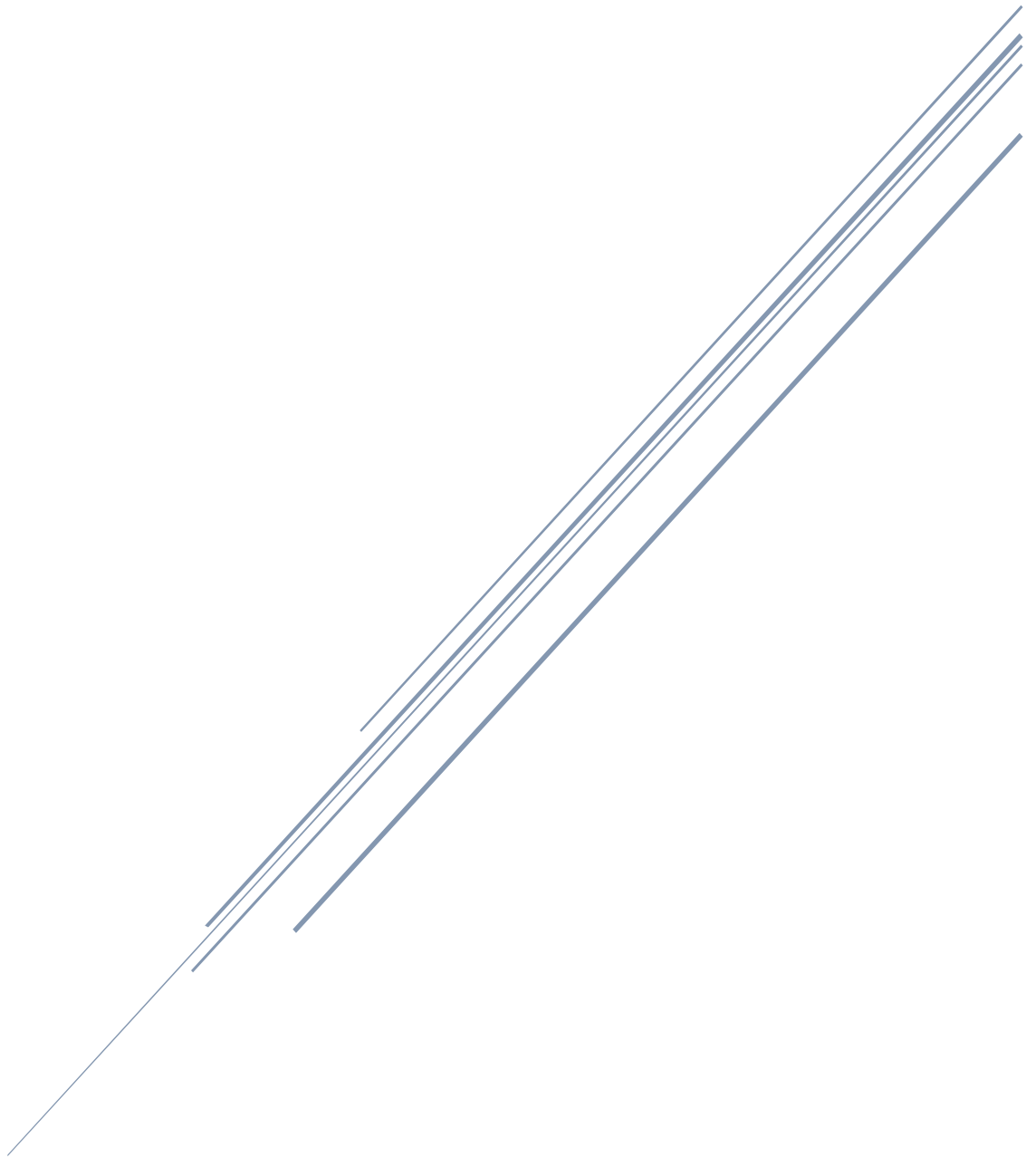


Final Project 2



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

أسم الباحثة : شذى عبد المجيد الوصابي

.....

