

عنوان التقرير/
اثر الوعي بالعلامة التجارية في سلوك المستهلك

إعداد الطالب/ فارس عبدالعليم عبده

إشراف/
د. عبدالرحيم نادر

السنة الثالثة _ الفصل الثاني 2026

جدول المحتويات

2.....	1.1 المقدمة
3.....	1.2 أهمية أخلاقيات البحث العلمي
4.....	1.3 المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث
5.....	1.4 القضايا الأخلاقية في البحث العلمي
6.....	1.5 القواعد واللوائح المنظمة للبحث
7.....	1.6 التطبيق العملي على موضوع البحث
9.....	1.7 الخاتمة
10.....	1.8 المراجع

1.1 المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي من الركائز الأساسية التي تقوم عليها العملية البحثية، إذ تسهم في ضمان مصداقية النتائج ودقتها، وتعزز الثقة بين الباحث والمجتمع العلمي. كما تهدف إلى تنظيم سلوك الباحث أثناء جمع البيانات وتحليلها ونشر نتائجها بما يحقق النزاهة والموضوعية. وتكتسب أخلاقيات البحث العلمي أهمية كبيرة في مختلف التخصصات العلمية لما لها من دور في حماية حقوق المشاركين والحفاظ على جودة المعرفة العلمية.

ويُعد موضوع الوعي بالعلامة التجارية من الموضوعات المهمة في مجال الإدارة والتسويق، حيث يساعد في فهم مدى إدراك المستهلكين للعلامات التجارية وتأثير ذلك على قراراتهم الشرائية. ونظرًا لاعتماد الدراسات المتعلقة بالوعي بالعلامة التجارية على جمع بيانات من الأفراد باستخدام الاستبانات والمقابلات، فإن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي يعد أمرًا ضروريًا لضمان دقة النتائج وحماية حقوق المشاركين.

يُعد الوعي بالعلامة التجارية أحد الأبعاد الأساسية في قياس حقوق العلامة التجارية، حيث أشار إلى أهمية تطوير مقاييس دقيقة لفهم تصورات المستهلكين تجاه العلامة التجارية، مما يساعد (Yoo & Donthu, 2001) الباحثين في بناء استبانات علمية موثوقة لقياس هذا الوعي

ويهدف هذا التقرير إلى استعراض أهم مبادئ أخلاقيات البحث العلمي والقضايا المرتبطة بها، مع تطبيق هذه المبادئ على موضوع الوعي بالعلامة التجارية باعتباره من الموضوعات المهمة في مجال الإدارة والتسويق.

1.2 أهمية أخلاقيات البحث العلمي:

تمثل أخلاقيات البحث العلمي أساساً ضرورياً لضمان سلامة العملية البحثية وجودة نتائجها. فهي تساعد على تعزيز الثقة في الدراسات العلمية وتمنع الممارسات غير الأخلاقية مثل التزوير والانتحال العلمي. كما تسهم في حماية المشاركين في الدراسات البحثية من أي أضرار محتملة، وتضمن احترام حقوقهم وخصوصيتهم.

وتؤدي أخلاقيات البحث العلمي دوراً مهماً في رفع مستوى المصداقية العلمية، حيث تضمن أن تكون النتائج المستخلصة مبنية على بيانات صحيحة تم جمعها وتحليلها بصورة نزيهة. وموضوعية، مما ينعكس إيجاباً على جودة المعرفة العلمية وخدمة المجتمع

تعد أخلاقيات البحث العلمي الركيزة التي تضمن حماية النزاهة العلمية وتمنع الممارسات غير الأخلاقية، حيث تلعب دوراً محورياً في حماية حقوق المشاركين وضمان جودة المعرفة العلمية المكتسبة (Resnik, 2024).

بالإضافة إلى ذلك، تساعد أخلاقيات البحث العلمي على الحد من الأخطاء والممارسات غير السليمة التي قد تؤدي إلى نتائج مضللة أو استنتاجات غير دقيقة. فعندما يلتزم الباحث بالموضوعية والنزاهة في جميع مراحل البحث، يصبح أكثر قدرة على تقديم نتائج يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات وحل المشكلات المختلفة.

