

جامعة ميداوثن

كلية الاعلام والتسويق

بكالوريوس تسويق رقمي



استراتيجية مقترحة لتطوير الاتصال التسويقي في الجمعيات غير الربحية
وفق ممارسات التسويق الرقمي الحديثة: دراسة تطبيقية على القطاع غير
الربحي بمنطقة مكة المكرمة

تقرير أخلاقيات البحث العلمي والأمانة العلمية

أولاً: مقدمة

تُعَدُّ أخلاقيات البحث العلمي والأمانة العلمية ركيزةً أساسيةً لضمان جودة المعرفة المُنتَجة ومصداقيتها، ولا سيما في الدراسات التطبيقية التي تتعامل مع مؤسسات وأفراد من المجتمع، كهذه الدراسة المُعنيّة بالقطاع غير الربحي بمنطقة مكة المكرمة. ويلتزم الباحث في هذه الدراسة بمنظومة متكاملة من المبادئ والقواعد الأخلاقية التي تحكم مراحل البحث كافة، بدءًا من اختيار الموضوع، مرورًا بجمع البيانات وتحليلها، وانتهاءً بنشر النتائج.

ويكتسب الالتزام الأخلاقي في هذه الدراسة أهمية مضاعفة لاعتبارين: الأول طبيعة القطاع غير الربحي الذي يقوم على الثقة المجتمعية والشفافية، والثاني الحساسية المرتبطة بمنطقة مكة المكرمة لما تمثّله من مكانة دينية واجتماعية تستوجب أعلى درجات المهنية والاحترام.

ثانيًا: المبادئ العامة لأخلاقيات البحث الملتمزم بها

مبدأ الصدق والأمانة العلمية

يلتزم الباحث بعرض الحقائق كما هي دون تحريف أو تزيف، سواء في توصيف الواقع الراهن للاتصال التسويقي في الجمعيات غير الربحية، أو في عرض نتائج الاستبانات والمقابلات. ويتجنّب الباحث فبركة البيانات (Fabrication) أو تزويرها (Falsification) أو الانتقاء المتحيّز للنتائج التي تخدم فرضياته فقط.

مبدأ الموضوعية والحياد

يسعى الباحث إلى تتحيّة تحيَّزاته الشخصية وآرائه المسبقة عند تقييم أداء الجمعيات غير الربحية في ممارسات التسويق الرقمي، ويعتمد على معايير علمية موضوعية في الحكم على واقع الاتصال التسويقي وصياغة الاستراتيجية المقترحة.

مبدأ الدقة العلمية

يحرص الباحث على دقة جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا، وعلى مراجعة المعلومات والاقتباسات قبل توظيفها، وعلى التحقق من صحة الأدوات البحثية (الصدق والثبات) قبل تطبيقها على عينة الدراسة.

مبدأ الكفاءة والمهنية

يلتزم الباحث بأن يُجري البحث في حدود تخصصه وخبرته، وأن يستعين بمحكمين متخصصين في التسويق الرقمي وإدارة المنظمات غير الربحية والإحصاء، وذلك لضمان جودة الأدوات والنتائج.

ثالثًا: الالتزامات الأخلاقية تجاه المشاركين في البحث

الموافقة المستنيرة (Informed Consent)

يحصل الباحث على موافقة صريحة من المشاركين (مديري الجمعيات، والمسؤولين عن الاتصال التسويقي، والمتطوعين، والمستفيدين) بعد إطلاعهم على:

- الهدف من الدراسة وأهميتها.
- طبيعة البيانات المطلوب جمعها.
- الوقت المتوقع للمشاركة.
- حقهم في الانسحاب في أي مرحلة دون أي تبعات.
- الجهة المستفيدة من نتائج البحث.

السرية وحماية الخصوصية

- يحافظ الباحث على سرية هويات المشاركين والجمعيات المشاركة، ويستخدم رموزًا بديلة عند عرض النتائج إذا طلب المشاركون ذلك.
- لا تُستخدم البيانات الشخصية أو المؤسسية لأي غرض خارج إطار هذه الدراسة.

- تُحفظ البيانات في أماكن آمنة (إلكترونيًا وورقيًا) ولا يطلع عليها سوى الباحث وفريقه المباشر.

- تُتلف البيانات الأولية بعد انتهاء الفترة الزمنية المحددة لحفظها وفق الأنظمة المعمول بها.

عدم الإضرار

يتجنب الباحث أي ممارسة قد تلحق ضررًا ماديًا أو معنويًا أو مهنيًا بالمشاركين أو بالجمعيات المشمولة بالدراسة، بما في ذلك تجنب الكشف عن ضعف مؤسسي بطريقة تُسيء إلى سمعة جمعية بعينها.

