



الصيرفة الإلكترونية كأحد متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

Electronic banking as a requirement for implementing E-commerce

سليم لعقون^(*) 1، محمد بن زهية²

salimaggoune@yahoo.fr 1 جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر

med_benzahia@yahoo.fr 2 جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر

تاريخ الاستلام: 2023/05/12 تاريخ القبول: 2023/11/30 تاريخ النشر: 2023/12/31

Abstract

Banking institutions have recently witnessed a tangible development in the field of financial and banking service, represented by conducting operations through electronic communication networks, which made banking work more flexible, dynamic and speedy in providing financial services.

In order to take note of the subject of the research, the research paper was divided into three axes, where the first axis deals with the concept of electronic banking, while the second axis deals with the concept of electronic commerce, and finally the requirements for adopting electronic banking to

الملخص:

لقد شهدت المؤسسات المصرفية في الآونة الأخيرة تطوراً ملموساً في مجال الخدمة المالية والمصرفية متمثلة بإجراء العمليات من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، الأمر الذي جعل العمل المصرفي أكثر مرونة وديناميكية وسرعة في تقديم الخدمات المالية، وأصبحت الصيرفة الإلكترونية وتحقيق متطلباتها محور اهتمام حقيقي لتفعيل التجارة الإلكترونية.

ولإحاطة بموضوع البحث تم تقسيم ورقة البحث إلى ثلاث مباحث، حيث يتناول المبحث الأول مفهوم الصيرفة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فيتطرق إلى مفهوم التجارة

(*) تم إرسال المقال من حساب سليم لعقون salimaggoune@yahoo.fr

activate electronic commerce were dealt with in the last axis.

Keywords: E-banking; E-commerce; E-commerce requirements; E-commerce activation.

الإلكترونية، وأخيرا تم تناول متطلبات اعتماد الصيرفة الإلكترونية لتفعيل التجارة الإلكترونية في المبحث الأخير.

كلمات مفتاحية: صيرفة إلكترونية، تجارة إلكترونية، متطلبات التجارة الإلكترونية، تفعيل التجارة الإلكترونية.

1. مقدمة:

تُعتبر الصيرفة الإلكترونية من المواضيع التي استحوذت على جزء كبير من الدراسة لدى الاقتصاديين والباحثين، فهي الأساس الذي تركز عليه مجالات تحديث وعصرنة الإدارة المصرفية، وللوصول إلى تقديم خدمات ذات جودة والتميز في تشكيلة المنتجات المصرفية التي توفرها للعملاء، حيث أنّ الاهتمام بالصيرفة الإلكترونية كان مدخلاً أساسياً للمصارف بسبب التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التطور العلمي والتكنولوجي المتسارع، انتشار تقنية المعلومات وشبكة الإنترنت التي شهدها العالم أجمع.

إذ تعد هذه الأخيرة (التقدم التكنولوجي) من أهم العناصر التي ساهمت في بروز أنماط جديدة من المعاملات والنشاطات في مختلف المجالات، لهذا كان لابد للمصارف من تغيير مفهوم الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية حديثة بسبب نمو متسارع على الخدمة المصرفية الإلكترونية، حيث ساهمت في لجوء عدد كبير من المصارف إلى معاملات الإلكترونية والتوسع في استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية متطورة.

تكمن أهمية الدراسة في طرحها لأحد أهم المواضيع التي تهتم بها اغلب الدول، ألا وهو الصيرفة الإلكترونية ومحاولة تطوير وسائل الدفع الإلكترونية التي تُعد كأحد آليات الفعالة لتدعيم وازدهار التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية المتعددة التي تُتيحها، والتي جاءت نتيجة التطور في التكنولوجيا خصوصاً أنظمة الاتصال والانترنت، من خلال تعريف الصيرفة الإلكترونية وأهميتها ومحاولة

تقديم مفهوم التجارة الإلكترونية ونظرة المشرع الجزائري إليها وذلك في ظل تطبيق قانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وأخيراً محاولة إبراز متطلبات اعتماد الصيرفة الإلكترونية لتفعيل التجارة الإلكترونية.

من هذا المنطلق يمكن صياغة الإشكالية في السؤال الجوهرى التالي :

ماهي متطلبات اعتماد الصيرفة الإلكترونية لتفعيل التجارة الإلكترونية؟

لمعالجة هذا الموضوع تمّ اتباع المنهج الوصفى التحليلي كونه يتماشى مع طبيعة الموضوع، وذلك بالاعتماد على الكتب، المقالات والأطروحات ذات الصلة بالموضوع، أين تم استقراء بعض النصوص القانونية المنظمة للصيرفة الإلكترونية أهمها قانون التجارة الإلكترونية 18-05 وتحليلها، إضافة إلى بعض المواد المستخرجة من الأوامر وكذلك مواد القانون التجارى.

2. المبحث الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

نتيجة لتطورات الهائلة في السوق المعلوماتية والاتصالات أثرت بشكل كبير على قطاع المصارف، مما جعل هذه الأخيرة يتواكب بسرعة عمليات التطور والارتقاء بالعمل المصرفي، أدى إلى تعديل صياغة المفاهيم حول النظم المصرفية وتطبيقاتها للتكنولوجيا وسنعرض في هذا الجانب مختلف المفاهيم الواردة للعمل المصرفي الإلكترونية من خلال تعريفه وتبيان أهميته على النحو التالي.

1.2 تعريف الصيرفة الإلكترونية

عرفت الصيرفة الإلكترونية من الناحية الفقهية اهتماما واسعا من قبل الباحثين والمفكرين حيث تباينت التعاريف المحددة للصيرفة الإلكترونية تبعاً لتطور التكنولوجيا وتطبيقاته في المصارف ولعل أهم التعاريف هي:

تُعرف الصيرفة الإلكترونية على أنّها " القيام زبائن البنك بإدارة معاملاتهم وأعمالهم المصرفية من المكتب أو المنزل أو في أي مكان آخر وفي أي وقت يريدون عبر شبكة الاتصالات إلكترونية أو الأنترنت".¹

تُعرف أيضاً على أنّها " إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون

¹ مسعودي عبد الهادي، "الأعمال المصرفية الإلكترونية"، دون طبعة، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، 2016، ص 20.

