

La validation du construit de l'éthique

Salma Zone

FSEG Tunis, Tunisia

zone.salma@topnet.tn

amidiste@yahoo.fr

Résumé— Cette étude traite la notion de l'éthique. L'objectif de ce travail est double. Il s'agit en premier lieu de définir l'éthique et d'identifier ses composantes.

Ensuite, nous cherchons à spécifier sa mesure auprès des entreprises opérant dans le secteur agroalimentaire tunisien.

L'analyse conceptuelle montre que l'éthique est composée par les échelles de préférences du dirigeant, des stakeholders et de la société.

L'étude quantitative, basée sur les analyses factorielle exploratoire et confirmatoire auprès des entreprises tunisiennes opérant dans le secteur agroalimentaire a permis d'identifier quatre dimensions de l'éthique.

A la lumière de ses résultats, les études théoriques et les questions méthodologiques en rapport avec l'application avec le construit de l'éthique sont discutées.

Mots clés— *Ethique, échelle de préférences du dirigeant, Echelle de préférences des stakeholders, Echelle de préférences de la société.*

cherche à garantir une éthique. Elle permet de certifier un socle de principes de conduite [1]. Elle est souvent appréhendée comme un guide de prise de décisions. En se référant à la théorie des ressources et celle des parties prenantes, l'éthique est considérée comme une responsabilité et un moyen de réseau relationnel qui s'adapte à la structure et oriente le développement de l'organisation [2 et 3]. En effet, l'éthique de point de vue sémantique a une connotation dynamique qui favorise le changement et le développement interne [3 et 4].

Néanmoins, il y a peu de dépositions empiriques en termes de validation de l'échelle de l'éthique. Des auteurs comme [5], [6] et [7], répondent à la disposition de spécifier les composantes de l'éthique.

Cependant, l'objectif de cet article est de spécifier la mesure de l'éthique. Or, les échelles utilisées, dans le cadre de la mesure de l'éthique, n'adoptent souvent qu'une composante de l'éthique à l'instar des indicateurs des valeurs des dirigeants [8 et 9] ou des perceptions des employés [10] ou les principes de conduite [1].

En outre, un intérêt primordial dans la littérature est d'enquêter sur les spécificités de l'éthique et ses composantes. L'objectif de ce document est de développer un construit de l'éthique et d'évaluer sa validité et sa fiabilité. L'analyse factorielle confirmatoire est effectuée en utilisant le logiciel AMOS 4.0 pour vérifier le construit et identifier le modèle de mesure.

I. INTRODUCTION

L'étude de l'éthique n'est pas récente. Toute organisation soucieuse de pérennité et de viabilité

II. LE DÉVELOPEMENT THÉORIQUE DU CONSTRUIT DE L'ÉTHIQUE

L'éthique comme une réflexion théorique tente de déterminer rationnellement les lignes de conduite [1 et 11]. Elle consiste à assurer les bonnes conduites, à définir les chartes des entreprises et à pousser les dirigeants à réfléchir sur leurs systèmes de valeurs. Elle est ainsi le levier de la conduite de l'action individuelle et collective [3 et 15].

Ainsi, elle se différencie de la morale qui tente de s'aligner aux normes et aux impératifs. Elle est proche de la notion de culture étant donné que la culture affecte le comportement éthique [4]. Un lien est cependant constaté entre l'éthique et les valeurs. La plupart des auteurs se concentrent sur les valeurs pour définir la manifestation de l'éthique [12, 13 et 14].

Selon [7], l'éthique apparaît comme une technique de management qui valorise la rentabilité et couvre la politique d'investissement, la gestion du personnel et imprègnent les relations avec les dirigeants et les partenaires de l'organisation, une tradition qui guide l'action afin de faire des choix pour les différents partenaires de l'organisation et un cadre de référence de la société et des partenaires de l'organisation pour assurer l'institutionnalisation des normes et des valeurs.

