

الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع
8	مقدمة
9	الفصل الأول: مفاهيم التجارة الإلكترونية
11	1-1 مقدمة
13	2-1 نشأت وتطور التجارة الإلكترونية
17	3-1 تعريف التجارة الإلكترونية – e-commerce
22	4-1 الأعمال الإلكترونية (E-Business (EB
23	5-1 مخطط أساسي للتجارة الإلكترونية
24	6-1 دوافع التجارة الإلكترونية
24	7-1 فوائد التجارة الإلكترونية
25	8-1 عيوب التجارة الإلكترونية:
25	9-1 أنماط التجارة الإلكترونية

رقم الصفحة	الموضوع
32	10-1 مجالات التجارة الإلكترونية
35	الفصل الثاني: أساليب و طرق الدفع و السداد للتجارة الإلكترونية Online Payment
37	1-2 النقود البلاستيكية
40	2-2 تطور المعاملات بالنقود البلاستيكية
41	3-2 الكروت الذكية Smart Cards
42	4-2 الاساليب البنكية في الدفع والسداد
44	5-2 النقود الرقمية/الإلكترونية Digital cash/E Cash
48	6-2 الشيكات الإلكترونية Electronic Checks
49	7-2 المحفظة الإلكترونية Online Payment Account
49	8-2 طرق الدفع التقليدية Traditional Payment

رقم الصفحة	الموضوع
51	الفصل الثالث: احتياطات الأمن والسرية و العوائق و التحديات عند استخدام التجارة الالكترونية
53	1-3 احتياطات الأمن و السرية
54	2-3 العوائق أمام التجارة الإلكترونية
56	3-3 التحديات أمام التجارة الإلكترونية:
61	4-3 التجارة الإلكترونية في البلدان العربية:
69	الفصل الرابع: الحكومة الإلكترونية
71	1-4 تعريف الحكومة الإلكترونية
72	2-4 فوائد الحكومة الإلكترونية
73	3-4 متطلبات إنشاء حكومة إلكترونية
75	الفصل الخامس: الشراء عبر الإنترنت
77	1-5 التكاليف الإضافية

رقم الصفحة	الموضوع
78	2-5 الجمارك
79	3-5 سياسة إرجاع السلع
79	4-5 الضمان وخدمات ما بعد البيع
80	5-5 عمليات النصب علي الإنترنت
83	الفصل السادس : لغة البرمجة PHP
85	1-6 مقدمة
85	2-6 ما هي لغة الـ PHP ؟
88	3-6 لماذا PHP ؟
90	4-6 PHP vs. ASP :
91	5-6 PHP vs. Perl :
91	6-6 مفاهيم عامة
104	7-6 استكشاف بيئة عمل PHP
104	8-6 إعداد الخادم الشخصي للمرة الأولى
108	9-6 التحكم في الخادم الوهمي :

رقم الصفحة	الموضوع
116	10-6 إعدادات PHP
118	11-6 أول برنامج لك في PHP
123	12-6 المتغيرات
132	13-6 دوال المتغيرات
136	14-6 الوقت و التاريخ
143	الفصل السابع: المسودة الأولى لمشروع قانون تنظيم احكام التجارة الإلكترونية في مصر والتعليق عليه.
165	دليل المواقع
173	تطبيقات

الفصل الأول

مفاهيم التجارة الإلكترونية

- ١-١ مقدمة
- ٢-١ نشأت وتطور التجارة الإلكترونية:
- ٣-١ تعريف التجارة الإلكترونية – e-commerce
- ٤-١ الأعمال الإلكترونية (EB) E-Business:
- ٥-١ مخطط أساسي للتجارة الإلكترونية
- ٦-١ دوافع التجارة الإلكترونية
- ٧-١ فوائد التجارة الإلكترونية
- ٨-١ عيوب التجارة الإلكترونية:
- ٩-١ أنماط التجارة الإلكترونية
- ١٠-١ مجالات التجارة الإلكترونية

١-١ مقدمة

- تعد المعرفة أهم ما يميز العصر الحالي عن العصور السابقة، إذ تحتل المكانة الأولى في تنافس الأمم. فلم تعد قدرات الإنتاج والأداء اليوم في المنشآت الحديثة تقاس بما تمتلكه من رأس المال والعمل بل بالمعرفة التي تمتلكها هذه المنشآت. أي القدرات الفكرية والإبداعية التي تُعتبر الأهم بين عناصر الإنتاج.

