



Digital Loyalty and Responsibility: Features of Interaction between Business and Government in the Digital Society

UDC: 35.072:3.085:004

DOI: <https://doi.org/10.15421/152515>**Sorokina Nataliia**Dr.Sc., Full Prof., <https://orcid.org/0000-0002-0804-330X>, sorokina.n@nmu.one**Mostovyi Mykyta**Ph.D. Student, <https://orcid.org/0009-0007-2202-9516>, Mostovyi.Mykyt.V@nmu.one*Dnipro University of Technology (Dnipro, Ukraine)***Abstract.**

The digital age has brought fundamental changes to all areas of human life, including the economy, politics and social relations. In this context, the relationship between business and government has undergone a significant transformation. Digital technologies have created new forms of interaction that require rethinking traditional approaches to loyalty, partnership, and regulation. Digital loyalty as a new phenomenon is characterized by special mechanisms for building trust, the use of big data for decision-making, opportunities for rapid communication, as well as new challenges in the field of cybersecurity and ethics.

The purpose of the study is to determine the main directions for the formation of digital loyalty and responsibility in the relationship between business and government.

Theoretical and practical aspects of digital loyalty in the context of interaction between business and government are considered. The features of the formation of digital loyalty, its impact on economic processes, as well as the opportunities and risks that it creates for various subjects are analyzed. Particular attention is paid to the balance of interests of business and the state in the context of digital transformation and globalization.

It is concluded that the formation of an effective digital loyalty system requires a systematic approach that takes into account various aspects and ensures a balance of interests of business, government and society. This includes the development of digital infrastructure and competencies, the transformation of public services, the creation of cooperation platforms, the development of digital regulation and international cooperation. Digital loyalty is not only a technological but also a social phenomenon that reflects the transformation of social relationships, values and practices in the digital age. It requires a new understanding of trust, responsibility, and partnership that is responsive to the realities of the digital society

Keywords: loyalty, responsibility, interaction between business and government, public administration, digital transformation, digital society

Цифрова лояльність та відповідальність: особливості взаємодії бізнесу та влади в цифровому суспільстві

Сорокіна Наталія, Мостовий Микита*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка» (Дніпро, Україна)***Анотація.**

Цифрова епоха принесла фундаментальні зміни у всі сфери людського життя, включаючи економіку, політику та суспільні відносини. У цьому контексті значної трансформації зазнали відносини між бізнесом та владою. Цифрові технології створили нові форми взаємодії, які вимагають переосмислення традиційних підходів до лояльності, партнерства та регулювання. Цифрова лояльність як новий феномен характеризується особливими механізмами формування довіри, використанням великих даних для прийняття рішень, можливостями швидкої комунікації, а також новими викликами у сфері кібербезпеки та етики.

Метою дослідження є визначення основних напрямків формування цифрової лояльності та відповідальності у взаємовідносинах між бізнесом та владою.

Розглянуто теоретичні та практичні аспекти цифрової лояльності в контексті взаємодії бізнесу та влади. Проаналізовано особливості формування цифрової лояльності, її вплив на економічні процеси, а також можливості та ризики, які вона створює для різних суб'єктів. Особливу увагу приділено балансу інтересів бізнесу та держави в умовах цифрової трансформації та глобалізації.

Робиться висновок, що формування ефективної системи цифрової лояльності вимагає системного підходу, який враховує різноманітні аспекти та забезпечує баланс інтересів бізнесу, влади та суспільства. Це включає розвиток цифрової інфраструктури та компетенцій, трансформацію публічних послуг, створення платформ співпраці, розвиток цифрового регулювання та міжнародного співробітництва. Цифрова лояльність є не лише технологічним, але й соціальним феноменом, який відображає трансформацію соціальних відносин, цінностей та практик в цифрову епоху. Вона вимагає нового розуміння довіри, відповідальності та партнерства, яке відповідає реаліям цифрового суспільства

Ключові слова: лояльність, відповідальність, взаємодія бізнесу та влади, публічне управління, цифрова трансформація, цифрове суспільство



Вступ.

Цифрова лояльність є багатограним поняттям, яке охоплює комплекс взаємовідносин між суб'єктами цифрової економіки. У контексті взаємодії бізнесу та влади цифрова лояльність може розумітися як система взаємних зобов'язань, довіри та підтримки, що реалізуються через цифрові платформи та технології.

Особливістю цифрової лояльності є її ґрунтування на даних та алгоритмах, а не лише на особистих відносинах чи формальних угодах. Цифрові платформи дозволяють автоматизувати процеси моніторингу, аналізу та реагування, що робить взаємодію більш прозорою та ефективною. Водночас, це створює нові виклики у сфері конфіденційності, безпеки та етики.

Для бізнесу цифрова лояльність передбачає дотримання цифрових правил гри, встановлених державою, сплату податків у цифровій економіці, забезпечення безпеки даних та відповідальне використання цифрових технологій. Для влади цифрова лояльність означає створення сприятливих умов для цифрового бізнесу, забезпечення справедливої конкуренції, захист прав споживачів та підтримку інновацій.

