



الفصل السادس

التجارة الإلكترونية

مقدمة:

أخذ استخدام الإنترنت فيما بين الشركات المتعددة الجنسية جدلاً واسعاً على الصعيد المحلي و على الصعيد العالمي. توصلت هذه الشركات مشاوراتها ضمن منظمة التجارة العالمية (القات) إلى حد اعتبار استخدام شبكة الإنترنت شرطاً أساسياً من شروط الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية. و لذلك يتوجب على معظم دول العالم التي تتعامل مع التجارة الإلكترونية والتي هي أعضاء في منظمة التجارة العالمية التغيير والتطور في القوانين التجارية والاقتصادية وبظروف ممارستها وبالحدود القانونية المتاحة لها.

وما زالت معظم دول العالم تختلف فيما بينها من حيث استخدام شبكة الإنترنت وذلك عائد إلى اختلاف القوانين السائدة، بالإضافة إلى العادات والتقاليد والنظام التربوي المطبق في تلك البلدان. نلاحظ الاستخدام المحدود للإنترنت في بعض البلدان التي تطبق نظام التقنين بدواعي أمنية وأخرى اجتماعية، في حين أن بلدان أخرى والتي دخلت الإنترنت قد قطعت شوطاً كبيراً و مميّزاً في محاولة التأقلم والتعايش مع هذه الظاهرة بحيث أصبحت التجارة الإلكترونية تحتل بين قطاعات الأعمال الاقتصادية الحجم الأكبر من بين التعاملات الإلكترونية الكلية حيث وصلت نسبتها إلى حوالي ٨٠٪.

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة التي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول، وهو "التجارة"، والتي تشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني "الإلكترونية" فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت^(١).

1 - د. قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق.

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^(١):

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

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

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

وفي 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:

- نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI الذي عزز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء من قرطاسيه، أجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى أنها

١ - التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، منتدى التجارة الإلكترونية www.tegarabanha.com .

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.

- وكذلك عمل نظام التبادل الإلكتروني للوثائق EDI إلى تحسين التدفقات المالية و النقدية للشركة وساهم في تقليل الأخطاء وضمان وتأكيد المعاملات فيما بينها.
- 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 لإلكترونية لا بد أن نطرح على أنفسنا السؤال التالي: ما هي السمات الواجب توفرها في منظومة العمل التي تعتمد على التجارة الإلكترونية؟ فمن المعروف أنه عند التحول من نظام إلى نظام جديد لا 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:

١. الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات سواء كان بالنسبة للحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها أو الاتصالات على مختلف أنواعها.
٢. يتطلب إعادة الهيكلة الكاملة في المؤسسات التجارية و إعادة توزيع الوظائف فيها ومع الأخذ بعين الاعتبار عوامل المهارة والكفاءة المتميزة و مع التركيز الشديد على مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات .
٣. الأتمتة 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 إن 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 نظرا لانحصار 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 إستخدام 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.

تعريف التجارة الإلكترونية:

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

هذا المصطلح لم يتبلور صورته بالشكل القطعي فما زال محط جدل بين الباحثين الاقتصاديين إلا أننا 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.

نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية في التطور المتسارع ظهرت العديد من التعاريف، وكل منها يتناولها من جانب معين. سنحاول سرد بعضا من أهم هذه التعاريف والتي تم تداولها بكثرة في الأدبيات الاقتصادية في الصحف اليومية وعلى صفحات الويب من أجل الوصول إلى تعريف عام يتفق مع دراستنا وطريقة تناولنا للموضوع ومن هذه التعاريف نذكر⁽¹⁾:

١. 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 شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها البعض من جهة وبين الشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الحكومات.

1 - <http://www.ar.wikipedia.org> .

٥. التجارة الإلكترونية: هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري ايجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة والشركات الأخرى المماثلة من جهة و بين الشركة والعملاء من جهة ثانية.
٦. التجارة الإلكترونية: هي عمليات التبادل باستخدام التبادل الإلكتروني للمستندات Electronic Data Interchange-EDI ، أو من خلال البريد الإلكتروني E-mail النشرات الإلكترونية، والفاكس، وباستخدام التحويلات الإلكترونية للاموال Electronic Funds Transfer وكذلك كل الوسائل الإلكترونية المشابهة لهذه النشاطات.
٧. التجارة الإلكترونية: هي نوع من عمليات البيع والشراء التي تتم ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات بعضهم ببعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
٨. التجارة الإلكترونية: وهي عبارة عن تجارة الأعمال ما يطلق عليه باللغة الانكليزية (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) .
- من خلال التعاريف أنفة الذكر والتي على الأغلب كانت تتضمن أهم الصفات والخصائص التي تتمتع فيها التجارة الإلكترونية، يمكننا أن نلخصها بالآتي :
- (١) استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في إدارة أنشطة العمليات التجارية بين الشركات مع بعضها البعض من جهة وبين الشركات وعملائها (المستهلكين).

