

## ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ПАРКУ

### PUBLIC RELATIONS AS A KEY ELEMENT OF PROGRESSIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL PARK

УДК 330.101.10

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct51-17>

**Вареник І.В.**

к.е.н., старший викладач  
кафедри економіки та управління  
Шосткинський інститут  
Сумського державного університету

**Щасна М.А.**

студент  
Шосткинський інститут  
Сумського державного університету

**Varenik Irina**

Shostka Institute of Sumy State University

**Schasna Maria**

Shostka Institute of Sumy State University

У статті розглянуто ефективність запровадження програми Public Relations у діяльність індустріального парку «Свема», що дасть можливість відшукати інвесторів, заручитися їхньою підтримкою, розширити масштаби виробництва, знайти потенційних споживачів, модернізувати сам промисловий комплекс у цілому. Це питання є досить актуальним, оскільки в сучасному ринковому просторі господарська діяльність усіх підприємств невідворотно пов'язана з галуззю Public Relations (PR). Вона є одним з основних складників ефективного функціонування будь-якої організації, передбачає створення належного іміджу фірми, якісно реалізує комунікативну політику й забезпечує величезну підтримку з боку інвесторів на макрорівні. Ефективна методика взаємодії з громадськістю сприяє підвищенню затребуваності тієї чи іншої господарської діяльності, зростанню її результативності, прибутковості та репутації на сучасних економічних просторах.

**Ключові слова:** публік релейшнз, імідж фірми, громадськість, індустріальний парк, ефективність, комунікаційна політика, репутація.

В статье рассмотрена эффективность внедрения программы Public Relations в

деятельность индустриального парка «Свема», что позволит найти инвесторов, заручиться их поддержкой, расширить масштабы производства, найти потенциальных потребителей, модернизировать сам промышленный комплекс в целом. Этот вопрос является весьма актуальным, поскольку в современном рыночном пространстве хозяйственная деятельность любой организации неразрывно связана с отраслью Public Relations (PR). Она является одной из основных составляющих эффективного функционирования любой организации, предусматривает создание надлежащего имиджа фирмы, качественно реализует коммуникативную политику и обеспечивает огромную поддержку со стороны инвесторов на макроуровне. Инвесторы, в свою очередь, заинтересованы в налаживании современных технологий и выпуске конкурентоспособной продукции по всему рыночному пространству. Эффективная методика стимулирует рост прибыли и улучшение репутации предприятий.

**Ключевые слова:** публік релейшнз, імідж фірми, громадськість, індустріальний парк, ефективність, комунікаційна політика, репутація.

*The article considers the effectiveness of the Public Relations program in the activities of the Svema industrial park, which will make it possible to find investors, attract their support, expand production, find potential consumers, and modernize the industrial complex as a whole. This issue is quite relevant, because in today's market space, the economic activity of all enterprises is inextricably linked with the field of "Public Relations" (PR). It is one of the main components of the effective functioning of any organization, provides for the creation of a proper image of the company, quality implementation of communication policy and provides great support from investors at the macro level. Investors, in turn, will be interested in establishing modern technologies and producing competitive products throughout the market space. Strong public relations helps to establish mutually beneficial relations with government agencies in order to implement various business projects, bringing them to a larger scale. An effective method of interaction with the public helps to increase the demand for a particular economic activity, increase its effectiveness, profitability and reputation in today's economic space. Managers of enterprises, in particular industrial parks, should aim to create strong support from Public Relations to ensure the dynamic development. Construction of communication processes with government organizations, business partners, potential sponsors will guarantee the progressive development of the Svema industrial park. The introduction of practical approaches that will affect the formation of a higher level of reputational capital of the industrial park, will contribute to a more effective development of the campaign, the formation of a positive image of the industrial complex, as well as business capitalization. Creating a clear strategy for the management of the industrial park, developing a methodology for communication with the media, building effective relationships with the media, controlling the flow of information for them - all this will guarantee the progressive development of the industrial park «Svema».*

**Key words:** public relations, company image, public, industrial park, efficiency, communication policy, reputation.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасної ринкової економіки з її змінними особливостями для підприємств різної форми власності, індустріальних парків украї необхідно створити міцну комунікаційну політику, тобто сферу, яка називається Public Relations. Розвиток професійного бізнесу тісно пов'язаний із концепцією публік релейшнз, її принципами у сфері створення сприятливих зовнішніх умов для формування ділової активності, без якої ризик може виявитися невірним, а мета буде не досягнута. Концепція публік релейшнз полягає у прояві зрілої і розвинутої культури підприємництва, певного стилю й іміджу фірми, манери поведінки керівника і персоналу між собою та суспільством. Важливими

