CONTRIBUTION À L'ÉTUDE DU DÉTERMINANT DE L'ÉTHIQUE DES ÉTABLISSEMENTS UNIVERSITAIRES PUBLICS MAROCAINS: IMPACT DU RESPECT SUR LA PERFORMANCE FINANCIÈRE ET NON FINANCIÈRE

[1]Aida SOULAYMANI, [2]Ayoub ELASSALI

Aida SOULAYMANI, Maitre de Conférence, ISPITS – Rabat; Université Ibn Tofail – Kénitra – Maroc
E-mail: aida.soulaymani@uit.ac.ma

Ayoub ELASSALI, Docteur en Sciences Economiques et de Gestion, Université Ibn Tofail – Kénitra – Maroc
E-mail: ayoub.elassali@uit.ac.ma

Mots Clès: Impact; éthique; respect; Performance; Etablissements Universitaires.

Résumé :

L'objectif de cette étude est d'évaluer l'impact du déterminant de l'éthique sur la performance financière et non financière des établissements universitaires publics marocains, en privilégiant le déterminant respect.
L'enquête permet d'évaluer les liens entre les différentes variables du modèle de recherche à l'aide des analyses de régressions multiples. Le test d'hypothèse réalisée sur l'échantillon des gestionnaires composé de 53 Observations.
D'après l'analyse des données collectées, on a pu conclure que le respect au sein des 142 établissements universitaires enquêtés impact leur performance.

1. Introduction

Au cours de ces deux dernières décennies, l'environnement marketing a considérablement changé, les entreprises sont de plus en plus orientées vers l'établissement des relations fortes et durables avec leurs clients, afin d'assurer leurs performances et d'assurer ainsi leurs continuités sur le marché. Dans ce contexte,

la performance se doit être mise en œuvre au sein des établissements universitaires publics par le biais du déterminant de l'éthique, de l'analyse et du suivi ainsi que du respect entre l'administration publique et les parties prenantes.

Le concept de la notion de la performance est basé sur différentes dimensions relationnelles, à savoir, la satisfaction client, l'efficacité des processus, les résultats des audits internes et la conformité des produits ou des services. Ces dimensions s'avèrent une composante principale et seraient fortement influencée par le comportement des personnes en contact.

Etant une étape fondamentale de production des ressources humaines en recherche, et constituant également une composante majeure du projet de performance du ministère (MENFPESRS), le service des affaires économique des universités publiques marocaines semble confronté à certaines insuffisances, illustrées par un taux de paiement et d'engagement inférieur à ceux souhaités.

A cet effet, ce travail vise à chercher l'impact du déterminant de l'éthique (respect) sur la performance non financière et financière des universités marocaines.

1.1. ***Cadre théorique***

1.1.1. **Performance financière**

La première dimension sur laquelle nous nous attardons correspond à la performance économique ou bien la performance financière de la relation. Longtemps privilégiée par le monde des affaires, elle a été considérée depuis des décennies comme le principal indicateur de la performance d'une relation. De ce fait, elle a fait l'objet de nombreuses études, depuis les premiers travaux sur la performance relationnelle, par exemple les travaux de Heide & John (1988) et Noordewier et al. (1990).

Examinée sous l'angle de la rationalité économique, cette dimension possède des objectifs visant des finalités quasi exclusivement économiques, tirés de la relation (Geyskens et al., 1999). En d'autres termes, il s'agit de mesurer les bénéfices financiers de l'instauration d'une relation à long terme avec les fournisseurs.

A cet égard, à la différence de la dimension non-financière, la performance financière se rapporte à des résultats directs de la relation, c'est pourquoi plusieurs auteurs parlent de la performance directe au lieu de la performance financière, parce qu'elle se réfère à des résultats directement observables et concrets liés à la relation. Elle est toujours mesurée par des données quantifiables, qui peuvent inclure : le profit, les ventes, les coûts, la rentabilité, la croissance des revenus et des parts de marché.

D'ailleurs, la performance financière a été souvent vue comme un résultat légitime de l'approche transactionnelle de Williamson (1985) et Frazier et al. (1988). Dans ce cas, les entreprises acteurs d'une

relation, ne cherchent qu'à maximiser leurs profits, augmenter leurs ventes et réduire leurs coûts de production. Autrement dit, une relation qui se base seulement sur la dimension financière, est de nature transactionnelle et non relationnelle. Ainsi la dimension financière est responsable de la nature transactionnelle de la relation.