• ومع انتشار التجارة الإلكترونية وتزايد الاهتمام بها تحول الاقتصاديون والقانونيون للتفكير جدياً بكيفية مجاراة هذا التطور السريع في انتشار التجارة الإلكترونية مع القواعد التشريعية والضريبية والتي لا تزال حتى في العديد من الدول المتقدمة ضمن إطارها التقليدي، لاسيما وأن الإيرادات الضريبية أصبحت تمثل جانباً هاماً من الإيرادات بشكل عام وعلى هذا أخذت الدول العربية تزيد اهتمامها بهذه الإيرادات لتمويل العديد من مشاريع البنية التحتية وتوفير الخدمات لشعوبها.

- و شهدت شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية خلال السنوات القليلة الماضية نموا حادا قابله وزاد من حدته إفراط في الأنشطة التسويقية. وتقوم الشركات بابتكار استراتيجيات للإنتاج والتسويق والمبيعات بينما يقوم منظمو المشروعات بإيجاد أسواق جديدة.

- ومن المؤكد أن الانترنت والتجارة الالكترونية سوف تؤثر في الحكومات وصنع السياسات. غير أن الحكومة الالكترونية ستحتاج بنية أساسية فاعلة ومتآزرة من الشبكات ونظم المعلومات.

- وقد نشطت التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة في الدول المتقدمة تكنولوجياً ويتوقع أن تتأثر المجتمعات العربية بذلك خاصة بعد دخول عصر العولمة. وتشير الدراسات والبحوث إلى أن هناك عدداً كبيراً من المؤسسات والشركات دخلت بالفعل هذا المجال .

٢-١ نشأت وتطور التجارة الإلكترونية:

- لقد مرت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية إلى أن وصلت إلى هذا الحد من التعامل بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية:

- المرحلة الأولى وهي تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين Supply Chain أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها .

- أما المرحلة الثانية فقد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين Data Interchange Electronic وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة Value Added Networks .

- المرحلة الثالثة وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت **Electronic Commerce** وتعتبر المرحلة الراهنة من التعامل.

- في هذه المرحلة بدأ في استخدام نظام التبادل الإلكتروني للوثائق **EDI** ، حيث حققت مزايا كثيرة ومتنوعة للشركات والمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها نذكر من هذه المزايا تخفيض التكلفة في إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت، مما يسمح في زيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية. وهذا بدوره يساعد على فتح الأسواق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين. وهو بدوره يعزز مكانة الشركة في زيادة القدرة التنافسية أمام الشركات الجديدة التي دخلت السوق حديثاً.

• ومن مزايا هذه المرحلة الراهنة أيضاً نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI الذي عزز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء من قرطاسية أجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى إنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عليه مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال و طباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية.

- ومن المزايا الأخرى التي يحققها نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI هو تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات، بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية.

- قبل البدء في شرح مفهوم التجارة الإلكترونية لا بد أن نطرح على أنفسنا السؤال التالي: ما هي السمات الواجب توفرها في منظومة العمل التي تعتمد على التجارة الإلكترونية؟ معلوم انه عند التحول من نظام ما إلى نظام جديد فلا بد من تفهم طبيعة النظام الجديد وخصائصه في التعامل والقبول في هذا النظام من أجل المساهمة في إنجاحه. وانطلاقاً من معطيات التعامل مع نظام العمل الذي تعتمد عليه التجارة الإلكترونية والذي يتصف بالسمات الآتية:

- - الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء كان بالنسبة للحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها أو الاتصالات على مختلف أنواعها.
- ٢- يتطلب إعادة الهيكلة الكاملة في للمؤسسات التجارية و إعادة توزيع الوظائف فيها ومع الأخذ بعين الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة و مع التركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات .
- ٣-الألية الكاملة لجميع العمليات الإدارية داخل المؤسسة أو بين المؤسسة وجميع عناصر القيمة المضافة .
- ٤- نلاحظ الانخفاض الكبير في حجم العمالة مقارنة مع حجم العمليات التي يتم تنفيذها بل أن الاتجاه الأغلب هو التحول إلى نوع آخر من العمالة.
- ٥- الملاحظ المنتجات التي يتم تداولها هي منتجات حسب الطلب، لذلك تمتاز هذه العمليات بالكفاءة الإنتاجية .

