

УДК 004.738.5:339.138:339.564:658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/32.37>**Стрілець В.Ю.**доктор економічних наук, доцент
Полтавський університет економіки і торгівлі
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9729-9210>**Гарашенко Б.В.**аспірант
Полтавський університет економіки і торгівлі**Соколовський В.Р.**аспірант
Полтавський університет економіки і торгівлі**Аржаннікова А.С.**студентка
Полтавський університет економіки і торгівлі

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Метою статті є вивчення сучасних тенденцій та перспектив інтернет-торгівлі як важливого інструменту стратегічного розвитку підприємств в умовах глобалізації. В рамках дослідження було проаналізовано статистичні дані про обсяги ринку інтернет-торгівлі за період з 2014 по 2023 рік, а також розглянуто прогностичні показники до 2032 року. Результати дослідження свідчать про значний ріст глобального ринку роздрібною інтернет-торгівлі за рахунок зростання кількості користувачів Інтернету та впровадження мобільної комерції. Рекомендації для бізнесу включають необхідність адаптації до нових технологій, інвестування у мобільну комерцію та соціальні мережі, а також використання штучного інтелекту та блокчейну для покращення користувацького досвіду. Для ефективного розвитку електронної комерції важливо враховувати регіональні особливості та динаміку ринку, а також постійно стежити за змінами у поведінці споживачів.

Ключові слова: Інтернет-торгівля, електронна комерція, глобалізація, міжнародні економічні відносини, бізнес-розвиток, онлайн-продажі, діджиталізація, міжнародний бізнес.

Постановка проблеми. Послуги електронної комерції володіють потужним потенціалом для фундаментального перетворення глобального ринку. Цей віртуальний ринок ліквідує фізичні обмеження відстані та відкриває нові можливості для бізнесу з взаємодії зі споживачами, роблячи його ключовим елементом сучасної торгівлі.

Електронна комерція стала новою концепцією, що змінила традиційний ландшафт роздрібною торгівлі та поведінку споживачів. Легкість доступу, зручність та безмежний асортимент продуктів і послуг, доступних на платформах електронної комерції, привернули величезну кількість клієнтів, що докорінно змінило спосіб, яким люди здійснюють покупки та взаємодіють з компаніями. Ландшафт електронної комерції відзначається постійною еволюцією, що зумовлена інноваціями у платіжних системах, логістиці, користувацькому досвіді та аналітиці даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження та публікації, присвячені цій тематиці, висвітлюють різноманітні аспекти та тенденції, що формують майбутнє електронної комерції. Так, Бледсо Дж. аналізує розмір електронної комерції [4]; Лоне С. та Велгевреден Й. проводять дослідження електронної комерції на європейському ринку [8]; Нідл Ф. надає статистичну аналітику електронної комерції на сучасному етапі [10]; Воніатіс А. наводить статистику, тенденції та прогнози розвитку електронної комерції

[12]; Педченко Н. С. та ін. досліджують роль державної підтримки у розвитку інтернет-торгівлі [1]; Стрілець В. Ю., Материнко В. О. та Сокіл А. А. визначають посередницькі механізми реконфігурації можливостей цифрових платформ для створення інноваційних бізнес-моделей [3] тощо. Сучасні дослідження свідчать про те, що інтернет-торгівля продовжує стрімко розвиватися, стаючи невід'ємною частиною глобальної економіки. Бізнеси, які здатні швидко адаптуватися до змін і впроваджувати новітні технології, матимуть значні переваги в умовах зростаючої конкуренції на міжнародному ринку.

Метою статті є вивчення сучасних тенденцій та перспектив інтернет-торгівлі як важливого інструменту стратегічного розвитку підприємств в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальний ринок роздрібною інтернет-торгівлі протягом періоду з 2014 по 2022 рік, пережив значний ріст, що визначався не лише швидким збільшенням кількості користувачів Інтернету, але й обмеженнями мобільності та закриттям фізичних магазинів під час пандемії COVID-19. Основним катализатором цього зростання було широке впровадження мобільної комерції. Кількість людей, які здійснюють покупки в Інтернеті, постійно зростає. У 2022 році роздрібні продажі електронної комерції в усьому світі перевищили 5,7 трлн дол., і очікується, що досягне нових висот у найближчі роки [2].

