

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تقرير عن أخلاقيات البحث العلمي

تطبيق على موضوع البحث:

دور ولاء العملاء في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة المنشآت التجارية

إعداد الطالبة:

أبرار عصام إسماعيل

إشراف:

د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

فهرس المحتويات

2	فهرس المحتويات
3	1. المقدمة
4	2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي
4	3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي
4	3.1 الأمانة العلمية
4	3.2 النزاهة
5	3.3 الموضوعية
5	3.4 السرية
5	3.5 الموافقة المستنيرة
5	4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي
6	4.1 الانتحال العلمي
6	4.2 تزوير البيانات
6	4.3 التحيز
6	4.4 انتهاك الخصوصية
6	4.5 تضارب المصالح
7	5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث
7	6. التطبيق العملي على موضوع البحث
8	6.1 أخلاقيات اختبار العينة
8	6.2 أخلاقيات جمع البيانات
8	6.3 السرية وحماية بيانات المشاركين
9	6.4 الموافقة المستنيرة
9	6.5 تجنب التحيز في البحث
9	6.6 التعامل مع المخاطر المحتملة
9	6.7 الأمانة في تحليل النتائج
10	6.8 التوثيق العلمي
11	7. الخاتمة
12	8. قائمة المراجع

1. المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي من الموضوعات الأساسية التي يجب أن يلتزم بها الباحث في جميع مراحل إعداد البحث، بدءًا من اختيار المشكلة البحثية، ومرورًا بجمع البيانات وتحليلها، وانتهاءً بعرض النتائج والتوصيات. فالبحث العلمي لا يقتصر على جمع المعلومات والوصول إلى نتائج فقط، بل يقوم على مجموعة من القيم والمبادئ التي تضمن صدق العمل البحثي ونزاهته واحترام حقوق المشاركين فيه.

ويقصد بأخلاقيات البحث العلمي مجموعة المبادئ والقواعد التي تنظم سلوك الباحث أثناء إجراء الدراسة، وتساعد على التمييز بين الممارسات المقبولة وغير المقبولة في البحث. وتشمل هذه الأخلاقيات الأمانة العلمية، والنزاهة، والموضوعية، والسرية، والحصول على الموافقة المستنيرة، واحترام خصوصية الأفراد المشاركين في البحث.

وتزداد أهمية أخلاقيات البحث العلمي في الدراسات الإدارية والتسويقية التي تعتمد غالبًا على آراء العملاء أو الموظفين أو المستهلكين، لأن هذه الدراسات تتعامل مع بيانات ومعلومات قد تكون شخصية أو مرتبطة بتجارب الأفراد وتفضيلاتهم. لذلك يجب على الباحث أن يتعامل مع المشاركين باحترام وشفافية، وأن يوضح لهم هدف الدراسة وطبيعة مشاركتهم، وأن يحافظ على سرية إجاباتهم.

ويأتي هذا التقرير بهدف توضيح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها، وبيان المبادئ الأساسية التي يجب الالتزام بها، مع مناقشة أبرز القضايا الأخلاقية التي قد تواجه الباحث. كما يركز التقرير على التطبيق العملي لهذه الأخلاقيات على موضوع البحث بعنوان: “دور ولاء العملاء في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة المنشآت التجارية”، من خلال توضيح كيفية جمع البيانات من العملاء بطريقة أخلاقية ومنظمة.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تتبع أهمية أخلاقيات البحث العلمي من كونها تمثل الأساس الذي يحافظ على جودة البحث ومصداقيته. فعندما يلتزم الباحث بالأمانة العلمية والموضوعية والشفافية، تصبح نتائج البحث أكثر موثوقية وقابلية للاعتماد عليها في اتخاذ القرارات. أما في حال غياب الأخلاقيات، فقد يتعرض البحث للضعف أو التشكيك، وقد يؤدي ذلك إلى نتائج غير دقيقة أو توصيات مضللة.

وتساعد أخلاقيات البحث العلمي على حماية حقوق المشاركين في الدراسة، خصوصاً عندما يتم جمع بيانات من أفراد حقيقيين. فالمشارك له الحق في معرفة هدف البحث، وله الحق في قبول المشاركة أو رفضها، كما يجب أن يشعر بالأمان عند تقديم إجاباته دون خوف من استخدام بياناته بشكل غير مناسب. لذلك فإن احترام خصوصية المشاركين وسرية معلوماتهم من أهم عناصر البحث الأخلاقي.