العميل مضطراً للتنقل إلى المصرف إذا أمكنه القيام بالأعمال من مصرفه من أي مكان وفي أي زمان".¹ كما نجد تعريف آخر للصيرفة الإلكترونية على أنّها: "هي العمليات المصرفية الإلكترونية فهي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفق للشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال عملاء بها".²

وتُعرف كذلك الصيرفة الإلكترونية على أنّها "كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية أو الضوئية كالهاتف أو الحاسوب والصراف الآلي والإنترنت والتليفزيون الرقمي وغيرها وذلك من قبل البنوك أو المؤسسات المالية وكذلك تغير عن العمليات التي تجريها مصدر البطاقات الإلكترونية وأيضا المؤسسات التي تعتمد التحويل النقدي الالكتروني".³

يُلاحظ من خلال ما سبق أنّه تُوجد تعاريف عديدة للصيرفة الإلكترونية تتمحور في معنى واحد، إلّا أنّ كيفية صياغتها تختلف وفقاً لمنظورات الباحثين والمختصين المختلفة في هذا المجال، رغم تلك الاختلافات، إلّا أنّ جميع التعاريف تركز على العلاقة بين الزبائن والمصرف إلكترونياً وكيفية إدارة حساباته أو إنجاز معاملاته المالية المتعلقة بالمصرف باستخدام وسائل الإلكترونية، فالصيرفة الإلكترونية هي خدمات:⁴

- ✓ تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة؛
- ✓ تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية؛
- ✓ عبر الحدود ولا تعرف قيود جغرافية.

بالنسبة للمشرع الجزائري لم يتطرق على غرار غيره من التشريعات إلى الصيرفة الإلكترونية في قانون

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، "الخدمات المصرفية الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 55.

² محمد الصيرفي، "إدارة العمليات المصرفية العادية وغير العادية الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016، ص 213.

³ راضية مصداق، زهرة بودبودة، "التحويل نحو الصيرفة الالكترونية، كآلية التفعيل التجارة الالكترونية"، مجلة المنهل الاقتصادي، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، المجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021، ص 256.

⁴ مسعودي عبد الهادي، المرجع السابق، ص 22.

التجاري ولا في أي قانون آخر، وإنما فقط اكتفى بالإشارة إليها في سياق القانون 18_05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹ من خلال مصطلح منصات الدفع الإلكترونية أين اعترف المشرع بهذه الوسائل الإلكترونية في الفصل السادس من الباب الثاني حيث أقر في المادة 27 في الفقرة 02 من هذا القانون بأنه:

"عندما يكون الدفع الكترونياً فإنه يتم من خلال منصات دفع متخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصرياً من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية." وجاء في الفقرة الثالثة من نفس المادة أنه:

"يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصرياً عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية." كما نجد أن مشروع القانون النقدي والمصرفي قد أشار ضمن نصوصه إلى السعي في التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية، إذ تنص المادة 63 من المشروع على إنشاء بنوك رقمية و هيئات تسمى "مقدمو خدمات الدفع - Psp"، والتي يمكن تأسيسها على شكل شركة أسهم أو شركة أسهم مبسطة أو شركة ذات المسؤولية المحدودة، ونص المادة 89 التي جاء فيها: يرخّص مجلس النقد والقرض بإنشاء بنوك استثمارية والبنوك الرقمية.

ويعتبر هذا المشروع إصلاح جديد ومكمل للإصلاحات التي تخص النظام المصرفي الجزائري التي باشرتها الحكومة الجزائرية، والذي يحمل في طياته إجراءات فعالة في تسهيل وسرعة العمليات المالية، لجعله يتماشى مع التحولات والتغيرات التي تعرفها البيئة المصرفية المحلية والدولية".

أهم التعديلات التي جاء بها مشروع القانون النقدي والمصرفي الجديد، هو إلغاء الأمر 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003، المتعلق بالنقد والقرض، إضافة إلى تعزيز حوكمة وصلاحيات كل من بنك الجزائر، ومجلس النقد والقرض، واللجنة المصرفية، والبنوك والمؤسسات المالية، أيضاً توسيع صلاحيات مجلس النقد

¹ القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر ، عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018، ص8.

والقرض مما يمكنه من مرافقة التحولات التي تشهدها البيئة المصرفية، حيث توسع صلاحياته لاعتماد البنوك الاستثمارية، والبنوك الرقمية ومقدمي خدمات الدفع والوسطاء المستقلين ويرخص بفتح مكاتب الصرف. بناءً على ما تم التطرق إليه من مختلف التعاريف للصيرفة الإلكترونية، فإنه يمكن تحديد تعريف شامل على أنّ الصيرفة الإلكترونية "هي استعمال عملاء البنك مختلف الوسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للحصول على كافة الخدمات بطريقة إلكترونية بسرعة ودقة وبأقل تكلفة وجهد".