У контексті цифрової економіки лояльність набуває нових форм та проявів. Вона стає більш динамічною та гнучкою, може бути математично вимірюваною та прогнозованою. Цифрові інструменти дозволяють створювати складні моделі лояльності, які враховують множину факторів та можуть адаптуватися до змін у середовищі.

Метою дослідження є визначення основних напрямків формування цифрової лояльності та відповідальності у взаємовідносинах між бізнесом та владою.

Аналіз попередніх досліджень і публікацій.

Проблематика цифрової лояльності в контексті взаємодії бізнесу та влади є відносно новим напрямком досліджень, що знаходиться на перетині декількох дисциплінарних областей: економіки, політології, соціології, інформатики та права. Аналіз наукових публікацій за даною темою дозволяє виділити кілька ключових напрямів дослідження.

Фундаментальні основи цифрової трансформації економіки та суспільства розглядаються в працях К. Шваб (Schwab, 2017), який запровадив концепцію Четвертої промислової революції та проаналізував її вплив на бізнес, урядування та соціальні відносини. Шваб підкреслює необхідність нових форм партнерства між різними стейкхолдерами, що є ключовим для розуміння цифрової лояльності.

Тапскотт Д. і Вільямс А. (Tapscott, & Williams, 2010) у своїй праці «Вікіноміка» досліджують нові форми масової співпраці в бізнесі, які стали можливими завдяки цифровим технологіям і змінюють природу лояльності та довіри.

Теоретичні аспекти цифрової економіки та її регулювання розглядаються в роботах Негропонте Н. (Negroponte, 2015), який ще у 1995 році передбачив перехід від атомів до бітів як основну парадигму економічних змін. Кастельс М. (Castells, 2010) у своїй трилогії «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура» розвиває концепцію мережевого суспільства, яке характеризується новими формами взаємодії та владних відносин. Його теорія мережевої держави є особливо важливою для розуміння трансформації взаємовідносин між бізнесом та владою в цифрову епоху.

Дослідження взаємодії бізнесу та держави в умовах цифрової економіки представлені у працях Зубофф Ш. (Zuboff, 2019), яка аналізує феномен «наглядного капіталізму» – нової економічної системи, де дані про людську поведінку стають товаром. Вона піднімає важливі питання щодо асиметрії влади між технологічними корпораціями та іншими суб'єктами, включаючи держави. Мур Дж. (Moore, 2018) розглядає концепцію «платформної держави» як нової форми організації публічного управління, яка запозичує принципи та інструменти цифрових платформ для надання послуг та взаємодії з громадянами та бізнесом.

Проблематика цифрової довіри та лояльності досліджується і в працях Ботсмана Р. (Botsman, 2017), яка аналізує, як технології змінюють природу довіри та формують нову «довірчу економіку». Вона виділяє три форми довіри: локальну, інституційну та розподілену, остання з яких характерна саме для цифрової епохи. Кін Е. (Keen, 2018) у своїй критичній праці «Як виправити майбутнє» досліджує проблеми та виклики, які створює цифрова трансформація для демократії, ринкової економіки та суспільного договору. Його аналіз цифрових монополій та їхнього впливу на політичні процеси є важливим для розуміння нових форм лояльності та залежності.

Регуляторні аспекти цифрової економіки та їхній вплив на взаємодію бізнесу та влади аналізуються в працях Голдфарб А. і Такер К. (Goldfarb, & Tucker, 2019), які досліджують економічні аспекти приватності даних та їхній вплив на ринкову конкуренцію. Їхні дослідження показують, як регуляторні рішення у сфері захисту даних впливають на бізнес-моделі та



конкурентні стратегії компаній. Тіроль Ж. (Tirole, 2017) у своїй праці «Економіка для спільного блага» аналізує нові виклики для ринкової конкуренції та регулювання в умовах цифрової економіки. Він пропонує концепцію «розумного регулювання», яке поєднує гнучкість та адаптивність з чіткими принципами та метою.

Вплив цифрових технологій на державне управління та публічну політику досліджується в працях Новека Б. (Noveck, 2009), який запропонував концепцію «вікіурядування» – нового підходу до публічного управління, що базується на співпраці та залученні громадян через цифрові платформи. Маргеттс Х. і Данліві П. (Margetts, & Dunleavy, 2016) у своїй праці «Цифрова ера урядування» аналізують, як цифрові технології трансформують державні інституції та їхню взаємодію з громадянами та бізнесом. Їхня концепція «платформного урядування» є важливою для розуміння нових форм партнерства між державою та бізнесом.

Етичні та правові аспекти цифрової лояльності розглядаються в працях О'Ніл К. (O'Neil, 2016), яка аналізує проблеми алгоритмічної упередженості та дискримінації. Її критика «зброї математичного знищення» піднімає важливі питання щодо етичних вимірів використання великих даних та алгоритмів у прийнятті рішень. Лессіг Л. (Lessig, 2006) у своїй праці «Код 2.0» досліджує, як програмний код стає новою формою регулювання – «кодексом», який визначає можливості та обмеження поведінки в цифровому середовищі.