L'éthique d'une entreprise regroupe « *un ensemble de principe, de valeurs et de croyances qui dirigent la conduite des individus. Elle est recherche identitaire et a pour ambition de distinguer par une réflexion personnelle, la bonne et la mauvaise façon d'agir* » [4, p102]. De même, selon la théorie des contrats sociaux intégrés les dirigeants de l'entreprise ont l'obligation éthique pour assurer le bien être de la société. Ainsi, l'éthique est composée par :

- La satisfaction des ambitions et des intérêts du dirigeant dans un but de favoriser la rentabilité et la réalisation des objectifs, d'où *l'échelle de préférences du dirigeant*.
- L'agrément des intérêts des partenaires de l'organisation pour nouer des relations de confiance et d'équité et assurer la viabilité de l'organisation, d'où *l'échelle de préférences des parties prenantes*.

- Le contentement des intérêts de la société pour l'adaptation et la responsabilisation d'où *l'échelle de préférence de la société*

De diverses recherches aussi identifient principalement les trois domaines principaux de l'éthique [5, 6 et 7]. L'éthique est ainsi composée par les valeurs qui exposent aussi bien les ambitions des dirigeants, les intérêts des parties prenantes et les attentes de la société.

Conformément à ces perspectives, nous définissons l'éthique « *un guide d'action des comportements et des attitudes des dirigeants, des parties prenantes et de la société permettant l'accomplissement de la prise de décision* ».

A. Les ambitions du dirigeant

Le dirigeant a pour ambition d'assurer la pérennité de l'organisation, la croissance ou le profit. Manœuvré aussi par ses objectifs personnels, il tente souvent de les satisfaire [17]. Cette composante sera nommée l'échelle de préférences du dirigeant [5 et 6].

Or la qualité de la position du dirigeant est aussi d'arbitrer les intérêts des différentes parties prenantes de l'entreprise [18].

B. Les ambitions des parties prenantes

Les parties prenantes sont essentiellement les actionnaires, les salariés, les sous traitants, les fournisseurs et l'environnement [12 et 19]. L'organisation est confrontée à la création des valeurs aux différents partenaires désignées par l'échelle de préférences des parties prenantes.

Cette dernière doit être gérée par le dirigeant, qui est cœur des attentes des *stakeholders*. En se basant sur la responsabilité sociale et dans le but d'atteindre la viabilité de l'organisation, chaque partie prenante reformule des intérêts qui assurent l'éthique organisationnelle [6].

C. Les ambitions de la société

Les pratiques de la société trouvent ses origines dans les pratiques sociales. Chaque société définit ses intérêts,

ses ambitions et ses attentes désignés par l'échelle de préférences de la société [5].

Souvent centralisée sur les traditions [7], les ambitions de la société impliquent les valeurs du code éthique des affaires [20].

Les études empiriques sur l'éthique sont très limitées. La majorité des auteurs ne considèrent pas nécessairement l'éthique comme un construit de composantes alors que d'autres auteurs intègrent des items relatifs à chacune des composantes.

Par exemple, [21] considèrent que le rôle de l'éthique est un moyen pour influencer les comportements des employés éthique et que les individus peuvent être censés agir d'une manière compatible avec les valeurs de l'organisation.

Nous nous proposons les hypothèses suivantes :

H1. Bien que construit de l'éthique est conceptualisé comme étant constitué de composantes distinctes, la covariance entre les items peuvent être pris en compte par un seul facteur.

H2. Les items de l'éthique sont le reflet des facteurs indépendants.

H3. La covariance parmi les items peut être représentée par un ensemble de facteurs, dans lequel chaque facteur représente notamment une composante conceptuelle de l'éthique et chaque élément est réfléchi uniquement d'une seule composante. Les facteurs sont corrélés.

III. MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

A. Echantillon

Dans le cadre de cette étude, le questionnaire représente le mode de collecte des données. Nous avons administré deux questionnaires. Le premier correspond à un pré-test et le second comprend l'échantillon final. Le questionnaire utilise une échelle de Likert à 5 échelons allant de 1 : Totalement d'accord, 2 : D'accord, 3 : Partiellement d'accord, 4 : Pas d'accord et 5 : Pas du tout d'accord.

