

اثر جودة الخدمة على مستوى رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية
2030م

إعداد الطالب/
صائمة حافظ محمد
233001272

إشراف/
د عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:
2026

أولاً: هدف التقرير

يهدف هذا التقرير بشكل أساسي إلى ترسيخ وتعميق الفهم المعرفي والأكاديمي بمبادئ وضوابط أخلاقيات البحث العلمي، وتحليل القضايا والانتهاكات الأخلاقية المرتبطة بها. ويسعى التقرير إلى إسقاط هذه المبادئ النظرية وتطبيقها بشكل عملي وإجرائي على موضوع بحث التخرج الموسوم بـ «أثر جودة الخدمة على مستوى رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030م».

وينبثق من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية التالية:

1. تأصيل الوعي الأخلاقي: استيعاب المفاهيم والأطر النظرية الحاكمة لأخلاقيات البحث الأكاديمي، وتوضيح أثرها المباشر في تعزيز مصداقية وموثوقية النتائج العلمية.
2. التحليل الوقائي للقضايا الأخلاقية: فهم وتحليل أبرز المشكلات والانتهاكات الأخلاقية (مثل الانتحال العلمي، وتزوير البيانات، والتحيز) وكيفية تجنبها لضمان نزاهة الدراسة.
3. التطبيق الميداني المسئول: رسم خارطة طريق واضحة لكيفية التعامل مع مجتمع الدراسة وعينة البحث (عملاء الشركات السعودية الكبرى)؛ لضمان تطبيق مبادئ السرية التامة، والموافقة المستنيرة، وحماية خصوصية المشاركين أثناء مراحل جمع البيانات وتحليلها صوناً لحقوقهم الإنسانية والأكاديمية.

1. المقدمة

تُعد أخلاقيات البحث العلمي (Research Ethics) الركيزة الأساسية التي تستند إليها مصداقية المعرفة الإنسانية وتطورها الأكاديمي؛ فهي ليست مجرد إجراءات تنظيمية، بل هي التزام قيمي يحدد السلوك القويم للباحث في كافة مراحل دراسته. ويُعرّف البحث العلمي أخلاقياً بأنه "مجموعة المبادئ والقواعد والمعايير التي تحكم سلوك الباحثين وتوجه قراراتهم لضمان حماية حقوق المشاركين، وتحقيق النزاهة والأمانة في جمع البيانات وتحليلها ونشرها" (Resnik, 2020). كما يُنظر إليها كإطار مرجعي يهدف إلى موازنة السعي وراء المعرفة العلمية مع ضرورة الحفاظ على قيم المجتمع وحقوق الأفراد المستهدفين بالدراسة (المجال، 2022).

وتتضاعف أهمية الالتزام بهذه الأخلاقيات في الدراسات الإدارية والتسويقية الميدانية التي تتعامل بشكل مباشر مع العنصر البشري؛ حيث يتطلب قياس سلوكيات وتوجهات الأفراد درجة عالية من النزاهة والموضوعية لمنع أي تحيز قد يؤثر على دقة النتائج. ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة المعنونة بـ «أثر جودة الخدمة على مستوى رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030م» لتبحث في آراء وانطباعات عينة من المستهلكين في قطاعات حيوية كبرى (مثل البنوك، الاتصالات، والتجزئة)، وهو سياق يتطلب تطبيقاً صارماً ومسؤولاً لمبادئ السرية والموافقة المستنيرة.

إن التحولات الاقتصادية المتسارعة التي تشهدها المملكة العربية السعودية في إطار رؤية 2030 تسعى إلى رفع جودة الحياة وتحسين جودة الخدمات؛ ولتحقيق تقييم علمي حقيقي وصادق لهذا التحول، يجب أن يُبنى البحث على بيانات موثوقة تعكس تجربة العميل الفعلية دون تزيف أو مواربة. بناءً على ذلك، يسعى هذا التقرير إلى تقديم تأصيل نظري وتطبيقي شامل لأخلاقيات البحث العلمي، مع تسليط الضوء على كيفية إسقاط هذه المبادئ عملياً وإجرائياً على دراسة جودة الخدمات ورضا العملاء في البيئة السعودية، بما يضمن حماية المشاركين من جهة، وتحقيق أعلى مستويات الموثوقية الأكاديمية من جهة أخرى.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي.

