UOT: 331.3

TƏŞKİLAT VƏ QURUMLARDA İCTİMAİYYƏTLƏ ƏLAQƏLƏR FƏALİYYƏTİNİN ƏHƏMİYYƏTİ

Ə.Ə. İSRAYILZADƏ
Bakı Mühəndislik Universiteti

Məqalədə təşkilat və qurumlar üçün önəm kəsb edən ictimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətinin əhəmiyyətindən söz gedir.Eyni zamanda hədəf kütlə ilə müəssisələr arasındakı əlaqələrədə toxunulub.

Açar sözlər: *təşkilat,ictimaiyyətlə əlaqələr,hədəf kütlə,imic*

İctimaiyyətlə əlaqələr işində hədəf olaraq alınan kütlənin xüsusiyyətləri, meylləri və dünya görüşləri, fikirləri öyrənilmədikcə mesaj yerinə çata bilməyəcək. Qurumlar vermək istədikləri mesajların aydın və təsirli olması üçün müəyyənləşdirdiyi hədəf kütləni bilmək, xüsusiyyətlərini öyrənmək və bunun üçün araşdırmalar aparmaqla cavabdehdir. İctimaiyyətlə əlaqələr işində hədəf kütlə müəyyən edilmədən və bu kütləyə aid bütün məlumatlar ətraflı şəkildə müəyyən etmədən atılacaq hər bir addım işlərin gələcək mərhələlərində yanlışlıqlara yol açacaqdır. Bu cür əməliyyatların sonunda isə ictimaiyyətlə əlaqələr adına təşkilatı təmin edən bir uğurdan söz gedə bilməz. Hədəf kütlə ilə əlaqədar olaraq aşağıdakı amillərə diqqət yetirmək lazımdır.

- Təşkilat, maraq dairəsində olan hədəf kütləsini müəyyən etməlidir və ya seçməlidir
- Təşkilatın hədəf kütləsi; duyğuları, düşüncələri, rəftar və davranışları, maraq və arzuları, şikayətləri, demoqrafik xüsusiyyətləri (yaş, cinsiyyət, sosial, status, mülki vəziyyət, yaşayış yeri, peşə və gəlir vəziyyəti, təhsil və zəka səviyyələri) bütün istiqamətləri bilinməlidir.
- Mesajların hədəf kütləyə uyğun məzmunlarda hazırlana bilməsində də yenə hədəf kütlənin doğru və ətraflı şəkildə izahı vacibdir. Hədəf kütləyə çatdırılması lazım gələn mesajlar yenə də hədəf kütləyə tərs düşməyəcək məzmunda hazırlanmalı, müvafiq vaxtlarda və müvafiq informasiya vasitələri ilə çatdırılmalıdır.
- Hazırlanan və hədəf kütləyə göndərilən məktubların məzmunları və təqdimat formaları hədəf kütləyə təsir edə biləcək keyfiyyətlərə malik olmalıdır.
- Mesajların hədəf kütləyə çatdırılmasından sonra hədəf auditoriyadan gələn reaksiyalar nəzərə alınmalıdır və əskik bir tərəf varsa, bu boşluq doldurulmağa çalışılmalıdır.[1,səh 226-227]

İctimaiyyətlə əlaqələr ilə bağlı tərifləri ümumi qiymətləndirdikdə, bunları deyə bilərik. İctimaiyyətlə əlaqələrlə bağlı çox sayda tərif var. Bu təriflərdən çıxan ortaq cəhətləri ehtiva edən hər bir tərifi etibarlı görməkdə fayda var. İctimaiyyətlə əlaqələr təşkilatlara yönəlmiş bir fəaliyyətdir. Hədəf kütləsi qurum içi və qurum kənarını əhatə edir, iki istiqamətli ünsiyyətə, qarşılıqlı fayda və anlayışa, yaxşı niyyətə, ictimai məsuliyyətə, əlaqə və ya strateji rabitəyə yönəldir. Ünsiyyətin inandırıcı şəkildə qurub həyata keçirilməsi lazımdır. İctimaiyyətlə əlaqələrdə fəaliyyətin aparılmasında təhlil, planlaşdırma və kommunikasiya üsullarından istifadə olunur. Təsirli bir ictimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətinin planlaşdırıb tətbiq edilməsi üçün təşkilatların hədəf kütlələri ilə məsələlərini çox yaxşı müəyyənləşdirib tanınması və bunlara çatmaq üçün istifadə ediləcək rabitə, vasitə və şəraitlərini vaxt və büdcə imkanları daxilində müəyyən etməsi lazımdır. Bu proses ictimaiyyətlə əlaqələrdə tanıma olaraq adlandırılır. Təşkilatın özü ilə bağlı vermək istədiyi məlumatı hədəf kütləyə media, sərgi, yarmarka kimi tədbirlərlə ötürməsi isə, ictimaiyyətlə əlaqələrdə tanıtma olaraq adlandırılır.[2, səh 6]

