

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم إدارة الأعمال

عنوان التقرير

أخلاقيات البحث العلمي وتطبيقاتها

دراسة تطبيقية على موضوع: «أثر مصداقية المؤثر على نية الشراء لدى مستهلكي القطاع السياحي بمدينة

الرياض»

إعداد الطالب

عبدالرحمن سعيد اليميني

الرقم الجامعي: 252000120

إشراف / مدرس المقرر

د. عبد الرحيم نادر

مشروع تخرج 1 — رمز المقرر: MGM496

العام الدراسي: 2026

فهرس المحتويات

1. المقدمة..... 3
2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي..... 3
3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي..... 4
4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي..... 4
5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث..... 5
6. التطبيق العملي على موضوع البحث (الجزء الأهم)..... 6
7. الخاتمة..... 7
8. المراجع..... 8

1. المقدمة

تُعدّ أخلاقيات البحث العلمي منظومةً من القيم والمعايير التي توجّه سلوك الباحث في كل مرحلة من مراحل عمله، بدءاً من اختيار المشكلة وصياغة الأسئلة، مروراً بجمع البيانات وتحليلها، وانتهاءً بعرض النتائج ونشرها. ويرى ريسنيك أنّ هذه الأخلاقيات تمثل مجموعة المبادئ التي تميّز السلوك المقبول من المرفوض في الممارسة البحثية، وتضمن أن يخدم البحث أهدافه المعرفية دون الإضرار بالأفراد أو المجتمع (Resnik, 2015). وبهذا المعنى لا تقتصر الأخلاقيات على الجانب الإجرائي، بل تشكّل إطاراً فكرياً يحمي العملية البحثية من الانحراف ويصون نزاهتها.

وتتبع أهمية هذه الأخلاقيات في العمل الأكاديمي من كونها الأساس الذي تُبنى عليه الثقة بين الباحث ومجتمعه العلمي؛ فالمعرفة العلمية تتراكم عبر اعتماد الباحثين بعضهم على نتائج بعض، ولا يستقيم هذا التراكم ما لم تكن النتائج صادقةً ومُنتجةً بطريقة نزيهة وقابلة للتحقق. كما أنّ الالتزام الأخلاقي يحمي حقوق المشاركين في البحث ويصون كرامتهم، ويعزّز مكانة المؤسسة الأكاديمية وسمعتها أمام المجتمع. ومن ثمّ فإنّ إغفال هذا الجانب لا يُضعف القيمة المعرفية للبحث فحسب، بل يهدّد مصداقية العلم برمّته.

ويهدف هذا التقرير إلى تحقيق ثلاثة أغراض مترابطة: فهم المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي، وتحليل أبرز القضايا الأخلاقية التي قد تعترض الباحث، ثمّ تطبيق هذه المبادئ تطبيقاً عملياً على موضوع دراستي. وقد اخترت أن يكون مجال التطبيق دراستي الموسومة بـ«أثر مصداقية المؤثر على نية الشراء لدى مستهلكي القطاع السياحي بمدينة الرياض»، باعتبارها دراسةً ميدانيةً تتعامل مع مشاركين من البشر وتجمع بياناتهم عبر الاستبانة، ما يجعل الالتزام الأخلاقي شرطاً جوهرياً لسلامتها ومصداقية نتائجها.

وتكتسب هذه الأخلاقيات خصوصيةً إضافيةً في بحوث التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ فبحوث المؤثرين ترتبط ارتباطاً وثيقاً بسلوك المستهلكين وآرائهم الشخصية، وقد يعبر المشاركون فيها عن تجاربهم مع مؤثرين بعينهم أو مع خدمات سياحية محدّدة، ممّا يستوجب التعامل مع إجاباتهم بحذر وسرية تامّة، مع التأكيد على أنّ الهدف من البحث هو الفهم والتحليل العلمي لا التأثير في قراراتهم الشرائية أو استغلال بياناتهم.

