

Использование электронной коммерции в мире бизнеса

Садикова Мунира Алишеровна

Ахмадалиев Илхомжон

Ферганский филиал

Ташкентского университета информационных

технологий имени Мухаммада Ал-Хорезми,

Sadmunira77@gmail.com

Аннотация: *Процесс покупки, продажи или передачи товаров, услуг или информации через компьютерную сеть известен как электронная коммерция (e-commerce). Электронная коммерция - это подмножество электронного бизнеса, которое включает в себя не только коммерческую деятельность, но и деловое партнерство, поддержку клиентов, подбор персонала и т.д., с более Она имеет более широкое определение. Помимо сетевых технологий, электронная коммерция требует использования некомпьютерных технологий, таких как базы данных или БД (DB), электронная почта или электронная почта (e-mail), различные системы доставки и методы оплаты электронной коммерции.*

Ключевые слова: *e-commerce, e-mail, CSS, БД, КПК, COD.*

Введение

Учитывая нынешнее состояние современных технологий, в крупных городах Узбекистана есть много мест, которые предлагают доступ в Интернет через Wi-Fi через ваш ноутбук или персональный цифровой помощник (КПК), поэтому вам нужен доступ к онлайн-покупкам. Клиенту не обязательно физически присутствовать. Поэтому для компаний сейчас критическое время для создания услуг электронной коммерции. Интернет-маркетинг имеет тенденцию пересекать национальные границы и другие барьеры, не следуя установленным правилам. Напротив, традиционный маркетинг предполагает перемещение товаров через оптовиков, порты, дистрибьюторов, гарантийные агентства, импортеров и финансовые учреждения. Интернет-маркетинг не так уж и сложен. Интернет-маркетинг подобен традиционному маркетингу в том смысле, что потребитель общается напрямую с продавцом, даже если потребитель находится за границей. «Во всем мире у него 200 миллионов пользователей Интернета, 67 миллионов из которых находятся в Соединенных Штатах. Активность бизнесов, особенно использование Интернета в крупных корпорациях, резко возросло. С момента изобретения Интернет-технологий в 1990-х годах они широко использовались благодаря предполагаемым



преимуществам, необходимым для эффективного бизнеса и корпоративных операций. В этом сценарии автор исследования мотивирован и подчеркивает преимущества электронной коммерции в улучшении как обслуживания клиентов, так и конкурентоспособности фирм.

Литературный обзор (Literature Review)

Электронная коммерция представляет собой обмен товарами, услугами и информацией через компьютерные сети. Электронная коммерция является подвидом электронного бизнеса, и ее сфера шире и включает не только коммерцию, но и деловое партнерство, обслуживание клиентов, подбор персонала и т. д. Электронная коммерция выходит за рамки сетевых технологий Интернета и включает базы данных или технические данные в базах данных (базах данных), электронную почту или электронную почту (электронную почту), а также другие нетехнические формы компьютеров, такие как системы доставки продукции и платежные инструменты. Электронная коммерция относится к использованию маркетинговых систем или электронных средств массовой информации. Все распространение, продажа, покупка, маркетинг и обслуживание продуктов, осуществляемые через электронные системы, такие как Интернет и другие типы компьютерных сетей, являются частью электронной коммерции.

Метод (Method)

Типы транзакций, которые могут быть проведены через веб-сайт электронной коммерции, очень разнообразны. Используемые способы оплаты не только быстры, но и эффективны с использованием традиционных методов, как и в прошлом. Существует как минимум три различных варианта оплаты, в том числе:

1. Оплата наложенным платежом (COD)

Особенно в Узбекистане, любой сайт электронной коммерции принимает эти платежи. Наложный платеж – это еще одно название мгновенной оплаты. Покупатели платят производителям через третьих лиц или дистрибьюторов, таких как Lazada, Tokopedia. Это делает процесс относительно простым. Агенты в этой области, такие как JNE, Express. В дополнение к простому процессу оформления заказа, товар был доставлен на дом клиента и может быть проверен, что дает покупателю уверенность в том, что на нем есть его инициалы. Проверка полученных товаров перед завершением процесса оплаты.