Un échantillon de 400 entreprises assises en Tunisie était sectionné au hasard dans la base de données de l'API. Seul 256 dirigeants ont accepté de nous répondre, ce qui représente un taux de réponse de 64%. L'administration du questionnaire est directe pour 218 entreprises, soit un taux d'entretien direct de 85%.

B. Mesures

L'échelle de mesure du construit éthique est empruntée de la littérature. Nous avons mesuré cette échelle en suivant le procédé du paradigme de Churchill. Après avoir assuré des entretiens avec les experts, une première correction sur les items a été effectuée. Ensuite, une première analyse a permis d'identifier les composantes de l'éthique et raffiner le construit.

C. Méthode d'analyse

Après avoir assuré une analyse factorielle en composantes principales sur le pré-test et sur l'échantillon final ; nous avons abouti à une variable de l'éthique multidimensionnelle. L'analyse confirmatoire sur le construit de l'éthique nous a permis d'aboutir à un modèle de quatre facteurs.

Une analyse factorielle confirmatoire (Amos 4.0) sur le construit de l'éthique nous a permis d'aboutir à un modèle de quatre facteurs : les échelles de préférences des parties prenantes, de la société, du dirigeant envers lui-même et du dirigeant envers les autres.

Une analyse factorielle confirmatoire auprès de trois modèles de l'éthique nous a permis d'aboutir à un modèle acceptable.

IV. L'ANALYSE DE DONNÉES

A. L'analyse factorielle

La structure de l'éthique lors du pré-test est définie par trois facteurs. Nous avons éliminé les items ayant des communalités faibles. La structure finale de l'éthique, lors de l'échantillon final est définie par quatre facteurs. Nous enregistrons une bonne fiabilité relative à chaque dimension de l'éthique avec une valeur de l'alpha de Cronbach qui dépasse 0,7.

Les items engendrés pour mesurer chaque dimension présentent des contributions factorielles supérieures à 0.6. La valeur propre pour chaque dimension est

supérieure à 1 et les quatre facteurs expliquent plus que 70% de la variance totale.

B. L'analyse factorielle confirmatoire

L'analyse factorielle confirmatoire permet de vérifier l'adéquation du modèle de l'éthique aux données et de tester la fiabilité et la validité. La présentation de l'analyse factorielle confirmatoire présente en premier lieu des résultats insatisfaisants. C'est à travers l'élimination de quelques items sur la base de vérification des SMC (Squared Multiple Correlations) que le modèle s'est nettement amélioré. Cette analyse retient quatorze items qui définissent le construit éthique.

Le modèle de mesure global présente une qualité d'ajustement acceptable. La valeur de Chi deux est significative. La valeur de RMSEA est faible et la valeur de RMR est assez inférieure à 0.08. Les indices incrémentaux ont des niveaux supérieurs à 0.95 et les indices de parcimonie sont très satisfaisants.

Après avoir défini les items composant la structure de l'éthique, nous allons comparer entre trois modèles de l'éthique :

- Un modèle dont le construit est représenté sans facteurs ;
- Un modèle dont les facteurs sont indépendants et ;
- Un modèle dont les facteurs sont corrélés.

Les premières estimations montrent que l'élimination de quelques items améliore nettement la qualité d'ajustement. La structure de l'éthique est désormais définie par 12 items.

Le modèle 1 qui définit la structure par l'ensemble des items présente des indices d'ajustement insatisfaisants. Ces indices indiquent que le modèle doit être révisé pour s'adapter au mieux aux données de l'échantillon.

Le deuxième modèle qui considère que les dimensions sont indépendantes et dont chacune est définie par un ensemble d'items permet d'améliorer les indices d'ajustement. Ce modèle présente des indices d'ajustement satisfaisants.

Un troisième modèle qui présente les facteurs de la structure de l'éthique sont corrélés présente les indices d'ajustement les plus proches des seuils fixés.

Nous pouvons ainsi affirmer que la structure de l'éthique est une structure multidimensionnelle. Les items de l'éthique présentent une structure de quatre facteurs constitutifs et corrélés. Ces facteurs sont définis par l'échelle de préférences du dirigeant envers lui-même, l'échelle de préférences du dirigeant envers les autres, l'échelle de préférences des parties prenantes et l'échelle de préférences de la société. Ainsi H3 est validée.