- ٢) استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في إدارة نشاط العمليات التجارية بين الشركات والحكومات الإلكترونية.
 - ٣) تعمل على رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق الفاعلية في التعامل من استغلال تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات بشكل مثالي.
 - ٤) تعمل على تخطي الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية عادة
 - ٥) تتفاعل بسرعة كبيرة لتلبية حاجة السوق من خلال الاستجابة السريعة لمتطلباته، وذلك من خلال التفاعل مع العملاء (المستهلكين) الطالبين للسلع والخدمات على شبكة الاتصالات.
 - ٦) تقوم التجارة الإلكترونية على تبسيط الإجراءات ووضوح التعامل و أداء العمليات التجارية.
- بالاعتماد على ما سبق يمكننا أن نعرف التجارة الإلكترونية على النحو

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^(١):

١. الإعلانات بجميع أنواعها عن السلع والخدمات.
٢. تقديم المعلومات عن السلع و الخدمات بشكل واضح وصريح.
٣. ربط العملاء بعلاقات بما يخص عمليات البيع والشراء و تقديم الخدمات ما بعد عمليات البيع .
٤. عملية التفاوض بين العملاء (البائع والمشتري) وتحديد أسعارا لسلعهم وخدماتهم.

١ - دهاسم النعيمي، مصدر سبق ذكره.

٥. عقد الصفقات وإبرام العقود بعد التوصل إلى الوفاق فيما بينهم نتيجة التفاوض.
٦. سداد الالتزامات المالية ودفعها وتقديم الضمانات والتسهيلات اللازمة .
٧. عمليات تسليم السلع وتقديم الخدمات ومتابعة الإجراءات النهائية للصفقات المعقودة.



التجارة الإلكترونية

سمات التجارة الإلكترونية :

- تتمتع التجارة الإلكترونية بعدد كبير من السمات الهامة ونذكر منها^(١):
- ١- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات (أي التعامل بين العملاء يكون عن بعد). وبالرغم من أن هذا النموذج ليس جديدا حيث شهدت التجارة الإستخدام المكثف لوسائل الاتصال مثل الهاتف والفاكس والمراسلات التجارية بجميع أنواعها، إلا أنه يمتاز بوجود درجة عالية من التفاعلية بغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة، و هو يشبه إلى حد ما تبادل الفاكسات أو الخطابات مع الأخذ بعين الاعتبار عامل الزمن والسرعة في الاستجابة .

١ - موسوعة التجارة الإلكترونية، صفات التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٩.

٢- هذا النوع من التجارة يؤمن إمكانية التفاعل مع مصادر متعددة في وقت واحد، حيث يستطيع التاجر أي أحد أطراف التعامل الإلكتروني من إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي بوقت واحد للمستقبلين الراغبين في ذلك ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة. من هذه الميزة توفر شبكة الإنترنت إمكانية التفاعل الجماعي غير المحدود أي التفاعل المتوازي بين الأفراد والمجموعات. وهذه تعتبر ميزة جديدة غير مسبوق في أدوات التفاعل السابقة مثل خاصية المؤتمر على الهاتف وهي الأقرب لخاصية التفاعل الجماعي حيث تسمح لعدد محدود من المشاركين.

٣- إمكانية تنفيذ وانجاز كل المعاملات التي تخص نشاط العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير مادية على الشبكة (مثل البرامج والتصميم وغيرها...).

٤- إمكانية التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق (Electronic Data Interchange-EDI) وهذا يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة وأعلى كفاءة وذلك من خلال التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات في الشركات الداخلة في عملية التعامل التجاري.

سلبيات التجارة الإلكترونية:

من سلبيات التجارة الإلكترونية ما يلي^(١):

١. عدم الوثوقية وخاصة في هذا النوع من التجارة ما بين الأطراف غير المعروفة بالنسبة لبعضهم البعض والتي لا تتمتع بالشهرة التجارية الكافية.
٢. ليست في مامن من اللصوصية والتطفل في الشبكات العالمية والذي يحصل في مثل هذه المواقع من اجل سرقة المعلومات والوصول للارقام السرية للحسابات وبطاقات الائتمان.

١ - د. قاسم النعيمي ، مصدر سبق ذكره.

٣. وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة ومتعددة الجنسيات على أعمال وتجارة بعض الشركات والأفراد تحت ذريعة الأسباب الأمنية يتم الحصول على أسرار الصفقات التجارية وتميرها للعملاء المنافسين.
٤. عملية النصب والاحتيال التي يتم مزاولتها تحت أسماء معروفة وذلك بقصد الابتزاز والحصول على المال من أقصر الطرق.
٥. عدم وجود الأنظمة والقوانين الملزمة لكافة الدول في العالم، وان وجدت في بعض الدول فهي تختلف في تشريعها فيما بينها، وبالتالي لا تصلح إلا في البلد المشرع. علماً أن هذا النوع من التجارة يتعدى الحدود والأقاليم الجغرافية. اختلاف الأنظمة والقوانين الدولية في القبول أو عدم القبول في المعاملات التي تجرى في شبكات الاتصال الإلكترونية.
٦. عدم توفر البنية التحتية التي تحتاج إليها شبكات الاتصالات والمعلومات في جميع الدول مما يجعلها مقتصر وحكراً لبعض الدول في العالم دون غيرها.
٧. تحتاج الى الكادر الفني والتقني الذي يقوم على إدارتها بالإضافة إلى الكادر المتخصص في إدارتها ، مما يحملها أعباء إضافية.
٨. تحتاج الى مستوى عالي من المخاطرة.
٩. تثير التجارة الإلكترونية تحدي حجية وقانونية الدليل Evidential value بحيث تعتبر التواقيع الرقمية من الاساسيات ويرتبط به موضوع التشفير ويتصل بالإثبات مسألة الموقف القانوني من الرسائل الإلكترونية باعتبار ان عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الرسائل يضعف إمكانية الاعتراف والتنظيم الكافي للتجارة الإلكترونية وما يعادلها للتنظيم القانوني لوثائق التجارة الورقية التقليدية.
١٠. الجمارك والتعرفة وتنظيم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة على الخط وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الإلكترونية.

