УДК 658.114:502.131.1

Н. Л. Фролова,
к. е. н., доцент кафедри управління та адміністрування, Навчально-науковий інститут "Каразінська школа бізнесу" Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5366-3006

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.22.244

ЦИФРОВА ЕТИКА ТА ЕКОЛОГІЧНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

N. Frolova,
PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Administration, Karazin Business School, VN Karazin Kharkiv National University

DIGITAL ETHICS AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES

У статті розглянуто цифрову етику та екологічну відповідальність як ключові компоненти бізнес-моделі та стратегічні інструменти розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва. На основі теоретичного аналізу даних категорій та їх особливостей обґрунтовано стратегічну значущість інтеграції етичних і екологічних принципів у діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу в умовах цифрової трансформації і наростання екологічних викликів. Визначено, що цифрова етика базується на принципах прозорості, конфіденційності, інклюзивності та відповідальності і її варто розглядати як сукупність моральних принципів та норм, що регулюють поведінку бізнес-суб'єктів у цифровому просторі і застосовуються до широкого спектру комунікацій суб'єктів підприємництва з клієнтами, партнерами, співробітниками та суспільством через цифрові технології. Підкреслено, що екологічна відповідальність орієнтована на збереження ресурсів, мінімізацію негативного впливу на довкілля та впровадження сталих практик. Ідентифіковано основні виклики, що стримують впровадження відповідних змін, зокрема обмеженість ресурсів, недостатню обізнаність та низький рівень цифрової грамотності. Запропоновано комплекс заходів для ефективної інтеграції цифрової етики та екологічної відповідальності в управлінські процеси суб'єктів малого та середнього бізнесу як основи підвищення їх стійкості, формування доданої цінності для зацікавлених сторін та забезпечення конкурентоспроможності в умовах цифрової епохи.

The article examines digital ethics and environmental responsibility as key components of the business model and strategic tools for the development of small and medium-sized businesses. Based on a theoretical analysis of these categories and their features, the strategic significance of integrating ethical and environmental principles into the activities of small and medium-sized businesses in the context of digital transformation and increasing environmental challenges is substantiated. It is determined that digital ethics is based on the principles of transparency, confidentiality, inclusivity and responsibility and should be considered as a set of moral principles and norms that regulate the behavior of business entities in the digital space

and is applied to a wide range of communications of business entities with customers, partners, employees and society through digital technologies, from online marketing to the use of artificial intelligence. It is emphasized that environmental responsibility is focused on conserving resources, minimizing negative environmental impact and implementing sustainable practices. The main challenges that hinder the implementation of relevant changes are identified, in particular, limited resources, insufficient awareness and low level of digital literacy. To effectively integrate digital ethics and environmental responsibility into the business model, small and medium-sized businesses are proposed to: develop an internal digital ethics policy, formalizing the principles of ethical data handling, including a privacy policy, rules for using customers' personal information, ethical standards of digital marketing and behavior in the online environment; increase the digital literacy of employees through regular training of personnel on cybersecurity, data protection, ethical use of digital tools; integrate environmental criteria into procurement and production processes, giving preference to suppliers who adhere to the principles of sustainable development, using environmentally friendly materials, energy-efficient equipment and minimizing waste; use digital tools to monitor environmental indicators, which will allow you to effectively control the environmental footprint of the enterprise; report on ethical and environmental practices publicly, publishing short ESG reports, participating in local initiatives, contributing to the building of open and trusting communications with customers and partners; involve partners and the community in sustainable initiatives, cooperating with environmental organizations, participating in grant programs, supporting local eco-projects; integrate sustainable development principles into strategic planning.

Ключові слова: малий та середній бізнес, цифровізація, цифрова етика, екологічна відповідальність, виклики, напрями, заходи.