2. أهمية أخلاقيات البحث العلمي

يرتبط الالتزام الأخلاقي ارتباطاً سببياً مباشراً بمصداقية البحث وموثوقية نتائجه؛ فحين يلتزم الباحث بالصدق في تسجيل البيانات وتحليلها تصبح النتائج انعكاساً أميناً للواقع المدروس، ويستطيع باحثون آخرون إعادة التحقق منها أو البناء عليها. أمّا حين يتسلّل التلاعب أو الانتقائية إلى أيّ مرحلة فإنّ النتائج تفقد قيمتها التفسيرية وإن بدت متماسكةً في الظاهر، لأنّها لم تعد تمثّل الظاهرة كما هي في الواقع. وبذلك تكون الأخلاقيات شرطاً مسبقاً للموثوقية لا مجرد إضافة شكلية.

وتؤدّي الأخلاقيات دوراً وقائياً في حماية المشاركين والمجتمع من الضرر المحتمل؛ فالبحوث التي تتعامل مع البشر قد تعرّض خصوصيتهم أو مصالحهم للخطر إذا أُسيء استخدام بياناتهم. ومن خلال مبادئ مثل الموافقة المستنيرة وحماية السرية يضمن الباحث أنّ مشاركة الأفراد طوعية وأنّ بياناتهم لن تُستعمل بما يضرّهم. ويمتدّ هذا الأثر إلى المجتمع بأسره، إذ تُبنى السياسات والقرارات أحياناً على نتائج البحوث، فإن كانت هذه النتائج مغلوطةً أو منحازةً انعكس ذلك ضرراً على فئات واسعة.

وتترتب على الإخلال بالأخلاقيات عواقب وخيمة تتجاوز الباحث نفسه؛ فعلى المستوى الفردي قد يفقد الباحث مصداقيته ويتعرض للمساءلة الأكاديمية، وعلى المستوى المؤسسي تهتز ثقة المجتمع بالجامعة ومخرجاتها البحثية، وعلى المستوى المعرفي تتلوث قاعدة المعرفة بنتائج زائفة قد يبني عليها آخرون فتتضاعف أضرارها. ولهذا فإنّ صون الأخلاقيات هو في جوهره صون للثقة التي تمثل رأس المال الحقيقي للعلم والمؤسسة الأكاديمية معاً.

3. المبادئ الأساسية لأخلاقيات البحث العلمي

تعني الأمانة العلمية الصدق التام في جمع البيانات وتسجيلها وعرض النتائج كما هي دون تزييف أو حذف انتقائي. فلو افترضنا أنّ باحثاً في التسويق يدرس رضا العملاء عن متجر إلكتروني فوجد أنّ ثلاثين في المئة فقط راضون، فإنّ الأمانة تقتضي عرض هذه النسبة بدقّة وإن كانت مخيّبة للآمال، لا رفعها إلى ستين في المئة إرضاءً لجهة ممولة. وتكمن أهمية هذا المبدأ في أنّه يحفظ مطابقة النتائج للواقع، وهي الغاية الأولى من أيّ بحث.

أمّا النزاهة فتشير إلى الوفاء بالالتزامات البحثية واتساق سلوك الباحث مع تعهّداته وتجنّب الازدواجية أو سوء استخدام البيانات. فلو جمع باحث بيانات من عملاء بهدف دراسة سلوكهم الشرائي، فإنّ النزاهة تمنعه من إعادة توظيف هذه البيانات لاحقاً في حملة تسويقية تجارية لم يوافق عليها المشاركون. وتتبع أهميتها من كونها تحافظ على اتساق العملية البحثية وتمنع تحويلها إلى أداة لمصالح خارجية عن أهدافها المعلنة.

وتعني الموضوعية تحرّر الباحث من التحيز في تصميم دراسته وتحليل نتائجها بحيث تقوده الأدلة لا رغباته المسبقة. فلو كان باحث يعتقد أنّ الإعلان عبر المؤثرين أكثر فاعليّة من الإعلان التقليدي، فإنّ الموضوعية تلزمه بتصميم استبانة محايدة وتحليل البيانات بأمانة حتى لو أظهرت عكس اعتقاده. وأهمية هذا المبدأ أنّه يحول دون تحوّل البحث إلى مجرد تأكيد لانطباعات الباحث الشخصية.

