

واقع أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

د. العشعاشي تابت أول وسيلة

أستاذة محاضرة بجامعة تلمسان

tabet_wassila@yahoo.fr

أ. بن نامة فاطمة الزهرة

أستاذة مساعدة " أ " بجامعة مستغانم

benamafatima@hotmail.fr

الملخص:

لقد أفرز عصر الإنترنت تحديات أخلاقية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية نتيجة زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات لكون الشبكة الدولية مرفاً غير خاضع للقانون وما يحصل فيها من أعمال مجردة من المبادئ الأخلاقية، فقد ساعدت التجارة الإلكترونية على وجود عدد هائل من المؤسسات التي تمتلك مواقع الكترونية وتقدم عروضها عبرها، مما زاد من حالات القرصنة الواقعة على المعلومات التي تتعلق بمقومات بقاء المؤسسة ، كما أتاحت للبعض ابتكار طرق جديدة للتطفل والتجسس على الزبائن من خلال الإنترنت، و غيرها من الأعمال الالكترونية اللاأخلاقية .

وإن حظوظ الجزائر في التطور في مجال التجارة الالكترونية مرهون بمدى توفر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وتطورها، فالنمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد في تطبيق هذه التجارة.

الكلمات المفتاحية : التجارة الالكترونية ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، أخلاقيات الأعمال ، أخلاقيات التجارة الالكترونية.

Abstract:

The age of internet has engendered ethical challenges for Algérien economic organizations as a consequence of an increase in the rate of competition among organizations , as the international network field isn't subject to law and what happens there of abstract ethical principles , e-commerce has halped find a great number of business organizations that have websites through which they advertise their offers , this has increase piracy on the data concerning the standards of the survival of the organization , this has also given a chance to some people to invent new methods of intrusion and spying on the customers through the internet and other unethical practices.

Algeria has various fortunes to development in the field of e-commerce depend on the availability of information technology and communications and developed ,

The rapid global growth of electronic commerce and the growing international trend to deploy their applications do not leave Algeria's no room for hesitation in applying these trade .

Keywords: E-commerce, information technology and communications, Algérien economic organization - business ethics, ethics of e-commerce.

المقدمة:

إن التطور الحاصل في البيئة العالمية على جميع الأصعدة رافقه العديد من المخروقات الأخلاقية التي نتجت عن ضعف الاهتمام بالمعايير الأخلاقية في ممارسات الكثير من المؤسسات الاقتصادية لأنشطتها، كل تلك التجاوزات أثارت اهتمام المهتمين بضرورة التفكير بالطرق المناسبة لضمان سيادة الأبعاد والمقومات الأخلاقية سعياً للتكيف وضمان البقاء في بيئة الأعمال بوساطة مجموعة مزايا تنافسية أخلاقية.

وهذا لا يخرج عن إطار التجارة الإلكترونية التي أصبحت المبادئ الأخلاقية فيها مطلوبة أكثر من التجارة التقليدية، فرغم المزايا الإيجابية التي حققتها إلا أنها خلقت مجموعة من التحديات لبعض المؤسسات التي واجهت بسببها مزيد من الضغط التنافسي، فأصبحت التجارة الإلكترونية من الوسائل الرئيسية لتبادل المعلومات والخبرات والمنتجات ما بين مختلف القطاعات وعبر البلدان المختلفة، و دعمت قدرة المؤسسات في الاستفادة مما وفرته من سهولة ويسر ودقة في ممارسة أعمالها، مما قاد إلى أن تفقد بعض المؤسسات العديد من زبائنها بسبب المنافسة الشرسة، مما جعلها أمام ضغوط مستمرة والتي قد تقودها إلى ممارسات غير أخلاقية لتحقيق أهدافها ودعم قدراتها في تحقيق الميزة التنافسية.

في ضوء ذلك يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

و تنفرع عن هذه الإشكالية المطروحة عدة تساؤلات فرعية يسعى البحث إلى معالجتها:

- ما هي القواعد الأخلاقية التي يمكن الإشارة إليها عند ممارسة التجارة الإلكترونية ؟
- هل بالإمكان اتخاذ القرارات الأخلاقية في عمليات التجارة الإلكترونية في ظل بيئة شديدة التنافس؟
- ما هو واقع أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ؟

أهمية البحث: يكتسب البحث أهميته كونه يعتمد الربط بين المدخل الأخلاقي و التجارة الإلكترونية، كما تنبع أهمية البحث من الدور الكبير الذي تلعبه أخلاقيات الأعمال في دعم كفاءة وفاعلية التجارة الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية و خاصة الجزائرية.

أهداف البحث:

- تسليط الضوء على موضوع أخلاقيات التجارة الالكترونية باعتبارها من المواضيع المعاصرة في إدارة الأعمال .
 - إظهار الدور الذي تلعبه أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية .
 - الكشف عن واقع أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية .
- ومن أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة و للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، و منهج دراسة الحالة باستخدام برنامج SPSS. و لتأكيد ذلك سوف نتطرق إلى المحاور التالية:
- المحور 1 : واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر.
- المحور 2 : واقع و أفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر .
- المحور 3: حقيقة أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

المحور 1: واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر

اتجهت أهداف السياسة العامة للجزائر في السنوات الأخيرة إلى بناء مجتمع المعلومات ويظهر هذا من خلال الخطاب الرسمي للمسؤولين و البرامج التنموية الهادفة إلى تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

1/ مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

1.1/ تعريف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

تمثل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات جميع الاستعمالات من حواسيب و شبكات اتصال و أجهزة تداول المعلومات سلكية و لاسلكية ، و تتمثل هذه التكنولوجيا عادة في أجهزة الاتصال من هاتف و فاكس و انترنت.¹ كما تعرف على أنها² : مجموعة من الأجهزة و الأدوات التي توفر عملية تخزين المعلومات و معالجتها، و من ثم استرجاعها و كذلك توصيلها عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم و استقبالها من أي مكان في العالم.

