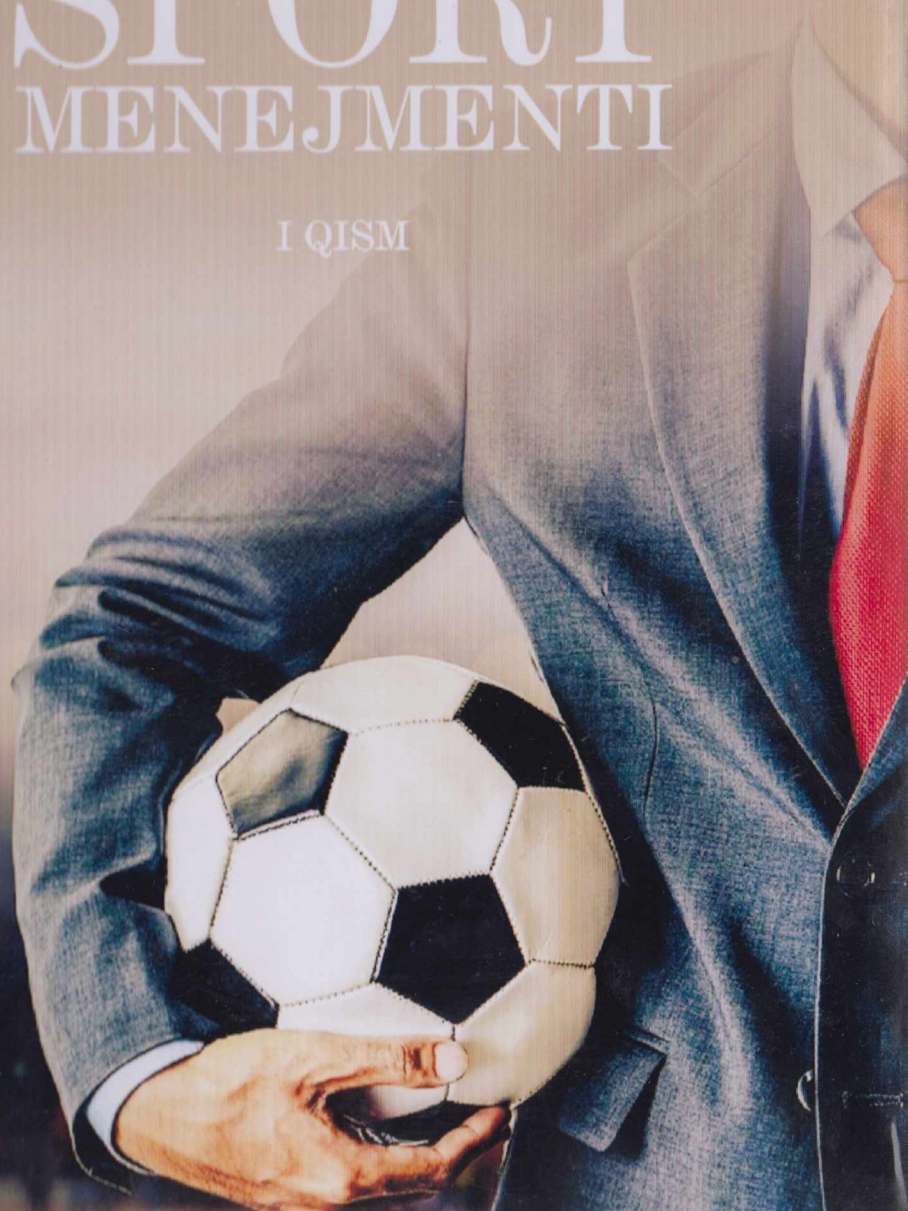


J.P. Narziyev

SPORT MENEJMENTI

I QISM



**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI YOSHLAR
SIYOSATI VA SPORT VAZIRLIGI**

**O'ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY TARBIYA
VA SPORT UNIVERSITETI**

SPORT MENEJMENTI

I qism

o'quv qo'llanma

71010302 - Jismoniy tarbiya va sport menejmenti

**TOSHKENT
MAKON SAVDO PRINT-2024**

**O'ZBEKISTON DAVLAT JISMONIY
TARBIYA VA SPORT UNIVERSITETI
AXBOROT RESURS MARKAZI**

№ _____ / _____

UO'K: 796. 01 (075)

KBK: 75.1я7

Taqrizchilar:

M. Yusupov – TDIU “Marketing” kafedrasi professori, iqtisod fanlari nomzodi, professor

Q. Arzibayev – M.Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universiteti “Sport menejmenti” kafedrasi mudiri

R.X. Nabiullin – O'zDJTSU “Sport menejmenti va iqtisodiyot” kafedrasi professori, iqtisod fanlari nomzodi

J.P. Narziyev, **Sport menejmenti** / O'quv qo'llanma. T: - **“MAKON SAVDO PRINT”** 2024 - 196 bet

O'quv qo'llanmada jismoniy tarbiya va sportni boshqarishning nazariy va huquqiy asoslari хуқуқий, jismoniy tarbiya va sport korxonalarini tashkil etishning xususiyatlari, sport industriyasini shakllantirish, rivojlantirish va boshqarish hamda sport menejmentida boshqaruv psixologiyasining shakllanishi o'z aksini topgan. 71010302-“Jismoniy tarbiya va sport menejmenti” мутахассислиги учун “Sport menejmenti” fanidan o'quv qo'llanma sifatida tabsiya etiladi.

В учебном пособии излагаются теоретические и правовые основы управления физической культурой и спортом, особенности и сущность образования организаций физической культуры и спорта, формирование, развитие и управление спортивной индустрией, а также формирование управленческой психологии в спортивном менеджменте. Рекомендуется по дисциплине “Менеджмент спорта” для специальности 71010302-“Менеджмент физической культуры и спорта” в качестве учебного пособия.

The trying manual outlines the theoretical and legal foundations for managing physical culture, and sports, the characteristics and essence of education organization of physical culture and sports the formation, development and management of the sports industry, as well as the formation of managerial psychology in sports management. Recommended in the discipline management of sports, specialty 71010302-Management of physical education and sports as a trying tool.

© J.P. Narziyev, 2024

© “MAKON SAVDO PRINT”, 2024

*"Har bir inson o'z
shaxsiyatini rivojlantirish maqsadida zarur
bo'lgan jismoniy tarbiya va sport bilan
shug'ullanish uchun asosiy huquqqa ega.
Jismoniy, intellektual va axloqiy qobiliyatlarni
rivojlantirish orqali jismoniy tarbiya va
sport ta'lim tizimida ham, jamiyat hayotining
boshqa sohalarida ham kafolatlanishi kerak."*

*Jismoniy tarbiya va sport xalqaro xartiyasi.
.BMT Deklatsiyasi*

KIRISH

O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiyaning yuqori darajasi va aholining hayot sifatiga erishish mamlakat barqaror rivojlanishining strategik maqsadlarini amalga oshirishning muhim shartidir. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish strategiyalarini amalga oshirish doirasida ushbu muammoni hal qilishning asosiy omillaridan biri bu mamlakat aholisining barcha qatlamlari vakillari tomonidan jismoniy tarbiya va sportni (JTS) hayoti davomida muntazam ravishda amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishdir.

Rivojlanishning barcha jabhalarida tobora kuchayib borayotgan global raqobat sharoitida bugungi kunda dunyodagi har bir mamlakat inson kapitali sifatini yaxshilash zarurati bilan duch kelmoqda, bu esa millat sog'lig'ini saqlash - aqliy, jismoniy, ma'naviy, intellektual yondoshuvlarni tubdan qayta ko'rib chiqishni talab qiladi va aholining jismoniy sog'lig'ini mustahkamlashga doimiy e'tibor berib borishni nazarda tutadi.

Jamiyat oldida turgan o'rta va uzoq muddatli strategik vazifalarni samarali bajarish barcha kuch va mablag'larni birlashtirishni, ularni sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish uchun yo'naltirishni, inson hayoti davomida uzluksiz jismoniy tarbiya va ommaviy sportning afzalliklarini, barcha davlat va nodavlat tashkilotlari hamda xo'jalik sub'ektlarining ishtirokini ta'minlashni talab qiladi.

Shu bilan birga, jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasini har tomonlama rivojlantirish yo'lidani borgan holda, hozirgi paytda mamlakatimizdada bunga to'siq bo'layotgan qator jiddiy muammo va kamchiliklar mavjudligini ham anglash muhimdir. Jumladan [8] :

- oliy ma'lumotli mutaxassislarining yetishmasligi nafaqat sifatning pasayishiga olib keladi, balki jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar doirasini ham qisqartiradi;

- sport inshootlarini boshqarish jarayonida zamonaviy rejalashtirish usullari va ishlarni tashkil etish, ilg'or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishning mavjud darajasi tashkilotning ta'minotini tezkor amalga oshirib boorish va shu bilan birga qabul qilingan qarorlarning bajarilish jarayonini samarali nazorat qilish imkonini bermaydi.

Ushbu sohada yuqorida sanab o'tilgan va yillar davomida to'plangan boshqa muammolar, ba'zi rahbar xodimlar fikrlashining sustligi va tashabbussizligi mamlakatimizda jismoniy tarbiya va ommaviy sport tizimini zamonaviy talablarga muvofiq ravishda yanada takomillashtirishga to'siq bo'layotgan omillar bo'lib hisoblanadi.

Shakllanayotgan sport industriyasi mamlakatimiz ijtimoiy sohasini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi va xalqaro standartlarga javob beradigan zamonaviy tashkilotlar qatorida uning ajralmas qismi hisoblanadi.

Jismoniy tarbiya va sport tashkilot (JTST)lari faoliyatining iqtisodiy samaradorligi to'g'risida gap ketganda, ularning hayotiy faoliyati darajasi va sog'lomlashtirish muhitini oshirish bilan bog'liq bo'lgan qiymatini baholash tavsiya etiladi. Jismoniy tarbiya va sport xizmatlarini tashkillashtirishni boshqarish tizimini takomillashtirish va samaradorligini oshirish dolzarb masaladir. Bunga Prezidentimizning qator farmon va qarorlari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish to'g'risidagi qarorlari dalolat beradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2018-yil 5-martdagi "Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5368-sonli Farmonini alohida ta'kidlash zarur. Xususan, Farmonda quyidagi masalaga katta e'tibor qaratilgan [14]:

Birinchidan, JTSni boshqarishning samarali yaxlit tizimining yo'qligi, ayniqsa joylarda, bu sohadagi davlat organlari va boshqa tashkilotlarning faoliyatini muvofiqlashtirish, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilishga imkon bermaydi.

Har bir mamlakatda iqtisodiyotning turli sohalari va tarmoqlari, shu jumladan JTS sohasi ham mavjuddir. Bu umumiy menejment nazariyasi bilan bir qatorda sohani boshqarishning o'ziga xos shakllarini aks ettiruvchi maxsus tarmoq nazariyalarini rivojlantirish uchun ob'ektiv asosdir.

Xalqaro iqtisodiyotning hozirgi rivojlanish bosqichida JTS sohasini tijoratlashtirish darajasining o'sishi kuzatilmoqda. Mamlakatimiz qonunchiligidagi o'zgarishlar tadbirkorlik va byudjet muassasalari tomonidan pulli xizmatlar ko'rsatish hamda tijorat asosida ish yurituvchi mustaqil biznes tashkilotlarini tashkil etish uchun imkoniyat yaratdi.

Sport menejmenti - bu ilmiy va amaliy faoliyat sohasi bo'lib, maxsus boshqaruv turlaridan biri hisoblanadi. Sportni boshqarish bozor munosabatlari sharoitida sport tashkilotlarini samarali boshqarish nazariyasi va amaliyotidir.

Sport menejmentining mohiyati boshqaruv sub'b'ektining boshqariladigan ob'ektga yo'naltirilgan ta'sir etish harakatlaridan iborat bo'lib, ob'ektni yangi sifat holatiga, ya'ni boshlang'ich holatidan kerakli rejalashtirilgan holatiga o'tkazilishini ta'minlaydi.

Sport menejmentining umumiy maqsadi - zamonaviy bozor sharoitida jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining samarali ishlashini ta'minlashdir.

Sportni menejmentining vazifasi bo'lib JTSning jamiyatdagi faoliyati va ijtimoiy rivojlanishi qonuniyatlarini bilish va ushbu jarayonlarni maqsadli samarali boshqarish mexanizmini ishlab chiqish hisoblanadi.

Mustaqil fan sifatida sport menejmentining ob'ekti - bu jismoniy tarbiya va sportga yo'naltirilgan tashkilotlar yig'indisi, ya'ni ma'lum bir JTST-sport maktablari, sport klublari, sport jamoalari (sport turlari bo'yicha), stadionlar, sport markazlari, sport federatsiyalaridir.

Sport menejmentining predmeti - bu sport va sport yo'nalishi tashkilotlari ichidagi sub'ekt va boshqaruv ob'ekti o'rtasidagi o'zaro munosabatlar hamda sport xizmatlarini ishlab chiqarish va tarqatish

jarayonida ushbu tashkilotlarning tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri jarayonida rivojlanadigan boshqaruv munosabatlaridir.

Ushbu fanning maqsadi talabalar tomonidan samarali menejer bo'lish uchun zarur bo'lgan JTSTlarini zamonaviy boshqarishning asosiy tushunchalari va ahamiyatli masalalarini o'rganish va o'zlashtirish, ushbu sohadagi asosiy ko'nikmalarni egallash, boshqaruv muammolarini tahlil qilish va hal qilish ko'nikmalarini rivojlantirish, boshqaruv jarayonlarining mohiyatini tushunishga yordam beradigan professional fikrlashni shakllantirishdan iborat.

Fanni o'rganish natijasida talabalar va magistrantlar quyidagilarni bilishlari kerak:

- jismoniy tarbiya sohasidagi boshqaruv nazariyasi va amaliyotining hozirgi holati to'g'risida umumiy tasavvurga ega bo'lish;

- sport menejmentining asosiy atamalaridan foydalana olish;

- jismoniy tarbiya va ommaviy sport tadbirlarini tashkil etish va o'tkazish mahoratiga ega bo'lishi;

- zamonaviy menejmentning asosiy g'oyalaridan foydalanish imkoniyati to'g'risida tasavvurga ega bo'lish;

- bo'ysunuvchilarning hatti-harakatlarini boshqarish bo'yicha ko'nikmalariga ega bo'lish;

- boshqaruv vaziyatlarini tahlil qilish va JTS sohasida boshqaruv qarorlarini qabul qilish ko'nikmalariga ega bo'lish;

- jismoniy tarbiya va sport faoliyatini rivojlantirishni rejalashtirish usullarini o'zlashtirish;

Sport menejerlarining faoliyat doirasi ko'p qirrali bo'lib, har xil turdagi o'quv muassasalari, davlat muassasalari, havaskor va professional sportning turli tashkilotlari (klublar, sport inshootlari, federatsiyalar va boshqalar), sport buyumlarini ishlab chiqaradigan va sotadigan kompaniyalar va boshqalarni qamrab oladi. Shu sababli, JTS tizimi uchun menejment bilimiga ega bakalavr va magistrnlarni tayyorlash juda muhimdir, chunki har bir tarkibiy qism va umuman sohaning to'liq rivojlanishi vakolatli menejerlarning samarali ishlashiga bog'liq.

Hozirgi vaqtda menejment sohasidagi mutaxassislarga amaliy hamda nazariy bilimlar jihatdan ilmiy boshqaruv bo'yicha katta talablar qo'yilmoqda. Bu tasodifiy emas, chunki bugungi kunda menejer

har qanday jismoniy tarbiya va sport tashkilotining faoliyatida muhim rol o'ynaydi. Bo'lajak mutaxassis sezgi, mustaqillik, ijodkorlik va fikrlash mantig'i kabi fazilatlarni rivojlantirishga alohida e'tibor berisi kerak. Shunday qilib, sport menejmenti - bu bozor sharoitida JTSTni boshqarishning maxsus nazariyasi va amaliyotidir, u menejmentning tarmoq turlaridan hamda bozorda boshqaruv faoliyatining sohalaridan biridir.

I BOB. JISMONIY TARBIYA VA SPORTNI BOSHQARISHNING NAZARIY ASOSLARI. SPORT MENEJMENTI TARIXI.

“Bugungi kunda har qanday korxonaning muvaffaqiyati uning ixtiyorida bo'lgan resurslarga, pul miqdoriga va hattoki qulay iqtisodiy muhitga bog'liq emas, balki boshqaruv, uning sifati va samaradorligiga bog'liq”

P. Druker

1.1. Jismoniy tarbiya va sport sohasiningning roli hamda ahamiyati.

Hozirgi kunda sport ko'plab mamlakatlar, shu jumladan O'zbekiston iqtisodiyotining muhim sohalaridan biriga aylandi. Bunga katta moliyaviy resurslar va katta miqdordagi ishchi kuchi jalb qilinyapdi. Sportni boshqarishning yangi modellari va uni moliyalashtirish doimiy ravishda takomillashtirilib borilmoqda.

Uzoq vaqt davomida sport va iqtisodiyotga hatto g'arbda ham alohida ikkita soha sifatida qaralgan. Sport bu sevimli mashg'ulot, bo'sh vaqt va iqtisodiyot, kasb, savdo bilan hech qanday aloqasi yo'q, deb ishonishgan. Bugungi kunda ko'p narsa tubdan o'zgardi: sportda yaxshi pul topishingiz mumkin, albatta, shiddatli raqobat sharoitida, ammo an'anaviy sport manbalari tobora cheklanib bormoqda. Ushbu jarayonlar natijasida sport nafaqat professional sportchilar va murabbiylarni, balki professional iqtisodchilar, menejerlar, huquqshunoslar va sotsiologlarni ham talab qilishi ayon bo'la boshladi. Bu uning barcha sohalariga tegishli: tomoshabinlar uchun sport, professional sport turlari, sport uyushmalari va klublar, tijorat taklifi yoki davlat va mintaqaviy boshqaruv. Sportga, masalan, basseyn qurish yoki yirik sport tadbirini o'tkazish uchun sarf-xarajatlarni hisoblashi mumkin bo'lgan va shu bilan bir qatorda moliya, menejment, marketing bo'yicha o'z bilimga ega bo'lmagan, ammo sport mahsulotlari, tashkilotlari va sport madaniyati bilan tanish bo'lgan odamlar kerak.

Mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sport bo'yicha ishlar hozirda jismoniy tarbiya va sportning turli tashkilotlari tomonidan olib borilmoqda. Ushbu tashkilotlarning rahbarlari va xodimlari har kuni turli xil muammolar va masalarni hal qilishlari kerak - sport maydonchalarini tozalashdan boshlab ulkan sport va ko'ngilochar tadbirlarni o'tkazishgacha, ya'ni barcha sport tashkilotlari rahbarlari va xodimlari menejment bilan shug'ullanishlariga to'g'ri keladi.

1.2. Jismoniy tarbiya va sport bozor munosabatlari tizimida menejment ob'ekti sifatida.

Sport menejmenti bozor iqtisodiyotining asosiy omillari va rentasi bilan chambarchas bog'liq - mulkchilik shakllari, narxlarni erkin shakllantirish tizimi, raqobat, ham sport tadbirkori, ham xizmatlardan foydalanuvchilar uchun erkin tanlash huquqi, tadbirkorning daromadlari uning faoliyati natijalariga va sport xizmatlari bozordagi vaziyat va boshqalar. Jismoniy tarbiya va sportning bozor munosabatlari tizimiga kiritilishi xizmat ko'rsatish sohasining ushbu sohani boshqarishning o'ziga xos - xususiyatlarini belgilaydi. Bozor iqtisodiyoti jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirkorlikni rivojlantirishga, jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari egalari sonining ko'payishiga, ularning huquqiy shakllari xilma-xilligining ko'payishiga, spektrning kengayishiga va aholiga jismoniy tarbiya va sport xizmatlari sifatining yaxshilanishiga yordam beradi.

Jismoniy tarbiya va sport xizmatlarining asosiy turlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- jismoniy mashqlar va sport darslari, sport-sog'lomlashtirish bo'limlari, sport jamoalari va klublari ko'rinishida tashkil etilgan jismoniy tarbiya va sport mashg'ulotlarining tashkiliy shakllari;

- sport namoyishlari;

- jismoniy tarbiya va sog'lomlashtirish mashg'ulotlarining uslublari va o'quv-uslubiy majmualari, jismoniy tarbiya dasturlari va sportchilarni tayyorlash tizimlarini ishlab chiqish.

Bir qator mualliflar bozor sharoitida jismoniy tarbiya va sport faoliyatining xususiyatlarini ta'kidlashadi. Mualliflarning fikriga ko'ra ularning asosiylari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- JTS xizmat ko'rsatish sohasiga aholini jismoniy tarbiyalash maqsadida amalga oshiriladigan ijtimoiy-pedagogik faoliyatning o'ziga xos to'plami sifatida o'zgartirish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasini boshqarishni nomarkazsizlashtirish;

- professional sportning rasmiy maqomini huquqiy jihatdan mustahkamlash va uni rivojlantirish;

- JTST tashkiliy – huquqiy shakllari xilma-xilligining oshgani;

- tijorat xo'jalik hisobi asosida rivojlanib borayotgan jismoniy tarbiya va sport iqtisodiy ahamiyatining o'sib borayotganligi;

- JTST o'rtasida raqobatning paydo bo'lishi va jismoniy tarbiya va JTS xizmatlari uchun erkin narxlarni shakllantirish.

1.3. Menejment tushunchasi va mohiyati.

"Menedjment" so'zi Amerikadan kelib chiqqan bo'lib, to'g'ridan-to'g'ri rus tiliga tarjima qilinmagan. Ingliz tilining Oksford fundamental lug'atida "menejment" atamasining yanada keng talqini berilgan [14]:

- maxsus turdagi ma'muriy ko'nikmalar, qobiliyat;

- hokimiyat va boshqaruv san'ati (mahorati);

- odamlar bilan muomala qilish usuli va ko'rinishi;

- boshqaruv organi va uni tashkil etadigan odamlar.

Menejment - bu bozorni boshqarish tizimidagi tashkiliy boshqaruvning maxsus turi, u quyidagilar bilan tavsiflanadi: iqtisodiy rivojlanishning bozor mexanizmlari, bu raqobatni, korxona va iqtisodiy qarorlarni qabul qilish erkinligini, kapital, ishchi kuchi, erkin narxlarni shakllantirishdagi migratsiya mexanizmlarini o'z ichiga oladi, bu esa, o'z navbatida, bozorda kompaniya (firma, tashkilot)ning xulq-atvoriga moslashuvchanlik va moslashishga bo'lgan ehtiyojni keltirib chiqaradi, bunga quyidagilarsiz erishish mumkin emas:

- inson omiliga yo'naltirilganlik,

- yuqori professionallik,

- menejmentning ijodkorligi.

Menejment - bu aniq natijaga erishish uchun ijtimoiy-iqtisodiy va ijtimoiy-texnik tizimlarni boshqarishdir. Shunday qilib, zamonaviy

menejment adabiyotlarida boshqaruv va menejment bir-birini almashtiradigan tushunchalar sifatida qabul qilinadi.

Har qanday faoliyat menejmentni talab qiladi. Menejment – bu o'ziga xos-xusiyatli faoliyat bo'lib, boshqaruv hatti-harakatlari - boshqaruv funktsiyalarini amalga oshirish bilan bog'liqdir. Birinchi marta boshqaruv funktsiyalari tarkibini A.Fayol taklif qilgan: "Boshqaruv-bu oldindan ko'ra olish, rejalashtirish, tashkillashtirish, ko'rsatmalart berish, muvofiqlashtirish va nazorat qilish".

Zamonaviy ixtisoslashtirilgan adabiyotlarda boshqaruvning ko'plab funktsiyalari ko'rib chiqilgan. Masalan: prognozlash, maqsadlarni belgilash, rejalashtirish, tadbirlarni tashkil qilish, xodimlarni rag'batlantirish, nazorat qilish, buxgalteriya hisobi va tahlil. Menejmentning aniq funktsiyalarini amalga oshirish usullari har qanday menejning kasbiy faoliyatiga asoslanadi.

Boshqaruv funktsiyalarini bajarish vaqt va resurslar sarfini nazarda titadi. Cheklangan resurslar boshqarish funktsiyalarining o'zaro bog'liqligini hisobga olgan holda ulardan samarali taqsimlanish va foydalanishni talab qiladi. Shuning uchun menejmentning barcha muammolari boshqaruv jarayonlarining prizmasida, ya'ni resurslarni natijalarga aylantirish uchun harakatlar ketma-ketligi orqali ko'rib chiqiladi. Ba'zi bir misollar: aloqa jarayonlari va boshqaruv qarorlarini qabul qilish, ishlab chiqarish (texnologik) va sotib olish jarayonlari va boshqalar.

1.4. Menejmentning shakllanish tarixi. Sportni boshqarish evolyutsiyasi. Menejmentning tarixiy rivojlanishi.

Menejmentni rivojlantirish tarixi uzoq o'tmishga borib taqaladi. Bu qadimgi Yunoniston va Shumerlar davrida paydo bo'lgan. Menejmentning shakllanishi va rivojlanish tarixi dastlabki bosqichlarda juda chalkashgan, ammo hozirgi zamon uchun bu shubhasiz muhimdir.

Menejment qanday paydo bo'ldi? Menejment rivojlanish tarixining boshlanishiga yuqori natijalarga erishish uchun mehnat taqsimoti bo'lishi kerakligi haqida yozgan mutafakkir Platon asos solgan. Keyinchalik Sokrat o'z hissasini qo'shib, xodimning faoliyat turidan qat'iy nazar, bir xil majburiyatlarga ega bo'lishini, asosiysi mehnat va

vakolatlarni to'g'ri taqsimlash kerakligini ta'kidlagan, shunda ishlab chiqarish jarayoni ancha samarali bo'ladi. Keyinchalik To'ng'ich Katon menejerlar qilgan ishlari to'g'risida egasiga qanday hisobot berishlarini va oldingi natijalarga nisbatan unga foyda to'g'risida hisobot berishlarini tasvirlab berdilar.

Zamonaviy olimlar va iqtisodchilar boshqaruvning vujudga kelishi va rivojlanish tarixini asta-sekin yig'ib, boshqaruvning oddiy g'oyalardan ilm-fanga o'tishiga ta'sir qilgan asosiy omillarni aniqladilar:

- ijtimoiy soha, keyinchalik sanoat ishlab chiqarisi rivojlandi;
- olingan tajribani to'playdigan va umumlashtiradigan innovatorlar va nazariyotchilar paydo bo'ldi;
- menejment mantig'i yuqoridagi ikki omil asosida rivojlana boshladi, bu tamoyillar tizimini ishlashga olib keldi va menejmentni fanga aylantirdi.

Menejment rivojlanishining asosiy bosqichlari [10]:

- qadimgi davr. Eng uzun, miloddan avvalgi 9-ming yillikdan XVIII asrgacha. Bilim va tajribani to'plash davri;

- 1776 - yildan 1890 - yilgacha bo'lgan sanoat davri. Mehnat menejmenti mehnat turlari bo'yicha tasniflangan va bo'lingan. Buning uchun biz A. Smitga qarz dormiz. Menejment ta'limotga aylanadi va u ishlab chiqarishni ham, davlatni boshqarishda ham faol qo'llanila boshladi;

- 1856 - yildan 1960 - yilgacha tizimlashtirish davri. Menejment faol va tez rivojlana boshlagan, samarali menejment masalalariga yangi ta'limotlar va yondashuvlar paydo bo'ldi, menejmentning fan sifatida rivojlanish tarixi boshlanadi, birinchi menejerlar paydo bo'ladi - ish joyida mulkdorning vakillari;

- axborot davri, 1960 - yildan to hozirgi kungacha. Mantiqiy jarayonni kompyuter texnologiyasidan foydalangan holda matematik tarzda ifodalash mumkin. Bu ish dasturini tezda tanlash imkonini beradi. Tashkilotlarning ichki tuzilmalari qayta ko'rib chiqilgan, menejmentni rivojlantirish tarixida yangi rejalashtirish shakllari paydo bo'ladi: simulyatsiya, tahlil usuli, boshqaruv qarorlarini matematik baholash. Zamonaviy ilm-fanning biron bir yo'nalishi ushbu shakllarsiz amalga oshirilmaydi.

Menejment ilm sifatida G'arbda 70 yil oldin paydo bo'lgan. Uning otasi - amerikalik Frederik Teylor, Frederik Uinslou Teylor advokat oilasida tug'ilgan. Frantsiya va Germaniyada, keyin Nyu-Xempshirdagi Exeterdagi Fillips akademiyasida tahsil olgan. 1874-yilda u Garvard huquqshunoslik kollejini tugatgan, ammo ko'rish qobiliyatidan kelib chiqqan holda o'qishni davom ettira olmagan va Filadelfiyadagi gidrotexnika fabrikalarining sanoat ustaxonalarida matbuot xodimi bo'lib ishga kirgan. 1878-yilda, iqtisodiy tushkunlik cho'qqisida, Midwell po'lat quyish zavodiga turli kasbli ishchi sifatida ishga qabul qilingan.

1882-1883-yillarda mexanik ustaxonalar mudiri bo'lib ishlagan. Shu bilan bir vaqtda texnik ma'lumotni olgan (mexanik-muhandis darajasi, Stivens Texnologiya instituti, 1883y.). 1884-yilda Teylor bosh muhandis bo'lib, o'sha yili u mehnat unumdorligi uchun differensial ish haqi tizimini qo'lladi.

1890-yildan 1893-yilgacha Filadelfiyadagi ishlab chiqarish manafaktura investitsiya kompaniyasining bosh ijrochi direktori, Men va Viskonsin shtatida qog'oz presslari egasi bo'lgan, Teylor menejment tarixida birinchi bo'lib o'zining menejment bo'yicha konsalting biznesini tashkil qildi. 1906-yilda Teylor Amerika mexanik muhandislari jamiyatining prezidenti bo'ldi va 1911-yilda ilmiy menegmentni rivojlantirish jamiyatini tasis etdi.

Klassik maktabning shakllanishi Anri Fayol nomi bilan bog'liq.

Fayol 1841-yilda Turkiyaning Istanbul shahrining chekkasida tug'ilgan va otasi bu shaharda Oltin Shox bo'g'ozi orqali ko'prik qurishni boshqargan. 1847- yilda uning oilasi Frantsiyaga qaytib ketdi. 1860-yilda Sent-Etyen konchilik maktabini tugatgandan so'ng u Compagniede Commentry-Fourchambeau-Decazeville kon kompaniyasida ish topdi va u erda 1888-yildan 1918-yilgacha nazoratchi bo'lib ishladi. 1916-yilda, Teylor mehnatni ilmiy tashkil etish nazariyasini e'lon qilganidan bir necha yil o'tgach, Fayol "Umumiy va sanoat boshqaruvi" (fr.Administration Industrielleet Générale) asarini nashr etdi. O'z kitobida Fayol mantiqan muvofiqlashtirilgan tizimli boshqarish nazariyasini yaratib, o'zi tomonidan ishlab chiqilgan boshqarish sxemalarini umumlashtirgan.

Fayol mustaqil yo'nalishlarni tasvirlovchi va shu bilan birga boshqaruv jarayonining boshqa yo'nalishlari bilan bog'liq bo'lgan beshta boshqaruv funksiyasini ajratgan [10].

Fayol bo'yicha boshqaruv - bu:

- rejalashtirish (prevoir);
- tashkil etish (organiser);
- buyruq berish (comander);
- muvofiqlashtirish (coordonner);
- nazorat qilish (controller).

Fayolning boshqarish tamoyillarilari:

- mehnat taqsimoti - xodimlarning e'tiborini bir joyga jamlash imkoniyatiga ega bo'lishini ta'minlash maqsadida muayyan operatsiyalarni ishchilarga qayta tayinlash va natijada mehnat unumdorligini oshirish;

- hokimlik va javobgarlik - buyruq berish huquqi ularning oqibatlari uchun javobgarlik bilan mutanosib bo'lishi kerak;

- bitta odam boshqaruvi - har bir xodim faqat bitta rahbarga hisobot beradi va faqat undan buyruq oladi;

- taqdirlash - xodimlarni rag'batlantirishning adolatli usullarining mavjudligi;

- intizom - tashkilot ichida belgilangan qoidalarga rioya qilish zarurati. Intizomni saqlash uchun barcha darajadagi tartibbuzarlarga nisbatan tegishli jazolar (sanktsiyalar)ni qo'llay oladigan rahbarlar bo'lishi kerak;

- harakatlarning birligi - bir guruh ishchilar bitta maqsadga erishishga qaratilgan yagona rejaga muvofiq ishlashlari kerak;

- manfaatlarning bo'ysunishi - xodim yoki xodimlar guruhining manfaatlari tashkilot manfaatlaridan yuqori bo'lmasligi kerak;

- tashabbuskorlik - xodimlarga shaxsiy tashabbus ko'rsatish imkoniyatini berish;

- ierarxiya - buzilmasligi kerak bo'lgan, lekin zarar yetkazmaslik uchun iloji boricha kamaytirilishi kerak bo'lgan tashkiliy tuzilma;

- tartib - har bir kishi uchun ma'lum bir joy va har bir kishining o'z joyida bo'lishi;

- markazlashtirish - boshqaruv markaziga ega bo'lgan tashkilotdagi tabiiy tartib. Markazlashtirish darajasi har bir holatga bog'liq;

- kadrlar barqarorligi - kadrlar almashinuvi tashkilotni zaiflashtiradi va yomon boshqaruv natijasidir;

- adolat - ma'muriyatning bo'ysunuvchilarga bo'lgan hurmati va odilligi, muruvvat va adolatning uyg'unligi;

- korporativ ruh - ishchilar birligi, kuch birligi.

Jorj Elton Mayo (1880-1920) "insoniy munosabatlar" maktabining asoschisi hisoblanadi.

U Adelaida shahrida (Janubiy Avstraliya) tug'ilgan. U yoshligini tibbiyotga bag'ishladi, Avstriya, Shotlandiya va Angliyada tahsil olgan, ammo biron bir tibbiyot muassasasini bitirmagan. U o'zining hayotiy biznesi - psixologiyasini 1905 yilda, bir necha turdagi faoliyatni o'zgartirishdan oldin boshlagan: Afrikadagi oltin qazib oluvchi kompaniyada xizmat qilgan, nashriyot kompaniyasiga ega bo'lgan va h.k. U 1911 yilda Adelaida universitetini tugatib, psixologiya bo'yicha diplom olgan. O'qishini bitirib, u Brisbendagi Kvinslend universitetida o'qituvchi bo'ldi. 1919 yilda u psixologiya bo'yicha birinchi monografiyasini nashr etdi - Demokratiya va Ozodlik (Demokratiya va Ozodlik) - bunda sanoat jamiyatida ishlab chiqarishning siyosiy muammolari o'rganilgan.

1922 yil may oyida Mayo AQShga jo'nadi. U yerda u Filadelfiya, Pensilvaniya universitetining sanoat tadqiqotlari bo'limida ish boshladi. Uning ishining mavzusi sanoat psixologiyasi bo'lib, u sanoat ziddiyatlarining psixologik sabablar bilan bog'liqligini birinchi marta e'lon qildi. 1926 yilda Mayo Garvard Biznes Maktabining sanoat tadqiqotlari kafedrasi dotsenti va mudiri bo'lgan.

Menejmentning boshqaruv bo'yicha tamoyillari. Natijada, Mayo quyidagi boshqaruv tamoyillarini shakllantirdi: individlar noyob muhtojliklar, ehtiyojlar, maqsadlar va moyilliklarga ega.

Ijobiy motivatsiya ishchilarga individual munosabatda bo'lishni talab qiladi. Ishchining shaxsiy va oilaviy muammolari mehnat unumdorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Odamlar o'rtasida ma'lumot almashish muhimdir, samarali ma'lumo esat boshqarishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. U shuningdek bunga ishongan [10]:

- menejment faoliyati samaradorligi uchun menejerlar mahsulotlarga emas, balki odamlarga ko'proq e'tibor berishlari kerak;

- odamlar ishining ijtimoiy va psixologik tomonlarini hisobga olgan holda menejmentni ratsionalizatsiya qilish kompaniyadagi innovatsion faoliyatga hissa qo'shadi;

- individual taqdirlash tamoyilini guruhlashga o'zgartirish kerak;

- iqtisodiy rag'batlantirish ijtimoiy-psixologik nisbatan samarasiz.

Jarayon, natijalar va undan olingan xulosalar Mayoning ikkita asosiy asarida tasvirlangan: "The Human Problems of an Industrial Civilization" ("Sanoat tsivilizatsiyasining insoniy muammolari") (1933) va "The Social Problems of an Industrial Civilization" ("Sanoat tsivilizatsiyasining ijtimoiy muammolari") (1949).

Shunday qilib, Mayo birinchi bo'lib tashkilot samarali faoliyat uchun turli darajadagi xodimlar o'rtasida hamkorlik va sheriklik bo'lishi kerakligini ta'kidlaydi.

Hawthorne eksperimentlari inson resurslari menejmentini yanada rivojlantirish uchun boshlang'ich nuqta bo'lib, qat'iy tartibga solish va asosan moddiy rag'batlantirishga asoslangan klassik yondashuvdan inson munosabatlari doktrinasiga o'tishni anglatadi."

1.5. Sohadagi boshqaruv xususiyatlari.

Jismoniy tarbiya va sport ijtimoiy faoliyat sohalaridan biridir. Ushbu sohaning rivojlanishi yagona iqtisodiy kompleksda kechmoqda.

Jismoniy tarbiya va sport iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida insonning har tomonlama jismoniy yaxshilanishini ta'minlashga qaratilgan faoliyat bilan shug'ullanadigan korxonalar, muassasalar va tashkilotlar tizimidir.

Jismoniy tarbiya va sportni ijtimoiy faoliyatning muayyan turini iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida tasniflashda sportchilarning ish samaradorligini hamda sportchilar va jismoniy tarbiyalanuvchilarni tayyorlash sifatini oshirish uchun yaxshi sharoitlar yaratish kerak.

Iqtisodiyot tarmog'i sifatida jismoniy tarbiya va sportning shakllanishi ushbu sohaning barcha xizmatlari va o'zaro bog'liq bo'linmalarining kelishilgan harakatlarini ta'minlash - ushbu sohani boshqarish samaradorligini oshirish, asosiy vositalar va xodimlarni mamlakat bo'ylab teng ravishda taqsimlashga qaratilgan sa'y-harakatlarni muvofiqlashtirish zarurati bilan bog'liq.

Jismoniy tarbiya va sportni "iste'mol ishlab chiqarishi" deb hisoblash lozim. Moddiy ishlab chiqarish mevalaridan (sport anjomlari, jihozlar, kiyim-kechak va boshqalar) foydalangan holda jismoniy tarbiya o'ziga xos mahsulotlarni ishlab chiqaradi - sport xizmatlari, nomoddiy imtiyozlar, jamiyatning shaxsiy iste'mol fondini kengaytirish.

Jismoniy tarbiya va sport "iste'mol mahsulotlari"ning o'ziga xos elementlariga ega.

Bu, birinchi navbatda, mehnat vositalari: sport inshootlari, ularning jihozlari, sport anjomlari; ikkinchidan, sport xodimlarining mehnati; uchinchidan, mehnat predmeti- jismoniy tarbiyalanuvchilar va sportchilar.

Jismoniy madaniyat va sport xalq xo'jaligining mustaqil tarmog'idir, shuning uchun uni nafaqat "toza" sanoat, balki idoraviy va boshqaruvchi sanoat sifatida ham ajratib ko'rsatish kerak.

