

CHAPTER «STRATEGIC BUSINESS MANAGEMENT PLANNING AND FORECASTING»

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-500-6-10>

Antonina Bazyliuk

*Doctor of Economics, Professor,
Professor at the Department of Finance, Accounting and Audit
National Transport University*

Iaroslava Nazarenko

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor at the Department of Finance,
Accounting and Audit,
National Transport University*

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR IMPLEMENTING THE E-BUSINESS MODEL WITHIN THE FRAMEWORK OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Summary

In today's world, characterized by the globalization of the economy and the rapid advancement of digital technologies, sustainable development models are gaining popularity. These models aim to create a balanced economic system that considers economic, social, and environmental aspects of development, ensuring harmonious and sustainable growth. They have become central to development strategies at both national and international levels. One prominent model is the e-business model, which significantly alters traditional business processes, opening up new opportunities and challenges. A solid understanding of the theoretical foundations of e-business enables companies to effectively leverage information and communication technologies to achieve competitive advantages and promote sustainable development. E-business serves as a vital model for sustainable development, facilitating economic growth, social progress, and environmental sustainability. The integration of this model into the development strategies of enterprises and governments fosters the creation of a harmonious and sustainable society.

Вступ

У сучасному світі швидкий прогрес інформаційних і комунікаційних технологій значно змінює спосіб ведення бізнесу, відкриваючи нові можливості та створюючи нові виклики. Цифрова трансформація впливає

на всі аспекти економічної діяльності, від виробництва і логістики до маркетингу та обслуговування клієнтів. Однією з найбільш важливих можливостей, яку пропонує ця трансформація, є електронний бізнес, який стає все більш популярним серед компаній у різних секторах.

Питанням дослідження сутності електронного бізнесу, його видів та їх економічного значення, ролі в розвитку економіки присвячено велику кількість наукових робіт таких авторів, як: Болотинюк І.М. та Зайцевої О.О. [1], Страхарчук В., Страхарчук А. [4], Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. [15], Марусей Т. [5], Пілевич Д.С. [6]. Зміст електронної комерції як найбільш поширеного виду електронного бізнесу, що відіграє на сьогодні ключову роль у розвитку малого та середнього підприємництва, досліджується у роботах Виноградової О.В., Дрокіна Н.І [3], Пілевич Д.С. [6], Майбороди І., Березиної Ю. [7], Подри О., Рогожинської А. [8].

Електронний бізнес, або е-бізнес, включає в себе всі форми бізнес-діяльності, що здійснюються з використанням інформаційних та комунікаційних технологій. Це не лише електронна комерція, яка передбачає продаж товарів і послуг через Інтернет, але й різні види електронних транзакцій, управління ланцюгами постачання, маркетинг, обслуговування клієнтів, аналітика даних та багато іншого. Такий підхід дозволяє підприємствам автоматизувати процеси, знижувати витрати, підвищувати ефективність та розширювати ринки збуту.

Однією з ключових переваг впровадження електронного бізнесу є підвищення конкурентоспроможності підприємств. Завдяки використанню сучасних технологій компанії можуть швидше реагувати на зміни ринкових умов, адаптувати свої стратегії та оптимізувати операційні процеси. Використання аналітики великих даних дозволяє підприємствам краще розуміти поведінку споживачів та прогнозувати попит, що допомагає приймати обґрунтовані бізнес-рішення.

Ефективність підприємств також значно зростає завдяки впровадженню електронного бізнесу. Автоматизація процесів, зменшення паперового документообігу, електронний обмін даними між партнерами та клієнтами сприяють зниженню витрат та підвищенню продуктивності. Крім того, електронні платформи дозволяють підприємствам забезпечувати постійний доступ до інформації та ресурсів, що необхідні для ефективної роботи, незалежно від географічного розташування.

Важливим аспектом впровадження електронного бізнесу є його внесок у досягнення цілей сталого розвитку. Е-бізнес сприяє економічному зростанню, створюючи нові робочі місця у сфері інформаційних технологій, електронної комерції, логістики та інших суміжних галузях. Ці нові робочі місця часто вимагають високої кваліфікації та спеціалізованих знань, що стимулює розвиток освіти та підвищення рівня кваліфікації працівників.

Також електронний бізнес сприяє соціальному прогресу, розширюючи доступ до товарів і послуг для широких верств населення. Інтернет-магазини та платформи електронної комерції дозволяють споживачам з різних регіонів отримувати доступ до продукції, яка раніше була недоступною або важкодоступною. Це особливо важливо для віддалених та сільських районів, де можливості традиційної роздрібно торгівлі обмежені.

Впровадження електронного бізнесу сприяє екологічній стійкості. Завдяки цифровізації процесів компанії можуть знижувати споживання природних ресурсів, скорочувати викиди шкідливих речовин та зменшувати кількість відходів. Використання електронних документів знижує потребу у папері, а оптимізація логістичних процесів дозволяє зменшити кількість транспортних засобів на дорогах, що сприяє зниженню викидів вуглекислого газу.

Таким чином, впровадження електронного бізнесу не лише підвищує конкурентоспроможність і ефективність підприємств, але й сприяє досягненню цілей сталого розвитку, які включають економічне зростання, соціальний прогрес та екологічну стійкість. Це робить е-бізнес важливим інструментом сучасної економіки, який допомагає підприємствам адаптуватися до швидких змін ринкового середовища та створювати цінність для суспільства у довгостроковій перспективі.

Розділ 1. Сутнісна характеристика моделі електронного бізнесу як складової сталого розвитку

У сучасному світі стрімкий розвиток інформаційних та комунікаційних технологій значно змінює спосіб ведення бізнесу, відкриваючи нові можливості та створюючи нові виклики. Однією з таких можливостей є електронний бізнес, який стає все більш популярним серед підприємств різних галузей. Впровадження електронного бізнесу не тільки підвищує конкурентоспроможність і ефективність підприємств, але й сприяє досягненню цілей сталого розвитку, що включають економічне зростання, соціальний прогрес та екологічну стійкість.

