

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة اعمال



عنوان التقرير

أثر التسويق الرقمي على الأداء التسويقي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

جوهرة علي السطان

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

أولاً: المقدمة

تُعَدُّ أخلاقيات البحث العلمي من الركائز الأساسية التي يقوم عليها البحث الأكاديمي الرصين، إذ تمثل منظومة من القيم والمبادئ التي توجّه الباحث في جميع مراحل بحثه، من التخطيط وجمع البيانات وصولاً إلى النشر والتوثيق. وقد عرّف (Resnik 2020) أخلاقيات البحث بأنها مجموعة من المعايير السلوكية التي تُميّز بين السلوك المقبول وغير المقبول في ممارسة البحث العلمي، وتشمل قيماً جوهرية كالأمانة والموضوعية والنزاهة واحترام حقوق المشاركين.

وتتجلى أهمية هذه الأخلاقيات في كونها تُكسب البحث العلمي مصداقيته وشرعيته، وتحمي المجتمع البحثي من الانحراف والتضليل. ويهدف هذا التقرير إلى تسليط الضوء على مبادئ أخلاقيات البحث العلمي وأبرز قضاياها، مع تطبيق هذه المبادئ بصورة عملية على موضوع بحث "أثر التسويق الرقمي على الأداء التسويقي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية".

ثانياً: أهمية أخلاقيات البحث العلمي:

تشكّل أخلاقيات البحث العلمي ضرورة حتمية لا يمكن الاستغناء عنها في أي عملية بحثية جادة، وذلك لأسباب عدة:

أولاً: صون مصداقية النتائج وجودتها ويُقرّر Israel و Hay (2006) أن الالتزام بالأخلاقيات يُعزّز ثقة المجتمع العلمي في نتائج الأبحاث ويمنع تشويه المعرفة العلمية. فحين يلتزم الباحث بالأمانة في جمع البيانات وتحليلها، تكون نتائجه قابلة للتحقق والتكرار، مما يرفع قيمتها العلمية.

ثانياً: حماية المشاركين في البحث، تُعنى الأخلاقيات بحماية حقوق الأفراد الذين يشاركون في الدراسات البحثية، سواء أكانت حقوقهم في السرية أم في الإفصاح المسبق عن طبيعة البحث وأهدافه. وقد أوضحت الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA, 2020) أن الحصول على الموافقة المستنيرة من المشاركين يُمثّل شرطاً أخلاقياً لا تنازل عنه.

ثالثاً: دعم الثقة المجتمعية بالعلم حين يلتزم الباحثون بالمعايير الأخلاقية، يُسهّمون في بناء ثقة المجتمع بالمؤسسات البحثية والأكاديمية، مما يُشجّع على تمويل البحوث ودعمها. ويرى Resnik (2020) أن غياب هذه الأخلاقيات يُؤدي إلى تآكل الثقة وإعاقة التقدم العلمي.

رابعاً: الوقاية من سوء استخدام المعرفة تضمن الأخلاقيات ألا تُوظّف نتائج البحوث لأغراض تضرّ بالأفراد أو المجتمعات، مما يُعزّز الاستخدام المسؤول للمعرفة العلمية.

ثالثاً: المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

استناداً إلى ما أورده كلٌّ من Resnik (2020) و Israel و Hay (2006)، يمكن تحديد المبادئ الأساسية الآتية:

1. الأمانة العلمية (Honesty)

يعني هذا المبدأ التزام الباحث بالصدق التام في جميع جوانب البحث، من الإبلاغ عن النتائج إلى الاعتراف بمصادر الأفكار والبيانات. *مثال توضيحي*: باحث يدرس أثر التسويق الرقمي لا يتجاهل النتائج التي تتعارض مع فرضيته، بل يُوردها كاملة في تقريره.

2. النزاهة (Integrity)

تعني اتساق الباحث مع مبادئه الأخلاقية في كل خطوة من خطوات البحث، بعيداً عن الانتهازية والتناقض. *مثال توضيحي*: عدم تغيير منهجية البحث في منتصف الدراسة لتوافق نتائج مسبقة مرغوبة.

