

Requublic of Yemen

Ministry of Higher Education and
Scientific Research

Emirates International University

Faculty of Administrative and Financial
Science



الجمهورية اليمنية

وزاره التعليم العالي والبحث العلمي

الجامعة الاماراتية الدولية

كلية العلوم الادارية والمالية

أثر الأبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية ودراسة حالة على الجامعة الاماراتية الدولية

بحث مقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص ادارة
الاعمال الدولية

عمل الطلبة /

عبدالله صالح محمد الوهاشي

وديع عبدالفتاح احمد مجاهد الاسدي

طارق توفيق محمد صالح

المأمون انور صالح القاضي

ابراهيم فضل احمد الذيباني

زيد علي محمد الطايبي

اشراف /

د. جبر عبدالقوي السنباني

2022 م - 1444هـ

صفحه اقرار المشروع من المشرف

(Supervisor signature page)

أثر الأبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية ودراسة حالة على الجامعة الاماراتية الدولية

تم الاشراف على هذا المشروع من قبلنا ، والمقدم لاستكمال متطلبات
الحصول على درجه البكالوريوس في تخصص ادارة الاعمال الدولية
قسم العلوم الادارية والمالية

كلية العلوم الادارية والمالية
الجامعة الاماراتية الدولية

اسم المشرف : د. حبر السنباني
التوقيع :

2022

صفحة اقرار المشروع من الطلبة

(students signature page)

أثر الأبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية ودراسة حالة على الجامعة الاماراتية الدولية

نحن الطلبة الموقعين ادناه. نقر انه تم انجاز هذا المشروع من قبلنا. وبجهد ذاتي
منا وبمساعدة المشرف

والمقدم لاستكمال متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس
في تخصص ادارة الاعمال الدولية قسم العلوم الادارية والمالية
كلية العلوم الادارية والمالية
الجامعة الاماراتية الدولية

م	اسم الطالب	التوقيع
1	المأمون انور صالح القاضي	
2	إبراهيم فضل أحمد الذبياني	
3	عبدالله صالح محمد الوهاشي	
4	وديع عبدالفتاح احمد مجاهد الاسدي	
5	زيد علي محمد الطايبي	
٦	طارق توفيق محمد صالح	

2022

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد..

فإننا نشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لنا إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد أولاً وآخرًا.

ثم أشكر أولئك الأخيار الذين مدوا لنا يد المساعدة، خلال هذه الفترة، وفي مقدمتهم دكتورنا المشرف/ جبر السنباني فهو من نصحننا أو أرشدنا أو ووجهنا وساهم معنا في إعداد هذا البحث بإيصالنا للمراجع والمصادر المطلوبة في أي مرحلة من مراحلها فله جزيل الشكر والامتنان

كما يطيب لنا عرفانا بالجميل ان نتقدم بالشكر لعميد كلية العلوم المالية والإدارية الدكتور / محمد الكهالي الذي منحنا من وقته ولم يبخل علينا بأرائه وتشجيعه ولمسنا منه كل الاحترام وحسن التعامل فله منا جزيل الشكر

ولا يفوتنا ان نتقدم بالشكر لرئيس قسم العلوم المالية والادارية الدكتور / فهمي الدقاف الذي وقف معنا وقدم لنا الدعم من اجل ان نجتاز هذه المرحلة التعليمية

ولا ننسى في هذا المقام ان نشكر الجامعة الاماراتية وجميع طاقمها العامل وكل من تعاون معنا وساهم في اخراج هذا العمل المتواضع من طور التفكير الى الواقع العملي فجزاهم الله خيرا الجزاء.

الماء

إذا كان لبحثنا قيمة فإن هناك كثيرين ممّن شاركونا في ذلك..

ابائنا الذي كان له جهد كبير في مسيرتنا الدراسة

امهاتنا ، التي جعلتنا نتمسك بالأمل وتجاوز الصعاب بكل ثبات..

اخواننا واخواتنا ، الذين لم يخلوا علينا بالجهد الوفير..

اصدقائنا واهالينا ، الذين شاركونا الفرح والحزن على الدّوام..

نقدم لكم بحثنا هذا

(يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ)

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
صفحة إقرار المشروع من المشرف.....	ب.
صفحة إقرار المشروع من الطلبة.....	ت.
شكر وتقدير	ث.
الاهداء.....	ج.
الآية القرآنية.....	ح.
قائمة المحتويات.....	خ.
قائمة الجداول.....	ر.
قائمة الاشكال.....	س.
المقدمة.....	١.
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	٢.
منهجية الدراسة	٣.
مشكلة الدراسة	٣.
اهداف الدراسة	٤.
النموذج المعرفي للدراسة	٤.
التعريفات والمصطلحات الإجرائية للدراسة	٥.
حدود الدراسة	٧.
الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية	١٠.
الدراسات المتعلقة بالأبداع المنظمي	١٢.
التعقيب على الدراسات السابقة	١٣.
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	١٥.
الميزة التنافسية	١٦.
مفهوم الميزة التنافسية	١٧.
أبعاد الميزة التنافسية	٢٠.

الميزة التنافسية للجامعات	٢٣
خصائص الميزة التنافسية للجامعات	٢٤
أساليب تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات	٢٥
الابداع المنظمي	٢٦
أهمية الابداع المنظمي للجامعات	٢٧
أبعاد الابداع المنظمي	٢٨
الابداع التقني	٣٠
مصادر الابداع المنظمي	٣١
الفصل الثالث : منهجية الدراسة وإجراءاتها	٣٣
تمهيد	٣٤
منهج الدراسة	٣٤
مجتمع وعينة الدراسة	٣٤
مصادر جمع البيانات	٣٤
أداة الدراسة وخطوات بنائها	٣٥
مقياس أداة الدراسة	٣٦
الاساليب الإحصائية المستخدمة	٣٦
أختبار صدق وثبات أداة الدراسة : صدق أداة الدراسة	٣٧
اختبار ثبات الأداة	٣٩
الفصل الرابع : عرض وتحليل وتفسير النتائج ومناقشتها	٤٠
المبحث الأول : عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة	٤١
عرض خصائص عينة الدراسة	٤١
متغير النوع	٤١
متغير العمر	٤٢
متغير المؤهل العلمي	٤٣
متغير سنوات الخدمة	٤٤
متغير المسمى الوظيفي	٤٥
التحليل الوصفي للنتائج حسب فقرات الاستبانة	٤٦
التحليل الوصفي لابعاد المتغير المستقل الإبداع المنظمي	٤٧

٤٨	البعد الأول : الإبداع الإداري
٤٩	البعد الثاني : التقني
٥٠	التحليل الوصفي لأبعاد المتغير التابع : الميزة التنافسية
٥١	تحليل فقرات البعد الأول : الكفاءة
٥٢	تحليل فقرات البعد الثاني: الجودة
٥٣	تحليل فقرات البعد الثالث: التجدي
٥٤	تحليل فقرات البعد الرابع: الاستجابة لحاجات العميل
٥٦	المبحث الثاني : اختيار فرضيات الدراسة
٥٦	تمهيد
٥٦	اختبار الفرضية الرئيسية الأولى
٥٧	اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى
٥٩	اختبار الفرضية الرئيسية الثانية
٦٥	الفصل الخامس : الاستنتاجات والتوصيات
٦٦	المبحث الأول : الاستنتاجات
٦٨	المبحث الثاني : التوصيات والمقترحات
٦٨	أولاً : التوصيات
٦٩	ثانياً : المقترحات
٧٠	المراجع

قائمة الجداول

الصفحة

بيان الجدول

جدول (٢- ١) تعاريف الميزة التنافسية.....	١٨
جدول (١) مكونات استمارة الاستبانة	٣٧
جدول (٢): الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد المتغير المستقل الإبداع المنظمي.....	٣٨
جدول (٣): الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد المتغير التابع الميزة التنافسية.....	٣٨
جدول (٤) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لأداة الدراسة.....	٣٩
جدول (٦) خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر.....	٤٠
جدول (٧) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.....	٤٣
جدول (٨) خصائص عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة.....	٤٤
جدول (٩) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي.....	٤٥
جدول (١٠) كيفية تفسير قيم المتوسط الحسابي والنسب الموجودة في جداول النتائج.....	٤٦
جدول (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الإبداع المنظمي.....	٤٧
جدول (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد الإبداع الإداري.....	٤٨
جدول (١٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد التقني.....	٤٩
جدول (١٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الميزة التنافسية.....	٥٠
جدول (١٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد الكفاءة.....	٥١
جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد الجودة.....	٥٢
جدول (١٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد التجديد.....	٥٣
جدول (١٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد الاستجابة لحاجات العميل.....	٥٤
جدول (١٩) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة	٥٦
جدول (٢٠) نتائج معامل ارتباط بيرسون لتفسير العلاقة بين أبعاد المتغيرات.....	٥٧
جدول (٢١): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى باستخدام تحليل الانحدار المتعدد.....	٤٨
جدول (٢٢) نتائج اختبار (T) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير النوع.....	٥٩

جدول (٢٣) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير

العمر.....٦٠

حسب متغير المؤهل العلمي.....٦١

جدول (٢٥) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير سنوات

الخدمة.....٦٢

جدول (٢٦) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير المسمى

الوظيفي.....٦٣

قائمة الاشكال

الصفحة

بيان الشكل

- شكل (١ - ١) النموذج المعرفي للدراسة ٥
- شكل بياني رقم (١) خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع ٤١
- شكل بياني رقم (٢) خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر ٤٢
- شكل بياني رقم (٣) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي ٤٣
- شكل بياني رقم (٤) خصائص عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة ٤٤
- شكل بياني رقم (٥) خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع ٤٥

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

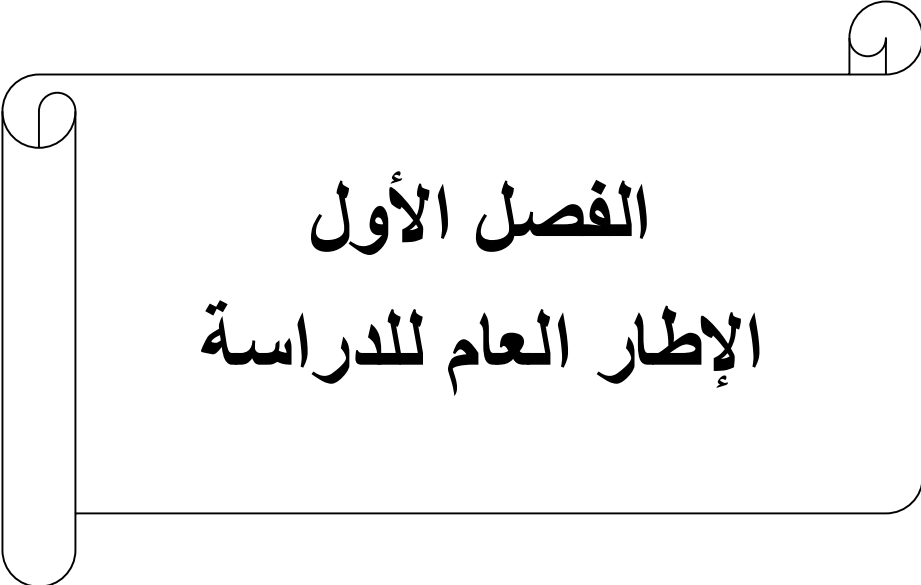
يشهد العالم اليوم تطورات وتغيرات متسارعة في مختلف المجالات، سواء المتعلقة منها بتطورات التكنولوجيا والاتصالات، أو المتعلقة بظاهرة العولمة واشتداد المنافسة وتسارع وتيرة الابتكارات والاختراعات التي تعرفها بيئة الأعمال، ما جعل المنظمات تواجه العديد من التحديات والصعوبات، فبيئة الأعمال اليوم الشيء الوحيد المؤكد فيها هو عدم التأكد، والثابت الوحيد هو التغيير، ومن أجل ضمان البقاء والنمو والاستمرارية في السوق أضحت تتسابق لاقتناص الفرص المتاحة ومواجهة التحديات والتهديدات المتوقعة، لتحقيق ميزة تنافسية.

ويعد الإبداع المنظمي من المواضيع التي أخذت حيزاً من اهتمام الكثير من المفكرين والباحثين والمتخصصين والمؤسسات، ويرجع ذلك إلى القدرة التي يتميز بها الإبداع عن دونه من الأساليب الإدارية في تطوير أداء المؤسسات، كونه أداة مهمة من أدوات التعامل مع التطورات والمتغيرات، ومفتاحاً أساسياً لأية ميزة تنافسية حيث تتمثل هذه الأخيرة القاعدة الأساسية التي يركز عليها نجاح المؤسسات التي من النادر أن تمتلك سبقاً تنافسياً على كافة الأصعدة وفي جميع المجالات مقارنة بالمنافسين نظراً لمحدودية الموارد المتاحة الأمر الذي يفرض عليها السعي لاكتساب المزيد من المزايا التنافسية وتحقيق الأفضلية التنافسية بها بصفة دائمة لاسيما في ظل اشتداد المنافسة.

وتعد الجامعات الأهلية العامة في اليمن من أهم المؤسسات التي يعتمد عليها في أحداث التطوير والتغيير في المجتمع شأنها شأن غيرها من المؤسسات التي تبحث عن مكانة لها في الصدارة بل تسعى لتكون في المقدمة وقادرة على مواجهة المنافسة وتحقيق النتائج الفضلى وأن تكون لديها مرونة استراتيجية تساعد الأفراد أن يكونوا قادرين على الإبداع لتستفيد من مواهبهم الإبداعية واستثمار ما لديهم من قدرات وطاقات لتطوير الأداء والخدمات التي تحقق الميزة التنافسية.

فالجامعات وجدت لتقديم خدمات تعليمية للمجتمع ولأجل أن تنمو وتتطور في بيئة منافسة كالإبداع المنظمي والمرونة الاستراتيجية بالإضافة إلى توفر الإمكانيات (المالية والمادية والبشرية والتكنولوجية وغيرها) التي تمكنها من تقديم تلك الخدمات المتطورة والتميزة بما يواكب تطور التعليم العالي ويمكنها تحقيق الميزة التنافسية.

وفي ضوء ما سبق تأتي هذه الدراسة للتعرف على أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية



الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل منهجية الدراسة المتكونة من: مشكلة الدراسة وأهمية الدراسة وأهدافها والنموذج المعرفي للدراسة وفرضيات الدراسة ومصطلحات الدراسة وحدود الدراسة كما يتضمن الدراسات السابقة.

منهجية الدراسة:

مشكلة الدراسة:

أن امتلاك الميزة التنافسية عملية صعبة مع أنها أصبحت من بديهيات متطلبات نجاح المؤسسة التعليمية التي تعمل في بيئة تتصف بالتغيرات والتطورات المتسارعة والتميز هو احد مفاهيم الإدارة المعاصرة ويعد احد التحديات التي تواجه المؤسسات التعليمية وأن تحققه يعني تحقيق النجاح والتفوق والريادة لاسيما في حالة التوجه نحو العالمية وحتى تستطيع المؤسسات تحقيق ذلك فإنها تحتاج إلى الإبداع المنظمي وهذا ما اتفق عليه الكثير من الكتاب الباحثين والمهتمين على أن حاجة المؤسسات إلى الإبداع المنظمي في سبيل تحقيق الميزة التنافسية حاجة ملحة تفرضها التطورات والتغيرات وهذا ما أكدته نتائج الدراسات السابقة ومنها دراسة النشمي والدعيس (٢٠١٧) 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, Namusonge, mwirigi (276.2016 التي أشارت إلى أن الإبداع المنظمي يشكل الأساس لبناء ميزة تنافسية.

والتنافس بين مؤسسات التعليم العالي الاهلية يتطلب منها تقديم خدمات بشكل افضل يضاهي في نظيراتها في مؤسسات التعليم العالي العربية والعالمية ومواكبة مستجدات بيئة الأعمال وما يتطلبه السوق وذلك من خلال تبني مداخل ومفاهيم إدارية حديثة كالإبداع المنظمي والمرونة الاستراتيجية وصولاً إلى تحقيق ميزة تنافسية وهذا ما أكدته بعض الدراسات السابقة مثل دراسة عساف (٢٠١٥) ودراسة الشريف وربيع (٢٠١٧) ودراسة أبو رذن والعنزي (٢٠١٧) وغيرها من الدراسات والأبحاث.

وعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت الدراسة كدراسة عساف (٢٠١٥) التي تناولت متغيرات الإبداع والميزة التنافسية ودراسة النشمي والدعيس (٢٠١٧) التي تناولت متغيرات الإبداع والميزة التنافسية ودراسة احمد ومحمد (٢٠١٩) التي تناولت الميزة التنافسية إلا أنه حسب علم الباحثون لا توجد دراسات سابقة تناولت الإبداع المنظمي والميزة التنافسية في الجامعات الأهلية العامة في اليمن.

وبناء على ذلك تظهر الحاجة إلى إجراء مثل هذه الدراسة لقياس اثر الإبداع المنظمي تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية، ويمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة من خلال التساؤل عن الآتي:

ما اثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية ؟

أولاً: الأهمية النظرية:

تبرز الأهمية النظرية للدراسة في الآتي:

- تعد الدراسة الحالية من الدراسات الأولى - بحسب علم الباحثون - على المستوى المحلي التي تناولت الإبداع المنظمي والميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية.
- تبيان أهمية ممارسة الإبداع المنظمي في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية.
- تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبات العربية والمحلية وذلك لقلّة أو ندرة الدراسات والأبحاث العلمية التي تناولت مثل هذه المواضيع في مؤسسات التعليم العالي على المستوى المحلي والعربي.

ثانياً: الأهمية العملية:

تبرز الأهمية العملية للدراسة في الآتي:

- تحليل واقع الجامعات الأهلية العاملة في اليمن فيما يتعلق بمستوى ممارسة المرونة الاستراتيجية.
- تشكل هذه الدراسة نقطة الانطلاق لإجراء دراسات وأبحاث علمية مستقبلية مشابهة في مؤسسات أخرى أو مكملّة لهذه الدراسة.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في الآتي:

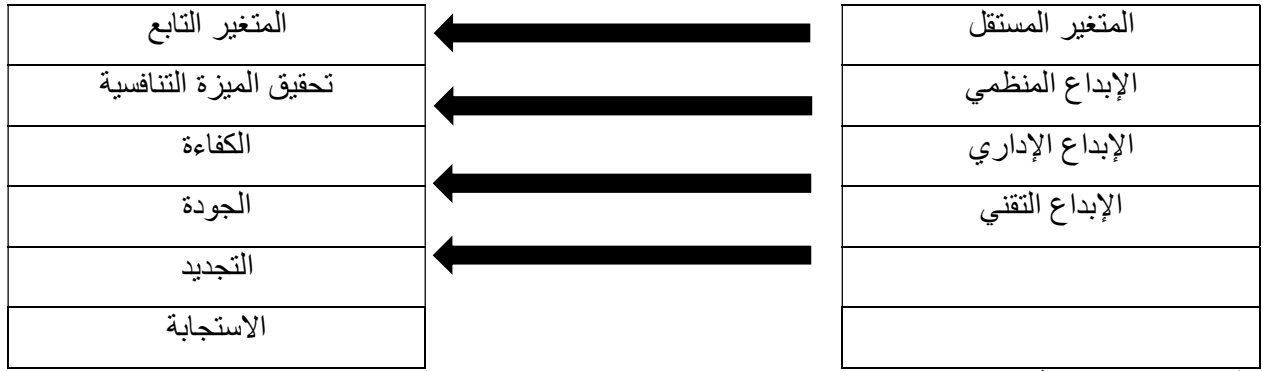
- التعرف على مستوى ممارسة الإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية.
- التعرف على مستوى تحقق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية.

