

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНО СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ ІТ У ЗЕЛЕНОМУ БІЗНЕСІ

Анопа А.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання екологічно сталого розвитку та його вплив на світову економіку, а також роль інформаційних технологій у зеленому бізнесі та сталих практиках.

Екологічно сталий розвиток вимагає змін у світовій економіці та бізнес-практиках. Інформаційні технології стають важливим інструментом для підтримки сталого розвитку і зеленого бізнесу. Стале використання природних ресурсів є ключовим для забезпечення екологічно сталого розвитку. Зелена енергетика стає стратегічним напрямком економічного зростання і забезпечення енергетичної безпеки.

Інтернет речей (IoT) та віртуальні приватні мережі (VPN) дозволяють контролювати та оптимізувати використання ресурсів. Штучний інтелект та машинне навчання допомагають автоматизувати процеси та знижувати витрати на енергію.

Мобільні додатки та соціальні мережі надають можливості для просування еко-продукції та розповсюдження екологічних ініціатив. Електронна комерція та еко-платформи стимулюють зелене споживання та популяризують сталий бізнес.

Інформаційні технології відіграють важливу роль у забезпеченні екологічно сталого розвитку та зеленого бізнесу. Цифрові інновації сприяють оптимізації ресурсів, енергозбереженню та залученню споживачів до екологічних практик. У майбутньому, ІТ-рішення будуть продовжувати активізувати перехід до зеленої економіки, сприяючи створенню ефективних та сталих бізнес-моделей, які допомагають зберегти природні ресурси та забезпечити благополуччя для людства.

Література:

1. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. Harvard business review, 89(1-2), 62-77.
2. Hawken, P., Lovins, A. B., & Lovins, L. H. (1999). Natural capitalism: creating the next industrial revolution. Boston: Little, Brown and Company.
3. Schaltegger, S., Lüdeke-Freund, F., & Hansen, E. G. (2016). Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation. Organization & Environment, 29(3), 264-289.
4. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. Journal of the Academy of Marketing Science, 44(1), 5-23.