ACADEMIC RESEARCH IN EDUCATIONAL SCIENCES VOLUME 2 | ISSUE 7 | 2021
ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

ЖИСМОНИЙ ТАРБИЯ ВА СПОРТ СОҲАСИДА МАРКЕТИНГНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Одинахон Арабджановна Дадабоева
Тошкент шаҳар, Сергели туман 18-сон давлат мактабгача таълим ташкилоти, жисмоний тарбия йўриқчиси
shaxzoda7976@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Мазкур мақолада бугунги кунда жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетинг замонавий жамият ҳаётининг ажралмас бир қисми эканлиги ва уни ўзлаштириш ва амалда қўллаш зарурати бугунги кунда жисмоний тарбия ҳаракатини ташкил этиш ва бошқаришнинг барча даражалари, жисмоний тарбия соҳасида маркетингни ривожлантиришнинг истиқболлари, зарурияти ва самарадорлиги бозор муносабатлари билан боғлиқлиги, замонавий ривожланиш даражаси, жисмоний тарбиянинг жамиятимиз ижтимоий-маданий анъаналари билан боғлиқлиги масалалари баён этилган.

Калит сўзлар: қарор, фармон, жисмоний тарбия, спорт, талабалар, олий таълим муассасалари, маркетинг хизматлари, табақалаштирилган, ресурс, профессор-ўқитучи, талаб ва таклиф, кархона, муссасса, дарс, қобилият

IMPROVING MARKETING IN THE FIELD OF PHYSICAL TRAINING AND SPORTS

ABSTRACT

The article examines the fact that marketing in the field of physical culture and sports is an integral part of modern society, as well as the need for its development and application at all levels of organization and management of physical culture movement, prospects, the need and effectiveness of marketing in physical education., The level of modern development , the relationship of physical education with the socio-cultural traditions of our society.

Keywords: decision, decree, physical education, sports, students, higher education institutions, marketing services, differentiated, resource, professor, teacher, supply and demand, enterprise, institution, course, ability

ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

КИРИШ

Ўзбекистон Республикасидаги ижтимоий-иқтисодий ислоҳотлар ва бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтиш муносабатлари жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим ва тарбиянинг янгича ёндашувларини белгилаб берди. Жисмоний тарбия ва спорт соҳасига инновацион технологияларни жорий этиш ҳозирги кунда таълим тизими ривожланишининг ҳаракатлантирувчи йўналишларидан бирига айланиб бормоқда. Бунинг натижасида жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим тизимини тубдан ислоҳ қилиш зарурати пайдо бўлди.

Шунинг учун маркетинг жамиятдаги юқори ўзгариш даражаси ва жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълимнинг паст кўрсаткичлари ўртасидаги талабни ва жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим хизматларининг ҳақиқий таъминоти ўртасидаги кескинлашган қарама-қаршиликларни бартараф этишга қодир. [1]

Маркетингни ўзлаштириш ва амалда қўллаш зарурати бугунги кунда жисмоний тарбия ҳаракатини ташкил этиш ва бошқаришнинг барча даражаларида тан олинган. Бироқ, жисмоний тарбия соҳасида маркетингни ривожлантиришнинг жуда мухимлиги ва унинг истиқболларига қарамай, ушбу масала бу соҳада қайта кўриб чиқиш ва такомиллаштиришни талаб қилади. Жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетинг замонавий жамият ҳаётининг ажралмас бир қисми бўлиб, унинг зарурияти ва самарадорлиги бозор муносабатларининг замонавий ривожланиш даражаси, жисмоний тарбия ҳаракати ҳамда жамиятимизнинг мавжуд ижтимоий-маданий анъаналари билан боғликдир. [11]

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОДОЛОГИЯ

Жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетинг стратегиялари талабаларнинг спорт ихтисослигига ўтиш ва тақсимланишини, уларнинг спортни фаол танлашини таъминлаш, жисмоний тарбия воситаларидан мустақил равишда фойдаланиш дарслари, қобилиятлари, кўникма ва малакаларини шакллантириш масаллалларига Набиева Н.М, Шаропова Н.Р, Азгальдов Г.Г, Зубарев, В.А, Сучилин, А. А,Верли, Х. П,Волкова, М.М., Звездова А.Блар ўз тааадқиқотларига тўхталиб ўтишган ва бу жараённи яхшилаш учун ўз таклифларини билдиришган.

ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Маркетинг жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим хизматлари бозори тўғрисидаги маълумот манбаи сифатида ҳозирги вақтда асосан истеъмолчилар тўғрисида аниқ стратегик тушунча бўлмаган ва жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим бозоридаги янги тамойилларни кузатиб борадиган амалий фан сифатида фаолият юритмоқда. Ҳозирги кунда ҳукуматимиз томонидан жисмоний тарбия ва спортни ривожлантириш, аҳолини соғломлаштириш ҳамда оммавий спорт турларини кенг тарғиб қилиш борасида бирқанча Фармон ва Қарорлар ишлаб чиқилган. Жумладан Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил, 24 январдаги “Ўзбекистон Республикасида жисмоний тарбия ва спортни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5924-сонли Фармони ва бошқа кўплаб қарорлар шулар жумласидандир. [2]

Жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетинг технологияларини такомиллаштириш ўқув хизматлари истеъмолчиларининг мақсадли гуруҳлари эхтиёжларини аниқлаш, уни шакллантириш ва эхтиёжларни қондиришга ёрдам беради, бу эса ўз навбатида университетнинг рақобатбардошлигини таъминлайди. [10]

Ушбу мақсадга қуйидаги шартлар бажарилган тақдирда эришиш мумкин:

- табақалаштирилган таълим хизматларини кўрсатиш орқали истеъмолчини “ютиб олиш”;
- минтақанинг таълим мухитини яхшилашга, жамиятнинг таълим эхтиёжларини шакллантиришга таъсир кўрсатиш;
- университет ўқитувчи-профессорларининг касбий маҳоратини ошириш, уларнинг иш сифатини яхшилаш учун мотивациясини кучайтириш. [3]

Жисмоний тарбия ва спортни ишлаб чиқариш соҳаси билан боғлиқ бўлмаган ҳолатда бошқариш ва унинг доирасида фаолият кўрсатадиган бозорни такомиллаштириш инсон, ижтимоий гуруҳлар ва умуман жамият эхтиёжларини етарли даражада қондиришни таъминлашга имкон берадиган замонавий усул ва услубларни жорий этишни тақозо этади.

Мавжуд ресурслардан оқилона фойдаланишни ҳисобга олган ҳолда ҳамда жисмоний тарбия ва спорт хизматларига талаб ва таклиф ўртасидаги энг мақбул мувозанат муаммосини ҳал қилиш. Жисмоний тарбия ва спортга хизмат кўрсатиш соҳасидаги корхоналар, муассасалар ва ташкилотларнинг маркетинг

ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

фаолиятини такомиллаштириш қуйидаги анъанавий маркетинг саволларига жавоб бериш билан тавсифланиши мумкин:

биринчидан, мавжуд маркетинг концепциясига мувофиқ, охирги истеъмолчи маркетинг муносабатлари ва ҳаракатларининг марказий сутъекти сифатида тан олинади. Айнан охирги истеъмолчи атрофдаги барча бозор субъектларини бирлаштиради, жисмоний тарбия ва спорт хизматлари, уларни хизмат кўрсатиш шартлари, педагогик технологиялар ва кадрлар бозор танловини амалга оширади, хизматлар кўрсатиш ва улар бўйича шартномалар тузиш жараёнида фаол иштирок этади. Бунинг яна мухим ахамияти шундаки, мижоз ўзининг асосий позициясига қарамай, барча маркетинг субъектлари ҳақида маълумотга эга бўлади.

иккинчидан, жисмоний тарбия ва спорт хизматлари маркетингида давлатнинг ёрдами зарур, чунки бошқа хизматлар ва товарлар маркетингидан фарқли ўлароқ, айниқса давлатнинг тутган ўрни каттадир. Бунинг сабаби шундаки, жисмоний тарбия ва спорт соҳасида маркетинг салоҳиятини амалга оширишнинг муваффақияти асосан унга барча даражадаги давлат ҳокимияти ташкилотлари томонидан ёрдам бериш бўйича амалий чоралар билан белгиланади. [4]

учинчидан, жисмоний тарбия ва спортни молиялаштиришнинг асосий манбалари давлат бюджети маблағлари, жамоат ташкилотлари, турли фондлар, ҳомийлар бошқалар эканлигида намоён бўлади. Бундан шундай хулосага келиш мумкинки, бу ерда истеъмолчи ва самарали талаб манбаи бир-бирига тўғри келмайди. Бу маркетингни мухим бир муаммоларидан бири бўлиб, “ким қанча миқдорда тўлашга тайёр” деган саволга жавоб излаш учун жисмоний маданият ҳаракати маркетингига янги сармояларни излашни талаб қилади. [5]

тўртинчидан, шуни таъкидлаш жоизки, жисмоний тарбия ва спорт хизматларини кўрсатадиган ва сотадиган корхона ва ташкилотларнинг жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетингни такомиллаштириш, кўп жиҳатдан тегишли вазифаларни бажаришга мўлжалланган ходимларнинг маркетинг муваффақиятига боқлиқ бўлган - бозорни ўрганиш ва хизматни истеъмол қилиш жараёнида унга ҳамкорлик қилишдан олдин маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш.