- قياس اثر ممارسة الإبداع المنظمي في تحقق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية.

النموذج المعرفي للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة في بناء النموذج المعرفي للدراسة على مشكلة الدراسة وأهدافها كما تم الاطلاع على عدد من الدراسات والأبحاث العلمية العربية والأجنبية والنماذج ذات العلاقة بموضوع الدراسة وبذلك تم بناء النموذج المعرفي للدراسة الذي يتكون من الإبداع المنظمي.

شكل (١ - ١) النموذج المعرفي للدراسة



فرضيات الدراسة:

بناء على مشكلة وأهداف الدراسة الحالية والاستفادة من الدراسات السابقة وبهدف دراسة النموذج المعرفي الموضح بالشكل (١ - ١) واختبار الأثر على مستوى متغيرات الدراسة تم صياغة خمس فرضيات رئيسة تفرع منها عدد من الفرضيات وفقاً لأبعاد متغيرات النموذج المعرفي للدراسة وذلك على النحو الآتي:

الفرضية الأولى H1: يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية ويتفرع منها الفرضيتان الفرعيتان الآتيتان:

- 1 - H1: يوجد اثر للإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية.

- 2 - H1: يوجد اثر للإبداع التقني في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية.

الفرضية الثانية: H2: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن تعزى للمتغيرات المنظمية المتمثلة في (النوع العمر المؤهل المستوى الوظيفي).

التعريفات والمصطلحات الإجرائية للدراسة:

١- الإبداع المنظمي:

يعرف بأنه: عملية تعتمدھا المنظمات لتطوير سلع وخدمات جديدة أو تحسين أنظمة الإنتاج والتشغيل للاستجابة الأفضل لحاجات زبائنھا

ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه: مجموعة من الأفكار والأساليب والإجراءات والأنظمة والتقانة التي تتبناها الجامعات الأهلية العاملة في اليمن لتطوير خدماتھا وعملياتھا الأكاديمية والإدارية لتحقيق حاجات ورضاء عملائھا.

٢- 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 تروجھا المنظمة التي ينتمون إليها ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه الأفكار والأساليب والإجراءات الجديدة التي تقضي إلى تطوير الأنظمة الإدارية وبيئة العمل في الجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

٣- الإبداع التقني:

يعرف بأنه: إدخال تغييرات تقنية جديدة للمنظمة حول نشاط العمل الرئيسي (عبد الوهاب، ٢٠١٢، ٣٩). ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه: إدخال الجامعات الأهلية العاملة في اليمن تقنيات وأنظمة وتكنولوجيا حديثة بغرض تحسين خدماتھا مقارنة بالمنافسين.

٤- الميزة التنافسية:

عرفھا (MacMillan) بأنها تمثل خاصية أو مجموعة خصائص تتفرد بها المنظمة، وتمكنھا من الاحتفاظ بها لفترة زمنية طويلة نسبيا نتيجة لصعوبة محاكاتها، وتمكنھا من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من منتجات للعملاء (إسحق، ٢٠١٣، ٦٨).

وتعرف من الناحية الإجرائية بأنها مجموعة من الخصائص أو المزايا التي تتميز بها بعض الجامعات الأهلية العاملة في اليمن على غيرها من الجامعات المنافسة المعتمدة على المصادر والموارد التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين، والمحافظة عليها لمدة زمنية طويلة.

أ) الكفاءة:

تعرف بأنها حسن استغلال الموارد المنظمة المختلفة في توفير مخرجات تفوق قيمتها قيمة المدخلات المستخدمة في إنتاج تلك المخرجات (علي، ٢٠١٣، ٣٥).

وتعرف من الناحية الإجرائية بأنها: الاستخدام الكفء والمنظم للموارد من خلال تدريب العاملين وتطوير كفاءتهم، بهدف إيجاد مخرجات متميزة بأقل كلفة ممكنة.

(ب) الجودة:

يقصد بها: مستوى التفوق لمنتج يتصف بمجموعة من الصفات المطابقة للمواصفات المخطط لها التي تلبي حاجات ورغبات العملاء أو تتجاوزها، وبدون حدوث أي ضرر للمجتمع. (عايض، ٢٠١٨، ٣٤).

وتعرف من الناحية الإجرائية بأنها : التحسين المستمر والبحث عن طرق أفضل لعمل الأشياء الصحيحة من أول مرة، وتقديم خدمات بمواصفات تحقق أو تفوق متطلبات العملاء لإرضائهم، ومن ثم اسعادهم.

(ج) التجديد:

يُعرف بأنه كل ما هو جديد أو حديث متعلق بطريقة إدارة المنظمة أو منتجاتها، وهو كل تطور يتحقق في أنواع المنتجات وعمليات الإنتاج ونظم الإدارة والهياكل التنظيمية والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المنظمة (علي، ٢٠١٣، ٣٦)

ويعرف من الناحية الإجرائية بأنه عملية استحداث خدمات أو عمليات جديدة، وكل تقدم يطرأ على خدمات الجامعات الأهلية العاملة في اليمن، وهياكلها وأساليبها الإدارية واستراتيجياتها.

(د) الاستجابة لحاجات العميل:

تعني توفير الحاجات والرغبات المتعلقة بالزبون من أجل اقتنائه السلعة أو الخدمة، وكيفية إيصالها إليه عبر سلسلة تجهيز، وذلك من أجل مقابلة احتياجات الزبون و تسليمه السلعة أو الخدمة في الوقت المناسب (الشريف، ٢٠١٥، ٤٠).

وتعرف من الناحية الإجرائية بأنها تلبية طلبات واحتياجات العملاء من حيث الوقت والمرونة في الاستجابة للتغيرات في رغبات العملاء والاعتماد على الخدمات في تحقيق القيمة التي يتوقعها العملاء بشكل أفضل من المنافسين، بما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات الأهلية العاملة في اليمن.

حدود الدراسة:

أولاً: الحدود الموضوعية:

اقتصرت هذه الدراسة على أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية.

ثانياً: الحدود المكانية الميدانية

اقتصرت هذه الدراسة على الجامعة الإماراتية الدولية .

ثالثاً: الحدود البشرية

اقتصرت هذه الدراسة على العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية.

الدراسات المتعلقة بالإبداع المنظمي والميزة التنافسية.

١. دراسة احمد (٢٠١٨)، بعنوان: "الدور الوسيط للتغيير الإداري في العلاقة بين الإبداع والميزة التنافسية للشركات الصناعية العامة بالسودان".

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 بـ القدرات المميزة للشخصية المبدعة و المتغيرات التنظيمية الباعثة للإبداع)، أما أبعاد الميزة التنافسية فتمثلت بـ: (التكلفة، الجودة، المرونة، والتسليم)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وتم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة، وبلغ حجم العينة (٣٨٤) فرداً كعينة قصدية للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة إيجابية بين مكونات الإبداع والميزة التنافسية.

٢- دراسة حميدة (٢٠١٨)، بعنوان: "الإبداع التكنولوجي كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية".

هدفت إلى إبراز دور الإبداع التكنولوجي في تحقيق ميزة تنافسية بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية من خلال دراسة أثر الإبداع التكنولوجي المتمثلة أبعاده في المنتج والعملية الإنتاجية)، في أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في الجودة والتسليم والتكلفة، والمرونة)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة على المقابلات، والملاحظة والاستبانة)، وبلغ حجم العينة (٣٦٣) فرداً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود أثر ذي دلالة إحصائية للإبداع التكنولوجي في أبعاد الميزة التنافسية (الجودة، التسليم، التكلفة، والمرونة).

٣- دراسة فضيلة (٢٠١٨)، بعنوان: "أثر الإبداع التكنولوجي في استراتيجيات التنافسية للمؤسسات في دولة الجزائر".

هدفت إلى إبراز أثر الإبداع التكنولوجي في الاستراتيجيات العامة للتنافس والقوى الخمس لبورتر)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة، وبلغت العينة (٥٠) فرداً كعينة عشوائية، حيث تمثلت أبعاد الإبداع التكنولوجي بإبداع المنتج، إبداع

العملية)، بينما تمثلت أبعاد استراتيجيات التنافسية باستراتيجية التميز استراتيجية التركيز)، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الإبداع التكنولوجي يساهم في تحقيق الاستراتيجيات العامة للتنافس.

٤- دراسة النشوي والدعيس (٢٠١٧)، بعنوان: الإبداع الإداري وعلاقته بتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الخاصة باليمن:

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 مثل جميع القيادات العليا والوسطى في الجامعات الخاصة في اليمن مجتمع الدراسة، وبلغ حجم العينة (١٠٨) 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 بعد 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 لا يمكن للمنافسين تخطيها.

٥- دراسة يحيوي (٢٠١٣)، بعنوان: "الإبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية في منظمات الأعمال دراسة حالة مؤسسة مدينة الحضنة بالمسيلة":

هدفت إلى التعرف على واقع الإبداع في مؤسسات ملبنة ومدى مساهمته في إكسابها ميزة تنافسية مستدامة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة، وتم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة إضافة لكل من المقابلة والملاحظة، وتم اختيار عينة عشوائية بلغ حجمها (٥٥) فرداً. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن الميزة التنافسية في ظل بيئة شديدة التنافس تتوقف على قدرة المؤسسة على الإبداع.

٦- دراسة المطيري (٢٠١٢) بعنوان: "أثر التوجه الإبداعي في تحقيق ميزة تنافسية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الكويتية":

هدفت إلى بيان أثر التوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الكويتية حيث تمثلت أبعاد التوجه الإبداعي بالنية بالإبداع، البنية التحتية للإبداع، تأثير الإبداع، تنفيذ الإبداع، وكانت أبعاد الميزة التنافسية هي التميز والسرعة والاستجابة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على تساؤلات وفرضيات الدراسة وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة حيث بلغ حجم العينة (١٠٢) مفردة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتوجه الإبداعي في تحقيق الميزة التنافسية.

٧- دراسة السرحان (٢٠٠٥) بعنوان "دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية":

هدفت إلى تطوير نموذج يسعى إلى بيان الدور المؤثر الذي يحتمل أن يؤديه الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية وتمثل مجتمع الدراسة بالمديرين والموظفين والعلماء للبنوك التجارية الأردنية، وقد تم جمع بيانات الدراسة الميدانية بواسطة الاستبانة، حيث تم أخذ عينة عشوائية من المديرين وقد بلغ حجم العينة (٢٤٠) مديراً وموظفاً و عميلاً للبنوك التجارية الأردنية العاملة ضمن القطاع المصرفي الأردني المكون من (١٦) مصرفاً، وتم اختبار النموذج من خلال دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة وتحليلها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار والإبداع التسويقي وبين تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية.

الدراسات المتعلقة بالميزة التنافسية:

١- دراسة شلبي (٢٠١٨) بعنوان: "متطلبات تحقيق الميزة التنافسية لجامعة المنصورة في ضوء بعض الخبرات العالمية":

هدفت إلى التوصل إلى تصور مقترح لتحقيق ميزة تنافسية في جامعة المنصورة واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي للإجابة عن تساؤلات الدراسة وفرضياتها، وتم جمع بيانات الدراسة بواسطة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة عشوائية بلغت (٢٧٦) فرداً من أعضاء هيئة التدريس والأساتذة المساعدين من مختلف التخصصات، وتمثلت أبعاد الميزة التنافسية بـ (التكلفة الجودة، المرونة، الإبداع أو الابتكار، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: ضرورة وجود عدة متطلبات لتحقيق الميزة التنافسية بجامعة المنصورة من خلال إعداد تصور مقترح منها توفير الجامعة لبنية تحتية واستقطاب المتميزين من أعضاء هيئة التدريس بالإضافة إلى إنشاء حاضنات التكنولوجيا.

٢- دراسة إبراهيم (٢٠١٥) بعنوان : "تنمية الموارد البشرية وأثرها في خلق الميزة التنافسية في الجامعات السودانية، دراسة حالة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا":

هدفت إلى التعرف على منجزات تنمية الموارد البشرية وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية للجامعات والكشف عن مدى إمكانية النظر إلى تدريب الموارد البشرية كاستراتيجية تنافسية للجامعات عامة، وجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا خاصة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الإحصائي باستخدام أداة الاستبانة وتطبيقها على مجتمع الدراسة الأصلي من الموظفين وأعضاء هيئة التدريس بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، بهدف

التعرف على أثر تنمية الموارد البشرية في خلق الميزة التنافسية في الجامعات السودانية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن العنصر البشري يعد الأساس لخلق الميزة التنافسية في الجامعات.

٣- دراسة العتيبي (٢٠١٤)، بعنوان: "تسويق الخدمات الجامعية ودوره في تحسين القدرة التنافسية للجامعات السعودية":

هدفت إلى التعرف على دور تسويق الخدمات الجامعية في تحسين القدرة التنافسية لجامعتي أم القرى والملك عبد العزيز، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي للإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة، وبلغت عينة الدراسة (٣٠٨) فرداً كعينة عشوائية نسبية من مجتمع الدراسة المتمثل بأعضاء هيئة التدريس بالجامعتين، وتمثلت أبعاد الميزة التنافسية بجودة الخدمات الإبداع والابتكار، السيطرة على الأسواق، كفاءة العمليات، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها أن تسويق الجامعات للخدمات المجتمعية كجزء من رسالتها تجاه المجتمع بشكل عام جاء بدرجة متوسط، كما أوضحت الدراسة أن من أبرز ما يشير إلى ما تقدمه الجامعات فيما يتعلق بالخدمات المجتمعية، أنها تقيم معارض عامة للأعمال والمنتجات المختلفة بدرجة عالية.

٤- دراسة علي (٢٠١٣)، بعنوان: "متطلبات استدامة الميزة التنافسية في التعليم العالي- وجهة النظر القائمة على أساس الموارد، دراسة حالة الجامعة الإسلامية بغزة":

هدفت إلى التعرف على متطلبات الميزة التنافسية في مؤسسات التعليم العالي من وجهة النظر القائمة على الموارد واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة، كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات حيث اعتمدت الدراسة على أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة والمكون من (الإدارة العليا ومديري الوحدات والدوائر في الجامعة الإسلامية وبلغت العينة (١٢٠) مفردة من مجتمع الدراسة المتمثل بالإدارة العليا ومديري الإدارات والدوائر بالجامعة الإسلامية بغزة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة طردية قوية بين مستوى الميزة التنافسية ومتطلبات استدامتها في الجامعة الإسلامية وأن متطلبات استدامة الميزة التنافسية للجامعة الإسلامية تتأثر بصورة جوهرية بكل من المتغيرات المستقلة التالية (تقييم موارد وقدرات الجامعة والتعلم المنظمي، والتحسين المستمر، والتكليف المنظمي والتركيز على الأسس العامة لبناء الميزة التنافسية).

٥- دراسة ويح (٢٠١٣) بعنوان: "متطلبات تطوير رأس المال الفكري لتحقيق الميزة التنافسية للجامعات دراسة ميدانية على جامعة بنها":

هدفت إلى التعرف على آراء أعضاء هيئة التدريس لمدى توافر متطلبات تطوير رأس المال الفكري بجامعة بنها لتحقيق الميزة التنافسية بها بغية تقديم مجموعة من المقترحات لتفعيل دوره في تحقيق الميزة التنافسية لها، وذلك من

خلال عرض الأسس الفكرية لرأس المال الفكري والميزة التنافسية ومعرفة العلاقة بينهما، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعالجة مشكلة الدراسة عن طريق توضيح ماهية رأس المال الفكري ومكوناته وخصائصه وأهميته، والتطرق إلى مفهوم الميزة التنافسية ومصادرها، وصولاً إلى الكشف عن العلاقة بين رأس المال الفكري وتحقيق الميزة التنافسية لجامعة بنها، وتقديم مقترحات لتفعيل دور رأس المال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية لجامعة بنها. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن استثمار الجامعة لطاقتها الفكرية والإبداعية وتوفير الفرص للناهبين من أعضاء هيئة ومشروعاتهم من شأنه أن يحقق الميزة التنافسية للجامعة.

٦- دراسة العنزي (٢٠١٣) بعنوان: "دور تمكين العاملين في الميزة التنافسية":

هدفت إلى الكشف عن دور تمكين العاملين من خلال المشاركة بالمعلومات، والحرية والاستقلالية، وفرق العمل المدارة ذاتياً) في الميزة التنافسية من خلال الجودة والقدرة الجهرية والاستجابة للزبون) واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي الوصفي، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة، حيث تم اختيار عينة عشوائية بلغت (١٢٣) فرداً من مدرسي ثلاث كليات أهلية بمحافظة النجف في إيران وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: قلة حصول المدرسين على ما يحتاجونه من معلومات في الحالات الطارئة من دون طلب المساعدة، فضلاً عن ضعف الاتصالات داخل الكليات الأهلية وفي جميع الاتجاهات؛ ما أدى إلى تأثير ضعيف في قدرة الكليات على تقديم خدمات ذات جودة عالية باستمرار للطلاب وعدم تفوقها على المنافسين.

الدراسات المتعلقة بالإبداع المنظمي:

١- دراسة محمد والشيخ (٢٠١٨) بعنوان: "أثر رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي، دراسة تطبيقية في كلية العلوم الإدارية جامعة نجران":

هدفت إلى اختبار تأثير رأس المال الفكري في الإبداع التنظيمي في كلية العلوم الإدارية بجامعة نجران بالمملكة العربية السعودية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن تساؤلات وفرضيات الدراسة، وتم جمع البيانات بواسطة الاستبانة، كما استخدمت أسلوب الحصر الشامل لاختيار أفراد عينة الدراسة البالغ عددهم (١٠١) فرداً من مجتمع الدراسة المتمثل بأعضاء هيئة التدريس بكلية العلوم الإدارية بجامعة نجران، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط معنوية بين رأس المال الفكري والإبداع التنظيمي.

٢- دراسة البناء (٢٠١٩) بعنوان: "تأثير القيادة التحويلية المعدل في العلاقة بين رأس المال الفكري والإبداع المنظمي".

هدفت إلى تحديد مستوى توافر أنواع الإبداع المنظمي واختبار العلاقة بين رأس المال الفكري بأنواعه والإبداع المنظمي في الشركات مجتمع الدراسة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يحاول معرفة التأثير

المعدل للقيادة التحويلية على رأس المال الفكري كمتغيرات مستقلة وعلاقته بالإبداع كمتغير تابع بهدف التحقق فيما إذا كانت نتائج هذا التأثير تؤيد التوقعات النظرية لتأثير القيادة التحويلية في زيادة التفاعل بين المتغير المستقل والمتغير التابع في شركات برمجة الحاسوب في صنعاء، وكان حجم العينة (٢٥٠) مفردة لمجتمع يتكون من (٣٩٥) عنصراً، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها : توافر الإبداع المنظمي بمستوى عالي في شركات تكنولوجيا المعلومات الحاسوبية محل الدراسة.

