



RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Abdujabborov Azizbek Baxtiyor o'g'li

Toshkent Iqtisodiyot va Texnologiyalar Universiteti talabasi

Annotatsiya. Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlarini rivojlantirish istiqbollari iqtisodiy, tashkiliy va texnologik omillar asosida tahlil qilinadi. Raqamli transformatsiya kichik biznes uchun elektron savdo, raqamli marketing, onlayn to'lovlar, avtomatlashtirilgan hisob-kitob, mijozlar bilan ishlash tizimlari, sun'iy intellekt vositalari va ma'lumotlar tahlili orqali yangi imkoniyatlar yaratishi asoslab beriladi. Maqolada kichik biznes samaradorligini baholashda raqamli kapital ishtirokidagi ishlab chiqarish funksiyasi, raqamli transformatsiya indeksi, investitsiya rentabelligi, elektron savdo konversiyasi va transaksion xarajatlar modeli kabi iqtisodiy formulalardan foydalaniladi. Shuningdek, O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot va kichik tadbirkorlikni rivojlantirishga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlar hamda xalqaro tashkilotlarning ilmiy-amaliy tavsiyalari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, kichik biznes, tadbirkorlik, raqamli transformatsiya, elektron tijorat, raqamli marketing, ishlab chiqarish funksiyasi, investitsiya rentabelligi, transaksion xarajatlar, biznes modeli.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ



Аннотация. В статье анализируются перспективы развития субъектов малого бизнеса в условиях цифровой экономики на основе экономических, организационных и технологических факторов. Цифровая трансформация создает для малого бизнеса новые возможности посредством электронной коммерции, цифрового маркетинга, онлайн-платежей, автоматизированного учета, систем работы с клиентами, инструментов искусственного интеллекта и анализа данных. Для оценки эффективности малого бизнеса в статье используются экономические формулы, такие как производственная функция с цифровым капиталом, индекс цифровой трансформации, рентабельность инвестиций, конверсия электронной торговли и модель транзакционных издержек. Также рассматриваются нормативно-правовые документы по развитию цифровой экономики и малого предпринимательства в Узбекистане, а также научно-практические рекомендации международных организаций.

Ключевые слова: цифровая экономика, малый бизнес, предпринимательство, цифровая трансформация, электронная коммерция, цифровой маркетинг, производственная функция, рентабельность инвестиций, транзакционные издержки, бизнес-модель.

Kirish. Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlarining rivojlanishi mamlakat iqtisodiy barqarorligi, bandlik, innovatsion faollik va aholining daromad manbalarini kengaytirish bilan bevosita bog'liq. Kichik biznes moslashuvchanligi, yangi bozor talablariga tez javob bera olishi va mahalliy resurslardan samarali foydalanishi



bilan iqtisodiyotning muhim bo'g'ini hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar esa mazkur sektor uchun ishlab chiqarish, savdo, xizmat ko'rsatish, hisob-kitob, marketing va boshqaruv jarayonlarini tubdan yangilash imkonini beradi. Raqamli iqtisodiyot kichik biznes uchun yangi imkoniyatlar bilan birga yangi talablarni ham yuzaga keltiradi. Onlayn savdo maydonchalari, mobil to'lovlar, raqamli bank xizmatlari, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing, CRM tizimlari, bulutli texnologiyalar va sun'iy intellekt vositalari kichik biznesning bozorga chiqish xarajatlarini kamaytiradi. Shu bilan birga, raqamli savodxonlik, texnologik infratuzilma, kiberxavfsizlik, malakali kadrlar va investitsiya yetishmasligi kabi muammolar ham dolzarb bo'lib qolmoqda.