Key words: small and medium-sized businesses, digitalization, digital ethics, environmental responsibility, challenges, directions, measures.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сучасному етапі прискорення цифрової трансформації та посилення глобальних екологічних викликів суб'єкти малого та середнього бізнесу стикаються з необхідністю переосмислення стратегій їх розвитку. Цифровізація, з одного боку, відкриває нові можливості для оптимізації бізнес-процесів, розширення ринків та підвищення ефективності діяльності суб'єктів, а, з іншого, — породжує додаткові етичні виклики, пов'язані з обробкою персональних даних, прозорістю алгоритмів та цифровою інклюзією. Посилює потребу впровадження бізнесом сталих практик, зменшення негативного впливу на довкілля та дотримання принципів циркулярної економіки і зростаючий суспільний запит на екологічну відповідальність бізнесу. Зважаючи на зазначене і беручи до уваги необхідність інтеграції цифрової етики та екологічної відповідальності в діяльність малого та середнього бізнесу як ключового сегмента економіки, здатного забезпечити сталий розвиток на локальному та національному рівнях, дане питання слід дослідити більш грунтовніше.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню теоретичних та практичних аспектів застосування цифрової етики та екологічної відповідальності суб'єктами малого та середнього бізнесу присвятили увагу вчені та експерти у сфері сталого розвитку, цифрової трансформації та підприємництва. Зокрема в рамках реалізації Стратегії відновлення, сталого розвитку та цифрової трансформації малого і середнього підприємництва на період до 2027 року акцентовано на необхідності підтримки суб'єктів даного сектору в оцінці екологічного та соціального впливу і доцільності проведення освітніх програм та практичних заходів для зміцнення спроможності підприємств у сфері циркулярної економіки та екологічної трансформації [1]. Такими вченими як Бела О., Бродович Ю., Дикань О., Калініченко Л., Компанієць В., Ладунка І., Омельченко А., Токмакова І. В., Корінь М. В. та іншими [2—10] досліджено питання соціальної та екологічної відповідальності малого та середнього бізнесу і важливості врахування етичних принципів у цифровому переході. Попри зрос-

таючий інтерес до вказаної теми, цифрова етика та екологічна відповідальність ще не отримали належного комплексного осмислення як стратегічні інструменти трансформації суб'єктів малого та середнього бізнесу, підвищення їх стійкості та конкурентоспроможності. Ці компоненти здебільшого розглядаються окремо, без належного врахування їх синергетичного взаємозв'язку у процесі формування сталих бізнес-моделей, що відповідають викликам цифрової епохи та екологічної кризи.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є визначення особливостей формування та впровадження цифрової етики й екологічної відповідальності в діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу, а також обгрунтування їх ролі у забезпеченні сталого розвитку підприємств у цифрову епоху.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Активізація процесів інтеграції малого та середнього бізнесу в глобальні процеси цифровізації відкриває нові можливості для його сталого розвитку та конкурентоспроможності. Однак, цифрова трансформація бізнесу, яка охоплює впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, автоматизацію процесів, використання хмарних сервісів, аналітики даних та штучного інтелекту з метою оптимізації бізнес-процесів і покращення комунікації з стейкхолдерами, породжує і низку етичних та екологічних викликів. Так, етичні аспекти економічної діяльності суб'єктів в умовах цифровізації передбачають дотримання принципів цифрової етики, а саме відповідального поводження з персональними даними, прозорості алгоритмів, недискримінаційності цифрових сервісів та цифрової інклюзії.

Цікавим є той факт, що останнім часом цифрову етику розглядають у взаємозв'язку з екологічною відповідальністю малого і середнього бізнесу, оскільки вони спрямовані на реалізацію спільної мети щодо забезпечення сталого розвитку, прозорості та соціальної відповідальності бізнесу в сучасному цифровому середовищі і разом підсилюють її досягнення.

