

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تقرير عن أخلاقيات البحث العلمي

تطبيق على موضوع البحث:

أثر رضا العملاء في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية

إعداد الطالبة:

سعاد رياض غزال

إشراف:

د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

فهرس المحتويات

1. المقدمة
2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي
3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي
4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي
5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث
6. التطبيق العملي على موضوع البحث
7. الخاتمة
8. قائمة المراجع

1. المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي من الأسس المهمة التي تقوم عليها العملية البحثية في مختلف المجالات العلمية والإنسانية والإدارية، فهي تمثل مجموعة من القواعد والقيم التي توجه الباحث أثناء إعداد دراسته، وتساعد على تنفيذ البحث بطريقة سليمة ومسؤولة. ولا يمكن النظر إلى البحث العلمي على أنه مجرد جمع للمعلومات أو عرض للنتائج، بل هو عمل علمي منظم يجب أن يلتزم فيه الباحث بالصدق، والدقة، والموضوعية، واحترام حقوق الآخرين.

ويقصد بأخلاقيات البحث العلمي المبادئ التي تنظم سلوك الباحث في تعامله مع المعرفة العلمية، والمصادر، والمشاركين في الدراسة، والبيانات التي يتم جمعها. وتشمل هذه الأخلاقيات الالتزام بالأمانة العلمية، وتوثيق المراجع، وتجنب الانتحال، والحفاظ على سرية البيانات، وعدم التلاعب بالنتائج، والحصول على موافقة المشاركين قبل إشراكهم في البحث.

وتكتسب أخلاقيات البحث أهمية خاصة في الدراسات الإدارية والتسويقية، لأن هذه الدراسات غالبًا ما تعتمد على جمع معلومات من العملاء أو الموظفين أو المستفيدين من الخدمات. وهذه المعلومات قد تتعلق بآراء الأفراد وتجاربهم وتقييمهم لمستوى الخدمات المقدمة لهم. لذلك، فإن الباحث مطالب بالتعامل مع هذه البيانات بحذر ومسؤولية، بحيث لا يتم استغلالها أو استخدامها خارج أهداف البحث العلمي.

ويأتي هذا التقرير لتوضيح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها، وشرح المبادئ الأساسية التي ينبغي الالتزام بها، مع بيان أبرز القضايا الأخلاقية التي قد تواجه الباحث أثناء إعداد البحث. كما يتضمن التقرير تطبيقًا عمليًا لهذه المبادئ على موضوع البحث بعنوان: **أثر رضا العملاء في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية**، وذلك من خلال توضيح كيفية جمع البيانات من العملاء بطريقة أخلاقية تحافظ على حقوقهم وسرية معلوماتهم.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تتمثل أهمية أخلاقيات البحث العلمي في أنها تضمن سلامة البحث ومصداقيته، وتجعل النتائج التي يتوصل إليها الباحث أكثر قبولاً وثقة. فالبحث العلمي الذي لا يلتزم بالأخلاقيات قد يفقد قيمته، حتى لو كان موضوعه مهماً أو نتائجه تبدو قوية، لأن غياب النزاهة والصدق يؤدي إلى نتائج غير موثوقة ولا يمكن الاعتماد عليها.

وتساعد أخلاقيات البحث على حماية حقوق المشاركين في الدراسة، خصوصاً في الأبحاث التي تعتمد على الاستبانة أو المقابلة. فالمشارك في البحث له الحق في معرفة سبب جمع البيانات، وله الحق في الموافقة أو الرفض، كما يجب أن يكون مطمئناً إلى أن معلوماته لن تُستخدم بطريقة تضره أو تكشف هويته. وهذا الأمر يزيد من ثقة المشاركين في الباحث، ويشجعهم على تقديم إجابات صادقة ودقيقة.

