



ELEKTRON BIZNES VA MOBIL TIJORAT TEXNOLOGIYALARI.

Qalandarova Donoxon Sabirovna

- "University of economics and pedagogy" NOTM,

"Iqtisodiyot" kafedrasi assistenti

donokalandarova71@gmail.com

+998978008043

Elektron biznes (shuningdek, nomi bilan tanilgan onlayn biznes yoki elektron biznes) internet orqali ma'lumot almashishni o'z ichiga olgan har qanday biznes yoki tijorat faoliyati.[1] savdo korxonalar, guruhlar va shaxslar o'rtasida mahsulot va xizmatlar almashinuvini tashkil etadi;[2] va har qanday biznesning muhim faoliyatlaridan biri sifatida qaralishi mumkin.[3]

Elektron tijorat biznesning tashqi faoliyati va shaxslar, guruhlar va boshqa tashkilotlar bilan aloqalarini ta'minlash uchun AKTdan foydalanishga qaratilgan, elektron biznes esa nafaqat korxonalarning onlayn tijorat operatsiyalari bilan shug'ullanadi, balki ularning boshqa tashkiliy masalalari bilan ham shug'ullanadi. inson resurslarini boshqarish va ishlab chiqarish kabi.[4] muddatli "e-biznes" IBM marketing va Internet jamoasi tomonidan kashf etildi 1996.[5][6]

Elektron biznesning bozor ishtirokchilari

Elektron biznes juda ko'p sonli bozor ishtirokchilari o'rtasida amalga oshirilishi mumkin; bu biznes va iste'molchilar, xususi shaxslar, davlat ma'muriyatlari yoki nodavlat tashkilotlar (NNT) kabi boshqa tashkilotlar o'rtasida bo'lishi mumkin. Ushbu turli xil bozor ishtirokchilarini uchta asosiy guruhga bo'lish mumkin:

1. Biznes (B)
2. Iste'molchi (C)
3. Ma'muriyat (A)

Ularning barchasi bozorda xaridor yoki xizmat ko'rsatuvchi provayderlar bo'lishi mumkin. Elektron biznes aloqalari uchun to'qqizta kombinatsiya mavjud. B2C va B2B elektron tijoratga, A2B va A2A esa elektron biznesning bir qismi bo'lgan elektron hukumat sektoriga tegishli.

Tarix

Elektron biznesning asoschilaridan biri bu rivojlanish edi elektron ma'lumotlar almashinuvi (EDI) elektron ma'lumotlar almashinuvi. Ushbu tizim hujjatlarni an'anaviy pochta orqali yuborish va fakslashni hech qanday inson aralashuvisiz ma'lumotlarni bir kompyuterdan ikkinchisiga raqamli uzatish bilan almashtirdi. Maykl Aldrich onlayn xarid qilish uchun avvalgisining ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi. 1979 yilda tadbirkor televizorni telefon liniyasi bilan



tranzaktsiyalarni qayta ishlash kompyuteriga uladi va uni "teleshopping" deb atadi, ya'ni masofadan xarid qilish. O'rta-to'qsoninchi dan, asosiy o'zgarishlar Internet tijorat foydalanish qilingan. Amazon, qaysi boshlangan 1995, onlayn kitob sifatida boshladi va bugungi kunda dunyo bo'ylab eng yirik onlayn chakana bo'lishga o'sdi, sotish oziq-ovqat, o'yinchoqlar, elektronika, kiyim va yana. Onlayn bozorlarning boshqa muvaffaqiyatli hikoyalariga eBay yoki Etsy kiradi. 1994 yilda IBM o'zining Ogilvy & Mather agentligi bilan "elektron biznes" atamasi orqali internetda biznes yuritishning etakchisi sifatida o'zini bozorga chiqarish uchun it echimlari va tajribalaridan foydalanishni boshladi.[7] keyin CEO Louis V. Gerstner, Jr. ushbu yangi brendni bozorga chiqarish uchun \$1 milliard sarmoya kiritishga tayyor edi.[8]

