

Пазюра Н. В.
студент ФММ;
Дергачова Г. М.
канд. екон. наук, доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського», м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0003-4005-4452

ВПЛИВ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ НА PR-СТРАТЕГІЇ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ У 2024 РОЦІ

У сучасному світі, у 2024 році українські компанії переживають потребу у перегляді та модифікації своїх стратегій у сфері PR. Це необхідно через зміни у глобальному маркетинговому та комунікаційному середовищі, яке постійно еволюціонує. З метою виявлення та осмислення цих глобальних тенденцій та їх впливу на стратегії PR українських компаній, пропонується проведення аналізу найсуттєвіших змін та їх впливу на підходи до комунікаційної політики в умовах сучасного бізнес-середовища.

Наукова спільнота вже звернулася до дослідження впливу глобальних тенденцій на PR-стратегії компаній у різних країнах. Наприклад, Європейська Бізнес Асоціація провела третю хвилю щорічного опитування серед фахівців сфери маркетингу та комунікацій членських компаній, згідно з яким сучасна ситуація в світі, включаючи політичні, економічні та соціокультурні аспекти, має значний вплив на способи, якими компанії взаємодіють зі своїми клієнтами та громадськістю в цілому. Спрощення доступу до інформації, швидкість комунікації та відсутність географічних бар'єрів роблять PR-стратегії важливим інструментом для підтримки репутації та розвитку бренду. Крім того, підвищена увага до екологічних та соціальних питань ставить під сумнів традиційні підходи до PR, вимагаючи від компаній більшої відкритості та відповідальності. Зокрема, розвиток діджитал-каналів, зростання значення соціальної відповідальності та зміни в способах сприйняття інформації у суспільстві впливають на стратегії PR та маркетингу компаній. Важливо розуміти, які тенденції формуються на міжнародному рівні, щоб адаптувати стратегії під нові умови та зберегти конкурентоспроможність на ринку [1].

Сучасний контекст українського PR-простору у 2024 році відображає необхідність реагування на глобальні тенденції в умовах війни. У інтерв'ю всеукраїнського інформаційно-аналітичного порталу UA.News із співвласниками агенції Name PR зазначено, що війна в Україні суттєво впливає на стратегії PR компаній, вимагаючи від них активної адаптації та переосмислення підходів. Один з ключових аспектів, що наголошується в українських компаніях, це соціальна відповідальність. Спостереження показують, що підтримка військових та патріотичні цінності стають основними напрямками в їх PR-стратегіях. Виокремлення цих аспектів не лише сприяє формуванню позитивного іміджу, а й відображає загальну підтримку українського народу.

Інший важливий аспект – співпраця з медіа та інфлюенсерами. За допомогою цих каналів комунікації компанії намагаються максимально ефективно донести свої повідомлення до аудиторії, зокрема, через підтримку соціальних та благодійних ініціатив. Аналіз глобальних тенденцій показує, що українські компанії постійно шукають нові інструменти та стратегії для просування своїх продуктів і послуг. Зокрема, розробка нових соціальних мереж та платформ, які надають можливості для інноваційних PR-кампаній [2].

Висновок. З аналізом глобальних тенденцій у сфері PR виділяються ключові виклики для українських компаній у 2024 році. Зміни у політичній, економічній та соціокультурній ситуації впливають на способи взаємодії компаній з клієнтами та громадськістю. Соціальна відповідальність стає ключовим аспектом у контексті війни та трансформацій. Підтримка військових та патріотичних цінностей стає важливою складовою PR-стратегій. Співпраця з медіа та інфлюенсерами стає ефективним засобом комунікації. Розвиток нових соціальних мереж та платформ надає можливості для інновацій у PR-кампаніях.

Список використаних джерел

1. Розвиток діджитал та впізнаваності: що в пріоритеті PR- та маркетинг-фахівців у 2024 році. 2024. URL: <https://is.gd/UMRmYQ> (дата звернення: 22.03.2024).
2. Як зміниться піар у 2024 році? Розповіли Тіна Завадська та Руслан Бессонний, співвласники агенції Name PR у новому інтерв'ю. 2024. URL: <https://ua.news/ua/money/kak-ymenytsya-pyar-v-2024-godu-rasskazaly-tyna-zavadska-y-ruslan-bessonnyj-sovladetsy-agentstva-name-pr-v-novom-yntervyu> (дата звернення: 23.03.2024).