2.2 أهمية الصيرفة الإلكترونية

في ظل السعي نحو التجارة الإلكترونية فإنّ من بين أهم مزايا الاتجاه نحو الصيرفة الإلكترونية التي تتميز بها المصارف الإلكترونية، والتي تميزها عن المصارف التقليدية ما يلي:¹

✓ إنّ عالم الوساطة المالية في عمومها عرف تحولاً نوعياً غير إلى حد كبير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في السنوات الأخيرة، حيث عرف تطور القطاع المصرفي تطوراً ملحوظاً ويرجع ذلك لعاملين أساسيين:

- أهمية ودور الوساطة المالية بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية، في مجالي التجارة والاستثمار والناجمة عن عوامة الاقتصاد والأسواق؛
- ثورة التكنولوجيات الجديدة في الاعلام والاتصال وعوامة الأسواق المالية والمصرفية أو ما يعرف بالصدمة التكنولوجية؛

✓ إنّ التقدم التكنولوجي هو من بين أهم العوامل المساعدة في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية والعمل على تحسين استغلال التقنية الإلكترونية في المنظومة المصرفية الحديثة ومواجهة منافسة المصارف الأجنبية الشديدة خصوصاً فيما يتعلق بجذب العملاء.

✓ تقديم خدمات مصرفية جديدة تضاف إلى تلك التقليدية منها، أين تعمل المصارف

¹ توجي سامية، " الصيرفة الإلكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مجلد12، العدد 22، أبريل 2020، ص 81.

الإلكترونية على تقديم جميع الخدمات المصرفية التقليدية مع توفير خدمات جديدة عن طريق شبكة الانترنت، من بين أمثلة عن الخدمات المصرفية عبر الإنترنت نجد:

- ❖ عمليات الدفع الإلكتروني؛
- ❖ الاطلاع على صور الشيكات والفواتير؛
- ❖ التأمين على الحياة وعلى الممتلكات الشخصية والتجارية؛
- ❖ تجارة الأوراق المالية.

✓ قدرة المصارف الإلكترونية في استقطاب شريحة أوسع من العملاء، دون تقييد بالمكان أو زمان معين، حيث تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع بما يوفر راحة للعميل، وتوفير الوقت والجهد؛

✓ ساهمت الصيرفة الإلكترونية من تطوير دور البنوك في ظل التجارة الإلكترونية من دورها التقليدي كوسيط مالي إلى دورها كوسيط ثالث تجاري بين البائع والمشتري، كما تم اعتماد هذه الأخيرة على مختلف الوسائل الإلكترونية إضافة إلى استخدام الواسع لشبكة الانترنت والتي أصبحت على قدر كبير من الأهمية مما أدى إلى تحسين وتنويع الخدمات المصرفية.¹

كما نجد للصيرفة الإلكترونية أهمية بالغة لدى عملاء المؤسسات المالية والبنكية ولعل أهمها ما يلي:²

✓ إنّ الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تيسير التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار مما يؤدي إلى نجاح والبقاء في السوق المصرفية؛

✓ يُساهم الإنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؛

✓ أصبحت توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة ارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، وفق لذلك سيقوم العملاء بمقارنة بين

¹ راضية مصداق، زهرة بودودة، المرجع السابق، ص 257.

² هاني وجيه العطار، " التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 136.

خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الانترنت عامل منافس قوي في جذب العملاء؛

✓ استخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال المصارف؛

✓ تخفيض المصرف للتكاليف من خلال إنشاء مواقع له على شبكة الانترنت بدلاً من إنشاء فرع جديد للمصرف مما يكلفه من مباني وأجهزة وكفاءات بشرية إدارية، إضافة إلى أن تسويق المصرف لخدماته من موقعه على شبكة الانترنت يساعده أكثر على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته لتؤهله إلى مستوى معاملات تجارية عالمية. معدلة

✓ المساهمة في توسيع التجارة الإلكترونية من خلال دمج شبكة الانترنت وموقع البنك وماكينات الصراف الآلي مما يسهل من تطبيقات التجارة الإلكترونية، وتسهيل التبادل التجاري الإلكتروني بين الشركات من خلال توفير المعلومات، فمن خلال تأسيس البنك مواقع على شبكة الإنترنت يُمكنه من تسويق لمنتجاته وخدماته ويُساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة، وهو ما يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية في السوق المصرفية وتُؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية، حيث يتم:¹

- تقليص من التكلفة والوقت؛
- تمكين البائعين من عرض منتجاتهم والمشتريين من زيارة الموقع؛
- تحصيل الفواتير بشكل الإلكتروني؛
- قيام البنك بتوزيع الفواتير على مواقع العملاء غير شبكة الإنترنت من أجل مراجعتها وسدادها؛
- قيام البنك بتحصيل الأموال إلكترونياً وتسليم الحسابات لأصحاب الفواتير وذلك دون أي تعامل ورقي.

¹راضية مصداق، زهرة بودودة، المرجع السابق، ص 257.

3. المبحث الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية

تُعد التجارة الإلكترونية أحد الأنظمة العالمية الجديدة التي انتشرت عبر مختلف دول العالم، ونظراً لأهميتها فقد سعت العديد من الهيئات والمنظمات على إرساء قواعدها، فهي تُعبر عن العديد من الأنشطة المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما أدى إلى تنوع أشكال التجارة الإلكترونية، وعليه نتطرق إلى تعريف التجارة الإلكترونية، واستخلاص أهم خصائصها وإبراز مزاياها.

1.3 تعريف التجارة الإلكترونية

تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية وذلك حسب الرؤية الشخصية للقاتل للتعريف وحسب العناصر التي تركز عليها المفاهيم والتعاريف، وحسب تعدد أسواق الانترنت وتزايد سرعة تطور علاقتها المتشابكة. ويمكن أن نذكر منها:

1.1.3 التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

تستند التجارة الإلكترونية إلى "تبادل المعلومات التجارية والحفاظ على العلاقات التجارية ودعمها وتنفيذ المعاملات التجارية من خلال الشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية لربط المتعاملين التجاريين". فهي بذلك تعرف على أنها "جميع الأنشطة التجارية التي تتم باستخدام شبكات الكمبيوتر مثل الانترنت بما في ذلك تبادل المراسلات الإلكترونية وكذلك ترويج أو بيع المنتجات والخدمات على الويب".¹ كما تُشير التجارة الإلكترونية "إلى استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية للعمليات التجارية من بيع وشراء، نقل أو تبادل المنتجات والخدمات وحتى المعلومات بين مختلف المتعاملين التجاريين سواء بين قطاعات أو تجار الأعمال، الأفراد أو المستهلكين، أو الحكومات" فالتجارة الإلكترونية هي " مصطلح يستخدم لوصف عملية صفقات تجارية عبر الانترنت".²

تُعرف كذلك التجارة الإلكترونية على أنها " نشاط اقتصادي الذي يقدم أو يكفل من خلاله الشخص

¹ François Bédard, «L'agent de voyages à l'ère du commerce électronique : Une profession à réinventer», Presses de l'Université du Québec, Canada, 2001, p 22.

