

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

١,١ المقدمة :

يُعد الابتكار في تصميم المنتجات من الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات الحديثة، سواء كانت صناعية أو خدمية، إذ أصبح عنصرًا حاسمًا في بناء الميزة التنافسية وتعزيز القدرة على الاستمرار في الأسواق المتغيرة. فالابتكار التصميمي لا يعني فقط ابتكار أشكال جديدة أو مميزة، بل يتجاوز ذلك ليشمل إيجاد حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء المتطورة وتُحقق لهم تجربة استخدام مريحة وممتعة في آن واحد (الخطيب، ٢٠٢٠، ص. ٧٧).

لقد بات تصميم المنتج اليوم أحد الأدوات الرئيسة التي تعبّر عن هوية المنظمة وجودة منتجاتها، حيث يسهم في تحقيق رضا العملاء من خلال الدمج بين الجانب الجمالي الذي يلفت الانتباه والجانب الوظيفي الذي يحقق الفائدة. وتشير الدراسات الحديثة إلى أن العملاء لا يبحثون فقط عن المنتج الجيد من حيث الأداء، بل عن المنتج الذي يُعبّر عن ذوقهم وقيمهم، مما يجعل التصميم وسيلة للتواصل العاطفي بين المؤسسة والعميل (الشمري، ٢٠٢١، ص. ٨٥).

ويُعتبر الابتكار في التصميم من أكثر العوامل تأثيرًا على سلوك المستهلك وقرارات الشراء، حيث يرتبط الإبداع في المنتج بمستوى رضا العميل وولائه للمؤسسة. فالعميل الذي يشعر بأن المنتج يلبي توقعاته أو يفوقها يكون أكثر استعدادًا لتكرار الشراء أو التوصية بالمنتج للآخرين، مما ينعكس إيجابًا على سمعة المؤسسة في السوق (عبدالله، ٢٠٢٢، ص. ٩٣).

كما أن مؤسسات اليوم تواجه تحديات متزايدة بسبب تشبع الأسواق وتنوع المنافسين، الأمر الذي يجعلها بحاجة دائمة إلى البحث عن أساليب إبداعية لتطوير منتجاتها من حيث الشكل والوظيفة والخدمة المصاحبة. ويُعد الاستثمار في الابتكار التصميمي أحد أهم الحلول التي تمكّن المؤسسات من التميّز في بيئة تنافسية مشبعة، إذ يساهم في بناء صورة ذهنية قوية ويعزز الثقة في جودة العلامة التجارية (فارس، ٢٠٢٣، ص. ٦٤).

وفي هذا السياق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء، بالتطبيق على مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمنطقة جدة، نظرًا لما يشهده هذا القطاع من تطور متسارع في الأنواق والأساليب الفنية

والوظيفية. كما تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين التصميم المبتكر ومدى تحقيقه لرضا العملاء وولائهم، بما يسهم في رفع جودة الإنتاج وتحسين المخرجات النهائية للمؤسسات الصناعية في هذا المجال.

ومن المتوقع أن تسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه صنّاع القرار نحو أهمية الاستثمار في فرق التصميم الإبداعي، وتبني منهجيات الابتكار المستمر، باعتبارهما أساساً لتعزيز مكانة المؤسسات في السوق وضمان استدامتها على المدى الطويل (الهاجري، ٢٠٢١، ص. ١٠٨)

١,٢ مشكلة الدراسة:

تواجه العديد من المؤسسات الصناعية تحديًا في تحقيق رضا العملاء رغم جودة منتجاتها، وذلك بسبب ضعف الابتكار في تصميم المنتجات، مما يجعلها غير قادرة على التميز أو تلبية احتياجات العملاء بالشكل المطلوب. وتبرز المشكلة في أن بعض المصانع ما زالت تعتمد على تصاميم تقليدية لا تتماشى مع التطورات في الذوق العام أو الاتجاهات العالمية في التصميم.

ومن هنا تنطلق مشكلة الدراسة من التساؤل الرئيس التالي:

إلى أي مدى يؤثر الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي بمنطقة جدة .

١,٣ أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من دورها في توضيح أثر الابتكار التصميمي على مستوى رضا العملاء وولائهم، خاصة في ظل البيئة التنافسية المتسارعة التي تتطلب من المؤسسات التميز والإبداع. كما تساعد الدراسة في إبراز أهمية التصميم كأداة استراتيجية لتحسين الأداء التسويقي وتعزيز الصورة الذهنية للمنتجات.

إضافة إلى ذلك، تمثل هذه الدراسة قيمة عملية للمصانع والمؤسسات العاملة في قطاع المفروشات والديكور، حيث تقدم رؤى يمكن أن تسهم في تطوير استراتيجيات التصميم وتحسين جودة المنتجات بما يتناسب مع توقعات العملاء. كما تفتح المجال أمام الباحثين لدراسة العلاقة بين الإبداع والرضا في مجالات أخرى ذات طبيعة إنتاجية أو خدمة .

