

DOI: https://doi.org/10.32782/inclusive_economics.9-10

УДК 339.138.34

Омельяненко О. В.

доктор філософії з маркетингу,
аспірант кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

Гераймович В. Л.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі,
Національний університет біоресурсів і природокористування України

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4721-5100>

Гуменюк І. Л.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування імені С. Юрія,
Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3984-1419>

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА СТАЛІЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ

Анотація. У статті розглянуто актуальні питання впливу електронної комерції на сталий розвиток аграрного сектору, що є важливим для забезпечення економічної стабільності та розвитку екологічно відповідального виробництва. Проаналізовано основні тенденції розвитку електронної торгівлі та її роль у просуванні сталих аграрних практик серед споживачів і виробників. Вивчено фактори, які визначають вплив цифрових платформ на економічну та соціальну сферу аграрного бізнесу, а також механізми стимулювання сталого розвитку через цифрові канали збуту. Обґрунтовано, що електронна комерція відкриває нові можливості для покращення доступу до ринку для малих та середніх агровиробників, сприяючи підвищенню ефективності виробництва та сталому споживанню. Метою роботи є науково-методичне обґрунтування впливу електронної комерції на сталий розвиток аграрного сектору в контексті сучасних технологій і маркетингових стратегій. Наукова новизна полягає у виявленні специфіки взаємодії цифрових каналів збуту з принципами сталого розвитку, а також у розробці рекомендацій щодо впровадження еко-орієнтованих практик у аграрному секторі.

Ключові слова: електронна комерція, сталий розвиток, аграрний сектор, цифрові канали збуту, сталий агробізнес, маркетингові стратегії, аграрні технології, інструменти електронної комерції, цифровізація аграрного ринку, онлайн-торгівля.

Oleksandr Omelianenko, Violeta Heraimovych

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

Iryna Humenyuk

Educational and Rehabilitation Institution of Higher Education

“Kamianets-Podilskyi State Institute”

THE IMPACT OF ELECTRONIC COMMERCE ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR

The article addresses current issues concerning the impact of e-commerce on the sustainable development of the agricultural sector, which is crucial for ensuring economic stability and the development of environmentally responsible production. It analyzes the main trends in the development of electronic trade and its role in promoting sustainable agricultural practices among consumers and producers. The study examines the factors that determine the influence of digital platforms on the economic and social aspects of agribusiness, as well as mechanisms for stimulating sustainable development through digital distribution channels. It is substantiated that e-commerce opens new opportunities for improving market access for small and medium-sized agricultural producers, contributing to increased production efficiency and sustainable consumption. The aim of the work is to scientifically and methodologically substantiate the impact of e-commerce on the sustainable development of the agricultural sector in the context of modern technologies and marketing strategies. The scientific novelty consists in identifying the specifics of the interaction between digital distribution channels and sustainable development principles, as well as in developing recommendations for implementing eco-oriented practices in the agricultural sector.

Keywords: e-commerce, sustainable development, agricultural sector, digital distribution channels, sustainable agribusiness, marketing strategies, agricultural technologies, e-commerce tools, digitalization of the agricultural market, online trading.

Постановка проблеми та її актуальність. Сучасний розвиток електронної комерції відкриває нові можливості для аграрного сектору, зокрема для забезпечення сталого розвитку через цифровізацію виробництва та збуту. Проблема дослідження впливу електронної комерції на сталий розвиток аграрного сектору стає особливо актуальною в умовах зростаючої необхідності впровадження екологічно чистих та економічно ефективних аграрних практик. Електронна торгівля має потенціал значно поліпшити доступ до ринків для малих та середніх фермерських господарств, знижуючи бар'єри для участі у глобальному ринку та сприяючи сталому виробництву. Прикладна частина дослідження полягає у вивченні впливу цифрових платформ на розвиток сталого агробізнесу, а також у визначенні механізмів використання електронної комерції для впровадження сталих технологій у аграрному виробництві. Зростаюча конкуренція та потреба в екологічно чистих продуктах вимагають розвитку нових стратегій електронної торгівлі, які б ефективно поєднували економічні та екологічні інтереси виробників і споживачів. Для стимулювання сталого розвитку аграрного сектору необхідно провести комплексний аналіз та розробити механізми цифрової підтримки агровиробників, що сприятимуть досягненню високих результатів у збереженні природних ресурсів та підвищенні продуктивності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В основу досліджень впливу електронної комерції на сталий розвиток аграрного сектору покладено напрацювання вітчизняних та зарубіжних фахівців, результати котрих висвітлюються на законодавчо-нормативному та науковому рівнях. Застосування електронної комерції в аграрному секторі економіки базується на визначеннях, наведених у міжнародних документах. Світова організація торгівлі визначає електронну комерцію як основний інструмент, що забезпечує більш ефективну та сталу інтеграцію аграрних ринків в глобальну економіку, зокрема шляхом покращення доступу до ринків та зменшення бар'єрів для малих і середніх агровиробників. Це також сприяє реалізації принципів сталого розвитку через використання цифрових каналів збуту. Європейська комісія розглядає розвиток електронної комерції як важливу складову для забезпечення сталого розвитку, що включає інтеграцію екологічно чистих технологій та підвищення рівня зайнятості в аграрному секторі. Міжнародний валютний фонд визначає роль електронної комерції у зростанні економіки за рахунок стимулювання інвестицій в інноваційні та сталий аграрний бізнес, що справляє позитивний вплив на

навколишнє середовище та соціальну стабільність. Науковці зазначають, що застосування електронної комерції дає змогу ефективно інтегрувати аграрні практики до системи сталого розвитку, зокрема шляхом оптимізації використання природних ресурсів та впровадження екологічно чистих технологій виробництва. Електронна комерція відкриває нові ринки для аграріїв, сприяючи інноваційним способам виробництва та збуту екологічної продукції. Це створює умови для сталого розвитку аграрного сектору та економічного зростання без жорстких лімітів, покращуючи використання ресурсів і якість продукції, що впливає на добробут сільських громад. Інтеграція цифрових технологій в аграрний сектор підвищує ефективність виробництва, зменшує вплив на навколишнє середовище і покращує конкурентоспроможність на міжнародних ринках, що відкриває можливості для сталого розвитку через електронну комерцію. Для розвитку електронної комерції пропонується використовувати соціально-економічні показники, як ефективність ресурсів, рівень зайнятості та інвестиції в екологічні технології. Також використовується композитний індекс для оцінки сталості аграрного бізнесу на основі цифрових інновацій.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування науково-методичних засад впливу електронної комерції на сталий розвиток аграрного сектору. Основні завдання дослідження містять: аналіз стану аграрного сектору в контексті електронної комерції, вивчення переваг та можливостей впровадження цифрових технологій для сталого розвитку, дослідження особливостей використання електронної комерції для поліпшення екологічних та економічних показників аграрного сектору, а також розробка механізму інтеграції електронної комерції в стратегії сталого розвитку аграрної галузі.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі, де екологічні та економічні виклики стають дедалі актуальнішими, аграрний сектор потребує свіжих підходів до ведення бізнесів, що забезпечували б сталий розвиток, ефективне використання ресурсів та мінімізацію негативного впливу на довкілля. Оскільки аграрії часто зустрічаються з проблемами, пов'язаними з традиційними методами збуту продукції, виникає потреба у нових, більш дієвих і екологічно чистих підходах. Один з таких підходів – електронна комерція, яка не лише змінює способи продажу, але й може значно сприяти сталому розвитку галузі.

Традиційні канали збуту аграрної продукції, як правило, мають обмежений доступ до ринку. Вони залежать від місцевих торгових точок і посередни-

ків, що часто ускладнює процес реалізації товарів, підвищує витрати на транспортування і знижує загальну ефективність операцій. Крім того, традиційні канали не завжди забезпечують достатню інформаційну підтримку для споживачів, що обмежує доступ до важливої інформації про продукт, його походження та екологічні характеристики.

На відміну від цього, електронні платформи надають аграріям можливість продавати продукцію безпосередньо споживачам, що зменшує кількість посередників та, відповідно, витрати на транспортування і логістику. Це не лише знижує енерговитрати, але й сприяє мінімізації екологічного сліду, що є важливим аспектом сталого розвитку. Цифрові платформи також відкривають нові можливості для популяризації екологічно чистих методів виробництва, підвищуючи обізнаність споживачів про органічну продукцію, що стимулює попит на такі товари та підтримує сталий розвиток не лише виробників, але й споживачів.

Особливу увагу слід приділити тому, як цифрові канали збуту можуть сприяти сталому розвитку аграрного сектору. Традиційні канали, через високі витрати на транспортування та обробку продукції, можуть створювати додатковий екологічний вплив, включаючи збільшення викидів CO₂. Водночас цифрові платформи дозволяють знижувати енерговитратність і використовувати більш екологічні методи транспортування, що позитивно впливає на збереження природних ресурсів і зменшення негативного впливу на довкілля. Для кращого розуміння двох підходів їх порівняння подано в таблиці 1.

Отже, порівняння традиційних і цифрових каналів збуту аграрної продукції в контексті сталого розвитку дозволяє чітко побачити переваги цифрових

платформ для аграріїв. Вони не тільки підвищують ефективність бізнесу, але й допомагають зберігати екологічну рівновагу, підтримуючи сталий розвиток та забезпечуючи доступ до більш широких і перспективних ринків.

Переходячи до більш детального розгляду, можна виділити основні перспективи впровадження електронної комерції для сталого розвитку аграрного сектору. Ці перспективи відкривають нові можливості для оптимізації виробничих та бізнес-процесів, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню ефективності аграрної діяльності, зменшенню негативного екологічного впливу та зростанню економічної стабільності в галузі. Опис ключових перспектив і очікуваних результатів від інтеграції цифрових технологій у аграрний сектор представлено в таблиці нижче (табл. 2).

Впровадження електронної комерції в аграрному секторі є суттєвим кроком для підвищення ефективності виробництва, оптимізації ресурсів та зменшення екологічного впливу. Це надає аграріям можливість не лише виходити на нові ринки, але й забезпечувати сталий розвиток завдяки використанню цифрових платформ для збуту, моніторингу та управління аграрними процесами.

Наступним етапом є визначення основних інструментів електронної комерції, які сприяють забезпеченню сталого аграрного розвитку. У поданій схемі представлені ключові цифрові інструменти, що допомагають аграріям інтегрувати сталі практики у свою діяльність і підвищувати ефективність ведення бізнесу (рис. 1).

Впровадження інструментів електронної комерції в аграрний сектор відкриває нові можливості для ефективного розвитку бізнесу, забезпечуючи сталий розвиток галузі. Використання інтернет-магазинів,

Таблиця 1

Порівняння традиційних і цифрових каналів збуту аграрної продукції в контексті сталого розвитку

Параметр	Традиційні канали збуту	Цифрові канали збуту
Доступ до ринку	Обмежений місцевими ринками та посередниками	Доступ до глобальних ринків через інтернет-платформи
Вартість транспортування	Вища через посередників і логістику	Зниження витрат завдяки оптимізації поставок
Інформаційна підтримка	Обмежена (через ринок та посередників)	Широка інформація про продукт через онлайн-платформи
Споживацька база	Локальна, залежить від географії	Глобальна, можна продавати на міжнародних ринках
Вплив на сталий розвиток	Можливі екологічні втрати через використання посередників	Сприяє сталому розвитку, екологічно чисті методи виробництва, зменшення викидів CO ₂
Екологічна ефективність	Вища енерговитратність через транспорт та логістику	Знижені витрати на транспортування та ресурсозбереження

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2

Основні перспективи впровадження електронної комерції для сталого розвитку аграрного сектору

Перспектива	Опис	Очікувані результати
Розширення доступу до нових ринків	Інтеграція аграрних підприємств в глобальну цифрову економіку через використання онлайн-платформ та маркетплейсів.	Збільшення обсягів продажів, розширення ринкових можливостей для аграріїв, поліпшення конкурентоспроможності.
Оптимізація ланцюгів постачання	Впровадження цифрових рішень для автоматизації процесів виробництва, складування та транспортування.	Зниження витрат на логістичні процеси, підвищення оперативності постачання, зменшення впливу на екологію
Підвищення інформованості споживачів	Використання електронної комерції для надання споживачам детальної інформації про екологічні характеристики продукції, сертифікацію органічних товарів та їх походження.	Збільшення попиту на органічні та екологічно чисті продукти, формування лояльної споживчої бази, підвищення довіри до аграрних брендів.
Застосування точних агротехнологій	Інтеграція цифрових платформ і технологій для моніторингу та аналізу сільськогосподарських процесів, таких як управління водними ресурсами, застосування добрив та обробка ґрунту.	Підвищення ефективності використання природних ресурсів, зменшення відходів, оптимізація виробничих процесів для сталого розвитку аграрного сектору.
Підвищення доступу до інформації та ресурсів	Створення інтерактивних платформ для навчання, обміну досвідом, консультацій, що дозволяють аграріям впроваджувати інноваційні методи ведення господарства та сприяють підвищенню рівня цифрової грамотності серед виробників.	Поширення нових знань серед аграріїв, стимулювання інновацій в галузі, підвищення цифрової компетентності агровиробників, що є важливим фактором для адаптації до сучасних ринкових умов.
Розвиток фінансових інструментів для аграріїв	Впровадження цифрових фінансових платформ, онлайн-кредитування та мікрофінансування для малих та середніх агровиробників.	Збільшення доступу до фінансування для аграрних підприємств, розвиток нових форм фінансових інструментів для підтримки сталого розвитку в агросекторі.