Термін «Електронний бізнес» виник з появою електронно-обчислювальних машин (ЕОМ) у 50–60-ті роки. Перші програми з'явилися для замовлення квитків, за допомогою яких здійснювався обмін даними між різними транспортними службами для підготовки перевезень. В 1968 році у США було створено спеціальний комітет TDCC1, який виконував завдання з узгодження чотирьох вже сформованих індустріальних стандартів для різних транспортних систем – авіації, залізничного та автомобільного транспорту. Основним результатом діяльності цього комітету було створення нового стандарту для організації електронного обміну даними між фірмами – EDI2 . Стандарт

отримав назву ANSI X.12. Приблизно в той самий час в Англії, у 70-ті роки, здійснюють таку ж роботу з пошуку стандартних рішень для обміну даними. Основним орієнтиром цієї роботи була торгівля. У цей час з'явився стандарт Tradacoms, який, перш за все, використовували в секторі роздрібної торгівлі Великобританії для міжнародної торгівлі. Європейська економічна комісія – UNECE3 ухвалила цей стандарт як міжнародні стандарти GTDI4. У цей період складається ситуація співіснування двох систем стандартів – американської та європейської. Поява двох систем стандартів не влаштувала торговий бізнес, який активно проникав через океан. Саме це стало причиною початку роботи з об'єднання EDI-стандартів [1].

Приблизно в той самий час, у 70-х роках, у Великобританії здійснювалась подібна робота зі створення стандартних рішень для обміну даними, основним напрямком якої була торгівля. Так з'явився стандарт Tradacoms, який використовувався в секторі роздрібної торгівлі Великобританії для міжнародної торгівлі. Європейська економічна комісія (UNECE) ухвалила цей стандарт як міжнародний стандарт GTDI (General-purpose Trade Data Interchange). Таким чином, сформувались дві системи стандартів – американська та європейська. Співіснування цих двох систем не задовольняло потреби торгового бізнесу, який активно розвивався на міжнародному рівні, що й стало поштовхом до роботи з об'єднання EDI-стандартів.

Бурхливе зростання Інтернету в 90-х роках, спричинене появою веб-технологій, змусило аналітиків EDI переглянути свої підходи до подальшого розвитку електронної комерції. Це призвело до появи бізнесу нового типу – роздрібної торгівлі через Інтернет [1].

Організація електронного обміну інформацією між компаніями значно підвищила ефективність їхньої діяльності. Це стало можливим завдяки зниженню комунікаційних витрат, скороченню кількості персоналу, який обробляє документи, скороченню часу, необхідного для організації різних операцій, а також забезпеченню швидкого і точного отримання інформації та високої швидкості фінансових розрахунків. Електронна комерція зрівняла шанси в конкурентній боротьбі, дозволяючи як великим, так і малим підприємствам змагатися на рівних умовах щодо асортименту продукції, якості та ціни. Крім того, електронна комерція відкрила можливість виходу на світовий ринок для малих фірм, що раніше було недоступно іншими засобами.

У широкому розумінні до електронного бізнесу відносили все, що здійснювалося в електронній формі. Ділові угоди між компаніями, які здійснювалися за допомогою електронного обміну даними, вважалися формою електронного бізнесу. Банківські операції, здійснювані через електронні передачі, також вважалися частиною електронного бізнесу. З розширенням використання Інтернету з'явилася нова форма

електронного бізнесу – електронна комерція, яка передбачає використання Інтернету для продажу товарів і послуг. Сьогодні Інтернет є важливою платформою для ведення бізнесу, що відображає реальну економіку у віртуальному світі та створює широкі можливості для розвитку бізнесу.

Існує багато визначень поняття «електронний бізнес» («е-бізнес»), проте всі вони мають спільні риси. В. Страхарчук, А. Страхарчук розуміють під е-бізнесом якісно нову модель інтегрованої економічної діяльності, що ґрунтується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж як окремого унікального макроекономічного середовища, який виступає основним засобом виробництва для оперативної фінансової, комерційної діяльності з метою підвищення ефективності наявних сегментів бізнесу або динамічного розвитку нових та отримання стабільного соціально-економічного ефекту [4]. Т.В. Марусей трактує електронний бізнес як будь-яку ділову активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку [5]. С.В. Науменкова та С.В. Міщенко розглядають е-бізнес як інтеграцію систем, процесів, організацій, ланцюгів, що створюють вартість, а також ринків, які використовують інтернет і пов'язані з ним технології та концепції [2].

Загалом, електронний бізнес розглядається як нова модель інтегрованої економічної діяльності, яка базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж. Ці технології виступають як унікальне макроекономічне середовище, що слугує основним засобом для оперативної фінансової та комерційної діяльності. Основною метою електронного бізнесу є підвищення ефективності існуючих сегментів бізнесу, динамічний розвиток нових напрямків та досягнення стабільного соціально-економічного ефекту. Характеристика поняття «електронний бізнес» у працях українських науковців представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

**Сутність поняття «електронний бізнес»
у працях українських вчених**

Автор/автори 1	Сутність трактування 2
Зайцева О.О., Болотинюк І.М. [1]	Електронний бізнес – це перетворення основних бізнес-процесів компанії шляхом впровадження інтернет-технологій, націлене на підвищення ефективності діяльності. Електронним бізнесом є ділова активність, яка використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків фірм [1].