Основними гравцями на ринку електронної комерції є Apple Inc., Amazon.com Inc., Flipkart Internet Pvt. Ltd., Costco Wholesale Corp., Ebates Performance Marketing Inc., eBay Inc., Best Buy Co. Inc., Groupon Inc., Inter IKEA Systems BV, JD.com Inc., Otto GmbH & Co. KG, Lojas Americanas SA, priceline.com LLC, Shopify Inc., The Home Depot Inc. та інші [11].

Amazon є найбільшою компанією в інтернет- та онлайн-сферах у світі з ринковою капіталізацією, що становить приблизно 1,34 трлн дол. США на червень 2023 року. Компанія Amazon займає лідерську позицію серед вибраних онлайн-підприємств у таких секторах як роздрібна торгівля, нерухомість, мобільність, подорожі та гостинність. На другому місці знаходиться платформа цифрової комерції Alibaba.com з ринковою капіталізацією у розмірі 214 млрд дол. США [2].

Досліджуючи вікову структуру користувачів інтернет-торгівлі слід зазначити, що покоління Z, міленіали та покоління X віддають перевагу пошуку продуктів у соціальних мережах, а не на будь-якому іншому каналі (рис. 1).

За даними звіту [11], розмір ринку в 2023 році становив 16,27 трлн дол. США, а до 2032 року прогнозується збільшення цієї цифри до 57,22 трлн дол. США, з темпом зростання в середньорічному темпі (CAGR) 15%. Найбільшим ринком є Азіатсько-Тихоокеанський регіон (табл. 1).

Очікується, що розмір світового ринку електронної комерції до 2032 року становитиме приблизно 57,22 трлн дол. з 16,27 трлн дол. у 2023 році, збільшуючись на 15% середньорічного темпу зростання протягом прогнозованого періоду з 2024 по 2032 рік (рис. 2.3) [11].

У той час як інші галузі занепали під час Covid-19, роздрібні продажі електронної комерції в усьому світі перевищили 6,1 трлн дол. у 2023 (рис. 3).

Згідно з цими даними, Азіатсько-Тихоокеанський регіон займає найбільшу частку у ринку інтернет-торгівлі, складаючи 57% (рис. 4). Північна Америка йде на другому місці з часткою в 21%, після чого слідує Європа з 16%. Латинська Америка володіє набагато меншою часткою ринку, яка становить 4%, тоді як Близький Схід і Африка мають найменшу частку, що становить всього 2% [11].

Прогнозується, що Північна Америка буде відзначатися помітною присутністю на ринку протягом прогнозованого періоду. Росту ринку в цьому регіоні сприяють відмінно розвинута цифрова інфраструктура та присутність великих компаній електронної комерції, таких як Amazon, Walmart, eBay та інші. Зокрема, Amazon, яка має значну частку ринку, пропонує широкий асортимент продуктів, включаючи послугу підписки на Amazon Prime. Ця компанія залишається лідером у сегменті роздрібної електронної комерції, займаючи частку ринку на рівні 37,8%.

Сьогодні немає дефіциту платформ соціальних мереж, але не всі є ефективними для продажу в Інтернеті. Близько 51% респондентів для онлайн-покупок використовують Facebook. Згідно з дослідженнями, у 2023 році в США було понад 90 млн покупців через соціальну комерцію (рис. 5) [2].

Використання інтернет-торгівлі у бізнесі суттєво відрізняється залежно від розміру підприємства. Так, великі підприємства ЄС більш активні у використанні електронної комерції, ніж малі (табл. 2).

Платіжні системи визначають критичний аспект розвитку інтернет-торгівлі, функціонуючи як ключовий механізм обробки фінансових транзакцій. Їхнє значення полягає в забезпеченні зручності та безпеки для покупців, а також у віддзеркаленні найновіших тенденцій у цифровому платіжному середовищі, таких як Apple Pay, Google Pay, PayPal і інші. Успіх

