

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة المشاريع

أخلاقيات البحث العلمي

أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة مكياجي (Mikyajy) في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

فيّ عصام حوذان

إشراف/

د عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

2026

1. المقدمة

أعرّف أخلاقيات البحث العلمي بأنها مجموعة من المبادئ والمعايير التي ألتزم بها أثناء تنفيذ البحث العلمي، والتي تهدف إلى ضمان احترام حقوق المشاركين، والحفاظ على الأمانة العلمية، والالتزام بالصدق والموضوعية في جمع البيانات وتحليلها ونشر النتائج (American Psychological Association, 2020). وتساعد هذه الأخلاقيات في تعزيز موثوقية البحث العلمي وحماية المشاركين من أي أضرار محتملة أو إساءة استخدام للبيانات. وتكمن أهمية أخلاقيات البحث العلمي في كونها إطارًا يوجّه عملي في جميع مراحل البحث، حيث أحرص من خلالها على الالتزام بالنزاهة والشفافية، مما يرفع من جودة الدراسة ويزيد من الثقة في نتائجها، إضافة إلى ضمان احترام خصوصية المشاركين وحقوقهم أثناء جمع البيانات.

وأهدف من هذا البحث إلى توضيح مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها، واستعراض أبرز المبادئ والقضايا الأخلاقية المرتبطة بها، بالإضافة إلى تطبيق هذه المبادئ على دراسة أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة Mikyajy في المملكة العربية السعودية، بما يضمن تنفيذ الدراسة وفق المعايير الأخلاقية المعتمدة.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تُعد أخلاقيات البحث العلمي ضرورية لضمان موثوقية وجودة النتائج، لأنها تفرض الالتزام بالصدق والموضوعية وتمنع التلاعب بالبيانات أو تحريفها، مما يؤدي إلى إنتاج نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها علميًا. كما تسهم الأخلاقيات في رفع مصداقية البحث من خلال ضمان جمع البيانات وتحليلها بطريقة علمية خالية من التحيز، وهو ما يعزز قوة النتائج وصلاحياتها للتطبيق. إضافة إلى ذلك، تحمي أخلاقيات البحث المجتمع من خلال الحفاظ على سرية المشاركين وعدم استغلال بياناتهم، مما يعزز الثقة في العملية البحثية. وبذلك يرتبط الالتزام بالأخلاقيات بشكل مباشر بموثوقية البحث العلمي وجودة نتائجه.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

تم تطبيق المبادئ الأخلاقية في هذا البحث بشكل عملي أثناء دراسة أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة Mikyajy، وذلك من خلال التزامي بأخلاقيات البحث العلمي في جميع مراحل الدراسة الميدانية.

جمع البيانات:

اعتمدت على استبيان إلكتروني موجّه للفئة المستهدفة، وقمت بتصميمه بأسئلة واضحة وغير موجهة لضمان حيادية الإجابات ودقتها.

السرية:

لم أقم بجمع أي بيانات تعريفية للمشاركين، وتم استخدام البيانات لأغراض تحليلية فقط وبشكل مجمّع دون الإشارة إلى أي فرد، مما يضمن حماية خصوصية المشاركين بشكل كامل.

الموافقة المستنيرة:

قمت بإبلاغ المشاركين بطبيعة الدراسة وهدفها الأكاديمي قبل البدء في الإجابة، مع التأكيد على أن المشاركة اختيارية تمامًا، وأنه يمكن الانسحاب في أي وقت دون أي التزام.

المخاطر المحتملة:

كانت محدودة جدًا واقتصرت على احتمال عدم رغبة بعض المشاركين في استكمال الاستبيان، وقد قمت بتقليل ذلك من خلال تبسيط الأسئلة وتجنب أي محتوى حساس.

وبذلك، تمكنت من دمج المبادئ الأخلاقية بشكل عملي في تنفيذ الدراسة، مما ساهم في تعزيز موثوقية النتائج وجودة الإجراءات البحثية.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

تُعد القضايا الأخلاقية من أهم الجوانب التي يجب مراعاتها في البحث العلمي، لما لها من تأثير مباشر على مصداقية الدراسة وسلامة نتائجها، خصوصًا في الدراسات المتعلقة بسلوك المستهلك مثل دراسة أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة Mikyajy.