Müəyyən ölçülərə çatmış hər bir müəssisənin bazasında ictimaiyyətlə əlaqələr bölməsini görmək yada mütəxəssis kadrlara tapşırıq verildiyinə şahid olmaq mümkündür. Artıq müəssisələr ictimai rəyə müsbət istiqamətdə təsir göstərmək, qalıcı izlər qoymaq üçün çalışırlar. Cəmiyyətin rəğbət və dəstəyini qazanmış bir qurum asan şəkildə yıxılmaz. Bu fikir və etiqadı qəbul edən müəssisələrin sayı getdikcə artır.Aşağıda sadalananlar güclü qurulmuş ictimaiyyətlə əlaqələr fəaliyyətinin nəticələridir:

- Firma istehsal etdiyi mal və xidmətləri bazara asanlıqla sala bilər. Məsələn; İctimaiyyətə etibarlı bir qurum imici verərək mənimsənən bir müəssisənin istehsal edəcəyi hər cür mal və xidmətə maraq və etimad asanlıqla təmin olunur.
- İctimaiyyətdə müəyyən bir imicə sahib olan firmanın kredit təşkilatlarından daha asanlıqla maliyyə dəstəyi alacağı bir həqiqətdir. Firma çətin günlər yaşasa və maliyyə böhranları ilə üzləşsə belə, banklar daha əvvəl yaxşı əlaqələr qurmuş olan firmaya yardımçı olmağa çalışacaqdır.

• Təşkilatlar, hədəf kütlə arasında mötəbər bir şəkildə özlərindən söz edilməsini istəyirlərsə və istehlakçı kütlə ilə iqtisadi maraqları qarşılıqlı olaraq inkişaf etdirməyə səy göstərirlərsə, gücləri nisbətində ictimaiyyətlə əlaqələr işinə girmək məcburiyyətindədirlər.

Nəticə olaraq, ətraf mühit ilə əlaqələrini canlı tutan və məsuliyyət şüuru içində hərəkət edərək məxfilikdən uzaq olan qurumlar, uğurlu bir şəkildə varlıqlarını davam etdirirlər. Digər bir mənada ictimaiyyətlə əlaqələrə önəm verən qurum və təşkilatlar, hədəf kütləsi ilə hər məsələdə, təsirli ünsiyyət içində daha uğurlu nəticələrə nail olurlar.[3]

ƏDƏBİYYAT

1.Yrd.Doç.Dr.Ahmet Ferda ÇAKMAK, Sacide Kilci-Kamu yönetiminde halkla ilişkilerin yeri ve önemi. 2.Prof.Dr. Ahmet KALENDER-Halkla ilişkiler, AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1676. 3.http://www.kocaeliaydinlarocagi.org.tr/Yazi.aspx?ID=434

Значение деятельности по связям с общественностью в организациях и учреждениях

А.А.Исраилзаде

В статье подчеркивается важность связей с общественностью для организаций и учреждений. В то же время были затронуты отношения между целевой аудиторией и предприятиями.

Ключевое слово: *Предприятие, связи с общественностью, целевая аудитория,имидж*

The importance of activities of public relations in organizations and institutions

A.A.Israilzade

In this article it is about the importance of the activity of public relations for organizations and institutions. At the same time it is talked about the relationship between the target audience and the enterprises.

Key words: *enterprise, public relations,target audience,style*

eisrayilzade@std.beu.edu.az