

პიარის როლი და მნიშვნელობა საჯარო სექტორში

თამთა მამულაიძე, ეკატერინე ლაბარტყავა

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებისა და ხელოვნების ფაკულტეტის საჯარო პოლიტიკის ადმინისტრირების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: საჯარო პოლიტიკის ადმინისტრირება

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული

სრული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი



თბილისი, 2017

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.“

თამთა მამულაიძე, ეკატერინე ლაზარტყავა

თბილისი, 25 ივლისი, 2017

აბსტრაქტი

კვლევა ეხება პიარის როლსა და მნიშვნელობას საჯარო სექტორში. ნაშრომი ფოკუსირდება იმაზე, რომ გავიგოთ თუ რა მდგომარეობაა პიარის კუთხით უწყებებში და რა პრობლემები არსებობს ამ მიმართულებით. ახდენენ თუ არა შესაბამისი სამსახურები საზოგადოებისთვის ინფორმაციის მიწოდებას და რამდენად დასამახსოვრებლად? ნაშრომში წარმოდგენილია რამოდენიმე ქვეყნის და საქართველოს სამინისტროების ქეისები. ნაშრომი მეთოდოლოგიური კუთხით შერეული კვლევის კატეგორიაში მოიაზრება. მასში გამოყენებული იყო როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი კვლევის შედეგები, რომელთაც ერთმანეთი შეავსეს და მოგვცეს საშუალება გაგვეანალიზებინა პრობლემა და შეგვემუშავებინა რეკომენდაციები. გამოყენებული იყო როგორც პირისპირ ინტერვიუ, ასევე - ელექტრონული კითხვარი და ვიდეო გამოკითხვა. კვლევის პროცესში გამოიკვეთა ხარვეზები, სამინისტროს პიარ დეპარტამენტების სტრუქტურების მხრიდან ინფორმაციის მოწოდებასთან, პიარისა და მარკეტინგის როგორც დამოუკიდებელი დისციპლინების დიფერენცირებასთან და ადამიანური რესურსების სიმცირესთან დაკავშირებით. კვლევის შედეგად, აღმოჩნდა რომ გამოკითხულ რესპოდენტთა უმეტესი ნაწილი ხშირ შემთხვევაში ვერ ასახელებს, სხვადასხვა სამინისტროების მიერ ორგანიზებულ პიარ კამპანიას, ან ასახელებს პიარ კამპანიას, მაგრამ ვერ ასახელებს განმახორციელებელ უწყებას. რაც ხაზს უსვამს, შესაბამისი სამსახურების არა შედეგიან მუშაობას. აღნიშნული კვლევის ფარგლებში აქცენტი კეთდება განხორციელებული პიარ კამპანიების ცნობადობის მაჩვენებელზე.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: „პიარი“, „პიარ კამპანია“, „მარკეტინგი“

Abstract

The research is about the role and importance of PR in public sector, the work is focused to understand the situations and problems in public institutions according to this way. Do the corresponding institutions give the necessary information to the society and how the catchy they are.

In this work there are shown the cases of the Ministries of several countries and Georgia. The work is mix research category of methodological way. Here are used as quantitative as qualitative research results, wich filled each other and gave us the chance to analyze the problems and work out the recommendations. There was used as “face to face interview”, as an electronic questionnaire and video inguries. During the investigations there were shown definite fauts with the structures of PR departments of the Ministries in giving informations an the leck of human resourses and PR and marketing as an independent discipline. Apart from the researches, it appeared the most of respodents can’t either name PR companies or name them the institutions. This underlines the worst work of the coresponding institutions without any results. In above mentioned research the mainc accent is made on PR companies index recognations.

The mainc research words – “PR”, “PR company”, “Marketing”.