دانش دارد.

«از بودجه آموزشی و پژوهشی شرکت‌های بیمه یا حتی صنعت بیمه نسبت به فروش صنعت و دیگر هزینه‌ها که محاسبه کنیم، بودجه اختصاص داده نشان می‌دهد که مدیران هنوز اعتقاد به اهمیت دانش در صنعت بیمه ندارند یا جزء اولویت‌هاشون نیست و بعضاً، به‌عنوان یک امر لوکس و فانتزی یا موضوع اداری بهش نگاه می‌کنند.»

کار بیمه‌گری به حساب می‌آید. یکی از مشارکت‌کنندگان اهمیت ظرفیت دانش در رقابت‌پذیری یک شرکت بیمه را چنان توصیف می‌کند:

«... بنابراین به نظر من یکی از مهم‌ترین عناصر رقابت‌پذیری شرکت‌های بیمه در سطح خرد و صنعت بیمه در سطح کلان برمی‌گردد به اینکه چقدر بتوانند دانش را از محیط پیرامون صنعت و محیط عمومی کسب‌وکار، بگیرند، پردازش کنند و اون را تبدیل به یک قابلیت رقابتی کنند و ارائه دهند ...»

جدول ۱ ویژگی‌ها (زیرمقوله‌ها) و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با عوامل علی تأثیرگذار بر ظرفیت جذب دانش را نشان می‌دهد. به دیگر سخن، عواملی را که باعث‌شده ارتقای ظرفیت جذب دانش برای صنعت بیمه ضروری شود، طبقه‌بندی کرده است.

عوامل زمینه‌ای

براساس تحلیل برآمده از داده، عوامل زمینه‌ای ویژگی‌ها یا زیرمقولاتی شامل شایستگی‌های مدیریتی، ثبات مدیریتی، تجربه قبلی و اعتماد مدیران از فعالیت واحدهای متولی، کنشگری/عدم کنش مقام ناظر، سیستم تنبیه و تشویق، ساختار و ارتباطات را شامل می‌شود. برای نمونه در خصوص بحث تأثیرات ثبات یا عدم ثبات مدیریتی در موضوع ظرفیت جذب دانش، یکی از مشارکت‌کنندگان چنین بیان می‌دارد:

«ماهیت دانش هم امری مهم است. جذب دانش یک امر بلندمدت تدریجی و تکامل‌یابنده است و موضوعی نیست که الان سرمایه‌گذاری کنیم و ۶ ماه دیگر بخواهیم نتیجه‌اش را ببینیم. بنابراین مدیران

جدول ۲. ویژگی‌ها، ابعاد، زیرمقوله‌ها و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با عوامل زمینه

Table 2. Characteristics, dimensions, subcategories, and some basic concepts and codes related to context factors

ویژگی‌ها، ابعاد، زیرمقوله‌ها	برخی کدها و مفاهیم اولیه
شایستگی‌های مدیریتی	تفکر استراتژیک، تفکرات مدیران تصمیم‌گیر، بینش مدیریت دانش در ذهن مدیران، تفکر محدود بودن مدیریت دانش به یک بخش، اهمیت دانش بیرونی
نگرش و دیدگاه‌های مدیریتی به دانش	دیدگاه هزینه‌ای به دانش، دید اداری به مشتری‌مداری، عدم نگاه جامع، نگاه نشدن، نگاه ابزاری به دانش، دانش در راستای اهداف فردی، عدم اطمینان به ضرورت، عدم اطمینان به بازدهی، دید کوتاه‌مدت مدیریتی
رویکرد مدیریتی به دانش	رویکرد سنتی به دانش، رویکرد واکنشی، عدم اشتیاق و انگیزه یادگیری، عادت مدیران به وضع موجود، حمایت مدیران ارشد، رویکرد توسعه دانش‌بنیان، رویکرد مدیریتی
ثبات مدیریتی	چرخه عمر سازمانی مدیران، تغییر چهارچوب‌ها متعاقب تغییرات مدیریتی، ثبات/عدم ثبات مدیریتی، تغییرات مدیریتی، تغییرات استراتژی
تجربه قبلی و اعتماد مدیران از فعالیت واحدهای متولی	نتایج و برون‌دادهای فعالیت‌های دانشی، تجربه گذشته، عدم اعتماد به نتایج، عدم ادراک فایده‌مندی، عدم دریافت بازخورد، تجربه گذشته مدیران در رابطه با ساختارهای جذب دانش
کنشگری/عدم کنش مقام ناظر	عزم و بینش مدیریتی، عدم الزام مقام ناظر، سیاست‌گذاری نهاد ناظر، حمایت سیاست‌گذار، الزام به جذب دانش
سیستم تنبیه و تشویق	معیارهای ارتقا، سازوکار پیشرفت افراد متخصص، معیارهای انتخاب مدیران، معیارهای اداری ارزیابی عملکرد، عدم پرداخت مابه‌ازای پژوهش
ساختار و ارتباطات	جایگاه سازمانی متولی دانش، ساختارها، پویایی و چابکی سازمان، تناقض ماهیت و شکل، عدم توفیق واحد طرح و توسعه، نگاه اداری به طرح و توسعه، تفوق آموزش بر پژوهش، تمرکز بر آموزش، نزدیک بودن به منابع انسانی، شأن بین‌بخشی مدیریت دانش

