

PR ბიუჯეტირება საქართველოში

მარია ხოზრევანიძე

სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის

ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე

საზოგადოებრივი ურთიერთობების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების

მოთხოვნის შესაბამისად

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

მარიკა ხოზრევანიძე

17.06.2024

აბსტრაქტი

საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) ბიუჯეტირება არის ორგანიზაციის საკომუნიკაციო სტრატეგიის მნიშვნელოვანი შემადგენელი კომპონენტი, რომელიც უზრუნველყოფს კომპანიის ფინანსური რესურსები ეფექტურად გადანაწილებას სტრატეგიული მიზნების მისაღწევად.

ნაშრომში განხილულია თუ როგორ გეგმავენ და მართავენ კომპანიები PR ბიუჯეტს, რა ფაქტორები ახდენენ გავლენას PR ბიუჯეტის შექმნის პროცესზე, რა ტიპის სირთულეებს ვაწყდებით PR ბიუჯეტის შედგენის თითოეულ ეტაპზე.

გარდა ამისა, ნაშრომში წარმოდგენილია საერთაშორისო კომპანიების მაგალითები გლობალური PR ბიუჯეტირების სტრატეგიებისა და საუკეთესო პრაქტიკის საილუსტრაციოდ. ასევე, შედარებულია იგი საქართველოში არსებული კომპანიების PR ბიუჯეტირების პროცესთან.

კვლევისთვის გამოყენებულია შერეული მეთოდი, როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისობრივი. გამოიკითხა საქართველოში მოქმედი ბიზნესის წარმომადგენლები. შესწავლილ იქნა აღნიშნულ კომპანიებში PR ბიუჯეტირების სრული პროცესი.

ნაშრომის დასასრულს განხილულია ჩატარებული კვლევის შედეგები და წარმოდგენილია რეკომენდაციები PR ბიუჯეტირების პროცესის სრულყოფისთვის. რამდენადაც PR ბიუჯეტირების პროცესის გაუმჯობესება ხელს შეუწყობს კომპანიების ორგანიზაციული მიზნების მიღწევას და ბიზნეს გარემოს განვითარებას.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: PR ბიუჯეტი, PR ბიუჯეტირების პროცესი, PR ბიუჯეტირების გამოწვევები.

Abstract

Public relations (PR) budgeting is an important component of the organization's communication strategy, which ensures that the company's financial resources are effectively allocated to achieve strategic goals.

The article discusses how companies plan and manage PR budgets, what factors influence the PR budget creation process, what types of difficulties we face at each stage of PR budget preparation.

In addition, the paper presents examples of international companies to illustrate global PR budgeting strategies and best practices. It is also compared with the PR budgeting process of companies in Georgia.

A mixed method, both quantitative and qualitative, was used for the research. Representatives of businesses operating in Georgia were interviewed. Thus, the complete process of PR budgeting in these companies was studied.

At the end of the paper, the results of the conducted research are discussed and recommendations are presented to improve the PR budgeting process. As the improvement of the PR budgeting process will contribute to the achievement of the organizational goals of the companies and the development of the business environment.

Key Words: PR budget, PR budgeting process, PR budgeting challenges.