1.1.2. **Performance non financière**

La performance non financière de la relation client-fournisseur a été conceptualisée par les chercheurs afin d'inclure les dimensions comportementales de la relation comme : la satisfaction, la communication et l'engagement dans la relation. Pour Geyskens et al. (1999), cette dimension non financière se voit comme

une récompense psychologique non économique, tirée de la relation. Ainsi, dans une relation d'affaires, le client évalue ses résultats financiers et aussi ses sentiments à l'égard de cette relation, autrement dit, il évalue les aspects psychosociaux de cette relation. Dans ce cas, plusieurs chercheurs ont mesuré la performance non financière par la satisfaction non économique ou sociale (Geyskens & Steenkamp, 2000), parce qu'un client satisfait des aspects non-économiques ou sociaux de la relation, apprécie le contact avec son fournisseur et plus particulièrement au niveau personnel. Il apprécie de travailler avec lui (Geyskens et al., 1999) et par conséquent la relation continue dans le temps. Cela est considéré comme un indice de la performance de la relation.

En revanche, le fait de se baser seulement sur le concept de la satisfaction pour mesurer ou pour conceptualiser la performance non financière dans une relation, nous parait insuffisant, du fait qu'il est peu probable qu'un client se sente satisfait d'une relation d'affaires, qui ne maintient pas au moins un niveau minimal de performance économique. Dans ce cas, nous ne pouvons pas parler d'une relation réussie et performante. Donc, même la performance non financière doit révéler quelque chose de tangible ou de financier. En d'autres termes, elle doit créer de la valeur à la relation elle-même et non pas seulement la satisfaction d'un état psychique du client.

1.1.3. **Respect**

La notion de respect a reçu une grande attention dans la littérature. A cet égard, des recherches ont été menées dans plusieurs disciplines y compris la psychologie (Huo et al., 2010), le marketing (Murphy et al., 2007), l'éthique (Dillon, 2010) et la gestion des ressources humaines (Darwall & Gauthier, 1977). Seulement, la plupart de ces visions sont d'ordre conceptuel et non pas empirique. Ces études mettent la lumière sur le sens, la complexité, les manifestations, les résultats attendus du respect et non pas sur son opérationnalisation.

En effet, les définitions énoncées dans la littérature sur le respect partagent la vision de Kant (Haryati & Ali, 2011), selon laquelle, il signifie le traitement des personnes comme des fins en elles-mêmes et non pas comme des moyens. Sous cet angle, Murphy et al. (1999) l'ont défini comme suit : « tenir quelqu'un en haute estime et lui prêter une attention particulière ». Dans le même ordre d'idée, Dillon (1992) affirme qu' « une personne qui respecte une autre doit lui accorder une attention particulière ». En d'autres termes, ce concept se manifeste dans les expressions comportementales concrètes visant à prendre soin de la personne. Il peut se traduire par des sentiments de bienveillance, d'altruisme, de considération, ou d'expressions sympathiques (Sung & Dunkle, 2009).

2. Matériels et Méthodes

Pour atteindre notre objectif, on a pris l'approche quantitative comme un choix méthodologique pertinent en utilisant un questionnaire pour la récolte des données.

La population ciblée était les établissements universitaires publics marocains (142 établissements). Nous avons donc choisi « les chefs de services des affaires économiques et les secrétaires généraux » comme principaux acteurs de cette évaluation. Par ailleurs, l'élaboration du questionnaire a tenu compte du degré d'accord des gestionnaires du caractéristique des items choisis. Partant de notre positionnement épistémologique post positiviste le design choisi pour la réalisation de l'étude est la recherche action. Notre recherche a pour objectif d'étudier l'impact de la variable respect sur la performance des relations administrations fournisseurs aux établissements universitaires publics au Maroc.

3. Résultats

Le tableau 1 regroupe les différents degrés d'accord par rapport aux propositions sur les différentes variables étudiées.

Tableau 1. Degrés d'accord.

1	2	3	4	5
Tout à fait en désaccord	**En désaccord**	**Sans opinion**	**D'accord**	**Tout à fait d'accord**

3.1. Plan et contenu du questionnaire effectué en 2020

3.1.1. Profil des répondants

Tableau 2. Description de la population de l'étude.

	Effectifs	Pourcentage
Sexe		
Masculin	36	67.92
Féminin	17	32.08
Tranche d'âge		
[25-35[	7	7.13
[35-45[	21	21.40
[45-60[	25	25.47
Fonctions		
Administrateur	8	15.10
Chef de service	18	33.96
Secrétaire général	27	50.94
Nombre d'étudiants accueillis		
< 900	3	
Entre 900 et 9000	23	
>9 000	27	
Disciplines universitaires de prédilection		
Mathématiques	2	
Physiques	7	
Biologie	2	
Chimie	1	

Géosciences	1
Sciences Humaines et Sociales	8
Economie ou Gestion	20
Sciences Juridiques	12

Source : nous même

Global Scientific JOURNALS

Pour la répartition de la population par sexe, d'après le tableau, la majorité des répondants sont des hommes, car, il s'agit d'un secteur où les responsables sont en grande partie de gent masculine.

