

розвитку територій виступають одним із ключових аспектів більш раціонального використання ресурсів, досягнення синергетичного ефекту від взаємодії різних зацікавлених сторін, повнішого врахування потреб і специфіки регіонів [1].

Отже, існує нагальна потреба у запровадженні дієвих шляхів активізації інноваційного розвитку територій України в умовах поствоєнного стану із дотриманням принципів децентралізації управління, до яких варто віднести:

- сприяння розвитку інноваційних екосистем, здатних забезпечити збалансований розвиток територій;
- забезпечення умов для здійснення інноваційної діяльності релокованих підприємств;
- розвиток територіальної інноваційної інфраструктури;
- сприяння збереженню та розвитку кадрового потенціалу, залученню кваліфікованих фахівців до інноваційної активності;
- акцентування уваги на впровадженні соціальних інновацій на рівні територій, здатних пом'якшити соціальні проблеми у суспільстві, забезпечити соціальну та психологічну підтримку вразливих верств населення;
- налагодження взаємодії між різними суб'єктами, які прямо чи опосередковано чинять вплив на розвиток інноваційної активності (регіональні владні інституції, бізнес-структури, освітні установи, представники громадянського суспільства тощо);
- зосередження уваги на вирішенні екологічних проблем та забезпеченні потреб раціонального та ощадливого використання всіх видів ресурсів під час визначення напрямів інноваційного розвитку територій;
- відновлення та розбудова нових логістичних зв'язків з урахуванням нових реалій взаємодії;
- інтенсифікація першочергового відновлення пріоритетних та соціально значущих видів економічної діяльності на інноваційних засадах та ін.

#### Список використаних джерел:

1. Левченко О.М., Ткачук О.В. Особливості застосування smart-підходу під час розробки стратегій соціально-економічного розвитку територій. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. Кропивницький: ЦНТУ, 2019. Вип. 3(36). С. 12-23.
2. Мельниченко Г.М., Білоус С.П. Інноваційний розвиток регіону як складова частина загальної стратегії національного розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2020. Том 31(70). №1. С. 170-174.
3. Наукова та інноваційна діяльність України 2020. Статистичний збірник. Державна служба статистики України. Київ, 2021. 241 с.

УДК 339.138.2:339.92

**Чірах О. Г. здобувач вищої освіти спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини**

**Науковий керівник: Артеменко А. В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин**

*(Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава, Україна)*

### ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

Електронна комерція (e-commerce) – це процес купівлі-продажу товарів та послуг через Інтернет. Це може бути віддаленим продажем, продажем з доставкою, онлайн-магазином, аукціоном або будь-яким іншим способом, де використовується Інтернет як

*Матеріали XIII Міжнародної науково-технічної конференції аспірантів та молодих вчених «Наукова весна» 2023*

платформа для торгівлі. Електронна комерція стала невід'ємною частиною світової бізнес-мережі, що особливо важливо для міжнародного бізнесу, де здійснення операцій бути складним завданням.

Для успішного здійснення операції електронної комерції на міжнародному рівні, необхідно вирішити технічні проблеми, пов'язані з міжнародною торгівлею. Одна з найбільших проблем – це міжнародні платежі. Для здійснення платежів на міжнародному рівні необхідно використовувати міжнародні платіжні системи, такі як PayPal або Stripe, що дозволяють здійснювати оплату в різних валютах та за різними тарифами. Ще однією проблемою є міжнародна доставка товарів. Для того, щоб здійснювати міжнародну доставку, необхідно використовувати міжнародні кур'єрські служби, такі як FedEx або DHL. До інших технічних аспектів електронної комерції належать відповідність вимогам безпеки та конфіденційності даних, забезпечення доступності сайту та ефективного інтерфейсу користувача.

Хоча електронна комерція в системі міжнародного бізнесу має значні перспективи, існує ряд викликів та обмежень щодо її подальшого розвитку. Одним з найбільших викликів є підтримка рівня конкурентоспроможності у змінному середовищі технологій та розвитку темпів кіберзлочинності. Для того, щоб зберегти рівень конкурентоспроможності, підприємства повинні бути здатними швидко реагувати на зміни у сфері технологій та споживацьких звичках та постійно вдосконалювати власні продукти та послуги. Іншим викликом є підтримка рівня безпеки та захисту прав споживачів. Оскільки сфера електронної комерції дозволяє здійснювати транзакції онлайн, це створює можливості для кіберзлочинців, які можуть зламати сайти, отримати доступ до особистої інформації клієнтів та вкрати їх гроші. Це може завдати шкоди репутації підприємства та призвести до втрати довіри споживачів. Тому підприємства повинні бути здатними забезпечувати безпеку власних сайтів та транзакцій, використовуючи різноманітні технології та стратегії захисту. Також важливим викликом є локалізація продуктів та послуг. Щоб привернути місцевих споживачів, підприємства повинні вміти адаптувати свої продукти та послуги до місцевих потреб та вимог. Це може включати розробку місцевого контенту, налаштування місцевих методів оплати та доставки, а також врахування культурних відмінностей.

