

Нагірна О.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ PR-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

У сучасних умовах цифровізації бізнесу PR-менеджмент виступає ключовим елементом формування корпоративного іміджу, організації ефективної взаємодії з аудиторією та зміцнення лояльності клієнтів. Швидке поширення інформаційних технологій, соціальних мереж і новітніх цифрових платформ трансформує традиційні підходи до зв'язків із громадськістю та висуває нові вимоги до професійної підготовки PR-спеціалістів.

Процеси цифрової трансформації відкривають компаніям широкі можливості для вдосконалення PR-діяльності, дозволяючи точніше визначати очікування аудиторії, прогнозувати її поведінку та швидко реагувати на зміни у громадській думці. Підприємства, що ефективно інтегрують цифрові інструменти в PR-процеси, отримують конкурентні переваги, підвищують результативність комунікацій та забезпечують стабільне зростання та розвиток свого бренду.

Значення PR-активності підприємства полягає у забезпеченні максимальної задоволеності споживачів при одночасному підтриманні високих фінансових результатів, раціональному використанні ресурсів та виробничо-технічного потенціалу, а також стимулюванні соціально-економічного розвитку. Відтак, сприйняття покупцем діяльності компанії може розглядатися як: по-перше, фактор, що формує передумови та стимулює розвиток виробничо-господарських процесів; по-друге, індикатор поточного рівня задоволеності громадськості; по-третє, міра ефективності використання наявного потенціалу організації та оцінка перспектив її подальшого розвитку [1].

Сучасний розвиток PR-сфери визначається новими напрямками, які змінюють функції PR-фахівців та стимулюють стейкхолдерів до більшої обізнаності й обережності в цифровому середовищі. Значною мірою ці трансформації зумовлені появою сучасних Інтернет-технологій, що швидко здобувають популярність серед користувачів і водночас стають новими платформами для PR-діяльності. До таких технологій належать блоги, онлайн-форуми, RSS-стрічки (Rich Site Summary, також відомі як «канали» або «веб-стрічки»), подкасти та інструменти пошукової оптимізації (SEO – search engine optimization) [3].

Тому сучасним компаніям доцільно інвестувати у створення власних корпоративних медіаресурсів, які дозволяють публікувати ексклюзивний контент та одночасно виконують функцію постійного каналу комунікації і інструменту реалізації PR-технологій. Такі медіа виступають посередниками у взаємодії між організацією та її аудиторією, сприяють формуванню та зміцненню позитивного іміджу компанії, а також забезпечують майданчик для безперервного діалогу. Згідно з дослідженнями, корпоративні медіа нині посідають друге місце у світі за темпами розвитку серед комунікаційних інструментів після онлайн-реклами [2].

Штучний інтелект та автоматизація посідають ключове місце у сучасному PR-менеджменті, оскільки вони забезпечують оптимізацію рутинних завдань, створення персоналізованого контенту, швидкий аналіз великих обсягів інформації та масштабування комунікаційних стратегій без зниження їх якості. Це дозволяє PR-спеціалістам зосередитися на стратегічному плануванні та розробці креативних рішень, що суттєво підвищує ефективність управління репутацією організації.

Таким чином, використання цифрових технологій, аналітичних інструментів, інтерактивних платформ та інноваційних рішень дозволяє компаніям адаптувати комунікаційні стратегії до швидких змін, підвищувати їх ефективність і сприяти стабільному розвитку бренду. У цифрову епоху успішна PR-діяльність базується на персоналізації контенту, своєчасному реагуванні на інформаційні виклики та комплексному управлінні репутацією в онлайн-середовищі.

Література:

1. Губіна А. М., Нетреба М. М., Хлебнікова Т. М. (2021). Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. *Наукові перспективи*. № 11 (17).С. 258–269. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39319/1/A_Hubina_M_Netreba_T_Khliebnikova_Scientific%20Perspectives_11_17_2021.pdf
2. Тодорова О., Олтаржевський Д. Корпоративні медіа: факти, динаміка розвитку та тренди. URL: http://acmu.com.ua/presscenter/articles/OltarzhewskiMedia/#_ftn4
3. The Positive & Negative Effects of Technological PR. URL: <http://smallbusiness.chron.com/positive-negative-effects-technological-pr-20928.html>.