

أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية

أيمن سليمان جرار*

د. خالد محمود الشوابكة**

تاريخ وصول البحث: 2023/9/7م

تاريخ قبول البحث: 2023/10/25م

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر السعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي (الوصفي التحليلي) من حيث الآلية والإجراءات باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المتكوّن من مديري الإدارة العليا والوسطى لدى شركات التأمين الأردنية البالغ عددهم (436) مديراً لتحقيق أهداف الدراسة المُتمثلة بالكشف عن الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة (السعة الاستيعابية، والسيادة الاستراتيجية) لدى شركات التأمين الأردنية. أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية. أوصت الدراسة بعدة توصيات أهمها ضرورة قيام شركات التأمين الأردنية بالعمل على تطوير آليات للتعرف على المعرفة القيمة التي تتولّد خارج المنظمة من خلال تنظيم اجتماعات منتظمة مع أصحاب المصالح أو استغلال الأنشطة الاجتماعية المتنوعة كأداة لاكتساب معارف جديدة.

الكلمات المفتاحية: السعة الاستيعابية؛ السيادة الاستراتيجية؛ شركات التأمين الأردنية.

* باحث.

**أستاذ مشارك، قسم الإدارة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية.

The Impact of Absorptive Capacity on Strategic Supremacy at Jordanian Insurance Companies

ABSTRACT

This study aimed to identify the impact of absorptive capacity's dimensions (knowledge acquisition, knowledge assimilation, knowledge transformation, and knowledge exploitation) on strategic supremacy's dimensions (sphere of influence, competitive compression, competitive configuration) at Jordanian Insurance Companies (JIC). The study adopted a quantitative (descriptive-analytical) approach in terms of mechanism and procedures, utilizing a questionnaire as a data collection tool from the study population consisting of senior and middle management in JIC, which consisted of (436) managers, to achieve the study's objectives, including disclosing the relative importance of study variables (absorptive capacity, strategic supremacy) in JIC. The study's results demonstrated a statistically significant impact at a significance level ($\alpha \leq 0.05$) for absorptive capacity with its dimensions (knowledge acquisition, knowledge assimilation, knowledge transformation, and knowledge exploitation) on strategic supremacy in the JIC. The study made several recommendations, among the most important being the need for JIC to develop methods to identify knowledge generated outside the organization by organizing regular meetings with stakeholders or using various social activities to acquire new knowledge.

Keywords: Absorptive Capacity, Strategic Supremacy, Jordanian Insurance Companies.

المقدمة:

تؤدي التطورات المتسارعة في التقنيات والتغير السريع والمتواصل في بيئة الأعمال إلى زيادة حدة المنافسة وتفاقم المشاكل التي تواجهها المنظمات والذي يدفع بدوره العديد من المنظمات إلى الإخلال بالوضع الراهن في الأسواق وذلك من خلال إشاعة الفوضى والثورة على الوضع القائم عبر تبني استراتيجيات عالية المخاطر، وخصوصاً من قبل المنظمات الرشيقة التي تمتلك المرونة الكافية للتخلي عن قدراتها الحالية وتطوير قدرات جديدة باستمرار (D'Aveni et al., 2001, 1).

تزايد كذلك صعوبة استدامة الميزة التنافسية باستمرار، حيث لم تعد المصادر التقليدية لتحقيق الميزة التنافسية تضمن للمنظمات التفوق في ظل المنافسة المكثفة والحادة (الباشقالي وسلطان، 2021)، وأصبحت كلفة الاستحواذ على الأسواق ذات الجاذبية المرتفعة تفوق الفوائد المتوقعة أحياناً، وبسبب طبيعة الفوضى الكامنة في بيئة الأعمال التنافسية؛ فإن احتفاظ المنظمة بمحفظة من المنتجات، والخدمات، والمناطق الجغرافية اعتماداً على مدى جاذبية هذه الأسواق وعلى قدرات المنظمة الجوهرية لم يعد كافياً (D'Aveni et al., 2001, 5)؛ لذلك بدأ التفكير في تبني نماذج جديدة لتحقيق النمو وخلق الثروة من خلال الاعتماد على استراتيجيات استباقية تعمل على تطوير قدرات المنظمة والتأثير على سلوك المنافسين وإقامة توازن بين القوى التنافسية فيما يُعرف بالسيادة الاستراتيجية (Al-Helli et al., 2021).

تزايد اهتمام منظمات الأعمال بمفهوم السيادة الاستراتيجية وكيفية تحقيقها من خلال بلورة مدخل استراتيجي ملائم للتغير الذي أحدثته العولمة والثورة في تكنولوجيا المعلومات، ويختلف هذا المدخل الاستراتيجي من حيث فلسفته والإطار الفكري العام له عن النماذج الاستراتيجية التقليدية، حيث يركز بشكل أكبر على الاستراتيجيات الاستباقية من أجل استدامة النمو وخلق الثروة والتأثير في سلوك المنافسين والحد من نفوذهم (العيساوي والعبيدي، 2022)، ويبرز من خلال ذلك دور السعة الاستيعابية كأحد القدرات الديناميكية التي تعمل على تكامل المعرفة الخارجية مع المعرفة الداخلية من خلال التعرف على المعرفة القيمة واكتسابها وتكاملها مع الهيكل المعرفي الحالي واستثمار المعرفة الجديدة في نشاطات تجارية مبتكرة لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة (Zahra & George, 2002)، حيث يعتقد (Soto-Acosta et al., 2016) أن وجهة النظر القائمة على المعرفة (Knowledge-Based View [KBV]) هي امتداد طبيعي لوجهة النظر القائمة على الموارد (Resource-Based View [RBV])، التي تعتبر أن المعرفة هي المورد الاستراتيجي الأكثر أهمية للمنظمة لأنها تتألف من قواعد معرفية غير متجانسة، ونادرة،

ويصعب تقليدها، وعلى درجة كبيرة من التعقيد الاجتماعي، وقيّمة، ولا يمكن استبدالها (Barney, 1991)، وبالتالي فهي تنطوي على إمكانية توليد ميزة تنافسية مُستدامة وتؤدي إلى الوصول إلى الأداء المتفوّق للمنظمات (Popa et al., 2018). بناءً على ما تقدّم، تبرز الحاجة إلى التحقق من أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية. مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تتمثّل مشكلة الدراسة في السيادة الاستراتيجية، حيث أصبحت المصادر التقليدية لبناء الميزة التنافسية لا تكفي مما شكّل تحدياً كبيراً لشركات التأمين الأردنية التي تسعى للمحافظة على حصتها السوقية واستدامة معدلات نموها وتحقيق الأرباح، مما استدعى محاولة شركات التأمين الأردنية لتحقيق السيادة الاستراتيجية من أجل تطوير القدرة على التكيف والتأقلم مع متطلبات بيئة الأعمال.

يرى الباحث أنّ السعة الاستيعابية يمكن أن تؤثر في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية، وبناءً على ذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية، وعليه يمكن تحديد مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس التالي:

ما أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية؟

بالإضافة إلى السؤال الرئيس الذي تمّ تحديده في مشكلة الدراسة، فإنّ الدراسة سوف تسعى للإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية: ما هي الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة (السعة الاستيعابية، والسيادة الاستراتيجية) لدى شركات التأمين الأردنية؟ أهمية الدراسة:

تتضح أهمية هذه الدراسة من خلال جانبين:

الجانب الأول: الأهمية النظرية:

لاحظ الباحث نقص الدراسات التي قامت باختبار متغيري السعة الاستيعابية والسيادة الاستراتيجية في نموذج واحد، بعد الاطلاع على الأدبيات المتوفرة وذلك على حد علم الباحث، بالإضافة إلى ندرة الأبحاث في مجال متغيرات الدراسة في سياق البيئة العربية، وخاصة في شركات التأمين الأردنية، ولذلك فإنّ الغرض من هذه الدراسة هو المساهمة بكلّ تواضع في إثراء القاعدة

المعرفية العلمية للباحثين في مجال البحث العلمي، بهدف تعزيز فهم المتغيرات ومعالجة بعض الفجوات في الأدبيات الإدارية في المنطقة العربية، بالإضافة إلى ذلك، من المؤمل أن تكون هذه الدراسة بمثابة حافز لمزيد من البحث حول المتغيرات ذات الاهتمام، بناءً على نتائج هذه الدراسة.

الجانب الثاني: الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة من خلال تحديد أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية، حيث سيتم وضع أهم نتائج ومخرجات هذه الدراسة تحت تصرف الإدارة التنفيذية لشركات التأمين الأردنية من أجل زيادة كفاءة وفعالية عملياتها، ومساعدتها على تحقيق الأهداف الموضوعة. كما تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية القطاع الذي ستطبق فيه، حيث تعتبر صناعة التأمين أحد المكونات الأساسية للاقتصاد الأردني إلى جانب القطاع المصرفي والنظام القضائي، حيث تبلغ نسبة مساهمة قطاع التأمين الأردني في الناتج القومي الإجمالي خلال عام 2021 ما نسبته (2%) وبلغت الزيادة في إجمالي موجودات قطاع التأمين (6.5%) عن عام 2020 (الاتحاد الأردني لشركات التأمين، 2023).

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو التحقق من أثر السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية لدى شركات التأمين الأردنية، إضافةً إلى هدف الدراسة الرئيس؛ فإنها تسعى لتحقيق الأهداف الفرعية الآتية: الكشف عن الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة (السعة الاستيعابية، والسيادة الاستراتيجية) لدى شركات التأمين الأردنية.

فرضيات الدراسة:

في ضوء أسئلة الدراسة وأهدافها تمّ تحديد الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسة الأولى:

Ho.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية.

ينبثق عن الفرضية الرئيسة الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى:

Ho1-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في منطقة النفوذ لدى شركات التأمين الأردنية.

