

PR ინსტრუმენტების ეფექტიანობა პერსონალურ ბრენდინგში

ბაჩუკი კეკუსაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025

განაცხადი

„გაცხადებ, რომ ნაშრომი “PR ინსტრუმენტების ეფექტიანობა პერსონალურ ბრენდინგში„ 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”.

ბაჩუკი კეკუსაძე

თარიღი: 19.06.2025

აბსტრაქტი

ციფრული ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა კომუნიკაციის ფორმები და გაზარდა საკუთარი თავის სწორად პოზიციონირების როლი. ასეთ გარემოში პერსონალური ბრენდინგი იქცა ერთ-ერთ მთავარ ინსტრუმენტად, რომელიც ადამიანებს შესაძლებლობას აძლევს საზოგადოების აღქმაში ჩამოიყალიბონ უნიკალური, ღირებულებებზე დაფუძნებული და სანდო ბრენდის იმიჯი.

აღნიშნული ნაშრომი წარმოადგენს საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) სტრატეგიების გავლენის ანალიზს, რომელიც მიზნად ისახავს პერსონალური ბრენდის ცნობადობის, პოზიციონირებისა და აუდიტორიასთან ნდობაზე დაფუძნებული ურთიერთობის ჩამოყალიბების პროცესის შეფასებას. ყურადღება გამახვილებულია იმ საკომუნიკაციო მიდგომებსა და ინსტრუმენტებზე, რომელიც სხვადასხვა არხის მეშვეობით ბრენდის სწორად პოზიციონირებას უწყობს ხელს.

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა რაოდენობრივი გამოკითხვა, რომელშიც 300-მა სხვადასხვა პროფესიის, სქესისა და ასაკის რესპონდენტმა მიიღო მონაწილეობა. კითხვარი მიზნად ისახავდა PR მიდგომებისა და ინსტრუმენტების გამოყენების სიხშირის დადგენას, ასევე ბრენდის მიმართ აუდიტორიის დამოკიდებულებისა და აღქმის შეფასებას. ნაშრომი ეფუძნება, როგორც თეორიულ საფუძვლებს, ისე კვლევის შედეგად მიღებულ პრაქტიკულ მონაცემებს. ეს კი შესაძლებელს ხდის იმ სტრატეგიული მიდგომებისა და ტექნიკების განსაზღვრას, რომელიც პერსონალური ბრენდის ეფექტურ პოზიციონირებასა და უნიკალური ღირებულებების სწორად წარმოჩენას განაპირობებს.

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ კარგად ფორმულირებული მიზნობრივი გზავნილები სამიზნე აუდიტორიასთან, მუდმივი კომუნიკაცია, სწორად შერჩეული ტონი და სოციალური მედია პლატფორმების ეფექტურად გამოყენება, მნიშვნელოვან გავლენას

ახდენს საზოგადოებაში ბრენდის მიმართ პოზიტიური და სანდო იმიჯის ჩამოყალიბებაზე. ამ მიგნებების საფუძველზე შესაძლებელია რეკომენდაციების პრაქტიკაში გამოყენება, რომელიც ადამიანებს დაეხმარება კომუნიკაციის უკეთ დაგეგმვასა და საკუთარი ბრენდის სწორად წარმოჩენაში. კვლევის შედეგები განსაკუთრებით გამოსადეგი იქნება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტებისთვის, მარკეტოლოგებისთვის, კარიერის კონსულტანტებისთვის და ყველა იმ ადამიანისთვის, ვინც ონლაინ სივრცეში საკუთარი სახელისა და პროფესიული იმიჯის გამყარებას ცდილობს.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: პერსონალური ბრენდინგი, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიები, სოციალური მედია, პიარი, ციფრული კომუნიკაცია, ცნობადობა, იმიჯის მართვა.

The rapid advancement of digital technologies has significantly transformed forms of communication and increased the importance of proper self-positioning. In such an environment, personal branding has become one of the key tools that enables individuals to establish a unique, value-based, and trustworthy brand image in the perception of society.

This paper presents an analysis of the impact of public relations (PR) strategies, aiming to evaluate the process of building awareness, positioning, and trust-based relationships with the audience in the context of personal branding. The focus is placed on the communication approaches and tools that facilitate proper brand positioning through various channels.

As part of the research, a quantitative survey was conducted, involving 300 respondents of different professions, genders, and age groups. The questionnaire aimed to determine the frequency of PR strategy and tool usage, as well as to assess the audience's attitude toward and perception of the brand. The study is based on both theoretical foundations and practical data obtained from the research. This allows for the identification of strategic approaches and techniques that ensure effective personal brand positioning and the appropriate representation of unique values.

The research findings revealed that well-crafted targeted messages to specific audiences, continuous communication, appropriately chosen tone, and the effective use of social media platforms significantly influence the formation of a positive and trustworthy brand image in society. Based on these findings, practical recommendations can be implemented to assist individuals in planning communication more effectively and presenting their brand appropriately. The results of this study will be particularly useful for public relations specialists, marketers, career consultants, and all individuals striving to strengthen their personal name and professional image in the online space.

Search words: personal branding, public relations strategies, social media, PR, digital communication, awareness, image management.

მადლობა

სამაგისტრო პროექტის მომზადების პროცესში მსურს განსაკუთრებული მადლობა გადავუხადო ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის საზოგადოებრივი ურთიერთობების პროგრამისა და თემის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ბატონ თორნიკე გურულს. მისმა მხარდაჭერამ, რეკომენდაციებმა და პროფესიული გამოცდილების გაზიარებამ განსაკუთრებული როლი ითამაშა ჩემი ნაშრომის წარმატებით შესრულებაში.

გულწრფელ მადლობას ვუხდით კვლევით პროექტში მონაწილე ყველა რესპონდენტს აქტიური ჩართულობისა და საკუთარი აზრის დაფიქსირებისთვის. ასევე, მადლობა, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის აკადემიურ და ადმინისტრაციულ პერსონალს.