١١. الضرائب حيث لا بد من المعرفة التامة بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد

السياسة التشريعية الضريبية في بيئة التجارة الإلكترونية.

وعلى الرغم من كل هذه العيوب التي تؤخذ على التجارة الإلكترونية إلا أن العالم يشهد اليوم تطورا كبيرا وملحوظا في تخطي هذا وهناك زيادة فعلية وواضحة في حجم التجارة الإلكترونية بصورة تفوق الخيال والتوقعات لكل الشركات المتخصصة في مثل هذا المجال من الدراسات والتحليل واعداد التنبؤات. الامر الذي ادى الى حدوث تفاوت كبير بين الارقام الصادرة من المراكز البحثية المختلفة عن نفس الفترة الزمنية وللمنطقة نفسها تحت الدراسة. هذا الامر احدث ارباك في عمل هذه المراكز المتخصصة، والتي اصبحت في الوقت الراهن تصدر عدة نشرات (تقارير) للتنبؤات بشكل دوري. والمتابع لهذه الدوريات يلحظ الاختلاف الكبير في ارقام هذه الاصدارات المتتالية.

لقد أدى هذا التضارب في الأرقام بين الشركات المتخصصة إلى عدم الاتفاق على رقم محدد للتجارة الإلكترونية سواء كان في الماضي أو الحاضر أو المستقبل ويتراوح الرقم المحتمل الوصول إليه في عام ٢٠٠٢ بين ٢٥٠ مليار دولار في بعض التنبؤات وبعضها الآخر وصل هذا الرقم إلى ١,٢ تريليون دولار في حين نجد أن هذا الرقم وصل ٢,٣ تريليون دولار في بعض التنبؤات المتفائلة. أي أن هذا التزايد في حجم التعامل بالتجارة الإلكترونية بلغ ٢٠٠٪ سنويا، حيث بلغت عدد الشركات العارضة نحو ٦٠٠ ألف شركة وزاد عدد المشتركين ليصبح ٢٥٠ مليون مشترك. نسرد بعضا من الحقائق التي تعتبر سببا في التفاوت الكبير لهذه الأرقام المتباينة فيما بينها:

١. الافتقار إلى التعريف المحدد والدقيق للمفهوم المتكامل للتجارة الإلكترونية هذا ما تمت الإشارة إليه سابقا. على سبيل المثال: هل إتمام التعاقدات التجارية من خلال البريد الإلكتروني وإجراء باقي المعاملات بالطرق التقليدية هو جزء من التجارة الإلكترونية أو جزء من المعاملات التجارية العادية ؟
٢. عدم القدرة على المتابعة الدقيقة وحصر حجم الأعمال التي يتم إنجازها في معاملات التجارة الإلكترونية.

٣. تنوع واختلاف مجالات الأنشطة التي تتم عبر الشبكة والتي تخضع لمفهوم التجارة الإلكترونية الشامل كالتعاملات المالية والمضاربة في الأسهم وما إلى ذلك من أنشطة مالية.

أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات :

١. تقليل المخزون من البضائع: حيث يمكن تنظيم الإنتاج ليوافق الطلبات المتوقعة أو أوامر الشراء ، بما يقلل من تكلفة الإنتاج ونفقات التخزين والحفاظ على مستوى السلع الراكدة في حده الأدنى ويزيد في الأرباح وكفاءة التشغيل للمؤسسة^(١).
٢. ضغط حجم الأوراق: حيث إن استخدام الحاسوب في تخزين المعلومات ومراقبة الإنتاج وأعمال المخازن وتوفير السجلات والدفاتر التجارية له الأثر الكبير.
٣. الربط بين أجهزة وفروع المؤسسات والهيئات بأقل تكلفة وذلك بالربط عن طريق الحواسيب الأساسية والأجهزة الطرفية.
٤. إقامة نظام فعال للاتصال لإصدار القرارات ومراقبة التنفيذ بين الشركة الأم وفروعها المختلفة يحقق الكفاءة في اتخاذ القرار والسرعة في إنجاز الأعمال، ومراقبة التنفيذ.
٥. توفير الوقت والجهد بحيث إن الأسواق الإلكترونية تفتح بشكل دائم ولا يحتاج الزبون للسفر أو الانتظار طويلاً لشراء منتج معين ، بل الأمر أصبح يستغرق ثواني معدودة فقط عليه إيجاد السلعة المراد شراؤها وإدخال طريقة الدفع عن طريق البطاقة الائتمانية.
٦. حرية الاختيار : حيث أصبح من الممكن عن طريق الإنترنت اختيار العديد من السلع والمقارنة بين أسعارها والمعلومات المتعلقة بها بدون الحاجة إلى إلحاح البائع لشراء سلعة معينة.