الفرضية الفرعية الثانية:

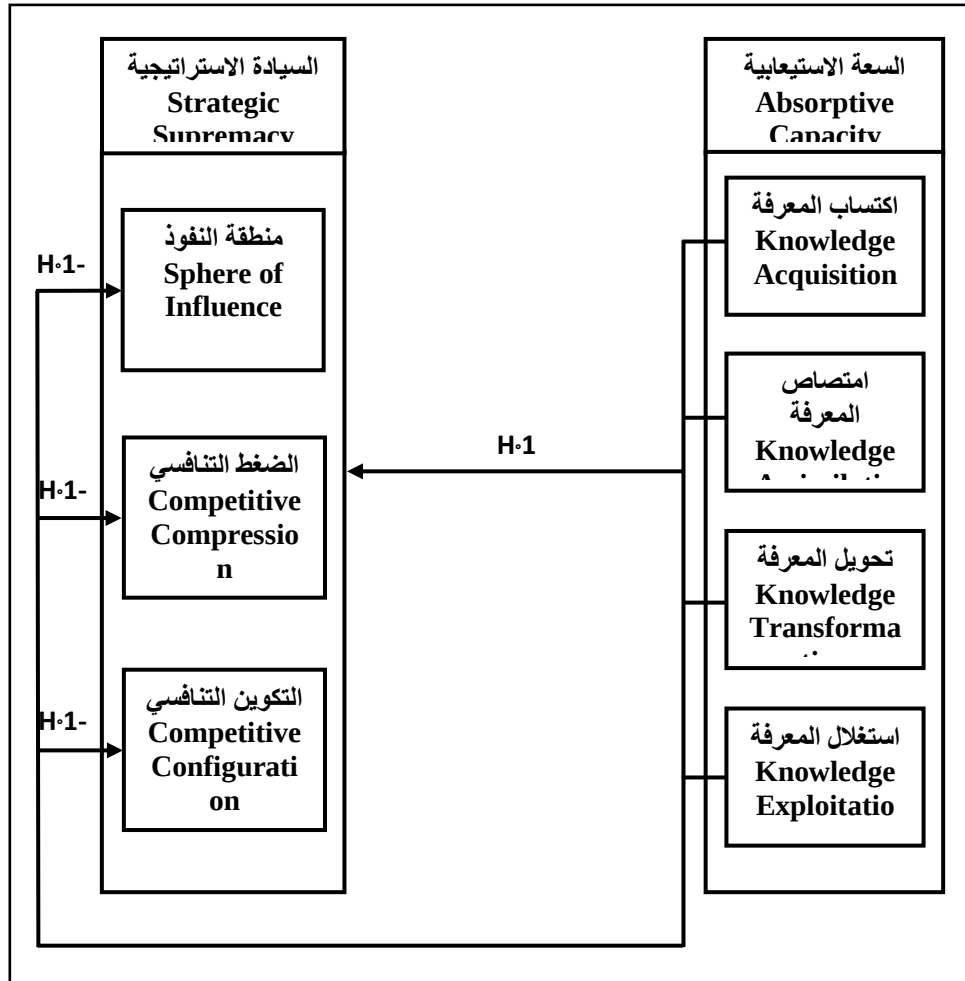
Ho1-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في الضغط التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

Ho1-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في التكوين التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

أنموذج الدراسة:

يوضح الشكل (1) أنموذج الدراسة المتضمن لمتغيراتها، وأبعادها، والمراجع، والدراسات السابقة التي أشارت إليها.



الشكل (1) أنموذج الدراسة:

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على المراجع والدراسات التالية:

المتغير المستقل: (الياسري وآخرون، 2019؛ Zahra & Tidd, 2021, 241; Jarar, 2022)

George, 2002

المتغير التابع: (الباشقالي وسلطان، 2021؛ رشيد ومطر، 2020؛ Al-

Zu'bi, 2017; D'Aveni et al., 2001, 18 Khatib & Alshawabkeh, 2022; Strikwerda &

(Rijnders, 2005, 302-303

التعريفات الإجرائية:

السعة الاستيعابية Absorptive Capacity: هي قدرة شركات التأمين الأردنية في التعرف على المعرفة الخارجية القيمة والعمل على امتلاكها ثم استيعابها، ودمجها، وتكاملها مع المعرفة التي تتولّد داخل شركات التأمين واستثمار المعرفة النهائية في استخدامات تجارية.

السيادة الاستراتيجية Strategic Supremacy: هي قدرة شركات التأمين الأردنية على تحديد قواعد المنافسة والتوسّع من خلال تشكيل محفظة متنوّعة من العملاء، والأسواق، والتحكّم في درجة ونمط الاضطراب في الأسواق، وتحديد المراكز التنافسية ونوع العلاقات الثنائية مع جميع القوى التنافسية.

الدراسات السابقة:

استعرض الباحث في هذا الفصل مجموعة من الدراسات السابقة حول متغيّرات الدراسة، حيث اطّلع الباحث على هذه الدراسات في البيئتين العربية والأجنبية والتي سبق وتناولت القضايا المبحوثة في الدراسة الحالية، وقام الباحث باختيار الدراسات الأقرب لموضوع الدراسة الحالية مع مراعاة الحداثة ومجتمع الدراسة والبيئة التي أُجريت فيها الدراسة؛ وذلك لتشكيل مجموعة مميّزة من الدراسات التي تعمل على إثراء هذه الدراسة وتوضيح أبعاد الدراسة والعلاقات بين متغيّراتها، وقد تمّ تقسيمها إلى مجموعتين رئيسيتين:

- الدراسات السابقة التي أُجريت في البيئة العربية.
- الدراسات السابقة التي أُجريت في البيئة الأجنبية.

أولاً: الدراسات في البيئة العربية:

دراسة (Algarni et al. (2023 بعنوان:

The differential effects of potential and realized absorptive capacity on imitation and innovation strategies, and its impact on sustained competitive advantage

التأثيرات التفاضلية للسعة الاستيعابية المحتملة والمحققة على استراتيجيات التقليد والابتكار وأثرها على الميزة التنافسية المستدامة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التأثيرات التفاضلية للقدرات القائمة على المعرفة مثل السعة الاستيعابية المحتملة والمُحققة على استراتيجيات التقليد والابتكار وتقييم كيف تؤدي

هذه التفاعلات إلى تحقيق الشركات ميزة تنافسية مُستدامة في الشركات الصناعية التجارية في المملكة العربية السعودية. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي)، وتبنت نمذجة المعادلات الهيكلية كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (211) مستجيباً من المديرين ورؤساء الأقسام. أظهرت نتائج الدراسة أنَّ هنالك علاقة بين السعة الاستيعابية المُحتملة والمُحققة وأنَّ لهما تأثير على استراتيجيات التقليد والابتكار، كما وجدت الدراسة أثراً مباشراً لكلٍّ من استراتيجيات التقليد والابتكار في تحقيق الميزة التنافسية المُستدامة للشركة. أوصت الدراسة بضرورة القيام بأبحاث تختصّ بالعلاقة بين السعة الاستيعابية والميزة التنافسية للشركات في نطاقات خارج المملكة العربية السعودية لدراسة تأثيرها بشكل أكبر.

دراسة سعيد وسلطان (2022) بعنوان:

دور القيادة الذكية في تحقيق السيادة الاستراتيجية – دراسة استطلاعية لآراء العينات من القيادات الإدارية والعلمية في جامعتي (نوروز، وجمهان) الخاصة في مدينة دهوك / كوردستان / العراق:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الذكية في تحقيق السيادة الاستراتيجية بأبعادها (الضغط التنافسي، والتكوين التنافسي، ومنطقة النفوذ) في جامعتي (نوروز، وجمهان) – العراق. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي) وتبنت الانحدار الخطي المتعدد كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (49) مستجيباً من الأفراد العاملين في الجامعتين. توصّلت الدراسة إلى وجود أثرٍ معنوي ذي دلالةٍ إحصائية للقيادة الذكية في السيادة الاستراتيجية بأبعادها (الضغط التنافسي، والتكوين التنافسي، ومنطقة النفوذ). أوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر بطرق تحقيق مُستلزمات السيادة الاستراتيجية والتي تعتمد عليها الجامعات المبحوثة وذلك باعتماد المرونة في سرعة مواجهة التغيّرات البيئية.

دراسة أبا زيد (2022) بعنوان:

أثر القدرات الديناميكية في السيادة الاستراتيجية من خلال الحصانة التنظيمية في شركات الاتصال الأردنية:

هدفت الدراسة لاستكشاف أثر القدرات الديناميكية في السيادة الاستراتيجية والدور الوسيط للحصانة التنظيمية في شركات الاتصالات الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي

من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي) وتبيّنت الانحدار الخطي المتعدد كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (180) مستجيباً من المديرين ورؤساء الأقسام. توصّلت الدراسة إلى وجود أثرٍ معنوي ذي دلالةٍ إحصائيةٍ للقدرات الديناميكية في السيادة الاستراتيجية بأبعادها (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي). أوصت الدراسة بضرورة تعزيز عمليات التعلّم الاستراتيجي والعمل على إجراء المقارنات المرجعية لبناء ذاكرة تنظيمية للمساهمة في تطوير مركز تنافسي متقدّم، وتحديد مناطق النفوذ، وتخفيف الضغط التنافسي في شركات الاتصالات الأردنية.

دراسة الصبح والشوابكة (2022) بعنوان:

أثر الرقابة الاستراتيجية في السيادة الاستراتيجية: الدور الوسيط لإدارة الجداريات في المصارف التجارية الأردنية:

هدفت الدراسة لاستكشاف أثر الرقابة الاستراتيجية في السيادة الاستراتيجية والدور الوسيط لإدارة الجداريات في المصارف التجارية الأردنية. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي) وتبيّنت الانحدار الخطي المتعدد كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (236) مستجيباً من المديرين. توصّلت الدراسة إلى وجود أثرٍ معنوي ذي دلالةٍ إحصائيةٍ للرقابة الاستراتيجية في السيادة الاستراتيجية من خلال إدارة الجداريات في المصارف التجارية الأردنية. أوصت الدراسة بأهمية تعزيز قدرات الاستشعار البيئي في المصارف التجارية الأردنية من خلال استخدام التكنولوجيا المتقدمة لرصد وجمع المعلومات بشكل فعّال من البيئة العامة والخاصة للمصارف.

ثانياً: الدراسات في البيئة الأجنبية:

دراسة (Mata et al. (2023 بعنوان:

Impact of absorptive capacity on project success through mediating role of strategic agility: Project complexity as a moderator

أثر السعة الاستيعابية على نجاح المشروع من خلال الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية: تعقيد المشروع كمتغيّر معدّل:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر السعة الاستيعابية على نجاح المشاريع من خلال وجود الرقابة الاستراتيجية كمتغيّر وسيط وتعقيد المشروع كمتغيّر معدّل في الشركات المتوسطة

والصغيرة في قطاع تكنولوجيا المعلومات في البرتغال. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي) وتبنّت نمذجة المعادلات الهيكلية كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (285) مستجيباً. توصّلت الدراسة إلى وجود أثرٍ معنوي ذي دلالة إحصائية للسعة الاستيعابية على نجاح المشروع من خلال الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية وتعقيد المشروع كمتغيّر معدّل. أوصت الدراسة بضرورة دراسة أثر الرشاقة الاستراتيجية والسعة الاستيعابية على نجاح المنظمة ككل، مع توسيع نطاق الدراسة ليشمل نطاقاً أوسع من القطاعات وعيّنة أكبر من أجل التأكيد على أهمية هذه المتغيّرات وترسيخها كركائز أساسية للنجاح المنظمي.

