

## المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة تطوير المنتجات باتجاهات مستهلكي منتجات الألبان في مدينة الخليل، أجريت هذه الدراسة ما بين شهر حزيران 2018 إلى أيلول 2018، وتم استخدام المنهج الوصفي، وبلغ عدد مجتمع الدراسة حوالي (300000) نسمة، حيث تكونت عينة الدراسة من 400 من المبحوثين، وتم التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها حيث بلغ الثبات (93%)، وتوصل الباحث إلى النتائج التالية: درجة أهمية مواصفات المنتج مرتفعة، ودرجة أهمية جودة المنتج مرتفعة، ودرجة أهمية التكنولوجيا المستخدمة مرتفعة، وتبين بأن الدرجة الكلية لاتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضى عن المنتج مرتفعة وأن الدرجة الكلية لعناصر تطوير المنتجات مرتفعة، كما تبين بأن أعلى درجة من بين درجات عناصر تطوير المنتجات هي درجة مواصفات المنتج، يليها التكنولوجيا المستخدمة وأخيرا جودة المنتج.

كما تبين أنه يوجد علاقة طردية بين التغيرات المستقلة والمتغير التابع المتمثل في اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضا عن المنتج، أي أن الزيادة في مستوى مواصفات المنتج يؤثر بشكل إيجابي على اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضا عن المنتج، وكذلك الزيادة في مستوى جودة المنتج يؤثر بشكل إيجابي على اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضا عن المنتج، وأيضاً الزيادة في مستوى التكنولوجيا المستخدمة يؤثر بشكل إيجابي على اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضى عن المنتج.

كما تبين بأن أكثر العوامل تأثيراً على اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضا عن المنتج هو جودة المنتج، يليه مواصفات المنتج، وأخيرا التكنولوجيا المستخدمة.

كما تبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان تعزى لمتغير الجنس، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، المنطقة، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات مستهلكي منتجات الألبان من حيث الرضى تعزى لمتغير العمر حيث كانت الفروق في الاتجاهات لصالح الفئة العمرية (من 36-45) مقابل الفئة العمرية (من 46 فأكثر) .

من خلال النتائج السابقة يوصي الباحث بضرورة الأخذ برأي مستهلكي الألبان فيما يخص تطوير المنتجات، والوسائل التي يفضلونها، وضرورة تبني شركات الألبان لأسلوب المقارنة المرجعية للارتقاء بسمعة وجودة منتجات الألبان، وضرورة تجاوز الأساليب التقليدية من قبل إدارة الشركة واعتماد الأساليب التكنولوجية الحديثة التي من شأنها تطوير المنتجات، وأن توسع شركات الألبان خطوط إنتاجها لتضم نكهات مختلفة كأساس لتطوير المنتجات.