١ - جمال الأبيج، العوامل التي ساعدت على نمو التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٨.

٧. خفض الأسعار: بما أنه يتوفر العديد من المحلات التجارية على الإنترنت فأصبح بالإمكان المقارنة بين الأسعار وأصبحت الأسعار أقل مقارنة مع التكاليف المنفقة بالسوق العادي.
٨. رضا المستخدم : توفر الإنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة وبالتالي الخدمات تكون أفضل.
٩. توافر سجل إلكتروني : تتيح أنشطة التجارة الإلكترونية للشركة ميزة وجود سجل إلكتروني لكل عمليات الشركة من بيع وشراء وأسماء العملاء على نحو دقيق لا يحتمل الخطأ وذلك لأنه يعتمد على تكنولوجيا التسجيل بالحاسوب مما يوفر تكلفة ووقت وجهد الاستعانة بالأنشطة الورقية.
١٠. فعالية أكبر بالتسويق حيث تستطيع الشركة من خلال موقعها على الإنترنت تحقيق تسويق أفضل لمنتجاتها وأكثر فعالية وعلى مدار الساعة.
١١. التعرف على المنافسين بحيث يمكن للشركة التعرف على منتجات وأسعار الشركات المنافسة مما يتيح لها دراسة السوق ووضع أسعار أكثر تنافسية من أجل تحقيق النجاح والحصول على أكبر عدد ممكن من العملاء وأيضا يمكنها التعرف على أفكار جديدة مما يحسن الإنتاج والبقاء على مستوى المنافسة.
١٢. القدرة على التواصل مع الشركاء وذلك عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق الرسائل الفورية عبر برامج التخاطب على الإنترنت.
١٣. سهولة الحصول على المنتج حيث يستطيع العملاء الحصول على المنتج بأي وقت بدون الانتظار الطويل ولكن بمجرد الضغط على لوحة المفاتيح تستطيع الحصول على السلعة.
١٤. تكوين أسواق أكثر تخصصا بحيث يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتيح إمكانية إنشاء أسواق أكثر تخصصا على نحو قد لا يكون ممكنا عبر

سبل التجارة التقليدية حيث ممكن إنشاء موقع لبيع معين من السلع مثل الزهور أو السيارات أو الطعام ...

١٥. تكلفة اتصالات أقل: حيث إن الإنترنت يتيح وسيلة اتصال رخيصة الثمن إلى حد كبير مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية مثل الهاتف أو الفاكس وأيضا من الممكن إرسال رسالة بريد إلكتروني إلى العديد من الأطراف بنفس اللحظة.

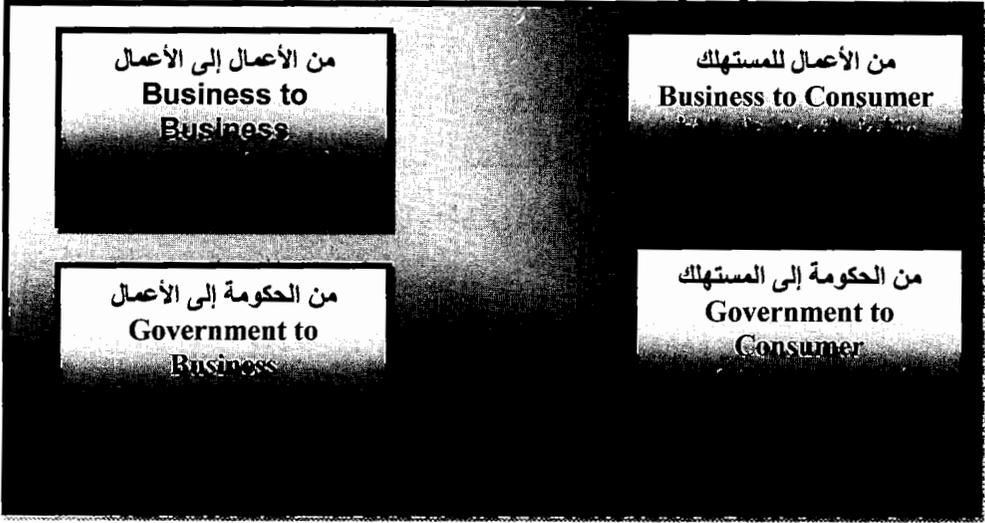
أنواع التجارة الإلكترونية:

- النوع الأول: التوزيع المباشر Business to Consumers وهي تتم بين المنتج أو الموزع والمستهلك النهائي للبضاعة ويتم السداد فيها من خلال كروت الائتمان أو الحسابات الرقمية^(١).
- النوع الثاني: التجارة بين الشركات Business to Business ويتم التعامل فيها بين شركتين من قطاع الأعمال كما يتم السداد فيها من خلال التحويل المباشر أو الحسابات الرقمية أو البنوك الإلكترونية.
- النوع الثالث: التجارة من الحكومة للأفراد Government to Consumer وهي تتيح للحكومة للتعامل مع المستهلك مباشرة (مثال لذلك: تجديد رخصة السيارات والتسيق الإلكتروني).
- النوع الرابع: التجارة من الحكومة للشركات Government to Business وهي تتيح للحكومة التعامل مع الشركات (مثال: نظام السجل التجاري للشركات وإشراف الحكومة على شركات التأمين وضريبة المبيعات)^(٢).