المشروع النهائي- ٢
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

استبيان التخرج :

https://docs.google.com/forms/d/1-6ySsFz_Cz9FZtQNNW02NvrTQE9UbX5-tcqnC_SfmZg/preview

Contents

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة ٥

١,١ المقدمة	٦
١,٢ مشكلة الدراسة	٧
١,٢,١ فجوات على المستوى النظري	٨
١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي	٨
١,٣ أهمية الدراسة	٩
١,٣,١ على المستوى النظري :	٩
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 مقدمة	١٧
٢,٢ المتغير المستقل: الابتكار في تصميم المنتج	١٨
٢,٣ المتغير التابع: رضا العملاء	١٩
٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	٢٠

٣ الفصل الثالث : منهجية الدراسة ٢١

٣,١ المقدمة :	٢٢
٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث	٢٣
٣,٣ تصميم البحث (بصله البحثي)	٢٤
٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات	٢٥
٣,٥ طريقة جمع البيانات	٢٦
٣,٦ أنواع البيانات	٢٧
٣,٧ إجراءات التحليل الإحصائي	٢٨
٣,٨ الخاتمة	٢٩
٣,٩ الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج	٣٠
٤,١ المقدمة	٣١
٤,٢ توصيف عينة الدراسة (الإحصاءات الوصفية)	٣٢
٤,٣ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات	٣٣
٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث	٣٤

٤,٥	اختبار الفرضيات	٣٥
٤,٦	ربط النتائج بالدراسات السابقة	٣٦
٤,٧	الخاتمة	٣٧
٣٨	الفصل الخامس : حدود البحث والتوصيات و الاستنتاجات	
٥,١	حدود البحث والدراسات المستقبلية:	٣٩
٥,٢	الاستنتاجات	٤٠
٥,٣	التوصيات	٤١
٤٢	قائمة المراجع :	

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 إيجابًا على رضا العملاء.

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

٣. الابتكار في الوظيفة والاستخدام يؤثر إيجابًا 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 عرضًا وتحليلًا 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 لاحقًا.

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.

الفصل الثالث : منهجيه الدراسة

٣,١ المقدمة :

يُعد هذا الفصل من أهم فصول البحث، حيث يتناول المنهجية التي اتبعها الباحث في دراسة أثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء. ويهدف إلى توضيح الخطوات والإجراءات التي تم اتباعها لجمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

وقد تم الاعتماد على منهج علمي منظم يوضح أسلوب تصميم البحث، ومجتمع الدراسة وطريقة اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، وكذلك الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليلها. ويسهم هذا الفصل في ضمان مصداقية النتائج ودقتها العلمية، إذ يوضح الإجراءات التي بنيت عليها الدراسة منذ بدايتها وحتى مرحلة التحليل الإحصائي.

٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تتكون الدراسة من متغيرين رئيسيين:

١. الابتكار في تصميم المنتج:

ويقصد به إدخال أفكار أو أساليب جديدة في عملية تصميم المنتج من حيث الشكل أو الوظيفة أو المواد المستخدمة أو طرق التصنيع، بما يحقق ميزة تنافسية للمؤسسة ويلبي احتياجات العملاء.

إجرائيًا: يُقاس الابتكار في تصميم المنتج من خلال مجموعة من العبارات الواردة في الاستبانة التي تعبّر عن مستوى التجديد والتنوع والجاذبية في تصميم المنتجات.

٢. رضا العملاء:

هو إحساس العملاء بالرضا أو القبول الناتج عن مدى توافق المنتج مع توقعاتهم ورغباتهم.

إجرائيًا: يُقاس رضا العملاء من خلال استجاباتهم لعبارات تتعلق بجودة المنتج وتصميمه وسهولة استخدامه ومدى رغبتهم في إعادة الشراء أو التوصية به للآخرين

٣,٣ تصميم البحث (بصلة البحثي)

يستند هذا البحث إلى نموذج البصلة البحثية الذي يُعد إطاراً متكاملًا يوجّه مراحل إعداد الدراسة منذ تحديد المشكلة وحتى تحليل النتائج.