كما تؤدي أخلاقيات البحث العلمي دوراً مهماً في حماية الملكية الفكرية للباحثين والمؤلفين من خلال الالتزام بالتوثيق الصحيح للمصادر والاعتراف بجهود الآخرين العلمية. ويسهم ذلك في تعزيز التعاون العلمي وتبادل المعرفة بين الباحثين بطريقة تحترم الحقوق الفكرية وتدعم الإبداع والابتكار.

كما تسهم أخلاقيات البحث العلمي في بناء الثقة بين الباحث والمجتمع العلمي، حيث تعزز من قبول نتائج الدراسات والاستفادة منها في تطوير المعرفة العلمية. وعندما يلتزم الباحث بالمبادئ الأخلاقية، فإنه يسهم في إنتاج بحوث تتميز بالشفافية والمصداقية، مما يساعد على تحقيق التقدم العلمي وخدمة المجتمع بصورة فعالة. كما أن الالتزام بالأخلاقيات البحثية يعكس المسؤولية المهنية للباحث ويعزز من سمعته الأكاديمية ويزيد من موثوقية أعماله العلمية.

1.3 المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي:

تعتبر الأمانة العلمية التزاماً أخلاقياً جوهرياً يتجاوز مجرد نقل المعلومة، بل هو مسؤولية مهنية تهدف لتحقيق أعلى معايير الجودة في نواتج البحث العلمي (يحيوي، 2023)

أولاً: الأمانة العلمية

يقصد بالأمانة العلمية التزام الباحث بنقل المعلومات والنتائج بدقة وصدق دون تحريف أو تزوير. مثال: قيام الباحث بتوثيق جميع المصادر المستخدمة في الدراسة وعدم نسب أفكار الآخرين إلى نفسه

ثانياً: النزاهة

تعني التزام الباحث بالصدق في جميع مراحل البحث وعدم التلاعب بالبيانات أو النتائج. مثال: عرض جميع النتائج كما ظهرت حتى وإن كانت لا تدعم فرضيات الدراسة

ثالثاً: الموضوعية

ويقصد بها الابتعاد عن التحيز الشخصي أثناء جمع البيانات وتحليلها. مثال: استخدام أدوات قياس موحدة على جميع أفراد العينة دون تمييز

رابعاً: السرية

تعني المحافظة على بيانات المشاركين وعدم الكشف عن معلوماتهم الشخصية. مثال: عدم نشر أسماء المشاركين أو أي معلومات تمكن من التعرف عليهم

خامساً: الموافقة المستنيرة

ويقصد بها الحصول على موافقة المشاركين بعد توضيح أهداف الدراسة وإجراءاتها لهم. مثال: تزويد المشاركين بنموذج موافقة يوضح أهداف البحث قبل البدء في جمع البيانات

1.4 القضايا الأخلاقية في البحث العلمي:

١-الانتحال العلمي:

يُقصد به استخدام أفكار أو نصوص الآخرين دون الإشارة إلى مصادرها.
الأصلية

مثال:

نسخ أجزاء من دراسة سابقة وإدراجها في البحث دون توثيق .

٢-تزوير البيانات:

ويتمثل في اختلاق بيانات غير حقيقية أو تعديل النتائج لتحقيق أهداف
معينة.

مثال:

إضافة استجابات وهمية إلى الاستبيان لزيادة حجم العينة

٣-التحيز في البحث:

يحدث عندما يؤثر رأي الباحث أو توقعاته على نتائج الدراسة.
مثال:

اختيار عينة تدعم وجهة نظر الباحث فقط

٤-انتهاك الخصوصية:

ويتمثل في الكشف عن معلومات المشاركين دون إذنهم.
مثال:

نشر بيانات شخصية للمشاركين في التقرير النهائي

٥-تضارب المصالح:

يحدث عندما تكون للباحث مصالح شخصية أو مالية قد تؤثر في نتائج
البحث.