2/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في الجزائر:

تبرز الجهود التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة لما تملكه الدولة من كفاءات في هذا المجال ومن جهة أخرى تعتبر السوق الجزائرية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في أوج تطورها تزامنا مع نمو متوقع معتبر لأهمية السوق الجزائرية في المغرب العربي فيما يخص الإمكانيات، ويبدو أن انفتاح الجزائر و إقبالها نحو العالم التكنولوجي المتطور سيتحقق من خلال إنجاز مشروع المدينة الجديدة الذي سوف يتجسد في إنجاز الحظيرة المعلوماتية التي تضم 10 مشاريع ، وتأتي هذه المشاريع والبرامج في تنمية الاتصالات وتحرير المبادرات واقتصاد السوق لفتح المجال للمنافسة أمام الشركات الخاصة

والعمومية ، وقد ثمنت الحكومة أي مبادرات شراكة تبرم بين شركات جزائرية أو جزائرية و أجنبية ، من جهة أخرى يأتي اتفاق الشراكة بين مؤسسة "أياد" مع مؤسسة "تيليكوم الجزائر" لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي في مجال تكنولوجيايات الاتصال عن طريق الشراكة.³

لكن رغم المعطيات التي تكشف مدى الاهتمام الحكومي والمؤسسي بمجال المعلوماتية، كشفت إحدى الدراسات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن وجود تأخر كبير في اكتساب هذه الوسائل في الجزائر مقارنة بالمغرب وتونس، ويرجع هذا التأخر إلى نقص أو غياب شبه تام لثقافة نشر التكنولوجيا وكذا النقص الواضح في الخطوط الهاتفية ويضاف إلى ذلك ضعف مستوى التأهيل لدى السكان.

وما يزيد في اتساع الرقعة التطور الذي رافق استعمال الهاتف النقال في الجزائر، ففي سنة 2004 بلغ أكثر من 4 ملايين مشترك، في حين ارتفع إلى أكثر من 7 ملايين مشترك سنة 2007⁴، ومع نهاية 2009 قدر عدد المشتركين بالتدفق السريع في العالم 466.6 مليون مشترك، و إلى غاية 2010 أحصت اتصالات الجزائر 03 مليون مشترك في الهاتف الثابت و حسب سلطة ضبط البريد و الاتصالات السلوكية الجزائرية فإنه تم تسجيل أكثر من 35 مليون زبون في الهاتف النقال إلى غاية نوفمبر 2011 و بلغت نسبة الاشتراك 95% من سكان البلاد في خدمات المتعاملين الثلاثة للهاتف النقال⁵، أما في سنة 2014 بلغ استعمال الهاتف النقال 45 مليون مشترك منهم 8 مليون في الجيل الثالث أي كثافة اشتراك بنسبة 115 %.⁶

3/ مؤشرات تطور قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر:

إن حظوظ الجزائر في التطور في مجال التجارة الالكترونية مرهون بمدى توفر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تطورها، فقد كان تطور بعض مؤشرات قطاع التكنولوجيا الحديثة كالآتي:

1. الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات IDI: تظهر نتائج الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أن هذا الرقم كان 2.65 سنة 2008 على سلم يتراوح بين 1 و 10 ، و لكن على الرغم من التقدم الذي حققته الجزائر في نمو هذا المؤشر إلا أنها سجلت تأخرا كبيرا في تبني التغيرات التكنولوجية مقارنة مع جيرانها العرب فقد احتلت المرتبة 14 عربيا و 100 عالميا في ترتيب العالم حسب مؤشر الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لسنة 2008.⁷

و تظهر نتائج الرقم القياسي لتنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أنه كان 3.30 سنة 2012 محتلة بذلك المرتبة 114 عالميا ، و في سنة 2013 ارتفع الرقم إلى 3.42 محتفظة بنفس الرتبة و هي 114 عالميا من 166 دولة، و المرتبة 13 عربيا .⁸

2. سلة أسعار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات IPB : من المعروف أن طبيعة العلاقة بين تكلفة تكنولوجيا المعلومات والإقبال عليها هي علاقة عكسية، فكلما انخفضت الأسعار زادت إمكانية الاستفادة من هذه التكنولوجيا، مما يتيح فرصة كبيرة لتطبيق التكنولوجيات الحديثة في المجال التجاري، و قد قابلت قيمة أسعار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الجزائرية لسنة 2009 حوالي 2.43 % من متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي الإجمالي ، حيث تمكنت الجزائر من احتلال مراتب مشرفة على سلم المجتمع المعرفي ، حيث احتلت المرتبة السابعة عربيا و 64 عالميا، أما بالنسبة لسنة 2010 انخفض سعر خدمات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الصعيد العالمي بنسبة 18 % بين عامي 2008 و 2010 و حصل أكبر انخفاض في خدمات الإنترنت ذات النطاق العريض ، أما الجزائر فقد غابت عن التقرير الدولي حول أسعار خدمات تكنولوجيا المعلومات و كانت الجزائر قد تديلت قائمة الدول في مجال سرعة تدفق الإنترنت وسرعة التحميل التي نشرته مؤخرا مواقع مختصة في دراسة نفاذ تكنولوجيا وأسعار هذه الأخيرة عالميا، وغياها عن قائمة الدول المعلن عنها من طرف الاتحاد الدولي للاتصالات كان له عواقبه رغم سلسلة الندوات والمؤتمرات التي أشرفت عليها الجزائر.⁹

3. مؤشر الاستعداد الإلكتروني: جاء في التقرير الذي أعده المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع وكالة "إنسياد" وحمل عنوان مزايا ومخاطر البيانات الضخمة "big data" أن الجزائر تعاني تخلفا في تكنولوجيات وتقنية المعلومات، حيث كانت جل المؤشرات الخاصة بالجزائر في مراتب متأخرة مقارنة بدول الجوار، وجاءت مختلف المؤشرات التي قام على أساسها التقرير في غير صالح الجزائر حيث إن مؤشر جاهزية الشبكة حل في الترتيب 129 لسنة 2014 وتقدم بنقطتين عن سنة 2013، حيث حلت الجزائر المرتبة 131 عالميا والحادية عشر إقليميا في مؤشر الجاهزية الشبكية للعام 2013، مسجلة نتيجة 2.78 جاء ذلك في التقرير السنوي الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع جامعة إنسياد (INSEAD) تحت عنوان "تقنية المعلومات للعام 2013" ، بهدف تقييم استعداد الدول لاستغلال الفرص التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