٣- دراسة طباشيات (٢٠١١) بعنوان "دور الإبداع التنظيمي في تطوير المنظمات العامة مع التطبيق على المؤسسات العامة المستقلة في المملكة الأردنية الهاشمية":

هدفت إلى بيان مدى توافر الإبداع التنظيمي في المؤسسات العامة في المملكة الأردنية الهاشمية واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي والتفسيري والاستكشافي للإجابة عن فرضيات الدراسة وتسألاتها، وتم جمع البيانات الميدانية بواسطة الاستبانة وبلغ حجم العينة (٢٨٤) مفردة كعينة قصدية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: توافر المقومات الرئيسية للإبداع المنظمي في المؤسسات العامة المستقلة في المملكة الأردنية الهاشمية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تم استعراض (٣٨) دراسة من الدراسات والأبحاث العلمية السابقة، التي تناولت مواضيع ذات صلة بمواضيع الدراسة الحالية، ومن خلال استعراضها تبين الآتي:

أولاً : أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- ١- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في كل من المتغير المستقل المتمثل في الإبداع المنظمي والمتغير التابع المتمثل في الميزة التنافسية كدراسة أحمد (٢٠١٨) حميدة (٢٠١٨) ، ودراسة النشمي والدعيس (٢٠١٧)، ودراسة الياسري (٢٠٠٦)، Aziz Samad (2016)، ودراسة . Kising u et al (2016).
- ٢- اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في المتغير التابع فقط، وكذلك في المتغير الوسيط فقط وكذلك المتغير المستقل فقط.

ثانياً : أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

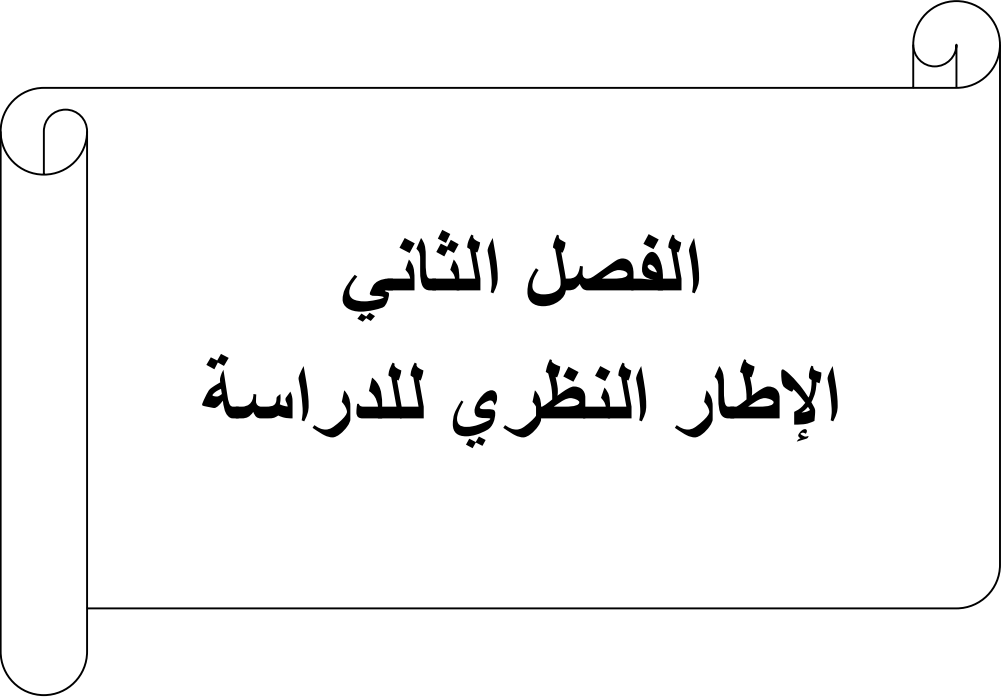
- ١- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث البيئة التي أجريت فيها ، حيث أجريت هذه الدراسة في البيئة اليمنية ، بينما أجريت الدراسات السابقة في بيئة عربية وأجنبية عدا دراسة عمر (٢٠١٩) ودراسة النشمي والدعيس (٢٠١٧).

٢- تختلف الدراسة الحالية عن كثير من الدراسات السابقة في مجتمع الدراسة ، حيث ركزت الدراسة الحالية على مجتمع الدراسة المتمثل بالقيادات في الجامعات الاهلية العاملة في اليمن ، بينما غالبية الدراسات السابقة أجريت في القطاعات الصناعية والمصارف ، عدا دراسة عمر (٢٠١٩) ، ودراسة النشمي والدعيس (٢٠١٧) التي أجريت في اليمن ، ودراسة Maganbi و Mothami (٢٠١٦) ودراسة الفيومي (٢٠١٠) التي أجريت في دول أخرى .

ثالثاً: مجالات استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في كثير من الجوانب، أهمها:

- ١- التأسيس النظري العلمي لمشكلة الدراسة، والعلاقة النظرية بين متغيرات الدراسة وإثراء الإطار النظري للدراسة.
- ٢- تتبع بداية النشأة والظهور المتغيرات الدراسة.
- ٣- صياغة مشروع الخطة، والهيكل العام للدراسة، وتحديد محاور الإطار للدراسة، وصياغة فرضيات الدراسة وفق متغيراتها.
- ٤- تحديد مجموعة من المصادر والمراجع لجمع المعلومات الثانوية ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة.
- ٥- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في مناقشة نتائج الدراسة الحالية، وتحليلها، ومقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة.

A decorative scroll frame with a vertical scroll on the left and a horizontal scroll on the top right, enclosing the chapter title.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

الميزة التنافسية (Sustainable Competitive Advantage):

تمهيد:

يتضمن هذا المبحث عرضاً للميزة التنافسية من حيث: مفهوم الميزة التنافسية ومفهوم الميزة التنافسية ، وخصائصها، وأبعادها، ومؤشراتها، ومصادرها، والميزة التنافسية للجامعات وأهم مبررات الميزة التنافسية التي دفعت الجامعات للاهتمام بهاء وأساليب تحقيق الميزة التنافسية ، ومعوقات تحقيقها في الجامعات.

مفهوم الميزة التنافسية:

لقد تم طرح مفهوم الميزة التنافسية بتسميات متعددة من أبرزها القدرة التنافسية، التفوق التنافسي وتشير إلى الكيفية التي تستطيع المنظمة أن تميز نفسها، وتحقق التفوق على منافسيها (٢٠١٢، ١٨).

وبرز مفهوم الميزة التنافسية بشكل واضح في مطلع الثمانينيات حين قدم (بورتر)، مفهوم الاستراتيجيات التنافسية بين منظمات الأعمال، وأشار إلى أن العامل الأهم والمحدد لنجاح منظمات الأعمال هو الموقف التنافسي لها، وتعد الميزة التنافسية بمثابة المجال الذي تتمتع فيه المنظمة بقدرة أعلى من منافسيها في استغلال الفرص الخارجية أو الحد من اثر التهديدات.

وتتبع الميزة التنافسية من قدرة المنظمة على استغلال مواردها المادية أو البشرية، فقد تتعلق بالكفاءة أو بالجودة أو التكنولوجيا أو القدرة على تخفيض التكلفة، أو الابتكار والتطوير أو وفرة الموارد المانية، أو تميز الفكر الإداري، أو امتلاك موارد بشرية مؤهلة (إدريس والمرسي، ٢٠٠٢، ١٥).

هذا وقد تعددت تعريفات الميزة التنافسية، ومنها أن "الميزة التنافسية هي عنصر تفوق المنظمة التي يتم تحقيقها في حال اتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس" (خليل، ١٩٩٨، ٣٩).

وقد عرفت بأنها: الطرق الجديدة التي تكتشفها المؤسسة التي تكون أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، بحيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، أي بمعنى آخر إحداث عملية إبداع في المؤسسة بمفهوم أوسع معتمداً على تحليل الصناعة وتحليل القيمة في القطاع الصناعي (porter, 1998, 48).

وتعرف أيضا بأنها: قدرة المؤسسة على إيجاد قيمة لربائنها من خلال استراتيجية تنافسية ذكية وفعالة تؤكد تميزها واختلافها عن منافسيها، ويمكنها من مواجهتهم وزيادة حصتها السوقية وتحقيق أرباح تضمن لها البقاء والاستمرار " (عبد السميع، ٢٠١٠، ١٩٣).

كما تعرف بأنها: "التخطيط الاستراتيجي الذي يهدف إلى تحقيق التميز والإبداع والكفاءة والفاعلية والاقتصاد والتنمية " (سليم، فلمبان، وشريقي، ٢٠١١، ٧٧).

كما توصف الميزة التنافسية بأنها "هدف تسعى المنظمة إلى تحقيقه بشكل يميزها عن غيرها من المنظمات ويصعب تقليدها إما بطريقة تقديم الخدمة أو بشكل المنتج أو من ناحية السعر أو بكل ذلك معاً" (الخالدي، ٢٠١٣، ٣٤).

مفهوم الميزة التنافسية:

ظهر مصطلح الاستدامة في نهاية ثمانينيات القرن الماضي، وتبلور هذا المفهوم بشكل أكبر بعدما حدد 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، ٢٠١٧، ١٥٨).

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 المعاضيدي، (٢٠٠٧، ٩) وحتى يتم بلورة مفهوم واضح للميزة التنافسية المستدامة، فإنه يتطلب معرفة ثلاثة مصطلحات يركز عليها هذا المفهوم، وهي الميزة التنافسية)، وقد أورد قاموس Webster (2003) تعريفاً لهذه المصطلحات (طالب، والبناء ٢٠١٢، ١٤٤)، وهي كالآتي:

عرف الميزة بأنها: "الحالة أو المنفعة الناتجة عن مسار عمل المنظمة".

وعرف التنافسية بأنها: "الخصائص التي تتصف بها المنظمة مقارنة بمنافسيها".

وعرف 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 وبني حمدان ٢٠١٣، ٥).

كما عرفت الميزة التنافسية بأنها: "المنافع والفوائد التي تحصل عليها المنظمة لأطول فترة ممكنة والتي لا يمكن تقليدها أو استنساخها من قبل المنظمات الأخرى" (محسن، ٢٠١٢، ٤٥).

كما تعرف بأنها: "خاصية أو مجموعة خصائص نسبية تنفرد بها المؤسسة ويمكنها الاحتفاظ بها لمدة طويلة نسبياً - نتيجة صعوبة محاكاتها، أو التي تحقق خلال تلك المدة المنفعة لها وتمكنها من التفوق على المنافسين فيما تقدمه من خدمات أو سلع" (الزعيبي، ٢٠٠٥، ١٣٨).

وقد عرفها Adebay و Samuyiwa (33, 2013) 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".

كما عرف Hill و Jones (4, 2011) الميزة التنافسية بأنها: "القدرة المنظمة على تحقيق ربحية فوق المتوسط والحفاظ عليها لعدة سنوات".

وأوضح النجار ومحسن (٢٠١٢، ٥٧) أن الميزة التنافسية تستهدف تكوين ميزة فريدة تتفوق بها على المنافسين من خلال إعطائها قيمة للزبون بطريقة كفوءة يمكن المحافظة عليها باستمرار وعرضها وتقديمها بشكل أفضل من المنافسين. وقد عرف بعض الكتاب والباحثين الميزة التنافسية في التعليم الجامعي بعدد من التعريفات توضحها في الجدول (١-٢).

جدول (٢ - ١) تعاريف الميزة التنافسية

م	اسم الباحث والسنة	التعريف
١	(المقادمة، ٢٠١٣)	تسابق الجامعات من أجل تحقيق الأفضل في وظائفها الثلاث: التعليم البحث العلمي - خدمة المجتمع والوصول إلى مستويات العالمية.
٢	(بوطبة، ٢٠١٤)	قدرة الجامعة على تقديم خدمة تعليمية وبحثية عالية الجودة ما 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 إقبال الطلاب على الالتحاق بها.
٣	(عبد المطلب، ٢٠١٦)	هي قدرة المؤسسة أو الجامعة على حسن استخدام الإمكانيات من معارف ومهارات لتحقيق التقدم المنشود على المنافسين، وتنافسية الجامعة جزء لا يتجزأ من تنافسية الدولة، وتعنى الاستغلال الأفضل لقدرات الجامعة البحثية وإنتاج المعرفة، التي تسهم في تنمية المجتمع، وإعداد الموارد

		البشرية على مستوى عال بشكل متميز عن الجامعات الأخرى.
٤	(سرحان وقضاة ، ٢٠١٦)	مجموع المزايا التي تنتهجها الجامعة كالتوجه الاستراتيجي والاهتمام بالعنصر البشري والتحسين المستمر والابتكار داخل الجامعة والاهتمام بالتكنولوجيا ومواجهة التغيرات التي تطرأ على المجتمع التي تجعل الجامعة قادرة على مواجهة حدة المنافسة في المجتمع المحلي والدولي.
٥	(الدحياني ، ٢٠١٧)	مجموعة الخصائص التي تميز الجامعة عن غيرها وتسعى إلى تطويرها من خلال آليات ووسائل تشجع أعضاء هيئة التدريس على الإبداع في مجالات أخرى تميزها عن غيرها من الجامعات.
٦	(العباد ، ٢٠١٧)	قدرة الجامعة على تحقيق الجودة التعليمية والحفاظ عليها، وزيادة كفاءتها الداخلية وزيادة الطلب عليها، وتحسين أدائها ومخرجاتها بما يحقق أهدافها المحلية والعالمية، ويضمن الاستمرار في تقديم خدماتها بمستوى عال، الأمر الذي يساعد على حصولها مراكز متقدمة في الترتيب العالمي للجامعات والمؤسسات الأكاديمية والبحثية.
٧	(شليبي ، ٢٠١٨)	قدرة الجامعة على تقديم خدماتها التعليمية والبحثية والمجتمعية على مستوى عالي من الجودة مما يكسب خريجها وأعضاء التدريس بها مزايا تنافسية في سوق العمل ما يعكس تقدمها في التحاق الطلاب بها والوصول إلى مستوى يمكنها لأن تكون جامعة من متميزة عالميا.
٨	(الجعشني ، ٢٠١٨)	مجموعة من الخصائص الفريدة للمنتج أو الخدمة التي تقدمها الجامعات لجميع . المستفيدين منه بصورة يصعب تقليدها من قبل المنافسين، وتقديم مخرجات تلبي سوق العمل، بما يمكنها من تعزيز موقفها التنافسي.

المصدر: (المولى، ٢٠١٩، ٧٩).

كما أورد عايض وأبو هادي (٢٠١٩، ١٧٤) بأن الاستدامة ترتبط بالاتي:

- ١- هنالك ارتباطا فيما بين الاستدامة والمدى الزمني الذي تتحقق فيه حالة الاستدامة.
- ٢- مفهوم الاستدامة يرتبط بالأجل الطويل.
- ٣- الميزة التنافسية تتطلب استخدام نقاط قوة وقدرات متفردة لدى المنظمة، تسهم في الدفاع عن المنظمة ضد حالات التقليد من قبل المنظمات الأخرى.
- ٤- المنظمات تسعى للمحافظة على استدامة ميزتها التنافسية من خلال القيام ببعض الأفعال والتصرفات التي تسهم في تضيق وسد الطريق أمام المنظمات المنافسة من تقليد واستخدام القدرات والموارد ونقاط القوة التي

تمتلكها، وهنا تنشأ علاقة الارتباط بين الاستدامة والتصرفات التي تتخذها المنظمات والتي من شأنها أن تحد من قدرة المنافسين على تقليد ميزتها التنافسية.

٥- الموارد غير القابلة للتقليد تعد وسيلة أساسية لتحقيق المزايا التنافسية واستدامتها.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن أن نعرف الميزة التنافسية المستدامة بأنها مجموعة من المزايا التي تتميز بها بعض المنظمات على غيرها من المنظمات المعتمدة على المصادر والموارد التي يصعب تقليدها من قبل المنافسين، والمحافظة عليها في الأجل الطويل.

أبعاد الميزة التنافسية:

لقد تم تحديد أبعاد الميزة التنافسية بالاعتماد على نموذج (Hill & Jones ، ٢٠١١) والمتمثلة في: (الكفاءة، الجودة التجديد، الاستجابة لحاجات العميل) حيث إن هذه الأبعاد تتناسب مع مجتمع الدراسة، لأنها توحى بالاستمرارية والاستدامة، كما أنها تركز على تلبية احتياجات ورغبات العملاء من خلال الكفاءة والجودة والتجديد المستمر وسرعة الاستجابة للعميل، وهذا ما تحتاجه الجامعات التي تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية على المنافسين، كما أن هذه الأبعاد - قد تم دراستها مجتمعة أو متفرقة في كثير من الدراسات السابقة كدراسة (النعمي، ٢٠١٨) ودراسة (العنزي ٢٠١٣) ودراسة (أبو هادي، ٢٠١٩).

وقد اتفقت العديد من الدراسات على أن أبعاد الميزة التنافسية هي: الكفاءة، الجودة، التجديد والاستجابة لحاجات العميل والتي يمكن توضيحها كما يأتي:

١- الكفاءة:

يتركز امتلاك المنظمة لميزة تنافسية على كفاءتها في إنتاج مخرجات معينة باستخدام اقل المدخلات، حيث تشير الكفاءة إلى حسن استغلال موارد المنظمة المختلفة في توفير مخرجات تفوق قيمتها قيمة المدخلات المستخدمة في إنتاج تلك المخرجات، ويرى (Browan 1996) بأن الكفاءة تعني القدرة على التكليف المستمر مع البيئة والبقاء فيها، من خلال الاستخدام الكفء للموارد المتاحة، وتعد العمالة الإنتاجية المصدر الأكبر لتعزيز الكتابة (خليفة ٢٠١٣، ٦٩).

من 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، مما يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

٢- الجودة:

هي أن تتمكن المنظمة من تقديم سلعة أو خدمة متميزة وفريدة 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 الحوارجة، ٢٠١٣ (٧٧٤) ويمكن أن يؤدي تطبيق إدارة الجودة الشاملة دوراً مهماً 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، سواء 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 تنتهج الطرق المثلى لتقديم الخدمات المتميزة والمخرجات التعليمية التي تلبي متطلبات المجتمع وأماله (المولى ٢٠١٩، ٩٦).

و من خلال ما سبق يمكن تعريف الجودة بأنها التحسين المستمر والبحث عن طرق أفضل لعمل الأشياء الصحيحة من أول مرة، وتقديم خدمات وسلع بمواصفات تحقق أو تفوق متطلبات العملاء لإرضائهم، ومن ثم إيساعدهم، وهذا يساهم في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات.

٣- التجديد:

يُعرف التجديد بأنه: "عملية التغيير والتحسين في النظام التعليمي أو في جزء منه بغرض رفع كفاءته وزيادة فاعليته وجعله أكثر ملاءمة لظروف المجتمع الذي يوجد فيه، الأنية منها والمتوقعة بدران والدeshان (بدران والدeshان ، ٢٠٠١ ، ١٥).

إن مدى تحقيق الميزة التنافسية يرتبط بمستوى التجديد المتحقق في إيجادها وتطبيقها في الواقع العملي للمنظمة، وهذا يعني بأن تحقيق الميزة التنافسية لا يمكن أن تكون وتستمر دون أن يكون هنالك تجديد متوافق مع الإمكانيات المتاحة في التطبيق والتمايز بها عن الآخرين، وبدون ذلك لا معنى للميزة التنافسية لأنها ستكون نسخاً لأفكار مماثلة تم تقليدها من قبل الآخرين، وبالتالي تنتهي هذه الميزة التنافسية البكري) وبني حمدان (٢٠١٣، ١٠).