Asosiy qism. Raqamli iqtisodiyot kichik biznes rivojlanishida resurslardan foydalanish samaradorligini oshiruvchi muhim omil sifatida namoyon bo'ladi. O'zbekistonda 2024-yil yanvar–iyun yakunlariga ko'ra kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan 257 993,6 mlrd so'mlik qo'shilgan qiymat yaratilgan va bu iqtisodiyotdagi yalpi qo'shilgan qiymatning 47,5 foizini tashkil etgan. Ushbu ko'rsatkich kichik biznesning iqtisodiy o'sish, bandlik va xizmatlar sohasi rivojidadagi o'rnini yaqqol ko'rsatadi .

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning huquqiy va strategik asoslari ham shakllantirilmoqda. "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasida iqtisodiyot tarmoqlari, ijtimoiy soha va davlat boshqaruvi tizimini jadal raqamlashtirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan. Strategiya doirasida elektron hukumat, raqamli industriya, raqamli ta'lim va raqamli infratuzilmani rivojlantirish bo'yicha yo'l xaritalari tasdiqlangan . Bu kichik biznes uchun elektron xizmatlardan foydalanish, davlat organlari bilan masofaviy



munosabatga kirishish va raqamli platformalar orqali bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Kichik biznesni raqamli iqtisodiyot sharoitida rivojlantirishni iqtisodiy model orqali izohlash mumkin. An'anaviy ishlab chiqarish funksiyasiga raqamli kapital omilini qo'shish kichik biznes samaradorligini baholashda foydali bo'ladi:

$$Y = A \cdot K^{\alpha} \cdot L^{\beta} \cdot D^{\gamma}$$

Bu yerda:

Y — ishlab chiqarilgan mahsulot yoki xizmat hajmi;

A — umumiy texnologik samaradorlik;

K — moddiy kapital;

L — mehnat resurslari;

D — raqamli kapital, ya'ni internet, dasturiy ta'minot, elektron savdo platformalari, CRM, ERP, onlayn to'lov va ma'lumotlar tahlili vositalari;

α, β, γ — tegishli omillarning ishlab chiqarish natijasiga ta'sir koeffitsiyentlari.

Ushbu model kichik biznesda raqamli kapitalning mustaqil ishlab chiqarish omili sifatida ahamiyatini ko'rsatadi. Agar D omili ortsa, ya'ni korxonalar raqamli texnologiyalardan kengroq foydalansa, bir xil mehnat va kapital sharoitida ishlab chiqarish natijasi yuqoriroq bo'lishi mumkin. OECD ma'lumotlariga ko'ra, raqamlashtirish kichik va o'rta biznesga samaradorlikni oshirish, innovatsiyani kuchaytirish va yirik korxonalar bilan raqobatda imkoniyatlarni kengaytirishga yordam beradi .



Raqamli transformatsiya darajasini baholash uchun kichik biznes subyektlari bo'yicha maxsus indeksdan foydalanish mumkin:

$$DTI = \frac{I + P + M + A + C}{5}$$

Bu yerda:

DTI— Digital Transformation Index, ya'ni raqamli transformatsiya indeksi;

I— internet va raqamli infratuzilmadan foydalanish darajasi;

P— onlayn to'lov va elektron savdo imkoniyatlari;

M— raqamli marketingdan foydalanish darajasi;

A— avtomatlashtirilgan hisob-kitob va boshqaruv tizimlari;

C— xodimlarning raqamli kompetensiyasi.

Agar indeks 0 dan 1 gacha oraliqda baholansa, *DTI* qiymatining yuqoriligi korxonaning raqamli iqtisodiyotga moslashuvchanligini ko'rsatadi. Masalan, *DTI* = 0,2 bo'lgan korxonada raqamli texnologiyalardan juda cheklangan foydalanadi, *DTI* = 0,7 va undan yuqori ko'rsatkich esa biznes jarayonlarining sezilarli qismi raqamlashtirilganini anglatadi. Bunday indeks kichik biznes subyektlarini raqamli yetuklik darajasiga ko'ra guruhlash va ularga mos qo'llab-quvvatlash choralarini ishlab chiqish uchun qulaydir.