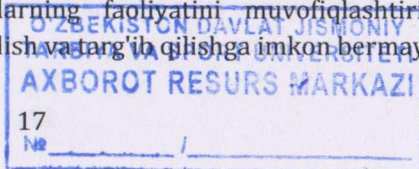
1.6. O'zbekistonda jismoniy tarbiya va sportni boshqarishning zamonaviy tizimi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2018-yil 5-martdagi PF-5368-sonli farmoni.

Mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sportni, aholi, ayniqsa, yoshlar o'rtasida sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish uchun zarur shart-sharoit va infratuzilmani yaratish, mamlakatimizning xalqaro sport maydonlarida munosib ishtirok etishini ta'minlash choralari izchil amalga oshirilmoqda.

Shu bilan birga, jismoniy tarbiya va sportni tashkil etishda bir qator tizimli muammolar va kamchiliklarning mavjudligi ushbu sohada davlat siyosatining samarali amalga oshirilishiga va mamlakatning mavjud sport salohiyatidan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Jumladan [5]:

- birinchisi, jismoniy tarbiya va sportni, ayniqsa bu sohada boshqaruvning samarali yaxlit tizimining yo'qligi, bu sohada davlat organlari va boshqa tashkilotlarning faoliyatini muvofiqlashtirish, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish va targ'ib qilishga imkon bermaydi;



- ikkinchisi - respublikada o'rta va uzoq muddatli davrda jismoniy madaniyat va sportni rivojlantirish kontseptsiyasi ommaviy sport va yuqori yutuqlar sporti sohasidagi aniq vazifalar va maqsadlarni belgilash bilan ishlab chiqilmagan;

- uchinchidan, nodavlat sektori bilan davlat-xususiy sheriklik asosida zamonaviy sport moddiy-texnik bazasi va infratuzilmasini yaratishda o'zaro hamkorlikning past darajasi ushbu sohadagi mavjud muammolarni samarali hal qilishga imkon bermaydi;

- to'rtinchidan, yoshlar orasidan iqtidorli sportchilarni tanlash (saralash) uchun samarali va shaffof tizimning yo'qligi sport zaxirasini shakllantirish va terma jamoalarni yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlash uchun yuqori toifadagi sportchilarni tayyorlashga imkon bermaydi;

- beshinchidan - sport kadrlarini tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishning amaldagi tizimi, ayniqsa boshqaruv kadrlari, jismoniy tarbiya va sportni boshqarish sohasidagi malakali mutaxassislarning ehtiyojlarini to'liq qondirmaydi;

- oltinchisi - jismoniy tarbiya va sportni qo'llab-quvvatlashning sportning faqat ayrim turlarini rivojlantirishga qaratilgan irratsional tizimi boshqa ommaviy Olimpiya sportlari, birinchi navbatda o'yinli va qishkini rivojlantirishga befarq qaraydi;

- yettinchidan - innovatsion tadqiqot va uslubiy ishlanmalar, sportchilarni tayyorlash standartlari va ularni zamonaviy talablarga javob beradigan tibbiy ta'minotning yo'qligi, yuqori sifatli o'quv jarayonini tashkil etishga imkon bermaydi;

- sakkizinchisi - jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish uchun ajratilgan moliyaviy mablag'larni sarflashning asosiligi va ob'ektivligi, moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish va ushbu sohada suiste'mollik holatlarini tugatish uchun samarali ichki mexanizm shakllantirilmagan;

- to'qqizinchi - xalqaro standartlarga javob beradigan yuqori sifatli mahalliy sport anjomlari va uskunalarini ishlab chiqarish yo'lga qo'yilmagan va bunday ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlashning samarali mexanizmi ta'minlanmagan.

1.7. Mamlakatda sport menejerlarini tayyorlash tizimini yaratish.

Innovatsion tafakkurga ega bo'lgan ma'muriy xodimlarni tayyorlash va tanlash.

Sportni boshqarishning maxsus dasturlarini ularni tayyorlash jarayonida joriy etish, mutaxassislar, sport tibbiyoti menejerlari va psixologlari uchun seminarlar o'tkazish, dunyoning yetakchi sport markazlarida amaliyot o'tashni tashkil etish (Sport Management / Sport Leadership / Sport Administration).

Rahbar kadrlarni tayyorlash dasturini amalga oshirish, shuningdek, "Zamonaviy sport menejmenti" kursi va uni tugatgandan so'ng barcha imtihonlarni muvaffaqiyatli topshirgan barcha tinglovchilarga sport muassasalari rahbarlari lavozimlarini egallashga imkon beradigan maxsus sertifikatlar beriladi. Ushu dastur quyidagi yo'nalishlarni nazarda tutadi:

- sport muassasalari rahbarlarining rivojlanish dasturlarida tizimli ishtirok etishini ta'minlash, ular o'rtasida tajriba almashishni rag'batlantirish, shuningdek ilg'or va eng samarali ish usullarini izlash;
- hududlar va umuman mamlakat miqyosida ma'muriy tartib-qoidalarini optimallashtirish, boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirish, muammolarga o'z vaqtida va yetarli javob berish uchun samarali axborot almashish tizimini shakllantirish;
- jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat siyosatini amalga oshirishda hududiy bo'linmalar va tegishli rahbarlarining mustaqilligi va javobgarligini oshirish;
- jamoatchilik va yirik tijorat korxonalarining sport inshootlarini boshqarishda va ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatini nazorat qilishda ishtirokini ta'minlash (kuzatuv kengashi, vasiylik kengashi, boshqaruv kengashi);
- maxsus ishlab chiqilgan va tasdiqlangan mezonlar asosida iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi talablariga muvofiqligini ta'minlaydigan tizimning tashkiliy tuzilmasi sohasidagi o'zgarishlar dinamikasini muntazam (yillik) baholash.

1.8. Zamonaviy menejmentning xususiyatlari.

Bozor sharoitida menejment boshqaruv sifatida kompaniyaning bozor ehtiyojlarini qondirish, aniq iste'molchilar ehtiyojlariga javob berish, talabga ega bo'lgan va kompaniyaga foyda keltiradigan mahsulot turlarini ishlab chiqarishni tashkil etishni ta'minlaydi.

Zamonaviy menejment quyidagilar bilan tavsiflanadi [10]:

- ishlab chiqarish va umuman biznes samaradorligini oshirishga barqaror intilish;

- keng iqtisodiy mustaqillik, kompaniya (korxona) yoki bozorda bo'linmalarining yakuniy natijalari uchun javobgar bo'lganlar uchun qaror qabul qilish erkinligini ta'minlash;

- boshqaruv qarorlarini qabul qilishda ko'p variantli hisoblar uchun zamonaviy axborot bazasidan foydalanish;

- bozorning holati, tashqi muhitning o'zgarishiga qarab maqsad va dasturlarga doimiy ravishda o'zgartirishlar kiritib turish;

- kompaniyaning rejalashtirilgan yakuniy natijasiga erishishiga e'tiborni qaratish;

- real erishilgan yakuniy natijalar asosida umuman ishlarni boshqarishni baholash;

- rejalashtirish funktsiyasining o'zgarishi - joriy holatdan istiqbolga qarab;

- kompaniya faoliyatini yaxshilashning barcha asosiy omillariga e'tiborni qaratish:

- kompyuterlar asosida matematik usullar va informatika yutuqlaridan maksimal darajada foydalanish;

- barcha xodimlarini kompaniyani boshqarishga jalb qilish;

- o'zgarishlarni oldindan ko'ra olish va moslashuvchan qarorlar asosida boshqaruvni amalga oshirish;

- kompaniyaning har bir segmentida innovatsiyalarga, nostandart yechimlarga suyanish;

- har bir boshqaruv qarorini chuqur iqtisodiy tahlil qilish;

- oqilona tavakkal qilish va tavakkallikni boshqarish qobiliyati;

- marketingning rolini o'zakli (kalitli) darajaga ko'tarish.

Kalit so'zlar va tushunchalar: jismoniy tarbiya, sport, tendentsiya, menejment ob'ekti, menejment, jismoniy tarbiya va sport xizmatlari,

menejment evolyutsiyasi, sportni boshqarishning xususiyatlari, faoliyat ko'rsatishning xususiyatlari, zamonaviy boshqaruv tizimi, sport menejerlarini tayyorlash tizimi, zamonaviy menejmentning xususiyatlari.

Nazorat savollari

1. Jismoniy tarbiya va sport mamlakat iqtisodiyotida qanday rol o'ynaydi?

2. Jismoniy tarbiya va sport bozor munosabatlari tizimida menjment ob'ekti sifatida.

3. Jismoniy tarbiya va sport xizmatlarining asosiy turlari.

4. Bozor sharoitlarida jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyat ko'rsatishning xususiyatlari nimalardan iborat?

5. Menejment deganda nima tushuniladi?

6. Menejmentning mohiyati.

7. Menejment qanday paydo bo'lgan?

8. Menejmentning rivojlanish tarixi qanday bosqichlardan iborat?

9. Menejment ilmiy boshqaruv sifatida qachon paydo bo'lgan va uning asoschisi kim?

10. Menejmentning mumtoz (klassik) maktabi.

11. "Xulq-atvor bilimlari (fanlari)" boshqaruv maktabi.

12. Menejmentning "Inson munosabatlari" maktabi.

13. Jismoniy tarbiya va sportni boshqarishning xususiyatlari nimalardan iborat?

14. Zamonaviy jismoniy tarbiya va sportni boshqarish tizimining mohiyati nimada?

15. Mamlakatda sport menejerlarini tayyorlash tizimining asosiy vazifalari.

16. Zamonaviy menejmentga qanday xususiyatlar xos?

II BOB. O'ZBEKISTONDA JISMONIY TARBIYA VA SPORTNI BOSHQARISH VA TARTIBGA SOLISHNING HUQUQIY ASOSLARI.

2.1 Jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishning me'yoriy-huquqiy bazasining mohiyati.

Jismoniy tarbiya va sport faoliyatini boshqarish ushbu harakatning barcha ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solmasdan samarali amalga oshirilmaydi. Manfaatdor tomonlarning xatti-harakatlarini tartibga soluvchi norma va qoidalarini ishlab chiqish jismoniy tarbiya va sportni huquqiy boshqarishni tashkil qilish uchun asosdir. Bunga huquqiy normalar, qoidalar va sport hakamining ishtirokisiz yoki yetarli darajada ishlab chiqilmasdan mavjud bo'lmaydigan raqobatbardosh faoliyat misol bo'la oladi.

Huquqiy boshqaruvni tashkil qilish jismoniy tarbiya va sport harakatining barcha darajalarining - o'quv-mashq jarayonini boshqarish darajasidagi faoliyatdan xalqaro olimpiya harakatiga qadar uzluksizligi va o'zaro bog'liqligini ta'minlaydigan huquqiy normalar va munosabatlar tizimi va tuzilishini nazarda tutadi. Faoliyatni boshqarishning har bir darajasida u ishtirok etayotgan subyektlarning turli-tuman munosabatlarini tartibga soluvchi aniq maqsad va vazifalarni aks ettiruvchi o'zining tartibga soluvchi qo'llab-quvvatlashini talab qiladi, masalan [14]:

- o'quv mashg'ulotlari va sport tadbirlarini xavfsiz tashkil etish va o'tkazish;

- hakamlarning xolisligini ta'minlash, hakamlarning adolatsiz qarorlari va noto'g'ri qarorlari uchun javobgarlik tizimini takomillashtirish;

- sportdagi salbiy hodisalarga qarshi kurash (kirish chiptalari bilan bog'liq bo'lgan chayqovchiliklar, o'yinlarni kelishish, totalizatorlarda firibgarlik, ...);

- sport tashkilotlarini yaratish va ularning ishini ta'minlash;

- sport federatsiyalarini akkreditatsiya qilish;

- teng boshlang'ich shartlar va halol o'yin qoidalarini ta'minlash;

- sport sanoati sohasida tijorat faoliyati;

- xo'jalik yurituvchi sub'yektlar, davlat va jamoat sport tashkilotlari o'rtasidagi munosabatlarni huquqiy qo'llab-quvvatlash;

- intellektual mulk huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq munosabatlar (ramzlar, tovar markalari, sport tadbirlariga radio va televideniya huquqlari);

- yuqori darajadagi sportchilar va sport menejerlari o'rtasidagi munosabatlar;

- Olimpiya harakatida xalqaro sport nizolarini hal qilish;

- dopingga qarshi global siyosatni huquqiy qo'llab-quvvatlash va sport harakatida doping ishlatilishiga qarshi kurash;

- Olimpiya mahsulotlarini ishlab chiqaradigan qo'shma xalqaro korxonalarni tashkil etish;

- Olimpiya sportlari sohasidagi xalqaro soliq munosabatlari;

- milliy va xalqaro miqyosda professional sport turlarini huquqiy qo'llab-quvvatlash;

- olimpiyachilarni moddiy qo'llab-quvvatlash va ijtimoiy himoya qilish, sportchilarni sug'urta qilish va ularga tibbiy xizmat ko'rsatish;

- futbolchilar va murabbiylarning bitta sport jamiyati yoki klubdan boshqalariga o'tishlari (transferlari);

- sport agentlarining xalqaro faoliyati va boshqalar.

Bu to'liq ro'yxat emas, chunki jismoniy tarbiya va sport faoliyatining har xil turlari va yo'nalishlarini o'z ichiga olishi mumkin va ularning tashkiliy darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, soha mutaxassislari - menejerlar ehtiyojlari qanchalik ko'p bo'lsa, uni ta'minlash uchun me'yoriy-huquqiy bazani yanada batafsilroq talab qiladi.

Bundan tashqari, har bir darajaning huquqiy asoslari o'ziga xos ierarxiyaga ega. Xalqaro miqyosda fundamental printsiplar universal xarakterga ega va eng yuqori yuridik kuchga ega bo'lgan asosiy xalqaro huquqiy normalardir, xususan, 1970-yil Birlashgan Millatlar Tashkilotining Nizomiga muvofiq davlatlar o'rtasidagi do'stona munosabatlar va hamkorlikka oid xalqaro huquq printsiplar to'g'risidagi deklaratsiyasida, «ushbu Deklaratsiyadagi Ustav printsiplari xalqaro huquqning asosiy printsiplarini tashkil etadi», deb ta'kidlab, ularning ustuvorligini ta'kidlaydi. Shu asosda xalqaro sport huquqi ishlab chiqilmoqda, uning asosiy manbalari quyidagilardan iborat [14]:

- Olimpiya Xartiyasi (uning asoschisi Per de Kubertin tomonidan ishlab chiqilgan va 1894 yilda Parijda Xalqaro Sport Kongressi tomonidan tasdiqlangan);

- jismoniy tarbiya va sportning xalqaro xartiyasi (1978);
- sportdagi Aparteidga qarshi xalqaro konvensiya (1985);
- sport tadbirlari, xususan futbol o'yinlari paytida zo'ravonlik va bezorilik xulq-atvorlarni oldini olish to'g'risidagi Evropa konvensiyasi (ETS №120 Strasburg, 1985);
- doping ishlatishga qarshi konvensiya (ETS № 135, Strasburg, 1989);
- Evropa Sport Xartiyasi (Rodos, 1992);
- sport etikasi kodeksi (1992) va boshqalar.

Ushbu hujjatlar umumiy tan olingan printsiplar sifatida aks ettirilgan:

- inson huquqlari va asosiy erkinliklarini hurmat qilish tamoyili;
- davlatlar o'rtasidagi hamkorlik tamoyili;
- xalqaro majburiyatlarni vijdonan bajarish tamoyili, shuningdek, biz buni alohida ta'kidlashimiz mumkin;

- har qanday shaxsning sport, jismoniy tarbiya va sog'lig'ini saqlash bilan shug'ullanish huquqiga tegishli tamoyillar, masalan, irqi, jini, dini, siyosiy yoki boshqa e'tiqodlardan qat'iy nazar, teng imkoniyatlar tamoyillari, milliy va xalqaro miqyosda sport va jismoniy tarbiya bilan shug'ullanish hayot sifatini oshirish omili sifatida.;

- xalqaro sport harakatini rivojlantirish bilan bog'liq tamoyillar, xususan: dunyoda sport harakatining barcha sohalarini, shuningdek ommaviy sportni har tomonlama takomillashtirish: sport harakatini qo'llab-quvvatlashda davlat organlarining yuqori mavqei, xalqaro va milliy nodavlat sport tashkilotlari bilan yaqin muvofiqlashtirish, shu jumladan sport uchun tuzilmalarni yaratish. sport sohasida rivojlanish va muvofiqlashtirish;

- o'quv-mashq va musobaqalashish faoliyati sohasidagi xalqaro munosabatlarni tartibga soluvchi tamoyillar, shu jumladan taniqli "Fairplay" hurmat va adolatli o'yin qoidalariga rioya qilish.

O'zbekiston Respublikasi uchun xalqaro ko'p tomonlama bitimlarda ishtirok etish sport sohasidagi xalqaro huquqning manbaidir, xususan:

- sportdagi dopingga qarshi xalqaro konventsiya (Parij, 2005; ratifikatsiya 2009);

- Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga a'zo davlatlarning jismoniy tarbiya va sport sohasidagi hamkorlik to'g'risidagi Bitim (Yalta, 2009).

2.2 "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni [1]

O'zbekiston Respublikasining "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi qonuni.

O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Qonunchilik palatasi tomonidan 2015-yil 24-iyulda qabul qilingan va Senat tomonidan 2015-yil 6-avgustda ma'qullangan.

Qonun 8 bob va 47 moddadan iborat.

1-bob. Umumiy qoidalar.

1-bo'lim. Ushbu Qonunning maqsadi.

Ushbu Qonunning maqsadi jismoniy tarbiya va sport sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat.

2-modda. Jismoniy tarbiya va sport to'g'risidagi qonun hujjatlari.

Jismoniy tarbiya va sport to'g'risidagi qonun hujjatlari ushbu Qonun va boshqa qonun hujjatlaridan iboratdir.

Agar O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomasida O'zbekiston Respublikasining jismoniy tarbiya va sport to'g'risidagi qonun hujjatlarida nazarda tutilganidan boshqacha qoidalar belgilangan bo'lsa, xalqaro shartnoma qoidalari qo'llaniladi.

3-modda. Asosiy tushunchalar.

Ushbu Qonunda quyidagi asosiy tushunchalar qo'llaniladi:

jismoniy reabilitatsiya - jismoniy madaniyat va sportdan foydalangan holda nogironlar va boshqa nogironlarning inson tanasining buzilgan yoki vaqtincha yo'qolgan funksiyalarini tiklash (tuzatish va kompensatsiya);

- jismoniy madaniyat (jismoniy tarbiya) - jamiyat tomonidan insonning jismoniy va intellektual rivojlanishi, uning qobiliyatlari va jismoniy faolligini oshirish, sog'lom turmush tarzi ko'nikmalarini shakllantirish, jismoniy tarbiya orqali ijtimoiy moslashuv maqsadida yaratilgan va ishlatiladigan qadriyatlar, me'yorlar va bilimlarning

to'plami bo'lgan madaniyatning bir qismi. jismoniy rivojlanish va jismoniy tayyorgarlik;

jismoniy tarbiya - barkamol rivojlangan va jismonan sog'lom insonni shakllantirish uchun yuqori madaniyat darajasiga ega bo'lish uchun shaxsni tarbiyalash, shaxsning jismoniy qobiliyatlarini rivojlantirish, jismoniy tarbiya va sport sohasidagi ko'nikma va bilimlarni olish jarayoni;

- sport yoki sport tadbirlarini tashkilotchisi - tashabbusi bilan sport yoki sport musobaqasi o'tkaziladigan va (yoki) bunday tadbirni tayyorlash va o'tkazish uchun tashkiliy, moliyaviy va moddiy yordam ko'rsatadigan yuridik yoki jismoniy shaxs;

- fitness markazi - ommaviy tadbirlar va fitness mashg'ulotlari uchun mo'ljallangan, standart va talablarga javob beradigan va tegishli pasportga ega bo'lgan yopiq yoki ochiq turdagi;

- jismoniy tarbiya tadbirlari - aholini jismoniy tarbiya mashg'ulotlariga jalb qilish va aholi o'rtasida sog'lom turmush tarzini shakllantirishga qaratilgan tadbirlar;

- ommaviy sport - tashkil etilgan va (yoki) mustaqil mashg'ulotlar, shuningdek jismoniy tarbiya va sport tadbirlari orqali jismoniy tarbiya, sog'liqni saqlash, aholini jismoniy tarbiya va sportga jalb etishdagi sportning qismi;

- professional sport - sport musobaqalarini tashkil etish va o'tkazish sportining qismi, ularda qatnashish va tayyorgarlik uchun, asosiy faoliyat turi sifatida sportchilarga mukofotlar va (yoki) ish haqi beriladi;

- sport - muayyan qoidalarga muvofiq odamlarning jismoniy va intellektual qobiliyatlarini taqqoslash, shuningdek ushbu faoliyatga tayyorgarlik ko'rish va uning jarayonida yuzaga keladigan odamlarning munosabatlari havaskor va kasbiy asosda tashkil etilgan faoliyat;

- sportchi - tanlangan sport turi yoki sport bilan muntazam shug'ullanadigan, o'z mahoratini doimiy oshirib boradigan va sport tadbirlarida qatnashadigan shaxs;

- sport agenti - sportchi nomidan va uning manfaatlarini ko'zlab tuzilgan shartnoma asosida ish olib boruvchi, shartnomalar shartlari va huquqlarining bajarilishini nazorat qiluvchi shaxs;

- sport musobaqasi - sport yoki sport tadbirlarini tashkillashtiruvchi tashkilot tomonidan tasdiqlangan reglamentga (reglamentga) binoan

eng yaxshi ishtirokchini aniqlash maqsadida sportning turli turlari (sport intizomlari) bo'yicha sportchilar yoki sportchilar jamoalari o'rtasidagi musobaqalar;

- sport inshooti - sport tadbirlari va ommaviy sport turlari uchun mo'ljallangan sport inshootlari, o'quv-mashg'ulot yig'inlari va o'quv-mashg'ulot yig'inlari uchun mo'ljallangan va tegishli pasportga ega bo'lgan yopiq yoki ochiq inshoot;

- sportchini sportdan mahrum qilish - sportchining tegishli sport turlari bo'yicha xalqaro sport federatsiyasi (assotsiatsiyasi) yoki tegishli sport turlari bo'yicha respublika sport federatsiyasi (assotsiatsiyasi) tomonidan sport qoidalarini yoki sport musobaqalari to'g'risidagi qoidalarini (nizomlarni) buzganligi uchun amalga oshiriladigan sport tadbirlariga qatnashishdan chetlatilishi. xalqaro sport tashkilotlari tomonidan tasdiqlangan antidoping qoidalar yoki respublika sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) tomonidan tasdiqlangan normalar;

- sport intizomi - o'ziga xos xususiyatlarga ega va sport musobaqalari dasturlarining bir yoki bir nechta turlarini o'z ichiga olgan sport qismi;

- sport tadbirlari - sport musobaqalari, o'quv jarayoni va sportchilar ishtirokidagi sport musobaqalariga tayyorgarlikni tashkil etadigan boshqa tadbirlar;

- sport turi - jismoniy tarbiya va sport sohasidagi shaxsning sport musobaqalariga aniq tayyorgarligi bilan tavsiflanadigan, sport musobaqalarini o'tkazish va ularda ishtirok etish shartlari, tartibi va shartlarini belgilovchi qoidalar, qoidalar (nizomlar) mavjud bo'lgan faoliyat turi;

- sport federatsiyasi (birlashmasi) - a'zolik asosida tashkil etilgan va bir yoki bir nechta sportni rivojlantirish, ularni ommalashtirish, shuningdek sport tadbirlarini tashkil etish va sportchilarni tegishli sport turlari bo'yicha tayyorlash uchun O'zbekiston Respublikasi sport jamoalari a'zolari bo'lgan nodavlat notijorat tashkiloti. ;

- sport hakami - maxsus tayyorgarlikdan o'tgan va tegishli malaka toifasiga ega bo'lgan sport yoki sport tadbirlarini tashkilotchisi tomonidan sport qoidalar yoki sport musobaqalari to'g'risidagi nizom (nizom) talablariga rioya etilishini ta'minlash vakolati berilgan shaxs;

- texnik va amaliy sport turlari - umumiy jismoniy mashqlar to'plamiga qo'shimcha ravishda sportchi sport anjomlari, moslamalari yoki texnik vositalariga, shuningdek turli xil turlardan olingan mashqlar kombinatiga egalik va boshqarish sohasidagi ko'nikma va qobiliyatlardan foydalanadigan sport. amaliy ahamiyatga ega sport turlari. Texnik va amaliy sport yoshlarni O'zbekiston Respublikasi Qurolli Kuchlarida xizmatga tayyorlashning ajralmas qismi hisoblanadi;

- murabbiy - murabbiylik bilan shug'ullanish huquqiga ega va o'quv, jismoniy tarbiya va ommaviy tadbirlarni, shuningdek sport natijalariga erishish uchun raqobatbardosh faoliyatni boshqaradigan shaxs;

- milliy sport va O'zbekiston xalq o'yinlari - milliy ijtimoiy-madaniy yo'nalishga ega va O'zbekiston Respublikasida rivojlanib borayotgan sport va o'yinlarning turlari;

- O'zbekiston Respublikasining sport jamoalari - turli yoshdagi sportchilar, murabbiylar, olimlar va jismoniy tarbiya va sport sohasidagi boshqa mutaxassislar, tibbiy va boshqa mutaxassislar O'zbekiston Respublikasi nomidan xalqaro sport musobaqalariga tayyorgarlik ko'rish va ishtirok etish uchun jamoalar;

- havaskorlik sporti - aholini ommaviy sportga ixtiyoriy ravishda jalb qilish orqali odamlarning salomatligini yaxshilash uchun mo'ljallangan sport qismidir;

- harbiy-amaliy sport turlari - harbiy xizmatchilar va o'zlarining xizmat vazifalarini maxsus bajarayotgan shaxslar tomonidan bajarilishi bilan bog'liq maxsus harakatlarga (shu jumladan texnikaga) asoslangan sport turlari.

4-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari:

- jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash;

- har kimning jismoniy tarbiya va sportdan erkin foydalanish huquqini ta'minlash;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat va jamoat boshqaruvining uyg'unligi;

Fuqarolarning jismoniy tarbiya va sport sohasidagi huquqlarining davlat kafolatlarini belgilash;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida kamsitish va zo'ravonlikning oldini olish;

- jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanadigan shaxslarning, shuningdek jismoniy tarbiya va sport tadbirlarining qatnashchilari va tomoshabinlarining hayoti va sog'lig'i xavfsizligini ta'minlash;

- sportning barcha turlari va tarkibiy qismlarini rivojlantirishga ko'maklashish;

- nogironlar va boshqa nogironlar, shuningdek, ijtimoiy himoyaga muhtoj aholining guruhlari o'rtasida jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishga ko'maklashish;

- milliy sport turlari va xalq o'yinlarini rivojlantirish va ommalashtirish uchun sharoitlar yaratish;

- fuqarolarning jismoniy tarbiyasi uzluksizligi va uzluksizligini ta'minlash;

- xalqaro hamkorlikni amalga oshirish.

5-modda. Jismoniy tarbiya va sport fanlari.

Jismoniy madaniyat va sport fanlariga quyidagilar kiradi:

- sport va sport tashkilotlari, shu jumladan sport va texnik tashkilotlar, sport va sport jamiyatlari, sport klublari, sport mashg'ulotlari markazlari;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida sport federatsiyalari (birlashmalari) va boshqa nodavlat notijorat tashkilotlari;

- texnik va amaliy sport turlarini rivojlantiruvchi tashkilotlar;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi faoliyat bilan shug'ullanadigan o'quv yurtlari;

- ixtisoslashtirilgan sport va o'quv muassasalari;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida ilmiy izlanishlar olib boradigan ilmiy tashkilotlar;

- jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanadigan fuqarolar, sportchilar, sport sudyalari, murabbiylar, sport agentlari va jismoniy tarbiya va sport sohasidagi boshqa mutaxassislar, shuningdek jismoniy tarbiya va sport tadbirlarining qatnashchilari va tomoshabinlari;

- ushbu Qonunga muvofiq boshqa organlar va tashkilotlar.

2-bob. Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat tomonidan tartibga solish.

6-modda. Jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash.

Jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash:

- sportchilarning sport tadbirlarida ishtirokini ta'minlash;
- jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining moddiy-texnik va axborot resurslaridan, shuningdek ilmiy-texnik ishlanmalar va texnologiyalardan foydalanishi uchun shart-sharoitlar yaratish;
- davlat tasarrufidagi sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlarini saqlash;
- sport mashg'ulotlarini o'tkazish uchun bazalar va markazlarni, sport va o'quv muassasalarini, shu jumladan ixtisoslashtirilgan sport va o'quv muassasalarini, shuningdek, jismoniy tarbiya va sport inshootlarini qurish va rekonstruktsiya qilish;
- sport klublari va maktablari, sport va o'quv muassasalari, shu jumladan ixtisoslashtirilgan sport va o'quv muassasalari, sport-sog'lomlashtirish oromgohlari, tibbiy va jismoniy dispanserlarning rivojlanishi uchun sharoitlar yaratish;
- aholining, shu jumladan ayollar va yoshlarning, shuningdek, nogironlarning salomatligini mustahkamlash maqsadida jismoniy tarbiya va sportdan foydalanish uchun sharoitlar yaratish;
- nogironlar va boshqa nogironlarning Paralimpiya va Deaflimpiya o'yinlari, maxsus olimpiada va nogironlar uchun boshqa sport tadbirlarida ishtirok etishini qo'llab-quvvatlash;
- sport tadbirlarini, ommaviy sport va jismoniy tarbiya tadbirlarini tashkil etish;

- sport tashkilotlarining xalqaro hamkorligini rivojlantirish;
- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi dasturlarni, ilmiy-uslubiy tizimlarni va keng qamrovli ilmiy tadqiqotlarni moliyalashtirish.

7-modda. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining jismoniy tarbiya va sport sohasidagi vakolatlari.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi:

- jismoniy tarbiya va sport sohasida yagona davlat siyosatining amalga oshirilishini ta'minlaydi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi maqsadli dasturlarni tasdiqlaydi va bajarilishini ta'minlaydi;

- sport va jismoniy tarbiya tadbirlari, shuningdek, O'zbekiston Respublikasining sport bo'yicha sport jamoalari taqvim rejasini shakllantirish tartibini belgilaydi;

- sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining kalendar rejasini, shuningdek xalqaro va respublika darajasidagi texnik va amaliy sport turlari bo'yicha sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining kalendar rejasini tasdiqlaydi;

- maxsus vakolatli davlat organining, jismoniy tarbiya va sport sohasidagi boshqa davlat organlarining faoliyatini muvofiqlashtiradi va yo'naltiradi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish tartibini belgilaydi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

8-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi maxsus vakolatli davlat organining vakolatlari.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi maxsus vakolatli davlat organi O'zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligi (Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasi yoshlar siyosati va sport vazirligi) (bundan keyin - maxsus vakolatli davlat organi) hisoblanadi.

Maxsus vakolatli davlat organi:

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat siyosatini amalga oshirishda qatnashadi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat va maqsadli dasturlarni ishlab chiqadi va amalga oshiradi;

- jismoniy tarbiya va sport to'g'risidagi qonun hujjatlari ijrosini, shuningdek jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish tahlili ustidan nazoratni amalga oshiradi;

- o'z vakolatlari doirasida jismoniy tarbiya va sport sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni, shuningdek sport standartlarini ishlab chiqadi va tasdiqlaydi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida sport va antidoping markazlarini, o'quv muassasalarini va ilmiy tashkilotlarni tashkil etish

bo'yicha takliflar kiritadi va ularning faoliyatini tashkil qilishni ta'minlaydi;

- sportning Yagona sport klassifikatsiyasini, shuningdek uning reglamentini, sport turlari va sport yo'nalashlarini tan olish, ularning reyestrini yuritish tartibini ishlab chiqadi va tasdiqlaydi;

- sport federatsiyalari (birlashmalari) reyestrini yuritadi, uni yuritish tartibini belgilaydi;

- xalqaro va respublika miqyosidagi sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining kalendar rejasini tuzadi va manfaatdor tashkilotlar bilan birgalikda ularni moliyalashtirish va amalga oshirishni ta'minlaydi;

- sport unvonlari, sport toifalari va malaka toifalarini berish tartibini tasdiqlaydi;

- belgilangan tartibda murabbiylik bilan shug'ullanish uchun ruxsatnoma beradi;

- sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlarining ishlash tartibini tasdiqlaydi, shuningdek ularning pasportlarini beradi;

- O'zbekiston Respublikasining sport jamoalari tarkibi va ularning eng yaqin zahirasi tasdiqlaydi, O'zbekiston sport delegatsiyalarini shakllantiradi, ularning xalqaro sport musobaqalarida va jismoniy tarbiya tadbirlarida qatnashishini va ta'minlanishini ta'minlaydi;

- sport va jismoniy tarbiya tadbirlarini tashkil etish va o'tkazishda, jismoniy tarbiya va sport sohasida mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash, malakasini oshirishda yordam beradi;

- jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport anjomlarini ishlab chiqarishni tashkil etishga ko'maklashadi;

- yangi sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlarini qurish hamda faoliyat ko'rsatayotganlarini rekonstruktsiya qilishni tashkil etishda yordam beradi;

- jismoniy tarbiya va sportga oid ilmiy, o'quv, ommabop ilmiy va ommaviy adabiyotlarni ishlab chiqish va nashr etishni, shuningdek jismoniy tarbiya va sport sohasida foto va video materiallar ishlab chiqarishni tashkil qiladi;

- davlat organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, sport tashkilotlari, ommaviy axborot vositalari bilan birgalikda jismoniy tarbiya va sportni ommalashtirishni tashkil etadi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida xalqaro hamkorlikni amalga oshiradi.

Maxsus vakolatli davlat organi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

9-modda. O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligining jismoniy tarbiya va sport sohasidagi vakolatlari.

O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligi:

- jismoniy madaniyatni sog'liqni saqlash, kasalliklarning oldini olish va davolash vositasi sifatida ishlatadi;

- mamlakatda sport tibbiyotini o'rganish va rivojlantirish sohasida ilmiy-tadqiqot ishlarini olib boradi, dasturlarni ishlab chiqadi va amalga oshiradi;

- aholining jismoniy rivojlanish holatini tahlil qiladi va tegishli davlat organlariga takliflar kiritadi;

- jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanadigan shaxslarning tibbiy monitoringini tashkil etadi;

- sportchilarni sport musobaqalariga tayyorlashda tibbiy yordam ko'rsatishda qatnashadi;

- sport tibbiyoti sohasida tibbiyot xodimlarini tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil etadi;

- sportchilarga va boshqa mutaxassislariga sport jarohati olganlarida tibbiy yordam ko'rsatishni tashkillashtiradi, shuningdek jismoniy sog'lomlashtirish bo'yicha tadbirlarni o'tkazadi;

- aholining yoshi va jinsiga qarab jismoniy mashqlar dasturlarini shakllantirish bo'yicha ko'rsatmalarni ishlab chiqadi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qatnashadi;

- tibbiy markazlar, tibbiy va jismoniy dispanserlar tashkil qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Sog'liqni saqlash vazirligi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

10-modda. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining jismoniy tarbiya va sport sohasidagi vakolatlari.

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi:

- o'quv jarayonining sog'lomlashtirish yo'nalishini amalga oshirish, sog'lom turmush tarzini joriy etish uchun sharoit yaratadi;

- o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari talabalari va oliy o'quv yurtlari talabalari o'rtasida jismoniy tarbiya va sport tadbirlarini tashkil etadi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etadi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi o'quv va uslubiy adabiyotlarni yaratishda ishtirok etadi;

- o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari talabalari (oliy o'quv yurtlari talabalari) va oliy o'quv yurtlari talabalari (Universiada) o'rtasida sport musobaqalarini tashkil etishda qatnashadi;

oliy va o'rta maxsus ta'lim muassasalari va tashkilotlarining sport inshootlarining moddiy-texnik va moddiy-texnika bazasini saqlash va rivojlantirishni ta'minlaydi;

- o'quvchilar va talabalarga sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish, sport o'ynashning ahamiyatini tushunish, jismoniy va ma'naviy sog'lom bo'lishga intilish, ularni salbiy ta'sirlardan himoya qilish va yomon odatlardan xalos qilish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshiradi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qatnashadi;

- o'quvchilar va talabalarni jismoniy tarbiyalashning zamonaviy shakllari va usullarini va yoshiga qarab ularga sport ko'nikmalarini singdirishning ilmiy asoslangan tizimlarini ishlab chiqishda va amalga oshirishda yordam beradi.

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi (Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasi oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi) qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

11-modda. O'zbekiston Respublikasi Xalq ta'limi vazirligi (Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasi maktabgacha va maktab ta'lim vazirligi)ning jismoniy tarbiya va sport sohasidagi vakolatlari.

O'zbekiston Respublikasi Xalq ta'limi vazirligi:

- ta'lim muassasalarida bolalar sportini rivojlantirish va ularning sport inshootlarini mustahkamlashni ta'minlaydi;

- bolalar va talabalar o'rtasida sog'lomlashtirish va sport tadbirlarini tashkil qiladi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi o'quv va uslubiy adabiyotlarni yaratishda ishtirok etadi;

- Xalq ta'limi tizimidagi o'quv yurtlari talabalari o'rtasida sport musobaqalarini (Umid nihollari) tashkil etishda qatnashadi;

- bolalar sportining moddiy-texnik va resurs bazasini rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshiradi;

- bolalarni sportga mehr-muhabbatini uyg'otish, yosh avlod o'rtasida sportni rivojlantirish, sog'lom turmush tarzini olib borish, jismoniy va ma'naviy sog'lomlashtirishga intilish, bolalarni salbiy ta'sirlardan himoya qilish va yomon odatlardan xalos etishning ahamiyati to'g'risida tushunchani shakllantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshiradi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qatnashadi;

- bolalarni jismoniy tarbiyalashning zamonaviy shakllari va usullarini, ularga jinsi va yoshiga qarab sport mahoratini shakllantirishning ilmiy asoslangan tizimlarini, ixtisoslashtirilgan sport va o'quv muassasalarida sport uchun iqtidorli bolalarni tanlashni tashkil etish va amalga oshirishda yordam beradi.

O'zbekiston Respublikasi Xalq ta'limi vazirligi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

12-modda. Mahalliy davlat hokimiyati organlarining jismoniy tarbiya va sport sohasidagi vakolatlari.

Mahalliy davlat hokimiyati organlari:

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat va maqsadli dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qatnashish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi hududiy dasturlarni ishlab chiqadi, tasdiqlaydi va amalga oshiradi;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda ishtirok etish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirlarni mahalliy byudjetdan moliyalashtirishni ta'minlaydi;

- jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarini yaratishga hissa qo'shadi va ularning faoliyatini qo'llab-quvvatlaydi;

- sport standartlarini yetkazib berish bo'yicha aholi o'rtasida ishlarni tashkil etish;

- jismoniy tarbiya va sport tadbirlarini tashkil etish va o'tkazishda, jismoniy tarbiya va sport sohasida mutaxassislarni tayyorlash, qayta tayyorlash, malakasini oshirishda yordam berish;

- tegishli hududda joylashgan sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlarining maqsadli ishlashi ustidan nazoratni ta'minlaydi;

- ish joyida, yashash joyida va fuqarolarning dam olish joyida havaskor jismoniy tarbiya va sport harakatini rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratadi;

- jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport anjomlarini ishlab chiqarishni tashkil etishga ko'maklashish.