جدول ۳. ویژگی‌ها، ابعاد، زیرمقوله‌ها و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با عوامل تعدیل‌گر
Table 3. Characteristics, dimensions, subcategories, and some basic concepts and codes related to moderating factors

ویژگی‌ها و ابعاد		برخی مفاهیم و کدهای اولیه
ماهیت دانش	ماهیت بلندمدت، تدریجی و تکامل‌یافته دانش، ماهیت بلندمدت برون‌داد، جنبه انسانی دانش، یک موضوع بین‌بخشی، سرکش (محدود نشدن به بخشنامه و دستورالعمل)	
منابع دانش	دانش دورنی	دانش نیروی انسانی، دانش داخلی، تولید دانش از تجربه، کسب دانش از شبکه فروش
	دانش بیرونی (دانش برون‌سازمانی)	دانش مشتری، مشتری به‌عنوان منبع دانش، کسب نظرات مشتری، تجربه مشتری، پردازش و تحلیل تجربیات مشتری، مدرسان و متخصصان موضوعی، مقالات، دانش مقام ناظر (آیین‌نامه‌ها و ...)، جست‌وجوی منابع علمی
	سطوح دانش	دانش ضمنی و عینی، دانش درونی و بیرونی، راهبردی-بنیادی، کاربردی
فضای غالب	عدم یکپارچگی	عدم همسویی تصمیم‌های کلان با جذب دانش، عدم انسجام فرایندی برای منسجم‌سازی تلاش‌های متفرقه، عدم هم‌راستایی با اهداف سازمانی، مبتنی بودن بر سلیقه، عدم ذخیره دانش
جذب دانش	عدم هدفمندی	نبود دغدغه دانش، نبود مستر پلن، پوز و ویتترین، پراکنده، عدم هوشمندی، دانشی نبودن طرح‌ها، عدم مستندسازی در نقاط تماس مشتری، عدم درگیر شدن با دانش
صنعت	عدم زاینده‌گی	دست‌به‌دست شدن دانش موجود، تقلید عدم توفیق در جذب دانش، متوقف شدن ظرفیت توسعه‌ای صنعت بیمه، عدم تبدیل تجربه به دانش، صرفاً مواجهه دانش
	مقاومت	دانش پیشین، تجربه پیشین، مقاومت ذی‌نفعان، ادراک کارکنان، درک فایده‌مندی جذب دانش برای کارکنان، علاقه‌مند بودن کارکنان، انگیزه کارکنان
زیرساخت فناوریانه و دسترسی به داده		نبود پلتفرم منسجم در جهت تعامل با مشتریان، زیرساخت‌های فنی، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، فقدان نظام اشتراک دانش، نبود پایگاه داده، محدودیت دسترسی به داده
تصمیمات و فرایندهای و رویه‌های سازمانی جاری		ملاحظات غیرحرفه‌ای، فرایندهای داخلی، تغییر فرایندها، فقدان سازوکار واکنش فعال، نرخ‌های ذهنی، سلیقه‌ای و دستوری بودن جریان امور، روزمرگی‌ها، نگاه واکنشی مبتنی بر شرایط بازار، شرایط نرخ‌شکنی
مؤلفه‌های محیط کلان صنعت بیمه		تغییرات قانونی، فرهنگی، سیاسی، ارتباطات، تشکلهای، فرهنگ دانشی، بیرونی
شایستگی مدیران و معیارهای ارزیابی		عدم لحاظ دانشی بودن به‌عنوان شایستگی‌های مدیریتی، عدم شایسته‌سالاری، دانش شخصی، بدنه پیر صنعت، مدیران ناکارآمد (باقی‌مانده‌های سیستم‌های اجتماعی و سیاسی)
معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها/مدیران		ارزیابی‌های عملکرد، تمرکز ارزیابی عملکرد بر عملیات و بازار، ارزیابی عملکرد کارکنان
انگیزه‌ها		بی‌انگیزگی شرکت‌های بیمه برای انجام پژوهش‌های راهبردی، احساس نیاز نکردن به ارتقای دانشی، احساس نیاز نکردن به توسعه فردی، بی‌انگیزگی سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان، منفعت‌طلبی مدیران

عوامل تعدیل‌کننده

ولی اقدامات به نظر من به‌صورت بسته‌گریخته و پراکنده بدون داشتن یک طرح کلی بوده که در آن مشخص کنه که منظور از دانش چیست؟ چه دانشی را می‌خواهیم جذب کنیم؟ نقش‌ها و فرایندها رو تعریف کنه و اجرا رو رصد و بعد هم ارزیابی کنه، فعالیت‌های انجام‌شده بیشتر فعالیت‌هایی بوده که انسجام لازم رو نداشته»

دیگری وضعیت جذب دانش را از زاویه‌ای دیگر چنین بیان می‌دارد:

«در صنعت بیمه، بیشتر مواجهه دانش داریم، ولی درگیری دانش نداریم. شرکت‌ها و به‌طور کلی صنعت بیمه افراد را درگیر مباحث دانشی نمی‌کنیم. فضای صنعت بیمه، فضای تحلیل نیست، بیشتر فضای توصیف است. یک مقاله‌ای رو می‌خوانیم و فوقش اون رو به اشتراک می‌گذاریم. تحلیل نمی‌کنیم. تحلیل نیاز به بستر فرهنگی دارد. تفکر انتقادی می‌خواد. در تحلیل هم نقد داریم، هم ترکیب دانش ... آیا فضای صنعت بیمه این اجازه رو می‌دهد که افراد بتوانند دانش به‌دست‌آمده را نقد و تحلیل کنند و ...»