دراسة (Hurtado-Palomino et al. (2022 بعنوان:

The interactive effect of innovation capability and potential absorptive capacity on innovation performance

الأثر التفاعلي للقدرة على الابتكار والسعة الاستيعابية المحتملة على أداء الابتكار:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأثر التفاعلي للقدرة على الابتكار والسعة الاستيعابية المحتملة على أداء الابتكار في قطاع السياحة في البيرو. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي من حيث الآلية والإجراءات (المنهج الوصفي التحليلي) وتبنّت نمذجة المعادلات الهيكلية كمنهجية للتحليل، واستُخدمت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات من (238) مستجيباً من المديرين العاملين في شركات قطاع السياحة. توصّلت الدراسة إلى وجود أثرٍ معنوي ذي دلالة إحصائية للقدرة على الابتكار والسعة الاستيعابية المحتملة على أداء الابتكار. أوصت الدراسة بضرورة التركيز على بناء أنظمة الإدارة التعاونية وتعزيز القدرة على الابتكار والقدرة على استيعاب الأفكار الجديدة حيث تعزّز هذه القدرات بعضها البعض وتساهم في تعزيز القدرات الابتكارية لشركات السياحة.

الإطار النظري للدراسة:

السعة الاستيعابية:

أولاً: تمهيد:

أدّى التقدم السريع في التكنولوجيا والتحوّلات المستمرة في بيئة الأعمال إلى زيادة المنافسة وزيادة التحديات التي تواجهها المنظمات في تحقيق الاعتماد على الذات في توليد المعرفة، حيث إنّ المستوى المتصاعد للمنافسة، مدفوعٌ في المقام الأول بالتميّز في المنتجات والخدمات، والاستجابة

السريعة لاحتياجات العملاء، والإدارة الفعّالة للتنوّع (Diversity)، والقدرة على التكيف مع ظروف العمل دائمة التغيّر، قد أدّى إلى تزايد الاعتماد على المعرفة (Wiig, 1997)، ولذلك نشأت الحاجة إلى إنشاء آلية تمكّن المنظمة من التكيف مع التغيّرات الخارجية في بيئة الأعمال، وتعتمد على قدرة المنظمة على اكتساب المعرفة من البيئة الخارجية ودمج واستيعاب المعلومات الجديدة الناشئة من مصادر خارجية (Sáez et al., 2010, 156).

ثانياً: مفهوم السعة الاستيعابية:

اكتسب مفهوم السعة الاستيعابية مكانة بارزة عندما قام Cohen and Levinthal بتطوير نموذج اعتبر أنّ البحث والتطوير (R&D) لهما دور مزدوج في تعزيز الابتكار وتعزيز قدرات التعلّم لدى المنظمة، حيث قدّم Cohen and Levinthal (1989) هذا المفهوم بناءً على المنطق الاقتصادي، في حين قام بتوسيع نطاق المفهوم في عام 1990 من خلال دمج العوامل المعرفيّة، وقد عرّف السعة الاستيعابية على أنّها قدرة المنظمة على التعرّف على المعرفة الخارجية الجديدة، وتثمينها، واستيعابها داخل المنظمة، واستغلالها في أغراض تجارية (Augier & Teece, 2021, 1).

قام Zahra and George (2002)، وتوضيحاً لمفهوم السعة الاستيعابية فيما يتعلق بنطاق عملها وكيفية تفعيلها، بالتمييز بين أربعة أبعاد مُصنّفة في مجموعتين: في المجموعة الأولى السعة الاستيعابية المُحتملة (Potential Absorptive Capacity [PACAP])، التي تلتقط قدرات المنظمة لاكتساب وامتصاص المعرفة الجديدة من المصادر الخارجية، أما المجموعة الثانية فهي السعة الاستيعابية المُتحقّقة (Realized Absorptive Capacity [RACAP])، التي تشمل قدرات المنظمة على التحول وزيادة الاستغلال الاقتصادي للمعرفة التي تمّ امتصاصها، كما يعتقد Hill (2012, 18) أنّ السعة الاستيعابية تشير إلى قدرة المنظمة على تحديد أهمية المعلومات الخارجية الجديدة، ودمج هذه المعلومات واستيعابها، واستخدامها لتحقيق مزايا مالية.

ثالثاً: أبعاد السعة الاستيعابية:

يعتقد Zahra and George (2002) أنّ الأبعاد الفرعية للسعة الاستيعابية تتكون من أربعة أبعاد هي: اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة، وعلى الرغم من أنّ هذه الأبعاد مختلفة بسبب تنوّع مفاهيمها والأشخاص والعلاقات والبيئات التي تنطوي

عليها (Chauvet, 2014)؛ إلا أن الجمع بين هذه القدرات الأربع هو شرط أساسي لبناء السعة الاستيعابية للمنظمة (Laviniki et al., 2021).

1. اكتساب المعرفة Knowledge Acquisition:

يرى الهنداوي وآخرون (2018) أن اكتساب المعرفة يمثل قدرة المنظمة على البحث عن المعرفة في البيئة الخارجية للمنظمة وتحديد أهميتها والاستحواذ عليها من خلال المسح البيئي وأنشطة استكشاف الفرص، فيما يعتقد (Zahra and George, 2002) أن الإجراءات والسياسات المتبعة (الروتين المنظمي) لاكتساب المعرفة تتطلب مجهوداً يتميز بثلاث سمات رئيسة وهي: الكثافة، والسرعة، والتوجيه.

تُعتبر عملية اكتساب المعرفة الخارجية عملية إدراكية بطبيعتها وتعتمد على حدس وتفسير الخبراء في المنظمة، بما في ذلك المهارة في التعرف على الأنماط والقدرة على التعلم الترابطي (القدرة على إقامة روابط بين المعلومات الجديدة والمفاهيم الموجودة مسبقاً)، كما يعتمد تفسير المعرفة الخارجية على مدى فاعلية ونجاح عملية التجسيد (Externalization) عندما يتمكن الأفراد من ترجمة فهمهم البديهي والضمني إلى معرفة صريحة يمكن نشرها والاستفادة منها داخل المنظمة (Nemanich et al., 2010).

2. امتصاص المعرفة Knowledge Assimilation:

يرى (Zahra and George, 2002) أن قدرة المنظمة على امتصاص المعرفة الجديدة يتعلّق بمدى قدرتها على فهم هذه المعرفة، حيث يمكن أن تتضمن المعرفة الجديدة بعض الاستدلالات التي تختلف بشكل جوهري عن الاستدلالات التي تستخدمها المنظمة، ومن الصعب فهم المعرفة الخارجية أحياناً لأنها معرفة متخصصة بالسياق، وهذا يمنع الآخرين من فهمها أو تقليدها، وتزداد صعوبة فهم واستيعاب المعرفة الجديدة إذا كانت تعتمد على توفر بعض الأصول التكميلية لدى المنظمة المستقبلية للمعرفة الجديدة (Teece, 1998)، في حين يتصور (Scaringella et al., 2017) أن امتصاص المعرفة الخارجية التي تمّ امتلاكها من المنظمات يتطلب أن تكون المنظمة قادرة على التعلم، كما تعبّر قدرة امتصاص المعرفة عن مدى فهم وإدراك المنظمة للمعرفة التي تمّ اكتسابها من قبل المنظمة (الهنداوي وآخرون، 2018).

3. تحويل المعرفة Knowledge Transformation:

يمثل بُعد تحويل المعرفة عملية دمج المعرفة التي تمّ الحصول عليها حديثاً مع المعرفة الموجودة مسبقاً، خاصة عندما لا تتوافق المعرفة المكتسبة حديثاً بسلاسة مع الهياكل المعرفية الحالية

للمنظمة (Aly et al., 2021)، كما يرى (Szulanski (1996 أن قدرة المنظمة على الاحتفاظ بالمعرفة أمر بالغ الأهمية لنجاح نقل المعرفة، وتشير إلى قدرة المنظمة المتلقية على دمج المعرفة الجديدة في ممارساتها، فإذا كانت المنظمة تفتقر إلى القدرة على الاحتفاظ بالمعرفة، فإنها قد تواجه تحديات عند محاولة دمج المعرفة المكتسبة وقد تُستخدم هذه الصعوبات كمبرر للعودة إلى ممارساتها السابقة.

4. استغلال المعرفة Knowledge Exploitation:

يعتقد (Rohenkohl et al. (2021 أن استغلال المعرفة هو قدرة المنظمة على دمج المعرفة الموجودة مع المعرفة التي تم اكتسابها وامتصاصها وتحويلها إلى عمليات وروتين منظمي من أجل تطبيقها والاستفادة منها، وتقود هذه القدرة إلى خلق تحسينات في المنتجات والنظم والعمليات والمهارات في المنظمة، كما تشير عملية الاستغلال إلى قدرة المنظمة على خلق شيء جديد عن طريق حصد المعرفة الجديدة التي تم تحويلها في العمليات السابقة بعد اكتسابها واستيعابها ودمجها في عمليات المنظمة، وهي عملية أساسية في خلق الكفايات الجوهرية للمنظمة والاستفادة من الموارد (Patterson & Ambrosini, 2015).

السيادة الاستراتيجية:

أولاً: تمهيد:

ظهر مصطلح السيادة (Supremacy) للمرة الأولى باللغة الإنجليزية، وهو مُشتق من الكلمة اللاتينية (Supremus) التي تعني أعلى درجات السلطة والنفوذ (Oxford Latin Dictionary, 2012, 2079)، ويعرّف قاموس أكسفورد السيادة على أنها حالة التفوق على الآخرين جميعاً من حيث السلطة أو القوة أو المركز (McKean et al., 2006, 914)، أما في اللغة العربية، فالسيادة من (ساد) - سيادةً وسُودداً وسُؤدداً: عَظُمَ وَمَجَّدَ وَشَرَّفَ، وقومه أو غيرهم: صار سيّدهم، وغيره: سبقه وخلفه، وفلاناً: غلبه في السيادة (مجمع اللغة العربية، 2004، 460).