كما تسهم الأخلاقيات في تعزيز الثقة بين الباحث والمجتمع. فعندما يدرك الأفراد أن الباحث يتعامل مع بياناتهم بمسؤولية واحترام، يكونون أكثر استعداداً للمشاركة وتقديم إجابات صادقة. وهذا ينعكس إيجاباً على جودة البيانات التي يتم جمعها، وبالتالي على دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث.

وفي مجال إدارة الأعمال والتسويق، تبرز أهمية أخلاقيات البحث بشكل واضح، لأن كثيراً من الدراسات تعتمد على استطلاع آراء العملاء حول المنتجات والخدمات والعلامات التجارية. فإذا لم يلتزم الباحث بالموضوعية والسرية، فقد تتأثر إجابات المشاركين أو يتم استخدام بياناتهم بطريقة غير سليمة. لذلك تعد الأخلاقيات شرطاً أساسياً لضمان نجاح الدراسات الإدارية والتسويقية.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

3.1 الأمانة العلمية

تعني الأمانة العلمية التزام الباحث بكتابة المعلومات والنتائج كما هي دون تزيف أو تحريف، مع توثيق المصادر التي استفاد منها. ولا يجوز للباحث أن ينسب أفكار الآخرين إلى نفسه أو يستخدم نصوصاً من مراجع دون الإشارة إليها.

مثال ذلك: عند كتابة بحث عن ولاء العملاء، يجب على الباحثة أن توثق التعريفات والنماذج والنظريات التي تعتمد عليها، مثل تعريفات ولاء العملاء أو مفاهيم الميزة التنافسية، وألا تنقلها دون ذكر المصدر.

3.2 النزاهة

النزاهة تعني أن يكون الباحث صادقاً في جميع مراحل البحث، سواء في جمع البيانات أو تحليلها أو عرض النتائج. فلا يجوز حذف نتائج معينة لأنها لا توافق توقعات الباحث، ولا يجوز تضخيم نتائج أخرى بهدف جعل البحث يبدو أكثر قوة.

مثال ذلك: إذا أظهرت نتائج الاستبانة أن بعض العملاء لا يشعرون بولاء قوي تجاه المنشآت التجارية، فيجب عرض هذه النتيجة كما هي وعدم تجاهلها، لأنها قد تساعد في فهم المشكلة بشكل أفضل.

3.3 الموضوعية

الموضوعية تعني أن يبتعد الباحث عن التحيز الشخصي، وأن يعتمد على الأدلة والبيانات بدلاً من الآراء والانطباعات الخاصة. ويجب أن تكون أسئلة البحث وأداة الدراسة مصممة بطريقة عادلة لا تدفع المشاركين إلى إجابات معينة.

مثال ذلك: عند إعداد استبانة عن ولاء العملاء، يجب ألا تكون الأسئلة موجهة مثل: “هل توافق أن المنشآت الناجحة دائماً تمتلك عملاء مخلصين؟” بل الأفضل صياغتها بطريقة محايدة مثل: “إلى أي مدى ترى أن ولاء العملاء يسهم في تعزيز نجاح المنشآت التجارية؟”.

3.4 السرية

السرية تعني حماية بيانات المشاركين وعدم الكشف عن أسمائهم أو معلوماتهم الشخصية. ويجب استخدام البيانات فقط لأغراض البحث العلمي، وعدم مشاركتها مع أي جهة أخرى دون موافقة المشاركين.

مثال ذلك: إذا شارك عدد من العملاء في استبانة حول تجربتهم مع منشآت تجارية معينة، فيجب عدم ذكر أسمائهم أو أرقامهم أو أي معلومات تكشف هويتهم، بل يتم عرض النتائج بشكل عام مثل النسب والمتوسطات.

3.5 الموافقة المستنيرة

تعني الموافقة المستنيرة أن يعرف المشارك هدف الدراسة وطبيعة الأسئلة وحقه في الانسحاب في أي وقت قبل أن يوافق على المشاركة. ويجب أن تكون المشاركة طوعية دون ضغط أو إجبار.

مثال ذلك: قبل أن تجيب عينة من العملاء على الاستبانة، يجب توضيح أن المشاركة اختيارية، وأن البيانات ستستخدم لأغراض علمية فقط، وأن إجاباتهم ستبقى سرية.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

4.1 الانتحال العلمي

الانتحال العلمي هو استخدام أفكار أو عبارات أو نتائج الآخرين دون الإشارة إلى أصحابها. ويعد الانتحال من أخطر المشكلات الأخلاقية، لأنه يخالف الأمانة العلمية ويضعف مصداقية الباحث.