1	2
Науменкова С.В., Міщенко С. В. [2]	Розглядають електронний бізнес (е-бізнес) як інтеграцію систем, процесів, організацій, ланцюгів, що створюють вартість, а також ринків, які використовують інтернет і пов'язані з ним технології та концепції [2].
Виноградова О.В. [3]	Електронний бізнес – підвищення ефективності бізнесу, засноване на використанні інформаційних технологій, для того щоб забезпечити взаємодію ділових партнерів і створити інтегрований ланцюжок доданої вартості [3].
Страхарчук В., Страхарчук А. [4]	Е-бізнес – це якісно нова модель інтегрованої економічної діяльності, яка базується на використанні інформаційно-комунікаційних технологій та мереж як унікального макроекономічного середовища та основного засобу виробництва для оперативної комерційної та фінансової діяльності з метою підвищення ефективності наявних або широкого, динамічного розвитку нових сегментів бізнесу та отримання стабільного соціально-економічного ефекту [4].
Марусей Т.В. [5]	Трактує електронний бізнес як будь-яку ділову активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв'язків з метою створення прибутку [5].
Пілевич Д. [6]	Вид господарської діяльності, у межах якого активно використовуються інформаційно-комунікаційні технології та мережі, їх застосування дає можливість створити додану вартість та отримати дохід; вид господарської діяльності, оскільки вимагає вкладення інвестицій у створення підприємства і дає можливість у подальшому здійснювати різні види економічної діяльності для отримання прибутку; діяльність, яка має приносити дохід власникам; господарська діяльність, для здійснення якої активно використовуються інформаційно-комунікаційні технології та мережі, що відіграють провідну роль в отриманні доходів підприємства; економічна діяльність, у процесі якої інформаційно-комунікаційні технології та мережі відіграють важливу роль у всіх ключових господарських процесах: споживанні, обміні, розподілі та виробництві господарська діяльність, яка створює додану вартість із використанням інформаційно-комунікаційних технологій [6].
Євтушенко Д.Д. [11].	Електронний бізнес – вид підприємництва, який здійснюється на основі інформаційних технологій для перетворення зв'язків підприємства з постачальниками, партнерами і клієнтами, з метою поліпшення загальної ефективності бізнесу та вдосконалення бізнес-процесів (виробництва, управління запасами, розробки продукту, управління ризиками, фінансів, управління знаннями та людськими ресурсами) [11].

Джерело: [1–11]

Отже, враховуючи вищезазначені характеристики категорії «електронний бізнес», можна зробити висновок, що електронний бізнес є видом господарської діяльності, який активно використовує інформаційно-комунікаційні технології та мережі. Це дає змогу створювати додану вартість і отримувати дохід. У більш вузькому розумінні, е-бізнес – це процес трансформації бізнес-операцій за допомогою Інтернет-технологій, що дозволяє досягти вищої продуктивності. Сьогодні електронний бізнес є дуже динамічною і швидко зростаючою галуззю. Технології е-бізнесу стали одним з найважливіших інструментів у сучасній конкурентній боротьбі. Вплив електронного бізнесу змінює всі аспекти діяльності як великих, так і малих підприємств – від розробки нових продуктів до продажу товарів на ринку. Основним джерелом ринкової сили стає інтелект, втілений в організаційних структурах дослідницьких і ринкових корпорацій, які розробляють нові інформаційні технології та контролюють їх. Основні складові електронного бізнесу представлені на рисунку 1.

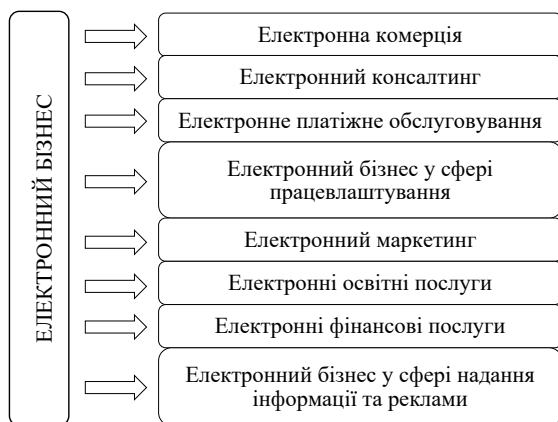


Рис. 1. Складові моделі електронного бізнесу

Джерело: виокремлено та узагальнено авторами за даними [1–10]

У сучасному світі електронний бізнес безперестанно стає невід’ємною частиною економіки, про що свідчить інтенсивність успішного впровадження електронної комерції суб’єктами господарювання все більшої кількості країн світу. Переваги та виклики моделі електронного бізнесу представлені на рисунку 2.

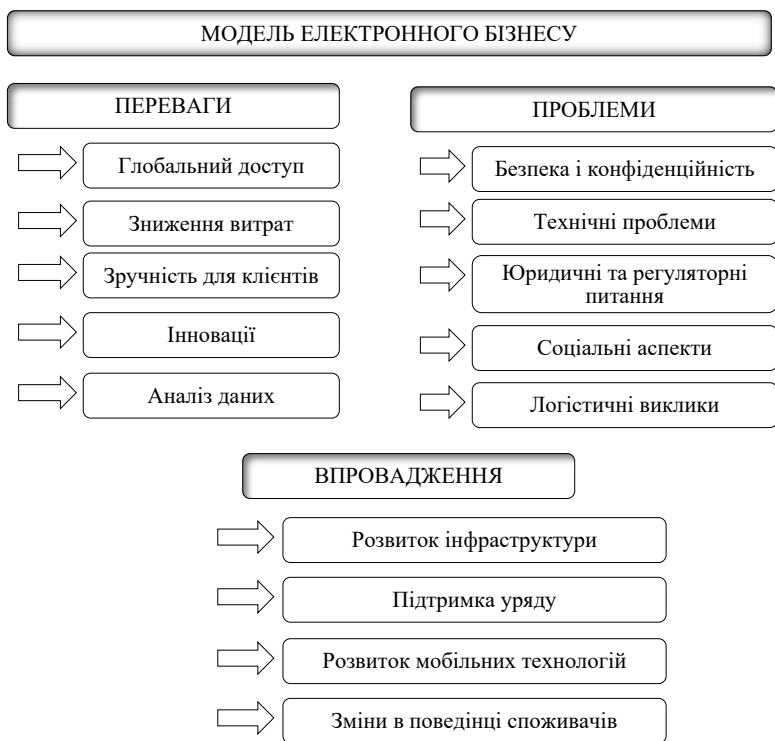


Рис. 2. Переваги та виклики моделі електронного бізнесу

Джерело: виокремлено та узагальнено авторами за даними [1–10]

Електронний бізнес має численні переваги, які роблять його привабливим для підприємств у всьому світі. Електронний бізнес дозволяє підприємствам виходити на міжнародні ринки, охоплюючи більшу аудиторію без значних витрат на відкриття фізичних представництв. Автоматизація бізнес-процесів, таких як продажі, маркетинг і управління запасами, зменшує операційні витрати і підвищує ефективність. Онлайн-платформи надають клієнтам можливість здійснювати покупки у зручний для них час, що підвищує задоволеність і лояльність клієнтів. Електронний бізнес стимулює розвиток нових технологій і бізнес-моделей, що сприяє інноваціям і покращенню конкурентоспроможності підприємств.

