



جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

إبداع المنتج وأثره في حماية المستهلك
”دراسة استطلاعية في عدد من المنظمات الصناعية في
محافظة نينوى”

خضر خليل شيخو الجرجري

رسالة ماجستير
في الإدارة الصناعية

بإشراف
الأستاذ المساعد
الدكتور نائر أحمد سعدون السمان

الملخص

تناولت الدراسة في إطارها النظري موضوع إبداع المنتج بوصفه متغيراً مستقلاً، وحماية المستهلك بوصفه متغيراً معتمداً حيث تضمن البُعد الأول (تطوير المنتجات القائمة، وتقديم منتجات جديدة). وتضمن البُعد الثاني الحقوق الثمانية للمستهلك والمتمثلة بـ (الأمان، والحصول على المعلومات، والاختيار، والاستماع إلى رأي المستهلك، والتثقيف، والتعويض، وتأمين الحاجات الرئيسية، والعيش في بيئة صحية وسليمة).

أما الجانب الميداني من الدراسة فقد تضمن توضيح علاقات الارتباط والأثر لإبداع المنتج في حماية المستهلك وبيان مضامين هذه العلاقة وحدودها على مستوى المنظمات المبحوثة. إذ ركزت مشكلة الدراسة على مدى ارتباط وتأثير إبداع المنتج في تعزيز حماية المستهلك، وذلك بما يتوافق مع أهداف المنظمة والمتمثلة في تحقيق المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، كما تمَّ اختيار القطاع الصناعي العام والخاص في محافظة نينوى ميداناً لإجراء الدراسة، إذ تمَّ اختبار عينة قوامها ثلاث منظمات صناعية واستخدمت استمارة الاستبيان أداة رئيسة لجمع المعلومات من الأفراد المبحوثين، وقد تمَّ تبني نموذج افتراضي يعبر عن علاقات الارتباط والأثر بين بُعدي الدراسة، وتمَّ اختبار نموذج الدراسة وفرضياته باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية. وعلى هذا الأساس فقد اعتمدت الدراسة الحالية على مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية الخاصة بوجود علاقة ارتباط معنوية بين إبداع المنتج وحماية المستهلك.

وفي ضوء نتائج التحليل تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات، من أهمها:

- 1- وجود علاقة ارتباط معنوية بين إبداع المنتج وحماية المستهلك في المنظمات المبحوثة.
- 2- وجود تأثير معنوي لإبداع المنتج في حماية المستهلك في المنظمات المبحوثة.

واعتماداً على الاستنتاجات التي توصل إليها الدراسة، فقد قدّم الباحث مجموعة من المقترحات، فضلاً عن مجموعة من الدراسات المقترحة للباحثين مستقبلاً والمكملة للدراسة الحالية.

ثبت المحتويات

Abstract

This study, in its theoretical framework, tackles product innovation as an independent variable and consumer protection as a dependent variable. The study aims at diagnosing and analyzing the influence relationship of product innovation in consumer protection and showing the implications and the boundaries of this relationship at the level of the studied organizations.

The study consists of five chapters. Chapter one reviews the methodology of the study and some Arabic and foreign reference studies which include the researchers' contributions that will be a preamble and a basis of the theoretical framework (chapter two and three) tackling product innovation and consumer protection. The public and private industrial sectors in Nineveh governorate have been chosen to be the field in which the study is carried out. A sample of three industrial organizations has been investigated using a questionnaire as a main tool to collect the information from the subjects. A hypothetical model showing the correlation relationships and the effect among the study variables has been adopted. The study model and its hypotheses have been tested using a group of statistical methods.

The practical framework of the study contains an explanation of the correlation relationships and product innovation effect which is represented by (the development of the current products and producing new product) in consumer protection. The problem of the study focuses on the extent to which the correlation and the effect of product innovation on fostering consumer protection in a way which agrees with the organization objectives that are represented as the social and moral responsibility. Building on that, the current study is based on a group of major and minor hypotheses related to the existence of significant correlation relationship between product innovation and consumer protection.

In the light of the results analysis a group of conclusions has been attained; the most important of which are:

1. There is a significant correlation relationship between product innovation and consumer protection in the studied organizations.
2. The dimensions of product innovation in consumer protection have a significant effect in the studied organizations.

Depending on the conclusions that have been reached, the study presents a group of suggestions besides a group of suggested studies for the future researchers to complete the current one.

**University of Mosul
College Of Administration
And Economics**



**Product Innovation and Its Affect in
Consumer Protection
(Survey Study to a Group of
Industrial Organizations / Nineveh)**

Khder Khalil Shikuo AL-Gargary

**Master Thesis
Industrial Management**

**Supervised By
Assistant Professor
Dr. Thaeir Ahmed Saadoun AL-Samman**

2009 A.D.

1430 A.H.