

أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن

The Impact of organizational innovation in achieving sustainable competitive advantage in private universities operating in Yemen

أ.د. أمين عبد الوهاب سيف الحمادي⁽¹⁾
د. فيصل هزاع قايد سعيد⁽²⁾

(1) جامعة العلوم الحديثة

(2) جامعة العلوم والتكنولوجيا

المُلخَص

المنظمي، وكذلك تحقيق الميزة التنافسية المستدامة يوجد تفاوتٌ في أثر أبعاد الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات محل الدراسة، فقد كان أكثرها أثراً بعد الإبداع الإداري، وأقلها أثراً بعد الإبداع التقني. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتعزيز ممارسة الإبداع الإداري، والإبداع التقني، وكذلك تعزيز ممارسة المرونة التنافسية، ومرونة الموارد في الجامعات محل الدراسة؛ ما لذلك من أثر في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. وضرورة الاهتمام بدعم المبدعين في الجامعات محل الدراسة، وتطوير مستوى الخدمات التي تقدمها لعملائها. الكلمات المفتاحية: الإبداع المنظمي، الميزة التنافسية المستدامة، الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة البالغة (291) مضردة، وهي عبارة عن عينة عشوائية طبقية من القيادات الأكاديمية والإدارية في الجامعات التي مضى على تأسيسها (أكثر من 10 سنوات)، ولا يقل أعضاء هيئة التدريس فيها عن (45) عضواً، وبعد فحص وتدقيق البيانات تمت معالجتها باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية؛ لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات تمثلت أبرزها في وجود اهتمام كبير لدى الجامعات محل الدراسة في كل من ممارسة الإبداع

Abstract

This study aimed to know the impact of organizational innovation in achieving sustainable competitive advantage in private universities operating in Yemen, and the study used the descriptive and analytical method, and the questionnaire as a tool to collect

data from the study sample of (291) individuals, which is a stratified random sample of academic leaders And the administrative staff in universities that have been established (more than 10 years), and whose faculty members are not less than (45)

members, and after examining and checking the data, they were processed using many statistical methods. To achieve the objectives of the study and test its hypotheses. The study reached a set of conclusions, the most prominent of which was the existence of a great interest in the universities under study in both the practice of organizational innovation, as well as achieving sustainable competitive advantage. There is a disparity in the impact of the dimensions of organizational creativity in achieving sustainable competitive advantage in universities. The subject of study was the most influential after administrative innovation, and the least

impact after technical innovation. The study recommended the need to pay attention to promoting the practice of administrative innovation and technical innovation, as well as enhancing the practice of competitive flexibility and resource flexibility in the universities under study. Because of this effect on achieving sustainable competitive advantage, and the need to pay attention to supporting innovators in the universities under study, and to develop the level of services they provide to their clients.

Key words: organizational innovation, sustainable competitive advantage, private universities operating in Yemen

1. المقدمة

1.1 الخلفية النظرية للدراسة

1-1-1 تمهيد

يشهد العالم اليوم تطورات وتغيرات متسارعة في مختلف المجالات، سواءً المتعلقة منها بتطورات التكنولوجيا والاتصالات والإنترنت، أو تسارع وتيرة الابتكارات والاختراعات التي تعرفها بيئة الأعمال، ما جعل المنظمات تواجه العديد من التحديات والصعوبات، ومن أجل ضمان البقاء والاستمرارية في السوق أضحت المنظمات تتسابق لاقتناص الفرص، لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة ولبلوغ ذلك لا بد من تنمية قدرات الأفراد وتوفير بيئة تساعد على (الإبداع) فالمؤسسات المتميزة والناجحة لم تحقق ذلك إلا بفضل اعتمادها على المفكرين والمبدعين وأصحاب العقول المنتجة، وصارت قوة المؤسسات تعتمد على مدى امتلاكها لمثل هؤلاء الأفراد واستفادتها من طاقاتهم وقدراتهم، ويُعدّ هذا من أهم عوامل النجاح للمؤسسات المعاصرة، فالتركيز على الإبداع المنظمي سواءً الإداري أو التقني؛ كونها متغيرات مهمة في بناء الإنسان الذي يُعد المحور الأساس في نجاح أي منظمة، لأن الإبداع المنظمي يدعم قوة أي مؤسسة، بعدما أصبحت الإدارة التقليدية غير قادرة على تحقيق التميز (الزهري، 2002، 231). ويرجع ذلك إلى القدرة التي يتميز بها الإبداع عن غيره من الأساليب الإدارية في تطوير أداء المؤسسات، كونه أداة مهمة من أدوات التعامل مع التطورات والمتغيرات ومفتاحاً أساسياً لأي ميزة

تنافسية، حيث تمثل هذه الأخيرة القاعدة الأساسية التي يرتكز عليها نجاح المؤسسات؛ نظراً لمحدودية الموارد المتاحة، الأمر الذي يفرض عليها السعي لاكتساب المزيد من المزايا التنافسية، وتحقيق الأفضلية التنافسية والاحتفاظ بها بصفة دائمة خاصة في ظل اشتداد المنافسة.

إن نشر ثقافة التنافسية بين مؤسسات التعليم العالي، وفي مقدمتها الجامعات الأهلية، يفيد في تطوير أداء الجامعات والمؤسسات البحثية والأكاديمية، ويحمي الجامعات من الجمود، فعندما تشعر أي جامعة بأنها وحدها هي مُنفذ تقديم الخدمات التعليمية والبحثية دون وجود جامعات أو مؤسسات أكاديمية وبحثية تُنافسها على ذلك، يؤدي ذلك إلى تكاسلها عن تجديد وتطوير أنشطتها وبرامجها فلا تُساير مستجدات العصر من تقدم علمي وتقني وتطوير في المهن والتخصصات وتغيير احتياجات الطلبة باستمرار وتغيير مطالب سوق العمل كما أن ثقافة التنافس تشجع على التطوير والتحسين المستمر. وتُعدّ الجامعات الأهلية العاملة في اليمن من أهم المؤسسات التي يُعتمد عليها في إحداث التطوير والتغيير في المجتمع، وشأنها كغيرها من المؤسسات تبحث عن مكانة لها في الصدارة، وقادرة على مواجهة المنافسة، وأن تكون لديها بيئة تساعد الأفراد أن يكونوا قادرين على الإبداع، واستثمار ما لديهم من قدرات وطاقات لتطوير الأداء والخدمات التي تحقق الميزة التنافسية.

1.1.2 مفهوم الميزة التنافسية المستدامة:

ظهر مصطلح الاستدامة في نهاية ثمانينيات القرن الماضي، وتبلور هذا المفهوم بشكل أكبر بعدما حُدد تعريف خاص به من قبل اللجنة العالمية للبيئة التابعة للأمم المتحدة، مشيراً إلى الاستدامة باعتبارها مفهوماً يعبر عن التطور المستمر للموارد، فضلاً عن المحافظة عليها لمواجهة الاحتياجات الحالية (صالح، 2017، 158). ويشير البعض إلى أن مفهوم الاستدامة يمتد ليشمل كل ما تقوم به المنظمة من تصرفات يمكن أن تضيق أو تسد الطريق أمام المنافسين من القيام بتقليد نقاط القوة والقدرات الاستراتيجية المتفردة للمنظمة أو قيامهم باستبدالها من خلال استخدام أية موارد أخرى (المعاضدي، 2007، 9)، وحتى يتم بلورة مفهوم واضح للميزة التنافسية المستدامة، فإنه يتطلب معرفة ثلاثة مصطلحات يرتكز عليها هذا المفهوم، وهي: الميزة التنافسية المستدامة، وقد أورد قاموس Webster (2003) تعريفاً لهذه المصطلحات (طالب والبناء، 2012، 144)، وهي كالآتي:

فقد عرّف الميزة بأنها: "الحالة أو المنفعة الناتجة عن مسار عمل المنظمة". وعرّف التنافسية بأنها: "الخصائص التي تتصف بها المنظمة مقارنة بمنافسيها". وعرّف المستدامة بأنها: "الحالة التي يمكن الاحتفاظ بها أطول مدة ممكنة (الاحتفاظ والإطالة)". وقد تم تعريف الميزة التنافسية المستدامة بأنها: "الخصائص الفريدة التي تميز المنظمة عن منافسيها الحاليين والمحتملين، كما يقصد بها الميزات الجديدة التي تحصل عليها المنظمة ما يجعلها في مركز متقدم باستمرار مقارنة بمنافسيها" (البكري وبنو حمدان، 2013، 5). وقد عرفها Adebayo و Somuyiwa (2013، 33) بأنها "عبارة عن خاصية

أو مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها المنظمة وتحقق لها التفوق على المنافسين، بما تقدمه من منتجات، والاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبياً، نتيجة لصعوبة محاكاتها من المنافسين وتحقق لها المنفعة خلال تلك الفترة". وأوضح النجار ومحسن (2012، 57) أن الميزة التنافسية المستدامة تستهدف تكوين ميزة فريدة تتفوق بها على المنافسين من خلال إعطائها قيمة للزبون بطريقة كفؤة يمكن المحافظة عليها باستمرار وعرضها وتقديمها بشكل أفضل من المنافسين.

1.1.3 أبعاد الميزة التنافسية المستدامة:

يمكن توضيحها كما يلي:

أ. الكفاءة:

يتركز امتلاك المنظمة لميزة تنافسية مستدامة على كفاءتها في إنتاج مخرجات معينة باستخدام أقل المدخلات، حيث تشير الكفاءة إلى حُسن استغلال موارد المنظمة المختلفة في توفير مخرجات تفوق في قيمتها قيمة المدخلات المستخدمة في إنتاج تلك المخرجات، ويرى Browan (1996) بأن الكفاءة تعني القدرة على التكيف المستمر مع البيئة والبقاء فيها، من خلال الاستخدام الكفء للموارد المتاحة، وتُعد العمالة الإنتاجية المصدر الأكبر لتعزيز الكفاءة (خليفة، 2013، 69)، وعرف Jones and Hill (2011) الكفاءة بأنها: الوسيلة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، والمنظمة الأكثر كفاءة هي التي تستثمر مدخلاتها بشكل أفضل من المنافسين والحصول على مخرجات أكثر من خلال مدخلات الإنتاج المطلوبة، أو الحصول على المخرجات المطلوبة بمدخلات أقل، ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الكفاءة بأنها: الاستخدام الكفء والمنظم للموارد من خلال تدريب العاملين وتطوير كفاءتهم؛ بهدف زيادة الإنتاجية للفرد وترشيد استخدام المدخلات في إنتاج المخرجات، بما ينعكس على زيادة قيمة المخرجات وتخفيض تكاليف إنتاجها، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

ب. الجودة:

هي أن تتمكن المنظمة من تقديم سلعة أو خدمة متميزة وفريدة من نوعها تلقى رضا المستهلك (جودة عالية، خدمة ما بعد البيع)، فيتطلب من المنظمة فهم وتحليل مصادر التميز من خلال أنشطة حلقة القيمة واستغلال الكفاءات والمهارات والتقنيات التكنولوجية العالية، وانتهاج طرق توسع فعالة وسياسات ترويجية تمكنها من زيادة الحصة السوقية للمنظمة، فهي قدرة المنظمة على تقديم منتجات بنوعية عالية تحقق قيمة مضافة للعملاء (الحواجرة، 2013، 774). ويمكن أن يؤدي تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية المستدامة دوراً هاماً في التعليم الجامعي والكليات الأهلية، حيث إن حركة الجودة والتميز عملت بشكل كبير في إبراز مفهوم الميزة التنافسية من خلال تركيزها على جودة الخدمات وجودة أداء العاملين؛ لأن جودة أدائهم تعد من أهم المدخلات التي تصب في جودة المخرجات، سواءً أكانت منتجات ملموسة أو غير ملموسة، فسعت الكثير من المنظمات إلى العمل على تدريب

العاملين ورفع قدراتهم وتشجيعهم على المشاركة وروح التعاون والمبادرة وتحمل المسؤولية، وكان طبيعياً أن تحذو مؤسسات التعليم الجامعي في الاهتمام بمفهوم إدارة الجودة الشاملة، حالها كحال بقية المؤسسات الأخرى لما لمستته من الأثر الإيجابي لهما في رفع مقومات النجاح والتفوق على المدى البعيد، ومن هنا كان لزاماً على الجامعات أن تتجه الطرق المثلى لتقديم الخدمات المتميزة والمخرجات التعليمية التي تلبى متطلبات المجتمع وأماله (المولى، 2019، 96). ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الجودة بأنها: التحسين المستمر والبحث عن طرق أفضل لعمل الأشياء الصحيحة من أول مرة، وتقديم خدمات وسلع بمواصفات تُحقق أو تتفوق متطلبات العملاء لإرضائهم، ومن ثم إساعدتهم، وهذا يُسهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمات.