Хоча електронний бізнес має багато переваг, він також має певні недоліки, які можуть впливати на його ефективність і привабливість для підприємств і споживачів. Електронний бізнес піддається ризику

кібератак, таких як хакерські зломи, віруси, фішинг та інші форми кіберзлочинності.

Електронна комерція швидко розвивається в усьому світі, але її міжнародна діяльність стикається з низкою законодавчих викликів. Різні країни мають свої унікальні правові вимоги та регулювання щодо електронної комерції, що ускладнює роботу компаній, які прагнуть діяти на міжнародному рівні. Ці законодавчі відмінності можуть стосуватися багатьох аспектів, від захисту даних і приватності до оподаткування, прав споживачів і безпеки продуктів.

Відсутність чітких стандартів і нормативних актів для захисту прав споживачів в електронній комерції створює значні ризики для покупців і може призвести до різних форм шахрайства та обману. Ці ризики включають, але не обмежуються, підробленими товарами, недоставленими замовленнями, неправдивими обіцянками про характеристики товарів або послуг, а також небезпекою втрати особистих даних. Відсутність особистого контакту з продавцем може викликати недовіру у споживачів, що особливо важливо для продуктів, які потребують фізичного огляду перед покупкою.

Автоматизація та зменшення потреби у фізичних магазинах можуть призвести до скорочення робочих місць у традиційних секторах роздрібною торгівлі.

Електронний бізнес має значні переваги, але також стикається з багатьма викликами і недоліками. Підприємства повинні ретельно оцінювати ці фактори при розробці своїх стратегій і шукати способи мінімізації ризиків для забезпечення успішного функціонування в цифровій економіці.

Отже, електронний бізнес значно змінює традиційні бізнес-процеси, відкриваючи нові можливості та виклики. Розуміння теоретичних основ функціонування електронного бізнесу допомагає підприємствам ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології для досягнення конкурентних переваг та забезпечення стійкого розвитку.

Розділ 2. Вплив цілей сталого розвитку на формування моделі електронного бізнесу

Електронний бізнес, як одна з провідних форм сучасної комерційної діяльності, значно впливає на реалізацію цілей сталого розвитку і сам активно формується під їхнім впливом. Вплив електронного бізнесу на економічний, соціальний та екологічний аспекти розвитку суспільства має велике значення, а його динамічна природа забезпечує адаптацію до вимог сталого розвитку. Цілі сталого розвитку (ЦСР) були прийняті Організацією Об'єднаних Націй у 2015 році як частина Порядку денного у сфері сталого розвитку на період до 2030 року. Вони складаються з

17 цілей, спрямованих на вирішення глобальних викликів, таких як бідність, нерівність, зміна клімату, деградація навколишнього середовища, мир і справедливість [16; 17]. Вплив цих цілей на формування моделі електронного бізнесу є суттєвим і багатограним та спонукає створення більш відповідальних, ефективних та конкурентоспроможних бізнес-моделей, які сприяють вирішенню глобальних викликів та забезпеченню сталого розвитку (рисунок 3).

Ціль сталого розвитку 8 «Гідна праця та економічне зростання» (ЦСР 8) спрямована на сприяння стійкому, інклюзивному та стійкому економічному зростанню, повній та продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх (рисунок 4). Ця ціль тісно пов'язана з електронним бізнесом, оскільки сприяє створенню нових можливостей для підприємств і працівників, забезпечуючи економічне зростання та підвищення якості життя.



Рис. 3. Вплив цілей сталого розвитку на модель електронного бізнесу

Джерело: узагальнено авторами

ЦСР 8 передбачає стимулювання економічного зростання, що створює сприятливі умови для розвитку електронного бізнесу. Електронна комерція, зокрема, має потенціал для значного економічного зростання за рахунок розширення ринків збуту, залучення нових клієнтів та підвищення продуктивності. Інтернет-торгівля дозволяє підприємствам будь-якого розміру виходити на міжнародні ринки, збільшуючи обсяги продажів і доходів. Електронний бізнес сприяє створенню нових робочих

місце у різних секторах економіки, включаючи ІТ, маркетинг, логістику, обслуговування клієнтів та інші. Розвиток електронної комерції потребує залучення фахівців з різних галузей, що сприяє зростанню зайнятості. Водночас, електронний бізнес відкриває можливості для самозайнятості та розвитку малого і середнього підприємництва. ЦСР 8 підкреслює важливість інновацій і технологічного розвитку для економічного зростання.



Рис. 4. Вплив цілі сталого розвитку 8 на модель електронного бізнесу

Джерело: узагальнено авторами

Електронний бізнес, як правило, базується на передових технологіях, таких як великі дані, штучний інтелект, блокчейн та інші. Інвестиції в технологічний розвиток сприяють підвищенню ефективності бізнес-процесів, зниженню витрат та покращенню якості товарів і послуг. ЦСР 8 акцентує увагу на створенні умов для гідної праці, що включає справедливу оплату, безпечні умови праці та соціальні гарантії. Електронний бізнес, забезпечуючи нові робочі місця, має можливість

підтримувати високі стандарти праці та забезпечувати соціальний захист для своїх працівників. Дистанційна робота, що стала поширеною у сфері електронного бізнесу, також сприяє гнучкості та балансу між роботою і особистим життям.

Ціль сталого розвитку 8 має значний позитивний вплив на електронний бізнес, сприяючи економічному зростанню, створенню нових робочих місць, підтримці інновацій та технологічного розвитку, забезпеченню гідної праці та підтримці малого і середнього бізнесу. Водночас, електронний бізнес, використовуючи передові технології та інноваційні підходи, активно підтримує досягнення цієї цілі, що створює взаємовигідний ефект і сприяє сталому розвитку суспільства.