4. رقم أعمال قطاع الاتصالات : إن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات آخذة في التوسع والانتشار في الجزائر بشكل كبير ومن بين الدلائل على هذا التطور هو نمو إيرادات ومداخيل هذا السوق، حيث تضاعف رقم الأعمال المحقق من هذا القطاع منتقلا من 24.3 مليار دينار في سنة 2000 إلى 285 مليار دينار سنة 2009 ، و بلغ 290 مليار دج في سنة 2010، ويشمل الرقم مجموع المتعاملين الناشطين في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، أي الهاتف النقال والثابت، وكذا مانحي خدمات الإنترنت، و بلغ 5.5 مليار دولار سنة 2012 ، ويقدر برنامج تأهيل المنشآت القاعدية للاتصالات السلكية واللاسلكية وربط الزبائن بالشبكة ب 3 ملايين دولار

خلال الفترة الممتدة ما بين سنتي 2010 و 2014، فينبغي الإقرار بأهمية مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الناتج الداخلي الخام¹⁰.

المحور 2: واقع و أفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر

1/ مفهوم التجارة الإلكترونية:

1.1/ تعريف التجارة الإلكترونية: يعد مفهوم التجارة الإلكترونية مفهوم عام يشمل كل أشكال الأعمال المنفذة بواسطة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما تعرف على أنها¹¹: نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع و شراء السلع و الخدمات و المعلومات ، كما يتيح الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع و الخدمات، و يمكن تشبيهها بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون و الوسطاء و المشترون و تقدم فيه المنتجات و الخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية .

و تعرف بأنها¹²: القيام بعمليات الشراء و البيع المدعمة بالوسائل الإلكترونية، و بصفة أساسية من خلال الانترنت و تعتبر الأسواق الإلكترونية بمثابة الأماكن الخاصة بهذه التجارة.

2.1/ أشكال التجارة الإلكترونية :¹³

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال (B to B): يستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض.

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك (B to C): بظهور التسوق على الإنترنت أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان.

التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية (B to A): بتوسع النشاط التجاري فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية الحكومية.

التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية الحكومية: (C to A): يتضمن العديد من الأنشطة مثل دفع الضرائب و استخراج الأوراق و المستندات إلكترونيا.

3.1/ متطلبات التجارة الإلكترونية: يتطلب انتشار التجارة الإلكترونية المتطلبات اللازمة لتحقيقها ومن هذه المتطلبات:¹⁴

البنية التحتية الإلكترونية: يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور البنية التحتية للاتصالات والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الفاكس، الهاتف، الإنترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، رأس المال البشري... الخ.

التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية: وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التوقيع الإلكترونية التي تتلاءم مع طبيعة التجارة الإلكترونية.

توفر الكوادر البشرية: يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الإنترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الإلكتروني.

الضرائب: تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة.

2/ واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الإلكترونية إلا أن الجزائر لم تسن لحد الآن قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية ومع ذلك فقد سنت بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الإلكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنت، أو المواد المتعلقة بالجريمة الإلكترونية أو تلك المتعلقة بالملكية الفكرية خاصة وأن عدة شركات عالمية تصنف الجزائر كإحدى أكبر المناطق التي ترتفع فيها الجريمة الإلكترونية.¹⁵

قد لا ترد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر لكن مؤشرات وملاحظات تظهر جليا، فقد ظهر العديد من المواقع الإلكترونية مثل موقع واد كنيس OUEDKNISS.COM ، يقدم هذا الموقع عدة خدمات متميزة تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها، كما يوفر مساحات إخبارية لمختلف الشركات، ومواقع أخرى كموقع www.dzsoq.dz وموقع دي زاد ديل www.dzdeal.dz وموقع كليو ديلي www.cliodiali.dz دون أن ننسى خدمات موقع بريد الجزائر عبر الشبكة.¹⁶

1.2/ البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

1. شبكة الانترنت: تجاوز عدد مستعملي الانترنت 11 مليون مستخدم سنة 2014 كما تضاعف عدد نوادي الانترنت بشكل كبير، وأضحت الشركات الاقتصادية والهيئات العمومية أكثر اهتماما بالتواجد على الإنترنت عبر مواقع إلكترونية خاصة بها.

2. مزودي خدمات الانترنت و المقاهي و المواقع الالكترونية: شهد عدد مقدمي خدمات الانترنت تطورا مذهلا و إن توفر السوق الجزائرية على هذا العدد الكبير من المزودين ستكون له آثار ايجابية على تحسين جودة وأسعار خدمات الانترنت.

أما بالنسبة لمقاهي الانترنت تؤكد إحصائيات وزارة البريد و تكنولوجيا المعلومات في سنة 2014 وصل عدد مقاهي الانترنت إلى حوالي 16000 مقهى، فمقاهي الانترنت تساهم بقدر كبير في تطوير التجارة الالكترونية الجزائرية، أما فيما يخص المواقع الالكترونية تشير الإحصائيات إلى أن عدد المواقع الالكترونية الجزائرية بلغ حوالي 45000 موقع سنة 2014.¹⁷

3. أجهزة الحاسوب: من بين أهم مستلزمات تطبيق التجارة الالكترونية هو توفر أجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الانترنت، فقد شهد قطاع الحاسوب تغييرات متسارعة حيث بلغ عدد أجهزة الحاسوب 25000 فقط سنة 1990 وبلغ 47160 سنة 2008 .