Mahalliy davlat hokimiyati organlari qonun hujjatlariga muvofiq boshqa vakolatlarni ham amalga oshirishi mumkin.

13-modda. Fuqarolarning o'zini-o'zi boshqarish organlari, korxonalar, muassasalar va tashkilotlarning jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishdagi ishtiroki.

Fuqarolarning o'zini-o'zi boshqarish organlari, korxonalar, muassasalar va tashkilotlar jamoat sportlari va sport birlashmalari, kasaba uyushmalari, yoshlar va boshqa nodavlat notijorat tashkilotlari bilan birgalikda jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat va boshqa dasturlarni amalga oshirishda ishtirok etadilar.

3-bob. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi ishlarni tashkil etish.

14-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislar.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislar sportchilar, murabbiylar, sport sudyalari va boshqa mutaxassislar bo'lib, kasblar va lavozimlarning tasnif ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligi tomonidan maxsus vakolatli davlat organi bilan birgalikda belgilanadi.

Sportchi, murabbiy va sport bo'yicha sport sudyasining kasblari va lavozimlariga qo'yiladigan malaka talablari maxsus vakolatli davlat organi tomonidan belgilanadi, jismoniy tarbiya va sport sohasidagi boshqa kasblar va mutaxassislarning lavozimlari qonun bilan belgilanadi.

15-modda. Havaskorlik va professional sport turlari.

Fuqarolar sportchi, murabbiy yoki sport hakami sifatida havaskorlik va professional sport turlari bilan shug'ullanish huquqiga ega.

Havaskorlik va professional sport sohasidagi korxonalar, muassasalar va tashkilotlarni yaratish tartibi va ularning ishlash tartibi qonun bilan belgilanadi.

16-modda. Sport va sport tashkilotlari. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi yakka tartibdagi tadbirkorlik.

Sport va sport tashkiloti - asosiy faoliyat turi sifatida jismoniy madaniyat va sport sohasidagi faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxs yoki boshqa yuridik shaxsning tarkibiy bo'linmasi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlar jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyat olib borishlari mumkin.

Sport va sport tashkilotlari, jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanadigan yakka tartibdagi tadbirkorlar aholining turli guruhlari o'rtasida jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish ishlarini tashkil etishda qatnashadilar, sportchilar va sport bilan shug'ullanadigan boshqa mutaxassislarni tayyorlash, himoya qilish va sog'lomlashtirish uchun sharoit yaratadilar. o'quv mashg'ulotlarini o'tkazish, sportchilar va murabbiylarni mashg'ulot uchun zarur shart-sharoitlar bilan ta'minlash, shuningdek ushbu mutaxassislarga sport natijalariga erishishda yordam berish.

Sport va sport tashkilotlari, shuningdek jismoniy tarbiya va sport sohasidagi faoliyat bilan shug'ullanuvchi yakka tartibdagi tadbirkorlar xalqaro sport tashkilotlariga a'zo bo'lishlari mumkin.

Jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari xorijiy davlatlarning sport tashkilotlari bilan o'zaro munosabatlarda xalqaro sport tashkilotlari tomonidan tasdiqlangan qoidalar (qoidalar), qoidalar va talablarga va O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalariga muvofiq keladi.

17-modda. O'zbekiston Olimpiya harakati. O'zbekiston Milliy Olimpiya Qo'mitasi.

O'zbekiston Olimpiya harakati xalqaro olimpiya harakatining ajralmas qismi bo'lib, uning maqsadi Olimpiya harakati printsiplarini ommalashtirish, jismoniy madaniyat va sportni rivojlantirish, xalqaro sport hamkorligini mustahkamlash, Xalqaro Olimpiya qo'mitasi homiyligida o'tkaziladigan Olimpiya o'yinlari va boshqa xalqaro sport tadbirlarida ishtirok etishdir.

O'zbekiston Olimpiya harakatiga O'zbekiston Respublikasi qonunlari, Xalqaro Olimpiya qo'mitasining Olimpiya xartiyasi va ustaviga

muvofiq faoliyat yuritadigan respublika nodavlat notijorat tashkiloti bo'lgan O'zbekiston Milliy Olimpiya qo'mitasi rahbarlik qiladi. Davlat O'zbekiston Olimpiya harakatini tan oladi va qo'llab-quvvatlaydi, O'zbekiston Milliy Olimpiya Qo'mitasiga o'zining konstitutsiyaviy maqsadlarini amalga oshirishda har tomonlama yordam beradi.

O'zbekiston Milliy Olimpiya Qo'mitasi:

- Olimpiya harakati tamoyillarini ommalashtirish, sportning eng yuqori yutuqlari va ommaviy sportni rivojlantirishga hissa qo'shish;

Xalqaro Olimpiya Qo'mitasining Olimpiya Xartiyasiga muvofiq Xalqaro Olimpiya Qo'mitasi homiyligida o'tkaziladigan Olimpiya o'yinlarida va boshqa xalqaro sport tadbirlarida O'zbekiston Respublikasi nomidan ishtirok etadi;

- Xalqaro olimpiya qo'mitasi homiyligida o'tkaziladigan Olimpiya o'yinlari va boshqa xalqaro sport musobaqalarida sportchilarni tayyorlash uchun zarur darajadagi tayyorgarlikni ta'minlashga qaratilgan tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda qatnashadi;

- sportda dopingning oldini olishga va unga qarshi kurashishga, shuningdek jismoniy tarbiya va sport sohasida har qanday kamsitish va zo'ravonlik ko'rinishlariga qarshi kurashishga yordam beradi;

- O'zbekiston Respublikasi hududida Xalqaro Olimpiya Qo'mitasi va O'zbekiston Milliy Olimpiya Qo'mitasining Olimpiya ramzlari, shiori, bayrog'i, madhiyasi, "Olimpiya", "Olimpiada" nomlaridan foydalanish bo'yicha huquqlarini himoya qilish choralarini ko'radi.

18-modda. Sport federatsiyalari (birlashmalari).

Sport federatsiyasi (uyushmasi) mamlakatda sport turlarini yoki turlarini rivojlantiradi va ommalashtiradi, respublika va xalqaro miqyosdagi barcha tadbir va musobaqalarda sportchilar va boshqa mutaxassislarni himoya qiladi.

Sport federatsiyasining (assotsiatsiyaning) rasmiy nomi nodavlat notijorat tashkilotlari to'g'risidagi qonun hujjatlarida belgilangan talablarga javob berishi va sport federatsiyasining (assotsiatsiyasining) hududiy doirasini, shuningdek, rivojlanishi uchun sport federatsiyasi (assotsiatsiyasi) tashkil etilgan sport turlarini yoki turlarini ko'rsatishi kerak.

Sport federatsiyalarini (birlashmalarini) tashkil etish, ularning faoliyati, qayta tashkil etilishi va tugatilishi nodavlat notijorat

tashkilotlari to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq ushbu Qonunda nazarda tutilgan xususiyatlarni hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

19-modda. Sport federatsiyalari (birlashmalari) reyestri.

Sport federatsiyalari (birlashmalari) to'g'risidagi ma'lumotlar ular davlat ro'yxatidan o'tkazilgandan keyin sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) reestriga kiritiladi. Maxsus vakolatli davlat organi sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) reestrini yuritadi.

Sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) reestri quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

- tegishli sport federatsiyalari (birlashmalari) nomlari;
- rivojlantirish uchun tegishli sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) tashkil etilgan va faoliyat yuritadigan sport turlari yoki turlari;
- tegishli sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) boshqaruv organlarining shaxsiy tarkibi to'g'risida;
- sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) xalqaro sport tashkilotlariga a'zoligi to'g'risida.

20-modda. O'zbekistonning milliy sport turlari va xalq o'yinlari.

O'zbekistonning milliy sport turlari va xalq o'yinlari O'zbekiston Respublikasining jismoniy tarbiya va sport sohasidagi madaniy merosining ajralmas qismi, aholini vatanparvarlik va vatanga muhabbat hissini tarbiyalash uchun asos bo'lib, mamlakatimizning xalqaro maydondagi obro'sini oshirishga intilishdir.

Davlat organlari, fuqarolarning o'zini-o'zi boshqarish organlari, jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari, shuningdek boshqa tashkilotlar:

- O'zbekiston milliy sport turlari va xalq o'yinlarini rivojlantirishga har tomonlama yordam ko'rsatish va ularni aholi o'rtasida tarqatish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish;
- milliy sport va xalq o'yinlarining xalqaro maydondagi obro'sini mustahkamlashga hissa qo'shish.

O'zbekistonning milliy sport turlari va xalq o'yinlarini sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining kalendar rejasiga kiritish tartibi qonun bilan belgilanadi.

21-modda. Jismoniy tarbiya va sport tadbirlarini tashkil etish va o'tkazish.

Sport yoki sport tadbirlarini tashkillashtiruvchilar ularni o'tkazish shartlarini, shu jumladan sport va sport tadbirlarini tashkil etish va

o'tkazishni moliyalashtirish shartlarini belgilaydilar, bunday tadbirlarni tashkil etish va o'tkazish uchun javobgardirlar, ushbu tadbirlarni to'xtatib turish va tugatish, ularni o'tkazish vaqtini o'zgartirish va natijalarini tasdiqlash huquqiga egadirlar.

Jismoniy tarbiya va sport tadbirlari tashkilotchilari mutlaq huquqlarga ega:

- jismoniy tarbiya va sport musobaqasining nomi va uning ramzlaridan foydalanish;

- jismoniy tarbiya va sport tadbirlari o'tkaziladigan joyda tovarlar, ishlar va xizmatlarni reklama qilish;

- jismoniy tarbiya va sport tadbirlarida ishlatiladigan sport anjomlari, sport jihozlari va uskunalarini ishlab chiqaruvchilarni aniqlash;

- jismoniy va sport tadbirlarini tasvirni va (yoki) voqealarni ovozi har qanday usulda va (yoki) har xil texnologiyalar yordamida translyatsiya qilish, shuningdek ushbu tadbirning ko'rsatilgan translyatsiyasini va (yoki) foto va video yozuvini yoritish.

Uchinchi shaxslar tomonidan ushbu hodisalarning iboralari va belgilari asosida shakllangan jismoniy tarbiya va sport tadbirlarining nomlaridan foydalanish sport yoki sport tadbirlari tashkilotchilari bilan yozma ravishda tuzilgan shartnomalar asosida amalga oshiriladi, ularning nomlari ushbu voqealarning iboralari va ramzlari asosida yaratilgan holatlar bundan mustasno. axborot maqsadida yoki ushbu huquqlarni ommaviy axborot vositalarida sport va ommaviy tadbirlarni yoritish huquqini oluvchi uchinchi shaxslar tomonidan amalga oshirilishi munosabati bilan.

Sport va sport tadbirlarini yoritish huquqi uchinchi shaxslar tomonidan sport yoki sport tadbirlari tashkilotchilarining yozma ruxsati yoki ushbu huquq tashkilotchilaridan ushbu huquqlarni uchinchi shaxslar tomonidan olish to'g'risida yozma kelishuvlar asosida foydalanilishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi chempionati, kubogi yoki birinchiligiining maqomi va nomiga faqat rasmiy sport musobaqalari ega bo'lishi mumkin.

Xalqaro sport tadbirlari faqat tegishli sport turlari bo'yicha sport federatsiyalari (birlashmalari) va maxsus vakolatli davlat organi bilan

kelishilgan taqdirdagina O'zbekiston Respublikasi hududida o'tkazilishi mumkin.

22-modda. Sport turlari va sport yo'nalishlarini tan olish. Sport turlari reestri.

Belgilangan tartibda O'zbekiston Respublikasida tan olingan sport turlari va sport yo'nalishlari sport reestriga kiritiladi.

Sport turlari va sport yo'nalishlarini tan olish va ularni sport reestriga kiritish tartibi, shuningdek uni o'tkazish tartibi maxsus vakolatli davlat organi tomonidan belgilanadi.

23-modda. Sport unvonlari, sport razryadlari, malaka toifalari. Sport turlari bo'yicha Yagona sport tasnifi.

O'zbekiston Respublikasida quyidagi sport unvonlari, sport razryadlari, malaka toifalari belgilanadi:

a) sport unvonlari:

- xalqaro toifadagi O'zbekiston sport ustasi yoki xalqaro grossmeyster;

- O'zbekiston sport ustasi yoki O'zbekiston grossmeysteri;

b) sport razryadlari:

- O'zbekiston sport ustasi yoki grossmeystrligiga nomzod;

- birinchi sport razryadi; - ikkinchi sport razryadi; - uchinchi sport razryadi;

- birinchi yoshlar sport razryadi; - ikkinchi yoshlar sport razryadi; - uchinchi yoshlar sport razryadi;

v) sport hakamlarining malaka toifalari:

- xalqaro toifadagi sport hakami; - milliy toifadagi sport hakami;

- birinchi toifadagi sport hakami; - ikkinchi toifadagi sport hakami;

- uchinchi toifadagi sport hakami; - sport hakami;

d) murabbiylarning malakaviy toifalari:

- xalqaro toifadagi murabbiy; - yuqori toifali murabbiy;

- birinchi toifali murabbiy; - ikkinchi toifali murabbiy;

e) instruktor-metodistlarning malaka toifalari:

- oliy toifali instruktor-metodist; - birinchi toifali instruktor-metodist;

- ikkinchi toifali instruktor-metodist.

Sport unvonlarini, sport razryadlarini va malaka toifalarini berish tartibi maxsus vakolatli davlat organi tomonidan tasdiqlanadi.

Sport turlari bo'yicha Yagona sport tasnifi va uning qoidalari maxsus vakolatli davlat organi tomonidan tasdiqlanadi.

24-modda. Xalqaro va respublika miqyosidagi sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining kalendar rejasi.

Xalqaro va respublika miqyosidagi sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining taqvim rejasi xalqaro va respublika rasmiy sport turlari yoki O'zbekiston Respublikasi hududida bo'lib o'tadigan sport tadbirlari ro'yxatini, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi sport jamoalarini xalqaro sport tadbirlariga tayyorlash va ta'minlash tadbirlarini belgilaydigan hujjatdir. ularning ishtiroki.

Xalqaro va respublika miqyosidagi sport va jismoniy madaniyat tadbirlarining taqvim rejasi tegishli kalendar yili boshlanishidan oldin tasdiqlanadi.

Xalqaro va milliy darajadagi sport va sport tadbirlarining taqvim rejasiga kiritilgan sport va jismoniy tarbiya tadbirlari rasmiy sport va sport tadbirlari hisoblanadi.

25-modda. Sportchining huquq va majburiyatlari.

Sportchi quyidagi huquqlarga ega:

- sport turi yoki turlarini tanlash;
- tanlangan sport turi yoki turlari bo'yicha sport musobaqalarida ushbu sport turlari to'g'risidagi qoidalar va sport musobaqalari to'g'risidagi nizomda (reglamentda) belgilangan tartibda ishtirok etish;
- sport turlari bo'yicha Yagona sport tasnifining me'yorlari va talablarini bajarishda sport unvonlari va sport razryadlarini olish;
- qonunda belgilangan tartibda jismoniy tarbiya va sport va boshqa tashkilotlar bilan mehnat shartnomalari tuzish;
- sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) o'zlari tanlangan sport turlari yoki sport turlarida ularning huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish;

- sport tashkilotlari qarorlari, ularning mansabdor shaxslarining harakatlari (harakatsizligi) ustidan yuqori turuvchi organlarga yoki mansabdor shaxslarga yoki sudga belgilangan tartibda shikoyat qilish.

Sportchilarning ayrim toifalari qonunda belgilangan tartibda imtiyozli pensiya olish huquqiga ega.

Sportchi majbur:

- jismoniy tarbiya va sport tadbirlarida va o'quv-mashg'ulot yig'inlarida, shuningdek sport inshootlarida bo'lganda xavfsizlik talablariga rioya qilish;

- ushbu Qonunning 27-moddasida nazarda tutilgan antidoping qoidalariga rioya qilish;

- doping nazoratini o'tkazish uchun antidoping qoidalariga muvofiq uning turgan joyi to'g'risida ma'lumot berish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi axloqiy me'yorlarga rioya qilish;

- o'zi ishtirok etadigan jismoniy tarbiya yoki sport tadbirlari to'g'risidagi qoidalar, qoidalar (nizomlar) va sport yoki sport tadbirlari tashkilotchilarining talablariga rioya qilish;

- sanitariya-gigiena, tibbiy talablarga rioya qilish, muntazam ravishda tibbiy ko'rikdan o'tish.

Sportchi qonun hujjatlariga muvofiq boshqa huquqlarga ega bo'lishi va boshqa majburiyatlarni ham olishi mumkin.

26-modda. Sport turlarining qoidalari.

Sport reestriga kiritilgan sport qoidalari xalqaro sport tashkilotlari tomonidan tasdiqlangan qoidalarga muvofiq qo'llaniladi, O'zbekistonning harbiy-amaliy, milliy sport turlari va xalq o'yinlari bundan mustasno.

O'zbekistonning harbiy-amaliy, milliy sport turlari va xalq o'yinlari qoidalari qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ishlab chiqilgan.

27-modda. Sportdagi dopingning oldini olish va unga qarshi kurash.

Sportda doping - antidoping qoidalarini buzish, shu jumladan moddalar ro'yxatiga kiritilgan moddalarni va (yoki) usulni sportda ishlatish taqiqlangan usuldan foydalanish yoki undan foydalanishga urinish (bundan keyin - taqiqlangan modda va (yoki) taqiqlangan usul).

Sportdagi dopingning oldini olish va nazorat qilish xalqaro antidoping tashkilotlari tomonidan tasdiqlangan antidoping qoidalariga muvofiq amalga oshiriladi.

Quyidagi qoidabuzarliklarning bir yoki bir nechitasi xalqaro antidoping tashkilotlari tomonidan tasdiqlangan antidoping qoidalarining buzilishi deb tan olingan:

- sportchining taqiqlangan moddadan va / yoki taqiqlangan usuldan foydalanishi yoki undan foydalanishi;

- musobaqa davrida yoki musobaqadan tashqarida sportchining tanasidan, shuningdek sport musobaqalarida qatnashayotgan hayvonning tanasidan olingan namunada taqiqlangan moddalar yoki ularning metabolitlari yoki markerlari mavjudligi;

- sportchining namuna olishni istamasligi, sportchining antidoping qoidalariga binoan ogohlantirilgandan keyin namunaviy sabablarga ko'ra kelmasligi yoki aks holda sportchi namunani olishdan bosh tortishi;

- antidoping qoidalarining talablarga binoan musobaqadan tashqarida sportchidan namunalar olish imkoniyati, shu jumladan, uning turgan joyi to'g'risida ma'lumot berilmaganligi va test sinovlariga kelmaganligi;

- doping nazorat elementini qalbakilashtirish yoki soxtalashtirish;

- Butunjahon antidoping agentligining taqiqlangan moddalardan terapevtik foydalanish bo'yicha xalqaro standartga muvofiq berilgan ruxsat etilgan holda taqiqlangan moddalar va (yoki) taqiqlangan usullarga ega bo'lish;

- taqiqlangan moddani va (yoki) taqiqlangan usulni tarqatish.

Doping nazorati - bu sinovlarni rejalashtirish, namunalarni olish, ularni saqlash, tashish, namunalarni laboratoriya tahlilidan o'tkazish, sinov protseduralaridan keyin, shuningdek tegishli tinglovlarni o'tkazish va murojaatlarni ko'rib chiqishni o'z ichiga oladigan jarayon.

Antidoping-bu sportda dopingning oldini olish va unga qarshi kurashishga qaratilgan tadbirlarni o'tkazish.

Test sinovlari bu doping nazorati elementi bo'lib, testlarni rejalashtirish, namunalarni olish, ularni saqlash va Butunjahon antidoping agentligi tomonidan akkreditatsiyadan o'tgan laboratoriyaga etkazishni o'z ichiga oladi.

Test sinovlari musobaqa davrida yoki musobaqa davridan keyin o'tkaziladi.

28-modda. Sport pasporti.

Sport pasporti - yagona namunadagi hujjat bo'lib, sportchining jismoniy tarbiya va sport tashkilotiga tegishli ekanligini va uning sport mahoratini tasdiqlaydi.

Sport pasportida quyidagilar ko'rsatiladi:

- sportchining familiyasi, ismi, otasining ismi;

- jinsi;
- tug'ilgan sanasi;
- sportchining jismoniy tarbiya va sport tashkilotiga aloqadorligi;
- tanlangan sport turi, sport turlar yoki sport va sport yo'nalashlari;
- sport unvonlari va sport razryadlarining berilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar;

- sport unvonlari va sport razryadlarini berish uchun zarur bo'lgan norma va talablarga muvofiqligini tasdiqlovchi ma'lumotlar;

- sportchining tibbiy ko'rikdan o'tganligi to'g'risida belgi;
- sport musobaqalarida erishilgan natijalar;
- sportchining sportdan diskvalifikatsiya qilinganligi to'g'risidagi ma'lumotlar;

- murabbiyning familiyasi, ismi, otasining ismi;
- tanlangan sport turi yoki turlarining o'ziga xos-xususiyati bilan bog'liq boshqa ma'lumotlar.

4-bob. Ta'lim tizimida, ish joyida, yashash joyida va fuqarolarning dam olish joyida jismoniy tarbiya va sport.

29-modda. Ta'lim tizimida jismoniy tarbiya va sportni tashkil etish.

Ta'lim tizimida jismoniy tarbiya va sportni tashkil qilish quyidagilarni o'z ichiga oladi.

- davlat ta'limi standartlarida belgilangan hajmlarda asosiy ta'lim dasturlari doirasida majburiy jismoniy tarbiya va sport mashg'ulotlarini, shuningdek qo'shimcha o'quv dasturlari doirasida qo'shimcha (ixtiyoriy) jismoniy mashqlar va sport mashg'ulotlarini o'tkazish;

- talabalarni jismoniy tarbiya va sportga jalb qilish uchun shart-sharoitlar yaratish, shu jumladan yoshlarni sport va jismoniy tarbiya bilan shug'ullanish uchun keng qamrovli tadbirlar uchun sport anjomlari va jihozlari bilan ta'minlash

- o'quvchilarning jismoniy qobiliyati va sport qobiliyatlarini individual qobiliyatlari va sog'lig'ini hisobga olgan holda shakllantirish;

- o'quv mashg'ulotlari paytida jismoniy tarbiya mashg'ulotlarini o'tkazish;

- talabalar jismoniy tarbiyasini tashkil etishning tibbiy monitoringi;

- ota-onalarning yoki ularning o'rnini bosadigan shaxslarning bolalar salomatligi va jismoniy tarbiyasiga mas'uliyatli munosabatini shakllantirish;

- bolalar va yoshlarning jismoniy tayyorgarligi va jismoniy rivojlanishining yillik monitoringini o'tkazish;

- talabalar ishtirokidagi sport tadbirlarini, shu jumladan xalq ta'limi tizimidagi o'quv yurtlari o'quvchilari ("Umidxolollari") talabalari, o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari talabalari ("Barkamolavlod") va oliy o'quv yurtlari talabalari ishtirokida uch bosqichli sport musobaqalarini tashkil etish va o'tkazishga ko'maklashish. Universiada).

30-modda. Fuqarolarning ish joyida, yashash joyida va dam olish joyida jismoniy tarbiya va sportni tashkil etish.

Ish beruvchilar, ularning birlashmalari va xodimlari yoki ularning vakillik organlari o'rtasidagi jamoaviy shartnomalar, bitimlar va mehnat shartnomalari quyidagilarga oid qoidalarini o'z ichiga olishi mumkin.

- xodimlarga jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanish, jismoniy tarbiya, sport, rehabilitatsiya va jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanadigan xodimlar bilan bog'liq boshqa faoliyatlarni olib borish uchun sharoitlar yaratish;

- xodimlarga va ularning oilalariga ushbu qismning ikkinchi xatboshida nazarda tutilgan tadbirlarni amalga oshirish uchun sport inshootlari, sport anjomlari va jihozlaridan foydalanish imkoniyatini berish;

- sport inshootlarini, sport anjomlari va jihozlarini tegishli darajada saqlash va ta'mirlashni, shu kabi vositalar, jihozlar va jihozlarni saqlash, texnik xizmat ko'rsatish va ta'mirlash bilan shug'ullanadigan ishchilarga haq to'lash.

31-modda. Adaptiv (moslashuvchan) jismoniy tarbiya va adaptiv sport. Nogironlarni va jismonan imkoniyalari cheklangan boshqa shaxslarni jismonan rehabilitatsiya qilish.

Adaptiv sport turlari nogironlar va jismonan imkoniyalari cheklangan boshqa shaxslarni jismonan rehabilitatsiya qilish va ijtimoiy moslashtirishga qaratilgan.

Adaptiv jismoniy tarbiya va adaptiv sport usullaridan foydalangan holda nogironligi bo'lgan odamlarni va jismonan imkoniyalari cheklangan boshqa shaxslarni jismoniy rehabilitatsiya qilish va ijtimoiy moslashtirish jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarida, shu jumladan rehabilitatsiya markazlarida, jismoniy tarbiya va sport klublarida amalga oshiriladi.

Maxsus vakolatli davlat organi mahalliy davlat hokimiyati organlari, fuqarolarning o'zini-o'zi boshqarish organlari va nogironlarning jamoat birlashmalari bilan birgalikda nogironlar va jismonan imkoniyatlari cheklangan boshqa shaxslarni jismoniy tarbiya, jismoniy rivojlanish va jismoniy tayyorgarlik tizimiga jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari orqali birlashtirishga hissa qo'shadi.

5-bob. Sport zahirasiini tayyorlash.

32-modda. Yuqori toifadagi sportchilarni tayyorlash va sport zahiralarini

Yuqori toifadagi sportchilarni tayyorlash va sport zahiralarini tayyorlash ixtisoslashtirilgan sport va o'quv muassasalari, shu jumladan olimpiya zahiralarini ixtisoslashtirilgan maktab-internatlari, o'smirlar sport maktablari, shuningdek, jismoniy tarbiya va sport jamiyatlari, sport va texnik tashkilotlar, sport klublari, sport mashg'ulotlari markazlari, maktablar hamda jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislar tomonidan qonunchilik doirasida amalga oshiriladi. Sport turining o'ziga xos-xususiyatlariga muvofiq yuqori toifadagi sportchilar va sport zahirasiini tayyorlash ushbu sport turida murabbiylik bilan shug'ullanishga vakolatli shaxslar tomonidan amalga oshiriladi.

33-modda. Sport zahirasiini tayyorlash bosqichlari.

Sport zahirasiini tayyorlashda sportchilarni tayyorlashning quyidagi bosqichlari belgilanadi:

- sport-sog'lomlashtirish bosqichi;
- dastlabki tayyorgarlik bosqichi;
- o'quv-mashq bosqichi;
- sport mahoratini oshirish bosqichi;
- eng yuqori sport mahorati bosqichi.

Ushbu moddaning birinchi qismida ko'rsatilgan bosqichlarning mazmuni maxsus vakolatli davlat organi tomonidan belgilanadi.

34-modda. Sportchilarni tarbiyalaydigan jismoniy tarbiya-sport tashkilotlari va ta'lim muassasalari.

O'quv-mashq jarayonini, yuqori toifadagi sportchilar va sport zahiralarini tayyorlashni amalga oshiradigan jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining qatoriga jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyat olib

boradigan boshqa tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar hamda sport markazlari kiradi.

35-modda. Sport turlari bo'yicha sportchilarni tayyorlashning o'quv dasturlari.

Jismoniy tarbiya va sport (tanlangan sport turi yoki sport turlari bo'yicha) faoliyatini amalga oshiradigan ta'lim muassasalarida sportchilarni sport turlari bo'yicha tayyorlash o'quv dasturiga muvofiq amalga oshiriladi.

Sportchilarni turli sport turlari bo'yicha tayyorlash uchun namunaviy o'quv dasturlari o'quv jarayoniga jalb qilingan sport tashkilotlari faoliyatini tartibga soluvchi qonun hujjatlariga muvofiq ishlab chiqilgan va jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tegishli ilmiy tadqiqotlar natijalariga va jismoniy tarbiya va sport tadbirlari amaliyotiga asoslangan. Sportchilarni turli sport turlari bo'yicha tayyorlash uchun namunaviy o'quv dasturlari maxsus vakolatli davlat organi tomonidan tasdiqlanadi.

36-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasida pedagogik faoliyat.

Jismoniy tarbiya va sport sohasida pedagogik faoliyatga, shu jumladan tibbiy jismoniy tarbiya, tegishli ma'lumot va kasbiy tayyorgarlikka ega shaxslarga qonunda belgilangan tartibda yo'l qo'yiladi.

6-bob. O'zbekiston Respublikasining sport terma jamoalari va ularning shakllanishi.

37-modda. O'zbekiston Respublikasining sport terma jamoalari.

O'zbekiston Respublikasining sport terma jamoalari asosiy va zahira jamoalardan iborat bo'lishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasi sport terma jamoalari tarkibiga kiradigan jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislarning ro'yxati tegishli sport turlari bo'yicha sport federatsiyalari (birlashmalari) bilan kelishilgan holda maxsus vakolatli davlat organi tomonidan tasdiqlanadi.

38-modda. O'zbekiston Respublikasining sport terma jamoalarini shakllantirish.

Har yili sport bo'yicha O'zbekiston Respublikasi sport terma jamoalariga nomzodlarning ro'yxati sport federatsiyalari (birlashmalari) tomonidan tuziladi va maxsus vakolatli davlat organi tomonidan tasdiqlanadi.

O'zbekiston Respublikasi sport terma jamoalariga nomzodlar ro'yxatini shakllantirishning umumiy tamoyillari va mezonlari, ushbu ro'yxatlarni tasdiqlash tartibi maxsus vakolatli davlat organi tomonidan belgilanadi.

Xalqaro sport musobaqalarida qatnashish va ishtirok etishga tayyorgarlik ko'rish uchun O'zbekiston Respublikasining sport terma jamoalari sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) tomonidan tegishli sport turlari bo'yicha O'zbekiston Respublikasi sport jamoalariga nomzodlar ro'yxatiga kiritilganlar orasidan tuziladi.

7-bob. Jismoniy tarbiya va sportni moddiy, tibbiy, moliyaviy va boshqa yordam bilan ta'minlash.

39-modda. Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlari.

Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlari xususiy yoki jamoat mulki bo'lishi mumkin.

Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlarini xususiylashtirish tartibi qonun bilan belgilanadi.

Mahalliy davlat hokimiyati organlari o'z hududlaridagi jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlarining belgilangan toifasiga muvofiq rejalashtirish, loyihalash, qurish, foydalanishga topshirish va maqsadli ishlarni nazorat qiladi.

Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlaridan foydalanish shartlari, me'yorlari, talablari va qoidalari, shuningdek ularga tegishli toifalarni tayinlash tartibi maxsus vakolatli davlat organi tomonidan belgilanadi.

Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish va sport inshootlarida xizmatlar qonunda belgilangan tartibda fuqarolarning ayrim toifalariga imtiyozli asosda taqdim etilishi mumkin.

40-modda. Sport yoki sport tadbirlarini tibbiy ta'minlash.

Jismoniy tarbiya yoki sport tadbirlari tashkilotchilari o'zlarining ishtirokchilariga tibbiy yordam ko'rsatishlari shart.

41-modda. Jismoniy tarbiya va sportni moliyalashtirish

Jismoniy tarbiya va sportni moliyalashtirish:

- O'zbekiston Respublikasi Davlat byudjetining mablag'lari;
- tadbirkorlik va boshqa xo'jalik faoliyatdan olinadigan daromadlar;
- aholiga pullik jismoniy-sport va sog'lomlashtirish xizmatlaridan tushgan mablag'lar;

- yuridik va jismoniy shaxslardan beg'araz yordam;
- jamoat jismoniy tarbiya va sport birlashmalari ishtirikchilarining a'zolik badallari;
- sport turlari bo'yicha maxsus jamg'armalarning mablag'lari;
- korxona va tashkilotlarning sport ramzlari, emblemalaridan foydalanganliklari uchun ajratmalari;
- xorijiy investitsiyalar mablag'lari;
- xalqaro tashkilotlardan tushumlar;
- qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa manbalar.

42-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasida fuqarolarning xavfsizligi, sog'lig'i, sha'ni va qadr-qimmatini himoya qiladigan me'yor va qoidalarga rioya etilishni ta'minlash.

Jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish, ommaviy va sport tadbirlarini o'tkazuvchi tashkilotlar xavfsizlik qoidalari va sanitariya qoidalari, me'yorlari va gigiyena me'yorlariga muvofiq jismoniy tarbiya va sport musobaqalarida mashg'ulotlar o'tkaziladigan joylarni zarur texnik jihozlar bilan ta'minlaydilar.

Sport tadbirlarida ishtirok etadigan shaxslar qonunda belgilangan tartibda sug'urta polisiga ega bo'lishlari shart.

43-modda. Sport jihozlari, anjomlari va kiyimlari.

Sport jihozlari, anjomlari va sport kiyimlari xalqaro va (yoki) davlat standartlari, me'yorlari va talablariga javob berishi kerak.

44-modda. Jismoniy tarbiya va sportni ilmiy, uslubiy va texnik jihatdan ta'minlash

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi ilmiy izlanishlarni tashkil etish va o'tkazish o'quv muassasalari va boshqa tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladi, ularda ilmiy markazlar, ilmiy-tadqiqot institutlari, laboratoriyalar belgilangan tartibda tashkil etiladi va o'z faoliyatini davlat va boshqa buyurtmalar asosida amalga oshiradi.

Maxsus vakolatli davlat organi, boshqa davlat organlari va tashkilotlar o'quv muassasalari va tashkilotlarga jismoniy tarbiya va sport sohasida ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishda, shuningdek tegishli ilmiy-tadqiqot ishlari bo'yicha davlat va boshqa buyurtmalarni shakllantirishda, ilmiy-tadqiqot ishlari natijalarini tahlil qilishda yordam beradi.

8-bob. Yakuniy qoidalar

45-modda. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi xalqaro hamkorlik.

Jismoniy tarbiya va sport sohasida xalqaro hamkorlik xalqaro huquqning umume'tirof etilgan tamoyillari va me'yorlari, shuningdek xalqaro shartnomalar va O'zbekiston Respublikasining qonunlari asosida amalga oshiriladi.

2.3. 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontsepsiyasi [8]

Rivojlanishning barcha jabhalarida tobora kuchayib borayotgan global raqobat sharoitida bugungi kunda dunyoning har bir mamlakati inson kapitalining sifatini yaxshilash zarurati bilan to'qnashmoqda, bu esa millat sog'lig'ini saqlash yondashuvlarini tubdan qayta ko'rib chiqishni talab etadi - aqliy, jismoniy, ma'naviy, intellektual, barcha aholining jismoniy salomatligini mustahkamlash uchun doimiy g'amxo'rlik. yoshiga qarab belgilanadi.

O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiyaning yuqori darajasi va aholining hayot sifatiga erishish strategik maqsad - mamlakatni barqaror rivojlantirishning amaliy sharti hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish strategiyalarini amalga oshirish doirasida ushbu muammoni hal qilishning asosiy omillaridan biri mamlakatimiz aholisining barcha qatlamlari vakillari tomonidan jismoniy tarbiya va sportning hayot davomida muntazam ravishda olib borilishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratilishi hisoblanadi.

Jamiyat oldida turgan o'rta va uzoq muddatli strategik vazifalarni samarali amalga oshirish uchun barcha kuch va mablag'larni birlashtirish, ularni sog'lom yo'naltirish va inson hayoti davomida doimiy jismoniy tarbiya va ommaviy sportning afzalliklariga yo'naltirish, shu bilan birga, jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasini har tomonlama rivojlantirish yo'lidan borar ekanmiz, hozirgi paytda mamlakatimizda bunga yo'l qo'ymayotgan qator jiddiy kamchiliklar mavjudligini anglash muhimdir. Jumladan:

- aholini, ayniqsa, yoshlarni jismoniy tarbiya va ommaviy sportga keng jalb qilish uchun shart-sharoitlar yaratish, yosh avlodning barkamol ma'naviy va jismoniy rivojlanishini ta'minlaydigan ishlarining past darajada tashkil etilishi, buning natijasida - jismoniy tarbiya va

ommaviy sport bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan odamlarning etarli darajada qamrab olinmaganligi;

- jismoniy madaniyat va ommaviy sportni rivojlantirish tizimining shaxsning motivatsiyasi, shuningdek kasbiy va amaliy ko'nikmalarini jalb qilishga yo'naltirilganligi;

- sohada uslubiy ta'minotning yetarli darajada emasligi, bu aholi o'rtasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish uchun kuchli va samarali ijobiy motivatsiyani shakllantirish va rivojlantirishga to'sqinlik qiladi;

- oliy ma'lumotli mutaxassislarning yetishmasligi nafaqat sifatning pasayishiga olib keladi, balki jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasida ko'rsatiladigan xizmatlar doirasini ham toraytiradi;

- kichik sport inshootlarining kadrlar va moddiy-texnik jihozlarning past salohiyati, bu trenirofkalarning va mashg'ulotlarni zarur sifat darajasini ta'minlashga imkon bermaydi, ayrim sport turlari bo'yicha sport, murabbiy va pedagog kadrlarning yetishmasligi, eng malakali kadrlar saflarini qisqartirish tendentsiyasi kuzatildi. yuqori, birinchi va birinchi toifadagi sport, murabbiylar va o'qituvchilar tarkibi, xodimlarning umumiy kasbiy darajasi pasaymoqda;

- sport fakultetlari talabalarining tarkibi ko'p narsani talab qiladi. Umumiy jismoniy tayyorgarlikni, psixo-emotsional ma'lumotlarni baholashning sport mashg'ulotlariga qabul qilish imkoniyatlarini va o'zlari tanlagan kasbda ishlash uchun motivatsiyasini, bolalar va kattalar bilan umumiy til topish qobiliyatini, psixologik barqarorlik va muloyimlikning yetarli darajasini aniqlash uchun aniq protseduralar va ob'ektiv mexanizmlar yo'q;

- sport muassasalari murabbiylari va ishchilari uchun ular bilishi va bajarishi kerak bo'lgan mezonlar va talablarning aniq va ravshan tavsifini o'z ichiga oladigan milliy standartlarning yo'qligi, ularning salohiyatining o'sishiga to'sqinlik qiladi, buning natijasida sport muassasalari rahbarlarini tanlash va tayinlashning mavjud tartibi samarasiz;

- sport muassasalarini boshqarish jarayonida ishlarni rejalashtirish va tashkil etishning zamonaviy innovatsion usullarini, ilg'or axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish darajasi tashkilotni tezkor

ta'minlashga imkon bermaydi va shu bilan birga qarorlarni bajarish jarayoni va samaradorligini kuzatishga ham imkon bermaydi;

- sport muassasalarining ayrim rahbarlari o'rtasida munosib mas'uliyat va tashabbuskorlikning yo'qligi belgilangan vazifalar o'z vaqtida va sifatli bajarilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda;

- sport muassasalari faoliyatini bevosita nazorat qiladigan ijroiya hokimiyati organlari faoliyatining ochiqqligi va shaffofligining yetarli darajada emasligi, jamoatchilik nazoratining sust va ba'zan to'liq yo'qligi, ortiqcha byurokratiya va korruptsiyaning turli ko'rinishlariga olib keladigan;

- amalda jismoniy tarbiya bilan shug'ullanadigan sportchilar va jismoniy shaxslar uchun tibbiy yordamdan foydalanish imkoniyati va zaruriy sifat ta'minlanmagan, jismoniy tarbiya mavjud imkoniyatlari aholi sog'lig'ini yaxshilash uchun ishlatilgan;

- jismoniy madaniyat va ommaviy sportni rivojlantirish sohasida zamonaviy axborot texnologiyalari va multimediya mahsulotlarini joriy etishga etarlicha e'tibor qaratilmayapti;

- ayrim sport inshootlarining moddiy-texnik bazasining holati, ba'zi hollarda yetarli darajada jihozlanmaganligi, tadbirlarni tashkil etish uchun zarur jihozlar, ko'rgazmali qurollar ularning zimmasiga yuklangan vazifalarning yetarli darajada samarali bajarilmasligiga olib keladi;

- jismoniy tarbiya va ommaviy sportni ommalashtirish, shuningdek, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilishda innovatsion texnologiyalarni passiv qo'llash.

