

"أثر التسعير العادل والمدرک على نية الشراء لدى المستهلكين في
تطبيقات التوصيل"

إعداد الطالب/

زبيدة حامد احمد محمد

إشراف/

د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

المقدمة

تشكّل أخلاقيات البحث العلمي ركيزة أساسية في البيئة الأكاديمية المعاصرة؛ نظراً لدورها المحوري في ضمان جودة الدراسة وتعزيز مصداقية النتائج المستخلصة. وتُمثل هذه الأخلاقيات مجموعة من المبادئ والمعايير المنهجية التي توجه سلوك الباحث طوال مراحل الدراسة، بدءاً من صياغة المشكلة البحثية وصولاً إلى عرض النتائج والتوصيات.

وتكتسب أخلاقيات البحث أهمية مضاعفة عند دراسة تطبيقات التوصيل؛ وذلك في ظل التسارع التكنولوجي المطرد، والنمو الملحوظ في قطاع التجارة الإلكترونية، وما صاحبه من تحولات جذرية في أنماط الاستهلاك لدى الأفراد، مما يفرض ضرورة الالتزام بمعايير دقيقة لحماية خصوصية البيانات وضمان شفافية التعامل مع المشاركين في البحث.

وفي هذا السياق، يهدف هذا التقرير إلى استعراض المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي، وكيفية إسقاطها وتطبيقها على موضوع الدراسة الحالية المعنون بـ: "أثر التسعير العادل المُدرك على نية الشراء لدى المستهلكين في تطبيقات التوصيل"، وذلك لضمان التزام الدراسة بأعلى معايير النزاهة والمسؤولية العلمية.

أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تنبثق أهمية أخلاقيات البحث العلمي من كونها "صمام الأمان" الذي يضمن نزاهة الممارسة البحثية وسلامة مخرجاتها؛ فهي لا تقتصر على كونها التزاماً إجرائياً، بل هي ضمانة جوهرية لجودة النتائج ومصداقيتها.

فمن خلال الالتزام بالمعايير الأخلاقية، يتم تحييد التحيز، وضمان دقة جمع البيانات وتحليلها، مما يؤدي إلى نتائج علمية يمكن الوثوق بها وتعميمها بمسؤولية.

علاوة على ذلك، تلعب الأخلاقيات دوراً محورياً في حماية المجتمع والمشاركين في البحث عبر حفظ خصوصيتهم، وضمان عدم تعرضهم لأي شكل من أشكال الاستغلال أو الضرر النفسي والمعنوي.

وفي سياق دراستنا حول "أثر التسعير العادل المُدرك على نية الشراء لدى المستهلكين في تطبيقات التوصيل"، تكتسب هذه الأخلاقيات أهمية مضاعفة؛ نظراً لحساسية البيانات المتعلقة بسلوك المستهلك وتفضيلاته المالية.

إن موثوقية هذه الدراسة تعتمد بشكل كلي على شفافية الباحث مع المشاركين بشأن الغرض من الدراسة، وضمان سرية بياناتهم وتوجهاتهم الشرائية.

إن تطبيق معايير النزاهة العلمية هنا لا يعزّز فقط من قيمة النتائج التي ستلتقها الشركات والممارسون في قطاع التوصيل، بل يرسخ أيضاً احترام خصوصية المستهلك، مما يجعل النتائج المستخلصة حول "التسعير العادل" انعكاساً صادقاً للواقع، بعيداً عن أي تأثيرات قد تشوب عملية جمع البيانات في حال غياب المعايير الأخلاقية.

المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

أولاً : الأمانة العلمية:

هي الالتزام الصادق والدقيق في نقل المعلومات ونسب الأفكار والنتائج إلى أصحابها الأصليين، وتجنب أي شكل من أشكال الانتحال أو التزوير في البيانات.

مثل: عند حصول الباحث على توثيق جميع المراجع والمصادر المستخدمة بدقة وفقاً لنظام التوثيق المعتمد (مثل APA)، دون إغفال جهود الباحثين السابقين

2-النزاهة:

تعني اتصاف الباحث بالصدق والشفافية في كافة مراحل الدراسة، بعيداً عن التحيز الشخصي أو محاولة التأثير على آراء المشاركين لتوجيه النتائج نحو مسار محدد.

مثل: عند تصميم استبيان يلتزم الباحث بطرح الأسئلة بصيغة محايدة تماماً، دون الضغط على المشارك.

3-الموضوعية:

هي قدرة الباحث على التعامل مع البيانات وتفسيرها بناءً على الحقائق والأدلة العلمية، بعيداً عن العواطف أو الانحيازات المسبقة، وضمان عدم تحريف النتائج لخدمة فرضيات معينة.

مثل: حتى لو أظهرت البيانات أن "التسعير العادل" لا يؤثر بشكل مباشر على فئة معينة من المستهلكين كما كان متوقعاً في الفرضية، يلتزم الباحث بعرض النتيجة كما هي دون محاولة تبريرها أو تعديلها.