تشكل أخلاقيات البحث العلمي الحصن المنيع الذي يضمن الحفاظ على قيمة العلم ونزاهته، وتتجاوز أهميتها مجرد الالتزام بالتعليمات الإدارية لتصبح محددًا رئيساً لجودة المخرجات البحثية ومدى فائدتها للمجتمع. وتبرز أهمية الالتزام بهذه الأخلاقيات في النقاط الجوهرية التالية:

تعزيز موثوقية ومصداقية النتائج: إن التزام الباحث بالأمانة والموضوعية يضمن دقة البيانات المستخرجة وعدم زيفها. وفي سياق دراسة (أثر جودة الخدمة على رضا وولاء العملاء)، فإن نقل آراء وتفضيلات المستهلكين بحيادية تامة ودون تلاعب يعطي الشركات السعودية وصناع القرار مؤشرات حقيقية وصادقة يمكن بناء خطط استراتيجية موثوقة عليها تتماشى مع مستهدفات رؤية 2030.

حماية حقوق عينة الدراسة والمشاركين: تضمن الأخلاقيات الحفاظ على كرامة الإنسان وحق الخصوصية والسرية للأفراد الذين يوافقون على تقديم معلوماتهم للباحث. وحيث إن هذا البحث يتناول عملاء الشركات الكبرى (مثل قطاعات البنوك والاتصالات)، فإن الالتزام الأخلاقي يحميهم من أي استغلال تجاري لبياناتهم أو تعرضهم للمساءلة، مما يدفعهم لتقديم إجابات موضوعية تعكس واقع جودة الخدمات.

المساهمة في جودة البحث الأكاديمي وتطوير المجتمع: عندما تُبنى الأبحاث الإدارية على أسس أخلاقية صارمة، فإنها تؤدي إلى تراكم معرفي حقيقي وسد فجوات تطبيقية واضحة في السوق المحلي. فتقديم بيانات صادقة حول تجربة العميل يسهم بشكل مباشر في دعم أهداف رؤية المملكة 2030 المرتبطة بتحسين جودة الحياة وتطوير قطاع الخدمات والتحول الرقمي.

بناء الثقة بين المؤسسات الأكاديمية والمجتمع: إن التزام طلاب الماجستير والباحثين بالمعايير الأخلاقية واللوائح المنظمة (مثل معايير لجان IRB ودليل APA) يعزز من سمعة الجامعة والمجتمع العلمي ككل، ويجعل الشركات الكبرى أكثر تعاوناً وانفتاحاً في تسهيل إجراء الدراسات الميدانية مستقبلاً لعلمها بنزاهة وسرية هذه الأدوات البحثية.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

تتسند أخلاقيات البحث العلمي إلى مجموعة من المبادئ والقيم الجوهرية التي تحكم سلوك الباحث وتضمن سلامة ونزاهة العملية البحثية. ويمكن استعراض هذه المبادئ الأساسية وتطبيقها على دراسة (أثر جودة الخدمة ورضا العملاء) على النحو التالي:

الأمانة العلمية (Scientific Honesty): تعني التزام الباحث بالصدق والدقة المطلقة في نقل المعلومات، وتوثيق المراجع، وعدم تحريف الآراء أو النتائج.

مثال توضيحي: التزامك الكامل بنسب نموذج أبعاد جودة الخدمة SERVQUAL إلى أصحابه الأصليين (Parasuraman\ et\ al.,\ 1988) دون ادعاء ملكيته، ونقل إجابات واستجابات العملاء في الاستبيان الميداني بدقة وأمانة داخل التحليل الإحصائي دون تعديل.

النزاهة (Integrity): تعني الحفاظ على الاتساق القيمي والعمل بوعي ومسؤولية طوال مراحل البحث، والالتزام بالوعود الممنوحة للمشاركين والجهات المستهدفة.

مثال توضيحي: الوفاء بالوعد المكتوب في مقدمة استبيان مشروعك بأن هذه البيانات تُجمع حصرياً لأغراض التخرج الأكاديمي في جامعة ميدأوشن، والامتناع التام عن استخدامها أو مشاركتها في أي نشاط تجاري آخر.

الموضوعية (Objectivity): تعني تجرد الباحث تماماً من الهوى، والميول الشخصية، والأحكام المسبقة عند تجميع البيانات، ومناقشة النتائج، وقبول الحقائق الميدانية كما هي.