² Amir manzoor, «E-commerce», Lambert Academic Publishing, Siusse, 2010, P2.

توريد السلع أو الخدمات عن بعد إلكترونياً".¹ حيث يفهم أن التجارة الإلكترونية مجموعة من العمليات المتعلقة بإنتاج الثروة وتوزيعها واستهلاكها.

2.1.3 التعريف التشريعي للتجارة الإلكترونية

لقد أدركت التشريعات على الصعيد الدولي والداخلي ضرورة مواكبة التطور الحاصل في مجال المعاملات الإلكترونية، بشكل عام وفي التجارة الإلكترونية، فأصدرت قوانين تنظم التجارة الإلكترونية.

أ. تعريف المنظمات للتجارة الإلكترونية

تُعرف اللجنة الأوروبية التجارة الإلكترونية على أنها " أداء أعمال إلكترونياً، حيث تقوم على أساس تبادل إلكتروني للبيانات المكتوبة كانت أو مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بمحتويات الرقمية ومحتويات إلكترونية للأموال والفواتير الإلكترونية ومزادات التجارية وعمليات التسويق والخدمات ما بعد البيع وهي تشمل كلا من السلع والخدمات وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية".²، حيث يلحظ من هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية تشمل كل العمليات التجارية من بيع، شراء... إلخ، وتشمل أيضاً الأنشطة التقليدية وغير التقليدية.

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فقد عرفت على أنّ التجارة الإلكترونية: " تشير إلى جميع أشكال المعاملات المتعلقة بالأنشطة التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات على حد سواء المعتمدة على معالجة والنقل البيانات إلكترونياً بما في ذلك النصوص والأصوات والصور، كما تشير إلى الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات والعمليات التي تسهل وتنظم النشاطات التجارية"³، حيث دل مصطلح التجارة الإلكترونية بصفة عامة على جميع أشكال المعاملات ذات الصلة

¹ Joseph Emmanuel Yayi Lipem, « *Quel régime juridique du commerce électronique dans les pays francophones d'Afrique subsaharienne ?* », l'Harmattan, Paris, 2018, P 30.

² احمد بوراس، السعيد بريكة، " أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر"، دون طبعة، دار الكتاب الحديث القاهرة، 2014، ص 27.

³ François Bédard, *Op. Cit.*, p 22.

بالنشاطات التجارية.

ويتفق هذا التعريف مع التعريف الذي حددته الجمعية الفرنسية للتجارة الإلكترونية والتبادلات التجارية الإلكترونية على أنها "هي مجموعة كاملة للعلاقات غير المادية التي تربط الوكلاء الاقتصاديين مع بعضهم البعض، وبالتالي يمكن أن ترتبط التجارة الإلكترونية بالسلع المادية والافتراضية".¹

في حين أعطت المنظمة التجارة العالمية تعريفاً واسعاً للتجارة الإلكترونية حيث تشير إلى عمليات إنتاج المنتجات أو الخدمات وترويجها وبيعها من خلال شبكة الاتصالات، كأمثلة عن المنتجات الموزعة إلكترونياً الكتب، الموسيقى ومقاطع الفيديو المنقولة عبر خطوط هواتف أو الإنترنت²، وقدمت المنظمة التجارة العالمية تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: " مجموعة متكاملة من العمليات عقد الصفقات وتأسيس روابط تجارية وتوزيع وتسويق وبيع منتجات عبر شبكة الإنترنت".³

أيضاً تعرف الهيئة الأوروبية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة بأن التجارة الإلكترونية: " هي النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال".⁴

في حين لم يضع القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية تعريفاً للتجارة الإلكترونية، ولكن اقتصر فقط على تعريف رسالة البيانات بموجب المادة 2 الفقرة أ على أنها " المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها وتسليمها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل متشابهة مثل تبادل البيانات الإلكترونية أو بريد الإلكتروني أو التلكس أو النسخ البرقي"، كما عرفت مصطلح تبادل البيانات الإلكترونية بموجب المادة 2 الفقرة ب على أنها "نقل المعلومات إلكترونياً من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام نظام متفق عليه

¹Mostafa Hashem Sherif, « **Palements électroniques sécurisés** », Presses Polytechniques et Universitaire Romandes, Suisse, 2007, P2.

²D'Organisation mondiale du commerce, « **Comprendre l'OMC** », 4eme Edition Les Publications de l'OMC, Genève, Suisse, 2008, p 74.

³ محمد عبد الله شاهين محمد، " التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو"، الطبعة الأولى، دار حميثرا للنشر، القاهرة، مصر، 2017، ص 16.

⁴علي إبراهيم بخي، "التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2008، ص 41.