Kichik biznes uchun raqamli texnologiyalarning eng muhim afzalliklaridan biri transaksion xarajatlarni kamaytirishdir. An'anaviy savdo va xizmat ko'rsatish jarayonida mijoz topish, reklama qilish, buyurtma qabul qilish, to'lovni amalga oshirish va yetkazib



berish ko'p vaqt va mablag' talab qiladi. Raqamli platformalar bu xarajatlarni qisqartiradi.

Buni quyidagi model orqali ifodalash mumkin:

$$TC_d = TC_a - (S_m + S_p + S_t)$$

Bu yerda:

TC_d — raqamli muhitdagi transaksion xarajatlar;

TC_a — an'anaviy biznes modelidagi transaksion xarajatlar;

S_m — marketing xarajatlaridan tejash;

S_p — to'lov va hisob-kitob xarajatlaridan tejash;

S_t — vaqt va logistika xarajatlaridan tejash.

Model kichik biznesda raqamli vositalar nafaqat sotuvni oshirish, balki xarajatlarni kamaytirish orqali foydani ko'paytirishini ko'rsatadi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilish, elektron to'lov qabul qilish va onlayn buyurtma tizimidan foydalanish kichik korxonaga bozor bilan bevosita ishlash imkonini beradi.

Elektron tijorat kichik biznes istiqbolida eng muhim yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Kichik biznes subyekti mahsulot yoki xizmatini mahalliy bozor bilan cheklamasdan, hududlararo va xalqaro bozorlarga olib chiqishi mumkin. Elektron savdo samaradorligini quyidagi konversiya ko'rsatkichi orqali baholash mumkin:

$$CR = \frac{N_b}{N_v} \times 100$$

Bu yerda:



CR — conversion rate, ya'ni xaridga aylanish koeffitsiyenti;

N_b — xarid qilgan mijozlar soni;

N_v — sayt yoki onlayn sahifaga tashrif buyurganlar soni.

Masalan, onlayn do'konga bir oyda 10 000 kishi kirib, ulardan 500 nafari xarid qilsa, konversiya ko'rsatkichi 5 foizni tashkil etadi. Bu ko'rsatkich raqamli marketing, sayt qulayligi, narx siyosati, mijozlar ishonchi va to'lov tizimlari samaradorligini baholashda ishlatiladi.

Kichik biznesda raqamli texnologiyalarga kiritilgan investitsiyaning iqtisodiy natijasini baholashda ROI ko'rsatkichi muhimdir:

$$ROI = \frac{R_d - C_d}{C_d} \times 100$$

Bu yerda:

ROI — raqamli investitsiya rentabelligi;

R_d — raqamli texnologiyani joriy etishdan olingan qo'shimcha daromad;

C_d — raqamli texnologiyani joriy etish xarajati.

Agar kichik korxonada internet-do'kon, CRM tizimi va raqamli reklama uchun 30 mln so'm sarflab, yil davomida 60 mln so'm qo'shimcha daromad olsa, ROI 100 foizni tashkil etadi. Bu raqamli investitsiya o'zini iqtisodiy jihatdan oqlaganini bildiradi. Bunday hisob-kitob kichik biznes egalariga raqamli texnologiyalarga sarflangan mablag'ni oddiy xarajat sifatida emas, kelajak daromadini oshiruvchi investitsiya sifatida ko'rishga yordam beradi.



Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznesning rivojlanishiga ta'sir etuvchi yana bir omil — ma'lumotlar asosida qaror qabul qilishdir. Mijozlar xarid tarixi, mahsulotga talab, mavsumiy o'zgarishlar, reklama natijalari va narxga sezgirlik kabi ma'lumotlar tahlil qilinsa, korxonalar bozor talabiga aniqroq moslashadi. Sun'iy intellekt va generativ AI vositalari kichik biznes uchun mijozlarga xizmat ko'rsatish, marketing kontenti yaratish, tarjima, shaxsiylashtirilgan takliflar berish kabi yo'nalishlarda qo'llanishi mumkin. OECD kichik va o'rta bizneslar generativ AI orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish, marketing, kontent yaratish va shaxsiylashtirish imkoniyatlaridan foydalanishi mumkinligini qayd etadi .