وتتكوّن بصلة البحث لهذه الدراسة من عدة طبقات مترابطة تمثل المكونات الأساسية للعمل البحثي، وهي كما يلي:

- الفلسفة البحثية: تعتمد الدراسة على الفلسفة الوصفية الواقعية (Positivism) التي تهدف إلى جمع بيانات كمية وتحليلها موضوعياً دون تدخل الباحث.
- المنهج البحثي: تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة البحث الذي يدرس العلاقة بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء.
- الاستراتيجية البحثية: تم الاعتماد على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات من أفراد العينة المستهدفة.
- الأفق الزمني والمكاني: تم تنفيذ الدراسة خلال العام الحالي في منطقة جدة بالمملكة العربية السعودية، ضمن مصانع المفروشات والديكور الداخلي.
- تحليل البيانات: تمت معالجة البيانات باستخدام برنامج SPSS للوصول إلى نتائج دقيقة تُسهم في تحقيق أهداف الدراسة.

وهكذا تمثل البصلة البحثية الإطار العام الذي ربط بين مكونات البحث وأسهم في تحقيق الاتساق المنهجي بين أهداف الدراسة وأدواتها وإجراءاتها

٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع البحث من جميع مصانع المفروشات والديكور الداخلي العاملة في منطقة جدة، وذلك لكونها تمثل بيئة صناعية نشطة وتضم عددًا من المصانع التي تهتم بالتصميم والابتكار في منتجاتها.

ونظرًا لصعوبة شمول جميع أفراد المجتمع، فقد تم اختيار عينة بحثية تمثل هذا المجتمع بشكل معبر.

تم الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة لاختيار مجموعة من العاملين في هذه المصانع (من مصممين، ومديري إنتاج، ومسؤولي جودة، وبعض العملاء المرتبطين مباشرة بالمنتجات).

وتم تحديد حجم العينة بما يتناسب مع أهداف الدراسة وقدرة الباحثة على جمع البيانات بشكل دقيق ومنظم.

اعتمدت الباحثة على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها لطبيعة البحث وسهولة استخدامها في الوصول إلى عينة واسعة من المشاركين.

تم تصميم الاستبانة بطريقة علمية تتضمن جزأين رئيسيين:

- الجزء الأول: البيانات العامة للمشاركين (مثل الجنس، وسنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي).
 - الجزء الثاني: عبارات تقيس أبعاد الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (من ١ = أعارض بشدة إلى ٥ = أوافق بشدة).
- كما تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال إدارة الأعمال والتسويق

تعتمد الدراسة على نوعين من البيانات:

١. البيانات الأولية:

وهي البيانات التي تم الحصول عليها مباشرة من أفراد العينة من خلال الاستبانة، وهي الأساس الذي اعتمدت عليه الدراسة في اختبار فرضياتها وتحليل علاقات المتغيرات.

٢. البيانات الثانوية:

وتمثلت في المراجع النظرية، والدراسات السابقة، والمقالات العلمية، والتقارير المتخصصة في مجالات الابتكار والتصميم الصناعي ورضا العملاء. وقد ساعدت هذه المصادر في بناء الإطار النظري للدراسة وتحديد فرضياتها

٣,٧ إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات، تم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS، لما يتميز به من دقة وسهولة في معالجة البيانات.

وقد تم اتباع مجموعة من الأساليب الإحصائية منها:

- التحليل الوصفي لعرض الخصائص العامة لعينة الدراسة من خلال التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبارات الارتباط (مثل معامل ارتباط بيرسون) لقياس العلاقة بين الابتكار في التصميم ورضا العملاء.
- اختبارات الفرضيات للتحقق من دلالات العلاقة وأثر الابتكار على رضا العملاء.