نشأ مفهوم السيادة الاستراتيجية من الأدبيات السياسية والعسكرية قبل أن يتطور المفهوم ويأخذ مداه في سياق الإدارة الاستراتيجية كنموذج من أجل بناء الثروة وزيادة نمو المنظمات من خلال استغلال الفرص التي تنبثق من التغيرات في بيئة الأعمال (العيسوي والعبودي، 2022ب)، حيث فرضت ظروف المنافسة المشددة من أجل السيطرة على الأسواق ضرورة استخدام هذا التعبير المجازي (السيادة الاستراتيجية) في بيئة الأعمال المتذبذبة والتي يكتنفها الغموض وعدم

التأكد (Mohammed & Mohammed, 2021)، وتُعتبر السيادة الاستراتيجية ظاهرة اجتماعية جديدة حول الفكر الإداري ومفهوم السلطة وهي غير مقيّدة لقدرتها على تطوير العلاقات التنافسية والتعاونية في العديد من المجالات (أبازيد، 2022).

ثانياً: مفهوم السيادة الاستراتيجية:

بدأ مفهوم السيادة الاستراتيجية يحظى باهتمام الباحثين والمنظمات؛ لأنه يقدّم وجهة نظر موحّدة للاستراتيجية، حيث كان يوجد نقص في التقدير للعلاقة بين اضطراب البيئة والنماذج الاستراتيجية، فاستراتيجيات المنظمات المهيمنة كانت تسعى للحفاظ على بيئة الأعمال الحالية، بينما استراتيجيات المنظمات المنافسة كانت تسعى إلى الإخلال ببيئة الأعمال الراهنة، وأثبتت الدراسات التي أُجريت حول المنافسة المفترضة أهمية العلاقات المترابطة والمتداخلة بين كلّ من الإخلال في بيئة الأعمال، وأنماط الاضطراب، وقواعد المنافسة، وتعريف ساحة المنافسة (D'Aveni, 1999)، حيث تتمكّن المنظمات من تكييف استراتيجياتها بشكل أفضل مع بيئة الأعمال، وقد تتمكّن من تغيير بيئة الأعمال لصالحها عندما تتمكّن من فهم التفاعل بين الاستراتيجية والبيئة (الفتلاوي وآخرون، 2020).

يتفق (Khatib and Alshawabkeh (2022 على أنّ أفضل وصف يمثل مفهوم السيادة الاستراتيجية في سياق الأعمال هو مفهوم السيطرة، حيث يُعبّر مفهوم السيطرة عن السيادة الاستراتيجية بشكل أكبر من مفهوم القوة أو التأثير أو حتى القدرة على تحييد المنافسين، ويعرّف (Plenert and Plenert (2018, 1 السيادة الاستراتيجية على أنّها هدف وعملية في آن واحد؛ فهي هدف متحرّك يتطلّب المراجعة المستمرة، وهي أيضاً عملية تتطلّب التركيز على التحسين المستمر، كما أنّها تمثّل التفكير الاستراتيجي التطبيقي، والذي يتمّ تصميمه من أجل تطوير رشاقة استراتيجية تمكّن المنظمة من التأقلم مع الظروف البيئية المتغيّرة، ويرى (Robert (2001, 7 أنّ السيادة الاستراتيجية ليست مجرد امتلاك ميزة تنافسية مطلقة على المنافسين؛ وإنّما هي درجة السيطرة عليهم، كما أنّها تتجاوز مفهوم تحديد قواعد المنافسة في الصناعة إلى تغيير شكل ومفهوم المنافسة بحدّ ذاته.

يعتقد (D'Aveni (1999 أنّ السيادة الاستراتيجية تمثّل قدرة المنظمة على تقويض كفايات المنظمات المنافسة الرائدة في الصناعة من خلال تغيير عوامل النجاح الحرجة في الصناعة لجعل كفايات هذه المنظمات مُتقادمة باستخدام التكنولوجيا والمعرفة الجديدة وتقديم قيمة متفوّقة للعملاء، وذلك من خلال تغيير تعريف القيمة والجودة وتغيير حدود الصناعة (هيكل الصناعة).

ثالثاً: أبعاد السيادة الاستراتيجية:

1. منطقة النفوذ Sphere of Influence:

تمثل منطقة النفوذ أحد المفاهيم التي تمت استعارتها من أدبيات الجغرافيا السياسية وتوفر إطاراً يمكن للمنظمة من خلاله اختيار النية الاستراتيجية لمحافظة أعمال المنظمة وتداعياتها على الاستراتيجية التنافسية، حيث تمثل منطقة النفوذ محافظة من الأعمال والمنتجات والخدمات أو المواقع الجغرافية والتي تمتلك التأثير على أين وكيف تتم المنافسة بين المنظمات داخل الفضاء التنافسي (D'Aveni, 2004)، كما تعمل المنظمات ذات السيادة الاستراتيجية على تحديد ميدان ممارسة الأعمال من خلال إقامة حدود حول مناطق أعمالها وحول مناطق أعمال المنافسين أيضاً وهو ما يُسمى بمناطق النفوذ، وتحدد المنظمات ذات السيادة درجة التداخل بين مناطق النفوذ وكيفية تغيير حدود هذه المناطق عبر الزمن، وقد تعمل المنظمات ذات السيادة الاستراتيجية على ترسيم مناطق نفوذ المنافسين أيضاً (Mohammed & Mohammed, 2021)، وتركز منطقة النفوذ في جوهر مفهوم السيادة الاستراتيجية؛ فهي المركز الرئيس للأسواق الأساسية لعمليات المنظمة، وهي المنطقة التي تحظى فيها المنظمة بالقدرة على قيادة توقعات العملاء والمنافسين فيما يتعلق بالجودة والسعر والاستجابة لمتطلبات العملاء ومستويات الأداء، وتصبح فيها المنظمة هي المقياس المرجعي لجميع المنافسين (الكعبي وصبري، 2021)، حيث تُعتبر منطقة النفوذ محافظة من الأسواق الرئيسة وليست محافظة من القدرات الجوهرية فقط، وتخدم المناطق المختلفة داخل منطقة النفوذ نية استراتيجية أو قصد استراتيجي مختلف (الباشقالي وسلطان، 2021؛ حسن والشيخلي، 2020)، كما حدد (Bernheim and Whinston 1990) منطقة النفوذ على أنها مجموعة من الأسواق التي تتمتع فيها المنظمات التي تعمل في أسواق متعددة بميزة سعرية على المنافسين، أو استطاعت الوصول إلى اقتصاديات الحجم الكبير.

2. الضغط التنافسي Competitive Compression:

تسعى المنظمات دائماً إلى التطور والنمو والتوسع وتنمية منطقة نفوذها من خلال تطبيقها لاستراتيجيات النمو الخاصة بتعزيز منطقة نفوذ المنظمة، وبالمقابل يقوم المنافسون بالتصدي لهذا النمو والتطور من خلال الضغط المستمر في بيئة الأعمال ويسمى هذا الضغط الخارجي على منطقة نفوذ المنظمة بالضغط التنافسي (أبازيد، 2022؛ Abdulkareem, 2022)، وقد تتعرض

أحياناً أحد المناطق داخل منطقة النفوذ للضغط التنافسي أكثر من غيرها، وفي أحيانٍ أخرى، يكون الضغط التنافسي متساوياً في جميع مناطق منطقة النفوذ، ويمكن أن يتسبب بالضغط التنافسي منظمة منافسة واحدة أو مجموعة من المنافسين وتتعاون مع بعضها بعضاً إمّا بشكل متعمّد أو بشكل عرضي (D'Aveni et al., 2001, 70)، ويمثّل الضغط التنافسي قدرة المنظمة على لجم التدفقات النقدية للمنظمات المنافسة سواء بالمنافسة عن طريق الأسعار أو من خلال منع المنافسين من التوسّع في الأسواق الجديدة (الكعبي وصبري، 2021).

3. التكوين التنافسي Competitive Configuration:

يُمكن التكوين التنافسي المنظمة من إنشاء هيكل للتحالفات من أجل تقليل درجة التعقيد التنافسي (الباشقالي وسلطان، 2019)، حيث يُعتبر التكوين التنافسي أداة رئيسة في بناء منطقة نفوذ حيوية وقوية ومؤثرة في هيكل الصناعة الذي يجسّد استراتيجية المنظمة ضمن منطقة النفوذ لتحقيق السيادة الاستراتيجية (الكعبي وصبري، 2021)، ويخضع التكوين التنافسي الملائم لبيئة الأعمال التنافسية لاحتمالات متعدّدة تعتمد على ميزان القوى بين المنظمات المتنافسة، وطبيعة التحالفات والمراكز التنافسية للمنظمات، ونوع الاستراتيجيات المعتمدة سواء تعاونية أو تنافسية، كما يعتمد التكوين التنافسي على رؤية المنظمة التي تحدّد بدورها النطاق الشامل للمنافسة وعدد المنافسين الرئيسيين المحتملين، والمركز التنافسي، والقوة النسبية لكل منافس (رشيد ومطر، 2020).

يُمكن السرّ في كفاءة تحقيق بعض المنظمات الكبرى للسيادة الاستراتيجية على غيرها من المنظمات في كفاءة إتقان فنّ التكوين التنافسي، ويمثّل التكوين التنافسي قدرة المنظمة على تشكيل العلاقات بين المنظمات الكبرى المتنافسة من خلال خلق هيكل للصناعة يأخذ بعين الاعتبار القوى التنافسية الخمسة التي أرساها Porter (1980) وشدّة كل واحدة من هذه القوى التنافسية التي تؤثر في هيكل الصناعة، ويتطلّب بناء التكوين التنافسي تحليل هيكل الصناعة بشكل دوري من أجل اختراق حالة التوازن في المنافسة وبالتالي تحقيق السيادة الاستراتيجية بناءً إمّا على سلوك المنظمات التنافسي أو بناءً على التذبذب الذي يحدث في هيكل الصناعة نتيجة تفاعل القوى التنافسية الخمسة مع بيئة الأعمال المتغيّرة (Khatib & Alshawabkeh, 2022).

