

Особливості розроблення комунікаційних стратегій для неприбуткових організацій в Україні

Батуліна І. В., 6.03.061.020.21.1.

**Навчально-науковий інститут менеджменту і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**

**Яресько К.В., канд. пед. наук, доцентка,
завідувач кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**

У сучасних умовах цифрової трансформації неприбуткові організації відіграють важливу роль у вирішенні суспільно значущих питань. Проте для досягнення своїх цілей вони потребують якісної комунікаційної підтримки, адже привернути увагу аудиторії стає дедалі складніше через зростаючу конкуренцію. Українські неприбуткові організації стикаються з численними викликами, зокрема обмеженими ресурсами, недостатнім рівнем суспільної довіри та високою інтенсивністю інформаційних потоків. Успішна комунікаційна стратегія дозволяє залучати нових партнерів, волонтерів та ефективно взаємодіяти з аудиторією. Дослідження присвячене аналізу специфіки розробки комунікаційних стратегій для українських неприбуткових організацій із врахуванням соціокультурних та інформаційних особливостей. Для досягнення поставленої мети використано методи аналізу наукових та літературних джерел, а також порівняльний аналіз ефективності різних комунікаційних підходів у соціальних мережах. Отримані результати можуть бути корисними для оптимізації комунікаційної діяльності неприбуткових організацій та розробки більш ефективних стратегій залучення аудиторії.

Ключові слова: комунікаційна стратегія, неприбуткові організації, інформаційне середовище, виклики, можливості.

Features of Developing Communication Strategies for Non-Profit Organizations in Ukraine

Batulina Iлона, 6.03.061.020.21.1

Educational and Scientific Institute of Management and Marketing

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

In the modern era of digital transformation, non-profit organizations play a crucial role in addressing socially significant issues. However, to achieve their goals, they require high-quality communication support, as capturing the audience's attention is becoming increasingly difficult due to growing competition. Ukrainian non-profit organizations face numerous challenges, including limited resources, a lack of public trust, and high-intensity information flows. A successful communication strategy enables organizations to attract new partners, engage volunteers, and interact effectively with their audience.

This study analyzes the specifics of developing communication strategies for Ukrainian non-profit organizations, taking into account socio-cultural and informational factors. To achieve this goal, methods such as the analysis of scientific and literary sources and a comparative analysis of the effectiveness of various communication approaches in social networks were used. The obtained results can be useful for optimizing the

communication activities of non-profit organizations and developing more effective audience engagement strategies.

Keywords: communication strategy, non-profit organizations, information environment, challenges, opportunities.

Розроблення ефективної комунікаційної стратегії для неприбуткових організацій вимагає комплексного підходу, що включає аналіз цільової аудиторії, створення контенту, що відповідає її потребам, а також вибір оптимальних каналів комунікації.

Аналіз літературних джерел та наукових досліджень свідчить про те, що комунікаційна стратегія неприбуткових організацій не має обмежуватися лише інформуванням, будучи важливою складовою загальної стратегії розвитку неприбуткової організації, вона стає ефективним управлінським засобом, у арсеналі якого знаходиться широкий спектр дієвих інструментів для досягнення загальних стратегічних цілей та завдань організації [1]. У цьому контексті особливо важливим є дослідження досвіду Brave Action Ukraine – неприбуткової організації, яка об'єднує людей для підтримки України та глибшого розуміння війни та її наслідків [2]. Організація стикається з викликами, характерними для неприбуткових організацій, зокрема обмеженими ресурсами та необхідністю підвищення рівня довіри. Для вирішення цих проблем організація розробляє власну комунікаційну стратегію, що поєднує традиційні методи та цифрові інструменти.

Комунікаційна стратегія є основним інструментом ефективного функціонування неприбуткових організацій, оскільки дає змогу налагодити чітку систему взаємодії з цільовою аудиторією та партнерами. Стратегічне планування в комунікації оптимізує використання обмежених ресурсів для досягнення максимальної ефективності [3]. У сучасних умовах, коли увага суспільства розподілена між багатьма інформаційними потоками, саме комунікація дозволяє неприбутковим організаціям функціонувати та розширювати свою діяльність. Комунікаційна стратегія має бути ефективною, але й гнучкою, здатною адаптуватися до змін в інформаційному просторі та

кризових ситуацій. У період війни чи надзвичайних ситуацій громадським організаціям необхідно змінити підходи до комунікацій, щоб зробити акцент на своєчасності повідомлень. Некомерційним організаціям слід експериментувати з форматами контенту та поєднувати традиційні методи комунікації з новітніми інструментами для підвищення рівня взаємодії з аудиторією.

