

مهارات بحثية

Prepared by

Mohammed Al Jayan

دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية

Lecture Name: مهارات بحثية



دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات
وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالمملكة
العربية السعودية

Task No. 04

Subject title

التكليف
04

مشكلة البحث وطرق الصياغة المستخدمة



تُعد مشكلة البحث الأساس الذي تنطلق منه الدراسة العلمية، إذ تمثل القضية التي تستدعي البحث والتحليل من أجل الوصول إلى حلول علمية مناسبة. وقد تناولت هذه الدراسة مشكلة تواجه قطاع التأمين في المملكة العربية السعودية، والمتمثلة في مدى قدرة الابتكار والتطوير على تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء.

التكليف
04

International Journal of
Financial, Administrative,
and Economic Sciences
(IJFAES)
Vol. (3), No. (10)



المجلة الدولية للعلوم المالية
والإدارية والاقتصادية

الإصدار (3)، العدد (10)

October 2024

دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية

مها ثالب الشمراني

ماجستير إدارة الأعمال، كلية الإدارة، جامعة ميد أوشن، الإمارات العربية المتحدة
mamams914@gmail.com

أسماء أبو عنزه

كلية الإدارة، جامعة ميد أوشن، الإمارات العربية المتحدة

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى تقييم تأثير الابتكار والتطوير في تعزيز جودة المنتج وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين في المملكة العربية السعودية. تم اعتماد أسلوب كمي، مع حجم عينة 120 شخصاً. تم الحصول على البيانات من خلال المسوحات، وتم فحص الردود باستخدام أساليب التحليل الإحصائي. تكشف النتائج عن تأثير كبير لتطوير المنتج على تحسين تجربة العملاء وتعزيز رضا العملاء في شركات التأمين في المملكة العربية السعودية. بالإضافة إلى ذلك، تظهر النتائج أهمية تطوير المنتج في تعزيز الإجراءات الداخلية، مما يؤدي أيضاً إلى ارتفاع رضا العملاء داخل هذه الشركات. علاوة على ذلك، يكشف البحث أن وظيفة تطوير المنتج في تعزيز فعالية الأنشطة التسويقية أمر حيوي في تشجيع سعادة المستهلك في صناعة التأمين. بشكل عام، تسلط الدراسة الضوء على الحاجة الحيوية لتوفير حلول تأمينية لا تتناسب متطلبات العملاء فحسب، بل تعمل أيضاً على تحسين تجربتهم بالكامل. عواقب هذه النتائج صيقة، حيث تظهر أن التركيز على ابتكار المنتجات قد يؤدي إلى زيادة الكفاءة التشغيلية وتقنيات التسويق الأكثر كفاءة، مما يؤدي في النهاية إلى مستويات أعلى من رضا العملاء. ويضيف هذا البحث إلى الأدبيات الحالية من خلال تقديم رؤى حول كيفية قيام شركات التأمين بتوظيف تطوير المنتجات لتعزيز قدرتها التنافسية في السوق. ومن خلال فهم العلاقة بين ابتكار المنتجات والإجراءات الداخلية وفعالية التسويق وسعادة العملاء، قد تطور شركات التأمين تكتيكات تتوافق مع توقعات المستهلكين وتعزز جودة الخدمة الإجمالية. وفي الختام، يؤكد هذا البحث على الأهمية الأساسية لتطوير المنتجات في قطاع التأمين وارتباطه المباشر برضا العملاء في المملكة العربية السعودية. وتعمل النتائج كمرجع مهم لشركات التأمين التي تحاول تعزيز عروض منتجاتها وتحسين تفاعل العملاء في مناخ تنافسي متزايد.

التكليف

04

تمهيد لعرض مشكلة البحث

تُعد مشكلة البحث الركيزة الأساسية التي ينطلق منها الباحث، فهي تمثل القضية أو الظاهرة التي تحتاج إلى دراسة وتحليل للوصول إلى حلول أو تفسيرات علمية. وفي هذه الدراسة المعنونة "دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية"، صاغ الباحث مشكلة الدراسة بطريقة منظمة اعتمدت على وصف الواقع وتحليل أسبابه ونتائجه.

تتمثل مشكلة البحث في:

عدم قدرة بعض شركات التأمين على توظيف الابتكار والتطوير بالشكل الذي يسهم في تحسين جودة المنتجات التأمينية وزيادة رضا العملاء. وينعكس ذلك على:

جودة الخدمات.