3. الموضوعية (Objectivity)

تقتضي الموضوعية أن يستند الباحث إلى الأدلة والبيانات لا إلى المعتقدات الشخصية أو المصالح الذاتية. مثال توضيحي: الباحث الذي يتلقى تمويلاً من شركة تسويق رقمي يُفصح عن ذلك ويحرص على ألا يؤثر في موضوعية نتائجه.

4. السرية (Confidentiality)

تستوجب حماية المعلومات الشخصية للمشاركين وعدم الإفصاح عنها إلا بموافقتهم الصريحة. *مثال توضيحي*: عدم نشر أسماء أصحاب المنشآت الصغيرة الذين شاركوا في الاستبانة، والاكتفاء بوصفهم الوظيفي أو القطاعي.

5. الموافقة المستنيرة (Informed Consent)

يشترط هذا المبدأ إحاطة المشاركين بطبيعة البحث وأهدافه وطريقة استخدام بياناتهم قبل الحصول على موافقتهم. وقد أكدت (APA, 2020) أن الموافقة المستنيرة تُعدّ من أعمدة الأخلاق البحثية. *مثال توضيحي*: تزويد المشاركين في الاستبانة بنموذج واضح يشرح هدف الدراسة وطريقة توظيف إجاباتهم قبل البدء في تعبئتها.

رابعاً: القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

1. الانتحال العلمي (Plagiarism)

يُعرّف الانتحال بأنه الاستيلاء على أفكار الآخرين أو كلماتهم أو بياناتهم ونسبتها إلى النفس دون توثيق صحيح (APA, 2020) مثال: نسخ أجزاء من مقالات سابقة تتناول التسويق الرقمي وإدراجها في الإطار النظري للبحث دون الإشارة إلى مصادرها يُعدّ انتحالاً صريحاً يُعرض الباحث للعقوبة الأكاديمية.

2. تزوير البيانات وتلفيقها (Fabrication & Falsification)

يشمل التزوير اختلاق بيانات وهمية أو تحريف نتائج فعلية لتخدم فرضية مسبقة مثال: ادعاء الباحث أنه وُزِعَ 200 استبانة وأكمل تحليلها، بينما لم يوزّع في الحقيقة إلا 50 استبانة، ثم اخترع البقية.

3. التحيز (Bias)

يظهر التحيز حين يتأثر الباحث في اختيار عينته أو تفسير نتائجه بآراء مسبقة أو ضغوط خارجية. *مثال: *
حصر عينة البحث في منشآت تستخدم التسويق الرقمي بنجاح فقط، مع إغفال تلك التي مُنيت بإخفاقات، مما
يُوجد صورة مشوهة عن الواقع.

4. انتهاك الخصوصية (Privacy Violation)

يحدث حين تُستخدم بيانات المشاركين بطريقة تتجاوز ما وافقوا عليه. *مثال: * مشاركة بيانات الشركات
المستجيبة للاستبانة مع جهة تجارية ثالثة دون علمهم أو موافقتهم.

5. تضارب المصالح (Conflict of Interest)

يُقصد به وجود مصلحة شخصية أو مالية للباحث تؤثر في حياده العلمي. مثال: دراسة فاعلية منصة تسويق
رقمي بعينها من قِبَل باحث يمتلك حصصاً مالية فيها دون الإفصاح عن ذلك.

خامساً: القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

1. لجان مراجعة أخلاقيات البحث (IRB)

تتولى لجان المراجعة المؤسسية (Institutional Review Boards – IRB) مهمة تقييم البروتوكولات
البحثية قبل تنفيذها، للتحقق من امتثالها للمعايير الأخلاقية المعتمدة. وتُشترط موافقة هذه اللجان في الغالب
قبل إجراء أي بحث يتضمن مشاركين بشريين (Israel & Hay, 2006). وتحرص هذه اللجان على التثبت
من وجود موافقة مستنيرة، وضمان سرية البيانات، ودراسة المخاطر المحتملة على المشاركين.

2. الدليل الأمريكي لعلم النفس – APA (الإصدار السابع)

يُوفّر دليل النشر الصادر عن الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA, 2020) منظومة شاملة من الإرشادات
الأخلاقية تشمل: الإبلاغ الأمين عن النتائج، وضمان دقة التوثيق والإحالة، وحماية بيانات المشاركين،
وتجنب التضليل في الاستنتاجات. كما يُنظّم الدليل آليات الاعتراف بحقوق التأليف وتوزيع الفضل البحثي
بين أعضاء الفريق.

