

Final Project 1

Code: PMG496



Project Template

Faculty of Management

Midocean University

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

أسم الباحثة : شذى عبدالمجيد الوصابي

.....

مشروع تخرج- ١
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١	المقدمة	٤
١,٢	مشكلة الدراسة	٦
١,٢,١	الفجوات النظرية في الدراسة	٦
١,٢,٢	الفجوات العملية في الدراسة	٧
١,٣	أهمية الدراسة	٨
١,٤	أسئلة البحث	٨
١,٥	أهداف البحث	٩
١,٦	فرضيات البحث	٩
١,٧	نموذج البحث	١٠
١,٨	مكان التطبيق المقترح (الدراسة الميدانية)	١٠
١,٩	منهجية البحث	١١

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

٢,١	مقدمة	١٤
٢,٢	مفهوم الابتكار في تصميم المنتج	١٤
٢,٣	مفهوم رضا العملاء وأهميته	١٥
٢,٤	العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء	١٥
٢,٥	الدراسات السابقة	١٦
٢,٦	أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	١٦
٢,٧	ما يميز الدراسة الحالية	١٧

الصفحة	العنوان	رقم الفصل
		الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١ المقدمة	
٦	١,٢ مشكله الدراسة	
٦	١,٢,١ الفجوات النظرية في الدراسة	
٧	١,٢,٢ الفجوات العملية في الدراسة	
٨	١,٣ أهمية الدراسة	
٨	١,٤ أسئلة البحث	
٩	١,٥ أهداف البحث	
٩	١,٦ فرضيات البحث	
١٠	١,٧ نموذج البحث	
١٠	١,٨ مكان التطبيق المقترح "دراسة ميدانية"	

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة | | |

| ٢,١ | مقدمة | ١٤ |

| ٢,٢ | مفهوم الابتكار في تصميم المنتج | ١٤ |

| ٢,٣ | مفهوم رضا العملاء وأهميته | ١٥ |

| ٢,٤ | العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء | ١٥ |

| ٢,٥ | الدراسات السابقة | ١٦ |

| ٢,٦ | أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
| ١٦ |

| ٢,٧ | ما يميز الدراسة الحالية | ١٧ |

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

ومن المتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة في توجيه صنّاع القرار نحو أهمية الاستثمار في فرق التصميم الإبداعي، وتبني منهجيات الابتكار المستمر، باعتبارهما أساسًا 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 .

١,٢,١ الفجوات النظرية في الدراسة :

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، وُجد أن معظم الأبحاث التي تناولت العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء ركزت على القطاعات التقنية أو الصناعية الكبيرة، مثل شركات الإلكترونيات والسيارات، في حين أن قطاع المفروشات والديكور الداخلي لم يحظَ باهتمام كافٍ في هذا المجال.

كما أن الدراسات السابقة غالبًا تناولت الابتكار من جانب الإنتاج أو التسويق، ولم تُسلط الضوء بشكل كافٍ على جانب تصميم المنتج بوصفه عنصرًا أساسيًا يؤثر على مشاعر العميل وقراره الشرائي.

إضافةً إلى ذلك، لم تتناول أغلب الدراسات البيئية السعودية، خصوصًا منطقة جدة التي تشهد نموًا واضحًا في مجال المفروشات والديكور الداخلي وتنوعًا في أذواق العملاء.

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة النظرية من خلال تحليل تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور بمنطقة جدة، لتقديم معرفة جديدة يمكن أن تسهم في تطوير هذا القطاع .

١,٢,٢ الفجوات العملية في الدراسة :

من خلال الملاحظة والاطلاع على واقع مصانع المفروشات والديكور الداخلي في منطقة جدة، يتضح وجود قصور في تبني ممارسات الابتكار في تصميم المنتجات، حيث تركز كثير من المصانع على الجوانب الإنتاجية والتقليدية أكثر من تركيزها على تصميم حديث ومبتكر يواكب تطلعات العملاء.

كما أن عمليات جمع آراء العملاء وقياس رضاهم حول تصاميم المفروشات لا تتم بشكل منهجي أو دوري، مما يؤدي إلى فجوة بين ما يريده العملاء وما تقدمه المصانع فعلياً.

إضافة إلى ذلك، يلاحظ ضعف التعاون بين أقسام التصميم والتسويق داخل بعض المصانع، مما يقلل من فرص تطوير منتجات تلبي احتياجات السوق المتغيرة بسرعة.