4. الشبكات الهاتفية الثابتة و النقالة: فعلى الرغم من نمو عدد المشتركين في الهاتف الثابت إلا أن هذه التكنولوجيا تنمو ببطء شديد في الجزائر و ما يؤكد ذلك هو تراجع عدد الخطوط الهاتفية الثابتة ، حيث أكدت سلطة ضبط البريد و الاتصالات في تقرير لها أن العدد الإجمالي للمشاركين في الهاتف الثابت بالجزائر بلغ 3.098 مليون مشترك في 2014 مقابل 3.59 مليون مشترك في 2013 متراجعا بنسبة 13% في حين قارب عدد المشتركين في الانترنت 1.6 مليون مشترك خلال نفس الفترة مرتفعا بنسبة 24,64ر %. ¹⁸

أما بالنسبة للهاتف النقال في سنة 2014 فقد بلغ 45 مليون مشترك منهم 8 مليون في الجيل الثالث أي كثافة اشتراك بنسبة 115% إلى غاية 30 نوفمبر 2014 ، ويؤكد هذا المعدل أن الهواتف النقالة هي أكثر شكل من أشكال التكنولوجيات الحديثة انتشارا في الجزائر .¹⁹

الجدول رقم 1: التطور السكاني وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2005- 2014 :

السنوات	عدد المستخدمين	التعداد السكاني	النسبة %
2005	1920000	31.795.500	0.2
2007	2,460,000	33.506.567	7.3
2008	3,500,000	33.769.669	10.4

12	34.178.188	4,100,000	2009
13.6	34.586.184	4,700,000	2010
14	37,367,226	5,230,000	2012
16.5	36,486,000	6,020,190	2013
28.4	38,700,000	11,000,000	2014

المصدر: سحقي نعيمة- الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات - مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية - جامعة البويرة 2014/2015 - ص 70.

المحور 3: حقيقة أخلاقيات التجارة الإلكترونية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

1/ ماهية أخلاقيات الأعمال:

1.1/ تعريف أخلاقيات الأعمال:

عرفها "ROBBINS , COULTER" على أنها: ²⁰ مجموعة من المبادئ و المعايير التي تحكم سلوك الأفراد والجماعات و تساعدهم في تحديد الشيء الصحيح و الخاطئ و من ثم تحديد الكيفية التي يتم بها إنجاز الأشياء الصحيحة.

و عرفت بأنها: ²¹ سلوك ملتزم بالجوانب الأخلاقية و القيمية المعبرة عن الثقة و الشفافية والصدق و الابتعاد عن التمييز و المراوغة، حيث يؤدي إلى نتائج مرضية لجميع الأطراف عبر اعتماد وسائل و أدوات مشروعة .
إن أخلاقيات الأعمال تشير بأنه يوجد مبادئ أو قواعد محددة يجب احترامها، و التي ينتج عنها خصائص أعمال المنظمة، و يمكن تعريفها بأنها تحليل وسائل تطبيق المعايير الأخلاقية للأفراد في قراراتهم الملموسة المتخذة داخل المنظمة. ²²

2.1/ أهمية أخلاقيات الأعمال :

إن الالتزام بالمبادئ و السلوك الأخلاقي يعتبر ذو أهمية بالغة لمختلف شرائح المجتمع، فأهم الفوائد التي يمكن أن تحصل عليها منظمات الأعمال جراء التزامها بالمنظور الأخلاقي: ²³
- في إطار المنظور الحديث يوجد ارتباط إيجابي بين الالتزام الأخلاقي و المردود المالي الذي تحققه المنظمة، و إن لم يكن ذلك على المدى القصير فانه بالتأكيد سيكون واضحا على المدى الطويل .
- تعزيز سمعة المنظمة على صعيد البيئة المحلية و الدولية مما له الأثر الإيجابي على مردوديتها.

- إن الالتزام بالأبعاد الأخلاقية للعمل يضعها في إطار المصلحة الذاتية المستتيرة.
- إن الحصول على شهادات عالمية خاصة مثل " ISO 9000، ISO 14000 " يقتزن بالترام المنظمة بالعديد من المعايير الأخلاقية، بالتالي تحمل في طياتها إقراراً بمضمون أخلاقي.

2/ أخلاقيات التجارة الإلكترونية

1.2/ جوانب الالتزام بالأخلاقيات في التجارة الإلكترونية:

رغم أن ما يميز أسلوب التجارة الإلكترونية وجود درجة عالية من التفاعلية بين طرفي التعامل، إلا أن الخيارات المتاحة لتوثيق الصفقات قد تكون محدودة لوجود قدرة كبيرة في تغييرها أو تقليدها بسبب عدم وجود أي وثائق متبادلة في تنفيذ المعاملات، وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما، مما يفتح الباب أمام قضية قانونية كبيرة مثل الإثبات القانوني مما جعلها عائقاً أمام الثقة في التجارة الإلكترونية، وتعطي التجارة الإلكترونية القدرة والإمكانية لتنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة مما يتطلب التزام أخلاقي أكبر ولكل مرحلة من مراحل تنفيذ الصفقة، أما للسلع المادية فإن الالتزام بنود العقد يمثل البعد الأخلاقي الذي يشمل النوعية ووقت التسليم ومدة الضمان وغيرها من القضايا التي ترافق تنفيذ العقد²⁴.

2.2/ أخلاقيات الأعمال في إطار شبكة الإنترنت :

إن شبكة الإنترنت لا تعدّ مرفأً دقيقاً ومضبوطاً لأخلاقيات الأعمال الجيدة، فهي مكان غير خاضع للقانون تتم فيه الكثير من العمليات المجردة من المبادئ الأخلاقية، ووجود حالات سوء الاستعمال لمضامين المناخ الأخلاقي مثل الاستقامة والآداب واللياقة السليمة، وإن التفاعل مع الشبكة العنكبوتية أتاح للبعض ابتكار طرق جديدة للتطفل والتجسس على الزبائن ، لذلك يتوجب على المنظمات أن تصنف المعلومات الشخصية للزبائن في محافظ ضمن المواقع الإلكترونية لا سيما وأن تلك المعلومات تعدّ بمثابة الذهب التسويقي للمنظمة ولأجل تقليص الآثار السلبية لحالات قرصنة المعلومات في إطار شبكة الإنترنت أضحت كل أنواع المنظمات التي تهدف إلى الربح والتي لا تهدف إليه أمام تحدي جديد فرض عليها إنفاق الكثير من الأموال والجهد والأوقات لتقلص من حالات القرصنة الواقعة على المعلومات التي تتعلق بمجالات أو مقومات بقائها.²⁵