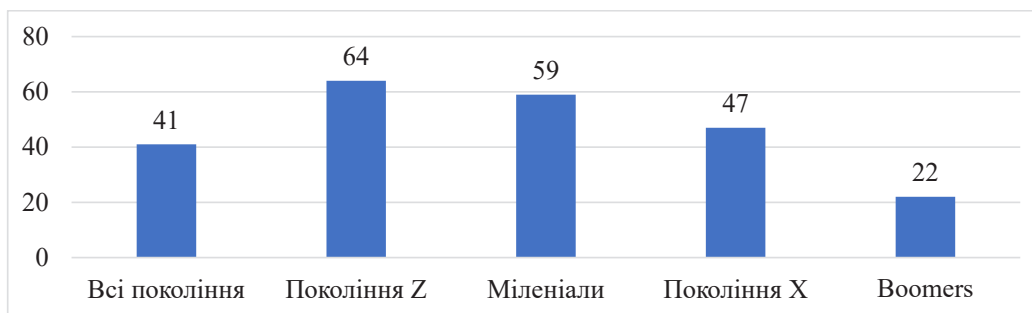


Рисунок 1 – Статистика купівлі у соціальних мережах за категоріями покупців у світі у 2023 році

Джерело: складено на основі [10]

Таблиця 1 – Показники міжнародного ринку електронної комерції

Показники	Характеристика
Розмір ринку в 2023 році	16,27 трлн дол. США
Розмір ринку до 2032 року	57,22 трлн дол. США
Темп зростання з 2023 по 2032 рік	15%
Найбільший ринок	Азіатсько-Тихоокеанський регіон
Прогнозний період	2023-2032

Джерело: складено на основі [11]

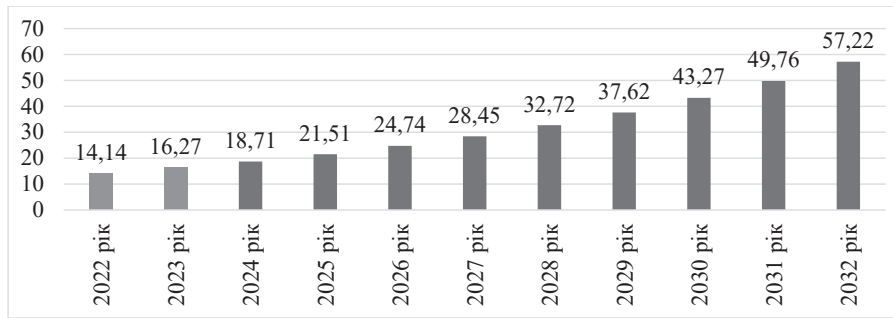


Рисунок 2 – Фактичні (2022-2023 роки) та прогнозні (2024-2032 роки) обсяги ринку інтернет-торгівлі країн світу, трлн дол. США

Джерело: складено на основі [11]

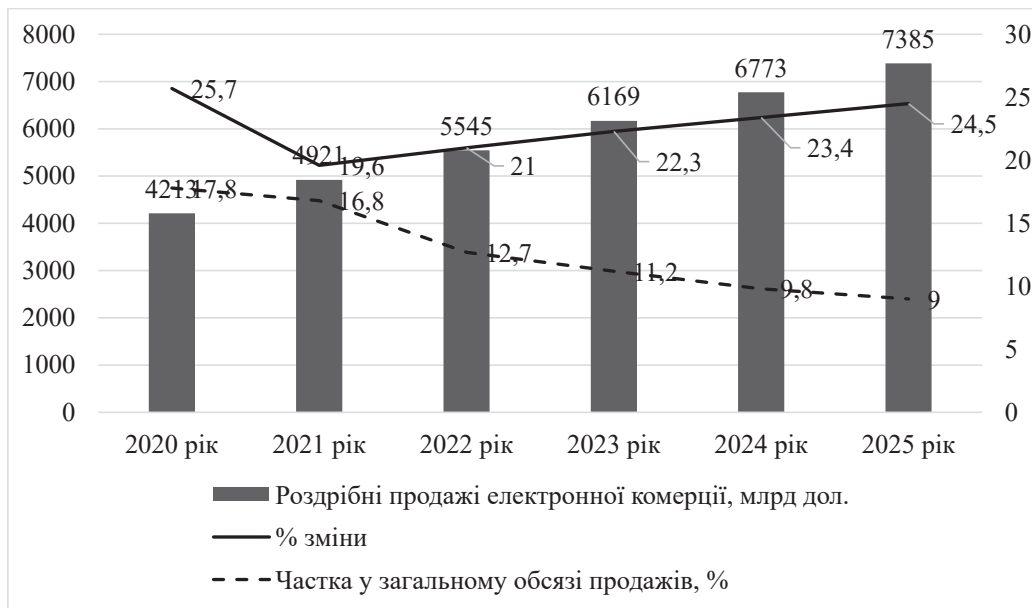


Рисунок 3 – Фактичні (2020-2023 роки) та прогнозні (2024-2032 роки) показники продажів у сфері електронної комерції та їх частка у загальному обсязі продажів країн світу, млрд дол./%