Yuqorida sanab o'tilgan va yillar davomida ushbu sohada to'planib qolgan boshqa muammolar, fikrlashning sustligi va ayrim rahbarlarning tashabbuskorligi respublikaning jismoniy tarbiya va ommaviy sport tizimini zamonaviy talablarga muvofiq ravishda yanada takomillashtirish yo'lidagi to'siqdir.

Shu munosabat bilan 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish bo'yicha yangi Konsepsiyani shakllantirish quyidagi asosiy yo'nalishlarni ko'zda tutadi:

1-bob. Jismoniy tarbiya va ommaviy sportda aholining barcha qatlamlarini, ayniqsa yoshlarning keng qamrovni ta'minlash uchun

innovatsion shakl va mexanizmlarni ishlab chiqish va joriy etishni tashkil etish.

1. Sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish, aholining barcha qatlamlarini jismoniy tarbiya va ommaviy sportga keng jalb etish, sport tadbirlarining ommaviyligi va muntazamligini ta'minlash bo'yicha ishlarni amalga oshirish doirasida sport muassasalari, davlat hokimiyati va mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlarining o'zaro hamkorligining namunaviy modelini ishlab chiqish va amalga oshirish. aholining jinsi va yosh tarkibi xususiyatlarini, tegishli hududlardagi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlarni, mahallalar, viloyatlar va respublika hududlari nuqtai nazaridan hisobga olgan holda.

2. Maktabgacha ta'lim muassasalaridan boshlab sport zallari va o'yin maydonchalarini zamonaviy jihozlar va inventarlar bilan jihozlash, jismoniy tarbiya va sport ishlari bilan shug'ullanadigan o'quv yurtlarida jismoniy tarbiyaning innovatsion usullarini takomillashtirish va qo'llash orqali bolalar va o'smirlarni muntazam jismoniy tarbiya va ommaviy sportga jalb qilish. o'quv muassasalari, o'quv muassasalarida futbol, velosiped, stol tennisi, badminton, yengil atletika, voleybol, basketbol va boshqalar bo'yicha to'garaklar va seksiyalar tashkil etish.

3. Barcha darajadagi hokimliklar, muassasalar, tashkilotlar va barcha mulkchilik shaklidagi korxonalarda jismoniy tarbiya jamoalarini tashkil etish, jismoniy tarbiya mashg'ulotlarini mehnat sharoitlarini yaxshilashga qaratilgan tadbirlar tizimiga kiritish, doimiy ravishda sport musobaqalarini o'tkazish orqali aholini tizimli jismoniy tarbiya va ommaviy sportga jalb qilish. (chorakda kamida 1 marta) futbol, velosiped, stol tennisi, badminton, yengil atletika, voleybol, basketbol va h.k.

4. Fuqarolarning o'zini-o'zi boshqarish organlarining yoshlarga ma'nau rivojlangan va jismonan sog'lom shaxslarni tarbiyalash, ularning foydali bandligini ta'minlash, mafkuraviy tahdidlardan himoyalash bo'yicha ishlar doirasida sport tashkilotlari bilan o'zaro ta'sirining samarali mexanizmlarini ishlab chiqish va joriy etish.

5. Bolalar va kattalar, barcha yoshdagi havaskor sportchilar va professionallar uchun mo'ljallangan jismoniy va ko'ngilochar tadbirlarni o'tkazish uchun yangi formatni ishlab chiqish va joriy qilish, hozirgi tendentsiyalar va yashash sharoitlarini hisobga olgan holda, ko'ngil

ochish, tadbirlarning jozibadorligini oshirish. ishtirokchilar va tomoshabinlar.

6. Ta'lim muassasalari, ishlab chiqarish korxonalari, xususiy va biznes tuzilmalar, sport muassasalari sport yulduzlari ishtirokidagi sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining sport infratuzilmasidan faol foydalanish, bolalar va barchaga etakchi professional murabbiylar bilan ochiq mashg'ulotlar va avtograf mashg'ulotlarini tashkil etish. .

7. Sport va jismoniy tarbiya turlari va chastotalarining xilma-xilligini ta'minlash, aholining turli qatlamlarini qamrab olishni kengaytirishga qaratilgan "Sport - turmush tarzi" ommaviy axborot vositalari, yangi media-texnologiyalardan foydalangan holda faol ishtirokchilarni moddiy va ma'naviy rag'batlantirish choralari.

8. Toshkent shahridagi ixtisoslashtirilgan sport maktablarida va chet elning yetakchi sport markazlarida tahsil olish uchun hududlardan iqtidorli bolalarni tanlab olish uchun ommaviy sport turlari bo'yicha sport o'quv yurtlari o'rtasida, ayniqsa qizlar uchun muntazam ravishda viloyat sport musobaqalarini o'tkazish.

9. Voyaga etmagan bolalarning ota-onalari tomonidan jismoniy tarbiya va ommaviy sportning buzilishi holatlarining oldini olish maqsadida fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari tomonidan doimiy monitoring mexanizmini joriy etish.

10. Aholining ijtimoiy zaif qatlamlari va eng qulay sharoitlarda bo'lgan fuqarolar uchun jismoniy tarbiya va ommaviy sport bilan shug'ullanish uchun teng imkoniyatlar yaratish, kam ta'minlangan guruhlar bolalari jalb qilingan sport muassasalari faoliyatini qo'shimcha qo'llab-quvvatlash (kam ta'minlangan, yolg'iz ota-onalar va boshqalar). shuningdek, chekka joylarda joylashgan sport inshootlarining faoliyati (shu jumladan tog'lar va anklavlar).

2-bob. Jahon tajribasi asosida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirishni ilmiy va uslubiy ta'minlashni takomillashtirish.

11. Jismoniy madaniyat va ommaviy sport sohasidagi tadqiqotlar va innovatsiyalarni rivojlantirishga investitsiyalarni keng jalb qilish, shu jumladan innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash, fuqarolarni erta yoshdan boshlab tarbiyalashga qaratilgan tizimni yanada rivojlantirishni ta'minlaydigan me'yoriy-

huquqiy bazani shakllantirish. sog'lom turmush tarzi, jismoniy tarbiya va sport uchun sog'lom, kuchli va samarali ijobiy motivatsiya davri.

12. Yangilangan o'quv dasturlari shuningdek, innovatsion rivojlanish ustuvorliklariga javob beradigan yetakchi jahon sport markazlarining ilg'or tajribalarini hisobga olgan holda ishlab chiqilgan zamonaviy, sifatli va mazmunli o'quv, uslubiy va ommabop adabiyotlarni, yangi avlodning normativ hujjatlarini tayyorlash va nashr etishni tashkil etish.

13. "Jismoniy tarbiya va sport" ixtisoslashtirilgan nashriyot markazining faoliyatini tashkil etish, uning asosiy maqsadlari va yo'nalishlari ushbu mavzu bo'yicha bosma mahsulotlarni tayyorlash, nashr etish va tarqatish, shu jumladan jismoniy tarbiya sohasidagi ilg'or ilmiy va uslubiy adabiyotlarning o'zbek va rus tillariga tarjimalari.

14. Ommaviy sport turlari bo'yicha o'zbek va rus tillaridagi elektron o'quv resurslarida o'quv jarayonini tashkil etish va o'tkazish bo'yicha ochiq respublika ma'lumotlar bazasini yaratish.

3-bob. Yangi formatda murabbiy kadrlarni tanlash va tayyorlashni tashkil etish.

15. O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universitetida murabbiylik kasbiga ma'lum qobiliyat va fazilatlariga ega bo'lgan abituriyentlarni aniqlash maqsadida talabalarni saralash jarayonini takomillashtirish.

16. Oliy o'quv yurtlari va ilg'or o'quv markazlarida jismoniy tarbiya va sport bo'yicha o'quv dasturlarini yangilash, amaliy tarkibiy qismlar ulushini ko'paytirish, yaxshi natijalarni ko'rsatadigan eng tajribali murabbiylar rahbarligi ostida muntazam mashg'ulotlarni o'tkazish.

17. Butun dunyo bo'ylab o'quv jarayoniga dunyoning yetakchi mutaxassislarini jalb etishni tizimli asosda tashkil etishga ko'maklashish.

18. Sport yo'nalishlari bo'yicha chet el universitetlarining filiallarini va eng yangi sport texnologiyalaridan foydalangan holda sportchilarni yangi o'quv texnologiyalarini qo'llagan holda yangi shakldagi murabbiylar va ma'muriy kadrlarni tayyorlash bo'yicha eng muvaffaqiyatli sport tizimlariga ega mamlakatlar mutaxassislarini jalb qilgan holda tashkil etish.

19. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi sirtqi bo'limlarga oliy o'quv yurtlariga qabul kvotalarini ko'paytirish, shuningdek respublikaning olis

tog' va cho'l viloyatlari (shaharlari) dan murabbiy kadrlari yetishmayotgan abituriyentlarni imtiyozli qabul qilish uchun kvotalar ajratish to'g'risida, bu haqda Jismoniy tarbiya va sport vazirligi xabar bergan.

20. Murabbiy kasbining yuqori mavqei va obro'sini ta'minlash, o'zini to'liq anglashi va kasbiy o'sishi uchun qulay sharoit va imkoniyatlarni yaratish, davlatning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun yosh avlodni tarbiyalash bilan shug'ullanadigan shaxs sifatida murabbiyning ijobiy imidjini yaratishga qaratilgan chora-tadbirlarni qabul qilish.

4-bob. Innovatsion tafakkurga ega bo'lgan ma'muriy kadrlarni tayyorlash va tanlashni tashkil etish.

21. Jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasida ma'muriy kadrlarni tayyorlash jarayonida jismoniy tarbiya va sportni boshqarishning maxsus dasturlarini joriy etish, mutaxassislar, menejerlar, sport tibbiy xodimlari va psixologlar uchun seminarlar o'tkazish, Sport menejmenti (sport menejmenti) sohalarida dunyoning yetakchi sport markazlarida amaliyot o'tashni tashkil etish. Sport Leadership (sportda yetakchilik), Sport Administration (sport ma'muriyati).

22. Sport muassasalari rahbarlarining rivojlanish dasturlarida tizimli ishtirok etishini ta'minlash, ular o'rtasida tajriba almashishni rag'batlantirish, shuningdek ilg'or va eng samarali ish uslublarini ishlab chiqishda ularni qo'llab-quvvatlash.

23. Jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasidagi davlat siyosatining o'z vaqtida, sifatli va har tomonlama amalga oshirilishida O'zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligining hududiy bo'linmalari va ularning rahbarlarining mustaqilligi va javobgarligini oshirish.

5-bob. Sport tibbiyotini takomillashtirish, sog'lom ovqatlanishning sog'lom turmush tarsi va sog'lom ovqatlanishni targ'ib qilish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish.

24. Ta'lim muassasalarining o'quv dasturiga o'quvchilarning jismoniy faoliyatini rag'batlantiradigan sog'lom turmush tarzi va sog'lom ovqatlanish ko'nikmalarini shakllantirish bo'yicha tadbirlar va maxsus kurslarni kiritish.

25. Xususiy qurilish turar-joy binolarida va ko'p qavatli binolarda yashovchi odamlar uchun jismoniy faollikni ta'minlash uchun ularga

yaqin atrofdagi jamoat ob'ektlarining (ta'lim, tibbiyot, sport va dam olish maskanlari) sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlaridan foydalanish imkoniyatini berish orqali sharoitlar yaratish.

26. Sportchilar va jismoniy tarbiya va ommaviy sport bilan shug'ullanadigan odamlarga tibbiy xizmatdan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish va sifatini oshirish, jismoniy madaniyatni aholini sog'lomlashtirish uchun faol va samarali foydalanish.

27. Sportga intensiv jismoniy kuch sarflangandan so'ng, shuningdek sportchilar va aholining kasalliklari va shikastlanishlaridan so'ng reabilitatsiya tibbiyoti sohasida innovatsion usul va texnologiyalarni keng qo'llagan holda reabilitatsiya paytida yuqori sifatli tibbiy yordam ko'rsatishni tizimli ravishda tashkil etish.

28. Sog'lom turmush tarzining asosi sifatida keng ovqatlanishni tashkil etish va sog'lom ovqatlanishni kuchaytirish.

29. Oziq-ovqat mahsulotlarining sifati va xavfsizligi bo'yicha zamonaviy talablarga muvofiq oziq-ovqat xom ashyosining asosiy turlarini mahalliy ishlab chiqarishni kengaytirish, asosiy tarkibiy qismlar bilan boyitilgan oziq-ovqat mahsulotlari, sport ovqatlanishlari va parhez qo'shimchalari uchun ixtisoslashgan mahsulotlar ishlab chiqarishni rivojlantirish.

6-bob. Iqtidorli sportchilarni selektsiya yo'li bilan tanlash, selektsioner-murabbiylarning faoliyatini qo'llab-quvvatlash choralarini kuchaytirish.

30. Ixtisoslashtirilgan sport maktablari, o'quv muassasalari va sport to'garaklarida iqtidorli sportchilarni tanlash va ularning natijalarini monitoring qilish, ularni maqsadli tayyorlash, oshkoralik va xolislikni ta'minlash bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish bo'yicha hududiy kengashlar tashkil etish.

31. Iqtidorli sportchilarni aniqlash uchun sportning "Umid nihollari", "Barkamol avlod" va "Universiada" uch bosqichli sport musobaqalarining barcha bosqichlarini o'z ichiga olgan tanqidiy tahlil va monitoring o'tkazish.

32. Sport maktablari, o'quv muassasalari va sport klublarida sportning jismoniy tarbiya va sport sohalariga ixtisoslashgan mintaqaviy, milliy va xalqaro o'quv-mashg'ulot yig'inlarini o'tkazish.

33. Jahon chempionatlari, Osiyo o'yinlari va boshqa xalqaro musobaqalarda O'zbekiston chempionatlari g'olib va sovrindorlarining sportda ishtirok etishini ta'minlash choralari ko'rish.

34. Innovatsion tafakkurga ega sportchilar-murabbiylarni tayyorlash va qayta tayyorlashni tashkil etish.

7-bob. Jismoniy tarbiya va ommaviy sportni, sog'lom turmush tarzini ommalashtirish bo'yicha ishlarni tashkil etish va olib borish jarayonida axborotlashtirish va multimediya mahsulotlaridan foydalanishning yuqori darajasini ta'minlash.

35. Barcha sport muassasalarining Internetning global axborot tarmog'iga kirishini ta'minlash, O'zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligining zamonaviy jozibador veb-saytini yaratish va uning uzluksiz ishlashini ta'minlash choralari ko'rish.

36. Ijtimoiy tarmoqlarda "Sport - turmush tarzi" xashtagi ostida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni ommalashtirish, SPORT.UZ axborot portalini yaratish, asosiy vazifalar va ustuvorliklarning yangilangan joylashuvini aks ettiruvchi logotip yaratish. vazirliklar.

37. Tegishli sohalarda SPORT mobil tarmoqlari uchun sport ilovalarini ishlab chiqish - jamoatchilik fikrini kuzatish, ijtimoiy so'rovlarni o'tkazish (O'zbekiston Respublikasi jismoniy tarbiya va sport vaziri bilan ochiq aloqa, tadbirlar taqvim, mashg'ulot tashkilotchisi, aholi faoliyati monitoringi).

38. Axborot texnologiyalari va multimediya mahsulotlarini rivojlantirishning hozirgi tendentsiyalarini hisobga olgan holda o'quv jarayonini kompyuterlashtirish darajasini oshirish.

39. Aholi o'rtasida sog'lom turmush tarzi va jismoniy faollik ko'nikmalarini shakllantirishning afzalliklari va afzalliklari bo'yicha ma'rifiy faoliyatni kuchaytirish.

40. Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha milliy integratsiyalashgan axborot tizimini, shu jumladan "Sk-m-sportmen" axborot tizimlari orqali sport natijalarini monitoring qilish va baholash tizimini tashkil etish - sportchilarni ro'yxatga olish va hisobga olish uchun, "Sk-m-trener" - trenerlar va "Sk-m" ma'lumotlar bazasi bilan ta'minlash. Sport inshoot "respublikaning sport-sog'lomlashtirish va sport inshootlarini sertifikatlashni ta'minlash.

41. Xalqaro ilg'or tajriba asosida jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasida ma'lumot va statistikani to'plash va qayta ishlash tizimi va usullarini takomillashtirish.

8-bob. Energetika va resurslarni tejaydigan texnologiyalarni faol joriy etish asosida davlat sport muassasalarining moddiy-texnik bazasini mustahkamlash.

42. Zamonaviy energiya va resurs tejaydigan, innovatsion qurilish texnologiyalarini faol joriy etish va ulardan foydalanish asosida sport inshootlari va infratuzilmasi, shuningdek ta'lim muassasalarining sport inshootlarini bosqichma-bosqich qurish, rekonstruksiya qilish va kapital ta'mirlashni davom ettirish.

43. Ta'lim va sport inshootlarini bosqichma-bosqich jihozlash va qayta jihozlashni zamonaviy ergonomik va ekologik toza mebellar, tegishli jihozlar, zamonaviy texnologiyalar bilan jihozlash.

44. Jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish jamg'armasi tomonidan taniqli xorijiy kompaniyalarning ilg'or tajribalariga asoslangan qurilish materiallari, zamonaviy energiya va resurs tejaydigan texnologiyalardan foydalangan holda hududlarning hududiy-iqlimiy xususiyatlarini hisobga olgan holda sport inshootlari uchun loyihalarni ishlab chiqish uchun ixtisoslashtirilgan loyihalash institutini tashkil etish.

9-bob. Jismoniy tarbiya va ommaviy sportni, shuningdek, sog'lom turmush tarzini ommalashtirish bo'yicha innovatsion tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirish.

45. Ommaviy axborot vositalari, radio, televideniya imkoniyatlaridan keng foydalanish orqali jismoniy tarbiya va ommaviy sportni, sog'lom turmush tarzini, turli xil yosh guruhlari o'rtasida salbiy hodisalarning oldini olish bo'yicha ishlarni har tomonlama tashkil etish va o'tkazishga qaratilgan doimiy axborot-tashviqot tizimini shakllantirish, dunyo Internet axborot tarmog'i, bosma materiallar, jismoniy tarbiya bilan muntazam shug'ullanadigan va sport bilan professional ravishda shug'ullanadigan, mulkchilik shaklidan qat'i nazar, ta'lim muassasalarida, korxona va tashkilotlarda, shu jumladan vizual materiallardan faol foydalanish orqali odamlarning qobiliyatlari va yutuqlarini namoyish etadigan tadbirlarning boshlanishi va ma'ruza shakllari, jismoniy madaniyat va sport masalalari bo'yicha yagona axborot muhitini shakllantirish.

46. Aholining barcha qatlamlari uchun jismoniy tarbiya va ommaviy sport bilan muntazam shug'ullanish uchun motivatsiyani shakllantirish sohasidagi axborot-ma'rifiy vositalarning samaradorligini oshirish.

47. Ommaboplik jarayonining uzluksizligini ta'minlash, ommaviy dam olish joylarida va yashash joyida shaxsga (oilaviy, maktabgacha, maktab, o'rta-maxsus kasb-hunar ta'limi muassasalari, ishlab chiqarish jamoalari) ta'sir ko'rsatuvchi ta'lim ta'sirining uzluksizligini kuzatish.

48. Fuqarolarning jismoniy tayyorgarligini yuqori darajadagi jismoniy tayyorgarlikka rag'batlantirish, sog'lom turmush tarzining zaruriy elementi sifatida sport bilan shug'ullanish.

49. Bosma va vizual mahsulotlarni tarqatish, televidion va radio dasturlarni tarqatish va sog'lom turmush tarzini targ'ib qiluvchi Internet-resurslarni shakllantirish, yetakchi sport mutaxassislarini, sportchilarni, siyosatchilarni, jamoat arboblarni jalb qilish, jismoniy tarbiya va ommaviy sportni ommalashtirish uchun ijtimoiy reklama vositalaridan foydalanish.

50. "Sport festivali" milliy festivali, marafonlar, sport musobaqalari va davlat, jamoat tashkilotlari, biznes tuzilmalari va shaxslarning tematik nominatsiyalaridagi sovrinlar uchun chempionatlarni muntazam ravishda tashkil etish va o'tkazish.

10-bob. 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontseptsiyasi doirasida muammoli masalalarni ko'rib chiqish.

51. 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish konseptsiyasi doirasida muammoli masalalarni ko'rib chiqish O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 3-sonli qarori bilan tasdiqlangan O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni yanada rivojlantirish dasturini amalga oshirishni muvofiqlashtirish bo'yicha Respublika komissiyasi tomonidan amalga oshiriladi. 2017 yil iyun N PP-3031 "Jismoniy tarbiya va ommaviy sportni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida".

11-bob. O'zbekiston Respublikasida 2019-2023 yillarda jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontseptsiyasini amalga oshirishdan kutilayotgan natijalar.

52. Jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohalarini modernizatsiya qilish bo'yicha qo'yilgan vazifalarni hal etish iqtisodiyotning innovatsion

rivojlanishini va O'zbekiston Respublikasining geosiyosiy raqobatdoshligini ta'minlashning ustuvor yo'nalishlariga asoslangan mamlakatning inson kapitalini maqsadli shakllantirish uchun keng imkoniyatlarni yaratadi.

53. 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish konseptsiyasining amalga oshirilishi quyidagilarga yordam beradi:

- aholi, ayniqsa yoshlarni jismoniy tarbiya va ommaviy sportga keng jalb qilish uchun qulay sharoitlar yaratish;

- aholini jismoniy tarbiya va ommaviy sport bilan qamrab olish tizimini boshqarishning innovatsion usullarini joriy qilishni tezlashtirish;

- zamonaviy energiya va resurslarni tejaydigan innovatsion qurilish texnologiyalarini joriy etish, yangi texnologiyalarning yutuqlarini hisobga olgan holda sport inshootlari va infratuzilmasini jihozlash va qayta jihozlash orqali o'quv va sport muassasalari binolari va sport inshootlarini qurish, rekonstruktsiya qilish va kapital ta'mirlash ishlarini kengaytirish;

- ommaviy sportni, shuningdek boshqa bog'liq omillar va yo'nalishlarni (tibbiy, psixologik va boshqalar) rivojlantirish;

- aholining barcha qatlamlari uchun taqdim etilayotgan jismoniy tarbiya va sport xizmatlarining sifati, dolzarbligi va rang-barangligini oshirish.

2.4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 5 martdagi PQ-5368-sonli "Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora- tadbirlari to'g'risida" qarori [5]

Mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sportni, aholi, ayniqsa, yoshlar o'rtasida sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish uchun zarur shart-sharoit va infratuzilmani yaratish, mamlakatimizning xalqaro sport maydonlarida munosib ishtirok etishini ta'minlash choralari izchil amalga oshirilmoqda.

Shu bilan birga, jismoniy tarbiya va sportni tashkil etishda bir qator tizimli muammolar va kamchiliklarning mavjudligi ushbu sohada davlat siyosatining samarali amalga oshirilishiga va mamlakatning mavjud sport salohiyatidan to'liq foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Jumladan:

- birinchisi, jismoniy tarbiya va sportni, ayniqsa bu sohada boshqaruvning samarali yaxlit tizimining yo'qligi, bu sohada davlat organlari va boshqa tashkilotlarning faoliyatini muvofiqlashtirish, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish va targ'ib qilishga imkon bermaydi;

- ikkinchisi - mamlakatda o'rta va uzoq muddatli davrda jismoniy madaniyat va sportni rivojlantirish konseptsiyasi ommaviy sport va yuqori yutuqlar sporti sohasidagi aniq vazifalar va maqsadlarni belgilash bilan ishlab chiqilmagan;

- uchinchidan, nodavlat sektori bilan davlat-xususiy sheriklik asosida zamonaviy sport moddiy-texnik bazasi va infratuzilmasini yaratishda o'zaro hamkorlikning past darajasi ushbu sohadagi mavjud muammolarni samarali hal qilishga imkon bermaydi;

- to'rtinchidan, yoshlar orasidan iqtidorli sportchilarni tanlash (tanlash) uchun samarali va shaffof tizimning yo'qligi sport zaxirasini shakllantirish va terma jamoalarni yuqori malakali kadrlar bilan ta'minlash uchun yuqori toifadagi sportchilarni tayyorlashga imkon bermaydi;

- beshinchidan - sport kadrlarini tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishning amaldagi tizimi, ayniqsa boshqaruv kadrlari, jismoniy tarbiya va sportni boshqarish sohasidagi malakali mutaxassislarning ehtiyojlarini to'liq qondirmaydi;

- oltinchidan - jismoniy tarbiya va sportni qo'llab-quvvatlashning sportning faqat ayrim turlarini rivojlantirishga qaratilgan irratsional tizimi boshqa ommaviy Olimpiya sportlari, birinchi navbatda o'yin va qishni rivojlantirishga befarq qaramaydi;

- yettinchidan - innovatsion tadqiqot va uslubiy ishlanmalar, sportchilarni tayyorlash standartlari va ularni zamonaviy talablarga javob beradigan tibbiy ta'minotning yo'qligi, yuqori sifatli o'quv jarayonini tashkil etishga imkon bermaydi;

- sakkizinchidan - jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish uchun ajratilgan moliyaviy mablag'larni sarflashning asosiligi va ob'ektivligi, moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish va ushbu sohada suiste'mollik holatlarini tugatish uchun samarali ichki mexanizm shakllantirilmagan;

- to'qqizinchidan - xalqaro standartlarga javob beradigan yuqori sifatli mahalliy sport anjomlari va uskunalarini ishlab chiqarish yo'lga

qo'yilmagan va bunday ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlashning samarali mexanizmi ta'minlanmagan.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish, aholi, ayniqsa yoshlar o'rtasida sog'lom turmush tarzini keng targ'ib qilish maqsadida, shuningdek, 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalar va Konsepsiyaga muvofiq O'zbekiston Respublikasida ma'muriy islohotlar:

1. Jismoniy tarbiya va sport davlat qo'mitasi, Moliya vazirligi, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi, O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar milliy banki, O'zbekiston Milliy olimpiya qo'mitasi, Toshkent shahar hokimligi, sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) to'g'risida:

- O'zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport davlat qo'mitasi va uning hududiy bo'linmalari negizida O'zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligi (bundan buyon matnda vazirlik deb yuritiladi) va uning hududiy bo'linmalarini tashkil etish;

- Vazirlikning jismoniy tarbiya va sportni monitoring qilish markaziy apparati tarkibida sport tadbirlarini tashkil etishning haqqoniyligi, xolisligi va oshkoraligini ta'minlash uchun javobgarlik, shu jumladan jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish uchun ajratilgan davlat moliyaviy resurslaridan oqilona foydalanishni tahlil qilish uchun javobgarlik, sport xizmatlarining sifati va ulardan foydalanish imkoniyati, shuningdek, korruptsiya va boshqa huquqbuzarliklar aniqlangan;

Qoraqalpog'iston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligi, viloyatlar va Toshkent shahar jismoniy tarbiya va sport boshqarmalariga bevosita hisobot beradigan va Qoraqalpog'iston Respublikasi byudjetidan, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklarining mahalliy byudjetlaridan moliyalashtiriladigan tumanlar (shaharlar) jismoniy tarbiya va sport bo'limlarini tashkil etish. tumanlar va shaharlar;

- O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya instituti qoshidagi jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mutaxassislarni ilmiy-uslubiy qo'llab-quvvatlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish markazini vazirlikka topshirish (bundan buyon matnda Markaz), shuningdek Nukus, Samarqand va Farg'ona shaharlarida uning filiallarini tashkil etish;

- O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya instituti negizida O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universitetini (bundan keyin - Universitet) tashkil etish;

- jahonning yetakchi ishlab chiqaruvchilarini jalb qilgan holda sport kiyimlari, jihozlari va uskunalari ishlab chiqaradigan zamonaviy korxonalar faoliyatini tashkillashtirish uchun poytaxt mintaqasida "Sport" erkin iqtisodiy zonasini yaratish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasidagi ishchilarga, shuningdek jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish va targ'ib etishda alohida xizmat ko'rsatgan boshqa shaxslarga beriladigan "O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan jismoniy tarbiya va sport xodimi" ("O'zbekiston Respublikasi, O'zbekiston Respublikasi, Qozog'iston Respublikasi va Qirg'iziston Respublikasi") faxriy unvonini ta'sis etish. Xalqaro sport maydonidagi davlatlar.

2. Vazirlikning asosiy vazifalarini aniqlash:

- umumiy aholini sport bilan tanishtirish va sog'lom turmush tarzini olib borishga, jismonan sog'lom yosh avlodni tarbiyalashga, sport industriyasi va infratuzilmasini rivojlantirishga qaratilgan jismoniy tarbiya va sport sohasidagi yagona davlat siyosatini amalga oshirish, xalqaro miqyosda sport sohasida mamlakatimizning munosib vakilligini ta'minlash. Sport maydonchasi;

- vazirliklar va idoralarning jismoniy tarbiya va sport jamiyatlari va klublari faoliyatini muvofiqlashtirish, shuningdek respublikadagi maktabgacha ta'lim muassasalari, umumta'lim maktablari, o'rta maxsus, kasb-hunar va oliy o'quv yurtlari jismoniy tarbiya o'qituvchilari va o'qituvchilarining faoliyatini tashkiliy va uslubiy jihatdan boshqarish;

- mahalliy davlat hokimiyati organlari, fuqarolarning o'zini o'zi boshqarish organlari, sport va sport jamiyatlari, o'quv muassasalari, jamoat tashkilotlari bilan birgalikda aholi, ayniqsa yoshlar, jismoniy tarbiya va sportni ommalashtirish bo'yicha keng ko'lamli ishlarni tashkil etish;

- bolalarni sport bilan muntazam shug'ullanishga keng jalb qilish, bolalar sporti bo'yicha ta'lim sifatini oshirish, barcha hududlarda, ayniqsa qishloq va olis joylarda bolalar sporti ob'ektlari tarmog'ini kengaytirish orqali bolalar sportini har tomonlama rivojlantirish;

- O'zbekiston Milliy Olimpiya Qo'mitasi, sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) bilan istiqbolli sportchilarni tanlash, tayyorlash va malakasini oshirishning samarali tizimini yaratish, Olimpiya, Paralimpiya va Osiyo o'yinlarida muvaffaqiyatli ishtirok etishlari uchun yuqori sifatli sport zaxiralari va terma jamoalarni shakllantirish bo'yicha o'zaro hamkorlik qilish. Jahon chempionatlari, Osiyo va boshqa xalqaro musobaqalar va musobaqalar;

- Respublikada professional, ommaviy sportni, shu jumladan o'yin va qishki sport turlarini rivojlantirishni rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash, ilg'or xalqaro tajribani hisobga olgan holda sport mashg'ulotlariga zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, barcha sport turlari bo'yicha milliy chempionatlarning saviyasi va darajasini oshirish, xalqaro va mintaqaviy musobaqalarni tashkil etish, shuningdek, nosog'lom sport musobaqalariga va taqiqlangan giyohvand moddalarni iste'mol qilishga qarshi tizimli choralar ko'rish;

- ommaviy, bolalar va professional sport turlari sohasidagi sport-sog'lomlashtirish va sport tashkilotlari, ob'ektlari va inshootlarining moddiy-texnik bazasini rivojlantirish va mustahkamlash, ulardan maksimal va samarali foydalanishni ta'minlash, mahalliy sport anjomlari va inventarlarini ishlab chiqarishni tashkil etish va kengaytirish bo'yicha takliflarni ishlab chiqishda qatnashish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni tashkil etish, yuqori malakali murabbiylar va boshqa sport mutaxassislarini jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari, o'quv va sport muassasalari bilan ta'minlash;

- xalqaro va davlatlararo sport aloqalarini kengaytirish va mustahkamlash, chet el investitsiyalari va grantlarini jalb etish ishlarini tashkil etish, ommaviy sport dasturlarini tashkil etishga ko'maklashish, ommaviy adabiyotlarni nashr etish, jismoniy tarbiya va sport sohasida tematik video va kino materiallari chiqarish.

3. Belgilab qo'yilsinki,

- universitet jismoniy tarbiya va sport sohasida ilmiy va o'qituvchi kadrlar tayyorlash, shuningdek ilg'or o'qitish uslublarini ishlab chiqish va joriy etish hamda soha mutaxassislarini tayyorlash uchun respublikadagi asosiy oliy o'quv, ilmiy va ilmiy-uslubiy muassasadir;

- markaz maktabgacha ta'lim muassasalari, umumta'lim maktablari va o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari jismoniy tarbiya o'qituvchilarini (o'qituvchilarini) qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni ta'minlaydi, kafedra mudirlari, oliy o'quv yurtlarining jismoniy tarbiya o'qituvchilari (instruktorlari), jismoniy tarbiya va sport sohasidagi murabbiylar va boshqa mutaxassislarni tayyorlashni ta'minlaydi. o'quv muassasalari va sport tashkilotlari.

4. Ta'lim muassasalarining ommaviy sportni rivojlantirish va iqtidorli yoshlarni tanlash (selektsiyani amalga oshirish) sohasidai asosiy ustuvor yo'nalishlarini aniqlash:

- maktabgacha ta'lim muassasalari - boshlang'ich gimnastika va ochiq o'yinlar mashg'ulotlari orqali o'quvchilarda jismoniy tarbiya va sportga jismoniy rivojlanish va salomatlikni mustahkamlash uchun qiziqishni shakllantirish;

- umumta'lim maktablari - iqtidorli yoshlarni tanlash (tanlash) va yoshlar uchun sport zaxirasini yaratish maqsadida jismoniy tarbiya o'qituvchilarini jalb etgan holda qiziqishlar bo'yicha maktabdan tashqari sport to'garagi va seksiyalar mashg'ulotlarini tashkil etish. sport maktablari;

- o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari - sportning ekstra-sport turlarida talabalar o'rtasida sportning olimpiya va milliy sport turlari bo'yicha (haftasiga kamida 6 soat) jismoniy va jismoniy tarbiya o'qituvchilari va murabbiylarini sportga jalb etish orqali viloyat va respublika sport musobaqalarida ishtirok etish. iqtidorli yoshlarni tanlash (tanlash) va ixtisoslashtirilgan bolalar va o'smirlar sport maktablarining sport zaxirasini shakllantirish maqsadida;

- oliy o'quv yurtlari - iqtidorli yoshlarni aniqlash (tanlash) va milliy sport jamoalari va respublika oliy sport mahorat maktablari uchun sport zaxirasini shakllantirish maqsadida kelgusida milliy va xalqaro sport musobaqalarida ishtirok etish uchun talabalar sport klublari va olimpiya va milliy sport turlari bo'yicha jamoalar tashkil etish.

5. Tartib-qoidalar kiritish, unga muvofiq:

- xalqaro darajadagi sport musobaqalari g'oliblari etib maktabgacha ta'lim muassasalari, o'rta maktablar va o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari jismoniy tarbiya o'qituvchilari (instruktorlari) lavozimlari,

kafedra mudirlari, oliy o'quv yurtlarining jismoniy tarbiya o'qituvchilari tayinlanishi mumkin;

- davlat maktabgacha ta'lim muassasalari, umumta'lim maktablari, akademik litseylar, kasb-hunar kollejarining jismoniy tarbiya o'qituvchilari (o'qituvchilari) tegishli ta'lim muassasalari rahbarlari tomonidan tuman (shahar) jismoniy tarbiya va sport bo'limlari bilan kelishilgan holda lavozimga tayinlanadi va lavozimdan ozod qilinadi;

- oliy o'quv yurtlarining jismoniy tarbiya o'qituvchilari (kafedra mudirlari) vazirlik vakili ishtirokida belgilangan tartibda o'tkazilgan tanlov natijalariga ko'ra oliy o'quv yurtlari rahbarlari tomonidan lavozimga tayinlanadi va lavozimdan ozod qilinadi;

- jismoniy tarbiya o'qituvchilari (o'qituvchilar va kafedra mudirlari) faoliyatining samaradorligini baholash reyting tizimi asosida amalga oshiriladi, bu birinchi navbatda talabalar (talabalar) jismoniy va kasbiy tayyorgarlikda erishilgan aniq natijalarni va ular orasidan iqtidorli sportchilarni tanlash (tanlash) ni hisobga oladi;

- jismoniy tarbiya o'qituvchilari (o'qituvchilari va kafedra mudirlari) uchun moddiy rag'batlantirish ularning faoliyatini baholash uchun reyting tizimining individual ko'rsatkichlari asosida amalga oshiriladi;

- tumanlar (shaharlar) sport va jismoniy tarbiya tadbirlarining yagona taqvim rejalariga tegishli tuman (shahar) hokimlari tomonidan tasdiqlanadi;

- o'rta maktablar, o'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi muassasalari va oliy o'quv yurtlari talabalari o'rtasida sport va jismoniy tarbiya tadbirlarini moliyalashtirish, shuningdek ularni jihozlash mos ravishda "Yoshlik", "Barkamol avlod" va "Talaba" sport maktablari hisobidan amalga oshiriladi.

6. Belgilab qo'yilsinki, O'zbekiston Milliy olimpiya qo'mitasi vazirlik bilan birgalikda yuqori malakali xorijiy sportchilar, murabbiylar va boshqa mutaxassislarni Olimpiya o'quv markazlari, sport federatsiyalari (assotsiatsiyalari) va boshqa sport tashkilotlarining o'quv jarayoniga keng jalb qilishni ta'minlaydi.

7. Yaratish:

- Samarqand viloyatining Samarqand viloyatidagi universal olimpiya tayyorgarligi va xalqaro musobaqalar markazi;

- Toshkent viloyatining Bo'stonliq tumanidagi "Osiyo-Chimgan" mehmonxonasi bazasida terma jamoalarning olimpiya tayyorgarligi bo'yicha universal markazi;

- Jizzax viloyati Zomin tumanidagi "Aloqachi" dam olish oromgohi bazasida gimnastika bo'yicha Olimpiya mashg'ulotlari markazi;

- Namangan viloyati Chortoq tumanidagi serjantlar tayyorlash maktabi bazasida sport o'yinlari bo'yicha Olimpiya mashg'ulotlarini o'tkazish markazi;

- Qashqadaryo viloyati Shahrisabz tumanidagi "Gulnora" dam olish oromgohi bazasida jang san'atlari bo'yicha Olimpiya mashg'ulotlari markazi.