وتتعلّق السرية بحماية بيانات المشاركين وعدم الكشف عن هوياتهم أو ربط إجاباتهم بأشخاص بأعينهم. فلو شارك مئة عميل في استبانة عن تجربتهم مع علامة تجارية، وجب تخزين بياناتهم بصورة آمنة وعرض النتائج مجمعة دون ذكر أسماء. ويؤكد إسرائيل وهاي أنّ حماية السرية واجب أخلاقي أساسي يقي المشاركين من أيّ ضرر قد ينجم عن كشف معلوماتهم (Israel & Hay, 2006). وتكمن أهميتها في أنّها تشجّع المشاركين على الإجابة بصدق دون خوف من العواقب.

وتقوم الموافقة المستنيرة على إبلاغ المشاركين بطبيعة الدراسة وأهدافها وحفّهم في الانسحاب، ثمّ الحصول على موافقتهم الطوعية قبل جمع أيّ بيانات. فمثلاً، قبل توزيع استبانة عن العادات الشرائية، يُفترض إخبار المشارك بأنّ مشاركته اختيارية وأنّ بياناته ستستخدم لأغراض بحثية فحسب. ويبيّن إسرائيل وهاي أنّ هذه الموافقة تصون استقلالية المشارك وكرامته بوصفه شريكاً واعياً لا مجرد مصدر للبيانات (Israel & Hay, 2006). وأهميتها أنّها تجعل المشاركة قائمة على الاحترام والاختيار الحر.

4. القضايا الأخلاقية في البحث العلمي

يُقصد بالانتحال العلمي نسبة أفكار الآخرين أو أعمالهم إلى النفس دون إسناد. والمهم أنّ الانتحال لا يقتصر على النقل الحرفي للنصوص، بل يشمل أيضاً إعادة صياغة أفكار باحث آخر بكلمات مختلفة ثمّ تقديمها وكأنّها أفكار الكاتب دون

الإشارة إلى مصدرها الأصلي. فلو أخذ طالب فكرةً عن أبعاد مصداقية المؤثر من دراسة منشورة وأعاد صياغتها في بحثه دون توثيقها، عُد ذلك انتحالاً وإن غيّر الألفاظ. وأثر هذه القضية أنّها تقوّض الأمانة الفكرية وتسلب أصحاب الأفكار حقّهم، وتُفقد البحث مصداقيته.

أمّا تزوير البيانات أو تلفيقها فيعني تعديل النتائج أو اختلاق بيانات لم تُجمع فعلاً. ومثاله أن يحذف باحث استجاباتٍ لا تتفق مع فرضيته، أو يضيف استماراتٍ وهميةً ليلبغ حجم العينة المطلوب. ويُحدث هذا السلوك ضرراً بالغاً لأنّه يقدّم صورةً زائفةً عن الواقع، وقد يدفع متّخذي القرار إلى بناء سياسات خاطئة على نتائج لا أساس لها من الصحة.

ويتمثّل التحيّز في ميل الباحث الواعي أو غير الواعي إلى نتيجة معيّنة، وقد يتسلّل عبر صياغة أسئلة موجهة في الاستبانة. فلو صاغ باحث سؤالاً مثل: «ألا توافق على أنّ المؤثرين الموثوقين يدفعونك إلى الشراء؟» فإنّه يوحى بالإجابة المرغوبة ويشوّه استجابات المشاركين. كذلك قد ينشأ التحيّز من اختيار عيّنة غير ممثّلة للمجتمع. وأثره أنّه يُفقد البيانات حيادها فتغدو النتائج انعكاساً لرغبة الباحث لا لواقع المبحوثين.

ويحدث انتهاك الخصوصية عند جمع بيانات تعريفية عن المشاركين أو نشرها دون إذنه. ومثاله أن ينشر باحث أسماء عملاء وأرقام هواتفهم ضمن نتائج دراسته، أو يربط إجاباتٍ حسّاسةً بأشخاص بأعينهم. ويترتّب على ذلك ضرر مباشر بالمشاركين وفقدانهم الثقة في البحث، كما يعرّض الباحث للمساءلة القانونية والأخلاقية معاً.