مثال توضيحي: إذا أظهرت نتائج الاستبيان الميداني أن مستوى رضا ولاء العملاء تجاه شركة سعودية كبرى معينة منخفض بسبب سوء جودة الخدمات الرقمية، يتعين عليك كتابة هذه النتيجة بموضوعية وحياد تام في البحث دون محاولة تجميل الصورة أو إخفاء القصور.

السرية (Confidentiality): تعني حماية هوية بيانات ومعلومات المشاركين في البحث، وضمان عدم تسريبها أو كشفها لأي طرف ثالث قد يتسبب في إلحاق الضرر بهم.

مثال توضيحي: عدم إدراج خانات تطلب (الاسم، رقم الهوية، أو رقم الهاتف) في استمارة الاستبيان الموجهة لعملاء قطاعات البنوك والتجزئة والطاقة بالسعودية، وضبط إعدادات الاستبيان الإلكتروني ليتم تجميع وحفظ الإجابات بشكل مجهول الهوية بالكامل.

الموافقة المستنيرة (Informed Consent): تعني إعلام المشاركين بجميع جوانب البحث، وأهدافه، والجهة المشرفة عليه، ومنحهم الحرية الكاملة والطوعية في اختيار المشاركة أو الانسحاب في أي وقت دون ضغط.

مثال توضيحي: صياغة ديباجة واضحة ومختصرة في ترويسة الاستبيان الميداني تشرح لعميل الشركة طبيعة الدراسة وهدفها، مع وضع خيار إلزامي يضغط عليه العميل للموافقة (مثل: "أوافق على المشاركة في هذه الدراسة تبرعاً مني") قبل البدء في تعبئة المحاور.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

يواجه الباحثون في العلوم الإدارية والتسويقية مجموعة من التحديات والمشكلات الأخلاقية التي قد تهدد نزاهة البحث وتؤثر سلباً على جودة المخرجات العلمية إذا لم يتم التعامل معها بحذر صارم. وفيما يلي استعراض لأبرز هذه القضايا مع إسقاط أمثلة توضيحية ترتبط بدراسة جودة الخدمة ورضا العملاء:

الانتحال العلمي (Plagiarism): هو سرقة أفكار أو كتابات أو نتائج باحثين آخرين ونسبها للذات دون الإشارة إلى المصدر الأصلي.

مثال من مشروعك: قيام الباحث بنسخ أبعاد نموذج جودة الخدمة الرقمية أو فقرات الاستبيان من دراسة سعودية سابقة، ووضعها في مشروعه دون توثيق اسم الباحث الأصلي وسنة النشر وفق نظام APA.

تزوير وتزييف البيانات (Data Falsification/Fabrication): التزوير هو تعديل البيانات أو التلاعب في النتائج، بينما التزييف هو اختلاق بيانات وهمية لا وجود لها في الواقع الميداني.

مثال من مشروعك: قيام الباحث بتوزيع 50 استبياناً فقط على عملاء قطاع الاتصالات، ثم اختلاق 200 استبيان إضافي من عنده إحصائياً للوصول إلى الحجم المطلوب للعينة، أو تعديل إجابات العملاء "غير الراضين" وتحويلها إلى "راضين" لإرضاء إدارة الشركة الكبرى المستهدفة.

التحيز البحثي (Research Bias): هو خروج الباحث عن دائرة الموضوعية والحياد، وتوجيه إجراءات البحث أو التحليل الإحصائي لخدمة قناعات شخصية أو نتائج مسبقة يريد إثباتها.

مثال من مشروعك: أن يعتمد الباحث توزيع استبيان قياس جودة الخدمة على العملاء الذين يعرف مسبقاً أنهم يحبون شركة معينة (كبنك محدد أو شركة طاقة)، ويتجاهل تماماً توزيع الاستبيان على العملاء الذين يملكون تجارب سلبية، بهدف إظهار نتائج إيجابية مضللة.

انتهاك الخصوصية (Violation of Privacy): هو كشف معلومات شخصية أو سرية تتعلق بالمشاركين في البحث دون إذن صريح منهم، أو استخدامها في سياقات غير علمية.

مثال من مشروعك: قيام الباحث بطلب أرقام الهواتف، الأسماء، أو الأرقام الوظيفية لعملاء البنوك والشركات السعودية في نماذج الاستبيان، ثم تسريب هذه البيانات أو تسليمها لشركات منافسة لأغراض تسويقية، مما يلحق الضرر بالمشاركين.