- ٦- انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية نظراً لانحسار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الإلكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات.
- ٧- الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسة التجارية مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة استخدام تقنيات المعلومات وإيصالها لكافة المستويات التي تطلبها وتقديمها وتعريفها للغير أثناء عملية البحث.
- ٨- بات اليوم ارتكاز عمليات الشركة التجارية يتمحور حول كسب العميل من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه.

٣-١ تعريف التجارة الإلكترونية

- ما هي التجارة الإلكترونية إلا واحدة من أهم التعابير الجديدة التي دخلت قاموسنا الاقتصادي بقوة. وقد أصبح هذا المفهوم متداولاً في الاستخدام اليومي، وذلك للتعبير عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا صناعة المعلومات والاتصالات.

- هذا المصطلح لم تتبلور صورته بالشكل القطعي فما زال محط جدل بين الباحثين الاقتصاديين إلا إننا يمكننا أن نتناوله من خلال التسمية التي تطلق عليه " التجارة الإلكترونية " والتي تتضمن كلمتين: الكلمة الأولى وهي غنية عن التعريف كلمة "التجارة" عبارة عن ذلك المصطلح الذي تطلق للتعبير عن أي نشاط اقتصادي يقوم به الإنسان في أي مكان من العالم بغرض تحقيق الربح من خلاله، ويتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات . وتحكم هذا النوع من التعامل القوانين والأنظمة المشرعة منذ مئات السنين بالإضافة إلى ما يسمى العرف التجاري السائد في المجتمعات وبين الأفراد الذين يمارسون هذا النوع من النشاط.

- أما الكلمة الثانية "الإلكترونية" وهي صفة لكلمة التجارة ، أي هي نوع من التوصيف لطريقة ممارسة النشاط الاقتصادي، ويقصد به هنا أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية، وحيث تعتبر الإنترنت والشبكات العالمية والمحلية أهم هذه الوسائط .

- نظراً للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية ظهرت العديد من التعاريف، و كل منها يتناولها من جانب معين. سنحاول سرد بعضاً من أهم هذه التعاريف والتي تم تداولها بكثرة على صفحات الويب و من هذه التعاريف نذكر:
- التجارة الإلكترونية: هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات، بوسائل إلكترونية .
- ٢- التجارة الإلكترونية: هي وسيلة مزاولة العملية التجارية بين الشركاء التجاريين استخدام تكنولوجيا المعلومات المتطورة بغرض رفع كفاءة وفاعلية الأداء.

- ٣- التجارة الإلكترونية: هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد الروابط الفعالة بين الشركاء في التجارة.
- ٤- التجارة الإلكترونية: هي منهج حديث من أجل في عملية البحث واسترجاع للمعلومات لدعم لاتخاذ قرار الأفراد والمنظمات في الأعمال موجهة إلى التعامل مع السلع والخدمات بالسرعة الممكنة بالاعتماد شبكات الاتصالات المحلية والدولية.
- ٥- التجارة الإلكترونية: هي شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها البعض من جهة وبين الشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الحكومات.

- ٦- التجارة الإلكترونية: هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة والشركات الأخرى المماثلة من جهة و بين الشركة والعملاء من جهة ثانية.

- ٧- التجارة الإلكترونية: هي عمليات التبادل باستخدام التبادل الإلكتروني للمستندات

-

- ٩- التجارة الإلكترونية: وهي عبارة عن تجارة الأعمال ما يطلق عليه باللغة الإنكليزية (B2B-business to business) حيث يتم التعامل مع الشركة ضمن عناوين ويب الخاصة بالشركة والغير قابل للنشر على الجمهور، من جهة ثانية فهي
- تنحصر في تجارة الأعمال مع المستهلكين (B2C-business to consumer).