Concernant l'âge des répondants, la majorité a entre 45 et 60 ans. Généralement, C'est l'âge idéal pour les responsables surtout qu'ils représentent 47 % de la population. Cela prouve qu'ils jouissent d'une longue expérience dans leur domaine, et par la suite, peuvent influencer positivement la qualité des réponses collectées.

3.1.2. Respect

Tableau 3. Les mesures retenues de la variable Respect.

Codes	Proposition	1	2	3	4	5
Resp1	Nos fournisseurs expriment du respect à notre égard	27	23	3	-	-
Resp2	Nos fournisseurs nous traitent avec courtoisie et gentillesse	28	22	3	-	-
Resp3	Nos fournisseurs se soucient de notre intérêt	27	25	1	-	-
Resp4	Nos fournisseurs prennent beaucoup de temps pour nous connaître	28	21	4	-	-
Resp5	Nos fournisseurs évitent tout comportement maladroit envers nous	23	29	1	-	-

Source : nous même

3.1.3. Performance non financière

Tableau 4. Les mesures retenues de la performance non financière.

Codes	Proposition	1	2	3	4	5
PNF1	Avec les produits de notre principal fournisseur, nous pouvons réaliser des ventes importantes.	-	1	3	22	27
PNF2	Avec les produits de notre fournisseur, nous pouvons être capables d'attirer plus de clients.	-	-	2	29	22
PNF3	Avec les produits de notre fournisseur, nous pouvons réaliser des marges bénéficiaires importantes.	-	-	2	30	21
PNF4	La relation avec notre fournisseur nous permet de diversifier nos produits	-	2	6	22	23

Source : nous même

3.1.4. Performance financière

Tableau 5. Les mesures retenues de la performance financière.

Codes	Proposition	1	2	3	4	5
PF1	Avec les produits de notre principal fournisseur, nous pouvons réaliser des ventes importantes.	-	1	4	25	23
PF2	Avec les produits de notre fournisseur, nous pouvons être capables d'attirer plus de clients.	-	-	4	20	29
PF3	Avec les produits de notre fournisseur, nous pouvons réaliser des marges bénéficiaires importantes.	-	1	4	29	19

PF4	La relation avec notre fournisseur nous permet de diversifier nos produits	-	1	2	30	20
PF1	Notre fournisseur nous accorde des facilités de paiement.	-	1	2	29	21

Source : nous même

3.2. Test de validité, de fiabilité des échelles de mesures et l'analyse de la dimensionnalité des variables étudiées

Dans le cadre du test des variables du modèle, nous allons recourir à l'ACP sur l'ensemble des items de chaque variable étudiée ayant des échelles de mesure dans le questionnaire déjà administré. Ceci a pour objectif d'évaluer la fiabilité et de valider nos échelles de mesures.

3.2.1. Évaluation de la qualité de l'échelle de mesure de la variable « Respect »

Nous avons réalisé une ACP sur l'ensemble des items de la variable « Respect », les résultats sont représentés dans les tableaux suivants :

Tableau 6. Indice KMO et test de Barlette – Dimension « Respect ».

Indice de Kaiser-Meyer-Olkim		0.790
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	250.050
	ddl	10
	Signification	< 0.001

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'indice KMO est de 0,790 et le résultat du test de sphéricité de Bartelett est significatif (p<0,001). Nous pouvons donc rejeter l'hypothèse nulle. Les corrélations ne sont pas toutes égales à zéro. Nous pouvons donc poursuivre l'analyse.

Tableau 7. Variance totale expliquée – Dimension « Respect ».

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	3.526	70.517	70.517	3.526	70.517	70.517
2	0.755	15.097	85.613			
3	0.483	9.657	95.271			
4	0.213	4.262	99.533			
5	0.023	0.467	100.000			

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'analyse factorielle a permis d'extraire une seule composante qui explique 70,51% de la variance. Nous constatons que deux facteurs ont une valeur propre plus élevée que 1. Toutefois, nous désirons être

certain de bien choisir le bon nombre de facteurs à extraire. Nous regardons donc le graphique des valeurs propres et examinons où se situe la rupture du coude de Cattell.

