

عنوان التقرير

مصادقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/ة

صابرين عبد القادر إبراهيم

إشراف/

د عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

1448-2026

1. المقدمة

تعد أخلاقيات البحث العلمي من المفاهيم الأساسية في المجال الأكاديمي، حيث تشير إلى مجموعة المبادئ والمعايير التي تنظم سلوك الباحث أثناء تنفيذ الدراسة العلمية، بما يضمن الالتزام بالنزاهة والموضوعية والدقة في جمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج. ويعرّف Cooper & Schindler (2014) أخلاقيات البحث بأنها المبادئ والمعايير التي توجه الباحث لاتخاذ القرارات الصحيحة أثناء عملية البحث، بما يحفظ حقوق المشاركين ويضمن سلامة الإجراءات البحثية.

وتكمن أهمية أخلاقيات البحث العلمي في العمل الأكاديمي في تعزيز مصداقية الدراسات وموثوقية نتائجها، حيث تساعد الباحث على تجنب التحيز أو تحريف المعلومات، والالتزام بالأمانة العلمية عند استخدام المصادر وعرض النتائج. كما تساهم في بناء الثقة بين الباحث والمجتمع العلمي، مما يجعل مخرجات البحث أكثر قيمة وفائدة في تطوير المعرفة.

ويرتبط مفهوم الأخلاقيات في هذا التقرير بموضوع مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية، حيث تعد المصداقية من العناصر المهمة في الاتصال التسويقي، وتشير إلى مدى إدراك العملاء لصدق وموثوقية المعلومات المقدمة لهم من خلال الرسائل التسويقية. وقد أوضح Eisend (2006) أن مصداقية الرسالة التسويقية ترتبط بتقييم المستهلك لمدى صدق المصدر وإمكانية الاعتماد على المعلومات المقدمة، مما يؤثر على اتجاهاته وسلوكياته الشرائية. (Universität Wien)

ويهدف هذا التقرير إلى توضيح دور الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي عند دراسة أثر مصداقية الرسائل التسويقية على العملاء، وبيان أهمية تقديم معلومات تسويقية واضحة وصادقة تساعد في بناء الثقة بين المؤسسات والعملاء في المملكة العربية السعودية.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تساهم أخلاقيات البحث العلمي في رفع مستوى مصداقية النتائج من خلال تجنب التلاعب بالمعلومات أو تحريف البيانات بما يخدم أهداف معينة، كما تساعد الباحث على تقديم نتائج واقعية يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات التسويقية. فكلما كان الباحث ملتزماً بالمعايير الأخلاقية في جمع البيانات وتحليلها، زادت ثقة المجتمع والباحثين بنتائج الدراسة.

كما ترتبط أخلاقيات البحث العلمي بموثوقية البحث، فهي تضمن أن تكون خطوات البحث واضحة ومنظمة، وأن يتم توثيق المصادر العلمية بشكل صحيح، مع الحفاظ على حقوق المشاركين وخصوصيتهم. وفي مجال التسويق تحديداً، تساعد الأخلاقيات في فهم تأثير الرسائل التسويقية على العملاء بصورة أكثر دقة، ومعرفة مدى ارتباط المصداقية ببناء الثقة بين الشركات والعملاء.

إضافة إلى ذلك، تلعب أخلاقيات البحث العلمي دوراً مهماً في حماية المجتمع من النتائج غير الصحيحة أو الممارسات التسويقية التي قد تؤثر سلباً على قرارات العملاء. لذلك فإن الالتزام بالأخلاقيات لا يقتصر على الجانب الأكاديمي فقط، بل يساهم في إنتاج أبحاث مسؤولة تخدم المجتمع وتدعم تطوير الممارسات التسويقية بطريقة أكثر شفافية ومصداقية.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

1- الأمانة العلمية: تعني التزام الباحث بالصدق والدقة في جميع مراحل البحث العلمي، من جمع المعلومات وتحليل البيانات إلى عرض النتائج، مع تجنب التلاعب أو نقل المعلومات دون توثيق مثال توضيحي: في دراسة مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية، يلتزم الباحث بعرض نتائج استبيان العملاء كما ظهرت دون حذف أو تغيير أي نتائج لا تتوافق مع توقعاته.

2- النزاهة

يعني التزام الباحث بالمعايير الأخلاقية والابتعاد عن أي سلوك قد يؤثر على حيادية البحث، مثل تحريف النتائج أو استخدام البحث لتحقيق مصالح شخصية مثل عدم قيام الباحث بتغيير إجابات المشاركين أو اختيار نتائج معينة بهدف إثبات أن الرسالة التسويقية أكثر مصداقية مما هي عليه فعلياً.

3- الموضوعية

تعني اعتماد الباحث على الحقائق والأدلة العلمية بعيداً عن الآراء الشخصية أو التحيز، بحيث تكون نتائج البحث مبنية على البيانات وليس على التوقعات. مثال: عند دراسة تأثير الرسائل التسويقية على العملاء، يقوم الباحث بتحليل آراء العملاء كما هي، سواء كانت إيجابية أو سلبية تجاه الرسائل التسويقية.