ج. الاستجابة لحاجات العميل:

يُعد الحصول على العملاء والمحافظة على ولائهم من أهم متطلبات استدامة الميزة التنافسية للمنظمة، ويتطلب ذلك معرفةً دقيقةً بالعملاء، ومن ثم تحديد وإشباع حاجاتهم من خلال إنتاج منتجات بمستوى جودة يفوق إنتاج المنافسين، والاهتمام بالتنوع في تشكيلة المنتجات بما يلبي احتياجات العملاء ورغباتهم، ويرى (Feng & Papatla, 2011, 3) أن الاستجابة اتجاه إيجابي أو سلبي يعتمد عليه العملاء في تجاربهم لمنتجات المنظمة، بحيث تكون متوفرة لدى مجموعة كبيرة من الأفراد والمنظمات الموجودة في العالم الحقيقي أو العالم الافتراضي كالإنترنت، وتستطيع المنظمة أن تحقق ميزة تنافسية مستدامة من خلال قدرتها على تقديم وإنتاج منتجات تشبع احتياجات عملائها بشكل أفضل من منافسيها، وبالتالي سيصبح هناك مواءمة ما بين هذه السلع والخدمات مع المطالب الفردية أو الجماعية، ويمكن اعتبار الجودة والتجديد جوانب مكملة للاستجابة لحاجات العميل، وهذا يعني أن تحقيق الاستجابة للعملاء يتطلب (زعلان، 2017، 181): التركيز على العميل من خلال التركيز على معرفة احتياجاته ورغباته. والعمل على إشباعها والتركيز على سرعة الاستجابة لحاجات العميل.

1.1.4 الميزة التنافسية المستدامة للجامعات:

تعد التنافسية من المفاهيم الحديثة التي بدأت تظهر وتستخدم في المؤسسات التعليمية في السنوات الأخيرة، وخاصة بعد حصول العديد من الجامعات والكليات على الاعتراف والاعتماد الأكاديمي، سواء المؤسسات المحلية أو العالمية، وتكمن أهمية التنافسية في تحقيق الاستفادة القصوى من كل الإمكانيات المتوفرة داخل المؤسسات التعليمية، بهدف الوصول إلى أفضل المخرجات التي تتناسب مع معايير الجودة العالمية، وكذلك احتياجات ومتطلبات سوق العمل (العتيبي، 2014، 20)، لقد أصبحت الجامعات ملزمة بتحقيق مزايا تنافسية كالبحث عن التفرد والتفوق عن المؤسسات الأخرى، وهذا يحتاج إلى التغيير في فلسفة ورؤية التعليم العالي التي لم تعد بعيدة عن الصعوبات والتغيرات التي تواجه المؤسسات، ففي الوقت الذي ترى فيه المؤسسات الأكاديمية أنها ذات طبيعة مختلفة يمكنها أن تبعدها

عن طبيعة مؤسسات الأعمال وتأثيرات السوق والمنافسة وأنها المكان الذي يوفر العلم والمعرفة لللازمين لمواجهة مثل تلك الصعوبات والتغيرات يتحتم عليها البحث عن سبل جديدة لتلبية التطلعات المستقبلية لسوق العمل ومواجهة المشاكل التي قد تنشأ عن التغيرات المفاجئة، كما أن الميزة التنافسية تشير إلى كل مؤسسات التعليم العالي كوحدة منفصلة، ويمكن النظر إليها من خلال التعليم العالي وقوى العولمة اللذين جعلوا الجامعة متجهة نحو السوق وفق النظرية الاقتصادية (السوسي، 2015، 31). إن الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات هي مجموعة المتغيرات المتعلقة بالتجديد وجودة التخطيط والاهتمام بالعنصر البشري والتكنولوجيا، وتقديم قيم إضافية للطلبة، مثل الخدمة المناسبة والاستجابة لحاجات الطلبة وغيرها التي تكسب الجامعة القدرة على مواجهة حدة المنافسة مع غيرها من الجامعات (الدهار، 2006، 95) وعرف إبراهيم (2009، 412) التنافسية في الجامعات بأنها: قدرة الجامعة على تقديم خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة مما ينعكس إيجابياً على مستوى خريجها وأعضاء هيئة التدريس فيها، الأمر الذي يكسبهم قدرات ومزايا تنافسية في سوق العمل بمستوياته المختلفة، وفي نفس الوقت يعكس ثقة المجتمع فيها، ومن ثم التعاون معها، وزيادة التحاق الطلبة بها، وهكذا تتحقق الغاية المنشودة، بحيث تصبح الجامعة في خدمة المجتمع، والمجتمع في خدمة الجامعة.

كما عرف عيدروس (2015، 89) الميزة التنافسية الجامعية على أنها الأطر التنافسية بالجامعات التي تستطيع تأدية الأمتل لتجويد الفعاليات المؤسسية، بما يحقق تجسيد التميز الجامعي عن نظائرها من خلال تبني استراتيجيات وسياسات ابتكارية تحقق لها استقطاب الكفاءات من الهيئات التدريسية والطلابية والإدارية ومحلياً ودولياً، ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف الميزة التنافسية في الجامعات بأنها: قدرة الجامعة على تقديم خدماتها التعليمية والبحثية والمجتمعية على مستوى عال من الجودة مما يكسب خريجها أو أعضاء التدريس بها مزايا تنافسية في سوق العمل مما يعكس تقدمها في التحاق الطلبة بها والوصول إلى مستوى يُمكنها لأن تكون جامعة متميزة عن الكثير من الجامعات المنافسة والإحتفاظ بهذا التميز لأطول فترة ممكنة.

1.1.5 خصائص الميزة التنافسية المستدامة للجامعات:

تحتوي الميزة التنافسية المستدامة للجامعات على عدة خصائص منها:

- التميز لكونها مرجعاً لغيرها من النظراء فيما يتعلق بأطرها التنظيمية والتعليمية والبحثية.
- التميز الجامعي بإنتاجيتها المؤسسية بالأفضلية مهنيًا وتقنيًا مقارنة بالمنافسين (عيدروس، 2015، 130).
- البناء على الاختلاف وليس التشابه (بن نذير وبودي، 2010).
- الاستمرار والاستدامة على المدى الطويل، وليس على المدى القصير (السيسي، 2015، 225).

1.1.6 معوقات تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات:

- إن اكتساب الجامعة للميزة التنافسية في بيئتها لن يكون بالأمر السهل، فقد تواجه الجامعة عدة معوقات، تحد من إمكانية اكتسابها لميزة تنافسية، وموقع تنافسي استراتيجي في الأسواق ومن بين هذه المعوقات الآتي والتي نوجزها بالآتي (قشقش، 2014، 53) :
- الفجوة العلمية والتقنية بين الجامعات العربية والعالمية، تمثل تحدياً مهماً لنظم التعليم وتشكل المقياس الحقيقي لنجاح نظم التعليم وفشلها في بلورة رسالتها، ومن المؤكد أن تحقيق أي تنمية اقتصادية واجتماعية مستدامة لن يتم دون الوصول إلى سد هذه الفجوة.
 - عدم مواكبة حركة تطوير المناهج لمتطلبات التطوير، وغياب التخطيط المستمر للمناهج بمعناه الشامل.
 - قصور في القوة البشرية ذات الكفاءة العالية لإدارة برامج التعليم بسبب ضعف جاذبية واستقطاب أنظمة التعليم لمثل هذه الكفاءات وسيطرة المركزية في الإدارة.
 - تراجع للدور المؤثر الذي ينهض به أعضاء هيئة التدريس، وشيوع الظواهر السلبية لضعف الإعداد و فقدان عضو هيئة التدريس لمكانته المهنية والاجتماعية، ومن المعلوم أن الكفاءات البشرية المدربة هي الأقدر على تفهم أهداف التعليم واحتياجات المجتمع الذي تعيش فيه.
 - ضعف القيادة الإدارية الناجحة مما يعيق التنمية الإدارية، وقد يظهر العجز في ظل غياب القادة الأكفاء القادرين على تنمية مهارات العاملين.
 - عدم وجود رقابة إيجابية تسمح بالقضاء على الانحرافات داخل الجامعة.
 - غياب الشفافية عند إزالة السلوكيات السلبية من الأفراد داخل الجامعة.
 - عدم قدرة الجامعة على توفير المعلومات الضرورية والسريعة المساعدة في عملية اتخاذ القرارات وترشيدها.
 - عدم استخدام الجامعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وعدم مسايرة التطورات الحديثة.
 - عدم الاهتمام بالبحوث والتطوير.

3.1.1 مفهوم الإبداع المنظمي:

يُعرف الإبداع المنظمي بأنه: "اعتماد فكرة أو سلوك ما هو جديد بالنسبة للمنظمة" (Daft, 1978, 193). ويعرف الإبداع المنظمي أيضاً بأنه: "ابتكار وتنفيذ ممارسات إدارية وعملية وهياكل تنظيمية أو أسلوب جديد لتحقيق الأهداف التنظيمية" (Julian, 2008, 825). لكن الإبداع المنظمي قد يحدث في النظام الاجتماعي للمنظمة بما في ذلك العلاقات بين الموظفين وتحسين البنية التنظيمية ذات الصلة بالقواعد والإجراءات، وتخصيص الموارد والمهام والسلطة والاتصالات، فضلاً عن تطبيق سياسات جديدة للموظفين لأغراض التعيين والترقية. ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الإبداع المنظمي: بأنه

مجموعة من الأفكار والأساليب والإجراءات والتقنيات التي تتبناها المنظمات؛ لتطوير خدماتها وعملياتها أو تقديم خدمات جديدة، لتحقيق حاجات ورضاء عملائها..