مثال ذلك: إذا قامت الباحثة بنقل فقرة من دراسة سابقة عن ولاء العملاء دون توثيقها، فهذا يعد انتحالاً علمياً. ولتجنب ذلك يجب إعادة الصياغة بأسلوب الباحثة مع ذكر المرجع.

4.2 تزوير البيانات

تزوير البيانات يعني اختلاق نتائج أو تعديل بيانات البحث بما يخدم فرضيات الباحث. وهذه الممارسة غير أخلاقية لأنها تؤدي إلى نتائج غير صحيحة قد تضلل القارئ أو المؤسسة المستفيدة من البحث.

مثال ذلك: إذا لم تحصل الباحثة إلا على عدد قليل من إجابات الاستبانة، فلا يجوز لها إضافة إجابات وهمية لزيادة حجم العينة، لأن ذلك يؤثر على صدق النتائج.

4.3 التحيز

التحيز يحدث عندما يؤثر رأي الباحث أو توقعاته على جمع البيانات أو تفسير النتائج. وقد يظهر التحيز في صياغة الأسئلة، أو اختيار العينة، أو تحليل النتائج.

مثال ذلك: إذا كانت الباحثة تفترض مسبقاً أن ولاء العملاء هو العامل الوحيد في نجاح المنشآت، فقد تتجاهل عوامل أخرى مثل جودة الخدمة أو السعر أو تجربة العميل. لذلك يجب تحليل الموضوع بشكل متوازن.

4.4 انتهاك الخصوصية

انتهاك الخصوصية يحدث عندما يتم جمع أو استخدام بيانات شخصية دون موافقة أصحابها، أو عندما يتم الكشف عن معلومات المشاركين بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

مثال ذلك: لا يجوز نشر أسماء العملاء أو بيانات التواصل الخاصة بهم في البحث، ولا يجوز استخدام إجاباتهم في أغراض تجارية أو تسويقية خارج نطاق الدراسة.

4.5 تضارب المصالح

تضارب المصالح يعني وجود مصلحة شخصية أو مادية قد تؤثر على حياد الباحث. ويجب الإفصاح عن أي علاقة قد تؤثر في نتائج البحث أو تفسيرها.

مثال ذلك: إذا كانت الباحثة تعمل في منشأة تجارية معينة وتدرس ولاء العملاء لهذه المنشأة، فقد يكون هناك احتمال لتحيز النتائج. وفي هذه الحالة يجب توضيح ذلك والحرص على جمع البيانات وتحليلها بموضوعية.

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

توجد العديد من القواعد واللوائح التي تهدف إلى تنظيم أخلاقيات البحث العلمي وحماية المشاركين. ومن أهم هذه القواعد وجود لجان أخلاقيات البحث العلمي، والتي تعرف أحيانًا باسم لجان المراجعة المؤسسية. وتقوم هذه اللجان بمراجعة الأبحاث التي تتضمن مشاركة أفراد أو جمع بيانات منهم، للتأكد من أن الدراسة لا تسبب ضررًا للمشاركين وأن حقوقهم محفوظة.

وتكمن أهمية هذه اللجان في أنها تراجع أدوات البحث مثل الاستبانات والمقابلات، وتتأكد من وضوح الهدف البحثي، ووجود موافقة مستنيرة، وحماية خصوصية المشاركين. كما تساعد هذه القواعد على منع الممارسات غير الأخلاقية مثل إجبار المشاركين أو استخدام البيانات دون إذن.

ومن القواعد المهمة أيضًا الالتزام بأسلوب التوثيق العلمي مثل APA، لأنه يساعد على حفظ حقوق المؤلفين والباحثين السابقين، ويوضح للقارئ المصادر التي اعتمد عليها الباحث. كما أن التوثيق الصحيح يقلل من احتمالية الانتحال العلمي، ويجعل البحث أكثر مصداقية وتنظيمًا.