به‌عنوان نمونه‌ای دیگر، زیرمقوله زیرساخت فناوریانه و دسترسی به داده نیز یکی از مهم‌ترین عوامل جذب دانش در صنعت بیمه محسوب

براساس تحلیل‌های برآمده از داده در این پژوهش، عوامل تعدیل‌کننده شامل ویژگی‌هایی چون ماهیت دانش، منابع دانش، فضای غالب جذب دانش صنعت، زیرساخت فناوریانه و دسترسی به داده، تصمیمات و فرایندها و رویه‌های سازمانی جاری، مؤلفه‌های محیط کلان صنعت بیمه، شایستگی مدیران و معیارهای ارزیابی، معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها/مدیران و ... می‌شود. به‌طور نمونه زیرمقوله ماهیت دانش، به این نکته اشاره دارد که دانش ماهیتاً امری بلندمدت، تدریجی و تکامل‌یافته است؛ بنابراین داشتن دیدگاه و انتظاری مبنی بر بازده کوتاه‌مدت یکی از علل عدم اقبال شایسته برخی مدیران به تلاش‌های دانشی در شرکت تلقی می‌شود که علاوه بر تأثیرگذاری بر ظرفیت جذب دانش، راهبردها و کنش و برهم‌کنش‌های لازم برای ارتقای ظرفیت جذب دانش را متأثر می‌سازد. فضای جذب دانش در کشور به‌عنوان یکی از ویژگی‌های شرایط تعدیل‌گر در کلام یکی از مشارکت‌کنندگان چنین توصیف می‌شود:

«صنعت بیمه در زمینه دانش در سال‌های گذشته اقداماتی کرده،

جدول ۴. پسایندهای ظرفیت جذب دانش
Table 4. Consequences of knowledge absorptive capacity

پیامدها (مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها)	کدها و مفاهیم اولیه (ویژگی‌ها و ابعاد)
عملکرد	حوزه مدیریت و پالایش ریسک، شناسایی بهترین روش‌ها کاهش هزینه، بهبود ارزیابی خسارت، بازنگری فرایند صدور، بازنگری بیمه‌گری
بازده	فرم پیشنهاد، بازنگری فرایند پرداخت خسارت، کاهش خسارت، رشد فروش جذب پرتفوی، اصلاح فرایندهای داخلی
کوتاه‌مدت	
بلندمدت	ارائه خدمات ویژه، ارتقای عملکرد، رضایت از عملکرد، افزایش کارایی و اثربخشی، بهره‌وری، ارتقای بهبود فرایند تصمیم‌گیری‌ها، کیفیت تصمیمات، سودآوری، افزایش ضریب نفوذ بیمه، ارتقای دسترسی
توسعه دانشی و فناوریانه	پر کردن شکاف دانشی، یادگیری سازمانی، توسعه دانش داخلی، توسعه فناوری‌ها، توسعه نوآوری باز، تولید دانش جدید، توسعه شایستگی‌های تکنولوژیکی
رقابت‌پذیری	قابلیت راهبردی، ایجاد فرایند یکپارچه زنجیره ارزش به عنوان یک مزیت، قابلیت رقابتی، کسب مزیت تقلیدناپذیر، بقای شرکت، توسعه شایستگی‌های اصلی، انعطاف‌پذیری استراتژیک، بهبود ارزش برند
کنشگری و چابکی	قدرت پیش‌بینی آینده، کنش فعال پاسخگویی به تحولات، اقدام پیش‌دستانه
شایستگی‌های انسانی	مدیران آگاه‌تر و توانمندتر، کارکنان توانمند و آگاه‌تر، استعدادیابی
نوآوری و خلق ارزش	توسعه محصولات جدید، کشف نیازهای جدید، نوآوری در محصول، نوآوری در ارائه خدمت، خلق نیاز جدید، کشف راهبرد جدید، فرایندهای جدید، بازدهی نوآورانه، سیاست‌ها و مقررات جدید، توسعه دانش‌بنیان در مشتری، محصول و قیمت‌گذاری، آیین‌نامه و دستورالعمل‌های جدید، افزودن ارزش اضافی به محصولات، دسترسی به بازارهای جدید، ایجاد بازار جدید
تجربه مشتری	افزایش رضایت مشتری، افزایش وفاداری مشتری، افزایش کیفیت خدمات، رضایت از خدمات صدور، رضایت از پرداخت خسارت

عوامل نقش علی و آغازین در توجه سازمان‌ها به دانش و یادگیری دارند. فعالیت صنعت بیمه در فضای رقابت داده‌محور و ظهور بازیگران فناوریانه‌ای همچون اینشورتک‌ها و فین‌تک‌ها، سازمان‌های بیمه‌گر را ناگزیر می‌سازد تا توانایی شناسایی، کسب، تفسیر و بهره‌گیری از دانش را به عنوان شرط بقا توسعه دهند؛ امری که با تبیین‌های کلاسیک ظرفیت جذب دانش همخوانی دارد (Cohen & Levinthal, 1990; Zahra & George, 2002).
باین حال، برخلاف بخش قابل توجهی از ادبیات جهانی، یافته‌ها نشان می‌دهد که در صنعت بیمه ایران، ظرفیت جذب دانش بیشتر ماهیتی واکنشی دارد، نه انتخاب راهبردی آگاهانه.