3.1.2 أهمية الإبداع المنظمي للجامعات:

ازداد الاهتمام بموضوع الإبداع وأصبح أحد الأدوات المهمة التي ينبغي توافرها لدى المنظمات الإدارية المعاصرة، لمواجهة التحديات والتغيرات في البيئة الإدارية، التي أضحت التغيير والتقدم السمة الرئيسية فيها، وترتب على ذلك صعوبة مواجهتها بالطرق العادية والتقليدية، فأصبحت الحاجة ماسة وضرورية لاتباع المنهج الإبداعي لضمان حسن سير العملية الإدارية وتقدمها وتطورها، حيث أكد العديد من الباحثين والدارسين بأن المنظمات في أشد الحاجة إلى الاهتمام بالإبداع المنظمي، ومنهم طبيشات (2011، 27)، الذي أشار إلى أن عدد من الباحثين يعتبر أن الإبداع وإدارة الإبداع من وظائف المدير الرئيسية، ويجب عليه حسن إدارتها، وقد أصبح الإبداع ضرورة لازمة للمنظمات لمواجهة التحديات المختلفة والمتنوعة، بل أصبح مطلباً حيوياً لتحقيق المزايا التنافسية لها. ويمكن بيان أهمية الإبداع المنظمي في الجامعات على النحو الآتي: زيادة الإيرادات المالية وخفض النفقات التشغيلية تحسين الأداء المنظمي. تطوير الخدمات وإبتكار خدمات جديدة. إيجاد أسواق جديدة. إيجاد فرص عمل جديدة. كما تتبع أهمية الإبداع المنظمي للجامعات في أنه يمثل استجابة لضغوط التصنيفات العالمية للجامعات مما يدفعها لبذل المزيد من الجهود والمهارات الإبداعية للوصول إلى تصنيف يحقق المكانة التنافسية المتقدمة.

أولاً: الإبداع الإداري:

عُرف الإبداع الإداري بأنه: تطوير وتطبيق الأفكار الجديدة المبدعة من قبل الأفراد الذين يتعاملون مع بعضهم ضمن تنظيم مرتب، وهو الأفكار والممارسات التي يقدمها المديرون والعاملون والتي تقضي إلى إيجاد عمليات إدارية وطرق وأساليب أكثر كفاءة وفعالية في إنجاز أهداف المؤسسات وأكثر خدمة للمجتمع (عبد الرسول، 2012، 17). ويعرف أيضاً بأنه: ممارسة العمل الإداري بفكر وأساليب مختلفة أكثر إيجابية، ما يشكل مناخاً وبيئة عمل إيجابية ومواتية للأفراد العاملين وجماعات العمل كلاً في مجال عمله بالتوليد المستمر للأفكار الجديدة والأداء المتميز، أو الحلول البناءة للمشكلات المتوقعة داخل المنظمة أو خارجها، وذلك بالخروج عن المألوف في تلك المجالات وتجاوز التقليدية في الفكر والعمل، وذلك سعياً لزيادة الكفاءة الداخلية والخارجية للمنظمة ونموها وبقائها وزيادة قدرتها التنافسية (المطيري، 2012، 307) ويعرف بأنه: العنصر المعزز لقدرة المنظمة على التميز عن غيرها والصمود أمام التنافس والقدرة على الاستمرار والازدهار، ما يجعل المؤسسات تجعل منه هدفاً رئيساً فهو أحد وأهم عناصر إدارة التغيير (جدعون، 2013، 21). كما يعرف الإبداع الإداري بأنه: السعي المخطط للوصول لأفكار جديد قابلة للتنفيذ، وتحويلها إلى سياسات وإجراءات وطرق جديدة تسهم في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

ويمكن للمؤسسات التعليمية تبني وتنمية القدرات الإبداعية لدى أفرادها عن طريق القيام بالخطط والممارسات السليمة التي تزيد من فاعلية العمليات الإدارية وكفاءتها الذي يعتمد على نوع مميز من العاملين المبدعين في مختلف المجالات، وأيضاً تطوير تقنيات إبداعية جديدة ما يزيد قدرة المؤسسة على التميز والمنافسة ومواجهة المخاطر والتحديات المستقبلية، ولذلك يجب وضع خطة مستقبلية مبنية على معايير واضحة للكشف عن المبدعين من القادة، وتدريبهم لتوفير قيادات إدارية قادرة على استثمار طاقتها الإبداعية في تطوير الأداء داخل العمل، وتشجيع القادة على تجريب أساليب جديدة في العمل وتبني الأفكار الخلاقة والاستمرار في برمجة التطوير (عبابنة والشقراني، 2013، 467).

ثانياً: الإبداع التقني:

يتعلق بالتقنيات التي تستخدمها المنظمة والنشاطات والعناصر والعمليات التي تؤدي إلى تحسين وتطوير السلع أو الخدمات التي تقدمها، ويتضمن التركيز على تقديم خدمات للمستفيدين تفوق توقعاتهم (السلطان، 2004، 42). ويمكن تصنيف الإبداع التقني (التكنولوجي)، من حيث طبيعته إلى نوعين هما

الإبداع التقني للمنتج: أي الذي يخص تصميم المنتج، وتعنى وضعه حيز التنفيذ أو تسويق جديد أو تحسينه على المستوى التكنولوجي أو التغيير في مواصفات المنتج أو خصائصه لكي تلبى بعض الرغبات بكيفية أحسن.

الإبداع التقني للطريقة الفنية للإنتاج: ويقصد به معالجة أساليب الإنتاج للسلعة أو الخدمة ويهدف إلى تحسين الأداء من الناحيتين الفنية والاقتصادية في آن واحد، ما يترتب عنه من نتائج إيجابية في كمية المخرجات و انخفاض تكلفة الإنتاج.

3.1.3 معوقات الإبداع المنظمي:

بينت بعض الدراسات أن الإبداع على مستوى المنظمة قد يعاني من المعوقات للأسباب الآتية (البناء، 2019، 32) :

- المحافظة على الوضع الاجتماعي وعدم الرغبة في خلق صراع سلبي ناشئ عن الاختلافات بين الثقافة السائدة في المنظمة وبين الثقافة التي يستلزمها التغيير.
- الرغبة في المحافظة على أساليب وطرق الأداء المعروفة، حيث إن الإبداع في المنظمة يستلزم في بدايته نفقات إضافية على المنظمة أن تتحملها.
- عدم الرغبة في تخفيض قيمة الاستثمار الرأسمالي في سلعة أو خدمة حالية.
- عدم الرغبة في تغيير الوضع الحالي بسبب التكاليف التي يفرضها مثل هذا التغيير.

- ثبوت الهيكل البيروقراطي لمدة طويلة وترسخ الثقافة البيروقراطية، وما يصاحب ذلك من رغبة أصحاب السلطة في المحافظة عليها وعلى طاعة وولاء المرؤوسين لهم أو رغبة أصحاب الامتيازات في المحافظة على امتيازاتهم.
 - الخوف من الفشل.
 - مقاومة التغيير.
 - جمود القوانين.
 - فقدان التحفيز.
 - العقاب في حال الفشل.
- ومن خلال ما سبق فأن معوقات الإبداع المنظمي في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، تختلف من جامعة إلى أخرى بحسب ثقافة ووعي قيادات تلك الجامعات وما لديها من لوائح وأنظمة وثقافة تنظيمية.

2.1 الدراسات السابقة:

دراسة أحمد (2018)، هدفت إلى التعرف على أثر الإبداع في الميزة التنافسية في الشركات الصناعية السودانية، ومعرفة دور التغيير الإداري في متوسط العلاقة بين الإبداع والميزة التنافسية، ومعرفة الدور المعدل للوضع التنافسي للعلاقة بين التغيير الإداري والميزة التنافسية، حيث تمثلت أبعاد الإبداع ب: (القدرات المميزة للشخصية المبدعة، و المتغيرات التنظيمية الباعثة للإبداع)، أما أبعاد الميزة التنافسية فتمثلت ب: (التكلفة، والجودة، والمرونة، والتسليم)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة، وبلغ حجم العينة (384) فرداً كعينة قصدية للدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة إيجابية بين مكونات الإبداع والميزة التنافسية.

دراسة حميدة (2018)، هدفت إلى إبراز دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة من خلال دراسة أثر الإبداع التكنولوجي المتمثلة أبعاده في: (المنتج والعملية الإنتاجية)، في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة المتمثلة في (الجودة، والتسليم، والتكلفة، والمرونة)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على: (المقابلات، والملاحظة والاستبانة)، وبلغ حجم العينة (363) فرداً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة.

دراسة النشمي، والدعيس (2017)، هدفت إلى التعرف على علاقة الإبداع الإداري بتحقيق الميزة التنافسية بالجامعات الخاصة باليمن، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة، حيث بلغ حجم العينة (108) مفردة كعينة عشوائية عنقودية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباط طردية بين ثلاثة من أبعاد الإبداع

الإداري هي: (المناخ الإبداعي، والسلوك الإبداعي، والتنفيذ الإبداعي) بتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة باليمن، بينما بُعد (القدرات الإبداعية) اتضح أنه لا علاقة له بتحقيق الميزة التنافسية. كما خلصت الدراسة إلى أن تبني الجامعات للإبداع الإداري بمفهومه الواسع يحقق لها الحصول على ميزة تنافسية.

دراسة Ebraheem (2017)، هدفت إلى التعرف على أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، و تمثل مجتمع الدراسة بطلبة ومدرسي جامعة بغداد وبعض المؤسسات الخاصة في العراق، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة حيث تم اختيار عينة عشوائية لـ(260) مديراً من المستويات العليا والوسطى و(226) مدرساً في الجامعة، و(2310) طالب وطالبة من طلبة جامعة بغداد، حيث تمثلت أبعاد الإبداع المنظمي بـ(المنتجات، والعمليات، والتكنولوجيا، وتشخيص المخاطرة) وتمثلت أبعاد المزايا التنافسية بـ(الموارد، والمرونة، والجودة، والسرعة، والاستجابة). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لـ أبعاد الإبداع في أبعاد الميزة التنافسية.

دراسة Nafula (2017)، هدفت إلى التعرف على أثر الإبداع المنظمي في الميزة التنافسية، وتم استخدام طريقة المسح لمجتمع شركات التصنيع الصغيرة والمتوسطة في مدينة نيروبي بكينيا، حيث مثلت هذه الشركات مجتمع الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة أسلوب أخذ العينات العشوائية العنقودية والطبقية كعينة متعددة المراحل، وبلغ حجم العينة (284) فرداً من مديري وملاك هذه الشركات، وتم جمع بيانات المسح الميداني بواسطة الاستبانة، و تمثلت أبعاد الإبداع المنظمي كمتغير مستقل بـ(المنتجات، والعمليات، والإبداع الإداري، والتسويق، والموارد المالية والبشرية)، كما تمثلت أبعاد الميزة التنافسية كمتغير تابع بـ(الربحية، والحصة السوقية)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها: أن جميع الأبعاد الأربعة للإبداع المنظمي كان لها تأثير إيجابي في الميزة التنافسية.

