УДК 316.77:004.738.5:001.895
JEL Classification:

СУЧАСНІ ФОРМИ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ВЗАЄМОДІЙ ТА ІНТЕГРОВАНИХ КОМУНІКАЦІЙ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЯК ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

ШПИЛЬОВА Віра[1], БОГУСЛАВСЬКА Світлана[2], КУЦЕНКО Борис[3]
[1] Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького
https://orcid.org/0000-0003-3210-5459
vera_bsh.21@ukr.net
[2] Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького,
https://orcid.org/0000-0002-6834-9765
[3] Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій
https://orcid.org/0009-0001-4251-2608

У статті досліджено сучасні форми некомерційних взаємодій та інтегрованих комунікацій у цифровому середовищі в контексті забезпечення інноваційного розвитку. Обґрунтовано значення інтернет-середовища як інтерактивного простору для налагодження взаємодії між органами влади, суб'єктами господарювання та суспільством. Розглянуто основні рівні некомерційної взаємодії: інформування, консультування, партнерство та публічне управління. Систематизовано форми цифрової взаємодії за критерієм часової організації комунікацій на синхронні (онлайн) та асинхронні (офлайн у значенні відкладеної в часі взаємодії). Визначено особливості використання вебінарів, онлайн-конференцій, інтернет-ліній, офіційних вебсайтів, електронних звернень, електронних петицій, опитувань, краудсорсингових платформ, блогів, соціальних мереж і відеоканалів. Акцентовано увагу на потенціалі зазначених інструментів для забезпечення відкритості, підвищення доступності інформації, оперативності комунікацій та формування ефективного зворотного зв'язку між учасниками взаємодії. Виявлено проблемні аспекти цифрових комунікацій, пов'язані з імітацією партнерства, обмеженим урахуванням громадських пропозицій, недостатньою результативністю окремих форм електронної участі та потребою в належній організаційно-технічній підготовці. Обґрунтовано, що ефективність некомерційних взаємодій залежить не лише від доступності цифрових каналів, а й від реального використання отриманих пропозицій, якості комунікаційних процесів і готовності суб'єктів до співпраці. Зроблено висновок про доцільність комплексного застосування цифрових інструментів некомерційної взаємодії як передумови посилення інформаційної відкритості, розвитку партнерських відносин та створення сприятливих умов для інноваційного розвитку.

Ключові слова: некомерційні взаємодії, інтегровані комунікації, цифрове середовище, інноваційний розвиток, цифрові комунікації, зворотний зв'язок, краудсорсинг, соціальні мережі, публічне управління

https://doi.org/10.31891/mdes/2026-22-31

Стаття надійшла до редакції / Received 02.10.2026
Прийнята до друку / Accepted 26.10.2026
Опубліковано / Published 12.11.2026

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons CC-BY 4.0

© ШПИЛЬОВА Віра, БОГУСЛАВСЬКА Світлана, КУЦЕНКО Борис

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Сучасні трансформації соціально-економічних відносин супроводжуються активним поширенням цифрових технологій, які змінюють способи комунікації та взаємодії між органами влади, суб'єктами господарювання і суспільством. Інтернет-середовище створює нові можливості для обміну інформацією, залучення зацікавлених сторін до обговорення суспільно значущих питань, формування спільних ініціатив і забезпечення оперативного зворотного зв'язку. За таких умов некомерційні взаємодії набувають особливого значення як механізм координації інтересів різних учасників соціально-економічних процесів.

Водночас розширення цифрових каналів комунікації саме по собі не гарантує підвищення ефективності взаємодії. Проблемними залишаються формальний характер окремих комунікаційних практик, імітація партнерства, недостатнє врахування пропозицій громадян та обмежена результативність деяких інструментів електронної участі. Це зумовлює необхідність розмежування формального інформування та реальної взаємодії, що передбачає діалог, узгодження інтересів і залучення учасників до спільного вироблення рішень.