4- السرية

تعني المحافظة على خصوصية المعلومات والبيانات التي يحصل عليها الباحث من المشاركين، وعدم استخدامها أو نشرها بطريقة تكشف هوية الأفراد مثل أن يحافظ الباحث على سرية بيانات العملاء المشاركين في الاستبيان وعدم ذكر أسمائهم أو معلوماتهم الشخصية ضمن نتائج البحث.

5- الموافقة المستنيرة:

تعني حصول الباحث على موافقة المشاركين بعد توضيح هدف البحث وطبيعته وطريقة استخدام المعلومات، بحيث يشارك الفرد وهو على علم كامل بدوره في الدراسة مثال توضيحي قبل توزيع الاستبيان على العملاء، يوضح الباحث أن الهدف هو دراسة أثر مصداقية الرسالة التسويقية، وأن المشاركة اختيارية وسيتم استخدام البيانات لأغراض علمية فقط.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

توجد بعض القضايا الأخلاقية التي قد تؤثر على جودة البحث العلمي ومصداقيته، لذلك يجب على الباحث الالتزام بالمعايير الأخلاقية وتجنب أي ممارسات غير صحيحة قد تؤثر على نتائج الدراسة أو تقلل من ثقة المجتمع بالبحث العلمي. ومن أبرز هذه القضايا ما يلي:

1- الانتحال العلمي

يعني استخدام أفكار أو نصوص أو نتائج باحثين آخرين ونسبتها إلى الباحث نفسه دون ذكر المصدر، ويعد ذلك مخالفة أخلاقية لأنه يعتدي على حقوق الآخرين ويؤثر على مصداقية البحث.

مثل قيام الباحث بنقل فقرة من دراسة سابقة عن مصداقية الرسائل التسويقية ووضعها في بحثه دون توثيق المرجع أو الإشارة إلى صاحبها.

2- تزوير البيانات

يعني تغيير أو اختلاق البيانات أو النتائج بهدف الوصول إلى نتائج تخدم هدف الباحث، مما يؤدي إلى نتائج غير صحيحة وغير موثوقة.

مثل:

إذا قام الباحث في دراسة مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية بتغيير بعض إجابات العملاء أو إضافة إجابات غير موجودة لإظهار أن العملاء لديهم ثقة عالية بالرسائل التسويقية، فإن ذلك يعد تزويراً للبيانات.

3- التحيز

يعني تأثير رأي الباحث أو ميوله الشخصية على طريقة جمع البيانات أو تحليلها أو تفسير النتائج، مما يقلل من موضوعية البحث مثل:

أن يقوم الباحث بتفسير نتائج الاستبيان بطريقة إيجابية فقط لأنه يؤيد شركة أو منتجاً معيناً، ويتجاهل آراء العملاء السلبية.

4- انتهاك الخصوصية

يعني عدم المحافظة على سرية معلومات المشاركين أو استخدام بياناتهم دون إذن، مما قد يسبب ضرراً لهم ويخالف أخلاقيات البحث العلمي.

مثل: نشر أسماء العملاء المشاركين في الاستبيان أو معلوماتهم الشخصية ضمن نتائج البحث دون الحصول على موافقتهم.

5- تضارب المصالح

يحدث عندما توجد علاقة أو مصلحة شخصية أو مالية قد تؤثر على حيادية الباحث ونتائج الدراسة. مثل: إذا كان الباحث يعمل لدى شركة معينة ويجري بحثاً عن مصداقية رسائلها التسويقية، فقد يؤثر ذلك على تفسيره للنتائج، لذلك يجب الإفصاح عن أي علاقة قد تؤثر على الحياد العلمي أو موضوعية الدراسة

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تساعد القواعد واللوائح الخاصة بأخلاقيات البحث العلمي في تنظيم العملية البحثية وضمان التزام الباحث بالمعايير العلمية والأخلاقية أثناء تنفيذ الدراسة. فهي تهدف إلى حماية حقوق المشاركين، وضمان جودة النتائج، وتعزيز الثقة في الأبحاث العلمية.

1- لجان أخلاقيات البحث (IRB)

تُعد لجان أخلاقيات البحث (Institutional Review Board - IRB) جهات مختصة تقوم بمراجعة الدراسات البحثية قبل تنفيذها، للتأكد من التزامها بالمعايير الأخلاقية وحماية المشاركين من أي مخاطر محتملة.

أهمية دورها:

تساهم هذه اللجان في التأكد من أن الباحث يحصل على موافقة المشاركين بشكل مناسب، ويحافظ على سرية بياناتهم، ويستخدم المعلومات لأغراض علمية فقط. كما تساعد في منع أي ممارسات قد تضر بالمشاركين أو تؤثر على نزاهة البحث.

مثال توضيحي:

قبل إجراء دراسة حول مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية، يتم التأكد من أن أسئلة الاستبيان لا تنتهك خصوصية العملاء وأن مشاركتهم تتم بشكل اختياري.

2- المعايير الدولية مثل دليل APA

يُعد دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA) من المعايير العلمية المستخدمة لتنظيم كتابة البحوث وتوثيق المصادر، بالإضافة إلى توجيه الباحثين نحو الالتزام بالأمانة العلمية وتجنب الانتحال.