منهجية الدراسة:**نوع الدراسة وطبيعتها:**

اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي (الوصفي التحليلي) من حيث الآلية والإجراءات، وذلك لمناسبته لطبيعة وأهداف الدراسة. تُعتبر هذه الدراسة دراسة إيضاحية من حيث الغرض؛ حيث عملت على اختبار الأثر بين السعة الاستيعابية في السيادة الاستراتيجية، ودراسة تطبيقية في طبيعتها. بالإضافة إلى ذلك، اعتمدت الدراسة على استراتيجية المعاينة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكوّن مجتمع الدراسة من مديري الإدارة العليا والوسطى لدى شركات التأمين الأردنية البالغ عددها (23) شركة، وبعد التحديد التقريبي لمديري الإدارة العليا والوسطى لدى شركات التأمين الأردنية البالغ عددهم (436) مديراً، حيث بلغ حجم العينة الممثلة (205) مديراً، وهو ما يتطابق مع جداول العينات اعتماداً على حجم المجتمع الكلي وبحيث يكون هامش الخطأ المسموح به (5%) (النجار وآخرون، 2020، 109؛ Sekaran & Bougie, 2016, 263)، وستكون طريقة أخذ العينة باعتماد المعادلة التالية:

$$\text{حجم العينة} = (\text{حجم الطبقة} / \text{حجم المجتمع}) * \text{العينة}$$

وقد قام الباحث بتوزيع (256) استبانة على المديرين في الإدارة العليا والوسطى لدى شركات التأمين الأردنية لضمان استرداد عدد لا يؤثر على جودة مُخرجات التحليل، وقد تمّ استرداد (250) استبانة ونسبة استرداد بلغت (97.65%)، وبعد فرز الاستبانات تبين أنّ العدد الصالح منها للتحليل (244) ما يشكّل ما نسبته (95.31%) من حجم العينة.

الجدول (1): مجتمع وعينة الدراسة

الرقم	اسم شركة التأمين	عدد مديري الإدارة العليا والوسطى	حجم العينة
1	شركة التأمين الأردنية	39	23
2	شركة الشرق الأوسط للتأمين	25	15
3	شركة التأمين الوطنية	10	6
4	الشركة المتحدة للتأمين	11	6
5	شركة المنارة للتأمين	10	6
6	شركة التأمين العربية - الأردن	12	7
7	شركة القدس للتأمين	16	9

8	شركة النسر العربي للتأمين	39	23
9	الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين	23	14
10	شركة الاتحاد العربي الدولي للتأمين	9	5
11	شركة دلتا للتأمين	19	11
12	شركة الصفوة للتأمين	10	6
13	شركة الأراضي المقدسة للتأمين	20	12
14	شركة فيلادلفيا للتأمين	10	6
15	شركة ميتلايف	20	12
16	شركة الأردن الدولية للتأمين (نيوتن)	17	10
17	شركة التأمين الإسلامية	15	9
18	شركة المجموعة العربية الأوروبية للتأمين	17	10
19	شركة الضامنون العرب للتأمين	11	6
20	المجموعة العربية الأردنية للتأمين	13	8
21	gig شركة الشرق العربي للتأمين	53	31
22	شركة المتوسط والخليج للتأمين "ميدغلف"	14	8
23	شركة سوليدرتي- الأولى للتأمين	23	13
	المجموع	436	256

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى الاتحاد الأردني لشركات التأمين (2022). الكوادر البشرية العاملة في قطاع التأمين الأردني لعام 2022 مقارنة بعام 2021 وبتصرف.

<https://www.jif.jo/sites/default/files/2023-06/20230604112140305.pdf>

وحدة المعاينة:

تتكوّن وحدة المعاينة في هذه الدراسة من مديري الإدارة العليا والوسطى لدى شركات التأمين الأردنية البالغ عددهم (436) مديراً.

طرائق جمع البيانات:

أولاً: مصادر البيانات الثانوية:

قام الباحث بجمع البيانات المتعلقة بالدراسة الحالية من خلال الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية، التي تتمثل في المراجع العربية والأجنبية ذات الاختصاص، والمقالات، والأبحاث العلمية، والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة وأبعادها، بالإضافة إلى البحث والمطالعة في المواقع الإلكترونية المختلفة.

ثانياً: مصادر البيانات الأولية:

قام الباحث بتصميم استبانة بعد الاطلاع على مجموعة من الدراسات ذات العلاقة، كوسيلة لجمع البيانات الأولية، التي تمّ توزيعها على المديرين ضمن عيّنة الدراسة، حيث ضمّت الاستبانة عدداً من العبارات التي تعكس أهداف الدراسة وأسئلتها، كما تعكس متغيرات الدراسة وأبعادها، وتمّ توزيعها على مديري الإدارة العليا والوسطى من ضمن عينة الدراسة في شركات التأمين الأردنية.

الأساليب الإحصائية المستعملة:

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences - SPSS كما يلي:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures: لغايات وصف خصائص عينة أفراد الدراسة الديموغرافية والوظيفية، التي شملت:

- التكرارات: لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة.
- النسب المئوية: لقياس التوزيعات التكرارية النسبية لخصائص أفراد العينة.
- الوسط الحسابي: لقياس متوسط إجابات أفراد مجتمع الدراسة عن فقرات الاستبانة.
- الانحراف المعياري: لقياس مدى تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.
- الأهمية النسبية: يتمّ تحديدها عند التعليق على الأوساط الحسابية طبقاً لصيغة معتمدة، ووفقاً لمقياس ليكرت الخماسي لبدائل الإجابة لكل فقرة والتي تمّ تحديدها طبقاً للمقياس التالي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}}$$

$$1.33 = \frac{4}{3} = \frac{1-5}{3}$$

وبذلك تكون الأهمية النسبية كالآتي:

- أهمية نسبية منخفضة إذا بلغ المتوسط الحسابي من 1 – أقل من 2.34
- أهمية نسبية متوسطة إذا بلغ المتوسط الحسابي من 2.34 – أقل من 3.67

- أهمية نسبية مرتفعة إذا بلغ المتوسط الحسابي من 3.67 – 5
- ثانياً: الإحصاء الاستدلالي: تم معالجة البيانات التي جُمعت عن طريق الاستبانة (أداة الدراسة) باستخدام حزمة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) واشتملت على الأساليب الإحصائية التالية :
- معامل الثبات Cronbach Alpha للتعرف على مدى ثبات مقاييس الدراسة من خلال قياس درجة الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة.
- اختبار الارتباط الخطي المتعدد Multicollinearity لمعرفة مدى ملائمة بيانات الدراسة لتحليل الانحدار المتعدد، والتحقق من خلوّ البيانات من مشكلة الارتباط الخطي شبه التام بين متغيرين أو أكثر، حيث تمّ استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لإيجاد مدى الارتباط الذاتي بين أبعاد كل متغير من متغيرات الدراسة، كما تمّ اختبار معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor (VIF) للتأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ وتداخل خطي بين أبعاد المتغير المستقل.
- اختبار معامل الالتواء Skewness Factors لاختبار درجة التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة.
- الانحدار الخطي المتعدد القياسي Standard Multiple Linear Regression لاختبار أثر المتغير المستقلّ بأبعاده في المتغير التابع .
- الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression: للتحقق من وجود الأثر بين متغيرين أحدهما مستقلّ والآخر تابع، حيث تمّ استخدامه في الدراسة الحالية للتحقق من أثر المتغير المستقلّ في أبعاد المتغير التابع.
- تحليل البيانات واختبار الفرضيات:
- وصف أبعاد الدراسة ومتغيراتها:
- يستعرض هذا الجزء من الدراسة وصف أبعاد الدراسة ومتغيراتها، وذلك من خلال تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات المخصّصة لقياسها في أداة الدراسة؛ ولتحقيق ذلك تمّ استخدام أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في الأوساط الحسابية لمعرفة متوسط آراء عينة الدراسة والانحرافات المعيارية، ومعرفة مدى التشتت في إجابات عينة الدراسة، بالإضافة إلى تحديد الرتبة والأهمية النسبية لكلّ فقرة.

الجدول (3) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الأهمية النسبية
السعة الاستيعابية	3.611	0.779	2	متوسطة
السيادة الاستراتيجية	3.754	0.757	1	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

تشير بيانات الجدول (3) أنّ متغير السيادة الاستراتيجية احتلّ المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بأهمية مرتفعة وبمتوسط حسابي بلغ (3.754) وانحراف معياري (0.757)، بينما جاء متغير السعة الاستيعابية في المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية بأهمية متوسطة وبمتوسط حسابي بلغ (3.611) وانحراف معياري (0.779).

الجدول (4) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية للأبعاد الفرعية لكل متغير

البعد	المتوسط الحسابي	الرتبة	الأهمية النسبية
أبعاد السعة الاستيعابية			
اكتساب المعرفة	3.656	2	متوسطة
امتصاص المعرفة	3.583	3	متوسطة
تحويل المعرفة	3.669	1	متوسطة
استغلال المعرفة	3.538	4	متوسطة
أبعاد السيادة الاستراتيجية			
منطقة النفوذ	3.838	1	مرتفعة
الضغط التنافسي	3.743	2	مرتفعة
التكوين التنافسي	3.680	3	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

تبيّن نتائج جدول (4) أنّ بُعد تحويل المعرفة احتلّ المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.669) وبأهمية نسبية متوسطة، يليه بُعد اكتساب المعرفة بمتوسط حسابي بلغ (3.656)

وبأهمية نسبية متوسطة، ثم بُعد امتصاص المعرفة بمتوسط حسابي بلغ (3.583) وبأهمية نسبية متوسطة، وفي المرتبة الأخيرة جاء بُعد استغلال المعرفة بمتوسط حسابي بلغ (3.538) وبأهمية نسبية متوسطة، حيث يرى الباحث أنه يجب على شركات التأمين الأردنية زيادة اهتمامها بعملية التعرف على المعرفة الخارجية واستيعابها والقيام بدمجها مع المعرفة الداخلية من أجل استخدامها واستثمارها في خدماتها وعملياتها التجارية.

كما تبين نتائج جدول (4) أنَّ بُعد منطقة النفوذ احتلَّ المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.838) وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه بُعد الضغط التنافسي بمتوسط حسابي بلغ (3.743) وبأهمية نسبية مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة جاء بُعد التكوين التنافسي بمتوسط حسابي بلغ (3.680) وبأهمية نسبية مرتفعة، حيث يرى الباحث أن شركات التأمين الأردنية أظهرت اهتماما كبيرا بتحقيق السيادة الاستراتيجية.

اختبار التوزيع الطبيعي:

يظهر الجدول (5) أنَّ قيم معامل الالتواء لجميع المتغيرات هي أقرب إلى الصفر، حيث تُعتبر من النسب الممتازة التي تدلُّ على أنَّ توزيع البيانات مُتمثل، كما أظهرت قيم معامل التفرطح بالنسبة لمتغير السيادة الاستراتيجية عن قيمة موجبة وأقرب إلى الصفر، وأظهرت قيم معامل التفرطح بالنسبة لمتغير السعة الاستيعابية عن قيمة سالبة وأقرب إلى الصفر، حيث تشير القيم إلى وجود تفرطح في توزيع البيانات أكثر من الطبيعي، وهذا يدلُّ على أنَّ نمط الاستجابات يخضع للتوزيع الطبيعي للبيانات.