Ціль сталого розвитку 9 «Промисловість, інновації та інфраструктура» (ЦСР 9) спрямована на розвиток стійкої інфраструктури, сприяння інклюзивній та стійкій індустріалізації та підтримку інновацій (рис. 5). Ця ціль безпосередньо впливає на розвиток електронного бізнесу, сприяючи створенню сучасної та ефективної економічної екосистеми.



Рис. 5. Вплив цілі сталого розвитку 9 на модель електронного бізнесу

Джерело: узагальнено авторами

ЦСР 9 акцентує увагу на розвитку сучасної інфраструктури, яка є основою для успішного функціонування електронного бізнесу. Високошвидкісний інтернет, надійні системи зв'язку та транспортна інфраструктура забезпечують стабільну роботу онлайн-платформ і цифрових сервісів. Інвестиції в інфраструктуру сприяють покращенню доступу до електронного бізнесу, як для підприємців, так і для споживачів, що дозволяє розширювати ринки збуту та підвищувати ефективність бізнес-процесів. ЦСР 9 стимулює інновації, які є рушійною силою електронного бізнесу. Інноваційні підходи та технології дозволяють створювати нові продукти та послуги, удосконалювати існуючі процеси та відкривати нові ринки. Підтримка досліджень і розробок, а також співпраця між науковими установами та бізнесом сприяють генерації нових ідей та їх комерціалізації. Електронний бізнес, завдяки своїй гнучкості та швидкості адаптації до змін, активно впроваджує інновації, що дозволяє йому залишатися конкурентоспроможним на глобальному ринку.

ЦСР 9 сприяє створенню сприятливого середовища для підприємництва, що знижує бар'єри для входу на ринок нових гравців. Електронний бізнес, завдяки доступності та низьким витратам на старт, відкриває широкі можливості для малого та середнього бізнесу. Це сприяє диверсифікації економіки та зростанню конкуренції, що позитивно впливає на якість товарів і послуг, а також на їхню доступність для споживачів.

ЦСР 9 передбачає покращення доступу до фінансових ресурсів для підприємств, що є важливим фактором для розвитку електронного бізнесу. Інвестиції в інноваційні проекти, стартапи та розвиток цифрових платформ сприяють розширенню бізнесу та впровадженню нових технологій. Фінансова підтримка, включаючи венчурне фінансування та краудфандинг, дозволяє підприємцям реалізовувати свої ідеї та сприяти економічному зростанню.

ЦСР 11 стимулює розвиток міської інфраструктури, яка є критично важливою для електронного бізнесу. Розвиток транспортної мережі, громадського транспорту та логістичних хабів забезпечує швидку та ефективну доставку товарів, що є ключовим фактором для успішного функціонування електронної комерції. Покращення доступності інтернет-зв'язку в міських і сільських районах дозволяє збільшити охоплення ринку та забезпечити стабільний доступ до онлайн-сервісів для більшої кількості споживачів.

Ціль сталого розвитку 10 «Скорочення нерівності» (ЦСР 10) має на меті зменшення нерівності як між країнами, так і всередині країн. Реалізація цієї цілі передбачає рівноправний доступ до економічних, соціальних і

політичних ресурсів, а також усунення дискримінації та забезпечення соціальної інтеграції. ЦСР 10 сприяє зменшенню нерівності через розширення доступу до ринку для всіх учасників, включаючи малі та середні підприємства. Електронний бізнес відіграє вирішальну роль у цьому процесі, оскільки цифрові платформи дозволяють малим підприємствам виходити на глобальні ринки, знижуючи бар'єри для входу. Це забезпечує рівні можливості для бізнесу незалежно від його розміру, місця розташування або фінансових ресурсів. ЦСР 10 передбачає покращення доступу до фінансових послуг для всіх верств населення. Електронний бізнес сприяє цьому процесу через впровадження фінтех-рішень, таких як мобільні платежі, онлайн-банкінг та платформи краудфандингу. Ці технології дозволяють людям з різних регіонів та соціальних груп отримувати доступ до фінансових ресурсів, що сприяє економічній активності та зменшенню нерівності. ЦСР 10 сприяє зменшенню нерівності між регіонами, забезпечуючи рівні можливості для розвитку всіх територій. Електронний бізнес відіграє важливу роль у цьому процесі, надаючи можливості для розвитку бізнесу у віддалених та сільських районах. Цифрові технології дозволяють підприємцям з будь-якого куточка країни отримувати доступ до глобальних ринків, що сприяє економічному зростанню та зменшенню регіональної нерівності.

Ціль сталого розвитку 13 «Пом'якшення наслідків зміни клімату» (ЦСР 13) зосереджується на боротьбі зі зміною клімату та її наслідками. Вплив цієї цілі на електронний бізнес є значним, оскільки зміна клімату та стратегії з її пом'якшення та адаптації потребують нових підходів до ведення бізнесу (рис. 6).

Електронний бізнес стає потужним інструментом для впровадження та поширення екологічно чистих технологій. В умовах боротьби зі зміною клімату компанії все більше орієнтуються на зменшення свого вуглецевого сліду. Це включає використання відновлюваних джерел енергії, енергоефективних систем та методів зниження викидів. Впровадження таких технологій дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля і одночасно підвищити конкурентоспроможність компаній на ринку. Електронний бізнес значно залежить від логістики, і вплив ЦСР 13 сприяє розвитку «зелених» логістичних рішень. Це включає використання екологічно чистих транспортних засобів, оптимізацію маршрутів доставки для зниження витрат палива та викидів CO₂, а також застосування енергоефективних складських приміщень. Такі заходи не лише зменшують негативний вплив на клімат, але й дозволяють компаніям скоротити витрати та підвищити свою ефективність. У контексті ЦСР 13, зростає значення звітності та прозорості компаній щодо їхнього впливу на довкілля. Електронний бізнес повинен бути готовий до більш жорстких вимог з боку регуляторів, інвесторів та

споживачів щодо розкриття інформації про свої екологічні практики та заходи щодо зниження вуглецевого сліду.