Актуальність дослідження посилюється потребою в систематизації сучасних форм некомерційної взаємодії та інтегрованих комунікацій, визначенні їхніх можливостей і обмежень, а також обґрунтуванні ролі цифрових інструментів у створенні умов для інноваційного розвитку. Особливого значення набуває вибір комунікаційних форматів відповідно до цілей взаємодії, характеристик цільової аудиторії та необхідного рівня її залучення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематиці цифрових комунікацій і некомерційних взаємодій та електронної участі громадян досліджується в межах теорій електронного урядування, цифрової демократії та публічного управління, зокрема значної низки зарубіжних науковців таких як Ендрю Чедвік, Енн Макінтош, Елізабет Девенпорт

Особливу увагу приділено класифікації некомерційних взаємодій за рівнями їх реалізації - інформуванням, консультуванням, партнерством і публічним управліннямв дослідженнях Ангус Вайт, Вячеслава Луцкова а також за формами організації комунікацій - синхронною та асинхронною. Розглянуто функціональні можливості вебінарів, онлайн-конференцій, електронних звернень, петицій, опитувань, краудсорсингу, блогів і соціальних мереж. Окремо наголошено на значенні зворотного зв'язку, персоніфікації комунікацій та доступності цифрових каналів для розширення участі громадськості. Водночас у матеріалі порушено питання обмеженої результативності окремих форм електронної взаємодії. Зокрема, можливість висловлення громадської думки не завжди супроводжується її практичним урахуванням під час ухвалення управлінських рішень. Це свідчить про необхідність оцінювання цифрових комунікацій не лише за кількістю застосовуваних каналів або охопленням аудиторії, а й за якістю діалогу, рівнем залучення учасників та результатами спільної діяльності.

Важливим напрямом наукового пошуку є систематизація досліджень електронної участі, А.Голобородько , О.Гусєва, С.Легомінова у межах якої цифрові комунікації розглядаються як інструмент залучення громадян до планування, ухвалення та оцінювання управлінських рішень. (А.Голобородько , О.Гусєва, С.Легомінова). Разом із тим потребує подальшого опрацювання питання системного поєднання різних форм некомерційної взаємодії в межах інтегрованих комунікацій, а також визначення їхнього внеску в інноваційний розвиток суб'єктів економіки.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є систематизація сучасних форм некомерційних взаємодій та інтегрованих комунікацій у цифровому середовищі, визначення їхніх функціональних особливостей, переваг і обмежень, а також обґрунтування їхнього значення для формування ефективної взаємодії між органами влади, суб'єктами господарювання та суспільством у контексті інноваційного розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інтернет-середовище за рахунок своєї інтерактивності здатне трансформувати стереотипні практики некомерційних взаємодій суб'єктів економіки, у зв'язку з цим доцільним у рамках даного дослідження є розгляд сучасних форм інтернет взаємодій різних агентів. Особливістю сучасного характеру некомерційних взаємодій влади, бізнесу та суспільства, в тому числі й у цифровому середовищі, є практика імітації партнерської взаємодії. Тому важливим стає питання вибору форм взаємодії в інтернет-просторі, адже цей перелік форм зараз досить великий. Необхідно виділити такі рівні некомерційної взаємодії суб'єктів економіки: рівень інформування, рівень консультування, рівень партнерства та рівень публічного управління.

У загальному вигляді взаємодія суб'єктів економіки у цифровому середовищі може бути здійснена у двох формах: «асинхронної взаємодії», (онлайн) взаємодія у режимі реального часу, та асинхронної (офлайн) у відкладеної у часі взаємодіяї. Іншими словами, це синхронні та асинхронні форми взаємодії в інтернет-просторі, при цьому синхронність забезпечує миттєві обмінні процеси та високу оперативність, що є сприятливими умовами для високої продуктивності взаємодії. Зазначимо, що форма «онлайн» є складніше організованою, ресурсно витратною, оскільки взаємодії такого формату є тривалішими та передбачають інтенсивну комунікацію. Кожна з форм взаємодії в інтернет-просторі має види, які мають свої специфічні характеристики. Розглянемо кожен вид докладніше, почнаючи з переліку видів, що належать до форми онлайн.

У прагненні до інтеракції «тут і зараз» суб'єкти економіки ініціюють види онлайн-форми некомерційних взаємодій, до яких відносяться вебінари, онлайн-конференції, пряма лінія в інтернеті, наприклад, із представниками органів місцевої влади, які створюють можливість прямого спілкування особи (або кількох осіб) із цільовою аудиторією. Необхідно відзначити, що реалізація даних форматів взаємодії суб'єкти економіки вимагає від ініціаторів високого рівня підготовки: перш за все йдеться про технічну та змістовну сторону. У всіх трьох видах технічна підготовка призначена для перевірки зв'язку, якості звуку та відео. Технічна підготовка покликана запобігати збоям під час трансляції, що може стати бар'єром при взаємодії. Підготовка з погляду змістовного

аспекту пов'язана з постановкою мети і предмета взаємодії, з виробленням продуманої стратегії використання інструментарію програмного забезпечення та вбудовування їх у процедуру взаємодії.