لتكوين المعلومات".¹

يتضح أنّ لجنة الأونسيترال قد سعت لترك تعريف التجارة الإلكترونية مفتوحاً لتشمل أي نشاط تجاري عبر تقنيات. الذي اعتمد على مصطلحات المعلومات وطرق تبادلها إلكترونياً. وتعرف كذلك بأنها إنجاز وإتمام الأعمال التجارية عبر استخدام الشبكات وباستخدام نظم الحاسب الآلي وبحيث تغطي التجارة الإلكترونية الأعمال التي تتم داخل الشركات أي الوظائف الداخلية للإدارة، أو الوظائف الخارجية للشركة مع باقي الشركات أو العملاء، مثل وظائف المدير وعمليات التسويق والتمويل والإعلان والتفاوض والترويج وتقديم خدمات ما بعد البيع.²

ب. تعريف المشرع الجزائري للتجارة الإلكترونية

رغم أهمية التجارة الإلكترونية إلا أنّ المشرع الجزائري لم يعطي لها اهتمام لإصدار القوانين المنظمة للممارسة التجارة الإلكترونية وتنظيم المسائل المتعلقة بها، عكس بقية التشريعات المختلفة، حيث إلى غاية سنة 2018 واستجابة لمطالب الملحة من قبل مختلف الفاعلين الاقتصاديين بسبب التطور الهائل التكنولوجي الذي شهدته كل الدول تحتم على المشرع الجزائري تكييف القوانين الوطنية مع القواعد الدولية، وبالتالي تم إصدار قانون التجارة الإلكترونية خاص بها، تضمن عدة جوانب جاءت في شكل أبواب ومواد تمحورت عموماً حول تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات.

عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية بموجب القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية السالف الذكر من خلال المادة رقم 6 الفقرة الأولى أنّها "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

من خلال تعريف الذي قدمه المشرع الجزائري يلاحظ أنّه حصر النشاط التجاري الإلكتروني على شخص قانوني تمثل في المورد الإلكتروني، الذي يختلف في مركزه القانوني على التاجر التقليدي المحدد في

¹ قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية من دليل التشريع 1996، ص 4.

² علي عبد الودود صديق الشريف، أثر التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات - دراسة حالة مجموعة شركات معاوية البرير في الفترة ما بين 2010 - 2020، أطروحة دكتوراه في فلسفة إدارة الأعمال، جامعة شندي، 2021، ص 45.

القانون التجاري، رغم ممارسته جزئياً لوسائل الاتصال الإلكتروني لغرض الترويج سلعه، لتحقيق معاملاته التجارية التقليدية الموجهة للمستهلك الإلكتروني، الذي تم تعريفهما في نفس المادة في الفقرة الثالثة والرابعة كما يلي: بأن المورد: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، في حين أنّ المستهلك: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من مورد إلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

كما نجد أنّ المشرع الجزائري حدد إطار تشريعي تنظيمي للممارسة التجارة الإلكترونية في القانون رقم 05-18 السالف الذكر من خلال المادة رقم 3: غير أنّه تُمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي:

- ✓ لعب قمار والرهان واليانصيب؛
- ✓ المشروبات الكحولية والتبغ؛
- ✓ المنتجات الصيدلانية؛
- ✓ المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعة أو التجارة؛
- ✓ كل سلع أو خدمة محضرة بموجب التشريع المعمول به؛
- ✓ كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما.

بناءً على ما تم التطرق إليه من مختلف التعاريف للتجارة الإلكترونية، فإنه يمكن القول أنّ التجارة الإلكترونية تقوم على:

- ✓ نظام متكامل يتعلق بالتعاملات التجارية؛
- ✓ تعامل تجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات عبر الوسائل الإلكترونية؛
- ✓ تعامل تجاري يتضمن تبادل البيانات والمعلومات عبر الوسائل الإلكترونية؛

✓ التبادل الإلكتروني؛

✓ استعمال الوسائل الإلكترونية المقدمة كوسيلة لتوزيع الخدمات والسلع.

2.3 خصائص التجارة الإلكترونية

من خلال ما سبق تقديمه من التعاريف الفقهية والتشريعية يمكن استخلاص العديد من خصائص التي تنسم بها التجارة الإلكترونية التي تميزها عن التجارة التقليدية وتمثل أساساً في:¹

✓ عدم وجود مكان محدد يتلاقى فيه البائعون والمشترون وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الإنترنت أي عن بعد، وبالتالي انعدام العلاقة المباشرة بين الأطراف، لأن التلاقي يتم عبر شبكة الاتصالات؛

✓ تعتمد على ركائز الكترونية في تنفيذ معاملاتها حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونياً دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات، كونها تعتمد على التبادل الإلكتروني للبيانات والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقانونية وكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى وبالتالي فعملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة؛

✓ تساعد التجارة الإلكترونية على إنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات؛

✓ تتمتع التجارة الإلكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين؛

✓ إنّ التجارة الإلكترونية تتم في وقت واحد وعلى مدار ساعة في يوم واحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين؛

✓ تمثل التجارة الإلكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كتطوير خدماتها التجارية بشكل مستمر، حيث المنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها.

3- مزايا التجارة الإلكترونية

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع السابق، ص 35-36.

تتمثل مزايا التجارة الإلكترونية فيما يلي:¹

- ✓ الطبيعة الشاسعة للشبكات الرقمية العالمية؛
- ✓ تذليل كل ما يتعلق بالصعوبات الجغرافية للتجارة الدولية، وبالتالي فهي تسهم في زيادة تدفق المنتجات وتخفيض تكلفة المبادلات؛
- ✓ تقليل مدة أو زمن التوريد وتبسيط إجراءات عمليات أوامر الشراء؛
- ✓ توفير بدائل أكثر لاحتياجات المشاريع ومستهلكي التجزئة من السلع والخدمات في عدد متزايد من الأسواق، حيث يتييسر لهم عقد المقارنات التفضيلية للمعروض منها؛
- ✓ تعزيز الشفافية في الأسواق نظرا لتدفق المعلومات وانسيابها عبر الشبكات؛
- ✓ تتيح شبكة الأنترنت عددا من المزايا في مجال التمويل وبدائل الدفع، فيمكن للشركات أن تستخدم شبكة الأنترنت في أن تحدد بسهولة أفضل مقدمي هذه الخدمات، كما يمكنها تبادل المعلومات بشأن الصفقات أثناء الاتصال مباشرة.

