**SAŽETAK**

Suvremeno organizacijsko okruženje, vanjsko i unutarnje, karakteriziraju sve dinamičnije promjene na koje ono postaje posebno osjetljivo, pa se nužnim nameću aktivno praćenje i preispitivanje svih čimbenika utjecaja. Važnu ulogu u tim aktivnostima imaju odnosi s javnošću. Pozicija odnosa s javnošću unutar organizacije ovisi o vrsti organizacije, njezinu životnu ciklusu, ali i stavu njezina rukovodstva o ovoj funkciji koja je nerijetko povezana sa sposobnostima i kompetencijama osoba čija je ona nadležnost. Većina autora s područja odnosa s javnošću smatra kako trebaju biti izravno povezani s glavnim direktorom ili s resornim članom uprave, ovisno o strukturi organizacije. Razlog tomu jest činjenica da se time omogućava izravan pristup ključnim informacijama vezanim za organizacijsko funkcioniranje, što omogućuje strateški organizacijski pristup ovoj funkciji. Odnosi s javnošću, prema svemu navedenom, predstavljaju funkciju menadžmenta koja uspostavlja i održava uzajamno korisne odnose između organizacije i njezine javnosti o kojima ovisi njezin uspjeh ili neuspjeh.

Ključne riječi: odnosi s javnošću; poduzeća; menadžment; poslovna uspješnost; organizacijska učinkovitost; aktivnosti odnosa s javnošću.

**SUMMARY**

External and internal contemporary organizational environment is characterized by increasingly dynamic changes to which they become especially sensitive. Therefore, it is necessary to actively monitor and analyze all influencing factors. Public relations play an important role in these activities. The position of public relations within an organization depends on the type of organization and its life cycle. However, the attitude of its leadership on this function is also important, and it is frequently associated with the abilities and competencies of the person whose responsibility it is. Most public relations authors believe that they should be indirectly related to the CEO or a line member of the management board, depending on the structure of the organization. By doing so, they have direct access to key information related to organizational functioning, which enables strategic organizational access to this function. Consequently, public relations represent a management function that establishes and maintains mutually useful relationships between the organization and its public, which dictates final success or failure.

Keywords: public relations; companies; management; business performance; organizational efficiency; public relations activities.