проблемами багатьох організацій є неефективна комунікаційна політика з громадськістю, ЗМІ, відсутність індивідуального стилю фірми, неякісна стратегія поведінки управлінського персоналу, що призводить до зниження результативності, прибутковості, авторитетності і репутації підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Діяльність публік релейшнз (PR) виникла як один з інструментів управління суспільством дуже давно. Прообрази служб PR можна віднайти в Стародавній Греції, Стародавньому Римі, ще раніше – на Древньому Сході, у Китаї. Уперше офіційно сам вираз «публік релейшнз» ужив президент США Томас Джефферсон, коли в 1807 р. він в чернетці свого «Сьомого звернення

до Конгресу» вписав його замість викресленого «стан думки» [1, с. 25]. Вагомий внесок у розвиток концепцій паблік рилейшнз зробили такі відомі зарубіжні науковці, як Сем Блек, Френк Джефкінкс, Е. Бернайс, Аллен Сентор і Патрік Джексон, Айві Лі [2–5]. Розглядом феномену «паблік рилейшнз» в Україні та Росії займалися такі науковці, як Г. Почепцов, В. Королько, В. Бебик, В. Іванов, Р. Мендісаль, Є. Ромат, В. Моїсєєв, І. Альошина, Є. Блажнов, І. Синяєва, Т. Лебедева, І. Вікентьєв, А. Ульянич та багато інших учених.

Варто розібрати поняття теорій паблік рилейшнз із погляду деяких авторів. На думку С. Блека, паблік рилейшнз – це мистецтво і наука досягнення гармонії шляхом взаєморозуміння, заснованого на правді та повному інформуванні [2, с. 17]. Науковець Френк Джефкінкс зазначає, що паблік рилейшнз складається з усіх форм запланованих комунікацій ззовні та у межах організації, а також із громадськістю для реалізації специфічних цілей, спрямованих на досягнення взаєморозуміння. Згідно з теорією паблік рилейшнз Е. Бернайса, автор зауважує, що масами можна маніпулювати, звертаючись до їх підсвідомості.

Одним з ефективних способів управління промисловим комплексом є вдале використання тенденції паблік рилейшнз як одного з інструментів формування репутаційного капіталу, що формує міцні зв'язки між учасниками індустріальних парків та громадськістю, передбачає проведення різноманітних наукових симпозиумів, участь у соціальних благодійних заходах, пабліситі тощо [6].

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз самого поняття «паблік рилейшнз» як ключового елемента прогресивного розвитку індустріальних парків, як цінного складника механізму формування їхнього репутаційного капіталу; конструювання моделі індивідуальної програми паблік рилейшнз для індустріальних парків із метою ефективного впровадження її в практичну діяльність цих промислових комплексів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасне економічне середовище характеризується суттєвими змінами в механізмі функціонування підприємств. Саме тому створюються і впроваджуються нові технології, які оптимізують виробництво і забезпечують його організацію на найбільш розвинутому рівні в сучасному світовому господарстві. Застосовуються нові платформи для пошуку фінансових ресурсів із метою підтримки розвитку підприємств.

Удосконалення чинного апарату управління забезпечить ефективну роботу персоналу різних установ і комплексів, сприятиме стрімкому зростанню продуктивності праці та результативності діяльності. Підтримка міцних зв'язків із громадськістю гарантує формування гідної репутації організацій не лише на місцевому рівні, а й поза її

межами. Паблік рилейшнз виступає якісною платформою для пошуку інвесторів, діяльність яких у подальшому допоможе розвинути потенціал підприємств. Вони, своєю чергою, можуть збільшити масштаби свого виробництва і тим самим отримати більший прибуток.

Індустріальні парки є джерелом залучення до регіонів потужних інвесторів, провідних технологій, через що відбувається процес створення нових робочих місць і вагоме збільшення надходжень до бюджетів. Виступаючи найкращою формою ведення бізнесу, вони є ключем до високотехнологічного промислового виробництва окремих регіонів або країн у цілому.

В Україні створено 46 індустріальних парків, зокрема у місті Шостка Сумської області діє індустріальний парк «Свема». Підвищення його розвитку насамперед залежить від створення потужної маркетингової політики, фундаментом якої виступає паблік рилейшнз. Формування гідного іміджу, доброї репутації індустріального парку «Свема» сприятиме значному залученню інвестицій, розвитку малого і середніх бізнесів, продуктивному використанню місцевих природних та людських ресурсів і зростанню конкурентоспроможності у цілому.

Одним із головних напрямів діяльності служби паблік рилейшнз є зв'язок із пресою. На цю роботу керівництву індустріального парку «Свема» варто призначити спеціаліста, що матиме справу зі ЗМІ, або створити невеликий прес-центр. Наявна система зв'язків із громадськістю виконуватиме низку функцій, які гарантуватимуть підвищення результативності діяльності індустріального парку «Свема», зокрема це:

1. Ретельне вивчення партнерів і громадськості.
2. Створення і проведення PR-кампаній, круглих столів, ділових зустрічей, конференцій із використанням засобів масової інформації.
3. Забезпечення тиражування інформації в межах виконання рекламної роботи, необхідної для підтримки нормального клімату всередині організації й у громадському середовищі.
4. Проведення консультацій з організації, налагодження і здійснення відносин суб'єкта управління з громадськістю.