Xususiylashtirilgan korxonalarni qo'llab-quvvatlash va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasi markazlar tashkil etiladigan ob'ektlarni boshqaruvchi vazirliklar va idoralar bilan birgalikda ushbu inshootlarni bino va inshootlarning butun majmuasi bilan birgalikda O'zbekiston Milliy olimpiya qo'mitasiga bepul topshirishni ta'minlashi kerak.

8. Belgilab qo'yilsinki,;

- Qoraqalpog'iston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport vazirligi, viloyatlar va Toshkent shahar jismoniy tarbiya va sport boshqarmalari va tegishli sport federatsiyasi (assotsiatsiyasi) tavsiyalari asosida Olimpiya va Paralimpiya o'yinlari va Olimpiya va Paralimpiya sportlari bo'yicha Jahon chempionatlari g'oliblari bo'lgan sportchilar murabbiy sifatida shug'ullanish huquqiga egadirlar. soddalashtirilgan sertifikatlash tartibida murabbiylik bilan shug'ullanish uchun ruxsat olgan sport maktablaridagi murabbiylar;

- oliy ma'lumotli va menejment sohasida amaliy ko'nikmalarga ega bo'lgan shaxslar, avvalgi kasbiy faoliyat turidan qat'iy nazar, sport tashkilotlari (muassasalari) rahbarlari lavozimlariga tayinlanishi mumkin;

- murabbiylik faoliyati bilan shug'ullanish uchun berilgan ruxsatnomaning amal qilish muddati tugagan trenerlar belgilangan tartibda yangi ruxsatnoma olguncha ishlashni davom ettirish huquqiga egalar, ammo ko'pi bilan to'rt oy.

9. 2018-2021 yillarda Olimpiya sport turlarini yanada rivojlantirish va ommalashtirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar dasturi tasdiqlansin.

Belgilab qo'yilsinki, vazirliklar, idoralar va boshqa tashkilotlar rahbarlari dasturda nazarda tutilgan tadbirlarning o'z vaqtida, sifatli va to'liq bajarilishi uchun shaxsan javobgardirlar.

Kalit so'zlar va tushunchalar: menejment, tartibga solish, jismoniy tarbiya, sport, huquqiy asoslar, qonunchilik, normativ-huquqiy baza, faoliyatni tashkil etish, qonunchilik qoidalari, rivojlanish kontsepsiyasi, davlat boshqaruvi, boshqaruv tizimini takomillashtirish.

Nazorat savollari.

1. Boshqaruvning huquqiy asoslari nimani anglatadi?
2. Jismoniy tarbiya va sportni davlat tomonidan tartibga solish mexanizmi.
3. Jismoniy tarbiya va sport sohasini tartibga soluvchi direktiv hujjatlar.
4. "Qonun", "qonun hujjatlari", "kontsepsiya" tushunchalarining mohiyati nimada?
5. «Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonuni qachon qabul qilingan?
6. "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni nechta bob va moddalardan iborat?
7. "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni 1-bobining mohiyati nimada?
8. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari.
9. Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat tomonidan tartibga solishning asosiy yo'nalishlari.
10. O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontsepsiyasi qachon qabul qilingan?
11. O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sport sohasining rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan kamchiliklar va muammolar.
12. O'zbekiston Respublikasida jismoniy madaniyat va ommaviy sportni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari.
13. O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontsepsiyasini amalga oshirishdan kutilayotgan natijalar.

III BOB. XUSUSIY JISMONIY TARBIYA VA SPORT KORXONALARINI TASHKIL ETISH, DAVLAT RO'YXATIDAN O'TKAZISH VA BOSHQARISH. SPORT AGENTLIGI

3.1. "Tashkilot" tushunchasining mohiyati.

Tashkilot jamiyatning asosiy shakllaridan biridir. Zamonaviy jamiyat har xil tashkilotlarni - ishlab chiqarish, savdo, ta'lim, madaniyat, sog'liqni saqlash muassasalari, shu jumladan jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari: sport maktablari, sport klublari, sport-sog'lomlashtirish markazlari, sport federatsiyalari, stadionlar va boshqalarni tashkil etmasdan muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi mumkin emas. Har bir kishi bir yoki bir nechta tashkilotning a'zosi bo'lishi mumkin. Aksariyati odamlarning deyarli butun ongli hayoti tashkilotlar bilan bog'liq: ularning a'zolari yoki ular bilan aloqada bo'lishadi.

Tashkilot tushunchasi sportni boshqarishning kalitidir, shuning uchun biz buni batafsil ko'rib chiqamiz. "Tashkilot" tushunchasi lot tilidan "organizer" kelib chiqqan bo'lib, nozik (ixcham) ko'rinishni berish, tartibga solish ma'nosini anglatadi.

Zamonaviy tashkilot tushunchasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- tarkibiy qism tufayli butun qismlarning ichki tartibliligi, mustahkamligi, o'zaro ta'siri;

- dastur yoki maqsadni birgalikda amalga oshiradigan va muayyan qoidalar va protseduralar asosida ishlaydigan odamlar birlashmasi.

Tashkilot sifatida qabul qilinish uchun odamlar guruhi bir nechta majburiy talablarga javob berishi kerak. Bularga quyidagilar kiradi [10]:

- o'zlarini ushbu guruhning bir qismi deb hisoblaydigan kamida ikki kishining mavjudligi;

- ushbu guruhning barcha a'zolari tomonidan umumiy maqsad sifatida qabul qilinadigan kamida bitta maqsad (ya'ni kutiladigan natija)ning mavjudligi.

- hamma uchun ahamiyatli bo'lgan mazmunli maqsadga erishish uchun ongli ravishda birgalikda ishlaydigan guruh a'zolarining mavjudligi.

Jismoniy tarbiya va sport tashkiloti shaxsni jismoniy jihatdan sog'lomlashtirish, odamlarning jismoniy imkoniyatlarini rivojlantirish uchun yaratilgan va bunga mos ravishda ijtimoiy tashkilotlar tarkibiga kiruvchi tizim sifatida ko'rib chiqilishi kerak.

3.2. Jismioniy tarbiya va sport tashkilotining tuzilishi.

Ijtimoiy tashkilotlar yuqori darajadagi tashkiliy murakkablik bilan ajralib turadi, bu ularning tarkibiy tuzilishining xilma-xilligi va xususiyatlarning ko'p o'lchovliligi, tizilmaning yuqori dinamikasi va faoliyat ko'rsatishining noaniqligi bilan namoyon bo'ladi. Ushbu murakkablik, shunga mos ravishda, menejmentga katta talablarni qo'yadi.

Tashkilot - bu davlat va jarayonning birligi, chunki u barqaror tashkiliy qarorlarni qabul qiladi, lekin kompaniyaning tashqi va ichki muhitining doimiy rivojlanishi tufayli faqat nisbatan barqarordir.

Boshqaruv tuzilmasi umumiy va o'ziga xos boshqaruv funktsiyalarining bajarilishini ta'minlaydi, tegishli vertikal va gorizontal aloqalarni va boshqaruv elementlarini ajratishni saqlab turadi.

Vertikal ajratish boshqaruv darajalarining soni, shuningdek, bo'ysunish va direktiv munosabatlar bilan belgilanadi. Shunday qilib, kompaniya ierarxik tuzilma sifatida yaratiladi. Gorizontal ajratish tarmoq xususiyatlariga muvofiq amalga oshiriladi. U quyidagilarga nisbatan yo'naltirilishi mumkin:

- sanoat ishlab chiqarishining kichik jarayonlariga;
- ishlab chiqarilagan mahsulotlar;
- ishlab chiqarishning makondagi shartlari.

Tashkiliy tuzilma quyidagilarni tartibga soladi:

- vazifalarni bo'lim va bo'linmalarga bo'lish;
- muayyan muammolarni hal etishdagi vakolatlar;
- ushbu elementlarning umumiy o'zaro ta'sirli bog'liqligi.

Boshqaruv apparatining tashkiliy tuzilishi ishlab chiqarishni boshqarishda mehnat taqsimotining shaklidir. Har bir birlik va lavozim ma'lum bir boshqaruv yoki ish funktsiyalarini bajarish uchun yaratilgan. Bo'limning vazifalarini bajarish uchun mansabdor shaxslarga resurslarni boshqarish uchun ma'lum huquqlar berilgan va ularga yuklangan vazifalarning bajarilishi uchun javobgardir.

Boshqaruvning tashkiliy tuzilmasi bo'limlar va lavozimlarning statik holatini va ular o'rtasidagi munosabatlarning xususiyatini aks ettiradi.

Aloqa (ulanish)lar quyidagicha turlanadi:

- chiziqli (ma'muriy bo'ysunish);

➤ funktsional (faoliyat yo'nalishi bo'yicha, bevosita ma'muriy bo'ysunishsiz);

➤ o'zaro faoliyat yoki kooperatsion (bir xil darajadagi bo'linmalar o'rtasida).

O'zaro munosabatlarning xususiyatiga qarab tashkiliy boshqaruv tuzilmalari bir nechta asosiy turlari ajratiladi [10].

➤ chiziqli;

➤ funktsional;

➤ chiziqli-funktsional;

➤ matritsali;

➤ bo'linuvchi (divizional);

➤ ko'p sonli.

Chiziqli boshqaruv tuzilmasida har bir menejer barcha harakatlar uchun bo'ysunuvchi bo'linmalar uchun yetakchilikni ta'minlaydi. Hurmatlilik - soddalik, foyda, buyruqning yakuniy birligi. Asosiy kamchilik - menejerlarning malakasiga qo'yiladigan yuqori talablar.

Funktsional tashkiliy tuzilma - ma'muriy menejmentning funktsional boshqaruvni amalga oshirish bilan aloqasi.

Chiziqli-funktsional tizilma - bosqichli ierarxik. Uning yordamida liniya menejerlari bir kishilik boshliqlar bo'lib, ularga funktsional organlar yordam berishadi. Quyi darajadagi rahbarlar ma'muriy jihatdan yuqori boshqaruv darajalarining funktsional menejerlariga bo'ysunmaydilar. U eng keng qo'llaniladi.

Chiziqli-funktsional boshqaruv tuzilishi: D - direktor; FN - funktsional tanishlar; FP - funktsional birliklar; OP - asosiy ishlab chiqarishning bo'linmalari.

Ba'zan bunday tizim xodimlar deb ataladi, chunki tegishli darajadagi funktsional menejerlar liniya menejerining shtabini tashkil qiladi.

Bo'linma (filial tarkibi) va bo'linmalar (filiallar) faoliyat yo'nalishi bo'yicha yoki geografik jihatdan ajratiladi.

Matritsali - funktsional-vaqtinchalik-maqсадli tuzilma. Bu butunlay dizayn turiga ko'ra qurilgan, uzoq vaqtdan beri ishlab kelayotgan va doimiy ravishda dizayn shaklida mavjud bo'lgan tashkilotlar uchun xos bo'lgan maxsus turdagi tashkilot. Ushbu turdagi struktura ijrochining ikki yoki undan ortiq menejerga ega bo'lishi mumkinligi bilan

tavsiflanadi (biri chiziqli, ikkinchisi dastur yoki yo'nalish rahbari). Bunday sxema uzoq vaqtdan beri ITTKIni boshqarishda qo'llanilgan va hozirda u ko'plab sohalarda ishlaydigan firmalarda keng qo'llanilmoqda. U tobora amaliy dasturdan chiziqli-funksional o'rnini bosmoqda.

3.3. Jismoniy tarbiya va sport tashkilotining missiyasi

Yuqoridagi ta'riflardan kelib chiqqan holda, jismoniy tarbiya va sport tashkilotining vazifasi uning asosiy elementidir, chunki uni amalga oshirish uchun odamlar tashkilotlarga birlashtirilgan. Tashkilotning uzoq muddatli maqsadlari uning ustavida, joriy esa - rejalarda, maqsadli dasturlarda va boshqalarda qayd etiladi.

Tashkilotdagi ierarxiya boshqaruv piramidasining "qavatlarini" orasida xodimlarni taqsimlashni va quyi bo'g'inlarni yuqoriroqlarga bo'ysunishni o'z ichiga oladi.

Ijtimoiy tashkilotdagi sinergiya - bu ishtirokchilarning individual harakatlaridan ko'p bo'lgan qo'shimcha quvvatning ko'payishi, intrakollektiv ulanish turiga qarab umumiy energiya ko'payishi. Shu bilan birga, sinergiya fenomeni quyidagi omillar tufayli boshqarilishi mumkin: bir tomonlama harakatlar, bo'linish, ixtisoslashuv va mehnatning kooperatsiyasi.

Har qanday sport tashkilotining asosiy elementi bu shartli ravishda sport tashkilotchilari (menejerlari) va ijrochilariga bo'lingan odamlar, uning xodimlari. Sport tashkilotchilarining ishi (sport menejerlari - turli darajadagi menejerlar) - bu boshqarish va ijroni nazorat qilish; ijrochilarning (murabbiylar, moslashtiruvchi jismoniy tarbiya o'qituvchilari va boshqa sport tashkilotlarining xodimlari) ishi - ish ob'ektlariga axborot-pedagogik ta'sir - sportchilar va guruhlariga jalb qilingan boshqalar.

Ko'plab ijrochilar o'z vositalari (dasturlari, musobaqalar qoidalari va jismoniy tarbiya va sport usullari) bilan sanoatni boshqarish ob'ekti (OT) tashkil qiladilar. Ko'plab sport tashkilotchilari (menejer menejerlari) axborot, orgtexnika va texnik xodimlar bilan birgalikda sanoat menejmenti (SU) mavzusini tashkil qiladilar.

"Ob'ekt - boshqarish sub'ekti" tizimidagi asosiy narsa bu boshqarish ob'ektidir. Boshqarish ob'ekti mavzuni, uning tarkibini, tuzilishini, funktsiyalarini aniqlaydi. "Ilmiy menejmentning vazifasi - ob'ektni boshqarish ob'ektini iloji boricha aniq takrorlashdir, aks holda ijtimoiy tizimning maqbul ishlashi va rivojlanishi mumkin emas." Agar boshqarish tizimi juda sodda bo'lsa va ob'ektning murakkabligini aks ettirmasa, u samarali boshqarish imkoniyatiga ega emas.

Har bir jismoniy tarbiya va sport tashkiloti mutaxassislar missiya yoki tashkilot falsafasi deb ataydigan har qanday maqsadni (maqsadlar to'plamini) amalga oshirish uchun tuziladi. Odatda tashkilotning ustavida ifodalangan umumiy maqsad ushbu tashkilotning tashkil etilishi va mavjudligining sababini ifoda etadi.

3.4. Jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining turlari.

Belgilangan maqsad nuqtai nazaridan, jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari qonuniy ravishda quyidagi turlarga bo'linadi:

1. Qo'shimcha ta'lim muassasalariga tegishli sport maktablari (BO'SM, IBO'SM va boshqalar) va jismoniy tarbiya bo'yicha bolalar va o'smirlar klublari, moslashtirilgan (adaptiv) sport maktablari;

2. Sport klublari va jismoniy tarbiya jamoalari jismoniy tarbiya va sport yo'nalishidagi jamoat birlashmalarining turlaridan biri bo'lib, ular har xil mulkchilik shaklidagi korxonalar va muassasalarda, har xil turdagi o'quv yurtlari (oliy, o'rta va o'rta maxsus kasb-hunar ta'limi muassasalari)da, shuningdek, xududiy asosda tashkil etilishi mumkin.;

3. Tijorat tashkilotlariga xos bo'lgan turli xil huquqiy shakllarda shakllanadigan va faoliyat yuritadigan professional sport klublari;

4. Turli xil tashkiliy-huquqiy shakllardagi jismoniy tarbiya va sport yo'nalishidagi tijorat tashkilotlari sifatida faoliyat ko'rsatadigan jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish markazlari va fitness klublari;

5. Yuridik shaxs maqomiga va o'z balansiga ega bo'lgan stadionlar, sport majmualari va sport bazalari;

6. O'zbekiston Respublikasi yoshlar siyosati va sport vazirligi;

7. O'zbekiston Milliy Olimpiya qo'mitasi;

8. OTM jismoniy tarbiya va sport kafedralari va o'quv yurtlarining boshqa tarkibiy bo'linmalari (o'rta maxsus kasb-hunar ta'limi muassasalarida jismoniy tarbiya bo'limlari va boshqalar);

9. Sport bo'yicha federatsiyalar, birlashmalar, uyushmalar va ligalar;

10. Davlat muassasasi maqomiga ega bo'lgan mintaqaviy sport mashg'ulot markazlari;

11. Oliy va o'rta maxsus jismoniy tarbiya muassasalari;

12. Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi ilmiy tashkilotlar.

3.5. Tashkilotlarning hayotiy davri.

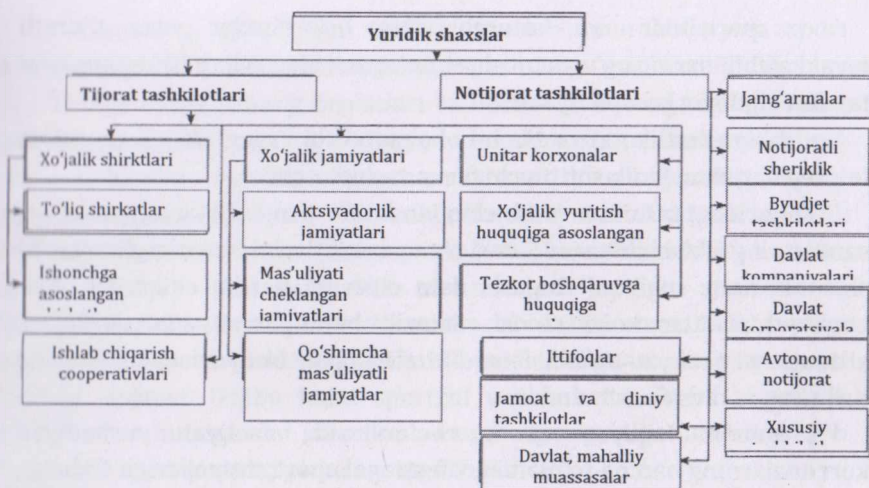
Tashkilotning hayotiy davrida bir nechta bosqichlar ajralib turadi. Birinchi bosqich - bu tashkilotning paydo bo'lishi, ya'ni uni tashkil qilish, institutsionalizatsiya qilish, ikkinchi bosqich - rivojlanish, uchinchi bosqich - faoliyatni barqarorlashtirish va nihoyat, to'rtinchi bosqich - pasayish va tugatish yoki qayta tashkil etish.

Har bir jismoniy tarbiya va sport tashkiloti, har qanday rasmiy ijtimoiy tashkilot kabi, quyidagilarga ega:

- nomi;
- tasdiqlangan nizom;
- faoliyat sohasi;
- yagona maqsad (jismoniy tarbiya va sport xizmatlarini ko'rsatish yoki sport mahsulotlarini ishlab chiqarish);
- xodimlar shtati va funktsiyalarni (vakolatlar va majburiyatlarni) bir-biri bilan doimiy ravishda ishlaydigan xodimlarning guruhlarini o'rtasida taqsimlash;
- qiyidagilarning yuqoridagilarga bo'ysunishni talab qiladigan hokimiyat tizimi yoki menejment.

3.6. Sport tashkilotlarining tashkiliy-huquqiy shakllari.

Jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining mumkin bo'lgan tashkiliy-huquqiy shakllari (1-rasm) [10].



1-rasm. Sport tashkilotlarining tashkiliy-huquqiy shakllari.

Agar sport ishqibozlari xaridorlarning talabini qondiradigan tomonni ifodalasa, sport bozorlarini ta'minlovchi ishlab chiqaruvchilar tomoni sport kiyimlari, poyafzal, trenajyorlar, uskunalar, aksessuarlar (ya'ni moddiy mahsulotlar) ishlab chiqaradigan korxonalar hamda nomoddiy tovarlar - xizmatlar va ma'lumotlardirni aks ettiradi.

Ushbu korxonalarning barchasini quyidagicha tasniflash mumkin:

- sport kiyimlari, poyafzal, sport anjomlari, fitness jihozlari va boshqalarni ishlab chiqaradigan korxonalar (moddiy ishlab chiqarish sohasi). Dunyo bo'ylab sport mahsulotlariga katta talab paydo bo'lishi sababli ushbu turdagi faoliyatning kompaniyalari sport sohasi ichida eng jadal rivojlanmoqda;

- sport musobaqalarini tashkil etish va o'tkazish bo'yicha xizmatlar ko'rsatadigan korxonalar - stadionlar, suzish havzalari, sport majmualari, sayyohlik va sport inshootlari, sport zallari, atletik hamda sheyping-klublar va boshqalar. Bu musobaqalarni tashkil etuvchi va o'tkazadigan kompaniyalar (sportchilar uchun istiqomat qilish va ovqatlanish joylarini tashkil etish, ekskursiyalar uyushtirish, texnik xodimlarni yollash, xavfsizlik va h.k.);

- axborot-shou-biznes sohasida ishlaydigan kompaniyalar;

- sportchilar va murabbiylarga jarohatlar va tijoratli tavakkalchiliklarni sug'urta qilish, shuningdek ular uchun tibbiy sug'urta taqdim etadigan kompaniyalar;

- bukmekerlik xizmatlarini ko'rsatuvchi agentliklar va sport lotereyalarini tashkillashtiruvchi firma-tashkilotchilar.

Yuqoridagi tasnifdan kelib chiqqan holda, jismoniy tarbiya va sport sanoatining ishlab chiqaruvchilari o'z mahsulotlarini bozorlarga tovarlar shaklida ham, sog'liqni saqlash, dam olish va hordiq chiqarish bilan bog'liq xizmatlar ko'rinishida yetkazib beradilar. Bundan tashqari, xizmatlarni faoliyat shaklida taqdim etiladigan imtiyozlarning alohida turi sifatida tavsiflash mumkin.

Dvigatelli faoliyat va sport sohasida faoliyat yuritadigan korxonalarning barcha to'plami professional sport ehtiyojlariga va bo'sh vaqtning keng maydoniga, ya'ni odamlar mehnat vazifalarini bajarganlaridan keyin bo'lgan vaqtlarida xizmat qiladi.

Biroq, ushbu sohada jismoniy tarbiya va sport korxonalari boshqa tadbirkorlik va ijtimoiy-madaniy faoliyat turlari - restoran biznesi, savdo-sotiq, ko'rgazmalar, kino, teatrlar, muzeylar, bosma ommaviy axborot vositalari, televideniya, radio va Internet bilan raqobatlashmoqda. Ushbu sohalarning barchasiga o'z ishlab chiqaruvchilari va infratuzilmasi tomonidan xizmat ko'rsatiladi, shuning uchun jismoniy madaniyat va sport boshqa tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar, shu jumladan pivo, alkogolli ichimliklar ishlab chiqaruvchilar, turoperatorlar va savdo-sotiq kabi kuchli tuzilmalar bilan doimiy to'qnashuvda bo'lishini hisobga olish kerak.

3.7. Agentlik faoliyati

Sport agentlari nafaqat sportchilarning hayoti, turmush tarzi va ehtiyojlarini yaxshi biladigan yuqori malakali mutaxassislar bo'lishi kerak. Bular o'z mijozlarining ishonchini va hurmatini ilhomlantiradigan odamlar, balki keng ma'noda sportchilarning hayoti va kasbiy faoliyati bilan bog'liq eng nozik va murakkab masalalarni hal qilish uchun ishonib topshirilishi mumkin bo'lgan sportchilarning ishonchli vakillari bo'lishi darkor.

O'zingizning agentingizni tanlash sportchi, murabbiy yoki sport klubi tomonidan quyidagi mezonlar asosida amalga oshiriladi [10]:

1). Agentning shaxsiy fazilatlari va obro'si. Vakilning kimligi, uning ishbilarmonligi va kasbiy fazilatlari juda muhim nuqta. Barkamol obro', ochiqlik, halollik, mohirlik bilan muzokara qilish va mijozning shaxsiy sirilarini saqlash qobiliyati - bularning barchasi muvaffaqiyatli agentlik faoliyati uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Shuni ham yodda tutish kerakki, agent ko'pincha komissionerlik shartnomasi asosida sportchining ko'rsatmalarini bajaradigan oddiy vositachi sifatida emas, balki barcha operatsiyalarda ishonchli vakil sifatida vakili bo'lgan mijozning agenti sifatida ishlaydi. Ushbu holat sportchi uchun katta xavfni anglatadi, chunki u o'z huquqlarini (shu jumladan moliyaviy hujjatlarni imzolash huquqini) shartnoma bo'yicha agentga topshiradi.

Tasodifiy xatolar yoki agentning zararli niyati sportchiga moddiy va ma'naviy jihatdan katta zarar yetkazishi mumkin. Natijada, agentning ijobiy obro'si, shaxsiy va kasbiy fazilatlari sportchi o'z ishonchli vakilini tanlaganida yuzaga keladi;

2). Sport va yaqin sport biznesidagi aloqalarning kengligi. Sport agenti faoliyatidagi muhim lahzalar sport va biznes olamidagi munosabatlarning kengayishi hisoblanadi. Sportchi yoki murabbiyni yollash, homiylarni topish, sport delegatsiyalarini chet el safarlariga joylashtirish va boshqa masalalarni tegishli ulanishlarsiz va aloqalarsiz hal qilish juda qiyin. Sport agenti uchun hayotiy aloqalar va tegishli xalqaro sport federatsiyalari, milliy sport tashkilotlari va davlat sport idoralari bilan aloqalar juda muhimdir. Bunday aloqalarning mavjudligi agentning axborot ta'minoti va qarorlarni qabul qilish nuqtai nazaridan imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytiradi;

3). O'z kapitalining etariligi. Sport agentining tijorat faoliyatida har doim har xil xarakterga ega bo'lgan xavflar mavjud. Agent bitim bo'yicha sheriklar yoki mijozlar tomonidan rad etilishi mumkin. Va agentning o'zi xatolar yoki zararli harakatlardan kafolatlanmaydi. Tabiiyki, bu vaziyatni agent mijozlari - individual sportchi, murabbiy yoki sport klubidan tashqari hisobga olish mumkin emas. Mumkin bo'lgan xatarlarni hisobga olgan holda, sport agentining mijozlari ularga xizmat ko'rsatadigan shaxs kapitalining etarililigiga e'tibor berishlari kerak. Bunday chora sport agenti mijozlariga moliyaviy kafolatlar berish uchun zarurdir.

Rasmiy maqom va litsenziyaning mavjudligi. Ba'zi xalqaro sport federatsiyalari (masalan, FIFA) agentlik faoliyatini ichki qoidalar bo'yicha tartibga solib, mavjud agentlar uchun bir qator qoidalar va cheklovlarni o'rnatadilar. Bunday me'yorlar va cheklovlar korporativ yuritish kodeksiga qo'shilgan kapitalning minimal miqdoriga bo'lgan talablarni, transfer bozorlarini tartibga solishni, shartnomalar tuzish usullarini va boshqalarni o'z ichiga oladi. Faqatgina ushbu qoidalar va qoidalarga qo'shilganlar, shuningdek tegishli malaka imtihonlaridan o'tganlar professional faoliyat va rasmiy agent maqomini olish uchun litsenziyaga ega bo'ladilar. Rasmiy maqomisiz yoki amal qilish muddati o'tgan (yoki bekor qilingan) litsenziyaga ega bo'lgan agent vazifasini bajaruvchi shaxslarning faoliyati sport federatsiyalari tomonidan noqonuniy hisoblanadi.

Tashkiliy jihatdan, sport agentlari yakka tartibdagi tadbirkorlar (jismoniy shaxslar), va jamoa tadbirkorlari - agentliklar (yuridik shaxslar) sifatida harakat qilishlari mumkin. Ushbu ikkala shakl ham sport olamida juda keng tarqalgan, o'zlarining afzalliklari va kamchiliklariga ega. Shakllarning har birini qisqacha ko'rib chiqing.

Sport agenti yakka tartibdagi tadbirkor. Ko'pincha agentlik faoliyati professional sport muhitidagi odamlar - sobiq sportchilar, murabbiylar yoki sport menejerlari tomonidan amalga oshiriladi. Ushbu holat ularning professional faoliyati davomida sportchilar, murabbiylar yoki menejerlar * katta amaliy tajribaga, sport va biznes muhitida ko'plab aloqalar va aloqalarga ega bo'lishlariga bog'liq. Ushbu mutaxassislar sport bozorlarining "ichki oshxonasi" ni, sport biznesining yozma va yozilmagan qonunlarini yaxshi bilishadi.

Agentlik faoliyatiga moyil bo'lgan, buning uchun zarur bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan odamlar oxir-oqibat yuqori darajadagi mutaxassislarga aylanadilar. Yakka tartibdagi tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tish tartibidan o'tgan va tegishli sport federatsiyasidan litsenziya olgan holda, sobiq sportchi agent maqomini oladi.

Alohida agentning daromad manbai individual sportchilar va sport tashkilotlari bilan tuzilgan shartnomalardir. Sportchilar bilan shartnomalar, ko'pincha, bandlik masalalariga - yangi, obro'li va yaxshi maoshli ish qidirishga tegishli. Agent yangi ish qidirishda milliy va xorijiy sport klublari va tashkilotlari vakillari bilan doimiy aloqada bo'lib,

muzokaralar jarayonida (kelgusi shartnomalar shartlarini muhokama qilish, sportchining narxini hisoblash, sug'urta va bonus to'lovlari, shartnomalar shartlari, sportchini o'quv-mashg'ulot yig'inlarida, mashg'ulotlar jarayonida ko'rish), tibbiy ko'rikdan o'tish va boshqalar). Kelajakdagi bitimning barcha nuanslarini muhokama qilish jarayonida agent vaqti-vaqti bilan o'z mijozi bilan bog'lanib, bitim tuzishning turli variantlarini muhokama qiladi va bitim tafsilotlarini aniqlab beradi.

O'z faoliyati uchun sport agenti kelishilgan mukofot oladi, u quyidagicha bo'lishi mumkin:

a). Dastlab belgilangan miqdor (masalan, oldindan kelishilgan shartlar bo'yicha shartnoma tuzilgan taqdirda - 20 ming AQSh dollari. Shartnomaning ayrim tarkibiy qismlari uchun bonuslar ushbu summaga qo'shilishi mumkin. Asosiy miqdorni kamaytirish variantlari ham mavjud);

b). Asosiy shartnoma summasining foizi (masalan, sportchi yillik mukofot puli bilan 1,2 million dollar miqdorida shartnoma oldi. Agentning kelishilgan ulushi 5 foizni tashkil etadi. Shunday qilib, sport agentiga to'lanadigan mablag' miqdori 60 ming dollarni tashkil etadi).

Shaxsiy sport agentining afzalligi shundaki:

- barcha topilgan pullar faqat unga tegishli, uni hech kimga bo'lish kerak emas. Bu erda sizning biznesingizni eng yaxshi tarzda va maksimal foyda bilan olib borishga doimiy turtki bo'ladi;

- agent barcha mijozlarini shaxsan biladi, ularning talablari va istaklarini biladi. Yaxshi shaxsiy munosabatlar va do'stlik murosani topishga yordam beradi;

- biznesni tashkil qilishda agent sportchining sherigi va maslahatchisi sifatida qatnashishi, sportga yoki biznes olamidan boshqa investorlarni ushbu biznesga jalb qilishi mumkin.

Ko'rib turganingizdek, individual sport agentining kuchli tomonlari juda ishonarli. Shuni qo'shimcha qilish kerakki, ba'zi sport turlarida (masalan, rus futbolida) faqat jismoniy shaxs agent bo'lishi mumkin.

Biroq, yakka tartibda agentning kamchiliklari ham juda muhimdir. Ular quyidagichadir:

- shaxsiy sport agenti uchun ustav kapitalining yuqori talablari tufayli rasmiy maqomga ega bo'lish juda qiyin (minimal qiymati 50-100 ming dollar miqdorida hisoblab chiqilishi mumkin. Masalan, Rossiya

futbol ittifoqining futbolchilar agentlari faoliyati to'g'risidagi Nizomining 7-moddasida belgilangan). agent RFUga 100 ming Shveysariya franki miqdorida bank kafolati taqdim etishi shart; ko'rsatilgan kafolat Shveysariya banki tomonidan berilishi kerak, qaytarib bo'lmaydigan;

- individual agent uchun sport va mehnat qonunchiligi, moliyaviy masalalar, tadbirkorlik faoliyatining turli jihatlarini bo'yicha shaxsiy bilimlar miqdori har doim ham yetarli emas. Bunday holda, qo'shimcha xarajatlar va tijorat sirining mumkin bo'lgan sirlanishi bilan bog'liq bo'lgan qo'shimcha mutaxassislarni jalb qilish talab etiladi;

- mijozlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq barcha masalalarni mustaqil hal etish individual agentning juda band bo'lishini belgilaydi, shuningdek uning mijozlari soniga jismoniy cheklolar qo'yadi. Ko'p sonli sportchilarga agentlik xizmatlarini ko'rsatishga urinish, sifatsiz xizmat ko'rsatish yoki ortiqcha ishlarni bajarish va shartnomalarni buzilishiga olib keladi.

Muayyan darajada, individual agentlik faoliyatidagi kamchiliklarni birlashtirish sport biznesining turli sohalarida ishlaydigan mutaxassislarni birlashtirishga yordam beradi. Kollektiv agentning shakllanishi operatsiyalarni ajratish va mehnat unumdorligini oshirishga imkon beradi. Ichki ixtisoslik kollektiv agentga (agentlikka) sport bozorlarida o'z ishtirokini kengaytirishga va umuman biznes rentabelligini oshirishga imkon beradi. Shunga ko'ra, sport agentligining xizmat turlari va imkoniyatlari tobora kengayib bormoqda. Shunday qilib, masalan, Rossiyaning "Global-sport" agentligi jismoniy-sport harakati subyektlarini iqtisodiy, huquqiy va reklama bo'yicha qo'llab-quvvatlash uchun quyidagi vositalarni taklif etadi [14].

- modeli agentliklar bilan ishlash;
- kasting agentliklari bilan ishlash;
- PR-agentliklar bilan ishlash;
- reklama agentliklari bilan ishlash;
- ommabop dasturlarda, shoularda federatsiyalarning vakillari va sportchilarning ishtirokini hamda sport to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlash ;

- sport bo'yicha mavzubop ko'rsatuvlarda federatsiyalarning vakillari va sportchilarning ishtirokini hamda sport to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlash ;

- gazeta va Internet nashriyotlarida, fotoreportajlarda, intervyularda va boshqa axborot vositalarida nashr etishlar orqali sportni turlari bo'yicha ommalashtirishni ta'minlash.

- federatsiya tomonidan tashkillashtirilgan sport tadbirlari va boshqa tadbirlarga homiy va sheriklarni izlash.

- milliy terma jamoa va federatsiya tomonidan shakllantiriladigan boshqa jamoalarga homiy qidirish;

- sport tadbirlari uchun homiy qidirish;

- turnir taqvimini uchun homiy qidirish;

- internetda PR-aktsiyalarni ta'minlash;

- sport tadbirlarida PR-aktsiyalarni ta'minlash - ;

- musobaqadan tashqari davrda PR-aktsiyalarni ta'minlash;

- federatsiya veb-saytiga tashrif buyuruvchilar bilan ishlash, pochta bilan qayta ishlash.

- federatsiya veb-saytiga joylashtirish uchun ma'lumot tayyorlash;

- federatsiya veb-saytinini yaratish;

- iqtisodiy va boshqa xizmatlar;

- sport tadbirlarining narxini hisoblash;

- sportchilar narxini hisoblash;

- sport tadbirlarining chiptalariga buyurmalar berish;

- delegatsiya va alohida shaxslarni mehmonxonalarga joylashtirish;

- O'zbekistonda va chet eldagi transportning barcha turlariga chipta bo'yicha buyurtmalar berish;

- delegatsiya va alohida shaxslarni kuzatib borish;

- o'quv-mashg'ulot yig'inlarini tashkil qilish va o'tkazish;

- sport jihozlarini yetkazib berish bo'yicha vositachilik xizmatlari;

- sport epikirovkalarini yetkazib berish bo'yicha vositachilik xizmatlari;

- sportda ovqatlanishini ta'minlash bo'yicha vositachilik xizmatlari;

- tibbiyot dori-darmonlarini yetkazib berish bo'yicha vositachilik xizmatlari;

- uquqiy xizmatlar;

- tegishli federatsiya / birlashma / birlashmaning vakolatli rasmiy organlarida sportchilar, murabbiylar, boshqa mutaxassislar va texnik xodimlarni litsenziyalash uchun hujjatlar to'plamini tayyorlash;

- sport tashkilotini yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish uchun hujjatlar to'plamini tayyorlash;

- tegishli sport federatsiyasi / ittifoqi / birlashmasida, Ozbekiston Respublikasi jismoniy tarbiya va sport davlat qo'mitasida, Ozbekiston milliy iqtisodiyot komissarligida (Ozbekiston Milliy va nodemokratik sport turlari qo'mitasi), Ozbekiston MOQda (Milliy Olimpiya) sport tashkilotini ro'yxatdan o'tkazish uchun hujjatlar to'plamini tayyorlash. qo'mitasi) boshqa tashkilotlar;

- federatsiyalar / birlashmalar / birlashmalar va boshqa sport tashkilotlarining me'yoriy va mahalliy hujjatlarini ishlab chiqish;

- hujjatlar to'plamini tayyorlash va federatsiya / kasaba uyushmalarini akkreditatsiya qilish jarayonida yuzaga keladigan munozarali masalalarda yordam berish;

- sport va namoyish tadbirlarida sport tashkilotining huquqiy yordami;

- tayyorlanish va ishlab chiqilmalar;

- sport bilan shug'ullanish uchun shartnomalar;

- sport shartnomasi, shuningdek sportchining bir klubdan ikkinchisiga o'tishida yuzaga keladigan munosabatlarni ro'yxatdan o'tkazish uchun hujjatlarni tayyorlash;

- reklama shartnomalari;

- murabbiylar va boshqa mutaxassislar bilan shartnomalar.