Питання цифрового суверенітету та геополітичних аспектів цифрової лояльності аналізуються в працях Фаррелла Г. і Ньюмана А. (Farrell, & Newman, 2019), які запровадили концепцію «озброєної взаємозалежності» для пояснення, як держави використовують асиметрії у глобальних інформаційних мережах для отримання геополітичних переваг. Їхній аналіз показує, як цифрові технології створюють нові форми влади та залежності у міжнародних відносинах.

Емпіричні дослідження взаємодії бізнесу та влади в умовах цифрової економіки представлені в працях Срничек Н. (Srnicek, 2017), який аналізує бізнес-моделі цифрових платформ та їхній вплив на економічні та політичні процеси. Його концепція «платформного капіталізму» пояснює, як цифрові платформи змінюють характер економічної влади та створюють нові форми залежності. Аккерман Ф. і Толл К. (Ackerman, & Toel, 2019) досліджують трансформацію бізнес-моделей під впливом цифровізації та

їхній вплив на взаємовідносини з державою та суспільством.

Нарешті, важливим напрямком досліджень є аналіз конкретних механізмів та інструментів цифрової взаємодії бізнесу та влади. Вейл П. і Воернер С. (Weill, & Woerner, 2020) аналізують стратегії цифрової трансформації компаній та їхній вплив на відносини з державою та іншими різними стейкхолдерами. Їхня концепція «цифрової зрілості» визначає здатність організацій ефективно взаємодіяти в цифровому середовищі. Пулідо К. і Стоун М. (Pulido, & Stone, 2018) досліджують інструменти цифрового залучення та їхній вплив на формування лояльності та довіри в цифровому середовищі.

Серед українських дослідників можна виділити статтю Єфіменко А. (2024) в якій автор зазначає, що в сучасну епоху глобалізації та цифровізації суспільства, де соціальні організації та соціальні інститути постійно стикаються з агрегацією та виконанням складних соціальних інтересів та запитів, конкуренцією між політичними інститутами та інститутами громадянського суспільства за вплив та довіру на громадян, зростає усвідомлення роботодавцями важливості лояльності працівників, а не лише професійної компетентності, для успіху в роботі.

Стаття Ларіної Н. та Ларіна С. (2023) присвячена опрацюванню теоретичних основ розуміння сутності соціального підприємництва та соціальної відповідальності як державних механізмів захисту національних цінностей в Україні в умовах глобалізаційних вимірів. Авторами статті обґрунтовано роль соціального підприємництва та соціальної відповідальності у сфері взаємодії між представниками органів державної влади, індивідів і тих груп та організацій, з якими співпрацюють.

Корнієвський С. (2021) наголошує, що під впливом глобалізаційних процесів, які відбуваються у світовій економіці, з'являються нові закономірності та змінюються рівні відповідальності за регіональний та місцевий розвиток.

Аналіз попередніх публікацій показує, що проблематика цифрової лояльності в контексті взаємодії бізнесу та влади є міждисциплінарною та багатоаспектною. Більшість досліджень зосереджуються на окремих аспектах цієї проблематики: технологічних, економічних, політичних або соціокультурних. Водночас, спостерігається брак комплексних досліджень, які б інтегрували ці різні аспекти в єдину теоретичну рамку. Крім того, більшість досліджень зосереджені на досвіді розвинених



країн, тоді як особливості формування цифрової лояльності в контексті економік, що розвиваються, залишаються менш дослідженими.

В даній статті зроблена спроба заповнити ці прогалини, запропонувавши комплексний аналіз феномену цифрової лояльності, який враховує різні аспекти та контексти його прояву.

Результати дослідження.

Цифрова епоха принципово змінила характер взаємодії бізнесу та влади (Квітка, 2020). Традиційні ієрархічні моделі поступаються місцем мережевим структурам, в яких влада та бізнес стають вузлами складної інформаційної системи. Цифрові платформи та мережеве управління створюють нові можливості для комунікації, співпраці та координації дій (Сорокіна, & Шеломовська, 2020).

Одним з ключових аспектів цієї трансформації є зміна інформаційної асиметрії. Якщо раніше держава мала перевагу у доступі до інформації, то тепер великі технологічні компанії можуть володіти навіть більшими обсягами даних про громадян, економіку та суспільні процеси. Це створює новий баланс сил та вимагає перегляду традиційних підходів до регулювання.

Цифрові технології також змінюють темпоральні характеристики взаємодії. Рішення приймаються швидше, реакція на зміни стає майже миттєвою, а цикли планування та контролю скорочуються. Це вимагає від влади більшої гнучкості та адаптивності, а від бізнесу – підвищеної уваги до регуляторних змін та суспільних очікувань.