1997 yil oktyabr oyida butun dunyo bo'ylab bozor tadqiqotlarini o'tkazgandan so'ng, IBM sakkiz sahifali qismdan boshladi Uoll-Strit jurnali bu "elektron biznes" tushunchasini kiritadi va IBMning yangi sohadagi tajribasini reklama qiladi.[7] IBM boshqa kompaniyalar bu atamani ishlatib, butunlay yangi sanoat yaratadi degan umidda "elektron biznes" atamasini savdo belgisiga qo'ymaslikka qaror qildi.[8] biroq, bu juda muvaffaqiyatli bo'ldi va 2000 yilga kelib, o'zini farqlash uchun IBM o'zining "elektron biznes infratuzilmasi" imkoniyatlari haqida 300 million dollarlik kampaniyani boshladi.[8] o'sha vaqtdan beri "elektron biznes" va "elektron tijorat" atamalari bir-birining o'rnini bosadigan va umumiy xalq tilining bir qismiga aylangan.[9]

AQSh savdo vazirligining ma'lumotlariga ko'ra, Q1 2020-dagi taxminiy chakana elektron tijorat savdosi AQShning umumiy chakana savdosining deyarli 12% ni tashkil etdi, Q4 uchun 12010% ga qarshi.[10]

Biznes modeli

Asosiy maqola: biznes modeli

Elektron biznesga o'tish murakkab va uning muvaffaqiyatli bo'lishi uchun strategiya, moslashtirilgan biznes modeli (elektron vositachi, bozorlar), to'g'ri jarayonlar (sotish, marketing) va texnologiyalar (ta'minot zanjiri boshqaruvi, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish) o'rtasida muvozanat zarur. Tashkilotlar internetga kirganda, qaysi elektron biznes modellari o'z maqsadlariga mos kelishini hal qilishlari kerak.[11] biznes modeli mahsulot, xizmat va axborot oqimlarini tashkil etish, etkazib beruvchilar va mijozlar uchun daromad va foyda manbai sifatida belgilanadi. Elektron biznes modelining kontseptsiyasi bir xil, ammo onlayn mavjudlikda qo'llaniladi.

Daromad modeli

Asosiy maqola: daromad modeli

Biznes modelining asosiy tarkibiy qismi daromad modeli yoki daromad modeli bo'lib, u daromad olish uchun asosdir. U qaysi daromad manbasini ta'qib qilishni, qanday qiymatni taklif qilishni, qiymatni qanday baholashni va



qiymatni kim to'lashini aniqlaydi. Bu kompaniyaning biznes modelining asosiy tarkibiy qismidir. Bu, birinchi navbatda, daromad olish uchun qanday mahsulot yoki xizmat yaratilishini va mahsulot yoki xizmatni sotish usullarini aniqlaydi.

Aniq belgilangan daromad modeli, ya'ni daromadlarni qanday ishlab chiqarishning aniq rejasi bo'lmasa, yangi korxonalar barqaror bo'lmagan xarajatlar tufayli ko'proq kurashadilar. Daromad modeliga ega bo'lish orqali biznes maqsadli auditoriyaga e'tibor qaratishi, mahsulot yoki xizmatni rivojlantirish rejalarini moliyalashtirishi, marketing rejalarini tuzishi, kredit liniyasini boshlashi va kapitalni jalb qilishi mumkin.

Elektron tijorat

Asosiy maqola: elektron tijorat

Elektron tijorat ("elektron tijorat" qisqartmasi) - bu Internet kabi kompyuter tarmoqlaridan foydalangan holda mahsulot yoki xizmatlar savdosi. Elektron tijorat mobil tijorat, elektron pul o'tkazmalari, ta'minot zanjirini boshqarish, Internet-marketing, onlayn tranzaksiyalarni qayta ishlash, elektron ma'lumotlar almashinuvi (EDI), inventarizatsiyani boshqarish tizimlari va avtomatlashtirilgan ma'lumotlarni yig'ish kabi texnologiyalarga asoslanadi. Zamonaviy elektron tijorat odatda Butunjahon tarmog'i tranzaksiyaning hayot tsiklining kamida bir qismi uchun, garchi u boshqa texnologiyalardan ham foydalanishi mumkin elektron pochta.