وفي الدراسات الإدارية، قد لا تكون المخاطر عالية مثل بعض الدراسات الطبية، لكنها تظل موجودة، خاصة عندما تتعلق البيانات بآراء العملاء أو تقييمهم للمنشآت أو سلوكهم الشرائي. لذلك يجب التعامل مع هذه البيانات بمسؤولية، وعدم استخدامها إلا في حدود الهدف العلمي للدراسة.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث

يرتبط موضوع البحث بعنوان: “دور ولاء العملاء في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة المنشآت التجارية” بجمع بيانات من العملاء أو المستهلكين لمعرفة آرائهم حول ولائهم للمنشآت التجارية، والعوامل التي تؤثر على هذا الولاء، مثل جودة الخدمة، ورضا العملاء، والثقة بالعلامة التجارية، وتجربة العميل.

وبما أن الدراسة تعتمد على آراء الأفراد، فإن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي يعد أمرًا أساسيًا في جميع مراحل الدراسة. ويمكن تطبيق الأخلاقيات في هذا البحث من خلال مجموعة من الإجراءات العملية.

6.1 أخلاقيات اختيار العينة

يجب اختيار عينة الدراسة بطريقة عادلة ومناسبة لموضوع البحث. فإذا كانت الدراسة تستهدف عملاء المنشآت التجارية، فيجب أن تكون العينة من أشخاص لديهم تجربة فعلية مع الشراء أو التعامل مع منشآت تجارية. كما يجب عدم اختيار المشاركين بناءً على رغبة الباحثة في الحصول على إجابات معينة، بل يجب أن يكون الاختيار موضوعيًا قدر الإمكان.

كما ينبغي عدم إجبار أي شخص على المشاركة في الاستبانة، لأن المشاركة في البحث يجب أن تكون طوعية. ويحق للمشارك رفض الإجابة أو الانسحاب في أي وقت دون أي ضرر أو ضغط.

6.2 أخلاقيات جمع البيانات

عند جمع البيانات من خلال الاستبانة، يجب توضيح هدف الدراسة للمشاركين قبل الإجابة. ويمكن كتابة مقدمة قصيرة في بداية الاستبانة توضح أن الدراسة تهدف إلى معرفة دور ولاء العملاء في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة المنشآت التجارية، وأن الإجابات ستستخدم لأغراض علمية فقط.

كما يجب أن تكون أسئلة الاستبانة واضحة وغير مضللة، وألا تتضمن أسئلة محرجة أو شخصية لا علاقة لها بموضوع البحث. وينبغي أن تركز الأسئلة على الجوانب المرتبطة بولاء العملاء مثل الرضا، والثقة، وتكرار الشراء، والتوصية بالمنشأة، والشعور بالارتباط بالعلامة التجارية.

6.3 السرية وحماية بيانات المشاركين

من المهم الحفاظ على سرية بيانات المشاركين في البحث. لذلك يفضل ألا تطلب الاستبانة اسم المشارك أو رقم هاتفه أو أي معلومات شخصية غير ضرورية. وإذا احتاجت الباحثة إلى بعض البيانات العامة مثل العمر أو الجنس أو نوع العمل، فيجب استخدامها فقط لأغراض التحليل الإحصائي دون ربطها بهوية محددة.

كما يجب حفظ البيانات في مكان آمن، وعدم مشاركتها مع أي شخص غير معني بالدراسة. وعند عرض النتائج، يجب استخدام عبارات عامة مثل “أظهرت النتائج أن نسبة من المشاركين ترى أن جودة الخدمة تؤثر على ولاء العملاء”، بدلاً من ذكر أسماء أشخاص أو منشآت محددة.

6.4 الموافقة المستنيرة

يجب الحصول على موافقة المشاركين قبل جمع البيانات. ويمكن تحقيق ذلك من خلال وضع عبارة في بداية الاستبانة مثل: “أوافق على المشاركة في هذه الدراسة طوعاً، وأدرك أن البيانات التي أقدمها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وأن هويتي ستبقى سرية، ويحق لي الانسحاب في أي وقت.”

هذه العبارة تساعد على ضمان أن المشارك يعرف طبيعة الدراسة وحقوقه قبل أن يجيب على الأسئلة.

6.5 تجنب التحيز في البحث

يجب على الباحثة تجنب التحيز في صياغة الأسئلة وتحليل النتائج. فموضوع ولاء العملاء قد يرتبط بتوقعات مسبقة لدى الباحثة، مثل الاعتقاد بأن العملاء المخلصين دائماً يحققون ميزة تنافسية للمنشأة. ومع أن هذا قد يكون صحيحاً في كثير من الحالات، إلا أن البحث العلمي يتطلب اختبار هذه العلاقة بناءً على البيانات وليس الافتراضات.