الانتحال العلمي:

يقصد به استخدام أفكار أو نصوص أو نتائج من مصادر أخرى دون الإشارة إليها بشكل صحيح. مثال: تضمين تعريف لقيمة العلامة التجارية من دراسة سابقة دون توثيق المصدر وفق أسلوب APA، مما يعد إخلالاً بالأمانة العلمية.

تزوير البيانات:

هو قيام الباحث بتغيير أو اختلاق بيانات غير حقيقية بهدف الوصول إلى نتائج محددة. مثال: تعديل إجابات الاستبيان أو إدخال بيانات غير حقيقية لرفع نسبة رضا العملاء بشكل غير واقعي.

التحيز في البحث:

ويحدث عندما يتم التأثير على تصميم البحث أو تحليل النتائج بناءً على رأي مسبق، مما يؤثر على حيادية الدراسة. مثال: صياغة أسئلة الاستبيان بطريقة تدفع المشاركين للإجابة إيجابيًا حول منتجات العلامة التجارية بدلاً من قياس آرائهم الفعلية.

انتهاك الخصوصية:

يقصد به الكشف عن بيانات المشاركين أو استخدامها دون إذن مسبق، أو بطريقة تسمح بتحديد هويتهم. مثال: نشر أسماء أو معلومات شخصية للمشاركين مع نتائج الدراسة، مما يعد مخالفة لمبدأ السرية.

تضارب المصالح:

يحدث عندما يكون هناك مصلحة شخصية أو مادية قد تؤثر على حيادية البحث أو تفسير نتائجه.

مثال: وجود علاقة مالية أو تجارية مع شركة محل الدراسة قد يؤدي إلى التأثير على تحليل النتائج بشكل غير موضوعي

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تُعد القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث العلمي إطاراً أساسياً يضمن إجراء البحوث وفق معايير علمية وأخلاقية معتمدة، حيث تسهم في تنظيم العملية البحثية وضبط جميع مراحلها بما يحافظ على جودة النتائج وموثوقيتها. وتكمن أهمية هذه القواعد في أنها توفر مرجعاً واضحاً للباحثين يحدد ما يجب الالتزام به أثناء تصميم الدراسة وتنفيذها، مما يقلل من الممارسات غير الأخلاقية ويعزز دقة النتائج.

ومن أبرز هذه القواعد دور **لجان أخلاقيات البحث (IRB)**، والتي تتولى مراجعة المقترحات البحثية قبل تنفيذها للتأكد من توافقها مع المعايير الأخلاقية، خصوصاً فيما يتعلق بحماية المشاركين، والحصول على الموافقة المستنيرة، وتقليل المخاطر المحتملة، وضمان عدم انتهاك حقوقهم أو خصوصيتهم.

كما تُعد معايير **الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA)** من أهم المعايير الدولية في البحث العلمي، حيث تسهم في تعزيز الأمانة العلمية من خلال ضبط أسلوب التوثيق ومنع الانتحال العلمي، إضافة إلى ضمان نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية بشكل دقيق ومنظم.

وتظهر أهمية هذه القواعد في تعزيز مصداقية البحث العلمي ورفع جودة نتائجه من خلال ضمان الالتزام بالشفافية والحياد في جميع مراحلها، بدءاً من جمع البيانات وحتى تحليل النتائج وتفسيرها.

وفي هذا البحث المتعلق بدراسة أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة **Mikyajy** في المملكة العربية السعودية، يلتزم هذا البحث بتطبيق هذه القواعد لضمان تنفيذ الدراسة بطريقة علمية وأخلاقية موثوقة تتيح الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث

يتم تطبيق المبادئ الأخلاقية في هذا البحث المتعلق بدراسة أثر قيمة العلامة التجارية على نية إعادة الشراء لدى عملاء شركة **Mikyajy** من خلال تصميم إجراءات منهجية واضحة تهدف إلى ضمان حماية المشاركين، والحفاظ على جودة البيانات، وتقليل أي تحيز أو مخاطر محتملة أثناء جمع البيانات وتحليلها.