وجود شکاف‌های دانشی ساختاری، وابستگی به دانش وارداتی و ضعف در تبدیل تجربه‌های حرفه‌ای به دانش سازمانی، سازمان‌های بیمه را به جست‌وجوی دانش روز سوق می‌دهد. ماهیت داده‌محور و ریسک‌محور فعالیت بیمه‌ای سبب می‌شود حتی در نبود نظام‌های رسمی مدیریت دانش، اتکای غیرسیستمی به دانش اجتناب‌ناپذیر باشد؛ باین حال، این تلاش‌ها غالباً پراکنده و فاقد انسجام راهبردی باقی می‌مانند. این یافته دیدگاه‌های غالب در ادبیات تولیدمحور را که سرمایه‌گذاری هدفمند دانشی را نقطه آغاز ظرفیت جذب می‌دانند، به چالش می‌کشد.

در سطح زمینه‌ای، نتایج پژوهش بر نقش تعیین‌کننده نگرش‌ها و شایستگی‌های مدیریتی، ساختارهای سازمانی و شرایط نهادی تأکید دارد. هنگامی که مدیران دانش را هزینه یا ابزار کوتاه‌مدت تلقی کنند، سرمایه‌گذاری در یادگیری سازمانی تضعیف می‌شود؛ درحالی‌که تفکر بلندمدت و راهبردی، جهت‌گیری دانشی را تقویت می‌کند. این یافته با تأکید جرج و زهرا (George & Zahra, 2002) و لین و همکاران (Lane et al., 2006) بر ماهیت رفتاری و شناختی

می‌شود. در یکی از مصاحبه‌ها، مشارکت‌کننده عدم دسترسی بایسته به داده را به‌منزله یکی از موانع توسعه دانش‌بنیان صنعت بیمه چنین تبیین می‌کند:

«... ما در صنعت بیمه نظام اشتراک داده به‌عنوان پایه و اساس دانش‌آفرینی نداریم، یعنی اگر الان یک فرد، یا پژوهشگری یا شرکتی بخواهد به داده‌های خیلی اولیه دسترسی پیدا کند این امکان برایش فراهم نیست و یا این پایگاه دانش وجود ندارد یا جاهایی که وجود دارد دسترسی زیاد به کسی داده‌اند و انحصاری شده»

جدول ۳ دربردارنده ویژگی‌ها، ابعاد، زیرمقوله‌ها و برخی مفاهیم و کدهای اولیه مرتبط با عوامل تأثیرگذار بر ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه است که بر راهبردها و کنش و برهم‌کنش‌های جذب دانش تأثیر می‌گذارد.

استخراج پسایندها

در این پژوهش، پیامد اجرای راهبردهای جذب دانش شامل ارتقای رقابت‌پذیری، کنشگری و چابکی، ارتقای شایستگی‌های منابع انسانی، نوآوری و خلق ارزش و ارتقای تجربه مشتری می‌شود. **جدول ۴** پیامدهای اجرای راهبردهای ارتقای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه در ایران را همراه کدها و مفاهیم اولیه نشان می‌دهد. در ادامه خلاصه مضامین اصلی ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه آمده است.

جمع‌بندی و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه در بستر مجموعه‌ای از فشارهای محیطی، شکاف‌های دانشی و الزامات ناشی از تحولات فناوریانه شکل می‌گیرد و این

جدول ۵. خلاصه مضامین اصلی ظرفیت جذب دانش

Table 5. Summary of the main themes of knowledge absorptive capacity

بُعد تحلیلی	مضمون اصلی
عوامل علی	محیط پویا و نامطمئن مشتریان مطالبه‌گر شکاف دانشی صنعت ماهیت دانش‌بنیان بیمه هجوم فناوری
عوامل زمینه‌ای	شایستگی‌ها و نگرش‌های مدیریتی حکمرانی و ثبات مدیریتی کنشگری نهاد ناظر ساختار و نظام انگیزشی زیرساخت فناوریانه و داده ماهیت دانش منابع دانش
عوامل تعدیل‌گر	فضای غالب جذب دانش صنعت زیرساخت فناوریانه و دسترسی به داده تصمیمات و فرایندهای و رویه‌های سازمانی جاری مؤلفه‌های محیط کلان صنعت بیمه شایستگی مدیران و معیارهای ارزیابی معیارهای ارزیابی عملکرد شرکت‌ها/ مدیران
پسایندها	بهبود عملکرد بیمه‌گری توسعه دانشی و فناوریانه رقابت‌پذیری و بقا کنشگری و چابکی نوآوری و خلق ارزش ارتقای تجربه مشتری