الجدول (5) معاملات الالتواء والتفرطح لمتغيرات الدراسة

المتغير	معامل الالتواء Skewness	معامل التفرطح Kurtosis
السيادة الاستراتيجية	-0.478	0.346
السعة الاستيعابية	-0.381	-0.034

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

ثبات أداة الدراسة:

يُظهر الجدول (6) قيم معامل كرونباخ ألفا، حيث تراوحت قيمة معامل كرونباخ ألفا للمتغير المستقل (السعة الاستيعابية) بين (0.870 - 0.914)، وهي جميعها أكبر من القيمة المقبولة

إحصائياً (0.70) (Sekaran & Bougie, 2016, 290)، كما بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا للسعة الاستيعابية ككل (0.965)، وهذا يدل على وجود اتّساق داخلي عالٍ في أبعاد المتغيّر المستقلّ. كما أظهر الجدول (6) أنّ قيمة معامل كرونباخ ألفا للمتغيّر التابع (السيادة الاستراتيجية) تراوحت بين (0.878 - 0.918)، وهي جميعها أكبر من (0.70)، كما بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا للسيادة الاستراتيجية ككل (0.960)، وهذا يدل على وجود اتّساق داخلي عالٍ في أبعاد المتغيّر التابع.

جدول (6) ثبات الاتّساق الداخلي

Cronbach's Alpha	عدد الفقرات	
0.965	21	السعة الاستيعابية
0.870	6	اكتساب المعرفة
0.900	5	امتصاص المعرفة
0.914	5	تحويل المعرفة
0.901	5	استغلال المعرفة
0.960	15	السيادة الاستراتيجية
0.878	5	منطقة النفوذ
0.918	5	الضغط التنافسي
0.910	5	التكوين التنافسي

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

ملاءمة الأنموذج:

اختبار الارتباط الخطي المتعدّد (Multicollinearity):

للتأكّد من ظاهرة الارتباط الذاتي بين أبعاد المتغيّر المستقلّ (السعة الاستيعابية)، تمّ احتساب معامل تضخم التباين (VIF) Variance Inflation Factor، حيث يُظهر الجدول (7) أنّ جميع قيم معامل تضخم التباين كانت أقلّ من (5) وهذا يعني عدم وجود ارتباط خطي بين أبعاد السعة الاستيعابية.

جدول (7) اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به لأبعاد السيادة الاستراتيجية

أبعاد السعة الاستيعابية	معامل تضخم التباين VIF	التباين المسموح به Tolerance
اكتساب المعرفة	3.505	0.285
امتصاص المعرفة	4.004	0.250
تحويل المعرفة	4.958	0.202
استغلال المعرفة	4.294	0.233

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى

H_01 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها مجتمعة (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية.

جدول (8) اختبار أثر أبعاد السعة الاستيعابية على السيادة الاستراتيجية

جدول المعاملات Coefficients						تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig. t	t	(β)	الخط أ المعيار ي	B	البيان	Sig. F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.000	6.175	-	0.125	0.771	الثابت	0.000 ^b	165.085	0.734	0.857	السيادة الاستراتيجية
0.002	3.126	0.195	0.060	0.187	اكتساب المعرفة					
0.556	0.590	0.039	0.056	0.033	امتصاص المعرفة					

0.0	3.6	0.2	0.06	0.2	تحويل					
00	25	69	9	50	المعرفة					
0.0	5.9	0.4	0.06	0.3	استغلال					
00	61	12	0	57	المعرفة					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

أظهرت نتائج التحليل الواردة في الجدول (8) أنَّ معامل الارتباط ($R=0.857$) يشير إلى العلاقة الموجبة وعالية القوة بين المتغير المستقل المُتمثل بالسعة الاستيعابية والمتغير التابع المُتمثل بالسيادة الاستراتيجية، كما أنَّ أثر أبعاد السعة الاستيعابية على المتغير التابع (السيادة الاستراتيجية) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (165.085)، ومستوى الدلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافةً إلى ذلك تشير النتائج أنَّ (73.4%) من التباين في السيادة الاستراتيجية يمكن تفسيره من خلال التباين في السعة الاستيعابية.

كما يظهر جدول المعاملات أنَّ قيمة (β) عند اكتساب المعرفة قد بلغ (0.195)، وأنَّ قيمة t عنده هي (3.126)، وبخطأ معياري (0.060)، وبمستوى دلالة (0.002)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند امتصاص المعرفة قد بلغ (0.039)، وأنَّ قيمة t عنده هي (0.590)، وبخطأ معياري (0.056)، وبمستوى دلالة (0.556)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يُظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند تحويل المعرفة قد بلغ (0.269)، وأنَّ قيمة t عنده هي (3.625)، وبخطأ معياري (0.069)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند استغلال المعرفة قد بلغ (0.412)، وأنَّ قيمة t عنده هي (5.961)، وبخطأ معياري (0.060)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، لا تُقبل الفرضية العدمية الرئيسة الأولى التي تنص على أنَّه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية، وتُقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة

الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية.

تتفق هذه النتائج مع دراسة الصبح والشوابكة (2022) التي وجدت تأثيراً إيجابياً للرشاقة الاستراتيجية بدلالة أبعادها (الحساسية الاستراتيجية، والاستجابة الاستراتيجية، والوضوح الاستراتيجي، وسيولة الموارد) في السيادة الاستراتيجية بدلالة أبعادها (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والبناء التنافسي) في المصارف التجارية الأردنية، ودراسة (Mata et al. 2021) التي وجدت تأثيراً واضحاً وإيجابياً للسعة الاستيعابية على نجاح المشروع من خلال الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية وتعميد المشروع كمتغير معطل.

الفرضية الفرعية الأولى:

Ho1-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في منطقة النفوذ لدى شركات التأمين الأردنية.

جدول (9) اختبار أثر أبعاد السعة الاستيعابية على منطقة النفوذ

المتغير التابع	ملخص النموذج Model Summary		تحليل التباين ANOVA		جدول المعاملات Coefficients					
	R معامل الارتباط	R ² معامل التحديد	F المحسوبة	Sig. F	البيان	B	الخطأ المعياري	(β)	t	Sig. t
منطقة النفوذ	7830.	6130.	.94792	0.000 ^b	الثابت	1.226	0.146	-	8.373	0.000
					اكتساب المعرفة	0.118	0.070	0.127	1.682	0.094
					امتصاص المعرفة	0.045	0.066	0.054	0.676	0.499
					تحويل المعرفة	0.210	0.081	0.232	2.595	0.010

0.00	5.03	0.42	0.07	0.35	استغلال					
0	9	0	0	3	المعرفة					

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

أظهرت نتائج التحليل الواردة في الجدول (9) أنَّ معامل الارتباط ($R=0.783$) يشير إلى العلاقة الموجبة وعالية القوة بين المتغير المستقل المُتمثل بالسعة الاستيعابية والمتغير التابع المُتمثل بمنطقة النفوذ، كما أنَّ أثر أبعاد السعة الاستيعابية على المتغير التابع (منطقة النفوذ) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (94.792)، ومستوى الدلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافةً إلى ذلك تشير النتائج أنَّ (61.3%) من التباين في السيادة الاستراتيجية يمكن تفسيره من خلال التباين في السعة الاستيعابية.

كما يُظهر جدول المعاملات أنَّ قيمة (β) عند اكتساب المعرفة قد بلغ (0.127)، وأنَّ قيمة t عنده هي (1.682)، وبخطأ معياري (0.070)، وبمستوى دلالة (0.094)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يُظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند امتصاص المعرفة قد بلغ (0.054)، وأنَّ قيمة t عنده هي (0.676)، وبخطأ معياري (0.066)، وبمستوى دلالة (0.499)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يُظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند تحويل المعرفة قد بلغ (0.232)، وأنَّ قيمة t عنده هي (2.595)، وبخطأ معياري (0.081)، وبمستوى دلالة (0.010)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند استغلال المعرفة قد بلغ (0.420)، وأنَّ قيمة t عنده هي (5.039)، وبخطأ معياري (0.070)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، لا تُقبل الفرضية العدمية الفرعية الأولى والتي تنص على أنَّه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في منطقة النفوذ لدى شركات التأمين الأردنية، وتُقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في منطقة النفوذ لدى شركات التأمين الأردنية.

الفرضية الفرعية الثانية

Ho1-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في الضغط التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

جدول (10) اختبار أثر أبعاد السعة الاستيعابية على الضغط التنافسي

جدول المعاملات Coefficients						تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig. t	t	(β)	الخط أ المعيا ري	B	البيان	Sig. F	F المحس وبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.000	3.981	-	0.139	0.555	الثابت	0.000 ^b	.155447	7220.	8500.	الضغط التنافسي
0.054	1.938	0.124	0.067	0.130	اكتساب المعرفة					
0.572	0.566	0.039	0.063	0.036	امتصاص المعرفة					
0.000	3.904	0.296	0.077	0.301	تحويل المعرفة					
0.000	6.277	0.443	0.067	0.419	استغلال المعرفة					

يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

أظهرت نتائج التحليل الواردة في الجدول (10) أنَّ معامل الارتباط ($R=0.850$) يشير إلى العلاقة الموجبة وعالية القوة بين المتغير المستقل المُمَثَّل بالسعة الاستيعابية والمتغير التابع المُمَثَّل بالضغط التنافسي، كما أنَّ أثر أبعاد السعة الاستيعابية على المتغير التابع (الضغط التنافسي) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (155.447)، ومستوى

الدلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافةً إلى ذلك تشير النتائج أنَّ (72.2%) من التباين في السيادة الاستراتيجية يمكن تفسيره من خلال التباين في السعة الاستيعابية.