ويعد التجديد من أهم أبعاد تحقيق الميزة التنافسية ، فهو يشير إلى عملية استحداث منتجات أو عمليات جديدة، وإلى كل تقدم يطرأ على منتجات المنظمة وهياكلها وأساليبها الإدارية واستراتيجياتها زعلان (٢٠١٧) (١٨٣) ويرى (٢٠١٤ ، Russell & Millar) أن التجديد يشير إلى القدرة على تطبيق تكنولوجيا جديدة، وفتح أسواق جديدة، وتقليل الوقت اللازم لتطوير المنتجات وإدخال منتجات جديدة، وعندما يكون التجديد ضمن

مسمار استراتيجية المنظمة، فمن المؤكد أنه سيؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة من الصعب على المنافسين تقليدها بن نذير (٢٠١٠ ، ١٨٣).

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف التجديد بأنه : عملية استحداث منتجات أو عمليات جديدة و كل تقدم يطرأ على خدمات المنظمة، وهياكلها وأساليبها الإدارية واستراتيجياتها، بما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية.

فالتجديد في التعليم الجامعي يقتضي الآتي (بدران والدeshan ٢٠٠١ ، ٧١):

- التجديد في المقررات الدراسية ونظام المواد الاختبارية والأنظمة الدراسية التي تعد في بعض الجامعات تجديداً، مع أن بعض الجامعات في بلدان أخرى قد تم استخدامها منذ فترات طويلة.
- التجديد في إدارة وبنية وأنماط التعليم الجامعي.
- ويرى الباحث أن التجديد في الجامعات الأهلية أصبح ضرورة ملحة تفرضها وتقضيها طبيعة العصر ومتغيراته، وتعدد حاجات ومطالب التنمية في المجتمع، بما يسهم في تشخيص ومعالجة مشكلات الحاضر، ويهيئ المجتمع لما يتوقع أن يأتي به المستقبل.

٤- الاستجابة لحاجات العميل:

يعد الحصول على العملاء والمحافظة على ولأنهم من أهم متطلبات استدامة الميزة التنافسية للمنظمة، ويتطلب ذلك معرفة دقيقة 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, 2013, 3) أن الاستجابة اتجاه إيجابي أو سلبي يعتمد عليه العملاء في تجاربهم لمنتجات المنظمة، بحيث تكون متوافر لدى مجموعة كبيرة من الأفراد والمنظمات الموجودة في العالم الحقيقي أو العالم الافتراضي كالإنترنت، وتستطيع المنظمة أن تحقق ميزة تنافسية من خلال قدرتها على تقديم وإنتاج منتجات تشبع احتياجات عملائها بشكل أفضل من منافسيها، وعليه سيصبح هناك مواءمة ما بين هذه السلع والخدمات مع المطالب الفردية أو الجماعية، ويمكن اعتبار الجودة والتجديد جوانب مكملية للاستجابة لحاجات العميل، حيث إن عملية تحسين جودة المنتجات يجب أن تكون متلائمة مع الاستجابة المتحققة لحاجات العملاء من خلال طرح منتجات جديدة تحمل مواصفات تفتقر إليها المنتجات الحالية، كما أن الاستجابة من قبل المنظمة لحاجات العملاء بشكل أسرع من المنافسين له دور كبير في تحقيق الميزة التنافسية (النعيمي ٢٠١٨ ، ٦٢).

وهذا يعني أن تحقيق الاستجابة للعملاء يتطلب زعلان (٢٠١٧ ، ١٨١):

- التركيز على العميل من خلال التركيز على معرفة احتياجاته ورغباته.
- التركيز على إشباع حاجات العميل.
- التركيز على سرعة الاستجابة لحاجات العميل.

كما أن تحقيق الاستجابة للعملاء تتم من خلال (جميل، ٢٠١٨، ٢٧٣):

- تحسين جودة المنتجات أو تطوير منتجات جديدة ذات سمات وخصائص تفتقر إليها المنتجات المتواجدة في السوق.
- سرعة الاستجابة لحاجات العملاء من خلال تقليص الوقت المستغرق بالنسبة للسلعة حتى تسليمها، أو الخدمة حتى أدائها.
- تصميم منتجات تنسجم مع طلبات العملاء.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف الاستجابة لحاجات العميل بأنها تعني تلبية طلبات وحاجات العملاء من حيث الجودة والوقت مع المرونة في الاستجابة للتغيرات في أذواق ورغبات العملاء من حيث الأحجام والأشكال والألوان والمقاسات والاعتماد على المنتجات في تحقيق القيمة التي يتوقعها العملاء بشكل أفضل من المنافسين بما يسهم في تحقيق الميزة التنافسية.

ولأغراض هذه الدراسة تم قياس بعد الاستجابة لحاجات العملاء، من خلال المؤشرات الآتية:

- تنفيذ دراسات استطلاعية للتعرف على الاحتياجات المختلفة للعملاء.
- الاستجابة لحاجات ورغبات العملاء المتغيرة.
- تخفيض وقت الاستجابة للعملاء من خلال السرعة في تقديم الخدمة للعملاء بما يحقق متطلبات التنافس.
- وبالتالي التميز على المنافسين.
- تنفيذ مقترحات العملاء التي تسهم في تطوير الخدمات.

الميزة التنافسية للجامعات:

ينظر للجامعات باعتبارها محوراً رئيساً في تلبية احتياجات المجتمع والوفاء بمتطلبات التنمية في ظل المتغيرات العالمية المتلاحقة، والتي أدت إلى انفتاح مجتمعات العالم بعضها على البعض، فقد أدى هذا الانفتاح إلى سعي الجامعات؛ لتحسين وتجويد مخرجاتها للمنافسة والتميز، حيث إنها تعمل في بيئة تتسم بالتطور المتصاعد للمتغيرات البيئية السريعة كالعولمة والمنافسة في تقديم خدمات متطورة؛ الأمر الذي أدى إلى إيجاد تحديات ومتطلبات جديدة، سواء كانت خدمية أو إنتاجية ومن ثم استخدام الجامعات لجميع مواردها كأدوات لتحقيق الميزة التنافسية.

كما أن التنافسية من المفاهيم الحديثة التي بدأت تظهر وتستخدم في المؤسسات التعليمية في السنوات الأخيرة، لاسيما 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 ٢٠١٤ (٢٠) وعليه فإن مخرجات التعليم العالي مصدر مهم للتنافسية الوطنية بسبب دوره في التحسن الصناعي وتوليد القيمة المضافة، فلكي يكون الاقتصاد إنتاجياً و تنافسياً لابد من وجود نظام تعليم عال قوي وفعال يتميز بالجودة بهدف بناء قاعدة رأس مال بشري متميز يسعى إلى الإزدهار الوطني (البرادعي، ٢٠٠٩، ١٧٦).

لقد أصبحت الجامعات ملزمة بتحقيق مزايا تنافسية كالبحت 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 تبعدا عن طبيعة مؤسسات الأعمال وتأثيرات السوق والمنافسة وأنها المكان الذي يوفر العلم والمعرفة اللازمين 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 جعلتا الجامعة متجهة نحو السوق وفق النظرية الاقتصادية (السوسي، ٢٠١٥، ٣١) 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، ٢٠٠٦، ٩٥).

خصائص الميزة التنافسية للجامعات:

تحتوي الميزة التنافسية للجامعات على عدة خصائص منها:

- التميز لكونها مرجعا لغيرها من النظراء فيما يتعلق بأطرها التنظيمية والتعليمية والبحثية.
- التميز الجامعي بإنتاجيتها المؤسسية بالأفضلية مهنية وتقنيا مقارنة بالمنافسين (عيدروس ، ٢٠١٥، ١٣٠)
- القيادة خارجيا بفعل رغبات وحاجات عملاء الجامعة (الوادي والزعبي، ٢٠١١، ٦٤).
- الاستمرار على المدى الطويل، وليس على المدى القصير (السيبي ٢٠١٥، ٢٢٥).

مبررات الميزة التنافسية للجامعات:

إن التزايد المستمر في عدد الجامعات في القرن الحادي والعشرين وسعيها الدؤوب للتقدم ومواكبة التطور والنمو زاد من مسؤولياتها واهتماماتها، ما أفرز نظرة شاملة شكلت أولويات جديدة للمرحلة المقبلة، خاصة في ظل حدوث تحولات عالمية كبيرة تؤثر بشكل مباشر على الجامعات ومسار عملها الاستراتيجي، مثل العولمة والتطورات والتقنيات التكنولوجية والثورة المعرفية المعلوماتية، كل ذلك وغيره أوجد تحديات كبيرة أمام الجامعات وألزمها مواكبة التطور وإحداث التغيير الفعال في عملها المؤسسي على كافة مستوياته وتحقيق الاستثمار النوعي في تنمية

المورد البشري والذي يعد العامل الحاسم في عملية تطور المؤسسة لأجل تحقيق الكفاءة والفاعلية والسرعة في الأداء والانجاز والوصول إلى الجودة المطلوبة تحقيقاً للميزة التنافسية في إطار السياق العالمي المتغير.

لقد أصبح التوجه نحو تحقيق الجودة والتميز في الجامعات أمراً لا بد منه؛ كون الجامعات عبر العالم تواجه حالة تنافسية شديدة، وما يعقد الأمور هو العيش في عالم متغير ومتقلب على كافة الأصعدة السياسية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية وغيرها، ما دفع المؤسسات الأكاديمية لاسيما الجامعات إلى التفكير في استراتيجيات تعزز من قدراتها التنافسية وتضمن لها استمرارية التميز. و يمكن تفسير الاهتمام المتزايد بالميزة التنافسية في التعليم العالي بغلبة الاتجاه المهني على الاتجاه العلمي في طبيعة التعليم الجامعي، وكذلك بروز مفهوم السوق والبيات ودخوله في عمق عمليات وأنشطة مؤسسات التعليم العالي، وقياس أدائها ومخرجاتها؛ ذلك لأن واحدة من المزايا التنافسية الرئيسة في عصرنا الحالي هي التطبيق الفعال للمعرفة العلمية والتكنولوجية (نصر، ٢٠١٣، ٩٧).

أساليب تحقيق الميزة التنافسية في الجامعات:

أن من أهم المتطلبات لتحقيق الميزة التنافسية في الجامعات الأخذ بالمداخل الإدارية الحديثة، حيث إن الجامعات أصبحت الآن أحوج ما تكون إلى الارتقاء بإدارتها ومخرجاتها على أسس متخصصة وعلمية متطورة، بهدف تقليل الأخطاء وتحقيق التنافس لمواجهة التحديات التي أفرزتها التطورات المحلية والعالمية الجديدة والتي تؤكد على ضرورة تحديث الأساليب الإدارية التي يفترض أن تأخذ بها الجامعات التي أثبتت فاعليتها في الارتقاء بأدائها وبقائها في دائرة التنافسية، ومن هذه الأساليب الحديثة الآتي:

١) إدارة الجودة الشاملة:

بعد أسلوب إدارة الجودة الشاملة من الاتجاهات الحديثة في الإدارة التي تؤدي إلى بقاء المؤسسة وتميزها، فهي الفكر أو الفلسفة الإدارية التي تبنى على تحقيق رغبات العميل من خلال مخرجات مقننة تقدمها المؤسسة، وهي مسئولية جميع العاملين في المؤسسة بقيادة تدعم تحسين المخرجات وتحقق رسالة المؤسسة ورؤيتها (محمد ٢٠١٥، ٦١٢).

والجودة ظاهرة عالمية وفلسفة تنتهجها المؤسسة لامتلاك ميزة تنافسية تميزها عن غيرها من المؤسسات لضمان البقاء والاستمرار في ظل تزايد طلب العملاء على الجودة لأنها قائمة على رضا المستهلك ومشاركة العاملين في الجامعة.

كما أن إدارة الجودة الشاملة في الجامعات تحتاج إلى منهجية تتمثل في تحديد مسؤوليات العملية الإدارية وتحديد احتياجات المستفيدين ومحاولة تطبيق مواصفات العملية التعليمية الجامعية وإيجاد وتطوير معايير تجويد النظام التعليمي الجامعي وإيجاد فرص تجويد وتطوير التعليم الجامعي ومواكبة التحسين المستمر في العملية التعليمية الجامعية (سليم وآخرون ٢٠١٠، ١٥٦).

ومن هذا تعد إدارة الجودة الشاملة مدخلاً تكاملياً للعمليات الإدارية للمنظمات الحديثة بهدف التحسين المستمر في أدائها لاكتساب الميزة التنافسية محلياً وعالمياً.

وعليه فإن إدارة الجودة الشاملة تعتمد على عدة عناصر أساسية يجب توافرها في الجامعات، وهي كما يلي:

- التركيز على المستفيد والاهتمام برغباته واحتياجاته مثلما يتم التركيز على النتائج، والمستفيد بالنسبة للجامعة قد يكون خارجياً مثل (ولي أمر الطالب، أو المجتمع، أو سوق العمل) وقد يكون داخلياً مثل: (الطلبة والعاملين بها).

- القيادة الإدارية الفاعلة القادرة على التحسين المستمر وضبط جودة العملية التعليمية.
- التحسين المستمر للعمليات من خلال التجديد والابتكار، مثل أسلوب المقارنة المرجعية (فتيحة، ٢٠٠٧، ١٣٣)

- المشاركة والتعاون مع كافة الأطراف في البيئة المحيطة بالجامعة، بما يمدها بالمعلومات ذات الصلة بالجودة، وتمتد علاقات الجامعة إلى جامعات ومجتمعات أخرى ومنظمات دولية تهتم بالبحث العلمي والتعليم العالي.

- العمل الجماعي وتكوين فرق البحث وفرق التدريس وإقامة المؤتمرات والندوات العلمية القائمة على تبادل المعارف مما يسمح بتكوين رؤية استراتيجية مشتركة بين قيادة الجامعة وأعضاء هيئة التدريس والعاملين والإداريين (عون، اليوسف، والعريفي ٢٠١٥-١٣٤-١٣٥).

- التغذية أو المراجعة والاستناد إلى تحليل البيانات والمعلومات في اتخاذ القرارات الفاعلة في الجامعة.
- تفادي الأخطاء قبل وقوعها، ويتطلب ذلك استخدام معايير مقبولة لقياس الجودة (عبادة ٢٠١٦، ٧٧).

ومن أهم مبررات الاهتمام المتزايد بتطبيق إدارة الجودة الشاملة في الجامعات تجديد الثقافة التنظيمية لخدمة التوجهات الاستراتيجية الجديدة في تطوير الجامعات لتجاوز آثار عباب التنافسية في الأسواق العالمية للخريجين في الجامعات ورفع الكفاءتين الداخلية والخارجية للجامعات (دودين ٢٠١٥، ١٥٩).

وتهدف إدارة الجودة الشاملة إلى إبراز أعضاء هيئة التدريس المتميزين وتحفيز كافة وحدات الجامعة من كليات وأقسام علمية لتوفير بيئة أكاديمية تنافسية بما يشجع أعضاء هيئة التدريس على التميز في أبحاثهم وتطوير كفاءاتهم في أساليب التدريس وخدمة المجتمع (أحمد و خليل ٢٠١٥، ٣٤٥).

٢) الاعتماد الأكاديمي:

أكنت العديد من الأدبيات اتجاه المؤسسات التعليمية إلى الاعتماد الأكاديمي باعتباره إحدى ركائز إصلاح التعليم القائمة على نشر ثقافة الجودة في المؤسسات التعليمية، وتحسين جودة عملياتها وبرامجها ومخرجاتها على النحو الذي يؤدي إلى زيادة قدرتها التنافسية من خلال التشجيع المستمر لها للمنافسة المحلية والإقليمية والعالمية في ضوء مقارنة أدائها بالمعايير المحلية والإقليمية والعالمية (الدوسري ٢٠١٣، ٤٨٦).

الإبداع المنظمي (Organizational Innovation):

يتضمن هذا المبحث عرضاً للإبداع المنظمي من حيث: مفهوم الإبداع، ومفهوم الإبداع المنظمي، وأهمية الإبداع المنظمي إضافة إلى نظريات الإبداع المنظمي، ومراحل الإبداع، وأبعاد ومؤشرات قياس الإبداع المنظمي ومستويات ومصادر الإبداع المنظمي، وبعض المفاهيم المرتبطة بالإبداع، وأخيراً معوقات الإبداع المنظمي.

مفهوم الإبداع المنظمي:

يُعرف الإبداع المنظمي : بأنه عملية تعتمد على المنظمات لتطوير سلع وخدمات جديدة، أو تحسين الظلمة الإنتاج والتشغيل، للاستجابة الأفضل لحاجات زبائنهم (Jones ، ٢٠٠٩ ، ١٥).

وعلى الرغم من أن مصطلح الإبداع بعد من بين أكثر المصطلحات شيوعاً في أدبيات الإدارة في الوقت الراهن، إلا أنه عندما يستخدم هذا المصطلح مقروناً بالمنظمة أو الإدارة ليشير إلى الإبداع الإداري أو الإبداع التنظيمي يحمل مضامين وتفسيرات متعددة (هيجان، ١٩٩٩، ١٤).

ويعرف الإبداع المنظمي:

بأنه اعتماد فكرة أو سلوك ماهو جديد بالنسبة للمنظمة" (Daft, 1978, 193).

كما يعرف الإبداع المنظمي أيضاً بأنه: ابتكار وتنفيذ ممارسات إدارية وعملية وهياكل تنظيمية أو أسلوب جديد لتحقيق الأهداف التنظيمية (Julian، ٢٠٠٨، ٨٢٥).

ويعرف أيضاً بأنه توليد الأفكار الجديدة وتنفيذها لإنتاج منتج جديد (سلعة أو خدمة)، نقود لنمو ديناميكي في الاقتصاد الوطني، وتعمل على زيادة العمالة لايجاد ربح صاف المؤسسات الأعمال المبدعة (Guimaraes & ١٩٩٤ .٣). (Langlery).

ويتضح بأن كل التعريفات السابقة قد حكمت وجهات نظر بعض الباحثين حول هذا المفهوم من وجهات نظرهم الخاصة التي تخدم فكرهم ودراساتهم، 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 حاجت ورضا عملائها.

وبالنظر إلى هذا التعريف يتضح أنه يتضمن الجوانب الأساسية الآتية:

- ينظر للإبداع كعملية توليد أفكار.
- هذه العملية تقود إلى تطوير أو تقديم خدمات جديدة في المنظمات.
- الناتج الإبداعي ينعكس إيجابياً على تحقيق ميزة تنافسية للمنظمات من . تلبية حاجات ورضا العملاء.

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 التغير والتقدم السمة الرئيسة 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 ٢٠١١ ، ٢٧) الذي أشار إلى أن عدداً من الباحثين يعتبر أن الإبداع وإدارة الإبداع من وظائف المدير الرئيسة، ويجب عليه حسن إدارتها، وقد أصبح الإبداع ضرورة لازمة للمنظمات لمواجهة التحديات المختلفة والمتنوعة، بل أصبح مطلباً حيويًا لتحقيق المزايا التنافسية لها.

ويمكن بيان أهمية الإبداع المنظمي في الجامعات على النحو الآتي:

- زيادة الإيرادات المالية.
- خفض النفقات التشغيلية.
- تحسين الأداء المنظمي.
- تطوير الخدمات وابتكار 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.