كما تسهم أخلاقيات البحث العلمي في رفع جودة العمل الأكاديمي، لأن الباحث عندما يلتزم بالتوثيق الصحيح، ويعتمد على مصادر علمية موثوقة، ويتجنب النقل غير المشروع، فإنه يقدم عملاً أكثر قوة وتنظيماً. كذلك فإن الالتزام بالموضوعية يمنع الباحث من تحريف النتائج أو اختيار ما يناسب رأيه فقط، مما يجعل البحث أكثر توازناً ومصداقية.

وفي موضوع رضا العملاء، تظهر أهمية الأخلاقيات بشكل واضح؛ لأن الدراسة تعتمد على معرفة آراء العملاء حول مستوى رضاهم عن الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المؤسسات. وقد تتضمن الإجابات تقييمات إيجابية أو سلبية، لذلك يجب حماية المشاركين من أي ضرر محتمل، وعدم ذكر أسمائهم أو ربط إجاباتهم بمؤسسات معينة بطريقة قد تسبب لهم حرجاً أو مشكلة.

وبناءً على ذلك، فإن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي لا يخدم الباحث فقط، بل يخدم أيضاً المؤسسة الأكاديمية، والمجتمع، والمشاركين في الدراسة، ويجعل نتائج البحث أكثر فائدة في تطوير الأداء المؤسسي وتحسين جودة الخدمات وتحقيق الميزة التنافسية.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

3.1 الأمانة العلمية

تعني الأمانة العلمية أن يلتزم الباحث بذكر المعلومات كما هي، وأن ينسب الأفكار إلى أصحابها، وأن يوثق جميع المصادر التي يعتمد عليها في بحثه. ولا يجوز للباحث أن ينقل نصوصًا أو أفكارًا من دراسات سابقة دون الإشارة إلى المرجع، لأن ذلك يعد مخالفة لأخلاقيات البحث العلمي.

وفي بحث رضا العملاء، قد تحتاج الباحثة إلى استخدام تعريفات علمية لمفهوم الرضا، أو نماذج لقياس جودة الخدمة أو الأداء المؤسسي. وهنا يجب توثيق هذه المعلومات في المتن وقائمة المراجع وفق أسلوب APA، حتى يكون العمل واضحًا ومنظمًا ويحفظ حقوق الباحثين السابقين.

3.2 النزاهة العلمية

النزاهة العلمية تعني الصدق في جميع مراحل البحث، سواء عند جمع البيانات أو تحليلها أو عرض النتائج. فالنتائج يجب أن تُعرض كما ظهرت دون تغيير أو تعديل، حتى لو لم تكن متوافقة مع توقعات الباحثة أو فرضيات الدراسة.

مثال ذلك: إذا أظهرت نتائج الاستبانة أن رضا العملاء متوسط وليس مرتفعًا، فيجب ذكر هذه النتيجة بوضوح، وعدم تعديلها أو محاولة إظهارها بشكل أفضل. فالنزاهة تفرض على الباحثة عرض الواقع كما هو، لأن الهدف من البحث هو الوصول إلى الحقيقة وليس إثبات رأي مسبق.

3.3 الموضوعية

الموضوعية تعني أن يتعامل الباحث مع موضوع الدراسة بحياد، وأن يعتمد على الأدلة والبيانات بدلاً من الانطباعات الشخصية. ويجب أن تكون أسئلة الاستبانة محايدة وغير موجهة، حتى لا تؤثر على إجابات المشاركين.

فمثلاً، لا يفضل أن يكون السؤال: “ألا تعتقد أن رضا العملاء هو السبب الأكبر في نجاح المؤسسات؟” لأن هذا السؤال يوجه المشارك نحو إجابة معينة. والأفضل أن يكون السؤال: “إلى أي مدى ترى أن رضا العملاء يسهم في تحسين أداء المؤسسة؟” لأن هذه الصياغة أكثر حيادًا.

3.4 السرية

السرية من أهم مبادئ أخلاقيات البحث العلمي، وتعني حماية معلومات المشاركين وعدم كشف هويتهم أو استخدام بياناتهم لأغراض أخرى غير البحث. ويجب ألا تطلب الباحثة بيانات شخصية غير ضرورية مثل الاسم أو رقم الهاتف، إلا إذا كان هناك سبب علمي واضح لذلك.