دراسة Samad وAziz (2016)، هدفت إلى معرفة أثر الإبداع في الميزة التنافسية من خلال عمر الشركة في الشركات الصغيرة والمتوسطة المصنعة للمواد الغذائية في ماليزيا، تم استخدام كل من الأسلوب الوصفي والاستقرائي، وقد اعتمدت الدراسة أسلوب أخذ العينات العشوائية لعدد (220) فرداً من رجال الأعمال في الشركات الصغيرة، حيث مثلت الشركات الغذائية الصغيرة والمتوسطة في ماليزيا مجتمع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر إيجابي قوي للإبداع المنظمي على تحقيق الميزة التنافسية، حيث يساهم الإبداع في تحقيق الميزة التنافسية.

دراسة Mugambig وMuthami (2016) هدفت إلى تقييم دور الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الكينية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة حيث تم أخذ عينة عشوائية طبقية مكونة من (57) جامعة من أصل (67) جامعة التي تمثل مجتمع الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة أسلوب أخذ العينات العشوائية الطبقية، حيث تم توزيع عدد

(285) استبانة على مجموعة من المديرين والأكاديميين. وكانت أبعاد الإبداع المنظمي كمتغير مستقل (المنتج، والعمليات، والإبداع الإداري)، وكانت أبعاد الميزة التنافسية كمتغير تابع هي (التميز المنظمي، والفاعلية التنظيمية، والاستجابة التنظيمية). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن الإبداع المنظمي في المنتجات والإبداع في الإدارة وفي العمليات يؤدي دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الكينية كما أن الإبداع المنظمي يشكل الأساس لبناء ميزة تنافسية مستدامة. دراسة Zainurossalamia, Djoko, Syarifah (2016)، هدفت إلى تحليل أثر الإبداع المنظمي في تحسين الأداء وتحقيق الميزة التنافسية، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية لعدد (548) من مديري وملاك الشركات، حيث كان مجتمع الدراسة (164) شركة هي الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMES) في إندونيسيا، وقد تمثلت أبعاد الإبداع التنظيمي بـ: (المنتج، والعمليات، والنموذج والإبداع في المصادر)، وتمثلت أبعاد الميزة التنافسية بـ (الموارد، والتميز، وصعوبة التقليد، وغير قابلة للاستبدال). وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن الإبداع المنظمي له تأثير إيجابي على الميزة التنافسية.

دراسة Farhang S and Amir F, Ebrahimi, Bentolloda A (2016) هدفت إلى التعرف على أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية. حيث تمثلت أبعاد الإبداع المنظمي بـ (إبداع المنتج، الإبداع التكنولوجي، إبداع العمليات والإبداع في التسويق)، وكان مجتمع الدراسة عبارة عن بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إيران، وقد اعتمدت الدراسة أسلوب أخذ العينات العشوائية حيث تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وتوزيعها على عينة الدراسة والبالغ عددها (114) موظفاً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود علاقة كبيرة بين الإبداع في تكنولوجيا المنتجات وبين الميزة التنافسية، وكذلك بين الإبداع في السوق والميزة التنافسية.

دراسة عساف (2015)، هدفت إلى التعرف على واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، حيث تم جمع البيانات عن طريق المقابلة، وكذلك الاستبانة التي وزعت على عينة بلغت (154) عاملاً كعينة عشوائية من مجتمع الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن الدرجة الكلية لتقدير أفراد العينة لواقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية كانت عالية.

دراسة يحيوي (2013) هدفت إلى التعرف على واقع الإبداع في مؤسسات ملبنة ومدى مساهمته في إكسابها ميزة تنافسية مستدامة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة إضافة لكل من المقابلة والملاحظة، وتم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (55) فرداً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن استدامة الميزة التنافسية في ظل بيئة شديدة التنافس تتوقف على قدرة المؤسسة على الإبداع.

دراسة Hana (2013) هدفت إلى التعرف على دور الإبداع المنظمي في خلق الميزة التنافسية في مؤسسات جمهورية التشيك، حيث تمثل مجتمع الدراسة بالمؤسسات الصغيرة والكبيرة، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغ عددها (109) فرداً من مديري المؤسسات. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن الاهتمام بالإبداع التنظيمي وتطبيقه يعد مصدراً رئيساً للحصول على الميزة التنافسية التي تحدد نجاح كل مؤسسة.

دراسة المطيري (2012) هدفت إلى بيان أثر التوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الكويتية، حيث تمثلت أبعاد التوجه الإبداعي بـ(النية بالإبداع، البنية التحتية للإبداع، تأثير الإبداع، تنفيذ الإبداع) وكانت أبعاد الميزة التنافسية هي (التميز، السرعة، والاستجابة). واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة حيث بلغ حجم العينة (102) مفردة. وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية.

التعليق على الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في كل من المتغير المستقل المتمثل في الإبداع المنظمي والمتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية المستدامة كدراسة أحمد (2018)، حميدة (2018)، ودراسة النشمي والدعيس (2017)،، Aziz و Samad (2016)، ودراسة Kising'u et al. (2016). اتفقت الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتطبيق إجراءات الدراسة الميدانية، اتفقت الدراسة الحالية مع غالبية الدراسات السابقة في استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد العينة. اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة من حيث اختيار مجتمع الدراسة كدراسة النشمي والدعيس (2017)، Mothami & Maganbi (2016).

3.1 مشكلة الدراسة:

يعد امتلاك الميزة التنافسية المستدامة عملية صعبة مع أنها أصبحت من متطلبات نجاح المؤسسات التعليمية، التي تعمل في بيئة تتصف بالتغيرات والتطورات المتسارعة، والتميز يعد أحد التحديات التي تواجه المؤسسات التعليمية، و تحقيقه يعني تحقيق النجاح والتفوق، وحتى تستطيع المؤسسات تحقيق ذلك فإنها تحتاج إلى الإبداع المنظمي، وهذا ما أكدته نتائج الدراسات السابقة، ومنها دراسة النشمي والدعيس (2017)، والتي بينت أن تزايد عدد الجامعات الأهلية ودخول عدد من الجامعات الأهلية كفروع لجامعات عربية وأجنبية أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين تلك الجامعات وحاجتها إلى الإبداع لضمان البقاء والاستمرار والتطور وتلبية الحاجات المستمرة والمتجددة للطلبة، ودراسة Kising'u و Mwirigi و Namusonge (2016، 276) التي أشارت إلى أن الإبداع المنظمي يشكل الأساس لبناء ميزة تنافسية مستدامة. إضافة إلى تقارير التنافسية العالمية وتقارير مؤشرات الإبداع العالمية التي أشارت إلى

تدني البلدان العربية، وعلى وجه الخصوص اليمن ومنظمات الأعمال منها في مجال التنافسية والإبداع (المنتدى الاقتصادي العالمي، 2018). والتنافسُ بين مؤسسات التعليم العالي الأهلية يتطلبُ منها تقديم خدمات بشكل أفضل يضاهي نظيراتها في مؤسسات التعليم العالي العربية والعالمية، ومواكبة مستجدات بيئة الأعمال وما يتطلبه السوق وذلك من خلال تبني مداخل ومفاهيم إدارية حديثة كالإبداع المنظمي، وصولاً إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وهذا ما أكدته بعض الدراسات السابقة مثل دراسة عساف (2015)، ودراسة وأبو رذن والعنزي (2017)، وغيرها من الدراسات والأبحاث. وبالرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة كدراسة عساف (2015)، التي تناولت متغيرات الإبداع والميزة التنافسية، ودراسة النشمي والدعيس (2017)، والتي تناولت متغيرات الإبداع الإداري والميزة التنافسية، وبناءً على ذلك تظهر الحاجة إلى إجراء مثل هذه الدراسة لقياس أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

ويمكنُ صياغة مشكلة هذه الدراسة من خلال التساؤل الآتي: ما أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة

التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن؟

4.1 أهمية الدراسة: Research Importance

يمكن توضيح أهمية هذه الدراسة على النحو الآتي:

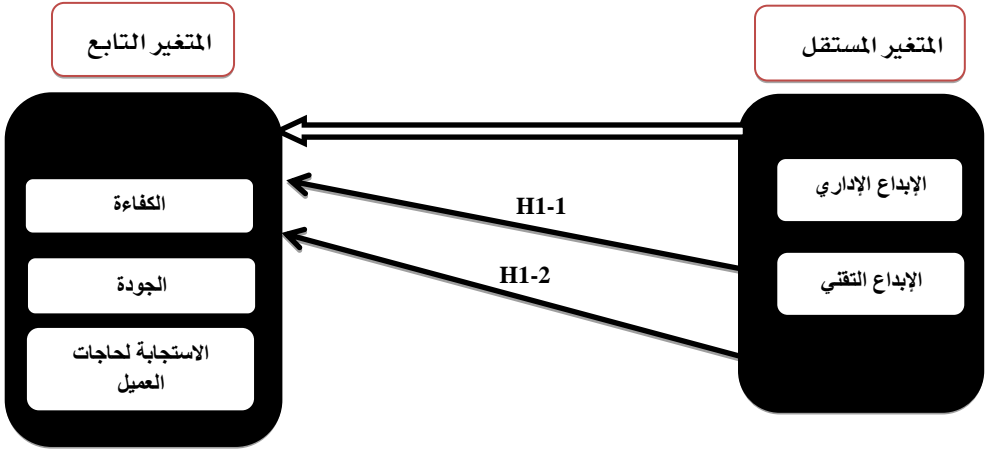
- تبيان أهمية ممارسة الإبداع المنظمي في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.
- تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبات المحلية والعربية؛ وذلك لقلّة أوندرة الدراسات والأبحاث العلمية التي تناولت مثل هذه المواضيع في مؤسسات التعليم العالي على المستوى المحلي والعربي.
- تساعد هذه الدراسة صنّاع السياسات ومنتخذي القرارات في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن في معالجة بعض نقاط الضعف والقصور، وبعض المشكلات التي تواجهها بناء على التوصيات التي ستقدمها الدراسة، وهذا من شأنه نقل هذه المؤسسات من وضعها الحالي إلى وضع مستقبلي أفضل.
- قد تكون هذه الدراسة نقطة انطلاق لإجراء دراسات وأبحاث علمية مستقبلية مشابهة في مؤسسات أخرى أو مكملتها لهذه الدراسة.

5.1 أهداف الدراسة: Research Aims

تتمثل أهداف هذه الدراسة في الآتي:

- التعرف على مستوى ممارسة الإبداع المنظمي في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.
- التعرف على مستوى تحقّق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.
- قياس أثر ممارسة الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

6.1 النموذج المعرفي للدراسة



7.1 فرضية الدراسة:

الفرضية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي بأبعاده (الإبداع الإداري و الإبداع التقني) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

8.1 التعريفات والمصطلحات الإجرائية للدراسة.

أ. الإبداع المنظمي:

يُعرف بأنه: العملية التي بواسطتها تستعمل المنظمات مهاراتها ومصادرها لتطوير خدمات جديدة أو تحسين عملية تستطيع تحقيق أفضل لحاجات متعاملها (Jones, 2009, 30). ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه: مجموعة من الأفكار والأساليب والإجراءات والأنظمة والتقانة التي تتبناها الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، لتطوير خدماتها وعملياتها الأكاديمية والإدارية لتحقيق حاجات ورضا عملائها.

