

Туризм саноатида пиар менежмент нима?



Сўнгги йилларда Ўзбекистонда туризм соҳасида бир қатор шароит ва имкониятлар яратилган бўлишига қарамасдан, бу борадаги мавжуд салоҳиятдан тўлиқ фойдаланилмаётгани ҳам кузатилмоқда. Бунинг асосий сабабларидан бири мазкур соҳада пиар менежментнинг етарли даражада ишлаб чиқилмаганлиги дейиш мумкин.

Туризм соҳасидаги пиар менежмент(PR)нинг асосий вазифаси сайёҳлик ташкилотлари ва жамоатчилик ўртасида дўстона муносабатларни ҳамда халқаро алоқаларни ўрнатиш, шунингдек, ўзаро муносабатларни қўллаб-қувватлашга қаратилган узоқ муддатли саъй-ҳаракатларни режалаштириш ҳамда амалга ошириш ҳисобланади.

Пиар-менежментни мамлакатнинг “қиёфаси” ва ўзаро манфаатли ҳамкорликдаги “кўприк” дейиш мумкин. Туризмда PR бир қатор ўзаро узвий боғланган қисмлардан ташкил топади. Булар, биринчидан, тизимли таҳлил, стратегик режалар ишлаб чиқиш учун маркетинг тадқиқотларини ўтказиш, иккинчидан, дастур ва режалар ишлаб чиқиш, учинчидан, истеъмолчилар билан самарали ўзаро муносабатларни ўрнатиш, тўртинчидан, турли сохта ахборот манбаларини аниқлаш ва бартараф этишдир.

Мазкур соҳадаги PR фаолиятини бир неча йўналишга ажратиш мумкин. Яъни брендни реклама қилиш (бу йирик туризм операторларига, шу жумладан, меҳмонхоналарга хос), сайёҳлик хизматларини кенг тарғиб қилиш, мамлакат нуфузи ва ижобий қиёфасини шакллантириш, мамлакатнинг алоҳида ҳудудлари туристик салоҳиятини ишлаб чиқиш ва тарғиб қилиш.

Туризм соҳасида PR замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан фаол фойдаланади. Хусусан, жамоатчилик билан алоқалар ўрнатишда ОАВ билан ҳамкорлик (пресс-релизлар, мақолалар, интервью, пресс-турлар, пресс-конференциялар), ивент-тадбирлар (турли туристик маҳсулотлар тақдимотлари, кўргазмалар, ярмаркалар, фестиваллар, воркшоплар (бизнес ва иш фаолияти уйғунлиги), тренинглари, анжуманлар, муҳим саналар ва флешмобларни ташкил қилиш), муайян туристик ташкилот имижини рекламаси, ҳомийлик ва хайрия маросимларини ўтказиш, ички PR (туристик ташкилот ичида турли тадбирларни ташкиллаштириш, шу жумладан, билим салоҳияти ва малакани ошириш билан боғлиқ, тимбилдинг, тур рекламалари ва ҳ.к.), промо ва PR тарғиботлар, Интернетда реклама қилиш (сайт, ижтимоий тармоқлар, блоглар, онлайн консультациялар, форумлар, баннер рекламалари ва бошқалар), компаниянинг ўзига хос услублари (ранглари, шиорлар, савдо белгиси ва б.) каби воситалар қўлланилади.

Бугунги кунда Озарбайжон, Словения, Индонезия, Малайзия ва туризм ривожланаётган бошқа мамлакатлар ўзларининг имижларини шакллантиришда халқаро PR менежерлар ва йирик компаниялар билан ҳамкорлик қилмоқда. Жумладан, Сингапур, Гонконг, Мексика каби давлатларнинг туризм ташкилотлари “Tourism, Marketing & Intelligence” (TMI) пиар агентлигининг хизматларидан фойдаланишади. Мазкур агентлик халқаро майдонда ўзининг алоҳида ўрнига эга бўлиб, асосан, маркетинг тадқиқотлари ва PR имижини шакллантиришга ихтисослашган. TMI ўз мижозларига мамлакат учун энг фойдали туризм шакллариини ўрганиш, аниқлаш, туризм бозори ҳолатини мунтазам тарзда таҳлил қилиш, тарғибот қилишда аниқ стратегик дастур ишлаб чиқиш ва уни амалга оширишга кўмаклашиш, туроператорларни қўллаб-қувватлаш (чунки айнан улар туризм йўналиш ва хизматларни шакллантириш, реклама қилиш ва амалга ошириш билан шуғулланади) сингари хизмат турларини таклиф қилиб келмоқда.