ويشير تضارب المصالح إلى وجود علاقة أو تمويل أو مصلحة شخصية تؤثر على حياد الباحث ونتائجه. فلو مولت شركة سياحية دراسةً عن فاعلية المؤثرين في تسويق خدماتها، فقد يشعر الباحث بضغط يدفعه إلى إبراز نتائج إيجابية. وأثر هذه القضية أنّها تُضعف موضوعية البحث وتثير الشكّ في استقلاليته، ولذلك يُشترط الإفصاح عن أيّ تضارب محتمل قبل البدء.

5. القواعد واللوائح المنظمة لأخلاقيات البحث

تمثّل لجان أخلاقيات البحث (Institutional Review Boards - IRB) الآلية المؤسسية الأبرز لتنظيم الممارسة البحثية، إذ تتولّى مراجعة مقترحات البحوث التي تتعامل مع البشر قبل تنفيذها للتأكد من توافر الموافقة المستنيرة وحماية السرية وتقليل المخاطر إلى أدنى حد. ولا تكتفي هذه اللجان بالموافقة المبدئية، بل قد تتابع تنفيذ الدراسة لضمان التزام الباحث بما تعهّد به. ويرى إسرائيل وهاي أنّ مأسسة المراجعة الأخلاقية على هذا النحو تحوّل الأخلاقيات من مبادئ نظرية إلى ممارسة قابلة للمساءلة (Israel & Hay, 2006).

وإلى جانب اللجان، توجد معايير دولية وأدلة توثيق تضبط نزاهة العمل العلمي، من أبرزها دليل الجمعية الأمريكية لعلم النفس الذي يحدّد قواعد دقيقة لتوثيق المصادر وعرض البيانات وإسناد الأفكار إلى أصحابها (American Psychological Association, 2020). فالالتزام بنمط توثيق موحد لا يُعدّ إجراءً شكلياً فحسب، بل وسيلةً عمليةً لمنع الانتحال وضمان قابلية تتبّع كل معلومة إلى مصدرها الأصلي.

وتتكامل هذه القواعد لتؤدّي وظيفة مزدوجة: حماية المشاركين من أيّ استغلال أو ضرر من جهة، وضمان جودة البحث ومصداقيته من جهة أخرى. فحين يعلم الباحث أنّ دراسته ستخضع لمراجعة أخلاقية وأنّ توثيقه سيُدقّق، يصبح أكثر حرصاً على الدقة والشفافية. وبذلك لا تكون اللوائح قيداً على البحث، بل إطاراً يعزّز موثوقيته ويصون حقوق جميع أطرافه.

وفي هذا السياق تمثل حماية البيانات وخصوصية المشاركين أحد أبرز المبادئ التنظيمية التي تحكم البحوث الميدانية؛ إذ ينبغي أن تُجمع بيانات المشاركين في الاستبانة بالحد الأدنى الضروري فقط، مع تجنب جمع الاسم أو رقم الجوال أو البريد الإلكتروني أو أي معلومة تكشف هوية المشارك، وحفظ البيانات المجموعة في ملف محمي، وعدم استخدامها إلا لغرض البحث وحده، وعدم مشاركتها مع أي جهة خارجية تحت أي ظرف، ثم حذفها أو إتلافها بعد انتهاء الحاجة البحثية منها.

6. التطبيق العملي على موضوع البحث (الجزء الأهم)

انتقل في هذا الجزء من العرض النظري إلى التطبيق العملي، موضّحاً كيف سالتزم بمبادئ أخلاقيات البحث العلمي في كل مرحلة من مراحل دراستي «أثر مصداقية المؤثر على نية الشراء لدى مستهلكي القطاع السياحي بمدينة الرياض». وتقوم دراستي على متغير مستقل هو مصداقية المؤثر بأبعادها الثلاثة: الثقة والخبرة والجاذبية وفق نموذج أوهانيان (Ohanian, 1990)، ومتغير تابع هو نية الشراء استناداً إلى نظرية السلوك المخطط (Ajzen, 1991). وسأعتمد منهجاً كمياً مقطوعياً عبر استبانة تُوزَّع على عيّنة تبلغ نحو 384 مستهلكاً للخدمات السياحية. وفيما يلي بيان التزامي الأخلاقي في مختلف أبعاد الدراسة.