Kichik biznesning raqamli rivojlanishida moliyaviy texnologiyalar ham muhim o'rin tutadi. Mobil ilovalar, QR-to'lovlar, onlayn bank xizmatlari, elektron hisob-fakturalar va raqamli kreditlash vositalari kichik tadbirkorlik subyektlari uchun moliyaviy operatsiyalarni tezlashtiradi. Jahon banki kichik va o'rta korxonalar iqtisodiyot va bandlikda muhim o'rin tutishini, biroq rivojlanayotgan mamlakatlarda moliyalashtirish bo'yicha katta tafovut mavjudligini qayd etadi . Raqamli moliyaviy xizmatlar ana shu tafovutni kamaytirishga xizmat qilishi mumkin.

Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesni rivojlantirishning yana bir modeli — platforma iqtisodiyoti modelidir. Bu modelda kichik tadbirkor o'zining alohida savdo tarmog'ini yaratmasdan, mavjud elektron savdo maydonchalari, yetkazib berish xizmatlari, ijtimoiy tarmoqlar va mobil ilovalar orqali mijozlarga chiqadi. Platforma modeli quyidagicha ifodalanadi:

$$V = f(P, T, R, N)$$



Bu yerda:

V — sotuv hajmi;

P — platforma qamrovi;

T — texnologik qulaylik;

R — mijozlar reytingi va ishonchi;

N — tarmoq effekti, ya'ni foydalanuvchilar soni oshgani sari platforma qiymatining ortishi.

Bu model kichik biznes uchun bozordagi ko'rinish, mijozlar ishonchi va tarmoq effektlari muhimligini ko'rsatadi. Raqamli platformalarda faol bo'lgan korxonalar mijoz fikrlari, reytinglar, tezkor yetkazib berish va qulay to'lov tizimlari orqali raqobatbardoshligini oshiradi.

O'zbekiston sharoitida raqamli tadbirkorlikni rivojlantirish uchun hududiy tafovutlarni kamaytirish ham muhimdir. Internet sifati, raqamli infratuzilma, elektron to'lov imkoniyatlari va raqamli savodxonlik shaharlarda nisbatan yuqori, ayrim qishloq hududlarida esa cheklangan bo'lishi mumkin. Jahon bankining raqamli taraqqiyot bo'yicha hisobotida raqamli tafovut rivojlanish tafovutiga aylanib borayotgani, internetdan foydalanish, ulanish sifati va raqamli xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari mamlakatlar va hududlar kesimida notekis ekanligi ta'kidlanadi. Bu holat kichik biznesni raqamlashtirishda infratuzilma siyosatini ustuvor vazifa sifatida ko'rsatadi.

Kichik biznes subyektlari raqamli transformatsiyadan samarali foydalanishi uchun biznes-jarayonlarni bosqichma-bosqich raqamlashtirishi lozim. Birinchi bosqichda



korxonalar ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar va onlayn reklama orqali mijozlar bilan aloqa o'rnatadi. Ikkinchi bosqichda elektron to'lov, onlayn buyurtma va yetkazib berish tizimini yo'lga qo'yadi. Uchinchi bosqichda CRM, ombor hisobini avtomatlashtirish, elektron buxgalteriya va ma'lumotlar tahlilidan foydalanadi. To'rtinchi bosqichda sun'iy intellekt, platforma integratsiyasi va eksportga yo'naltirilgan elektron tijorat imkoniyatlarini ishga soladi.