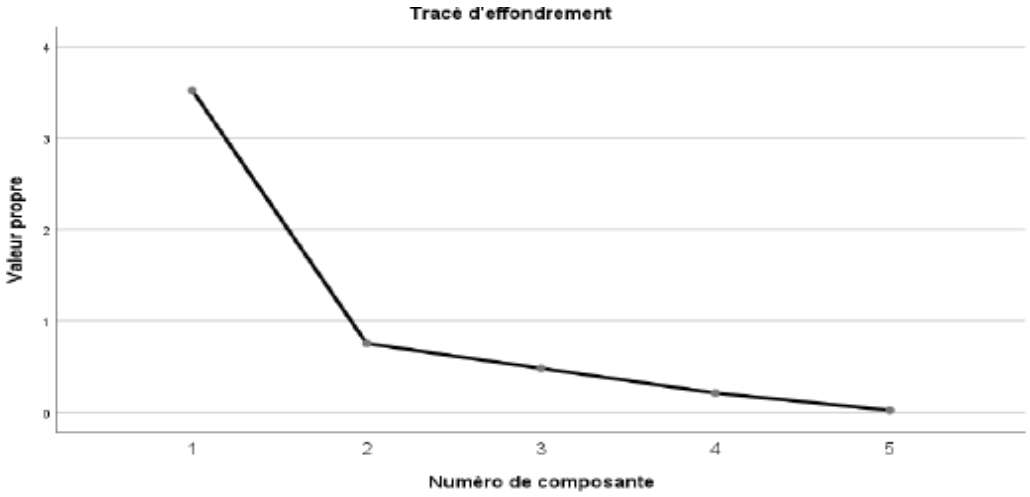

Figure 1. Graphique des valeurs propres – Dimension « Respect ».

Tableau 8. Statistiques de fiabilité – Dimension « Respect ».

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
0.890	0.887	5

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

Le tableau ci-dessus montre que l'Alpha de Cronbach est supérieur à 0,6 (0,887). Donc l'échelle est fiable.

Tableau 9. Matrice des composantes – Dimension « Respect ».

Items	Composante [a]
Nos fournisseurs expriment du respect à notre égard	0.970
Nos fournisseurs nous traitent avec courtoisie et gentillesse	0.965
Nos fournisseurs se soucient de notre intérêt	0.824
Nos fournisseurs prennent beaucoup de temps pour nous connaître	0.784
Nos fournisseurs évitent tout comportement maladroit envers nous	0.602
a. 1 composante extraite	

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

3.2.2. Echelle de mesure de la variable « Performance non financière »

Nous avons réalisé une ACP sur l'ensemble des items de la variable « performance non financière », les résultats de la première itération (test KMO, test Bartlett, valeurs propres, communalité, pourcentage de variance expliquée, contributions factorielles des items, coefficient de fiabilité Aplah de

Conbach) sont

Global Scientific JOURNALS

représentés dans les tableaux suivants :

Tableau 10. Indice KMO et test de Barlett – Dimension « Performance non financière ».

Indice de Kaiser-Meyer-Olkim		0.661
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	89.428
	ddl	6
	Signification	0.000

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'indice KMO de 0.661 est le résultat du test de sphéricité de Bartlett est significatif ($p<0.0005$). Nous pouvons donc rejeter l'hypothèse nulle. Les corrélations ne sont donc pas toutes égales à zéro. Nous pouvons poursuivre l'analyse.

Tableau 11. Variance totale expliquée – Dimension « Performance non financière ».

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2.381	59.534	59.534	2.381	59.534	59.534
2	0.985	24.620	84.153			
3	0.489	12.223	96.376			
4	0.145	3.642	100.000			

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'analyse factorielle a permis d'extraire une seule composante qui explique 59.53% de la variance (Tableau ci-dessus).

Nous constatons qu'un seul facteur a une valeur propre plus élevée. Nous le conservons donc pour l'analyse.

Nous désirons toutefois être certains de bien choisir les facteurs à extraire. Nous regarderons donc le graphique des valeurs propres et examinons où se situe la rupture du coude de Cattell.

Figure 2. Graphique des valeurs propres – Dimension « Performance non financière ».

Nous voyons un changement après le deuxième facteur. Nous ne retenons donc qu'un seul facteur pour l'analyse.

Tableau 12. Qualités de représentation – Dimension « Performance non financière ».

Items	Initiales	Extraction
Nos fournisseurs prennent en considération nos réclamations et nos plaintes	1.000	0.638
Nos fournisseurs nous accordent de l'assistance pour tous problèmes rencontrés avec ses produits	1.000	0.875
Nos fournisseurs font tous les efforts pour que notre relation soit sans problèmes	1.000	0.834
Nos fournisseurs nous donnent des informations pertinentes afin de réduire notre incertitude	1.000	0.035

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

En éliminant le quatrième item PNF4, nous obtenons les résultats suivants :

Tableau 13. Indice KMO et test de Barlett – Dimension « Performance non financière ».