- بناء علي ما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بالتعريف التالي:
التجارة الإلكترونية Electronic Commerce: عبارة عن جميع العمليات والأنشطة التي لها صلة بشراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت أو أي شبكة أخرى مثل الشبكات التجارية العالمية أو الشبكات المحلية . ويتضمن هذا التعريف الأمور الآتية:

- الإعلانات بجميع أنواعها عن السلع والخدمات.
- تقديم المعلومات عن السلع و الخدمات بشكل واضح وصريح.
- ربط العملاء بعلاقات بما يخص عمليات البيع والشراء و تقديم الخدمات ما بعد عمليات البيع .

١-٤ الأعمال الإلكترونية E-Business :(EB)

• هي استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة. وهي تتضمن التجارة الإلكترونية وكل تطبيق يعتمد على التقنيات الإلكترونية من أجل القيام بالأعمال مثل:

• ١- تخطيط موارد المؤسسة

• ERP (Enterprise Resource Planning)

• ٢- إدارة سلسلة التوريد

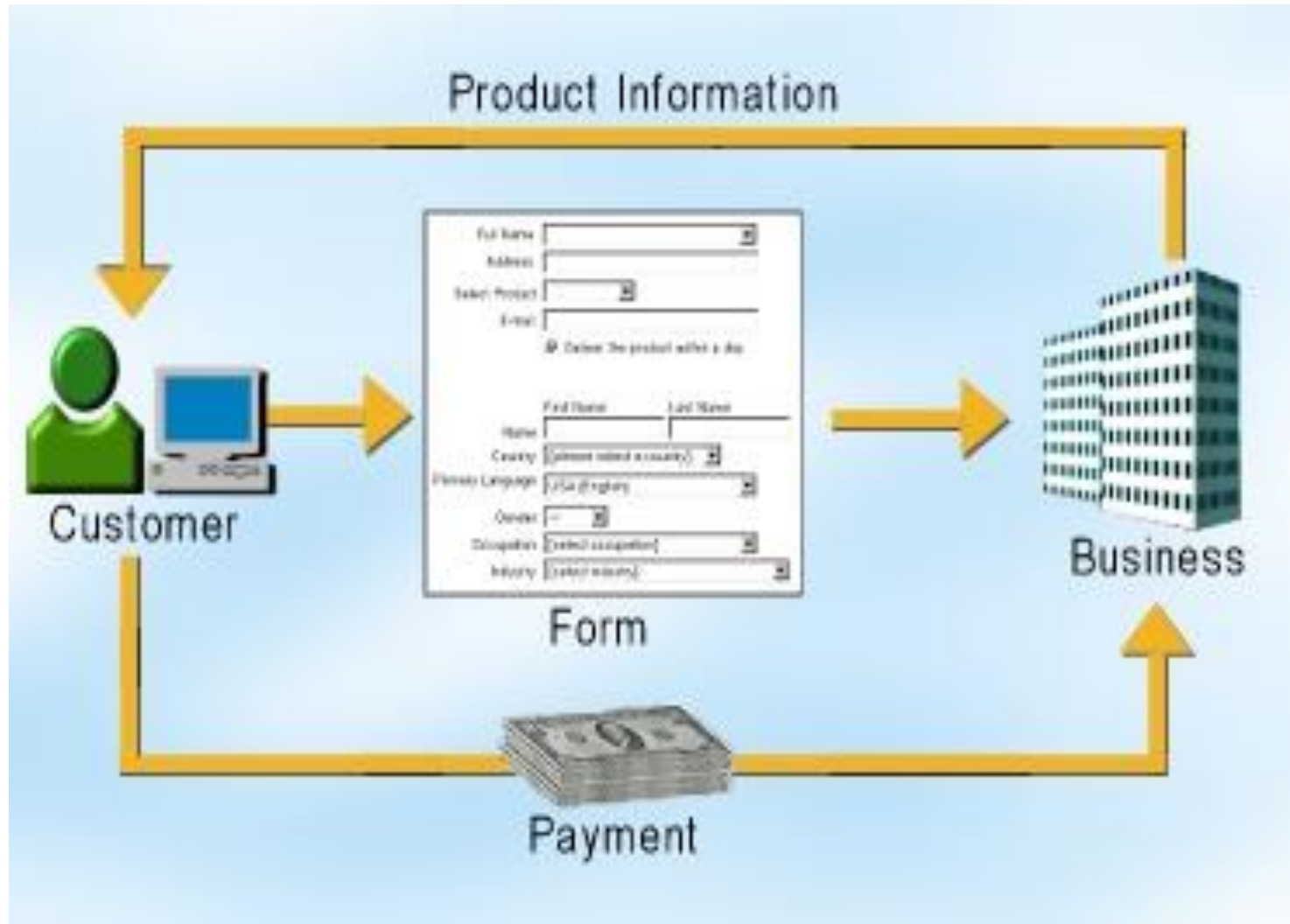
• SCM (Supply Chain Management)

