

КОСОГОР Ольга,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність С 7 Журналістика,

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

Науковий керівник –

кандидат політичних наук, доцент кафедри журналістики,

Карпатського національного університету імені Василя Стефаника

Наталія ШОТУРМА

PR-СТРАТЕГІЯ ТОВ «ТДС УКРСПЕЦТЕХНІКА» У ВЗАЄМОДІЇ З ІНТЕРНЕТ-МЕДІА: АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

Сьогодні співпраця бізнесу з зовнішніми інтернет-медіа та друкованими виданнями є ключовим інструментом PR-стратегії. В умовах цифровізації та конкуренції на ринку спеціальної техніки підприємства прагнуть інтеграції в медіапростір для підвищення впізнаваності бренду та залучення B2B-аудиторії. ТОВ «ТДС Укрспецтехніка» (група компаній TDC) активно присутнє в профільних інтернет-виданнях, бізнес-медіа, спеціалізованих каталогах та офіційних каналах місцевої влади.

Мета дослідження – проаналізувати форми співпраці компанії з зовнішніми медіа та оцінити її інтеграційний потенціал, тобто здатність забезпечувати стійку присутність, посилювати репутацію та генерувати комерційні результати.

У контексті сучасних соціальних комунікацій співпраця бізнесу з медіа виступає важливим елементом PR-стратегії підприємства. Взаємодія з авторитетними інформаційними платформами дозволяє формувати позитивний імідж бренду, підвищувати рівень довіри аудиторії та забезпечувати ефективне позиціонування на ринку. Особливого значення набуває інтеграція в цифровий медіапростір, де поєднуються інформаційні, рекламні та репутаційні функції комунікації.

Співпраця з медіа передбачає публікацію матеріалів у незалежних джерелах (статті, профілі, рейтинги, каталоги, пости посадовців). Теоретично така інтеграція охоплює інформаційний, експертний, рейтингово-промоційний та виставково-реklamний типи контенту.

Станом на 2024–2026 роки ТОВ «ТДС Укрспецтехніка» демонструє такі приклади співпраці:

- Forbes Ukraine опублікував профіль компанії та включив її до списку «Next 250» перспективних українських компаній (2024);

- Включення до спеціалізованого каталогу «Українська техніка для громад» (2024–2025) – друкованого та онлайн-видання, ініційованого Федерацією роботодавців України та Асоціацією міст України, де представлено продукцію компанії (навантажувачі, екскаватори, автогрейдери);

- Публікація інформаційного матеріалу на порталі «Українська правда» (на правах реклами);

- Регулярні згадки та публікації Броварського міського голови Ігоря Сапожка в офіційних соцмережах (Facebook, Telegram) щодо постачання техніки ТДС для потреб громади Броварів (зокрема, сучасних автогрейдерів).

Додатково компанія має сторінку в українській Вікіпедії та присутня в каталогах виставок (наприклад, Comuntech 2025).

Проаналізовані приклади дозволяють зробити такі узагальнення: співпраця ТОВ «ТДС Укрспецтехніка» з різними типами медіа має комплексний характер і охоплює як інформаційні, так і репутаційні аспекти комунікації. Використання різних форматів медіаприсутності — від ділових видань до соціальних мереж представників влади — сприяє формуванню цілісного інформаційного образу компанії. Такий підхід дозволяє одночасно працювати з широкою аудиторією та вузькоспеціалізованими сегментами ринку, що є особливо важливим для B2B-сфери.

Ефективність співпраці оцінюється впливом публікацій на репутацію та охоплення цільової аудиторії. Аналіз показує позитивну динаміку: матеріали в авторитетних джерелах (Forbes Ukraine) підвищують довіру, спеціалізовані каталоги забезпечують потрапляння до B2B-клієнтів, а згадки від місцевої влади демонструють практичне визнання якості продукції.

Отже, співпраця ТОВ «ТДС Укрспецтехніка» з інтернет-медіа є ефективним інструментом PR-комунікації, що сприяє підвищенню репутаційного капіталу компанії, розширенню її присутності в інформаційному просторі та зміцненню позицій на ринку. Подальший розвиток цієї взаємодії – через регулярні пресрелізи, експертні публікації та активізацію співпраці з регіональними й національними медіа – дозволить підвищити ефективність комунікаційної стратегії підприємства.

Список використаної літератури

1. Шевченко В. Атрибути бренду українських медіа. *Образ*. 2022. № 1 (38). С. 41–52.

2. TDC у списку Forbes Ukraine! : офіц. сайт TDC. 2024. URL: <https://tdc.ua/novyny/tdc-u-spysku-forbs> (дата звернення: 04.04.2026).

3. Forbes Ukraine. Профіль компанії ТДС Укрспецтехніка. URL: <https://forbes.ua/profile/tds-ukrspetstekhnika-1757> (дата звернення: 18.12.2025).
4. Каталог «Українська техніка для громад». URL: https://auc.org.ua/sites/default/files/images/catalogue_-_ua_0.pdf (дата звернення: 13.03.2026).
5. Офіційна сторінка Ігоря Сапожка. *Facebook*. Публікації про техніку TDC. URL: <https://www.facebook.com/share/p/18JKroyMQ1/> (дата звернення: 02.02.2026).
6. Група компаній «ТДС». *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Група_компаній_«ТДС» (дата звернення: 18.02.2026).