كما يُظهر جدول المعاملات أنَّ قيمة (β) عند اكتساب المعرفة قد بلغ (0.124)، وأنَّ قيمة t عنده هي (1.938)، وبخطأ معياري (0.067)، وبمستوى دلالة (0.054)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند امتصاص المعرفة قد بلغ (0.039)، وأنَّ قيمة t عنده هي (0.566)، وبخطأ معياري (0.063)، وبمستوى دلالة (0.572)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند تحويل المعرفة قد بلغ (0.296)، وأنَّ قيمة t عنده هي (3.904)، وبخطأ معياري (0.077)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند استغلال المعرفة قد بلغ (0.443)، وأنَّ قيمة t عنده هي (6.277)، وبخطأ معياري (0.067)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، لا تُقبل الفرضية العدمية الفرعية الثانية التي تنص على أنَّه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في الضغط التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية، وتُقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في الضغط التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

Ho1-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في التكوين التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

جدول (11) اختبار أثر أبعاد السعة الاستيعابية على التكوين التنافسي

جدول المعاملات Coefficients						تحليل التباين ANOVA		ملخص النموذج Model Summary		المتغير التابع
Sig. t	t	(β)	الخطأ المعياري	B	البيان	Sig. F	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	
0.001	3.280	-	0.162	0.532	الثابت	0.000 ^b	.104421	6360.	7980.	التكوين التنافسي
0.000	4.033	0.295	0.078	0.314	اكتساب المعرفة					
0.792	0.265	0.021	0.073	0.019	امتصاص المعرفة					
0.008	2.673	0.232	0.090	0.240	تحويل المعرفة					
0.000	3.820	0.309	0.078	0.297	استغلال المعرفة					

يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج تحليل SPSS V.26.

أظهرت نتائج التحليل الواردة في الجدول (11) أنَّ معامل الارتباط ($R=0.798$) يشير إلى العلاقة الموجبة وعالية القوة بين المتغير المستقل المتمثل بالسعة الاستيعابية والمتغير التابع المتمثل بالتكوين التنافسي، كما أنَّ أثر أبعاد السعة الاستيعابية على المتغير التابع (التكوين التنافسي) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (104.421)، ومستوى الدلالة (0.000) وهو أقل من (0.05)، إضافةً إلى ذلك تشير النتائج أنَّ (63.6%) من التباين في السيادة الاستراتيجية يمكن تفسيره من خلال التباين في السعة الاستيعابية.

كما يُظهر جدول المعاملات أنَّ قيمة (β) عند اكتساب المعرفة قد بلغ (0.295)، وأنَّ قيمة t عنده هي (4.033)، وبخطأ معياري (0.078)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند امتصاص المعرفة قد بلغ (0.021)، وأنَّ قيمة t عنده هي (0.265)، وبخطأ معياري (0.073)، وبمستوى دلالة (0.792)، مما يشير إلى

أنَّ هذا البُعد غير معنوي، كما يظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند تحويل المعرفة قد بلغ (0.232)، وأنَّ قيمة t عنده هي (2.673)، وبخطأ معياري (0.090)، وبمستوى دلالة (0.008)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي، كما يُظهر الجدول أيضاً أنَّ قيمة (β) عند استغلال المعرفة قد بلغ (0.309)، وأنَّ قيمة t عنده هي (3.820)، وبخطأ معياري (0.078)، وبمستوى دلالة (0.000)، مما يشير إلى أنَّ هذا البُعد معنوي.

وبناءً على ما سبق، لا تُقبل الفرضية العدمية الفرعية الثالثة التي تنص على أنَّه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في التكوين التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية، وتُقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في التكوين التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

النتائج والتوصيات:

النتائج:

1. أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضية الرئيسة الأولى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في السيادة الاستراتيجية بأبعادها مُجمعة (منطقة النفوذ، والضغط التنافسي، والتكوين التنافسي) لدى شركات التأمين الأردنية.
2. أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضية الفرعية الأولى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في منطقة النفوذ لدى شركات التأمين الأردنية.
3. أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضية الفرعية الثانية وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في الضغط التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.
4. أظهرت نتائج الدراسة المتعلقة بالفرضية الفرعية الثالثة وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ للسعة الاستيعابية بأبعادها (اكتساب المعرفة، وامتصاص المعرفة، وتحويل المعرفة، واستغلال المعرفة) في التكوين التنافسي لدى شركات التأمين الأردنية.

الاستنتاجات:

استناداً إلى ما سبق من تفسير النتائج، توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات كالتالي:

1. أظهرت شركات التأمين الأردنية اهتماماً مرتفعاً بتطوير التقنيات المستخدمة وتحديثها لتتوافق مع المعرفة الجديدة التي تمّ اكتسابها.
2. أظهرت شركات التأمين الأردنية تركيزاً قوياً على تعزيز تغطيتها الجغرافية وعروض الخدمات والقدرات التشغيلية، وقد مكّهم هذا النهج الاستراتيجي من التعامل بفعالية مع المنافسين من خلال تقييد المنافسة وإعادة توجيهها، وإعادة تشكيل مراكزهم التنافسية، والاستفادة من نقاط قوتهم، وتحسين نقاط الضعف، وإقامة علاقات تعاونية وتنافسية في نفس الوقت.
3. اعتمدت شركات التأمين الأردنية استراتيجيات خاصة لكل منتج أو خدمة أو منطقة جغرافية تعمل بها (منطقة النفوذ).
4. تقوم شركات التأمين الأردنية على تطوير استراتيجيات ابتكارية للسيطرة على البيئة التنافسية التي تعمل على الحدّ من دخول شركات التأمين المنافسة على أسواقها الرئيسية.
5. أظهرت شركات التأمين الأردنية القدرة على التنبؤ باتجاهات المنافسة المستقبلية.
6. أظهرت شركات التأمين الأردنية توجّهاً كبيراً في استقطاب الكفاءات والمواهب الشابة وتركيزها على المهارات بسبب اعتمادها على التقنيات الرقمية بشكلٍ متزايد.

التوصيات المقترحة:

1. من الضروري على شركات التأمين الأردنية العمل على تطوير آليات للتعرف على المعرفة القيّمة التي تتولّد خارج المنظمة من خلال تنظيم اجتماعات منتظمة مع أصحاب المصالح أو استغلال الأنشطة الاجتماعية المتنوعة كأداة لاكتساب معارف جديدة.
2. يجب على شركات التأمين الأردنية تسهيل تبادل المعرفة بين أقسامها من خلال إنشاء نظام داخلي لسير العمل، ويمكن تحقيق ذلك من خلال الاستفادة من أنظمة الإنترنت الداخلية، وأنظمة تكنولوجيا المعلومات، وقواعد البيانات التي تحتوي على الدروس المُستفادة، والممارسات الفضلى بهدف تعزيز امتصاص المعرفة الجديدة عبر الأقسام المختلفة داخل شركات التأمين الأردنية.
3. ينبغي على شركات التأمين الأردنية، تحت إشراف الإدارة العليا، العمل على تجميع المعرفة الجديدة التي يتمّ اكتسابها ودمجها مع المعرفة الحالية في الأنشطة الوظيفية العملية واختزلها في إجراءات وسياسات العمل (الروتين المنظمي).
4. من الضروري على شركات التأمين الأردنية العمل على استكشاف الخدمات الجديدة المُقدّمة والتأكد من ملاءمتها وفعاليتها عن طريق تخصيص ميزانية سنوية من الاحتياجات المُحتجزة لتطبيق المعارف الجديدة ودراسها قبيل إطلاقها للزبائن.

5. يجب على شركات التأمين الأردنية تنويع محفظة الخدمات المقدمة من قبلها والمحافظة على منطقة النفوذ الخاصة من خلال عدم التركيز على فرع معين من التأمين وتقديم منتجات جديدة وقيمة وبأسعار منافسة لعملائها في مجال تأمين السيارات، والتأمين الصحي، والتأمين البحري، والتأمين على الممتلكات، وتأمين الحريق والحوادث العامة، والتأمين الهندسي.

6. العمل على إنشاء تحالفات بين شركات التأمين الأردنية وشركات إعادة التأمين العالمية لتحسين الخدمات المقدمة لتغطية النشاطات ذات المخاطر العالية والتي تتطلب تأمينات ذات مبالغ مرتفعة من خلال إنشاء تحالف مع الشركات الألمانية الرائدة في مجال التأمين وإعادة التأمين.

دراسات مستقبلية:

تقترح الدراسة إجراء المزيد من الدراسات والبحوث المتعمقة حول متغيرات الدراسة (السعة الاستيعابية، والسيادة الاستراتيجية) في قطاعات اقتصادية مختلفة، كما تقترح الدراسة اختبار الدور الوسيط لمتغير البراعة المنظمة، والدور المعدل لثقافة المنظمة في نموذج الدراسة الحالي بهدف إثراء الإطار المفاهيمي للمتغيرات مما يتيح للباحثين استخدام هذه المتغيرات في قطاعات واقتصاديات مختلفة في البيئة العربية بحيث تنعكس بالإيجاب على توطيد هذه المتغيرات في بيئات العمل المختلفة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- أبازيد، رياض أحمد (2022). أثر القدرات الديناميكية في السيادة الاستراتيجية من خلال الحصانة التنظيمية في شركات الاتصالات الأردنية. *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، 18 (3)، 321-344.
<https://doi.org/10.35516/jjba.v18i3.184>
- الاتحاد الأردني لشركات التأمين (2023، حزيران 14). تاريخ صناعة التأمين في الأردن وتطور التشريعات المنظمة. <http://www.joif.org/ar/tarykh-snat-altamyn-fy-alardn-wttwr-altshryat-almnzm-0>
- الباشقالي، محمود محمد أمين، وسلطان، حكمت رشيد (2019). دور التعاون الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من الجامعات الخاصة في إقليم كردستان العراق. *المجلة العلمية لجامعة جيهان*، 3 (1)، 293-329. <http://dx.doi.org/10.25098/3.1.27>
- الباشقالي، محمود محمد أمين، وسلطان، حكمت رشيد (2021). دور الارتجال الاستراتيجي في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دراسة استطلاعية لآراء القيادات الإدارية في عينة من الجامعات الخاصة في إقليم كردستان العراق. *المجلة العربية للإدارة*، 41 (1)، 95-126. <http://dx.doi.org/10.21608/aja.2021.150975>

حسن، حنين قاسم، والشيخلي، عبد الرزاق إبراهيم (2020). تأثير السيادة الاستراتيجية على النجاح الاستراتيجي دراسة حالة في محافظة ذي قار. *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، 26(124)، 1-16.
<http://dx.doi.org/10.33095/jeas.v26i124.2027>

رشيد، صالح عبد الرضا، ومطر، ليث علي (2020). دور خفة الحركة التنظيمية في تعزيز التفوق الاستراتيجي للمنظمات في البيئات الدينامية دراسة تحليلية في عدد من الجامعات والكليات الأهلية في منطقة الفرات الأوسط في العراق. *مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 10(2)، 21-47.