1 - هشام المهدي ، "التجارة الإلكترونية"، العدد الثالث ، النشرة الدورية للجمعية العلمية لكلية الحاسبات والمعلومات جامعة القاهرة ، أبريل ٢٠٠٨.

2 - أسرار محمد الجفري، تأثير التجارة الإلكترونية على مجتمع المملكة العربية السعودية، بحث مادة ماجستير، ٢٠٠٢، المنشاوي للدراسات والبحوث.

والشكل أدناه يوضح أنواع التجارة الإلكترونية:



صور التجارة الإلكترونية

مجالات مزاولة نشاط التجارة الإلكترونية:

تشط التجارة الإلكترونية في كثير من المجالات نذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر : تجارة التجزئة- أعمال البنوك و التمويل - التوزيع - الدراسات والتصميم الهندسية - التعاملات التجارية- الإعلان النشر - خدمات متخصصة - وأنواع أخرى من التجارة الدولية المختلفة. سنحاول إلقاء الضوء على بعض من أوجه مزاولة نشاط التجارة الإلكترونية:

➤ تجارة التجزئة Retail:

وهو النشاط التجاري والاقتصادي الذي يستهدف الأفراد على شبكة الاتصالات وعادة يتناول هذا النوع من التجارة السلع والخدمات التي يطلبها الأفراد بالدرجة الأولى كعرض الرحلات السياحية أو تقديم البرمجيات المختلفة وبيع الكتب والمجلات، حيث يتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر. تتم عادة عملية الدفع ثمننا لهذه السلع والخدمات بالطرق الإلكترونية، سواء بالبطاقة الائتمانية أو غيرها من طرق الدفع التي تم استحداثها لمثل هذه الغرض⁽¹⁾.

1 - فادي سنكي، دراسة عن التجارة الإلكترونية، جامعة حلب، كلية الاقتصاد. www.nouhworld.com.

➤ البنوك والتمويل Finance :

كثيرا من البنوك تلجأ إلى تقديم الخدمات الإلكترونية على مختلف أنواعها ، ومن أبسطها فتح الحسابات و الاستعلام عنها ومتابعة أسعار الأسواق المالية والبورصات وبيع وشراء الأسهم وغيرها من الخدمات الأخرى المتاحة.

➤ التوزيع Distribution:

ظهرت في الآونة الأخيرة شركات على الإنترنت تقوم بوظيفة التوزيع للمنتجين مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب إلي، توزيع الصور، والأفلام، والشرائط الموسيقية وذلك لحساب منتجها مقابل خدمات العمولة التي تحصل عليها.

➤ الدراسات و التصميم الهندسية Engineering design:

القيام بالدراسات والأبحاث لحساب الشركات حسب الطلب وذلك بغض النظر عن مكان تواجد الشركة التي تطلب الدراسة أو التصميم الهندسي المطلوب. تصميم المواقع على الشبكة الإلكترونية وتقديم الخدمة الدائمة من صيانة وغيرها. تصميم المنتجات الجديدة، من خلال مجموعات عمل متنوعة وموزعة في أنحاء جغرافية متباعدة وبدون التواجد في المكان نفسه، على سبيل المثال: إنتاج الحاسبات الإلكترونية وتطويرها في أنحاء متفرقة من العالم.

➤ التعاملات التجارية Business support :

يقصد بذلك التعامل التجاري على أصوله التقليدية كالتبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم الشركات بعرض منتجاتها من خلال الإعلانات الإلكترونية على الشبكات ومن ثم تلقي الطلبات والإجابة على الاستفسارات في طريقها لعقد الصفقات التجارية حسب المراحل عملية التبادل المختلفة. كتقديم التسهيلات التجارية ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات والوثائق اللازمة وتقديم التسهيلات التأمينية و تقديم خدمات ما بعد البيع للمنتجات التي تتطلب مثل هذا النوع من الخدمات⁽¹⁾.

➤ تقديم الاستشارات الطبية وإجراء التحاليل اللازمة:

أصبح من إحدى الأساليب الهامة التي يلجأ إليها الأطباء والمواطنين في بلدان العالم النامي الحصول على التحاليل الطبية والاستشارات الطبية اللازمة دون تحمل عناء السفر وتكبد المصاريف العالية.

➤ العمليات الجراحية:

في الآونة الأخيرة يشهد العالم الكثير من العمليات الجراحية المأجورة على مختلف أنواعها والتي تتم من خلال الشبكة العالمية للاتصالات، وتعرف بما يسمى العمل الجراحي عن بعد مما يخفف عناء السفر على المرضى ويجعلهم يحصلون على العلاج في أوطانهم.

