

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

ماجستير إدارة المشاريع



دور إدارة علاقات العملاء في تحسين جودة مشاريع الخدمات الفندقية – دراسة ميدانية على الفنادق في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب:

حسن محمد حسن عثماوي

إشراف/

د. الفصيل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

2026

أولاً: المقدمة

تُعدّ أخلاقيات البحث العلمي من الركائز الجوهرية التي يقوم عليها العمل الأكاديمي الرصين، إذ تمثل المنظومة القيمية والمعارية التي تضبط سلوك الباحث منذ لحظة اختيار الموضوع وحتى نشر النتائج. ومع التطور المتسارع الذي يشهده البحث العلمي في ميادين الإدارة والاقتصاد والخدمات، باتت الحاجة إلى الالتزام بهذه الأخلاقيات أكثر إلحاحاً، خاصة في الدراسات الميدانية التي تتعامل مع بيانات حساسة تخص العملاء والموظفين والمؤسسات.

ويُعرّف (2020) "Resnik" أخلاقيات البحث العلمي بأنها "مجموعة المعايير والقواعد السلوكية التي توجّه الباحث نحو الصدق والأمانة والمسؤولية في إنتاج المعرفة، بحيث تحقق نتائج بحثه أعلى درجات الموثوقية والمصداقية". كما عرّفها بدوي (2019) بأنها "الالتزام بالقيم الأكاديمية والإنسانية في جميع مراحل البحث العلمي، بدءاً من صياغة المشكلة وانتهاءً بنشر النتائج، بما يحفظ حقوق الأطراف المشاركة ويحمي المجتمع من أي ضرر محتمل".

وفي سياق البحث الحالي الذي يتناول "دور إدارة علاقات العملاء في تحسين جودة مشاريع الخدمات الفندقية – دراسة ميدانية على الفنادق في المملكة العربية السعودية"، تبرز أهمية الالتزام بأخلاقيات البحث بصورة مضاعفة؛ نظراً لطبيعة الموضوع الذي يستلزم جمع بيانات من نزلاء الفنادق ومديريها وموظفي خدمة العملاء، وهي بيانات تتسم بالسرية وتتصل بسمعة المنشآت الفندقية ومستوى رضا العملاء عنها.

ويهدف هذا التقرير إلى:

- توضيح المفهوم العلمي لأخلاقيات البحث وأهميتها الأكاديمية والمجتمعية.
- استعراض المبادئ الأساسية التي يقوم عليها البحث العلمي الأخلاقي.
- مناقشة أبرز القضايا الأخلاقية التي قد يواجهها الباحث في مجال إدارة الفنادق وعلاقات العملاء.
- التطبيق العملي لهذه المبادئ على موضوع الدراسة المختار، بما يعكس وعي الباحث بمتطلبات النزاهة العلمية والمسؤولية المهنية.

ثانياً: أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تكتسب أخلاقيات البحث العلمي أهمية بالغة باعتبارها الضامن الأول لجودة الإنتاج المعرفي وموثوقيته. فالبحث الذي يُجرى وفق معايير أخلاقية صارمة هو وحده القادر على إنتاج نتائج يمكن الاعتماد عليها في صنع القرار، سواء على المستوى الأكاديمي أو التطبيقي. ويمكن إجمال أهمية هذه الأخلاقيات في عدة محاور:

أولاً: ضمان مصداقية النتائج العلمية: عندما يلتزم الباحث بمبادئ الأمانة والموضوعية، فإن النتائج التي يتوصل إليها تكون انعكاساً حقيقياً للواقع المدروس، وليست محرّفة لخدمة أهداف مسبقة. وفي مجال إدارة الفنادق، فإن أي تحيز أو تزوير في بيانات رضا العملاء قد يقود إلى قرارات إدارية خاطئة تكلف المنشأة الفندقية خسائر مادية ومعنوية كبيرة.