Першочергове завдання онлайн-конференцій – це отримання відповідей від співрозмовника з використанням комунікаційних програм. У процесі спілкування ставиться завдання щодо спонукання суб'єктів некомерційних взаємодій до висловлювання своїх думок, хоча варто враховувати, що бувають ситуації, коли подібна взаємодія відхиляється від первісного предмета обговорення та локалізується навколо тих тем, які є важливими для безпосередніх учасників конференції.

Вебінар використовується у тих випадках, коли передбачається активна роль доповідача, хоча можливість кожного учасника виступити у його ролі не обмежується. Для підключення до вебінару потрібне певне програмне забезпечення – окрім відеозв'язку при організації вебінару формується спеціальний чат, де учасники можуть обмінюватися текстовими повідомленнями та іншими матеріалами. Незважаючи на те, що сервіси для здійснення відеозв'язку шляхом вебінару розраховані на обмежену кількість осіб (переважно до 250 учасників), його запис за відсутності спеціальних обмежень може бути поширений в мережі. Якщо вебінар реалізується переважно на рівні консультування, то онлайн-конференція орієнтована на партнерський рівень взаємодії. Цей вид вимагає опрацювання структури та переліку питань як з боку організаторів, так і з боку учасників конференції.

Новим видом синхронної взаємодії в інтернет-просторі для суб'єктів некомерційних взаємодій стає пряма лінія з актуальних питань, що здійснюється шляхом інтернет-з'єднання, що потребує менших фінансових витрат та забезпечує велике охоплення аудиторії. Відмінність цього виду взаємодії від сервісу електронних звернень полягає у оперативній підготовці відповідей.

Загалом збільшення кількості онлайн-конференцій та вебінарів, а також застосування в практиці некомерційних взаємодій прямих інтернет-ліній свідчить про підвищення відкритості влади або бізнесу, хоча треба розуміти, що, як і у випадку з електронними опитуваннями, при реалізації подібної «асинхронної форми взаємодії» не всі пропозиції, висловлені учасниками з числа громадян, можуть бути прийняті та реалізовані в результаті. Іншими словами, більшість видів некомерційних взаємодій як «асинхронна форма взаємодії, так і «офлайн» надають населенню в ході взаємодії можливість висловити свою думку, але сама практика взаємодії, наприклад, з владними структурами в інтернет-просторі не завжди орієнтована на активне використання пропозицій від населення.

Види взаємодії у межах форми «офлайн». Найбільш поширеною практикою на сьогоднішній день є використання сайту в якості майданчика для некомерційної взаємодії суб'єктів економіки. Справа в тому, що на сайті завжди можна розмістити всю необхідну інформацію, супроводжуючи її за потребою фотографіями, схематичними зображеннями та анімацією. При цьому до офіційних сайтів суб'єктів економіки висувається чимало вимог: вони мають бути інформативними, доступними, інтерактивними, простими за навігацією.

Основним видом відкладеної некомерційної взаємодії, реалізованої у вигляді офіційних електронних сервісів, вважатимуться надання державних послуг у електронному вигляді. Важливою перевагою такої взаємодії як для органів місцевої влади, так і для населення є зменшення ресурсних витрат у процесі надання державних послуг (наприклад, зниження часу, що витрачається, мінімізація кількості документів). Надання, зокрема, державних послуг в електронному форматі – це можливість отримання громадянами муніципальних послуг без відвідування органів місцевої влади. При цьому перелік послуг зараз досить широкий. Однак, принциповою відмінністю сучасного етапу розвитку є вже не збільшення числа послуг, а підвищення якості їх надання з погляду досвіду користувача.

Асинхронна некомерційна взаємодія між суб'єктами економіки у цифровому середовищі може реалізовуватись і через такий звичний сервіс як електронна пошта – листування між ними має відкладений і переважно нерегламентований характер. Тому листування з використанням електронної пошти підходить переважно для персонального «адресного» спілкування.