По-перше, варто відзначити, що цифрові технології впливають на екологічний слід бізнесу. Використання хмарних сервісів, онлайн-торгівлі, цифрової документації зменшує споживання паперу, енергії та ресурсів. Впроваджуються і енергоефективні сервери, реалізується екологічна практика щодо мінімізації електронних відходів. Поряд з позитивними аспектами застосування цифрових рішень слід вказати і на певні деструктивні екологічні процеси. Одним із ключових є те, що сучасні цифрові рішення, наприклад, штучний інтелект, споживають значну кількість енергії, а це негативно впливає на навколишнє середовище через зростання викидів парникових газів, пов'язаних із виробництвом електроенергії. Тому екологічна відповідальність бізнесу в цифрову епоху має включати не лише управління фізичними ресурсами, а й усвідомлений вибір технологій, оптимізацію споживання енергії та використання "зелених" дата-центрів. Так, понад 95% світового інтернет-трафіку проходить через центри обробки даних, а один дата-центр штучного інтелекту може споживати стільки ж енергії, скільки й велике місто. Зважаючи на суттєві екологічні виклики активно проводяться аналітичні дослідження, пов'язані із зростанням енергоспоживання, впливом на довкілля та потребою в етичному управлінні цифровою інфраструктурою. Зокрема у звіті "Дилема центрів обробки даних" порушується питання екологічної та енергетичної стійкості дата-центрів у контексті стрімкої цифровізації й інтеграції цифрової інфраструктури країн АТЕС, енергетичного планування, прийняття глобальних стандартів сталого розвитку, встановлення амбітних цілей для зелених центрів обробки даних з метою стимулювання сталого цифрового зростання [11].

Разом з цим формує цифрова етика й нові стандарти соціальної відповідальності, охоплюючи питання прозорості в зборі даних, захисті приватності, чесності у рекламі, що впливає на довіру споживачів і партнерів. Екологічна відповідальність, у свою чергу, є складовою більш широкої категорії соціальної відповідальності, однак подання даних щодо екологічної політики також потребує врахування етичного аспекту. Сучасні бізнес-моделі інтегрують екологічні та етичні принципи в управління, особливо в умовах цифровізації, що зумовлено їх ключовою роллю в залученні інвесторів, партнерів та клієнтів, які орієнтуються на сталий розвиток. Оскільки малий та середній бізнес є гнучкою формою організації підприємницької діяльності, то адаптація до вимог цифрової етики та екологічної відповідальності проходить більш прискорено, формуючи при цьому конкурентну перевагу на ринку, особливо серед свідомих споживачів. Зазначене дозволяє дійти висновку, що для побудови комплексної стратегії сталого розвитку суб'єкти малого та середнього бізнесу мають враховувати принципи цифрової етики та екологічної відповідальності. При цьому доцільно зважати на те, що цифрові рішення можуть знижувати екологічне навантаження, використовуватися для моніторингу викидів, оптимізації ресурсів, підвищення екологічної свідомості споживачів, а екологічна відповідальність — враховувати екологічні наслідки цифрових продуктів і мотивувати етичне використання технологій. Окрім того, поєднання цих принципів сприятиме формуванню репутаційної цінності бізнес-суб'єктів як сучасних, відповідальних та надійних партнерів й економічних агентів, що є критично важливим у конкурентному середовищі.

Незважаючи на зазначене вище, питання екологічної відповідальності малого та середнього бізнесу часто залишається поза фокусом уваги через обмежені ресурси та недостатню обізнаність підприємців. З точки зору потенціалу щодо впровадження сталих практик саме суб'єкти малого та середнього бізнесу мають суттєву перевагу завдяки гнучкості управлінських рішень, локальній прив'язаності та здатності швидко адаптуватися до нових вимог ринку. Проявами екологічної відповідальності бізнес-суб'єктів може бути зменшення споживання енергії, використання екологічно чистих матеріалів, впровадження принципів циркулярної економіки, звітування про екологічні показники.

Зважаючи на важливість врахування цифрової етики та екологічної відповідальності при формуванні комплексної моделі сталого розвитку бізнесу, слід детальніше розглянути дані поняття і розробити практичні ре-

комендації щодо ефективної інтеграції етичних та екологічних принципів бізнесом.

Загалом цифрова етика як наукова категорія сформувалася на перетині філософії, інформаційних технологій, права та соціології, охоплюючи сукупність моральних принципів і норм, що регулюють поведінку суб'єктів у цифровому середовищі. Основними аспектами цифрової етики є повага до приватності, прозорість алгоритмів, відповідальність за цифрові дії, недискримінаційність, а також забезпечення рівного доступу до цифрових ресурсів. У контексті бізнесу цифрова етика передбачає етичне використання персональних даних клієнтів, чесність у цифровому маркетингу, уникнення маніпуляцій через алгоритми та дотримання принципів кібербезпеки.

Вчені активно висвітлюють різні аспекти цифрової етики в дослідженнях. Так, В. Компанієць та В. Крацер сформульовано визначення етики бізнесу у цифровому середовищі з точки зору "мультидисциплінарної, інтегрованої галузі науки і практики соціально-економічних відносин, що аналізує, створює і використовує інструменти та механізм прийняття суб'єктами економічної діяльності морально виправданих рішень, а також моделі поведінки осіб, які приймають рішення, в умовах роботи в цифровому середовищі, з цифровими даними і новітніми технологіями" [6]. У дослідженні [8] ідентифіковано ключові напрями цифрової етики у Європейському економічному просторі, що включає: етику даних (дослідження питань етики та прав людини в цифровому середовищі, зокрема захист конфіденційності даних та використання цифрової інформації за межами правових і етичних норм); етику використання штучного інтелекту (вивчення етичних аспектів та прав людини в контексті впровадження новітніх технологій, зокрема штучного інтелекту, а також аналіз межі їх застосування та вплив на людину, суспільство й економіку); цифрову етику ведення бізнесу і цифрову трансформацію (аналіз діяльності компаній та організацій, зокрема щодо етичних питань корпоративного управління в цифровому просторі, включаючи поведінку цифрових монополій) [8].

У свою чергу, авторами дослідження [5] зазначено, що в умовах невизначеності та швидких змін цифрового середовища суспільство і бізнес стикаються з низкою ключових викликів, серед яких:

1) необхідність формування узгоджених етичних стандартів для таких сфер, як штучний інтелект, аналітика даних, інтернет речей і кібербезпека;

2) потреба у відкритому діалозі між громадськістю, бізнесом, державою та наукою щодо етичних засад цифрового переходу;

3) забезпечення контролю над персональними даними та захистом приватності користувачів;

4) розвиток технологій, що підтримують принципи сталості та екологічної відповідальності;

5) поширення цифрової грамотності, зокрема навичок критичного мислення, безпеки в мережі та оцінки достовірності інформації.

Акцентують увагу дані науковці і на тому, що етичний вимір цифровізації має стати невід'ємною складовою корпоративної культури, що сприятиме згуртованості колективу та формуванню спільних ціннісних орієнтирів.

Зважаючи на зазначене, цифрову етику бізнесу слід розглядати як сукупність моральних принципів та норм, що регулюють поведінку бізнес-суб'єктів у цифровому просторі. При цьому слід враховувати, що цифрова етика застосовується до широкого спектру комунікацій суб'єктів підприємництва з клієнтами, партнерами, співробітниками та суспільством через цифрові технології, від онлайн-маркетингу до використання штучного інтелекту.

Серед ключових принципів цифрової етики в бізнесі слід виділити:

— конфіденційність та захист даних: бізнес-суб'єкти мають гарантувати безпеку персональних даних клієнтів і не використовувати їх без згоди;

— прозорість: бізнес-суб'єкти мають відкрито демонструвати та пояснювати процеси збору, використання та зберігання цифрових даних. Особливо важливу роль даний принцип відіграє в цифровому маркетингу, оскільки клієнти мають право знати, чому їм демонструється саме певний тип реклами;

— відповідальність: бізнес-суб'єкти несуть відповідальність за наслідки використання цифрових технологій, наприклад, за можливу дискримінацію в алгоритмах штучного інтелекту;

— справедливість: важливо забезпечити доступність цифрових продуктів та послуг для всіх верств населення та нівелювати суспільну нерівність. Це стосується як доступності, так і відсутності упередженості в алгоритмах;

— доброчесне лідерство: бізнес-суб'єкти, зокрема керівництво, мають демонструвати прихильність до етичних стандартів у цифровій сфері, формуючи культуру відповідальності серед співробітників.

Поряд з цим слід звернути увагу і на основні виклики цифрової етики для бізнесу. Одним із ключових було і залишається зловживання персональними даними. Збір даних про користувачів для таргетованої реклами та комерційних цілей може порушувати їх приватність, особливо якщо дані збираються без згоди. По-друге, як було зазначено і вище, наростає проблема упередженості алгоритмів штучного інтелекту. Системи штучного інтелекту можуть мати вбудовані упередження, що призводить до дискримінації в процесах найму, кредитування та інших сферах. Тому суттєвим викликом для бізнес-суб'єктів стає забезпечення справедливості та рівності у роботі штучного інтелекту. По-третє, постійно зростають обсяги даних, що підвищує ризики кібератак та витоків і вимагає від бізнесу постійного вдосконалення систем захисту кібербезпеки. По-четверте, використання різних цифрових технологій для моніторингу працівників. Так, наприклад, при відслідковуванні продуктивності співробітників бізнес-суб'єкти повинні дотримуватися етичних норм, не порушувати їх права на приватність і не створювати нездоровий робочий клімат. По-п'яте, цифровий етикет. Наразі вже недостатньо дотримуватися вимог лише традиційного ділового спілкування, а слід їх доповнити правилами так званого нетикету (мережевого спілкування електронною поштою, в месенджерах, соціальних мережах тощо) для запобігання непорозумінням і підтримки професійних відносин бізнес-суб'єктів із стейкхолдерами.

Екологічна відповідальність є складовою комплексної концепції сталого розвитку, що передбачає гармонійне поєднання економічного зростання, соціального добробуту та збереження довкілля. Теоретичною основою екологічної відповідальності є принципи екологічної етики, які акцентують увагу на моральному обов'язку людини та бізнесу дбати про природу, мінімізувати шкоду довкіллю та сприяти збереженню природних ресурсів для майбутніх поколінь. У бізнес-контексті це означає впровадження екологічно безпечних технологій, зменшення викидів, раціональне використання ресурсів, утилізацію відходів та звітування про екологічні показники.

Приділяють вагому увагу дослідники і розкриттю теоретичних аспектів та формуванню практичних пропозицій щодо екологічної відповідальності бізнесу в публікаціях. Зокрема І. Ладунка та Д. Симоненко визначають, що екологічна відповідальність бізнесу, як невід'ємна частина корпоративної соціальної відповідальності, здатна сприяти вирішенню актуальних екологічних викликів, попереджати потенційні суперечності між підприємствами, громадськістю та державними інституціями, а також формувати позитивний імідж українських виробників на світовій арені. При цьому для забезпечення сталого розвитку країни така відповідальність повинна стати не винятком, а основою мислення та дії для всього суспільства, бізнесу і влади. Виділяють автори і критерії визначення екологічної корпоративної відповідальності: дотримання екологічних зобов'язань; енергетичний та сировинний менеджмент; ефективне залучення зацікавлених сторін. Так, дотримання екологічних зобов'язань передбачає врахування таких вимог: стратегічне бачення компанії гармонійно узгоджується з принципами сталого розвитку та соціальної відповідальності; охорона і відновлення навколишнього середовища визначені як ключові напрями корпоративної стратегії; компанія визнає, що економічна діяльність здійснюється в межах обмеженої екосистеми, що потребує дбайливого ставлення; усі дії підприємства відповідають нормам чинного екологічного законодавства; компанія бере на себе повну відповідальність за екологічні збитки, які можуть бути спричинені її діяльністю; внутрішня корпоративна культура базується на екологічних принципах і сприяє їх поширенню [7].

У публікації [3] вченими висвітлено важливість екологічної відповідальності як стратегічного чинника для сучасного бізнесу, з особливим акцентом на ефективне використання природних ресурсів, що є основою сталого розвитку компаній. Розглянуто ключові методи реалізації екологічних практик, зокрема впровадження технологічних інновацій, здійснення екологічного аудиту, активну участь працівників та дотримання міжнародних екологічних норм. Окрему увагу авторами приділено і впливу екологічної відповідальності на підвищення конкурентоспроможності, економічної результативності та формування позитивного корпоративного іміджу. Автори наголошують на необхідності інтеграції екологічних підходів у бізнес-процеси для досягнення сталого розвитку та довгострокового успіху підприємств.

Вивчення особливостей трактування категорій цифрової етики та екологічної відповідальності, їх змісту та особливостей застосування дозволили дійти висновку, що концепції цифрової етики та екологічної відповідальності мають спільну ціннісну основу, що грунтується на принципах прозорості, відповідальності, інклюзивності та довіри. Окрім того, слід відзначити, що дані підходи є складовими сучасної парадигми корпоративної соціальної відповідальності та інтегруються у систему ESG (Environmental, Social, Governance), корелюючи з міжнародними стандартами оцінки сталості бізнесу. Суб'єкти малого та середнього бізнесу, попри обмежені ресурси, мають можливість адаптувати ці принципи до їх діяльності, використовуючи гнучкі організаційні моделі, цифрові інструменти та локальні ініціативи. Такі теоретичні положення щодо цифрової етики та екологічної відповідальності формують підгрунтя для побудови нової моделі підприємництва, орієнтованої на сталий розвиток, соціальну справедливість та екологічну безпеку.

Разом з суттєвими перевагами застосування зазначених підходів слід звернути увагу і на певні виклики. Суб'єкти малого та середнього бізнесу, попри гнучкість і здатність швидко адаптуватися до змін, стикаються з низкою викликів при впровадженні принципів цифрової етики та екологічної відповідальності. Одним із ключових бар'єрів, що перешкоджає реалізації такого роду ініціатив, є обмежені фінансові та кадрові ресурси, що ускладнює впровадження сучасних технологій захисту даних, екологічного моніторингу або сталих виробничих практик. Крім того, не завжди суб'єкти підприємництва достатньої обізнаності щодо міжнародних стандартів у сфері етики та екології, таких як GDPR, ISO 14001 або ESG-звітність, що обмежує їхню здатність інтегрувати ці принципи у бізнес-модель. Обмежує реалізацію потенціалу цифрової етики та екологічної відповідальності суб'єктами малого та середнього бізнесу і низький рівень цифрової грамотності серед працівників, що може призвести до порушень конфіденційності, неетичного використання даних або неефективного управління цифровими ризиками. В аспекті екологічних змін проблемою є відсутність доступу до інфраструктури для переробки відходів, використання екологічно чистих матеріалів або енергоефективного обладнання, особливо в регіонах з обмеженими ресурсами.

Для ефективної інтеграції цифрової етики та екологічної відповідальності в бізнес-моделі суб'єктам малого та середнього підприємництва варто:

по-перше, розробити внутрішню політику цифрової етики, формалізуючи принципи етичного поводження з даними, включаючи політику конфіденційності, правила використання персональної інформації клієнтів, етичні стандарти цифрового маркетингу та поведінки в онлайн-середовищі;

по-друге, підвищувати цифрову грамотність працівників шляхом регулярного навчання персоналу з питань кібербезпеки, захисту даних, етичного використання цифрових інструментів, що сприятиме зменшенню ризиків та формуванню відповідальної корпоративної культури;

по-третє, інтегрувати екологічні критерії у процеси закупівель і виробництва, надаючи перевагу постачальникам, які дотримуються принципів сталого розвитку, використовуючи екологічно чисті матеріали, енергоефективне обладнання та мінімізуючи відходи;

по-четверте, використовувати цифрові інструменти для моніторингу екологічних показників, а саме: мобільні додатки, CRM-системи, хмарні платформи для обліку споживання ресурсів, викидів та утилізації, що дозволить ефективно контролювати екологічний слід підприємства;

по-п'яте, звітувати про етичні та екологічні практики публічно, публікуючи короткі ESG-звіти, приймаючи участь у локальних ініціативах, сприяючи побудові відкритих та довірчих комунікацій з клієнтами та партнерами, що підвищуватиме довіру до бренду та формуватиме позитивний імідж;

по-шосте, залучати партнерів і громаду до сталих ініціатив, співпрацюючи з екологічними організаціями, приймаючи участь у грантових програмах, підтримуючи локальні еко-проєкти, що в сукупності сприятиме поширенню відповідальних практик і зміцненню соціального капіталу;

по-сьоме, інтегрувати принципи сталого розвитку у стратегічне планування. Тобто, етична та екологічна політики мають бути частиною бізнес-стратегії, маючи чіткі цілі, показники ефективності та механізмами реалізації.

