

УДК 339.9(06)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-9>**Кут М.О.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної безпеки та стратегічних студій,
Львівський національний університет імені Івана Франка**Kut Mariia**Candidate of Economic Sciences, Docent,
Associate Professor at the Department
of International Security and Strategic Studies,
Lviv National University named after I. Franka

ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФРАСТРУКТУРИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті висвітлено тлумачення терміна «електронна торгівля» у контексті його інституційного та компонентного призматичного сприйняття. Окреслено особливості функціонування електронної комерції у сучасному глобальному гео-економічному кліматі. Опрацьовано відомості онлайн-платформи економічного спрямування *Forbes Advisor*; досліджено світовий ринок електронної комерції в 2024 році. Проаналізовано фундаментальні відмінності модерної форми цифрової комерції від структури традиційної торгівлі. Проілюстровано актуальні тенденції архітектури е-комерції, а саме провідні суб'єкти глобального цифрового ринку – як державні гравці, так і транснаціональні корпорації. Виокремлено ключові компоненти сукупного потенціалу сучасної електронної комерції – «соціальну» та «мобільну» торгівлю. Висвітлено вагомі загрози та перспективи розвитку явища «електронної комерції».

Ключові слова: глобальна економіка, інновації, цифровізація, світовий електронний ринок, електронна торгівля, цифрова торгівля, електронний бізнес, соціальна торгівля, мобільна торгівля, е-комерція, інформаційна нерівність, пандемія COVID-19, російсько-українська війна, цифрова безпека.

CHARACTERISTICS OF E-COMMERCE INFRASTRUCTURE: CHALLENGES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article highlights the interpretation of the term "electronic commerce" in the context of its institutional and component prismatic perception. Features of the functioning of electronic commerce in the modern global geo-economic climate are outlined. The results of the latest research and publications are analyzed. The influence of the pandemic climate, which treated the fundamental principles of traditional economic activity, was studied. Geopolitical threats caused by Russian aggression against Ukraine are considered. Indicators illustrating the importance of the field of digital entrepreneurship were analyzed. The information of the *Forbes Advisor* online platform of economic direction was processed, and the global e-commerce market in 2024 was studied. It is proved that the indicators of the mobility and adaptability of the e-commerce phenomenon are such attributive properties as: geographical distribution of the electronic potential of digital commerce, the concentrated advantage of American multinational corporations in the digital commerce market, the integrability of the digital commerce phenomenon. The results of the annual *Global Digital Overview* report, as of the beginning of 2023, were studied, and it was determined that the indicators of the information gap also characterize the architecture of the Ukrainian online market. The problem of information inequality, which arose in the context of the world's struggle with the devastating consequences of the COVID-19 pandemic, is considered. The fundamental differences of the modern form of digital commerce from the structure of traditional trade are analyzed. The specified nature of electronic commerce demonstrates the integrativeness, interconnectedness, and sensitive adaptability to the relevant mainstreams of the modern geo-economic climate inherited from globalization. Current trends in e-commerce architecture are illustrated, namely the leading actors of the global digital market – both state players and transnational corporations. A trend-based argumentation for trading efficiency of a new type of productivity is described, which can be illustrated by a triad of levels. The key components of the overall potential of modern e-commerce are highlighted - "social" and "mobile" trade. Significant threats and prospects for the development of the phenomenon of "electronic commerce" are highlighted.

Keywords: global economy, innovation, digitization, global e-market, e-commerce, digital commerce, e-business, social commerce, mobile commerce, e-commerce, information inequality, COVID-19 pandemic, Russian-Ukrainian war, digital security.

JEL classification: O31

Постановка проблеми. Поляризація методів реалізації торговельно-економічної діяльності зумовила появу нових видів комерційних норм. Як-от, «електронна торгівля» – показник проникнення інструментарію інформаційно-комунікативного клімату у глобальне фінансове середовище. Адаптивна структура цифрової комерції зумовила необхідність дослідження природи новітньої торговельної традиції. Вплив пандемічного клімату, що третирував фундаментальні засади традиційної економічної діяльності, а також геополітичні