ب. الإبداع الإداري:

هو الإبداع المتعلق بالإجراءات والأدوار والبناء التنظيمي والقواعد وإعادة تصميم العمل، إضافة إلى النشاطات الإبداعية التي تعمل على تطوير وتحسين التعاون والتفاعل بين الموظفين والتميز في علاقاتهم للوصول إلى النتائج التي تروجها المنظمة التي ينتمون إليها (حريم، 2010، 55). ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه: الأفكار والأساليب والإجراءات الجديدة التي تُفضي إلى تطوير الأنظمة الإدارية وبيئة العمل في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

ج. الإبداع التقني:

يعرف بأنه: إدخال تغييرات تقنية جديدة للمنظمة حول نشاط العمل الرئيسي (عبدالوهاب، 2012، 39).

ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه: إدخال الجامعات الأهلية العاملة في اليمن تقنيات وأنظمة وتكنولوجيا حديثة بغرض تحسين خدماتها مقارنة بالمنافسين.

د. الميزة التنافسية المستدامة:

عرفها (MacMillan) بأنها تمثل خاصية أو مجموعة خصائص تنفرد بها المنظمة، وتمكنها من الاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبياً نتيجةً لصعوبة محاكاتها، وتمكنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من منتجات للعملاء (إسحق، 2013، 68).

وتعرف من الناحية الإجرائية بأنها: مجموعة من الخصائص أو المزايا التي تتميز بها بعض الجامعات الأهلية العاملة في اليمن على غيرها من الجامعات المنافسة، والمعتمدة على المصادر والموارد التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين، والمحافظة عليها في الأجل الطويل.

1.1 حدود الدراسة

أولاً: الحدود الموضوعية: اقتصر هذه الدراسة على: أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

ثانياً: الحدود المكانية/ الميدانية: اقتصرت هذه الدراسة على الجامعات الأهلية العاملة في اليمن والتي مر على تأسيسها أكثر من عشر سنوات ومازالت مستمرة إلى اليوم.

ثالثاً: الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على العاملين في الجامعات الأهلية العاملين في اليمن من فئة (رؤساء الجامعات ونوابهم ومساعديهم - عمداء الكليات ونوابهم - رؤساء الأقسام الأكاديمية - أمناء ومديري العموم والإدارات ونوابهم - رؤساء الأقسام والإدارية).

2. منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك بهدف وصف طبيعة العلاقة التأثيرية بين متغيرات الدراسة وأبعاد تلك المتغيرات ومؤشراتها، وذلك من خلال تتبع الدراسات السابقة والمصادر والتقارير ذات العلاقة بمواضيع الدراسة الحالية.

1.2 مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من جميع القيادات العليا والوسطى والتنفيذية بإجمالي (1154) في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، وقد اعتمدت الدراسة على الجامعات التي تجاوز عمرها عشر سنوات فأكثر والتي لا يقل عدد أعضاء هيئة التدريس فيها عن (45) عضواً، وعددها (9) جامعات (وذلك بموجب آخر دليل صادر عن وزارة التعليم والعالي والبحث العلمي لعام 2013-2014)، حيث يعد

أحدث دليل صادر عن الوزارة، والذي اعتمدت عليه هذه الدراسة في الحصول على البيانات، ولكن بعد النزول الميداني لتوزيع الاستبانة لم تتجاوب (جامعة سبأ)، بتوزيع الاستبانة رغم المحاولات المتكررة، وبذلك فقد أصبح مجتمع الدراسة يتكون من (8) جامعات.

2.2 عينة الدراسة:

تم تحديد حجم العينة بناءً على نموذج العينات لـ (Morgan و Krejcie)، الذي يحدد عينة الدراسة لمجتمع يتكون من (1100-1200) عنصر بعدد مقداره (291) مفردة (Krejcie & Morgan, 1970)، وتم اختيار أفراد العينة بواسطة العينة العشوائية الطبقية، والجدول (1) يوضح حجم العينة.

جدول (1): حجم عينة الدراسة

النسبة من حجم العينة	حجم المجتمع				عام التأسيس	الجامعة	م
	حجم العينة	تفصيلية	وسطى	عليا			
42%	122	592	42	6	1992	1.جامعة العلوم والتكنولوجيا	
10%	30	70	14	10	1993	2.الجامعة اليمنية	
7%	21	49	13	3	1996	3.جامعة الملكة أروى	
8%	22	80	8	7	1994	4.الجامعة الوطنية	
8%	24	70	12	6	2004	5.جامعة المستقبل	
8%	24	55	11	5	2003	6.جامعة الأندلس للعلوم والتقنية	
6%	18	23	8	4	2006	7.الجامعة اللبنانية الدولية	
10%	30	45	16	5	2007	8.جامعة الناصر	
100%	291	984	124	46		الإجمالي	

ونظراً للظروف التي تمر بها البلاد وحرصاً على رفع نسبة استعادة الاستبانات، فقد تم زيادة حجم العينة، بعدد (23) استبانة، وبذلك يصبح عدد الاستبانات الموزعة هي (314) استبانة.

3.2 وحدة التحليل:

اعتمدت هذه الدراسة وحدة التحليل على مستوى الجامعة

4.2 مصادر جمع البيانات:

المصادر الأولية: تمثلت في البيانات التي تم الحصول عليها من قبل أفراد عينة الدراسة، بواسطة الاستبانة التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة.
 المصادر الثانوية: الدراسات والأبحاث العلمية، والدوريات، والمؤتمرات، والمقتنيات العلمية ذات العلاقة بمجال الدراسة. الكتب المتخصصة بمجال الدراسة. مواقع الإنترنت.

5.2 الأساليب الإحصائية:

- اختبار الصدق البنائي باستخدام معامل ارتباط بيرسون لمعرفة مدى قوة العلاقة بين فقرات أسئلة الاستبانة والمحاور التي تنتمي لها من جهة، وبين المحاور الرئيسة والمحاور الفرعية من جهة أخرى.
- اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)؛ لمعرفة مدى ثبات أداة الدراسة ومدى مصداقية إجابات أفراد العينة على مستوى متغيرات الدراسة وأبعادها.
- التكرارات والنسب المئوية لحساب توزيع المشاركين في العينة حسب متغيراتها الديموغرافية.
- المتوسط الحسابي؛ لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات

6.2 بناء أداة الدراسة:

- تم بناء أداة الدراسة (الاستبانة) من خلال الرجوع إلى بعض الدراسات السابقة الميزة التنافسية المستدامة (آسية، 2017) (حميدة، 2018) الإبداع المنظمي (البناء، 2019) و(الحظا، 2018) و(عبد الوهاب، 2012) (حميدة، 2018) وقد تم تقسيم الاستبانة إلى قسمين أساسيين، هما: القسم الأول: المتعلق بالبيانات العامة، وقد شملت المتغيرات الديموغرافية، وعددها (6) وتمثلت في: (النوع، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخدمة، طبيعة العمل، المسمى الوظيفي). القسم الثاني: المتعلق بالبيانات الموضوعية لإجابات عينة الدراسة حول متغيراتها المتمثلة في المتغير التابع، والمتغير المستقل وشملت البيانات الأساسية (45) فقرة بعد التحكيم، موزعة على (5) أبعاد ضمن المتغيرات، الإبداع المنظمي ويشمل الإبداع الإداري (9) والإبداع التقني (10) ومتغير الميزة التنافسية المستدامة ويشمل الكفاءة (8) الجودة (9) الاستجابة لحاجات العميل (9) وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي، لمنح الإجابات الدرجات الآتية: موافق بشدة (5) درجات، وموافق (4) درجات، ومحايد (3) درجات، وغير موافق درجتان، وغير موافق بشدة درجة واحدة.

7.2 اختبار الصدق والثبات:

أولاً: الصدق الظاهري للاستبانة:

تم عرض الاستبانة على عدد من المحكمين المتخصصين في إدارة الأعمال والتخصصات ذات العلاقة في عدد من الجامعات والمؤسسات اليمنية ممن يحملون درجة الدكتوراه وعددهم (11) محكماً، لإبداء آرائهم، والاستفادة من كفاءتهم وخبراتهم، والتأكد من وضوح وصلاحيه فقرات الاستبانة، وقد تم الأخذ بآرائهم ومقترحاتهم من حيث (الحذف والتعديل والإضافة)، وبعد صياغتها بصورتها النهائية، أصبح عدد فقراتها (45).

ثانياً :- اختبار الثبات لمتغيرات الاستبانة:

ولمعرفة درجة ثبات متغيرات الاستبانة ومصداقية إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة تم إجراء اختبار كرونباخ (ألفا) Cronbach's (alpha)، كما يوضح ذلك الجدول (2).

جدول (2): نتائج اختبار كرونباخ (ألفا) لأبعاد الاستبانة

المتغيرات	الأبعاد	عدد الفقرات	درجة الثبات	الصدق المصدقية
			alpha	$\sqrt{\alpha}$
	الإبداع الإداري	9	0.915	0.957
	الإبداع التقني	10	0.916	0.957
الإبداع المنظمي		19	0.946	0.973
	الكفاءة	8	0.898	0.947
	الجودة	9	0.915	0.957
	الاستجابة لحاجات العميل	9	0.936	0.968
الميزة التنافسية المستدامة		26	0.971	0.985

يتضح من الجدول (2) أن قيمة درجة الثبات لمتغيرات الاستبانة بدرجة ثبات تتراوح بين (0.933) و(0.971) وبدرجة مصداقية تتراوح بين (0.966) و(0.985)، وهذا يدل أن أفراد العينة متجانسة في الاستجابة على جميع أبعاد الاستبانة، ويمكن الاعتماد على نتائجها-أيضاً- في تعميمها على مجتمع الدراسة.

8.2 توزيع أداة الدراسة

تم توزيع (314) استبانة في: (8) جامعات، وتم استعادة (298) استبانة، بنسبة (95%) من إجمالي الاستبانات الموزعة، وبعد فحص الاستبانات واستبعاد الاستبانات التي كانت إجاباتها غير مكتملة أو غير صالحة للتحليل، أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (286) استبانة بنسبة (96%) من إجمالي الاستبانات المسترجعة، وهو ما يعادل (91%) من إجمالي الاستبانات الموزعة.

9.2 حدود الدراسة

الحدود الزمنية: تمت هذه الدراسة في 2018-2019
الحدود المكانية/ الميدانية: اقتصرت هذه الدراسة على عينة من الجامعات الأهلية العاملة في اليمن والتي مر عليها أكثر من عشر سنوات وما زالت مستمرة إلى اليوم.
الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على العاملين في الجامعات الأهلية العاملين في اليمن من فئة (رؤساء الجامعات ونوابهم ومساعديهم - عمداء الكليات ونوابهم - رؤساء الأقسام الأكاديمية - أمناء ومديري العموم والإدارات ونوابهم - رؤساء الأقسام والإدارية).

1.4 عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

يوضح الجدول (3) تفسير القيم التي سترد في الجداول المتعلقة بنتائج مستوى متغيرات الدراسة. جدول (3): كيفية احتساب قيم المتوسط الحسابي والنسب المئوية لأبعاد فقرات أداة الدراسة

مستوى الممارسة / التحقق	إذا كانت النسبة	التقدير اللفظي	إذا كان المتوسط
منخفض جداً	أقل من 36%	غير موافق بشدة	أقل من 1.8
منخفض	من 36% وأقل من 52%	غير موافق	من 1.8 وأقل من 2.6
متوسط	من 52% وأقل من 68%	محايد	من 2.6 وأقل من 3.4
عالٍ	من 68% وأقل من 84%	موافق	من 3.4 وأقل من 4.2
عالٍ جداً	من 84% حتى 100%	موافق بشدة	من 4.2 حتى 5

أما فيما يتعلق بالانحراف المعياري، فإن قيمته تُعبّر عن مدى تشتت إجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي، فإذا اقتربت قيمة الانحراف المعياري من (0)، فهذا يدل على أن تشتت إجابات أفراد العينة حول المتوسط الحسابي بسيط جداً، وكلما زادت قيمة الانحراف المعياري، فهذا يدل على وجود تشتت كبير في إجابات أفراد العينة عن متوسط إجاباتهم.