- 18 yoshgacha bo'lgan sportchilarni ozod (emansipatsiya) qilish;

- jismoniy tarbiya va sport harakati subyektlarini quyidagi masalalarda vakillik qilish;

- tegishli federatsiyaning boshqaruv organlari bilan aloqalar;

- jamoaga sportchi va boshqa mutaxassislarni tanlash;

- malaka tayinlash;

- sport tashkilotiga a'zo bo'lish va a'zolikdan chiqish;

- sport unvonlarini berish;

- moliyaviy kelishmovchiliklar;

- musobaqalar qoidalari (raglamenti)ni buzish, intizomiy jazo va moliyaviy sanksiyalarni qo'llash;

- sport tashkilotining 18 yoshga to'lmagan sportchining ota-onasi bilan munosabatlari;

- sport harakati sub'ektlari va homiylarning o'zaro munosabatlari;

* jismoniy tarbiya va sport harakati subyektlarini sug'urta qilish masalalari;

- 18 yoshga yetmagan sportchining ota-onasi va sport tashkiloti o'rtasidagi munosabatlarni ro'yxatdan o'tkazish;

- jismoniy tarbiya va sport harakati sub'ektlari va homiyar o'rtasidagi munosabatlarni ro'yxatdan o'tkazish;

- o'yinlar va boshqa musobaqalarning radioeshittirishlarini mahalliy televizion kanallar va radiostansiyalarda tashkil qilishda sport tashkiloti va teleradiokompaniyalar o'rtasidagi munosabatlarni ro'yxatdan o'tkazish (ishlab chiqish, muzokarlarda qatnashish va efirga uzatish shartnomasini tayyorlash, jurnalistlarni akkreditatsiyadan o'tkazishni qonuniylashtirishda yordam berish va hk);

- sport tashkilotining xodimlar bilan mehnat munosabatlarini rasmiylashtirish (kadrlar bilan ishlash);

- sport tashkilotining mahalliy me'yoriy hujjatlarini ishlab chiqish (lavozim yo'riqnomalari, bonuslar va amortizatsiya to'g'risidagi qoidalar, emblema to'g'risidagi nizom va sport tashkilotini vizual identifikatsiyalashning boshqa vositalari, kunning ichki qoidalari va boshqalar);

- sport tashkilotining joriy biznes faoliyatini huquqiy qo'llab-quvvatlash (ishlab chiqarish, sport tashkilotining ta'sis hujjatlarini muvofiqlashtirish, shartnoma ishlari) (barcha turdagi shartnomalar, shu jumladan sport maydonchasi, transport vositasini ijaraga berish / sotish shartnomasi, xavfsizlik xizmati shartnomasi)), sport inshootlarini huquqiy ro'yxatga olish va ro'yxatdan o'tkazish, da'vo ishlari, jismoniy tarbiya va sport ob'ektlarini sudlarda, hakamlik sudlarida, hakamlik organlarida, tashkilot va muassasalarda vakillik qilish);

- axborot bilan ta'minlash (ma'lumot izlash, me'yoriy ta'minlash va h.k.);

- jismoniy tarbiya va sport harakati sub'ektlarini tariflashtirish masalalari;

- doping nazorati bilan bog'liq masalalar;

- sport yurisprudentsiyasining boshqa yo'nalishlari;

- alohida sport agentlariga bunday keng ko'lamli xizmatlarni taqdim etishning iloji yo'qligi aniq, shu bilan birga ko'plab mutaxassislarning resurslari va sa'y-harakatlari yangi biznes imkoniyatlarini yaratadi;

- ko'rsatiladigan xizmat turlarini kengaytirishdan tashqari, jamoaviy sport agentining afzalliklari;

- barqaror va ishonchli ish, chunki bitta xodimning kasalligi yoki shaxsiy muammolari agentlik tomonidan olib borilayotgan tijorat operatsiyasiga xavf tug'dirmaydi;

- agentlik xodimlarining ma'lum xizmat turlariga ixtisoslashishi (iqtisodiy, yuridik, promouterlik) agentlikning mehnat unumdorligi va rentabelligini - birinchi navbatda biznesning massasi va aylanmasi hisobiga sezilarli darajada oshirish imkonini beradi;

- biznesni diversifikatsiya qilishdan kelib chiqadigan tijorat xatarlari kamaytiriladi, chunki agentlik ko'plab sohalarda darhol harakat qiladi, bozorning o'zgarishiga nisbatan kamroq sezgir bo'ladi;

Shu bilan birga jamoaviy agentning ma'lum bir kamchiliklarini ta'kidlamaslik mumkin emas, ular quyidagilar:

- operatsiyalar hajmining ko'payishi va xodimlar sonining ko'payishi bilan uning tashkiliy tuzilmasida muayyan o'zgarishlar amalga oshirilmoqda - agentlik byurokratlashtirilgan, kechiktirilgan va mijozlarga rasmiyatchilik munosabatida bo'lishi mumkin;

- mehnatning jamoaviy tabiati tufayli samarali mehnatni rag'batlantirish pasayadi: to'g'ridan-to'g'ri ijrochilar o'zlarining ish haqi uchun olgan pullarining faqat bir qismini oladi. Daromadlarning yakuniy taqsimlanishi asta-sekin o'zboshimchalik va sub'ektivlikka aylanadi;

- agentlik xodimining shaxsiy iqtisodiy manfaati umuman tashkilot manfaatlariga zid kelishi mumkin. Bunday holda agentlikning ishlashi pasayadi.

Shaxsiy va jamoaviy agentlarning afzalliklari va kamchiliklari ularning sport bozorlaridagi birgalikdagi mavjudligini oldindan belgilaydi. Shakllarning hech biri boshqasidan tubdan ustunlikka ega emas, buning natijasida individual agentlar ham, ularning jamoaviy raqobatchilari ham, mulkchilikning turli shakllaridagi sport agentliklari sport biznesida keng namoyish etilishadi.

Kalit so'zlar va tushunchalar: tashkilot, tuzilma, boshqaruv tuzilmasi, vertikal tashkilot, tizim, chiziqli tuzilma, funktsional tuzilma, chiziqli-funktsional tuzilma, vazifa, tashkilot turlari, tashkilotning hayotiy davri, huquqiy shakllar, tijorat tashkilotlari, notijorat

tashkilotlar, fondlar, ishlab chiqaruvchilar, tasniflash, agentlik faoliyati, sport agenti, individual sport agenti, jamoaviy sport agenti.

Nazorat savollari

1. "Tashkilot" tushunchasining mohiyati nimada?
2. Bir guruh odamlar tashkilot deb hisoblanishi uchun qanday majburiy talablarga mos bo'lishi kerak?
3. Sport tashkilotining tuzilmasi deganda nima tushuniladi?
4. Boshqaruv apparatining tashkiliy tuzilis deganda nimani tushunasiz?
5. Tashkiliy boshqaruv tuzilmalarining asosiy turlari.
6. Boshqaruvning chiziqli tashkiliy tuzilmasining mohiyati.
7. Boshqaruvning funktsional tashkiliy tuzilmasining mohiyati.
8. Boshqaruvning chiziqli-funktsional tashkiliy tuzilmasining mohiyati.
9. Sport tashkilotining missiyasi nimadan iborat?
10. Maqsadlar bo'yich jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari qanday turlarga bo'linadi?
11. Tashkilot hayotiy davri qanday bosqichlardan iborat?
12. Yuridik shaxs sifatida sport tashkiloti nimalarga ega bo'lishi kerak?
13. Jismoniy va sport tashkilotlarining tashkiliy-huquqiy shakllari.
14. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar qanday tasniflanadi?
15. Sportda agentlik faoliyatining mohiyati nimada?
16. Sport agentini tanlash mezonlari.
17. Tashkiliy-huquqiy jihatdan sport agentlari qanday namoyon bo'ladi?
18. Individual sport agentining kuchli va zaif tomonlari.
19. Sport agentlari tomonidan taqdim etiladigan xizmatlar doirasi.
20. Jamoaviy sport agentining afzalliklari va kamchiliklari.

IV BOB. SPORT MENEJMENTIDA MENEJMENT TAMOIYILLARINING QO'LLANILISHI

4.1. Menejmentning asosiy tamoyillari.

Tamoyil - bu faoliyatning asosiy qoidasi, xulq-atvor, rahbarlik (yetakchi) g'oyasi. Ilmiy adabiyotlarda menejment tamoyillari odatda boshqaruv qoidalarini, iqtisodiyotni boshqarishga asoslangan xatti-harakatlarning asosiy qoidalari va me'yorlarini (uning standartlari) anglatadi. Boshqaruv tamoyillari iqtisodiy qonunlarning harakatlariga, shuningdek boshqarish usullariga to'liq bog'liq bo'lgan hodisalarning mohiyatini aks ettiradi. Boshqarish mexanizmi quyidagicha sxematik tarzda taqdim etilishi mumkin:

- qonunlar;
- tamoyillar;
- usullar;
- uslublar.

Boshqaruv tamoyillari o'zaro bog'langan bo'lib, ulardan mushtarak holda foydalanish kerak.

Asosiy tamoyillar:

1) Boshqaruvda yagonalik va kollegiallik tamoyili. Qabul qilingan har qanday qaror birgalikda (yoki birgalikda) ishlab chiqilishi kerak. Bu turli xil masalalar bo'yicha ko'plab mutaxassislarning fikrlarini hisobga olgan holda uning rivojlanishining har tomonlama (murakkabligini) anglatadi. Kollektiv ravishda (birgalikda) qabul qilingan qaror kompaniya rahbarining (direktorlar kengashi, aksiyadorlar va boshqalar) shaxsiy javobgarligi ostida amalga oshiriladi. Har bir mansabdor shaxs uchun aniq va aniq belgilangan ishlarni bajarish uchun aniq javobgarlik belgilanadi. Shunday qilib, kompaniyada fan, ishlab chiqarish, marketing va boshqa sohalar bo'yicha vitse-prezidentlar kompaniyaning tegishli sektori uchun to'liq javobgar. Muammo shundan iboratki, har qanday kompaniyada sifat jihatidan yangi vazifalar paydo bo'lishi mumkin, ularning yechimi reglamentda ko'zda tutilmagan. Bunday holda, nafaqat rahbar muayyan vazifalarni hal qilish va muayyan vazifalarni bajarish uchun kimga murojaat qilish kerakligini aniqlashi kerak, balki quyi bo'g'inlar ham oqilona tashabbus ko'rsatishi kerak.

2) Ilmiylik tamoyili. Ushbu prinsip menejment tizimini va uning faoliyatini qat'iy ilmiy asoslarda qurishni talab qiladi. Rivojlanishni aks ettiradigan har qanday prinsip singari, u ichki qarama-qarshilikka ega bo'lishi kerak, chunki ichki nomuvofiqlik ichki mantiqni shakllantiradi, rivojlanishning ichki impulsini yaratadi. Ilmiy tamoyilning qarama-qarshiliklaridan biri bu nazariya va amaliyotning qarama-qarshiligi. Bu tajovuzkor ilmiy g'oyalarni qo'llashni talab qiladi (ilmiy bilish natijalari - hodisadan mohiyatga, birinchi turdagi mohiyatdan, chuqurroq, ikkinchi tur mohiyatiga, chuqurroq va hokazolarga cheksiz). Shu bilan birga, boshqaruv jarayonini muayyan sharoitlarda tashkil etish, muayyan muammolarni hal qilish zaruriyati bilish jarayonida ma'lum bir vaqtni talab qiladi. Ushbu qarama-qarshilik ko'p maqsadli, birlashtirilgan jamoalarni boshqarishning ilmiy muammolarini faol ravishda o'rganish va kompyuter texnologiyalaridan maksimal darajada foydalanish orqali hal etiladi.

Ilmiy tamoyilning yana bir muhim qarama-qarshiligi - bu ob'ektiv va sub'ektivning birligi va qarama-qarshiligi. Ushbu qarama-qarshilik universal xarakterga ega va boshqaruvning boshqa barcha prinsiplariga ham tegishli. Maqsad, ilmiy prinsipga ko'ra, boshqarish prinsiplari asoslangan nazorat qonunlarining ob'ektiv xususiyatidan kelib chiqadi. Menejment tamoyillarini amalga oshirishda subyektiv holat muqarrar, chunki boshqaruv tamoyillari faqat inson ongi, irodasi va intilishlari orqali amalga oshiriladi. Shunday qilib, amalga oshirilgan prinsip muqarrar ravishda sub'ektivdir. Idrok jarayonining ob'ektiv mantiqdan (subyektivlikdan) og'ishi ko'proq yuzaga keladi va o'zini namoyon qiladi, rahbarlarning ongi tabiat, jamiyat va tafakkur rivojlanishining ob'ektiv mantig'idan qanchalik uzoq bo'lsa. Yetakchining umumiy madaniyati va professionalligi darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, sub'ektivlikni namoyon qilish imkoniyati shunchalik kam bo'ladi. Menejmentda ilmiylik prinsipiga rioya qilish zaruriyati zamonaviy bilimlarning barcha spektrlarini, ularni sinchkovlik bilan sintezini va, eng avvalo, gumanitar fanlar majmuasini jalb qilishni talab qiladi. Shu bilan birga, iqtisodiy fanlar, falsafa, psixologiya, etika, estetika, ekologiya va texnologik fanlari va boshqa sohalarida tizimli tahlilning ilg'or usullarini qo'llash kerak.

3) Rejaviylik tamoyili. Ushbu tamoyil integratsiyalashgan va tizimli boshqaruv yondashuvini talab qiladi. Muvofiqlik har bir boshqaruv qarorida katta tizimlar nazariyasi, tizimli tahlil elementlaridan foydalanish zarurligini anglatadi. Boshqaruvdagi yaxlitlik, barcha tomonlar, barcha yo'nalishlar, barcha xususiyatlarni hisobga olgan holda, boshqariladigan tizimni to'liq qamrab olish zarurligini anglatadi. Masalan, u boshqariladigan jamoa tarkibining barcha xususiyatlarini hisobga olishi mumkin: yoshi, etnik, diniy, kasbiy, umumiy madaniy va boshqalar. Shunday qilib, tizimli vositalar muammolar va yechimlarni vertikal ravishda tuzishga urinish, murakkablik - ularni gorizontal ravishda joylashtirish. Shuning uchun tizimlilik ko'proq vertikal, bo'ysunuvchan va murakkab - gorizontal, muvofiqlashtirishga moyil bo'ladi. Shu bilan birga, menejerlarning qobiliyatlari sezilarli darajada farq qilishi mumkin, chunki bu psixikaga, uning analitik va sintetik funksiyalariga bir oz farq qiladi.

Rejalashtirishni boshqarish prinsipi shuningdek dasturga asoslangan menejment bilan bog'liq bo'lib, harakatlar dasturini tayyorlash va uni amalga oshirishni ta'minlaydi. Rejalashtirish mehnat sharoitlarini normallashtirishda va uni ijrochilar o'rtasida taqsimlashda, ijrochilarni muvofiqlashtirishda va ularning ko'rsatmalarida, shuningdek har bir ish va umuman dasturning bajarilishini hisobga olish va nazorat qilishni tashkil qilishda namoyon bo'ladi. Amaliyotda ushbu prinsipni amalga oshirish rejalashtirilgan tashkilotni butun boshqaruv tizimiga qo'shadi.

4) Boshqaruv shakllari va usullarini takomillashtirish tamoyili. Bozor iqtisodiyoti sharoitida boshqaruvning uchta shakli mavjud: xususiy, jamoaviy va jamoat. Xususiy boshqaruv shaklida mulk egasi yakka o'zi qaror qabul qiladi va barcha masalalar uchun shaxsan javob beradi. Menejmentning xususiy shaklining afzalligi - mulk egasi tomonidan biznesni olib borilishini to'liq nazorat qilish, ahvolga tushib qolish - kapitalning ahamiyatsiz miqdori va bir shaxsga berilgan boshqaruv funksiyalarining xilma-xilligi. Egasi barcha boshqaruv funksiyalarini bajarishi kerak: rejalashtirish, tartibga solish, tartibga solish, rag'batlantirish, yo'qotishlar, yo'qotishlar, qarzlar uchun shaxsiy javobgarlik. Shafqatsiz raqobat yuzaga kelmasligi uchun, egasi o'zini doimiy ravishda takomillashtirib, boshqaruv usullarini takomillashtirishi

kerak, ya'ni. ishchilarga hozirgi bozor kon'yunkturasiga mos keladigan har xil shakllarda ta'sir o'tkazish.

Jamoa boshqaruv shaklida ikki yoki undan ortiq jismoniy va yuridik shaxslar boshqaruv qarorlarini birgalikda qabul qiladilar va korxona, qo'shma korxona yoki aksiyadorlik jamiyatining barcha ishlari uchun javobgardirlar. Hamkorlik yanada malakali boshqaruv qarorlarini qabul qilishga, boshqaruvning xususiy shaklidagi kamchiliklarni bartaraf etishga yordam beradi. Kollektiv boshqaruv shaklining afzalliklari shundaki, sheriklar aksiyalarni sotish orqali katta kapitalni jalb qilishlari mumkin. Kollektiv boshqaruv shakli direktorlar kengashi tomonidan amalga oshiriladi, u ushbu vaziyatga mos keladigan asosiy siyosat va eng samarali boshqaruv usullarini belgilaydi: iqtisodiy, tashkiliy, ijtimoiy-psixologik yoki huquqiy. Mehnatning kollektiv shaklining kamchiliklaridan biri barcha sheriklarning kompaniyani boshqarishda qatnasha olmaslikidir (dash aksiyadorlar) (QK) va uning faoliyatini nazorat qilish. Menejmentning ushbu shaklining yana bir kamchiligi, G'arb iqtisodchilarining fikriga ko'ra, aktsiyadorlarga "ikki tomonlama" soliq solish: korporatsiya, birlashma yoki korxona daromad solig'ini to'laydi, bu aksiyadorga tegishli dividendlar miqdorini kamaytiradi; bundan tashqari, u dividend solig'ini ham to'laydi. Boshqaruvning davlat shakli davlat yoki shahar korxonalarida amalga oshiriladi. Davlat ushbu korxonalar faoliyati uchun to'liq javobgar bo'ladi.

5. Raqobatbardoshlik tamoyili. Raqobat mavjud bo'lishi uchun bozorda har bir mahsulot turi uchun sotuvchilar va xaridorlarning soni yetarli bo'lishi kerak. G'arbiy hisob-kitoblarga ko'ra, har bir mahsulot uchun ishlab chiqaruvchilar soni 8-15 va hech qanday holatda 4-5 dan kam emas.

6. Kadrlarni tanlash va joylashtirish tamoyili. Bozor iqtisodiyoti sharoitida kadrlarni tanlash va joylashtirish prinsipi katta ahamiyatga ega. Bozor munosabatlari boshqaruv kadrlariga yuqori talablarni qo'yadi, xususan ularning ishbilarmonlik fazilatlarini, kompetentsiyasini va ishlab chiqarish oldida turgan muammolarni tez va samarali hal qilishni belgilaydi.

7. Agentlarning mustaqilligi va xolisligiligi tamoyili. Bozorda ularning harakatlari iqtisodiy javobgarlik bilan birlashtirilishi kerak.

8. Shaxsiy tashabbus tamoyili. Aqlli xulq-atvorga ega, shaxsiy daromad uchun kuchli g'ayratli, ehtiyotkor va tadbirkor bozorda harakat qilishi kerak.

9. Javobgarlik va tavakkalchilik tamoyili. Tadbirkor ma'lum bir tavakkakchilik va xavfni hisobga olgan holda o'z xatti-harakatlari uchun javobgar bo'lishi kerak, ya'ni tadbirkor huquq va majburiyatlarga ega.

Bir qator mualliflarning fikriga ko'ra menejment mustaqil bilimlar sohasi va fan sifatida XIX asr oxirida shakllangan. Yuzlab va minglab yillar davomida amalda natijalar boshqaruv faoliyatining turli tomonlarini ochib beradigan va modellashtiradigan yondashuvlar, prinsiplar va usullar ko'rinishida to'plangan va umumlashtirildi. Turli xil vaqtlarda amaliy menejerlar yechimlari ularning tajribasidan tashqarida bo'lgan muammolarga duch keldilar, bu esa amaliyotchilarni olimlardan yordam so'rashga majbur qildi. Masalan, 20-asrning boshlarida asosiy muammolardan biri mehnat unumdorligini oshirish edi, 20-asrning oxirida esa tashqi muhitning doimiy o'zgarishiga moslashuvchanlik va moslashish muammolari paydo bo'ldi, natijada tashkilot atrof-muhitini boshqarish muammosiga aylandi. Shunday qilib, 20-asrning boshlarida ilmiy boshqaruv maktabi, ma'muriy maktab, inson munosabatlari maktabi va miqdoriy yondoshish maktabi kabi ilmiy maktablar shakllandi. Ushbu ilmiy maktablar doirasida shakllantirilgan boshqaruv tamoyillari (1-jadval) menejmentning tizimli, vaziyatli va boshqa zamonaviy yondashuvlarida yanada rivojlantirildi [10].

1-jadval.

XX asrning 20-yillarida menejment tamoyillari.

TAMOYILLAR	TAMOYIL MAZMUNI
1) Mehnat taqsimoti.	Mehnatdan unumli foydalanish uchun zarur bo'lgan ishlarning ixtisoslashuvi (ishchining diqqat va harakatlari yo'naltirilgan maqsadlar sonini kamaytirish orqali)
2) Vakolat va javobgarlik.	Har bir xodimga ishning bajarilishi uchun javob beradigan yetarli vakolat berilishi kerak.

3) Intizom.	Ishchilar ular bilan korxona rahbariyati o'rtasidagi kelishuv shartlariga rioya qilishlari kerak, rahbarlar intizomni buzganlarga nisbatan adolatli sanksiyalarni qo'llashlari kerak.
4) Yagonalik	Xodim farmoyish oladi va bevosita faqat bitta rahbarga hisobot beradi.
5) Harakatlarning birligi.	Bir xil maqsadga ega bo'lgan barcha harakatlar guruhlariga birlashtirilishi va bitta rejaga muvofiq amalga oshirilishi kerak.
6) Shaxsiy manfaatlarining bo'ysunishligi.	Tashkilotning manfaatli shaxslar manfaatlaridan ustun turadi.
7) Xodimlarni rag'batlantirish.	Xodimni ishi uchun adolatli rag'batlantirish.
8) Markazlashtirish.	Boshqaruv markaziga ega bo'lgan tashkilotdagi yagona tartib. Yaxshiroq natijalarga markazlashtirish va markazlashtirmaslik o'rtasidagi to'g'ri nisbatda erishiladi. Vakolatlar va vakolatlar javobgarlikka mutanosib ravishda taqsimlanishi kerak.
9) Skalyar zanjir.	Barcha buyruqlar uzatiladigan va aloqalar ierarxiyaning barcha darajalari o'rtasida uzluksiz bajariladigan buyruqlar zanjiri ("ustunlar zanjiri").
10) Tartib.	Ish joyida har bir ishchi va har bir xodim uchun ish joyi.
11) Adolatlilik	O'rnatilgan qoidalar va kelishuvlar hayotda shkalyar zanjirining barcha darajalarida adolatli ravishda amalga oshirilishi kerak.
12) Xodimlarning barqarorligi.	Xodimlarni tashkilotga sodiqlik va uzoq muddatli ishlashga tayyorlash, chunki yuqori qo'nimsizlik samaradorlikni pasaytiradi.
13) Tashabbus.	Xodimlarni berilgan vakolat va bajarilgan ishlar doirasida mustaqil qarorlar ishlab chiqishga rag'batlantirish.
14) Korporativ ruh.	Xodimlar va tashkilot manfaatlarining uyg'unligi harakatlarning birligi (birlashtirish-kuch) ni ta'minlaydi.

4.3. Zamonaviy menejment faniga turli maktablar kontseptsiyasi va yondoshuvlarining qo'shgan hissasi.

XX asr boshlarida F.Teylorning "Ilmiy menejment" tushunchalari, M.Veberning "Ideal byurokratiya", A.Fayolning "Ma'murlashtirish ilmi" kontseptsiyalarida hamda G. Fordning konveyer liniyalari amaliyotida eng aniq ifodani olgan holda ushbu bilim sohasi dastlab qattiq ratsionallahtirish yo'lini bosib o'tdi (2-jadval) [10]. Bu mehnat taqsimotining asosiy tamoyiliga to'liq mos keldi: o'sha paytda barcha mamlakatlar sanoatida ko'pchilik bo'lgan savodsiz va o'qimagan ishchilar tomonidan samarali ishlov berilish uchun ishni eng kichik qismlarga ajratish, soddalashtirish, tushunarli qilish. Shunday qilib, kapitalistik jamiyat doirasida o'ta rasmiylashtirilgan yoki instrumental tashkilotlar rivojlandi.

2-jadval.

Zamonaviy menejment ilm-faniga turli maktablar kontseptsiyasi va yondashuvlarining qo'shgan hissasi

Ilmiy yo'nalishlar va kontseptsiyalarning asosiy qoidalari	Zamonaviy menejmentda foydalaniladigan asosiy g'oyalar
1) Ilmiy menejment va mumtoz (klassik) ma'muriy maktab	
Ilmiy tamoyillar Ishlarning bajarilishini oqilona tashkil etish Boshqaruvda mehnat taqsimoti	Menejmentga ilmiy yondoshuv va boshqaruv tamoyillari Takomillashtirish maqsadida ishlarni bajarish usullarini tahlil qilish Ish haqi ishlovchilar moyilligini oshirishning eng muhim elementi sifatida
2) Inson munosabatlari va xulq-atvor fanlari maktabi	
Jamoa maxsus ijtimoiy guruh sifatida. Shaxslararo munosabatlar har bir xodimning samaradorligi va salohiyatini oshirish omili sifatida	Menejmentda kommunikatsiya guruh dinamikasi, motivatsiya va yetakchilik omillaridan foydalanish Tashkilotlarda inson xulq-atvorlarini o'rganish Tashkilot a'zolariga faol inson resurslari sifatida munosabat
3) Miqdoriy yondoshuv (boshqaruv ilm-fani)	
Miqdoriy tadqiqotlar, modellashtirish va kompyuter texnologiyalaridan foydalanish	Qarorlar qabul qilishda miqdoriy o'lchovlardan foydalanish Boshqaruvning axborot tizimlari va kompyuter texnologiyalaridan foydalanish

4) Tizimli va vaziyatli yondoshuvlar

Tashkilot barcha tarkibiy qismlarining o'zaro ta'siri va o'zaro bog'liqligi	Tashkilotni o'zaro bog'liq qismlardan iborat tizim sifatida ko'rib chiqish
Atrof-muhitdagi vaziyatning o'zgarish ko'rsatkichlarini aniqlash va hisobga olish	Atrof-muhit va teskari (aksiy) aloqalarning tashkilotning muvaffaqiyati uchun ahamiyati Vaziyat omillari to'plamini o'rganishga asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish.

Asrimizning 50-yillarida tadqiqotlar 5 yo'nalishda parallel ravishda olib borildi: mumtoz (klassik), insoniy munosabatlar, xulq-atvor fanlari, miqdoriy va tizimli yondoshuvlar. Bunday ko'p tomonlama rivojlanish urushdan keyingi iqtisodiyotning yangi ehtiyojlarini qondirdi, bunda ilmiy va texnologik inqilob ta'siri ostida bozor tadbirkorlik tuzilmalari shakllana boshladi va iste'mol tovarlari va xizmatlar ishlab chiqarishni rivojlanishi ommaviy iste'molchiga emas, balki talabni qondirishga yo'naltirilgan o'rta va kichik tashkilotlar sonining misli ko'rilmagan o'sishiga olib keldi. nisbatan kichik populyatsiyalar. Yangi ishbilarmonlar murakkab o'zaro bog'liqlik va raqobat, raqobat va raqobat dunyosiga duch kelishdi, shuningdek yirik korporatsiyalarni boshqarishga to'liq yo'naltirilgan boshqaruvni boshdan kechirdilar, shuningdek tashqi muhit dinamikasini hisobga oladigan va o'zgarishlarga tez va moslashuvchan moslashishni ta'minlaydigan yangi boshqaruv tizimlariga ehtiyoj sezidilar. Menejmentga yangicha yondashuvlar zarurligini yirik milliy va transmilliy korporatsiyalar ham his etdilar, ular urushdan keyingi davrda yanada qattiq va vayronagarchilikka aylandilar. Ularga, bir tomondan, o'z qarorlarini optimallashtirishga imkon beradigan (ya'ni kompaniyalarga jalb qilingan resurslardan maqbul foydalanishga imkon beradigan) va boshqa tomondan, tashkilotlarning barcha tarkibiy qismlari o'rtasida murakkab tashkiliy aloqalarni saqlashga yordam beradigan usullar kerak edi.

Bu ehtiyojlarni ma'lum darajada boshqaruvga miqdoriy va tizimli yondoshishga asoslangan yangi ishlanmalar qondirdi. Birinchisi boshqaruvga asoslangan murakkab muammolarni tushunishni chuqurlashtirdi va qiyin vaziyatlarda qarorlarni qabul qilishning miqdoriy usullaridan keng foydalanishga imkon berdi. Amaliy tadqiqotlar va matematik modellar asosida inventarizatsiyani

4.3. Zamonaviy menejment faniga turli maktablar kontseptsiyasi va yondoshuvlarining qo'shgan hissasi.

XX asr boshlarida F.Teylorning "Ilmiy menejment" tushunchalari, M.Veberning "Ideal byurokratiya", A.Fayolning "Ma'murlashtirish ilmi" kontseptsiyalarida hamda G. Fordning konveyer liniyalari amaliyotida eng aniq ifodani olgan holda ushbu bilim sohasi dastlab qattiq ratsionallahtirish yo'lini bosib o'tdi (2-jadval) [10]. Bu mehnat taqsimotining asosiy tamoyiliga to'liq mos keldi: o'sha paytda barcha mamlakatlar sanoatida ko'pchilik bo'lgan savodsiz va o'qimagan ishchilar tomonidan samarali ishlov berilish uchun ishni eng kichik qismlarga ajratish, soddalashtirish, tushunarli qilish. Shunday qilib, kapitalistik jamiyat doirasida o'ta rasmiylashtirilgan yoki instrumental tashkilotlar rivojlandi.

2-jadval.

Zamonaviy menejment ilm-faniga turli maktablar kontseptsiyasi va yondashuvlarining qo'shgan hissasi

Ilmiy yo'nalishlar va kontseptsiyalarning asosiy qoidalari	Zamonaviy menejmentda foydalaniladigan asosiy g'oyalar
1) Ilmiy menejment va mumtoz (klassik) ma'muriy maktab	
Ilmiy tamoyillar Ishlarning bajarilishini oqilona tashkil etish Boshqaruvda mehnat taqsimoti	Menejmentga ilmiy yondoshuv va boshqaruv tamoyillari Takomilashtirish maqsadida ishlarni bajarish usullarini tahlil qilish Ish haqi ishlovchilar moyilligini oshirishning eng muhim elementi sifatida
2) Inson munosabatlari va xulq-atvor fanlari maktabi	
Jamoa maxsus ijtimoiy guruh sifatida. Shaxslararo munosabatlar har bir xodimning samaradorligi va salohiyatini oshirish omili sifatida	Menejmentda kommunikatsiya guruh dinamikasi, motivatsiya va yetakchilik omillaridan foydalanish Tashkilotlarda inson xulq-atvorlarini o'rganish Tashkilot a'zolariga faol inson resurslari sifatida munosabat
3) Miqdoriy yondoshuv (boshqaruv ilm-fani)	
Miqdoriy tadqiqotlar, modellashtirish va kompyuter texnologiyalaridan foydalanish	Qarorlar qabul qilishda miqdoriy o'lchovlardan foydalanish Boshqaruvning axborot tizimlari va kompyuter texnologiyalaridan foydalanish

4) Tizimli va vaziyatli yondoshuvlar

Tashkilot barcha tarkibiy qismlarining o'zaro ta'siri va o'zaro bog'liqligi	Tashkilotni o'zaro bog'liq qismlardan iborat tizim sifatida ko'rib chiqish
Atrof-muhitdagi vaziyatning o'zgarish ko'rsatkichlarini aniqlash va hisobga olish	Atrof-muhit va teskari (aksiy) aloqalarning tashkilotning muvaffaqiyati uchun ahamiyati
	Vaziyat omillari to'plamini o'rganishga asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish.

Asrimizning 50-yillarida tadqiqotlar 5 yo'nalishda parallel ravishda olib borildi: mumtoz (klassik), insoniy munosabatlar, xulq-atvor fanlari, miqdoriy va tizimli yondoshuvlar. Bunday ko'p tomonlama rivojlanish urushdan keyingi iqtisodiyotning yangi ehtiyojlarini qondirdi, bunda ilmiy va texnologik inqilob ta'siri ostida bozor tadbirkorlik tuzilmalari shakllana boshladi va iste'mol tovarlari va xizmatlar ishlab chiqarishni rivojlanishi ommaviy iste'molchiga emas, balki talabni qondirishga yo'naltirilgan o'rta va kichik tashkilotlar sonining misli ko'rilmagan o'sishiga olib keldi. nisbatan kichik populyatsiyalar. Yangi ishbilarmonlar murakkab o'zaro bog'liqlik va raqobat, raqobat va raqobat dunyosiga duch kelishdi, shuningdek yirik korporatsiyalarni boshqarishga to'liq yo'naltirilgan boshqaruvni boshdan kechirdilar, shuningdek tashqi muhit dinamikasini hisobga oladigan va o'zgarishlarga tez va moslashuvchan moslashishni ta'minlaydigan yangi boshqaruv tizimlariga ehtiyoj sezidilar. Menejmentga yangicha yondashuvlar zarurligini yirik milliy va transmilliy korporatsiyalar ham his etdilar, ular urushdan keyingi davrda yanada qattiq va vayronagarchilikka aylandilar. Ularga, bir tomondan, o'z qarorlarini optimallashtirishga imkon beradigan (ya'ni kompaniyalarga jalb qilingan resurslardan maqbul foydalanishga imkon beradigan) va boshqa tomondan, tashkilotlarning barcha tarkibiy qismlari o'rtasida murakkab tashkiliy aloqalarni saqlashga yordam beradigan usullar kerak edi.

Bu ehtiyojlarni ma'lum darajada boshqaruvga miqdoriy va tizimli yondoshishga asoslangan yangi ishlanmalar qondirdi. Birinchisi boshqaruvga asoslangan murakkab muammolarni tushunishni chuqurlashtirdi va qiyin vaziyatlarda qarorlarni qabul qilishning miqdoriy usullaridan keng foydalanishga imkon berdi. Amaliy tadqiqotlar va matematik modellar asosida inventarizatsiyani

boshqarish, resurslarni taqsimlash, ommaviy xizmat ko'rsatish va boshqa ko'plab murakkab muammolar hal qilinmoqda. Tizimlar sohasidagi o'zgarishlar tashkilotning barcha o'zgaruvchilari ustidan boshqaruv nazorati qobiliyatini oshirdi.

Tizimli izlanishlarning mantiqiy davomi boshqa tadqiqot sohalaridagi bir qator g'oyalarni o'zida mujassam etgan vaziyatli (situatsion) yondashuvni ishlab chiqish edi. Ushbu yondashuvning markazida ma'lum bir vaziyat, ya'ni tashkilot o'z faoliyati jarayonida duch keladigan vaziyatlar majmui turadi. Ushbu vaziyatni boshqarish muayyan holatlarda o'zgaruvchanlarni ajratib qo'yish yo'li bilan amalga oshiriladi, ularni ko'rib chiqish muammolarni hal qilishga imkon beradi. Vaziyat o'zgaruvchilarning tarkibi va mazmun-mohiyati tashkilotning o'zi va atrof-muhitining tizimli qirralari va xususiyatlari bilan oldindan belgilanadi.

4.4. Tashkilotlarning xodimlarni boshqarish tizimini yaratish tamoyillari.

Tashkilotda xodimlarni boshqarish tizimini yaratish uchun ikkita tamoyil guruhlar mavjud: xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirishga qo'yiladigan talablarni tavsiflovchi tamoyillar va xodimlarni boshqarish yo'nalishini belgilaydigan tamoyillar (3-jadval) [10]. Xodimlarni boshqarish tizimini barpo etishning barcha tamoyillari birgalikda amalga oshiriladi. Ularning kombinatsiyasi tashkilot xodimlarini boshqarish tizimining o'ziga xos ish sharoitlariga bog'liq.

3-jadval.

Tashkilotda xodimlarni boshqarish tizimini yaratish tamoyillari.

Tamoyillar	Tamoyilning mazmuni
Xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirish talablarini tavsiflovchi tamoyillar	
Xodimlarni boshqarish funksiyalarining ishlab chiqarish maqsadlariga muvofiqligi	Xodimlarni boshqarish funksiyalari ixtiyoriy ravishda emas, balki ishlab chiqarish ehtiyojlari va maqsadlariga muvofiq holda shakllantiriladi va o'zgaradi.
Xodimlarni boshqarish funksiyalarining birlamchiligi	Xodimlarni boshqarish tizimining kichik tizimlari, tashkiliy tuzilma, ishlovchilarga qo'yiladigan talablar va ularning soni xodimlarni boshqarish funksiyalarining mazmun-mohiyati, soni va mehnat sarfiga bog'liq.
Xodimlarni boshqarish	Xodimlarni boshqarish tizimini (funktSIONAL) va

funktsiyalari ichki nisbatining maqbulligi	xodimlarni boshqarish funktsiyalarini (infrofunctions) tashkil etishga qaratilgan funktsiyalar o'rtasidagi nisbatni belgilaydi.
Boshqaruv yo'nalishlarining maqbul nisbati	Bu xodimlarni boshqarish funksiyasini ishlab chiqarishni rivojlantirishga yo'naltirishni ishlab chiqarishning ishlashini ta'minlashga qaratilgan funktsiyalarga nisbatan ilgari surish zarurligini taqozo etadi.
Potentsial taqlid	Alohida xodimlarning vaqtincha iste'foga chiqishi biron bir boshqaruv funktsiyasini amalga oshirish jarayoniga xalaqit bermasligi kerak. Buning uchun xodimlarni boshqarish tizimining har bir xodimi yuqori, quyi xodim va o'z darajasidagi 1-2 xodimning funktsiyalariga taqlid qilishi kerak.
Tejamkorlik	Bu menejment tizimi xarajatlarining umumiy xarajatlardagi ulushini, mahsulot birligiga to'g'ri keladigan, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishni kamaytirgan holda, xodimlarni boshqarish tizimining eng samarali va iqtisodiy tashkil etilishini nazarda tutadi. Agar xodimlarni boshqarish tizimini takomillashtirish bo'yicha chora-tadbirlar boshqaruv xarajatlarini ko'paytirsa, ularni ishlab chiqarish tizimidagi ta'sir bilan birlashtirishi kerak.
Progressivlik	Xodimlarni boshqarish tizimining ilg'or xorijiy va mahalliy namuna (analog)larga mosligi.
Istiqbollik	Xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirishda tashkilotni rivojlantirish istiqbollarini hisobga olish lozim.
Majmuaviylik	Xodimlarni boshqarish tizimini isloh qilishda menejment tizimiga ta'sir etuvchi barcha omillarni (yuqori organlar bilan aloqalar, shartnomaviy aloqalar, boshqaruv ob'ektining holati va boshqalar) hisobga olish kerak.
Tezkorlik	O'chirishlarni oldini olish yoki tezda bartaraf etish uchun xodimlarni boshqarish tizimini tahlil qilish va takomillashtirish bo'yicha o'z vaqtida qaror qabul qilish
Optimallik	Xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirish va muayyan ishlab chiqarish sharoitlari uchun eng oqilona variantni tanlash bo'yicha takliflarni ko'p qirrali o'rganish.
Oddiylik	Xodimlarni boshqarish tizimi qanchalik sodda bo'lsa, shuncha yaxshi ishlaydi. Albatta, bu xodimlarni boshqarish tizimini ishlab chiqarishga zarur keltiradigan soddalashtirishni yo'q qiladi.
Ilmiylik	Xodimlarni boshqarish tizimini shakllantirish bo'yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish menejment sohasidagi

	fan yutuqlariga va bozor sharoitida ijtimoiy ishlab chiqarishni rivojlantirish qonunlaridagi o'zgarishlarni hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak.
Ierarxialik	Xodimlarni boshqarish tizimining har qanday vertikal bo'limlari boshqaruv tuzilmalari (tarkibiy bo'linmalar yoki individual menejerlar) o'rtasida ierarxik o'zaro ta'sirni ta'minlashi kerak, ularning asosiy xarakteristikasi boshqaruv tizimlari orqali "pastga" (ajratish, detallashtirish) va "yuqoriga" (yig'ish) assimetrik uzatishdir.
Muxtoriyatlik (avtonomiyalik)	Har qanday gorizontal va vertikal bo'limlarda xodimlarni boshqarish tizimi tarkibiy bo'linmalar yoki alohida rahbarlarning oqilona avtonomligini ta'minlashi kerak.
Kelishuvchanlik	Ierarxik aloqalar vertikal ravishda, shuningdek xodimlarni boshqarish tizimining nisbatan avtonom bo'g'inlari orasidagi o'zaro bog'liqlik odatda tashkilotning asosiy maqsadlariga mos kelishi va o'z vaqtida sinxronlashtirilishi kerak.
Barqarorlik	Xodimlarni boshqarish tizimining barqaror ishlashini ta'minlash uchun, tashkilotning ushbu maqsadidan chetga chiqadigan xodim yoki bo'linmani ishdan chiqaradigan va ularni xodimlarni boshqarish tizimini tartibga solishga majbur qiladigan maxsus "mahalliy regulyatorlarni" ta'minlash kerak.
Ko'p qirralik	Vertikal va gorizontal ravishda xodimlarni boshqarish turli xil kanallar orqali amalga oshirilishi mumkin: ma'muriy, iqtisodiy, huquqiy va boshqalar.
Shaffoflik	Xodimlarni boshqarish tizimi kontseptual birlikka ega bo'lishi, yagona ochiq terminologiyani o'z ichiga olishi, barcha bo'limlar va menejerlarning faoliyati iqtisodiy tarkibda turlicha bo'lgan xodimlarni boshqarish jarayoni uchun yagona "qo'llab-quvvatlovchi tuzilmalar" (bosqichlar, funksiyalar) ga asoslanishi kerak.
Qulaylik	Xodimlarni boshqarish tizimi inson qarorlarini asoslash, ishlab chiqish, qabul qilish va amalga oshirish ijodiy jarayonlari uchun maksimal qulaylikni ta'minlashi kerak. Masalan, ma'lumotlarni tanlab bosmalash, turli xil ishlov berish, zaruriy ma'lumotlarni chiqarish bilan hujjatlarni maxsus qayta ishlash, ularning uyg'un ko'rinishi, hujjatlarni to'ldirishda ortiqcha ishlamaslik uchun istisnalar va boshqalar.
Xodimlarni boshqarish tizimining rivojlanish yo'nalishlarini belgilaydigan tamoyillar	
Mujassamlashuv (Konsentratsiya)	Bu ikki yo'nalishda ko'rib chiqiladi: alohida bo'linma ishchilarining yoki bir hil funktsiyalarni bajaradigan

	butun xodimlarni boshqarish tizimining kadrlarni boshqarish tizimining bitta bo'linmasida sa'y-harakatlari bir-birini takrorlashga yo'l qo'ymaydi.
Ixtisoslashuv	Xodimlarni boshqarish tizimidagi mehnat taqsimoti (menejerlar, mutaxassislar va xodimlar mehnati ajratiladi). Bir hil funktsiyalar guruhlarini amalga oshirishga ixtisoslashgan alohida bo'linmalar tashkil etiladi.
Paralellik	Individual boshqaruv qarorlarini bir vaqtning o'zida bajarishni o'z ichiga oladi, xodimlarni boshqarish samaradorligini oshiradi.
Moslashuvchanlik (egiluvchanlik)	Xodimlarni boshqarish tizimining boshqaruv ob'ektlarining o'zgaruvchan maqsadlariga va uning ish sharoitlariga moslashishini anglatadi.
Vorislilik	Turli darajalarda va turli mutaxassislar tomonidan, xodimlarni boshqarish tizimini takomillashtirish bo'yicha ishlarni olib borishning umumiy uslubiy asosini hamda ularni standartli rasmiylashtirishni o'z ichiga oladi.
Uzluksizlik	Xodimlarni boshqarish tizimi yoki bo'linmalari xodimlarining ishlarida uzilishlar bo'lmasligi, hujjatlarning "yashash" vaqtini qisqartirish, texnik boshqarish vositalarida oddiylilik va shunga o'xshash.
Ritmlik	Bir xil miqdordagi ishni turli vaqt oralig'ida bajarish va xodimlarni boshqarish funktsiyasini muntazam ravishda takrorlash.
Hamjihatlik	Muayyan yechimni ishlab chiqish uchun buyurtma berish va kerakli ma'lumotlarga e'tibor qaratish. Bu funktsional bo'linmalar o'rtasida (boshqaruvning turli darajalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik) gorizontal va vertikal o'zaro bog'liqliklarda sodir bo'ladi.