نظم الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية:

يتم عادة استخدام طرق كثيرة ومتنوعة لإبرام الصفقات التجارية وتنفيذ العقود ذات الطابع التجاري على الشبكات الإلكترونية، وسوف نذكر منها الأكثر استخداماً:

١. الشبكات الإلكترونية:

حاولت وتحاول بعض المؤسسات المالية تطويع كافة وسائل الدفع المعروفة لتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية. وقد جرى تطوير استخدام الشبكات الورقية إلى نظام الشبكات الإلكترونية. "يعتمد تحويل الشيكات الورقية إلى شيكات رقمية على أساس الدراسات التي تمت في الولايات المتحدة والتي أوضحت أن البنوك تستخدم سنوياً أكثر من ٥٠٠ مليون شيك ورقي تتكلف إجراءات تشغيلها حوالي ٧٩ سنتاً لكل شيك وتتزايد أعداد الشيكات بنسبة ٣٪ سنوياً وعندما أجريت دراسة عن إمكانية استخدام الشبكات الإلكترونية اتضح أن تكلفة التشغيل للشيك يمكن أن ينخفض إلى ٢٥ سنتاً بدلاً من ٧٩ سنتاً وهو ما يحقق وفراً يزيد عن ٢٥٠ مليون دولار سنوياً في الولايات المتحدة فقط تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط يقوم بإجراء عملية التخليص^(١).

١. - هشام المهدي، "التجارة الإلكترونية"، العدد الثالث، النشرة الدورية للجمعية العلمية كلية الحاسبات والمعلومات جامعة القاهرة، أبريل ٢٠٠٨.

٢. البطاقات المصرفية:

تشبه من حيث العمل البطاقات المصرفية المعروفة ولكنها تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الائتمان في طريقة السداد حيث يتوجب على العميل تقديم المبالغ بالكامل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب. و على الرغم من المزايا التي تقدمها البطاقات البلاستيكية لحاملها، إلا أنها لا تزال غير منتشرة بالقدر الكافي في الوطن العربي ويمكن إرجاع ذلك لعدة أسباب من بينها انخفاض المستوى الثقافي أو مستوى الدخل أو كليهما، بالإضافة إلى عدم الثقة في الجهات التي تصدرها.

العوامل التي ساعدت على نمو التجارة الإلكترونية^(١):

١. التوسع في استعمال النقود البلاستيكية:

انتشر خلال النصف الأخير من القرن الماضي استعمال كروت الائتمان، أو ما يطلق عليه النقود البلاستيكية التي تصدرها الكثير من المصارف والمؤسسات المالية مثل كروت الفيزا كارد ، والاميركان اكسبرس وغيرها والتي يمكن للشخص إستخدامها في عمليات الشراء والبيع وتغنيه عن إستخدام النقود الورقية أو المعدنية مما سهل عمليات التداول وساعد المصارف على زيادة الائتمان والتوسع في الإقراض مما سهل للإفراد الإقبال على هذا النوع من النقود، للحماية التي تكفلها عند ضياع الكارد الذي يستطيع حاملة الاتصال بالبنك أو المؤسسة المصدرة له ووقف إستخدامه مما يعطي قدرا من الحماية للحامل الأصلي عند الإبلاغ بضياعه ويعرض من استحوذ عليه بطريقة غير مشروعة للمسئولية الجنائية.

٢. التطور الكبير في إستخدام الحواسيب وبرامجها:

تطورت أجهزة الحواسيب وظهرت أجيال جديدة تتميز بالسرعة والكفاءة والبساطة في الإستخدام ، وتكونت شركات متخصصة في إنتاج وابتكار برامج الحاسوب التي تستطيع القيام بعمليات كثيرة وإستخدامات متعددة في مجالات الزراعة والصناعة والتعليم والبحث العلمي والألعاب الترفيهية، وغيرها من مجالات الفكر والنشاط الإنساني . أدى اختراع شركة مايكروسوفت لنظام وبرنامج النوافذ إلى تيسير إستخدام الحاسوب على

1- أ.د. أبو بكر محمود الهوش، الحكومة الإلكترونية الواقع والآفاق، مجموعة النيل العربية ، ٢٠٠٦.

الأشخاص العاديين بعد فترة تدريب قصيرة مما أدى إلى ذبوع إستخدام الحواسيب في المصارف والشركات والأجهزة الحكومية وغيرها بين الأفراد وطلبة المدارس والجامعات
٣. اتساع شبكة الاتصالات الدولية (الإنترنت):

نشأت شبكة الإنترنت أول ما انشأت كشبكة معلومات سرية خاصة بالإستخدامات العسكرية للقوات المسلحة في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم انتقلت ملكية الشبكة إلى القطاع المدني، وتم توسعتها وزيادة قدراتها وإمكانياتها واستحداث إستخدامات جديدة لها مثل البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية المتخصصة على الشبكة. وقد أتاح إنشاء المواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني على الشبكة سهولة ويسرا في الاتصالات بين مختلف المناطق الجغرافية في العالم مما لفت نظر الشركات والمؤسسات التجارية إلى أهمية إستخدام الشبكة في توسيع حجم السوق وتسويق السلع والخدمات عن طريق الإنترنت واتسع حجم التجارة الإلكترونية بمعدل سريع وأصبح في الإمكان شراء الكتب وأجهزة الموسيقى والسيارات وتقديم خدمات الإسعاف والاستشارات عن طريق شبكة الإنترنت.