• ٣- إدارة العلاقة مع الزبون

• CRM (Customer Relationship Management)

• الأعمال الإلكترونية تسمح للمؤسسات والأفراد بتنظيم وإدارة العمل بطرق جديدة.

٥-١ مخطط أساسي للتجارة الإلكترونية



٦-١ دوافع التجارة الإلكترونية

- ١- دوافع تقنية
- - ازدياد ظهور التقنيات الجديدة
- - الكم الكبير في المعلومات المتبادلة في التجارة
- - السرعة في انخفاض تكلفة التقنيات مع ازدياد جودة أدائها
- ٢- دوافع اقتصادية
- - ظهور العولمة وصعوبة المنافسة في الاقتصاد العالمي
- - اتفاقات التجارة الإقليمية
- - انخفاض أجور اليد العاملة في بعض البلدان
- - التغيرات السريعة في الأسواق

٧-١ فوائد التجارة الإلكترونية

- يتميز التعامل من خلال التجارة الإلكترونية بعدة فوائد منها:
 - ١ . انخفاض تكلفة السلع والخدمات
 - ٢ . فعالية كبيرة في التسويق
 - ٣ . زيادة قاعدة المتسوقين وتقليل وقت الوصول للسوق
 - ٤ . سهولة التسوق والبحث عن السلع والخدمات
 - ٥ . وسيلة مناسبة للتسوق
 - ٦ . توثيق المعاملات إلكترونياً

١-٨ عيوب التجارة الإلكترونية:

- ١. لا تتحمل ضمانات أكيدة لجميع العمليات تجري دون عقد ملزم بين البائع والمشتري.
- ٢. الإثبات القانوني للمعاملات محدود حيث لا يوجد سوى الرسائل الإلكترونية كسند قانوني متاح للطرفين.
- ٣. مشاكل الأمن التي تتمثل في إمكانية قيام قراصنة معلومات الحاسوب (الهاكرز) باختراق المواقع وسرقة المعلومات التي قد يكون من بينها المعلومات الشخصية والمالية للعملاء.
- ٤. عدم وجود تشريعات جديدة حتى الآن من أجل تغليظ عقوبة قراصنة معلومات الحاسوب ومواقع التجارة الإلكترونية الوهمية.

٩-١ أنماط التجارة الإلكترونية

- يمكن تحديد أنماط التجارة الإلكترونية إلى المستويات التالية:
- ١. التجارة الإلكترونية بين القطاع الخاص والمستهلك
Business To Consumer- B2C
- يقوم المشتري في هذا النوع من التعامل باختيار السلعة المناسبة وإرسال طلب الشراء ودفع قيمة السلعة ويتم الدفع عن طريق بطاقات الائتمان أو نقداً عند التسليم.

