

Анастасія ШАРАВАРНИК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Менеджмент», ЗУНУ

Науковий керівник – Наталія КОТИС, канд. екон. наук,
доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу
Західноукраїнського національного університету

СУЧАСНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах розвитку економіки підприємства функціонують у середовищі високої конкуренції, швидких технологічних змін та постійної трансформації споживчих потреб. За таких умов важливого значення набуває не лише якість продукції чи послуг, а й здатність підприємства формувати позитивний імідж, підтримувати ефективні комунікації із цільовими аудиторіями та забезпечувати високий рівень довіри до власного бренду. Саме тому сучасні PR-технології стають важливим інструментом управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки сприяють підвищенню репутаційного капіталу та зміцненню позицій підприємства на ринку.

У сучасній науковій літературі PR-технології розглядаються як система комунікаційних заходів, спрямованих на формування позитивної громадської думки, підтримку ділової репутації підприємства та встановлення довгострокових взаємовигідних відносин із різними групами стейкхолдерів [1, с. 68-69]. На відміну від традиційної реклами, PR-технології мають більш комплексний характер, оскільки охоплюють не лише просування товарів чи послуг, а й управління іміджем, комунікації, розвиток корпоративної культури та підтримку соціальної відповідальності бізнесу [2, с. 86].

Конкурентоспроможність підприємства значною мірою залежить від рівня його репутації та довіри з боку споживачів, партнерів і суспільства загалом. У сучасних умовах споживачі дедалі більше звертають увагу не лише на характеристики продукції, але й на цінності компанії, її соціальну позицію, відкритість та комунікаційну активність. Саме тому підприємства активно

використовують PR-технології для формування позитивного інформаційного середовища та підтримки власного бренду.

Однією з найбільш поширених сучасних PR-технологій є цифровий PR, який базується на використанні інтернет-ресурсів, соціальних мереж, онлайн-медіа та цифрових платформ для комунікації із цільовою аудиторією. Активний розвиток цифрових технологій суттєво змінив підходи до організації PR-діяльності, зробивши комунікації більш оперативними, інтерактивними та доступними. Соціальні мережі дозволяють підприємствам швидко реагувати на запити споживачів, підтримувати зворотний зв'язок та формувати лояльність клієнтів [3].

Важливим елементом сучасних PR-технологій є контент-маркетинг, який передбачає створення та поширення корисного інформаційного контенту для цільової аудиторії. Публікація експертних матеріалів, аналітичних статей, відео, презентацій та інформаційних повідомлень сприяє підвищенню авторитету підприємства та формуванню позитивного сприйняття бренду. Контент-маркетинг дозволяє підприємству позиціонувати себе як компетентного та надійного учасника ринку.

Суттєвий вплив на конкурентоспроможність підприємства має управління діловою репутацією. Репутаційний капітал сьогодні є одним із найцінніших нематеріальних активів підприємства, оскільки він безпосередньо впливає на рівень довіри клієнтів, інвестиційну привабливість та стабільність партнерських відносин. У зв'язку з цим підприємства активно використовують PR-технології для підтримки позитивного іміджу, мінімізації репутаційних ризиків та формування сприятливої громадської думки.

Особливої актуальності набувають антикризові PR-технології. В умовах економічної нестабільності, воєнних викликів та інформаційних загроз підприємства повинні бути готовими до оперативного реагування на кризові ситуації. Ефективна антикризова комунікація дозволяє мінімізувати негативні наслідки репутаційних криз, уникнути поширення недостовірної інформації та підтримати довіру до підприємства. Важливими складовими антикризового PR є відкритість комунікацій, оперативність інформування та прозорість управлінських рішень.

Значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє корпоративний PR, спрямований на формування позитивної внутрішньої атмосфери в колективі та розвиток корпоративної культури. Високий рівень внутрішніх комунікацій сприяє підвищенню мотивації персоналу, формуванню лояльності працівників та покращенню ефективності управління підприємством. Працівники, які поділяють цінності компанії та позитивно оцінюють її діяльність, стають важливими носіями корпоративного іміджу.

Важливим напрямом сучасних PR-технологій є розвиток соціальної відповідальності бізнесу. Підприємства, які беруть участь у соціальних, екологічних та благодійних проєктах, формують позитивне ставлення суспільства та підвищують рівень довіри до власного бренду. У сучасних умовах соціальна відповідальність стає не лише елементом репутаційної політики, а й важливою складовою конкурентної стратегії підприємства.

Попри значні переваги використання PR-технологій, у процесі їх впровадження підприємства стикаються з низкою проблем [4]. Однією з основних є недостатній стратегічний підхід до організації PR-діяльності, оскільки на багатьох підприємствах PR досі розглядається лише як допоміжний елемент маркетингу, що знижує ефективність комунікаційних заходів. Суттєвою проблемою також є недостатнє фінансування PR-діяльності, особливо на малих і середніх підприємствах, які не мають достатніх ресурсів для реалізації комплексних PR-кампаній та використання сучасних цифрових інструментів. Водночас у цифровому середовищі зростають інформаційні ризики, пов'язані зі швидким поширенням негативної інформації та відсутністю ефективної системи кризового реагування. Крім того, нестача кваліфікованих фахівців у сфері PR-комунікацій ускладнює ефективне використання сучасних PR-технологій у діяльності підприємств.

Для підвищення ефективності використання сучасних PR-технологій підприємствам доцільно впроваджувати комплексний підхід до управління комунікаційною діяльністю. Насамперед важливо інтегрувати PR у систему стратегічного управління

підприємством та забезпечити узгодження комунікаційної політики із загальною конкурентною стратегією.

Необхідним є також активне використання цифрових технологій, соціальних мереж та сучасних інформаційних платформ для підтримки ефективної взаємодії із цільовими аудиторіями. Важливу роль відіграє створення якісного контенту, який сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства та підвищенню рівня довіри споживачів.

Доцільним є посилення уваги до розвитку корпоративної культури, соціальної відповідальності бізнесу та антикризових комунікацій. Підприємства повинні формувати систему постійного моніторингу інформаційного середовища, оперативно реагувати на репутаційні ризики та підтримувати відкритість комунікацій.

Отже, сучасні PR-технології є важливим інструментом управління конкурентоспроможністю підприємства, оскільки сприяють формуванню позитивного іміджу, зміцненню ділової репутації, розвитку довгострокових відносин із цільовими аудиторіями та забезпеченню стійких конкурентних переваг. В умовах цифровізації економіки та зростання ролі інформаційних комунікацій ефективне використання PR-технологій стає необхідною умовою успішного функціонування та розвитку сучасних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Котис Н., Мацик В. Інноваційні підходи до організації комунікацій на ринку медичних послуг. *Інноваційна економіка*. 2022. №1 (90). С. 67-73 DOI: 10.37332/2309-1533.2022.1.9
2. Васильченко М.І., Гришко В.В. Комунікативний менеджмент: навчальний посібник. Полтава: ПолтНТУ. 2018. 208 с.
3. Олійнич С., Іліка Г. Різновиди сучасних PR-технологій. URL: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/market/4448-riznovidi-suchasnikh-pr-tekhnologij.html>
4. Справжня проблема PR, яку має знати кожен бренд URL: <https://imcwire.com/uk/pr-problem-meaning-and-how-to-handle-it/?srsltid=AfmBOoqdHC1AxFq-FD2lZTkflUhU5ep8DOV-N8P4ZKEN-3iru8ADI5EY>