

تقرير علمي حول أخلاقيات البحث العلمي والأمانة العلمية

مرتبط بمشروع التخرج: دور استراتيجيات التسويق الرقمي في اكتساب العملاء وبناء الثقة في منصات التوريد والشراء الإلكتروني - دراسة تطبيقية على منصة MakeOrder

الطالب: مسفر اليامي
التخصص: بكالوريوس التسويق الرقمي

الرقم الجامعي: 233001592
موضوع الورقة: أخلاقيات البحث والأمانة العلمية

مقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي والأمانة العلمية قاعدة أساسية في بناء المعرفة الرصينة؛ فالبحث الأكاديمي لا يستمد قيمته من عدد الصفحات أو كثرة المعلومات فحسب، بل من سلامة المنهج، وصدق عرض البيانات، واحترام حقوق المشاركين، ودقة الإحالة إلى المصادر. وفي مجال التسويق الرقمي، تزداد أهمية هذا الجانب لأن الباحث قد يتعامل مع آراء عملاء وموردين وسلوكيات رقمية وبيانات تجارية أو شخصية تتطلب قدراً عالياً من السرية والمسؤولية. ومن هذا المنطلق، فإن دراسة منصة MakeOrder يجب أن تُبنى على التزام واضح بالنزاهة والحياد، بحيث تكون النتائج قابلة للثقة وقابلة للاستخدام الأكاديمي والتطبيقي.

أولاً: مفهوم أخلاقيات البحث العلمي

يقصد بأخلاقيات البحث العلمي مجموعة المبادئ التي تنظم علاقة الباحث بالمشكلة البحثية، وبالمشاركين، وبالبيانات، وبالمجتمع الأكاديمي. وتشمل هذه المبادئ احترام الإنسان، وتجنب الضرر، وتحقيق العدالة، وحماية الخصوصية، والشفافية في عرض الإجراءات والنتائج. وقد رُسخ تقرير بلمونت ثلاثة مبادئ مركزية في البحوث التي تتعامل مع البشر، وهي: احترام الأشخاص، والإحسان، والعدالة (HHS, 1979). وبناءً على ذلك، فإن أي استبانة أو مقابلة في بحث MakeOrder ينبغي أن توضح للمشارك الغرض من البحث، وأن تؤكد أن المشاركة اختيارية، وأن البيانات ستستخدم لأغراض علمية فقط، دون توظيفها تجارياً أو الكشف عن هوية المشاركين.

ثانياً: الأمانة العلمية والنزاهة في الكتابة

تعني الأمانة العلمية أن يلتزم الباحث بالصدق في النقل والتحليل والاستنتاج، وأن يميّز بوضوح بين أفكاره الخاصة وما استند إليه من دراسات ومراجع. وتؤكد مؤسسة النزاهة الأكاديمية أن النزاهة تقوم على قيم الصدق، والثقة، والإنصاف، والاحترام، والمسؤولية، والشجاعة (ICAI, 2021). وعلى الجانب الآخر، يُعد الاختلاق والتزوير والانتحال من أبرز صور سوء السلوك البحثي؛ إذ يعرّف مكتب نزاهة البحث سوء السلوك بأنه اختلاق أو تزوير أو انتحال في اقتراح البحث أو تنفيذه أو مراجعته أو عرض نتائجه (ORI, n.d). لذلك يجب على الباحث توثيق كل فكرة مأخوذة من الدراسات السابقة، وإعادة الصياغة بأسلوبه، وتجنب إدراج مراجع غير حقيقية أو نتائج غير مدعومة بالبيانات.

ثالثاً: تطبيق الأخلاقيات في دراسة MakeOrder

تتسم الدراسة الحالية بطبيعة تطبيقية لأنها تتناول دور استراتيجيات التسويق الرقمي في اكتساب العملاء وبناء الثقة في منصات التوريد والشراء الإلكتروني. وهذا يتطلب التزاماً مضاعفاً؛ فالباحث من جهة يستفيد من خبرته العملية في فهم المشكلة، ومن جهة أخرى يجب أن يحافظ على الحياد الأكاديمي عند جمع البيانات وتحليلها. ولتحقيق ذلك، ينبغي فصل الرأي الشخصي عن النتائج، وعدم توجيه أسئلة الاستبانة بطريقة تؤدي إلى إجابات محددة، وعرض النتائج كما تظهر في التحليل سواء كانت إيجابية أو نقدية. كما يجب عدم نشر أسماء العملاء أو الموردين أو أي معلومات قد تكشف هويتهم أو مصالحهم التجارية.