ومن هنا، تسعى هذه الدراسة إلى سد الفجوة العملية من خلال تحليل كيفية توظيف الابتكار في تصميم المنتجات لتعزيز رضا العملاء وتحسين قدرة المصانع على المنافسة في سوق المفروشات والديكور الداخلي في 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 .

١,٤ أسئلة البحث :

سؤال البحث الرئيسي :

ما العناصر التصميمية الأكثر تأثيراً في رضا العملاء في مجال المفروشات والديكور الداخلي؟

أسئلة البحث الفرعية :

١. ما مدى تأثير الابتكار في تصميم المنتج على رضا العملاء؟
٢. هل يوجد اختلاف في رضا العملاء تبعاً لمستوى الابتكار في التصميم؟

١,٥ أهداف البحث :

الهدف العام للبحث هو :

قديم توصيات لمصانع المفروشات والديكور لتحسين تصميم منتجاتها بما يتناسب مع تفضيلات العملاء.

أهداف البحث الفرعية :

١. التعرف على أثر الابتكار في تصميم المنتجات على مستوى رضا العملاء.

٢. تحديد الجوانب التصميمية التي تساهم في رفع رضا العملاء.

١,٦ فرضيات البحث :

الفرضية الرئيسية :

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

الفرضية الأولى:

يؤثر الابتكار في الشكل الجمالي للمنتج تأثيرًا إيجابيًا على رضا العملاء.

الفرضية الثانية:

يؤثر الابتكار في جودة المواد المستخدمة في تصميم المنتج على مستوى رضا العملاء.

الفرضية الثالثة:

يؤثر الابتكار في الوظائف والاستخدام العملي للمنتج على رضا العملاء في مصانع المفروشات والديكور الداخلي.

١,٦ نموذج البحث:

شكل ١ : نموذج البحث :

تم التصميم بواسطة : الباحثة (٢٠٢٥)

المتغير المستقل: الابتكار في تصميم المنتج	المتغير التابع: رضا العملاء
---	-----------------------------

الألوان	الرضا عن الجودة
الخامات ، الأشكال	الشكل، الراحة
الوظائف الجديدة	القيمة مقابل السعر

العلاقة المتوقعة:

→ كلما زاد الابتكار في التصميم، ارتفع مستوى رضا العملاء

١,٧ مكان التطبيق المقترح (الدراسة الميدانية)

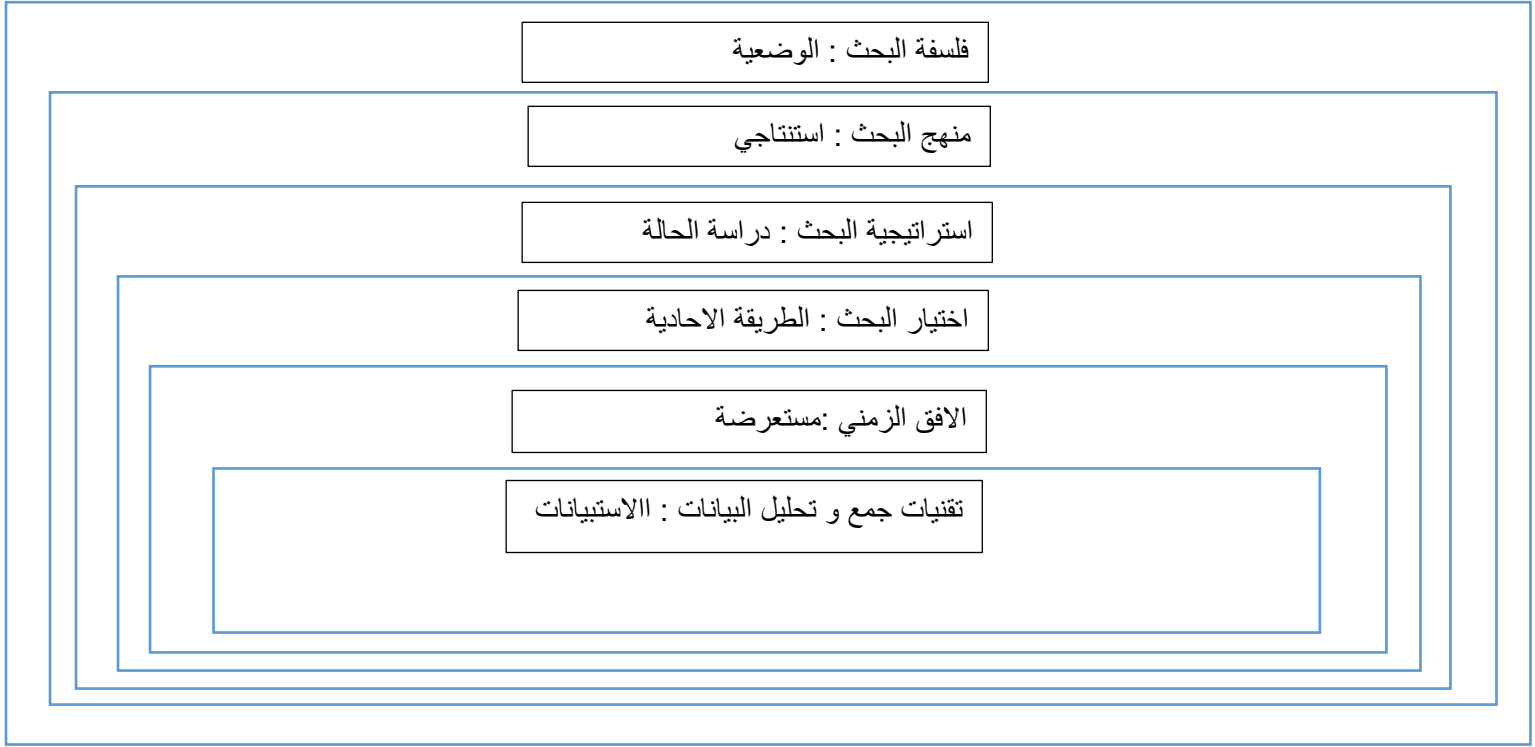
سيتم تطبيق البحث على مصانع وشركات المفروشات والديكور الداخلي في منطقة جدة، من خلال استبيانات توزع على عملاء هذه المصانع لقياس آرائهم حول تصميم المنتجات ودرجة رضاهم عنها.

٨,١ منهجية البحث :

يعتمد هذا البحث على الفلسفة : الوضعية .
التي تهدف إلى دراسة العلاقة بين الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء بطريقة علمية قابلة للقياس.
ويستخدم المنهج الاستقرائي من خلال جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى النتائج.
تم اختيار الأسلوب الكمي بالاعتماد على استبيان ميداني يوزع على عملاء مصانع المفروشات والديكور الداخلي في منطقة جدة.
الأفق الزمني للبحث : هو دراسة مقطعية مستعرضة تُجرى خلال فترة محددة.
أما تحليل البيانات فسيتم باستخدام الأساليب الإحصائية عبر برامج مثل Excel أو SPSS

لاختبار الفرضيات واستخلاص النتائج.

شكل ٢ : تصميم البحث



تم التصميم بواسطة : الباحثة (٢٠٢٥)

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

٢,١ مقدمة

تُعد الدراسات السابقة جزءًا أساسيًا من أي بحث علمي؛ فهي تُظهر ما توصلت إليه الأبحاث السابقة في موضوع الدراسة، وتُساعد في تحديد الفجوات المعرفية التي سيسعى هذا البحث لسدّها. يتناول هذا الفصل أهم الدراسات العلمية التي تمّ نشرها في موضوع الابتكار في تصميم المنتج ورضا العملاء، ويُركز بشكل خاص على الدراسات المرتبطة بقطاع المفروشات والديكور الداخلي كلّما توفّرت

٢,٢ مفهوم الابتكار في تصميم المنتج

أشار Garcia & Calantone (٢٠٠٢) إلى أن الابتكار في تصميم المنتج لا يقتصر فقط على الجوانب التقنية، بل يشمل أيضًا تحسين شكل ووظيفة المنتج بحيث يكون أكثر استجابة لاحتياجات العملاء، مما يزيد من قيمة المنتج في نظر المستهلك وقدرته على المنافسة في الأسواق العالمية.

وفي دراسة أجراها Trott (٢٠١٢)، تم التأكيد على أن المنتجات التي تتميز بتصميم مبتكر قادرة على خلق تجربة مستخدم متميزة، مما يسهم في رفع مستويات رضا العملاء وولائهم، خاصة في الصناعات التي تعتمد على الإبداع والجودة (مثل الإلكترونيات والمنتجات الاستهلاكية).

وقد وجدت Kahn (٢٠١٨) أن الشركات التي تستثمر في الإبداع والتجديد في تصميم المنتج تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالشركات التي تركز فقط على النواحي التقليدية في التصميم دون تطوير مستمر

٢,٣ مفهوم رضا العملاء وأهميته :

يُعرّف رضا العملاء بأنه الشعور الإيجابي الذي ينتج عندما تتجاوز المنتجات أو الخدمات توقعات العملاء أو تتوافق معها. ويرتبط هذا المفهوم ارتباطاً وثيقاً بتجربة العميل الكلية مع الشركة، بدءاً من تصميم المنتج وجودته وحتى مرحلة ما بعد البيع.

◆ أهميته:

رفع الميزة التنافسية للشركات، خاصة في الأسواق التي تعتمد على التميز في التصميم مثل سوق المفروشات والديكور

- يعد مؤشراً رئيسياً على نجاح الشركات واستمرارها في السوق.
- يساعد في بناء ولاء العملاء وزيادة فرص الشراء المتكرر.
- يساهم في رفع الميزة التنافسية للشركات، خاصة في الأسواق التي تعتمد على التميز في التصميم مثل سوق المفروشات والديكور

٢,٤ العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء:

يُعتبر الابتكار أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر في رضا العملاء. فعندما تُقدّم الشركات منتجات جديدة أو محسّنة من حيث التصميم، الجودة، والوظائف، فإنها تُعزز من تجربة العميل وتزيد من رضاه.

◆ وتشمل العلاقة بينهما ما يلي:

الابتكار في التصميم يجعل المنتج أكثر جاذبية وجمالاً، مما يرفع الإقبال عليه.

الابتكار الوظيفي (مثل سهولة الاستخدام أو المواد الجديدة) يزيد من راحة العميل ورضاه.

الابتكار المستمر يخلق شعوراً بالثقة لدى العميل في أن الشركة تواكب التطور وتُلبي احتياجاته المتغيرة.

وقد أكدت العديد من الدراسات أن الابتكار الإبداعي في تصميم المنتجات يؤدي إلى تحسين مستوى رضا العملاء، لأنه يربط بين الجمال، الأداء، والاحتياج الحقيقي للمستهلك.

٢,٥ الدراسات السابقة :

تناولت دراسات عدة العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء، منها:

- Garcia & Calantone (٢٠٠٢) أشارا إلى أن الابتكار في المنتج يزيد من القيمة المدركة لدى العميل ويعزز الرضا.
- العتيبي (٢٠١٩) أوضحت دراسته أن هناك علاقة طردية بين الابتكار في جودة المنتج وارتفاع رضا المستهلك في القطاع الصناعي السعودي.
- الزهراني (٢٠٢١) أظهرت دراسته في سوق الأثاث السعودي أن التصميم المبتكر يرفع من رضا العملاء بشكل واضح.
- سالم (٢٠٢٢) أكدت أن الابتكار الجمالي والوظيفي في المفروشات المنزلية يؤثر إيجاباً في تجربة العميل ويزيد من احتمالية إعادة الشراء.

٢,٦ وجه الشبه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

❖ أوجه الشبه:

- جميع الدراسات السابقة تناولت العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء.
- ركزت على أهمية التصميم كعامل مؤثر في قرار الشراء ورضا المستهلك.

❖ أوجه الاختلاف:

- أغلب الدراسات السابقة تناولت قطاعات صناعية عامة، مثل الصناعات الإلكترونية أو الأغذية.
- بينما الدراسة الحالية تُركّز على قطاع المفروشات والديكور الداخلي في جدة، وهو مجال لم يُدرس بعمق محلياً.

كما أن الدراسة الحالية تستخدم تطبيقاً ميدانياً على عملاء فعليين، وليس فقط تحليلاً نظرياً أو استنباطاً عاماً

٢,٧ ما يميز الدراسة الحالية:

تُعد من أوائل الدراسات التطبيقية التي تربط بين الابتكار في التصميم ورضا العملاء في قطاع المفروشات والديكور الداخلي بمدينة جدة.

- تُركّز على الجانب العملي من خلال دراسة رأي العملاء ومقارنة تأثير عناصر التصميم المبتكرة (مثل الألوان، المواد، الوظيفة).
- تساهم في تقديم توصيات عملية لمصانع المفروشات تساعد على تطوير منتجاتها بما يرفع رضا العملاء ويعزز قدرتها التنافسية.
- كما تُضيف بعدًا محليًا جديدًا في فهم سلوك المستهلك السعودي تجاه الابتكار في التصميم.