



www.massira.jo

التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها

الأستاذ الدكتور
عامر إبراهيم قنديلجي



رقم التصنيف : 381.0285
المؤلف ومن هو في حكمه : عامر إبراهيم قنديلجي
عنوان الكتاب : التجارة الالكترونية وتطبيقاتها
رقم الإيداع : 2014/7/3332
الواصفات : التجارة /العلاقات الدولية/ الحواسيب
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system , without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ

الطبعة الثانية 2016م - 1437هـ



شركة جمال أحمد محمد حيف وإخوانه

عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : +962 6 5627049 فاكس : +962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : +962 6 4640950 فاكس : +962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها

الأستاذ الدكتور
عامر إبراهيم قنديلجي



قائمة المحتويات

المقدمة..... 21

الفصل الأول

التعريف بالتجارة الإلكترونية وبأهدافها وأركانها ومعالمها

أولاً: التعريف بالتجارة الإلكترونية 29

ما المقصود بالتجارة الإلكترونية؟ 29

ثانياً: أهداف التجارة الإلكترونية ومراحلها 35

أهداف التجارة الإلكترونية 35

مراحل الأعمال في التجارة الإلكترونية 36

نتائج تطورات التجارة الإلكترونية 39

ثالثاً: أركان وأبعاد التجارة الإلكترونية 41

رابعاً: العناصر الأساسية لنماذج التجارة الإلكترونية 46

خامساً: صفات التجارة الإلكترونية وأساليب قياس حجمها 47

الخصائص والصفات العامة للتجارة الإلكترونية 48

الخصائص والصفات الفريدة للتجارة الإلكترونية 49

فوائد التجارة الإلكترونية 50

أساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية 51

سادساً: متطلبات التجارة الإلكترونية والمعالم المميزة لتقنياتها 52

البنية التحتية الإلكترونية 53

تأمين التشريعات والأنظمة المطلوبة للتجارة الإلكترونية 53

- 54.....توافر عدد من الطاقات البشرية المؤهلة.....
- 55.....المعالم المميزة والفريدة لتقنية التجارة الإلكترونية.....

الفصل الثاني

البنية الارتكازية للتجارة الإلكترونية: إنترنت، وإنترنت 2

- 61.....أولاً: نظرة سريعة على شبكة الإنترنت واستخداماتها.....
- 63.....الشبكة العنكبوتية العالمية (Web).....
- 64.....ثانياً: التطورات الجديدة نحو شبكة (إنترنت 2).....
- 68.....بعض تطبيقات (إنترنت 2).....
- 69.....ثالثاً: إنترنت وإنترنت 2 بنية إرتكازية للتجارة الإلكترونية.....
- 69.....التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت.....
- الاعتبارات التي أدت الى استخدام انترنت كبنية ارتكازية للتجارة
الإلكترونية.....
- 72.....
- 76.....بناء موقع على الويب للتجارة الإلكترونية.....
- 78.....رابعاً: نماذج التجارة الإلكترونية وبروتوكولات الحماية على الإنترنت.....
- 78.....نماذج إدارة الأعمال التجارية المتوفرة على الإنترنت.....
- 79.....بروتوكولات الحماية التجارية.....
- 81.....خامساً: تصنيف تعاملات التجارة الإلكترونية على الإنترنت.....
- 81.....تجارة إلكترونية من أعمال إلى مستهلك.....
- 82.....تجارة إلكترونية من أعمال إلى أعمال.....
- 82.....تجارة إلكترونية من مستهلك إلى مستهلك.....
- 83.....دعم تكنولوجيا الإنترنت لنظام أعمال إلى أعمال.....
- 85.....سادساً: مواقع الأسواق في التجارة الإلكترونية على الإنترنت.....