Джерело: складено на основі [7]

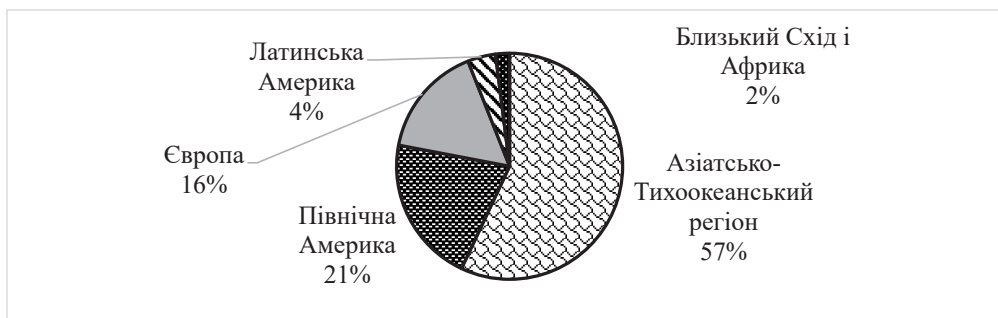


Рисунок 4 – Частка ринку електронної комерції за регіонами світу у 2023 році, % у структурі

Джерело: складено на основі [11]

інтернет-торгівлі нерозривно пов'язаний із вдосконаленням та популяризацією цих платіжних систем, які сприяють зростанню довіри споживачів та розширенню можливостей онлайн-торгівлі. Наприклад, PayPal очікує мати дохід у 7,4 млрд дол. у 2023 році, що становить зростання на 9% порівняно з попереднім роком.

Крім того, за даними, 73,1% покупців покоління Z користуються Apple Pay протягом тижня для здійснення покупок. Прогнозується, що безготівкові платіжні операції зростуть на 200% до 2030 року, що призведе до повного відмовлення від готівкових систем [11].

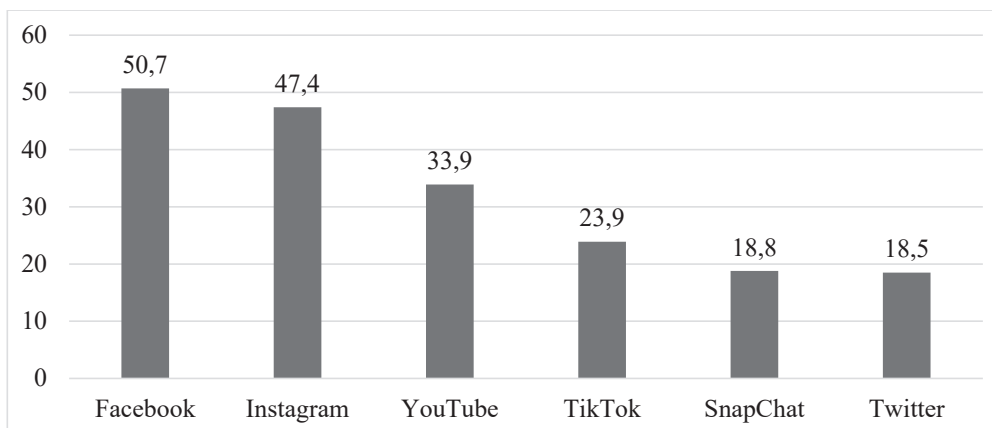


Рисунок 5 – Найпопулярніші платформи світу для покупок у соціальних мережах, у 2023 році, % осіб, які зробили покупку на соціальній платформі

Джерело: складено на основі [2]

Таблиця 2 – Цифрова інтенсивність бізнесу ЄС-27 у 2023 році, % у структурі

Категорії	Великий бізнес	Малий бізнес
Підприємства з дуже високим індексом цифрової інтенсивності	30	4
Підприємства з високим індексом цифрової інтенсивності	54	27
Підприємства з низьким індексом цифрової інтенсивності	14	38
Підприємства з дуже низьким індексом цифрової інтенсивності	2	31