لذلك يجب أن تكون الأسئلة محايدة، وأن يتم تحليل جميع النتائج حتى لو جاءت مخالفة لتوقعات الباحثة. فإذا أظهرت النتائج أن السعر أو جودة الخدمة لهما تأثير أكبر من الولاء، فيجب ذكر ذلك بموضوعية وعدم تجاهله.

6.6 التعامل مع المخاطر المحتملة

تعد المخاطر في هذا البحث محدودة، لأنه لا يتضمن تدخلاً مباشراً أو معلومات حساسة بدرجة عالية. ومع ذلك، قد يشعر بعض المشاركين بالقلق من تقييم منشآت تجارية معينة أو التعبير عن آرائهم السلبية. لذلك يجب طمأنة المشاركين بأن إجاباتهم سرية، وأن البحث لا يهدف إلى تقييم أشخاص أو منشآت بعينها، بل يهدف إلى فهم العلاقة بين ولاء العملاء والميزة التنافسية والاستدامة.

6.7 الأمانة في تحليل النتائج

بعد جمع البيانات، يجب تحليل النتائج كما هي دون تغيير أو حذف. فإذا دعمت النتائج فرضيات الدراسة، يتم عرض ذلك بوضوح. وإذا لم تدعم بعض الفرضيات، يجب ذكر ذلك أيضاً، لأن النتائج غير المتوقعة قد تكون مهمة وتفتح مجالاً لدراسات مستقبلية.

كما يجب عدم المبالغة في تفسير النتائج. فإذا كانت عينة الدراسة محدودة، ينبغي توضيح ذلك ضمن حدود الدراسة، وعدم تعميم النتائج على جميع المنشآت التجارية بشكل مطلق.

6.8 التوثيق العلمي

في هذا البحث يجب توثيق جميع المراجع المستخدمة وفق أسلوب APA، خصوصًا عند استخدام تعريفات أو نظريات أو نتائج من دراسات سابقة عن ولاء العملاء أو الميزة التنافسية أو أخلاقيات البحث العلمي. ويساعد التوثيق الصحيح على دعم البحث علميًا وحماية الباحثة من الوقوع في الانتحال.

7. الخاتمة

يتضح من خلال هذا التقرير أن أخلاقيات البحث العلمي تعد عنصرًا أساسيًا في نجاح أي دراسة علمية، فهي لا تقل أهمية عن المنهجية أو التحليل أو النتائج. فالبحث الجيد لا يقاس فقط بجودة موضوعه، بل أيضًا بمدى التزام الباحث بالقيم العلمية مثل الأمانة، والنزاهة، والموضوعية، والسرية، واحترام المشاركين.

كما تبين أن الالتزام بالأخلاقيات في دراسة “دور ولاء العملاء في تعزيز الميزة التنافسية واستدامة المنشآت التجارية” ضروري لأن البحث يعتمد على جمع بيانات من العملاء. ولذلك يجب الحصول على موافقتهم، وحماية معلوماتهم، وصياغة الأسئلة بطريقة محايدة، وتحليل النتائج بصدق وموضوعية.

ويمكن القول إن أخلاقيات البحث العلمي تساعد على رفع جودة الدراسة وزيادة ثقة القارئ في نتائجها. كما أنها تحمي حقوق المشاركين وتضمن استخدام البيانات بطريقة مسؤولة. ومن ثم فإن التزام الباحثة بهذه المبادئ سيجعل البحث أكثر قوة ومصداقية، ويسهم في تقديم نتائج وتوصيات يمكن أن تستفيد منها المنشآت التجارية في تعزيز ولاء عملائها وتحقيق ميزة تنافسية واستدامة طويلة الأمد.

8. قائمة المراجع

American Psychological Association. (2017). <i>Ethical principles of psychologists and code of conduct</i> . American Psychological Association. https://www.apa.org/ethics/code
American Psychological Association. (2020). <i>Publication manual of the American Psychological Association</i> (7th ed.). American Psychological Association.
National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research. (1979). <i>The Belmont report: Ethical principles and guidelines for the protection of human subjects of research</i> . U.S. Department of Health and Human Services.
Resnik, D. B. (2020). <i>What is ethics in research & why is it important?</i> National Institute of Environmental Health Sciences.
World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. <i>JAMA</i> , 310(20), 2191–2194.