4. المبحث الثالث: متطلبات اعتماد الصيرفة الإلكترونية لتفعيل التجارة الإلكترونية

إن توفير بيئة قانونية وتنظيمية لاعتماد الصيرفة الإلكترونية أمر في غاية الأهمية للسير الفعال لوسائل الدفع المصرفي الإلكتروني ضمن معاملات التجارة الإلكترونية، ويتطلب خلق هذه البيئة تكاثف جهود المتعاملين:

1.4 المتطلبات القانونية لاعتماد الصيرفة الإلكترونية

- لتسهيل تطبيق الخدمات الإلكترونية وضمان انتشارها يستوجب الأمر توافر بيئة تشريعية وقانونية لخلق إطار قانوني احترافي متخصص، من بين المتطلبات القانونية نذكر أمثلة منها:
- ✓ ضرورة تكييف القوانين التجارية والمالية مع عمليات البنوك الإلكترونية أي الاعتراف بهذه العمليات وجعلها محل التنفيذ؛
- ✓ وضع منظومة تشريعية وقضائية عالمية للقضاء على التكاليف الناجمة عن تضارب القوانين

¹ علي عبد الودود صديق الشريف، مرجع سابق، ص 49.

الوطنية، وهذا العمل يتطلب تكثيف جهود التعاون بين السلطات فيما يتعلق بتنسيق القوانين والتنظيمات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية على الصعيد العالمي؛

✓ قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين؛

✓ إعادة النظر في القانون التجاري والقانون المدني وقواعد الإثبات والقوانين المتصلة بالإشهار والتوثيق لتتلاءم مع التعاملات الإلكترونية، وقوانين بنوك الائتمان والقوانين المنظمة للسوق المال والبورصة وقوانين الضرائب والجمارك أين يكتسب المستهلك ثقة وإحساس في تعامله في التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى استحداث تشريعات الخاصة به (المستهلك) في مجال التجارة الإلكترونية وردع الجرائم المتعلقة بالنصب والغش والاحتيال وقرصنة المعلوماتية؛¹

✓ سن قوانين لحماية وسائل الدفع أو التحديث المستمر لهذه القوانين كي تتماشى مع التطورات الحاصلة في بلدان العالم، لتسهيل تطبيق الخدمات الإلكترونية وضمان انتشارها؛

✓ وضع قواعد واضحة وجلية تكفل قبول التوقيع الإلكتروني، وتضمن حجيتها وقوتها القانونية في الإثبات مثلها مثل التوقيع الفيزيائي، مع ضرورة التخلي شيئاً فشيئاً عن أية قيود تحد من الإثبات في البيئة الرقمية؛²

✓ وجود عدد من القوانين والتشريعات التي تنظم التعامل بالصيرفة الإلكترونية وتحمي حقوق البنك وحقوق العملاء.³

2.4 المتطلبات التنظيمية لاعتماد الصيرفة الإلكترونية

إنّ المتطلبات التنظيمية تحمي شبكة الانترنت من الاحتيال لتضمن سرية جميع بيانات ومعلومات

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، المرجع السابق، ص 171.

² توجي سامية، المرجع السابق، ص 79-80.

³ حاضر صباح شعير الجميلي وآخرون، "آليات الصيرفة الإلكترونية وأثرها في تحقيق القيمة السوقية: دراسة استطلاعية لعدد من المصارف العراقية الخاصة"، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، المجلد 3، العدد 2، جوان 2019، ص 193-194.

العمليات المصرفية، ومن بين أهم المتطلبات التنظيمية لاعتماد الصيرفة الإلكترونية المتعلقة بخصوصية وأمن المعلومات المصرفية نجد:¹

✓ الحفاظ على خصوصية عمليات البنوك الإلكترونية وتنقسم هذه الخصوصية إلى عدد من المفاهيم المنفصلة لكنها ترتبط معها في الوقت ذاته، من بينها:

- خصوصية المعلومات والتي تتضمن القواعد التي تحكم جمع وإدارة البيانات الخاصة بالمعلومات بطاقة الهوية والمعلومات المالية وهي المحل الذي يتصل عادة بمفهوم حماية البيانات؛
- خصوصية الاتصالات والتي تغطي سرية وخصوصية المراسلات الهاتفية والبريد الإلكتروني وغيرها من الاتصالات؛

- الخصوصية الإقليمية والتي تتعلق بالقواعد المنظمة للدخول إلى المنازل وبيئة العمل وتتضمن التفتيش والرقابة الإلكترونية؛

✓ العمل على توفير أمن المعلومات، ويقصد بها "مجموعة القواعد التي يطبقها الأشخاص لدى التعامل مع التقنية وتتصل بشؤون الدخول إلى المعلومات، والعمل على نظمها وإدارتها، وتهدف استراتيجية أمن المعلومات إلى تعريف المستخدمين بالتزاماتهم وواجباتهم المطلوبة لحماية نظم الكمبيوتر والشبكات والمعلومات، وتمثل في:

- السرية وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك وهو ما يعرف "بالسرية المصرفية"
- التكاملية وسلامة المحتوى وتعني التأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به؛

- استمرارية توفر المعلومات أو الخدمات والتأكد من استمرار عمل النظام المعلوماتي واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات.

إضافة إلى متطلبات تنظيمية أخرى لاعتماد الصيرفة الإلكترونية متعلقة بالعناصر التي تساهم في تقديم

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، المرجع السابق، ص 265.