Raqamli transformatsiyani baholashda kichik biznes uchun xarajat va daromad o'rtasidagi muvozanat muhimdir. Buning uchun quyidagi foyda funksiyasidan foydalanish mumkin:

$$\Pi = TR_d - (FC + VC + DC)$$

Bu yerda:

Π — foyda;

TR_d — raqamli kanallar orqali olingan umumiy tushum;

FC — doimiy xarajatlar;

VC — o'zgaruvchan xarajatlar;

DC — raqamli xarajatlar, ya'ni reklama, platforma komissiyasi, internet-do'kon, dasturiy ta'minot va texnik xizmat xarajatlari.

Agar raqamli kanallar orqali olinadigan tushum DC xarajatlaridan yuqori sur'atda o'ssa, raqamli transformatsiya foyda ko'rsatkichiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bunday model kichik biznes uchun raqamli strategiyani rejalashtirishda amaliy ahamiyatga ega.



Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznesning istiqbolli yo'nalishlari qatoriga elektron tijorat, onlayn xizmatlar, raqamli logistika, masofaviy konsalting, IT xizmatlar, mahalliy mahsulotlarni platformalar orqali sotish, raqamli ta'lim xizmatlari, hunarmandchilik va qishloq xo'jaligi mahsulotlarini onlayn bozorga chiqarish kiradi. UNDPning O'zbekiston raqamli iqtisodiyoti bo'yicha tadqiqotida raqamli tadbirkorlik va mustaqil biznes tashabbuslarini rivojlantirish uchun o'z-o'zini ish bilan ta'minlashni qo'llab-quvvatlash dasturlarini tezlashtirish, universitet va kasb-hunar ta'limida tadbirkorlik bo'yicha ta'limni kuchaytirish zarurligi qayd etiladi .

Kichik biznesning raqamli rivojlanishida inson kapitali alohida ahamiyatga ega. Raqamli texnologiyalar mavjud bo'lsa-da, ulardan foydalanadigan xodim malakasi yetarli bo'lmasa, kutilgan samaradorlikka erishib bo'lmaydi. OECD kichik biznesni raqamlashtirishdagi asosiy to'siqlar sifatida xabardorlik pastligi, ichki resurslar yetishmasligi, ko'nikmalar tanqisligi va moliyaviy cheklovlarni ko'rsatadi . Shuning uchun kichik biznesni qo'llab-quvvatlashda raqamli ko'nikmalar bo'yicha qisqa kurslar, biznes-inkubatorlar, mentorlik va amaliy treninglar muhim o'rin tutadi.

Raqamli iqtisodiyot kichik biznesning raqobat modelini ham o'zgartiradi. An'anaviy bozorda raqobat ko'proq joylashuv, narx va mahsulot sifati bilan belgilanadi. Raqamli bozorda esa mijozlar tajribasi, platformadagi reyting, yetkazib berish tezligi, onlayn kontent sifati, qidiruv tizimlarida ko'rinish, brendga ishonch va ma'lumotlar bilan ishlash qobiliyati muhim bo'ladi. Bu holat kichik biznesdan marketing va texnologik boshqaruvni birgalikda olib borishni talab qiladi.



O'zbekistonning "O'zbekiston — 2030" strategiyasida 2030-yilga qadar iqtisodiyot hajmini ikki barobar oshirish va aholi jon boshiga daromadlarni 4 ming AQSh dollariga yetkazish kabi maqsadlar belgilangan. Bunday maqsadlarga erishishda kichik biznesning raqamli transformatsiyasi muhim ahamiyatga ega. Chunki raqamli biznes modellari ishlab chiqarish va xizmatlar samaradorligini oshiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi, soliq bazasini kengaytiradi va hududiy iqtisodiy faollikni kuchaytiradi.