- 86..... تطبيقات ودعم الإنترنت للتجارة الإلكترونية
- 88..... تسهيلات الإنترنت في البيع والتسويق إلى الزبائن الأفراد
- 89..... الإنترنت وخدمة الزبون
- 89..... تكنولوجيا الإنترنت وإدارة سلسلة التجهيز
- 90..... تحديات وفرص تؤمنها المنشآت الرقمية للأعمال والتجارة الإلكترونية

الفصل الثالث

أنماط التجارة الإلكترونية وفرصها وتحدياتها

- 95..... أولاً: فرص عامة يمكن أن تقدمها التجارة الإلكترونية
- 101..... ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية للشركات والمستهلكين والمجتمع
- 101..... فوائد التجارة الإلكترونية على مستوى الشركات والمؤسسات
- 102..... فوائد التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين
- 102..... فوائد التجارة الإلكترونية على مستوى المجتمع
- 106..... ثالثاً: الأطراف المعنية بتطبيقات التجارة الإلكترونية
- 110..... رابعاً: آثار التجارة الإلكترونية على قطاعات مختلفة
- 111..... آثار اقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال
- 113..... آثار اقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين
- 115..... آثار اقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى الوطني والقومي
- 119..... خامساً: مشاكل عامة قد تواجه التجارة الإلكترونية
- 121..... سادساً: تجاوزات قانونية قد تواجه التجارة الإلكترونية
- 121..... الموقف القانوني من تبادل الرسائل الإلكترونية
- 122..... التعاقد بالطرق الإلكترونية
- 123..... الاختصاص والولاية القضائية

الإثبات للتصرفات القانونية	124
الموقف من حماية المستهلك	124
الموقف من حماية الملكية الفكرية.....	125
الموقف من حماية الدفع الإلكتروني	125
مسألة وضوح ودقة وشمولية المسؤولية القانونية للجهات الوسيطة في أنشطة التسويق الإلكتروني	126
البنية التحتية للتسويق الإلكتروني	126
الضرائب والجمارك والتعرفة الجمركية	126
مسائل الخصوصية وأمن المعلومات	127
التنظيم القانوني والإداري	127

الفصل الرابع

التجارة الإلكترونية من خلال التسويق الإلكتروني

أولاً: التعريف بالتسويق الإلكتروني وبمميزاته.....	133
التعريف بالتسويق الإلكتروني	133
مزايا التسويق الإلكتروني	134
عوامل تحدد مفهوم التسويق	136
ثانياً: الفرص والمنافع التي يؤمنها التسويق الإلكتروني	137
ثالثاً: خصائص ومهارات التسويق الإلكتروني	141
خصائص التسويق الإلكتروني	141
طرق التسويق الإلكتروني	143
مهارات التسويق الإلكتروني	144
رابعاً: عناصر المزيج التسويقي.....	146

قائمة المحتويات

عناصر المزيج التسويقي للسلع والخدمات وما تتضمنه تلك العناصر.....	146
تأثير عناصر المزيج التسويقي للخدمة المصرفية بالتسويق الإلكتروني	149
المنتج	149
التسعير	150
التوزيع	151
الترويج	153
البيئة المادية	154
جمهور الناس	154
عمليات الخدمة	155
خامساً: أثر التسويق الإلكتروني على المزيج التسويقي	156
أثر التسويق الإلكتروني على المنتج	156
أثر التسويق الإلكتروني على التوزيع	158
أثر التسويق الإلكتروني على الترويج	159
أثر التسويق الإلكتروني على التسعير	160
العوامل المؤثرة بالتسعير	160
سياسات التسعير	162
أثر الإنترنت على التسعير	164
سادساً: معوقات وتحديات قد تواجه التسويق الإلكتروني	165
تحديات التسويق الإلكتروني	165