محرك اصلی افزایش ظرفیت جذب دانش می‌دانند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در صنعت بیمه ایران، نبود زیرساخت‌های داده‌ای یکپارچه، مانعی ساختاری برای عبور از آگاهی فردی به بهره‌برداری سازمانی از دانش است. این وضعیت با ماهیت تدریجی و بلندمدت دانش بیمه‌ای که شی و همکاران (Xie et al., 2018) به آن اشاره کرده‌اند، همخوانی دارد. در بخش پیامدها، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه آثار ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران از حیث کلی با ادبیات بین‌المللی همسو است، اما از نظر مسیر تحقق و شدت اثرگذاری تفاوت‌های معناداری دارد. برخلاف مطالعاتی که ظرفیت جذب دانش را محرك نوآوری‌های رادیکال می‌دانند (Xie et al., 2018; Sancho-Zamora et al., 2021)، یافته‌ها حاکی از آن است که پیامدهای این ظرفیت در صنعت بیمه ایران بیشتر بر قالب بهبودهای تدریجی، اصلاح فرایندها، ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری مدیریتی و افزایش چابکی شناختی بروز می‌یابد. این تفاوت ریشه در ماهیت دانش بیمه‌ای، ساختار مقرراتی و شرایط نهادی صنعت دارد که امکان جهش‌های فناورانه سریع را محدود می‌سازد.

ظرفیت جذب دانش همسو است، اما داده‌های این پژوهش نشان می‌دهد که ناپایداری مدیریتی، ضعف شایسته‌سالاری و نبود حافظهٔ سازمانی در صنعت بیمهٔ ایران، مانع شکل‌گیری یادگیری جمعی می‌شود؛ وضعیتی که تفاوت معناداری با صنایع باثبات‌تر دارد.

از منظر نهادی، یافته‌ها حاکی از آن است که انفعال مقام ناظر و نبود الزامات دانشی در سطح مقررات، به‌جای ایفای نقش تسهیل‌گر، به عاملی بازدارنده در تقویت ظرفیت جذب دانش تبدیل شده است. این نتیجه با ادبیات بین‌المللی که بر نقش محیط نهادی فعال در ارتقای ظرفیت جذب تأکید دارد (Crespi et al., 2022)، در تضاد است و اهمیت بافت تنظیم‌گری‌شدهٔ صنعت بیمه ایران را برجسته می‌سازد. در مجموع، عوامل نهادی و فرهنگی نه به‌صورت مستقیم، بلکه از طریق ایجاد یا تضعیف مشروعیت و اعتماد، بر تداوم یادگیری سازمانی اثر می‌گذارند.

عوامل تعدیل‌گر شناسایی‌شده، از جمله مقاومت فرهنگی، اتکای بیش از حد به تجربه‌های گذشته، نبود مستندسازی و ضعف زیرساخت‌های داده‌ای و فناوریانه، مسیر تحقق ظرفیت جذب دانش را محدود می‌کنند. در حالی که بسیاری از مطالعات، دیجیتال‌سازی را

برای سرمایه‌گذاری دانشی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تقویت ظرفیت جذب دانش، بهبود عملکرد بیمه‌گری و ارتقای تجربه مشتری در سطح صنعت ایفا کند.

پیشنهادهای پژوهشی

پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی نقش زیرساخت‌های داده‌محور، پلتفرم‌های دیجیتال و هوش مصنوعی در تقویت فرایندهای شناسایی، جذب و بهره‌برداری از دانش در صنعت بیمه بپردازند. به‌ویژه تحلیل نحوه استفاده از داده‌های مشتریان، شبکه فروش و تعاملات بیمه‌گذار. بیمه‌گر می‌تواند روشن سازد که چگونه ظرفیت جذب دانش می‌تواند از فعالیتی پراکنده به قابلیت سازمانی نهادینه تبدیل شود.

با توجه به برجسته بودن نقش نگرش‌ها و شایستگی‌های مدیریتی در این مطالعه، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی رابطه میان ویژگی‌های شناختی مدیران، سبک‌های تصمیم‌گیری، و سطح بلوغ ظرفیت جذب دانش در شرکت‌های بیمه بپردازند. همچنین مطالعه انگیزه‌ها، مقاومت‌ها و ادراک کارکنان نسبت به جذب دانش و نوآوری می‌تواند به درک عمیق‌تری از موانع رفتاری این ظرفیت کمک کند.

پژوهش‌های آینده می‌توانند بر طراحی و ارزیابی سازوکارهای سیاستی و تشویقی ازسوی نهاد ناظر متمرکز شوند که هدف آن‌ها الزام یا ترغیب شرکت‌های بیمه به سرمایه‌گذاری در فعالیتهای دانشی و پژوهشی باشد. بررسی تأثیر نظام‌های ارزیابی عملکرد، معیارهای انتخاب مدیران و سازوکارهای پاداش‌دهی دانشی بر توسعه ظرفیت جذب دانش، می‌تواند ورودی‌های ارزشمندی برای اصلاح سیاست‌های کلان صنعت بیمه فراهم آورد.

مشارکت نویسندگان

شبیم رفوآ: پیشنهاد موضوع، ساختار مقاله، جمع‌آوری داده‌ها و تدوین مقاله؛ حسینعلی بختیار نصرآبادی: جمع‌آوری داده‌ها، تدوین جمع‌بندی را بر عهده داشته است.

تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از تمامی افرادی که در انجام این پژوهش یاری‌رسان بوده‌اند، قدردانی کنند. همچنین از داوران محترم به‌دلیل ارائه دیدگاه‌های سازنده که به ارتقای کیفیت مقاله انجامید، سپاسگزاری می‌شود.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که در خصوص انتشار این مقاله تضاد منافع وجود ندارد. علاوه‌براین، موضوعات اخلاقی، از جمله سرقت ادبی، رضایت آگاهانه، سوءرفتار، جعل داده‌ها، انتشار و ارسال مجدد و مکرر و همچنین، سیاست مجله در قبال استفاده از هوش مصنوعی ازسوی نویسندگان رعایت شده است.