وتم التأكد من موثوقية أدوات القياس باستخدام معامل الثبات (كرونباخ ألفا)

يُختتم هذا الفصل بعرض شامل للمنهجية التي اعتمدت عليها الباحثة في جمع وتحليل البيانات للوصول إلى نتائج علمية دقيقة. وقد تم تحديد المتغيرات بدقة، وتوضيح تصميم البحث والعينة وأداة جمع البيانات، إلى جانب الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل.

وتمثل هذه الخطوات أساسًا قويًا للانتقال إلى الفصل الرابع الذي يتناول تحليل النتائج ومناقشتها في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها.

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة للوصول إلى نتائج دقيقة تدعم أهداف البحث. كما يتضمن الفصل تفسير هذه النتائج ومناقشتها وربطها بالدراسات السابقة، بما يساعد في فهم أثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمنطقة جدة

٤,٢ توصيف عينة الدراسة (الإحصاءات الوصفية)

تم تحليل الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، والتي شملت متغيرات مثل (الجنس، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي). وقد أظهرت النتائج تبايناً في خصائص العينة، مما يعكس تنوع وجهات النظر ويساهم في إعطاء صورة شاملة عن واقع الابتكار في تصميم المنتجات داخل المصانع محل الدراسة.

كما تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف توزيع أفراد العينة، بالإضافة إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد اتجاهات إجاباتهم

٤,٣ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

تم التأكد من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين، وذلك للتأكد من ملائمة العبارات لموضوع الدراسة.

كما تم قياس ثبات الأداة باستخدام معامل (كرونباخ ألفا)، حيث أظهرت النتائج أن قيم الثبات كانت مرتفعة، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الموثوقية ويمكن الاعتماد عليها في تحليل البيانات

٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

تم تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات الاستبانة المتعلقة بمتغيري الدراسة (الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء)، وذلك باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

وقد أظهرت النتائج أن هناك مستوى مرتفع نسبياً من الاهتمام بالابتكار في تصميم المنتجات داخل المصانع، كما تبين وجود مستوى جيد من رضا العملاء عن المنتجات المقدمة، مما يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين

٤,٥ اختبار الفرضيات

تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل معامل الارتباط.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء، مما يعني أنه كلما زاد مستوى الابتكار في التصميم، ارتفع مستوى رضا العملاء.

وبناءً على ذلك، تم قبول الفرضية التي تنص على وجود تأثير إيجابي للابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء

٤,٦ ربط النتائج بالدراسات السابقة

عند مقارنة نتائج الدراسة الحالية بالدراسات السابقة، تبين وجود توافق كبير، حيث أكدت معظم الدراسات أن الابتكار في تصميم المنتجات يلعب دورًا مهمًا في تحقيق رضا العملاء وزيادة قدرتها التنافسية.

وهذا يعزز من موثوقية نتائج الدراسة الحالية ويؤكد أهمية الاستثمار في الابتكار داخل المؤسسات الصناعية

تناول هذا الفصل تحليل البيانات الإحصائية ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء.

وتُعد هذه النتائج تمهيداً مهماً للفصل الخامس، الذي سيتناول أهم الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تستفيد منها المصانع محل الدراسة

الفصل الخامس : حدود البحث والتوصيات و الاستنتاجات

١,٥ حدود البحث والدراسات المستقبلية:

تقتصر هذه الدراسة على تحليل أثر الابتكار في تصميم المنتجات على رضا العملاء في قطاع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة، وذلك من خلال تطبيق الاستبيان على عينة من العملاء الذين سبق لهم شراء أو التعامل مع منتجات هذا القطاع.

كما تقتصر الدراسة على عدد من المتغيرات الرئيسية، وهي:
الابتكار في التصميم، جودة التصميم، الجاذبية الشكلية، والوظيفة العملية للمنتج، وعلاقتها بمستوى رضا العملاء وقرارات الشراء.

