



جامعة ميدأوشن  
كلية الإدارة  
قسم تخصص :ادارة الاعمال.

عنوان التقرير:

العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات صالونات ومراكز التجميل في السعودية

إعداد الطالب/ة  
ميسون محمود النبريص

إشراف/  
د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:  
1448\2026

## 1. المقدمة

تعد أخلاقيات البحث العلمي من المفاهيم الأساسية في المجال الأكاديمي، حيث تشير إلى مجموعة المبادئ والمعايير التي تنظم سلوك الباحث أثناء تنفيذ الدراسة العلمية، بما يضمن الالتزام بالنزاهة والموضوعية والدقة في جمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج.

ويعرف (Cooper & Schindler 2014) أخلاقيات البحث بأنها المبادئ والمعايير التي توجه الباحث لاتخاذ القرارات الصحيحة أثناء عملية البحث، بما يحفظ حقوق المشاركين ويضمن سلامة الإجراءات البحثية.

وتكمن أهمية أخلاقيات البحث العلمي في العمل الأكاديمي في تعزيز مصداقية الدراسات وموثوقية نتائجها، حيث تساعد الباحث على تجنب التحيز أو تحريف المعلومات، والالتزام بالأمانة العلمية عند استخدام المصادر وعرض النتائج. كما تساهم في بناء الثقة بين الباحث والمجتمع العلمي، مما يجعل مخرجات البحث أكثر قيمة وفائدة في تطوير المعرفة.

ويرتبط مفهوم الأخلاقيات في هذا التقرير بموضوع "العوامل المؤثرة في رضى العملاء عن خدمات صالونات ومراكز التجميل في المملكة العربية السعودية"، حيث يعد قطاع التجميل من القطاعات الخدمية الحيوية التي تعتمد بشكل مباشر على تجربة العميل الشخصية ومدى تلبية تطلعاته. وتشير الأخلاقيات هنا إلى التزام الباحث بالدقة والحياد عند قياس مؤشرات الرضى (مثل جودة الخدمة، والتعامل، والأسعار، والنظافة، والالتزام بالمواعيد)، دون توجيه لإجابات المستقصى منهم أو تجميل للواقع.

ويهدف هذا التقرير إلى توضيح دور الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي عند دراسة محددات رضى العملاء في هذا القطاع، وبيان أهمية تقديم نتائج موضوعية وصادقة تساهم في تطوير جودة الخدمات ورفع تنافسية مراكز التجميل في السوق السعودي بناءً على أسس علمية متينة.

## 2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

تساهم أخلاقيات البحث العلمي في رفع مستوى مصداقية النتائج من خلال تجنب التلاعب بالمعلومات أو تحريف البيانات بما يخدم أهداف معينة، كما تساعد الباحث على تقديم نتائج واقعية يمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرارات الإدارية والتسويقية. فكلما كان الباحث ملتزماً بالمعايير الأخلاقية في جمع البيانات وتحليلها، زادت ثقة قطاع الأعمال والمجتمع الأكاديمي بنتائج الدراسة.

كما ترتبط أخلاقيات البحث العلمي بموثوقية البحث؛ فهي تضمن أن تكون خطوات البحث واضحة ومنظمة وأن يتم توثيق المصادر العلمية بشكل صحيح، مع الحفاظ على حقوق المشاركين وخصوصيتهم. وفي مجال دراسة سلوك ورضى المستهلك تحديدًا، تساعد الأخلاقيات في فهم الدوافع الحقيقية للعملاء بصورة أكثر دقة، ومعرفة مدى ارتباط جودة الخدمة ببناء الولاء للمركز أو الصالون.

إضافة إلى ذلك، تلعب أخلاقيات البحث العلمي دوراً مهماً في حماية قطاع الخدمات من القرارات أو التوصيات المبنية على نتائج غير صحيحة، والتي قد تؤدي إلى تبني استراتيجيات خاطئة تضر بالاستثمارات. لذلك فإن الالتزام بالأخلاقيات لا يقتصر على الجانب الأكاديمي فقط، بل يساهم في إنتاج أبحاث مسؤولة تخدم المجتمع وتدعم تطوير قطاع صالونات ومراكز التجميل في المملكة بطريقة أكثر

شفافية وموثوقية.