تضارب المصالح (Conflict of Interest): يحدث عندما تتأثر موضوعية الباحث واستقلاليته بوجود مصالح شخصية، مالية، أو مهنية تربطه بالجهة المستهدفة بالدراسة.

مثال من مشروعك: أن يكون الباحث موظفاً في إدارة خدمة العملاء بأحد البنوك السعودية الكبرى ويجري دراسة لتقييم جودة خدمات بنكه، فيقوم بإخفاء نقاط الضعف والقصور في الخدمة خوفاً على مركزه الوظيفي أو رغبة في نيل مكافأة من الإدارة، مما يضرب مصداقية البحث العلمي في مقتل.

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تخضع عملية البحث الأكاديمي لمنظومة متكاملة من القواعد واللوائح القانونية والمؤسسية التي تهدف إلى ضبط مسار البحث وحماية المشاركين وضمان نزاهة المخرجات العلمية. ولا يقتصر الالتزام بهذه اللوائح على الجانب القيمي فقط، بل يُعد شرطاً أساسياً لقبول الأبحاث وإجازتها من قبل الجامعات والمؤسسات العلمية. وتتمثل أبرز هذه القواعد واللوائح في الآتي:

لجان مراجعة أخلاقيات البحث المؤسسية (IRB - Institutional Review Board):

تُعد لجان IRB بالجامعات (مثل جامعة ميدأوشن) الهيئة التنظيمية الداخلية المسؤولة عن مراجعة الخطط البحثية والأدوات (كاستمارات الاستبيان والمقابلات) قبل البدء الفعلي في الدراسة الميدانية.

أهميتها في مشروعك: تكمن أهمية هذه اللجان في فحص استبيانك الموجه لعملاء الشركات السعودية الكبرى (البنوك، الاتصالات، وغيرها)؛ للتأكد من خلو الأسئلة من أي انتهاك للخصوصية، والتحقق من تطبيق الباحث لآليات حماية سرية بيانات المبحوثين وعدم إلحاق أي ضرر أدبي أو مهني بهم.

دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA Style Manual):

يُمثل دليل APA أحد أهم المعايير الدولية واللوائح المنظمة للتوثيق العلمي والأخلاقي في العلوم الإدارية والاجتماعية.

أهميته في مشروعك: يفرض الدليل قواعد صارمة تضمن الأمانة العلمية من خلال تنظيم عمليات الاقتباس المباشر وغير المباشر، ونسب الأفكار والنظريات والنماذج (مثل نموذج جودة الخدمة SERVQUAL) إلى أصحابها الأصليين بدقة منعاً للوقوع في فخ الانتحال العلمي. كما يحدد المعايير الأخلاقية لكيفية عرض البيانات الإحصائية والنتائج الميدانية دون تلاعب أو تزوير.

الأنظمة الوطنية والسياسات الأخلاقية المحلية:

تلتزم الأبحاث الميدانية بالقوانين والأنظمة المعمول بها في الدولة التي تُجرى فيها الدراسة.

أهميتها في مشروعك: بالنظر إلى أن دراستك تطبق على "الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030"، فإن البحث يلتزم بالأنظمة والتشريعات الصادرة في المملكة العربية السعودية المتعلقة بحماية البيانات الشخصية. هذا الالتزام النظامي يمنع الباحث قانونياً وأخلاقياً من مشاركة أو بيع أي بيانات يُدلي بها العملاء لأي جهات تسويقية أو تجارية، مما يضيف صبغة شرعية ونظامية على عمل الباحث الميداني.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث

يُمثل هذا الجزء التطبيقي الجوهر الإجرائي للتقرير؛ حيث يتم إسقاط وترجمة كافة المبادئ والقواعد الأخلاقية النظرية السابقة وتحويلها إلى ممارسات فعلية وخطوات ملموسة يتم تطبيقها طوال فترة إعداد وجمع بيانات مشروع التخرج الخاص بقياس (أثر جودة الخدمة على رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030م). وفيما يلي تفصيل لكيفية إدارة الجوانب الأخلاقية في البحث ميدانياً:

أولاً: منهجية جمع البيانات والتعامل مع المبحوثين (العملاء)

تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، وتتمثل الأداة الرئيسية لجمع البيانات في (الاستبيان الإلكتروني) الذي يستهدف عملاء قطاعات حيوية كبرى في المملكة (البنوك، الاتصالات، التجزئة، والطاقة). ولضمان النزاهة الأخلاقية، سيتم اتباع الآتي:

1. الاختيار العشوائي العادل: لن يتم توجيه الاستبيان لعملاء دون غيرهم بناءً على معرفة شخصية أو انطباعات مسبقة (تجنباً للتحيز الأخلاقي)، بل سُنَّاح لجميع عملاء هذه القطاعات فرص متساوية للمشاركة لتعكس النتائج واقع جودة الخدمات الفعلي بدقة.

2. الشفافية الكاملة: لن يتم استخدام أي أساليب خفية أو مضللة لاستدراج العملاء للإجابة؛ فكل محور من محاور الاستبيان (كقياس الاعتمادية أو الاستجابة أو التعامل الرقمي) مصاغ بعبارات واضحة ومباشرة لا تحتمل التأويل.

ثانياً: طرق الحفاظ على السرية والخصوصية الرقمية

نظراً لأن الدراسة تتعامل مع قطاعات حساسة كالبنوك والاتصالات، فإن حماية بيانات المستهلكين تُعد واجباً أخلاقياً ونظامياً صارماً، وذلك عبر الإجراءات التالية:

تجهيل الهوية بالكامل (Anonymity): تم تصميم الاستبيان الإلكتروني بحيث لا يتضمن مطلقاً أي حقول لجمع بيانات تعريفية شخصية مثل: (الاسم الثاني أو الثلاثي، رقم الهوية الوطنية، رقم الإقامة، رقم الهاتف، أو اسم جهة العمل الدقيقة).

تجميع البيانات التراكمي: سيتم ضبط أدوات التحليل الإحصائي (مثل برامج SPSS) لمعالجة الإجابات ككتلة رقمية واحدة مجمعة (Aggregated Data)؛ لاستخراج النسب والمتوسطات العامة (مثل: نسبة رضا العملاء الكلية)، دون النظر أو القدرة على تتبع إجابة أي فرد بمفرده.

أمن وحفظ البيانات: سُنَّاح الاستجابات الرقمية في ملفات مشفرة على سحابة تخزين آمنة، ولا يحق لأي طرف الاطلاع عليها سوى الباحثة والمُشرف الأكاديمي، وسيتم إتلاف وحذف الملفات الخام نهائياً فور إجازة مشروع التخرج رسمياً من الجامعة.

ثالثاً: صياغة وتطبيق الموافقة المستنيرة (Informed Consent)

تطبيقاً لحق المشاركين في الاختيار الحر، تم وضع "ديباجة موافقة" ملزمة في الصفحة الأولى للاستبيان الإلكتروني تمنع العميل من الانتقال لأسئلة الدراسة إلا بعد قراءتها والموافقة عليها طواعية.

نص ترويسة الاستبيان المعتمد أخلاقياً للبحث:

أخي الكريم / أختي الكريمة..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،،

تضع الباحثة بين أيديكم هذا الاستبيان العلمي لغرض إعداد مشروع التخرج لنيل درجة الماجستير بجامعة ميدأوشن، والموسوم بـ (أثر جودة الخدمة على مستوى رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030م).

نود إحاطتكم بأن مشاركتكم في تعبئة هذا الاستبيان تطوعية بالكامل، ويسعدنا إعلامكم بأن كافة الإجابات والمعلومات التي ستدلون بها ستُحاط بالسرية التامة، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث الأكاديمي والتحليل الإحصائي فقط، دون أي ملاحقة تجارية أو شخصية. لكم مطلق الحرية في الانسحاب في أي وقت.

شاكرين لكم ومقدرين دعمكم للبحث العلمي..

[] أوافق على المشاركة في الاستبيان طوعية ووعي.»

رابعاً: إدارة المخاطر المحتملة وكيفية تحييدها

في البحوث الإدارية والتسويقية، قد يواجه المبحوث (العميل) نوعاً من "المخاطر الأدبية أو المهنية الدقيقة"، مثل الخوف من تضرر علاقته بالبنك الذي يتعامل معه أو شركة الاتصالات إذا قام بتقييم جودة خدماتهم بشكل سلبي أو ضعيف.