٤. الإستخدام الواسع للغة الانجليزية والحاسوب في أعمال التجارة الدولية:

إن شبكة الإنترنت باتت لغة رجال الأعمال والمصارف المهيمنة على العمليات المختلفة وقد ساعد على ذلك بروز الاقتصاد الأمريكي كأقوى اقتصاد عالمي في هذه المرحلة من النمو الاقتصادي العالمي والذي تواكب مع كون أن أكبر الشركات المنتجة لأجهزة الحاسوب IBM وان اكبر شركة للبرامج هي مايكروسوفت والاشتان تعتبران شركات أمريكية.

الشروط الجوهرية لنجاح تطبيق التجارة الإلكترونية^(١):

١. الترابط الشبكي

يعد الترابط الشبكي من العوامل الأساسية لدخول دول الاقتصاديات الناهضة إلى عالم الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، ولتحقيق الترابط الشبكي لابد أن تتوافر عدة عوامل أهمها إيجاد مصدر للطاقة الكهربائية. وبنية تحتية لسرعة نقل البيانات بتكلفة

١ - د. عبد الحميد عبد الفتاح المغربي الإدارة العامة : الأسس العلمية والإستراتيجيات المستقبلية للتغيير والحكومة الإلكترونية ، (المنصورة : المكتبة العصرية ، ٢٠٠٤).

معقولة وتأمين خدمات النقل. إن النقص في أي من هذه العوامل سوف يضعف قدرة الدولة للاستفادة من مزايا القيمة المضافة للتبادل الرقمي عبر شبكة الإنترنت.

٢. قيادة المسار الإلكتروني

تحدد بيئة أداء الأعمال والدور الذي تلعبه الدولة في دعم الاقتصاد الوطني مدى انطلاق وفعالية قيادة المسار الإلكتروني وبالتالي فإن علاقة الثقة المتبادلة والمسئولية المشتركة بين مؤسسات القطاع الخاص والقطاع العام ضرورية لنجاح هذه الجهود خاصة في المجتمع الذي تحكمه اقتصاديات السوق والتي شهدت تغير دور الحكومة من التدخل المباشر للسيطرة على الاقتصاد إلى الاقتصاد الحر، وضمان تقديم ورقابة النشاط الاقتصادي وحماية المستهلكين وضمان تقديم وتحسين الخدمات مع خفض أسعارها وتبني سياسة جادة لتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لقد أدركت الدول أهمية الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في النهوض باقتصادياتها في عصر العولمة.

٣. أمن المعلومات

تعد قضية أمن المعلومات و البرامج و حماية الخصوصية، و تحصين الشبكات ضد هجوم مخترقي الشبكات، من القضايا التي تتطلب اهتماما بالغا من الدولة استعدادا للدخول في مجال الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية.

٤. رأس المال البشري

يمثل الاستثمار في رأس المال البشري وحسن إعداد الكوادر حجر الزاوية لضمان نجاح الجهود المبذولة لتأسيس وترسيخ بيئة الأعمال الإلكترونية الرقمية ويتطلب ذلك تعزيز المهارات التقنية والخبرات الإدارية، والتنظيمية قبل أن يحصل أي تقدم للدخول في الاقتصاد الرقمي، لهذا يجب أن تستعد الدولة بالبرامج الطموحة لتنمية مهارات كوادرها الوطنية خاصة في مجال إعداد مهندسي البرامج بهدف تعزيز تنمية صناعة برمجيات قوية، إن مهارة إدارة المشاريع وغيرها يمكن اكتساب جزء منها بالتعليم، وآخر بالخبرة المتراكمة مع تعزيز القدرة حتى على تقبل الفشل لتحقيق النجاح والإفادة من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات.

وفي هذا الصدد تعتبر الشراكة الثلاثية القائمة بين القطاع العام والقطاع الخاص والجامعات ومراكز الأبحاث والتطوير الوطنية ضرورية لإعداد خريجين ذوي كفاءات عالية



وقدرة على الابتكار وأخذ المبادرة وخاصة في قطاع الأعمال الصغيرة والمتوسطة وإقامة الحاضنات التكنولوجية وحاضنات أداء الأعمال.

٥. البيئة التشريعية والقانونية للتجارة الإلكترونية

تتم الأعمال الإلكترونية، كبقية الأعمال، في إطار بيئة قانونية معينة، لذا لا بد من تطوير التشريعات اللازمة لإتمام الأعمال الإلكترونية على نحو آمن ومضمون. ومن ثم يمكن تحليل وضع التجارة الإلكترونية حالياً ومستقبلاً بما يمهد لإصدار القوانين والتشريعات الميسرة لتطبيقها والاستفادة منها.

مراحل إنشاء موقع تجارة إلكترونية^(١):

إنشاء موقع إلكتروني أمر بالغ الدقة ويحتاج إلى تنظيم جيد بإتباع مجموعة من

المراحل:-

١. التخطيط للموقع

في هذه المرحلة يتم اتخاذ قرارات هامة خاصة بموقع التجارة الإلكترونية

الخاص بالشركة مثل اسم الموقع والجمهور المستهدف والسلع والخدمات التي سيقدمها الموقع والاختيار بين حلول التجارة الإلكترونية المتعددة^٢.