3.2/ أخلاقيات التجارة الالكترونية في الجزائر:

ان اغلب الجرائم الالكترونية المعالجة من طرف المصالح الأمنية في هذا المجال محصورة في قرصنة بعض الهاكرز الجزائريين لحسابات بنكية وأرقام بطاقات حسابات جارية وتحركات جنسية وابتزاز وتهديد بالشهير، و يواجه المتسوقون الجزائريون عبر الانترنت مخاوف من عمليات النصب والاحتيال في ظل تزايد عدد الشركات الوهمية للتسوق الالكتروني وارتفاع معدلات الجريمة الإلكترونية وتفاقم الهجمات التخريبية، في ظل غياب قوانين حكومية فعالة من شأنها أن تضبط المعاملات التجارية وتؤمن عمليات البيع والشراء الإلكترونيين خاصة وان اغلب الجزائريين يجهلون كيفية إتمام المعاملات. وهو الأمر الذي انعكس سلبا على التجارة الالكترونية في الجزائر، حيث أن ظاهرة الاحتيال والنصب عبر الانترنت تحاك خيوطها عبر أكثر من وسيلة وتمر عبر البريد الإلكتروني أو الإتصال الهاتفي، وتستهدف شريحة واسعة من الأشخاص.²⁶

3/ حقيقة التجارة الالكترونية بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

1.3/ المواقع النشطة في ميدان التجارة الالكترونية بالجزائر: يعتقد الكثير من الجزائريين عدم تواجد مواقع للتجارة الالكترونية بالجزائر، إلا أن هذا لم يعد صحيحا في السنوات الأخيرة، إذ انه بات واضحا أن هذه المواقع بدأت بتثبيت مكانها لدى مقدمي خدمات الانترنت، و هناك عدد كبير من المواقع التي تلقى إقبالا كبيرا من طرف الزائرين الجزائريين، و حتى من طرف المؤسسات الاقتصادية التي اعتمدت عليها في العمليات الاشهارية الحديثة، و من بين المواقع النشطة في ميدان التجارة الالكترونية بالجزائر: موقع واد كنيس، موقع أيباد، موقع الخطوط الجوية الجزائرية، واب ديانا، موقع أسواق الجزائر، الشهاب، موقع صنع في الجزائر، موقع بيت الجزائر، موقع ماستر الجزائر للتجارة الإلكترونية، موقع اشريلي، موقع كتب دي زاد..... و غيرها من المواقع.²⁷

2.3/ المؤسسات الاقتصادية الجزائرية و واقع التجارة الالكترونية فيها :

أفادت النتائج الأولية للإحصاء الاقتصادي الوطني، الذي تم خلال سنة 2011 والذي أعلن عنها الديوان الوطني للإحصائيات، أن القطاع التجاري يطغى على النشاط الاقتصادي في الجزائر، حيث احتل القطاع التجاري المرتبة الأولى بـ 528.328 مؤسسة، أي ما يعادل 55.1 % من مجموع المؤسسات التي تم إحصاؤها، أما قطاع الخدمات فيأتي في المرتبة الثانية كأحد أهم النشاطات الاقتصادية في الجزائر بـ 325.440 مؤسسة، لكن لم ترد أي إحصائيات بأي شكل من الأشكال عن عدد المؤسسات الاقتصادية التي تتعامل بالتجارة الالكترونية في الجزائر.²⁸ ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة 2010 بينت نتائجها أن العديد من المؤسسات

الجزائرية لا تهتم بتسويق نشاطاتها الاقتصادية على شبكة الإنترنت، حيث أن نسبة ضئيلة جدا من المؤسسات تمتلك مواقع إلكترونية يقتصر استغلالها غالبا على تقديم بعض المعلومات العامة عن المؤسسة ومنتجاتها، بعيدا عن استغلال الإمكانات التجارية التي تمنحها شبكة الإنترنت وإن هذه الشبكة التي تعد القاعدة الأساسية للتجارة الإلكترونية وعمودها الفقري، والنفاذ إليها بمثابة أولى الخطوات لممارسة هذه التعاملات التجارية الإلكترونية، لا تتعدى نسبة المؤسسات الجزائرية المتصلة بها 20%.²⁹

و بالإضافة إلى ضعف نسبة المؤسسات الجزائرية المرتبطة بشبكة الانترنت فإن أغلبها لا يتجاوز استعمال المستوى الثاني في تطبيق التجارة الإلكترونية أي أنها تمتلك صفحات معلومات فقط على الشبكة في حين أن القليل منها فقط يمتلك مواقع كاملة و هذا بسبب ارتفاع تكلفة خدمة الموقع ، كما أن المعاملات الإلكترونية الجزائرية لا تبلغ نهايتها بانجاز جميع مراحل الصفقة بسبب وجود ثغرات قانونية كالاقرار بالوثائق الإلكترونية و التوقيع الإلكتروني و عوائق تقنية تمثل في غياب وسائل الدفع الإلكتروني ، و بالتالي فان التجارة الإلكترونية لم تنطلق فعلا في الجزائر ، و بهذا تبقى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بعيدة كل البعد عن التطورات العالمية في هذا المجال.³⁰

3.3/ تصنيفات التجارة الإلكترونية في بعض المؤسسات الجزائرية:

تتجه غالبية معاملات التجارة الإلكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة و هما التعامل بين الشركات والمستهلكين، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض:³¹

1. التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين " B2C " : لقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الإنترنت، وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الإنترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية " B2C " التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار، واقتصاد الوقت والتكاليف.

2. التجارة الإلكترونية بين الشركات " B 2 B " : بدأت بعض المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الإلكتروني، ولكن بمستويات مختلفة، فهناك مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الإنترنت مع مؤسسات أخرى، إلا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الإلكترونية تركز على العلاقة مع الزبائن " B 2 C " في حين هنا ك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات " B 2 B " .

