

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ В УКРАИНЕ

Сегодня, в условиях стремительного развития маркетинговой деятельности, основное внимание уделяется маркетинговым коммуникациям. Важное место в их структуре занимают связи с общественностью. В современной литературе все чаще используется термин public relations (PR). PR – одна из инновационных составляющих современной экономики – в рыночной среде становятся самостоятельным конкурентоспособным направлением.

Связи с общественностью – это планируемая и длительная по времени совокупность действий, позволяющих влиять на общественное мнение и направленных на формирование и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и окружающей общественностью. Главная задача PR – изменить в свою пользу определенные мировоззрения людей. Специалисты по PR чаще всего выступают в роли советников или адвокатов своих клиентов. Кроме формирования положительного имиджа, в их обязанности входит участие в решении конкретных проблем, исправление неблагоприятной ситуации в целях минимизации последствий и т.д. [1].

Со времен Айви Ли, журналиста, которого считают одним из родоначальников PR-практики в США, PR претерпел значительные изменения, как в идеологической сфере, так и в сфере своей реализации. На сегодняшний день объем PR-бизнеса совершенно колоссален и все еще продвигается вперед. Транснациональные корпорации, повышение критериев высококлассной PR-практики, динамичное изменение потребностей целевого сегмента – все это стимулирует развитие PR-бизнеса. Собственно, PR и общество взаимно влияют друг на друга: изменяются ценности общества – меняется PR-стратегия, но эта-то стратегия впоследствии вполне может повлиять на очередное изменение общественной модели сознания [2].

К сожалению, выделяют ряд проблем, связанных с развитием PR-рынка в Украине:

1) нехватка программ обучения. Как следствие, ряды отечественных PR-специалистов пополняют специалисты по другим родственным сферам деятельности, - например, журналисты, - что предопределено такими их профессиональными компетенциями, как наличие связей в СМИ, умение правильно и грамотно готовить материалы для прессы, способность дискутировать с любой аудиторией;

2) работа в условиях дефицита рекламного бюджета, то есть вкладывание вложение денег в прямую рекламу, которая часто раздражает, пугает потребителя;

3) потребность совершенствования многих PR-технологий в соответствии с особенностями отечественного рынка. Все приемы современного PR, которые пришли в Украину с запада или из России, неплохо себя зарекомендовавши. Однако, стоит учитывать то, что отечественная аудитория имеет свой менталитет, а потому много программ необходимо дорабатывать и внедрять с учетом особенностей украинского потребителя [3].

Однако, преимуществом украинского PR является то, что он имеет возможность пропустить те этапы, которые западному миру нужно было проходить на протяжении длительного времени, не повторять его ошибок. Украинские специалисты в контексте успешного и активного развития отрасли имеют возможность наработать собственную базу знаний и усовершенствовать свою образовательную систему, приспосабливать методы в отрасли PR к особенностям своего общества [4].

Таким образом, главное, что поддержит и даст толчок к развитию современного пиара – это помощь со стороны государства и негосударственных программ по предоставлению необходимых знаний будущим специалистам. Это даст возможность еще больше развить творческий потенциал, внедрить еще не использованные идеи в жизнь. Исходя из этого, Public relations имеет право на существование, и, более того, требует новых идей и мыслей. Это дает основания утверждать, что рынок вакансий нуждается в специалистах, а как следствие - имеет возможность обеспечивать их работой. Создаются новые концепции и предлагаются новые пути повышения эффективности PR-кампаний, ведь в современном обществе PR проникает во все сферы публичной жизни.

Список литературы

1. Основные тенденции развития PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://studopedia.org/9-193302.html>
2. PR в современном обществе. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://pr-life.ru/pr-v-rossii/pr-v-sovremennom-obshchestve>
3. Бізнес — PR в українській економіці. Автори Лозова Л.О., Рошкулєць І. [Електронний ресурс] - Режим доступа: <http://intkonf.org/lozova-lo-roshkulets-i-nikulcha-v-a-biznes-pr-v-ukrayinskiy-ekonomitsi/>
4. Особливості функціонування PR-ринку в Україні. Автор Луцик У.М. [Електронний ресурс] – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65420.doc.htm

Научный руководитель: к.т.н., доц. Затхей В.А.