Xavotirlar

Internetga ulangan tijoratning iqtisodiy afzalliklari haqida ko'p yozilgan bo'lsa-da, xaritalar va joylashuvdan xabardor xizmatlar kabi internetning ba'zi jihatlari iqtisodiy tengsizlik va raqamli bo'linishni kuchaytirishga xizmat qilishi mumkinligi haqida dalillar mavjud.[12] elektron tijorat konsolidatsiya va ona-pop, g'isht va ohak korxonalarining pasayishi uchun javobgar bo'lishi mumkin, natijada daromadlar tengsizligi oshadi.[13][14][15]

Xavfsizlik

Elektron biznes tizimlari tabiiy ravishda an'anaviy biznes tizimlariga qaraganda ko'proq xavfsizlik xavfiga ega, shuning uchun elektron biznes tizimlari ushbu xavflardan to'liq himoyalangan bo'lishi muhimdir. Odamlar juda katta soni an'anaviy biznes uchun kirish kerak edi ko'ra Internet orqali e-biznes uchun kirish kerak. Mijozlar, etkazib beruvchilar, xodimlar va boshqa ko'plab odamlar har kuni har qanday elektron biznes tizimidan foydalanadilar va ularning maxfiy ma'lumotlari xavfsizligini kutishadi. Xakerlar elektron biznes xavfsizligiga katta tahdidlardan biridir. Elektron biznes uchun ba'zi bir umumiy xavfsizlik muammolari biznes va mijozlar ma'lumotlarini shaxsiy va maxfiy saqlash, ma'lumotlarning haqiqiyligi va ma'lumotlarning yaxlitligini o'z ichiga oladi. Elektron biznes xavfsizligini himoya qilish va ma'lumotni xavfsiz



saqlashning ba'zi usullariga jismoniy xavfsizlik choralari, shuningdek ma'lumotlarni saqlash, ma'lumotlarni uzatish, antivirus dasturlari, xavfsizlik devorlari va bir nechtasini ro'yxatga olish uchun shifrlash kiradi.[16][17]

Maxfiylik va maxfiylik

Maxfiylik-bu korxonalarining shaxsiy ma'lumotlarini boshqa korxonalar va jismoniy shaxslarga taqdim etish darajasi.[18] har qanday biznes bilan maxfiy ma'lumotlar xavfsiz bo'lib qolishi va faqat mo'ljallangan qabul qiluvchiga kirishi kerak. Biroq, bu elektron biznes bilan ishlashda yanada qiyinlashadi. Bunday ma'lumotlarni xavfsiz saqlash har qanday elektron yozuvlar va fayllarni ruxsatsiz kirishdan himoya qilish, shuningdek, bunday ma'lumotlarning xavfsiz uzatilishi va saqlanishini ta'minlashni anglatadi. Shifrlash va xavfsizlik devorlari kabi vositalar ushbu muammoni elektron biznesda boshqaradi.[17]

Haqiqiylik

Elektron biznes operatsiyalari elektron ma'lumotni o'zgartirish va nusxalash qulayligi tufayli haqiqiylikni aniqlash uchun katta muammolarni keltirib chiqaradi. Elektron biznes bitimidagi ikkala tomon ham boshqa tomon o'zlarini kim deb da'vo qilayotganiga ishonch hosil qilishni xohlashadi, ayniqsa mijoz buyurtma berganda va keyin to'lovni elektron shaklda topshirganda. Buni ta'minlashning keng tarqalgan usullaridan biri virtual xususiy tarmoq (VPN) texnologiyasidan foydalangan holda tarmoqqa yoki ishonchli tomonlarga kirishni cheklashdir. Texnikalarning kombinatsiyasi qo'llanilganda haqiqiylikni o'rnatish yanada kuchayadi va bunday usullar "siz bilgan narsani" (ya'ni parol yoki PIN-kod), "sizga kerak bo'lgan narsani" (ya'ni kredit karta) yoki "siz bo'lgan narsani" tekshirishni o'z ichiga oladi. (ya'ni raqamli imzolar yoki ovozni aniqlash usullari). Biroq, elektron biznesda ko'p marta" siz bo'lgan narsa "xaridorning" sizda bor narsa "(ya'ni kredit karta) va" siz bilgan narsa " (ya'ni karta raqami) ni tekshirish orqali juda kuchli tekshiriladi.[17]

