

## DENE TÁRBIYA HÁM SPORTTA REKLAMA NATIYJELILIGINIŃ ANALIZI

*Erejepov Nurlan Ergalievich*

*Qaraqalpaq mámleketlik universiteti “Fizikalıq tárbiya hám sport  
shınıǵıwlarınıń teoriiyasi hám metodikasi” 2-kurs magistrantı*

*Ilmiy basshi: p.i.k. prof Niyazov A.T.*

**Rezyume:** Dene tárbiya hám sportta reklamanıń natiyjeliligi haqqında maǵlıwmatlar berilgen. Ğalaba xabar qurallarınıń reklamanı jarıtıwdaǵı áhmiyeti salıstırılǵan. Sport tarawın finanslıq támiyinlewde reklamanıń ornı táriyplengen. Hár bir maǵlıwmat ilimiy jaqtan talqılǵan.

**Tayanış sózler:** Reklama, dene tárbiya hám sporttı finanslıq támiyinlew. Gazeta, jurnal, televideniye, radio, afisha, reklama bannerleri, suvenirler, reklama talapları, reklamanıń nátiyjeliligi.

**Rezyume:** Jismoniy tarbiya va sportda reklamaning samaradorligi haqida ma'lumotlar berilgan. Ommaviy axborot vositalarining reklamani yoritishdagi ahamiyati taqqoslangan. Sport sohasini moliyaviy ta'minlashda reklamaning o'rnini e'tirof qilingan. Har bir ma'lumot ilmiy tomondan tahlil qilingan.

**Tayanch so'zlar:** Reklama, jismoniy tarbiya va sportni moliyaviy ta'minlash. Gazeta, jurnal, televideniye, radio, afisha, reklama bannerlari, suvenirler, reklamaning talablari, reklamaning samaradorligi.

**Резюме:** Приведена информация об эффективности рекламы в сфере физкультуры и спорта. Сравняется значение массовой информации в рекламном освещении. Признана роль рекламы в финансовой поддержке индустрии спорта. Каждая информация подвергается научному анализу.

**Ключевые слова:** Реклама, финансовая поддержка физической культуры и спорта. Газета, журнал, телевидение, радио, афиша, рекламные баннеры, сувениры, требование к рекламе, эффективность рекламы.

**Summary:** Information is provided on the effectiveness of advertising in physical education and sports. The importance of mass media in advertising coverage is compared. The role of advertising in the financial support of the sports industry is recognized. Every information has been scientifically analyzed.

**Key words:** Advertising, financial support of physical education and sports. Newspaper, magazine, television, radio, poster, advertising banners, souvenirs, requirements of advertising, effectiveness of advertising.

Dúnya júziniń barlıq mámleketlerindegi millionlaǵan adamlar salamat turmıs tárizin ámelde qollanıp atır, onıń quramlıq bólegi fizikalıq shınıǵıwlar hám

sawallandırwshı gımanastıka menen shuǵıllanıw, sport jarıslarında qatnasıw esaplanadı. Joqarı nátiyjeler sportı da aqırǵı on jıllıqlarda júdá úlken jedellik penen rawajlanbaqta hám áste aqırın sport hám ǵalabalıq-tamasha ilajlarına aylanıp atır. Zamanagóy jámiyette dene tárbiyası hám sport adamlardıń den-sawlıǵın qollap-quwatlaytuǵın hám bekkemleytuǵın áhmiyetli faktor, baylanıs, dem alıstı jedel ótkeretuǵın, zıyanlı ádetlerge alternativ qural esaplanadı.[1; 10].

Sonıń menen birge, dene tárbiya hám sport mámleket hám jámiyet turmısınıń ekonomikalıq tarawına - isshi kúshiniń sapasına, talap hám tutınıw strukturasına, tutınıwshılardıń minez-qulqına, sırtqı ekonomikalıq baylanıslarǵa hám ekonomikalıq sistemanıń basqa kórsetkishlerine jedel tásir kórsetedi. [2, 41].

Millet den-sawlıǵınıń jaǵdayı tikkeley hám tikkeley bolmaǵan jaǵdayda ekonomikaǵa tásir etedi: bir jaǵınan, jámiyettiń den-sawlıǵındaǵı buzılıwlar júdá úlken ekonomikalıq joǵaltıwǵa alıp keledi, basqa jaǵınan bolsa, nátiyjesiz ekonomika negativ hádiyselerge kulminativ impulslar beredi, aldın degradaciyanıń dáslepki belgileri - alkogolli ishımlıklardı tutınıw, jınayatshılıq, náshebentlik, keyin bolsa processke ekilemshi faktorlar qosıladı - psixologiyalıq hám júrek-tamır kesellikleriniń muǵdarı, óz janına qaslıq etiwshiler, balalıqtan mayıplar sanı artadı, jumıssızlardıń sanı ósedi. Basqa negativ faktorlardıń pútin bir unamsız nátiyjeleri kórinedi [3;22].