Indice de Kaiser-Meyer-Olkim		0.662
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	88.803
	ddl	3
	Signification	0.000

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'indice KMO se trouve amélioré en passant de 0.661 à 0.662.

Tableau 14. Variance totale expliquée – Dimension « Performance non financière ».

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2.361	78.697	78.697	2.361	78.697	78.697
2	0.493	16.423	95.120			
3	0.146	4.880	100.000			

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

La variance expliquée aussi se trouve améliorée. Cette solution à trois items uniquement permet d'expliquer 78.69% de la variance. La solution ne peut pas subir une rotation car une seule composante a été extraite. Au final, nous retenons trois items PNF1, PNF2, PNF3.

Après la suppression de l'item 4, nous allons maintenant passer au test de fiabilité alpha de Cronbach.

En effet, le tableau montre que l'indice Alpha de Cronbach est supérieur à 0.6 (0.862).

Tableau 15. Statistiques de fiabilité – Dimension « Performance non financière ».

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
0.850	0.862	3

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

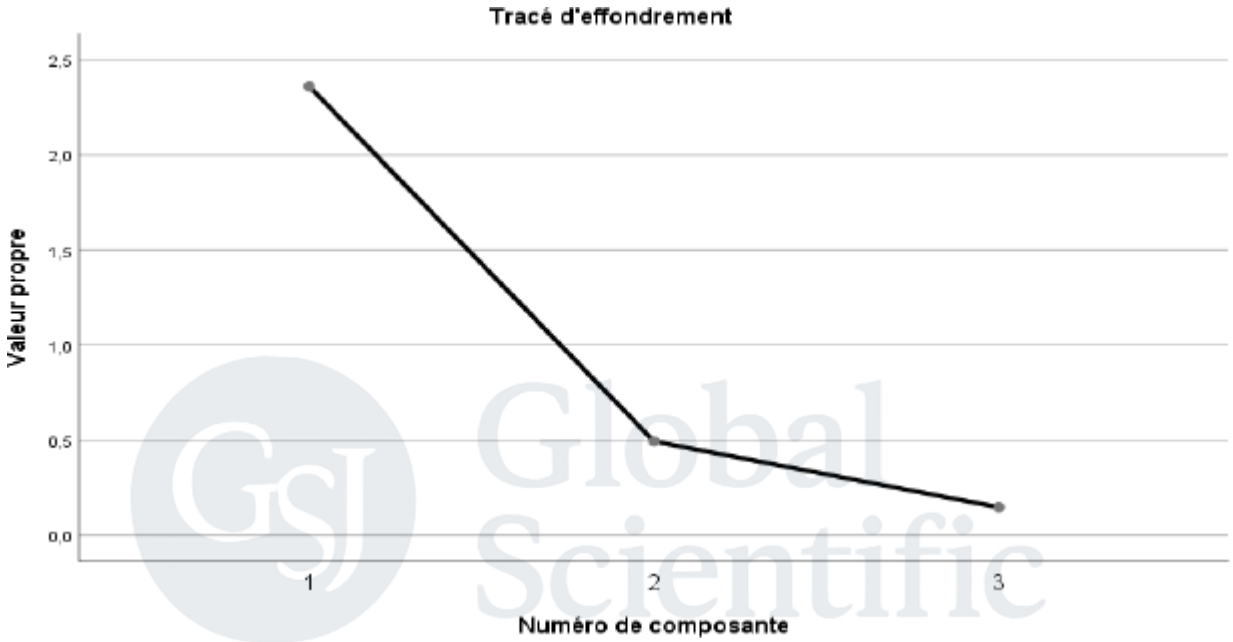

Figure 3. Graphique des valeurs propres – Dimension « Performance non financière ».

3.2.3. Echelle de mesure de la variable « Performance financière »

D'après ce tableau, on peut conclure que l'implémentation du PGI a contribué à l'économie des Ressources Matérielles. En effet, 61.5% des entreprises ont données une note supérieure ou égale à 4.

Tableau 16. Indice KMO et test de Barlett – Dimension « Performance financière ».

Indice de Kaiser-Meyer-Olkim		0.594
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	72.113
	ddl	10
	Signification	0.000

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'indice KMO est de 0.594 et le résultat du test de sphéricité de Bartlett est significatif ($p<0,001$). Nous pouvons donc rejeter l'hypothèse nulle. Les corrélations ne sont pas toutes égales à zéro. Nous pouvons donc poursuivre l'analyse.