4/ أخلاقيات التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية:

ان الجزائر تلتزم بتنفيذ إعلان مبادئ وخطة عمل جنيف وبرنامج عمل تونس بشأن مجتمع المعلومات، و تعمل عبر استراتيجيتها الإلكترونية للجزائر لعام 2013 على تطوير إطارها القانوني باعتباره محورا رئيسيا خاصة في مجال الحفاظ على بيانات الهوية والبيانات الشخصية والخصوصية وحماية المعاملات الإلكترونية من أعمال التخريب والإجرام.

ومن ناحية أخرى، فإن الجزائر التي تدعم بقوة البرنامج العالمي للأمن السيبراني الذي بدأه الاتحاد في ماي 2007، تعرب عن رغبتها في أن ترم قريبا جداً اتفاقاً بشأن نقل خبرة الاتحاد في هذا المجال. كما تؤيد الجزائر بشدة مبادرة حماية الأطفال على الشبكة الإلكترونية التي أطلقت في الجزء رفيع المستوى من دورة العام 2008 لمجلس الاتحاد الدولي للاتصالات.³²

و الجزائر من بين الدول المهددة بالقرصنة و الجريمة الالكترونية، و نجاح مشروع الحكومة الالكترونية مرهون بتطوير برامج الحماية و الاستفادة من التجارب الدولية و الخبراء الجزائريين في هذا الميدان. و في هذا الإطار يرى احد الخبراء و المستشارين في الأمن المعلوماتي وضع مقارنة وطنية شاملة للوقاية من القرصنة الالكترونية و حماية المؤسسات و الهيئات العمومية، و لاحظ أن الجزائر تطور مقارنة " دفاعية " من خلال شراء تجهيزات الحماية في حين أن المقاربة المحومية تعد ضرورة لمواجهة كل التهديدات .³³

الدراسة الميدانية:

1. منهجية الدراسة الميدانية: لقد قمنا بإتباع أسلوب دراسة الحالة في دراستنا الميدانية و كان ذلك بعدة بنوك و مواقع الكترونية والتي تتعامل بالتجارة الالكترونية ، و قمنا باستخدام البرنامج الإحصائي المعروف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " spss version 22 " لتحليل البيانات التي تحصلنا عليها من خلال الاستبيان الالكتروني، و قد تضمن الاستبيان مقدمة حيث تم فيها التعريف بعنوان البحث وأهميته و التأكيد على سرية المعلومات التي سيتم جمعها ، معلومات شخصية عن مدير المؤسسة أو المسؤول عن التسويق في المؤسسة ، ثم تضمنت الاستمارة عبارات و الأسئلة المتعلقة بمتغيرات البحث و هي:

1. الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات 2. الإفصاح عن المعلومات و المنتجات. 3. سلامة المنتجات والخدمات 4. المصادقية في الإعلان 5. العدل في التسعير. 6. الالتزام بمواعيد التسليم 7. كسب ميزة تنافسية 8. واقع التجارة الالكترونية في الجزائر .

و تم استخدام " مقياس ليكرت LIKERT SCALE " و هذا المقياس مكون غالبا من 5 خيارات متدرجة على النحو التالي: 1. غير متوفر إطلاقا 2. غير متوفر 3. محايد 4. متوفر 5. متوفر بشكل جيد

عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة في 36 مؤسسة منها 20 موقع الكتروني جزائري و 16 بنك ، حيث وزعت الاستثمارات عن طريق البريد الالكتروني و قمنا بتوزيع 50 استمارة استرجع منها 36 استمارة فقط ، حيث أصبحت صالحة للدراسة .

ثبات أداة الدراسة: تم التأكد من الاتساق الداخلي للمقياس عن طريق اختبار " كرونباخ ألفا " وكانت 0.607 % مما يدل على أن أداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات .

متغيرات الدراسة :

متغير الدراسة المستقل: يتمثل في أخلاقيات التجارة الالكترونية، و يشمل:

- الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات
- الإفصاح عن المعلومات للمنتجات و الخدمات
- سلامة المنتجات و الخدمات
- المصادقية في الإعلان
- العدل في التسعير
- الالتزام بمواعيد التسليم

متغير الدراسة التابع : يتمثل في الميزة التنافسية .

2/ تحليل نتائج الدراسة :

المحور 1: الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات

الجدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب المحور الأول

AXE1

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	4,00	23	63,9	63,9
	4,25	11	30,6	94,4
	4,50	2	5,6	100,0
Total	36	100,0	100,0	

المصدر: نتائج spss

يبين الجدول تكرارات الإجابات المختلفة للمحور الأول، حيث نلاحظ أن أكبر التكرارات هو 23 و هو الذي يمثل الإجابة 4 أي " متوفر " بقيمة و نسبته 63.9 % و هي تمثل أكبر نسبة مما يعني أن الشركة تلتزم أخلاقيا عند إبرامها لصفقاتها التجارية.

و يتابع نفس الطريقة و ذلك من خلال استخراج جدول التكرارات لكل سؤال، ثم لكل محور من محاور الاستمارة تم الحصول على النتائج التالية بالنسبة لبقية المحاور:

المحور2: الإفصاح عن المعلومات و المنتجات: بينت النتائج أن معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقوم بالإفصاح عن المعلومات للمنتجات و الخدمات التي تقدمها و ذلك عبر مواقعها الالكترونية.

المحور3: سلامة المنتجات و الخدمات : بينت النتائج أن معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقدم منتجات و خدمات سليمة و ذات جودة عالية.

المحور4:المصادقية في الإعلان: بينت النتائج أن إعلانات معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تتمتع بمصادقية عالية فهي لا تقوم بالخداع و التضليل و السعي وراء الربح دون الاهتمام بالاعتبارات الأخلاقية.

المحور5:العدل في التسعير : بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عادلة في تسعيرها لمنتجاتها و تقدم عروض لأسعار منخفضة وذات جودة عالية مع تكلفة إنتاج تنافسية .

المحور6: الالتزام بمواعيد التسليم: بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تقوم بالتسليم في الوقت المحدد وبالمواصفات المطلوبة، و تقوم بالاستجابة الفورية لطلبات العملاء .

