

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص.. إدارة مشاريع



عنوان التقرير

رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات
واثرها في تعزيز قرار الشراء

إعداد الطالب/

داليه صالح العامري

إشراف/

دعبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي من الأسس المهمة التي تضمن جودة الدراسات ومصادقية نتائجها، خاصة في البحوث المتعلقة برضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات. فالتزام الباحث بالصدق والأمانة العلمية عند جمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج يسهم في تقديم معلومات دقيقة تعكس آراء العملاء الحقيقية، مما يزيد من موثوقية البحث وقيمتها العلمية.

كما تساعد أخلاقيات البحث العلمي في حماية حقوق المشاركين والمحافظة على سرية معلوماتهم وخصوصيتهم، الأمر الذي يشجع العملاء على تقديم آرائهم وتجاربهم بصدق وشفافية. وعندما يشعر المشاركون بالأمان والثقة، فإن البيانات التي يتم الحصول عليها تكون أكثر دقة وواقعية، مما يساهم في فهم مستوى رضا العملاء بشكل أفضل.

وتبرز أهمية أخلاقيات البحث العلمي أيضاً في تجنب التحيز والتلاعب بالنتائج لتحقيق أهداف معينة، حيث يلتزم الباحث بعرض النتائج كما هي دون تحريف أو مبالغة. ويساعد ذلك المؤسسات على اتخاذ قرارات صحيحة مبنية على معلومات واقعية حول احتياجات العملاء وتوقعاتهم، مما ينعكس إيجاباً على تطوير المنتجات والخدمات.

ومن ناحية أخرى، تسهم نتائج البحوث الأخلاقية والموثوقة في تعزيز قرار الشراء لدى العملاء، إذ تعتمد الشركات على هذه النتائج لتحسين جودة المنتجات وتطوير تجربة التسوق وتلبية رغبات المستهلكين. وعندما يلاحظ العميل اهتمام المؤسسة بأرائه والعمل على تحسين تجربته، تزداد ثقته بالمنتج وبالعلامة التجارية، مما يعزز رغبته في الشراء والاستمرار في التعامل معها.

وفي الختام، تمثل أخلاقيات البحث العلمي عاملاً أساسياً في دراسة رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات، حيث تضمن دقة النتائج وموثوقيتها، وتساعد المؤسسات على اتخاذ قرارات فعالة تسهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز قرارات الشراء، الأمر الذي يحقق النجاح والاستدامة في بيئة الأعمال التنافسية. تُعد أخلاقيات البحث العلمي من الأسس المهمة التي تضمن جودة الدراسات ومصادقية نتائجها، خاصة في البحوث المتعلقة برضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات.

التزام الباحث بالصدق والأمانة العلمية عند جمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج يسهم في تقديم معلومات دقيقة تعكس آراء العملاء الحقيقية، مما يزيد من موثوقية البحث وقيمتها العلمية.

كما تساعد أخلاقيات البحث العلمي في حماية حقوق المشاركين والمحافظة على سرية معلوماتهم وخصوصيتهم

الذي يشجع العملاء على تقديم آرائهم وتجاربهم بصدق وشفافية. وعندما يشعر المشاركون بالأمان والثقة، فإن البيانات التي يتم الحصول عليها تكون أكثر دقة وواقعية، مما يساهم في فهم مستوى رضا العملاء بشكل أفضل.

وتبرز أهمية أخلاقيات البحث العلمي أيضاً في تجنب التحيز والتلاعب بالنتائج لتحقيق أهداف معينة

يلتزم الباحث بعرض النتائج كما هي دون تحريف أو مبالغة. ويساعد ذلك المؤسسات على اتخاذ قرارات صحيحة مبنية على معلومات واقعية حول احتياجات العملاء وتوقعاتهم مما ينعكس إيجاباً على تطوير المنتجات والخدمات.

ومن ناحية أخرى، تسهم نتائج البحوث الأخلاقية والموثوقة في تعزيز قرار الشراء لدى العملاء

تعتمد الشركات على هذه النتائج لتحسين جودة المنتجات وتطوير تجربة التسوق وتلبية رغبات المستهلكين. وعندما يلاحظ العميل اهتمام المؤسسة بآرائه والعمل على تحسين تجربته، تزداد ثقته بالمنتج وبالعلاقة التجارية، مما يعزز رغبته في الشراء والاستمرار في التعامل معها.