C. Validité et fiabilité

Nous avons réalisé le test de coefficient d'alpha de Cronbach et le Rhô de Joreskog. Le construit présente une fiabilité de cohérence interne acceptable (rhô de Jöreskog > 0.7) selon les recommandations de [22].

La validité convergente est vérifiée par la vérification du CR qui est supérieur à 1.96. De même, aucun lien structurel n'est supérieur à la variance moyenne des facteurs. Ainsi la validité discriminante est vérifiée selon [23].

V. DISCUSSION ET CONCLUSION

L'objectif de cette recherche est d'identifier les composantes de l'éthique et spécifier le construit. A la différence des recherches antérieures, cette étude spécifie l'éthique en tenant en compte l'ensemble de ses aspects. En effet, elle met en valeur les différentes ambitions du dirigeant, des parties prenantes et de la société.

Une autre caractéristique de notre construit est la délimitation d'une l'éthique par quatre facteurs composants. Cela donne une évaluation approfondie. Malgré ces contributions, plusieurs questions théoriques et méthodologiques concernent l'application de la mesure du construit.

L'éthique est un thème qui peut prendre plusieurs envergures. C'est ainsi, identifier un construit de l'éthique est valorisable pour mieux appréhender le thème. Tout d'abord, l'éthique est représentée par certains traits pris ensemble. Ce qui permet de mieux spécifier la quantification de ce concept au lieu d'indiquer ou non

l'existence d'un code de conduite dans le cadre d'une organisation.

Deuxièmement, les valeurs, comme une portée, peuvent être construites pour couvrir les différents aspects clés de prise de décisions. Il est plus minutieux de constituer une mesure multidimensionnelle, qui est plus fiable pour mesurer l'éthique, plutôt qu'examiner conduite à l'intérieur d'une organisation par un ou deux aspects de l'éthique.

Enfin, la mesure de l'éthique mentionne les capacités d'une organisation en termes de conduite et de prise de décision afin d'assurer un pilotage performant par la satisfaction des ambitions du dirigeant, des intérêts des parties prenantes et des valeurs de la société.

En effet, nos quatre facteurs constitutifs offrent les possibilités d'utiliser chacun d'entre eux indépendamment. La validité et la fiabilité de chaque facteur a été testé et confirmé dans la section d'analyse.

Nos hypothèses de départ étaient rejetées car il fallait réviser le nombre d'items (au début, nous avons 17 items réduits en 15 items lors de l'ACP et 12 items sont testés lors de l'analyse factorielle confirmatoire). De tant plus, la composition de l'éthique est de quatre facteurs étant donné le caractère multidimensionnel des résultats à réaliser.

Les trois hypothèses ont été développées sur la base de la covariance et la corrélation entre les items. Le modèle final représente des indices d'ajustements acceptables. De plus, aussi bien la validité de convergente et celle discriminante ont été confirmées dans cette étude. Le développement et la validation des échelles exigent de nouveaux essais et répétitions [24].

Notre structure construite est le premier test et doit être soumise à des recherches plus poussées. Une recommandation serait de tester les relations causales entre l'éthique et d'autres paramètres organisationnels c vue d'une mesure efficace de la performance organisationnelle. En faisant cela, la validité prédictive peut encore être testée.

En conclusion, l'objectif de cette étude était de développer une mesure pour l'éthique. Bien qu'un travail supplémentaire soit fondamental, en particulier dans le

domaine méthodologie, les résultats obtenus sont alléchants. Les résultats fournissent un cadre de base et, combinés avec les recommandations ci-dessus, ils permettront de frayer un sentier pour d'autres études.