الفصل الخامس

من تطبيقات التجارة الإلكترونية: البنوك الإلكترونية

أولاً: التعريف بالبنوك الإلكترونية	171
--	-----

171	ماذا نعني بمفهوم البنوك الالكترونية؟
174	نشأة البنوك الالكترونية
176	ثانياً: متطلبات البنوك الإلكترونية
176	البنية التحتية التقنية
177	تقنيات أو تكنولوجيا المعلومات
177	كفاءة الأداء المتفقة مع عصر التكنولوجيا
178	ثالثاً: مزايا البنوك الالكترونية
180	البيئة المطلوبة لعمل البنوك الالكترونية
181	رابعاً: أنماط البنوك الإلكترونية وخدماتها
183	خدمات البنوك الإلكترونية
183	خدمة الهاتف المصرفي
184	التحويل الإلكتروني للأموال
184	خدمات مصرفية إلكترونية أخرى
185	خامساً: نماذج من تطبيقات البنوك الإلكترونية في التجارة الإلكترونية
	سادساً: بطاقة الائتمان والبطاقة الذكية ووسائل أخرى مستخدمة في البنوك
190	الإلكترونية
195	استخدام النقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني
196	النقد الرقمي
196	النقود الإلكترونية
197	البطاقات البلاستيكية الممغنطة
197	النقود الإلكترونية البرمجية
198	الشيك الإلكتروني
198	مزايا النقود الإلكترونية

قائمة المحتويات

199.....	سابعاً: مشاكل التعامل مع البنوك الإلكترونية وطرق الوقاية منها
199.....	المشاكل التنظيمية
200.....	التحديات القانونية
200.....	مخاطر العمليات
200.....	المخاطر الأخرى

الفصل السادس

الإعلانات الإلكترونية والنشر الإلكتروني من تطبيقات

التجارة الإلكترونية

205.....	أولاً: الإعلانات الإلكترونية: التعريف بها وبأنواعها
205.....	تعريف الإعلان الإلكتروني
206.....	طريقة الإعلان عبر الانترنت
208.....	أنواع الإعلانات الإلكترونية
212.....	ثانياً: إعلانات إلكترونية رائجة وأخرى متميزة
212.....	الإعلانات الإلكترونية الرائجة للتجارة الإلكترونية
214.....	الإعلان الإلكتروني المطلوب والمتميز في التجارة الإلكترونية
220.....	ثالثاً: تحديات الإعلانات الإلكترونية
221.....	رابعاً: إعلانات تجارية إلكترونية من خلال الهاتف الخليوي
222.....	الخصوصية والمشاكل القانونية للإعلان عبر الهاتف الخليوي
223.....	تطور سوق الإعلانات الإلكترونية
225.....	خامساً: النشر الإلكتروني من تطبيقات التجارة الإلكترونية
225.....	تعريف بالنشر الإلكتروني
225.....	أسباب اللجوء إلى النشر الإلكتروني ومصادر المعلومات المحوسبة

226.....	مشاكل المصادر الورقية والنشر التقليدي
229.....	الإتاحة الإلكترونية والنشر الإلكتروني
229.....	المعلومات المتاحة إلكترونياً
231.....	النشر الورقي والنشر الإلكتروني
232.....	سادساً: مبررات التحول إلى النشر الإلكتروني
238.....	حقوق التأليف والنشر الإلكتروني

الفصل السابع

الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني

241.....	أولاً: التعريف بالحكومة الإلكترونية وأهدافها ومراحلها
241.....	ماذا نعني بالحكومة الإلكترونية؟
243.....	أهداف الإدارة الإلكترونية للحكومة الإلكترونية وفوائدها
243.....	فوائد الإدارة الإلكترونية
244.....	مراحل تنفيذ الحكومة الإلكترونية
245.....	تطبيقات الحكومة الإلكترونية
246.....	ثانياً: الإدارات والمهارات المطلوبة لإنجاح الحكومة الإلكترونية
246.....	الإدارات الإلكترونية المطلوبة في الحكومة الإلكترونية
247.....	التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية
247.....	المهارات المطلوبة لإنجاح الحكومة الإلكترونية
248.....	ثالثاً: مشاكل ومعوقات قد تواجهها الحكومة الإلكترونية
248.....	معوقات قد تواجه تطبيق الحكومة الإلكترونية
249.....	مشاكل قد تواجه تطبيق الإدارة الإلكترونية في العالم العربي
251.....	رابعاً: بناء خارطة الطريق للتخطيط للحكومة الإلكترونية