تمثل البحث العلمي عاملاً أساسياً في دراسة رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات، حيث تضمن دقة النتائج وموثوقيتها

تساعد المؤسسات على اتخاذ قرارات فعالة تسهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز قرارات الشراء، الأمر الذي يحقق النجاح والاستدامة في بيئة الأعمال التنافسية

أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تتمثل أهمية أخلاقيات البحث العلمي في ضمان جمع البيانات وتحليلها وعرض نتائجها بطريقة صادقة وموضوعية، مما يساهم في الوصول إلى نتائج دقيقة تعكس واقع رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات. كما تساعد الأخلاقيات البحثية على تعزيز مصداقية الدراسة وثقة القراء والجهات المستفيدة بنتائجها.

كما أن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي يضمن احترام حقوق المشاركين والمحافظة على سرية معلوماتهم وخصوصيتهم، الأمر الذي يشجع العملاء على التعبير عن آرائهم وتجاربهم بحرية وشفافية. ويساهم ذلك في الحصول على بيانات أكثر دقة تمكن الباحث من فهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء بشكل أفضل.

وتساعد أخلاقيات البحث العلمي أيضاً في تجنب التحيز والتلاعب بالبيانات أو النتائج، مما يؤدي إلى تقديم صورة حقيقية عن مستوى رضا العملاء تجاه المنتجات والخدمات. وبناءً على هذه النتائج الموثوقة تستطيع المؤسسات اتخاذ قرارات مناسبة لتطوير منتجاتها وتحسين تجربة الشراء.

كما تسهم نتائج البحوث التي تلتزم بالأخلاقيات العلمية في تعزيز قرار الشراء لدى العملاء، حيث تستفيد المؤسسات من تلك النتائج في تحسين جودة المنتجات والخدمات وتلبية احتياجات المستهلكين. وعندما يشعر العميل بأن المنتج أو الخدمة تلبي توقعاته ورغباته، تزداد ثقته بالمؤسسة ويصبح أكثر ميلاً لاتخاذ قرار الشراء والاستمرار في التعامل معها.

وفي الختام، تعد أخلاقيات البحث العلمي عنصراً أساسياً في الدراسات المتعلقة برضا العملاء، لما لها من دور في ضمان دقة النتائج وموثوقيتها، الأمر الذي يساعد المؤسسات على تحسين أدائها وتعزيز قرارات الشراء لدى العملاء وتحقيق النجاح في بيئة الأعمال التنافسية.

المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

1- الأمانة العلمية:

هي التزام الباحث بنقل المعلومات والنتائج بدقة وصدق دون تحريف أو تزوير أو سرقة علمية.

مثال توضيحي:

عند إجراء استبيان لقياس رضا العملاء، يقوم الباحث بعرض النتائج كما ظهرت فعلياً حتى لو كانت نسبة الرضا منخفضة، دون تعديل البيانات لتحسين النتائج.

2- النزاهة والموضوعية:

هي التزام الباحث بالحياد وعدم التأثر بآرائه الشخصية عند جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها.

مثال توضيحي:

يقوم الباحث بتحليل آراء العملاء حول المنتج بناءً على البيانات الفعلية فقط، دون تفضيل علامة تجارية معينة بسبب ميوله الشخصية

3- السرية:

هي حماية المعلومات الشخصية للمشاركين وعدم الكشف عنها أو استخدامها لأغراض غير البحث العلمي.

مثال توضيحي:

عند جمع بيانات العملاء، يتم الاحتفاظ بأسمائهم وأرقام هواتفهم بسرية وعدم نشرها في نتائج البحث.

4- الموافقة المستنيرة:

هي إبلاغ المشاركين بهدف البحث وطبيعته والحصول على موافقتهم قبل المشاركة فيه.

مثال توضيحي:

قبل توزيع الاستبيان، يوضح الباحث للعملاء أن البيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، ثم يحصل على موافقتهم للمشاركة

القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

1- الانتحال العلمي:

هو قيام الباحث بنقل أفكار أو نصوص أو نتائج من أبحاث أو مصادر أخرى دون الإشارة إلى أصحابها الأصليين.

مثال توضيحي:

يقوم الباحث بنسخ جزء من دراسة سابقة عن رضا العملاء وإدراجه في بحثه دون ذكر المصدر أو توثيقه.

2- تزوير البيانات:

هو تغيير أو اختلاق البيانات والنتائج بهدف الوصول إلى نتائج تخدم أهداف الباحث أو توقعاته.

مثال توضيحي:

يقوم الباحث برفع نسبة رضا العملاء في الاستبيان من 60% إلى 85% لإظهار أن المنتج حقق نجاحًا أكبر من الواقع.

3- التحيز:

هو تأثير الباحث بأرائه أو معتقداته الشخصية مما يؤثر في جمع البيانات أو تحليلها وتفسيرها.