Важливим аспектом є поява нових форм партнерства між бізнесом та владою. Державно-приватне партнерство у цифровій сфері набуває особливої ваги, оскільки дозволяє об'єднати технологічні можливості та інноваційний потенціал бізнесу з легітимністю та ресурсами держави. Цифрові платформи для взаємодії бізнесу та влади, електронні системи закупівель, цифрові сервіси для громадян – все це є прикладами такого партнерства.

Механізми формування цифрової лояльності.

Формування цифрової лояльності відбувається через складну систему технологічних, економічних та соціальних механізмів.

Цифрові платформи довіри це системи, які забезпечують верифікацію суб'єктів, прозорість трансакцій та захист інформації. Блокчейн-технології, цифрові підписи, системи репутації та рейтингування створюють технологічну основу для довіри у цифровому середовищі.

Великі дані та аналітика забезпечують збір

та аналіз даних про поведінку, переваги та потреби громадян/споживачів дозволяють персоналізувати взаємодію та підвищувати її ефективність. Предикативна аналітика дозволяє прогнозувати ризики та можливості, що створює основу для соціального партнерства.

Штучний інтелект та автоматизація поєднують алгоритми машинного навчання з великими базами даних, що дозволяє автоматизувати процеси прийняття рішень, моніторингу та контролю. Це підвищує об'єктивність та ефективність взаємодії бізнесу та влади але також створює нові етичні та правові виклики.

Цифрові екосистеми являють собою інтегровані середовища, в яких бізнес та влада можуть взаємодіяти в режимі реального часу, обмінюватися інформацією та координувати дії. Такі екосистеми значно підвищують ефективність та можливості для співпраці різних соціальних акторів та забезпечують їх «співтворчість».

Регуляторні технології (RegTech) це інструменти, які дозволяють бізнесу автоматизувати відповідність регуляторним вимогам. Вони знижують трансакційні витрати на дотримання правил та підвищують прозорість взаємодії.

Це також забезпечує цифрову участь та залучення багатьох стейкхолдерів до використання механізмів, які дозволяють громадянам та бізнесу брати участь у формуванні політики та прийнятті рішень. Проявом цього є цифрові консультації, цифрові петиції, краудсорсинг ідей які створюють новий формат громадянської участі.

Економічні аспекти цифрової лояльності.

Цифрова лояльність має суттєвий вплив на економічні процеси та бізнес-моделі. Вона створює нові можливості для створення вартості, але також вимагає значних інвестицій та трансформації традиційних підходів.

Для бізнесу цифрова лояльність до влади може виражатися в різних економічних аспектах. Можна виділити такі:

- податкова прозорість та відповідальність цифрові технології дозволяють автоматизувати податкову звітність та забезпечити прозорість фінансових операцій. Це знижує можливості для ухилення від оподаткування та підвищує довіру держави до бізнесу;

- інвестиції у цифрову інфраструктуру означають, що бізнес, який інвестує у розвиток цифрової інфраструктури країни, демонструє свою довгострокову зацікавленість у розвитку локального ринку та партнерстві з державою.



– цифрова корпоративна соціальна відповідальність пов'язана з використанням цифрових технологій для вирішення соціальних проблем, підтримки освіти, розвитку місцевих громад створює позитивний соціальний вплив та підвищує репутацію бізнесу.

–інвестиції у кібербезпеку та дотримання високих стандартів захисту даних є важливими елементами цифрової лояльності, які забезпечують довіру як з боку влади, так і з боку споживачів.

З боку влади цифрова лояльність до бізнесу також може виражатися в певних економічних аспектах.

В першу чергу це стосується, дерегуляції та спрощення процедур, а саме використання цифрових технологій для удосконалення адміністративного впливу, зниження бюрократичного тиску та підвищення ефективності регуляторних процесів.

Важливим елементом лояльності влади до бізнесу є цифрові стимули та преференції – створення системи цифрових стимулів для бізнесу, який відповідає певним критеріям (інноваційність, екологічність, соціальна відповідальність тощо).

В країнах з розвинутою економікою розповсюджена підтримка цифрової трансформації бізнесу, тобто надання технічної допомоги, грантів, навчання для бізнесу, який здійснює цифрову трансформацію. Одним з суттєвих елементів цього процесу виявляється створення цифрових ринків, розвиток цифрових платформ для державних закупівель, експорту, інвестицій, які створюють нові можливості для бізнесу.

Політичні аспекти цифрової лояльності.

Цифрова лояльність має суттєві політичні виміри, які впливають на формування державної політики, демократичні процеси та політичну культуру.

Політичні аспекти цифрової лояльності для бізнесу ґрунтуються в першу чергу на використанні цифрових каналів для участі у формуванні політики, зокрема через цифрові консультації, цифрові комунікації з представниками влади, участь у експертних радах та робочих групах (Квітка, 2017).

Важливим аспектом такої діяльності залишається механізм лобіювання, який в цифровому суспільстві означає використання цифрових платформ для прозорого лобіювання інтересів бізнесу, що підвищує легітимність та ефективність цього процесу. Виходячи з цього, цифрова політична відповідальність бізнесу

означає дотримання етичних стандартів у цифровій політичній комунікації, відмова від маніпулятивних технологій та дезінформації (Білоног, 2015).

Для влади політичні аспекти цифрової лояльності можуть включати: цифрову інклюзивність, забезпечення доступу всіх груп бізнесу до цифрових платформ та процесів, недопущення цифрової дискримінації; цифрову прозорість прийняття рішень, використання цифрових технологій для забезпечення прозорості процесів прийняття рішень, публікації відкритих даних та залучення інституцій громадянського суспільства до обговорення та розробки публічних рішень (Сорокіна, Серьогін, & Шеломовська, 2022) .

З початком війни в Україні, підвищилась значущість цифрової безпеки політичних процесів. Актуальним завданням для влади та бізнесу став захист демократичних інститутів та процесів від цифрових загроз, включаючи кібератаки, маніпуляції з даними та дезінформацію.

Соціокультурні аспекти цифрової лояльності.

Цифрова лояльність має глибокі соціокультурні коріння та наслідки. Вона формується під впливом культурних цінностей, соціальних норм та колективних уявлень про довіру, відповідальність та співпрацю. В різних культурах цифрова лояльність може мати різні прояви та значення. В культурах з високим рівнем колективізму вона може базуватися на групових цінностях та соціальній гармонії. В культурному середовищі з високим рівнем індивідуалізму вона може базуватися на особистій вигоді та договірних відносинах.

Цифрові технології активно впливають на формування нових соціальних практик та культурних норм. Вони створюють нові форми комунікації, співпраці для запобігання конфліктів. Цифрові платформи стають новими соціальними просторами, в яких формуються нові ідентичності, спільноти та цінності, особливо екологічного спрямування (Квітка, & Миргородська, 2023).

Для бізнесу соціокультурні аспекти цифрової лояльності можуть включати: цифрову корпоративну культуру, формування культури відкритості, прозорості та відповідальності у цифровому середовищі; цифрову соціальну відповідальність, врахування соціальних наслідків цифрових рішень та технологій, забезпечення їх етичного використання (Курінько, 2020).

Для влади соціокультурні аспекти цифрової



лояльності обов'язково включають такі елементи, як: цифрову освіту та просвіту, розвиток цифрових компетенцій громадян та бізнесу, формування цифрової культури; цифровізацію соціальної політики, використання цифрових технологій для вирішення соціальних проблем, підтримки вразливих груп населення; використання цифрових платформ для промоції культурних цінностей та національної ідентичності (Квітка et al., 2020).

Виклики та ризики цифрової лояльності.

Цифрова лояльність, як і будь-яке складне явище, створює власні виклики, ризики та обмеження. Розуміння цих негативних аспектів є важливим для розробки ефективних стратегій та політик у цій сфері (Квітка, & Корсун, 2023).

По-перше це стосується проблем цифрової безпеки – цифрові системи є вразливими до кібератак, витоків даних та інших загроз, що може підірвати довіру між суб'єктами взаємодії. По-друге, важливою проблемою є цифрова нерівність, яка безпосередньо пов'язана з обмеженим доступом до цифрових технологій та навичок, що може створювати нові форми соціальної та економічної нерівності. По-третє. Все більшого розмаху набувають проблеми приватності та конфіденційності, пов'язані із збиранням та аналізом великих обсягів даних. Це створює ризики порушення приватності та неналежного використання персональної інформації. Також системною проблемою цифрового суспільства є розповсюдження цифрових маніпуляцій свідомістю та дезінформація. Цифрові платформи можуть використовуватися для поширення неправдивої інформації, маніпуляції громадською думкою та підриву довіри до інституцій публічної влади та громадянського суспільства. З іншого боку виникає технологічна залежність людини й суспільства від цифрових технологій, що може створювати вразливості та обмежувати автономію суб'єктів.

З цього перед владою та бізнесом все більш актуально встають проблеми цифрової етики. Використання штучного інтелекту, алгоритмів та автоматизованих систем прийняття рішень створюють нові етичні дилеми, пов'язані з відповідальністю, справедливістю та прозорістю. До цього слід додати й питання правової невизначеності відповідальних дій бізнесу та політичних акторів. Швидкий розвиток технологій часто випереджає розвиток правового регулювання, що створює невизначеність та ризики для суб'єктів взаємодії.

Перспективи цифрової лояльності.

Для ефективного розвитку цифрової лояльності між бізнесом та владою необхідні системні стратегії, які враховують технологічні, економічні, політичні та соціокультурні аспекти. Такі стратегії тісно пов'язані з основними напрямками досліджень цифрової трансформації суспільства (Квітка, Корсун, & Магиляс, 2024). Вони передбачають: створення надійної та доступної цифрової інфраструктури, яка забезпечує якісний зв'язок, доступ до даних та обчислювальних ресурсів; інвестиції в освіту та навчання, розвиток цифрових навичок та компетенцій серед представників бізнесу, влади та громадян.

Цифрова трансформація публічних послуг пов'язана з переходом до цифрових послуг, цифрових платформ та онлайн-взаємодії між бізнесом та владою. В цьому сенсі розвиток цифрових платформ співпраці передбачає створення платформ для взаємодії, спільного вирішення проблем та співтворчості між бізнесом, владою та громадянським суспільством.

Втім, слід враховувати розвиток системи цифрового регулювання – створення сучасного, гнучкого та стимулюючого регуляторного середовища для цифрової економіки. Важливою складовою цього процесу є цифрова стандартизація та сертифікація – розробка та впровадження стандартів якості, безпеки та етики для цифрових продуктів та послуг.

Новітнім напрямком розвитку лояльності та відповідальності бізнесу є цифрова дипломатія та цифрове міжнародне співробітництво, до яких можна віднести розвиток міжнародного співробітництва у сфері цифрової економіки, кібербезпеки та регулювання цифрових технологій.

На наш погляд, можна визначити декілька тенденцій, які будуть формувати майбутнє цифрової лояльності – інтеграція фізичного та цифрового світів, розвиток Інтернету речей та розширеної реальності буде стирати межі між фізичним та цифровим просторами, створюючи нові форми взаємодії та лояльності бізнесу і влади.

Розвиток децентралізованих систем, таких як блокчейн та інші децентралізовані технології будуть змінювати природу довіри та лояльності, створюючи нові можливості для автономних та самоорганізованих дисипативних систем, якими є національні соціуми.

Нарешті, розвиток штучного інтелекту та аналітики великих даних вже сьогодні дозволяє створювати високо персоналізовані та контекстуалізовані форми взаємодії,



які враховують індивідуальні потреби та переваги. Етичний та відповідальний штучний інтелект передбачає розвиток методів забезпечення прозорості, відповідальності та етичності алгоритмів та систем штучного інтелекту буде критичним для формування довіри та лояльності у цифровому середовищі (Квітка, Новіченко, & Бардах, 2021).

Висновки.

Цифрова лояльність є складним та багатоаспектним феноменом, який трансформує взаємодію бізнесу та влади в цифрову епоху. Вона охоплює технологічні, економічні, політичні та соціокультурні виміри, створюючи нові можливості та виклики для всіх суб'єктів взаємодії.

Формування ефективної системи цифрової лояльності вимагає системного підходу, який враховує різноманітні аспекти та забезпечує баланс інтересів бізнесу, влади та суспільства. Це включає розвиток цифрової інфраструктури та компетенцій, трансформацію публічних послуг, створення платформ співпраці, розвиток цифрового регулювання та міжнародного співробітництва.

Успішні приклади розвитку цифрової лояльності демонструють її потенціал для підвищення ефективності, прозорості та

інклюзивності взаємодії між бізнесом та владою. Водночас, важливо усвідомлювати та адресувати ризики та виклики, пов'язані з цифровою безпекою, нерівністю, приватністю та етикою.

Цифрова лояльність є не лише технологічним, але й соціальним феноменом, який відображає трансформацію соціальних відносин, цінностей та практик в цифрову епоху. Вона вимагає нового розуміння довіри, відповідальності та партнерства, яке відповідає реаліям цифрового суспільства.

Майбутнє цифрової лояльності буде формуватися під впливом нових технологій, глобальних тенденцій та соціальних змін. Інтеграція фізичного та цифрового світів, розвиток децентралізованих систем, персоналізація та контекстуалізація, етичний штучний інтелект та цифровий суверенітет будуть визначати нові форми та прояви цифрової лояльності.

