

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

الادارة/اداره مشاريع

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

.....

مشروع تخرج ٢

كلية الادارة – جامعة ميدأوشن

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

يُعد هذا الفصل من أهم فصول البحث، حيث يتناول المنهجية التي اتبعتها الباحثة 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 بُنيت 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 (بصله 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 .

٣,٥ طريقة جمع البيانات

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.

٣,٦ أنواع البيانات

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 تفريغها 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 أساساً قوياً للانتقال إلى الفصل الرابع الذي يتناول تحليل النتائج ومناقشتها في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها.