

دراسات نقدية

Prepared by

Mohammed Al Jayan

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

Lecture Name: دراسات نقدية



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

ارتباط الأهداف بمشكلة البحث

من أبرز نقاط القوة أن الأهداف جاءت منسجمة مع مشكلة الدراسة؛ فالمشكلة تناولت ضعف توظيف الابتكار في شركات التأمين، بينما ركزت الأهداف على دراسة أثر الابتكار والتطوير في تحسين الجودة ورضا العملاء. وبالتالي يوجد ترابط منطقي بين المشكلة والأهداف، وهو ما يعد من معايير جودة البحث العلمي.

في هذه الدراسة، حدد الباحث هدفاً رئيسياً وعدداً من الأهداف الفرعية، حيث تمثل الهدف الرئيس في استكشاف دور الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية، كما تضمنت الأهداف الفرعية تحليل أثر الابتكار على جودة المنتجات، ودراسة العلاقة بين الابتكار ورضا العملاء، وتقييم تحديات تطبيق الابتكار، واستكشاف دور التكنولوجيا في تحسين الجودة والرضا.

التكليف

04

شمولية الأهداف وإمكانية قياسها

لم يقتصر الباحث على دراسة أثر الابتكار فقط، بل تناول عدة جوانب، مثل:

- تأثير الابتكار على جودة المنتجات.
 - أثر الابتكار في رضا العملاء.
 - التحديات التي تواجه تطبيق الابتكار.
 - دور التكنولوجيا في دعم الابتكار.
- وهذا منح الدراسة بعداً تحليلياً وشمولية أكبر.

جميع الأهداف قابلة للقياس باستخدام الاستبانة والتحليل الإحصائي، مثل قياس:

- مستوى الابتكار.
 - جودة المنتجات.
 - رضا العملاء.
- وهذا يتوافق مع المنهج الكمي الذي اعتمده الباحث.

التكليف

04

نقاط الضعف في أهداف البحث

رغم جودة الأهداف بصورة عامة، إلا أن هناك عددًا من الملاحظات العلمية.

1- الأهداف جاءت عامة أكثر من اللازم

استخدم الباحث ألفاظًا واسعة مثل:

- استكشاف.
- تحليل.
- دراسة.

دون أن يحدد بصورة دقيقة ما المقصود بالابتكار، أو نوع جودة المنتجات، أو أبعاد رضا العملاء. فكان من الأفضل تحديد ما إذا كان الابتكار المقصود هو:

- الابتكار الإداري.
- الابتكار التقني.
- الابتكار في الخدمات.
- الابتكار في العمليات.

كما كان ينبغي تحديد أبعاد جودة المنتجات ورضا العملاء، لأن هذه المتغيرات متعددة الأبعاد.

نقاط الضعف في أهداف البحث

2- تداخل بعض الأهداف

يوجد تداخل بين بعض الأهداف، فمثلاً:

- تحليل أثر الابتكار على جودة المنتجات.
- استكشاف دور التكنولوجيا في تحسين الجودة والرضا.

بما أن التكنولوجيا تمثل أحد أشكال الابتكار، فإن الهدف الرابع يعد امتداداً للهدف الأول وليس هدفاً مستقلاً تماماً، وكان يمكن دمجهما لتجنب التكرار.

3- غياب الأولويات بين الأهداف

عرض الباحث الأهداف وكأنها متساوية في الأهمية، بينما كان من الأفضل ترتيبها وفق تسلسل منطقي، مثل:

1. قياس مستوى الابتكار.
2. قياس جودة المنتجات.
3. قياس رضا العملاء.
4. تحليل العلاقة بين المتغيرات.
5. تحديد التحديات.
6. تقديم التوصيات.

وهذا الترتيب يجعل الدراسة أكثر ترابطاً.

نقاط الضعف في أهداف البحث

4- غياب أهداف مقارنة

ركزت الدراسة على شركات التأمين السعودية بصورة عامة، لكنها لم تتضمن أهدافاً للمقارنة بين:

- الشركات الكبيرة والصغيرة.
- الشركات المحلية والدولية.
- شركات التأمين التقليدية والرقمية.

وكانت هذه المقارنات ستضيف قيمة علمية أكبر للدراسة.

5- عدم وجود هدف يقيس حجم الابتكار الحالي

تناولت الأهداف أثر الابتكار، لكنها لم تتضمن هدفاً يحدد مستوى الابتكار الحالي في شركات التأمين.

وكان من الأفضل إضافة هدف مثل:

"قياس مستوى تطبيق ممارسات الابتكار في شركات التأمين السعودية."
لأن معرفة الواقع تسبق دراسة أثره.

نقاط الضعف في أهداف البحث

6- غياب البعد الزمني

لم تحدد الأهداف إطارًا زمنيًا، فلم توضح ما إذا كانت الدراسة تقيس الابتكار خلال السنوات الأخيرة أو خلال فترة معينة. وهذا يجعل تفسير النتائج أقل دقة.

7- ضعف التركيز على الجانب التطبيقي

- رغم أن الدراسة تطبيقية، فإن الأهداف لم تتضمن هدفًا واضحًا مثل:
- بناء نموذج لتطبيق الابتكار.
 - اقتراح إطار عملي لتطوير المنتجات.
 - تصميم آلية لتحسين رضا العملاء.
 - واكتفت بالإشارة إلى تقديم توصيات بصورة عامة.

التكليف

04

مدى توافق الأهداف مع عناصر الدراسة

من الجوانب الإيجابية أن الأهداف تتوافق بدرجة كبيرة مع:

- مشكلة البحث.
- أسئلة البحث.
- الفرضيات.
- المنهج المستخدم.

وهذا يعكس وجود اتساق داخلي في تصميم الدراسة، حيث يمكن ملاحظة أن كل سؤال من أسئلة الدراسة يقابله هدف بحثي واضح، كما أن الفرضيات جاءت مشتقة من هذه الأهداف.

كيف كان يمكن تحسين أهداف البحث؟

لو كنتم أقيم الدراسة أكاديميًا، لاقتُرحت إعادة صياغة الأهداف بالشكل التالي:

- قياس مستوى تطبيق الابتكار في شركات التأمين السعودية.
 - تحليل أثر الابتكار الإداري والتقني على جودة المنتجات.
 - قياس أثر جودة المنتجات في رضا العملاء.
 - تحديد المعوقات التنظيمية والتقنية لتطبيق الابتكار.
 - مقارنة مستوى الابتكار بين أنواع مختلفة من شركات التأمين.
 - تقديم نموذج عملي لتعزيز الابتكار وتحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء.
- هذه الصياغة تجعل الأهداف أكثر تحديدًا وقابلية للقياس وتضيف بعدًا تطبيقيًا أكبر.



الخلاصة:

يمكن تقييم أهداف البحث بأنها واضحة، ومنسجمة مع مشكلة الدراسة، وقابلة للقياس، وتغطي الجوانب الأساسية للموضوع، إلا أنها تعاني من بعض الملاحظات، أبرزها العمومية، والتداخل بين بعض الأهداف، وعدم تحديد أبعاد المتغيرات، وغياب المقارنات والبعد الزمني والهدف الذي يقيس مستوى الابتكار القائم. ولو عالج الباحث هذه الجوانب، لأصبحت الأهداف أكثر دقة وقوة، ولأنعكس ذلك إيجاباً على جودة الدراسة ونتائجها.



Thank You