

# ДОКУМЕНТНО-ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА PR-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Людмила Дерев'янка, Світлана Дорошенко

*м. Полтава*

## КОРПОРАТИВНИЙ САЙТ ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ТА ЗАСІБ ПРЕЗЕНТАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Новітні цифрові технології динамічно змінюють і продовжують трансформувати суспільство на різних рівнях – від мікрорівня до світових масштабів. Постійний розвиток інформаційних технологій у всіх сферах суспільного життя формує нові види спілкування онлайн. Сучасні цифрові інструменти суттєво скорочують відстань між компаніями та аудиторією, уможливають персоналізування комунікації і вивчення поведінки споживачів для покращення продукту чи послуги.

Сучасні корпорації спрямовані на цифрове перетворення для підвищення конкурентоспроможності та розширення позначення бренду в інтернеті, тому розроблення ефективного вебсайту є для багатьох із них стратегічно значущим. Корпоративний сайт є специфічним зосередженням важливої інформації, інструментом взаємодії з клієнтами, а також впливає на формування першого враження про підприємство. Належне розроблення цього вебресурсу допомагає підприємствам викликати довіру серед своєї цільової аудиторії.

Вебсайт – це сукупність програмних, інформаційних, а також медійних засобів, які логічно пов'язані між собою. За наявності власного вебсайту зростає ефективність проведених в мережі Інтернет комунікаційних заходів, оскільки будь-який носій інформації може містити посилання на електронний ресурс підприємства. Він дає можливість таргетованого повідомлення інформації про себе і, залежно від типу реклами та просування сайту, можливість знайти в

Інтернеті свою цільову аудиторію. Крім того, відомості про поведінку відвідувачів сайту відразу ж потрапляють в інформаційну систему підприємства і покращують якісне обслуговування своїх клієнтів [2, с. 21–22].

Створення та підтримка вебсайту є актуальним і доволі перспективним напрямом сучасного підприємства, адже його представлення в онлайн-просторі забезпечується шляхом формування власного стилю з метою надання оперативної, якісної та повної інформації, встановлення і підтримання плідного й ефективного спілкування, а також забезпечення зворотного зв'язку та вивчення громадської думки. Відтак провідна роль у діяльності підприємства чи закладу, незалежно від організаційно-правової форми, спеціалізації та масштабів діяльності, належить технології просування вебсайтів як одного з визначальних конститuentів механізму взаємодії зі споживачами. Для підприємства це передусім зручний канал зв'язку і швидкий вихід на клієнтів [2, с. 103]. Вебсайт повинен відповідати сучасним вимогам: бути інформативним і функціональним, привабливим і простим у навігації, з постійно оновлюваною інформацією, базуватись на загальних принципах якості сайтів.

Розроблення сайту організації чи підприємства – важливий і відповідальний крок, оскільки сайт виконує кілька важливих функцій, з-поміж яких – іміджева, позаяк він є засобом привертання уваги клієнтів і споживачів та створення власного позитивного іміджу. Робота вебсайту спрямована на отримання довіри й уваги відвідувачів, він надає всі необхідні відомості про товари й послуги підприємства, виконуючи при цьому інформаційну функцію, яка забезпечує отримання відповідей на типові актуальні питання. Рекламна функція виявляється в тому, що сайт рекламує підприємство й результати його діяльності. Комерційна функція реалізується в тому, що сайт сприяє збільшенню кількості споживачів продукції чи послуг, клієнтів і прибутків.

Вебсайт є основним і найбільш продуктивним інструментом просування та розповсюдження інформації про організацію чи підприємство, їхню діяльність, а також слугує майданчиком для формування всіх видів рекламних

інтернет-комунікацій для зворотного зв'язку зі споживачами чи клієнтами, проведення опитувань та збору маркетингової інформації. Якісне віртуальне представництво підприємства передбачає розміщення документів і матеріалів, які формують імідж у віртуальному середовищі. Сайт забезпечує інформаційну й сервісну підтримку клієнтів і партнерів; рекламу, продаж товарів та послуг; налагодження контактів і зв'язків тощо.

Створення і застосування власного сайту в мережі Інтернет суттєво змінює підходи суб'єктів господарювання до ведення бізнесу й надає їм значні можливості та переваги, серед яких: вихід на нові ринки з унікальними товарами й послугами; організація зворотного зв'язку та поліпшення роботи служби підтримки користувачів шляхом інтерактивної обробки запитів споживачів; отримання та обробка актуальної інформації, прийняття на її основі ефективних управлінських рішень. Все це сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств та їхньої економічної безпеки [1, с. 108].

Отже, провідну роль для презентації діяльності сучасних підприємств, організацій, фірм і закладів в онлайн-середовищі відіграє корпоративний вебсайт, унікальний контент якого формує соціальну привабливість та позитивний імідж, а також забезпечує відкритість діалогу зі споживачами, партнерами й конкурентами.

#### *Джерела та література*

1. Орлик О. В. Сучасні тенденції та напрями використання підприємствами інформаційно-комунікаційних технологій. *Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць*. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2021. № 2 (77). С. 98–110.

2. Якушев О. В., Васильченко Л. С., Литвин С. В. Вебсайт підприємства як ефективний інструмент маркетингових комунікацій в мережі Інтернет. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. Херсон: ХНТУ, 2020. №1 (72). Частина 2. С.19–24.