الخدمات المصرفية:

1.2.4 وجود بنية أساسية تحتية تقنية

إنّ وجود بنية تحتية تعمل من خلالها المصارف تكون كقاعدة للعامل الإلكتروني، تؤدي إلى انتشار تقنيات الدفع الإلكتروني وتسمح بضمان أعمال إلكترونية ذات مردودية وتحقيق دخول آمن لعصر المعلومات، وعليه من أجل تطوير الأعمال الإلكترونية وضمان استمراريتها وتنافسيتها يجب إعطاء دور ريادي للقطاع الخاص في مجال خدمات الاتصال، كما يجب على السلطات الحكومية وضع أولويات تستهدف تطوير سوق الاتصالات من خلال تبني سياسات تسويقية وخدمية وتنظيمية مرنة تضمن المنافسة في السوق، وبالتالي تحسين البنية الأساسية للاتصالات من خلال التعميم المنظم والفعال، والاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية وفي نهاية الأمر يتسع مجال الاختيار أمام المستهلك ويزيد رفاهه الاجتماعي¹، وتشمل البنية التحتية التقنية الآتي:²

- ✓ الحاسبات الشخصية لدى البنوك والمؤسسات المختلفة والمنازل التي يمكن من خلالها إجراء الأعمال الإلكترونية.
- ✓ توفر شبكة انترنت آمنة وسليمة: إنّ توفر عنصر الأمان والسلامة للإنترنت سينعكس على سلامة وأمن الجهاز المصرفي ككل، فضلاً عن زيادة ثقة المتعاملين بهذا الجهاز؛
- ✓ انتشار شبكات الاتصال بأشكالها المختلفة: إنّ تواجد شبكات الاتصال الهاتفية المعتمدة على تكنولوجيا والهواتف الخلوية والأقمار الصناعية أمراً ضرورياً لتطبيق الصيرفة الإلكترونية لكونها تمثل مسارات انتقال العمليات الإلكترونية.

لهذا يتطلب لاعتماد الصيرفة الإلكترونية وتفعيل دورها في التجارة الإلكترونية القيام ب:³

- ✓ تطوير الموقع الإلكتروني للمصرف على شبكة الانترنت باستمرار وذلك من خلال التفاعل

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، المرجع السابق، ص 264.

² سيماء محسن علاوي، "آفاق تطبيق الصيرفة الإلكترونية في الاقتصاد الإماراتي"، مجلة كلية المأمون، كلية المأمون الجامعة بالعراق، العدد 34، 2019، ص 144.

³ حاضرم صباح شعير الجميلي وآخرون، المرجع السابق، ص 193-194.

مع العملاء الذين يستفسرون للحصول على الخدمات المصرفية عبر الموقع بالإضافة إلى التسويق الإلكترونية للمصرف؛

✓ وجود عدد من أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع المنتشرة على نطاق واسع في المواقع العامة والمراكز التجارية التي تعمل على زيادة الخدمات المصرفية الإلكترونية؛

✓ وجود عدد من أجهزة الحاسوب الحديثة التي تمتلك مساحة تخزين واسعة؛

✓ وجود أنظمة وشبكة اتصالات سريعة تسرع من حصول العملاء الخدمات المصرفية الإلكترونية؛

✓ وجود عدد من التطبيقات الإلكترونية التي يتم من خلالها التعامل مع الجهات الرسمية وغيرها.

2.2.4 إعداد موارد بشرية مؤهلة متخصصة وكفؤة

لغرض تحسين أداء الخدمات المصرفية القائمة على التقنية الحديثة يتطلب الأمر توافر موارد بشرية مؤهلة وكفؤة مع ضرورة التطوير المستمر لأداء هذه الموارد من أجل مواكبة التطورات في مجال التكنولوجيا ويتم ذلك من خلال تبني العديد من الاستراتيجيات منها:¹

✓ إقامة الدورات التكوينية المتعلقة بالأعمال الإلكترونية؛

✓ سعي الحكومات لدعم قطاع البحث العلمي من خلال تخصيص مبالغ معينة لتوفير كافة المستلزمات الضرورية لتعزيز بيئة الإبداع والابتكار؛

✓ تنظيم المؤتمرات والندوات وورشات العمل حول الخدمات المصرفية الإلكترونية؛

✓ تدريب وتأهيل العاملين في المصرف على كيفية التعامل مع الأجهزة الإلكترونية والأنظمة الإلكترونية والتطبيقات الإلكترونية.²

3.2.4 الرقابة التقييمية الحيادية

¹ سيماء محسن علاوي، المرجع السابق، ص 144.

² حاضر صباح شعير الجميلي وآخرون، المرجع السابق، ص 193-194.

ويقصد بالرقابة التقييمية الحيادية قيام المصارف من خلال مواقعها الإلكترونية بالاستناد إلى جهات مشهورة في تخصصات التقنية والمالية والتسويق والقانون لتقييم فعالية مواقعها وأدائها¹، مثل جهة التصديق الإلكتروني التي استحدثها المشرع الجزائري بموجب قانون التوقيع والتصديق الإلكترونيين.

4.2.4 التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية

التفاعلية لا تكون مع الجديد فقط، أو مع البنى التقنية فقط وإنما التفاعل مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تأتي نتيجة تفكير إبداعي وليس نتيجة تفكير منطقي؛²

5.2.4 التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

يقدم عنصر التطوير والاستمرارية والتنوعية على العديد من عناصر متطلبات اعتماد الصيرفة الإلكترونية، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز؛

6.2.4 التقييم المستمر

تتطلب الاستمرارية في أداء الصيرفة الإلكترونية التقييم الموضوعي والمستمر لفعالية أداء أدائها الإلكترونية، بالاستعانة بالجهات والكوادر المتخصصة لمعرفة سلامة أدائها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها.³

¹ سيماء محسن علاوي، المرجع السابق، ص 144.

² أمينة عبد الإله حلبوس، "الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، جامعة المستنصرية بالعراق، العدد 43، 2014، ص 124.