2. Электронные платежные инструменты

Помимо распространенности электронных платежей, некоторые люди жалуются, что они слишком заняты или слишком ленивы, чтобы заниматься домашними делами или даже офисом. Мы ведем бизнес с использованием виртуальных валют, таких как Ovo, через коммерческие сайты. Использование цифровых кошельков в настоящее время распространяется не только в Узбекистане, но и во всем обществе. Текущими примерами являются Go Pay, OVO, Funds и т. д.

3. Платежи на основе счета

Помимо функций наложенного платежа и цифрового кошелька, также доступен расчет по счету. Этот вид оплаты часто совершают некоторые люди, у которых есть банкоматы (банкоматы) как в традиционных, так и в альтернативных банках.

Результаты и обсуждение

Плюсы и минусы электронной коммерции в деловом мире Наличие надежной управленческой команды, своевременная доставка, отличный сервис, структурно выстроенная организация бизнеса, сетевая инфраструктура и безопасность, надежный дизайн веб-сайта, а также такие аспекты, как:



1. Предложите разумную цену
2. Предлагайте быстрые, полезные и отзывчивые услуги по покупке.
3. Предоставьте подробную и понятную информацию о продуктах и услугах.
4. Предложите несколько дополнительных услуг, таких как купоны, предложения и скидки.
5. Обратите пристальное внимание на такие детали, как ставки на покупку.
6. Создайте чувство общности для диалога, обратной связи с клиентами и т. д.
7. Упростите торговую деятельность.

Выгоды, получаемые бизнесом, особенно в интересах клиентов, демонстрируют, что электронная коммерция может предложить преимущества в дополнение к следующим:

1. Привлекайте новых клиентов. Одним из преимуществ использования электронной коммерции в бизнесе является привлечение новых клиентов. Электронная коммерция позволяет предприятиям привлекать новых клиентов как на внутреннем, так и на международном рынках.
2. Привлекайте клиентов, чтобы оставаться на плаву. Электронный банкинг предотвращает переход клиентов в другие банки. Кроме того, банки также получают новых клиентов из оставшихся учреждений с устаревшей технологией.
3. Повышение уровня сервиса. Электронная коммерция позволяет предприятиям предоставлять более качественные услуги, персонализируя взаимодействие и предоставляя информацию на основе пожеланий клиентов. Исследования, которые предполагают, что использование электронной коммерции может помочь повысить уровень этой услуги.
4. Обслуживание клиентов без оглядки на время. Клиенты не ограничены часами закрытия или работы компании для ведения бизнеса или использования ее услуг.

Электронная коммерция предлагает производителям выбор в отношении типа бизнеса и размера бизнеса. Производители могут создавать целевые рынки для всего рынка или сосредоточиться на конкретных сегментах рынка, внедряя техническую аналитику электронной коммерции. Электронная коммерция позволяет малому бизнесу предлагать высококачественную и доступную продукцию, чтобы они могли уверенно конкурировать. Поскольку стоимость не является главным препятствием, самый главный вопрос заключается в том, как малый бизнес представляет свои предложения на своем сайте и получает доход от онлайн-продаж.

Мир бизнеса, процесс электронной коммерции чтобы обеспечить бесперебойную работу и администрирование деятельности в сфере электронной коммерции, предприятиям требуется несколько ключевых компонентов. Как видно на прилагаемом изображении, есть несколько ключевых элементов, которые имеют решающее значение для процесса электронной коммерции в корпоративном мире:

Контроль доступа и безопасность	Управление контентом и каталогами	Администрирование рабочих процессов
Профилирование и персонализация		Система электронной коммерции
Поисковые системы	Электронная платежная система (Payment)	Торговля и сотрудничество

Таблица 1. Категории процессов электронной коммерции



1. Контроль доступа и безопасность, который включает в себя наличие пароля, ключа шифрования, сертификации или цифровой подписи, чтобы предоставить пользователям сайтов электронной коммерции чувство уверенности и безопасного доступа. Кроме того, существует авторизация доступа только к определенным областям, гарантируя, что только зарегистрированные пользователи могут получить доступ к уже имеющейся информации и приложениям. Чтобы защитить ресурсы сайта электронной коммерции от многочисленных рисков, таких как кража паролей или данных кредитных карт или предотвращения системных сбоев, необходимо внедрить контроль доступа и безопасность.