Házirgi waqıtta Ózbekstanda ámelge asırılıp atırǵan jámiyetlik-ekonomikalıq reformalar sport shólkemleri hám mekemeleri iskerligine tikkeley hám kúshli tásir kórsetip atır. Bir jaǵınan, ekonomikaǵa qıyınshılıqlar dene tárbiyası hám sport shólkemlerin byudjetten finanslıq támiynlewde mashqalalardı payda etip atır, basqa jaǵınan - ekonomikalıq ortalıq radikal ózgerdi, barlıq xojalıq munasábetleri bazar ekonomikası tiykarına ótkerilmekte.

Payda bolǵan quramalı jaǵdayda, sport shólkemleri byudjetten tısqarı finanslıq támiynleniw menen birge qosımsha payda dereklerin jedel izlew menen shuǵıllanıw atır. Olar hár qıylı dárejede bolıp tabıladı. Zamanagóy ámeliyatta sporttı rawajlandırwǵa ajratılǵan aqshalar húkimetimiz (Jaslar siyasatı hám sport ministrliǵı), jergilikli byudjetler tárepinen ajratıladı, finanslıq támiynlew kásiplik awqamları jáne jámiyetlik qamsızlandırw tárepinen de ámelge asırılıadı. Pul qarjılarınıń belgili bir bólegi Olimpiya komiteti hám Xalıq aralıq sport shólkemleri tárepinen de ajratıladı.

Mámleket shólkemleri hám mámleketlik emes strukturalardan alınǵan qarjılar, ókinshlisi sport federaciyaları hám shólkemlerin qarjılandırıwdı qaplamaydı. Bunday sharayatlarda sport federaciyaları hám shólkemleri finanslıq támiynlewdiń byudjetten tısqarı dereklerin jedel túrde izlewge minnetli, aldınnan belgili bolǵanıday, isbilermenlik subyekti (bukmeykerlik hám lotereya biznesi, gazetalar, biletlerdi satıwdan alınatuǵın paydalar, znachyoklar, vimpeller, suvenirler islep shıǵarıw, tele

hám radiotranslyaciýalar huqıqın satıw hám t.b.) esabına hám de reklama, qáwenderlik hám qalıs járdemlerge súyeniw kerek.

Ǵalaba xabar quralları - reklama processindegi tiykarǵı qatnasıwshılardıń biri esaplanadı hám olardıń wazıypası auditoriyanıń itibarına arnawlı jaratılǵan marketing informaciyaların jetkeriwden ibarat. Ǵalaba xabar quralların sonday tuwrı tańlaw kerek, olar reklama yamasa xızmetler ushın eń maqul sheshim bolsın.

Sport shólkemleri kommerciya kárxanalarınıń buyırtpaları boyınsha tovarlar hám xızmetlerdi reklama etiw jolı menen jetkilikli dárejede úlken qarjıladı islep tabıwǵa qábiletli bolıp tabıladı.

Sport ónimlerin islep shıǵaratuǵın yamasa dene tárbiyası hám sawallandıırıwshı xızmetler kórsetetuǵın firmalar, dene tárbiyası hám sporttı reklama etiwge óz paydalarınıń 25%ine shekem jumsaydı.

Sport hám sport industriyasında reklama turaqlı túrde qollanıladı. Kommerciya iskerligin tabıslı alıp barıw hám payda alıwdı támiyinlewde reklama áhmiyetli hám kerekli bolıp tabıladı. Qoyılǵan wazıypalardı ámelge asırıw ushın reklamandıń júdá kóp túrleri qollanıladı.

Jámıyetshiliktiń reklamaǵa bolǵan munasábetin 1993-jıldı arnawlı izertlegen amerikanıń Roper izertlew toparı pikirine qaray, sorawdan ótkenlerdiń 84%i gazetadaǵı, 80% i- jurnallardaǵı, 74%i - televideniyeдеgi, 68%i - stadionlardaǵı reklamandı maqul kóredi. Kórinip turǵanıday, olarda, úlken ayırma joq [4. 19].