Таким чином, цифрова лояльність є ключовим елементом нової парадигми взаємодії бізнесу та влади, яка відповідає викликам та можливостям цифрової епохи. Її розвиток вимагає не лише технологічних інновацій, але й соціальних, політичних та культурних трансформацій, які забезпечать сталий та інклюзивний розвиток цифрового суспільства.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Білоног Ю. С. (2015). Характеристика та аналіз структурних елементів соціальної відповідальності бізнесу. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 18(5), 30-36. <https://doi.org/10.15421/1715094>
- Сфіменко, А. (2024). Загальні характеристики лояльності персоналу та проблема її об'єктності. *Аспекти публічного управління*, 12(2), 85-91. <https://doi.org/10.15421/152428>
- Квітка С. А. (2017). Government relations та державне управління в Україні: новітні форми взаємодії влади та бізнесу. *Аспекти публічного управління*, 5(11), 94-103.
- Квітка, С. (2020). Цифрові трансформації як сучасний тренд періодичного циклу розвитку суспільства. *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президенті України. Спецвипуск*. 2020. С. 131-134. <http://doi.org/10.36.030/2664-3618-2020-si-131-134>
- Квітка, С. (2021). Цифрова трансформація в контексті концепції «Довгих хвиль» М. Кондратьєва. *Аспекти публічного управління*, 9(SI (1), 24-28. <https://doi.org/10.15421/152155>
- Квітка, С., & Корсун, В. (2023). Механізми мережевого управління взаємодією публічної влади та громадянського суспільства. *Аспекти публічного управління*, 11(2), 81-87. <https://doi.org/10.15421/152322>
- Квітка, С., & Миргородська, М. (2023). Державна екологічна політика в умовах цифрового розвитку суспільства: механізми мережевого управління. *Аспекти публічного управління*, 11(3), 30-37. <https://doi.org/10.15421/152332>
- Квітка, С., Корсун, В., & Магиляс, Ю. (2024). Цифрова трансформація публічного управління: перспективні напрямки досліджень. *Аспекти публічного управління*, 12(3), 50-58. <https://doi.org/10.15421/152437>
- Квітка, С., Новіченко, Н., & Бардах, О. (2021). Штучний інтелект у муніципальному управлінні: вектори розвитку. *Аспекти публічного управління*, 9(4), 85-94. <https://doi.org/10.15421/152140>
- Корнієвський, С. (2021). Врахування впливу глобалізаційних процесів в ході прийняття стратегічних рішень з регіонального розвитку. *Аспекти публічного управління*, 9(3), 53-63. <https://doi.org/10.15421/152128>
- Курінько, Р. (2020). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: проблеми прийняття та становлення. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 23(12), 38-46. <https://doi.org/10.15421/1720110>
- Ларіна, Н., & Ларін, С. (2023). Соціальне підприємництво та соціальна відповідальність як державні механізми захисту національних цінностей. *Аспекти публічного управління*, 11(4), 55-63. <https://doi.org/10.15421/152353>
- Сорокіна, Н., & Шеломовська, О. (2020). Мережева комунікація як технологія формування освітнього стандарту для публічних службовців. *Аспекти публічного управління*, 8(1 SI), 123-125. <https://doi.org/10.15421/152058>
- Сорокіна, Н., Сербогін, С., & Шеломовська, О. (2022). Професійна підготовка публічних службовців в сучасних умовах цифровізації освіти. *Аспекти публічного управління*, 10(4), 30-38. <https://doi.org/10.15421/152224>



- Ackerman, F., & Toel, K. (2019). *Business Models in the Digital Economy: An Innovation Theory Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Botsman, R. (2017). *Who Can You Trust? How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*. New York: PublicAffairs.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. 2nd Edition. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Couture, J.-B. (2019). Digital Sovereignty and Autonomy for Whom? Reflections on Digital Technology and Democracy. *Democratic Theory*, 6(2), 52-71.
- Efimenko, A. (2024). General Characteristics of Staff Loyalty and the Problem of Its Objectivity. *Public Administration Aspects*, 12(2), 85-91. <https://doi.org/10.15421/152428>
- Farrell, H., & Newman, A. L. (2019). Weaponized Interdependence: How Global Economic Networks Shape State Coercion. *International Security*, 44(1), 42-79.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3-43.
- Keen, A. (2018). *How to Fix the Future: Staying Human in the Digital Age*. New York: Atlantic Monthly Press.
- Korniievskiy, S. (2021). Estimation of the influence of globalization processes during the strategic decision-making in regional development. *Public Administration Aspects*, 9(3), 53-63. <https://doi.org/10.15421/152128>
- Larina, N., & Larin, S. (2023). Social Entrepreneurship and Social Responsibility as State Mechanisms for the National Values Protection. *Public Administration Aspects*, 11(4), 55-63. <https://doi.org/10.15421/152353>
- Lessig, L. (2006). *Code 2.0*. New York: Basic Books.
- Margetts, H., & Dunleavy, P. (2016). *Digital Era Governance: IT Corporations, the State, and e-Government*. Oxford: Oxford University Press.
- Moore, M. (2018). Democracy and Digital Technologies. In *Digital Politics: The International Encyclopedia of Political Communication* (eds. G. Mazzoleni), 1-9. Wiley-Blackwell.
- Negroponte, N. (2015). *Being Digital*. New York: Vintage Books.
- Noveck, B. S. (2009). *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown.
- Pulido, C. M., & Stone, M. (2018). Digital Engagement and Customer Loyalty in the Era of Digital Transformation. *Journal of Business Research*, 89, 351-361.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Expanded Edition. New York: Portfolio.
- Tirole, J. (2017). *Economics for the Common Good*. Princeton: Princeton University Press.
- Weill, P., & Woerner, S. L. (2020). *What's Your Digital Business Model? Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