سعيد، عبد العزيز حميد، وسلطان، حكمت رشيد (2022). دور القيادة الذكية في تحقيق السيادة الاستراتيجية دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية والعلمية في جامعتي (نوروز، جهمان) الخاصة في مدينة دهوك/كوردستان/العراق. *المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز*، 11(2)، 120-134.
<https://doi.org/10.25007/ajnu.v11n2a1089>

الصباح، حنين، والشوابكة، خالد (2022). أثر الرشاقة الاستراتيجية في السيادة الاستراتيجية: الدور الوسيط لإدارة الجداريات في المصارف التجارية الأردنية. *المقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات*، 8(3)، 89-131.
 العيساوي، هادي مران أحمد، والعبيدي، فائق مشعل قدوري (2022). السيادة الاستراتيجية في إطار المناخ الأخلاقي: دراسة ميدانية في عدد من الجامعات العراقية. *مجلة اقتصاديات الأعمال للبحوث التطبيقية*، 2(2)، 53-72.
 العيساوي، هادي مران أحمد، والعبيدي، فائق مشعل قدوري (2022). ممارسات القيادة الاستراتيجية وأثرها في تحقيق السيادة الاستراتيجية: دراسة ميدانية في عدد من الجامعات العراقية. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 18(58)، 31-12.

<http://www.doi.org/10.25130/tjaes.18.58.2.2>

الفتلاوي، ميثاق هاتف، والقطان، مناف عبد الكاظم، وعبد الله، حسين علي (2020). تأثير الوعي الاستراتيجي على السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط للتعلم الاستراتيجي - دراسة اختبارية لآراء عينة من تدريسي الجامعات الأهلية في محافظة البصرة / العراق. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، 126(1)، 26-42.

الكعبي، حسين صبيح محسن، وصبري، زهراء جمال (2021). تأثير القيادة الرؤيوية في السيادة الاستراتيجية من خلال الدور الوسيط للارتجال الاستراتيجي: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة نور الكفيل للمنتجات الحيوانية والغذائية. *مجلة وارث العلمية*، 3(3)، 271-292.

مجمع اللغة العربية (المصري) (2004). *المعجم الوسيط* (ط4). مكتبة الشروق الدولية.

النجار، فايز جمعه، والنجار، نبيل جمعه، والزعبي، ماجد راضي (2020). *أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي* (ط5). دار الحامد للنشر والتوزيع.

الهنداوي، محمد عبد الله، والسلتي، لمياء السعيد، وعبد البديع، محمد محمد (2018). القدرة الاستيعابية للمعرفة كمتغير وسيط في العلاقة بين التوجه الريادي وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية بجمهورية مصر العربية. *المجلة العلمية التجارية والتمويل*، 38(2)، 150-187.

<https://dx.doi.org/10.21608/caf.2018.126022>

الياسري، أكرم محسن، والحسناوي، حسين حريجة، والشمري، أحمد عبد الله (2019). الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية في تعزيز العلاقة بين الطاقة الامتصاصية والبراءة التنظيمية. *مجلة الإدارة والاقتصاد*، 8(31)، 1-86.

<http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.11322.13760>

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abdulkareem, A. (2022). The effect of strategic alignment on achieving strategic sovereignty - A field study in a sample of hotels in Kurdistan. *Review of International Geographical Education Online*, 12(2), 144-151. <http://dx.doi.org/10.48047/rigeo.12.02.17>
- Algarni, M. A., Ali, M., Leal-Rodríguez, A. L., & Albort-Morant, G. (2023). The differential effects of potential and realized absorptive capacity on imitation and innovation strategies, and its impact on sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, 158, 113674. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113674>
- Al-Helli, S. M. H. A., Al-Hindawy, Z. A. U. A., & Jaber, A. S. (2021). Effect the organizational virtuousness on strategic supremacy: An analytical research study at Etihad Food Industries Company Ltd. *Journal of Statistics and Management Systems*, 24(4), 817-823. <https://doi.org/10.1080/09720510.2020.1860506>
- Aly, M. R. Z., Matar, S. F., Youssef, E. S. A. E. H., & Hayder, M. M. I. H. (2021). The impact of business intelligence on organization agility - The mediating role of absorptive capacity: An empirical study on joint venture banks in Alexandria. *Scientific Journal of Commerce and Finance*, 41(4), 49-136. <https://doi.org/10.21608/cf.2021.221119>
- Al-Zu'bi, H. A. (2017). Diagnosis of perception strategic planning to ensure strategic supremacy. *International Business Management*, 11(6), 1240-1245.
- Augier, M., & Teece, D. J. (Eds.). (2021). *The Palgrave encyclopedia of Strategic Management*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-00772-8>
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bernheim, B. D., & Whinston, M. D. (1990). Multimarket Contact and Collusive Behavior. *The RAND Journal of Economics*, 21(1), 1-26. <https://doi.org/10.2307/2555490>
- Chauvet, V. (2014). Absorptive capacity: Scale development and implications for future research. *Management International*, 19(1), 113-129. <https://doi.org/10.7202/1028493ar>
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1989). Innovation and learning: The two faces of R & D. *Administrative Science Quarterly*, 99(397), 569-596. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- 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>
- D'Aveni, R. A. (1999). Strategic supremacy through disruption and dominance. *MIT Sloan Management Review*, 40(3), 127-141.
- D'Aveni, R. A. (2004). Corporate spheres of influence. *MIT Sloan Management Review*, 45(4), 38-46.
- D'Aveni, R. A., Gunther, R. E., & Cole, J. (2001). *Strategic supremacy: How industry leaders create growth, wealth, and power through spheres of influence*. Simon and Schuster.
- Hill, A. V. (2012). *The encyclopedia of operations management: A field manual and glossary of operations management terms and concepts*. FT Press.

- Hurtado-Palomino, A., De la Gala-Velásquez, B., & Ccorisapra-Quintana, J. (2022). The interactive effect of innovation capability and potential absorptive capacity on innovation performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100259. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100259>
- Jarrar, A. (2022). The absorptive capacity and innovation in Jordanian universities. *Modern Applied Science*, 16(1), 22-29. <https://doi.org/10.5539/mas.v16n1p22>
- Khatib, O., & Alshawabkeh, K. (2022). Digital transformation and its impact on strategic supremacy mediating role of digital HRM: An evidence from Palestine. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 197-221. <http://dx.doi.org/10.37394/23207.2022.19.20>
- Laviniki, J., Laimer, C. G., Rodrigues, C., & Marques, J. L. (2021). The effect of absorptive capacity on the financial performance of Brazilian and Portuguese companies in a low technological intensity sector. *Brazilian Business Review*, 18, 537-560. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.5.4>
- Mata, M. N., Martins, J. M., & Inácio, P. L. (2023). Impact of absorptive capacity on project success through mediating role of strategic agility: Project complexity as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100327. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100327>
- McKean, E., Baboukis, C., Braham, C., Hartley, A., Lindberg, C. A., Baboukis, J., Hargraves, O., Hobson, A., Padakis, M., Barrett, G., & Jerabek, E. (Eds.). (2006). *Concise oxford American dictionary*. Oxford University Press.
- Mohammed, D. T., & Mohammed, N. J. (2021). The relationship between ambidextrous leadership behaviors and strategic supremacy Research analysis in the Ministry of Construction, Housing, Municipalities and Public Works. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, (TURCOMAT)*, 12(12), 4743-4752.
- Nemanich, L. A., Keller, R. T., Vera, D., & Chin, W. W. (2010). Absorptive capacity in R&D project teams: A conceptualization and empirical test. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 57(4), 674-688. <https://doi.org/10.1109/TEM.2009.2037736>
- Oxford Latin dictionary (2nd ed.). (2012). Oxford University Press.
- Patterson, W., & Ambrosini, V. (2015). Configuring absorptive capacity as a key process for research intensive firms. *Technovation*, 36-37, 77-89. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.10.003>
- Plenert, G., & Plenert, J. (2018). *Strategic excellence in the architecture, engineering, and construction industries: How AEC firms can develop and execute strategy using lean six sigma*. Routledge.
- Popa, S., Soto-Acosta, P., & Perez-Gonzalez, D. (2018). An investigation of the effect of electronic business on financial performance of Spanish manufacturing SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 355-362. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.012>
- Porter, M. E. (1980). Industry structure and competitive strategy: Keys to profitability. *Financial Analysts Journal*, 36(4), 30-41. <https://doi.org/10.2469/faj.v36.n4.30>
- Robert, M. (2001). *Strategic supremacy pure and simple: Don't change the rules, change the game*. Poutray, Pekar, Stella, Inc.

- Rohenkohl, J. E., da Rosa, A. C., Ruffoni, J., & Martinelli, O. (2021). Necessary and sufficient conditions for the absorptive capacity of firms that interact with universities. *International Review of Applied Economics*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/02692171.2021.1957783>
- Sáez, P. L., Castro, G. M., Navas, L., & Delgado Verde, M. (Eds.). (2010). *Intellectual capital and technological innovation: Knowledge-based theory and practice*. IGI Global.
- Scaringella, L., Miles, R. E., & Truong, Y. (2017). Customers involvement and firm absorptive capacity in radical innovation: The case of technological spin-offs. *Technological Forecasting and Social Change*, 120, 144-162. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.01.005>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach* (7th ed.) John Wiley & Sons.
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Palacios-Marqués, D. (2016). E-business, organizational innovation and firm performance in manufacturing SMEs: An empirical study in Spain. *Technological and Economic Development of Economy*, 22(6), 885-904. <https://doi.org/10.3846/20294913.2015.1074126>
- Strikwerda, J., & Rijnders, D. (2005). Possible end games in the European postal market: Qui bone?. In M. A. Crew & P. R. Kleindorfer (Eds.), *Regulatory and economics changes in the postal and delivery sector*, (pp. 295-316). Kluwer Academic Publishers.
- Szulanski, G. (1996). Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 27-43. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171105>
- Teece, D. J. (1998). Capturing value from knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*, 40(3), 55-79. <https://doi.org/10.2307/41165943>
- Tidd, J. (Ed.). (2021). *Managing knowledge, absorptive capacity and innovation*. World Scientific.
- Wiig, K. M. (1997). Knowledge management: An introduction and perspective. *Journal of knowledge Management*, 1(1), 6-14. <https://doi.org/10.1108/13673279710800682>
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). The net-enabled business innovation cycle and the evolution of dynamic capabilities. *Information Systems Research*, 13(2), 147-150.