• ٢. التجارة الإلكترونية بين وحدات القطاع الخاص

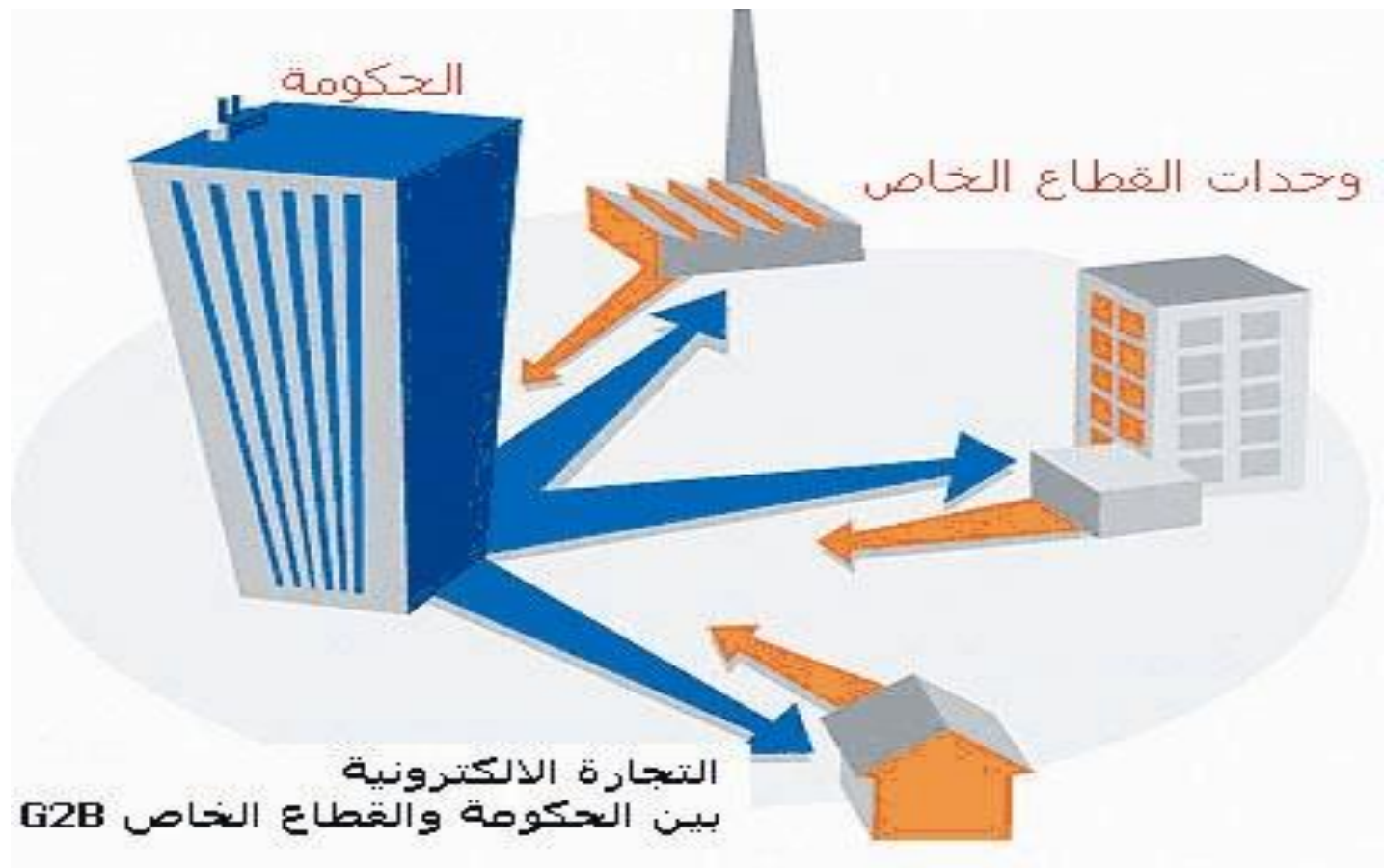
Business To Business-B2B

• يعتبر هذا المستوى من التجارة الإلكترونية أكثر المستويات استخداماً سواء داخل الدولة أو بين الدول وبعضها البعض، وفيها تقوم المنشأة الطالبة للبضائع (المشتري) بالتقدم بطلبات الشراء إلى المنشأة الموردة (البائعة) والاتفاق على طريق التسليم ودفع قيمة البضاعة.