وفي دراسة رضا العملاء، يمكن جمع البيانات دون معرفة أسماء المشاركين، والاكتفاء بمعلومات عامة مثل الفئة العمرية أو نوع العميل إذا كان ذلك ضروريًا للتحليل. وعند عرض النتائج، يتم عرضها بشكل إجمالي مثل النسب والمتوسطات، وليس بطريقة تكشف هوية المشاركين.

3.5 الموافقة المستنيرة

تعني الموافقة المستنيرة أن يكون المشارك على علم بهدف الدراسة وطبيعة مشاركته قبل أن يوافق على الإجابة. ويجب أن يعرف أن مشاركته اختيارية، وأنه يستطيع عدم الإجابة أو الانسحاب في أي وقت دون أي ضرر.

ويمكن تطبيق ذلك من خلال وضع عبارة في بداية الاستبانة توضح أن الدراسة مخصصة لأغراض أكاديمية، وأن إجابات المشاركين ستعامل بسرية، وأن المشاركة طوعية. وهذا الإجراء يعكس احترام الباحثة لحقوق المشاركين ويجعل الدراسة أكثر التزامًا بالأخلاقيات.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

4.1 الانتحال العلمي

الانتحال العلمي من أبرز المشكلات التي تواجه البحث الأكاديمي، ويحدث عندما يستخدم الباحث أفكارًا أو عبارات أو نتائج من مصادر أخرى دون توثيقها. ويعد الانتحال مخالفة خطيرة لأنه يضعف قيمة البحث ويخل بمبدأ الأمانة العلمية.

وفي تقرير أو بحث عن رضا العملاء، قد تكون هناك دراسات سابقة تناولت العلاقة بين رضا العملاء والأداء المؤسسي. لذلك يجب على الباحثة عدم نسخ هذه الدراسات، بل الاستفادة منها مع إعادة الصياغة بأسلوبها الخاص وتوثيق المصدر.

4.2 التلاعب بالبيانات

يقصد بالتلاعب بالبيانات تغيير النتائج أو حذف بعض الإجابات أو إضافة بيانات غير حقيقية من أجل الحصول على نتائج معينة. وهذه الممارسة غير أخلاقية لأنها تجعل البحث غير صادق، وقد تؤدي إلى توصيات خاطئة. مثال ذلك: إذا كانت بعض إجابات العملاء تشير إلى عدم رضاهم عن مستوى الخدمة، فلا يجوز حذفها من التحليل فقط لأنها لا تدعم فرضيات الدراسة. بل يجب إدخال جميع الإجابات الصحيحة وتحليلها بموضوعية.

4.3 التحيز في اختيار العينة

قد يقع الباحث في تحيز عند اختيار المشاركين إذا اختار فقط الأشخاص الذين يتوقع أنهم سيعطون إجابات إيجابية. وهذا يؤثر على صدق النتائج، لأن العينة لا تكون ممثلة للواقع بشكل مناسب. وفي هذا البحث، يجب أن تشمل العينة عملاء لديهم تجارب مختلفة مع المؤسسات، وليس فقط العملاء الراضين. فوجود آراء متنوعة يساعد على فهم مستوى رضا العملاء بشكل أفضل، ويساعد في الوصول إلى نتائج أكثر دقة.

4.4 انتهاك خصوصية المشاركين

انتهاك الخصوصية يحدث عندما يتم جمع بيانات شخصية دون حاجة، أو عندما يتم نشر معلومات يمكن أن تكشف هوية المشارك. وقد يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة في الباحث والدراسة. لذلك يجب أن تلتزم الباحثة بعدم ذكر أسماء المشاركين أو أي تفاصيل قد تكشف هويتهم. كما يجب توضيح أن البيانات ستستخدم لأغراض أكاديمية فقط، ولن يتم تسليمها لأي جهة تجارية أو استخدامها في أغراض تسويقية.