مستوى رضا العملاء.

القدرة التنافسية.

استمرارية الشركة في السوق.

مشكلة البحث

إنطلقت مشكلة الدراسة من حقيقة أن قطاع التأمين في المملكة العربية السعودية يشهد تغيرات كبيرة نتيجة التطور التكنولوجي، وارتفاع مستوى المنافسة، وزيادة توقعات العملاء تجاه الخدمات التأمينية. وعلى الرغم من هذه التغيرات، ما زالت بعض شركات التأمين تعتمد على أساليب تقليدية في تقديم خدماتها ومنتجاتها، الأمر الذي أدى إلى ظهور فجوة بين ما يتوقعه العملاء وما تقدمه تلك الشركات من خدمات. وقد أوضح الباحث أن هذه المشكلة تتمثل في عدم قدرة بعض الشركات على توظيف الابتكار والتطوير بالشكل الذي يساهم في تحسين جودة المنتجات التأمينية ورفع مستوى رضا العملاء، وهو ما يؤثر في قدرتها التنافسية واستمرارها في السوق.

أسباب المشكلة:

1. ضعف الاستثمار في الابتكار
عدم تطوير المنتجات بصورة مستمرة.
2. غياب الرؤية الاستراتيجية
ضعف تبني التقنيات الحديثة.
3. نقص الكفاءات المتخصصة
قلة الخبرات في مجال الابتكار.
4. الثقافة التنظيمية التقليدية
مقاومة التغيير وعدم تشجيع الإبداع.

التكليف

04

الطريقة التي تمت بها صياغة مشكلة البحث

اعتمد الباحث على طريقة الفجوة البحثية (Gap Approach) أو أسلوب المشكلة الواقعية التطبيقية، وذلك من خلال عدة مراحل.

1- وصف الواقع الحالي

بدأ الباحث بعرض واقع قطاع التأمين، موضحاً أن البيئة التنافسية أصبحت أكثر تعقيداً، وأن العملاء أصبحوا أكثر وعياً واهتماماً بجودة الخدمات وسرعة الحصول عليها. كما أشار إلى التطورات التكنولوجية الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والتأمين الرقمي، والتي أصبحت تمثل أدوات رئيسية في تطوير الخدمات التأمينية.

2- تحديد الفجوة بين الواقع والمأمول

بعد وصف الواقع، انتقل الباحث إلى تحديد الفجوة البحثية، والتي تتمثل في: ارتفاع توقعات العملاء.

انخفاض مستوى الابتكار في بعض الشركات.

عدم مواكبة بعض المؤسسات للتطورات التقنية.

وجود قصور في تطوير المنتجات والخدمات.

وقد نتج عن ذلك وجود فجوة واضحة بين جودة الخدمات المقدمة وتوقعات العملاء، مما انعكس سلباً على مستوى الرضا لديهم.

التكليف

04

الطريقة التي تمت بها صياغة مشكلة البحث

3- تحديد أسباب المشكلة

لم يكتف الباحث بوصف المشكلة، بل قام بتحليل أسبابها، ومن أهمها:

أ- ضعف الاستثمار في الابتكار

أشار الباحث إلى أن بعض شركات التأمين لا تخصص استثمارات كافية للابتكار أو لتطوير المنتجات الجديدة، مما يقلل من قدرتها على المنافسة.

ب- غياب الرؤية الاستراتيجية

تعاني بعض الشركات من عدم وجود استراتيجيات واضحة لتبني التكنولوجيا الحديثة أو استثمار التقنيات الرقمية.

ج- نقص الكوادر المؤهلة

أوضح الباحث أن ضعف الخبرات والمهارات المتعلقة بالابتكار والتطوير يمثل أحد أسباب المشكلة.

د- الثقافة التنظيمية التقليدية

بعض المؤسسات لا تشجع الإبداع والتغيير، مما يحد من قدرتها على تطوير خدماتها أو تبني أساليب جديدة للعمل.

4- توضيح آثار المشكلة

بيّن الباحث أن استمرار هذه المشكلة يؤدي إلى عدد من النتائج السلبية، منها:

انخفاض رضا العملاء.

ضعف ولاء العملاء للشركة.

تراجع الحصة السوقية.

انخفاض القدرة التنافسية.

فقدان بعض العملاء لصالح الشركات المنافسة.