• ٣. التجارة الإلكترونية بين الحكومة والقطاع الخاص

Government To Business - G2B

• يغطي هذا النوع من المستوى جميع التعاملات التي تتم بين الحكومة والشركات والمصانع مثل، عرض القوانين واللوائح والإجراءات ونماذج المعاملات، مثل الضرائب ومناقصات طلب الشراء... ويعتبر هذا التعامل جزءاً من نشاط الحكومة الإلكترونية.e-government



• ٤- التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر

Consumer To

Consumer - C2C •

• يتمثل هذا النوع في أن يقوم شخص بعرض ما يريد بيعه

على موقع خاص لهذا الغرض يقوم المستهلك بالتسوق في

هذا الموقع لاختيار ما تم عرضه من أشخاص آخرين وشراء

سلعته المناسبة. في هذا النمط بإمكان الأشخاص من بيع

وشراء سلع وخدمات، ومن أشهر المواقع لهذا الغرض

www.ebay.com.



ويمكن أيضا تصنيف التجارة الإلكترونية طبقا للطرق والوسائل المستخدمة والتي تتضمن الانواع التالية:

• ١- التسوق عبر شاشة التليفزيون

• وتعتبر هذه الطريقة من اقدم الصور لإستخدام الوسائل
التكنولوجية في العمليات التجارية. وتقوم فكرة التسوق عبر شاشة
التليفزيون علي قيام الشركات المنتجة بالإعلان عن منتجاتها علي
شاشة التليفزيون مع وضع تليفونات علي هذه الإعلانات حتي يستطيع
أي عميل من المشاهدين يرغب في شراء تلك المنتجات بالاتصال
بالشركة عن طريق رقم التليفون المعروض ويقوم بطلب المنتج وهنا
تقوم الشركة بإرسال مندوب عنها بهذه السلع إلي العميل وتسليمه
السلعة وإستلام القيمة المادية لها.

- ومن سلبيات هذا النوع :
- - أنه يفقد صفة التفاعل المباشر بين الشركات المعلنة والعملاء
- - عدم إمكانية تقديم مواصفات المنتجات بصورة كاملة عبر شاشة التليفزيون
- - يفتقد هذا الأسلوب لإمكانية السداد الفوري
- - البطء في إستلام السلع.

• ٢- التجارة الإلكترونية المحمولة

• وتقوم فكرة عمل هذا النوع علي استخدام الاجهزة المحمولة للتجارة الإلكترونية مثل الحاسب المحمول والتليفون المحمول كما يستخدم تعبير آخر للتجارة الإلكترونية وهو التجارة الإلكترونية واللاسلكية. ومن عيوب هذا النوع:

• ضرورة توفير ميزة استقبال الإنترنت علي التليفون المحمول الذي يتم استخدامه لأنه لا يوجد تفاعل مباشر مع الشركات والعملاء من خلال هذه الطريقة.

• ٣- التجارة الإلكترونية الصوتية

• وتقوم فكرة عمل هذا النوع علي استخدام الهاتف في الاتصال بأرقام تليفونات معروفة مسبقا بغرض حصول العملاء علي السلع التي يرغبون في شرائها حيث يعتمد هذا النوع علي خاصية الرد الآلي بحيث يسنطيع العملاء من خلال ذلك الوصول إلي المنتجات باستخدام أصواتهم دون الحاجة إلي إدخال أي أرقام عبر الهاتف. ومن عيوب هذا النوع:

- لا يصلح في حالة إجراء معاملات تجارية كبيرة
- يفتقد إلي عنصر التفاعل بين العملاء والشركات
- عدم استطاعة العملاء الاطلاع علي مواصفات السلع

• ٤- التجارة الإلكترونية عن طريق شبكة الإنترنت

• يعتبر هذا النوع من أشهر أنواع التجارة الإلكترونية التي تجري من خلاله المعاملات التجارية التي تتم من خلال شبكة الإنترنت نظرا لشهرتها وإمكانية إنجاز المعاملات التجارية متفاوتة القيمة وفي أي وقت وفي أي مكان وهذا يرجع إلي أن التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت يتوفر بها الإمكانيات التي تمكن من عملية التعامل بين الشركات من جانب والعملاء من جانب آخر بكفاءة عالية وإمكانية حدوث تفاعل بين الشركة وعملائها وكذلك أيضا إمكانية قيام الشركات بعرض مواصفات منتجاتها وباستخدام وسائل إعلانية مختلفة مثل الصوت والصور المتحركة.