ثانياً: حماية حقوق المشاركين في البحث: تتضمن الأخلاقيات احترام كرامة المبحوثين وحقوقهم في الخصوصية والسرية، وحقوقهم في الانسحاب من البحث في أي وقت دون تبعات. وهذا أمر بالغ الأهمية في الدراسات الفندقية، حيث قد يتردد بعض العملاء أو الموظفين في الإدلاء بأراء صريحة خشية التعرض لعواقب وظيفية أو اجتماعية.

ثالثاً: تعزيز الثقة بين المجتمع العلمي والمجتمع: عندما يلتزم الباحثون بالمعايير الأخلاقية، تتعزز ثقة المجتمع في المؤسسات الأكاديمية ومخرجاتها البحثية، مما يفتح المجال لمزيد من التعاون والدعم. أما الانحراف عن هذه الأخلاقيات فيؤدي إلى أزمات ثقة قد تمتد لسنوات.

رابعاً: حماية سمعة الباحث والمؤسسة الأكاديمية: إذ إن أي ممارسة غير أخلاقية كالانتحال أو تزوير البيانات قد تعرّض الباحث للمساءلة القانونية والأكاديمية، وتضر بسمعة الجامعة التي ينتمي إليها (العساف، 2018).

خامساً: الإسهام في التراكم المعرفي السليم: فالأبحاث الأخلاقية تبني فوق بعضها البعض لتشكل قاعدة معرفية متينة، أما الأبحاث المنحرفة فتُلَوِّث هذه القاعدة وتضلل الباحثين اللاحقين.

وفي قطاع الضيافة السعودي تحديداً، الذي يشهد تحولاً جذرياً ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030 والاهتمام بالسياحة كقطاع استراتيجي، فإن البحوث الأخلاقية تشكل أداة حيوية لدعم صانعي القرار في تطوير هذا القطاع بناءً على معطيات صادقة وموثوقة.

ثالثاً: المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

ترتكز أخلاقيات البحث العلمي على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تشكل البنية القيمية للممارسة البحثية السليمة، وفيما يلي عرض لأهم هذه المبادئ مع أمثلة توضيحية:

الأمانة العلمية (Scientific Honesty)

تعني التزام الباحث بنقل المعلومات والبيانات كما هي دون تحريف أو تزيف، وعزو الأفكار إلى أصحابها الأصليين. وتُعدّ الأمانة العلمية حجر الأساس في البحث، إذ بدونها تفقد جميع النتائج قيمتها (Bryman, 2016).
مثال توضيحي: عند اقتباس الباحث لتعريف "إدارة علاقات العملاء" من كتاب أو مقالة علمية، يجب عليه توثيق المصدر بدقة وفق نظام APA، حتى لو أعاد صياغة التعريف بأسلوبه الخاص.

النزاهة (Integrity)

تُشير إلى التزام الباحث بالصدق في جميع تعاملاته البحثية، سواء مع المبحوثين أو مع زملائه أو مع المؤسسة الأكاديمية. وتتضمن النزاهة الإفصاح عن أي تضارب مصالح محتمل وعدم إخفاء أي معلومات قد تؤثر على تفسير النتائج.

مثال توضيحي: إذا كان الباحث يعمل لدى إحدى سلاسل الفنادق التي يدرسها، فعليه الإفصاح عن هذه العلاقة في تقرير البحث حتى يتمكن القارئ من تقييم النتائج بصورة موضوعية.

الموضوعية (Objectivity)

تعني تجنّب الباحث لأي تحيز شخصي أو فكري أو عاطفي قد يؤثر على جمع البيانات أو تحليلها أو تفسيرها. ويستلزم ذلك الاعتماد على منهجية علمية صارمة وأدوات قياس موثوقة. (Creswell & Creswell, 2018)

مثال توضيحي : عند تحليل بيانات استبيان عن جودة الخدمات الفندقية، يجب على الباحث عرض جميع النتائج، بما فيها تلك التي قد تتعارض مع فرضياته المسبقة، وعدم انتقاء النتائج الإيجابية فقط.