загрози, викликані російською агресією проти України – усі ці показники ілюструють значущість царини цифрового підприємництва, що властиво постає конститутивним елементом глобального економічного світоустрою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику функціонування онлайн-ринку висвітлюють такі українські дослідники та науковці, як Карпенко М.Ю., Балик У.О., а також Колісник М.В. Специфіку інформаційної безпеки та явища «цифрового провалля» харак-

терно висвітлюють вчені вітчизняної наукової думки, зокрема, Адамович О. В., Єрмоленко О., а також Влащенко Т. Повноцінний аналіз статистичного напрямку забезпечують довідкові онлайн-платформи – Statista Market Insights, Forbes Advisor, Similarweb, IBM Blog, а також актуальний для електронного бізнесу Kyivstar Business Hub.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Особливості та тенденції функціонування електронної торгівлі повноцінно висвітлюють такі українські дослідники й експерти, як: Федорова Х. чи Бергер А.Д. Актуальні показники розвитку цифрової комерції транслують авторитетні диджитал-платформи, наприклад, вже згадані Forbes Advisor чи Statista. Водночас попри загальне охоплення тематики е-торгівлі такі проблеми, як: впровадження гармонізованого правового регулювання цифрового поля; подолання внутрішньодержавного та міжнародного інформаційного провалля; а також питання гарантування відповідного цифрового та інформаційного безпечного середовища – усі ці чинники постають невирішеними раніше елементами загальної проблематики.

Мета статті полягає у висвітленні особливостей функціонування електронної комерції у сучасному глобальному геоекономічному кліматі.

Виклад основних результатів дослідження. Сучасна глобальна економічна архітектура органічно насичена атрибутами світової інноваційності та цифровізації. Попри те, що за останню декаду міжнародне фінансове середовище функціонувало в умовах пандемічних трансформацій та загроз геополітичного характеру, пов'язаних насамперед з неспровокованим вторгненням держави-агресора – Російської Федерації на територію суверенної України, модерний архетип економічного світоустрою демонструє неабияку адаптивність. Ключовим патерном описаної господарської акліматизації постає інфраструктура глобальної електронної торгівлі.

Згідно з відомостями онлайн-платформи економічного спрямування Forbes Advisor, у 2024 році світовий ринок електронної комерції становитиме 6,3 трильйона доларів [15]. Ба більше, за словами авторки статті «6 трендів глобального ринку e-commerce: що чекає бізнес у 2024» Христини Федорової, у 2024 році близько 21,2% від усіх роздрібних продажів відбуватиметься онлайн [11]. Тож електронна торгівля легітимно постає фундаментальним елементом актуального економіко-фінансового клімату світового господарства.

Термін «електронна комерція», (варіативність – «електронна торгівля», «е-торгівля», «e-commerce») є радше комплексним поняттям, яке можна розглядати з двох ключових теоретичних перспектив, що формують уніфіковане уявлення щодо суті предмета. Перша візія характеризує «електронну торгівлю» компонентною складовою електронного бізнесу, який формує увесь масив глобальної трансхнологічної комерційної традиції – себто такої, що користується продуктами новітньої інформаційно-комунікаційної системи взаємозв'язку [6, с. 6].

Друга перспектива наголошує на інституційній унікальності описаного явища [9]. «Електронна комерція» на відміну від торгівлі традиційної постає якісним показником рівня цифровізації економічного середовища як на локальному, так і на глобальному

рівні. Іншими словами, обсяг ринку електронної торгівлі зображає ступінь проникнення інформаційно-комунікативних технологій у клімат торговельних взаємовідносин.

Важливою призмою для розуміння ролі е-комерції в архетипі сучасних господарських контактів постає схема порівняльної парадигми електронної торгівлі з торгівлею традиційного шаблону. Конститутивна відмінність полягає у методах, якими послугуються «ринки» звичаєвої комерції та торгівлі нового зразка [6, с. 16]. Традиційна господарська діяльність застосовує обмежений обсяг фізичного інструментального потенціалу, водночас електронна версія ведення бізнесу реалізується на теренах цифровізованих платформ інформаційно-комунікативних технологій.

Іншою фундаментальною відмінністю постає перцепція потреби споживача. Дистрибутивність товарів та послуг традиційного методу ведення торгівлі здійснюється по лінії підприємство – масова аудиторія. Заразом електронна торгівля пропонує «індивідуалізацію» схеми взаємодії з потребами споживачів [8]. Описана змінна, властиво, розкриває адаптивну сутність електронної комерції – риси, що якнайвиразніше проявила себе в умовах постпандемічного функціонування світової економіки [14].