٢. اختيار اسم النطاق Domain Name

لا بد من اختيار اسم مناسب لموقع التجارة الإلكترونية ويجب مراعاة عدة شروط لاختيار اسم الموقع التجارة الإلكترونية بحيث يكون معبراً عن نشاط الشركة وسهل التذكر من قبل المستخدمين وقصير وبعد اختيار اسم مناسب لموقع التجارة الإلكترونية يجب حجز اسم النطاق Domain Name ويفضل حجز اسم النطاق بالامتداد com للتعبير عن شركة تجارية في حالة توفره، إلا أن هذا لا يمنع حجز اسم النطاق بأي من الامتدادات الأخرى net, org, biz في حالة عدم وجود اسم نطاق بالامتداد com ويمكنك حجز النطاق من عديد من المواقع مثل www.names4ever.com.

١ - منتدى الدكتور شيماء عطالله، متطلبات إنشاء موقع تجارة إلكترونية، ٢٠٠٩.

٢ - عبد الحميد بسيوني، عبد الكريم عبد الحميد، التجارة الإلكترونية، ٢٠٠٢، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص. ٢١٩ - ٢٢٠.

٣. الجمهور المستهدف Target Audience

تحديد الجمهور المستهدف يعتبر من العناصر الهامة في مرحلة التخطيط للموقع لأن ذلك من العناصر الهامة في مرحلة التخطيط للموقع لأن ذلك يترتب عليه نتائج هامة ومتعددة فيما يتعلق بالخدمات المقدمة في الموقع وتصميم الموقع.

٤. أنواع السلع

وذلك لتحديد الطريقة التي يتم بها توصيل السلعة إلى العميل وهذا يختلف في حالة ما إذا كانت السلعة عينية Hard goods و التي لا يمكن انتقالها عبر وسيط إلكتروني مثل الإنترنت ، أو غير عينية soft goods وهى التي يمكن إنتقالها عبر وسيط إلكتروني مثل الأخبار ، البرامج ، الافلام والخدمات .

٥. درجة الحضور على الويب

يقصد به إذا كانت الشركة تكفي بمجرد الإعلان عن نفسها من خلال موقع الويب دون إتمام عملية الشراء من قبل المستهلكين ، وهناك شركات توفر خدمة كاملة بداية من الاختيار بين السلع والتسجيل وأمر الشراء والدفع ، ومن هنا يجب على الشركة تحديد درجة الحضور على الويب.

٦. تصميم الموقع

يعتبر التصميم الجيد لمواقع الويب بصفة عامة ومواقع التجارة الإلكترونية على وجه التحديد من أهم عناصر نجاح الموقع لذلك فهناك بعض الأشياء التي يجب أخذها في الاعتبار: تصميم الموقع وفق لاحتياجات الجمهور المستهدف:-

غالباً ما يحتاج العميل قبل شراء سلعة ما إلى معرفة بعض الأمور وهى:

- فكرة عامة عن الشركة المنتجة والسلع والخدمات التي تقدمها
- تفاصيل السلع والخدمات التي تقدمها الشركة
- قسم خاص بالأسئلة الأكثر تداولاً وفيها يمكن للعملاء إيجاد إجابات على الأسئلة الأكثر تداولاً عن الشركة ومنتجاتها

ب- التصميم المبدع creative design

وهو من العناصر الهامة لنجاح الموقع، ومراعاة الذوق الفني أمر بالغ الأهمية ولتحقيق

ذلك يجب الالتزام بالشروط التالية:

١. بساطة التصميم وعدم المبالاة في استخدام الصور يؤدي لنتائج أفضل.
٢. استخدام ألوان الويب الآمنة لضمان ظهورها في مستعرضي الويب المختلفة بنفس الطريق.
٣. التناسق بين صفحات الموقع المختلفة ووجود عناصر مشتركة بينها مثل أزرار التجول

.Navigation Buttons

٧. سرعة تحميل الصفحات

تعتبر سرعة تحميل الصفحات من الأمور الهامة حيث يغادر معظم المستخدمين الموقع عندما تطول فترة تحميل الصفحة لإحساسهم بالملل وتؤكد الإحصائيات أن زمن تحميل الصفحة يجب ألا يزيد عن عشر ثوان، ويمكن تحقيق ذلك بترشيد استخدام الصور قدر المستطاع وتحسين الصور بالشكل الذي يجعلها مناسبة للعرض.

٨. تأمين الموقع

إن كسب ثقة العملاء من العناصر الهامة لنجاح أي مشروع تجارى فكثير من مستخدمي الإنترنت يفتقدون الثقة في الأمن على شبكة الإنترنت ومن الأسئلة المثارة في هذا المجال:

- ما مدى مصداقية الموقع؟

- ما هي الضمانة لأرقام بطاقات الائتمان الخاصة بالعملاء؟

- ما مدى سرية المعلومات التي يقدمها العملاء؟

وهناك العديد من الشركات التي تقدم خدمات تأمين المواقع مثل شركة VeriSign
٩. قبول طرق الدفع

هناك طرق متعددة للدفع على الإنترنت ويمكن إيجازها في بطاقة الائتمان والشيكات الإلكترونية والنقود الإلكترونية ، كما أن هناك الوسائل التقليدية للدفع مثل النقود والتحويلات البنكية. ومن عناصر نجاح موقع التجارة الإلكترونية قبول طرق الدفع المختلفة وذلك لزيادة عدد العملاء القادرين على التعامل مع الموقع وهناك عديد من الشركات التي تقدم أنظمة الدفع عبر الإنترنت مثل PayPal.