لقد أصبح الإبداع المنظمي ضرورياً للجامعات لكي تواكب المستجدات وتواجه التهديدات المعاصرة للحفاظ على مركز تميزها، وبذلك استجابت الجامعات للحاجة إلى الإبداع المنظمي بمستويات مختلفة من الاهتمام، فبعضها تبني سياسات شاملة للإبداع على مستوى المنظمة ككل، وبعضها أنشأ وحدات تنظيمية خاصة لتطوير الإبداع وتنميته، مثل وحدات التطوير الإداري والتطوير التنظيمي، وهناك جامعات قامت بتدريب الأفراد على السلوك والتفكير الإبداعي وأخذت تتنافس فيما بينها في مجال الإبداع والنظر إليه باعتباره يحقق ميزة تنافسية (البدري، ٢٠١٣، ١٦٨).

كما يسهم الإبداع في المنظمات في تكثيف القوى التنافسية وإثارتها، لأن الإبداع يخفض التكلفة في المنظمات، مما يجذب العملاء إليها بعيداً عن المنظمات المنافسة، كما يسهم الإبداع في زيادة جودة العملية التعليمية مما يحقق لها الميزة التنافسية ويدعم مستوى تميز مخرجاتها.

أبعاد الإبداع المنظمي:

تم التوصل إلى تحديد أبعاد الإبداع المنظمي، من خلال النظر إلى مكونات الإبداع، فبعض الباحثين ذكروا صفات الإبداع على أنها مكونات، وبعض الباحثين لم يتطرق إلى الإبداع الإداري بل ركزوا على الإبداع التقني فقط، كما أن أكثر الباحثين بحسب الجدول (٢-٣) استخدموا الإبداع الإداري والتقني؛ ولأغراض هذه الدراسة؛ ولكون كل من الإبداع الإداري والإبداع التقني يكمل كل منهما الآخر وانسجامهما مع متغيرات الدراسات الأخرى، فقد استخدمت الدراسة هذا التقسيم كأبعاد للإبداع المنظمي، نظراً لشمول هذا التقسيم لجميع أنواع الإبداع المنظمي المتمثلة في الإبداع الإداري، الإبداع التقني، كما أشارت إلى ذلك بعض الدراسات السابقة كدراسة عبد الوهاب (٢٠١٢)، ودراسة البناء (٢٠١٩).

وفيما يلي توضيح لكل بعد على النحو الآتي:

أولاً: 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 علاقتهم للوصول إلى النتائج التي ترحوها المنظمة التي ينتمون إليها (حريم ٢٠١٠ ، ٥٥)

وقد عرف الإبداع الإداري بأنه: تطوير وتطبيق الأفكار الجديدة المبدعة من قبل الأفراد

الذين يتعاملون مع بعضهم ضمن تنظيم مؤتباء وهو الأفكار والممارسات التي يقدمها المديرون والعاملون والتي تفضي إلى إيجاد عمليات إدارية وطرق وأساليب أكثر كفاءة وفاعلية في إنجاز أهداف المؤسسات وأكثر خدمة للمجتمع (عبد الرسول ٢٠١٢، ١٧).

ويعرف أيضاً بأنه ممارسة العمل الإداري بفكر وأساليب مختلفة أكثر إيجابية، ما يشكل مناخاً وبيئة عمل إيجابية ومواتية للأفراد العاملين وجماعات العمل كل في مجال عمله بالتوليد المستمر للأفكار الجديدة والأداء المتميز أو الحلول البدءة 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، ٢٠١٢، ٣٠٧)

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 ٢٠١٣، ٢٠).

كما يعرف الإبداع الإداري بأنه: السعي المخطط للوصول لأفكار وتحويلها إلى سياسات وإجراءات وطرق جديدة تسهم في تحقيق الميزة التنافسية.. وللإبداع الإداري أشكال متعددة وهي (السكرانة، ٢٠٠٩، ١٩٠):

- المتميز: وهو الجديد الذي يميز المنظمة عن منافسيها.
- الجديد: مصدر التجديد والأفكار المبتكرة الجديدة في البيئة التنافسية.
- التوليفة المبتكرة: وهو إعادة ترتيب الأشياء أو المكونات الموجودة بطريقة جديدة. المحرك الأول في السوق: أي أنه صاحب الفكرة الأولى والمنتج الأول الذي يقود السوق التنافسي.
- اكتشاف الفرص: ويعنى القراءة الجنبية لإمكانيات المنظمة.

وتتمثل عناصر الإبداع الإداري في الآتي:

- الأصالة: ويقصد بها القدرة على إنتاج حلول جديدة، فالمبدع الأصل بهذا المعنى لا يكرر أفكار المحيطين به، ولا يلجأ إلى الحلول التقليدية للمشكلات (سليم، ٢٠٠٢، ٦٧).
- الحساسية للمشكلات: يمتاز الشخص المبدع بأنه يستطيع إدراك المشكل والأزمات في المواقف المختلفة أكثر من غيره، ويلتمس أكثر من مشكلة تحتاج للبحث عن حل لها (يتواني، ٢٠٠٨، ٢٣).
- المرونة: ويقصد بها النظر إلى الأشياء بمنظور جديد غير ما اعتاد عليه الناس. (الصيرفي ٢٠٠٣، ٤٥).
- القدرة على التحليل: ويقصد بها إنتاج إبداعي يتضمن عملية اختيار وتنسيق أي عمل جديد إلى وحدات صغيرة، فالشخص المبدع يمتاز بقدرته على للظلم وتبسيط الأفكار والتخطيط لها عند القيام بأي عمل جديد (العازمي، ٢٠٠٦، ٧٦).
- الطلاقة: يقصد بها القدرة على النتاج عدد كبير من الأفكار والقيم في وحدة زمنية معينة (هيجان ١٩٩٠، ٤٤).
- فالمبدع يتميز عن غيره بكمية الأفكار التي يطرحها في فترة زمنية معينة عن موضوع معين.
- وبناء على ما سبق يمكن قياس الإبداع الإداري في الجامعات من خلال المؤشرات الآتية:
- القدرة على توفير مناخ ملائم لممارسة الإبداع الإداري.
- إعداد أنظمة ولوائح حديثة تساعد على الإبداع .
- القدرة على استقطاب الكفاءات الأكاديمية والإدارية.
- القدرة على توظيف الأفكار الإبداعية للعاملين في تقديم خدمات متميزة.
- وجود موارد كافية لتنفيذ الأفكار الإبداعية.
- تدريب العاملين على توليد الأفكار الإبداعية.

ثانيا: الإبداع التقني:

يتعلق بالتقنيات التي تستخدمها المنظمة والنشاطات والعناصر والعمليات التي تؤدي إلى الحسين وتطوير السلع أو الخدمات التي تقدمها، ويتضمن التركيز على تقديم خدمات للمستفيدين تفوق توقعاتهم (السلطان ٢٠٠٤، ٤٢)

وهو يخص المنتجات والتحسين فيها والطرق القليلة للإنتاج والممارسات التقنية وتطوير عملية إنتاجية أو خدمية في المؤسسة بهدف ترقية الأداء والكفاءة في استخدام الموارد للوصول إلى دعم المركز التنافسي لأي مؤسسة، فالتطور الثاني (التكنولوجي) سلاح أساسي للداهية المؤسسات. ويمكن تصنيف الإبداع التقني (التكنولوجي)، من حيث طبيعة إلى نوعين هما:

(عجينة ٢٠١١، ٤٨٨):

- ١- الإبداع التقني للمنتج: أي الذي يخص تصميم المنتج ووضعه حيز التنفيذ أو تسويق جديد أو تحسينه على المستوى التكنولوجي أو التغيير في مواصفات المنتج أو خصائصه لكي يلبي بعض الرغبات بكيفية أحسن.
 - ٢- الإبداع التقني للطريقة الفنية للإنتاج: ويقصد به معالجة أساليب الإنتاج السلعة أو الخدمة ويهدف إلى تحسين الأداء من الناحيتين الفنية والاقتصادية في أن واحد ما يترتب عنه من نتائج إيجابية في كمية المخرجات و انخفاض تكلفة الإنتاج كما أن الإبداع التقني له دور مهم في تميز أداء المؤسسة وتعزيز ميزتها التنافسية من خلال بن بركة وبن تريكي، (٢٠١١، ٢٤٠):
 - إيجاد موارد جديدة للمؤسسة عن طريق تطوير نشاط المؤسسة وتنوعه في إيجاد سلع وخدمات جديدة لتلبية المتطلبات الجديدة للسوق.
 - زيادة قدرة المؤسسة على التنافس عن طريق سرعة تقديم منتجات وخدمات جديدة وتقليل تكلفة المنتج من خلال الإبداع في العمليات الفنية.
 - جذب المستفيدين أو العملاء للمؤسسة بتقديم سلع أو خدمات جديدة متطورة.
 - الحفاظ على البقاء والاستمرارية والتكيف مع مستجدات السوق التنافسي.
 - تحقيق التنمية المستدامة.
- وإذا أرادت المؤسسة تحقيق ميزة تنافسية مسايرة لمحيطها التنافسي عن طريق الإبداع التكنولوجي عليها أن تحرص على المصادر الآتية رابع ولويزة، (٢٠١٦، ١٦٧):
- البحث والتطوير.
 - اقتناء تكنولوجيا متطورة.
 - التعاون مع مؤسسات أخرى ومنظمات بحثية.
 - تبني الأنشطة المرتبطة بزيادة المعارف.
- وبناء على ما سبق يمكن قياس الإبداع التقني في الجامعات من خلال المؤشرات الآتية:
- استخدام الجامعة لتكنولوجيا متطورة.
 - امتلاك الجامعة الأنظمة معلومات حديثة.

- مدى توافر شبكة اتصالات داخلية تسهل تبادل المعلومات.
- مدى قدرة الجامعات على بناء الظلمة برمجية تساعد على الإبداع.
- سرعة الاستجابة لحاجات العملاء وتلبية متطلباتهم بما يفوق توقعاتهم.
- تفرد الجامعة ببنية تقنية لا يمتلكها المنافسون.

مصادر الإبداع المنظمي

- تنوعت وتعددت مصادر الإبداع، إلا أن أغلب الدراسات تؤكد بأن الأفكار الإبداعية تنبع من عقول العاملين في المنظمات، لذا فإن الإبداع المنظمي ينتج من مصدرين رئيسيين هما:
- مصادر داخلية: وتنتج أساساً من العاملين أفراداً أو جماعات، وتعتبر المعرفة التراكمية للأفراد والجماعات هي المصدر الرئيس للإبداع داخل المنظمة (Mohanty ١٩٩٩، ٨٨) ويعتبر التخيل الإبداعي أحد مصائر الإبداع، ويتلخص في رؤية الأشياء من زوايا جديدة بأن يُفرغ عليها المبدع معنى جديداً، ووظيفة جديدة فالعلم يقوم على الفروض والنظريات كثمرة من ثمرات التخيل، فكل إبداع مرهون بالقدرة على إعادة تنظيم القديم وقولبته بقلب جديد.
 - مصادر خارجية: وتتضمن التقدم التقني (التكنولوجي) والمنافسة، والموردين، والزبائن فإن كما أن الأفكار هي أحد مصادر الإبداع، بالإضافة إلى أن الإبداع يتولد من خلال الاقتراحات أو من خلال البحوث والدراسات (Mohanty، ١٩٩٩، ٨٨)
- ويعود المصدر الحقيقي للإبداع المنظمي إلى مجموعة من الأسباب أهمها الأحداث غير المتوقعة والتعارض أو عدم الانسجام أو التطابق، إضافة إلى الحاجة العملية للتغلب على الصعوبات والتغير في هيكل الصناعة والسوق، والتغيرات الديموغرافية السكانية، والتغيرات في القيم والإدراك، إضافة إلى المعارف الجديدة (٢٠٠٦، ٦٩ Drucker ،
- وتتعدد مصائر الإبداع المنظمي وتتنوع باختلاف العوامل والظروف المحيطة بالمنظمة وبالعاملين، فالمناخ والبيئة التنظيمية عوامل رئيسة تشجع العاملين على الإبداع والعكس صحيح.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

تمهيد:

منهجية الدراسة وإجراءاتها تعد محورا رئيسا يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات الدراسة المتعلقة بموضوع الدراسة، وبالتالي تحقق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها. لذلك سوف يتناول هذا الفصل: منهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، ووحدة التحليل المستخدمة، ومصادر جمع البيانات، وأداة الدراسة وخطوات بنائها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، واختبار التوزيع الطبيعي، وأخيراً قياس مدى صدق أداة الدراسة وثباتها.

منهج الدراسة:

بناءً على طبيعة الدراسة ولكي نحقق أهدافها تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أكثر المناهج استخداماً في دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، فهو الذي سيصف الحالة ويكشف ويحدد العلاقة بين متغيرات الدراسة وأبعادها ليتم تفسير النتائج التي ستصل إليها الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع هذه الدراسة من جميع العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، والبالغ عددهم () مفردة، وقد قام الباحثون باستخدام أسلوب المعاينة غير الاحتمالية العارضة لجمع البيانات الأولية من العينة المختارة البالغة (٥٠) مفردة بعد استبعاد بعض الاستبيانات الغير صالحة للتحليل نتيجة عدم اكتمال بياناتها حيث أجاب البعض على بعض الأسئلة ولم يجيبوا عن بقيتها وبالتالي تم استبعادها من التحليل، وذلك للخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان.

مصادر جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على مصدرين أساسيين لجمع البيانات هما:

أ- المصادر الثانوية: من أجل فهم الظاهرة نظرياً وبناء الإطار النظري للدراسة تم استخدام مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الدراسات العلمية والأبحاث والكتب والمجلات العلمية المحكمة والدوريات، ومواقع الأنترنت المتاحة للبحث العلمي، ذات العلاقة بدور الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية.

ب- المصادر الأولية: تم تصميم استبانة كأداة للدراسة، بالاستعانة بالدراسات السابقة بما يتناسب مع الدراسة الحالية، للتعرف على أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، وذلك للحصول على المعلومات اللازمة لاختبار الفرضيات وتحقيق أهداف الدراسة.

أداة الدراسة وخطوات بنائها:

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة، وقد تم تصميمها وتطويرها لتحديد أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية. وتم الاعتماد في بناء فقرات متغيرات الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة، وذلك وفقاً للخطوات التالية:

(١) استقراء الأدب النظري السابق والاطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة والاستفادة من النظريات والنماذج العلمية التي تناولت الإبداع المنظمي والميزة التنافسية.

(٢) الرجوع إلى الأدبيات العلمية المختلفة ذات العلاقة بأبعاد الدراسة والاستعانة بها في التحديد الدقيق للعناصر التفصيلية والمؤشرات ومتغيرات وأبعاد الدراسة حيث تم الاستفادة من أغلب الدراسات التي تم استعراضها في هذه الدراسة.

(٣) مراجعة أدوات جمع البيانات للدراسات السابقة التي اهتمت بجوانب الدراسة الحالية والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة للاستفادة منها في بناء أداة هذه الدراسة.

(٤) تحديد الأبعاد الرئيسية للاستبانة وصياغة الفقرات الواقعة ضمن كل بُعد.

(٥) إعداد الاستبانة في صورتها الأولية.

(٦) عرض الاستبانة على المشرف وعدد من المحكمين من ذوي العلاقة؛ لاستطلاع آرائهم حول أداة الدراسة، واختبار صدق الأداة.

(٧) بعد إجراءات التحكيم تم التصميم النهائي للاستبانة وتوزيعها.

وتكونت الاستبانة من جزأين هما:

الجزء الأول: يتضمن المعلومات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة والتي شملت: (النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، المسمى الوظيفي).

الجزء الثاني: يتضمن البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة ويتكون من (٢٨ فقرة) مقسمة في محورين هما:

المحور الأول: يتناول الأسئلة الخاصة بالمتغير المستقل (الإبداع المنظمي) ويتكون من (١٠ فقرات) موزعة في بعدين.

المحور الثاني: ويتعلق بالأسئلة الخاصة بالمتغير التابع (الميزة التنافسية) ويتكون من (١٨ فقرة) موزعة في أربعة أبعاد كما في الجدول التالي.

جدول (١) مكونات استمارة الاستبانة

المحاور	الأبعاد	عدد الفقرات	الوزن النسبي
الإبداع المنظمي	الإبداع الإداري	٥	17.86%
	التقني	٥	17.86%
الميزة التنافسية	الكفاءة	٤	14.29%
	الجودة	٥	17.86%
	التجديد	٥	17.86%
	الاستجابة لحاجات العميل	٤	14.29%
الإجمالي			100%
			٢٨

مقياس أداة الدراسة:

اعتمدت الاستبانة على مقياس ليكرت الخماسي المكون من خمس درجات، حيث أعطى الرقم (٥) للبديل موافق بشدة، والرقم (٤) للبديل موافق، والرقم (٣) للبديل موافق إلى حد ما، والرقم (٢) للبديل غير موافق، والرقم (١) للبديل غير موافق بشدة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات، وتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:
أولاً: اختبارات الثبات والصدق لأداة الدراسة:

١. اختبار معامل ارتباط بيرسون (Person's Correlation): لاختبار الصدق البنائي وصدق الاتساق الداخلي.
٢. اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة مدى ثبات أداة الدراسة ومدى مصداقية آراء العينة على مستوى المتغيرات الرئيسية وأبعادها الفرعية.

ثانياً: أساليب الإحصاء الوصفي:

١. التكرارات Frequencies والنسب المئوية لحساب تكرار ونسبة البيانات العامة للمشاركين في عينة الدراسة.

٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة متوسط آراء العينة المشاركة في الدراسة ومدى انحراف إجابات العينة عن الوسط الافتراضي (٣ درجة المحايد) وإثبات موافقة أو عدم موافقة العينة على الفقرات.

ثالثاً: أساليب الإحصاء الاستدلالي:

١. تحليل الانحدار الخطي البسيط **Simple Regression Analyses**: لمعرفة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع (لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى).

٢. الانحدار الخطي المتعدد **Multiple Regression Analysis**: لاختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى.

٣. اختبار (T-test) للعينات المستقلة: لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات آراء أفراد العينة حسب متغيراتها الشخصية التي تتكون من فئتين فقط (النوع).

٤. تحليل التباين F الأحادي (One Way Anova): لاختبار الفروق في آراء العينة حول المتغيرات التي تحتوي على ثلاث فئات فأكثر: (العمر، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة).

اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

صدق أداة الدراسة:

أ. الصدق الظاهري (صدق المحتوى):

يعد الصدق الظاهري أحد أنواع صدق الأداة التي يعتمد عليها في القياس، وقد تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والمعرفة في مجال الإدارة والبحث العلمي، وتم الطلب منهم إبداء آرائهم في مدى مناسبة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبدوها المحكمون تم إجراء التعديلات المقترحة، بالإضافة إلى حذف أو إضافة بعض الفقرات في ضوء المقترحات المقدمة.