2. Профилирование и персонализация, процесс создания профилей и персонализации контента с использованием методов профилирования, таких как отзывы пользователей, файлы куки (cookie), программное обеспечение для мониторинга поведения веб-сайтов и регистрация. Этот профиль используется для того, чтобы распознавать нас как уникальных пользователей, предоставлять персонализированный контент, предлагать продукты и отображать онлайн-рекламу.

3. Поисковые системы должны быть частью программного обеспечения для электронной коммерции, чтобы помочь клиентам идентифицировать определенные товары и услуги, которые они хотят проверить или купить.

4. Управление контентом и каталогами. Поскольку большая часть контента электронной коммерции представлена в виде мультимедийных каталогов, включающих информацию о продуктах, разработка каталогов и управление ими являются основным компонентом управления контентом.

5. Электронная платежная система (Payment) является подлинным и важным шагом в онлайн-транзакциях. В настоящее время большинство платформ электронной коммерции, используемых онлайн- и B2C-предприятиями, принимают платежи с использованием кредитных карт.

6. Администрирование рабочих процессов, сотрудники могут сотрудничать в режиме онлайн для выполнения задач, используя программный движок для управления рабочими процессами с помощью решений для электронного бизнеса.

7. Система электронной коммерции используется для мониторинга всех операций электронной коммерции и регистрации всех соответствующих действий, включая резкие изменения или проблемы, поэтому процедура уведомления о событиях имеет решающее значение для работы системы.

8. Торговля и сотрудничество, Целью электронной первичной коммерции является поддержка торговых соглашений и услуг, в которых нуждаются клиенты, поставщики и другие заинтересованные стороны. Системы электронной коммерции, такие как электронный бизнес, прилагают много усилий для создания онлайн-сообществ энтузиастов для улучшения обслуживания клиентов и повышения лояльности.

Влияние электронной коммерции на бизнес	Источники дохода
	Доля рынка
	Операционных расходов
	Глобальный охват
	Лояльность клиентов



	Управляйте поставщиками
	Производственный процесс
	Цепочки доходов

Таблица 2. Некоторые ключевые факторы успеха в электронной коммерции

Влияние электронной коммерции на бизнес: положительное и отрицательное

Положительное влияние:

1. Могут появиться новые многообещающие источники дохода, которые недоступны в традиционных транзакционных системах.
2. Может расширить доступ к рынкам (доля рынка).
3. снижение операционных расходов (операционных расходов).
4. Расширение ассортимента (глобальный охват).
5. Повысьте лояльность клиентов.
6. Управляйте поставщиками лучше.
7. ускорить производственный процесс.
8. Укрепление производственно-сбытовой цепочки (цепочки доходов).

Заключение (Conclusion)

Высококонтентный корпоративный сектор может рассчитывать на большую выгоду от использования интернет-технологий. Компании, которые смогут интегрировать технологии в свою деятельность, смогут конкурировать в отрасли. Использование электронной коммерции (e-commerce) для рекламы различных видов товаров и услуг как в физическом, так и в цифровом форматах является односторонней технологией, используемой для улучшения конкуренции в бизнесе и сбыта продукции. Клиенты могут получить доступ к услугам электронной коммерции (e-commerce) и размещать заказы из различных мест.

Список литературы (References)

1. Zulunov R. et al. Building and predicting a neural network in python //E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. – Т. 508. – С. 04005.
2. Nabijonovich S. B., Muhammadyo'ldoshali A. Empowering Patient Diagnosis with Advanced Software in Healthcare //Miasto Przyszłości. – 2024. – Т. 48. – С. 201-205.
3. Sh M. X., MS A. PYTHONDA DASTUR YOZISH QOIDALARI //SO 'NGI ILMIY TADQIQOTLAR NAZARIYASI. – 2023. – Т. 6. – №. 4. – С. 113-119.
4. Abdurasulova, Dilnoza. "IQTISODIY JINOYATLAR VA ULARNING OLDINI OLISH UCHUN DASTURIY MAHSULOTLAR ALGORITMLARINI ISHLAB CHIQISH: DEVELOPMENT OF SOFTWARE ALGORITHMS FOR ECONOMIC CRIMES AND THEIR PREVENTION." *Потомки Аль-Фаргани* 1.1 (2024): 180-185.
5. Zulunov R. et al. Detecting mobile objects with ai using edge detection and background subtraction techniques //E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. – Т. 508. – С. 03004.