## 3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

1- الأمانة العلمية: تعني التزام الباحث بالصدق والدقة في جميع مراحل البحث العلمي، من جمع المعلومات وتحليل البيانات إلى عرض النتائج، مع تجنب التلاعب أو نقل المعلومات دون توثيق.

مثال توضيحي: في دراسة العوامل المؤثرة في رضى العملاء عن خدمات صالونات التجميل، يلتزم الباحث بعرض نتائج استبيان العمليات كما ظهرت في التحليل الإحصائي تماماً، دون حذف أو تغيير أي نتائج لا تتوافق مع فرضياته (مثل إخفاء تقيييمات سرية لتدني مستوى النظافة أو مغالة الأسعار).

2- النزاهة: تعني التزام الباحث بالمعايير الأخلاقية والابتعاد عن أي سلوك قد يؤثر على حيادية البحث، مثل تحريف النتائج أو استخدام البحث لتحقيق مصالح شخصية.

مثال توضيحي: عدم قيام الباحث بتعديل إجابات العمليات المشاركات في الدراسة أو اختيار عينة موجهة من مراكز محددة بهدف إثبات أن مستوى الرضا أعلى مما هو عليه في الواقع إرضاءً لأصحاب تلك المراكز.

3- الموضوعية: تعني اعتماد الباحث على الحقائق والأدلة العلمية بعيداً عن الآراء الشخصية أو التحيز، بحيث تكون نتائج البحث مبنية على البيانات المستخرجة وليس على التوقعات أو الانطباعات الذاتية للباحث.

مثال توضيحي: عند تحليل العوامل المؤثرة على الرضى، يقوم الباحث بدراسة آراء العملاء كما هي، سواء كانت إيجابية تعكس الولاء للمركز، أو سلبية تنتقد جودة المنتجات المستخدمة أو مهارة العاملات.

4- السرية: تعني المحافظة على خصوصية المعلومات والبيانات التي يحصل عليها الباحث من المشاركين، وعدم استخدامها أو نشرها بطريقة تكشف هوية الأفراد أو المؤسسات دون إذن مسبق.

مثال توضيحي: أن يحافظ الباحث على سرية بيانات العمليات المشاركات في الاستبيان، وصالونات التجميل التي طبقت عليها الدراسة، وعدم ذكر أسمائهم أو أرقام التواصل الخاصة بهم ضمن طيات البحث أو إتاحتها للمنافسين.

5- الموافقة المستنيرة: تعني حصول الباحث على موافقة المشاركين بعد توضيح هدف البحث وطبيعته وطريقة استخدام المعلومات، بحيث يشارك الفرد وهو على علم كامل بدوره وحرية قراره في الدراسة.

مثال توضيحي: قبل توزيع الاستبيان على عملاء مراكز التجميل، يوضح الباحث في ديباجة الاستمارة أن الهدف هو قياس أثر جودة الخدمات على الرضى، وأن المشاركة طوعية بالكامل، والبيانات ستُعامل بسرية تامة وتُستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

#### 4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي:

توجد بعض القضايا الأخلاقية التي قد تؤثر على جودة البحث العلمي ومصداقيته، لذلك يجب على الباحث الالتزام بالمعايير الأخلاقية وتجنب أي ممارسات غير صحيحة قد تؤثر على نتائج الدراسة. ومن أبرز هذه القضايا في سياق هذا البحث:

1- الانتحال العلمي (Plagiarism): يعني استخدام أفكار أو نصوص أو نتائج باحثين آخرين ونسبتها إلى الباحث نفسه دون ذكر المصدر وتوثيقه، وهو ممارسة تخل بالأمانة الأكاديمية.

مثال: قيام الباحث بنقل فقرات كاملة أو مقاييس لجودة الخدمة (مثل مقياس SERVQUAL) من دراسات سابقة أجريت على قطاع الفنادق أو المستشفيات، ووضعها في بحثه دون توثيق المرجع أو الإشارة إلى أصحابها الأصليين.

## 2- تزوير البيانات

(Data Falsification / Fabrication): يعني تغيير أو اختلاق البيانات أو النتائج بهدف الوصول إلى خلاصات تدعم فرضيات البحث، مما ينتج معرفة مضللة وغير قابلة للتطبيق.