Показниками мобільності та адаптивності явища електронної торгівлі постають такі атрибутивні властивості:

Географічна дистрибутивність електронного потенціалу цифрової комерції. Е-торгівля поступово поглинає ринки КНР, США, Японії, Південної Кореї, Німеччини та Великої Британії. На ці держави припадає найбільша генеративна частка глобальної електронної господарської взаємодії. До прикладу, у 2022 році китайська трибутивність цифрової комерції охопила 26,07% світового ринку – за обсягом онлайн-продажів у розмірі 1 538 мільярдів доларів [5]. Для Сполучених Штатів Америки кількісні показники відповідають частці електронного ринку у 14,83% з сумою у 875 мільярдів доларів онлайн продажів відповідно [5]. Властиво, що перевага Китаю у секторі залученості громадян у модерну форму комерційних взаємозв'язків зумовлена розвитком царини «соціальної торгівлі», себто комерції, що послугується інструментами медіаплатформ [18]. У 2023 рівень проникнення соціальних мереж у суспільство КНР становив 74%, що складає близько 1 млрд громадян Республіки, заразом попри те, що відсоток проникнення для США був не набагато нижчим – 72,5% – такий показник формує середовище потенційного розвитку електронної комерції виключно для аудиторії у 246 млн громадян вказаного північноамериканського конкурента [5; 16].

Концентрована перевага американських транснаціональних корпорацій на ринку цифрової комерції постає другим показником сучасного архетипу електронної торгівлі. Відповідно до актуальної класифікації диджитал-платформи Similarweb, з п'яти провідних суб'єктів на глобальному електронному ринку товарів, три – Amazon.com, Ebay.com та Apple.com – є американськими за походженням. Інші дві – Samsung.com та Rakuten.co.jp – корпорації південнокорейського та японського генезису відповідно [17].

Інтегративність явища цифрової комерції – третій атрибут ринку електронної торгівлі. Властиво,

для сучасної архітектури глобальної е-комерції характерна наявність функціональних відгалужень. Вже згадану «соціальну торгівлю», що передбачає реалізацію господарських зав'язків за сприяння платформ соціомедійного напрямку, супроводжує так звана «м-торгівля», себто комерція, що здійснюється через мобільні пристрої. Згідно з даними Statista Market Insights, у 2023 році масштаби продажів у системі мобільної торгівлі сягнули 2,2 трільйона доларів, що становить 60 відсотків усіх продажів електронної комерції у глобальному вияві [13]. А втім, попри очевидну гнучкість та ефективність явища електронної торгівлі – новий цифровій інфраструктурі не бракує недоліків та загроз.

З огляду на те, що електронна торгівля, де-факто, є доробком глобалізації, вона властиво успадкувала фундаментальну проблему світової взаємозалежності – нерівність. Однак цифрову комерцію акомпанує автентичний вид нерівності – цифровий розрив, що проявляється у відсутності рівного доступу до мережі інформаційно-комунікативних технологій [4].

Так зване «цифрове провалля» проявляється на різних рівнях – місцевому, державному, регіональному та глобальному. Особливо істотним проблема інформаційної нерівності постала в умовах боротьби світу з руйнівними наслідками пандемії COVID-19 [14]. Цифрові платформи – фундаментальні інформаційні артерії, що забезпечували не лише доступ до актуальних новин, але й підтримували економічний клімат, що полого зміщувався у бік цифровізації господарських взаємовідносин на тлі постпандемічних фізичних перешкод для відновлення звичних обсягів традиційної торговельної традиції.

Відповідно до результатів щорічного звіту Global Digital Overview, станом на початок 2023 року кількість інтернет-користувачів налічувала 5,16 млрд людей, що становить близько 64% від усього населення планети. Властиво, що показники інформаційного провалля характеризують також й архітектуру українського онлайн ринку, де 47,8% населення володіють цифровими навичками нижче позначки «базового рівня», себто на території України інформаційна нерівність проявляється насамперед у низинних показниках медіаграмотності населення [10].

