

أخلاقيات البحث العلمي

ضمن مشروع التخرج بعنوان:

أهمية التسويق ودوره في تعزيز ولاء العملاء في قطاع خدمات السيارات
دراسة تطبيقية على تطبيقات خدمات السيارات في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالبة: رناد حسام زكي الساعي

الفصل الدراسي:

إشراف: د.

أخلاقيات البحث العلمي

تلتزم هذه الدراسة بعنوان "أهمية التسويق ودوره في تعزيز ولاء العملاء في قطاع خدمات السيارات: دراسة تطبيقية على تطبيقات خدمات السيارات في المملكة العربية السعودية" بمجموعة من المبادئ الأخلاقية التي تضمن سلامة إجراءات البحث، وتحافظ على حقوق المشاركين، وتدعم مصداقية النتائج العلمية.

نظرًا لاعتماد الدراسة على استبانة موجهة إلى مستخدمي تطبيقات خدمات السيارات، فإن الباحثة تلتزم بالحصول على موافقة المشاركين قبل الإجابة على الاستبانة، مع توضيح هدف الدراسة لهم، وبيان أن مشاركتهم اختيارية وليست إلزامية، وأن لهم الحق في عدم الإجابة أو الانسحاب من المشاركة في أي وقت دون أي ضرر أو مسؤولية.

كما تلتزم الباحثة بالحفاظ على سرية البيانات التي يتم جمعها من المشاركين، وعدم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي فقط. ولن يتم طلب أي بيانات شخصية حساسة أو معلومات قد تكشف هوية المشاركين، مثل الاسم الكامل، رقم الهوية، رقم الجوال، أو بيانات المركبة الخاصة. وستعرض النتائج بصورة إجمالية وتحليلية دون الإشارة إلى أي مشارك بشكل فردي.

وتراعي الدراسة مبدأ الصدق والأمانة العلمية في جميع مراحل البحث، من جمع البيانات وتحليلها إلى عرض النتائج وكتابة التوصيات. وتلتزم الباحثة بعدم التلاعب بالبيانات أو تعديل النتائج بما يخالف الواقع، كما تلتزم بتوثيق المراجع والمصادر العلمية المستخدمة في الدراسة، وتجنب النقل أو الاقتباس دون الإشارة إلى المصدر.

كذلك تراعي الدراسة مبدأ عدم الإضرار بالمشاركين، حيث إن طبيعة الأسئلة تركز على آراء العملاء وتجاربهم العامة مع تطبيقات خدمات السيارات، دون التطرق إلى معلومات شخصية أو مالية أو موضوعات قد تسبب لهم أي ضرر نفسي أو اجتماعي. كما سيتم صياغة الأسئلة بطريقة واضحة ومحايدة لا تؤثر على إجابات المشاركين أو توجههم نحو إجابة معينة.

وتلتزم الدراسة أيضًا بالعدالة في اختيار عينة الدراسة، بحيث تكون المشاركة متاحة لمستخدمي تطبيقات خدمات السيارات في المملكة العربية السعودية دون تمييز على أساس الجنس أو العمر أو المستوى التعليمي، مع مراعاة أن تكون العينة مناسبة لطبيعة موضوع الدراسة وأهدافها.

وبناءً على ما سبق، فإن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي في هذه الدراسة يهدف إلى حماية المشاركين، وضمان جودة البيانات، وتعزيز موثوقية النتائج، بما يحقق قيمة علمية وتطبيقية يمكن الاستفادة منها في تطوير ممارسات التسويق ورفع مستوى ولاء العملاء في قطاع تطبيقات خدمات السيارات.

المبادئ الأخلاقية المعتمدة في الدراسة

- الموافقة المستنيرة: إبلاغ المشاركين بهدف الدراسة وطبيعة المشاركة وحقوقهم في الانسحاب.
- السرية والخصوصية: عدم جمع بيانات تعريفية حساسة، واستخدام البيانات لأغراض البحث فقط.
- عدم الإضرار: تجنب الأسئلة التي قد تسبب ضررًا نفسيًا أو اجتماعيًا للمشاركين.
- العدالة: إتاحة المشاركة دون تمييز، واختيار العينة بما يتناسب مع أهداف الدراسة.
- الأمانة العلمية: توثيق المصادر بدقة، وعدم التلاعب بالبيانات أو النتائج.

المصادر

- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. Pearson
- American Psychological Association. (2017). Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct. APA
- National Commission for the Protection of Human Subjects of Biomedical and Behavioral Research. (1979). The Belmont Report: Ethical Principles and Guidelines for the Protection of Human Subjects of Research
- Bryman, A. (2016). Social Research Methods. Oxford University Press