Особливим видом некомерційної взаємодії таких суб'єктів економіки, як органи місцевої виконавчої влади та населення у цифровому середовищі, є взаємодія за допомогою сервісу електронних звернень або інтернет-приймальної (цей вид може бути представлений як сервіс на офіційному сайті органу виконавчої влади, або бути самостійним порталом). Так А. Чедвік обґрунтовує значення інформаційно-комунікаційних технологій для розвитку електронної демократії, залучення громадськості до формування державної політики та вдосконалення публічних послуг [1]. Енн Макінтош (Ann Macintosh), Елізабет Девенпорт (Elisabeth Davenport),

Анна Маліна (Anna Malina) та Ангус Вайт (Angus Whyte) досліджують можливості застосування технологій для підтримки партисипативної демократії та залучення громадян до процесів ухвалення суспільно значущих рішень [2, 3]. Крім відправлення звернення за допомогою електронної приймальні можна ознайомитися зі статистикою звернень, що вже надійшли, їх розподілом за певними ознаками. Інтернет-приймальна дозволяє подати звернення, переглянути заявнику стан та перебіг його розгляду.

Особливої популярності на даний момент набуває такий вид відкладеної в часі взаємодії населення з владними структурами, як подача електронних петицій. Даний вид є вигідним для обох суб'єктів взаємодії: населення не лише інформує органи влади про проблеми, а й може запропонувати шляхи їх вирішення, що забезпечує ефективний зворотний зв'язок між ними. Під петицією зазвичай розуміють колективне, належним чином оформлене звернення групи населення до органів влади з проханням вирішити те чи інше актуальне питання [4]. Однак портали, за допомогою яких відбувається подача петиції, мають різний ступінь анонімності та ефективності, навіть результативність поданих звернень фахівці оцінюють по-різному. Для одних результативність полягає у вирішенні проблеми, описаної в петиції, для інших – у приверненні великої уваги та суспільної реакції.

Вивчення громадської думки, як некомерційної взаємодії суб'єктів економіки, здійснюється за рахунок таких видів комунікацій, як електронне голосування за проєкт або громадянську ініціативу та участь в електронному опитуванні. Опитування громадян є ефективним засобом виявлення думки населення: незважаючи на необхідність ретельних підготовчих заходів, опитування є досить доступним видом некомерційних взаємодій у цифровому середовищі, адже при якісній роботі фахівців від громадянина потрібен мінімальний набір дій.

Зарубіжні автори [6] називають електронні опитування аналогом місцевих референдумів і розглядають як основний вид взаємодії місцевого населення та органів влади. Дослідження Е. Макінтош, Томаса Гордона (Thomas Gordon) та Аластера Рентона (Alastair Renton) присвячене використанню аргументаційних інструментів для вдосконалення електронних консультацій і підвищення якості участі громадян у суспільному діалозі [5].

Щодо практики некомерційних взаємодій на місцевому рівні влади в нашій країні, слід зазначити, що такі опитування не стали широко поширеними. Проблема полягає ще й у тому, що опитування як вид взаємодії не має юридичної сили, а отже, не зобов'язує органи влади до конкретних дій.

Реалізація взаємодії між такими суб'єктами економіки, як органи місцевої виконавчої влади та населення на рівні публічного управління стає можливою завдяки поширенню ще одного виду взаємодії в цифровому середовищі – краудсорсингу, який можна визначити як залучення добровольців з-поміж населення для вирішення поставленого завдання (найрізноманітнішої тематики) через інтернет-платформу, спеціально створену за ініціативою органу влади або за його участю.

Велике значення у реалізації краудсорсингу як виду некомерційної взаємодії органів місцевої виконавчої влади та населення має система мотивації: якщо для представників органів виконавчої влади цілі їх участі у цьому процесі зводяться до вирішення посадових завдань, то для громадян мотиви можуть бути різноманітнішими. Наприклад, особиста зацікавленість може бути пов'язана або з самореалізацією, або з бажанням отримати матеріальну винагороду. Досвід реалізації краудсорсингових проєктів за кордоном дозволяє виявити ще один вид особистої мотивації учасників: згадка нагород, отриманих за успішне вирішення поставлених завдань, є добрим доповненням до особистого резюме, сприяє привернення уваги потенційних роботодавців.

Блоги та мікроблоги суб'єктів економіки, а також їхні акаунти в соціальних мережах дозволяють отримати охоплення аудиторії, що важко досягти за допомогою класичних видів некомерційної взаємодії за межами інтернет-простору. До основних переваг такого виду взаємодії слід віднести безпосередню інтерактивність, адже його технічна складова створює сприятливі умови для якісного та оперативного зворотного зв'язку між суб'єктами таких взаємодій.

Блог – це веб-сайт, основний зміст якого складають записи, що регулярно додаються, у вигляді тексту, зображення або мультимедіа. Особливість онлайн-щоденників полягають у тому, що вони публічні та припускають сторонніх читачів, які мають можливість коментувати зміст блогу. Це дозволяє організувати у блозі відкритий діалог як двосторонню взаємодію. Крім доступності (блог не вимагає спеціальних технічних знань або матеріальних витрат) та необмеженості в обсязі та вигляді повідомлень даний вид взаємодії дозволяє і автору, і відвідувачу блогу висловлювати свої думки, погляди та ідеї публічно.

Що важливо, блог персоніфікований, тому пов'язаний з особистістю його автора. Усвідомлення аудиторією, що автор повідомлення – конкретна людина (або група людей), яка не залежить від редакційної політики чи тиску владних структур, викликає високу довіру до інформації, розміщеної в блогах. Персоніфікація блогів є позитивним фактором, що сприяє зближенню суб'єктів некомерційних взаємодій внаслідок того, що взаємодія відбувається не між абстрактними установами, а конкретними особами.

Отже, блоги зараз виступають в якості найперспективніших видів некомерційної взаємодії у цифровому середовищі. Саме блоги розкривають потенціал публічної сфери: суб'єкти некомерційних взаємодій можуть брати участь у повністю відкритих дебатах за умови повного доступу до інформації.

Досить перспективним видом некомерційних взаємодій у цифровому середовищі є взаємодія за допомогою соціальних мереж. Соціальні мережі характеризуються такими інституційними ознаками:

- наявністю користувачів (індивідів, соціальних груп), які вступають у відносини;
- наявністю норм та розпоряджень, що регулюють взаємодії (бан, лайки, дислайки);
- наявністю відносно формалізованої ієрархічної структури інтернет-взаємодії (інтернет-практик), вираженої в системі статусів та ролей.

Соціальні мережі здатні впливати на громадську думку і, більше того, об'єднувати людей для спільних дій, тобто ставати майданчиками, на яких можуть здійснюватись некомерційні взаємодії. Доступ до соціальних мереж в суспільстві є практично у кожного індивіда. Отже, соціальні мережі поряд із персональним сайтом є ефективним майданчиком для некомерційних взаємодій суб'єктів економіки у цифровому середовищі, що дозволяє інформувати їх про новини, запрошувати на заходи, коментувати та отримувати зворотний зв'язок. Звернення суб'єктів некомерційних взаємодій до соціальних мереж дозволяє одразу вирішити дві проблеми: покращити їх імідж та налагодити взаємодію у доступному для широких мас форматі. Можна виділити наступні причини, через які доцільно вести акаунти у соціальних мережах:

1) соціальні мережі – відмінний канал зворотного зв'язку, що дозволяє проводити моніторинг реакції користувачів на ту чи іншу дію;

2) соціальні мережі полегшують збирання пропозицій та визначення ініціатив, які найбільшою мірою підтримуються суспільством;

3) публічність та зростання інформаційної відкритості призводить до підвищення рівня довіри різних суб'єктів економіки до некомерційних взаємодій;

4) завдяки можливості републікації (практики репостів) у більшості соціальних мереж, найпопулярніша інформація поширюється з великою швидкістю.

Ще одним сучасним видом інтернет-взаємодії є взаємодія за допомогою власних каналів YouTube: завдяки відеосюжетам суб'єкти некомерційних взаємодій можуть поділитися соціальними проєктами, ідеями або своїми пропозиціями щодо того чи іншого питання.

Таким чином, некомерційні взаємодії суб'єктів економіки на краудсорсингових майданчиках, каналах на YouTube, у блогах та мікроблогах, соціальних мережах можуть здійснюватися як у формі «онлайн», так і «офлайн». Такі взаємодії є організованим у цифровому середовищі процесом спільної діяльності, що реалізується у двох формах і на кількох рівнях взаємодії, та можуть відбуватися у синхронному та асинхронному форматах, які представлені цілим рядом конкретних видів взаємодії, що реалізуються в електронному середовищі. Кожен із видів некомерційної взаємодії має ряд переваг та недоліків, що визначають їх роль у процесі взаємодії суб'єктів економіки. Їхнє застосування є в сучасних умовах необхідним і вимагає продуманих дій.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Проведене дослідження засвідчило, що цифрове середовище створює широкі можливості для розвитку некомерційних взаємодій між органами влади, суб'єктами господарювання та суспільством. Різноманітність цифрових каналів комунікації дає змогу реалізовувати взаємодію на рівнях інформування, консультування, партнерства та публічного управління, використовуючи синхронні й асинхронні формати.