Рис. 6. Вплив цілі сталого розвитку 13 на модель електронного бізнесу

Джерело: узагальнено авторами

Ціль сталого розвитку 12 «Відповідальне споживання та виробництво» (ЦСР 12) зосереджується на забезпеченні сталого споживання та виробництва. Вплив цієї цілі на електронний бізнес є значним, оскільки вона стимулює компанії до впровадження екологічно відповідальних практик та ефективного використання ресурсів. Електронний бізнес часто займається продажем товарів, і впровадження принципів ЦСР 12 вимагає від компаній ретельного підходу до вибору постачальників та виробничих процесів. Компанії, що прагнуть дотримуватися сталих практик, віддають перевагу виробникам, які використовують екологічно чисті матеріали та енергоефективні технології. Це дозволяє зменшити вплив на довкілля, підвищити ефективність виробничих процесів та створити позитивний імідж серед екологічно свідомих споживачів.

ЦСР 12 стимулює електронний бізнес до пропаганди сталого споживання серед своїх клієнтів. Компанії можуть впроваджувати освітні програми, які інформують споживачів про переваги сталого споживання, знижки на екологічно чисті продукти або бонуси за повернення

відпрацьованих товарів для переробки. Це не лише сприяє зменшенню відходів, але й підвищує лояльність клієнтів, які цінують екологічно відповідальний підхід.

Ціль сталого розвитку 15 «Захист та відновлення екосистем суші» (ЦСР 15) спрямована на захист, відновлення та стале використання наземних екосистем, управління лісами, боротьбу з опустелюванням, зупинення і повернення назад процесу деградації земель, а також збереження біорізноманіття. Електронний бізнес має змогу активно зменшувати свій екологічний слід, впроваджуючи екологічно відповідальні практики. Це включає використання екологічно чистих матеріалів для виробництва товарів, зменшення споживання енергії та води, а також скорочення викидів парникових газів. Компанії можуть використовувати відновлювані джерела енергії, такі як сонячні та вітрові електростанції, для зменшення залежності від викопних видів палива. ЦСР 15 спонукає електронний бізнес до впровадження стійких логістичних рішень, які знижують негативний вплив на наземні екосистеми. Компанії можуть оптимізувати маршрути доставки, зменшуючи таким чином споживання палива та викиди CO₂. Крім того, використання екологічно чистого транспорту, такого як електричні або гібридні автомобілі, допомагає знизити вплив на довкілля. Впровадження екологічної сертифікації продукції допомагає електронному бізнесу відповідати принципам ЦСР 15. Компанії можуть отримувати сертифікати, які підтверджують відповідність їхньої продукції екологічним стандартам, що підвищує довіру споживачів та зміцнює їхню репутацію. Це також стимулює виробників до використання сталих матеріалів та технологій.

Ціль сталого розвитку 4 «Якісна освіта» (ЦСР 4) спрямована на забезпечення інклюзивної та якісної освіти для всіх і сприяння навчанню протягом усього життя. Ця ціль має значний вплив на електронний бізнес, оскільки освіта та розвиток навичок є ключовими компонентами для успішного функціонування та зростання цього сектору. Одним із ключових аспектів ЦСР 4 є підвищення рівня цифрової грамотності серед населення. Високий рівень цифрової грамотності серед споживачів та працівників сприяє розширенню електронного бізнесу, оскільки люди більш комфортно використовують цифрові платформи для покупок, спілкування та навчання. Це створює сприятливі умови для зростання ринку електронної комерції та інших видів електронного бізнесу. Компанії, що активно підтримують ЦСР 4, демонструють високу соціальну відповідальність, що позитивно впливає на їхній імідж. Інвестиції в освіту та розвиток працівників сприяють створенню позитивної корпоративної культури, що приваблює талановитих фахівців і підвищує лояльність клієнтів. Освіта сприяє глобалізації електронного бізнесу, дозволяючи компаніям розширювати свої ринки за межі

національних кордонів. Освітні програми, спрямовані на вивчення мов та культурних особливостей, допомагають компаніям адаптуватися до нових ринків і краще взаємодіяти з іноземними партнерами та клієнтами. Це відкриває нові можливості для зростання та диверсифікації бізнесу.

Отже, електронний бізнес відіграє ключову роль у стимулюванні економічного зростання. Зростання електронної комерції сприяє створенню нових робочих місць у сферах ІТ, логістики, цифрового маркетингу та обслуговування клієнтів. Завдяки електронним платформам малі та середні підприємства (МСП) отримують доступ до глобальних ринків, що раніше було привілеєм лише великих корпорацій. Це дозволяє МСП розширювати свою діяльність, підвищувати доходи і створювати нові можливості для економічного зростання. Крім того, електронний бізнес стимулює інновації, що є двигуном економічного розвитку. Нові технології та бізнес-моделі, які виникають в сфері електронної комерції, сприяють підвищенню продуктивності, зниженню витрат та збільшенню ефективності бізнес-процесів. Це забезпечує конкурентоспроможність компаній на глобальному ринку.

Соціальний аспект сталого розвитку також отримує значну підтримку з боку електронного бізнесу. Завдяки онлайн-платформам для навчання та підвищення кваліфікації, люди мають можливість здобувати нові знання і навички, що сприяє підвищенню рівня освіти та професійної підготовки. Це особливо важливо для регіонів з обмеженим доступом до традиційних освітніх ресурсів.

Електронний бізнес також сприяє зменшенню соціальної нерівності, надаючи рівний доступ до ринків та ресурсів для людей з різних куточків світу. Це дозволяє підприємцям з віддалених регіонів брати участь у глобальній економіці та конкурувати з більшими компаніями. Крім того, електронна комерція розширює асортимент доступних товарів і послуг, що підвищує якість життя споживачів.

Електронний бізнес також має значний вплив на екологічну стійкість. Перехід до електронної комерції допомагає знизити вуглецевий слід, оскільки зменшується потреба у фізичних магазинах та транспортних витратах. Цифровізація документів та бізнес-процесів знижує споживання паперу, що також сприяє захисту навколишнього середовища. Використання аналітики даних та штучного інтелекту дозволяє компаніям оптимізувати свої ланцюги постачання, зменшувати надлишкові витрати ресурсів та підвищувати ефективність управління. Це сприяє раціональному використанню природних ресурсів та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.