Tableau 17. Variance totale expliquée – Dimension « Performance financière ».

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2.349	46.978	46.978	2.349	46.978	46.978	2.310	46.200	46.200
2	1.030	20.607	67.585	1.030	20.607	67.585	1.069	21.384	67.585
3	0.918	18.357	85.942						
4	0.488	9.760	95.702						
5	0.215	4.298	100.000						

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'analyse factorielle a permis d'extraire deux composantes. La première explique 46.97% de la variance et la seconde 20.60%.

Nous constatons que deux facteurs ont une valeur propre plus élevée que 1. Toutefois, nous désirons être certain de bien choisir le bon nombre de facteurs à extraire. Nous regardons donc le graphique des valeurs propres et nous examinons où se situe la rupture du coude de Cattell.

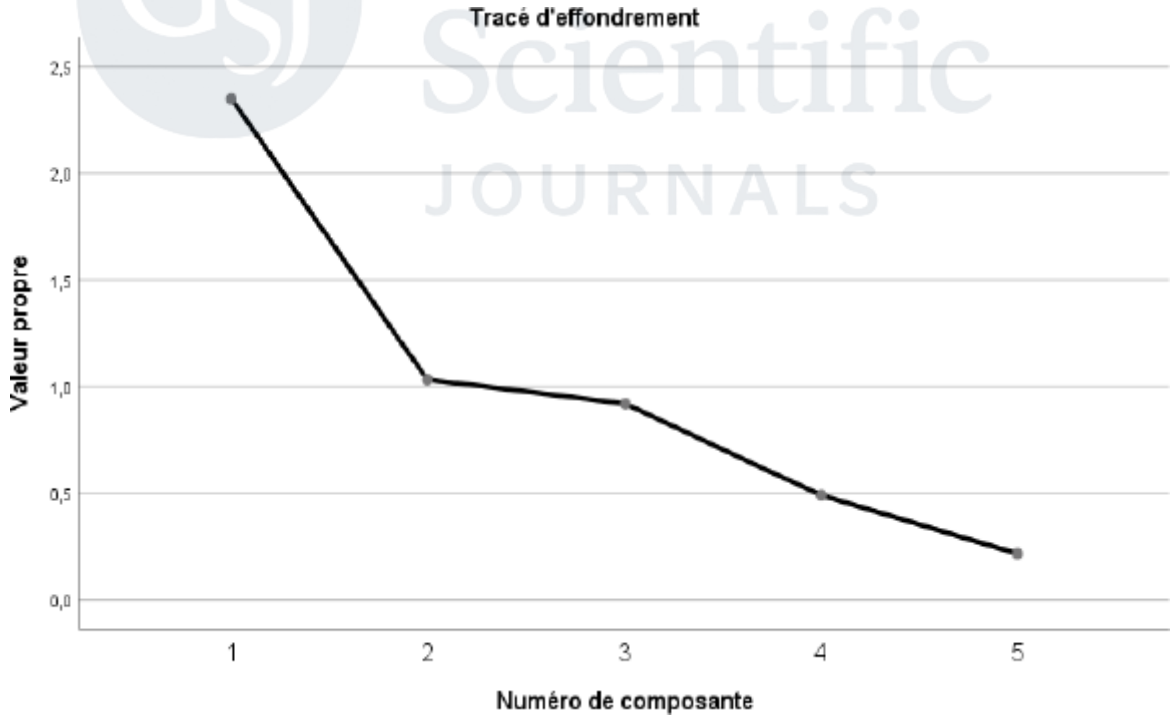

Figure 4. Graphique des valeurs propres – Dimension « Performance financière ».

Nous voyons un changement après le deuxième facteur. Nous ne retenons donc qu'un seul facteur pour l'analyse, puisque ce critère est plus rigoureux que celui des valeurs propres.

Nous allons donc supprimer les items qui ont la contribution la plus faible dans le premier axe factoriel.

Tableau 18. Qualités de représentation – Dimension « Performance financière ».

Items	Initiales	Extraction
Avec les produits de nos principaux fournisseurs, nous pouvons satisfaire les besoins des parties prenantes.	1.000	0.589
Avec les produits de nos fournisseurs, nous pouvons être capables à améliorer les conditions d'enseignement au sein des universités (équipements, Matériel, ...)	1.000	0.783
Avec la concurrence dans la commande publique, nous pouvons rationnaliser les dépenses de l'université.	1.000	0.845
La relation avec nos fournisseurs nous permet de diversifier nos produits.	1.000	0.484
La règlementation qui régit la commande publique garantie le respect de la conformité des produits par les fournisseurs.	1.000	0.679

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

Tableau 19. Matrice des composantes – Dimension « Performance financière ».