REFERENCES

- Ackerman, F., & Toel, K. (2019). *Business Models in the Digital Economy: An Innovation Theory Perspective*. Oxford: Oxford University Press.
- Bilonog, J. S. (2015). Characteristic and analysis of structural elements of corporate social responsibility. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*, 18(5), 30-36. <https://doi.org/10.15421/1715094>
- Botsman, R. (2017). *Who Can You Trust? How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*. New York: PublicAffairs.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. 2nd Edition. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Couture, J.-B. (2019). Digital Sovereignty and Autonomy for Whom? Reflections on Digital Technology and Democracy. *Democratic Theory*, 6(2), 52-71.
- Efimenko, A. (2024). General Characteristics of Staff Loyalty and the Problem of Its Objectivity. *Public Administration Aspects*, 12(2), 85-91. <https://doi.org/10.15421/152428>
- Farrell, H., & Newman, A. L. (2019). Weaponized Interdependence: How Global Economic Networks Shape State Coercion. *International Security*, 44(1), 42-79.
- Goldfarb, A., & Tucker, C. (2019). Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, 57(1), 3-43.
- Keen, A. (2018). *How to Fix the Future: Staying Human in the Digital Age*. New York: Atlantic Monthly Press.
- Korniievskiy, S. (2021). Estimation of the influence of globalization processes during the strategic decision-making in regional development. *Public Administration Aspects*, 9(3), 53-63. <https://doi.org/10.15421/152128>
- Kurinko, R. (2020). Social business responsibility in Ukraine: problems of acceptance and formation. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*, 23(12), 38-46. <https://doi.org/10.15421/1720110>
- Kvitka, S. (2020). Digital transformations as a modern trend of the periodic cycle of society development. *Collection of scientific papers of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine. Special issue*. 2020. Pp. 131-134 (<http://doi.org/10.36.030/2664-3618-2020-si-131-134>)
- Kvitka, S. (2021). Digital Transformation in the Context of the Concept of "Long Waves"; M. Kondratiev. *Public Administration Aspects*, 9(SI (1), 24-28. <https://doi.org/10.15421/152155>



- Kvitka, S. A. (2017). Government relations and public administration in Ukraine: the latest forms of interaction between government and business. *Public Administration Aspects*, 5(11), 94–103.
- Kvitka, S., & Korsun, V. (2023). Mechanisms of Network Management of Interaction between Public Authorities and Civil Society. *Public Administration Aspects*, 11(2), 81-87. <https://doi.org/10.15421/152322>
- Kvitka, S., & Mazur, O. (2023). Features of the State Policy of Combating Social Conflicts Based on the Development of Community Cooperation Using Network Management and Smart Specialization of Territories. *Public Administration Aspects*, 11(1), 86-93. <https://doi.org/10.15421/152312>
- Kvitka, S., & Myrhorodska, M. (2023). State Environmental Policy in the Context of Digital Development of Society: Mechanisms of Network Management. *Public Administration Aspects*, 11(3), 30-37. <https://doi.org/10.15421/152332>
- Kvitka, S., Korsun, V., & Mahylias, Y. (2024). Digital Transformation of Public Administration: Promising Research Directions. *Public Administration Aspects*, 12(3), 50-58. <https://doi.org/10.15421/152437>
- Kvitka, S., Novichenko, N., & Bardakh O. (2021). Artificial Intelligence in Municipal Administration: Vectors of Development. *Public Administration Aspects*, 9(4), 85-94. <https://doi.org/10.15421/152140>
- Kvitka, S., Novichenko, N., Husarevych, N., Piskokha, N., Bardakh, O., & Demoshenko, G. (2020). Prospective directions of digital transformation of public governance. *Public Administration Aspects*, 8(4), 129-146. <https://doi.org/10.15421/152087>
- Larina, N., & Larin, S. (2023). Social Entrepreneurship and Social Responsibility as State Mechanisms for the National Values Protection. *Public Administration Aspects*, 11(4), 55-63. <https://doi.org/10.15421/152353>
- Lessig, L. (2006). *Code 2.0*. New York: Basic Books.
- Margetts, H., & Dunleavy, P. (2016). *Digital Era Governance: IT Corporations, the State, and e-Government*. Oxford: Oxford University Press.
- Moore, M. (2018). Democracy and Digital Technologies. In *Digital Politics: The International Encyclopedia of Political Communication* (eds. G. Mazzoleni), 1-9. Wiley-Blackwell.
- Negroponte, N. (2015). *Being Digital*. New York: Vintage Books.
- Noveck, B. S. (2009). *Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger, and Citizens More Powerful*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press.
- O’Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown.
- Pulido, C. M., & Stone, M. (2018). Digital Engagement and Customer Loyalty in the Era of Digital Transformation. *Journal of Business Research*, 89, 351-361.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. New York: Crown Business.
- Sorokina, N., & Shelomovska, O. (2020). Network communication as a technology of forming an educational standard for public servants. *Public Administration Aspects*, 8(1 SI), 123-125. <https://doi.org/10.15421/152058>
- Sorokina, N., Serohin, S., & Shelomovska, O. (2022). Professional Training of Public Servants in Modern Conditions of Digitalization of Education. *Public Administration Aspects*, 10(4), 30-38. <https://doi.org/10.15421/152224>
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2010). *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Expanded Edition. New York: Portfolio.
- Tirole, J. (2017). *Economics for the Common Good*. Princeton: Princeton University Press.
- Weill, P., & Woerner, S. L. (2020). *What’s Your Digital Business Model? Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.