Ma'lumotlar yaxlitligi

Ma'lumotlar yaxlitligi savolga javob beradi " ma'lumotni biron bir tarzda o'zgartirish yoki buzish mumkinmi?"Bu qabul qilingan xabar yuborilgan xabar bilan bir xil ekanligiga ishonch hosil qiladi. Biznes tranzitda ma'lumotlar ataylab yoki tasodifan o'zgartirilmasligiga ishonch hosil qilishi kerak. Ma'lumotlarning yaxlitligiga yordam berish uchun xavfsizlik devorlari saqlangan ma'lumotlarni ruxsatsiz kirishdan himoya qiladi, shunchaki ma'lumotlarning zaxira nusxasi ma'lumotlar yoki uskunalar buzilgan taqdirda tiklashga imkon beradi.[17]

Rad etmaslik

Ushbu tashvish bitimda dalil mavjudligi bilan bog'liq. Korxona qabul qiluvchi tomon yoki xaridor bitim sodir bo'lganligini inkor eta olmasligiga



ishonchga ega bo'lishi kerak va bu bitimni isbotlash uchun etarli dalillarga ega bo'lishni anglatadi. Rad etmaslikni hal qilishning usullaridan biri bu raqamli imzolardan foydalanishdir.[17] elektron raqamli imzo nafaqat xabar yoki hujjatning shaxs tomonidan elektron imzolanganligini, balki elektron raqamli imzoni faqat bitta shaxs yaratishi mumkinligi sababli, keyinchalik ushbu shaxs o'z imzosini taqdim etganligini inkor eta olmasligini ham ta'minlaydi.[19]

Kirishni boshqarish

Muayyan elektron resurslar va ma'lumotlar faqat bir nechta vakolatli shaxslar bilan cheklangan bo'lsa, biznes va uning mijozlari tizimlarga yoki ma'lumotlarga boshqa hech kim kira olmasligiga ishonch hosil qilishlari kerak. Ushbu muammoni hal qilish uchun turli xil texnikalar mavjud, jumladan xavfsizlik devorlari, kirish imtiyozlari, foydalanuvchini identifikatsiya qilish va autentifikatsiya qilish texnikasi (parollar va raqamli sertifikatlar kabi), Virtual xususiy tarmoqlar (VPN) va boshqalar.[17]

Mavjudligi

Ushbu tashvish, ayniqsa, biznes mijozlariga tegishli, chunki mijozlar kerak bo'lganda ma'lum ma'lumotlar mavjud bo'lishi kerak. Xabarlar ishonchli va o'z vaqtida etkazilishi kerak va ma'lumot kerak bo'lganda saqlanishi va olinishi kerak. Xizmatning mavjudligi barcha elektron biznes veb-saytlari uchun muhim bo'lganligi sababli, elektr ta'minotining uzilishi va jismoniy infratuzilmaning shikastlanishi kabi hodisalar tufayli xizmatning buzilishini oldini olish uchun choralar ko'rish kerak. Bunga misol sifatida ma'lumotlarni zaxiralash, yong'inni o'chirish tizimlari, uzluksiz quvvat manbai (UPS) tizimlari, viruslardan himoya qilish, shuningdek, og'ir tarmoq trafigi talablarini bajarish uchun etarli imkoniyatlar mavjudligiga ishonch hosil qilish kiradi.[17]

Xarajatlar tarkibi

E-biznes qo'llab-quvvatlaydi, qaysi biznes internet haqida saqlab qolish uchun bir qiymati bor \$2 outsourced u faqat Amerika qo'shma Shtatlari yolg'iz dollar trillion. Har bir veb-sayt maxsus tayyorlangan va kodda saqlangan holda, parvarishlash yuki juda katta. Yigirma birinchi asrda, qarash standardize yordam beradi, deb yangi biznes uchun qarash va xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytirish yordam berish uchun tabiatda ko'proq yagona bo'lishi uchun bir ish internet borligi his.

