

ЗАСТОСУВАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Михайловська М. О.

Національний авіаційний університет, Київ

Науковий керівник: Кулинич Олександра Іванівна

Піар (PR, Public Relations) – це технологія або комплекс заходів, спрямований на формування або підтримку певної репутації та громадської думки щодо конкретної компанії, організації або приватної особи. В перекладі з англійської, термін «Public Relations» або скорочено «PR», означає: «Публічні Відносини» або, більш звичний для нас термін «Зв'язок з громадськістю».

В умовах постійних соціальноекономічних змін, які відбуваються на фоні глобальних світових процесів, при появі великих корпорацій, в інформаційному суспільстві та гнучкому соціумі, спостерігається значні перетворення в економіці, політиці та соціокультурних відносинах.

Ці зміни змушують компанії адаптуватися до сучасного ритму життя. До цього держава виступала посередником між суспільством та організаціями, але сьогодні компаніям необхідно перш за все орієнтуватися на лояльних споживачів.

На сучасному етапі статус компанії визначається місцем, яке вона займає в потоках масової інформації. В 21 столітті як ніколи раніше проявляється феномен нової громадської думки. Успіх в політиці, економіці або духовній сфері життя прямо пов'язаний з підтримкою їх широкою громадськістю. Урахування впливу громадської думки зростає із розвитком ринкових відносин, зміцнення демократичних інститутів і становлення громадянського суспільства.

Сьогодні, у вік інформації, демократії та розвинутої громадської думки як найважливішого інструменту громадянського суспільства, кожній організації необхідно звернути увагу на велике значення громадської думки. PR - це багатоаспектна діяльність з реалізації цілей, незалежно від сфери, хоч у бізнесі, в органах державної чи місцевої влади, у соціальній сфері або в міжнародних відносинах, це низка власних концептуальних функцій, які можна розглядати як функції управління. Необхідним є відзначення цінності PR крізь призму громадської думки, що становить предмет вивчення та аналізу публік рілейшнз.

Громадська думка заявила про себе як могутня самостійна сила в кінці ХХ століття. Саме вона дає змогу перейти до діалогу у відносинах населення і різних структур суспільства. Адже в демократичному

суспільстві неможливі будь-які суттєві зміни без вивчення громадської думки й погодження з громадянським суспільством.

Сьогодні PR-діяльність включає в себе сукупність різних практик. Це – управління іміджем компанії, прес-посередництво, організація різноманітних заходів, корпоративні комунікації та багато іншого, що спрямовано на взаємовигідні відносини як з персоналом, так і з клієнтами, партнерами та іншої аудиторією.

Постійно вивчати явища і процеси суспільного життя, моніторити соціальне оточення – це перший і, можливо, один із найважчих кроків у процесі регулювання зв'язків із громадськістю. Аналіз ситуації, на відміну від формулювання проблеми (що являється коротким описом, зазвичай у вигляді одного речення або невеликого параграфу), є повним переліком всієї інформації про стан компанії, історію розвитку, внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на ситуацію. У повному аналізі має міститися вся вихідна інформація, необхідна для розуміння змісту проблеми. При аналізі ситуації, необхідно визначити складові проблеми. Цей процес повинен починатися з попереднього формулювання, після чого проводиться детальне вивчення ситуації, зібрані дані формулюються у досьє, яке включає дві окремі секції: внутрішні та зовнішні фактори

Список використаних джерел:

1. Березенко В.В. Перший етап активізації розвитку наукового знання про паблік рилейшнз в Україні (1991-1996 рр.) Поліграфія і видавнича справа. 2014. № 3.
2. About Public Relation. URL: <http://apps.prsa.org/AboutPRSA/publicrelationsdefined/>
3. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова С. В. Основи паблік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Х. : НТУ «ХПІ», 2015.
4. Паблік рілейшнз – ефективні комунікації в маркетингу. URL: http://stud.com.ua/48476/marketing/pablik_rileyshnz_efektivni_komunikatsiyi_marketingu.