6. Nabijonovich S. B., Shuxratjonovich S. R. Diplom ishi mavzularini ro 'yxatini shakillantirish uchun dasturiy ta'minotni joriy etish tahlili //Miasto Przyszłości. – 2024. – T. 47. – C. 1139-1145.
7. Abdurasulova D. Kotlin dasturlash tilida bir qatorli va mahalliy funksiyalar //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – №. 3. – C. 100-103.
8. Nabijonovich S. B., Najmiddin G. OPTIMIZING PYQT5 DEVELOPMENT WITH QT DESIGNER //Web of Teachers: Inderscience Research. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 254-259.
9. Sharifjonovich M. X. KLIENT TOMONIDA DASTURLASH //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – №. 1. – C. 97-102.
10. Karimov A., Abdurasulova D., Iminjanov M. Innovation technologies in teaching specialty disciplines. – 2018.
11. Kayumov A. TECHNOLOGIES OF TECHNICAL MACHINE EXPERTISE //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – №. 3. – C. 96-99.
12. Nabijonovich S. B., Kakhramonovna E. Z. RECOGNIZING OBJECTS IN IMAGES USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PYTHON //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2023. – T. 11. – №. 11. – C. 88-92.
13. Ahror K., Izzatillo J. CREATING AN IQ DEVELOPMENT MOBILE APPLICATION FOR SCHOOL CHILDREN //Web of Teachers: Inderscience Research. – 2024. – T. 2. – №. 4. – C. 247-253.
14. Xudoyberdiyev S., Soliyev B. O 'ZBEKISTONDA SUN'Y INTELLEKT VA RAQAMLI IQTISODIYOT ISTIQBOLLARI //Conference on Digital Innovation: "Modern Problems and Solutions". – 2023.
15. Ermatova Z. ZAMONAVIY DASTURIY MAHSULOTLAR YARATISH VA SIFATINI YAXSHILASHDA DASTURLASH TILLARINI O 'QITISHNING O 'RNI //Research and implementation. – 2023.
16. Qayumov A. Dasturiy ta'minotni ishlab chiqish standartlarining turlari //Conference on Digital Innovation: "Modern Problems and Solutions". – 2023.
17. Nabijonovich S. B. EMPOWERING VIDEO ANALYTICS WITH AI-DRIVEN TEXT RECOGNITION IN PYTHON FOR STREAMLINED INSIGHTS //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2023. – T. 11. – №. 11. – C. 25-30.
18. O'G'Li A. M. A. et al. Tibbiy tasvirlar ichida alohida qiziqish hududlarini (Region of interest–ROI) avtomatik aniqlash va izolyatsiya qilish //Al-Farg'oniy avlodlari. – 2024. – T. 1. – №. 1. – C. 142-146.
19. Muminjonovich K. A. BEST PROGRAMMING LANGUAGES TO LEARN IN 2023 //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – C. 1.
20. Soliev B. Coding the Path to E-Commerce Excellence: A Web Programming Odyssey //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – №. 2. – C. 471-475.
21. Ermatova Z. АКТУАЛЬНОСТЬ ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКА ПРОГРАММИРОВАНИЯ C++ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ //Потомки Аль-Фаргани. – 2023. – №. 4. – C. 237-241.
22. Шарипбаев Н. Ю., Каюмов А. М. ЧИСЛЕННАЯ ОЦЕНКА ФОРМОСОХРАНЯЮЩИХ СВОЙСТВ ТКАНЕЙ ПОСРЕДСТВОМ АНАЛИЗА ИЗОБРАЖЕНИЙ //Universum: технические науки. – 2024. – T. 4. – №. 3 (120). – C. 33-36.
23. Xayitov A. COMPUTER DESIGN TECHNIQUES USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE //Journal of technical research and development. – 2023. – T. 1. – №. 3. – C. 66-69.



24. Akhundjanov U. et al. Off-line handwritten signature verification based on machine learning //E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2024. – T. 508. – C. 03011.

25. Muminjonovich K. A. METHODS OF TECHNOLOGICAL MACHINERY MONITORING AND FAULT DIAGNOSIS. Intent Research Scientific Journal, 2 (10), 11–17. – 2023.