Джерело: складено на основі [8]

Таблиця 3 – Ключові світові тренди інтернет-торгівлі у 2023 році за видами

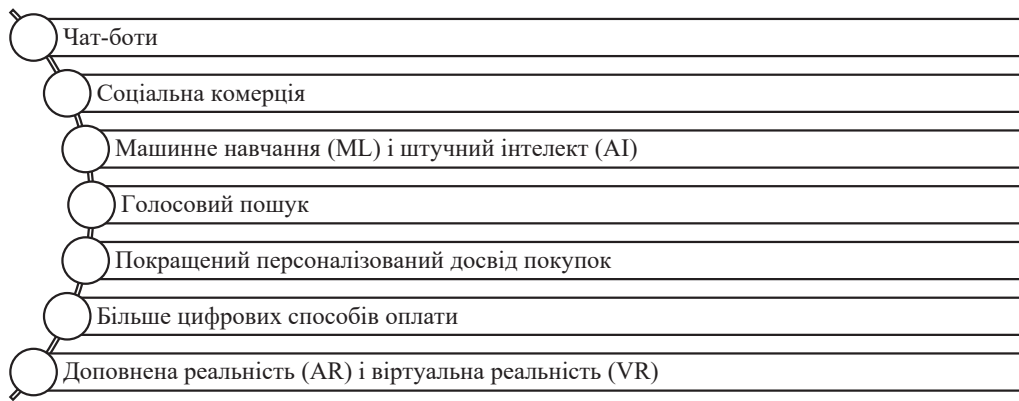
Вид інтернет-торгівлі	Основні тренди
Електронна комерція B2B	<ul style="list-style-type: none"> – 79% покупців B2B вважають за краще робити повторні замовлення в Інтернеті. – Основна перешкода, з якою стикаються B2B-покупці під час онлайн-покупок, це відсутність точної інформації про терміни доставки. – 65% компаній B2B у всіх галузях пропонують можливості електронної комерції. – 80% B2B-компаній стверджують, що вони дотримуються того самого або вищого стандарту каналу електронної комерції, що й інші канали. – Понад 1/3 покупців B2B готові витратити 500 тис. дол. США або більше на цифрові канали, а 15% стверджують, що їм зручно робити покупки на суму понад 1 мільйон доларів США онлайн.
B2C	<ul style="list-style-type: none"> – Прогнозується, що до 2027 року глобальний дохід від електронної комерції B2C зросте до 5,5 трильйонів доларів США. – Найпопулярнішими сегментами електронної комерції B2C є споживча електроніка, мода та меблі.
M-commerce	<ul style="list-style-type: none"> – На смартфони припадає 66% онлайн-замовлень. – Очікується, що продажі мобільної роздрібною електронної комерції в США досягнуть понад 560 мільярдів до кінця 2024 року. – Продажі мобільної роздрібною електронної комерції в США перевищать 450 мільярдів доларів США до кінця 2024 року. – Apple Pay є найбільш використовуваним форматом мобільних платежів серед споживачів у США. – 80% споживачів у всьому світі відвідують веб-сайт роздрібною торгівлі зі свого смартфона під час здійснення покупок у магазині.

Джерело: складено на основі [9; 10]

Озираючись на 2022 рік, галузь електронної комерції світу зазнала значних змін і прогресу. Незважаючи на виклики, з якими зіткнулися у 2020-2022 році, галузь продовжувала розвиватися та відкривати нові можливості для онлайн-торговців і компаній. Серед ключових світових трендів електронної комерції 2023 року слід виділити: зміни в поведінці споживачів; мобільна комерція; соціальна комерція; відеоконтент і онлайн-покупки; голосовий пошук; багатоканальний продаж