در سطح راهبردی، یافته‌ها با دیدگاه‌هایی همسو است که ظرفیت جذب دانش را منبع مزیت رقابتی پایدار می‌دانند (Guedes et al., 2017; Kinyua, 2022)، اما نشان می‌دهد که در صنعت بیمه ایران این مزیت نه از طریق فناوری‌های انحصاری، بلکه از مسیر انباشت تدریجی دانش، تجربه بیمه‌گری، یکپارچگی فرایندها و افزایش انعطاف‌پذیری راهبردی شکل می‌گیرد. افزون‌براین، برخلاف تمرکز غالب ادبیات بر پیامدهای درون‌سازمانی، یافته‌ها نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه پیامدهای مستقیمی بر تجربه مشتری دارد و از طریق بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت و وفاداری، به خلق ارزش بیرونی منجر می‌شود.

در مجموع، این پژوهش نشان می‌دهد که ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه ایران نه یک اهرم نوآوری فناوریانه سریع، بلکه سازوکاری بنیادین برای بهبود مستمر، تصمیم‌گیری دانشی، افزایش تاب‌آوری و خلق ارزش تدریجی است. این تمایز مفهومی تأکید می‌کند که تعمیم ساده الگوهای رایج ظرفیت جذب دانش به صنایع خدماتی، تنظیم‌گری‌شده‌ای مانند بیمه، بدون توجه به بافت نهادی و فناوریانه، می‌تواند گمراه‌کننده باشد.

براساس یافته‌های این پژوهش، ارتقای ظرفیت جذب دانش در صنعت بیمه مستلزم عبور از اقدامات پراکنده و غیرنظام‌مند و حرکت به سمت نهادینه‌سازی یادگیری و دانش به‌عنوان یک قابلیت راهبردی صنعت‌محور است. در این راستا، نخستین دلالت سیاستی آن است که جذب، پردازش و بهره‌برداری از دانش بیرونی باید در اسناد بالادستی و چهارچوب‌های کلان صنعت بیمه به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه صنعت لحاظ شود و هم‌راستایی مشخصی میان فعالیت‌های دانشی شرکت‌های بیمه و اهداف کلان صنعت برقرار گردد.

در سطح حکمرانی شرکتی، یافته‌ها نشان می‌دهد تا زمانی که شایستگی‌های دانشی و یادگیری سازمانی در نظام‌های انتخاب، ارزیابی و پاداش مدیران لحاظ نشود، ظرفیت جذب دانش به کنش مدیریتی مؤثر تبدیل نخواهد شد. ازاین‌رو، یک دلالت سیاستی مهم، بازنگری در معیارهای ارزیابی عملکرد مدیران شرکت‌های بیمه و گنجاندن شاخص‌های مرتبط با استفاده اثربخش از دانش، داده و یادگیری سازمانی در چهارچوب‌های نظارتی است.

از منظر ساختاری و فناوریانه، نتایج پژوهش بر ضرورت ایجاد زیرساخت‌های داده‌محور و تقویت واحدهای متولی دانش، نوآوری و طرح‌وتوسعه تأکید دارد. سیاست‌گذاران صنعت بیمه می‌توانند با الزام یا تشویق شرکت‌ها به ایجاد پایگاه‌های داده منسجم، نظام‌های ثبت و اشتراک دانش و مشارکت دادن واحدهای دانشی در فرایندهای تصمیم‌گیری کلان، زمینه‌گذار از تصمیم‌گیری‌های شهودی و واکنشی به تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر دانش را فراهم آورند.

در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهد نقش نهاد ناظر می‌تواند از یک بازیگر منفعل به یک تسهیل‌گر یادگیری و نوآوری ارتقا یابد. در این راستا، طراحی سازوکارهای سیاستی مشخص از جمله لحاظ شاخص‌های دانشی در ارزیابی عملکرد شرکت‌های بیمه، حمایت از پروژه‌های مشترک پژوهشی و نوآورانه، و ایجاد مشوق‌های نهادی

فوق، نویسنده ملزم به دریافت مجوز حق نسخه‌برداری از شخص ثالث است.

به‌منظور مشاهده مجوز بین‌المللی Creative Commons Attribution 4.0 به نشانی زیر مراجعه شود:

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

یادداشت ناشر

ناشر نشریه پژوهشنامه بیمه با توجه به مرزهای حقوقی در نقشه‌های منتشر شده بی‌طرف باقی می‌ماند.