4.5. Strategik menejmentning asosiy tamoyillari.

1). Tashkilotning maqsadlari va rivojlanish strategiyalarini oqilona va ongli tanlash. Korxonalarning rivojlanishi jarayoni qarama-qarshiliklarga to'la. Ularni hal qilish uchun yangi mahsulotlar yaratish, ularni bozorlarga olib chiqish, yangi texnologiyalarni loyihalash va tashkilotning boshqa imkoniyatlarini aniqlash sohasida samarali yechimlar ishlab chiqilishi kerak.

2). Tashkilotning raqobatdoshligini oshirish uchun yangi shakllar va tadbirlarni doimiy ravishda izlash.

3). Tashkilotning quyi tizimlari va uning elementlari tomonidan boshqaradigan va boshqariladigan tashkilot va tashqi muhit o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va o'zaro aloqalarni ta'minlash. Tashkilotning ishlashi va rivojlanishi uchun eng yaxshi sharoitlarni belgilaydigan tizimning alohida qismlari va elementlari o'rtasida o'ziga xos aloqani saqlab qolish juda muhimdir.

4). Individuallashtirish strategiyalari. Har bir tashkilot noyobdir, chunki uning tarkibiy tuzilishi, moddiy-texnik bazasi, korporativ madaniyati va boshqa o'ziga xos-xususiyatlarga ega. Shuning uchun strategiyalarni ishlab chiqish bunday xususiyatlarni hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

5). Strategik menejment vazifalarini operatsion boshqaruv vazifalaridan aniq ajratish.

Ushbu tamoyillar turli darajadagi korxonalarda amalga oshiriladi, bu esa raqobatdosh ustunliklarni aks ettiradi.

4.6. Samarali boshqaruv tamoyillari

Menejment tamoyillari - bu umumiy qonuniyatlar va barqaror talablar bo'lib, ularga rioya qilish tashkilotning samarali rivojlanishini ta'minlaydi.

Samarali menejmentning eng muhim tamoyillari: yaxlitlik, ierarxik tartib, maqsadga yo'naltirilganlik, ilmiy asoslanganlik va optimallik, markazlashtirish va markazlashtirmaslikning mushtarakligi, demokratlashtirish.

Yaxlitlik tashkilotni yaxlit ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida ko'rib chiqish zarurligini belgilaydi.

Ierarxik tartibga solish tashkilotdagi boshqaruv jarayonlarini tabaqalashtirish darajasini tartibga soladi.

Maqsadli yo'naltirish tashkilotning maqsadli strategik yo'nalishi va maqsadlarga erishishni boshqarish samaradorligining eng muhim mezonini sifatida belgilaydi.

Ilmiy asoslanganlik va optimallashtirish boshqaruv qarorlarini asoslash uchun ilmiy yondashuv, keng usul va vositalardan foydalanish zarurligini shakllantiradi.

Markazlashtirish va markazlashtirmaslikning kombinatsiyasi boshqaruv protseduralari va qarorlarni oqilona ravishda ajratish talabini belgilab beradi, bu esa rahbarlarning vakolati va javobgarligini oqilona taqsimlash asosida amalga oshiriladi.

Demokratlashtirish menejerlar o'rtasidagi samarali hamkorlikni rag'batlantirish uchun xatti-harakatlarni boshqarish vositalaridan foydalanishni o'z ichiga oladi.

4.7. Zamonaviy sport menejmentining asosiy tamoyillari.

JTS sohasida menejment tamoyillari boshqaruv ta'sirini amalga oshirish jarayonida boshqaruv organlari va alohida rahbarlarning rioya qiladigan asosiy tartib-qoidalar va xulq-atvor me'yorlarini belgilaydi.

Zamonaviy sport menejmentining asosiy tamoyillari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- ilmiy asoslanganlik tamoyili (boshqaruv qarorlarini qabul qilishda ilmiy yondashuv, maqbul boshqaruvni ta'minlash uchun ob'ektiv qonuniyatlardan foydalanish va bilimlarni qo'llash);

- boshqaruvda tizimlilik tamoyili JTSTni integratsiyalashgan ijtimoiy tizim sifatida ko'rib chiqish zarurligini belgilaydi (qo'llaniladigan boshqaruv qarorlarini har tomonlama o'rganishni, ularni amalga oshirishning barcha mumkin bo'lgan variantlarini tahlil qilishni anglatadi. Sportni boshqarish muammolarini hal etishni moliyaviy va moddiy-texnik resurslar bilan bog'lashni o'z ichiga oladi);

- boshqaruvda markazlashtirish va markazlashtirmaslikning maqbul kombinatsiyasi tamoyili boshqaruv ierarxiyasining har bir darajasida aniq qarorlar qabul qilish vakolatlarini taqsimlashni o'z ichiga oladi;

- moddiy va ma'naviy rag'batlantirish tamoyili. Ushbu tamoyil JTST xodimlari va professional sportchilar uchun ish haqini farqlashda namoyon bo'ladi. Moddiy narsalar bilan bir qatorda, sport unvonlarini berish va mukofotlarni topshirish shaklida ma'naviy rag'bat ham mavjud;

- boshqaruvni optimallashtirish tamoyili maqsadga imkon qadar qisqa vaqt ichida va mehnat, moliyaviy resurslar va moddiy resurslarning eng kam qiymatiga erishishni anglatadi;

- boshqaruvni demokratlashtirish tamoyili JTSTda yagonalik boshqaruv bilan bir qatorda jamoaviy va kollegial boshqaruv organlarini shakllantirishni nazarda tutadi;

- boshqaruv qarorlarining huquqiy himoyalanganligi tamoyili amaldagi qonunchilikka tayangan holda boshqarish, boshqaruv faoliyatini huquqiy qo'llab-quvvatlashni ta'minlaydi;

- tarmoq va hududiy boshqaruvni birlashtirish tamoyili.

Ushbu tamoyillar quyidagilarga imkon beradi:

- ish natijalari samaradorligini oshirish uchun xodimlar o'rtasidagi munosabatlarni yaxshilash;

- ishlovchilarning ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirish yo'llarini izlash;

- tashkilot a'zolariga ta'sir o'tkazish va ularni tashkilot oldida turgan muammolarni hal qilishga jalb qilish;

- mamlakatning urf-odatlarini, tarixi va madaniyatining xususiyatlaridan foydalanish, ularni zamonaviylashtirilgan boshqaruv tizimida qo'llash.

Kalit so'zlar va tushunchalar. tamoyil, boshqaruv tamoyillari, yagonalik, kollegiallik, ilmiylik, rejaviylik, boshqaruv shakllarini takomillashtirish, raqobatdoshlik, kadrlarni tanlash va joylashtirish, mustaqillik, tashabbuskorlik, ma'suliliyatlik, turli davrlar kontsepsiyasi, tizimli yondoshuv, vaziyatli yondoshuv, xodimlarni boshqarish tizimi, strategik boshqaruv tamoyillari, samarali menejment tamoyillari, zamonaviy sport menejmenti tamoyillari.

Nazorat savollari.

1. "Tamoyil" tushunchasining mohiyati.
2. Boshqaruv mexanizmi mohiyati nimada?
3. Menejmentning asosiy tamoyillarilari.
4. Boshqaruvda yagonalik va kollegiallik tamoyillarining mohiyati.
5. Ilmiylik tamoyilining mohiyati.
6. Rejaviylik tamoyilining mohiyati.
7. Boshqaruv shakllari va usullarini takomillashtirish tamoyilning mohiyati.
8. Raqobatbardoshlik tamoyilining mohiyati.
9. Kadrlarni tanlash va joylashtirish tamoyilining mohiyati.

10. Agentlar mustaqilligi va xolisligi tamoyilining mohiyati.
11. Tashabbuskorlik, javobgarlik va tavakkalchilik tamoyillarining mohiyati.
12. XX asrning yigirmanchi yillarida menejment tamoyillarining mohiyati.
13. Ilmiy menejment va mumtoz (klassik) ma'muriy maktab kontseptsiyalarining asosiy tushunchalari.
14. Inson munosabatlari va xulqiy ilm maktabi kontseptsiyalarining asosiy tushunchalari.
15. Boshqaruvda miqdoriy yondoshuvining mohiyati.
16. Menejmentga tizimli va vaziyatli yondoshishning mohiyati.
17. Xodimlarni boshqarish tizimining mohiyati nimada?
18. Tashkilot xodimlarini boshqarish tizimini shakllantirishga qo'yiladigan talablarni tavsiflovchi tamoyillar.
19. Tashkilot xodimlarini boshqarish tizimini rivojlantirish yo'nalishlarini belgilaydigan asosiy tamoyillar.
20. Strategik boshqaruvning asosiy tamoyillari.
21. Samarali boshqaruvning eng muhim tamoyillari.
22. Zamonaviy sport menejmentining asosiy tamoyillari.

V BOB. SPORT MAHSULOTLARI VA LITSENZIYALANGAN MAHSULOTLAR INDUSTRIYASI.

5.1. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar.

Agar sport ishqibozlari iste'molchilar, talabni qondiradigan tomonlarini ifoda etadigan bo'lsa, sport bozorlarini ta'minlovchi ishlab chiqaruvchilar tomonidan sport kiyimlari, poyafzal, fitness jihozlari, inventarlar (ya'ni moddiy mahsulotlar) ishlab chiqaradigan korxonalar hamda nomoddiy tovarlar - xizmatlar va ma'lumotlar taklif etiladi.

Ushbu korxonalarning barchasini quyidagicha tasniflash mumkin:

- sport kiyimlari, poyafzal, sport anjomlari, sport jihozlari, trenajyorlar va boshqalarni ishlab chiqaradigan korxonalar (moddiy ishlab chiqarish sohasi). Dunyo bo'ylab sport mahsulotlariga katta talab paydo bo'lishi sababli ushbu turdagi faoliyat bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar sport sohasi ichida eng jadal rivojlanmoqda;

- sport musobaqalarini tashkil etish va o'tkazish bo'yicha xizmatlar ko'rsatadigan korxonalar - stadionlar, suzish havzalari, sport majmualari, sayyohlik va sport inshootlari, sport zallari, sport klublari va boshqalar. Bular musobaqalarni tashkil etuvchi va o'tkazadigan firma.tashkilot va kompaniyalarni ham o'z ichiga oladi (sportchilar uchun turar joy va ovqatlanishni tashkil etuvchi, ekskursiyalarni uyushtiruvchi, texnik xodimlarni yollash va xavfsizlik bilan shug'ullanuvchi va boshqa tashkilotlar);

- axborot-shou-biznes sohasida faoliyat yurituvchi kompaniyalar;

- sportchilar va murabbiylarga sport jarohatlari va tavakkalchiliklarini sug'urtalash xizmatlarini ko'rsatuvchi, shuningdek, tibbiy sug'urtani taqdim etuvchi kompaniyalar;

- bukmekerlik xizmatlarini ko'rsatuvchi va sport lotereyalarini tashkil etuvchi kompaniyalar.

Yuqoridagi tasnifdan kelib chiqib, jismoniy tarbiya va sport sanoatining ishlab chiqaruvchi korxonalari o'z mahsulotlarini bozorga tovarlar shaklida ham, sog'liqni saqlash, dam olish va hordiq chiqarish bilan bog'liq xizmatlar ko'rinishida yetkazib beradilar. Bundan tashqari, xizmatlarni faoliyat shaklida taqdim etiladigan imtiyozlarning alohida

turi sifatida tavsiflash mumkin. Jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyat yurituvchi korxonalarning barcha to'plami professional sportning ehtiyojlariga va bo'sh vaqtning keng maydoniga xizmat qiladi ya'ni odamlar mehnat vazifalarini bajarganlaridan keyin qolgan vaqti davomida.

Ushbu sohada jismoniy tarbiya va sport korxonalari boshqa tadbirkorlik va ijtimoiy-madaniy faoliyat turlari - restoran biznesi, savdo-sotiq, ko'rgazmalar, kino, teatrlar, muzeylar, bosma ommaviy axborot vositalari, televideniye, radio va Internet bilan raqobatlashmoqda. Ushbu sohalarning barchasi o'z ishlab chiqaruvchilari va infratuzilmasi tomonidan xizmat ko'rsatiladi, shuning uchun jismoniy madaniyat va sport boshqa tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar, shu jumladan pivo, alkogol ichimliklar ishlab chiqaruvchilar, turoperatorlar va savdo-sotiq kabi kuchli tuzilmalar bilan doimiy qarama-qarshilikda bo'lishini hisobga olish kerak.

Dam olish va hordiq chiqarish bozorlarida barcha ishtirokchilar to'g'ridan-to'g'ri raqobat yo'nalishi bo'yicha ham, uning o'rnini bosadigan mahsulotlar orasida ham iste'molchi uchun kurashmoqdalar. Bu yerda xaridor uchun, uning pullari va e'tiborlari uchun har kuni qizg'in kurash olib boriladi. Tabiiyki, bunday qarama-qarshilikda jismoniy tarbiya va sport sohasi o'z mavqeyini himoya qilish uchun juda qiyin davrni boshdan kechirmoqda. Sport tovarlari va xizmatlarini ishlab chiqaruvchilar va mahsulotlar bilan raqobat munosabatlariga kirishadigan bozorlarning asosiy turlarini ko'rib chiqamiz.

5.2. Sport tovarlari va xizmatlari bozorlarining asosiy turlari

Dam olish va hardiq chiqarish bozorlari. Odamlar bo'sh vaqtlarini turli xil dam olish va hardiq chiqarishlar bilan to'ldiradilar, ular orasida eng keng tarqalgani bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- axborot - gazeta va jurnallarni o'qish, televizor tomosha qilish, radio dasturlarini tinglash;
- do'konlarga tashrif buyurish, xarid qilish.
- ko'ngil ochish - barlarga, diskotekalarga, restoranlarga, uydan tashqarisida do'stlar bilan uchrashish;

- intellektual - teatrlarga, kinoteatrlarga, kontsertlarga tashrif buyurish;

- jismoniy tarbiya va sport - sport bilan shug'ullanish;

- oilaga yo'naltirilgan - bolalar bilan mashg'ulotlar o'tkazish.

Sog'liqni saqlash va go'zallik bozorlari. Jismoniy tarbiya va sportning go'zallik va inson salomatligi uchun ahamiyati umume'tirof etilgan. Biroq, so'nggi o'n yilliklarda raqobatbardosh sanoat vakillari salomatlikni saqlash va tiklash, go'zallik va jismoniy mukammallik bozorlarida tobora faollashmoqda. Bu, birinchi navbatda, dori-darmonlarni ishlab chiqaruvchilarga tegishli - vazn yo'qotish uchun dorilar, nikotinga qarshi turdagi mahsulotlar, spirtli ichimliklarni va boshqa moddalarni iste'mol qilish hamda usullarni o'zlashtirish uchun psixologik kodlash tizimlari.

Bundan tashqari, jismoniy tarbiya va sportga hozirda "go'zallik o'rnini bosuvchi" kuchli sanoat - plastik jarrohlik, yog'ni olib tashlash, implantlarni tanaga implantatsiya qilish, anabolik steroidlardan foydalangan holda mushaklarni qurish va hokazo. Albatta, ushbu bozorlarda jismoniy tarbiya va sport bilan raqobat asosan to'g'ridan-to'g'ri emas, balki bilvosita; taklif qilingan mablag'lar jismoniy faoliyat usullari bilan birgalikda ishlatilishi mumkin. Shunga qaramay, go'zallik va sog'liqni saqlash sohasida raqobatbardosh munosabatlar juda keskin bo'lib, taklif etilayotgan almashtirish xizmatlari ularning raqobatdosh ustunliklariga ega.

Jozibador ommaviy xizmatlar bozorlari. Ko'ngilochar xizmatlar bozorida sahna san'ati, televideniye, kino, Internet, tsirk faoliyati, estrada, sport va turizmning xilma-xil turlari raqobatlashadi. Ushbu bozorlarda tomoshabinlar uchun kurash juda qizg'in. G'olib tomoshabinni ko'proq qiziqtiradigan, uning e'tiborini va qiziqishini jalb qiladigan kishi. Ko'ngil ochish xizmatlarini ishlab ko'rsatuvchi kompaniyalar o'zlarining kundalik faoliyatlarida marketing vositalarining barcha turlaridan foydalanadilar, intensiv reklama tadbirlarini o'tkazadilar, xizmatlarning jozibadorligi va sifatini oshiradilar.

Sport tovarlari, xizmatlar va axborotlarni ishlab chiqaruvchi barcha korxonalar o'z faoliyatini iqtisodiy qonunlar - erkin raqobat qonuni, talab va taklif qonuni, shaxsiy manfaatlar qonuni va boshqa boshqalar

doirasida amalga oshiradilar Erkin raqobat to'g'risidagi qonunning ta'siri shundan iboratki, ishlab chiqaruvchilar tomonidan ishlab chiqarishga intiladilar. Daromadlarni maksimal darajada oshirish, doimiy yashash va ishlash uchun yanada qulay sharoitlar uchun o'zaro raqobatlashing. Raqobat munosabatlari ishlab chiqaruvchilarni o'z mahsulotlari sifati, raqobatbardosh narxlar, to'g'ri reklama va boshqa ko'plab iqtisodiy ko'rsatkichlar haqida qayg'urishga majbur qiladi.

Bozor sharoitlaridagi raqobat quyidagilarga imkon beradi:

- raqobatda g'olib bo'lgan kimsalarni, boshqalariga qaraganda yaxshiroq natijalarga erishganlarni aniqlash. Ishbilarmonlik amaliyotidagi raqobat, sportda bo'lgani kabi, natijalarni aniqlash uchun zaruriy mezon bo'lib, ularni tanlash uchun vositadir;

- muammoning yechimini optimallashtirish, ya'ni. uni minimal xarajatlarni ta'minlagan holda eng yaxshi natijalar bilan hal qilish;

- raqobatchilarni maksimal natijalarga erishish uchun yo'naltirish.

Iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida bo'lgani kabi, sport tovarlari, xizmatlar va axborot ishlab chiqaradigan korxonalar o'zlarining ishlab chiqarish, marketing va ilmiy-tadqiqot ishlarini mahsulotlarga bo'lgan talab va taklif asosida amalga oshiradilar. Iste'molchilarning har qanday mahsulotga to'lov qobiliyati qanchalik yuqori bo'lsa, korxonalar bozorga chiqarishga intilayotgan ushbu mahsulotlar soni shunchalik ko'p bo'ladi.

Va nihoyat, ishlab chiqaruvchilar ham, iste'molchilar ham shaxsiy qiziqish asosida harakat qilishadi, ya'ni. har bir kishi boylik kabi manfaatlarga intiladi va ortiqcha xarajatlar, kuch yoki pul mablag'lari sarfidan qochadi.

5.3. Ishlab chiqarish sektorining tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi asosiy omillar.

Umumiy holda ta'kidlab o'tilgan iqtisodiy qonunlar ishlab chiqarish korxonalarining say-harakatlarini aniqlaydi. Shu bilan birga, ishlab chiqarish sohasining tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi juda muhim omillar mavjud bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

- iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning xulq-atvorini aniqlaydigan, bo'sh ish o'rinlari mavjudligi va ularning sonini aniqlaydigan iqtisodiy muhit, oxir-oqibatda ish haqi miqdorini belgilaydi.

Bozor kon'yunkturasi iqtisodiy o'sishga va iqtisodiyotda band bo'lganlarning ulushiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan kredit va investitsiyalarning mavjudligi va ulardan foydalanish imkoniyatini ham belgilaydi. Agar iqtisodiy vaziyat sport sanoatining ishlashi va rivojlanishi uchun noqulay bo'lsa, bu, bir tomondan, sport mollari va xizmatlarning yuqori narxini, boshqa tomondan esa ko'plab sportchilar va murabbiylarning chet elga ko'chib ketishiga olib keladi;

- iqtisodiy vaziyatga bevosita ta'sir ko'rsatadigan siyosiy vaziyat. Ma'lum darajada iqtisodiyotni boshqarish usullari hokimiyatdagi siyosiy maqsad va vazifalarning natijasidir. Mamlakatda jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirish uchun qanday siyosiy resurslar ajratiladi, sport sohasida tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratiladi va davlat sport sanoatini qanday va qanday shakllarda qo'llab-quvvatlaydi;

- huquqiy muhit iqtisodiyotning ishlash shartlarini belgilaydi, tadbirkorlarning xodimlarga nisbatan huquq va majburiyatlarini, ekologik, mehnat va ijtimoiy himoya standartlarini, kasaba uyushmalari tashkilotlarini va boshqalarni tartibga soladi. Huquqiy tartib ma'lum darajada mulk va shaxs huquqlarini, tadbirkorlik erkinligini kafolatlaydi;

- ijtimoiy muhit iste'molchilar xulq-atvoridagi ustuvorliklarni shakllantiradi, qaysi mahsulot va kasblarni obro'li va istiqbolli deb hisoblanadi, qaysilari esa yo'q. Jamiyatning ijtimoiy va madaniy hayotiga qarab axloqiy va diniy normalar iste'molchining turmush tarziga va shunga mos ravishda bozor sharoitlariga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, agar ba'zi arab mamlakatlarida ayollarga yuzlarini begonalardan yashirish buyurilgan bo'lsa, bu ularning aksariyati jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanishga qodir emasligini anglatadi. Shunga ko'ra, ushbu toifadagi shaxslar sport buyumlari va xizmatlariga talabni namoyish etmaydilar;

- bozorning institutsional tuzilishi biznes muhitini shakllantirishda ham muhim omil hisoblanadi. Xususan, biznesning o'zi, uning axloqi, madaniyati, sug'urta kompaniyalari, tijorat banklari, investitsiya va pensiya jamg'armalari, reklama va marketing agentliklari, bandlik agentliklari, o'quv muassasalari, kasaba uyushmalari va boshqa tuzilmalar kabi bozor institutlarining qay darajada rivojlanganligi, tashkil etish va boshqaruv darajasi.

Biz ta'kidlagan ishbilarmonlik muhiti omillari sport tovarlari, xizmatlar va axborotlarni ishlab chiqaradigan korxonalarga to'g'ridan-to'g'ri va bevosita ta'sir qiladi. Bu mamlakatdagi sport industriyasi qanday omillarga bog'liq bo'lishiga, qanchalik rivojlantirilishiga va xizmat qilishiga bog'liq.

5.4. Sport industriyasining asosiy ishtirokchilari.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi iqtisodiy munosabatlar juda murakkab va xilma-xil; ko'plab tashkilotlar, sport va sog'lomlashtirish klublari, korxonalar, sportchilar, murabbiylar, davlat xizmatchilari, muxlislar hamda sog'lig'ini va tashqi qiyofasini yaxshilashni istagan odamlar ushbu munosabatlarda ishtirok etadilar. Bu shaxslarning barchasi o'zlarining iqtisodiy manfaatlariga va bir-birlaridan tubdan farq qiladigan o'z maqsadlariga ega.

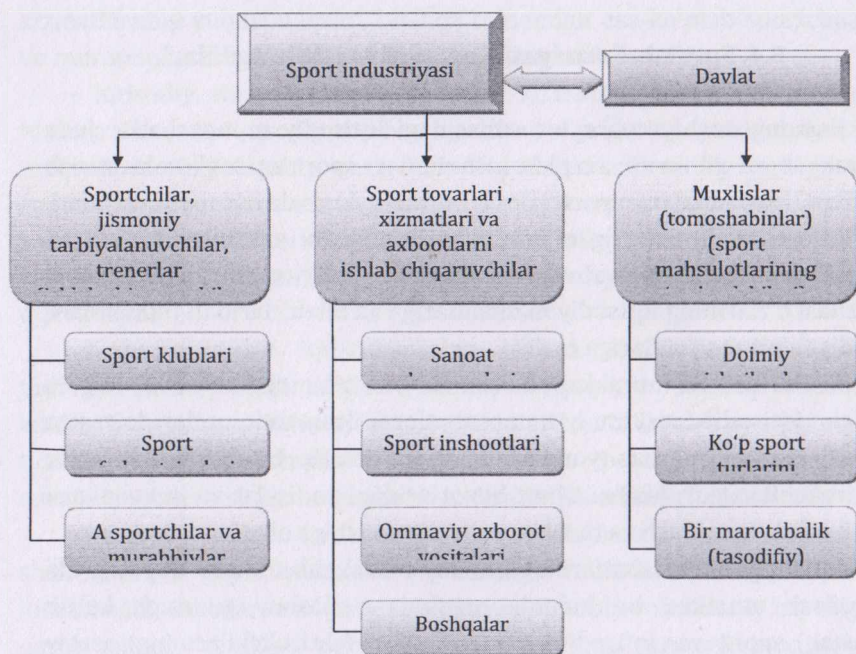
Ushbu barcha murakkab, ba'zan bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lgan iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlarni ilmiy tadqiqotlar doirasiga kiritish uchun maxsus yondashuv talab etiladi, bu dastlabki bozor ishtirokchilari guruhlarini, sport bozorlaridagi hodisalar va jarayonlarni tahlil qilish, tasniflash va tartibga solishni o'z ichiga oladi.

Iqtisodiy munosabatlarning bunday murakkab tizimini quyidagicha tasniflash mumkin: bu holatda maqbul yondashuv yuqorida ko'rib chiqqan sport va iqtisodiy munosabatlar ishtirokchilarining asosiy guruhlari - ehtiyojlari va iqtisodiy manfaatlariga asoslangan tasniflashdir. Bundan tashqari, biz barcha ishtirokchilarni sport mollari, xizmatlari va ma'lumotlarini ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarga ajratamiz.

Sport industriyasiga quyidagilar kiradi:

- sport buyumlari, xizmatlari va ma'lumotlarinng iste'molchilari bo'lgan muxlislar (tomoshabinlar);
- sport tovarlari, xizmatlar va ma'lumotlarni ishlab chiqaradigan korxonalar;
- sport mahsulotlari va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar bo'lgan sportchilar, murabbiylar, jismoniy tarbiyalanuvchilar, sport klublari, ligalar va federatsiyalar.

Davlat, bir tomondan, sport industriyasining manfaatdor ishtirokchisi, boshqa tomondan esa sport va iqtisodiy munosabatlarni muvofiqlashtiruvchi va tartibga soluvchi rolni bajargan holda (2-rasm) [10] sport industriyasi bilan chambarchas bog'langan.



2-rasm. **Sport induatriyasi ishtirokchilarning asosiy guruhlari.**

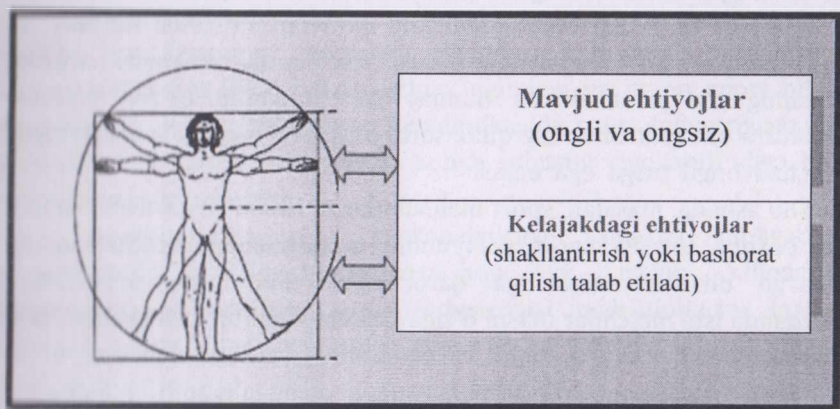
5.5. Talab, ehtiyoj va motivatsiyani o'rganish.

Sport tashkiloti muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishining muhim sharti bo'lib uning mahsulitlariga talabning mavjudligi hisoblanadi. Talab nima va u nimaga bog'liq? Talab marketingning markaziy tushunchasi bo'lib, marketing vositalarining aksariyati uni aniqlash va shakllantirishga qaratilgan.

Talab juda o'zgaruvchan va ko'lamini oldindan aytish qiyin bo'lgan "kattalik" (ko'rsatkich)diir. Ba'zan u to'satdan paydo bo'ladi va kutilmaganda to'xtaydi. Boshqa hollarda, u yillar davomida va hatto

o'nlab yillar davomida barqarordir. Ba'zan iste'molchining o'zi aniq kerakli narsani ayta olmaydi, buning uchun u talabni ko'rsatishga tayyor. Bunday holda, ishlab chiqaruvchi ushbu topishmoqni hal qilishi va bozorga o'zi kutgan mahsulotni taklif qilishi kerak. Mahsulot kerakli vaqtda kerakli joyda bo'lishi kerak.

Talabni aniqlash va boshqarish uchun sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar va sport tashkilotlari talabning psixologik asoslarini, ya'ni, ehtiyojlar va moyilliklarni o'rganmoqdalar (3-rasm).

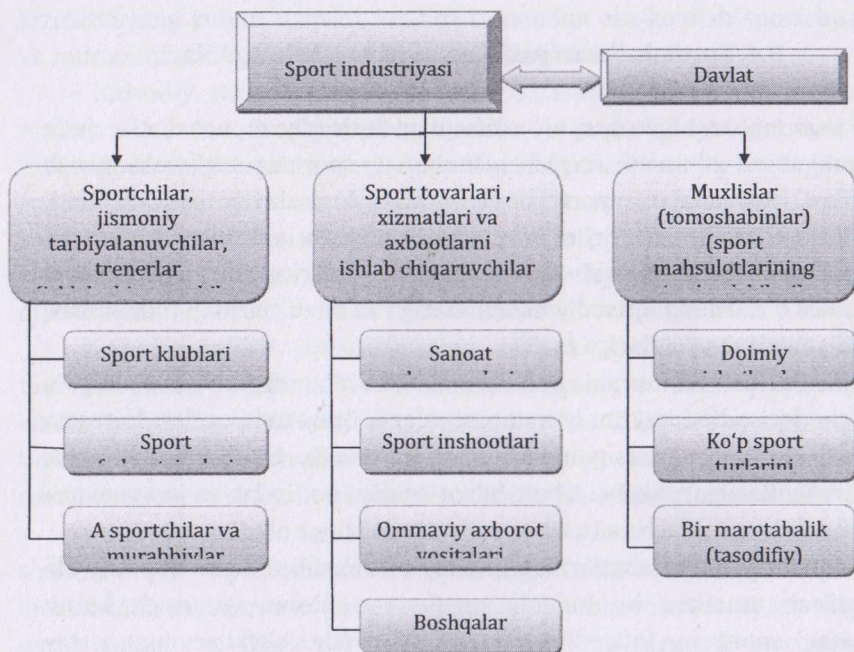


3-rasm. Odam va uning ehtiyojlari.

Ehtiyoj – bu biror-bir narsaga individning ongli ravishdagi muhtojligi. Har bir inson ma'lum bir yo'nalishda harakat qila boshlaydi, chunki u har qanday ehtiyojini qondirishni xohlaydi. Bundan tashqari, rasmdan ko'rinib turibdiki, ehtiyojlar mavjud (shaxs tomonidan amalga oshirilgan yoki bilinmagan) va kelajakda ehtiyojlarga bo'linadi, ular bozorlarni rivojlantirish yoki kimdir tomonidan talabni maqsadli shakllantirish natijasida paydo bo'ladi.

Odamning tabiati shundan iboratki, avvaliga oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy bilan bog'liq eng shoshilinch ehtiyojlar qondiriladi. Shunda so'ng inson yuqori darajadagi ehtiyojlarni qondirishga intiladi - xavfsizlik, hurmat, o'zini-o'zi anglash, ma'lum bir ijtimoiy guruhga yoki sport jamoasiga tegishliligi.

Davlat, bir tomondan, sport industriyasining manfaatdor ishtirokchisi, boshqa tomondan esa sport va iqtisodiy munosabatlarni muvofiqlashtiruvchi va tartibga soluvchi rolni bajargan holda (2-rasm) [10] sport industriyasi bilan chambarchas bog'langan.



2-rasm. Sport induatriyasi ishtirokchilarning asosiy guruhlari.

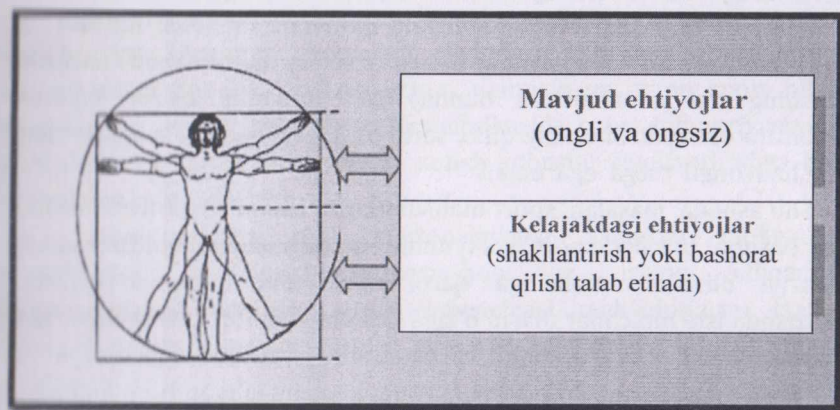
5.5. Talab, ehtiyoj va motivatsiyani o'rganish.

Sport tashkiloti muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishining muhim sharti bo'lib uning mahsulitlariga talabning mavjudligi hisoblanadi. Talab nima va u nimaga bog'liq? Talab marketingning markaziy tushunchasi bo'lib, marketing vositalarining aksariyati uni aniqlash va shakllantirishga qaratilgan.

Talab juda o'zgaruvchan va ko'lamini oldindan aytish qiyin bo'lgan "kattalik" (ko'rsatkich)diir. Ba'zan u to'satdan paydo bo'ladi va kutilmaganda to'xtaydi. Boshqa hollarda, u yillar davomida va hatto

o'nlab yillar davomida barqarordir. Ba'zan iste'molchining o'zi aniq kerakli narsani ayta olmaydi, buning uchun u talabni ko'rsatishga tayyor. Bunday holda, ishlab chiqaruvchi ushbu topishmoqni hal qilishi va bozorga o'zi kutgan mahsulotni taklif qilishi kerak. Mahsulot kerakli vaqtda kerakli joyda bo'lishi kerak.

Talabni aniqlash va boshqarish uchun sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar va sport tashkilotlari talabning psixologik asoslarini, ya'ni, ehtiyojlar va moyilliklarni o'rganmoqdalar (3-rasm).



3-rasm. Odam va uning ehtiyojlari.

Ehtiyoj – bu biror-bir narsaga individning ongli ravishdagi muhtojligi. Har bir inson ma'lum bir yo'nalishda harakat qila boshlaydi, chunki u har qanday ehtiyojini qondirishni xohlaydi. Bundan tashqari, rasmdan ko'rinib turibdiki, ehtiyojlar mavjud (shaxs tomonidan amalga oshirilgan yoki bilinmagan) va kelajakda ehtiyojlarga bo'linadi, ular bozorlarni rivojlantirish yoki kimdir tomonidan talabni maqsadli shakllantirish natijasida paydo bo'ladi.

Odamning tabiati shundan iboratki, avvaliga oziq-ovqat, kiyim-kechak, uy-joy bilan bog'liq eng shoshilinch ehtiyojlar qondiriladi. Shunda so'ng inson yuqori darajadagi ehtiyojlarni qondirishga intiladi - xavfsizlik, hurmat, o'zini-o'zi anglash, ma'lum bir ijtimoiy guruhga yoki sport jamoasiga tegishliligi.