المحور 7: كسب ميزة تنافسية: بينت النتائج أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لها علاقات وثيقة مع الزبائن و تحرص على كسب رضاهم وولائهم مما ينجم عنه زيادة في الأرباح وزيادة الحصة السوقية و بالتالي تعزيز قدراتها التنافسية.

3/ تحليل و إختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة : من أجل معرفة علاقة الارتباط بين الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات و تعزيز القدرة التنافسية قمنا بقياس معامل الارتباط بيرسون بين المحور الأول و المحور السابع و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم 3: معامل الارتباط بين المحور الأول و المحور السابع

		Corrélations	
		AXE1	AXE7
AXE1	Corrélation de Pearson	1	,845
	Sig. (bilatérale)		,034
	N	36	36
AXE7	Corrélation de Pearson	,845	1
	Sig. (bilatérale)	,034	

N	36	36
---	----	----

المصدر: نتائج spss

نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين المحورين موجبة و مساوية ل 0.845 عند مجال ثقة قدره 95% و بالتالي توجد علاقة ارتباط بين الالتزام الأخلاقي عند إبرام الصفقات و تعزيز القدرة التنافسية. و قمنا بإتباع نفس الطريقة و ذلك من خلال قياس معامل الارتباط بيرسون بين بقية المحاور و المحور السابع ووجدنا أنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أخلاقيات التجارة الالكترونية و تعزيز القدرة التنافسية في المؤسسة. إلا أن إستخدامات التجارة الإلكترونية في بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لم تتجاوز المستوى (البدائي) الذي يشمل أنشطة الإعلان و الترويج و الوصول للمعلومات و الدفع عند التسليم و لم تصل بعد إلى المستوى الثاني و المتمثل في الدفع الفوري الإلكتروني و الذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية و التحويلات النقدية على شبكة الإنترنت .

الخاتمة:

لا شك أن تطور استخدام التجارة الالكترونية خلق عدة إشكاليات مما يستوجب توفير الأمان و الثقة في معاملات التجارة الالكترونية من خلال إيجاد جهات تعمل على التأكد من صحة البيانات الواردة في عقود التجارة الالكترونية و توفير الثقة والأمان اللازمين لتطورها، وإن ما تقدمه التجارة الإلكترونية من إمتيازات و ما تركز عليه من تكنولوجيات يجعلنا نفكر فيما نستطيع أن نضيفه للإقتصاد الجزائري مستقبلا و ذلك من إختصار وقت طويل ينجر عنه توسع الفجوة بينه و بين إقتصاديات الدول المتقدمة والدول العربية السائرة في ركب التطور

و إن من أهم النتائج المتوصل إليها في هذا البحث:

- الالتزام الأخلاقي ينتج عنه أثار ربحية في الجانب الاقتصادي كما أن الالتزام بأخلاقيات التجارة الالكترونية يؤدي إلى كسب ميزة تنافسية للمنظمة.

- معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تلتزم بأخلاقيات الأعمال عند ممارستها التجارة الالكترونية، لكن بالرغم من انتشار التجارة الالكترونية في العالم إلا أن السلطات الجزائرية لم تنفطن إلى ضرورة اعتمادها كتقنية قانونية متطورة للتجارة إلى حد الآن .

- إن معظم الشركات الجزائرية المشتركة في خدمة الإنترنت تستخدمها كوسيلة للإعلان عنها و هذا ما لاحظناه عند إطلاعنا على بعض المواقع للشركات الجزائرية و جدنا أنها تقوم بعرض البيانات الرئيسية عن الشركة كعنوانها و طبيعة نشاطها و أرقام وسائل اتصالها لكن القليل منها فقط يقدم عرض لمنتجاتها عبر الشبكة .

قائمة المراجع:

1. زكريا مطلق الدوري ، احمد علي صالح - إدارة الأعمال الدولية - منظور سلوكي و استراتيجي - دار البازوري - عمان - 2009.

2. صالح العامري ، منصور الغالي - المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ، الأعمال و المجتمع - دار وائل للنشر - الطبعة الأولى - 2008.

3. محمد عبد العظيم أبو النجا - التسويق المتقدم - الدار الجامعية - الإسكندرية - 2008.

4. مصطفى يوسف كافي - التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة - دار رسلان - سوريا - 2009.

5. ناصر خليل - التجارة و التسويق الإلكتروني - دار أسامة - عمان - 2009 .

6. André Boyer -l'impossible éthique des entreprises - éditions d'organisation -2002

رسائل الماجستير و الدكتوراه:

1. مسعود جماني - أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية و تنافسية المؤسسة - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير - تخصص إدارة الأعمال - 2008.

2. حرز الله فؤاد حسن الحكومة الالكترونية في الجزائر : دراسة في إمكانية التطبيق - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية - جامعة محمد خيضر ، بسكرة - 2013.

3. سمية ديمش - التجارة الالكترونية حقيقتها و واقعها في الجزائر - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية - جامعة منتوري ، قسنطينة - 2010/2011.

4. سحقي نعيمة- الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات - مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية - جامعة البويرة 2014/2015.

5. محمد مولود غزيل -معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل معالجتها - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية- جامعة تلمسان -2009/2010 .

الملتقيات و المجلات:

1. بختي إبراهيم - صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتنمية و تطوير الأداء - المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات 08/09 مارس 2005 - جامعة ورقلة .

2. بلعلياء خديجة ، معموري صورية - دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال- الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة.

3. ثامر البكري ، احمد هاشم سليمان - " أخلاقيات الإدارة في منظمات الأعمال و انعكاساتها على التجارة الالكترونية " - المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة و الإبداع - جامعة العلوم التطبيقية - الأردن - 15-2005/03/16 .

4. حسين شنيبي - واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر ، مصر و الإمارات خلال الفترة 2000-2010 دراسة مقارنة - جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - مجلة الباحث - عدد 09/2011.

5. الاتحاد الدولي للاتصالات- تقرير قياس مجتمع المعلومات 2014، ملخص تنفيذي.