Elektron biznes uchun xarajatlar tarkibi ular faoliyat ko'rsatadigan sohadan juda farq qiladi. Kommuna xususiyatlariga ega bo'lgan ikkita asosiy toifa mavjud. Birinchi guruh-bu raqamli dunyodan tashqarida hech qanday mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etmaydigan to'liq raqamli biznes. Bunga, masalan, dasturiy ta'minot kompaniyalari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqalar kiradi. Ular uchun eng muhim operatsion xarajatlar platformaga texnik xizmat ko'rsatishdir. Ushbu xarajatlar biznes sotib olgan har bir qo'shimcha mijoz



bilan deyarli bog'liq emas, bu esa marjinal xarajatlarni deyarli nolga teng qiladi. Bu biznesning asosiy afzalliklaridan biridir. Ikkinchi guruh-bu onlayn-do'konlar kabi raqamli dunyodan tashqarida xizmatlar yoki mahsulotlar taqdim etadigan korxonalar, chunki bu xarajatlarni aniqlash ancha qiyin. An'anaviy korxonalarga nisbatan ba'zi umumiy afzalliklar marketing narxining pastligi, inventarizatsiya narxining pastligi, ish haqining pastligi, ijara haqining pastligi va hokazo.[20]

Xavfsizlik echimlari

Xavfsizlik echimlari haqida gap ketganda, barqaror elektron biznes ma'lumotlar yaxlitligini, kuchli autentifikatsiyani va maxfiylikni qo'llab-quvvatlashni talab qiladi. Elektron biznesimizni himoya qilish uchun ko'p narsalarni qilish mumkin. Hujumlarga nisbatan zaifroq bo'lgan eski eskirgan HTTP protokolidan HTTPS-ga o'tish kabi asosiy narsalardan boshlash. Bundan tashqari, to'liq e'tiborni talab qiladigan boshqa narsalar-bu serverlar va administrator panellari, to'lov shlyuzi xavfsizligi, antivirus va zararli dasturlarga qarshi dasturlar, xavfsizlik devorlaridan foydalanish ham shart, muntazam yangilanishlar va ma'lumotlarimizni zaxiralash.

Kirish va ma'lumotlar yaxlitligi

Internetda saqlanadigan ma'lumotlarga kirishni oldini olishning bir necha xil usullari mavjud. Ulardan biri antivirus dasturidan foydalanishdir. Bu ko'pchilik o'z ma'lumotlaridan qat'i nazar, o'z tarmoqlarini himoya qilish uchun foydalanadigan narsadir. Elektron korxonalar bundan foydalanishlari kerak, chunki ular o'z tizimiga yuborilgan va olingan ma'lumotlarning toza ekanligiga ishonch hosil qilishlari mumkin.[17] ma'lumotlarni himoya qilishning ikkinchi usuli-xavfsizlik devorlari va tarmoq himoyasidan foydalanish. Xavfsizlik devori xususiy tarmoqlarga, shuningdek, kompaniya foydalanishi mumkin bo'lgan umumiy tarmoqlarga kirishni cheklash uchun ishlatiladi. Xavfsizlik devori, shuningdek, tarmoqqa urinishlarni kiritish va sodir bo'layotgan ogohlantirishlarni taqdim etish imkoniyatiga ega. Ular uchinchi tomonlarni tarmoqdan uzoqlashtirish uchun juda foydali. Ushbu tarmoqlardan foydalanadigan korxonalar turli xil himoya shakllarini ko'rib chiqishlari kerak, chunki bu tarmoqlarga kimdir kirishi osonroq. Ular himoyalangan kirish, virtual xususiy tarmoqlar yoki internet protokoli xavfsizligini ko'rib chiqishlari kerak.[17] ularda mavjud bo'lgan yana bir variant-bu kirishni aniqlash tizimi. Ushbu tizim mumkin bo'lgan tajovuzlar mavjud bo'lganda ogohlantiradi. Ba'zi kompaniyalar odamlarni jalb qilish uchun tuzoq yoki "issiq joylar" o'rnatadilar va keyin kimdir bu hududga qachon kirishga harakat qilayotganini bilishadi.[17]



Shifrlash

Aslida kriptografiyaning bir qismi bo'lgan shifrlash matnlarni yoki xabarlarini o'qib bo'lmaydigan kodga aylantirishni o'z ichiga oladi. Kimdir uchun tushunarli yoki foydalanish mumkin bo'lishi uchun bu xabarlar shifrini ochishi kerak. Ma'lumotlarni ma'lum bir shaxs yoki kompaniyaga aniqlaydigan kalit mavjud. Ochiq kalitli shifrlash bilan aslida ikkita kalit ishlatiladi. Biri ommaviy, biri xususiy. Ommaviy shifrlash uchun, shaxsiy esa shifrnı ochish uchun ishlatiladi. Haqiqiy shifrlash darajasi sozlanishi va ma'lumotlarga asoslanishi kerak. Kalit shunchaki harflarning oddiy slaydlari yoki harflarning mutlaqo tasodifiy aralashmasi bo'lishi mumkin. Buni amalga oshirish nisbatan oson, chunki kompaniya sotib olishi mumkin bo'lgan dasturiy ta'minot mavjud. Kompaniya uning kalitlari sertifikat organida ro'yxatdan o'tganligiga ishonch hosil qilishi kerak.[17]

