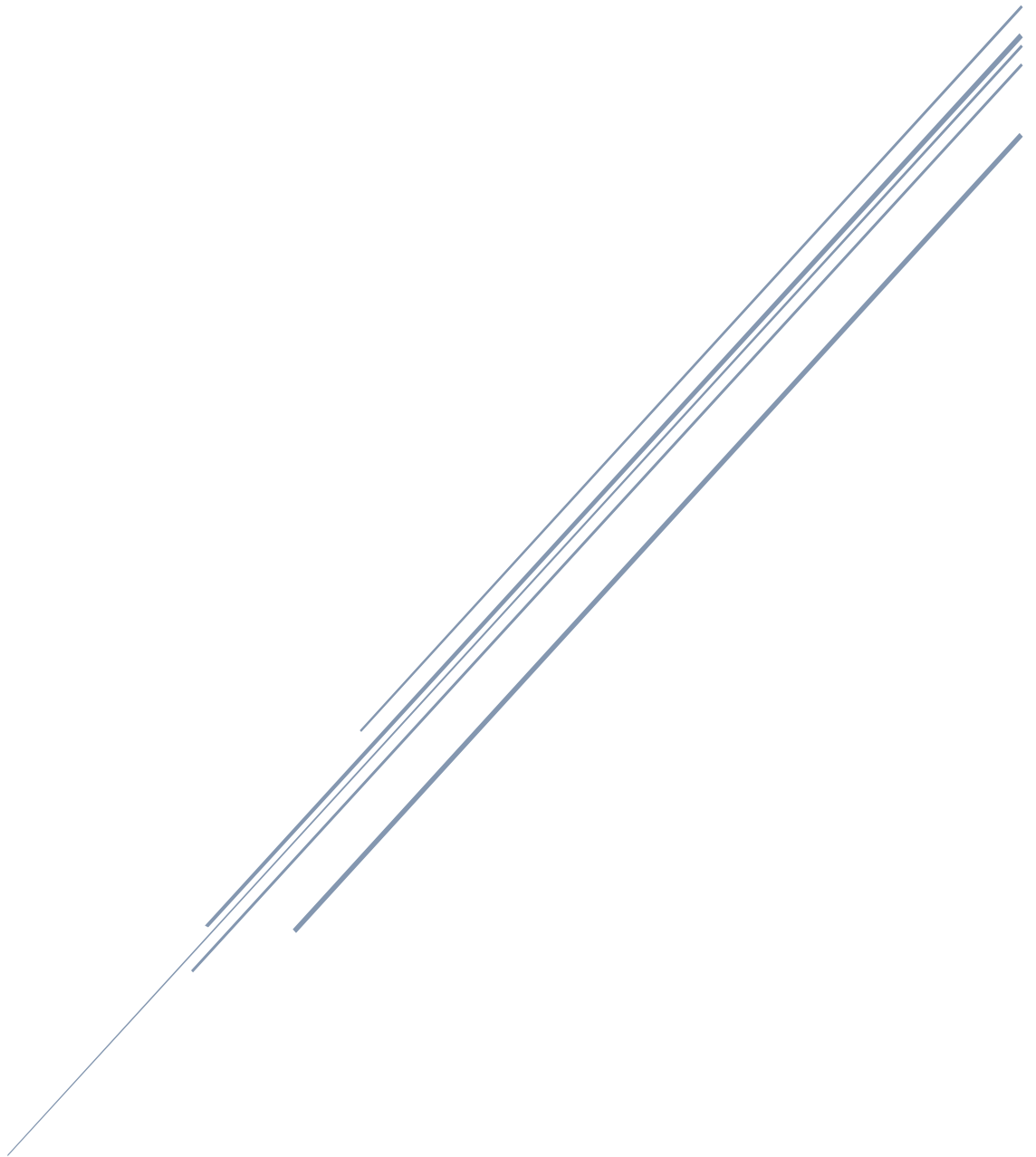


Final Project 2



تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء:
بالتطبيق على مصانع المفروشات و الديكور الداخلي بمنطقة جدة

أسم الباحثة : شذى عبد المجيد

.....