الاحترام والعدالة

يعامل الباحث جميع المشاركين بالاحترام الكامل بصرف النظر عن مواقعهم الوظيفية، ويراعي الفروق الثقافية والدينية والاجتماعية في منطقة مكة المكرمة، ويختار عينة الدراسة بأسلوب علمي عادل يضمن التمثيل المناسب لأنواع الجمعيات غير الربحية وأحجامها.

رابعًا: الأمانة العلمية في التوثيق والاقتباس

تجنب الانتحال العلمي (Plagiarism)

يلتزم الباحث التزامًا تامًا بعدم نسبة أعمال الآخرين إلى نفسه، وذلك من خلال:

- التوثيق الكامل لكل اقتباس مباشر أو غير مباشر.
- إعادة الصياغة بأسلوب الباحث مع الإشارة إلى المصدر.
- استخدام علامات الاقتباس للنصوص المنقولة حرفيًا.
- فحص الرسالة عبر برامج كشف الانتحال المعتمدة (مثل Turnitin قبل التقديم النهائي، والالتزام بالنسبة المسموح بها في الجامعة).

التوثيق العلمي الصحيح

يعتمد الباحث نظام توثيق موحدًا (مثل APA) في الإحالات داخل المتن وفي قائمة المراجع، ويُورد جميع المصادر التي استفاد منها فعليًا، ويتجنب إدراج مراجع لم يطلع عليها لأغراض شكلية.

النشر المزدوج والذاتي

يتجنب الباحث:

- **النشر المزدوج (Duplicate Publication):** أي نشر المادة العلمية ذاتها في أكثر من وعاء نشر دون إفصاح.
- **الانتحال الذاتي (Self-Plagiarism):** أي إعادة استخدام أجزاء كبيرة من أعماله السابقة دون إشارة إليها.

الإفصاح عن المصادر الرقمية والذكاء الاصطناعي

يُفصح الباحث عن أي استخدام لأدوات الذكاء الاصطناعي (إن وُجد) في صياغة أجزاء من البحث أو تحليل البيانات، بما يتوافق مع سياسات الجامعة الحديثة في هذا الشأن.

خامسًا: الالتزامات الخاصة بطبيعة الدراسة

خصوصية القطاع غير الربحي

- يراعي الباحث الطبيعة الخدمية والقيمية للجمعيات، ويتجنب أي طرح قد يُساء فهمه على أنه تسليع للعمل الخيري.
- يحرص على أن تكون الاستراتيجية المقترحة منسجمة مع رسالة القطاع غير الربحي وأنظمة المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي بالمملكة العربية السعودية.

الحساسية المكانية لمنطقة مكة المكرمة

- يلتزم الباحث بالقيم الدينية والثقافية للمنطقة في صياغة الأمثلة والمقترحات التسويقية الرقمية.
- يتجنب اقتراح أي ممارسة تسويقية رقمية تتعارض مع الضوابط الشرعية أو الأنظمة المحلية.

التعامل مع البيانات المؤسسية الحساسة

لا يُفصح الباحث عن بيانات مالية أو إدارية حصل عليها من الجمعيات إلا في حدود الإذن الممنوح له، وبعد تجريدها من المعارف التي قد تكشف هوية الجمعية.

سادسًا: تعارض المصالح والإفصاح

يُقرّ الباحث بعدم وجود أي تعارض في المصالح قد يؤثر على نزاهة البحث ونتائجه، بما في ذلك:

- عدم وجود علاقات مالية أو وظيفية مع الجمعيات المشمولة بالدراسة تؤثر على موضوعيته.
- عدم تلقّي تمويل من جهة قد تستفيد من توجيه نتائج البحث لصالحها.
- الإفصاح الكامل عن أي جهة ممولة (إن وُجدت) ودورها في البحث.

سابعًا: مسؤوليات الباحث تجاه المؤسسة الأكاديمية والمجتمع

١. الالتزام بأنظمة الجامعة: يلتزم الباحث بلوائح الدراسات العليا، وميثاق أخلاقيات البحث العلمي المعتمد، والحصول على الموافقات الرسمية اللازمة من لجنة أخلاقيات البحث قبل البدء في الجانب الميداني.
٢. الإسهام المعرفي: يسعى الباحث إلى تقديم إضافة علمية حقيقية للمكتبة العربية في مجال التسويق الرقمي للقطاع غير الربحي.
٣. النفع المجتمعي: يحرص الباحث على أن تكون مخرجات الدراسة (الاستراتيجية المقترحة) قابلةً للتطبيق وتسهم فعليًا في تطوير أداء الجمعيات غير الربحية بمنطقة مكة المكرمة.

٤. **مشاركة النتائج:** يلتزم الباحث بمشاركة ملخص النتائج مع الجمعيات المشاركة، إسهامًا في الفائدة المتبادلة.