منابع

- انصاری، ر.، جعفری بنه عیسی، ز.، و کریمپور، ع. (۱۳۹۵). الگوی ساختاری ظرفیت جذب دانش و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان مورد مطالعه: شرکت‌های مستقر در مراکز رشد دانشگاه‌های آزاد استان اصفهان. *نوآوری و ارزش آفرینی*، ۵(۹)، ۴۷-۶۲. <http://fsh.fatemiye-hshiraz.ac.ir/en/Article/336>
- انصاری، م.، میرکاظمی، م.، رحمانی یوشانلوئی، ح.، و قاسمی، ع. (۱۳۹۳). ارائه مدلی برای سنجش ظرفیت جذب دانش مشتری (پیمایشی پیرامون صنعت مواد غذایی). *مدیریت فناوری اطلاعات*، ۶(۴)، ۵۵۰-۵۲۹. https://jitm.ut.ac.ir/article_52517.html
- آذر، ع.، الوانی، م.، و دانائی‌فرد، ح. (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. نشر صفار اشراقی <https://www.gisoom.com/book/1282235>
- بادین، م.، و بختیار نصرآبادی، ح. (۱۴۰۰). تحول دیجیتال صنعت بیمه در ایران: انتقال پارادیمی یا اصلاح فرایندی [مقاله کنفرانسی]. بیست و هشتمین همایش ملی بیمه و توسعه، تهران. <https://civilica.com/doc/1390860>
- بوشهری، ع.، باقری، ا.، طبائیان، ک.، و نامور، ک. (۱۳۹۵). نقش ظرفیت جذب در ارتقاء دوستوانی نوآوری (اکتشافی و بهره‌بردارانه). *مدیریت توسعه فناوری*، ۴(۱)، ۷۷-۹۶. https://jtdm.irostr.ir/article_490.html
- حسینی، م.، و حاجی‌پور، ب. (۱۳۸۷). تبیین روابط ذهنیت مشترک، ظرفیت جذب دانش، نوآوری و انعطاف‌پذیری: شرکت‌های دارویی کشور. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*، ۱۲(۴)، ۱۵۵-۱۷۶. <http://noo.rs/bSs7A>
- رفوآ، ش. (۱۴۰۳). پیشران‌ها و بازدارنده‌های مدیریت دانش در صنعت بیمه ایران. *پژوهشنامه بیمه*، ۱۳(۴)، ۲۹۹-۳۱۲. https://ijir.irc.ac.ir/article_160322.html
- مرادی، م.، عبداللهیان، ف.، و صفردوست، ع. (۱۳۹۱). بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر رابطه بین یادگیری از خطاهای سازمانی و نوآوری سازمانی. *مطالعات مدیریت بهبود و تحول*، ۲۱(۶۹)، ۱۲۱-۱۴۹. https://jmsd.atu.ac.ir/article_1833.html
- Ansari, M., MirkazemiMood, M., Rahmany Youshanlouei, H., & Ghasemi, A. (2015). A Model of Measure Customer Knowledge Absorptive Capacity: A Food Industry Survey. *Journal of Information Technology Management*, 6(4), 529-550. https://jitm.ut.ac.ir/article_52517.html [In Persian].
- Ansari, R., Jafari BanehIsa, Z., & Karampour, A. (2019). Structural modeling of absorptive capacity and innovation in knowledge based Companies. Case study: Development centers in Azad university of Esfahan. *Journal of Innovation and Value Creation*, 5(9), 47-62. <http://fsh.fatemiye-hshiraz.ac.ir/fa/Article/336> [In Persian].

کی‌رایت نویسنده(ها): © 2026 این مقاله تحت مجوز بین‌المللی Creative Commons Attribution 4.0 و CC BY اجازه استفاده، اشتراک‌گذاری، اقتباس، توزیع و تکثیر را در هر رسانه یا قالبی مشروط بر درج نحوه دقیق دسترسی به مجوز CC و منوط به ذکر تغییرات احتمالی در مقاله می‌داند. از این‌رو، به استناد مجوز یادشده، درج هرگونه تغییرات در تصاویر، منابع و ارجاعات یا دیگر مطالب از اشخاص ثالث در این مقاله باید در این مجوز گنجانده شود، مگر اینکه در راستای اعتبار مقاله به اشکال دیگری مشخص شده باشد. در صورت درج نکردن مطالب یادشده یا استفاده‌ای فراتر از مجوز

- Azar, A., Alvani, S. M., & Danaeifard, H. (2004). *Qualitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach*. SafareEshraghi Publications. <https://www.gisoom.com/book/1282235> [In Persian].
- Badin, M., & Bakhtiar Nasrabadi, H. (2021). *Digital transformation of the insurance industry in Iran: A paradigm shift or a process reform* [Conference presentation]. Proceedings of the 28th National Conference on Insurance and Development, Tehran. <https://civilica.com/doc/1390860/> [In Persian].
- Booshehri, A., Bagheri, E., Tabatabaiaian, K., & Namvar, K. (2016). Role of absorptive capacity in ambidexterity (exploration and exploitatopn) improvement. *Journal of Technology Development Management*, 4(1), 77-96. https://jtdm.irostr.ir/article_490.html [In Persian].
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp0630a>
- Camisón, C., & Forés, B. (2010). Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 63(7), 707-715. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.04.022>
- Chauvet, V. (2014). Absorptive capacity: Scale development and implications for future research. *Management International*, 19(1), 113-129. <https://shs.hal.science/halshs-01154609v1/document>
- Kamau R. C., & Kwanya, T. (2019). The impact of knowledge management on the competitiveness of insurance firms in Kenya. In *Emerging Trends in Information and Knowledge Management Publisher*. Moi University Press. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Impact-of-Knowledge-Management-on-The-of-Firms-Kamau-Kwanya/5ff7f8d70a53a7725f-12102c444212ad5422a7a5>
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Crespi, T. B., Da Costa, P. R., Preusler, T. S., & Cirani, C. B. S. (2022). Absorptive capacity in a public research company: From maturity to scalability. *Brazilian Business Review*, 19(2), 133-152. <https://www.redalyc.org/journal/1230/123070309002/html>