Потребує уваги при цьому і організаційна підтримка інтеграції принципів цифрової етики та екологічної відповідальності в діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу. Насамперед, важливо сформувати внутрішню нормативну базу, яка регламентує етичні та екологічні стандарти (політики конфіденційності, кодекси етичної поведінки, екологічні регламенти, інструкції щодо поводження з даними та ресурсами). Слід також забезпечити визначення відповідальних осіб або підрозділів, які координуватимуть реалізацію відповідних принципів. На малому підприємстві це може бути власник, керівник або спеціально призначений працівник, який відповідає за цифрову безпеку, екологічний моніторинг або зв'язки з громадськістю. Суб'єкти середнього бізнесу потребують виокремлення відповідної функціональної ролі або об'єднання цих обов'язків в межах існуючих департаментів (наприклад, IT, HR, операційного управління тощо). Зважаючи на розглянутий вище виклик, пов'язаний із недостатньою обізнаністю щодо принципів та особливостей впровадження цифрової етики та екологічної відповідальності в діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу, важливо також забезпечити внутрішню комунікацію та навчання персоналу. Це можна реалізувати шляхом проведення тренінгів, семінарів, внутрішніх презентацій щодо цифрової етики, захисту даних, екологічних практик, що сприятиме формуванню корпоративної культури. Працівники мають чітко розуміти, чому ці принципи важливі, як вони впливають на репутацію компанії та які конкретні дії очікуються від них.

Важливо передбачити і механізми моніторингу та оцінки ефективності впровадження, основними з яких є: внутрішні аудити, опитування працівників, аналіз споживчої довіри, звіти про екологічні показники. Регулярна оцінка дозволить виявляти проблемні зони, скоригувати стратегію та продемонструвати прогрес перед партнерами, клієнтами та громадськістю.

Врахування організаційних аспектів впровадження цифрової етики та екологічної відповідальності в діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу дозволить перейти від загальних теоретичних принципів до практичної реалізації і забезпечити інтеграцію в структуру підприємства.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження встановлено, що цифрова етика та екологічна відповідальність є важливими складовими сучасної бізнес-моделі суб'єктів малого та середнього підприємництва. Виявлено, що в умовах цифрової трансформації та зростаючого суспільного запиту на сталий розвиток, інтеграція етичних і екологічних принципів у діяльність суб'єктів малого та середнього набуває стратегічного значення. Вивчено теоретичні аспекти цифрової етики та екологічної відповідальності, що в цілому грунтуються на принципах прозорості, конфіденційності, інклюзивності та відповідальності, а також зорієнтовані на збереженні ресурсів, мінімізації негативного впливу на довкілля та впровадження сталих практик. Ідентифіковано ключові виклики, які обмежують реалізацію потенціалу впровадження етичних та екологічних змін, серед яких: дефіцит ресурсів, недостатня обізнаність, низький рівень цифрової грамотності. Розкрито перелік заходів, необхідних для ефективної інтеграції цифрової етики та екологічної відповідальності в діяльність суб'єктів малого та середнього бізнесу. Розглянуто організаційні аспекти реалізації відповідних перетворень. Підкреслено, що цифрова етика та екологічна відповідальність не лише підвищують стійкість малого бізнесу, а й генерують нову цінність для споживачів, партнерів і суспільства. Доведено, що їх інтеграція в бізнес-модель малого та середнього підприємництва є необхідною умовою для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності, інноваційного розвитку та гармонійного співіснування з навколишнім середовищем у цифрову епоху.

Література:

1. Про схвалення Стратегії відновлення, сталого розвитку та цифрової трансформації малого і середнього підприємництва на період до 2027 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2024—2027 роках: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 р. № 821-р. Законодавство України: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/821-2024-%D1%80#Text (дата звернення: 02.11.2025).

2. Бела О. О. Соціальна відповідальність малого та середнього бізнесу: особливості, мотивація, актуальність для вітчизняного бізнесу. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2024. № 87. С. 242—253.

3. Бродович Ю. Р., Бродович В. Ю. Екологічна відповідальність у сучасному бізнесі: стратегії раціонального використання природних ресурсів. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 69. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5107 (дата звернення: 02.11.2025).

4. Дикань О. В., Косінцева П. Ю. Цифрова етика як інструмент розвитку людського капіталу підприємств залізничного транспорту. Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна

логістика: матеріали двадцять першої наук.-практ. міжнарод. конф. (5—6 червня 2025 р.). Харків: УкрДУЗТ, 2025. С. 236—239.

