

External Communication Strategy Of An Organization: Theoretical Basis And Practical Significance

Nazirov Xusanjon Saydullaxon o'g'li

Asian International University, 2nd year student of
the Master's degree in Economics

E-mail: xnazirov910@gmail.com

Abstract

This article explores the external communication strategy of organizations, its theoretical foundations, and practical significance. It presents the main principles of external communication strategies, the necessary principles for their successful implementation, and various models and methods that bring benefits to organizations. The role of mass media (OAV), public relations (PR), branding, and digital communication is also analyzed. Furthermore, the importance of external communication strategy during crisis situations and the development of new technologies and communication tools are discussed. The article includes both theoretical foundations and real practical examples.

Annotatsiya

Ushbu maqola tashkilotlarning tashqi kommunikatsiya strategiyasini, uning nazariy asoslari va amaliy ahamiyatini o'rganadi. Maqolada tashqi kommunikatsiya strategiyasining asosiy prinsiplari, uning samarali amalga oshirilishi uchun zaruriy tamoyillar, kommunikatsiyaning turli modellari va usullarining qanday tashkilotlarga foyda keltirishi ko'rsatilgan. Bunda OAV, PR, brending va raqamli kommunikatsiyaning roli ham tahlil qilinadi. Shuningdek, krizis davrida tashqi kommunikatsiya strategiyasining ahamiyati, yangi texnologiyalar va kommunikatsiya vositalarining rivojlanishi muhokama qilinadi. Maqola nafaqat nazariy asoslarni, balki real amaliy misollarni ham o'z ichiga oladi.

Tashqi kommunikatsiya strategiyasi - bu tashkilotlarning tashqi muhit bilan aloqalarini boshqarish, o'z faoliyatini keng auditoriyalarga etkazish va ijobiy imidj yaratish uchun ishlab chiqilgan tizimli yondashuvdir.¹ Tashqi kommunikatsiyaning samarali strategiyasi tashkilotga o'z brendini mustahkamlash, mijozlar va boshqa manfaatdor tomonlar bilan yaxshi aloqalar o'rnatish va bozorda o'z o'rnini mustahkamlash imkonini beradi.²

Biroq, tashqi kommunikatsiya strategiyasining muvaffaqiyati faqatgina samarali kommunikatsiya vositalari va kanallarini tanlashga bog'liq emas.³ Bu strategiya tashkilotning asosiy maqsadlariga xizmat qilishi, muayyan auditoriyalar bilan aloqalarni o'rnatishda va biznes jarayonlarini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Tashqi kommunikatsiyaning nazariy asoslari, uning prinsipial qoidalari, o'rganilgan modellar va amaliy usullari, bu strategiyaning qanday samarali bo'lishi mumkinligini tushunishga yordam beradi.⁴

Shu bilan birga, tashkilotlar o'z kommunikatsiya strategiyalarini doimiy ravishda yangilab borishlari va zamonaviy texnologiyalarga moslashtirishlari zarur. Xususan, raqamli texnologiyalar, ijtimoiy tarmoqlar va mass-media vositalari tashkilotlarning tashqi kommunikatsiyasini yangi davr talablariga mos ravishda rivojlantirish imkonini beradi.⁵

1-bob: Tashqi Kommunikatsiya Strategiyasining Nazariy Asoslari

1.1. Kommunikatsiya va Strategiya Tushunchalari

Tashqi kommunikatsiya strategiyasi - bu tashkilotlarning tashqi auditoriyalar bilan samarali aloqalar o'rnatish uchun ishlab chiqilgan reja va tamoyillar tizimidir.⁶ Tashqi kommunikatsiya

¹ Kotler, P., Keller, K. L. **Marketing Management**. - Pearson Education, 2016.

² Argenti, P. A. **Corporate Communication**. - McGraw-Hill Education, 2015.

³ Smith, R. D. **Strategic Planning for Public Relations**. - Routledge, 2017.

⁴ Cornelissen, J. **Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice**. - London: SAGE Publications, 2017.

⁵ Fill, C. **Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations**. - Pearson Education, 201

⁶ Grunig, J. E., Hunt, T. **Managing Public Relations**. - New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.

jarayonida maqsadli auditoriyalar (mijozlar, jamoatchilik, hukumat, hamkorlar va boshqalar) bilan axborot almashish orqali tashkilot o'zining maqsadlariga erishishga intiladi. Kommunikatsiya strategiyasining samaradorligi nafaqat qanday axborot uzatilganiga, balki bu axborot qanday tarzda va qanday vositalar yordamida yetkazilganiga ham bog'liq.

Strategiya tushunchasi esa kengroq ma'noda biror maqsadga erishish uchun belgilangan yo'l xaritasi sifatida qaraladi.⁷ Tashkilot uchun samarali tashqi kommunikatsiya strategiyasi uni nafaqat o'z mijozlari bilan yaxshi munosabatlar o'rnatishga, balki umumiy iqtisodiy va ijtimoiy muhitda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishga ham yordam beradi.