³ نصر حمود مزنان فهد "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، ببال العراق، المجلد 3، العدد 4، 2011، ص 10.

5. خاتمة:

من خلال ما تم عرضه سابقا، استخلصنا أهم النتائج والمتمثلة في:

✓ تُعتبر الصيرفة الإلكترونية من أهم الوسائل والأساليب لتحسين جودة الخدمات المصرفية والارتقاء بمستوى أداء المصارف في العصر الحديث، حيث أصبحت ضرورة ملحة تُملّحها حركة الحياة الاقتصادية المعاصرة، وهي أسلوب يضمن رضا العملاء.

✓ حظيت الصيرفة الإلكترونية باهتمام واسع من قبل الباحثين والمفكرين حيث تباينت التعاريف المحددة للصيرفة الإلكترونية تبعاً لتطور التكنولوجيا وتطبيقاته في المصارف، لكن تتمحور في معنى واحد، حيث تركز على العلاقة بين الزبائن والمصرف إلكترونياً وكيفية إدارة حساباته أو إنجاز معاملاته المالية المتعلقة بالمصرف باستخدام وسائل إلكترونية، ووجد أن المشرع الجزائري لم يعرف الصيرفة الإلكترونية وإنما فقط اكتفى بالإشارة إليها في سياق القانون 18_05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية من خلال مصطلح منصات الدفع الإلكترونية أين اعترف المشرع بهذه الوسائل الإلكترونية في الفصل السادس من الباب الثاني؛

✓ كما نجد أن مشروع القانون النقدي والمصرفي قد أشار ضمن نصوصه إلى السعي في التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية، إذ تنص المادة 63 من المشروع على إنشاء بنوك رقمية و هيئات تسمى "مقدمو خدمات الدفع - Psp"، والتي يمكن تأسيسها على شكل شركة أسهم أو شركة أسهم مبسطة أو شركة ذات المسؤولية المحدودة، ونص المادة 89 التي جاء فيها: يرخص مجلس النقد والقرض بإنشاء بنوك استثمارية والبنوك الرقمية.

✓ إنّ التطورات المتسارعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أدى إلى التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة، مما نتج عنها بروز مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف.

✓ إن إبراز متطلبات الصيرفة الإلكترونية لمن شأنه أن يسهم في تحديد الفهم الحقيقي للصيرفة الإلكترونية، نظراً لأهميتها الكبيرة في مجال الخدمات المصرفية ولما لها من وزن في السعي نحو تفعيل التجارة الإلكترونية وبالتالي تحقيق متطلبات العملاء على وجه خاص.

6. المصادر والمراجع

• أولاً: الكتب

1. أحمد بوراس، السعيد بريكة، "أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر"، دون طبعة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014 .
2. علي إبراهيم بخي، "التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2008 .
3. محمد الصيرفي، "إدارة العمليات المصرفية العادية وغير العادية الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2016 .
4. محمد عبد الله شاهين محمد، "التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو"، الطبعة الأولى، دار حميثا للنشر، القاهرة، مصر، 2017 .
5. مسعودي عبد الهادي، "الأعمال المصرفية الإلكترونية"، دون طبعة، دار اليازوري للنشر، عمان، الأردن، 2016 .
6. هاني وجيه العطار، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016 .
7. وسيم محمد الحداد وآخرون، "الخدمات المصرفية الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012 .

• ثانياً: الدوريات والمجلات العلمية

8. أمينة عبد الإله حلبوس، "الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، جامعة المستنصرية بالعراق، العدد 43، 2014 .
9. توجي سامية، "الصيرفة الإلكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، مجلد 12، العدد 22، أبريل 2020 .
10. حاضر صباح شعير الجميلي وآخرون، "آليات الصيرفة الإلكترونية وأثرها في تحقيق القيمة السوقية: دراسة استطلاعية لعدد من المصارف العراقية الخاصة"، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، المجلد 3، العدد 2، جوان 2019 .
11. راضية مصداغ، زهرة بودبودة، "التحويل نحو الصيرفة الإلكترونية، كآلية تفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة المنهل الاقتصادي، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، المجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021 .
12. سيماء محسن علاوي، "آفاق تطبيق الصيرفة الإلكترونية في الاقتصاد الإماراتي"، مجلة كلية المأمون، كلية المأمون الجامعة بالعراق، العدد 34، 2019 .
13. نصر حمود مزنان فهد، "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، ببال العراق، المجلد 3، العدد 4، 2011 .
- ثالثاً: الرسائل العلمية (الأطروحات)
14. علي عبد الودود صديق الشريف، "أثر التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات - دراسة حالة مجموعة شركات معاوية البرير في الفترة ما بين 2010-2020"، أطروحة دكتوراه في فلسفة إدارة الأعمال، جامعة شندي، 2021 .
- رابعاً: النصوص القانونية والاتفاقات
15. القانون 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 مايو سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 مايو 2018 .
16. قانون الأونسيتال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية من دليل التشريع 1996 .

● خامساً: المصادر الأجنبية

17. **Amir manzoor**, « E-commerce », Lambert Academic Publishing, Siusse, 2010.
18. **D'Organisation mondiale du commerce**, « Comprendre l'OMC », 4eme Edition Les Publications de l'OMC, Genève, Suisse, 2008.
19. **François Bédard**, « L'agent de voyages à l'ère du commerce électronique : Une profession à réinventer », Presses de l'Université du Québec, Canada, 2001.
20. **Joseph Emmanuel Yayi Lipem**, « Quel régime juridique du commerce électronique dans les pays francophones d'Afrique subsaharienne ? », l'Harmattan, Paris, 2018.
21. **Mostafa Hashem Sherif**, « Paiements électroniques sécurisés », Presses Polytechniques et Universitaire Romandes, Suisse, 2007.