3. تحليل نتائج الدراسة:

أولاً: عرض وتحليل مستوى ممارسة الإبداع المنظمي:

لمعرفة مستوى ممارسة الإبداع المنظمي في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، تم استخدام (One Sample T-test)؛

جدول (4): خلاصة نتائج المتغير المستقل (الإبداع المنظمي)

الرتبة م	الأبعاد	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	نسبة ممارسة	مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%	تقدير مدى الممارسة لدى	مستوى الممارسة		
					الدرجة العليا	الدرجة الدنيا		
2	1	الإبداع الإداري	3.774	0.690	75.5%	77.1%	73.9%	عالٍ
1	2	الإبداع التقني	3.975	0.647	79.5%	81.0%	78.0%	عالٍ
		الإبداع المنظمي	3.875	0.624	77.5%	78.9%	76.0%	عالٍ

يتضح من خلال الجدول (4) أن مستوى ممارسة الإبداع المنظمي بشكل عام كان (عالياً) بنسبة ممارسة (77.5%)، كما أن الإبداع التقني جاء في المرتبة الأولى وبمستوى ممارسة (عالٍ) حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.975) وبانحراف معياري (0.647)، ونسبة ممارسة بلغت (79.5%)، وجاء الإبداع الإداري في المرتبة الثانية وبمستوى ممارسة (عالٍ) أيضاً حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.774)، وبانحراف معياري (0.690) ونسبة ممارسة بلغت (75.5%)، ويُعزى ذلك إلى توجه الجامعات الأهلية العاملة في اليمن إلى الاهتمام بالجانب التقني، ومواكبة للتطورات التكنولوجية، والتي أصبحت ضمن المتطلبات الأساسية للجامعات. وفيما يأتي نتائج مستوى ممارسة الإبداع المنظمي على مستوى فقرات كل بعد

أولاً: تحليل مستوى ممارسة الإبداع المنظمي بحسب بُعد الإبداع الإداري:

جدول (5): نتائج عرض وتحليل مستوى ممارسة بعد (الإبداع الإداري)

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	نسبة ممارسة	مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%	تقدير مدى الممارسة لدى	مستوى الممارسة	
					الدرجة العليا	الدرجة الدنيا		
1	1	تؤمن الجامعة بالإبداع الإداري كبعد تنافسي مع الجامعات الأخرى.	4.108	0.820	82.2%	84.1%	80.3%	عالٍ
6	2	توفر الجامعة مناخاً ملائماً لتحقيق الإبداع الإداري.	3.745	0.922	74.9%	77.0%	72.8%	عالٍ

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الممارسة	تقدير مدى الممارسة		مستوى الممارسة
						لدى مجتمع الدراسة		
						بدرجة ثقة 95% الدرجة العليا	بدرجة ثقة 95% الدرجة الدنيا	
3	3	تشجيع الجامعة الاقتراحات والابتكارات المقدمة من العاملين.	3.871	0.834	%77.4	%79.3	%75.5	عالٍ
7	4	تستقطب الجامعة المبدعين بصورة مستمرة لتحقيق ميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين.	3.636	0.984	%72.7	%75.0	%70.4	عالٍ
9	5	تدعم الجامعة المبدعين فيها.	3.535	0.983	%70.7	%73.0	%68.4	عالٍ
2	6	تنجز الجامعة أعمالها بأساليب متطورة.	3.909	0.758	%78.2	%79.9	%76.4	عالٍ
4	7	تطبق الجامعة أنظمة إدارية حديثة تساعد على الإبداع.	3.864	0.841	%77.3	%79.2	%75.3	عالٍ
5	8	تناقش الجامعة الأفكار الجديدة من خلال فرق العمل.	3.759	0.887	%75.2	%77.2	%73.1	عالٍ
8	9	توفر الجامعة الموارد اللازمة لتنفيذ الأفكار الإبداعية.	3.542	0.982	%70.8	%73.1	%68.6	عالٍ
		الإبداع الإداري	3.774	0.690	%75.5	%77.1	%73.9	عالٍ

يتضح من خلال الجدول (5) أن الفقرة رقم: (1) " تؤمن الجامعة بالإبداع الإداري كبعد تنافسي مع الجامعات الأخرى"، جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.108)، وبانحراف معياري (0.820)، وبنسبة ممارسة بلغت (82.2%)، وبمستوى ممارسة (عالٍ)، وقد يُعزى ذلك إلى اهتمام قيادة الجامعات بأهمية الإبداع الإداري كونه يرتبط بالعنصر البشري الذي يعد أحد أهم أصول المؤسسات التعليمية، وجاءت الفقرة رقم: (5) "توفر الجامعة الموارد اللازمة لتنفيذ الأفكار الإبداعية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.535) وبانحراف معياري (0.983)، وبنسبة ممارسة بلغت (70.7%)، وبمستوى ممارسة (عالٍ) أيضاً، وقد يُعزى ذلك إلى عدم تخصيص بنود في موازنات الجامعات لدعم الأفكار الإبداعية مقارنة بالمتطلبات الأساسية الأخرى، وجاء بُعد (الإبداع الإداري) بمتوسط (3.774) وبانحراف معياري (0.690) ونسبة ممارسة بلغت (75.5%)، وبمستوى ممارسة (عالٍ)، وبتعميم هذه النتيجة على مجتمع الدراسة يتضح أن نسبة ممارسة الإبداع الإداري سيتراوح بين (77.1%) و(73.9%) بدرجة ثقة 95%.

ثانياً: عرض وتحليل ممارسة الإبداع المنظمي بحسب بُعد الإبداع التقني:

جدول (6): نتائج تحليل فقرات بعد (الإبداع التقني)

رقم الرتبة الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الممارسة	تقدير مدى الممارسة		
					لدى مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%	مستوى الممارسة	
					الدرجة العليا	الدرجة الدنيا	
3	تستخدم الجامعة تكنولوجيا متطورة مقارنة بالمنافسين.	4.150	0.818	%83.0	%84.9	%81.1	عالٍ
4	لدى الجامعة أنظمة معلومات حديثة تلبى متطلبات الحاضر والمستقبل.	4.084	0.781	%81.7	%83.5	%79.9	عالٍ
1	لدى الجامعة شبكة اتصالات داخلية لتسهيل تبادل	4.381	0.714	%87.6	%89.3	%86.0	عالٍ جداً

مستوى الممارسة	تقدير مدى الممارسة لدى مجتمع الدراسة		نسبة الممارسة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرات	رقم الفقرة	الرتبة
	بدرجة ثقة 95%							
	الدرجة الدنيا	الدرجة العليا						
	المعلومات بين الوحدات الإدارية.							
عالٍ	81.2%	84.9%	83.1%	0.806	4.154	كافة الوحدات الإدارية بالمعلومات اللازمة.	4	2
عالٍ	74.4%	78.3%	76.4%	0.843	3.818	تطبق الجامعة الأفكار التقنية الإبداعية.	5	7
عالٍ	72.9%	77.4%	75.2%	0.981	3.759	قامت الجامعة ببناء أنظمة برمجية تساعد على الإبداع.	6	9
عالٍ	77.8%	81.3%	79.6%	0.763	3.979	تستخدم الجامعة تكنولوجيا متطورة لتقديم خدماتها بما يتناسب واحتياجات عمالئها.	7	6
عالٍ	69.5%	73.8%	71.7%	0.928	3.584	تستخدم الجامعة تكنولوجيا متطورة لتقديم خدماتها بما يفوق توقعات عملائها.	8	10
عالٍ	79.2%	82.9%	81.0%	0.800	4.052	تجري الجامعة تطويرات مستمرة	9	5

ثانياً: عرض وتحليل مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة:

جدول (7): خلاصة نتائج المتغير التابع (الميزة التنافسية المستدامة)

الرتبة	رقم البعد	الأبعاد	المتوسط الانحراف نسبة		تقدير مدى التحقق لدى مجتمع	
			الحسابي المعياري	التحقق	الدراسة بدرجة ثقة مستوى	التحقق
			الدرجة الدنيا	الدرجة العليا	الدرجة الدنيا	الدرجة العليا
1	1	الجودة	0.622	4.017	80.3%	81.8%
2	2	الكفاءة	0.632	3.816	76.3%	77.8%
4	4	الاستجابة لحاجات العميل	0.739	3.567	71.3%	73.1%
		الميزة التنافسية المستدامة	0.610	3.757	75.1%	76.6%

يتضح من خلال الجدول (7) أن مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بشكل عام كان (عالياً) حيث بلغت نسبة التحقق (75.1%)، وجاء بُعد (الجودة) في المرتبة الأولى بمستوى تحقق (عالٍ)، بمتوسط حسابي (4.017) وانحراف معياري (0.622)، ونسبة تحقق بلغت (80.3%)، وقد يُعزى ذلك إلى توجه الجامعات محل الدراسة واهتمامها بالجودة باعتبارها متطلباً أساسياً من متطلبات الاعتماد الأكاديمي، وجاء بُعد (الاستجابة لحاجات العميل) في المرتبة الأخيرة بمستوى تحقق (عالٍ) أيضاً، بمتوسط حسابي (3.567) وانحراف معياري (0.739)، ونسبة تحقق بلغت (71.3%)، وقد يُعزى ذلك إلى وجود قصور لدى بعض الجامعات في توفير خدمات تلبى حاجات العملاء إضافة إلى ارتفاع مستوى توقعات العملاء مقارنة بما تقدمه الجامعات العالمية بحسب ما يمتلكه العملاء من معلومات عن تلك الجامعات.

- عرض وتحليل مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بحسب بُعد الكفاءة:

جدول (8): نتائج فقرات بعد (الكفاءة)

الرتبة رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التحقق	تقدير مدى التحقق		
					لدى مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95% الدرجة العليا	مستوى التحقق الدرجة الدنيا	
1	1	3.962	0.796	79.2%	81.1%	77.4%	تراجع الجامعة بشكل دوري عملياتها وأشطتها المختلفة بهدف تحسين كفاءتها.
3	2	3.885	0.797	77.7%	79.5%	75.8%	تطبق الجامعة آليات عمل كفيلة بتطوير كفاءة عملياتها وأشطتها.
2	3	3.909	0.807	78.2%	80.1%	76.3%	تتبنى الجامعة الأساليب الكفيلة بتقديم خدماتها بكفاءة عالية.
4	4	3.881	0.816	77.6%	79.5%	75.7%	توفر إدارة الجامعة الموارد والقدرات التي تدعم إنجاز مهامها بكفاءة عالية.
8	5	3.605	0.907	72.1%	74.2%	70.0%	تتميز الجامعة بانخفاض تكاليف عملياتها المختلفة.
6	6	3.776	0.837	75.5%	77.5%	73.6%	تعمل الجامعة على التوظيف الأمثل لجميع مواردها.

