

تأثير التسويق الاخلاقي في التوازن الاستراتيجي من خلال القيمة المضافة للجودة
المدرسة/دراسة مسحية تحليلية في عينة من شركات القطاع الصناعي
جامعة بابل- كلية الإدارة والاقتصاد

م.م. مي محمد ظافر

أ.د. عادل هادي البغدادي

uniheadoffice@uobabylon.edu.iq

May.m.dhafer@gmail.com

المستخلص

الغرض: إنّ الهدف الرئيسي للبحث الحالي هو معرفة تأثير التسويق الاخلاقي في التوازن الاستراتيجي من خلال القيمة المضافة للجودة المدرجة في عينة من الشركات العاملة في القطاع الصناعي .

المنهجية/التصميم: صيغت مشكلة البحث من خلال عدة تساؤلات فيما يخص العلاقة بين متغيراتها وطبيعتها والتي على اثرها حددت اهداف البحث التي تمثلت بالمخطط الفرضي وتبلور عنه صياغة الفرضيات التي تم قياسها بالبرنامج الاحصائي المتقدم " نموذج المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى PLS-SEM " بتحليل ما وفرته اداة البحث (الاستبانة) من بيانات بعد تطبيقها على عينة البحث التي جرى اختيارها بطريقة (عمدية قصدية) تمثلت برؤساء الاقسام و الشعب في مستويات ادارية متعددة و وزعت (57) استبانة على شركات القطاع العام و الخاص و استردت (54) وبعد استبعدت (4) غير صالحة ليكون عددها النهائي(50) استبانة.و لتحليل البيانات قامت الباحثة باستخدام عدد من المعادلات الإحصائية في البرنامج الاحصائي المتقدم (SmartPLSV.3) لتحليل البيانات وذلك لندرة البحوث والدراسات التي تستعمل هذا البرنامج ودقة نتائجه و التي من الممكن ان تساعد في التوصل الى استنتاجات موضوعية ودقيقة، فضلا عن استعمال برنامج (SPSSv22) لتقويم أداة القياس ومنها التحليل العاملي التوكيدي، معامل الفا كرونباخ ، معامل التحديد (R^2)،التوزيع الطبيعي للبيانات، الإحصاء الوصفي (متوسط حسابي، انحراف معياري، تباين) ،معامل الارتباط، نمذجة المعادلات الهيكلية.

النتائج النظرية: وجود تصور مبهم لطبيعة العلاقة بين متغيرات البحث الحالي و المتمثلة بالمتغير المستقل التسويق الاخلاقي و المتغير الوسيط القيمة المضافة للجودة المدرجة والمتغير التابع التوازن الاستراتيجي.

النتائج العملية: إنّ أهم النتائج العملية التي توصل اليها البحث تتلخص بوجود علاقة تأثير مباشرة موجبة ومعنوية بين التسويق الاخلاقي التوازن الاستراتيجي لكلا القطاعين وعزز العلاقة بين المتغيرين بعدين فرعيين من المتغير الوسيط في القطاع العام أما في القطاع الخاص فقد تعززت العلاقة بينهما بواسطة ثلاثة متغيرات فرعية لتكون العلاقة بين المتغيرات الثلاثة بالمحصلة النهائية للقطاعين هي علاقة تأثير مباشرة موجبة و معنوية .