مثال:

إجراء دراسة عن شركة معينة مع وجود مصلحة مالية مباشرة للباحث فيها

1.5 القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث:

تؤدي القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث العلمي دورًا مهمًا في ضمان سلامة الدراسات المتعلقة بالوعي بالعلامة التجارية، من خلال حماية المشاركين والحفاظ على حقوقهم وخصوصية بياناتهم. وتُعد لجان أخلاقيات البحث العلمي (IRB) من الجهات الأساسية المسؤولة عن مراجعة الدراسات والتأكد من توافقها مع المعايير الأخلاقية المعتمدة قبل تنفيذها، بما يضمن سلامة المشاركين وعدم تعرضهم لأي ضرر محتمل.

وتستند هذه القواعد واللوائح إلى مبادئ أخلاقية أساسية تشمل احترام المشاركين، وتحقيق العدالة وتعظيم المنفعة وتجنب الضرر. وقد أكدت العديد من المواثيق الدولية، مثل تقرير بلumont على أهمية الحصول على الموافقة المستنيرة من المشاركين قبل إشراكهم في، (Belmont Report) الدراسات البحثية، إضافة إلى المحافظة على سرية المعلومات والبيانات الشخصية وعدم استخدامها إلا للأغراض العلمية المصرح بها

الذي يسهم في حفظ، APA ومن أبرز المعايير المنظمة للبحث العلمي أسلوب التوثيق العلمي الحقوق الفكرية للمؤلفين والباحثين ويحد من ممارسات الانتحال العلمي. كما توجد معايير وأدلة أخلاقية دولية أخرى تهدف إلى تعزيز النزاهة والشفافية في البحوث العلمية وضمان الالتزام بالممارسات البحثية السليمة

كذلك تسهم المعايير الأخلاقية في تعزيز مصداقية نتائج الدراسات العلمية من خلال الالتزام بالصدق والدقة في جمع البيانات وتحليلها وعرض النتائج دون تحريف أو تلاعب. كما تمنع ممارسات غير أخلاقية مثل الانتحال العلمي وتزوير البيانات وفبركة النتائج، مما يعزز الثقة بين الباحثين والمؤسسات العلمية والمجتمع. وتؤكد المؤسسات الأكاديمية والهيئات البحثية الدولية على أهمية الإفصاح عن أي تضارب محتمل في المصالح لضمان الشفافية والحياد في العملية البحثية.

وتساعد هذه القواعد واللوائح على تنظيم العملية البحثية وضمان تنفيذها وفق معايير أخلاقية ومهنية عالية، بما يسهم في تطوير المعرفة العلمية وخدمة المجتمع وتحقيق أهداف البحث العلمي بصورة مسؤولة وموثوقة.

1.6 التطبيق العملي على موضوع البحث:

يُعد الوعي بالعلامة التجارية من الموضوعات المهمة في مجال الإدارة والتسويق، إذ يركز على مدى معرفة المستهلكين بالعلامة التجارية وقدرتهم على تمييزها عن المنافسين. ويؤثر مستوى الوعي بالعلامة التجارية في سلوك المستهلك وقراراته الشرائية، لذلك يعتمد الباحثون في هذا المجال على جمع البيانات من الأفراد باستخدام الاستبانات أو المقابلات.

وعند إجراء دراسة حول الوعي بالعلامة التجارية لدى المستهلكين، يجب على الباحث الالتزام بالأمانة العلمية من خلال عرض النتائج كما هي دون تعديل أو تحريف، مع الحفاظ على سرية بيانات المشاركين وعدم الإفصاح عن هوياتهم أو معلوماتهم الشخصية.

يتطلب قياس مستوى الوعي بالعلامة التجارية استخدام أدوات قياس خضعت للتحقق العلمي لضمان دقة النتائج المستخلصة من عينة الدراسة (Yoo & Donthu, 2001).

كذلك ينبغي على الباحث الالتزام بالموضوعية وعدم التأثير على المشاركين أو توجيههم نحو إجابات محددة قد تؤثر على النتائج، إضافة إلى استخدام البيانات لأغراض البحث العلمي فقط. كما يجب توثيق جميع الدراسات والمراجع المستخدمة وفق أسلوب التوثيق العلمي حفاظاً على الحقوق الفكرية للباحثين الآخرين APA.

ومن أبرز المخاطر الأخلاقية المحتملة في هذا النوع من الدراسات إفشاء بيانات المشاركين أو استخدام المعلومات في غير الأغراض العلمية أو التلاعب بنتائج الدراسة لتحقيق أهداف غير علمية. لذلك يجب اتخاذ جميع الإجراءات اللازمة لحماية البيانات وضمان نزاهة البحث.