4.5 تضارب المصالح

تضارب المصالح يحدث عندما يكون لدى الباحثة علاقة مباشرة بمؤسسة معينة يمكن أن تؤثر على حياد الدراسة. مثلاً، إذا كانت الباحثة تعمل في مؤسسة تجارية وتدرس رضا عملائها، فقد تميل إلى إظهار النتائج بطريقة إيجابية.

ولتجنب ذلك، يجب على الباحثة الالتزام بالشفافية، وتحليل البيانات كما هي، وعدم السماح لأي مصلحة شخصية أو مؤسسية بالتأثير على نتائج البحث أو توصياته.

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

توجد قواعد ومعايير متعددة تهدف إلى تنظيم البحث العلمي وضمان تنفيذه بطريقة أخلاقية، ومن أبرزها لجان أخلاقيات البحث العلمي، والتي تعرف في بعض المؤسسات باسم لجان المراجعة الأخلاقية أو لجان المراجعة المؤسسية. وتقوم هذه اللجان بمراجعة الدراسات التي تتضمن مشاركة أفراد، للتأكد من أن البحث لا يسبب ضررًا للمشاركين، وأن بياناتهم ستُحفظ بسرية.

وتساعد هذه اللجان الباحثين على الالتزام بالإجراءات الصحيحة قبل جمع البيانات، مثل مراجعة الاستبانة، والتأكد من وضوح أهداف الدراسة، ووجود موافقة مستنيرة، وعدم احتواء الأسئلة على عبارات مضللة أو مسيئة. كما أن وجود هذه القواعد يعزز ثقة المشاركين والجهات الأكاديمية في البحث.

ومن القواعد المهمة أيضًا الالتزام بأسلوب التوثيق العلمي المعتمد، مثل أسلوب APA، لأنه ينظم طريقة كتابة المراجع داخل البحث وفي قائمة المراجع. ويعد التوثيق جزءًا أساسيًا من أخلاقيات البحث؛ لأنه يحفظ حقوق المؤلفين، ويبين للقارئ المصادر التي اعتمدت عليها الباحثة، ويقلل من احتمالية الوقوع في الانتحال العلمي.

كما توجد مبادئ عامة معترف بها في أخلاقيات البحث، مثل احترام الأشخاص، وتحقيق المنفعة، وتجنب الضرر، والعدالة في اختيار المشاركين. وتساعد هذه المبادئ الباحثة على اتخاذ قرارات سليمة أثناء تنفيذ الدراسة، خصوصًا عند التعامل مع بيانات العملاء وآرائهم.

وفي الدراسات الإدارية، قد لا تكون المخاطر جسدية أو طبية، لكنها قد تكون مرتبطة بالخصوصية أو السمعة أو استخدام البيانات. لذلك من الضروري أن تلتزم الباحثة بالقواعد التي تحمي المشاركين وتضمن أن يتم التعامل مع بياناتهم بطريقة مسؤولة وآمنة.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث

يركز موضوع الدراسة على أثر رضا العملاء في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية. وهذا الموضوع يتطلب غالبًا جمع بيانات من العملاء لمعرفة مستوى رضاهم عن المنتجات أو الخدمات، وتحليل أثر هذا الرضا على أداء المؤسسة وقدرتها على المنافسة. وبما أن البحث يعتمد على آراء العملاء، فإن تطبيق أخلاقيات البحث العلمي يعد جزءًا أساسيًا من نجاح الدراسة.

6.1 تحديد هدف الدراسة بوضوح

قبل البدء في جمع البيانات، يجب أن يكون هدف الدراسة واضحًا للمشاركين. فالباحثة لا تجمع البيانات بشكل عشوائي، بل تهدف إلى معرفة مدى تأثير رضا العملاء على أداء المؤسسة والميزة التنافسية. ولذلك يجب أن تكتب الباحثة في مقدمة الاستبانة أن الدراسة أكاديمية، وأن الغرض منها هو البحث العلمي فقط.