- Flatten, T., Brettel, M., Engelen, A., & Greve, G. (2009). A measure of absorptive capacity: Development and validation [Meeting presentation]. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2009.44243392>
- Guedes, H. D. P., Ziviani, F., Paiva, R. V. C. D., Ferreira, M. A. T., & Herzog, M. D. M. (2017). Assessment of absorptive capacity: A study in Brazilian manufacturers of solar panels. *Gestão & Produção*, 24, 50–63. <https://www.scielo.br/j/gp/a/6yLFdKKVT4YztBB-ZZTSn9mC/?lang=en>
- Hosseini, M., & Hajipour, B. (2008). Explaining the relationships among shared mental models, knowledge absorptive capacity, innovation, and flexibility: Evidence from pharmaceutical companies. *Journal of Management Research in Iran*, 12(4), 155–176. <http://noo.rs/bSs7A> [In Persian].
- Huang, L. S., & Lai, C. (2014). Critical success factors for knowledge management implementation in life insurance enterprises. *International Journal of Management and Marketing Research*, 7(2), 79–89. <https://ideas.repec.org/a/ibf/ijmmre/v7y2014i2p79-89.html>
- Jiménez-Barrionuevo, M. M., García-Morales, V. J., & Molina, L. M. (2011). Validation of an instrument to measure absorptive capacity. *Technovation*, 31(5–6), 190–202. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2010.12.002>
- Kamal, E. M., Lou, E. C., Yusof, N. A., & Osmadi, A. (2021). Absorptive capacity of Malaysian SME construction organisations. *Architectural Engineering and Design Management*, 18(3), 313–324. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17452007.2021.1883518>
- Kinyua, J. K. (2022). *Absorptive Capacity and Performance of Insurance Companies in Nairobi City County* [Unpublished master dissertation]. Kenyatta University. <https://ir-library.ku.ac.ke/items/08c9b5b3-e67a-44dc-9f8e-a40eb6a9d67d>
- Lane, P.J., Koka, B. & Pathak, S. (2006). The Reification of absorptive capacity: a critical review and rejuvenation of the construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833–863. <https://www.jstor.org/stable/20159255>
- Maguire, M., & Delahunt, B. (2017). Doing a thematic analysis: A practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars. *All Ireland Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 9(3), 3351–33514. <https://doi.org/10.62707/aishej.v9i3.335>
- Mokhlis, C. E., Soudi, N., Lahmini, H. M., & Elmortada, A. (2020). A critical analysis of absorptive capacity research. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 8(3), 1847–1859. <https://doi.org/10.21533/pen.v8.i3.1218>
- Moradi, M., Abdollahian, F., & Safardoust, A. (2012). To investigate the role of knowledge absorptive capacity on the relationship between learning from organizational error and organizational innovation. *Management Studies in Development and Evolution*, 21(69), 121–149. https://jmsd.atu.ac.ir/article_1833.html [In Persian].
- Refoua, S. (2024). Drivers and inhibitors of knowledge management in Iran's insurance industry. *Iranian Journal of Insurance Research*, 13(4), 299–312. https://ijir.irc.ac.ir/article_160322.html [In Persian].
- Rungi, M., & Kiisk, V. (2020). Exploring the elements of absorptive capacity: Large-scale interview study of 61 companies in Estonia. *International Journal of Transitions and Innovation Systems*, 6(3), 199–219. <https://doi.org/10.1504/IJTIS.2020.107450>
- Sancho-Zamora, R., Gutiérrez-Broncano, S., Hernández-Perlines, F., & Peña-García, I. (2021). A multidimensional study of absorptive capacity and innovation capacity and their impact on business performance. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 751997. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.751997>
- Xie, X., Zou, H., & Qi, G. (2018). Knowledge absorptive capacity and innovation performance in high-tech companies: A multi-mediating analysis. *Journal of Business Research*, 88, 289–297. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.019>
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185–203. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/AMR.2002.6587995>

AUTHOR(S) BIOSKETCHES

معرفی نویسندگان

شبنم رفوآ (Shabnam Refoua)، دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، رئیس اداره کتابخانه، اسناد علمی و نشریات پژوهشکده بیمه، تهران، ایران.

- Email: Shrefoua@gmail.com
- ORCID: 0000-0002-5991-9340

حسینعلی بختیار نصرآبادی (HosseinAli Bakhtiar Nasrabadi)، دکتری مدیریت بازاریابی، مشاور مدیرعامل شرکت سهامی بیمه آسیا، تهران، ایران.

- Email: H.nasrabadi@ut.ac.ir
- ORCID: 0000-0002-7444-374X

HOW TO CITE THIS ARTICLE

Refoua, S., & Bakhtiar Nasrabadi, H. (2026). An analysis of the antecedents and consequences of knowledge absorptive capacity in the insurance industry. *Iranian Journal of Insurance Research*, 15(3), 239–252.

DOI: [10.22056/ijir.2026.03.03](https://doi.org/10.22056/ijir.2026.03.03)

URL: https://ijir.irc.ac.ir/article_160370.html