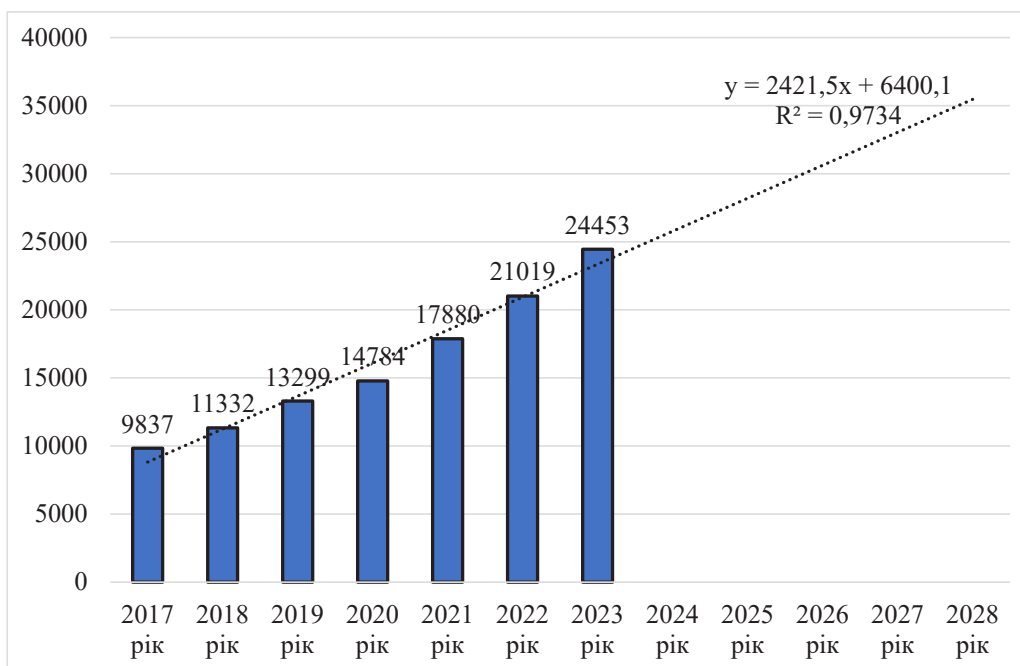
через Marketplaces; ланцюг поставок як фактор успіху; пошук балансу між плануванням і гнучкістю; нові правила файлів cookie. Слід зазначити, що тренди змінюються і в межах різних типів інтернет-торгівлі (B2B, B2C та ін.) (табл. 3).

У майбутньому розвитку електронної комерції вирішальну роль відіграє впровадження передових технологій та аналітичних методів. Деякі з очікуваних тенденцій, які визначатимуть ландшафт електронної



Рисунки 6 – Ключові прогностичні тренди розвитку інтернет-торгівлі

Джерело: складено на основі [6]



Рисунки 7 – Побудова тренду загальної вартості проданих товарів (GMV) у B2B eCommerce у 2024-2028 роках, млн дол. США

Джерело: складено за даними [1]

комерції у 2024 році, включають використання штучного інтелекту для генерації описів продуктів, відео та рекламних зображень, а також поєднання доповненої реальності з досвідом покупок, надаючи клієнтам нові можливості огляду продуктів (рис. 6).

Індустрія електронної комерції значно змінилася після пандемії, щоб вивести свої пропозиції за межі звичайних магазинів. Запровадження інтерактивних рекламних форматів, таких як прямі трансляції, разом із наявністю електронних гаманців у потокових трансляціях сприяє зростанню тенденції онлайн-продажів. Інтернет-магазини, сайти електронної комерції та соціальні платформи в останні роки розширюють свої інструменти для покупок, щоб ще більше покращити досвід цифрових покупок. Платформи електронної

комерції тепер пропонують функцію, за допомогою якої виробники та дистриб'ютори можуть пропонувати знижені ставки на оптові закупівлі, щоб залучити дрібних торговців, які шукають постачальників.

Для визначення майбутніх перспектив у роботі проведено трендовий аналіз зростання інтернет-торгівлі B2B як найбільш популярного виду торгівлі, який базується на прогнозуванні показника загальної вартості проданих товарів у B2B eCommerce [1]. Для побудови тренду показника загальної вартості проданих товарів (GMV) у B2B eCommerce за допомогою Excel, використано дані за 2017-2023 роки, з прогнозом на 5 років вперед (рис. 7).

Усі прогнозовані значення показника загальної вартості проданих товарів у B2B eCommerce з 2024 по 2028 рік вказують на стійкий тренд зростання протягом

кожного року. Це свідчить про позитивні перспективи для B2B eCommerce, зростаючу активність на ринку та, можливо, збільшення попиту на товари та послуги в цьому секторі. На таке зростання можуть впливати різноманітні фактори, такі як: розширення ринків B2B eCommerce; вдосконалення технологій та інфраструктури; зміни в споживчих вподобаннях, що віддають перевагу онлайн-закупівлям; поліпшення економічних умов і підвищення довіри до електронної комерції.