Джерело: сформовано автором

CRM-систем, платформ онлайн-замовлень, цифрових систем управління господарством та маркетплейсів дозволяє аграріям оптимізувати виробничі та логістичні процеси, зменшувати витрати та забезпечувати прозорість у відносинах з кінцевими споживачами.

Інтеграція таких інструментів не тільки підвищує ефективність агробізнесу, але й сприяє збереженню екологічного балансу, підтримуючи практики сталого споживання. Врахування сучасних технологій у аграрному секторі дозволяє створити умови для зростання, розвитку та інтеграції екологічно чистих і технологічно інноваційних рішень, що є важливим фактором для адаптації аграріїв до сучасних викликів і вимог ринку.

Таким чином, впровадження інструментів електронної комерції сприятиме не тільки зростанню конкурентоспроможності українського аграрного сектору на міжнародному рівні, але й стане важливим фактором забезпечення сталого розвитку галузі. Електронна комерція дозволяє аграріям інтегрувати інноваційні технології у свої виробничі та збу-

тові процеси, оптимізуючи ресурси та знижуючи витрати.

У контексті сталого розвитку, електронна комерція допомагає аграрному сектору зберігати природні ресурси та знижувати екологічний слід. Зважаючи на сучасні виклики потреба в електронній комерції як інструменті для досягнення сталого розвитку аграрного сектору стає все більш очевидною. Вона відкриває нові можливості для адаптації до мінливого ринку та вимог сучасних споживачів, сприяючи збереженню екологічного балансу та підтримці економічної стабільності в галузі.

Висновки. Отже, електронна комерція виступає потужним двигуном трансформації аграрного сектору, сприяючи його інтеграції в глобальні економічні процеси. Завдяки цифровим платформам аграрії мають можливість ефективно взаємодіяти зі споживачами та партнерами на міжнародних ринках, що дозволяє не лише розширювати ринки збуту, але й робить їх продукцію більш доступною та конкурентоспроможною. Це надає агровиробникам унікальний шанс розширити свій бізнес, виходячи



Рис. 1. Основні інструменти електронної комерції у забезпеченні сталого аграрного розвитку

Джерело: сформовано автором

за межі локальних ринків, і знижує залежність від посередників, що, в свою чергу, зменшує витрати на транспортування та зберігання продукції.

Інтеграція цифрових технологій в аграрний сектор не тільки покращує процеси збуту, але й оптимізує використання ресурсів на всіх етапах виробництва. Від правильного управління водними та енергетичними ресурсами до використання точних агротехнологій, всі ці інструменти дозволяють значно знизити вплив аграрного виробництва на навколишнє середовище. Крім того, електронна комерція сприяє розвитку більш прозорих та ефективних бізнес-процесів, що дозволяє аграріям досягати високих результатів у виробництві та одночасно зберігати екологічний баланс, що є основою сталого розвитку.

Одним з основних аспектів електронної комерції є її здатність стимулювати попит на органічну та екологічно чисту продукцію. Завдяки цифровим платформам споживачі отримують доступ до детальної інформації про продукт, його екологічні характеристики, походження та методи виробництва, що підвищує довіру до товарів та сприяє зростанню попиту на органічну продукцію. Це є важливим фактором для сталого розвитку аграрного сектору,

оскільки забезпечує правильний баланс між економічною вигодою для виробників та екологічними вимогами ринку.

Водночас, електронна комерція надає аграрним підприємствам можливість стати більш гнучкими та адаптивними до змінюваних умов зовнішнього середовища. Завдяки швидкому обміну інформацією та можливості коригувати стратегії на основі оперативних даних, агровиробники можуть швидше реагувати на зміни попиту, коливання цін та вплив кліматичних змін. Це дозволяє аграрному сектору не лише стабільно функціонувати, але й активно розвиватися в умовах глобальних економічних та екологічних змін.

Загалом, електронна комерція створює значні переваги для аграріїв, підвищуючи їх конкурентоспроможність та сприяючи впровадженню сталих практик у виробництво. Вона дозволяє оптимізувати ресурси, знижувати витрати на логістику, зменшувати вплив на навколишнє середовище, а також полегшує доступ до нових ринків і споживачів. У свою чергу, ці фактори не лише підвищують ефективність бізнесу, а й створюють стабільну основу для сталого розвитку аграрного сектору в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Spyros Fountas, Borja Espejo García, Aikaterini Kasimati, Nikolaos Mylonas. The Future of Digital Agriculture: Technologies and Opportunities. DOI: <https://orcid.org/10.1109/MITP.2019.2963412>
2. Organisation for Economic Cooperation and Development. URL: <https://www.oecd.org/en.html>
3. Ілляшенко С. М. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 20–35
4. Попело О. В., Шевченко В. І. Аграрний сектор у контексті електронної комерції: нові можливості та перспективи. *Молода наука*. 2016. № 11. С. 140–144. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/11/140.pdf>
5. Гнітецький Є. В. Big data в маркетингу: орієнтація на споживача. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 1–10.
6. Коваленко О. І., Сидоренко Т. О. Розвиток електронної комерції в аграрному секторі України: тенденції та проблеми. *Економіка та суспільство*. 2020. № 2. С. 2582–2590. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-69>
7. Казнодій В. О. Концепція інноваційного розвитку маркетингу в умовах цифровізації економіки. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки*. 2023. № 7. С. 119–124. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-7-9100>
8. Левченко О. С., Ковалев В. М. Електронна комерція в аграрному секторі: сучасні виклики та можливості для бізнесу. *Аграрний ринок*. 2021. № 1. С. 12–18. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/agrarniy-rinok-v-sferi-elektronno-go-biznesu.html>
9. Попело О. В., Лисогор І. С. Механізм забезпечення ефективного управління маркетингово-логістичною діяльністю підприємств в епоху цифровізації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 8. С. 48–52. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.8.48>
10. Петренко А. М., Іванова Л. С. Розвиток електронної комерції в агропромисловому комплексі України. *ResearchGate*. 2023. DOI: [https://orcid.org/10.31617/2.2024\(49\)03](https://orcid.org/10.31617/2.2024(49)03)
11. Ковальчук М. В., Дорошенко О. А. Тенденції розвитку електронної комерції в аграрному секторі. *Економіка та суспільство*. 2023. № 3. С. 584–591. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-43>
12. Іванов К. М. Розвиток електронної комерції в агропромисловому комплексі України. *Економічні науки: теорія та практика*. 2024. № 6. С. 183–194. DOI: <https://orcid.org/10.32752/1993-6788-2024-1-276-183-194>

References:

1. Spyros Fountas, Borja Espejo García, Aikaterini Kasimati, Nikolaos Mylonas. The Future of Digital Agriculture: Technologies and Opportunities. DOI: <https://orcid.org/10.1109/MITP.2019.2963412>
2. Organization for Economic Cooperation and Development. URL: <https://www.oecd.org/en.html>
3. Illiashenko S. M. (2015). Tools and methods of product promotion on the Internet: an analytical review. *Marketing and management of innovations*. № 3. S. 20–35.
4. Popelo O. V., Shevchenko V. I. (2016). Agrarian sector in the context of e-commerce: new opportunities and prospects. *Young science*. № 11. S. 140–144. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/11/140.pdf>
5. Hnitskyi Ye. V. (2017). Big data in marketing: consumer orientation. *Economic Bulletin of the National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"*. № 14. S. 1–10.
6. Kovalenko O. I., Sydorenko T. O. (2020). Development of e-commerce in the agricultural sector of Ukraine: trends and problems. *Economy and Society*. № 2. S. 2582–2590. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-69>
7. Kaznodii V. O. (2023). The concept of innovative development of marketing in the conditions of digitalization of the economy. *International scientific journal "Internauka". Series: Economic Sciences*. № 7. S. 119–124. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-7-9100>
8. Levchenko O. S., Kovalev V. M. (2021). E-commerce in the agricultural sector: current challenges and opportunities for business. *Agrarian market*. № 1. S. 12–18. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/agrarniy-rinok-v-sferi-elektronno-go-biznesu.html>
9. Popelo O. V., Lysyhor I. S. (2023). Mechanism for ensuring effective management of marketing and logistics activities of enterprises in the era of digitalization. *Investments: practice and experience*. № 8. S. 48–52. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.8.48>
10. Petrenko A. M., Ivanova L. S. (2023). Development of e-commerce in the agro-industrial complex of Ukraine. *ResearchGate*. DOI: [https://doi.org/10.31617/2.2024\(49\)03](https://doi.org/10.31617/2.2024(49)03)

11. Kovalchuk M. V., Doroshenko O. A. (2023) Tendencies of e-commerce development in the agricultural sector. *Economy and society*. № 3. S. 584–591. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-43>
12. Ivanov K. M. (2024) Development of e-commerce in the agro-industrial complex of Ukraine. *Economic Sciences: Theory and Practice*. № 6. S. 183–194. DOI: <https://orcid.org/10.32752/1993-6788-2024-1-276-183-194>

Стаття надійшла до редакції 25.06.2025 р.