السرية (Confidentiality)

تتمثل في حماية البيانات الشخصية للمشاركين وعدم الإفصاح عن هويتهم أو معلوماتهم لأي طرف خارجي. وتُعدّ السرية من أهم المبادئ في البحوث التي تتعامل مع بيانات حساسة (قنديلجي، 2020).

مثال توضيحي : عند جمع بيانات من نزلاء الفنادق حول تجربتهم، يجب أن تكون الاستبيانات مجهولة الهوية، وأن تُحفظ البيانات في أنظمة محمية بكلمات مرور لا يُطلع عليها سوى الباحث.

الموافقة المستنيرة (Informed Consent)

تعني الحصول على موافقة صريحة وواعية من المشاركين قبل إشراكهم في البحث، بعد إطلاعهم على أهداف الدراسة وطبيعة مشاركتهم والمخاطر المحتملة وحقوقهم في الانسحاب في أي وقت (American Psychological Association [APA], 2020).

مثال توضيحي : قبل توزيع الاستبيانات على موظفي الفنادق، يقوم الباحث بإرفاق نموذج موافقة يوضح فيه الغرض من الدراسة، ويؤكد أن المشاركة طوعية وأن البيانات ستُستخدم لأغراض أكاديمية بحتة.

رابعاً: القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

يواجه الباحثون في مختلف التخصصات جملة من القضايا الأخلاقية التي قد تهدد سلامة بحوثهم ومصداقيتها. وفيما يلي عرض لأبرز هذه القضايا:

الانتحال العلمي (Plagiarism)

يُعدّ الانتحال من أخطر الانتهاكات الأخلاقية في البحث العلمي، ويتمثل في نسبة أفكار أو عبارات أو نتائج الآخرين إلى الباحث دون توثيق مصادرها. وقد يأخذ الانتحال أشكالاً متعددة، منها النسخ الحرفي، وإعادة الصياغة دون توثيق، والانتحال الذاتي (إعادة نشر الباحث لأعماله السابقة دون الإشارة إليها).

مثال واقعي : في عام 2018، تم سحب أكثر من 80 ورقة بحثية من قواعد البيانات الأكاديمية بسبب ثبوت الانتحال فيها، مما تسبب في إيقاف بعض الباحثين عن النشر لسنوات. وفي مجال البحث الحالي، قد يقع الباحث في فخ الانتحال إذا اعتمد على دراسات سابقة عن إدارة علاقات العملاء في الفنادق دون توثيقها بشكل صحيح.

تزوير البيانات (Data Fabrication and Falsification)

يتمثل في اختلاق بيانات لم تُجمع فعلياً، أو في تحريف البيانات الحقيقية لتدعم نتائج معينة. وهذه القضية تُعدّ من أخطر الجرائم الأكاديمية لأنها تُضلل المجتمع العلمي وتؤدي إلى قرارات خاطئة.

مثال افتراضي: لو قام باحث في مجال الفنادق بتعديل نسب رضا العملاء لتظهر بصورة أفضل أو أسوأ مما هي عليه فعلياً بهدف دعم فرضية معينة، فإن ذلك يُعدّ تزويراً صريحاً للبيانات. وقد شهد المجال الأكاديمي حالات مشهورة كحالة الباحث الياباني "هيساشي مورياما" الذي تم سحب 13 بحثاً له بسبب تزوير البيانات.

التحيز (Bias)

يُشير إلى الميل اللاواعي أو المتعمد للباحث نحو نتائج معينة، مما يؤثر على موضوعية البحث. وقد يظهر التحيز في اختيار العينة، أو في صياغة أسئلة الاستبيان، أو في تفسير النتائج.

مثال توضيحي: إذا اختار الباحث عينة من النزلاء في فنادق خمس نجوم فقط لدراسة جودة الخدمات الفندقية في المملكة، فإنه يقع في تحيز اختيار العينة، إذ لا تعكس النتائج واقع القطاع الفندقي بكامل فئاته.