Мамлакатимизда ҳам Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳузурида “Миллий PR маркази” ДУК ташкил этилди. Марказга мамлакатнинг туризм салоҳиятини тарғиб қилишни ташкил этиш бўйича вазифалар юклатилди.

Миллий PR маркази, шунингдек, маҳаллий турагентликларнинг халқаро туризм кўргазма ва ярмакаларида иштирок этишини ташкиллаштиради. Ушбу тадбирлар мамлакатни, туризм маҳсулотларини ва хизматларини реклама қилиш, шу билан бирга, иқтисодий фойдали муносабатларни ўрнатиш учун ўзига хос майдон ҳисобланади.

Маълумотларга кўра, Ўзбекистон халқаро туризм кўргазма ва ярмаркаларида фаол иштирок этиб келади. Айти вақтда, бундай йирик туристик тадбирларда иштирок этиш билан боғлиқ бир қанча муаммолар ҳам бор. Халқаро туризм кўргазма ва ярмаркаларида маҳаллий туроператорларнинг иштирокини таъминлайдиган тизимли ёндашувнинг мавжуд эмаслиги (жой ва иштирокчилар сонининг чекланганлиги), кўргазма бўлиб ўтадиган аренада реклама стендларини жойлаштириш нархининг юқорилиги шулар жумласидандир. Булар кўплаб туристик фирмалар, агентликлар фаолиятини янада ривожлантириш ҳамда уларнинг халқаро майдонга чиқиши учун тўсиқ бўлмоқда.

Бундан ташқари, туризм соҳасида баъзи бир бюрократик тўсиқлар сақланиб қолинаётганлиги кузатилмоқда. Хусусан, турфирма очиш учун туризм йўналишини тугатганлик тўғрисида малака (олий ёки ўрта махсус дипломи) ҳамда Туризм ўқув-консалтинг марказида махсус ўқув курсларида иштирок этиш талаб қилинади (мазкур курсда ўқиш тўлов-шартнома асосида бўлиб, 3 ой учун 2 миллион сўмни ташкил этади).

Туризм соҳасида узоқ йиллардан бери фаолият кўрсатиб келаётган тажрибали мутахассислар фикрича, бундай ёндашув кўпроқ расмий характерга эга.

Хулоса ўрнида таъкидлаш лозимки, Миллий PR маркази бу борада ўз фаолиятини янада кучайтириши талаб этилади. Хусусан, турфирмалар билан ҳамкорликни кучайтириш, замонавий реклама ва маркетинг услубларини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш, хорижда миллий маҳсулот ва туризм хизматларини кенг тарғиб қилаётган туристик ташкилотларни қўллаб-қувватлаш йўналишларида. Бу борада чора-тадбирлар дастури ишлаб чиқилиши мақсадга мувофиқ.

Шу билан бирга, Миллий PR маркази келгусида мамлакат туризм саноатини ривожлантириш учун PR менежмент билан шуғулланувчи йирик халқаро компаниялар (масалан, TMI-Tourism, Marketing&Intelligence, TMC-Tourism Marketing Concepts, Holyrood PR agency ва бошқалар) билан ҳамкорлик ўрнатиши ва кучайтириши лозим.

Анвар ХЎЖАЕВ,

**Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги
Стратегик ва минтақалараро тадқиқотлар институти**

етакчи илмий ходими.