Встановлено, що вебінари, онлайн-конференції, електронні звернення, петиції, опитування, краудсорсингові платформи, блоги та соціальні мережі відрізняються за призначенням, рівнем інтерактивності, ресурсними вимогами та можливостями залучення учасників. Їх комплексне

використання сприяє розширенню доступу до інформації, підвищенню оперативності комунікацій і формуванню каналів зворотного зв'язку.

Водночас наявність цифрових інструментів не є достатньою умовою ефективної взаємодії. Важливими проблемами залишаються формалізація комунікаційних процесів, імітація партнерських відносин та недостатнє врахування пропозицій учасників. Тому результативність цифрової взаємодії доцільно оцінювати з урахуванням не лише доступності каналів комунікації, а й реального впливу отриманих пропозицій на ухвалення рішень та організацію спільної діяльності.

Отже, сучасні форми некомерційних взаємодій та інтегрованих комунікацій є важливим інструментом розвитку відкритих і партнерських відносин у цифровому середовищі. Їх цілеспрямоване застосування створює організаційні та комунікаційні передумови для обміну знаннями, узгодження інтересів і формування сприятливого середовища для інноваційного розвитку. Цифрове середовище представляє собою високотехнологічний майданчик для організації сучасних ефективних некомерційних взаємодій суб'єктів економіки. За рахунок використання можливостей інтернет-простору система некомерційних взаємодій стає більш гнучкою і швидко адаптується до нових умов, що зберігає стабільність у змінних соціально-економічних умовах. Водночас безпосередній вплив таких взаємодій на інноваційні результати потребує окремого емпіричного дослідження. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розроблення методичних підходів до оцінювання ефективності некомерційних взаємодій та інтегрованих комунікацій у цифровому середовищі. Особливу увагу варто приділити визначенню показників якості зворотного зв'язку, рівня залучення зацікавлених сторін, результативності електронних консультацій і ступеня врахування пропозицій учасників під час ухвалення рішень. Перспективним напрямом є також дослідження можливостей інтеграції цифрових комунікаційних інструментів у процеси управління інноваційним розвитком підприємств ІКТ. Це дасть змогу конкретизувати механізми використання некомерційної взаємодії для обміну знаннями, розвитку партнерств і формування інноваційних ініціатив, а також визначити організаційні умови, за яких цифрові комунікації забезпечуватимуть вимірювані результати.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Chadwick A., May C. Interaction between States and Citizens in the Age of the Internet: "e-Government" in the United States, Britain, and the European Union. Governance. 2003. Vol. 16, No. 2. P. 271–300. DOI: https://doi.org/10.1111/1468-0491.00216.

2. Chadwick A. Bringing E-Democracy Back In: Why It Matters for Future Research on E-Governance. Social Science Computer Review. 2003. Vol. 21, No. 4. P. 443–455. DOI: https://doi.org/10.1177/0894439303256372.

3. Macintosh A., Davenport E., Malina A., Whyte A. Technology to Support Participatory Democracy. Electronic Government: Design, Applications and Management / ed. by Å. Grönlund. Idea Group Publishing, 2002. P. 226–248. DOI: https://doi.org/10.4018/978-1-930708-19-8.ch011.

4. Луцков В. О. ПРАКТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЕЛЕКТРОННОЇ ПЕТИЦІЇ ЯК ФОРМИ БЕЗПОСЕРЕДНЬОЇ УЧАСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ У ЗДІЙСНЕННІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ. УДК 352.075 https://doi.org/10.32689/2617-9660-2021-2(14)-160-168

5. Macintosh A., Gordon T. F., Renton A. Providing Argument Support for E-Participation. Journal of Information Technology & Politics. 2009. Vol. 6, No. 1. P. 43–59. DOI: https://doi.org/10.1080/19331680802662113.