أولاً، فيما يخصّ منهج جمع البيانات، سأجمع بيانات دراستي عبر استبانة مقطعية تُوزَّع مرّة واحدة على مستهلكي الخدمات السياحية في الرياض. ولضمان نزاهة عملية الجمع سأعتمد خطوات توحيد قياسية، تشمل استخدام صيغة واحدة للاستبانة لجميع المشاركين، وتقديم تعليمات موحّدة، وتوزيعها عبر قنوات متعددة لتفادي اقتصار العيّنة على فئة بعينها. وأستند في تصميم هذه الخطوات إلى ما يؤكده سيكاران وبوغي من أنّ توحيد إجراءات القياس يرفع ثبات الأداة وقابلية نتائجها للتعميم (Sekaran & Bougie, 2016).

ثانياً، في تصميم الاستبانة، سأصوغ العبارات لتقيس أبعاد مصداقية المؤثر الثلاثة — الثقة والخبرة والجاذبية — ونية الشراء بعبارات واضحة ومحدّدة باستخدام مقياس ليكرت متدرّج. وسأتجنّب الأسئلة المركّبة التي تقيس فكرتين في عبارة واحدة، والأسئلة الغامضة أو ذات الصياغة المزدوجة، حتى يفهم كل مشارك العبارة بالطريقة نفسها وتأتي استجابته دقيقةً ومعبرةً عن رأيه الفعلي قياساً عادلاً لكلا المتغيرين.

ثالثاً، بشأن المشاركين والعيّنة، يتمثل مجتمع الدراسة في مستهلكي الخدمات السياحية بمدينة الرياض، وسأختار عيّنة تبلغ نحو 384 مفردة بما يحقّق تمثيلاً كافياً للمجتمع عند مستوى ثقة مقبول. وسأحرص على تنوع مصادر التوزيع لتقليل تحيّز الاختيار وضمان شمول فئات عمرية واجتماعية مختلفة، بحيث تعكس العيّنة تنوع المستهلكين الحقيقي لا شريحة ضيّقة منهم.

رابعاً، فيما يتعلّق بالموافقة المستنيرة، سأضع في مقدمة الاستبانة فقرةً تعريفيةً أوضح فيها هدف الدراسة وطبيعتها، وأبيّن أنّ المشاركة طوعية تماماً وأنّ للمشارك الحقّ في الانسحاب في أيّ وقت ودون إبداء أسباب. ولن تبدأ عملية جمع البيانات إلا بعد أن يُقرّر المشارك بموافقته، تأكيداً لاحترام استقلاليتّه وحقّه في اتخاذ القرار عن وعي.

خامساً، في السرية وحماية الخصوصية، لن أجمع أيّ بيانات تعريفية كالأسماء أو أرقام الهواتف أو عناوين البريد الإلكتروني، وسُتعرض النتائج بصورة تجميعية إحصائية لا تتيح التعرّف على أيّ مشارك بعينه. كما لن أربط أيّ استجابة بشخص محدّد، بما يضمن خصوصية المشاركين ويشجّعهم على الإجابة بصراحة وراحة.

سادساً، أما الطوعية فسأحرص على أن تكون المشاركة خاليةً من أيّ إكراه أو ضغط، فلن أقدم حوافز مبالغاً فيها قد تدفع الأفراد إلى المشاركة رغماً عن قناعتهم، ويبقى بإمكان المشارك التوقف عن إكمال الاستبانة في أيّ لحظة دون أيّ تبعات تترتب على انسحابه.

سابعاً، في ما يخصّ تجنب الضرر والمخاطر، تتطوي دراستي على مخاطر ضئيلة لكونها لا تتناول موضوعات حسّاسة ولا تستهدف فئات هشّة، غير أنّ أبرز خطر محتمل يتعلّق بخصوصية بيانات المشاركين. وسأعالج هذا الخطر عبر عدم جمع أيّ معرّفات شخصية وتأمين البيانات وحصر استخدامها في الغرض البحثي المعلن، بما يقلّص أيّ ضرر محتمل إلى أدنى حد ممكن.