مثال: إذا قام الباحث باختلاق استبيانات وهمية لعملاء لم يزوروا مراكز التجميل أصلاً، أو تعديل الإجابات لإظهار أن "السعر" ليس عاملاً مؤثراً في الرضى خلافاً للواقع، فإن ذلك يعد تزويراً صريحاً.

3- التحيز (Bias): يعني تأثير رأي الباحث، أو خلفيته الشخصية، أو ميوله نحو صالون تجميل معين على طريقة صياغة الأسئلة، أو جمع البيانات، أو تفسير الخلاصات الإحصائية.

مثال: أن يقوم الباحث بتفسير النتائج بطريقة تبرز كفاءة العاملين في الصالونات وتغفل الشكاوى المتعلقة بالأسعار، بناءً على انطباعه الشخصي الإيجابي المسبق عن تلك المراكز.

4- انتهاك الخصوصية (Privacy Violation): يعني عدم الالتزام بحفظ الخصوصية للمستقصى منهم، وتداول بياناتهم الشخصية مما قد يسبب لهم حرجاً أو ضرراً.

مثال: نشر أسماء العميل، أو صور تفصيلية من داخل مراكز التجميل أثناء تقديم الخدمات، أو ربط الإجابات السلبية بأسماء مستهلكين محددين دون موافقة صريحة ومكتوبة.

5- تضارب المصالح (Conflict of Interest): يحدث عندما توجد علاقة مصلحة شخصية، أو وظيفية، أو مالية قد تؤثر على حيادية الباحث وموضوعية القرارات العلمية المتخذة.

مثال: إذا كان الباحث يمتلك حصة في أحد صالونات التجميل الكبرى بالمملكة، أو يعمل مستشاراً تسويقياً لديهم ويجري بحثاً يظهر تفوق هذا المركز في تحقيق رضى العملاء مقارنة بالمنافسين، دون الإفصاح عن هذه العلاقة في تمهيد الدراسة.

## 5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تساعد القواعد واللوائح الخاصة بأخلاقيات البحث العلمي في تنظيم العملية البحثية وضمان التزام الباحث بالمعايير العلمية أثناء تنفيذ الدراسة، لحماية حقوق المستهلكين والمؤسسات، وتعزيز الموثوقية.

## 1- لجان أخلاقيات البحث (IRB)

تعد لجان أخلاقيات البحث :

(Institutional Review Board – IRB) جهات مختصة داخل الجامعات والمراكز البحثية، تقوم بمراجعة المقترحات البحثية قبل البدء الميداني بالتطبيق، لضمان سلامة الإجراءات وحماية المشاركين.

أهمية دورها: تتأكد اللجنة من أن أدوات الدراسة (كالاستبيانات أو المقابلات) لا تحتوي على محاذير أخلاقية، وأن الباحث يتبع بروتوكولاً واضحاً لحفظ البيانات والسرية.

مثال توضيحي: قبل توزيع استبيان "عوامل رضى عملاء صالونات التجميل"، تفحص اللجنة الأسئلة للتأكد من أنه لا تتطرق إلى أمور شخصية أو حساسة لا علاقة لها بأهداف البحث الإدارية، وأن مشاركة المستهلكين اختيارية.

## 2- المعايير الدولية مثل دليل APA

يعد دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA) من أكثر المعايير العلمية شيوعاً لتنظيم المخططات البحثية وتوثيق المصادر، وتوجيه الباحثين نحو تجنب الانتحال.

أهمية هذه المعايير: ترفع من جودة الإطار النظري للدراسة عبر توحيد أسلوب الاقتباس والتوثيق في المتن وقائمة المراجع، مما يحفظ الحقوق الفكرية للدراسات السابقة في مجالات إدارة الخدمات ورضى المستهلك.

مثال توضيحي: عند استشهاد الباحث بنموذج أبعاد جودة الخدمة

لـ (Parasuraman et al)، يتم توثيق المرجع في المتن بصيغة (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) وفقاً لتحديثات الدليل، بدلاً من سرد الأفكار دون إسناد.