انتهاك الخصوصية (Privacy Violation)

يحدث عندما يتم استخدام بيانات المشاركين بطريقة تكشف هوياتهم أو تنتهك حقوقهم الشخصية. وفي عصر التحول الرقمي، باتت هذه القضية أكثر تعقيداً مع انتشار البيانات الإلكترونية.

مثال واقعي: في عام 2014، تعرّضت دراسة أجرتها شركة "فيسبوك" بالتعاون مع جامعة كورنيل لانتقادات واسعة بسبب التلاعب بمشاعر المستخدمين دون إخبارهم، مما يُعدّ انتهاكاً صريحاً للخصوصية. وفي البحوث الفندقية، قد يحدث ذلك إذا تم استخدام كاميرات المراقبة لرصد سلوك النزلاء دون علمهم.

تضارب المصالح (Conflict of Interest)

ينشأ عندما يكون للباحث مصلحة شخصية أو مالية قد تؤثر على حياديته. ويتطلب الإفصاح عن أي تضارب مصالح محتمل قبل بدء البحث.

مثال افتراضي: إذا كان الباحث في موضوع جودة الخدمات الفندقية يتلقى تمويلاً من إحدى سلاسل الفنادق التي يدرسها، فإن ذلك يُعدّ تضارب مصالح يجب الإفصاح عنه، حتى يتمكن القارئ من تقييم النتائج بصورة موضوعية.

خامساً: القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

نظراً لأهمية أخلاقيات البحث، تم تأسيس عدد من الهيئات والمعايير الدولية لتنظيم العملية البحثية وضمان التزامها بالقيم الأكاديمية. ومن أبرز هذه القواعد:

لجان أخلاقيات البحث (Institutional Review Boards – IRB)

هي لجان متخصصة تُنشأ داخل المؤسسات الأكاديمية والبحثية بهدف مراجعة المقترحات البحثية والتأكد من التزامها بالمعايير الأخلاقية قبل البدء في تنفيذها. وتقوم هذه اللجان بتقييم المخاطر المحتملة على المشاركين، ومراجعة نماذج الموافقة المستنيرة، والتحقق من إجراءات حماية البيانات.

وفي المملكة العربية السعودية، أنشأت هيئة الغذاء والدواء وعدد من الجامعات السعودية لجاناً مماثلة لمراجعة البحوث، خاصة تلك التي تتعامل مع البشر. كما صدر "نظام أخلاقيات البحث على المخلوقات الحية" في عام 2010 الذي ينظم هذا الجانب بشكل قانوني.

دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA)

يُعدّ دليل APA من أكثر الأدلة الأخلاقية شمولاً واستخداماً في العالم، ويغطي جوانب متعددة منها: الموافقة المستنيرة، السرية، حماية الفئات الضعيفة، والإفصاح عن تضارب المصالح. كما يُقدّم الدليل معايير محددة لتوثيق المراجع، وعرض البيانات، وتفسير النتائج. (APA, 2020)

إعلان هلسنكي (Declaration of Helsinki)

وثيقة دولية صادرة عن الجمعية الطبية العالمية، تُحدد المبادئ الأخلاقية للبحوث الطبية التي تشمل البشر، وقد تم تحديثها عدة مرات لمواكبة التطورات العلمية.

تقرير بلمونت (Belmont Report)

صدر عام 1979 ويتضمن ثلاثة مبادئ أساسية: احترام الأشخاص، تحقيق المنفعة، والعدالة. ويُعدّ مرجعاً أساسياً في تطوير معايير IRB في مختلف الدول.

السياسات المؤسسية للجامعات

تتبنى معظم الجامعات سياسات صارمة لمكافحة الانتحال، تشمل استخدام برامج الكشف الإلكتروني مثل "Turnitin" و "iThenticate"، وفرض عقوبات تتراوح بين سحب الدرجة العلمية وإيقاف الباحث عن النشر.