Items	Composantes[a]	
	1	2
Avec les produits de nos principaux fournisseurs, nous pouvons satisfaire les besoins des parties prenantes.	0.735	-0.219
Avec les produits de nos fournisseurs, nous pouvons être capables à améliorer les conditions d'enseignement au sein des universités (équipements, Matériel, ...)	0 ?023	0.885
Avec la concurrence dans la commande publique, nous pouvons rationnaliser les dépenses de l'université.	0.919	0.007
La relation avec nos fournisseurs nous permet de diversifier nos produits.	0.547	0.430
La règlementation qui régit la commande publique garantie le respect de la conformité des produits par les fournisseurs.	0.815	-0.123
a. Deux composantes extraites		

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

En éliminant le premier et le sixième item, nous obtenons les résultats suivants :

Tableau 20. Indice KMO et test de Barlett – Dimension « Performance financière ».

Indice de Kaiser-Meyer-Olkim		0.605
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	71.749
	ddl	6
	Signification	0.000

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

L'indice KMO se trouve amélioré en passant de 59.4% à 60.5%.

Tableau 21. Variance totale expliquée – Dimension « Performance financière ».

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2.349	58.715	58.715	2.349	58.715	58.715
2	0.944	23.612	82.327			
3	0.488	12.200	94.527			
4	0.219	5.473	100.000			

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

La solution à 4 items permet d'expliquer 58.71% de la variance. Au final, nous retenons quatre items.

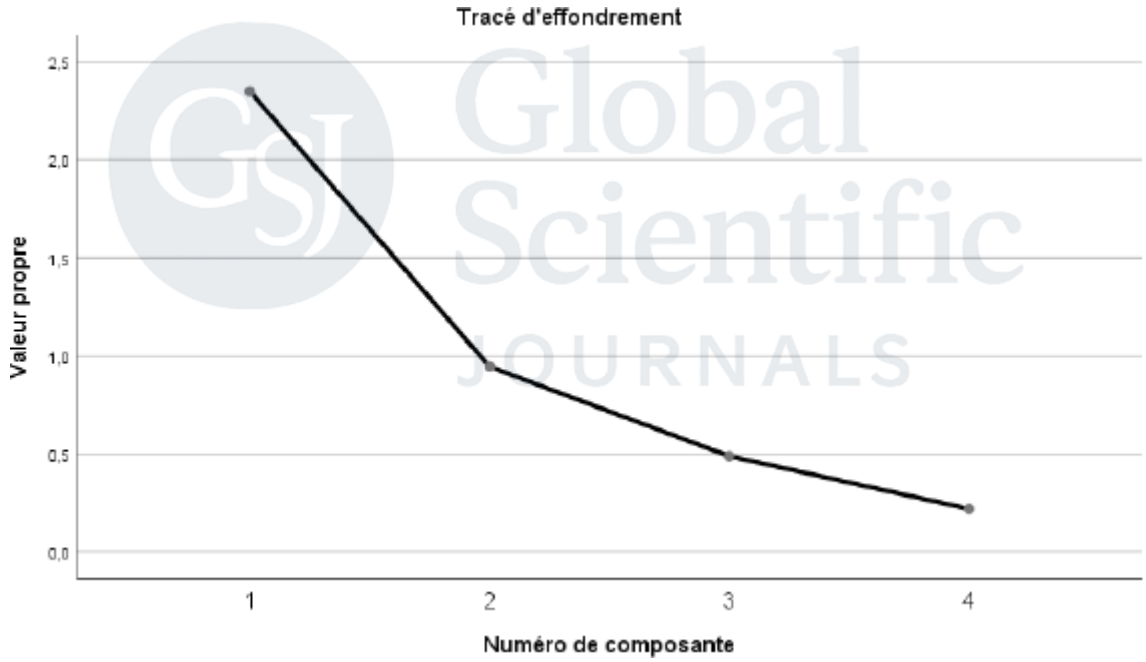

Figure 5. Graphique des valeurs propres – Dimension « Performance financière ».

Nous voyons un changement après le deuxième facteur. Nous ne retenons donc qu'un seul facteur pour l'analyse.

Tableau 22. Statistiques de fiabilité – Dimension « Performance financière ».