قائمة المحتويات

252....	استفسارات مطلوبة للتخطيط والإدارة والتقييم في الحكومة الإلكترونية
258.....	مراحل تنفيذ مشروع الحكومة الإلكترونية
258.....	مرحلة التحليل والمعالجة
260.....	التعامل من خلال إجراء المعاملات مباشرة وعلى الخط المباشر
260....	التكامل العمودي وتوحيد النظم المجزأة على مستويات مختلفة عمودياً
262.....	التكامل الأفقي للخدمات الإلكترونية الموزعة في حاويات وظائفية مختلفة
262.....	بعض التجارب للحكومات الإلكترونية
262.....	بوابة الحكومة الكندية
263.....	بوابة حكومة دبي
263.....	خامساً: التعليم الإلكتروني: تعريفه وأنواعه
263.....	تعريف التعليم الإلكتروني
264.....	مسميات التعليم الإلكتروني وأنواعه
264.....	التعليم الإلكتروني المتزامن
265.....	التعليم الإلكتروني غير المتزامن
266.....	سادساً: مزايا ومعوقات التعليم الإلكتروني
266.....	فوائد ومزايا أساسية للتعليم الإلكتروني
270.....	معوقات التعليم الإلكتروني
271.....	علاقة التجارة الإلكترونية بالتعليم الإلكتروني

الفصل الثامن

السياحة الإلكترونية والحجوزات الإلكترونية وتطبيقات

تجارة إلكترونية أخرى

- 275..... أولاً: السياحة الإلكترونية وتطورها
- 275..... التعريف بالسياحة الإلكترونية
- 276..... أسباب تطور السياحة الإلكترونية وزيادة انتشارها
- 277..... ثانياً: أهمية السياحة الإلكترونية ومتطلباتها وتأثيرها الاقتصادي
- 280..... متطلبات أساسية لتطبيق السياحة الإلكترونية، وخاصة في الدول النامية
- 280..... توافر أو توفير للإطار المؤسسي والتنظيمي
- 281..... وجود أو تأمين إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي
- 283..... التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات
- وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة
- 284.....
- 284..... توافر أو توفير ما يمكن أن نسميها بالبيئة الثقافية المساندة
- 287..... ثالثاً: الحجوزات الإلكترونية
- 288..... مزايا وفوائد الحجوزات الإلكترونية
- 288..... الخدمات التي يقدمها نظام الحجز الإلكتروني
- 290..... أنواع الحجوزات الإلكترونية
- 291..... رابعاً: المزادات الإلكترونية
- 293..... مميزات ومساوئ المزادات الإلكترونية
- 295..... خامساً: التوظيف الإلكتروني
- 295..... ما هو التوظيف الإلكتروني؟

296.....	فوائد التوظيف الإلكتروني
301.....	سادساً: التسوق الإلكتروني
301.....	إجراءات الأمان المطلوب متابعتها في التسوق الإلكتروني
302.....	التسوق والتسديد عبر الإنترنت
302.....	مواصفات مواقع التسوق الآمن
302.....	نصائح للتسوق الإلكتروني
303.....	تحوطات ونصائح مهمة أخرى للتسوق عبر الإنترنت