ثامناً، في تجنب التحيز، سأصوغ عبارات الاستبانة بحياد تام بعيداً عن الأسئلة الموجهة التي توحى بإجابة معيّنة، وسأبلغ عن النتائج كما تظهر بأمانة حتى لو خالفت فرضياتي أو توقّعاتي. كما سأجنب تحيز الاختيار بتنوع قنوات التوزيع، إيماناً بأنّ قيمة البحث تكمن في كشف الواقع لا في تأكيد ما أرغب فيه مسبقاً.

تاسعاً، بخصوص معالجة البيانات وتخزينها، ستُحفظ البيانات المجموعة في ملفات محمية بكلمة مرور لا يطلّع عليها سواي والمشرّف على الدراسة، وستُستخدم حصراً في التحليل الإحصائي لأغراض المشروع. وبعد الانتهاء من التحليل واعتماد النتائج سألتف البيانات الأولية بما يضمن عدم استخدامها لاحقاً في أيّ غرض آخر غير معلن.

عاشراً، ألتزم بحدود أخلاقية واضحة في دراسة المستهلكين والمؤثرين؛ فأنا أقيس إدراك المستهلكين لمصادقية المؤثر ولا أجمع أيّ بيانات من حسابات المؤثرين أنفسهم، ولن أذكر أسماء مؤثرين بعينهم أو منشآت سياحية محدّدة، ولن أجمع معرّفات المشاركين على وسائل التواصل الاجتماعي، ولن ألجأ إلى أيّ مراقبة خفية لسلوكهم. كما أنّ دراستي تقيس نية الشراء ولا تسعى إلى التأثير في قرارات المستهلكين. وأؤكد أخيراً غياب أيّ علاقة تجارية تربطني بمؤثرين أو جهات سياحية قد تؤثر على حياد نتائجي، تفادياً لأيّ تضارب في المصالح.

وبهذا يتّضح أنّ التزامي الأخلاقي ليس إجراءً شكلياً، بل خيط ناظم يمتدّ عبر مراحل دراستي كافة، من تصميم الاستبانة إلى تخزين البيانات وعرض النتائج. وأرى أنّ هذا الالتزام هو ما سيمنح دراستي مصداقيتها ويصون حقوق المشاركين فيها، ويجعل نتائجها جديرة بالثقة وقابلة للبناء عليها في الأبحاث اللاحقة.

7. الخاتمة

استعرض هذا التقرير أخلاقيات البحث العلمي بوصفها إطاراً يضبط الممارسة البحثية ويصون مصداقيتها؛ فبيّن أهميتها في بناء الثقة بالعلم وحماية المشاركين، ثمّ تناول مبادئها الأساسية من أمانة ونزاهة وموضوعية وسرية وموافقة مستنيرة، وناقش أبرز القضايا التي تهدّدها كالانتحال وتزوير البيانات والتحيز وانتهاك الخصوصية وتضارب المصالح، وعرض دور القواعد واللوائح في تنظيمها. وانتهى إلى تطبيق هذه المبادئ تطبيقاً عملياً على دراستي حول أثر مصداقية المؤثر على نية الشراء لدى مستهلكي القطاع السياحي بالرياض.

وإنّني إذ أختّم هذا التقرير أؤكد التزامي بترجمة هذه المبادئ إلى ممارسة فعلية في المراحل المقبلة من مشروع تخرّجي، وعلى وجه الخصوص في مرحلة جمع البيانات وتحليلها ضمن مشروع التخرّج الثاني. فالأخلاقيات في تصوّري ليست مرحلة تُتجرّ ثم تُطوى، بل مسؤولية مستمرة ترافق الباحث حتى عرض نتائجه، وهي ما يضمن أن يكون عملي إسهاماً معرفياً نزيهاً وموثوقاً.

8. المراجع

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781849209779>
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39–52. <https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673191>
- Resnik, D. B. (2015). What is ethics in research and why is it important? National Institute of Environmental Health Sciences. <https://www.niehs.nih.gov/research/resources/bioethics/whatis>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.