المشروع النهائي- ٢
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ : ١٥/٢/٢٠٢٦

جدول المحتويات

٤	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٥	١,١ المقدمة
٦	١,٢ مشكلة الدراسة
٧	١,٢,١ فجوات على المستوى النظري
٧	١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي
٨	١,٣ أهمية الدراسة
٨	١,٣,١ على المستوى النظري
٨	١,٣,٢ على المستوى التطبيقي
٩	١,٤ أسئلة الدراسة
١٠	١,٥ أهداف الدراسة
١١	١,٦ فرضيات الدراسة
١٢	١,٧ نموذج البحث
١٣	١,٨ نطاق الدراسة
١٤	١,٩ مخطط المشروع
١٥	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
١٦	٢,١ المقدمة
١٧	٢,٢ المتغير المستقل
١٨	٢,٣ المتغير التابع
١٩	٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

يشهد عالم اليوم تطورًا متسارعًا في مجالات الصناعة والتجارة، وأصبح الابتكار أحد العوامل الرئيسية التي تحدد قدرة المؤسسات على البقاء والمنافسة. فالابتكار في تصميم المنتج لم يعد ترفاً أو خياراً إضافياً، بل أصبح ضرورة لتحقيق رضا العملاء وكسب ولائهم.

وفي ظل التغيرات المتلاحقة في أذواق المستهلكين وارتفاع معايير الجودة، أصبح لقطاع المفروشات والديكور الداخلي أهمية خاصة في السوق السعودي، حيث يتجه العملاء نحو منتجات تجمع بين الوظيفة والجمال والتميز في التصميم.

ومع اتساع حجم المنافسة في مدينة جدة، برزت الحاجة إلى دراسة تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء، باعتباره عاملاً حاسماً في نجاح المصانع وقدرتها على الاستمرار في السوق المحلي والعالمي.

١,٢ مشكلة الدراسة

تُعد الابتكارات في تصميم المنتجات من أبرز الاتجاهات الحديثة التي تسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصناعية، إلا أن العديد من الدراسات السابقة ركزت على الابتكار بشكل عام دون التعمق في تأثيره على رضا العملاء في القطاعات الإنتاجية المحلية مثل قطاع المفروشات والديكور الداخلي.

وفي الوقت نفسه، يُلاحظ أن رضا العملاء أصبح عنصرًا محوريًا في نجاح المؤسسات، خاصة في سوق جدة الذي يتميز بتنوع أذواق المستهلكين وتزايد توقعاتهم تجاه جودة التصميم والإبداع في المنتج.

ومن هنا، تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة تحديد أثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة .

١,٢,١ فجوات على المستوى النظري

تشير المراجعة النظرية إلى وجود ندرة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء في قطاع المفروشات تحديدًا، إذ ركزت معظم الدراسات على الابتكار في الجوانب التقنية أو التسويقية.

كما أن بعض الأبحاث السابقة لم تفصل بين أبعاد الابتكار (الشكل، المواد، الوظيفة) ولم تربطها مباشرة برضا العملاء، مما يخلق فجوة معرفية تستدعي دراسة أكثر شمولًا وتكاملاً لتوضيح هذه العلاقة.

١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي

رغم أن مصانع المفروشات والديكور الداخلي في جدة تشهد نموًا واضحًا، إلا أن تطبيق الابتكار التصميمي لا يزال محدودًا في كثير من الحالات، إذ تُركز بعض المصانع على تقليد التصاميم المستوردة بدل تطوير نماذج مبتكرة تلائم الذوق المحلي.

كما يفتقر العديد من هذه المصانع إلى آليات منهجية لقياس رضا العملاء بشكل علمي ودوري، مما يجعل القرارات التصميمية تتخذ غالبًا بناءً على الخبرة أو التقدير الشخصي وليس وفق بيانات ميدانية دقيقة. وبالتالي، تأتي هذه الدراسة لسد هذه الفجوة من خلال الربط بين مستوى الابتكار التصميمي ودرجة رضا العملاء في هذا القطاع الحيوي.

١,٣ أهمية الدراسة

١,٣,١ على المستوى النظري :

تسهم هذه الدراسة في إثراء الجانب العلمي من خلال تقديم إطار نظري يوضح العلاقة بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء في قطاع المفروشات والديكور الداخلي، كما تفتح المجال أمام باحثين آخرين لإجراء دراسات مستقبلية أكثر عمقاً في هذا المجال.

١,٣,٢ على المستوى التطبيقي:

تساعد نتائج هذه الدراسة أصحاب المصانع ومصممي المنتجات على إدراك أهمية الابتكار التصميمي كأداة أساسية لرفع رضا العملاء وتحسين الأداء التسويقي. كما يمكن أن تسهم في وضع استراتيجيات عملية لتطوير المنتجات المحلية وزيادة تنافسيتها في الأسواق .