4-السرية:

تضمن حماية خصوصية بيانات المشاركين وهويتهم، وضمان عدم تسريب معلوماتهم الشخصية أو استخدامها خارج سياق أغراض البحث العلمي.

مثل: يتم معالجة بيانات المشاركين في الدراسة بشكل مجهول الهوية حيث لا يُطلب من المشارك ذكر اسمه أو رقم هاتفه، وتُستخدم البيانات فقط لأغراض التحليل الإحصائي العام.

5-الموافقة المستنيرة :

هي حق المشارك في معرفة طبيعة الدراسة، هدفها، والفوائد المرجوة منها، ومنحه الحرية الكاملة في اختيار المشاركة أو الانسحاب في أي وقت دون أي تبعات.

مثل: في مقدمة الاستبيان الإلكتروني، يتم وضع فقرة توضح هدف البحث، وتؤكد للمشارك أن مشاركته طوعية، وأن له كامل الحرية في التوقف عن تعبئة الاستبيان في أي لحظة.

القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

1-الانتحال العلمي:

يعني استيلاء الباحث على أفكار، أو نصوص، أو نتائج دراسات أخرى ونسبتها إلى نفسه دون توثيق أمانة لمصدرها الأصلي.

مثال: أن يقوم الباحث باقتباس تعريف من إحدى الدراسات السابقة واستخدامه في بحثه كأنه من صياغته الشخصية دون ذكر اسم المؤلف أو مرجع الدراسة.

2-تزوير البيانات:

يتمثل في تلفيق بيانات وهمية لم يتم جمعها فعلياً، أو التلاعب في البيانات الحقيقية بحذفها أو تعديلها للحصول على نتائج تدعم فرضيات الباحث.

مثال: أن يقوم الباحث باختراع استجابات استبائية وهمية لزيادة حجم العينة، أو تعديل إجابات المشاركين لتبدو أكثر ارتباطاً بفرضية خلافاً لما ذكره المشاركون فعلياً.

3- التحيز:

ميل الباحث بشكل وهو واع أو غير واع نحو اتجاه معين في اختيار العينة، أو طرح الأسئلة، أو تحليل النتائج، مما يؤدي إلى عدم دقة النتائج.

مثال: اختيار عينة من مستخدمي تطبيقات التوصيل الذين لديهم تجربة سلبية فقط، وتجاهل آراء المستخدمين الراضين، مما يؤدي إلى نتائج مضللة لا تعكس واقع السوق الحقيقي.

4- انتهاك الخصوصية:

يحدث عندما يتم جمع أو تداول بيانات المشاركين بطريقة تكشف هويتهم أو تسمح بالتعرف عليهم، أو استخدام بياناتهم في أغراض غير التي وافقوا عليها.

مثال: أن يقوم الباحث بطلب بريد إلكتروني أو رقم هاتف المشارك في الاستبيان، ثم يقوم بمشاركة هذه البيانات مع شركات توصيل أو جهات خارجية دون الحصول على إذن صريح من المشارك.

القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

لا تترك ممارسة البحث العلمي للاجتهادات الفردية فحسب، بل تُضبط عبر إطار مؤسسي وتنظيمي يضمن توافق الدراسة مع المعايير الأخلاقية العالمية والمحلية. وتتمثل أهمية هذه القواعد في توفير "مظلة حماية" للمشارك، والباحث، والمؤسسة العلمية على حد سواء.

1- دور لجان أخلاقيات البحث

و أهميتها في دراستنا: إن عرض خطة البحث على لجنة أخلاقيات يضمن أن تصميم الاستبيان الخاص بـ "أثر التسعير العادل" لا يتضمن أي أسئلة قد تسبب ضيقاً للمشاركين، وأن آليات جمع البيانات الرقمية تلتزم بأعلى معايير حماية الخصوصية

2- المعايير التوجيهية

وأهميتها في دراستنا: يوفر دليل APA إطاراً موحداً يضمن للباحث توثيق المصادر بشكل أمين، وتجنب الانحياز في عرض النتائج، مما يرفع من القيمة الأكاديمية للدراسة ويجعلها مرجعاً يعتمد عليه في قطاع تطبيقات التوصيل.

إن الالتزام بهذه القواعد واللوائح ليس مجرد إجراء روتيني لإتمام متطلبات التخرج أو النشر، بل هو التزام أخلاقي يضفي الصبغة الشرعية على النتائج.

الممارسة الأخلاقية في دراسة "أثر التسعير العادل المُدرّك على نية

الشراء لدى المستهلكين في تطبيقات التوصيل"

تتجاوز الأخلاقيات في هذه الدراسة الجانب النظري لتشكل ممارسات إجرائية دقيقة أتبعها في كل مرحلة من مراحل جمع البيانات وتحليلها، وذلك على النحو الآتي:

1- جمع البيانات بمسؤولية

لضمان سلامة عملية جمع البيانات، اعتمدت استراتيجية قائمة على الشفافية والحياد.