Відносини із засобами масової інформації для індустріального парку «Свема» є дуже важливими, оскільки вони висвітлюють якісні характеристики й можливості корпорації, створюють гідну репутацію не лише на мікрорівні. Ефективним методом просування іміджу індустріального парку «Свема» виступає презентація самого комплексу, його особливостей, досягнень і можливостей.

Загалом саме поняття «імідж», як зазначають Ф. Котлер та К.Л. Келлер, – це сприйняття компанії чи її товарів суспільством. Яскрава індивідуальність компанії дає їй змогу виділитися з числа

інших конкурентів, здійснює вплив на сприйняття товарів (послуг) споживачами, несе емоційні навантаження, впливає на розум та почуття покупців тощо [7, с. 348]. Імідж індустріального парку «Свема» здатний вплинути на рішення інвесторів, чий внесок допоможе керівництву модернізувати промисловий комплекс, збільшити масштаби виробництва, що, своєю чергою, принесе значний прибуток.

Паблік рилейшнз за своєю суттю нерозривно пов'язаний із функціями стратегічного менеджменту. Громадська думка, сформована внаслідок цілеспрямованої й ефективної дії спеціаліста з паблік рилейшнз, гарантує неабиякий успіх індустріальному парку «Свема».

Паблік рилейшнз за напрямом діяльності поділяється на зовнішній і внутрішній. Зовнішній PR зосереджений на встановленні тривалих партнерських відносин підприємства із зовнішнім світом, а внутрішній PR приділяє увагу зміцненню відносин у колективі самого підприємства, створенню цілісної команди. Саме залучення до свого штату працівників індустріального парку «Свема» провідного фахівця з паблік рилейшнз забезпечить ефективну діяльність кампанії у цілому.

Добра репутація індустріального парку «Свема» сформується за рахунок цілеспрямованої співпраці із засобами масової інформації, реклами його діяльності через Інтернет-ресурси, створення промороликів, завдяки яким збільшиться цільова аудиторія, а разом із цим і сукупний попит, і визнання вже на державному рівні, оскільки підтримка з боку урядових організацій сприятиме розвитку індустріального парку «Свема» у цілому.

Держава застосовує широкий спектр інструментів підтримки для індустріальних парків, а саме:

- здійснення інженерної підготовки ділянки, забезпечення постачання газу, електричної та теплової енергії, води;
- надання податкових і митних пільг та преференцій;
- забезпечення підготовки необхідних кваліфікованих кадрів, компенсація частини соціального страхування;
- надання доступу до транспортної та логістичної інфраструктури і навіть співфінансування інвестиційних проєктів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Аналізуючи викладене, можна сказати, що введення ефективної програми Public Relations у механізм функціонування індустріального парку «Свема» гарантуватиме його прогресивний розвиток у сучасних ринкових умовах. Це значно підвищить рівень репутаційного капіталу індустріального парку, сприятиме формуванню його позитивного іміджу, а також глобалізує масштаби виробництва, забезпечить конкурентоспроможність і збільшить прибутковість.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Честара Д. Паблік рилейшнз для всех и для каждого. Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2001. 336 с.
2. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навчальний посібник. Київ : Центр навч. л-ри, 2005. 352 с.
3. Смирницький Ю.Н. Бумаг – все больше, ценных – все меньше. *Бухгалтерия*. 2016. № 10. С. 73–81.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 814 с.
5. Панченко А.І. Про ефективність методів фінансування бізнес-проєктів. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2017. № 7. С. 61–68.
6. Філіпенко А.О. Фінансові перспективи України. *Економіка України*. 2015. № 6. С. 11–24.

#### REFERENCES:

1. Chestara D. (2001) Pablik rileishin dla vseh i kagdogo [Public relations for everyone and for everyone]. Moscow: fair-PRESS. (in Russian)
2. Krasnokutska N.S. (2005) Potensial pidpriemstva: formuvania ta ocinka [Enterprise potential: formation and evaluation]. Kyiv: CNL. (in Ukrainian)
3. Smirnitsky Y.N (2016). Bumag bolshe, cenih – men-she [Paper-more and more valuable – less]. *Accounting*, vol. 10, pp. 73–81.
4. Kotler F. (2008) Marketing Management [Marketing Management]. Saint-Petersburg: Piter. (in Russian)
5. Panchenko A.I.(2017) Pro efektyvnist finansuvania biznes proektiv [On the effectiveness of methods of financing business projects]. *Visnik Kiiivskogo national-nogo universitetu*, vol. 7, pp. 61–68.
6. Filipenko A.O. (2015) Finansovi perspektyvy Ukraini [Financial prospects of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, vol. 6, pp. 11–24