Однак, існують суттєві перспективи щодо розвитку електронної комерції в міжнародному бізнес-середовищі. Однією з переваг є можливість швидко розширювати бізнес та залучати клієнтів з усього світу, збільшуючи обсяги продажів та прибутків. Крім того, електронна комерція дозволяє знизити витрати на зберігання та обробку інформації, оптимізувати бізнес-процеси та підвищити ефективність бізнесу. Іншою перевагою електронної комерції є можливість залучення клієнтів з різних країн та культур, що дозволяє розширити ринки збуту. Також електронна комерція дозволяє забезпечити доступ до ринків, які були раніше недоступні для традиційних бізнесів, тому є важливим інструментом для розвитку підприємств малого та середнього бізнесу.

Для успішного використання інструментів електронної комерції в міжнародному бізнес-середовищі, підприємства повинні враховувати ряд важливих факторів. Перш за все, необхідно визначити місце та роль електронної комерції в загальній стратегії компанії, розробити чіткий план дій та враховувати місцеві законодавчі та культурні вимоги. Також необхідно мати належний рівень знань та досвіду використання технологій електронної комерції та забезпечити їх високу якість для клієнтів компанії.

Наступним важливим кроком є вибір правильної платформи електронної комерції. Підприємства можуть використовувати існуючі електронні платформи, такі як Amazon, Alibaba, eBay, Etsy та інші, або розробити власну платформу з нуля. При виборі платформи слід враховувати наступні фактори: її популярність та репутація серед клієнтів та продавців, доступність функцій та інтеграцій, вартість послуг та плата за транзакції, якість технічної підтримки та безпека платформи.

Одним з важливих аспектів електронної комерції є логістика та доставка товарів.

При продажу товарів через міжнародний інтернет-магазин необхідно враховувати різноманітні правила та вимоги, що стосуються митних процедур, оплати митних зборів, податків та інших платежів, а також враховувати різницю в часових зонах. Для забезпечення ефективної логістики та доставки необхідно використовувати професійних логістичних партнерів, які мають міжнародний досвід роботи, відповідні сертифікати та ліцензії.

При розробці стратегії використання інструментів електронної комерції підприємства повинні враховувати різноманітні аспекти, включаючи цільову аудиторію, канали продажу, конкурентне середовище та власний бюджет. Також важливим є вибір платформи для реалізації електронної комерції, що повинна відповідати потребам підприємства та його клієнтів. При цьому, підприємства повинні пам'ятати про важливість підтримки та розвитку засобів електронної комерції на постійній основі, а також про необхідність вивчення нових технологій та трендів в цій галузі. Усі аспекти електронної комерції мають велике значення для міжнародного бізнесу, оскільки ця галузь стає все більш важливою для підприємств, які хочуть збільшувати рівень своїх продажів та конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Для досягнення успіху в сфері електронної комерції необхідно забезпечувати відповідну якість продуктів та обслуговування, ефективну логістику та доставку, використовувати різні маркетингові та рекламні канали, забезпечувати безпеку та захист даних, а також ефективно управляти бізнесом в цілому.

Таким чином, електронна комерція є важливим елементом міжнародного бізнесу, який може допомогти підприємствам збільшувати рівень власних продажів та конкурентоспроможності. Однак, підприємства повинні звернути увагу на ряд аспектів, включаючи стратегію, технології, маркетинг, безпеку, логістику та управління. Тільки враховуючи перелічені вище фактори, підприємства можуть забезпечити якісний та ефективний розвиток інструментів електронної комерції.

#### Список використаних джерел:

1. E-commerce Market Size, Share & Trends Analysis Report By Model Type (B2B, B2C), By Region (North America, Europe, APAC, Latin America, Middle East & Africa), And Segment Forecasts, 2020-2027. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/e-commerce-market>
2. Global E-commerce Sales and Growth Forecast 2021-2025. URL: <http://surl.li/gmphq>
3. Boosting e-commerce in the EU. URL: <http://surl.li/gmphg>

УДК 657.62

**Чумак В.М.,** аспірант I року навчання спеціальності 071 Облік і оподаткування  
**Науковий керівник: Фоміна Т.В.,** к.е.н., доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування

*(Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький, Україна)*

### **ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ПОТОЧНОЇ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI ЗА ОДЕРЖАНИМИ АВАНСАМИ**

Внутрішній контроль – це процес постійного впливу на об'єкти через відстеження відхилень та корекції управлінських рішень задля приведення фактичного стану об'єктів до бажаного [1]. Дана стаття висвітлює методичні підходи до внутрішнього контролю розрахунків за одержаними авансами.

У Балансі (Звіті про фінансовий стан) поточна кредиторська заборгованість відображається у рядку 1635 «Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами». Сума такої заборгованості включається до підсумку балансу. Такий вид