الفصل التاسع

أمازون: دراسة حالة في التجارة الإلكترونية

309.....	أولاً: التعريف بأمازون وبداياته ومنتجاته
309.....	نبذة عن شركة أمازون
311.....	نظرة على أهم منتجات أمازون
313.....	ثانياً: عوامل أدت إلى نجاح تجربة أمازون في التجارة الإلكترونية
317.....	ثالثاً: نظرة على تطورات ومبادرات معاصرة لأمازون
317.....	الاعتماد على التسويق عبر طائرات بدون طيار
318.....	الشحن الاستباقي للبضائع
319.....	الدخول الى أسواق الحواسيب اللوحية
324.....	موقع أمازون على الإنترنت
325.....	رابعاً: المواقع التابعة لأمازون في العالم
326.....	مراكز عمليات التخليص والانجاز والتخزين
328.....	أهم نشاطات وإنجازات ومنتجات أمازون المعاصرة
333.....	خامساً: تجربة أمازون في إدارة سلسلة التوريد

- 337..... سادساً: أمازون وأسواق المنطقة العربية
- 339..... أمثلة لمواقع تجارة إلكترونية عربية
- 342..... سابعاً: نبذة عن تحديات واجهت وتواجه أمازون
- 342..... خلافاً وتحديات على العلامات التجارية
- 343..... مشاكل وأعباء عمل مع تنظيم النقابات
- 344..... صعوبات على صعيد البنية التحتية لتجارتها الإلكترونية
- 345..... مواقع الكترونية لبيع منتجات مختلفة من قبل أمازون

الفصل العاشر

تحديات وتجاوزات قد تواجه التعامل مع التجارة الإلكترونية

وبيئتها الارتكازية والتصدي إليها

- 349..... أولاً: القرصنة والجرائم المالية وإساءات استخدام
- 349..... أنواع التجاوزات عبر شبكات المعلومات
- 349..... القرصنة والاختراق
- 350..... الخداع أو إخفاء وانتحال الشخصية
- 351..... الجرائم المالية والاقتصادية
- 353..... إعاقة الخدمة عبر الشبكات
- 353..... تهديدات حقوق الملكية فكرية
- 355..... الجرائم الأخرى
- ثانياً: أمثلة عن جرائم وتجاوزات عبر الإنترنت وشبكات المعلومات المحوسبة
- 357..... الأخرى
- 357..... أمثلة عن جرائم وتجاوزات الشبكات
- 358..... أمثلة على جرائم اختراقات
- 359..... أمثلة على جرائم مالية

361.....	ثالثاً: فيروسات قد تخرب أو تعرقل تطبيقات التجارة الإلكترونية
361.....	الفيروسات: أخطارها وأنواعها
361.....	أنواع الفيروسات
366.....	كيف يتم اقتحام الجهاز
366.....	وظائف وخطوات عمل الفيروس
367.....	الأعمال التخريبية للفيروس
368.....	المصادر التي تنقل الفيروس
369.....	الوقاية من الفيروسات
371.....	رابعاً: تحديات بسبب غياب البيئة التكنولوجية وانتشار الأمية التكنولوجية
371.....	التعريف بالبيئة التكنولوجية
371.....	مظاهر البيئة التكنولوجية
372.....	من هم المعنيون بالبيئة التكنولوجية؟
372.....	معالجات مطلوبة لتأمين بيئة تكنولوجية جيدة
374.....	تعريف الأمية التكنولوجية
375.....	مظاهر الأمية التكنولوجية
378.....	خامساً: قوانين وتشريعات، لحماية نظم وشبكات التجارة الإلكترونية
378.....	قوانين وتشريعات لمواجهة جرائم الشبكات
380.....	التشفير لحماية الحواسيب والشبكات من الفيروسات
	سادساً: جدران النار للسيطرة على أمن المعلومات عبر الإنترنت والشبكات
383.....	الحاسوبية الأخرى
383.....	التعريف بجدران النار
384.....	كيف تعمل الجدران النارية؟
387.....	المراجع