Визначаючи перспективи електронної комерції можна очікувати збільшення популярності наступних інновацій у сфері доставки, з точки зору задоволення споживачів:

- роль доставки безпілотниками може значно зрости, особливо у місцевій електронній комерції;
- покращене відстеження в реальному часі за допомогою систем штучного інтелекту стане більш привабливим для споживачів;
- зелена логістика буде здобувати все більшу популярність, навіть за умови, що споживачам доведеться платити більше;
- інтегровані системи штучного інтелекту для безперебійного управління запасами та доставки будуть стимулювати ефективність та надійність.

Підсумовуючи, зазначимо, що прогнозування тенденцій розвитку інтернет-торгівлі є критично важливим інструментом для бізнесу, оскільки допомагає передбачати зміни в поведінці споживачів, оцінювати ринкові можливості та приймати обґрунтовані стратегічні рішення. Враховуючи швидкий темп технологічного розвитку та динаміку електронної комерції, прогнозування дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними та адаптивними до нових трендів.

Висновки. Електронна комерція відкриває шлях для розширення можливостей нових ринків у світі онлайн-торгівлі, приваблюючи увагу численних ринків, що розвиваються через перспективний цифровий ландшафт. Однак швидке зростання і динаміка ринків, що розвиваються, приносять і виклики, і можливості. Заходи їх подолання мають включати подолання регуляторних та безпекових перешкод, дотримання сталих вимог, управління масштабуванням, ефективне використання ресурсів для маркетингу та реклами, а також боротьбу з перенасиченістю та високим рівнем конкуренції. Якщо ринки, що розвиваються зможуть створити необхідну інфраструктуру для подолання цих викликів, вони відкриють великі можливості для зростання та успіху.

Список використаних джерел:

1. Педченко Н.С., Стрілець В.Ю., Франко Л.С. Міжнародний досвід державної підтримки діджиталізації малого та середнього підприємництва : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2022. 141 с.
2. Статистичні дані Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview> (дата звернення: 11.02.2024).
3. Стрілець В.Ю., Материнко В.О., Сокіл А.А. Посередницькі механізми реконфігурації можливостей цифрових платформ для створення інноваційних бізнес-моделей МСП. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 73. С. 101–106 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/20.pdf (дата звернення: 07.06.2024).
4. Bledsoe J. 2024 eCommerce Size & Sales Forecast. URL: <https://www.trade.gov/e-commerce-sales-size-forecast> (дата звернення: 13.02.2024).
5. eCommerce – Ukraine. Statista Market Forecast. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/e-commerce/ukraine#revenue>. (дата звернення: 13.02.2024).
6. Global E-commerce: 12 Key Trends in 2024 URL: <https://www.businessgo.hsbc.com/en/article/global-e-commerce-key-trends> (дата звернення: 11.02.2024).
7. Global Growth of eCommerce Markets. URL: <https://www.velotrade.com/blog/global-growth-of-e-commerce-markets/> (дата звернення: 11.02.2024).
8. Lone S., Weltevreden J. European e-commerce report 2023. Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & E-commerce Europe, 2023. 105 p. URL: <https://e-commerce-europe.eu/wp-content/uploads/2023/11/European-E-commerce-Report-2023-Light-Version.pdf> (дата звернення: 11.02.2024).
9. McKinsey. What is e-commerce? 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-e-commerce> (дата звернення: 13.02.2024).
10. Needle F. 50 Ecommerce Statistics To Know in 2024. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/e-commerce-statistics> (дата звернення: 13.02.2024).
11. Precedence research. E-commerce Market. URL: <https://www.precedenceresearch.com/e-commerce-market> (дата звернення: 11.02.2024).
12. Voniatis A. Evolving e-Commerce: Stats, Trends, and Forecasts for 2023 and 2024. URL: <https://artios.io/e-commerce-statistics/> (дата звернення: 11.02.2024).
13. What has changed? 10 ecommerce trends 2023. URL: <https://blog.getbyrd.com/en/10-e-commerce-trends-2023> (дата звернення: 10.02.2024).