ويسهم الالتزام بهذه المبادئ الأخلاقية في الحصول على نتائج دقيقة وموثوقة يمكن الاعتماد عليها في فهم مستوى الوعي بالعلامة التجارية لدى المستهلكين، كما يساعد صناع القرار في تطوير استراتيجيات تسويقية أكثر فاعلية.

يمكن للباحث استخدام استبانة موجهة للمستهلكين لقياس مستوى الوعي بالعلامة التجارية، وذلك من خلال مجموعة من العبارات التي تعكس مدى معرفة الأفراد بالعلامة التجارية وانطباعاتهم عنها، ومنها:

• أعرف هذه العلامة التجارية جيدًا مقارنة بالعلامات التجارية المنافسة

• يمكنني تمييز هذه العلامة التجارية بسهولة عند رؤيتها

• أستطيع تذكر شعار العلامة التجارية بسهولة

• تعتبر هذه العلامة التجارية من أول الخيارات التي أفكر بها عند الشراء

ويتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لقياس استجابات المشاركين كما يلي:
(أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة)

وتُحلل النتائج بعد جمع الاستبانات بهدف تحديد مستوى الوعي بالعلامة التجارية لدى المستهلكين، وقياس مدى قوة حضور العلامة التجارية في ذهن الفئة المستهدفة.

1.7 الخاتمة:

تناول هذا التقرير مفهوم أخلاقيات البحث العلمي وأهميتها في تعزيز جودة البحوث العلمية ومصادقيتها، بوصفها إطارًا مرجعيًا ينظم عمل الباحث ويوجه سلوكه خلال مختلف مراحل الدراسة. كما استعرض المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحثية، مثل النزاهة العلمية، والصدق في عرض النتائج، واحترام حقوق المشاركين، والالتزام بالموضوعية وعدم التحيز، إضافة إلى أبرز القضايا الأخلاقية التي قد تواجه الباحثين أثناء تنفيذ الدراسات العلمية، مثل الانتحال، وتضارب المصالح، وسوء استخدام البيانات أو توظيفها بشكل غير دقيق.

كما تم توضيح الدور المهم الذي تقوم به القواعد واللوائح المنظمة للبحث العلمي في ضبط العملية البحثية، من خلال توفير حماية للمشاركين في الدراسات، وضمان سرية بياناتهم، والحفاظ على حقوقهم، إلى جانب تعزيز النزاهة الأكاديمية والحد من الممارسات غير الأخلاقية التي قد تؤثر على جودة البحث وموثوقيته.

وفي الجانب التطبيقي، تم إسقاط هذه المبادئ على موضوع الوعي بالعلامة التجارية، بهدف إبراز كيفية توظيف أخلاقيات البحث العلمي في تصميم وتنفيذ الدراسات الميدانية وتحليل البيانات بطريقة علمية دقيقة وموضوعية. ويظهر هذا التطبيق أن الالتزام بالمعايير الأخلاقية لا يقتصر على الجانب النظري فقط بل يمتد ليشمل جميع خطوات البحث من اختيار المشكلة وحتى الوصول إلى النتائج.

ويلخص هذا التقرير إلى أن أخلاقيات البحث العلمي تمثل ركيزة أساسية لا غنى عنها في بناء معرفة علمية موثوقة، تسهم في تطوير البحث العلمي وتعزيز الثقة في نتائجه، بما يخدم المجتمع ويساعد في تقدم المعرفة الإنسانية بشكل عام.

1.8 المراجع:

المراجع الأجنبية:

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson.

Resnik, D. B. (2024). Ethics in scientific research: A lens into its importance, history, and future. *PMC*.

Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validating multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1–14.

المراجع العربية:

العتيبي، خالد بن عبدالله. (2020). أخلاقيات البحث العلمي في الدراسات التربوية. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 4(2)، 45-68.

يحيوي، فاطمة. (2023). الأمانة العلمية مبدأ أخلاقي لتحقيق جودة البحث العلمي. المجلة الجزائرية للمجلات العلمية، 12(1)، 112-130.