бешинчидан, ўқитувчи янги услубий методларни излашга ва такомиллаштиришга, таълим методлари, шакллари, воситаларини назорат қилиш ва баҳолаш усулларини кенг доирада ўрганишга ундайдиган,

ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

университетнинг таълим тизимидаги дарсларни такомиллаштириш, талабаларга нисбатан индивидуал ёндашувни қўллаш лозим. [6]

Бу университетларни кўп босқичли ўқитиш тизимига олиб келади, бу эса ижодий рентабеллик даражаси билан интеллектуал рақобатнинг бозор шароитида ўзини англашга қодир бўлган янги шаклланишга, мутахассисларини тайёрлашга сифатли эътибор беришни назарда тутади, шу билан бирга, талабалар фаоллигини ошириш учун дастур материалини қайта кўриб чиқишни тақозо этади.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Шундай қилиб, спорт маркетинги спорт ёрдамида бозор эхтиёжларидан келиб чиққан ҳолда ўзининг маҳсулотини фойдаланувчиларга йўналтиришдан иборат. Жисмоний тарбия ва спорт соҳасида маркетингни такомиллаштириш орқали биз талабани бевосита жисмоний тарбия ва спорт билан шуғулланишга ундаймиз. Маркетингни марказий предмети - бу шахс. Жисмоний тарбия ва спорт хизматларининг ягона охирги истеъмолчиси айнан шу шахсдир.

Университетнинг жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги таълим хизматлари маркетингининг мақсади ва мазмуни талаба шахсининг жисмоний тарбия ва спортини шакллантиришга, ёши, индивидуал қизиқишлари ва эхтиёжларини хисобга олган ҳолда унинг қобилиятларини тарбиялашга қаратилган шахсга йўналтирилган технологияларни тазарда тутган ҳолда ўқитишнинг анъанавий шаклларидан узоқлашишга қаратилган бўлиши мақсадга мувофиқдир. [7]

Шунингдек;

- жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги маркетинг стратегиялари талабаларнинг спорт ихтисослигига ўтиш ва тақсимланишини, уларнинг спортни фаол танлашини таъминлайди;

-жисмоний тарбия воситаларидан мустақил равишда фойдаланиш дарслари, қобилиятлари, кўникма ва малакаларини шакллантиришга қаратилади.

Бироқ, жисмоний тарбия ва спорт фаолиятида маркетингни такомиллаштиришнинг ижобий таъсирига қарамай, ушбу мавзуни илмий жиҳатдан ишлаб чиқиш ҳолати ҳозирги вақтда уни янада ривожлантириш учун етарли даражада эътибор қаратилмаяпти. [8]

ISSN: 2181-1385
Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723
Directory Indexing of International Research Journals-CiteFactor 2020-21: 0.89
DOI: 10.24412/2181-1385-2021-7-270-275

Бу маҳаллий ва хорижий олимларнинг асарларида ишлаб чиқилган маркетингнинг умумий назарияси иқтисодий ривожланган мамлакатларнинг саноат ишлаб чиқариш тажрибаси асосида яратилганлиги ва жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги хизмат кўрсатиш соҳаси шароитларига мослаштирилмаганлиги билан боғлиқ. [9]

REFERENCES

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил, 24 январдаги “Ўзбекистон Республикасида жисмоний тарбия ва спортни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5924-сонли Фармони.
2. Набиева Н.М. Хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантиришда маркетингнинг роли ва ўрни. “Сервис” Илмий-амалий журнали, 2020. - № 2, 127-131 б
3. Жаҳонгиров Бурхон Бўронович. Ўзбекистоннинг осиё мамлакатлари билан илмий-техникавий алоқалари Academic research in educational contents. 2021.Volume2, Issue 5, 1010-1020.
4. Шаропова Н.Р. “Таълим хизматлари бозорини ривожлантиришнинг назарий асослари. // Иқтисодиёт ва таълим” илмий журнали, № 4,-сон, 2018. – 19-24 б.
5. Жаҳонгиров Бурхон Бўронович. Ўзбекистоннинг Япония билан илмий - техникавий алоқалари. Academic Research in Educational Sciences, 2021. 2 (Special Issue 1), 312-318.
6. Азгальдов, Г.Г. Что нужно для успешной работы / Г. Г. Азгальдов /l Вестник высшей школы. - 1992. - № 1. - С. 3-13.
7. Жаҳонгиров Бурхон Бўронович. Ўзбекистоннинг Европа мамлакатлари билан илмий-техникавий алоқалари. Ўтмишга назар журнали. 2021. 2 сон, 4 жилд. –Б.16-21
8. Зубарев, В.А., Сучилин, А. А. Менеджмент и маркетинг в сфере физической культуры и спорта: Учебное пособие. В. А. Зубарев, А. А. Сучилин. - М., 1998. - 162 с.
9. Верли, Х. П. Маркетинг как стратегический фактор успеха / Х.П. Верли // Проблемы теории и практики управления. - 1992. - № 6. - С. 54-60.
10. Жаҳонгиров Бурхон Бўронович.Ўзбекистонннинг хорижий мамлакатлар билан илм-фан соҳасидаги ҳамкорлик алоқалари. Academic research in educational contents. 2021.Volume 2, Issue 2, 986-994.
11. Волкова, М.М., Звездова А.Б. Маркетинговые исследования в области образовательных услуг. / М. М. Волкова, А.Б. Звездова. /l Маркетинг в России и за рубежом. / М., 1999. - ЛЬ 6. С. 15-19.