ب. صدق الاتساق الداخلي (التكويني):

للتأكد من عدم وجود فقرات في أداة الدراسة يمكن أن تضعف القدرة التفسيرية للنتائج، تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة باستخدام معامل ارتباط بيرسون (R) بين كل فقرة والبُعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، وعلى مستوى جميع فقرات الاستبانة، وتفترض هذه الطريقة أن الفقرة التي ستحصل على درجة ارتباط منخفضة جداً أو ذات قيمة سالبة أو قيمة مستوى دلالتها أكبر من (٠.٠٥) فيعني ذلك أن الفقرة تضعف القدرة التفسيرية للنتائج الخاصة بالبُعد، وبالتالي يتم استبعادها، خاصة عند كل ما يتعلق باختبار الفرضيات، أما إذا جاءت درجة الارتباط موجبة وقيمة مستوى الدلالة أقل من (٠.٠٥) فيعني ذلك أن الفقرة ملائمة وتدعم القدرة التفسيرية لنتائج البُعد الذي

تتنمي إليه، حيث تعتبر الفقرات السالبة أو التي يقل معامل ارتباطها عن (٠.٢٥) متدنية ويفضل حذفها (Linn & Gronlund, 2000)، ويمكن توضيح نتيجة هذا الاختبار فيما يأتي:

أولاً: نتائج الاتساق الداخلي للمتغير المستقل: الإبداع المنظمي:

جدول (٢): الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد المتغير المستقل الإبداع المنظمي

التقني			الإبداع الإداري		
رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة	رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة
١	.698**	.000	١	.864**	.000
٢	.810**	.000	٢	.870**	.000
٣	.906**	.000	٣	.849**	.000
٤	.842**	.000	٤	.784**	.000
٥	.883**	.000	٥	.879**	.000

(**) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($p \leq 0.01$)

يتضح من الجدول السابق أن جميع فقرات المتغير المستقل الإبداع المنظمي جاءت مرتبطة بأبعادها بدرجة ارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، ودرجة الارتباط تتراوح بين ٠.٦٩٨ و ٠.٩٠٦، ما يشير إلى عدم وجود فقرات قد تضعف المصادقية لهذه الأبعاد، وهذا يشير إلى مؤشرات صدق مرتفعة وكافية يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالي، وبذلك تعتبر أبعاد وفقرات المتغير المستقل صادقة لما وضعت لقياسه.

ثانياً: نتائج الاتساق الداخلي للمتغير التابع الميزة التنافسية:

جدول (٣): الاتساق الداخلي لفقرات أبعاد المتغير التابع الميزة التنافسية

الكفاءة			الجودة		
رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة	رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة
١	.867**	.000	١	.798**	.000
٢	.940**	.000	٢	.890**	.000
٣	.904**	.000	٣	.849**	.000
٤	.887**	.000	٤	.920**	.000
			٥	.897**	.000
التجديد			الاستجابة لحاجات العميل		
رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة	رقم الفقرة	معامل ارتباط	مستوى الدلالة
١	.871**	.000	١	.858**	.000
٢	.907**	.000	٢	.893**	.000
٣	.883**	.000	٣	.883**	.000
٤	.887**	.000	٤	.845**	.000
٥	.875**	.000			

(**) وجود ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($p \leq 0.01$)

يتضح من الجدول (٣) أن جميع فقرات المتغير التابع الميزة التنافسية جاءت مرتبطة بأبعادها بدرجة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، ودرجة الارتباط تتراوح بين ٠.٧٩٨ و ٠.٩٤٠، ما يشير إلى مؤشرات صدق مرتفعة وكافية يمكن الوثوق بها في تطبيق الدراسة الحالية، وبذلك تعتبر أبعاد وفقرات المتغير المستقل صادقة لما وضعت لقياسه.

اختبار ثبات الأداة:

لمعرفة مدى ثبات متغيرات الاستبانة على فقرات الاستبانة تم إجراء اختبار كرونباخ (ألفا) - Cronbach's (alpha)، وذلك للتأكد من نسبة ثبات الاستبانة.

ويفترض هذا الاختبار أن إجابات العينة فيما بينها يجب أن تكون متقاربة نوعاً ما، فكلما تقاربت إجابات كل استبانة مع بقية الاستبانات ارتفعت درجة الثبات، والحد الأدنى للقول بثبات الاستبانة هو أن تكون درجة الثبات (٠.٦٤) فأكثر، فإذا جاءت أقل من ذلك يتم إعادة توزيع الاستبانة على عينة أكثر انسجاماً مع موضوع الدراسة (الفئة المستهدفة من الدراسة)، وكلما اقترب الرقم من (الواحد الصحيح) دل ذلك على انسجام آراء العينة، وأن لهم رأياً شبه موحد فيما يتعلق بالمشكلة التي تناقشها الاستبانة. والجدول التالي يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.

جدول (٤) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

محاور الاستبيان	عدد الفقرات	درجة الثبات Alpha
الإبداع الإداري	٥	0.886
التقني	٥	0.902
إجمالي الإبداع المنظمي	١٠	0.929
الكفاءة	٤	0.919
الجودة	٥	0.919
التجديد	٥	0.930
الاستجابة لحاجات العميل	٤	0.889
إجمالي الميزة التنافسية	١٨	0.958
الاستبيان بشكل عام	٢٨	0.969

يتضح من الجدول (٤) أن قيمة معامل الثبات لأداة جمع البيانات بشكل عام بلغت (٠.٩٦٩) وهذا يعني أنها جاء بنسبة ثبات مرتفعة جداً، مما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة، ويمكن الاعتماد على النتائج في تعميمها على مجتمع الدراسة بدرجة كبيرة.

الفصل الرابع

عرض وتحليل وتفسير النتائج ومناقشتها

المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة.

المبحث الثاني: اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول

عرض وتحليل نتائج متغيرات الدراسة

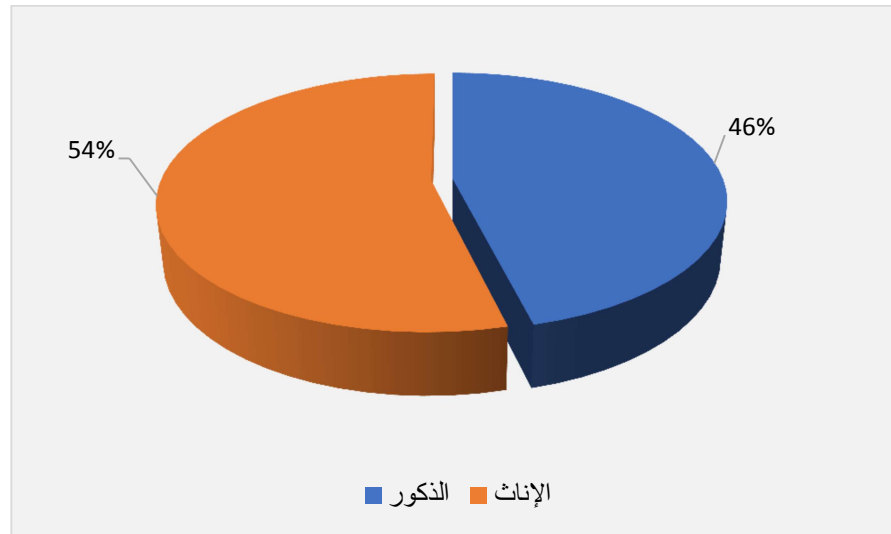
عرض خصائص عينة الدراسة:

احتوت أداة الدراسة (الاستبانة) على الخصائص الديموغرافية التالية (النوع، العمر، المؤهل العلمي، المسمى الوظيفي، سنوات الخدمة)، وقد تم إيجاد التوزيعات التكرارية، والنسب المئوية، للمتغيرات الديمغرافية على النحو الآتي:

متغير النوع:

جدول (٥) خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع

النوع	التكرار	النسبة %
الذكور	23	46%
الإناث	27	54%
الإجمالي	50	% 100



شكل بياني رقم (١) خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع

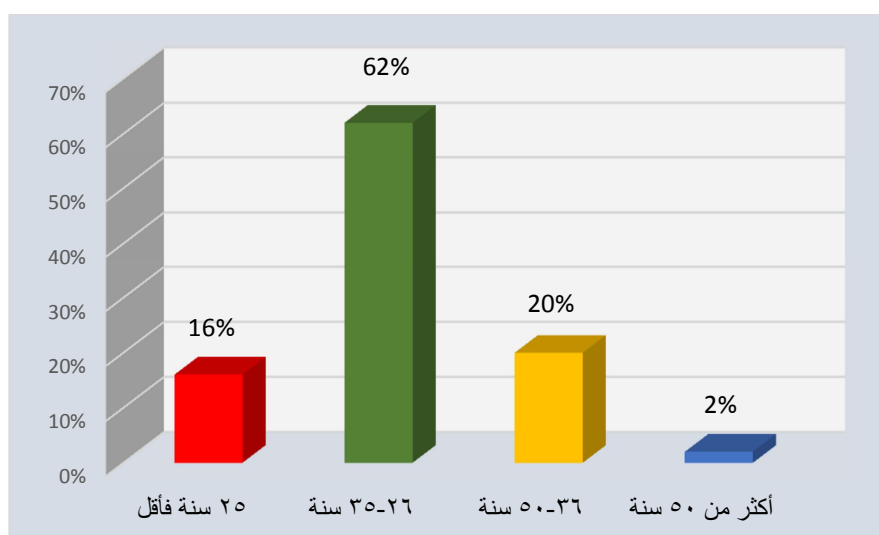
يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة من الإناث وذلك بنسبة (٥٤.٠٠%)، في حين أن نسبة العينة من الذكور كانت (٤٦.٠٠%)، ويشير ذلك إلى أن أغلب أفراد العينة من موظفي الجامعة الإماراتية الدولية، كانوا من الإناث.

ويمكن تفسير ذلك إلى مدى تأهيل المرأة اليمنية ومشاركتها أخيها الرجل في الوظيفة العامة وخاصة قطاع التعليم بشقيه العام والعالي باعتباره البيئة المناسبة للمرأة.

متغير العمر:

جدول (٦) خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة %
٢٥ سنة فأقل	٨	١٦%
٢٦-٣٥ سنة	٣١	٦٢%
٣٦-٥٠ سنة	١٠	٢٠%
أكثر من ٥٠ سنة	١	٢%
الإجمالي	٥٠	100.0 %



شكل بياني رقم (٢) خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر

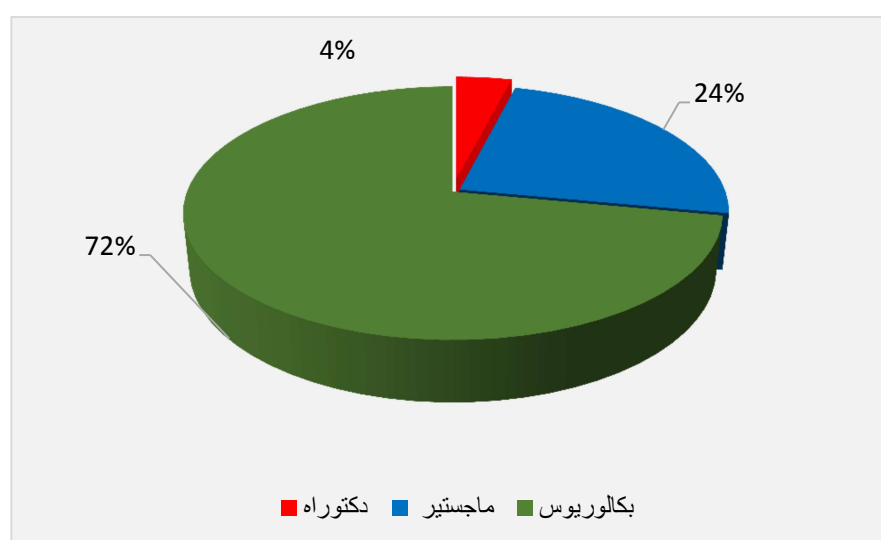
يتبين من الجدول والشكل السابقين أن نسبة (٦٢ %) من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (من ٢٦ إلى ٣٥ سنة)، يليهم الفئة العمرية (من ٣٦ إلى ٥٠ سنة) بنسبة (٢٠%)، تليها الفئة العمرية (٢٥ سنة فأقل) بنسبة (١٦%)، وأخيراً الفئة العمرية (أكثر من ٥٠ سنة) بنسبة (٢%).

وتشير هذه النتائج إلى التنوع العمري لأفراد عينة الدراسة، وأن (٩٨ %) من أفراد العينة أعمارهم أقل من ٥٠ سنة، وهذه الفئة هي القادرة على العطاء والعمل مما يعطي القوة لنتائج الدراسة.

متغير المؤهل العلمي:

جدول (٧) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
دكتوراه	٢	٤%
ماجستير	١٢	٢٤%
بكالوريوس	٣٦	٧٢%
الإجمالي	٥٠	100.0%



شكل بياني رقم (٣) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

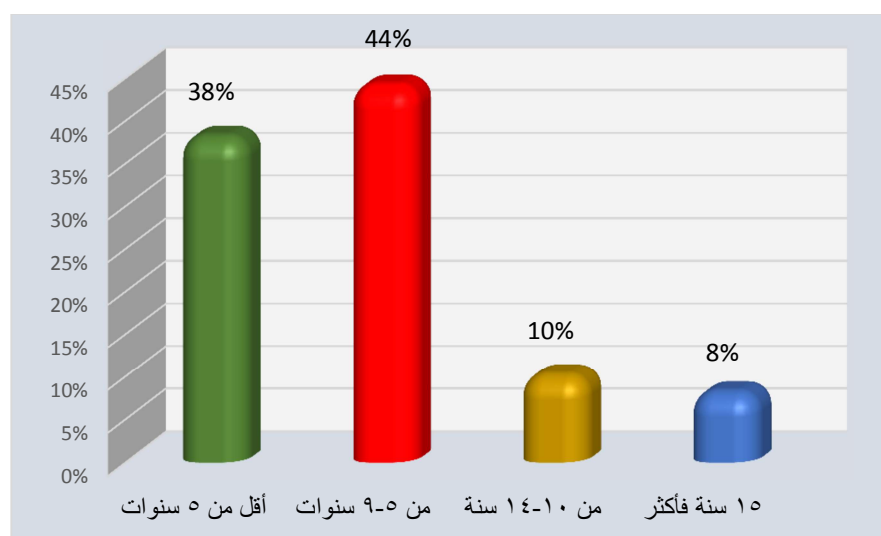
يتبين من الجدول والشكل البياني أن أغلب أفراد عينة الدراسة هم من حملة المؤهل العلمي بكالوريوس حيث جاء بنسبة (٧٢%)، يليهم فئة حاملي مؤهل ماجستير بنسبة (٢٤%)، وأخيراً فئة حملة المؤهل العلمي (دكتوراه) بنسبة (٤%).

ومن هذه النتيجة يتضح أن عينة الدراسة مؤهلة بدرجة تجعلها مدركة للقضايا محل الدراسة، وإن هذه النتيجة تزيد من إيجابية نتائج الدراسة.

متغير سنوات الخدمة:

جدول (٨) خصائص عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة

عدد سنوات الخدمة	التكرار	النسبة
أقل من ٥ سنوات	19	٣٨%
من ٥-٩ سنوات	22	٤٤%
من ١٠-١٤ سنة	5	١٠%
١٥ سنة فأكثر	4	٨%
الإجمالي	٥٠	100%



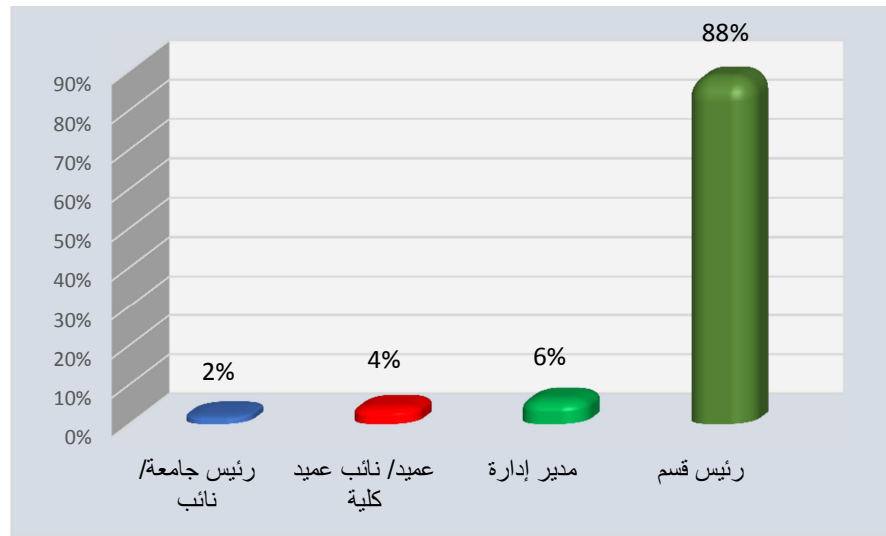
شكل بياني رقم (٤) خصائص عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة

يتبين من الجدول والشكل البياني أعلاه أن نسبة (٤٤%) من عينة الدراسة سنوات خدمتهم من ٥-٩ سنوات، ونسبة (٣٨%) من عينة الدراسة سنوات خدمتهم أقل من ٥ سنوات، فيما جاءت نسبة (١٠%) من عينة الدراسة سنوات خدمتهم تتراوح بين ١٠ و ١٤ سنة، بينما كان (٨%) من عينة الدراسة سنوات خدمتهم ١٥ سنة فأكثر. ومن هذه النتائج يتضح أن هناك تنوع في خبرات أفراد العينة، ويوضح ارتفاع مدة الخدمة للعاملين مما يؤدي إلى ارتفاع في مستوى المعرفة لدى مجتمع الدراسة المستهدف ويجعلهم قادرين على تكوين آراء إيجابية أو سلبية أكثر دقة تجاه موضوع الدراسة.

متغير المسمى الوظيفي:

جدول (٩) خصائص عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي

النسبة	التكرار	المستوى الوظيفي
٢%	١	رئيس جامعة/ نائب
٤%	٢	عميد/ نائب عميد كلية
٦%	٣	مدير إدارة
٨٨%	٤٤	رئيس قسم
100.0%	٥٠	الإجمالي



شكل بياني رقم (٥) خصائص عينة الدراسة حسب متغير النوع

يتبين من الجدول والشكل السابقين أن نسبة (٨٨%) من أفراد عينة الدراسة هم من فئة المستوى الوظيفي (رئيس قسم إداري وأكاديمي)، بينما تقاربت نسب المسميات الوظيفية الأخرى (٢%، ٤%، ٦%) لكل من رئيس جامعة/ نائب، عميد كلية/ نائب، مدير إدارة.

ويمكن تفسير هذا التوزيع إلى أن ذلك يتفق مع التوزيع الطبيعي لعدد العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، كون العاملين في المسمى الوظيفي (رئيس قسم) يكون أكبر حجماً في المؤسسات من المدراء والعمداء ونوابهم، وذلك لتسهيل العملية الإدارية من تنسيق وإدارة وغيرها وإنجاز الأعمال بكفاءة.