يتم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني مصمم ليقس "التصورات النفسية" للمستهلك تجاه آليات التسعير (مثل التسعير الديناميكي).

ولتجنب أي تحيز في جمع البيانات، حرصت على:

*توزيع الاستبيان على عينة متنوعة تشمل مستخدمين ذوي أنماط استهلاك مختلفة، لضمان أن نتائج "التسعير العادل" لا تقتصر على فئة معينة.

*صياغة الأسئلة بلغة مبسطة ومحيدة تماماً، بعيداً عن أي إحياءات قد توجه المشارك نحو تقييم إيجابي أو سلبي.

2- الحصول على الموافقة المستنيرة

*التوعية بالهدف: إيضاح صريح بأن الغرض من جمع البيانات هو "بحث علمي بحث" لخدمة الأغراض الأكاديمية، وليس لخدمة أي أهداف ترويجية.

*الحرية المطلقة: التأكيد للمشارك أن مشاركته طوعية، وأن له الحق في إيقاف المشاركة في أي لحظة دون إبداء أسباب، ودون أن يترتب على ذلك أي ضرر.

3- تدابير الحفاظ على السرية

*مجهولية الهوية: تقنياً، لن يتم طلب أي معلومات تعريفية (مثل: الاسم، رقم الجوال، أو البريد الإلكتروني). البيانات تُجمع ككتل رقمية مجردة، مما يجعل ربط الإجابة بصاحبها أمراً مستحيلاً.

*أمن المعلومات: سيتم تخزين البيانات في بيئة رقمية محمية بكلمة مرور، ولن يتم الاطلاع عليها إلا من قبلي (الباحث) لغرض التحليل الإحصائي، مع التعهد بإتلاف البيانات الأولية فور انتهاء فترة البحث واعتماد النتائج.

4- تقييم وإدارة المخاطر

*تجنب الحرج الاجتماعي: قد يشعر البعض بالحرج عند الحديث عن "قدراتهم المالية" أو "تفضيلاتهم للأسعار". لذا، تم تصميم أسئلة البحث لتركز على "الإدراك الذهني للعدالة" (هل يشعر المستهلك أن السعر عادل؟) بدلاً من التركيز على قدرته المالية الشخصية، مما يزيل أي شعور بالضغط أو التقييم للمشارك.

*حيادية النتائج: أدرك أن هناك تضارباً في المصالح قد ينشأ إذا كان المشاركون من العاملين في قطاع التوصيل؛ لذا، تم إضافة سؤال فرز في بداية الاستبيان للتأكد من أن العينة تمثل "المستهلكين" فقط، وذلك لضمان نقاء البيانات وموضوعيتها.

الخاتمة

ختاماً، يستعرض هذا التقرير المنظومة الأخلاقية التي تحكم ممارسات البحث العلمي، مؤكداً أنها ليست مجرد قواعد إجرائية، بل هي جوهر النزاهة العلمية وضمانة موثوقية النتائج.

ومن خلال تطبيق هذه المبادئ – كالأمانة، والموضوعية، وحماية خصوصية المشاركين – على دراستنا بـ "أثر التسعير العادل المُدرك على نية الشراء لدى المستهلكين في تطبيقات التوصيل"، نكون قد أرسنا قواعد صلبة لضمان الحصول على بيانات صادقة تعكس الواقع السلوكي للمستهلكين بأمانة.

إن التزامنا بهذه المعايير الأخلاقية في هذه الدراسة يمثل خطوة أساسية لتعزيز جودة البحث، وتوفير نتائج تدعم اتخاذ قرارات مدروسة في قطاع تطبيقات التوصيل.

ومن هنا، نوصي بأن تظل الأخلاقيات البحثية ركيزة ثابتة في الدراسات المستقبلية التي تتناول ديناميكيات التسعير وسلوك المستهلك؛ حيث إن تطور التكنولوجيا في هذا القطاع لا ينفك يفرض تحديات أخلاقية

جديدة، تستوجب وعياً مستمراً بالمسؤولية البحثية لضمان حماية حقوق المستهلكين والحفاظ على المصداقية الأكاديمية والمهنية للنتائج المستخلصة.

المراجع

1- بخصوص العدالة المدركة ونية الشراء:

Bolton, L. E., Warlop, L., & Alba, J. W. (2003). Consumer perceptions of price (un)fairness. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 474-491.

<https://doi.org/10.1086/346244>

2- بخصوص تطبيقات التوصيل واقتصاد المشاركة:

Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207. <https://doi.org/10.1002/cb.1512>

3- بخصوص أخلاقيات البحث في التسويق (الجانب الأخلاقي):

Murphy, P. E., & Laczniak, G. R. (2011). Ethics in marketing: International cases and perspectives. In *The SAGE Handbook of Marketing Ethics* (pp. 1-20). SAGE Publications.

4- بخصوص سلوك المستهلك في البيئة الرقمية:

Kim, J., & Lennon, S. J. (2013). Effects of reputation and website quality on online consumer purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(3), 297-307. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.01.009>