6 .المنتدى العالمي لسياسات الاتصالات (WTPF-09)- وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات-
P:\ARA\SG\CONF-

(268916)SG\WTPF09\INF\008A.W11

المواقع الالكترونية:

2015/09/15 تاريخ الاطلاع : <http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR>

2015/09/15 تاريخ الاطلاع : <http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR>

http://www.echoroukonline.com/ara/mobile/articles/253007.html تاريخ الاطلاع :

2015/11/20

تاريخ الاطلاع : <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/144377.html?u=5001>
2015/11/20

تاريخ الاطلاع : <http://www.djazairess.com/setif/5366>
2015/11/20

تاريخ الاطلاع : <http://dalaam.maktoobblog.com/>
2015/08/13

تاريخ الاطلاع : <http://www.djazairess.com/>
2015/10/04

تاريخ الاطلاع : <http://www.aps.dz/ar/sante-science-tech/>
2015/10/04

تاريخ الاطلاع : <http://www.akhersaa-dz.com/news/107652.html>
2015/08/13

تاريخ الاطلاع : <http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=204746%3Fprint>
2015/11/22

تاريخ الاطلاع 2015/09/19. <http://www.startimes.com/f.aspx?t=23085439> - موقع الجزائر من التجارة الالكترونية -
<http://www.startimes.com/f.aspx?t=23085439>

معن وعد الله المعاضيدي - أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية . -doc .
www.iefpedia.com

¹ بختي إبراهيم - صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و علاقتها بتنمية و تطوير الأداء - المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات 08/09 مارس 2005 - جامعة ورقلة.

² بلعلياء خديجة ، معموري صورية - دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في اكتساب مزايا تنافسية في منظمات الأعمال - الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة.

³ تاريخ الاطلاع : <http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR>
2015/09/15

⁴ تاريخ الاطلاع : <http://www.staralgeria.net/t7937-topic#ixzz3ipNVOFBR>
2015/09/15

⁵ حرز الله فؤاد حسن الحكومة الالكترونية في الجزائر : دراسة في إمكانية التطبيق - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية - جامعة محمد خيضر ، بسكرة - 2013 - ص 71.

⁶ تاريخ الاطلاع : <http://www.echoroukonline.com/ara/mobile/articles/253007.html>
2015/11/20

- ⁷ سمية ديمش - التجارة الالكترونية حقيقتها و واقعها في الجزائر - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية - جامعة منتوري ، قسنطينة - 2011/2010 - ص226.
- ⁸ الاتحاد الدولي للاتصالات- تقرير قياس مجتمع المعلومات 2014، ملخص تنفيذي - ص 09.
- ⁹ تاريخ الاطلاع : <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/144377.html?u=5001> : 2015/11/20
- ¹⁰ تاريخ الاطلاع : 2015/11/20 <http://www.djazairess.com/setif/5366>
- ¹¹ ناصر خليل - التجارة و التسويق الالكتروني - دار أسامة - عمان - 2009 - ص 28 .
- ¹² محمد عبد العظيم أبو النجا - التسويق المتقدم - الدار الجامعية - الإسكندرية - 2008 - ص 320 .
- ¹³ مصطفى يوسف كافي- التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة- دار رسلان - سوريا- 2009 - ص 105.
- ¹⁴ مسعود جماني - أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية و تنافسية المؤسسة - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير - تخصص إدارة الأعمال - 2008 - ص 59.
- ¹⁵ تاريخ الاطلاع : 2015/08/13 <http://dalaam.maktoobblog.com/>
- ¹⁶ حسين شنيبي - واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر ، مصر و الإمارات خلال الفترة 2000-2010 دراسة مقارنة - جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، الجزائر - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - مجلة الباحث - عدد 09 / 2011 - ص 71.
- ¹⁷ محمد أنور المصري - موقف الجزائر من التجارة الالكترونية - <http://www.startimes.com/f.aspx?t=23085439> تاريخ الاطلاع 2015/09/19.
- ¹⁸ تاريخ الاطلاع 2015/10/04 <http://www.djazairess.com/>
- ¹⁹ تاريخ الاطلاع 2015/10/04 <http://www.aps.dz/ar/sante-science-tech/>
- ²⁰ معن وعد الله المعاضيدي - أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية . -doc . www.iefpedia.com
- ²¹ زكريا مطلق الدوري ، احمد علي صالح - إدارة الأعمال الدولية - منظور سلوكي و استراتيجي - دار اليازوري - عمان - 2009 - ص 434 .
- ²² André Boyer -l'impossible éthique des entreprises - éditions d'organisation - 2002 -p 04

- ²³ صالح العامري ، منصور الغالي - المسؤولية الاجتماعية و أخلاقيات الأعمال ، الأعمال و المجتمع - دار وائل للنشر - الطبعة الأولى - 2008 - ص 136
- ²⁴²⁴ ثامر البكري ، احمد هاشم سليمان - " أخلاقيات الإدارة في منظمات الأعمال و انعكاساتها على التجارة الالكترونية " - المؤتمر العلمي الرابع حول الريادة و الإبداع - جامعة العلوم التطبيقية - الأردن - 15 - 2005/03/16 .
- ²⁵ معن وعد الله المعاضيدي - أخلاقيات منظمات الأعمال و المزايا التنافسية الأخلاقية doc - www.iefpedia.com
- ²⁶ تاريخ الاطلاع: <http://www.akhersaa-dz.com/news/107652.html> 2015/08/13
- ²⁷ محمد مولود غزيل - معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل معالجتها - أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية - جامعة تلمسان - 2010/2009 - ص 303.
- ²⁸ تاريخ الاطلاع: <http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=204746%3Fprint> 2015/11/22
- ²⁹ سحقي نعيمة - مرجع سابق - ص 75.
- ³⁰ سحقي نعيمة - مرجع سابق - ص 93.
- ³¹ سمية ديمش - مرجع سابق - ص 230.
- ³² المنتدى العالمي لسياسات الاتصالات (WTPF-09) - وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - (268916)P:\ARA\SG\CONF-SG\WTPF09\INF\008A.W11
- ³³ حرز الله فؤاد حسن - مرجع سابق - ص 142.