أهمية هذه المعايير:

تساعد معايير APA في رفع جودة البحث من خلال تنظيم طريقة عرض المعلومات، وتوثيق المراجع بشكل صحيح، وإعطاء الحقوق لأصحاب الأفكار والدراسات السابقة، مما يزيد من مصداقية البحث العلمي.

مثال توضيحي:

عند استخدام الباحث نظرية أو معلومة من دراسة سابقة عن التسويق، يقوم بتوثيق المصدر وفق أسلوب APA بدلاً من استخدام المعلومات دون ذكر صاحبها.

أهمية القواعد واللوائح في تنظيم العملية البحثية:

تُسهّم القواعد واللوائح الأخلاقية في جعل البحث العلمي أكثر موثوقية وتنظيماً، حيث تضمن التزام الباحث بالصدق والشفافية واحترام حقوق المشاركين. كما تساعد في إنتاج نتائج علمية دقيقة يمكن الاعتماد عليها، وتدعم دور البحث العلمي في خدمة المجتمع واتخاذ القرارات المبنية على معلومات صحيحة.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث

في ضوء موضوع البحث “مصادقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية”، يتم تطبيق مبادئ أخلاقيات البحث العلمي من خلال الالتزام بمجموعة من الإجراءات التي تضمن أن تكون عملية جمع البيانات وتحليلها بطريقة أخلاقية وموثوقة.

أولاً: طريقة جمع البيانات

سيتم جمع البيانات من خلال إعداد استبيان للعملاء بهدف التعرف على آرائهم حول مدى مصداقية الرسائل التسويقية وتأثيرها على قراراتهم الشرائية. ويجب أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومرتبطة بأهداف البحث، مع تجنب الأسئلة التي قد تسبب حرجاً أو تكشف معلومات شخصية غير ضرورية. كما يلتزم الباحث بعرض إجابات المشاركين كما هي دون تعديل أو حذف بما يضمن الأمانة العلمية والموضوعية.

ثانياً: الحفاظ على سرية البيانات

يجب على الباحث المحافظة على سرية المعلومات التي يتم جمعها من العملاء، وعدم استخدام أي بيانات شخصية لأغراض أخرى خارج نطاق البحث. لذلك يتم التعامل مع إجابات المشاركين بشكل مجهول، وعدم

ذكر أسماء أو معلومات تعريفية ضمن نتائج الدراسة، مما يساعد على حماية خصوصية المشاركين وزيادة ثقتهم في المشاركة.

ثالثاً: الموافقة المستنيرة للمشاركين

قبل مشاركة العملاء في الاستبيان، يجب توضيح هدف الدراسة وطبيعة المشاركة لهم، مع التأكيد أن المشاركة اختيارية وأن البيانات ستستخدم لأغراض علمية فقط. كما يحق للمشارك عدم الإجابة أو الانسحاب من المشاركة دون أي تأثير عليه، وهذا يعكس احترام حقوق المشاركين والالتزام بالمبادئ الأخلاقية للبحث العلمي.

رابعاً: المخاطر المحتملة وكيفية التعامل معها

قد تواجه الدراسة بعض المخاطر المحتملة مثل عدم رغبة بعض العملاء في مشاركة آرائهم أو شعورهم بالقلق حول استخدام معلوماتهم. لذلك يجب على الباحث تقليل هذه المخاطر من خلال ضمان السرية، وعدم طلب معلومات شخصية غير ضرورية، وتوضيح أن الهدف من الدراسة هو البحث العلمي فقط.

التحليل التطبيقي

إن الالتزام بهذه المبادئ الأخلاقية في دراسة مصداقية الرسالة التسويقية وأثرها على العملاء في المملكة العربية السعودية يساعد على الحصول على نتائج أكثر دقة وواقعية، لأن العملاء سيكونون أكثر ثقة في تقديم آرائهم. كما أن احترام أخلاقيات البحث يعزز موثوقية الدراسة ويجعل نتائجها قابلة للاعتماد عليها في فهم العلاقة بين مصداقية الرسائل التسويقية وثقة العملاء

7. الخاتمة

تُعد القضايا الأخلاقية في البحث العلمي من الركائز الأساسية التي تضمن نزاهة العملية البحثية وموثوقية نتائجها. فالتزام الباحث بالأمانة العلمية، والموضوعية، واحترام حقوق المشاركين، والمحافظة على سرية البيانات، والإفصاح عن أي تضارب محتمل في المصالح، يسهم في تعزيز الثقة بالبحث العلمي ونتائجه. لذلك ينبغي على الباحثين والمؤسسات الأكاديمية الالتزام بالمعايير الأخلاقية المعتمدة لضمان إنتاج معرفة علمية دقيقة وذات قيمة تسهم في خدمة المجتمع وتطويره.

8. المراجع

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

**Resnik, D. B. (2020). What is ethics in research & why is it important?
.National Institute of Environmental Health Sciences**

**Babbie, E. R. (2020). The practice of social research (15th ed.). Cengage
.Learning**

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