مستوى التحقق	تقدير مدى التحقق		نسبة التحقق	المتوسط الانحراف الحسابي المعياري	الفقرات	رقم الفقرة	الرتبة	
	لدى مجتمع الدراسة							
	بدرجة ثقة 95%	بدرجة التحقق						
الدرجة الدنيا	الدرجة العليا							
عالي	72.8%	76.6%	74.7%	0.812	3.734	7	7	تقييم الجامعة كفاءة عملياتها المختلفة بصورة دورية.
عالي	73.6%	77.6%	75.6%	0.848	3.780	8	5	تحرص الجامعة على تحسين كفاءتها على مستوى كل وحدة من وحداتها.
عالي	74.9%	77.8%	76.3%	0.632	3.816	الكفاءة		

يتضح من خلال الجدول (8) أن الفقرة رقم: (1) "تراجع الجامعة بشكل دوري عملياتها وأنشطتها المختلفة بهدف تحسين كفاءتها" جاءت في المرتبة الأولى بمستوى تحقق عالٍ، بمتوسط حسابي (3.962) وانحراف معياري (0.796) وبنسبة تحقق بلغت (79.2%)، وقد يعزى ذلك إلى اهتمام الجامعات بتحسين كفاءتها في كافة الوحدات؛ كونها تسهم في تحسين الكفاءة الكلية للجامعة، وتُحقق لها التميز على المنافسين، وجاءت الفقرة رقم (5) "تميز الجامعة بانخفاض تكاليف عملياتها المختلفة" في المرتبة الأخيرة بمستوى تحقق عالٍ، بمتوسط حسابي (3.605) وانحراف معياري (0.907)، وبنسبة تحقق بلغت (72.1%)، وبالرغم من أن هذه الفقرة جاءت في المرتبة الأخيرة إلا أنها تحققت بمستوى عالٍ، وقد يعزى ذلك إلى سعي الجامعات محل الدراسة إلى تخفيض التكاليف بما يحقق الكفاءة، وجاء بعد (الكفاءة) بمستوى تحقق عالٍ بمتوسط حسابي (3.816) وانحراف معياري (0.632)، وبنسبة تحقق عامة بلغت (76.3%)، وبعميم هذه النتيجة على مجتمع الدراسة يتضح أن نسبة تحقق بعد (الكفاءة) تتراوح بين (79.2%) و(72.1%) بدرجة ثقة 95%.

• عرض وتحليل مستوى تحقق الميزة التنافسية بحسب بُعد الجودة:

جدول (9): نتائج فقرات بعد (الجودة)

مستوى التحقق	تقدير مدى التحقق لدى مجتمع الدراسة بدرجة ثقة 95%:		نسبة التحقق	المتوسط الانحراف الحسابي	الفقرات	رقم الفقرة	الرتبة
	الدرجة الدنيا	الدرجة العليا					
عالٍ جداً	%82.7	%86.0	%84.3	0.697	4.217	1	1
تمارس الجامعة الجودة كمدخل لتحقيق أهدافها.							
عالٍ	%79.7	%83.5	%81.6	0.806	4.080	2	4
ترسخ الجامعة في أوساط العاملين مبدأ (الجودة مسئولية كل عامل فيها).							
عالٍ	%78.9	%82.7	%80.8	0.820	4.042	3	5
تتميز الخدمات التي تقدمها الجامعة بكونها ذات جودة عالية قياساً بخدمات المنافسين.							
عالٍ	%76.9	%80.6	%78.7	0.801	3.937	4	7
تتنفذ الجامعة خطة واضحة لضمان تقديم خدماتها بمستوى جودة يلبي احتياجات عملائها.							
عالٍ	%80.4	%84.1	%82.2	0.787	4.112	5	2
تطبيق الجامعة نظام جودة داخلي خاص بها.							
عالٍ	%80.3	%83.9	%82.1	0.774	4.105	6	3
تمتاز مخرجات الجامعة بالجودة							

العالية قياساً
بالمنافسين.

تطبيق الجامعة مبدأ التحسين المستمر في جميع مجالات عملها لتقديم خدمات تفوق توقعات عملائها.	8	7	3.923	0.834	%78.5	%80.4	%76.5	عالٍ
مستوى جودة الخدمات التي تقدمها الجامعة أعلى من خدمات الجامعات المنافسة.	6	8	3.958	0.857	%79.2	%81.1	%77.2	عالٍ
يقوم العاملون في الجامعة بأداء أعمالهم بصورة صحيحة من المرّة الأولى.	9	9	3.783	0.860	%75.7	%77.7	%73.7	عالٍ
الجودة			4.017	0.622	%80.3	%81.8	%78.9	عالٍ

يتضح من خلال الجدول (9) أن الفقرة رقم: (1) " تمارس الجامعة الجودة كمدخل لتحقيق أهدافها" جاءت في المرتبة الأولى بمستوى تحقق (عالٍ)، بمتوسط حسابي (4.217) وبانحراف معياري (0.697) ونسبة تحقق بلغت (%84.3)، وقد يُعزى ذلك إلى توجه الجامعات محل الدراسة بتبني سياسة الجودة في تحقيق أهدافها لما للجودة من دور في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، وجاءت الفقرة رقم (9) " يقوم العاملون في الجامعة بأداء أعمالهم بصورة صحيحة من المرة الأولى" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.783) وبانحراف معياري (0.860) ونسبة تحقق بلغت (%80.3)، ويعزى ذلك إلى وجود قصور لدى بعض الجامعات في تدريب العاملين على أداء المهام الموكلة إليهم بصورة صحيحة، وجاء بعد (الجودة) بمستوى تحقق عالٍ، بمتوسط حسابي (4.017) وبانحراف معياري (0.622) بنسبة تحقق بلغت (%80.3)، وبتعميم هذه النتيجة على مجتمع الدراسة يتضح أن نسبة تحقق بعد (الجودة) ستتراوح بين نسبة تحقق بلغت (%84.3) كحد أعلى و(%75.7) كحد أدنى وبدرجة ثقة (%95).

- عرض وتحليل مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بحسب بُعد الاستجابة لحاجات العميل:

جدول (10): نتائج فقرات بعد (الاستجابة لحاجات العميل)

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة التحقق	تقدير مدى التحقق لدى مجتمع	
						الدراسة بدرجة ثقة	مستوى التحقق
						الدرجة	الدرجة
						العليا	الدنيا
7	1	تقوم الجامعة بدراسات استطلاعية دورية للتعرف على الاحتياجات المختلفة لعملائها.	3.497	0.924	69.9%	72.1%	67.8%
8	2	تنفذ الجامعة بحوث التسويق بهدف التعرف على احتياجات ورغبات العملاء.	3.448	0.964	69.0%	71.2%	66.7%
9	3	تستجيب الجامعة لمطالب عملائها وفق نتائج البحوث والدراسات الاستطلاعية.	3.434	0.944	68.7%	70.9%	66.5%
1	4	لدى الجامعة الإمكانيات المتطورة للاستجابة السريعة لطلبات عملائها المتغيرة.	3.745	0.851	74.9%	76.9%	72.9%
3	5	تحرص الجامعة على تقليص الوقت المستغرق في تقديم خدماتها.	3.633	0.907	72.7%	74.8%	70.6%
6	6	تتميز الجامعة بالاستجابة السريعة عند تقديم الخدمات التي يطلبها العملاء.	3.542	0.916	70.8%	73.0%	68.7%

رقم الرتبة		الفقرات		المتوسط	الانحراف	نسبة	الدراسة	بدرجة ثقة	مستوى
الفقرة				الحسابي	المعياري	التحقق	95%	التحقق	
				الدرجة	الدرجة	الدرجة	العليا	الدنيا	
2	7	يشكل استجابة الجامعة لعملائها أحد العناصر الرئيسية في استراتيجيتها.		3.685	0.862	73.7%	75.7%	71.7%	عالٍ
5	8	تنفذ الجامعة مقترحات العملاء التي تسهم في تطوير خدماتها.		3.549	0.876	71.0%	73.0%	68.9%	عالٍ
4	9	تستجيب الجامعة لمتطلبات العملاء واحتياجاتهم بشكل أسرع من المنافسين.		3.573	0.921	71.5%	73.6%	69.3%	عالٍ
		الاستجابة لحاجات العميل		3.567	0.739	71.3%	73.1%	69.6%	عالٍ

يتضح من خلال الجدول (10) أن الفقرة رقم: (4) " لدى الجامعة الإمكانيات المتطورة للاستجابة السريعة لطلبات عملائها المتغيرة" جاءت في المرتبة الأولى بمستوى تحقق (عالٍ)، بمتوسط حسابي (3.745) وانحراف معياري (0.851)، ونسبة تحقق بلغت (74.9%)، وقد يُعزى ذلك إلى إدراك الجامعات محل الدراسة بأهمية العملاء في استمرارها وبقائها، وجاءت الفقرة رقم (3) " تستجيب الجامعة لمطالب عملائها وفق نتائج البحوث والدراسات الاستطلاعية" في المرتبة الأخيرة بمستوى تحقق عالٍ، بمتوسط حسابي (3.434) وانحراف معياري (0.944)، ونسبة تحقق بلغت (68.7%)، وقد يُعزى ذلك إلى وجود قصور لدى بعض الجامعات محل الدراسة بإجراء البحوث التسويقية لمعرفة احتياجات العملاء الفعلية، وجاء محور بعد (الاستجابة لحاجات العميل) بمستوى تحقق عالٍ، بمتوسط حسابي (3.567) وانحراف معياري (0.739)، ونسبة تحقق عامة بلغت (71.3%)، وبتعميم هذه النتيجة على مجتمع البحث يتضح أن نسبة تحقق (الاستجابة لحاجات العميل) ستتراوح بين نسبة تحقق بلغت (74.9%) كحد أعلى ونسبة تحقق بلغت (68.7%) كحد أدنى، بدرجة ثقة (95%).

ثالثاً: عرض نتائج اختبار الفرضية:

نصت الفرضية على أنه "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن"، ولإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد.

جدول (11): تحديد أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة

Sig.	T. Test	Beta	Sig.	F. Test	R ²	MR	نص الفرضية
			*0.000	285.235	0.668	0.818	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن
.000	9.168	.469					الإبداع الإداري
.000	7.930	.406					الإبداع التقني

يتضح من خلال الجدول (11) أن درجة معامل الارتباط المتعدد (MR) جاءت (0.818) وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، واما قيمة معامل التحديد (MR2) بلغت (0.668)، وهذا يعني أن (الإبداع المنظمي) بشكل عام يفسر ما نسبته (0.668) من التباين أو التغيرات في مستوى تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، ما يدل على أن (66.8%)، من الاستدامة المتحققة في الميزة التنافسية للجامعات الأهلية العاملة في اليمن ناتجة من ممارسة سلوكيات الإبداع المنظمي في الجامعات. كما بلغت قيمة معامل الانحدار (Beta) (0.469) للإبداع الإداري و(0.406)، وهذا يعني كل من الإبداع الإداري والإبداع التقني يؤثران على الميزة التنافسية ولكن تأثير الإبداع الإداري كان أعلى من تأثير الإبداع التقني. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسة يحيواوي (2013، 103)، والتي أظهرت نتائجها أن استدامة الميزة التنافسية في ظل بيئة شديدة التنافسية تتوقف على قدرة المؤسسة على الإبداع في مؤسسة ملبنة بالجزائر وتتفق مع نتائج دراسة Ebraheem (2017)، والتي توصلت إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لـ أبعاد الإبداع المنظمي في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة، كما تتسجم هذه النتيجة مع نتائج دراسة Muthami وMugambi (2016) والتي توصلت إلى أن الإبداع المنظمي يؤدي دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات الكينية كما أن الإبداع التنظيمي يشكل الأساس لبناء ميزة تنافسية مستدامة. كما تتفق مع نتائج دراسة حميدة (2018)، والتي توصلت إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي في أبعاد الميزة التنافسية المستدامة.