التحليل الوصفي للنتائج حسب فقرات الاستبانة:

من أهداف هذه الدراسة معرفة درجة ممارسة الإبداع المنظمي بأبعاده (الإبداع الإداري، التقني) في الجامعة الإماراتية الدولية، والتعرف على مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة، ولتحقيق ذلك تم استخدام أداة الاستبيان من خلال وضع فقرات واضحة على مقياس ليكارت الخماسي وبعد التحليل تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإثبات موافقة أو عدم موافقة العينة على الفقرات والمحاور، والجدول التالي يوضح كيفية تفسير قيم الوسط الحسابي الموجودة في جداول النتائج التي تضمنتها الجداول المتعلقة بنتائج مستوى توفر أو تحقق متغيرات الدراسة وأبعادها على النحو الآتي:

جدول (١٠) كيفية تفسير قيم المتوسط الحسابي والنسب الموجودة في جداول النتائج

إذا كان المتوسط	التقدير اللفظي	مستوى التوفر (التحقق)
أقل من ١.٨	مطلقاً	منعدم
من ١.٨ وأقل من ٢.٦	نادراً	منخفض
من ٢.٦ وأقل من ٣.٤	أحياناً	متوسط
من ٣.٤ وأقل من ٤.٢	غالباً	مرتفعة
من ٤.٢ حتى ٥	دائماً	مرتفعة جداً

أما فيما يتعلق بالانحراف المعياري فإن قيمته تعبر عن مدى تشتت إجابات العينة حول المتوسط الحسابي، فإذا اقتربت قيمة الانحراف المعياري من (صفر) فهذا يعني أن تشتت إجابات العينة حول المتوسط بسيط جداً وكلما زادت قيمة الانحراف المعياري حتى قيمة (٣ وسط المقياس) فهذا يدل على وجود تشتت كبير في إجابات العينة عن متوسط إجاباتهم.

التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل: الإبداع المنظمي:

لمعرفة درجة ممارسة الإبداع المنظمي بأبعاده (الإبداع الإداري، التقني) في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الإبداع المنظمي

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
1	الإبداع الإداري	3.92	0.708	مرتفع	١
٢	التقني	3.79	0.804	مرتفع	٢
	متوسط الإبداع المنظمي	3.85	0.704	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن مستوى الإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية كان مرتفعاً حسب تقديرات عينة الدراسة، فقد جاء بمتوسط حسابي (٣.٨٥)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٧٠). كما يتضح أن بعدي الإبداع المنظمي متوفرة بمستويات مقاربة، فقد جاء بُعد الإبداع الإداري في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٣.٩٢) وانحراف معياري (٠.٧٠٨)، بينما جاء في المرتبة الثانية بُعد التقني بمتوسط حسابي (٣.٧٩) وانحراف معياري (٠.٨٠٤).

ولمعرفة مستوى الالتزام بالإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية، بحسب فقرات كل بُعد من أبعادها سوف نوضح ذلك كما يأتي:

البعد الأول: الإبداع الإداري:

للتعرف على مستوى الإبداع الإداري في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الإبداع الإداري

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
١	تؤمن الجامعة بشكل كبير أهمية الإبداع الإداري وتعدّه بعداً تنافسياً.	4.28	.730	مرتفع جدا	١
٢	توفر الجامعة المناخ الملائم لتحقيق الإبداع الإداري.	3.92	.922	مرتفع	٢
٣	تشجع الجامعة الاقتراحات والابتكارات المقدمة من العاملين.	3.88	.895	مرتفع	٣
٤	تستقطب الجامعة المبدعين بصورة مستمرة لتحقيق ميزة الإبداع.	3.82	.873	مرتفع	٤
٥	تدعم الجامعة التفكير الإبداعي للعاملين فيها.	3.72	.834	مرتفع	٥
متوسط الإبداع الإداري		3.92	0.708	مرتفع	

يتضح من الجدول أن فقرات بُعد الإبداع الإداري حصلت على متوسطات حسابية تتراوح بين (٣.٧٢) و(٤.٢٨)، حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (١) التي تنص على (تؤمن الجامعة بشكل كبير أهمية الإبداع الإداري وتعدّه بعداً تنافسياً) بمتوسط حسابي (٤.٢٨) وانحراف معياري (٠.٧٣)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة جداً أن الجامعة الإماراتية الدولية تؤمن بأهمية الإبداع الإداري وتعدّه بعداً تنافسياً.

فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٥) التي تنص على (تدعم الجامعة التفكير الإبداعي للعاملين فيها) بمتوسط حسابي (٣.٧٢) وانحراف معياري (٠.٨٣٤)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أن إدارة الجامعة تشجع الأفكار الإبداعية للعاملين وتدعمها.

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعد الإبداع الإداري (٣.٩٢) وانحراف معياري (٠.٧٠٨)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على أن الإبداع الإداري متوفرة في الجامعة الإماراتية الدولية.

البعد الثاني: التقني:

للتعرف على مستوى توفر التقني في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد التقني

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
١	تستخدم الجامعة تكنولوجيا حديثة مقارنة بالمنافسين.	3.84	.997	مرتفع	2
٢	تمتلك الجامعة أنظمة معلومات حديثة تتناسب مع التطورات الحالية والمستقبلية.	3.78	.954	مرتفع	3
٣	توفر الجامعة شبكة اتصالات داخلية لتسهيل نقل المعلومات بين الوحدات الإدارية.	3.76	1.001	مرتفع	4
٤	لدى الجامعة قاعدة بيانات مركزية للحصول على كافة المعلومات	3.88	.918	مرتفع	1
٥	تطبق الجامعة الأفكار التقنية المبدعة.	3.70	.863	متوسط	5
متوسط بعد التقني		3.79	0.80	مرتفع	

يتضح من البيانات التي في الجدول أن فقرات بُعد التقني حصلت على متوسطات حسابية تتراوح بين (٣.٧٠) و(٣.٨٨)، فقد جاء في المرتبة الأولى الفقرة رقم (٤) التي تنص على (لدى الجامعة قاعدة بيانات مركزية للحصول على كافة المعلومات) بمتوسط حسابي (٣.٨٨) وانحراف معياري (٠.٩١٨)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أن إدارة الجامعة لديها قاعدة بيانات مركزية تعتمد عليها عند اتخاذ أي قرار اداري او أكاديمي.

فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٥) التي تنص على (تطبق الجامعة الأفكار التقنية المبدعة) بمتوسط حسابي (٣.٧٠) وانحراف معياري (٠.٨٦٣)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة ايضا أن إدارة الجامعة تطبق الأفكار التقنية الإبداعية التي تسهم في تطوير الجامعة وترفع من مكانتها العلمية والاكاديمية.

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعد التقني (٣.٧٩)، وانحراف معياري (٠.٨٠)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر البعد التقني في الجامعة الإماراتية الدولية.

التحليل الوصفي لأبعاد المتغير التابع: الميزة التنافسية:

لمعرفة مستوى الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الميزة التنافسية

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الترتبة
1	الكفاءة	3.850	.8878	مرتفع	1
2	الجودة	3.748	.8748	مرتفع	3
٣	التجديد	3.804	.9138	مرتفع	2
4	الاستجابة لحاجات العميل	3.720	.7916	مرتفع	4
متوسط الميزة التنافسية		3.780	.755	مرتفع	

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية كان مرتفعاً حسب تقديرات عينة الدراسة، فقد جاء بمتوسط حسابي (٣.٧٨)، وانحراف معياري (٠.٧٥٥).

كما يتضح من الجدول أن أبعاد الميزة التنافسية حصلت على متوسطات متقاربة، حيث جاء بُعد (الكفاءة) في المرتبة الأولى بمتوسط (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٨٨)، وجاء في المرتبة الثانية بُعد (التجديد) بمتوسط حسابي (٣.٨٠) وانحراف معياري (٠.٩١)، كما جاء في المرتبة الثالثة بُعد (الجودة) بمتوسط حسابي (٣.٧٤٨) وانحراف معياري (٠.٨٧)، بينما كان في المرتبة الأخيرة بُعد (الاستجابة لحاجات العميل) بمتوسط (٣.٧٢) وانحراف معياري (٠.٧٩).

ولمعرفة مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، بحسب فقرات كل بُعد من أبعاده

سوف نوضح ذلك فيما يأتي:

تحليل فقرات البعد الأول: الكفاءة:

لمعرفة مستوى الميزة التنافسية من خلال الكفاءة في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الكفاءة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحرا ف المعياري	مستوى التوفر	الرت بة
١	تقوم الجامعة بشكل دوري بمراجعة أنشطتها وعمليات وحداتها المختلفة لتحسينها.	3.92	1.085	مرتفع جداً	٢
٢	تسعى الجامعة الى تبني الاستراتيجيات الكفيلة بتطوير كفاءة العمليات فيها.	3.84	.955	مرتفع جداً	٣
٣	تعمل إدارة الجامعة على توفير الموارد والقدرات التي تدعم الكفاءة.	3.92	.944	مرتفع	١
٤	تتميز الجامعة بانخفاض تكاليف عملياتها المختلفة.	3.72	.970	مرتفع	٤
متوسط بعد الكفاءة		3.85	0.88	مرتفع	

يتضح من الجدول أعلاه أن فقرات بُعد الكفاءة حصلت على متوسطات حسابية تتراوح بين (٣.٧٢) و(٣.٩٢)، حيث جاء في المرتبة الأولى الفقرة رقم (٣) التي تنص على (تعمل إدارة الجامعة على توفير الموارد والقدرات التي تدعم الكفاءة) بمتوسط حسابي (٣.٩٢) وانحراف معياري (٠.٩٤٤)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أن إدارة الجامعة تحرص على توفير كل ما من شأنه تشجيع الكفاءات ودعمها بما يمكنها من أداء مهامها على أكمل وجه.

بينما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٤) التي نصت على (تتميز الجامعة بانخفاض تكاليف عملياتها المختلفة) بمتوسط حسابي (٣.٧٢) وانحراف معياري (٠.٩٧)، وهذا يعني أن العينة أيضاً تؤكد بدرجة كبيرة على أن الجامعة تتميز عن غيرها بانخفاض تكاليف عملياتها.

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعد الكفاءة (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٨٨)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر الكفاءة لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية.

بناءً على ما سبق يمكن القول أن مستوى الميزة التنافسية من خلال الكفاءة في الجامعة الإماراتية الدولية كان مرتفعاً، وأن الجامعة تحرص على الميزة التنافسية بشكل كبير بتميزها بالكفاءة العالية ولدى الجامعة رغبة في رفع مستويات العمل والإنجاز في الجامعة.

تحليل فقرات البعد الثاني: الجودة:

لمعرفة مستوى الميزة التنافسية من خلال الجودة، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد الجودة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف ف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
١	تؤمن الجامعة بأن الجودة هي طريقها وفلسفتها في إدارة اعمالها.	3.84	1.017	مرتفع	1
٢	تحرص الجامعة على نشر ثقافة الجودة في جميع الوحدات الاكاديمية والإدارية المختلفة.	3.76	.938	مرتفع	٣
٣	تتميز الخدمات التي تقدمها الجامعة بكونها ذات نوعيه عالية قياساً بخدمات المنافسين.	3.78	1.055	مرتفع	٢
٤	لدى الجامعة خطة واضحة لضمان الجودة ويتم متابعتها بشكل مستمر لإجراءات التحسينات.	3.72	1.031	مرتفع	٤
٥	تسعى الجامعة بشكل جاد لتطبيق أنظمة الجودة والاعتماد.	3.64	.985	مرتفع	٥
متوسط بعد الجودة		3.748	0.87	مرتفع	

يتضح من النتائج الواردة في الجدول أن فقرات بُعد الجودة حصلت متوسطات حسابية تتراوح المتوسطات الحسابية بين (٣.٦٤) و(٣.٨٤)، فقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (١) التي تنص على (تؤمن الجامعة بأن الجودة هي طريقها وفلسفتها في إدارة اعمالها) بمتوسط حسابي (٣.٨٤) وانحراف معياري (٠.٦٢)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أن الجامعة لديها أيمان بأهمية الجودة باعتبارها الطريق السليم لإدارة اعمالها. بينما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٥) التي تنص على (تسعى الجامعة بشكل جاد لتطبيق أنظمة الجودة والاعتماد) بمتوسط حسابي (٣.٦٤) وانحراف معياري (٠.٩٨)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أيضاً على أن الجامعة تسعى لتطبيق أنظمة الجودة والاعتماد المحلية والدولية. وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعد الجودة (٣.٧٤٨)، وانحراف معياري (٠.٨٧)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على تحقق بُعد الجودة لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية.

تحليل فقرات البعد الثالث: التجديد:

لمعرفة مستور الميزة التنافسية من خلال التجديد في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعد التجديد

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
١	تعطي الجامعة اهتماماً كبيراً للأفكار التجديدية التي يقدمها العاملون.	3.86	.990	مرتفع	١
٢	تسعى الجامعة الى تطبيق تكنولوجيا متقدمة تحقق لها الاسبقية.	3.86	1.030	مرتفع	٢
٣	تعمل الجامعة باستمرار على استحداث وتطوير برامج جديدة ونوعية.	3.86	1.088	مرتفع	٣
٤	يتوفر لدى العاملين في الجامعة القدرة على الابتكار والتجديد.	3.64	1.064	مرتفع	٥
٥	تخصص الجامعة موازنات مالية خاصة بعملية الابتكار والتجديد.	3.80	.990	مرتفع	٤
متوسط بعد التجديد		3.84	0.913	مرتفع	

يتضح من الجدول أعلاه أن فقرات بُعد التجديد حصلت على متوسطات حسابية تتراوح بين (٣.٦٤) و(٣.٨٦)، وقد جاء في المرتبة الأولى الفقرة رقم (١) التي تنص على (تعطي الجامعة اهتماماً كبيراً للأفكار التجديدية التي يقدمها العاملون) بمتوسط حسابي (٣.٨٦) وانحراف معياري (٠.٩٩)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة عالية أن الجامعة الإماراتية الدولية تهتم بأراء عاملها وأفكارهم التجديدية وتوليها جل اهتمامها.

بينما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٤) التي تنص على (يتوفر لدى العاملين في الجامعة القدرة على الابتكار والتجديد) بمتوسط حسابي (٣.٦٤) وانحراف معياري (١.٠٦)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة أيضاً على أنه لدى العاملين في الجامعة قدرة عالية على الابتكار والتجديد.

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعد التجديد (٣.٨٤)، وانحراف معياري (٠.٩١)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر بُعد التجديد في الجامعة الإماراتية الدولية.

تحليل فقرات البعد الرابع: الاستجابة لحاجات العميل:

لمعرفة مستوى الميزة التنافسية من خلال الاستجابة لحاجات العميل في الجامعة الإماراتية الدولية، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وقد جاءت النتائج كما في الجدول التالي:

جدول (١٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعـد الاستجابة لحاجات العميل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التوفر	الرتبة
١	تقوم الجامعة بدراسات استطلاعية مستمرة للتعرف على احتياجات العملاء المتنوعة والمختلفة.	3.76	.981	مرتفع	٢
٢	تدرك الجامعة أن الاستجابة للفئات المستهدفة تعد من الأسس المهمة في عملها.	3.76	.870	مرتفع	١
٣	لدى الجامعة الإمكانيات المتطورة للاستجابة المستمرة لطابات العملاء المتغيرة والمتنوعة.	3.74	.828	مرتفع	3
٤	تحرص الجامعة على تقليص الوقت المستغرق في إنتاج خدماتها.	3.62	.967	مرتفع	4
متوسط بعد الاستجابة لحاجات العميل		3.72	0.791	مرتفع	

يتضح من الجدول السابق أن فقرات بُعد الاستجابة لحاجات العميل حصلت على متوسطات حسابية تتراوح بين (٣.٦٢) و(٣.٧٦)، حيث جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (٢) التي تنص على (تدرك الجامعة أن الاستجابة للفئات المستهدفة تعد من الأسس المهمة في عملها) بمتوسط حسابي (٣.٧٦) وانحراف معياري (٠.٨٧)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة على أن الجامعة الإماراتية الدولية تستجيب للفئات المستهدفة باعتبار ذلك من الأسس المهمة في صميم عملها.

بينما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (٤) التي تنص على (تحرص الجامعة على تقليص الوقت المستغرق في إنتاج خدماتها) بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وانحراف معياري (٠.٩٦)، وهذا يعني أن العينة توافق بدرجة مرتفعة على أن إدارة الجامعة تحرص على تقليص الوقت المستغرق في إنتاج خدماتها.

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبعـد الاستجابة لحاجات العميل (٣.٧٢)، وانحراف معياري (٠.٧٩)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر الاستجابة لحاجات العميل في الجامعة الإماراتية الدولية.

بعد الانتهاء من التحليل الوصفي للمتغير التابع اتضح أن مستوى الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية، بأبعاده (الكفاءة، الجودة، التجديد، الاستجابة لحاجات العميل) كان مرتفعاً، ولذلك يمكن القول أن الهدف الثاني للدراسة الذي ينص على: (تحديد مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية) قد تم تحقيقه.

كما يمكن القول أن التساؤل الثاني للدراسة الاتي (ما مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية) قد تمت الإجابة عليه.

المبحث الثاني

اختبار فرضيات الدراسة

تمهيد:

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط Simple Regression Analysis، وتم استخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد Multiple Regression Analysis لاختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى، وتم استخدام اختبار T-Test للعينات المستقلة لإيجاد الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية، حسب المتغيرات التي تتكون من فئتين فقط (النوع)، كما تم استخدام تحليل التباين F الأحادي (One Way Anova) لاختبار الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية تعزى للعوامل الديموغرافية والتنظيمية حسب المتغيرات التي تحتوي على ثلاث فئات فأكثر (العمر، المستوى الوظيفي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة)، وقد تم ذلك كما يأتي:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي بأبعاده (الإبداع الإداري، التقني، الاهتمام) في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية. وتهدف هذه الفرضية إلى معرفة أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، واختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط والجدول التالي يوضح نتائج اختبار الانحدار وتفسير التباين بين الإبداع المنظمي والميزة التنافسية.

جدول (١٩) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية.

Sig.T مستوى الدلالة	اختبار T	الانحدار β	Sig.F مستوى الدلالة	اختبار F	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط
.000	9.370	.863	.000	87.792	.647	.804

يتضح من البيانات الواردة في الجدول أعلاه وجود أثر ذو دلالة إحصائية للقيادة الخادمة في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، فمعامل التحديد R² يوضح بأن الإبداع المنظمي بشكل عام تفسر ما نسبته (٠.٦٤٧) من التغيرات الحاصلة في الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، ما يشير إلى أن (٦٤.٧٠%) من مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية ناتج عن الالتزام

بسلوكيات الإبداع المنظمي، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (٠.٨٦٣)، أنه بافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة ستؤدي الزيادة بنسبة (١٠٠%) في مستوى تطبيق الإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية إلى زيادة بمقدار (٨٦.٣%) في مستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة التي بلغت (٨٧.٧٩) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥)، وهذا يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، ما يعني قبول الفرضية الرئيسة الأولى للدراسة التي تنص على أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإبداع المنظمي بأبعاده (الإبداع الإداري، التقني) في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة.

اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسة الأولى:

تم اختبار الفرضيات الفرعية باستخدام الانحدار الخطي المتعدد Multiple Regression Analysis كما يلي:
جدول (٢٠) نتائج معامل ارتباط بيرسون لتفسير العلاقة بين أبعاد المتغيرات

R معامل الارتباط	معامل التحديد R Square	تعديل R Square	قيمة F	مستوى الدلالة
.807	.651	.636	43.22	.000

يبين الجدول أن هناك ارتباط خطي موجب قوي بين جميع أبعاد الإبداع المنظمي (الإبداع الإداري، التقني) والميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٨٠٧) كما توضح قيمة معامل التحديد R^2 أن هذه الأبعاد مجتمعة تفسر ما نسبته ٦٥.١% من التباين في الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية. وبينت النتائج أن نموذج الدراسة ملائم ومناسب لتفسير العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع حيث كانت قيمة F (٤٣.٢٢) دالة إحصائية عند مستوى دلالة اقل أو يساوي

٠.٠٠٥

جدول (٢١): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى باستخدام تحليل الانحدار المتعدد

نص الفرضية الفرعية	معامل الانحدار β	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T	مستوى الدلالة Sig.
يوجد دور ذو دلالة إحصائية للإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة.	.527	.135	.494	3.89	.000
يوجد الجامعة الإماراتية الدولية ذو دلالة إحصائية للبعد التقني في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة	.349	.119	.372	2.93	.005

(*) ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($p \leq 0.05$)

يتضح من البيانات الواردة في الجدول السابق وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات المعرفية في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، حيث كانت قيمة T (3.89) دالة احصائياً، فمستوى الدلالة (Sig.) المقابلة لها بلغت (٠.٠٠٠) وهي أصغر من مستوى دلالة (٠.٠٠٥)، كما كانت قيمة معامل الانحدار β كبيرة (٠.٥٢٧)، وهذا يشير الى أن توفر الإبداع الإداري له تأثير في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الأولى للدراسة التي نصت على أنه:

يوجد دور ذو دلالة إحصائية للإبداع الإداري في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة.