ولتحييد وتقليل هذا الخطر إلى مستوى (الصفر)، قامت الباحثة بالآتي:

1. التأكيد القاطع للعملاء بأن النتائج ستظهر بشكل عام وشامل للقطاع بأكمله (مثلاً: قطاع البنوك في المملكة عموماً) ولن يتم التشهير أو التركيز على اسم شركة كبرى واحدة بعينها لضرب سمعتها التجارية.

2. إيضاح أن الدراسة تهدف لتقديم "توصيات علمية عامة" تساعد في تطوير وتجويد الخدمات تماشياً مع الرؤية الوطنية 2030، مما يحوّل مشاركة العميل من موضع قلق إلى مساهمة وطنية إيجابية لتحسين جودة الحياة والخدمات.

7. الخاتمة

تأسيساً على ما تم استعراضه في هذا التقرير، يمكن القول إن أخلاقيات البحث العلمي ليست مجرد بروتوكولات إدارية أو إجراءات تكميلية، بل هي الجوهر الحقيقي الذي يمنح الأبحاث الأكاديمية قيمتها ومصادقيتها العلمية والعملية. لقد سعى هذا التقرير إلى تقديم تأصيل نظري وتطبيقي متكامل للمبادئ الحاكمة للنزاهة البحثية، مع إسقاطها إجرائياً على مشروع التخرج الموسوم بـ «أثر جودة الخدمة على مستوى رضا وولاء العملاء في الشركات السعودية الكبرى وفق رؤية 2030م».

وقد خلاص التقرير إلى مجموعة من الاستنتاجات المحورية، أبرزها:

1. التلازم بين الأخلاق والموثوقية: إن دقة المخرجات والنتائج الإحصائية في بحوث إدارة الأعمال والتسويق تعتمد اعتماداً طردياً على مدى التزام الباحث بالأمانة والموضوعية وتجنب التحيز أو تزوير البيانات؛ فالبيانات الصادقة هي الوحيدة القادرة على توجيه صناع القرار نحو تحسين حقيقي لجودة الخدمات.
 2. محورية حماية المشاركين: يُمثّل تطبيق مبادئ السرية التامة والموافقة المستنيرة وتجهيل الهوية الرقمية في الاستبيانات الميدانية خط الدفاع الأول لحماية خصوصية عملاء الشركات الكبرى، ويُسهم بشكل فعال في بناء جسور الثقة بين المجتمع العلمي والمستهلكين.
 3. الالتزام باللوائح والأنظمة: إن انصياع الباحث للضوابط المؤسسية (كلجان IRB ودليل التوثيق APA) والأنظمة الوطنية (كنظام حماية البيانات الشخصية في المملكة العربية السعودية) يمنح البحث صبغة نظامية وشرعية تعزز من مكانة المؤسسات الأكاديمية.
- وفي الختام، تؤكد الباحثة على أن الالتزام بأخلاقيات البحث العلمي سيجل التزاماً مستداماً ومنهجاً ثابتاً يمتد إلى كافة الدراسات والبحوث المستقبلية في مسيرتها الأكاديمية والمهنية. فالأبحاث الرصينة التي تتوخى الأمانة في النقل، والنزاهة في التحليل، والمسؤولية في التعامل مع الإنسان، هي وحدها الكفيلة بالمساهمة الحقيقية في إثراء الفكر الإداري ودعم مسيرة التنمية المستدامة وتحسين جودة الحياة وفق مستهدفات رؤية المملكة 2030.

8. المراجع

أولاً: المراجع العربية

- العتيبي، خالد بن شجاع. (2023). أثر جودة الخدمات الرقمية على ولاء العملاء في البنوك التجارية بالمملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للإدارة*، 43(2)، 115-138.
- المجالي، فايز شتيوي. (2022). أخلاقيات البحث العلمي: الأسس والضوابط والتطبيقات الأكاديمية. دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- بدوي، أحمد أنور. (2021). *مناهج البحث العلمي وأخلاقيات الدراسات الميدانية في العلوم الإدارية*. المكتبة الأكاديمية.
- ثانياً: المراجع الأجنبية (English References)

- Resnik, D. B. (2020). What is ethics in research & why is it important? National Institute of Environmental Health Sciences.
<https://www.niehs.nih.gov/research/resources/bioethics/whatis/index.cfm>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
- 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.