تكمن أهمية هذه القواعد في كونها تشكّل إطاراً موحداً يحمي حقوق جميع الأطراف المعنية بالبحث: الباحث، والمشاركين، والمؤسسة الأكاديمية، والمجتمع. كما أنها تُسهم في تعزيز ثقة المجتمع في المخرجات البحثية، وتُيسّر تبادل المعرفة بين المؤسسات الأكاديمية على المستوى الدولي.

سادساً: التطبيق العملي على موضوع البحث

يتناول هذا الجزء التطبيق الفعلي لمبادئ أخلاقيات البحث على موضوع الدراسة المختار "دور إدارة علاقات العملاء في تحسين جودة مشاريع الخدمات الفندقية – دراسة ميدانية على الفنادق في المملكة العربية السعودية". ويُعدّ هذا الجزء جوهر التقرير، إذ يعكس كيفية ترجمة المبادئ النظرية إلى ممارسات فعلية في الميدان.

طبيعة الدراسة ومجتمع البحث

يستهدف البحث دراسة العلاقة بين تطبيق أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) ومستوى جودة الخدمات في الفنادق العاملة في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على فنادق الفئات الثلاث والأربع والخمس نجوم في مدن: الرياض، جدة، مكة المكرمة، المدينة المنورة، والدمام. ويتكون مجتمع البحث من ثلاث فئات رئيسية: مديري الفنادق ومسؤولي علاقات العملاء، الموظفين العاملين في أقسام الاستقبال وخدمة العملاء، ونزلاء الفنادق من مختلف الجنسيات والفئات العمرية.

جمع البيانات بطريقة أخلاقية

سيعتمد الباحث على عدة أدوات لجمع البيانات، تشمل الاستبيان الإلكتروني والمقابلات الشخصية ومراجعة الوثائق الإدارية. وفيما يتعلق بكل أداة:

الاستبيان الإلكتروني: سيتم توزيعه عبر منصة آمنة (مثل Google Forms أو SurveyMonkey) مع تفعيل خيار "عدم جمع عناوين البريد الإلكتروني"، لضمان عدم ربط الإجابات بهويات المشاركين. كما ستصدر صفحة الاستبيان رسالة توضح أهداف الدراسة، وطبيعة المشاركة الطوعية، وحق المشارك في الانسحاب في أي لحظة.

المقابلات الشخصية: سيتم إجراؤها مع مديري الفنادق ومسؤولي علاقات العملاء بعد الحصول على موافقة خطية مسبقة، وسيُتاح للمشارك مراجعة محتوى المقابلة قبل اعتمادها. ولن تُسجل المقابلات صوتياً إلا بإذن صريح، وسيتم تدمير التسجيلات بعد تفريغها وتحليلها.

مراجعة الوثائق: سيقصر الباحث على الوثائق المتاحة للجمهور أو التي يحصل على إذن رسمي بمراجعتها من إدارة الفندق، مع الالتزام بعدم نشر أي بيانات تخص العملاء أو الموظفين بصورة فردية.

الحفاظ على السرية وحماية البيانات

سيلتزم الباحث بمجموعة من الإجراءات لحماية بيانات المشاركين، منها:

- استخدام أرقام تعريفية بدلاً من الأسماء الحقيقية في جميع مراحل التحليل.
- حفظ البيانات في ملفات مشفرة على جهاز خاص بالباحث، محمية بكلمة مرور.
- عدم مشاركة البيانات الخام مع أي طرف ثالث، باستثناء المشرفين الأكاديميين عند الحاجة.
- إتلاف البيانات الخام بعد مرور خمس سنوات من تاريخ مناقشة الرسالة، وفق المعايير الأكاديمية المعتمدة.
- تجميع البيانات وعرضها بصورة إجمالية فقط، بحيث لا يمكن التعرف على أي مشارك بعينه من خلال النتائج المنشورة.