مثال توضيحي:

يركز الباحث على آراء العملاء الإيجابية تجاه المنتج ويتجاهل الآراء السلبية، مما يؤدي إلى نتائج غير دقيقة.

4- انتهاك الخصوصية:

هو الكشف عن المعلومات الشخصية للمشاركين أو استخدامها دون إذن منهم.

مثال توضيحي:

يقوم الباحث بنشر أسماء العملاء أو أرقام هواتفهم ضمن نتائج الدراسة دون الحصول على موافقتهم.

5- تضارب المصالح:

يحدث عندما تكون للباحث مصالح شخصية أو مالية قد تؤثر في موضوعية البحث ونتائجه.

مثال توضيحي:

إذا كان الباحث يعمل لدى الشركة المنتجة للسلعة محل الدراسة، فقد يميل إلى تقديم نتائج إيجابية عن رضا العملاء لتحقيق مصلحة الشركة

القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تسهم القواعد واللوائح الأخلاقية في تنظيم العملية البحثية وضمان حماية حقوق المشاركين وتحقيق المصداقية والموثوقية في نتائج البحث. ومن أبرز هذه القواعد دور لجان أخلاقيات البحث والمعايير الدولية المعتمدة.

1- دور لجان أخلاقيات البحث (IRB):

تُعد لجان أخلاقيات البحث (Institutional Review Board) جهات متخصصة تتولى مراجعة البحوث قبل تنفيذها للتأكد من التزامها بالمبادئ الأخلاقية وحماية المشاركين من أي ضرر محتمل.

مثال توضيحي:

عند إجراء دراسة لقياس رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات، تقوم اللجنة بمراجعة الاستبيان والتأكد من عدم احتوائه على أسئلة تنتهك خصوصية المشاركين أو تسبب لهم أي ضرر.

2- المعايير الدولية مثل دليل APA:

يُعد دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA) من أشهر المعايير المستخدمة في إعداد البحوث العلمية، حيث يحدد قواعد التوثيق العلمي ونسب الأفكار إلى أصحابها الأصليين، مما يساعد على الحد من الانتحال العلمي وتعزيز الأمانة العلمية.

مثال توضيحي:

عند الاستفادة من دراسة سابقة حول رضا العملاء، يجب على الباحث توثيق المصدر وفق أسلوب APA بدلاً من نقل المعلومات دون الإشارة إلى صاحبها.

أهمية هذه القواعد في تنظيم العملية البحثية:

تساعد القواعد واللوائح الأخلاقية على ضمان نزاهة البحث العلمي ومصداقية نتائجه، وحماية حقوق المشاركين وخصوصيتهم، وتعزيز الثقة في الدراسات العلمية. كما تسهم في منع الممارسات غير الأخلاقية مثل الانتحال

العلمي وتزوير البيانات والتحيز، مما يؤدي إلى إنتاج نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في فهم رضا العملاء وأثره في تعزيز قرار الشراء

الخاتمة

تناول هذا التقرير موضوع أخلاقيات البحث العلمي في دراسة رضا العملاء عن تجربة شراء المنتجات وأثرها في تعزيز قرار الشراء، حيث تم استعراض مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها، بالإضافة إلى المبادئ الأساسية التي تقوم عليها مثل الأمانة العلمية والنزاهة والموضوعية والسرية والموافقة المستنيرة. كما تم التطرق إلى أبرز القضايا الأخلاقية التي قد تواجه الباحثين، ومنها الانتحال العلمي وتزوير البيانات والتحيز وانتهاك الخصوصية وتضارب المصالح، مع توضيح آثارها السلبية على جودة البحث ومصداقية نتائجه.

كما أوضح التقرير دور القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث العلمي، وأهمية لجان أخلاقيات البحث والمعايير الدولية في ضمان سلامة الإجراءات البحثية وحماية حقوق المشاركين. وتبين أن الالتزام بالأخلاقيات البحثية يسهم في تعزيز الثقة بنتائج الدراسات وتحقيق الدقة والموضوعية في تفسير رضا العملاء وسلوكهم الشرائي.

وفي الختام، يعد الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي ضرورة أساسية لنجاح الدراسات الحالية والمستقبلية، إذ يضمن إنتاج معرفة علمية موثوقة يمكن الاستفادة منها في تطوير المنتجات وتحسين تجربة العملاء ودعم اتخاذ القرارات التسويقية بصورة أكثر فاعلية ومصداقية

المراجع

American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.).
Pearson Education.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson Education.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2019). *Business research methods* (10th ed.). Cengage Learning.