مثال على عبارة يمكن استخدامها في بداية الاستبانة:

“تهدف هذه الاستبانة إلى التعرف على أثر رضا العملاء في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية، وستستخدم الإجابات لأغراض البحث العلمي فقط، مع الحفاظ على سرية جميع البيانات.”

6.2 اختيار المشاركين بطريقة عادلة

يجب أن يتم اختيار المشاركين من العملاء الذين لديهم تجربة فعلية مع المنتجات أو الخدمات. ولا يصح أن تعتمد الدراسة على أشخاص ليس لديهم معرفة بالموضوع، لأن ذلك قد يؤدي إلى نتائج غير دقيقة.

كما يجب أن تكون العينة متنوعة قدر الإمكان، بحيث تشمل عملاء بدرجات رضا مختلفة، وليس فقط العملاء الراضين. فهذا يساعد على تقديم صورة أكثر واقعية عن مستوى رضا العملاء وتأثيره على المؤسسة.

6.3 تصميم الاستبانة بطريقة أخلاقية

ينبغي أن تكون أسئلة الاستبانة واضحة ومباشرة ومحايدة. ويجب تجنب الأسئلة التي تضغط على المشارك أو تجعله يشعر بأنه مطالب بإجابة معينة. كما يجب عدم طرح أسئلة شخصية لا علاقة لها بموضوع الدراسة.

ومن الأسئلة المناسبة لهذا الموضوع:

- إلى أي مدى أنت راضٍ عن جودة الخدمة المقدمة؟
- هل ترى أن سرعة الاستجابة تؤثر على رضاك عن المؤسسة؟
- هل يدفعك الرضا عن الخدمة إلى تكرار التعامل مع المؤسسة؟
- هل تعتقد أن رضا العملاء يساعد المؤسسة على التفوق على منافسيها؟

هذه الأسئلة مرتبطة بموضوع البحث، ولا تتضمن تعدياً على خصوصية المشارك.

6.4 الحصول على موافقة المشاركين

لا بد من الحصول على موافقة المشاركين قبل البدء في الإجابة على الاستبانة. ويمكن أن تكون الموافقة من خلال عبارة واضحة في بداية الاستبانة، تفيد بأن المشاركة اختيارية، وأن للمشارك الحق في عدم الإجابة عن أي سؤال أو الانسحاب من المشاركة.

وهذا الإجراء مهم لأنه يحترم حرية المشارك، ويؤكد أن البيانات لا تجمع بالإجبار أو الضغط.

6.5 الحفاظ على سرية البيانات

يجب على الباحثة عدم طلب أسماء المشاركين أو أرقام هواتفهم أو أي معلومات يمكن أن تكشف هويتهم، إلا إذا كانت هناك ضرورة علمية واضحة. والأفضل أن تكون الاستبانة مجهولة الهوية، بحيث تركز فقط على آراء العملاء وتقييمهم لمستوى الرضا.

كما يجب حفظ البيانات في ملف آمن، وعدم نشرها أو مشاركتها مع أي جهة خارج نطاق البحث. وعند كتابة النتائج، يجب استخدام صياغات عامة مثل: “أظهرت إجابات المشاركين أن جودة الخدمة تؤثر في رضا العملاء”، دون ذكر أسماء أو تفاصيل شخصية.

6.6 تجنب الإضرار بالمشاركين أو المؤسسات

قد تتضمن الدراسة آراء نقدية عن خدمات أو منتجات بعض المؤسسات. لذلك يجب أن تكون الباحثة حذرة في عرض النتائج، فلا تستخدم البيانات للإساءة إلى مؤسسة معينة أو التشهير بها. الهدف من البحث هو التحليل العلمي وليس إصدار أحكام شخصية.

وإذا تم ذكر المؤسسات بشكل عام، فيجب التركيز على الجوانب العلمية مثل العلاقة بين جودة الخدمة والرضا، أو أثر الرضا على الأداء المؤسسي، دون كشف معلومات قد تسبب ضررًا لطرف معين.