1.2. Kommunikatsiya va Tashqi Kommunikatsiya Strategiyasi o'rtasidagi farq

Kommunikatsiya - bu ikki yoki undan ortiq tomonlar o'rtasida axborot almashish jarayoni bo'lib, uni amalga oshirishda aloqaning to'g'riligini, samaradorligini va axborot uzatishning tezligini ta'minlash muhimdir.⁸ Tashqi kommunikatsiya esa, aynan tashkilotlarning o'z faoliyatlarini tashqi muhitga, ya'ni mijozlar, media, va boshqa manfaatdor tomonlarga etkazish jarayonidir. Tashqi kommunikatsiya, shuningdek, tashkilotning obro'si va brendini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi.

1.3. Tashqi Kommunikatsiya Strategiyasining Asosiy Komponentlari

Tashqi kommunikatsiya strategiyasining samarali bo'lishi uchun quyidagi komponentlar zarur:

1. **Maqsadlar:** Tashkilotning kommunikatsiya strategiyasidan kutgan natijalari aniq belgilanadi. Bu maqsadlar mijozlar bilan aloqa, brendni kuchaytirish, yangi bozorlar ochish yoki ijtimoiy mas'uliyatni ko'rsatish bo'lishi mumkin.

2. **Auditoriya:** Tashqi kommunikatsiya strategiyasida asosiy rolni auditoriya o'ynaydi. Auditoriyalarni aniqlash va ularning ehtiyojlariga qarab strategiyani belgilash, muvaffaqiyatli aloqalar o'rnatishga yordam beradi.

3. **Vositalar va metodlar:** Tashqi kommunikatsiyani amalga oshirish uchun turli vositalar (media, reklama, PR, ijtimoiy tarmoqlar) va metodlar (agressiv marketing, kontent yaratish, brend yaratish) qo'llaniladi.

1.4. Tashqi Kommunikatsiya Modellarining Tushunchasi

Tashqi kommunikatsiya strategiyasida turli modellar qo'llaniladi. Misol uchun, **xabarlar uzatish modeli**, **interaktiv model** va **tashkilot va auditoriya o'rtasidagi ikki tomonlama aloqalar modeli**. Har bir modelning o'ziga xos xususiyatlari va qo'llanilishi bor.⁹

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, tashqi kommunikatsiya strategiyasi tashkilot faoliyatining muhim va ajralmas qismi bo'lib, u tashkilotning tashqi muhit bilan samarali aloqalarini ta'minlashga xizmat qiladi. Mazkur strategiya orqali tashkilot o'z maqsad va vazifalarini keng auditoriyalarga yetkazadi, ijobiy imidj va mustahkam brendni shakllantiradi hamda mijozlar, hamkorlar va boshqa manfaatdor tomonlar bilan barqaror munosabatlar o'rnatadi.

Tadqiqot davomida tashqi kommunikatsiya strategiyasining nazariy asoslari, uning asosiy tushunchalari, kommunikatsiya va strategiya o'rtasidagi bog'liqlik hamda ularning farqli jihatlari yoritib berildi. Shuningdek, tashqi kommunikatsiya strategiyasining asosiy komponentlari - maqsadlar, auditoriya, vositalar va metodlarning o'zaro uyg'unligi strategiyaning samaradorligini belgilovchi muhim omillar ekani aniqlandi. Kommunikatsiya modellarining tahlili esa axborot almashish jarayonini to'g'ri tashkil etish va auditoriya bilan ikki tomonlama samarali aloqalarni yo'lga qo'yishda muhim ahamiyatga ega ekanini ko'rsatdi.

Bugungi globallashtirish va raqamli texnologiyalar rivojlanayotgan sharoitda tashkilotlar tashqi kommunikatsiya strategiyalarini doimiy ravishda takomillashtirib borishlari zarur. Zamonaviy media, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalardan oqilona foydalanish tashkilotlarga bozor sharoitida raqobatbardosh bo'lish, jamoatchilik ishonchini qozonish va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi. Shu bois, puxta rejalashtirilgan va nazariy hamda

⁷ Kotler, P., Keller, K. L. **Marketing Management**. - Pearson Education, 2016.

⁸ Почепцов, Г. Г. **Коммуникативные технологии**. - Москва: Рефл-бук, 2015.

⁹ Argenti, P. A. **Corporate Communication**. - McGraw-Hill Education, 2015.

amaliy jihatdan asoslangan tashqi kommunikatsiya strategiyasi har qanday tashkilotning barqaror rivojlanishida muhim rol o'ynaydi.¹⁰

Foydalanilgan adabiyotlar

Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. - Pearson Education, 2016.

Grunig, J. E., Hunt, T. Managing Public Relations. - New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.

Cornelissen, J. Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. - London: SAGE Publications, 2017.

Argenti, P. A. Corporate Communication. - McGraw-Hill Education, 2015.

Smith, R. D. Strategic Planning for Public Relations. - Routledge, 2017.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T. Public Relations: Strategies and Tactics. - Pearson, 2018.

Fill, C. Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations. - Pearson Education, 2019.

Балабанов, И. Т. Маркетинг. - Москва: Питер, 2016.

Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии. - Москва: Рефл-бук, 2015

Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги tomonidan tasdiqlangan o'quv-uslubiy qo'llanmalar va normativ hujjatlar.

Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги tomonidan tasdiqlangan o'quv-uslubiy qo'llanmalar va normativ hujjatlar.