5. Калініченко Л., Мельник Л., Літвінова А., Коблянська І., Кубатко О. Амбівалентність етичних принципів у цифровому переході. Підприємництво та інновації. 2024. Вип. 30. С. 14—20.

6. Компанієць В., Крацер В. Актуальні проблеми цифрової етики бізнесу. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2021. Вип. № 74. С. 150—166.

7. Ладунка І. С., Симоненко Д. А. Екологічна соціальна відповідальність підприємств в Україні. Економіка і суспільство. 2017. № 13. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/155.pdf (дата звернення: 03.11.2025).

8. Омельченко А. Корпоративна етика як інструмент підтримання ефетивного управління у цифрову епоху. Підприємництво та інновації. 2025. Вип. 34. С. 250—253.

9. Рудик Н. В., Поліщук Є. А., Сибірянська Ю. В. Кодекс етики ведення малого та середнього бізнесу на засадах соціальної та екологічної відповідальності. Бізнес Інформ. 2018. № 2. С. 196—203.

10. Токмакова І. В., Корінь М. В., Гріневич Ю. П. Формування екологічної стратегії підприємств туристичної індустрії. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2023. № 81—82. С. 200—209.

11. Powering the Digital Economy: The Data Center Dilemma. Asiapacific.ca: website. URL: https://www.asiapacific.ca/publication/powering-digital-economy-data-center-dilemma-APEC-2025 (дата звернення: 05.11.2025).

References:

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2024), Order "On approval of the Strategy for recovery, sustainable development and digital transformation of small and medium-sized businesses for the period until 2027 and approval of the operational plan of measures for its implementation in 2024—2027", available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/821-2024-%D1%80#Text (Accessed 02 Nov 2025).

2. Bela, O.O. (2024), "Social responsibility of small and medium-sized businesses: features, motivation, relevance for domestic business", Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, vol. 87, pp. 242—253.

3. Brodovych, Yu.R. and Brodovych, V.Yu. (2024), "Environmental responsibility in modern business: strategies for the rational use of natural resources", Ekonomika ta suspilstvo, [Online], vol. 69, available at: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5107 (Accessed 02 Nov 2025).

4. Dykan, O.V. and Kosintseva, P.Yu. (2025), "Digital ethics as a tool for developing human capital in railway transport enterprises", Mizhnarodna transportna infrastruktura, industrialni tsentry ta korporatyvna lohistyka [International transport infrastructure, industrial centers and corporate logistics], USURT, Kharkiv, Ukraine, pp. 236—239.

5. Kalinichenko, L. Melnyk, L. Litvinova, A. Koblianska, I. and Kubatko, O. (2024), "The ambivalence of ethical principles in the digital transition", Pidpryiemnytstvo ta innovatsii, vol. 30, pp. 14—20.

6. Kompaniiets, V. and Kratser, V. (2021), "Current issues of digital business ethics", Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, vol. 74, pp. 150—166.

7. Ladunka, I.S. and Symonenko, D.A. (2017), "Environmental social responsibility of enterprises in Ukraine", Ekonomika ta suspilstvo, [Online], vol. 13, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/155.pdf (Accessed 03 Nov 2025).

8. Omelchenko, A. (2025), "Corporate ethics as a tool for maintaining effective management in the digital age", Pidpryiemnytstvo ta innovatsii, vol. 34, pp. 250—253.

9. Rudyk, N.V. Polishchuk, Ye.A. and Sybiryanska, Yu.V. (2018), "Code of ethics for small and medium-sized businesses based on social and environmental responsibility", Biznes Inform, vol. 2, pp. 196—203.

10. Tokmakova, I.V. Korin, M.V. and Hrinevych, Yu.P. (2023), "Formation of an environmental strategy for enterprises in the tourism industry", Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, vol. 81—82, pp. 200—209.

11. Asiapacific.ca (2025), "Powering the Digital Economy: The Data Center Dilemma", available at: https://www.asiapacific.ca/publication/powering-digital-economy-data-center-dilemma-APEC-2025 (Accessed 05 Nov 2025).

Стаття надійшла до редакції 06.11.2025 р.