4. الاستنتاجات والتوصيات:

1.4 الاستنتاجات

بناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن استخلاص الاستنتاجات الآتية:

1. يوجد اهتمام كبير لدى الجامعات محل الدراسة بممارسة الإبداع المنظمي بأبعاده المختلفة.
2. إن أكثر أبعاد الإبداع المنظمي ممارسةً في الجامعات محل الدراسة هو بعد الإبداع التقني، وأقلها ممارسة هو بعد الإبداع الإداري.
3. وجود تفاوت في مستوى تحقق الميزة التنافسية المستدامة بين الجامعات محل الدراسة، حيث كان أكثرها تحققاً هو بعد الجودة وأقلها بعد الاستجابة لحاجات العميل.
4. يوجد تفاوت في أثر أبعاد الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة في الجامعات محل الدراسة، فقد كان أكثرها أثراً بعد الإبداع الإداري، وأقلها أثراً بعد الإبداع التقني.

2.4 التوصيات:

بناءً على الاستنتاجات، توصي الدراسة بالآتي:

1. تعزيز ثقافة الإبداع المنظمي في الجامعات محل الدراسة، وخاصة الإبداع الإداري.
2. المحافظة على مستوى ممارسة الإبداع التقني وتطويره من قبل الجامعات.
3. الاهتمام بتلبية حاجات العملاء من خلال تطوير وتحسين مستوى الخدمات المقدمة لهم وفق احتياجاتهم وتوقعاتهم.
4. ضرورة تعزيز الميزة التنافسية المستدامة بجميع أبعادها لاسيما بعد الاستجابة من خلال تعزيز الإبداع المنظمي بجميع أبعاده.

المراجع

- أبو رذن، إيمان بشير محمد، والعنزي، دلال شكري محمود (2017)، المرونة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة، مجلة جامعة دهوق، (2)20، 237-274.
- إبراهيم، محمد (2009)، *المشروعات التنافسية في الجامعات المصرية بين الواقع والمأمول*، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الثاني لتطوير التعليم العالي، 1-2 نوفمبر، جامعة المنصورة، 412، مصر.
- أحمد، سعدية إبراهيم (2018)، *الدور الوسيط للتغيير الإداري في العلاقة بين الإبداع والميزة التنافسية للشركات الصناعية العاملة بالسودان* (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- إسحق، أثير حسو (2013)، دور إدارة المعرفة في تعزيز فاعلية إدارة علاقة الزبائن لضمان امتلاك مزايا تنافسية، مجلة بحوث مستقبلية، (2)4، 49-88.
- أسية، بن أحمد (2017)، *أثر المرونة الاستراتيجية على جودة فاعلية الأداء وتنافسية المؤسسة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات موبيليس* (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، الجزائر.
- البكري، ثامر، وبني حمدان، خالد (2013)، *الاطار المفاهيمي للاستدامة والميزة التنافسية المستدامة محاكاة لشركة HP في اعتمادها لاستراتيجية الاستدامة*، مجلة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، (9)، 3-11.
- بن نذير، نصر الدين وبدواوي، مصطفى (2010)، رأس المال الفكري كمدخل لتعزيز الإبداع وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، (1)، 167-188.
- البناء، عباس عبده قائد (2019)، *تأثير القيادة التحويلية المعدل في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المنظمي* (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن.
- جدعون، كارول (2013)، *الإبداع الإداري لدى مديري المدارس الخاصة وعلاقته بقيادة التغيير* (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عمان العربية، الأردن.
- حريم، حسين (2010)، *إدارة المنظمات: منظور كلي* (الطبعة الثانية)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- حميدة، زواوي (2018)، *الإبداع التكنولوجي كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية* (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- الحواجرة، كامل محمد (2013)، *ممارسات سلسلة التوريد ودورها في الميزة التنافسية وتحسين أداء الأعمال في شركات الباطون الجاهز في الأردن*، *المجلة الأردنية في إدارة الأعمال*، (4)9، 768-801.

- خليفة ، حسن منصور (2013) ، نموذج خلايا التكلفة: منهج مقترح لتعزيز المزايا التنافسية في المنشآت النسيجية السورية (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، جامعة دمشق ، سوريا.
- الدهار، مروان حمودة (2006) ، العلاقة بين التوجه الاستراتيجي لدى الإدارة العليا في الجامعات الفلسطينية وميزتها التنافسية: دراسة ميدانية على جامعات قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- زعلان، عبد الفتاح جاسم (2017) ، استخدام الذكاء التسويقي لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة للمنظمة من خلال الرصد البيئي: دراسة تحليلية لآراء عينة من مدراء شركة زين للاتصالات في العراق، مجلة جامعة كربلاء العلمية، 15(3)، 170-199.
- الزهري، رندة (2002) ، الإبداع الإداري في ظل البيروقراطية، مجلة عالم الفكر، 30(30)، 218-249.
- السلطان، فهد صالح عبدالله (2004) ، التحديات الإدارية في القرن الواحد والعشرين، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- السوسى، يوسف رزق الله عبد الله (2015) ، درجة ممارسة الكليات التقنية في محافظات غزة لإدارة التميز وعلاقتها بالميزة التنافسية (رسالة ماجستير غير منشورة) ، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- السيسي، صلاح الدين حسن (2015) ، منهج التفكير الاستراتيجي وتحقيق التميز الإداري والتنافسي بين المؤسسات، القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- صالح، ماجد محمد (2017) ، عناصر التحسين المستمر ودورها في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، دراسة تحليلية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 2(38)، 144-180.
- طالب، علاء فرحان، والبناء، زينب مكي (2012) ، استراتيجية المحيط الأزرق والميزة التنافسية المستدامة، مدخل معاصر (الطبعة الأولى)، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- طبيشات، نواف نهار سليم (2011) ، دور الإبداع التنظيمي في تطوير المنظمات (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، جامعة القاهرة، مصر.
- عبابنة، رامي، والشقراني، رامي (2013) ، درجة ممارسة للإبداع الإداري لدى القادة التربويين في مديريات التربية والتعليم في محافظة إربد، مجلة العلوم التربوية والنفسية، 14(2)، 459-486.
- عبد الرسول، محمود أبو النور (2012) ، الإبداع الإداري لدى مديري المدارس الابتدائية بمصر، الواقع - المأمول، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، 18(2).
- عبدالوهاب، بويعة (2012) ، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة اتصالات الجزائر للهاتف النقال (رسالة ماجستير غير منشورة) ، جامعة منتوري، الجزائر.
- العتيبي، بدر مبروك (2014) ، تسويق الخدمات الجامعية ودوره في تحسين القدرة التنافسية للجامعات السعودية (أطروحة دكتوراه غير منشورة) ، جامعة أم القرى، السعودية.

- عساف، محمود عبد المجيد (2015)، واقع إدارة الإبداع كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي بمحافظة غزة واستراتيجية مقترحة لتمكينه، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، 3(9)، 109-145.
- عيدر، أحمد نجم الدين أحمد (2015)، إدارة فرق العمل الافتراضية كآلية استراتيجية لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات المصرية، مجلة كلية التربية جامعة بنها، 26(101)، 75-176.
- قشقش، خالد أحمد عبد الحميد (2014)، إدارة رأس المال الفكري وعلاقته في تعزيز الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- المطيري، فيصل غازي عبدالعزيز (2012)، أثر التوجه الإبداعي في تحقيق ميزة تنافسية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- المعاضدي، معن وعد الله (2007)، إدارة المخاطر الاستراتيجية المسببة لفقدان المنظمة للمزايا التنافسية، الآليات والمعالجات: دراسة نظرية تحليلية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع، (إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة)، 16-18 نيسان، جامعة الزيتونة الأردنية الخاصة، الأردن.
- المنتدى الاقتصادي العالمي (2018)، تقرير التنافسية العالمي. استرجع من <https://bit.ly/2Gctk4F>
- المولى، مثنى عبد الوهاب (2019)، أثر التوجه بإدارة الجودة الشاملة والتميز التنظيمي في الميزة التنافسية المستدامة في الكليات الأهلية: دراسة تطبيقية على عينة من الكليات الأهلية في العراق (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- النشومي، مراد محمد، والدعيس، هدى أحمد (2017)، الإبداع الإداري وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة باليمن، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 10(29)، 181-199.
- النجار، صباح مجيد، ومحسن، عبد الكريم (2012)، إدارة الإنتاج والعمليات (الطبعة الرابعة)، بغداد، العراق: الذكرة للنشر والتوزيع.
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (2014)، دليل التعليم العالي، الإدارة العامة لتطوير مؤسسات التعليم العالي، صنعاء، اليمن.
- يحياوي، رزيقة (2013)، الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة المسيلة، الجزائر.

- Aziz, N. N., & Samad, S. (2016). Innovation and competitive advantage: Moderating effects of firm age in foods manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35(2016), 256-266.
- Daft, R. L. (1978). A dual-core model of organizational innovation. *Academy of Management Journal*, 21(2), 193-210.
- Ebraheem, S. A. J. (2017). The impact of innovation on achieving the competitive advantage in Iraqi markets applied study (Baghdad University) as a model. *International Journal of Current Innovation Research*, 3 (8), 727-729
- Feng, J., & Papatla, P. (2011). Advertising: stimulant or suppressant of online word of mouth?. *Journal of Interactive Marketing*, 25(2), 75-84.
- Hana, U. (2013). Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2011). *Essentials of strategic management (3rd ed.)*. Massachusetts: Cengage Learning.
- Jones, G. (2009). *Organizational theory (6th ed.)*. London: Pearson Education.
- Kising'u, T. M., Namusonge, G. S., & Mwirigi, F. M. (2016). The role of organizational innovation in sustainable competitive advantage in Universities in Kenya. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 3(9), 2762-2786.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Muthami, T., & Mugambi, F. (2016). The role of organizational learning in sustainable competitive advantage in universities in Kenya. *Account and Financial Management Journal*, 1, (05), 335-359.
- Nafula, K. M. (2017). *Effect of innovation on firm competitiveness: A study of small and medium enterprises in the manufacturing sector in Nairobi, Kenya* (Doctoral dissertation). Kenyatta University, Nairobi City County, Kenya.
- Somuyiwa, A., & Adebayo, I. (2013). Firm's competitiveness through supply chain responsiveness and supply chain management practices in Nigeria. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 1. 142-147.
- Zainurossalamia, S., Djoko, S., & Syarifah, H. (2016). The effect of innovation on firm performance and competitive advantage. *European Journal of Business and Management*, 29 (8), 2222-2839.