الموافقة المستنيرة من المشاركين

سيقوم الباحث بإعداد نموذج موافقة مستنيرة باللغتين العربية والإنجليزية، يتضمن العناصر التالية: تعريف بالباحث والمؤسسة الأكاديمية، وصف موجز لأهداف الدراسة وأهميتها، توضيح طبيعة المشاركة المطلوبة (مدة الاستبيان

أو المقابلة، نوع الأسئلة)، تأكيد طوعية المشاركة وحق الانسحاب دون أي عواقب، شرح إجراءات حماية السرية والخصوصية، بيانات التواصل مع الباحث ولجنة أخلاقيات البحث للاستفسار أو تقديم الشكاوى.

وفي حالة المشاركين من غير الناطقين بالعربية أو الإنجليزية (وهم كثر بين نزلاء الفنادق السعودية)، سيتم توفير نسخ مترجمة من النموذج، أو الاستعانة بمترجم محايد لشرح المحتوى شفهيًا.

التعامل مع الفئات الحساسة

نظراً لتنوع نزلاء الفنادق السعودية، قد يتضمن البحث مشاركين من فئات تستدعي حساسية خاصة، مثل: الحجاج والمعتمرين الذين قد يكونون في حالة روحانية لا تناسب الإجابة على استبيانات مطوّلة، السياح الأجانب الذين قد لا يفهمون السياق الثقافي السعودي بدقة، وكبار السن الذين قد يحتاجون إلى مساعدة في فهم الأسئلة. وسيتعامل الباحث مع كل فئة بما يناسبها، مع احترام خصوصيتها وعدم الإلحاح عليها للمشاركة.

تجنب التحيز في الدراسة

سيعتمد الباحث على عدة استراتيجيات لتقليل التحيز، منها:

- استخدام العينة الطبقية العشوائية لضمان تمثيل جميع فئات الفنادق والمناطق الجغرافية.
- صياغة أسئلة الاستبيان بلغة محايدة، وعرضها على محكّمين متخصصين قبل التطبيق.
- الاستعانة بمساعد بحثي مستقل للمشاركة في تفريغ البيانات وتحليلها، للتأكد من عدم تأثر النتائج بآراء الباحث الشخصية.
- عرض النتائج كاملة، بما فيها تلك التي قد تتعارض مع الفرضيات الأولية.

الإفصاح عن تضارب المصالح

سيقوم الباحث بالإفصاح عن أي علاقة مهنية أو شخصية قد تربطه بأي من الفنادق المشمولة بالدراسة، وذلك في الفصل المنهجي من الرسالة. كما سيوضح مصادر التمويل (إن وجدت) ويؤكد عدم تلقيه أي دعم من جهات قد تؤثر على حيادية البحث.

المخاطر المحتملة وكيفية التعامل معها

يحدد الباحث المخاطر التالية المحتملة، ويضع آليات لإدارتها:

المخاطر على المشاركين: قد يشعر بعض الموظفين بعدم الراحة عند الإجابة على أسئلة تخص جودة الإدارة في فنادقهم، خشية التعرض لعواقب وظيفية. لذا سيتم التأكيد على السرية المطلقة، وإجراء المقابلات خارج مقر العمل عند الإمكان.

المخاطر على المنشآت الفندقية: قد تخشى بعض الفنادق من نشر بيانات سلبية عنها. لذا سيلتزم الباحث بعدم ذكر أسماء الفنادق بصورة منفردة، وعرض النتائج بصورة إجمالية أو ترميزية (فندق A ، فندق B...).

المخاطر على الباحث: قد يواجه الباحث رفضاً من بعض المنشآت للتعاون. وفي هذه الحالة، سيلجأ إلى البدائل المتاحة دون الضغط على أي طرف.

نشر النتائج بصورة أخلاقية

بعد الانتهاء من البحث، سيلتزم الباحث بنشر النتائج بصورة آمنة، تشمل: عرض جميع النتائج دون انتقاء، توثيق جميع المراجع وفق أسلوب APA ، تقديم نسخة من الملخص للفنادق المشاركة كنوع من رد الجميل، والإفصاح عن أي محددات أو قيود واجهت الدراسة.