Mámleket hám kommerciya strukturaları da ózleriniń ideyaların hám wazıypaların reklama hám úgit-násiyatlaw ushın baspa hám elektron ǵalaba xabar quralların qollanadı. Olar, adamlarǵa tásir kórsetiw mexanizmleri hám ol yamasa bul maǵlıwmatlardı tarqatıw usılları boyınsha hár túrli boladı. Kúndelikli turmısta dene tárbiya hám sporttıń mazmunına iye ideyalardı úgit-násiyatlaw ushın keń túrde qollanılatuǵın ǵalaba xabar qurallarınıń eń tiykarǵıların kórip shıǵamız. Dáwirli baspa - bizge belgili kommunikaciya qurallarınıń ishinde eń tiykarǵısı esaplanadı, onıń payda bolǵan waqtı, birinshi gazeta baspadan shıǵarıılǵan XVI ásir esaplanadı. Baspa ǵalaba xabar quralları, aldınnan belgili, paydalanıwshı menen kóriw arqalı kontakt jasawǵa qaratılǵan hám sezimlik kóz qarastan, radio hám televideniyege salıstırǵanda ádewir úlken intellektuallıq ortalıqqa iye boladı. Sol sebepli, auditoriyaǵa gazetalar hám jurnallar arqalı múráját etiw, qarıydarlardıń sawatlılıq dárejesi jeterlishe joqarı bolǵan waqıtta maqsetke muwapıq paydalanıladı[3; 41].

Sporttı reklama hám úgit-násiyatlawda dene tárbiyası, sportshılar hám trenerler, óz-ózin tayarlawı ushın trenirovka sistemaları haqqındaǵı kitaplar júdá úlken rol oynaydı. Bizniń mámleketimizde hám shet elde sport pánleri boyınsha sabaqlıqlar, monografiyalar hám qollanbalar úlken talapqa iye. Qánigelesken baspalar, sport ideyaların úgit-násiyatlawǵa úlken itibar beredi, olar balalar, jaslar, studentler, úlken jastaǵı adamlar ushın tolıq túrde qollanıwına boladı.

Ǵalaba xabar quralları tek ǵana ápiwayı ǵana informaciya berip, jańalıqlardı jetkerip qoymay, bálkim belgili bir ideyalardı, kóz-qaraslardı, táliymatlardı, hár túrli baǵdarlamalardı úgit-násiyatlaydı hám usınıń menen birge jámiyetlik basqarıwda qatnasadı. Jámiyetshilik pikirin qalıplestiriw jolı menen belgili bir jámiyetlik kórsetpelerdi islep shıǵıw, kóz-qaraslardı qalıplestiriw menen ǵalaba xabar quralları adamlardı belgili bir háreketlerge shaqıradı [2;27].

Ǵalaba xabar qurallarınıń qollanıwı processinde kommunikator-jurnalist menen recipient-auditoriya ortasında óz-ara baylanıs ámelge asırıladı, ol jaǵdayda jámiyettiń informaciyalıq mútajlikleri qanaatlandırılıwı kerek. İnsan haqıyqattı biliwge haqılı bolıp tabıladı hám oǵan bul huqıqtı ilim, kórkem óner, ilimiy informaciya menen birge baspa, televideniye hám radio, hár túrli xabar xızmetleri beredi. Olar, keshe hám búgin ne waqıyalar júz bergenligi haqqında adamlarǵa maǵlıwmat jetkeriwı kerek. ǵalaba xabar quralları óz xızmetleri sebepli ónimniń, firmanıń, ilajdıń, adamnıń belgililik dárejesin asıradı, zárúrli imidjdi jaratadı [3;28].

Juwmaqlap aytqanıwızda, ǵalaba xabar quralları sporttaǵı marketing tarawınıń segiz eń áhmiyetli iskerlik túrleriniń altawın - “sport shólkeminiń unamlı obrazın jaratıw”, “qáwenderlerdi shaqırıwda olardı maqsetlerine eristiriw”, “bileterdi satıwdı xoshametlew”, “ǵalaba xabar quralları ilajların, sportshılardı hám qáwenderlerdiń ǵalaba xabar qurallarında sáwlelendiriliwin maksimallaştırıw” sıyaqlılardı ámelge asırıwda qural retinde kórip shıǵılıwı múmkin. Ǵalaba xabar quralları sporttıń óz aldına túrin marketingti ámelge asırıwda áhmiyetli rol oynaydı. Oqıw jobaları hám baǵdarlamaların dúziwshiler ǵalaba xabar quralları sport marketingine úyretiwdi jetilistiriw ushın ǵalaba xabar quralların qollanıwı múmkin.

### Paydalanılǵan ádebiyatlar

1. Вершигора Е.Е. Менеджмент. Учебное пособие. –М.: Экономист, 2003.- С.528.
2. Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой: и спортом Учебное пособие для вузов/ В.В.Галкин - Ростов н/Д: Феникс, 2006.- 448с.
3. "Приемы Рекламы и Public Relations": 400 примеров. 200 учебных задач и 20 практических приложений. 7-е изд. 2004. 380 стр.
4. Питер Ф. Друкер. Задачи менеджмента в XXI веке. – М: Вильяме, 2004. – С. 272.