3. المعايير الدولية

تُمثّل وثيقة سنغافورة لنزاهة البحث (Singapore Statement on Research Integrity, 2010) من
أبرز الأطر الدولية التي تُرسي مبادئ الشفافية والمسؤولية في البحث العلمي على المستوى العالمي.

تُسهم هذه الأطر مجتمعةً في خلق بيئة بحثية مُنضبطة ومسؤولة، وتوفّر آليات واضحة لمعالجة المخالفات
الأخلاقية عند وقوعها.

سادساً: التطبيق العملي على موضوع البحث

يتناول هذا البحث أثر التسويق الرقمي على الأداء التسويقي للمشروعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، ويستدعي تطبيق المبادئ الأخلاقية على كل مرحلة من مراحله، على النحو الآتي:

أ. جمع البيانات

تعتمد هذه الدراسة على الاستبانة بوصفها أداة رئيسية لجمع البيانات من عينة ممثلة لأصحاب ومديري المشروعات الصغيرة والمتوسطة في المملكة. ولضمان النزاهة الأخلاقية في هذا الإجراء، يلتزم بما يلي:

- توضيح الهدف من البحث بصورة صريحة للمشاركين قبل توزيع الاستبانة.

- التأكد من أن الأسئلة خالية من التحيز أو الإيحاء.

- عدم ممارسة أي ضغط على المشاركين للإجابة بطريقة معينة.

ب. الموافقة المستنيرة

يُزوّد كل مشارك بنموذج موافقة مستنيرة يتضمن: وصف البحث وأهدافه، وطريقة استخدام البيانات، وحق المشارك في الانسحاب في أي وقت دون أي تبعات. وهذا يتسق مع ما أوصى به (Resnik 2020) من ضرورة إحاطة المشاركين الكاملة بطبيعة مشاركتهم وتداعياتها.

ج. السرية وحماية البيانات

تُحفظ بيانات المشاركين بصورة مُشفّرة على أجهزة آمنة، ولا تُستخدم إلا في أغراض البحث المعلنة. وتُقدّم النتائج مُجمّعة دون الإشارة إلى هويات الأفراد أو المنشآت المشاركة. ويُعكس هذا الإجراء مبدأ السرية الذي أكّد عليه Israel و Hay (2006) كحماية أساسية لحقوق المشاركين.

د. الأمانة في تحليل النتائج وعرضها

يلتزم الباحث بعرض جميع نتائج الدراسة، بما فيها تلك التي لا تُؤيّد الفرضيات المطروحة، متجنباً انتقاء النتائج الملائمة وإغفال غيرها. كما يُشار بوضوح إلى حدود الدراسة وقيودها المنهجية، إعمالاً لمبدأ الأمانة العلمية.

سابعاً: الخاتمة

يتبين من خلال هذا التقرير أن أخلاقيات البحث العلمي ليست مجرد إجراءات شكلية، بل هي الضمان الحقيقي لإنتاج معرفة علمية موثوقة وذات قيمة فعلية. وتتجلى هذه الأهمية بوضوح في موضوع بحث التسويق الرقمي والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، الذي يتعامل مع بيانات حساسة تخص منشآت تجارية وأفراداً يثقون بالباحث.

إن الالتزام بمبادئ الأمانة والنزاهة والموضوعية والسرية والموافقة المستنيرة لا يُحقق فقط متطلبات القبول الأكاديمي، بل يُجسد المسؤولية الأخلاقية للباحث تجاه المجتمع العلمي والمجتمع بأسره. ويوصي هذا التقرير بضرورة إدراج التدريب على أخلاقيات البحث ضمن المناهج الأكاديمية منذ المراحل الأولى، وتعزيز ثقافة النزاهة البحثية في البيئات الجامعية السعودية.

المراجع

- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Israel, M., & Hay, I. (2006). Research ethics for social scientists: Between ethical conduct and regulatory compliance. SAGE Publications.
- Resnik, D. B. (2020). What Is ethics in research and why is it important? National Institute of Environmental Health Sciences, National Institutes of Health. <https://www.niehs.nih.gov/research/resources/bioethics/whatis>
- Singapore Statement on Research Integrity. (2010). The Singapore statement on research integrity. World Conference on Research Integrity. <https://www.singaporestatement.org>