٤, ١ أسئلة الدراسة

استنادًا إلى مشكلة البحث وأهدافه، تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة من الأسئلة التي توضح العلاقة بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة، وذلك من خلال التساؤل الرئيس التالي:

ما أثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمنطقة جدة؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

١. ما مستوى الابتكار في تصميم المنتجات داخل مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة؟

٢. ما مستوى رضا العملاء عن المنتجات المحلية في هذا القطاع؟

٣. ما العلاقة بين الابتكار في الشكل الخارجي للمنتج ورضا العملاء؟

٤. ما العلاقة بين الابتكار في المواد المستخدمة ورضا العملاء؟

١,٥ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

١. تحليل مفهوم الابتكار في تصميم المنتج وأبعاده المختلفة.
٢. تحديد أثر الابتكار التصميمي على رضا العملاء في مصانع المفروشات بجدة.
٣. دراسة العلاقة بين الابتكار في الشكل، المواد، والوظيفة ومستوى الرضا.
٤. اقتراح توصيات عملية للمصانع المحلية حول تبني ممارسات تصميم مبتكرة.

١,٦ فرضيات الدراسة

في ضوء مشكلة البحث وأهدافه، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الرئيسة:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بجدة.

- الفرضيات الفرعية:

١. الابتكار في الشكل الخارجي للمنتج يؤثر إيجاباً على رضا العملاء.

٢. الابتكار في المواد المستخدمة يؤثر إيجاباً على رضا العملاء.

٣. الابتكار في الوظيفة والاستخدام يؤثر إيجاباً على رضا العملاء.

٧,١ نموذج البحث

يُظهر نموذج الدراسة العلاقة بين متغيرين رئيسيين:

المتغير المستقل:

الابتكار في تصميم المنتج (ويشمل: الشكل، المواد، الوظيفة)

المتغير التابع:

رضا العملاء (ويُقاس من خلال الرضا عن الجودة، الجاذبية، القيمة المدركة، والولاء).

العلاقة المفترضة:

الابتكار في تصميم المنتج → يؤدي إلى → زيادة رضا العملاء

٨,١ نطاق الدراسة

تقوم نطاق الدراسة على جمع البيانات من عينة من عملاء مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة، وذلك باستخدام الاستبيان كأداة رئيسة لجمع المعلومات.

يهدف هذا الجزء إلى قياس مدى تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء، وتحليل العلاقة بين أبعاد الابتكار (الشكل، المواد، الوظيفة) ومستوى رضا العملاء.

بعد جمع البيانات سيتم تحليلها إحصائيًا لاختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى النتائج والتوصيات المناسبة.

٩, ١ مخطط المشروع

يتضمن مشروع البحث الفصول التالية:

- الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة.
- الفصل الثالث: منهجية البحث وأدواته.
- الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج.
- الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.

٢ الفصل الثاني : الدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً لأبرز الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء، سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

ويهدف هذا الفصل إلى توضيح الجهود العلمية السابقة في هذا المجال، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، مما يساعد في بناء إطار نظري قوي يدعم البحث الميداني لاحقاً.

٢,٢ المتغير المستقل: الابتكار في تصميم المنتج

يُقصد بالابتكار في تصميم المنتج إدخال أفكار جديدة أو تحسينات جوهرية في شكل المنتج، أو المواد المستخدمة في تصنيعه، أو في طريقة استخدامه ووظيفته.

ويُعد الابتكار التصميمي وسيلة فعالة لتمييز المنتج عن المنافسين، وإضافة قيمة جمالية ووظيفية تزيد من جاذبيته لدى العملاء.

تشير الدراسات إلى أن الابتكار في التصميم يعزز الانطباع الإيجابي عن العلامة التجارية ويؤثر في قرار الشراء، خاصة في المنتجات التي تعتمد على الذوق والمظهر، مثل المفروشات والديكور الداخلي

٢,٣ المتغير التابع: رضا العملاء

يُعتبر رضا العملاء من أهم مؤشرات نجاح المؤسسات في الأسواق التنافسية، إذ يعبر عن مدى تطابق توقعات العميل مع تجربته الفعلية بعد استخدام المنتج.

ويرتبط رضا العملاء بعوامل متعددة مثل الجودة، السعر، الخدمة، والابتكار في التصميم.

وقد أوضحت دراسات عديدة أن رضا العميل لا يقتصر على الأداء الوظيفي للمنتج فقط، بل يمتد ليشمل الشعور بالجمال، الراحة، والإبداع في التصميم.

٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة طردية وإيجابية بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء، فكلما زاد مستوى الابتكار في الشكل والمواد والوظيفة، ارتفع رضا العملاء عن المنتج. فالتصميم المبتكر يخلق تجربة استخدام مميزة، ويمنح العميل إحساساً بالقيمة والتفرد، مما ينعكس على ولائه وميوله للشراء المتكرر.

وتؤكد هذه العلاقة أن الابتكار لا يمثل فقط وسيلة للتطوير التقني، بل هو أداة استراتيجية لتعزيز رضا العملاء واستدامة نجاح المؤسسات الصناعية، ومنها مصانع المفروشات والديكور الداخلي في جدة.