ويمكن تفسير وجود دور للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة إلى أن العاملين في الجامعة محل الدراسة يمتلكون الإبداع الإداري الكافي لأداء عملهم ولا يحتاجون إلى المساعدة والدعم وتسهيل مهامهم من قبل القيادة، كونهم يمتلكون المهارات والمعارف الكاملة، وبالتالي فالإبداع الإداري لدى القيادة ليس لها أثر في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين أثناء تأديتهم لعملهم.

كما يتضح من البيانات الواردة في الجدول وجود دور ذو دلالة إحصائية للبعد التقني في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، حيث كانت قيمة T (2.93) دالة احصائياً، فمستوى الدلالة (Sig.) المقابلة لها بلغت (٠.٠٠٥) وهي أصغر من مستوى دلالة (٠.٠٠٥)، كما كانت قيمة معامل الانحدار β كبيرة جداً حيث بلغت (٠.٣٤٩)، وهذا يشير الى أن البعد التقني كان له تأثير في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثانية للدراسة التي نصت على أنه:

يوجد الجامعة الإماراتية الدولية ذو دلالة إحصائية للبعد التقني في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

تنص هذه الفرضية على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية تعزى للمتغيرات (النوع، العمر، المستوى الوظيفي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة).

وللتأكد من وجود فروق في تقديرات عينة الدراسة حول دور الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، بحسب المتغيرات الديموغرافية: (النوع، العمر، المستوى الوظيفي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة) فقد تم استخدام اختبار T-Test للعينات المستقلة ذات المتغيرين واختبار تحليل التباين الأحادي One-Way ANOVA للعينات المستقلة ذات الثلاثة متغيرات كما يأتي:

أ- نتائج اختبار الفروق حول دور الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة حسب متغير النوع:

استخدمت الدراسة اختبار (T-Test) لعينتين مستقلتين لكشف الفروق في متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول دور الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (النوع) والنتائج كما في الجدول التالي.

جدول (٢٢) نتائج اختبار (T) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير النوع

المحور	الذكور			الإناث			T-Test	
	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار T	مستوى الدلالة عند ٠.٠٥
الإبداع المنظمي	٢٣	4.07	0.64	27	3.67	0.71	2.08	0.042
الميزة التنافسية	٢٣	3.96	0.74	27	3.62	0.74	1.63	0.105

يتضح من الجدول أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (T) لعينتين مستقلتين جاءت أصغر من مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في الدرجة الكلية لمحور (الإبداع المنظمي)، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول الإبداع المنظمي لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (النوع)، بينما لم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ في محور الميزة التنافسية تعزى لمتغير

النوع، حيث كانت قيمة مستوى المعنوية ٠.١٠٥ وهي أكبر من ٠.٠٥ ما يعني عدم وجود فروق جوهرية في إجابات العينتين (ذكور، اناث)، وتبين هذه النتيجة تقارب وتجانس وجهات نظر أفراد العينة بغض النظر عن اختلاف جنسهم (ذكور، اناث)، ويمكن تفسير عدم وجود اختلاف بين النوعين (ذكور، اناث) إلى تقارب بيئة وظروف العمل التي يعمل فيها النوعان وبالتالي فنظرتهم متشابهة لموضوع الدراسة.

ب- نتائج اختبار الفروق حول الإبداع المنظمي وتحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة حسب متغير العمر:

استخدمت الدراسة اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، لكشف الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الإبداع المنظمي وتحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تُعزى للمتغير (العمر) والنتائج كما في الجدول (التالي):

جدول (٢٣) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير العمر

المحور	العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند ٠.٠٥
الإبداع المنظمي	٢٠-٣٠ سنة	8	4.1125	.55918	1.72	0.176
	٣٠-٤٠ سنة	31	3.7258	.71599		
	٤٠-٥٠ سنة	10	3.9500	.68840		
	٥٠ سنة فما فوق	1	5.0000	.		
	الإجمالي	50	3.8580	.70395		
الميزة التنافسية	٢٠-٣٠ سنة	8	4.1484	.62125	1.99	0.127
	٣٠-٤٠ سنة	31	3.6359	.72411		
	٤٠-٥٠ سنة	10	3.8125	.83942		
	٥٠ سنة فما فوق	1	5.0000	.		
	الإجمالي	50	3.7805	.75596		

يتضح من الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي، جاءت أكبر من مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في الدرجة الكلية لمحوري (الإبداع المنظمي، والميزة التنافسية)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول الإبداع المنظمي وتحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، محل الدراسة تُعزى لمتغير (العمر).

ويعزو الباحثون عدم وجود اختلافات بين الفئات العمرية حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة إلى أن جميع العاملين في الجامعة محل الدراسة يدركون أثر الإبداع المنظمي على الميزة التنافسية، بغض النظر عن أعمارهم، وذلك لتعايشهم مع قيادتهم، ما جعل نظرهم متشابهة ومتقاربة.

ج- نتائج اختبار الفروق حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في ، محل الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

استخدمت الدراسة اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، لكشف الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في ، محل الدراسة تُعزى للمتغير (المؤهل العلمي) والنتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٢٤) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير المؤهل العلمي

المحور	المؤهل العلمي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند ٠.٠٥
الإبداع المنظمي	دكتوراه	2	4.8000	.28284	2.033	0.142
	ماجستير	12	3.8917	.68551		
	بكالوريوس	36	3.7944	.69896		
	الإجمالي	50	3.8580	.70395		
الميزة التنافسية	دكتوراه	2	4.9500	.07071	2.771	0.073
	ماجستير	12	3.8125	.57295		
	بكالوريوس	36	3.7049	.78253		
	الإجمالي	50	3.7805	.75596		

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية (Sig.) المقابلة لاختبار تحليل التباين الأحادي، جاءت أكبر من مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في الدرجة الكلية لمحوري (الإبداع المنظمي، والميزة التنافسية)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (المؤهل العلمي).

ويعزو الباحثون عدم وجود اختلافات في إجابات المبحوثين حسب المؤهل العلمي حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة أن أفراد عينة الدراسة بغض النظر عن مؤهلاتهم ينظرون بنفس المنطق والموضوعية، وبالتالي جاءت وجهات نظرهم متقاربة.

د- نتائج اختبار الفروق حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة حسب متغير سنوات الخدمة:

استخدمت الدراسة اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، لكشف الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تُعزى للمتغير (سنوات الخدمة) والنتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٢٥) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية حسب متغير سنوات الخدمة

المحور	سنوات الخدمة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند ٠.٠٥
الإبداع المنظمي	أقل من ٥ سنوات	19	3.6632	.78684	2.37	0.083
	من ٥-9 سنوات	22	3.8682	.56769		
	من 10-14 سنة	5	3.9200	.75961		
	15 سنة فأكثر	4	4.6500	.51962		
	الإجمالي	50	3.8580	.70395		
الميزة التنافسية	أقل من ٥ سنوات	19	3.6776	.83473	2.006	0.126
	من ٥-9 سنوات	22	3.7074	.61969		
	من 10-14 سنة	5	3.8100	.93564		
	15 سنة فأكثر	4	4.6344	.46719		
	الإجمالي	50	3.7805	.75596		

يتضح من الجدول السابق أن مستوى المعنوية (Sig.) لاختبار تحليل التباين الأحادي جاءت أكبر من مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في الدرجة الكلية لمحوري (الإبداع المنظمي، والميزة التنافسية)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تُعزى لمتغير (سنوات الخدمة).

ويمكن تفسير عدم وجود اختلافات في إجابات المبحوثين حسب سنوات الخدمة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة، إلى أن العاملين لا يختلفون في وجهة نظرهم نظراً لمستواهم المعرفي وخبرتهم المتقاربة التي انعكست على وجهة نظرهم. وهذا يشير إلى أن سنوات الخدمة لم تؤثر في رؤية أفراد العينة لدرجة الإبداع المنظمي، ومستوى الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة.

ه- نتائج اختبار الفروق حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة

الإماراتية الدولية، محل الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي:

استخدمت الدراسة اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، لكشف الفروق في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الإبداع المنظمي وتحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تُعزى للمتغير (المسمى الوظيفي) والنتائج كما في الجدول التالي:

جدول (٢٦) نتائج اختبار (One-Way ANOVA) لكشف الفروق في آراء العينة حول الإبداع المنظمي والميزة التنافسية

حسب متغير المسمى الوظيفي

البعد	المستوى الوظيفي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند ٠.٠٥
الإبداع المنظمي	أمين عام/ مدير عام	1	3.000	.	2.046	0.121
	عميد/ نائب عميد كلية	2	4.850	.21213		
	مدير إدارة	3	4.033	.87369		
	رئيس قسم	44	3.820	.67946		
	الإجمالي	50	3.8580	.70395		
الميزة التنافسية	أمين عام/ مدير عام	1	3.4000	.	1.609	0.200
	عميد/ نائب عميد كلية	2	4.8813	.16794		
	مدير إدارة	3	3.8208	.98205		
	رئيس قسم	44	3.7364	.73748		
	الإجمالي	50	3.7805	.75596		

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن مستوى المعنوية (Sig.) لاختبار تحليل التباين الأحادي جاءت أكبر من مستوى الدلالة (٠.٠٥)، في الدرجة الكلية لمحوري (الإبداع المنظمي، والميزة التنافسية)، وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (المسمى الوظيفي).

ويمكن تفسير عدم وجود اختلافات في إجابات المبحوثين حسب المستوى الوظيفي حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة إلى أن المسميات الوظيفية لم تؤثر في رؤية أفراد المجتمع حول موضوع الدراسة.

ومن هذه النتيجة اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى للمتغيرات

(العمر، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، ، سنوات الخدمة) ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة حول (الإبداع المنظمي) لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وهذا يعني رفض الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على أنه:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية تعزى للمتغيرات (العمر، المستوى الوظيفي، المؤهل العلمي، الحالة الوظيفية، سنوات الخدمة).

ومن خلال اختبار الفرضية الرئيسة الثانية يمكن القول أن الهدف الرابع للدراسة الذي ينص على: التعرف على الفروق بين إجابات أفراد عينة الدراسة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية تعزى للمتغيرات (النوع، العمر، المسمى الوظيفي، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة)، قد تم تحقيقه.

الفصل الخامس

الإستنتاجات والتوصيات

المبحث الأول

الاستنتاجات

بعد الانتهاء من إجراء التحليلات الإحصائية للبيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبانات من العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية سيتم عرض أهم الاستنتاجات التي تم التوصل إليها، كإجابة عن أسئلة الدراسة، وتحقيق لأهدافها ونتائج اختبار الفرضيات التي تم طرحها في الفصل الأول، وذلك على النحو الآتي:

- أن مستوى الإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة كان مرتفعاً، بمتوسط كلي بلغ ()، وقد كان مستوى أبعاد الإبداع المنظمي في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة مرتفعاً لجميع الأبعاد.
- أن درجة موافقة عينة الدراسة على بعد الإبداع الإداري كانت مرتفعة ما يدل على أن الإبداع الإداري متوفر في الجامعة الإماراتية الدولية بدرجة كبيرة.
- أن درجة موافقة عينة الدراسة على بعد التقني كانت مرتفعة بمتوسط حسابي ما يدل على أن البعد التقني متوفر في الجامعة الإماراتية الدولية بدرجة كبيرة.
- أن مستوى تحقيق الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة كان مرتفعاً، وقد كان مستوى أبعاد الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة مرتفعاً لجميع الأبعاد (الكفاءة، الجودة، التجديد، الاستجابة لحاجات العميل).
- مستوى الميزة التنافسية في الجامعة الإماراتية الدولية كان مرتفعاً حسب تقديرات عينة الدراسة
- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الكفاءة (٣.٨٥) وانحراف معياري (٠.٨٨)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر الكفاءة لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية
- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الجودة (٣.٧٤٨)، وانحراف معياري (٠.٨٧)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على تحقق بُعد الجودة لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية
- بلغ المتوسط الحسابي لبعد التجديد (٣.٨٤)، وانحراف معياري (٠.٩١)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر بُعد التجديد في الجامعة الإماراتية الدولية
- بلغ المتوسط الحسابي لبعد الاستجابة لحاجات العميل (٣.٧٢)، وانحراف معياري (٠.٧٩)، مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة على توفر الاستجابة لحاجات العميل في الجامعة الإماراتية الدولية.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للقيادة الخادمة في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمهارات المعرفية في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة
- وجود دور للإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة حول الإبداع المنظمي لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (النوع)
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول الإبداع المنظمي وتحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية، محل الدراسة تعزى لمتغير (العمر)
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (المؤهل العلمي).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (سنوات الخدمة).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات أفراد العينة حول أثر الإبداع المنظمي في تحقيق الميزة التنافسية لدى العاملين في الجامعة الإماراتية الدولية محل الدراسة تعزى لمتغير (المسمى الوظيفي)

المبحث الثاني

التوصيات والمقترحات

في ضوء استنتاجات الدراسة التي تم الحصول عليها من نتائج التحليل الإحصائي، تم الخروج بمجموعة من التوصيات والمقترحات سنتناولها كما يلي:

أولاً: التوصيات:

- ١- زيادة الاهتمام أكثر بممارسات الإبداع المنظمي باعتبارها متغير مهم يؤثر في تحقيق الميزة التنافسية.
- ٢- ضرورة الاهتمام بالتطوير المهني للعاملين في الجامعة الإماراتية الدولية في ضوء أهداف الجامعة، وتزويد العاملين بخبرات تمكنهم من تطوير مهاراتهم.
- ٣- تحفيز العاملين على الابداع والابتكار من خلال توفير بيئة تدعم اهتمامات العاملين وتوجه ابداعاتهم، والتشجيع على تقديم الأفكار الجديدة والمبتكرة.
- ٤- تنظيم ورش عمل وجلسات تدريبية لتدريب العاملين في الجامعة على كيفية تطوير الأفكار وتحويلها الى مشاريع ملموسة.
- ٥- تشجيع العاملين على العمل الجماعي في مجال الابداع والابتكار من خلال تشكيل فرق عمل متعددة التخصصات والخبرات للعمل على مشاريع محددة.
- ٦- استخدام التكنولوجيا الحديثة والتطبيقات الذكية لتحسين عمليات العمل وتوفير الوقت والجهد.
- ٧- يمكن استخدام التكنولوجيا لتحسين تجارب العاملين في الجامعة من خلال تطوير تطبيقات تكنولوجية مثل منصات التعليم الالكتروني وتطبيقات الإدارة الذكية.
- ٨- يمكن للجامعة التفاعل مع المجتمع المحلي لتحديد احتياجاته وتقديم الحلول المناسبة.
- ٩- تشكيل شراكات مع الشركات المحلية والمؤسسات الحكومية لتحقيق الأهداف المشتركة وتبادل الخبرات.
- ١٠- تحقيق المزيد من الابداع والابتكار من خلال تشجيع التنوع والشمولية وذلك من خلال توظيف العاملين من مختلف الخلفيات.

ثانياً: المقترحات:

تقترح الدراسة بإجراء المزيد من الدراسات تربط الإبداع المنظمي بمتغيرات أخرى وخاصة في المجالات

التالية:

- أثر الابداع المنظمي على جودة التعليم في الجامعات اليمنية "دراسة حالة الجامعة الإماراتية الدولية"
- أثر الابداع المنظمي على تطوير البرامج الاكاديمية والأبحاث في الجامعات اليمنية "دراسة حالة الجامعة الإماراتية الدولية" في الجامعات اليمنية "دراسة حالة الجامعة الإماراتية الدولية"
- أثر الابداع المنظمي في تطوير الإدارة الجامعية وتحسين الممارسات الإدارية في الجامعات اليمنية "دراسة حالة الجامعة الإماراتية الدولية"
- دور الابداع المنظمي على تحسين جودة الحياة الاكاديمية في الجامعات اليمنية "دراسة حالة الجامعة الإماراتية الدولية"

المراجع

أولاً: القرآن الكريم.

ثانياً : المراجع العربية:

إبراهيم ، عبد الستار أحمد (٢٠٠٢) ، الابداع ، القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية.

أبو النصر ، مدحت (٢٠٠٤) ، تنمية القدرات الابتكارية لدى الفرد والمنظمة. مصر القاهرة: مجموعة النيل العربية .

ادريس ، ثابت عبدالرحمن ، والمرسى ، جمال الدين محمد (٢٠٠٢) ، الإدارة الاستراتيجية : مفاهيم ونماذج تطبيقية ، القاهرة : الدار الجامعية .

بدران ، شبل ، والدهشان ،جمال (٢٠٠١) ،التجديد في التعليم الجامعة (الطبعة الأولى) ، القاهرة : دار قباء للطباعة والنشر .

جلدة ، سليم بطرس ، وعبودي ، زيد منير (٢٠٠٦) ، إدارة الابداع والابتكار (الطبعة الأولى) عمان ، الأردن : دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع .

حريم ، حسين (٢٠١٠) إدارة المنظمات : منظور كلي (الطبعة الثانية) ، عمان : دار الحامد للنشر .

الحسنية ، سليم إبراهيم (٢٠٠٩) الإدارة بالإبداع ، دمشق : المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

الخطيب ، أحمد محمد (٢٠١٠) ، الاعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية : نموذج مقترح ، الأردن : عالم الكتب .

خليل ،نبيل مرسى (١٩٩٨) الميزة التنافسية في مجال الاعمال (الطبعة الأولى) ، الإسكندرية : مركز الإسكندرية للكتاب.

السكرانة ، بلال خلف (٢٠٠٩) التطوير التنظيمي والإداري (الطبعة الأولى) ، عمان : دار المسيرة للنشر والتوزيع.

Republuc of Yemen
Ministry of Higher
Education and Scientific
Research



Emirates International
University
Faculty of Administrative
and Financial Science

The impact of organizational creativity in achieving competitive advantage, a case study on the Emirates International University

A study submitted to complete the requirements of bachelor's degree.

by :

Abdullah Saleh Mohammed Al-wahashi

Almaamoon Anwar Saleh Al-qadhi

Zaid Ali Mohammed Al-taifi

Ibrahim Fadl Ahmed Al-thaibani

Wadea Abdulftah Ahmed Al-asadi

Tariq Tawfiq Mohmmmed Saleh

Supervisor name : Dr.Jabr Al-Sanbani

2022 AD – 1444 H