- **ملحوظة:** وجب أن أنبه إلي أن التجارة الإلكترونية تركز أساسا علي عمليات ومعاملات النشاط التجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية. أما نظم الاعمال الإلكترونية في أوسع واشمل من التجارة الإلكترونية حيث تقزم علي فكرة ميكنة الأداء في العلاقة بين اطارين من العمل ، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والأنتاجية والمالية بحيث لا تقتصر علي علاقة البائع بالعميل ولكن تمتد لعلاقة الشركة بوكلائها وموظفيها وعمالئها وكما تمتد إلي أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه.

١-١ مجالات التجارة الإلكترونية

- يعتقد الكثيرون أن التجارة الإلكترونية هي مجرد عرض للسلع على موقع على الإنترنت، ولكنها أكبر من هذا المفهوم بكثير. هناك العديد من تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل بيع السلع والخدمات، التسوق في المجمعات الافتراضية Virtual Malls، البنوك الإلكترونية، التعامل مع الأسهم والسندات، الإعلانات التجارية ومواقع المزادات Auction sites وغيرها.

١. التسوق Online Shopping

- يقصد بالتسوق Online Shopping هو شراء سلع أو خدمات من شركات أو مصانع كبرى من خلال مواقع هذه الشركات على الوب مثل www.amazon.com أو من خلال مواقع تجارية لشركات صغيرة.

• البنوك الإلكترونية Online Banks

• يقوم مفهوم البنوك الإلكترونية على قيام العملاء بأداء حساباتهم وإنجاز جميع أعمالهم البنكية في أي وقت باستخدام الإنترنت موقع البنوك الإلكترونية لا تهتم فقط بتقديم خدمات مالية وإنما خدمات تجارية وإدارية واستشارية شاملة كما تتيح هذه المواقع وصلات إلى مواقع أخرى أو مواقع مكملة لخدمات البنك مثل مواقع إصدار البطاقات الائتمانية أو مواقع تداول الأسهم والسندات والعقار ومن هذه المواقع www.kfh.com، www.nbk.com.

• ٣. شراء الأسهم Online Stock Trading

- أصبح شائعاً الآن شراء وبيع الأسهم من خلال الإنترنت حيث توجد مواقع متخصصة تسمح للمستخدمين بفتح محفظة خاصة بحيث يستطيع المستثمر شراء وبيع الأسهم من خلال هذه المحفظة، كما تقدم هذه المواقع معلومات هامة عن الشركات والمؤشرات المختلفة للأسواق المالية، وتستفيد هذه المواقع من تحصيل عمولة البيع والشراء من المستثمرين ومن هذه المواقع www.alawsat.com: والمختصة بالتعامل مع أسواق أوراق المال

• ٤. المزادات Online Auctions

- تعتبر المزادات وسيلة شائعة لمن يرغب في شراء أو بيع سلع أو خدمات للغير من خلال مواقع المزادات المختلفة على الإنترنت مثل www.ebay.com. وبإمكان البائع عرض سلعته على الموقع مع تحديد السعر مقابل دفع رسوم للموقع.

• ٥. توفير الوسائط المتعددة والبرامج & Multimedia Applications

- هناك مواقع تجارية متخصصة توفر برمجيات صغيرة، صوراً نادرة، كتباً إلكترونية e-books ، ألعاباً، موسيقى، مقاطع فيديو، أفلاماً وغيرها. ولا يتمكن المستخدم من الاستفادة من هذه النماذج المعروضة إلا بعد دفع رسوم مقابل إعطائه الصلاحية لإنزال Download أي من هذه النماذج على حاسوبه الشخصي، بعدها يتمكن المستخدم من الاستفادة مما تم شراؤه