أولاً: جمع البيانات (كيفية التطبيق):

سيتم جمع البيانات باستخدام استبيان إلكتروني موجّه إلى عينة من عملاء العلامة التجارية. وسيُصمم الاستبيان بحيث يتضمن أسئلة مباشرة وواضحة، مع تجنب الصياغات التي قد توجّه إجابات المشاركين أو تؤثر على آرائهم، وذلك لضمان الحياد العلمي في قياس المتغيرات مثل قيمة العلامة التجارية ونية إعادة الشراء.

ثانياً: السرية وحماية البيانات (طريقة الحفاظ عليها):

سيتم الالتزام بمبدأ السرية من خلال عدم طلب أي بيانات تعريفية شخصية من المشاركين مثل الاسم أو رقم الهاتف أو

البريد الإلكتروني. كما سيتم التعامل مع البيانات بعد جمعها على أنها بيانات مجمعة فقط تستخدم لأغراض التحليل الإحصائي، مع ضمان عدم إمكانية ربط الإجابات بأي فرد معين، مما يقلل من أي مخاطر تتعلق بانتهاك الخصوصية.

ثالثاً: الموافقة المستنيرة (آلية التطبيق):

قبل البدء في الاستبيان، سيتم تقديم شرح مختصر وواضح للمشاركين يوضح هدف الدراسة وطبيعتها الأكاديمية، مع التأكيد على أن المشاركة طوعية بالكامل. كما سيتم توضيح حق المشارك في رفض الإجابة على أي سؤال أو الانسحاب في أي وقت دون أي التزامات، مما يضمن احترام إرادة المشاركين واستقلاليتهم.

رابعاً: المخاطر المحتملة وكيفية الحد منها (تحليل أخلاقي):

قد تتمثل المخاطر المحتملة في شعور بعض المشاركين بعدم الرغبة في استكمال الاستبيان بسبب طول الأسئلة أو عدم اهتمامهم بموضوع الدراسة. ولتقليل هذه المخاطر سيتم تصميم الاستبيان ليكون مختصراً قدر الإمكان، وبصيغة سهلة وغير حساسة، مع تجنب أي أسئلة شخصية أو قد تسبب إزعاجاً للمشارك، مما يساعد على رفع معدل الاستجابة وتحسين تجربة المشاركة.

خامساً: تقليل التحيز وضمان الموضوعية:

سيتم الحرص على صياغة جميع الأسئلة بطريقة محايدة علمياً، وتجنب أي لغة دعائية أو اتجاه معين، وذلك لضمان أن تعكس الإجابات آراء المشاركين الحقيقية دون تأثير خارجي، مما يعزز دقة النتائج وموثوقيتها. وبذلك يضمن هذا الإطار التطبيقي الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في جميع مراحل الدراسة، بما يعزز جودة البيانات ويحافظ على حقوق المشاركين ويزيد من موثوقية النتائج النهائية.

7. الخاتمة

تم التوصل إلى أن أخلاقيات البحث العلمي تُعد عنصراً أساسياً في ضمان موثوقية وجودة النتائج، من خلال تعزيز النزاهة والموضوعية وحماية حقوق المشاركين وسرية بياناتهم.

كما يسهم الالتزام بهذه الأخلاقيات في رفع مصداقية النتائج ودقتها، وجعلها قابلة للاعتماد في الدراسات العلمية واتخاذ القرارات المبنية على أسس صحيحة.

وتؤكد النتائج أهمية الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في الدراسات المستقبلية لضمان استمرار جودة البحث العلمي وتعزيز الثقة في نتائجه.

8. المراجع

American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). <https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-edition>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book255675>

Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/social-research-methods-9780199689453>

Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists*. SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-ethics-for-social-scientists/book226623>

Office for Human Research Protections. (n.d.). *Institutional Review Boards (IRBs)*. U.S. Department of Health & Human Services. <https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/irb/index.html>