## 6. التطبيق العملي على موضوع البحث

في ضوء دراسة "العوامل المؤثرة في رضى العملاء عن خدمات صالونات ومراكز التجميل في المملكة العربية السعودية"، يتم إسقاط مبادئ الأخلاقيات البحثية إجرائياً على النحو التالي:

أولاً: طريقة جمع البيانات

- يتم جمع البيانات الميدانية من خلال إعداد استمارة استبيان موجهة لعملاء صالونات ومراكز التجميل في المملكة، لتقييم أثر المتغيرات المستقلة (جودة الخدمة، مهارة الكادر، البيئة والمحيط المادي، الأسعار، الالتزام بالوقت) على المتغير التابع (رضى العملاء). ويجب صياغة العبارات بأسلوب علمي ومحاييد (مثل استخدام مقياس ليكرت الخماسي)، وتجنب الأسئلة التوجيهية التي تدفع العميل لتقييم المركز بشكل إيجابي أو سلبي دون قناعة.

- ثانياً: الحفاظ على سرية البيانات

- نظراً لطبيعة الخدمات الشخصية المقدمة في هذه المراكز، يلتزم الباحث التزاماً صارماً بتعمية البيانات (Anonymization)؛ حيث تُجمع الاستبيانات دون طلب الأسماء، أو الهويات الوطنية، أو أرقام الهواتف. وتُدمج الإجابات في مصفوفة تحليل إحصائي واحدة

للوصول إلى مؤشرات عامة، مما يحمي خصوصية المستهلكين ويشجعهم على تقديم تقييمات موضوعية وصادقة تعكس واقع التجربة.

• ثالثاً: الموافقة المستنيرة للمشاركين

- تتضمن مقدمة الاستبيان شرحاً موجزاً لطبيعة التقرير الأكاديمي، مع الإشارة الصريحة إلى أن الإجابة على الأسئلة تُعد موافقة ضمنية ومستنيرة من العميل على المشاركة، مع التأكيد على حقه الكامل في الانسحاب أو عدم استكمال الاستبيان في أي وقت دون ترتب أي مسؤولية أو تبعات.

• رابعاً: المخاطر المحتملة وكيفية التعامل معها

- قد تتمثل المخاطر في تخوف أصحاب صالونات التجميل من استخدام نتائج الدراسة لتشويه سمعة مراكزهم في السوق، أو تخوف العملاء من تسرب تقييماتهم الإدارية. ويتم التعامل مع ذلك عبر طمأنة الأطراف كافة بأن الدراسة لأغراض أكاديمية بحثية، وأن النتائج ستعرض بشكل تجميعي يوضح الاتجاهات العامة في السوق السعودي ككل، دون تخصيص أو مقارنات سلبية مباشرة بين أسماء تجارية بعينها.

## التحليل التطبيقي:

إن الالتزام الصارم بهذه الإجراءات الأخلاقية يعزز من معدلات الاستجابة (Response Rate) وصحة البيانات المجمعة؛ فالعميل المطمئن لسرية هويته سيقدم تقييماً حقيقياً لمستوى الرضى، مما يقود إلى استخراج توصيات علمية دقيقة تمكن صناع القرار ومستثمري قطاع التجميل في المملكة من تحديد الفجوات الخدمية ومعالجته

## .الخاتمة:

تعد القضايا الأخلاقية في البحث العلمي من الركائز الأساسية التي تضمن نزاهة العملية البحثية وموثوقية مخرجاتها في قطاع إدارة الأعمال والخدمات. إن التزام الباحث بالأمانة العلمية والموضوعية عند دراسة العوامل المؤثرة في رضى العملاء، واحترام خصوصية المستهلكين، والإفصاح عن أي تضارب للمصالح، يسهم مباشرة في تعزيز الثقة بالبحث الأكاديمي ويزيد من قيمته التطبيقية. وبناءً عليه، ينبغي على الباحثين التمسك بالمعايير الأخلاقية واللوائح التنظيمية لضمان تقديم دراسات رصينة تخدم التنمية الاقتصادية وتدعم جودة قطاع الخدمات في المملكة العربية السعودية.

7. المراجع:

- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7<sup>th</sup> ed.). American Psychological Association
- Babbie, E. R. (2020). The practice of social research (15<sup>th</sup> ed.). Cengage Learning
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business research methods (12<sup>th</sup> ed.). McGraw-Hill Irwin
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Resnik, D. B. (2020). What is ethics in research & why is it important? National Institute of Environmental Health Sciences
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students (8<sup>th</sup> ed.). Pearson