Raqamli sertifikatlar

Raqamli sertifikatning maqsadi hujjat egasini aniqlashdir. Shu tarzda qabul qiluvchi uning haqiqiy hujjat ekanligini biladi. Kompaniyalar ushbu sertifikatlardan bir necha xil usulda foydalanishlari mumkin. Ular foydalanuvchi nomlari va parollarini almashtirish sifatida ishlatilishi mumkin. Har bir xodimga qaerda bo'lishidan qat'i nazar, kerakli hujjatlarga kirish uchun berilishi mumkin. Ushbu sertifikatlar shifrlashdan ham foydalanadi. Biroq, ular oddiy shifrlashdan biroz murakkabroq. Ular aslida kod ichida muhim ma'lumotlardan foydalanganlar. Ular buni har doim shifrlash bilan birga keladigan hujjatlarning haqiqiylikini, shuningdek maxfiylik va ma'lumotlarning yaxlitligini ta'minlash uchun qilishadi.[17] raqamli sertifikatlar odatda ishlatilmaydi, chunki ular odamlarni amalga oshirishni chalkashtirib yuboradi. Turli xil brauzerlardan foydalanishda asoratlar bo'lishi mumkin, ya'ni ular bir nechta sertifikatlardan foydalanishlari kerak. Jarayon foydalanish osonroq bo'lishi uchun sozlanmoqda.[17]

Raqamli imzolar

Onlayn ma'lumotni himoya qilishning yakuniy usuli raqamli imzodan foydalanish bo'ladi. Agar hujjatda raqamli imzo bo'lsa, boshqa hech kim ma'lumotni aniqlanmasdan tahrir qila olmaydi. Shu tarzda, agar u tahrirlangan bo'lsa, haqiqatdan keyin ishonchliligi uchun sozlanishi mumkin. Raqamli imzodan foydalanish uchun kriptografiya va xabarlar hazm qilish kombinatsiyasidan foydalanish kerak. Hujjatga noyob qiymat berish uchun xabarlar dayjesti ishlatiladi. Keyin bu qiymat jo'natuvchining shaxsiy kaliti bilan shifrlanadi.[17]

Afzalliklari va kamchiliklari

Afzalliklari



E-biznes qarab qachon ko'p afzalliklari biz bor, qaysi asosan oson biznes yuritish qilish bilan bog'liq. Elektron biznes vositalarini joriy etishning afzalliklari biznes jarayonlarini soddalashtirishda va texnologiyadan foydalanishda emas. Mana ba'zilari:

- O'rnatish oson: elektron biznesni hatto uydan ham sozlash oson, faqat talablar dasturiy ta'minot, qurilma va internetga ulanishdir.

- Moslashuvchan ish soatlari: joylashuvga asoslangan biznes duch kelishi mumkin bo'lgan vaqt to'siqlari yo'q, chunki internet har doim hamma uchun mavjud. Sizning mahsulotlaringiz va xizmatlaringizga internetga ulangan har bir kishi kirishi mumkin.

- An'anaviy biznesga qaraganda arzonroq: elektron biznes an'anaviy biznesga qaraganda arzonroq, ammo uni o'rnatish qimmatroq. Operatsiyalar qiymati ham arzon.

- Geografik chegaralar yo'q: eng katta foyda geografik tarqalish imkoniyatidir. Har kim istalgan vaqtda istalgan joydan buyurtma berishi mumkin.

- Davlat subsidiyalari: raqamlashtirish hukumat tomonidan juda rag'batlantiriladi va ular zarur yordamni taqdim etadilar.