REFERENCES

- [1] Valentine, S., Godkin, L. and Lucero, M. "Ethical context, organizational commitment, and person-organization fit", *Journal of Business Ethics*, Vol. 41, 2001, p. 360.
- [2] Ansoff Igor, *Stratégies du développement de l'entreprise*, Editions d'organisations, 1989.
- [3] Benoit Jacques « Pédagogie de l'éthique : le cœur du développement durable est le développement durable du cœur », Edition EMS Management et Société, 2005.
- [4] Mercier Samuel, « Institutionnaliser l'éthique dans les grandes entreprises françaises ? », *Revue Française de Gestion*, n°136, Novembre Décembre 2001, pp26-34.
- [5] Frioui, Mohamed, *Le cadre institutionnel et la problématique managériale : Cas vivants de management*, Tunis, Yamama, 2006, 164p.
- [6] Gond J.P et Mercier S., « Les théories des parties prenantes : une synthèse critique de la littérature », Actes du 15^{ème} Congrès de l'AGRH, UQAM, Montréal, Septembre, 2004, pp379-399.
- [7] Duhamel A.et Mouelhi N. « Ethique : histoire, politique, application », Québec, 2001, 306p.
- [8] Chapellier P. « Profils de dirigeants et données comptable de gestion en PME », *Revue Internationale PME*, Vol10, n°1, 1997, pp9-41.
- [9] Chumir L. et Parker B. « Gender and situational differences in manager's values : a look at work and home lives », *Journal of Business Research*, n°23, 1991, pp325-335.
- [10] Elias, R.Z. , "The impact of corporate ethical values on perceptions of earnings management", *Managerial Auditing Journal*, Vol. 19 No. 1, 2004, pp. 84-98.
- [11] Russ Jacqueline « La pensée éthique contemporaine », PUF collection, que sais-je ? Presses Universitaires de France, 1994.
- [12] Svensson G, Wood G « The dynamics of business ethics : a function of time and culture, cases and models », *Management Decision*, 41/4, 2003, pp350-361.
- [13] Nique Christian « Pour l'introduction de l'éthique à l'école », *Futuribles*, n°271, Janvier 2002.

International Journal of Business & Economic Strategy (IJBES)
International Conference on Innovation in Business, Economics & Marketing Research (IBEM'14)
Vol.2

- [14] Ferrell O.C., Greshamand L.G. et Faedrich H. J. « A synthesis of Ethical Decision Models for Marketing », *Journal of Macromarketing*, n°11, 1989, pp11-64.
- [15] Pesqueux Y. et Bienfnot Y. (2002) « L'éthique des affaires », Editions d'organisations, Paris.
- [16] Trevino, L.K., Butterfield, K.D. and McCabe, D.L. , "The ethical context in organizations: influences on employee attitudes and behaviors", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 8, July, 1989, pp. 447-76.
- [17] Mzid Imen et Mezghani Lassaâd « Etude de la relation entre le profil du dirigeant de l'entreprise familiale et sa stratégie de développement », *13^{ème} Congrès AIMS*, Normandie, Vallée de Seine, 2-3-4 juin, 2004.
- [18] Zenou Emmanuel « Quelle est la valeur de la pratique managériale du dirigeant : contribution à la connaissance de la création de valeur du dirigeant », *Cahiers de Recherche*, Numéro 2002/03, European International Learning, 2002, 28p.
- [19] Grossmann Jan « Management ethics – Ethical Principles of managers », Bachelor Thesis, Tomas Bata University in Zliné, Faculté d'humanité, 2009.
- [20] IACE « Proposition de code d'éthique des affaires maghrébin », Décembre, élaboré par Mamlouk-ben Ammar Zeineb, Frioui Mohamed et Hassen Majdi, 17p. IACE : Institut Arabe des Chefs d'Entreprise (2009) « Guide de bonnes pratiques de gouvernance des entreprises tunisiennes », Cellule des jeunes membres IACE-CJM, 44p.
- [21] Andrews M.C, Baker T. et Hunt T.G "Values and person-organization fit Does moral intensity strengthen outcomes?", *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 32 No. 1, 2011, pp. 5-19
- [22] Bagozzi, Richard P. and Youjae Yi « On the Evaluation of Structural Equation Models », *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (Spring), 1988, 74-94.
- [23] Fornell C. et Larcker D.F. « Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error », *Journal of Marketing Research*, n°48, 1981, pp39-50.
- [24] Anderson James and Gerbing Davis, «Structural Equation Modeling in Practise: A Review and Recommendation two step approach», *Psychological Bulletin*, Vol 103, N°3, 1998, pp411-423.