References:

1. Pedchenko N. S., Strilets V. Yu., Franko L. S. (2022) Mizhnarodnyi dosvid derzhavnoi pidtrymky didzhytalizatsii maloho ta serednoho pidpriemnytstva: monohrafiia [International experience of state support for digitalization of small and medium-sized enterprises: monograph]. Poltava: PUET. (in Ukrainian)
2. Statistical data Statista. Available at: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/#topicOverview>
3. Strilets V. Yu., Materynko V. O., Sokil A. A. (2023) Poserednytski mekhanizmy rekonfiguratsii mozhlyvostei tsyfrovyykh platform dlia stvorennia innovatsiinykh biznes-modelei MSP [Intermediary mechanisms for reconfiguring the capabilities of digital platforms to create innovative business models for SMEs]. *Infrastruktura rynku – Market infrastructure*, no. 73, pp. 101–106. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/20.pdf (in Ukrainian)
4. Bledsoe J. 2024 eCommerce Size & Sales Forecast. Available at: <https://www.trade.gov/e-commerce-sales-size-forecast>

5. eCommerce – Ukraine. Statista Market Forecast. Available at: <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/ukraine#revenue>.
6. Global E-commerce: 12 Key Trends in 2024. Available at: <https://www.businessgo.hsbc.com/en/article/global-ecommerce-key-trends>
7. Global Growth of eCommerce Markets. Available at: <https://www.velotrade.com/blog/global-growth-of-ecommerce-markets/>
8. Lone S., Weltevreten J. (2023) European e-commerce report 2023. Amsterdam/Brussels: Amsterdam University of Applied Sciences & E-commerce Europe. 105 p. Available at: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2023/11/European-Ecommerce-Report-2023-Light-Version.pdf>
9. McKinsey. What is e-commerce? (2023). Available at: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-e-commerce>
10. Needle F. 50 Ecommerce Statistics To Know in 2024. Available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/ecommerce-statistics>
11. Precedence research. E-commerce Market. Available at: <https://www.precedenceresearch.com/e-commerce-market>
12. Voniatis A. Evolving e-Commerce: Stats, Trends, and Forecasts for 2023 and 2024. Available at: <https://artios.io/ecommerce-statistics/>
13. What has changed? 10 ecommerce trends 2023. Available at: <https://blog.getbyrd.com/en/10-ecommerce-trends-2023>

Strilets Viktoriia, Harashchenko Bohdan, Sokolovskyi Vladyslav, Arzhannikova Anna
Poltava University of Economics and Trade

MODERN TRENDS AND PROSPECTS OF INTERNET COMMERCE AS A TOOL FOR BUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

The purpose of the article is to study current trends and prospects for the development of e-commerce as a crucial business development tool in the context of globalization of international economic relations. Research Methodology. To achieve the stated goal, trend analysis, statistical analysis, and forecasting methods were used. The study analyzed statistical data on the e-commerce market volumes for the period from 2014 to 2023, as well as forecast indicators up to 2032. Special attention was paid to consumer behavior analysis, implementation of advanced technologies in e-commerce, and studying the role of major companies in the market. The research results indicate significant growth in the global retail e-commerce market during the period from 2014 to 2022. The main factors contributing to this growth were the increase in Internet users and the adoption of mobile commerce. The COVID-19 pandemic also accelerated the development of e-commerce due to mobility restrictions and the closure of physical stores. The key players in the e-commerce market include companies such as Amazon, Alibaba, eBay, Walmart, and others. As of June 2023, Amazon holds a leading position with a market capitalization of approximately \$1.34 trillion USD. The age structure of e-commerce users shows that Generation Z, Millennials, and Generation X prefer searching for products on social media. The largest e-commerce market is the Asia-Pacific region, thanks to its advanced digital infrastructure and the presence of major companies (comprising 57% of the total market volume), followed by North America and Europe. Business recommendations include the necessity of adapting to new technologies, investing in mobile commerce and social media, as well as utilizing artificial intelligence and blockchain to enhance user experience. The implementation of modern payment systems is also a critical success factor in e-commerce. For the effective development of e-commerce, it is important to consider regional specificities, market dynamics, and constantly monitor changes in consumer behavior.

Key words: *Internet commerce, electronic commerce, globalization, international economic relations, business development, online sales, digitalization, international business.*

JEL Classification: F60, L81, M15, M16, O33