6.7 الحياد عند تحليل النتائج

بعد جمع البيانات، يجب تحليلها بموضوعية كاملة. فإذا أظهرت النتائج أن رضا العملاء له أثر قوي في تحسين الأداء المؤسسي، يتم عرض ذلك. وإذا أظهرت النتائج أن الأثر متوسط أو محدود، فيجب ذكر ذلك أيضًا.

كما يجب عدم المبالغة في التوصيات. فإذا كانت عينة الدراسة صغيرة أو محدودة، يجب الإشارة إلى ذلك ضمن حدود الدراسة، وعدم تعميم النتائج على جميع المؤسسات التجارية والخدمية بشكل مطلق.

6.8 التوثيق العلمي في الدراسة

عند كتابة البحث، ستحتاج الباحثة إلى الرجوع إلى مراجع تتحدث عن رضا العملاء، الأداء المؤسسي، الميزة التنافسية، وأخلاقيات البحث العلمي. ويجب توثيق هذه المراجع داخل النص وفي قائمة المراجع وفق أسلوب APA.

ويعد التوثيق الصحيح دليلاً على احترام الباحثة لجهود الآخرين، كما يعزز قوة البحث ويجعله أكثر قبولاً من الناحية الأكاديمية.

6.9 التعامل مع نتائج البحث بمسؤولية

ينبغي استخدام نتائج البحث بطريقة علمية تساعد على تحسين الأداء المؤسسي، وليس بهدف انتقاد مؤسسة أو الترويج لأخرى. فإذا أظهرت الدراسة أن رضا العملاء يرتبط بجودة الخدمة وسرعة الاستجابة، يمكن تقديم توصيات عامة مثل تحسين تدريب الموظفين، وتطوير قنوات التواصل مع العملاء، وقياس الرضا بشكل دوري.

وبذلك تصبح الدراسة مفيدة للمؤسسات، وفي الوقت نفسه ملتزمة بأخلاقيات البحث العلمي.

7. الخاتمة

يتضح من خلال هذا التقرير أن أخلاقيات البحث العلمي تمثل عنصرًا أساسيًا في إعداد أي دراسة أكاديمية ناجحة، لأنها تحافظ على صدق البحث ومصداقيته، وتحمي حقوق المشاركين، وتمنع الممارسات غير السليمة مثل الانتحال أو التلاعب بالبيانات أو التحيز.

كما أن موضوع أثر رضا العملاء في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية يحتاج إلى التزام واضح بالأخلاقيات، لأنه يعتمد على آراء العملاء وتجاربهم. لذلك يجب أن يتم جمع البيانات بطريقة منظمة، مع توضيح هدف الدراسة، والحصول على موافقة المشاركين، والحفاظ على سرية معلوماتهم، وتحليل النتائج بموضوعية.

ومن خلال الالتزام بهذه المبادئ، تستطيع الباحثة تقديم بحث علمي موثوق يساهم في فهم العلاقة بين رضا العملاء والأداء المؤسسي والميزة التنافسية. كما يمكن أن تساعد نتائج الدراسة المؤسسات على تطوير خدماتها وتحسين علاقتها بالعملاء، مما يعزز قدرتها على المنافسة والاستمرار في السوق.

وبناءً على ذلك، فإن أخلاقيات البحث العلمي ليست مجرد تعليمات شكلية، بل هي أساس ضروري يضمن جودة الدراسة وقيمتها العلمية والعملية، ويجعل البحث أكثر فائدة للباحثة والمؤسسة والمجتمع.

8. قائمة المراجع

American Psychological Association. (2017). <i>Ethical principles of psychologists and code of conduct</i> . American Psychological Association.
American Psychological Association. (2020). <i>Publication manual of the American Psychological Association</i> (7th ed.). American Psychological Association.
Bryman, A. (2016). <i>Social research methods</i> (5th ed.). Oxford University Press.
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.
Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). <i>Research methods for business students</i> (8th ed.). Pearson.