قائمة المخططات

- المخطط رقم (1) تصور موجز لمحتوى تعريفات التجارة الإلكترونية، من
32 وجهات النظر إليها
- المخطط رقم (2) نبذة عن أبعاد وأركان التجارة الإلكترونية.....45
- المخطط رقم (3) عناصر ينبغي التعرف عليها عند التعامل مع التجارة
الإلكترونية.....47
- المخطط رقم (4) تصور لخلاصة فقرات مميزات التجارة الإلكترونية وتقنياتها...58
- المخطط رقم (5) تصور موجز لأسباب واعتبارات التحول نحو شبكة
انترنت 2.....67
- المخطط رقم (6) تصور لتأمين الإنترنت كبنية ارتكازية للأعمال والتجارة
الإلكترونية75
- المخطط رقم (7) فاعلية إلغاء التوسط بين المصنعين والزبائن باستخدام شبكة
إنترنت.....76
- المخطط رقم (8) تصور للقيم والميزات الرئيسية التي تحصل عليها المؤسسات
من إنشاء موقع على الويب.....77
- المخطط رقم (9) تصور لتصنيف التعاملات التجارية الإلكترونية84
- المخطط رقم (10) تطبيقات وتأثيرات الشبكات الداخلية/ إنترانت (Intranet)
على التجارة الإلكترونية.....87
- المخطط رقم (11) خلاصة لأهم الفرص والفوائد التي يمكن أن تقدمها التجارة
الإلكترونية.....98

- المخطط رقم (12 - أ) فوائد التجارة الالكترونية على مستوى كل من الشركات والمؤسسات.....104
- المخطط رقم (12 - ب) فوائد التجارة الالكترونية على مستوى المجتمع.....105
- المخطط رقم (12 - ج) فوائد التجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين106
- المخطط رقم (13) أهم الآثار الاقتصادية الناتجة عن التجارة الإلكترونية118
- المخطط رقم (14) تصور لموجز التجاوزات، وخاصة القانونية التي قد تواجه التجارة الإلكترونية129
- المخطط رقم (15) الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني للشركات والعملاء، في ظل العولمة وبيئة الأعمال المتغيرة.....140
- المخطط رقم (16) خصائص التسويق الإلكتروني143
- المخطط رقم (17) صعوبات تحد من استخدامات التسويق الإلكتروني.....168
- المخطط رقم (18) أهم المزايا التي تقدمها البنوك الإلكترونية، مقارنة بالبنوك التقليدية180
- المخطط رقم (19) تطبيقات التجارة الإلكترونية في مجال البنوك الإلكترونية189
- المخطط رقم (20) بطاقات تستخدم في عمليات الشراء والدفع في البنوك الإلكترونية: أنواعها ومسمياتها194
- المخطط رقم (21) تصور موجز للأنواع المختلفة من الإعلانات الإلكترونية....211
- المخطط رقم (22) مواصفات الإعلان الإلكتروني المتميز في التجارة الإلكترونية219
- المخطط رقم (23) أسباب التوجه نحو النشر الإلكتروني.....237
- المخطط رقم (24) مجالات الاهتمام عند بناء خارطة طريق في التخطيط لحكومة إلكترونية357
- المخطط رقم (25) أهم مزايا وفوائد التعليم الإلكتروني.....269

المخطط رقم (26) متطلبات تطبيق السياحة الإلكترونية، خاصة في الدول النامية.....	286
المخطط رقم (27) فوائد وميزات التوظيف الإلكتروني عبر شبكة الانترنت....	300
المخطط رقم (28) نبذة عن العوامل التي أدت إلى نجاح تجربة أمازون في التجارة الإلكترونية.....	316
المخطط رقم (29) تجاوزات وجرائم وإساءة استخدام، عبر النظم الحاسوبية والشبكات.....	356
المخطط رقم (30) إجراءات التشفير باستخدام المفتاح العام والمفتاح الخاص، عبر شبكات المعلومات.....	382
المخطط رقم (31) نظام جدار النار لحماية الربط بشبكة مرتبطة بالإنترنت وشبكات داخلية تعرف بالإنترانت.....	386