В умовах повномасштабного вторгнення Російської Федерації на терени України цифрова нерівність була поглиблена численними атаками держави-агресора на критичну інформаційно-комунікаційну інфраструктуру. Спотворення набутого рівня Інтернет-покриття в Україні створило перешкоди не лише для належного функціонування торгівлі «цифрового» типу, але й зумовило створення інформаційного вакууму, що раніше заповнювався довоєнним інформаційно-технологічним потенціалом.

Іншою потенційною загрозою постає безпекова вразливість архітектури цифрової торгівлі. З огляду на те, що в українському законодавстві немає прозорого визначення понять «цифрова» та «інформаційна безпека», це унеможливує формування середовища електронної захищеності учасників е-комерції. Тож властиво, що питання інтернет-вразливості є актуальним питанням у примагі функціонування інфраструктури цифрового онлайн-господарства [1].

Водночас поряд зі соціальними чинниками інформаційного провалля та цифрової вразливості існує також тенденційна аргументація ефективності торгівлі нового типу. Описану продуктивність можна проілюструвати тріадою рівнів.

Перший рівень – *екологічна адаптивність* [11]. У зв'язку з характером своєї методологічної природи цифровий бізнес культивує дотримання екологічних норм, зокрема, й циклів сталого розвитку глобальної фінансової архітектури.

Другий рівень – *соціальна адаптивність*. Згаданий цифровий розрив суттєво перешкоджає належному функціонуванню онлайн-ринків, та існують показники, що демонструють певне скорочення інформаційного провалля. Наприклад, за 2022 рік кількість користувачів мережі інтернет збільшилась на 2% [10]. Попри те, що цей показник ілюструє певне сповільнення процесу інформаційного покриття, все ж, згідно з авторами праці «Сучасні тенденції розвитку електронної комерції» Заяць О. та Капко Я. частка електронної комерції у світовій торгівлі демонструє стаке зростання [5].

Адаптивність до геополітичного ландшафту постає третім рівнем у тріаді продуктивності сучасної цифрової торгівлі. Російсько-українська війна трети-

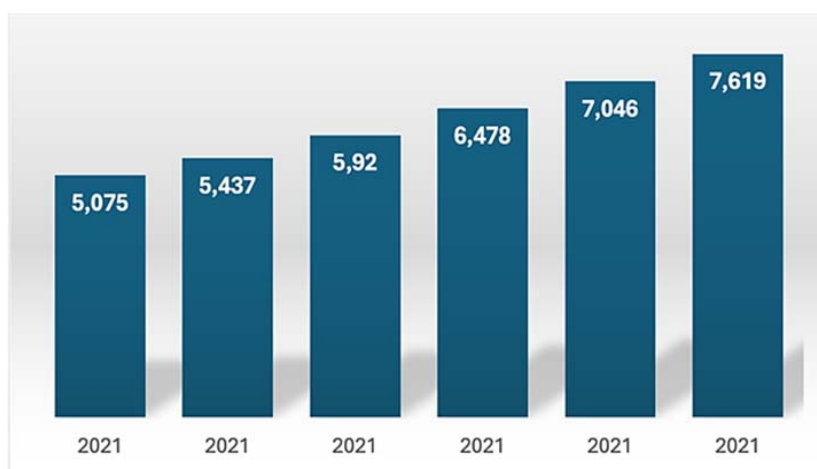


Рис. 1. Роздрібна торгівля в секторі електронної комерції з прогнозом 2021–2026 (млрд дол. США)

Джерело: побудовано за [5]

рувала фундаментальні принципи функціонування глобального економічного господарства. Згідно з відомостями Forbes Ukraine, після падіння частки цифрової комерції у перші два тижні повномасштабного вторгнення, спостерігається полого зростання у 2-3% відсотки [7]. Іншими словами, природа електронної торгівлі демонструє не лише успадковану від глобалізації інтегративність та взаємопов'язаність, але й чутливу адаптивність до релевантних мейнстримів модерного гео економічного клімату [14].

Висновки. Глобальна фінансова архітектура просякнута ідеями цифровізованого торговельного

взаємозв'язку. Де-факто, реалізація диджиталізованої форми підприємництва реалізується електронною комерцією – сегментом цифрового бізнесу, пройнятого новітніми методами інформаційно-технологічного інструментарію.