سابعاً: الخاتمة

تناول هذا التقرير موضوع أخلاقيات البحث العلمي من زواياه المتعددة، بدءاً من تعريفها وأهميتها، مروراً بمبادئها الأساسية والقضايا التي تعترضها، وانتهاءً بتطبيق هذه المبادئ على موضوع البحث المختار. وقد اتضح من خلال هذا الاستعراض أن أخلاقيات البحث ليست مجرد مجموعة من القواعد الشكلية، بل هي منظومة قيمية متكاملة تضمن جودة الإنتاج المعرفي وتحمي حقوق جميع الأطراف المعنية بالعملية البحثية.

وفي سياق الدراسة الميدانية المقترحة حول "دور إدارة علاقات العملاء في تحسين جودة مشاريع الخدمات الفندقية في المملكة العربية السعودية"، تبرز أهمية الالتزام بهذه الأخلاقيات بصورة مضاعفة، نظراً لطبيعة البيانات الحساسة التي ستُجمع من النزلاء والموظفين والمديرين، وتأثير النتائج المحتمل على سمعة المنشآت الفندقية. وقد بيّن التطبيق العملي كيف يمكن ترجمة المبادئ النظرية إلى ممارسات فعلية في كل مرحلة من مراحل البحث، بدءاً من تصميم أدوات جمع البيانات وحتى نشر النتائج النهائية.

ومن أبرز ما يمكن استنتاجه: أولاً، أن البحث العلمي الأخلاقي ليس خياراً ترفيهياً بل ضرورة أكاديمية ومجتمعية. ثانياً، أن التزام الباحث بمبادئ الأمانة والنزاهة والموضوعية والسرية والموافقة المستنيرة هو الضامن الحقيقي لمصداقية نتائجه. ثالثاً، أن لجان أخلاقيات البحث والمعايير الدولية كدليل APA تشكل مرجعية أساسية يجب على كل باحث الاطلاع عليها والالتزام بها. رابعاً، أن قطاع الضيافة السعودي يحتاج إلى بحوث رصينة تدعم تطوره ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030، وهذا لا يتحقق إلا بالالتزام صارم بالمعايير الأخلاقية.

ويؤكد الباحث في ختام هذا التقرير على التزامه الكامل بجميع المبادئ والإجراءات الأخلاقية الواردة فيه عند تنفيذ دراسته الميدانية، وعلى استعداده لخضوع البحث لمراجعة لجنة أخلاقيات البحث في الجامعة، وتعديل أي إجراءات قد ترى اللجنة ضرورة تعديلها. كما يُعرب عن قناعته بأن البحث الذي لا يلتزم بالأخلاقيات يفقد قيمته العلمية مهما بلغت دقته المنهجية، وأن النزاهة الأكاديمية هي الإرث الحقيقي الذي يخلفه الباحث بعد انتهاء مشواره العلمي.

ثامناً: المراجع

المراجع العربية:

بدوي، أحمد زكي. (2019). *أخلاقيات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية*. القاهرة: دار النهضة العربية.

العساف، صالح بن حمد. (2018). *المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية* (الطبعة الخامسة). الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.

قنديلجي، عامر إبراهيم. (2020). *البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية*. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

الشايح، عبدالرحمن بن إبراهيم. (2021). *إدارة علاقات العملاء وجودة الخدمات الفندقية في المملكة العربية السعودية*. مجلة الإدارة العامة، 61(2)، 245-278.

الهيئة السعودية للسياحة. (2022). *تقرير قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية: الواقع والتحديات*. الرياض: منشورات الهيئة.

المراجع الأجنبية:

American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). Washington, DC: APA.

Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford: Oxford University Press.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Resnik, D. B. (2020). *The ethics of research with human subjects: Protecting people, advancing science, promoting trust*. Cham: Springer International Publishing.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7th ed.). Boston: Pearson Education.

Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies* (4th ed.). London: Routledge.