Цілі сталого розвитку впливають на формування моделей електронного бізнесу, спрямовуючи їх на досягнення економічної, соціальної та екологічної стійкості. Компанії, що активно працюють у сфері

електронного бізнесу, інтегрують принципи сталого розвитку у свої стратегії, прагнучи підвищити свою відповідальність перед суспільством та навколишнім середовищем. Зокрема, багато компаній розробляють і впроваджують стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що включають заходи щодо зменшення викидів парникових газів, підтримки місцевих громад та сприяння сталому розвитку. Ці заходи допомагають компаніям не лише покращувати свій імідж, але й підвищувати лояльність споживачів та залучати інвесторів.

Висновки

Електронний бізнес є потужним механізмом для досягнення цілей сталого розвитку, оскільки він забезпечує ефективне використання ресурсів, підвищує економічну активність і відповідальність підприємств перед суспільством, а також зменшує негативний вплив на навколишнє середовище. Інтеграція новітніх технологій у бізнес-процеси створює нові можливості для сталого і гармонійного розвитку економік як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Впровадження електронного бізнесу є важливим кроком для розвитку сучасної економіки, проте цей процес супроводжується рядом значних викликів і проблем, з якими стикаються підприємства та уряди по всьому світу. Однією з основних проблем є недостатня регуляція та стандартизація, які необхідні для забезпечення ефективного та безпечного функціонування електронної комерції. Відсутність єдиних міжнародних стандартів і нормативних актів може призводити до юридичних непорозумінь, зокрема щодо захисту прав споживачів, безпеки угод та гарантій виконання контрактів. Це створює додаткові труднощі для підприємств, що працюють на міжнародних ринках, де різні країни можуть мати різні підходи до регулювання електронної комерції, що ускладнює транскордонну торгівлю.

Окрім цього, одним із серйозних викликів є високий рівень ризиків, зокрема в галузі кібербезпеки. З ростом числа онлайн-платформ та послуг, що надаються через Інтернет, зростає і кількість кіберзлочинів, таких як хакерські атаки, фішинг, крадіжки даних та інші загрози. Ці проблеми можуть призвести до значних фінансових втрат, порушення довіри до інтернет-платформ та навіть до зниження ефективності бізнесу. Підприємства повинні інвестувати у сучасні засоби захисту даних та навчати своїх співробітників правильно реагувати на кіберзагрози, що вимагає значних зусиль та витрат.

Іншою серйозною проблемою є необхідність адаптації підприємств до цифрових трансформацій. Переходячи на електронний бізнес, компанії стикаються з численними технічними труднощами, пов'язаними з модернізацією своїх інфраструктур, впровадженням нових

інформаційних систем та програмного забезпечення. Це також вимагає навчання персоналу, що є витратним процесом. Не всі компанії мають необхідні ресурси для швидкої адаптації до нових технологій, що може стати перешкодою для їхнього успішного впровадження.

Соціальні та екологічні аспекти також відіграють важливу роль у процесі впровадження електронного бізнесу. Автоматизація та цифрові трансформації можуть призвести до значних змін у трудовій сфері, зокрема до скорочення робочих місць у традиційних секторах, таких як роздрібна торгівля, логістика, обслуговування клієнтів. Втрата робочих місць може спричинити соціальну напругу, особливо у випадку, якщо працівники не отримують можливості для перекваліфікації та адаптації до нових вимог. Це також може призвести до збільшення соціальної нерівності, адже не всі верстви населення мають рівний доступ до цифрових технологій та знань для роботи в нових умовах.

Перспективи розвитку електронного бізнесу в контексті сталого розвитку включають подальше вдосконалення цифрових технологій, інтеграцію екологічних та соціальних стандартів у бізнес-процеси, а також розвиток інновацій, що сприяють зменшенню впливу на навколишнє середовище та підвищенню ефективності використання ресурсів.

Одним із важливих аспектів розвитку електронного бізнесу є його здатність подолати бар'єри між національними економіками та інтегрувати локальні підприємства в глобальні ринки. Це сприяє розвитку міжнародної торгівлі, зростанню рівня конкуренції та більш ефективному використанню ресурсів на глобальному рівні.

Для успішного впровадження моделі електронного бізнесу необхідно поєднувати стратегічне планування, інвестиції в інфраструктуру, навчання персоналу та створення сприятливого регуляторного середовища. Також важливо забезпечити відповідальне використання технологій і підтримувати баланс між економічними, соціальними та екологічними інтересами.

Електронний бізнес є важливим фактором досягнення цілей сталого розвитку, оскільки дозволяє підприємствам не лише підвищувати свою конкурентоспроможність і ефективність, але й активно враховувати соціальні, екологічні та економічні аспекти своєї діяльності. Врахування всіх цих факторів дозволяє формувати бізнес-моделі, які сприяють стійкому розвитку в умовах сучасних глобальних викликів.

Список використаних джерел:

1. Зайцева О.О., Болотинюк І.М. Електронний бізнес: Навчальний посібник. / За наук. ред. Н.В. Морзе. Івано-Франківськ : «Лілея-НВ» Нова ред. 2020. 264 с.
2. Науменкова С.В., Міщенко С.В. Ринок фінансових послуг. Ринок фінансових послуг : навч. посіб. Київ : Знання, 2010. 532 с.

3. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. В49 Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с.
4. Страхарчук В., Страхарчук А. Концептуальні засади електронного банківського бізнесу. *Молодь і ринок*. 2012. № 4 (87). С. 59–64.
5. Марусей Т. В. Основні тенденції розвитку ринку електронної комерції в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 1011–1015.
6. Пілевич Д. С. Теоретичне підґрунтя розвитку електронного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2019. № 5.С. 67–72.
7. Майборода І., Березина Ю. Розвиток електронної комерції та її непрямий вплив на зовнішнє та внутрішнє бізнес середовище. *Наукові записки Херсонського державного аграрно-економічного університету*. 2017. № 11. С. 25–36.
8. Подра О., Рогожинська А. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. *Менеджмент і підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2023. Т. 202. № 1. С. 224–235. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2023.01.224>
9. Пуцентейло П. Р., Гуменюк О. О. Цифрова економіка як новітній вектор реконструкції традиційної економіки. *Інноваційна економіка*. 2018. № 5–6 (75). С. 131–143.
10. Вербівська, Л. Концептуальні засади обґрунтування сутності електронного бізнесу. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № (2(26)). С. 57–64.
11. Євтушенко Д. Д. Електронний бізнес, електронна комерція, інтернет-торгівля: сутність та взаємозв'язок понять. *Бізнес Інформ*. 2014. № 8. С. 184–188.
12. Статистика електронної комерційної діяльності у 2022 р. Тенденції, факти, прогнози [Електронна комерція в 2022 році. факти, прогнози]. URL: <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-kommercii-u-2022/>
13. Кубліцька О. Ринок електронної комерції в Україні: сучасний стан та тенденції після воєнного відновлення. *Проблеми та перспективи економіки та управління*. 2023. № 3(35). С. 98–108. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108).
14. Діба М. І., Гернего Ю. О. Диджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2018. № 7. С. 50–63.
15. Краус К.М., Краус Н.М., Манжура О.В. К 78 Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
16. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>
17. Цілі сталого розвитку. Політика ЄС та завдання до 2030 року. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. URL: <https://international-relations.tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/b65f03080452f0615e4c3873bfc10cd.pdf>

References:

1. Zaitseva O.O., Bolotnyuk I.M. (2020) Elektronnyi biznes: Navchalnyi posibnyk.[Electronic business: Textbook] In N.V. Morze. Ivano-Frankivsk : «Lileia-NV» Nova red, 264 p. (in Ukrainian)
2. Naumenkova S.V., Mishchenko S V. (2010) Rynok finansovykh posluh [Financial services market]. Kyiv : Znannia, 532 p. (in Ukrainian)
3. Vynohradova O.V., Drokina N.I. (2018) Elektronnyi biznes. Navchalnyi posibnyk. [Electronic business. Textbook]. Kyiv: DUT, 292 p. (in Ukrainian)
4. Strakharchuk V., Strakharchuk A. (2012) Kontseptualni zasady elektronnoho bankivskoho biznesu. [Conceptual framework of electronic banking business]. *Molod i ryнок*, no. 4 (87), pp. 59–64. (in Ukrainian)

5. Marusei T.V. (2018) Osnovni tendentsii rozvytku rynku elektronnoi komertsii v Ukraini. [Key trends in the development of the e-commerce market in Ukraine] *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 14, pp. 1011–1015. (in Ukrainian)
6. Pilevych D.S. (2019) Teoretychne pidgruntia rozvytku elektronnoho biznesu. [Theoretical basis for e-business development]. *Biznes Inform*, no. 5, pp. 67–72. (in Ukrainian)
7. Maiboroda I., Berezyna Yu. (2017) Rozvytok elektronnoi komertsii ta yii nepriamyi vplyv na zovnishnie ta vnutrishnie biznes seredovyshche [The development of electronic commerce and its indirect impact on the external and internal business environment]. *Naukovi zapysky Khersonskoho derzhavnogo ahrarno-ekonomichnoho universytetu*, no. 11, pp. 25–36. (in Ukrainian)
8. Podra O., Rohozhynska A. (2023) Osoblyvosti rozvytku elektronnoho biznesu v umovakh stanovlennia tsyfrovoi ekonomiky. [Peculiarities of e-business development in the context of the digital economy]. *Menedzhment i pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*, vol. 202, no. 1, pp. 224–235. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2023.01.224>. (in Ukrainian)
9. Putsenteilo P.R., Humeniuk O.O. (2018) Tsyfrova ekonomika yak novitnii vektor rekonstruktsii tradytsiinoi ekonomiky. [Digital economy as the newest vector of reconstruction of the traditional economy]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 5–6 (75), pp. 131–143. (in Ukrainian)
10. Verbivska L. (2021) Kontseptualni zasady obruntuвання sutnosti elektronnoho biznesu. [Conceptual foundations for substantiating the essence of e-business]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 2(26), pp. 57–64. (in Ukrainian)
11. Yevtushenko D.D. (2014) Elektronnyi biznes, elektronna komertsii, internet-torhivlia: sutnist ta vzaiemozviazok poniat. [E-business, e-commerce, e-commerce: the essence and interrelation of concepts]. *Biznes Inform*, no. 8, pp. 184–188. (in Ukrainian)
12. Statystyka elektronnoi komertsii no diialnosti u 2022 r. Tendentsii, fakty, prohnozy [Elektronna komertsii v 2022 rotsi. fakty, prohnozy]. Available at: <https://nxdigitalagency.com/blog-ua/statistika-elektronnoi-komercii-u-2022/> (in Ukrainian)
13. Kublitska O. (2023) Rynok elektronnoi komertsii v Ukraini: suchasnyi stan ta tendentsii pislia voiennoho vidnovlennia [The electronic commerce market in Ukraine: current state and trends after war recovery]. *Problemy ta perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 3(35), pp. 98–108. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-98-108](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-98-108). (in Ukrainian)
14. Dyba M.I., Herneho Yu.O. (2018) Dydzhitalizatsiia ekonomiky: svitovy dosvid ta mozhlyvosti rozvytku v Ukraini. [Digitalization of the economy: global experience and development opportunities in Ukraine]. *Finansy Ukrainy*, no. 7, pp. 50–63. (in Ukrainian)
15. Kraus K.M., Kraus N.M., Manzhuza O.V. (2021) Elektronna komertsii ta Internet-torhivlia: navchalno-metodychnyi posibnyk. [E-commerce and online trading]. Kyiv: Ahrar Media Hrup, 454p. (in Ukrainian)
16. Natsionalna dopovid «Tsili Staloho Rozvytku: Ukraina». [National Report “Sustainable Development Goals: Ukraine”]. Kabinet Ministriv Ukrainy. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>. (in Ukrainian)
17. Tsili staloho rozvytku. Polityka YeS ta zavdannia do 2030 roku. [Sustainable Development Goals. EU policy and targets by 2030]. Kharkivskiy natsionalnyi universytet imeni V. N. Karazina. Available at: <https://international-relationstourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/b65f03080452f0615e4c3873bfcbb10cd.pdf> (in Ukrainian)