

<https://nrat.ukrintei.ua/en/oesr-vykorystannya-czyfrovyh-biznes-modelej-instrumentiv-i-tehnologij/>

ОЕСР: ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ, ІНСТРУМЕНТІВ І ТЕХНОЛОГІЙ

OECD publishing

LEVERAGING DIGITAL BUSINESS MODELS, TOOLS AND TECHNOLOGIES FOR RELIABLE ENVIRONMENTAL INFORMATION AND CONSUMER ENGAGEMENT IN THE CIRCULAR ECONOMY

OECD DIGITAL ECONOMY
PAPERS

June 2025 No. 377



Sorry, this entry is only available in [Українська](#).

Організація економічного співробітництва та розвитку опублікувала аналітичний документ «Використання цифрових бізнес-моделей, інструментів і технологій для отримання достовірної екологічної інформації та залучення споживачів до цикрулярної економіки» із серії «Документи ОЕСР з цифрової економіки».

У ній наголошується про необхідність вжиття заходів із протидії зміні клімату, які будуть ефективними на глобальному рівні. Наразі багато кліматичних та інших політик, спрямованих на досягнення Цілей сталого розвитку, зосереджуються на заходах з боку пропозиції, які впливають на сектор виробництва та ініціативи приватних підприємців, зокрема – звітування з питань навколошнього середовища, соціального розвитку та управління. Однак дедалі більше експертів визнають, що необхідно урізноманітнити дії в різних сферах політики, у т.ч. – з боку попиту, щоб підтримати зміни у поведінці споживачів. Останнім часом спостерігається

підвищена увага до екологічних проблем та зміни клімату з боку окремих осіб та домогосподарств. Попередні результати опитування ОЕСР, проведеного на початку 2024 року серед 35 тис. споживачів у 15 країнах ОЕСР та трьох країнах-партнерах дозволили встановити ставлення та реакції споживачів до сталого споживання. Дані опитування свідчать про те, що більшість респондентів стурбовані станом навколишнього середовища (68%), вважають захист навколишнього середовища принаймні «важливим» (74%) і «готові йти на жертви заради захисту навколишнього середовища» (60%); 65% респондентів вважають, що їхні дії впливають на навколишнє середовище; більшість (80%) сказали, що вплив на навколишнє середовище був принаймні «дещо важливим» при прийнятті останніх рішень про покупки порівняно з іншими аспектами продукту. Багато споживачів хотіли б робити більш стабільний вибір, однак вони часто стикаються з перешкодами, які заважають їм діяти відповідно до таких уподобань. Цифрові інструменти, бізнес-моделі та технології, включаючи параметри фільтрації на веб-сайтах електронної комерції, платформи обміну між користувачами та штучний інтелект можуть значно полегшити доступ споживачів до інформації про екологічні продукти та їхню можливу участь у циркулярній економіці. В опублікованому документі аналізується цей потенціал та висвітлюються пов'язані з ним ризики.

Детальніше: <https://qrpage.net/qr/dqVcD>, <https://qrpage.net/qr/05kXF>,
<https://doi.org/10.1787/33c6e2bc-en>

Фото: скріншот

#HPAT_Усі_новини #HPAT_OECD #HPAT_ЦСП_SDG #HPAT_ШтучнийІнтелект
#HPAT_Науковцям_новини #HPAT_Освітянам_новини
#HPAT_Інноваторам_новини

2025-08-25

Інформація з офіційного вебпорталу Національного репозитарію академічних текстів