Неприбуткові організації часто стикаються з проблемою нестачі коштів на комунікаційні кампанії, що ускладнює їхню здатність ефективно доносити свою місію до суспільства. Більшість організацій залежать від грантового фінансування, яке має тимчасовий характер і не завжди дозволяє розвивати довгострокові комунікаційні ініціативи [4]. Для вирішення цієї проблеми організації можуть активніше залучати фандрайзинг та партнерські програми, що дозволить зменшити залежність від грантових потоків. Також варто впроваджувати розвиток волонтерських програм, де партнерські бізнеси надають своїх спеціалістів для допомоги неприбутковим організаціям, може частково вирішити проблему нестачі спеціалістів у певних галузях.

Рівень довіри до неприбуткових організацій в Україні залишається низьким через випадки шахрайства у сфері благодійності. У доповіді «Ключові виклики для розвитку громадянського суспільства» зазначається, що наявність випадків недоброчесної діяльності у благодійному секторі обумовлює зниження рівня суспільної довіри і може негативно впливати на його фінансову стійкість та спроможність реалізовувати суспільно значущі проекти [5].

Одним із шляхів для підвищення довіри суспільства є створення загальнодоступних платформ звітування, де кожна організація може відкрито демонструвати свої витрати та результати діяльності. Організаціям варто підвищувати комунікацію через особисті історії або конкретні результати їхньої роботи. Зокрема публікація історій людей, яким вдалося допомогти завдяки внескам, може мати більший вплив на аудиторію.

Інформаційний простір перенасичений контентом і неприбуткові організації змушені змагатися за увагу аудиторії з комерційними брендами та медіа. Неприбуткові організації повинні використовувати креативні підходи до

контенту, зокрема сторітелінг та інтерактивні формати, щоб залучати аудиторію [6]. З власного досвіду спостереження за неприбутковими організаціями можна зазначити, що важливо не просто створювати контент, а також розуміти, які формати працюють для різних платформ. Наприклад, особливості алгоритмів соціальних мереж визначають ефективність різних форматів контенту: динамічні короткі відео отримують більшу кількість взаємодії з аудиторією у TikTok та Instagram, тоді як аналітичні матеріали та дискусії мають ширший вплив у Facebook. Оптимізація контенту під особливості кожної платформи допоможе організаціям ефективніше взаємодіяти зі своєю аудиторією.

З іншого боку, розвиток соціальних мережі дає більше шансів некомерційним організаціям у залученні цільової аудиторії та передачі інформації про свою діяльність. Програма ENGIN показує, що дуже активне використання соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram і TikTok, може значно розширити охоплення та залучити молодіжну аудиторію [7]. Однак цифрові платформи слід використовувати не лише як засіб привернення уваги, а й як інструмент для створення спільноти. Некомерційні організації можуть створювати закриті групи для своїх підписників, де вони зможуть отримувати ексклюзивний контент, безпосередньо спілкуватися з командою або брати участь у розробці нових ініціатив. Це може допомогти підвищити взаємодію з аудиторією, що є необхідним для будь-якої організації для її довгострокового успіху.

Отже, незважаючи на виклики сьогодення, неприбуткові організації в Україні володіють потенціалом для розвитку завдяки ефективним комунікаційним стратегіям та використанню цифрових технологій. Ефективність комунікаційної стратегії залежить не лише від застосування перевірених міжнародних методик, а й від розробки власних рішень, що відповідають специфіці українського суспільства.

Список використаних джерел

1. Орлик С. Основи інформаційно-комунікативних стратегій неприбуткових установ. Репозитарій Центральноукраїнського національного технічного університету. URL:

<https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/776281e5-e38c-4177-8ff6-48158bce7af5/content>.

2. Braveaction.org. URL: <https://braveaction.org/>.

3. Контент-маркетинг для неприбуткових організацій та соціальних проєктів: як побудувати успішну комунікацію. Webpromoeexperts. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/kontent-marketing-dlya-nepributkovih-organizacij-ta-socialnih-proiektiv-yak-pobuduvati-uspishnu-komunikaciyu/>.

4. Громадянське суспільство України в умовах війни: звіт з комплексного соціологічного дослідження. Єднання. URL: <http://nowar.nbu.gov.ua/post/0000917>.

5. Корнієвський О., Сидоренко Д., Пеліванова Н. Ключові виклики для розвитку громадянського суспільства. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-09/analytrep_10_2021.pdf.

6. Формування комунікаційної стратегії. Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=rozvytok-komunikatsijnoji-stratehiji-poetapna-instruktsiya-rozrobky-komunikatsijnoji-stratehiji-dlya-vashoji-orhanizatsiji-iz-vpravamy-ta-korysnymy-posylannyamy>

7. Використання соціальних мереж для розвитку неприбуткової організації: досвід програми ENGin. European Business Association. URL: <https://eba.com.ua/vykorystannya-sotsialnyh-merezh-dlya-rozvytku-nepributkovoyi-organizatsiyi-dosvid-programy-engin/>.