وتنحصر الدراسة زمنيًا خلال فترة تطبيق الاستبيان، ومكانيًا في مدينة جدة، مما قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على مناطق أخرى.

كما تعتمد النتائج على آراء وتصورات المشاركين، والتي قد تتأثر بعوامل شخصية أو تجارب سابقة

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي للبيانات، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، من أبرزها:

- * وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين الابتكار في تصميم المنتجات ومستوى رضا العملاء، حيث كلما زاد مستوى الابتكار، ارتفع مستوى الرضا.
- * يساهم التصميم المبتكر والجذاب في تعزيز تجربة العميل وزيادة احتمالية اتخاذ قرار الشراء.
- * يميل العملاء إلى المنتجات التي تجمع بين الحداثة والجودة والوظيفة العملية، وليس الشكل الجمالي فقط.
- * يلعب الابتكار دورًا مهمًا في تعزيز الميزة التنافسية للمصانع في سوق المفروشات والديكور.
- * أظهرت النتائج أن بعض العملاء على استعداد لدفع سعر أعلى مقابل الحصول على منتج يتميز بتصميم مبتكر وجودة عالية.

وتؤكد هذه النتائج أهمية الاستثمار في الابتكار كأحد العوامل الأساسية لتحقيق رضا العملاء واستدامة النجاح في السوق.

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، توصي الدراسة بما يلي:

- * ضرورة اهتمام مصانع المفروشات بتبني استراتيجيات تصميم مبتكرة تواكب التطورات الحديثة في السوق
- * التركيز على تحقيق التوازن بين الجمالية والوظيفة العملية في تصميم المنتجات
- * تعزيز استخدام الخامات عالية الجودة التي تدعم متانة المنتج وجاذبيته
- * متابعة اتجاهات التصميم العالمية والاستفادة منها في تطوير المنتجات المحلية
- * الاهتمام بدراسة احتياجات العملاء وتفضيلاتهم بشكل مستمر
- * تطوير فرق العمل في مجال التصميم من خلال التدريب والابتكار
- * إجراء دراسات دورية لقياس رضا العملاء وتحسين جودة المنتجات بناءً على النتائج
- * دعم الابتكار من خلال استخدام التقنيات الحديثة في التصميم والإنتاج

قائمة المراجع :

- أبو النصر، مدحت محمد. (٢٠١٧). إدارة الابتكار والإبداع. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- العلاق، بشير عباس. (٢٠١٦). إدارة التسويق الحديث. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- السلمي، علي محمد. (٢٠١٨). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات تطبيقها. القاهرة: دار غريب للنشر.
- النجار، فايز جمعة، والزغبى، محمد عبد الفتاح. (٢٠١٩). أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الزهراني، خالد بن محمد. (٢٠٢٠). أثر الابتكار في تحقيق الميزة التنافسية. مجلة العلوم الإدارية، ١٢(٢)، ٧٠-٤٥.
- الحربي، أحمد بن علي. (٢٠٢١). دور التصميم في تحسين تجربة العميل في قطاع الأثاث. مجلة التسويق المعاصر، ٨(١)، ٣٣-١٥.
- القحطاني، سعد بن عبدالله. (٢٠٢٢). رضا العملاء وأثره على سلوك الشراء. الرياض: دار المريخ للنشر.
- الشريف، محمد بن حسن. (٢٠٢٠). العلاقة بين جودة المنتج ورضا العملاء. مجلة الاقتصاد والأعمال، ١٠(٣)، ٩٥-٧٧.
- المطيري، عبدالله بن فهد. (٢٠٢١). تأثير الابتكار في تصميم المنتجات على قرارات الشراء. مجلة البحوث التجارية، ١٤(٢)، ١٢٠-١٠١.
- العنزي، نورة بنت عبدالله. (٢٠٢٣). اتجاهات التصميم الحديثة في الديكور الداخلي وأثرها على رضا العملاء. مجلة التصميم الداخلي، ٥(١)، ٨٠-٥٥.