وبذلك انتقل الباحث من وصف المشكلة إلى بيان نتائجها وتأثيراتها على القطاع التأميني.

التكليف

04

الأسلوب العلمي المستخدم في صياغة المشكلة

يُعد الأسلوب العلمي المستخدم في صياغة المشكلة من أهم الجوانب المنهجية في أي دراسة، لأنه يوضح الكيفية التي انتقل بها الباحث من ملاحظة الظاهرة إلى تحديد المشكلة البحثية بصورة علمية ومنظمة. وفي هذه الدراسة، اعتمد الباحث بصورة رئيسية على **الأسلوب الوصفي التحليلي** في صياغة مشكلة البحث، وهو أحد أكثر الأساليب استخدامًا في الدراسات الإدارية والاقتصادية، خاصة تلك التي تتناول مشكلات واقعية داخل المؤسسات.

وبذلك يمكننا القول إن الباحث اعتمد على **الأسلوب الوصفي التحليلي** في صياغة المشكلة، وذلك من خلال:

- وصف واقع قطاع التأمين.
- تحليل التغيرات البيئية والتكنولوجية.
- تحديد أوجه القصور الموجودة.
- بيان أسباب المشكلة.
- توضيح آثارها ونتائجها.
- الوصول إلى الحاجة لإجراء الدراسة.
- وهذا الأسلوب يعد من أكثر الأساليب استخدامًا في الدراسات الإدارية والتطبيقية.

التكليف

04

الأسلوب العلمي المستخدم في صياغة المشكلة

كيف استخدم الباحث هذا الأسلوب؟

1- وصف الواقع الفعلي لقطاع التأمين

بدأ الباحث بعرض الواقع الحالي لقطاع التأمين في المملكة العربية السعودية.

وأوضح أن القطاع يشهد:

تطورًا تكنولوجيًا متسارعًا.

زيادة حدة المنافسة.

تغير احتياجات العملاء.

توسع الخدمات الرقمية.

ارتفاع توقعات المستفيدين.

وهنا مارس الباحث الجانب الوصفي من المنهج، حيث وصف البيئة التي تعمل فيها شركات التأمين.

2- تحليل المتغيرات المؤثرة

لم يكتف الباحث بوصف الواقع، بل انتقل إلى تحليل المتغيرات التي تؤثر في جودة المنتجات ورضا العملاء، ومن أبرزها:

الابتكار.

التطوير.

التكنولوجيا.

جودة الخدمات.

رضا العملاء.

وبذلك انتقل من الوصف إلى التحليل.

التكليف

04

نقد صياغة مشكلة البحث

على الرغم من أن الباحث عرض المشكلة بصورة واضحة، إلا أنه يمكن تسجيل بعض الملاحظات العلمية:

نقاط القوة

ربط المشكلة بواقع قطاع التأمين.
توضيح أسباب المشكلة ونتائجها.
إبراز أهمية الابتكار في البيئة التنافسية.
الانتقال المنطقي من الواقع إلى المشكلة.

نقاط الضعف

لم يدعم الباحث المشكلة ببيانات أو إحصاءات حديثة تبين حجم المشكلة فعليًا.
لم يوضح بشكل كافٍ حجم انخفاض رضا العملاء أو مستوى الابتكار في الشركات.
تكرر بعض الأفكار المتعلقة بالابتكار والتكنولوجيا في أكثر من موضع.
جاءت المشكلة في صورة وصف مطول نسبيًا، وكان يمكن صياغتها بصورة أكثر تركيزًا.



الخلاصة:

يمكننا ان نقول (صيغت مشكلة البحث وفق أسلوب الفجوة بين الواقع الفعلي والواقع المأمول، حيث بدأ الباحث بوصف الواقع الحالي لقطاع التأمين، ثم أوضح أوجه القصور والتحديات، وحدد أسباب المشكلة وآثارها، وانتهى إلى ضرورة دراسة دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء).

لذلك يمكن تصنيف طريقة صياغة المشكلة بأنها:

- الطريقة الوصفية التحليلية.
- أسلوب الفجوة البحثية.
- أسلوب المشكلة الواقعية التطبيقية.

وهذا النوع من الصياغة يُعد مناسباً للدراسات الإدارية والتطبيقية التي تهدف إلى معالجة مشكلات حقيقية داخل المؤسسات.



Thank You