6. Голобородько А.Ю., Гусєва О.Ю., Легомінова С.В. Цифрова економіка: підруч. / А.Ю. Голобородько, О.Ю.Гусєва, С.В. Легомінова, Київ: Видавництво ДУТ , 2020. 400 с.

7. Дмитрієва В. А. Онлайн технології в електронному бізнесі: навчальний посібник. Дніпро: Ліра, 2022. 178 с.

8. Ruus J. Democratic participation at the local level in post-communist states: Estonia, Latvia, Lithuania // VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. 2011. № 2. P. 268-269.

REFERENCES:

1. Chadwick, A., & May, C. (2003). Interaction between states and citizens in the age of the Internet: "e-Government" in the United States, Britain, and the European Union. Governance, 16(2), 271–300. https://doi.org/10.1111/1468-0491.00216

2. Chadwick, A. (2003). Bringing e-democracy back in: Why it matters for future research on e-governance. Social Science Computer Review, 21(4), 443–455. https://doi.org/10.1177/0894439303256372

3. Macintosh, A., Davenport, E., Malina, A., & Whyte, A. (2002). Technology to support participatory democracy. In Å. Grönlund (Ed.), Electronic government: Design, applications and management (pp. 226–248). Idea Group Publishing. https://doi.org/10.4018/978-1-930708-19-8.ch011

4. Lutskov, V. O. (2021). Praktyka zastosuvannia elektronnoi petytsii yak formy bezposerednoi uchasti terytorialnoi hromady u zdiisnenni mistsevoho samovriaduvannia v Ukraini [The practice of using electronic petitions as a form of direct participation of a territorial community in local self-government in Ukraine]. Ekspert: Paradyhmy yurydychnykh nauk i derzhavnoho upravlinnia, (2)(14), 160–168. https://doi.org/10.32689/2617-9660-2021-2(14)-160-168

5. Macintosh, A., Gordon, T. F., & Renton, A. (2009). Providing argument support for e-participation. Journal of Information Technology & Politics, 6(1), 43–59. https://doi.org/10.1080/19331680802662113

6. Holoborodko, A. Yu., Husieva, O. Yu., & Lehominova, S. V. (2020). Tsyfrova ekonomika [Digital economy]. Vydavnytstvo DUT.

7. Dmytriieva, V. A. (2022). Onlain tekhnolohii v elektronnomu biznesi [Online technologies in e-business]. Lira.

8. Ruus, J. (2011). Democratic participation at the local level in post-communist states: Estonia, Latvia, Lithuania. In T. Schiller (Ed.), Local direct democracy in Europe (pp. 268–289). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92898-2

MODERN FORMS OF NON-COMMERCIAL INTERACTIONS AND INTEGRATED COMMUNICATIONS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT AS DRIVERS OF INNOVATION DEVELOPMENT

SHPYLOVA Vira[1], BOHUSLAVSKA Svitlana[1], KUTSENKO Borys[2]
[1] Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine
[2] State University of Information and Communication Technology, Ukraine

The article examines modern forms of non-commercial interactions and integrated communications in the digital environment in the context of promoting innovation development. The importance of the Internet environment as an interactive space for establishing cooperation between public authorities, business entities, and society is substantiated. The main levels of non-commercial interaction are considered, including information provision, consultation, partnership, and public governance. Digital interaction formats are systematized according to the temporal organization of communication into synchronous and asynchronous forms. Particular attention is paid to the use of webinars, online conferences, Internet-based consultation services, official websites, electronic appeals, electronic petitions, surveys, crowdsourcing platforms, blogs, social networks, and video channels. The potential of these tools to enhance transparency, improve access to information, accelerate communication processes, and establish effective feedback mechanisms among stakeholders is highlighted. Key challenges associated with digital communications are identified, including simulated partnership, limited consideration of public proposals, the insufficient effectiveness of certain forms of electronic participation, and the need for adequate organizational and technical preparation. It is established that the effectiveness of non-commercial interactions depends not only on the availability of digital communication channels but also on the actual incorporation of stakeholder proposals, the quality of communication processes, and the willingness of participants to cooperate. The article concludes that the integrated application of digital tools for non-commercial interaction can strengthen information transparency, foster partnership relations, and create favorable conditions for innovation development.

Keywords: non-commercial interactions, integrated communications, digital environment, innovation development, digital communications, feedback, crowdsourcing, social networks, public governance.