Kichik biznes subyektlarini raqamli iqtisodiyot sharoitida rivojlantirish uchun bir necha ustuvor yo'nalishlarni belgilash mumkin. Birinchidan, internet va raqamli infratuzilma hududlar kesimida teng rivojlantirilishi kerak. Ikkinchidan, kichik biznes uchun arzon va qulay raqamli xizmatlar paketi yaratilishi lozim. Uchinchidan, elektron tijorat va raqamli marketing bo'yicha amaliy o'quv dasturlari kengaytirilishi zarur. To'rtinchidan, kichik biznes uchun raqamli kredit, grant va soliq rag'batlari tizimi takomillashtirilishi maqsadga muvofiq. Beshinchidan, kiberxavfsizlik va ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha oddiy, tushunarli va arzon yechimlar joriy etilishi kerak.

Xulosa. Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlarini rivojlantirish iqtisodiy o'sish, bandlik, innovatsion faollik va hududiy taraqqiyot uchun muhim ahamiyatga ega. Kichik biznes raqamli texnologiyalar yordamida bozorga tezroq chiqishi, xarajatlarni kamaytirishi, mijozlar bazasini kengaytirishi va raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Raqamli kapital ishtirokidagi ishlab chiqarish funksiyasi, raqamli transformatsiya indeksi, investitsiya rentabelligi, konversiya ko'rsatkichi va transaksion xarajatlar modeli kichik biznesning raqamli rivojlanishini ilmiy baholash imkonini beradi. Bu formulalar raqamli texnologiyalarni oddiy texnik



vosita sifatida emas, iqtisodiy samaradorlikni oshiruvchi muhim omil sifatida tahlil qilishga yordam beradi. O'zbekiston sharoitida kichik biznesni raqamlashtirish uchun huquqiy asoslar va strategik yo'nalishlar shakllangan. Endigi muhim vazifa raqamli infratuzilma, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, raqamli savodxonlik, elektron tijorat, platforma iqtisodiyoti va kiberxavfsizlikni kichik biznes ehtiyojlariga mos holda rivojlantirishdan iborat. Kichik biznesning kelajakdagi muvaffaqiyati raqamli texnologiyalarni qanchalik tez va samarali o'zlashtirishiga bog'liq bo'ladi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida raqobatda ustunlikka erishish uchun kichik tadbirkorlik subyektlari bozorni ma'lumotlar asosida tahlil qilishi, mijozlar bilan raqamli aloqani kuchaytirishi, xarajatlarni optimallashtirishi va innovatsion biznes modellarini joriy etishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni. – 2020-yil 5-oktabr, PF-6079-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. – 2023-yil 11-sentabr, PF-158-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.
3. 2024-yilning yanvar–iyun oylarida kichik tadbirkorlik (biznes)ning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi qanday? – Toshkent: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi, 2024.
4. Kichik tadbirkorlik (biznes)ning asosiy ko'rsatkichlari. – Toshkent: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi, 2024.



5. UNDP. O'zbekistonning raqamli iqtisodiyoti. – Toshkent: BMT Taraqqiyot dasturi, 2025.
6. OECD. Digitalisation of SMEs. – Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2024.
7. OECD. SME Digitalisation to Manage Shocks and Transitions. – Paris: OECD Publishing, 2024.
8. OECD. Digital Economy Outlook 2024. Volume 2. – Paris: OECD Publishing, 2024.
9. World Bank. Digital Progress and Trends Report 2023. – Washington, DC: World Bank, 2023.
10. World Bank. SME Finance. – Washington, DC: World Bank, 2024.
11. UNCTAD. Digital Economy Report 2024. – Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2024.
12. Brynjolfsson E., Hitt L.M. Beyond Computation: Information Technology, Organizational Transformation and Business Performance // Journal of Economic Perspectives. – 2000. – Vol. 14, No. 4. – P. 23–48.
13. Porter M.E., Heppelmann J.E. How Smart, Connected Products Are Transforming Competition // Harvard Business Review. – 2014. – Vol. 92, No. 11. – P. 64–88.
14. Laudon K.C., Traver C.G. E-commerce: Business, Technology, Society. – 16th ed. – Harlow: Pearson, 2021.