رابعاً: ضوابط عملية للالتزام الأخلاقي

- الحصول على موافقة المشاركين قبل جمع البيانات، مع توضيح هدف الدراسة وطبيعة استخدامها الأكاديمي.
- الحفاظ على سرية البيانات وعدم مشاركة أي معلومات شخصية أو تجارية خارج نطاق البحث.
- صياغة أسئلة الاستبانة بلغة محايدة وواضحة لا تؤثر على إجابات المشاركين.
- تحليل البيانات كما هي دون حذف أو تعديل أو تضخيم يخدم نتيجة مسبقة.
- توثيق جميع المراجع والدراسات السابقة توثيقاً علمياً، والتمييز بين الاقتباس وإعادة الصياغة والتحليل الشخصي.

خامساً: أخلاقيات استخدام الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي

أصبح استخدام الأدوات الرقمية والذكاء الاصطناعي جزءاً من بيئة البحث الحديثة، سواء في تنظيم المراجع أو تحسين الصياغة أو تحليل البيانات. غير أن استخدام الأخلاقي لهذه الأدوات يتطلب أن تبقى مساندة لعمل الباحث لا بديلاً عنه. ويجب التحقق من صحة المعلومات الناتجة عنها، وعدم قبول مراجع وهمية، وعدم تسليم نص لا يعبر عن فهم الباحث. كما تؤكد توصية اليونسكو بشأن العلم المفتوح أهمية النزاهة البحثية والشفافية والتميز العلمي في إنتاج

المعرفة وتداولها (UNESCO, 2021). ولذلك فإن استخدام هذه الأدوات في بحث MakeOrder يجب أن يكون تحت مراجعة الباحث، مع الالتزام بالتوثيق والتحقق من المصادر.

سادساً: الخصوصية والثقة في البحث

تتصل الخصوصية مباشرة بموضوع الدراسة؛ فالبحث الذي يناقش بناء الثقة في المنصات الرقمية يجب أن يطبق هذه الثقة في إجراءاته. ويؤكد إعلان هلسنكي ضرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة لحماية خصوصية المشاركين وسرية معلوماتهم الشخصية (WMA, 2024). وفي سياق MakeOrder، فإن حماية بيانات المشاركين لا تعزز الجانب الأخلاقي فقط، بل ترفع جودة الإجابات أيضاً؛ لأن المشارك عندما يشعر بالأمان يكون أكثر استعداداً لتقديم رأي صادق حول تجربته مع المنصات الرقمية والتوريد الإلكتروني.

خاتمة

يتضح أن أخلاقيات البحث العلمي والأمانة العلمية ليستا إجراءً شكلياً، بل هما أساس جودة البحث ومصداقيته. وفي مشروع التخرج المرتبط بمنصة MakeOrder، يظهر الالتزام الأخلاقي في وضوح هدف الدراسة، وعدالة اختيار العينة، وحماية بيانات المشاركين، وصدق التحليل، ودقة التوثيق. وكما التزم الباحث بهذه المبادئ أصبح البحث أكثر قبولاً من الناحية الأكاديمية وأكثر فائدة من الناحية العملية، لأنه يقدم نتائج يمكن الوثوق بها والبناء عليها في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي واكتساب العملاء وبناء الثقة في منصات التوريد والشراء الإلكتروني.

المراجع

١. وزارة الصحة والخدمات الإنسانية الأمريكية (HHS). تقرير بلمونت: المبادئ الأخلاقية والإرشادات الخاصة بحماية الأشخاص المشاركين في البحوث.
٢. المركز الدولي للنزاهة الأكاديمية (ICAI). القيم الأساسية للنزاهة الأكاديمية: الصدق، الثقة، الإنصاف، الاحترام، المسؤولية، والشجاعة.
٣. مكتب نزاهة البحث (ORI). (دون تاريخ). تعريف سوء السلوك البحثي: الاختلاق، والتزوير، والانتحال في اقتراح البحث أو تنفيذه أو مراجعته أو عرض نتائجه.
٤. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (UNESCO). توصية اليونسكو بشأن العلم المفتوح والنزاهة البحثية والشفافية في تداول المعرفة.
٥. الجمعية الطبية العالمية (WMA). إعلان هلسنكي: المبادئ الأخلاقية للبحوث التي تتعامل مع المشاركين من البشر وحماية الخصوصية والسرية.