Alpha de Cronbach	Alpha de Cronbach basé sur des éléments standardisés	Nombre d'éléments
0.749	0.751	4

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

Tableau 23. Récapitulatif des modèles [b]

Modèle	R	R-deux	R-deux Ajusté	Erreur standard de l'estimation	Variation de R-deux	Variation de F	ddl 1	ddl 2	Sig. Variation de F	Durbin-Watson
1	0.512[a]	0.262	0.247	0.323	0.262	18.101	1	51	0.000	1.167

a. Prédicteurs : (Constante), CONF

b. Variable dépendante : P

Source : nous même sur base des résultats de SPSS

Les résultats montrent un coefficient de corrélation positif et hautement significatif, ce qui explique que le respect a un effet positif sur la performance. L'analyse de variance confirme ce résultat.

En définitif, l'analyse statistique descriptive et analytique confirme l'hypothèse selon laquelle le respect a un effet positif sur la performance des services économiques des différents établissements universitaires.

4. Conclusion

L'objectif de cet article était de mettre en lumière le rôle de l'éthique (Respect) en contexte des établissements universitaires marocains, et plus particulièrement, l'influence du respect entant qu'un déterminant de l'éthique sur la performance financière et non financière de ses établissements. C'est pour cela, nous nous sommes intéressés au personnel en contact (secrétaires généraux, chefs de services des affaires économiques et administrateurs de services des affaires économiques).

Afin de bien cerner notre travail, nous avons débuté notre analyse par une conceptualisation des différentes variables de notre problématique et plus particulièrement la notion du « Respect ».

Ce modèle conceptuel élaboré a été l'objet d'un test statistique sur un échantillon des gestionnaires des établissements universitaires publics marocains. A cet égard, l'ACP et la méthode de régression linéaire ont été mobilisées par l'approche « moindre carrée ordinaire » en utilisant le logiciel SPSS. Ce qui nous a permet de valider notre modèle conceptuel et en conséquence d'avoir des résultats et des apports sans oublier aussi les limites rencontrées et les perspectives de notre recherche

Cet article permet aussi d'apporter des contributions d'ordre managérial. En effet, les résultats obtenus nous ont permis d'attirer l'attention des gestionnaires, sur l'importance du Respect étant un levier potentiel de la performance financière et non financière. A l'instar de tout travail académique, notre recherche souffre de certaines limites, qui sont relatives au cadre conceptuel, à l'échantillon et à la méthode de collecte de données.

Références

Darwall, S.L. & Gauthier, D., 1977. Two Kinds of Respect. Chicago Journals, 88(1), pp.36– 49.

Dillon, R.S., 1992. Respect and Care: Toward Moral Integration. Canadian Journal of Philosophy, 22(1),pp.105–132.

Dillon, R.S., 2010. Respect for persons, identity, and information technology. Ethics and Information Technology, 12(1), pp.17–28.

Frazier, G.L., Spekman, R.E. & O'neal, C.R., 1988. Just-in-time exchange relationships in industrial markets. The Journal of Marketing, 52, pp.52–67.

Geyskens, I. & Steenkamp, J.-B.E.M., 2000. Economic and social satisfaction: measurement and relevance to marketing channel relationships. Journal of Retailing, 76(1), pp.11–32.

Geyskens, I., Steenkamp, J.-B.E.M. & Kumar, N., 1999. A meta-analysis of satisfaction in marketing channel relationships. Journal of marketing Research, pp.223–238.

Haryati, S. & Ali, S., 2011. Respect and Rapport: Do They Matter in Perceived Relationship Quality? International Journal of Business and Social Science, 2(10), pp.183–192.

Heide, J.B. & John, G., 1988. The role of dependence balancing in safe guarding transaction- specific assets in conventional channels. Journal of Marketing, 52, pp.20–35.

Huo, Y.J., Binning, K.R. & Molina, L.E., 2010. Testing an integrative model of respect: implications for social engagement and well-being. Personality and social psychology bulletin, 36(2), pp.200–212.

Murphy, P.E., 1999. Character and Virtue Ethics in International Marketing: An Agenda for Managers, Researcher and Educators. Journal of Business Ethics, 18(1), pp.107–124.

Murphy, P.E., Laczniak, G.R. & Wood, G., 2007. An ethical basis for relationship marketing: a virtue ethics perspective. European Journal of Marketing, 41(1/2), pp.37–57.

Noordewier, T.G., John, G. & Nevin, J.R., 1990. Performance outcomes of urchasing arrangements in industrial buyer-vendor relationships. Journal of Marketing, 54, pp.80–93.

Sung, K.-T., & Dunkle, R. E. (2009). How social workers demonstrate respect for elderly clients. Journal of Gerontological Social Work, 52(3), 250–260

Williamson, O.E., 1975. Markets and hierarchies, Williamson, O.E., 1985. Transaction Cost Economics.

Global Scientific JOURNALS