- Yangi bozorga kirish: an'anaviy biznes qila olmaydigan ilgari noma'lum bozorga kirishni ta'minlash uchun katta imkoniyatlarga ega.[21][22]

- Inventarizatsiyaning past darajalari: elektron biznes kompaniyalarga o'z aktivlarini raqamlashtirish orqali inventarizatsiya darajasini pasaytirishga imkon beradi. (ya'ni: Netflix endi jismoniy DVD-larni sotmaydi, aksincha onlayn oqim tarkibini taklif qiladi).

- Marketing va sotish xarajatlarining pastligi: elektron tijorat soha aktyorlariga o'z mahsulotlarini/xizmatlarini taklif qilish (ya'ni: uy ijarasi) uchun o'z bizneslarini jismoniy targ'ib qilishdan ko'ra arzonroq narxlarda reklama qilish imkoniyatini beradi.

Kamchiliklari

Barcha cheklovlarga qaramay, biz hal qilishimiz kerak bo'lgan ba'zi kamchiliklar ham mavjud. Elektron biznesning eng keng tarqalgan cheklovlari:

- Shaxsiy teginishning etishmasligi: mahsulotlarni yakuniy sotib olishdan oldin tekshirish yoki sezish mumkin emas. An'anaviy modelda biz ko'proq shaxsiy mijozlar tajribasiga egamiz, elektron biznesda esa bunday emas. Shaxsiy teginishning yana bir etishmayotgan omili ham onlayn tranzaksiyalarda bo'lishi mumkin.

- Yetkazib berish vaqti: an'anaviy biznes mahsulotni sotib olganingizda darhol qoniqishni ta'minlaydi, elektron biznesda esa bu mumkin emas. Mahsulotni olishdan oldin har doim kutish davri bo'ladi. Misol uchun, Amazon



bir kunlik yetkazib berishni kafolatlaydi. Bu muammoni to'liq hal qilmaydi, ammo bu yaxshilanishdir.

• Xavfsizlik masalalari: firibgarliklar odamlarning elektron biznesga ishonchsizligi omili sifatida qayd etilishi mumkin. Xakerlar mijozlarning moliyaviy va shaxsiy ma'lumotlarini osongina olishlari mumkin. Ba'zi mijozlar xavfsizlik, ishonchlilik va yaxlitlik muammolari yo'qligi sababli elektron biznesga ishonish qiyin.[21][23]

ADABIYOTLAR;

1. "ELEKTRON BIZNES". Kembrij Lug'ati.
2. Jeyms Stivenson (1942), savdo tamoyillari va amaliyoti, London: Ser Issak Pitman va Sons, Ltd, p. 14
3. Oksford Tirik Lug'atlari. 1 yil 2019 May kuni asl nusxadan Arxivlangan. biznes [:] 2 bilan shug'ullanish orqali tirikchilik qilish amaliyoti.
4. Beynon-Davies P. (2004). Elektron Biznes. Palgrave, Basingstoke. ISBN 1-4039-1348-X
5. Gerstner, L. (2002). Fillar raqsga tusha olmaydi deb kim aytadi? IBMning tarixiy oborot ichida. pg 172. ISBN 0-06-052379-4
6. Amor, D. (1999). Elektron biznes (r)evolyutsiyasi. Yuqori Egar Daryosi: Prentice Hall. ISBN 9780130851239.
7. Pettit, Raymond (2012). G'oliblardan o'rganish: ARF Ogilvy mukofoti g'oliblari reklama muvaffaqiyatini yaratish uchun bozor tadqiqotlaridan qanday foydalanadilar. Teylor Va Frensis. 32-33 betlar. ISBN 9781136676765. Olingan 2014-05-31.
8. Meyer, Mark H. (2007). Korporativ o'sishning tezkor yo'li: bilim va texnologiyalarni yangi bozor ilovalariga jalb qilish. Oksford Universiteti Matbuoti. p. 30. ISBN 978-0195180862.
9. Louri, Pol Benjamin; Cherrington, J. Ouen; Uotson, Rj (2001). Elektron Biznes Uchun Qo'llanma. Boka Raton, FL: CRC matbuot.
10. (PDF) "choraklik chakana elektron tijorat savdosi 1-chorak 2022" (Press-reliz). AQSh aholini ro'yxatga olish byurosi. 19 mumkin 2022. Olingan12 Avgust2022.