Найважливішим патерном цифрової торгівлі є її компонентна адаптивність. З огляду на потребу подолання деструктивних постпандемічних наслідків, а також руйнівних проявів сучасного геополітичного дисбалансу – електронна комерція легітимно ілюструє здатність до культивування набутого традиційною торговельною думкою підприємницького потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Адамович О.В. Цифрова безпека: проблеми правового регулювання. *Правове регулювання цифрової економіки: нові виклики*: Тези доп. Всеукр. круглого столу, м. Київ, 8 черв. 2023 р. Київ, 2023. С. 5–9. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/1aae585307885a4abc7734a81aba2532.pdf>
2. Балик У.О., Колісник М.В. Електронна комерція як елемент системи світового господарства. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика*. 2014. № 811. С. 11–19. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=VNULPL_2014_811_4
3. Бергер А.Д., Галета А.С. Світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням кризових умов пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/348>
4. Єрмоленко О., Власенко Т., Шаповалова І. Наслідки цифрового розриву та шляхи його подолання. *Modeling the Development of the Economic System*. № 1. С. 79–84. URL: <https://mdes.khmmu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/151>
5. Заяць О.І., Капко Я.Є. Сучасні тенденції розвитку електронної комерції. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2893>
6. Карпенко М.Ю. Електронна комерція : конспект лекцій для студентів усіх форм навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 – Менеджмент. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекет., 2021. 146 с. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/58976/1/2020%20печ%20129Л-073-КонспектЕлКомм.pdf>
7. Мельник Т. CEO одного з найбільших маркетплейсів України розповів, наскільки зросла інтернет-торгівля під час війни – Forbes.ua. *Forbes.ua. Бізнес, мільяртери, новини, фінанси, інвестиції, компанії*. URL: <https://forbes.ua/news/seo-odnogo-z-naubilshikh-marketpleysiv-ukraini-rozpoviv-naskilki-zrosla-internet-torgivlya-pid-chas-viyini-11012023-11000>
8. Одинадцять відмінностей e-commerce від традиційної. *MBATIME4U*. URL: <https://mbatime4u.com/uk/11-vidminnostej-e-commerce-vid-tradicijnoi/>
9. Садчикова І., Тарасенко А., Дубина М. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «Електронна комерція». *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2651>
10. Скільки українців не мають доступу до інтернету і коли ми подолаємо цифровий розрив. *SPEKA*. URL: <https://speka.media/skilki-ukrayinciv-dosi-ne-mayut-dostupu-do-internetu-i-shho-robiti-z-cifrovim-rozrivom-plg4x9>
11. Шість трендів глобального ринку e-commerce: що чекає бізнес у 2024. *Kyivstar Business Hub*. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/6-trendiv-globalnogo-rinku-e-commerce-shho-chekaye-biznes-u-2024>
12. Global Ecommerce Statistics: Trends to Guide Your Store in 2024 - Shopify. *Shopify*. URL: <https://www.shopify.com/enterprise/blog/global-ecommerce-statistics>
13. Infographic: Global Mobile E-Commerce Worth \$2.2 Trillion in 2023. *Statista Daily Data*. URL: <https://www.statista.com/chart/13139/estimated-worldwide-mobile-e-commerce-sales/>
14. Six ecommerce trends to watch - IBM Blog. *IBM Blog*. URL: <https://www.ibm.com/blog/ecommerce-trends/>
15. Snyder K. E-Commerce Statistics of 2024. *Forbes Advisor*. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/ecommerce-statistics/#:~:text=The%20global%20e-commerce%20market,show%20companies%20are%20taking%20advantage.>
16. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2024?. *Backlinko*. URL: <https://backlinko.com/social-media-users>
17. Top Ecommerce Companies (and Top Fastest-Growing Companies) – The Global List. *Similarweb Blog*. URL: <https://www.similarweb.com/blog/sales/selling-to-ecommerce/top-ecommerce-companies/>
18. Why is China's e-commerce market such a big deal and how can African brands take advantage of it? - Development Reimagined. *Development Reimagined*. URL: <https://developmentreimagined.com/why-is-chinas-e-commerce-market-such-a-big-deal-and-how-can-african-brands-take-advantage-of-it/#:~:text=China,%20unsurprisingly,%20has%20the%20largest,buying%20via%20social%20media%20platforms>

References:

1. Adamovych O. V. (June 8. 2023) Digital security: problems of legal regulation. *Legal regulation of the digital economy: new challenges*: Abstracts of the report of the All-Ukrainian Round Table, Kyiv. P. 5–9. Available at: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/1aae585307885a4abc7734a81aba2532.pdf>.
2. Balyk U. O., Kolisnyk M. V. (2014) Electronic commerce as an element of the world economy system. *Herald of the Lviv Polytechnic National University. Logistics*, no. 811, pp. 11–19. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=VNULPL_2014_811_4

3. Berger A. D., Galeta A. S. (2021) World trends in the development of electronic commerce taking into account the crisis conditions of the COVID-19 pandemic. *Economy and society*, no. 26. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/348>
4. Yermolenko O., Vlasenko T., Shapovalova I. Consequences of the digital divide and ways to overcome it. *Modeling the Development of the Economic System*, no. 1, p. 79–84. Available at: <https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/151>
5. Zayats O. I., Kapko Y. E. (2023) Modern trends in the development of electronic commerce. *Economy and society*, no. 55. Available at: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2893>.
6. Karpenko M. Yu. (2021) Electronic commerce: a summary of lectures for students of all forms of education of the first (bachelor) level of higher education, specialty 073 – Management. Kharkiv: *O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*. 146 p. Available at: <http://eprints.kname.edu.ua/58976/1/2020%20печ%20129Л-073-КонспектЕІКомм.pdf>
7. Melnyk T. CEO of one of the largest marketplaces in Ukraine, told how internet trade grew during the war - Forbes.ua. *Forbes.ua. Business, billionaires, news, finance, investments, companies*. Available at: <https://forbes.ua/news/seo-odnogo-z-naybilshikh-marketpleysiv-ukraini-rozpoviv-naskilki-zrosla-internet-torgivlya-pid-chas-viyni-11012023-11000>
8. Eleven differences of e-commerce from traditional. *MBATIME4U*. Available at: <https://mbatime4u.com/uk/11-vidminnostej-e-commerce-vid-tradicijnoi/>
9. Sadchikova I., Tarasenko A., Dubina M. (2023) Theoretical substantiation of the essence of the concept "Electronic commerce". *Economy and society*. no. 53. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2651>
10. How many Ukrainians do not have access to the Internet and when will we overcome the digital divide. *SPEKA*. Available at: <https://speka.media/skilki-ukrayinciv-dosi-ne-mayut-dostupu-do-internetu-i-shho-robiti-z-cifrovim-rozrivom-plg4x9>
11. Six trends of the global e-commerce market: what awaits business in 2024. *Kyivstar Business Hub*. Available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/6-trendiv-globalnogo-rinku-e-commerce-shho-chekaye-biznes-u-2024>
12. Global Ecommerce Statistics: Trends to Guide Your Store in 2024 - Shopify. *Shopify*. Available at: <https://www.shopify.com/enterprise/blog/global-ecommerce-statistics>
13. Infographic: Global Mobile E-Commerce Worth \$2.2 Trillion in 2023. *Statista Daily Data*. Available at: <https://www.statista.com/chart/13139/estimated-worldwide-mobile-e-commerce-sales/>
14. Six ecommerce trends to watch - IBM Blog. *IBM Blog*. Available at: <https://www.ibm.com/blog/ecommerce-trends/>
15. Snyder K. E-Commerce Statistics of 2024. *Forbes Advisor*. Available at: <https://www.forbes.com/advisor/business/ecommerce-statistics/#:~:text=The%20global%20e-commerce%20market,show%20companies%20are%20taking%20advantage>
16. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2024?. *Backlinko*. Available at: <https://backlinko.com/social-media-users>
17. Top Ecommerce Companies (and Top Fastest-Growing Companies) – The Global List. *Similarweb Blog*. Available at: <https://www.similarweb.com/blog/sales/selling-to-ecommerce/top-ecommerce-companies/>
18. Why is China's e-commerce market such a big deal and how can African brands take advantage of it? – Development Reimagined. *Development Reimagined*. Available at: <https://developmentreimagined.com/why-is-chinas-e-commerce-market-such-a-big-deal-and-how-can-african-brands-take-advantage-of-it/#:~:text=China,%20unsurprisingly,%20has%20the%20largest,buying%20via%20social%20media%20platforms>