Ammo bu "tushunarli" ehtiyojlar bilan bir qatorda, moyillik deb ataladigan murakkab sabablar ham odamning ruhiyatiga ta'sir qiladi. Aynan ular bizni nimadir qilishga, sotib olishga, biron joyga borishga undaydi. Ya'ni, bizning xulq-atvorimiz asosidagi motivatsiya ma'lum bir ongli va ongsiz, hissiy, intellektual, shuningdek madaniy va fiziologik ehtiyojlar majmuasining doimiy o'zaro ta'siri natijasidir. Shu bilan birga, motivlar o'z yo'nalishlari bo'yicha juda xilma-xildir - ularning ba'zilari odamlarni ijodiy, konstruktiv faoliyatga undaydi, boshqalari esa, aksincha, tajovuzkor va buzg'unchi harakatlarda namoyon bo'ladi.

Shunday qilib, hatti-harakatlarning motivlari ratsional fikrlash va ongsiz motivatsion sabablarning o'zaro ta'sirida murakkabdir, natijada shaxsning o'zi nima uchun bunday yo'l tutganini ba'zan oqilona tushuntira olmaydi. Shunday qilib, sotib olishning haqiqiy sabablari har doim ham ongli tusga ega emas.

Shu asnoda, masalan, sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi ushbu yoki boshqa turdagi sport kostyumini tanlashda iste'molchi nimani e'tiborga olishini aniqlashga qaror qildi. Marketing so'rovlarini o'tkazishda iste'molchilar ularni o'ziga jalb etadigan turli xil sabablarni - krossovkalarining rangini, shakli, vazni, elastikligi, chidamliligi, dizayni va qadoqlash bezaklarini ko'rsatdilar. Ammo, puxta o'rganib chiqqandan so'ng, iste'molchi sport poyafzallarini o'rganayotganda, o'zi sezmaganda holda tanlangan poyafzaldan keladigan hidga ahamiyat berayotganligi ma'lum bo'ldi. Bundan tashqari, agar hid yoqimli bo'lmasa, iste'molchi ongsiz darajada krossovkalarni past sifatli deb baholadi va natijada sotib olishdan bosh tortdi. Shunday qilib, krossovkalarni sotib olishda muhim omil ongsiz harakat bo'lib, u hatto anketalarda ham aytilmagan.

5.6. Sport biznesida tadbirkorlik uyushmalari.

Tadbirkorlik birlashmalari va uyushmalari sport iqtisodiyoti va sport biznesida muhim o'rinni egallaydi, maqsadi har qanday kasbiy yoki ijtimoiy guruhlarining yoki ushbu jamiyat a'zosi bo'lgan korxonalarining korporativ manfaatlarini himoya qilishdir.

Tadbirkorlar va ishlab chiqaruvchilarning birlashmalarini tashkil etishning asosiy sababi shundaki, birgalikdagi sa'y-harakatlar orqali turli sohalarda - biznes sohasida, davlat hokimiyati organlari bilan

muloqotda, tashqi iqtisodiy aloqalarda, ichki nizolarni hal qilishda va boshqalarda ularning manfaatlarini himoya qilish muammolarini yechish ancha osonlashadi.

Zamonaviy sport biznesida biznes uyushmalarining vazifalari va funktsiyalari juda keng va xilma-xildir. Sport biznesini rivojlantirish strategiyasi, biznes etikasi muammolari, shuningdek jamiyat va davlat manfaatlariga tadbirkorlar tomonidan katta e'tibor qaratildi. Sport industriyasi korxonalari uyushmasining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat [10]:

- millatni sog'lomlashtirish, sog'lom turmush tarzini shakllantirish, sog'lom va jismonan baquvvat avlodni barkamol tarbiyalash, mamlakatning har bir fuqarosi uchun munosib va arzon sport bilan shug'ullanish uchun O'zbekiston Respublikasida sport industriyasining mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish sohasini rivojlantirishga har tomonlama ko'maklashish;

- assotsiatsiyaga a'zo korxonalarining samarali faoliyatiga ko'maklashish, ratsional ixtisoslashuv va ishlab chiqarish kooperatsiyasiga erishish, sport industriyasi mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun zamonaviy ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmani shakllantirish;

- O'zbekiston Respublikasida sport industriyasini rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar dasturini amalga oshirishda, mamlakatning raqobatbardosh sport industriyasini shakllantirish va uni barqaror rivojlanish bosqichiga olib chiqish orqali O'zbekiston bozorini sifatli, arzon sport mahsulotlari bilan to'ldirish;

- O'zbekiston Respublikasida sport industriyasi mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish sohasining nufuzini oshirishga ko'maklashish;

- mamlakatda sport industriyasi mahsulotlarini ishlab chiqarish sohasini modernizatsiya qilish, ixtisoslashuv va texnik darajasini oshirish;

- sport tovarlari va xizmatlarini ishlab chiqarish va sotishda faoliyatni tartibga solish va tadbirkorlik etikasini shakllantirishning bozor mexanizmlarini ishlab chiqishga ko'maklashish;

- xalqaro savdo to'siqlarini uyg'unlashtirish va bartaraf etish tamoyillari asosida sport tovarlari va xizmatlarining xalqaro bozorini kengaytirishga ko'maklashish;

- professional va gumanitar xalqaro aloqalarni rivojlantirishga ko'maklashish, shuningdek, sport tovarlari industriyasining milliy va xalqaro tashkilotlari bilan hamkorlik va tajriba almashuvuni tashkil etish;

- jismoniy tarbiya va sport sohasida yangi texnologiyalar, xizmatlar, mehnatni tashkil etish va boshqarishning samarali tizimini ishlab chiqish va joriy etishga ko'maklashish;

- assotsiatsiya a'zolariga ularning axborot, huquqiy, o'quv, ilmiy, kadrlar va moddiy-texnik bazasini mustahkamlash masalalarini hal qilishda yordam berish;

- assotsiatsiyaga kiruvchi korxona va tashkilotlarning innovatsion, ilmiy-texnik, ilmiy-tadqiqot va tadbirkorlik faoliyatini muvofiqlashtirishga ko'maklashish;

- amaldagi qonun hujjatlari, shuningdek, ishlab chiqilayotgan qonun hujjatlari va O'zbekiston Respublikasi sport industriyasining mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlarning mustaqil jamoat va ilmiy ekspertizasini tashkil etish va o'tkazish.

Yuqoridagi ro'yxatdan ko'rinib turibdiki, uyushmaning asosiy vazifalari doirasi xilma-xil bo'lib, ishbilarmon doiralarning deyarli barcha sohalarini qamrab oladi. Bundan tashqari, assotsiatsiyaga a'zo korxonalar ixtiyoriy ravishda bir qator axloqiy cheklovlarini qabul qiladilar, uyushma a'zolarining jamiyat, davlat va raqobatchilarga nisbatan munosabatlarini tartibga soladilar.

Sport va sport industriyasi sohasidagi zamonaviy tadbirkorlik birlashmalari va uyushmalari turli sohalaridagi biznes vakillarini birlashtiradi - tadbirkorlik faoliyati ko'lami bo'yicha (yirik, o'rta, kichik biznes), tarmoqlanishga ko'ra (savdo, ishlab chiqarish, axborot va boshqalar), mintaqaviy belgilar bo'yicha (mahalliy, butun mamlakat, xalqaro). Sohaga yoki hududiy bog'liqlikka qarab, biznes birlashmalari o'zlarining vazifalari, maqsadlari va vazifalarini shakllantiradilar. Xalqaro va mahalliy biznes uyushmalari oldiga global vazifalar qo'yilmoqda, mintaqaviy birlashmalar esa o'zlarining vazifalarini mahalliy darajada bajarishga harakat qilmoqdalar. Albatta, biz turli darajadagi tadbirkorlik tashkilotlari va birlashmalarining xilma-xilligini ko'rib chiqa olmaymiz va bunday birlashmalar tomonidan hal qilingan

vazifalar to'plamini tahlil qila olmaymiz. Keling, faqat eng muhim maqsad va vazifalarga to'xtalib o'tamiz.

Hokimiyat bilan o'zaro aloqa. Sport biznes hamjamiyati vakillari jamiyatni barqaror va maqsadli rivojlantirish, aholining barcha qatlamlari farovonligini oshirishni o'z oldilariga maqsad qilib qo'yadilar. Biroq, markazda va joylarda mahalliy qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlari bilan doimiy muloqot qilmasdan, ushbu maqsadga erishish qiyin. Bundan tashqari, bunday dialog barcha tomonlarning manfaatlarini hisobga olgan holda, hech qanday kamsitishlarsiz, teng asosda o'tkazilishi kerak.

Jamiyat bilan hamkorlik. Biznes va jamiyat o'rtasidagi munosabatlardagi eng jiddiy muammolardan biri har doim foyda egalari va xodimlar o'rtasida taqsimot muammosi bo'lib kelgan va bo'lib qolmoqda. Ushbu sohada suiiste'molliklar ko'pincha mehnat va kapital o'rtasidagi ziddiyatlarni kuchaytiradi va kuchaytiradi, ommaviy ish tashlashlar va ijtimoiy qarama-qarshilikka olib keladi. Salbiy ko'rinishlar paydo bo'lishining oldini olish uchun sport tadbirkorlari uyushmalarining a'zolari barcha manfaatdor tomonlarni, kasaba uyushma tashkilotlarini va davlat organlarini mojaroli vaziyatlarni hal qilishning o'zaro maqbul variantlarini topish uchun uch tomonlama maslahatlashuvlar o'tkazishga taklif qiladilar.

Biznes hamjamiyatidagi ijobiy o'zgarishlar. Ishbilarmonlik muhiti va jamoatchilik fikridagi ijobiy o'zgarishlarning asosi biznes hamjamiyatida axloqiy qadriyatlar va biznes yuritish standartlarining o'zgarishi hisoblanadi. Ushbu muammoning alohida ahamiyatini inobatga olgan holda, tadbirkorlik birlashmalari o'zlariga biznes standartlarini takomillashtirish, teng raqobatni rivojlantirish, korporativ madaniyatning ijobiy tajribasini o'rganish va xodimlar, kasaba uyushmalari, ilmiy va jamoat tashkilotlari bilan o'zaro munosabatlarni muvofiqlashtirish bo'yicha turli vazifalarni qo'yadilar.

Hokimiyatga kirish va biznes manfaatlarini himoya qilish. Zamonaviy sport biznesining dolzarb vazifalaridan biri bu uning ehtiyojlari va manfaatlarini davlat idoralariga yetkazishdir. Buni eng yaxshi tarzda biznes hamjamiyati vakillarini qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi organlarga birlashtirish orqali amalga oshirish mumkin. Shahar, viloyat va federal darajadagi hokimiyatlarning birlashishi biznes

hamjamiyatiga o'z g'oyalari va loyihalarini amalga oshirishni ancha osonlashtiradi. Shuningdek, parlament a'zolari va hukumat amaldorlariga iqtisodiy va ijtimoiy siyosatning ayrim masalalari bo'yicha biznes hamjamiyatining pozitsiyasini tushuntirish, har qanday qonuniy yo'l bilan sport biznesi manfaatlarini himoya qilish muhim rol o'ynaydi.

Jamoat tashkilotlari bilan o'zaro aloqalar. Ishbilarmon doiralarda ko'plab yuksak maqsadlarga fuqarolik jamiyati institutlari ishtirokisiz erishib bo'lmaydi, degan fikr kuchaymoqda. Iqtisodiyot, jismoniy tarbiya va sport, ta'lim, sog'liqni saqlash, pensiya va boshqa sohalaridagi muhim muammolarni biznes va jamoat tashkilotlari o'rtasida yaqin hamkorlik qilmasdan hal qilib bo'lmaydi. Fuqarolarning huquqlari va erkinliklarini cheklashga qaratilgan har qanday urinishlarga qarshi yagona kuch bo'lib ishlaydigan barcha xo'jalik birlashmalari bilan o'zaro hamkorlik qilish zarur.

Xalqaro faoliyat. Zamonaviy dunyo tendentsiyalari tobora globallashuv, yagona iqtisodiy, axborot va madaniy makonni shakllantirish yo'nalishi bo'yicha rivojlanmoqda. Rossiya sport biznesining jahon mehnat taqsimoti tizimiga qo'shilishi, xalqaro bozorlarda muayyan mavqega ega bo'lish, ichki bozorga investitsiyalarni jalb qilish hukumat va biznes hamjamiyatining asosiy harakatlaridir. Ushbu vazifalarni amalga oshirish doirasida Rossiya biznes birlashmalari chet ellik ishbilarmonlar va xalqaro biznes birlashmalari, qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlari bilan faol hamkorlik qilib, xorijiy investitsiyalar va texnologiyalarning kirib kelishi, qulay soliq va raqobatbardosh rejimni shakllantirish uchun sharoit yaratmoqda.

Tadqiqot va ekspertli ishlar. Ilmiy-tadqiqot potentsiali biznes birlashmalarida to'plangan, moliyaviy manbalar bilim va amaliy tajriba bilan birlashtirilgan. Tadqiqot bo'limlari va xo'jalik birlashmalari qo'mitalari doimiy ravishda qonun loyihalarini, amaldagi qonun hujjatlariga o'zgartish va qo'shimchalarni, ishlab chiqarishni hududiy va hududiy jihatdan biznesni rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqadilar. Ekspertlar va biznes birlashmalarining rahbarlari ilmiy va ishbilarmon matbuotda, ommaviy axborot vositalarida hukumatning noto'g'ri xatti-harakatlarini konstruktiv tanqid qilish bilan chiqish qiladilar, yuzaga keladigan nizolarni hal qilish yo'llarini taklif qiladilar,

umuman mamlakatning, xususan, alohida bozorlarning iqtisodiy ahvolini bashorat qiladilar.

Bular sport tadbirkorlik birlashmalarining korporativ etika, ijtimoiy va xalqaro siyosat, biznes va davlatning o'zaro munosabatlari bo'yicha umumiy faoliyat yo'nalishlari.

5.7 Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarni davlat tomonidan muvofiqlashtirish.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi zamonaviy iqtisodiy munosabatlar juda xilma-xil va ko'p qirrali bo'lib, ular ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy tusdagi ko'plab masalalarni qamrab oladi. So'nggi o'n yilliklarda jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tadbirkorlik faoliyati mamlakatimizda va chet ellarda ayniqsa jadal rivojlanmoqda - professional sport tijoratga aylanmoqda, jismoniy tarbiya, dam olish va sport turizmi sohasida pullik xizmat ko'rsatish bozori faol rivojlanmoqda. Ushbu jarayonni soddalashtirish, uni ijobiy yo'nalishga keltirish, huquqbuzarliklarni bartaraf etish maqsadida davlat jismoniy tarbiya va sport sohasidagi iqtisodiy munosabatlar sohasiga bir qator vositalar orqali harakat qiladi.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi iqtisodiy munosabatlarni tartibga solishning asosiy vositalaridan biri tegishli sport bazasi bo'lib, u sport va jismoniy sohada iqtisodiy faoliyatga oid qonun hujjatlari va me'yoriy-huquqiy hujjatlar to'plami hisoblanadi. Yaratilgan huquqiy baza asosida sport tovarlari, xizmatlar va axborotni ishlab chiqaruvchilar o'rtasida, iqtisodiyotning boshqa subyektlari bilan, davlat va munitsipal tuzilmalar bilan barcha iqtisodiy munosabatlar o'rnatiladi. Huquqiy bazaning mavjudligi sport sohasi ishtirokchilariga o'z vakolatlari, huquqlari va majburiyatlarini aniq belgilashga imkon beradi. Iqtisodiy va sport munosabatlarining barcha sub'ektlarining vakolatlarini bunday belgilash iqtisodiy nizolar yuzaga kelgan hollarda shikoyat va arizalarni ko'rib chiqish tartibini sezilarli darajada soddalashtiradi, qonunning ayrim qoidalarini har xil talqin qilishni yo'q qiladi. Bundan tashqari, federal va mahalliy ahamiyatga ega qonun hujjatlari jismoniy tarbiya va sport tadbirlarini moliyalashtirish manbalarini belgilaydi, sport sohasini rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va ustuvorliklarini belgilaydi.

O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va sport faoliyatining umumiy maqsadlari va mazmunini belgilaydigan asosiy huquqiy hujjat "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida" gi qonundir. U jismoniy va jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarni davlat tomonidan tartibga solinadigan huquqiy va iqtisodiy rejaning barcha asosiy qoidalarini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida" gi qonun sport sohasi ishtirokchilarining faoliyatini tartibga soluvchi yagona huquqiy hujjat emas. O'zlarining kundalik faoliyatlarida iqtisodiy va sport munosabatlarining ishtirokchilari iqtisodiy faoliyatning muayyan sohasini tartibga soluvchi bir qator boshqa qonunlarga, xususan, "Reklama to'g'risida", "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida", "Sug'urta to'g'risida", "Soliq tizimining asoslari to'g'risida" gi qonunlar va boshqalarga amal qilishlari kerak.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi iqtisodiy faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning muhim vositasi mahsulot va xizmatlarni litsenziyalash va sertifikatlashdir. Litsenziya (lat. Litsentia - ruxsat) bu davlat organi tomonidan muayyan faoliyat turiga beriladigan ruxsatnoma. Litsenziyalash, ya'ni litsenziya berish tartibi, yetarli ma'lumotga ega bo'lmagan yuqori malakali shaxslarni talab qiladigan ishga qabul qilishni istisno qilish uchun zarurdir. Litsenziya olish uchun, manfaatdor shaxs, qoida tariqasida, malaka imtihonini topshirishi yoki bir qator ko'rsatkichlarning talablariga javob berishi kerak. Ham jismoniy, ham yuridik shaxslar litsenziyaga ega.

O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va sport sohasidagi tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar tomonidan sport-sog'lomlashtirish va sport xizmatlarini ko'rsatish uchun faoliyatning barcha turlarini litsenziyalash tegishli organlar tomonidan amalga oshiriladi.

Litsenziyalashga o'xshash protsedura tovarlar va xizmatlarni sertifikatlashdir. "Sertifikat" atamasi lotincha certum - true + facere - amalga oshirish so'zlaridan olingan va guvohnoma, yozma tasdiqlovchi hujjat degan ma'noni anglatadi. Litsenziyalardan farqli o'laroq, sertifikatlar biron bir faoliyat turi uchun emas, balki ma'lum bir mahsulot yoki xizmat uchun beriladi. Sertifikat ushbu mahsulot yoki xizmat kerakli darajada, zarur qoidalar va texnologiyalarga muvofiq

bajarilganligini anglatadi. Mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sport sohasidagi mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish federal ijroiya organlari tomonidan amalga oshiriladi.

Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi iqtisodiy faoliyatni davlat tomonidan tartibga solishning yana bir muhim vositasi soliqqa tortish hisoblanadi. Dunyoning aksariyat rivojlangan davlatlarida jismoniy tarbiya va sportning ijtimoiy ahamiyati katta bo'lganligi sababli sport industriyasi sohasi uchun imtiyozli soliqqa tortish nazarda tutilgan.

5.8. Sport biznesini samarali boshqarish.

Har qanday sport tashkiloti yoki sport buyumlari, xizmatlari va ma'lumotlarini ishlab chiqaruvchilar oldida turgan eng muhim vazifalardan biri bu biznesni muvaffaqiyatli olib borishdir. Raqobat va dinamik bozorda, tez o'zgarib turadigan bozor sharoitlari va sport tashkilotidagi o'zgarishlar sharoitida bunday qiyin va ko'p qirrali vazifani qanday bajarish kerak?

Ko'plab sport klublari va korxonalarining ko'p yillik tajribasi shuni ko'rsatadiki, ma'lum bir sharoitlarda muvaffaqiyatli biznesga erishish mumkin. Ulardan eng muhimi bo'lib maqsadli bozorlar va iste'molchilar to'g'risidagi ma'lumotlarni doimiy ravishda to'plash va tahlil qilish asosida sport tashkilotining malakali boshqaruvi, undan keyin sport tashkiloti faoliyatini kadrlar, marketing, reklama va boshqa siyosat nuqtai nazaridan tuzatishlar kiritish hisoblanadi. Sport tashkilotini boshqarishning shunga o'xshash usuli marketingni boshqarish deb ataladi.

Biznesni samarali boshqarish yaqin kelajakda sport tashkiloti erishishi kerak bo'lgan maqsadlarni shakllantirishdan boshlanadi. Eng keng tarqalgan maqsadlarga quyidagilar kiradi:

- ishlab chiqariladigan tovarlar va xizmatlar tannarxining minimal qiymati;
- sport klubi yoki kompaniyasining raqobat muhitida o'zini saqlab qolishi;
- sotilgan tovar va xizmatlarning maksimal sifati;
- maksimal foyda va mahsulot aylanmasi;
- sotuv hajmining o'sishi;

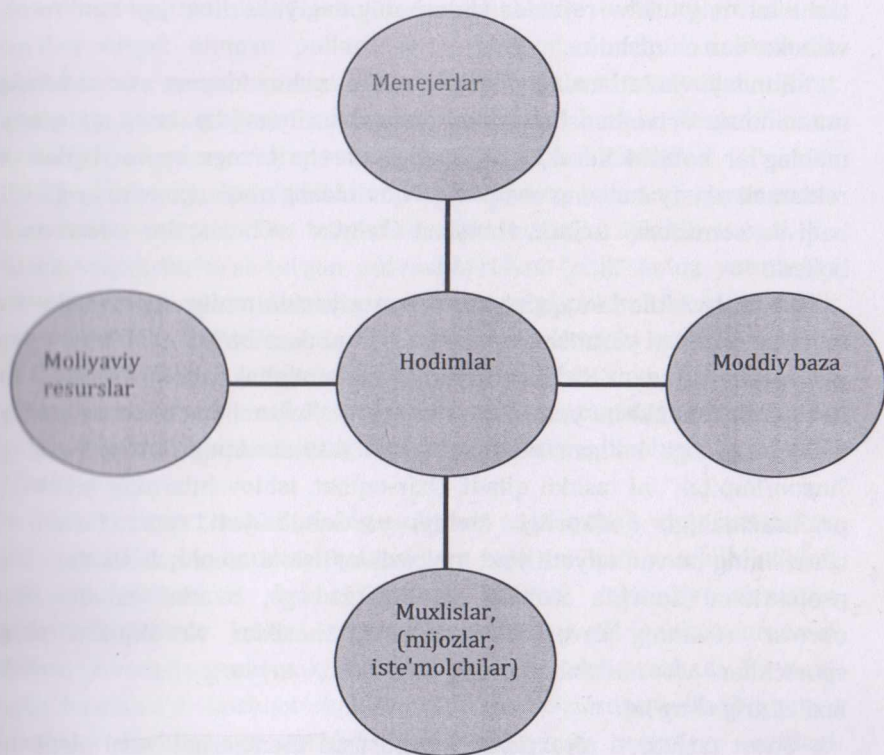
- sport tashkilotining bozor qiymatini maksimallashtirish;
- sport tashkilotining brendini maksimal darajada eslab qolish.

Ro'yxatda keltirilgan sport tashkilotining samaradorlik mezonlari iqtisodiy, psixologik va jismoniy tarbiya-sport mazmun-mohiyati jihatidan turlicha. Ba'zi mezonlar bir-birini to'ldiradi (masalan, savdo hajmining o'sishi va foydani ko'paytirish) va ba'zilari bir-biriga ziddir (masalan, ishlab chiqarilayotgan mahsulot va xizmatlar tannarxini pasaytirish va sifatni oshirish). Shu sababli, sport tashkilotining maqsadlarini shakllantirish bosqichida ular diqqat bilan tahlil qilinishi va yuzaga keladigan qarama-qarshiliklarni bartaraf etishga harakat qilishlari kerak. Agar biz ishlab chiqarilayotgan mahsulotning sifatini oshirish va xarajatlarni minimallashtirish o'rtasida kelishmovchilik yuzaga kelsa, sport tashkiloti u faoliyat ko'rsatadigan narxlarni aniqlashi kerak. Bu ziddiyatni yumshatishga va narx-navo nisbatlarini aniqroq aniqlashga yordam beradi.

Maqsadlarni shakllantirish bosqichida, shuningdek, sport biznesi tashkilotchilari uchun tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga va raqobatdoshlikni oshirishga to'sqinlik qiladigan iqtisodiy, tashkiliy va boshqa tartiblarning cheklashlarini aks ettirish foydalidir. Ushbu turdagi cheklovlar cheklangan miqdordagi moliyaviy manbalar, sport tashkilotining joylashuvini cheklangan tanlash, xonaning o'lchamini o'z ichiga oladi, bu taqdim etilayotgan xizmatlar doirasini kengaytirishni qiyinlashtiradi, malakali kadrlarning yetishmasligi va hk.

Belgilangan maqsadlarga faqat tegishli insoniy potentsial, moddiy va moliyaviy resurslar, shuningdek iste'molchilar, muxlislar va mijozlar kontingenti bo'lganda erishish mumkin. Bundan tashqari, maqsadlarga erishish uchun qo'yilgan maqsadlar va manbalar o'rtasida ma'lum bir moslik bo'lishi kerak - maqsadlar va vositalarning etishmasligi faqat tushunmovchilik va umidsizlikka olib keladi.

Samarali sport tashkilotining modelini umumiy ko'rinishda quyidagi shaklida tasvirlash mumkin (4-rasm).



4-rasm. Sport tashkilotining tuzilmasi.

Piramida poydevorida butun biznesning asosini tashkil etadigan sport tashkilotining iste'molchilari yoki muxlislari joylashgan. Butun tuzilmaning mustahkamligi va bardoshliligi, ma'lumki, poydevorning ishonchliligiga bog'liqdir. Istalgan ishonchlilik muxlislar va mijozlarning ehtiyojlari va manfaatlarini qondirish, ularning ishonchi va sport tashkilotiga do'stona munosabat bilan ta'minlanadi.

Muvaffaqiyatli biznes uchun sport tashkilotining moddiy bazasi va moliyaviy resurslari muhim rol o'ynaydi. Ushbu muhim tarkibiy qismlarsiz biznesni yuritish juda qiyin, garchi bu iqtisodiy faoliyatning ma'lum bosqichlarida mumkin bo'lsa. O'zining moddiy bazasi va yetarli mablag'i bo'lmagan holda, sport tashkiloti qarzga botib yashashga majbur bo'ladi, bu esa barcha ishlarida salbiy iz qoldiradi. Sport

tashkilotining ushbu rejimida ishlashning eng yaxshi natijasi bankrotlik va bozordan chiqishdir.

Bunday holatlarning oldini olish uchun sport tashkilotida muammosiz rivojlanish uchun yetarlicha moddiy va moliyaviy mablag'lar bo'lishi kerak, ular boshqa barcha biznes operatsiyalari – reklamali aktsiyalar, musobaqa va o'quv mashg'ulotlari, xodimlarga ish haqi va bonuslarni to'lash, transfert faoliyati va boshqalar uchun asos bo'ladi.

Sport tashkilotlari qadriyatlari ierarxiyasida moliyaviy, moddiy va mijozlar bazasini yaratish va oshirish uchun asos bo'lgan xodimlar ham yuqoriroq turadi. "Kadrlar hamma narsani hal qiladi" tezi asl haqiqatdir, chunki bu yuqori darajadagi intellektual salohiyat va kasbiy fazilatlarga ega bo'lgan odamlar sport tashkilotining "o'zagi", uning "inson kapitali" ni tashkil qiladi. Oxir-oqibat, ishlovchilarning intizomi, professionalligi, ijodkorligi, faolligi va madaniyati sport tashkiloti biznesining muvaffaqiyatli yoki inqirozli bo'lishini aniqlaydi. Ushbu omil professional sportda alohida ahamiyatga ega, bunda tashkilotning obro'si va uning daromadi, muxlislar, sheriklar va mijozlar soni sportchilar va murabbiylarning iste'dodi, tayyorgarligi va irodali fazilatlariga bog'liq.

Sport tashkiloti piramidasining boshida menejerlar, ya'ni biznesni boshqaradigan odamlar joylashgan. Boshqaruv - bu sport tashkilotining maqsadlariga erishish uchun zarur bo'lgan rejalashtirish, prognozlash, tashkil etish va nazorat qilish jarayonidir. Aytishga hojat yo'qki, menejerlarning ishi bu aqliy mehnat, bilim va ko'nikmalarning jamlangan ifodasidir. Sport tashkilotining farovonligi ko'p jihatdan menejerlarning kasbiy fazilatlarga bog'liq.

5.9 Sport tashkilotlarida moliyaviy menejerning vazifalari va funktsiyalari.

O'zbekistondagi va undan tashqaridagi zamonaviy sport tashkilotlarining aksariyati turli manbalardan - barcha darajadagi byudjetlardan, sport lotereyalarini sotishdan, chiptalarni sotishdan, reklama, homiylik, tadbirkorlik faoliyati, deposit operatsiyalari. mulkni ijaraga berish va boshqa ko'plab faoliyat turlaridan moliyaviy

resusrlarga ega bo'lisadi. Boshqa tomondan, sport tashkilotlari turli xil kanallar orqali olingan pullarni o'z ehtiyojlari uchun sarflashadi, sportchilar va murabbiylarga ish haqi va bonuslarni to'laydilar, tijorat banklariga qarzlarni (kredit to'lovlari) to'laydilar hamda Respublika va mahalliy byudjetlarga soliq to'lovlarini amalga oshiradilar.

Shunday qilib, sport tashkilotining moliyaviy holati barqaror emas, ular doimiy ravishda bir to'lovchidan ikkinchisiga aylanib turadi. Va hattoki vaqtincha bo'sh turgan pul mabla'ri ham "o'lik" holda yotmasligi kerak (masalan, sport klubining kassasida naqd pul ko'rinishida), balik sport tashkilotiga maksimal darajada daromad keltirishi kerak.

Shu bilan birga, soliqlarni sport tashkiloti o'zboshimchalik bilan va tasodifiy emas, balki ma'lum bir davlat yoki mintaqadagi barcha soliq imtiyozlari va soliq qonunchiligining xususiyatlarini hisobga olgan holda to'lashi kerak.

Tabiiyki, sport tashkilotining moliyaviy oqimlarini boshqarish uchun ushbu vazifalarning barchasi sportni ham, moliyani ham yaxshi biladigan malakali mutaxassis boshchiligidagi maxsus iqtisodiy xizmatga yuklatilishi kerak. Jahon tajribasida ushbu profil mutaxassislarini moliyaviy boshqaruvchi yoki moliyaviy menejer deb atashadi. Bu nom inglizcha manage - boshqarish, ishlay oladigan so'zlardan kelib chiqqan.

Sport klublari va tashkilotlarida moliyaviy menejer quyidagi funktsiyalarni bajaradi:

- moliyaviy tahlil va rejalashtirishni (shu jumladan biznesni rejalashtirishni) amalga oshiradi;

- tijorat banklari bilan hamkorlik qiladi va kredit siyosatini ishlab chiqadi;

- sport tashkiloti rahbariyati bilan birgalikda to'lov (transfert)larning umumiy summasi va moliyaviy investitsiyalar hajmini rejalashtiradi;

- naqd pul oqimlarini boshqaradi (ish haqi, mukofotlar, sport tashkiloti sportchilari, murabbiylari va xodimlarining xizmat safarlari uchun xarajatlar);

- soliqlarni boshqaradi;

- homiylarni izlash va jalb qilishni amalga oshiradi;

- sport tashkiloti uchun reklama va marketing strategiyasini ishlab chiqadi.

tashkilotining ushbu rejimida ishlashning eng yaxshi natijasi bankrotlik va bozordan chiqishdir.

Bunday holatlarning oldini olish uchun sport tashkilotida muammosiz rivojlanish uchun yetarlicha moddiy va moliyaviy mablag'lar bo'lishi kerak, ular boshqa barcha biznes operatsiyalari – reklamali aktsiyalar, musobaqa va o'quv mashg'ulotlari, xodimlarga ish haqi va bonuslarni to'lash, transfert faoliyati va boshqalar uchun asos bo'ladi.

Sport tashkilotlari qadriyatlarini ierarxiyasida moliyaviy, moddiy va mijozlar bazasini yaratish va oshirish uchun asos bo'lgan xodimlar ham yuqoriroq turadi. "Kadrlar hamma narsani hal qiladi" tezisi asli haqiqatdir, chunki bu yuqori darajadagi intellektual salohiyat va kasbiy fazilatlariga ega bo'lgan odamlar sport tashkilotining "o'zagi", uning "inson kapitali" ni tashkil qiladi. Oxir-oqibat, ishlovchilarning intizomi, professionalligi, ijodkorligi, faolligi va madaniyati sport tashkiloti biznesining muvaffaqiyatli yoki inqirozli bo'lishini aniqlaydi. Ushbu omil professional sportda alohida ahamiyatga ega, bunda tashkilotning obro'si va uning daromadi, muxlislar, sheriklar va mijozlar soni sportchilar va murabbiylarning iste'dodi, tayyorgarligi va irodali fazilatlariga bog'liq.

Sport tashkiloti piramidasining boshida menejerlar, ya'ni biznesni boshqaradigan odamlar joylashgan. Boshqaruv - bu sport tashkilotining maqsadlariga erishish uchun zarur bo'lgan rejalashtirish, prognozlash, tashkil etish va nazorat qilish jarayonidir. Aytishga hojat yo'qki, menejerlarning ishi bu aqliy mehnat, bilim va ko'nikmalarning jamlangan ifodasidir. Sport tashkilotining farovonligi ko'p jihatdan menejerlarning kasbiy fazilatlariga bog'liq.

5.9 Sport tashkilotlarida moliyaviy menejerning vazifalari va funktsiyalari.

O'zbekistondagi va undan tashqaridagi zamonaviy sport tashkilotlarining aksariyati turli manbalardan - barcha darajadagi byudjetlardan, sport lotereyalarini sotishdan, chiptalarni sotishdan, reklama, homiylik, tadbirkorlik faoliyati, deposit operatsiyalari. mulkni ijaraga berish va boshqa ko'plab faoliyat turlaridan moliyaviy

resurslarga ega bo'lisadi. Boshqa tomondan, sport tashkilotlari turli xil kanallar orqali olingan pullarni o'z ehtiyojlari uchun sarflashadi, sportchilar va murabbiylarga ish haqi va bonuslarni to'laydilar, tijorat banklariga qarzlarni (kredit to'lovlari) to'laydilar hamda Respublika va mahalliy byudjetlarga soliq to'lovlarini amalga oshiradilar.

Shunday qilib, sport tashkilotining moliyaviy holati barqaror emas, ular doimiy ravishda bir to'lovchidan ikkinchisiga aylanib turadi. Va hattoki vaqtincha bo'sh turgan pul mabla'ri ham "o'lik" holda yotmasligi kerak (masalan, sport klubining kassasida naqd pul ko'rinishida), balik sport tashkilotiga maksimal darajada daromad keltirishi kerak.

Shu bilan birga, soliqlarni sport tashkiloti o'zboshimchalik bilan va tasodifiy emas, balki ma'lum bir davlat yoki mintaqadagi barcha soliq imtiyozlari va soliq qonunchiligining xususiyatlarini hisobga olgan holda to'lashi kerak.

Tabiiyki, sport tashkilotining moliyaviy oqimlarini boshqarish uchun ushbu vazifalarning barchasi sportni ham, moliyani ham yaxshi biladigan malakali mutaxassis boshchiligidagi maxsus iqtisodiy xizmatga yuklatilishi kerak. Jahon tajribasida ushbu profil mutaxassislarini moliyaviy boshqaruvchi yoki moliyaviy menejer deb atashadi. Bu nom inglizcha manage - boshqarish, ishlay oladigan so'zlardan kelib chiqqan.

Sport klublari va tashkilotlarida moliyaviy menejer quyidagi funktsiyalarni bajaradi:

- moliyaviy tahlil va rejalashtirishni (shu jumladan biznesni rejalashtirishni) amalga oshiradi;

- tijorat banklari bilan hamkorlik qiladi va kredit siyosatini ishlab chiqadi;

- sport tashkiloti rahbariyati bilan birgalikda to'lov (transfert)larning umumiy summasi va moliyaviy investitsiyalar hajmini rejalashtiradi;

- naqd pul oqimlarini boshqaradi (ish haqi, mukofotlar, sport tashkiloti sportchilari, murabbiylari va xodimlarining xizmat safarlari uchun xarajatlar);

- soliqlarni boshqaradi;

- homiylarni izlash va jalb qilishni amalga oshiradi;

- sport tashkiloti uchun reklama va marketing strategiyasini ishlab chiqadi.

Kalit soʻzlar va tushunchalar. Sport tovarlari, sport xizmatlari, sportli axborotlar, korxonalar tasnifi, sport xizmatlari bozori, tadbirkorlik faoliyati, dam olish bozori, sogʻliq va goʻzallik bozori, jozibador ommaviy xizmatlar, biznesni samarali boshqarish, maqsadlarni ifodalash, mezonlar, tuzilma, moliyaviy menejer, moddiy resurslar, moliyaviy resurslar, kadrlar salohiyati, raqobat, iqtisodiy muhit, siyosiy vaziyat, huquqiy muhit, ijtimoiy muhit, institutsional tuzilma, sport industriyasi, iqtisodiy munosabatlar, talab, ehtiyoj, taklif, motivatsiya, sport biznesi, tadbirkorlar uyushmasi, davlat tomonidan tartibga solish, iqtisodiy faoliyatni muvofirlashtirish vositalari. litsenziyalash, soliqqa tortish.

Nazorat savollari

1. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar qanday tasniflanadi?
2. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlar bozorida raqobatning mohiyati.
3. Dam olish bozorining mohiyati nimada?
4. Sogʻliqni saqlash va goʻzallik bozorining mohiyati nimada?
5. Jozibador koʻngilochar ommaviy xizmatlar bozorning mohiyati nimada?
6. Bozor sharoitida raqobatning ahamiyati nimada?
7. Ishlab chiqarish sektorining tadbirkorlik faoliyatiga taʼsir etuvchi asosiy omillari.
8. Iqtisodiy vaziyat deganda nima tushuniladi?
9. Siyosiy vaziyatning mohiyati nimada?
10. Huquqiy muhitning mohiyati.
11. Ijtimoiy muhit nimani anglatadi?
12. Institutsional tuzilma deganda nima tushuniladi?
13. Sport industriyasi nimalarni qamrab oladi?
14. Sport industriyasi ishtirokchilari asosiy guruhlarining tasnifi.
15. Talab nima va u nimalarga bogʻliq?
16. Taklif nima va u nimalarga bogʻliq?
17. Ehtiyoj deganda nima tushuniladi?
18. Sport iqtisodiyoti va sport biznesida birlashmalar va uyushmalar qanday oʻringa ega ?

19. Sport industriyasi korxona va tashkilotlari uyushmalarining asosiy vazifalari.

20. Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarning mohiyati.

21. Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarni tartibga solishning asosiy vositalari.

22. Jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyatni litsenziyalashning mohiyati.

23. Biznesni samarali boshqarishning mohiyati nimada?

24. Sport tashkiloti faoliyatining samaradorlik mezonlari.

25. Samarali sport tashkilotining modelini piramida shaklida qanday tasvirlash mumkin?

26. Sport klublarida moliyaviy menejer qanday funktsiyalarni bajaradi?

Kalit soʻzlar va tushunchalar. Sport tovarlari, sport xizmatlari, sportli axborotlar, korxonalar tasnifi, sport xizmatlari bozori, tadbirkorlik faoliyati, dam olish bozori, sogʻliq va goʻzallik bozori, jozibador ommaviy xizmatlar, biznesni samarali boshqarish, maqsadlarni ifodalash, mezonlar, tuzilma, moliyaviy menejer, moddiy resurslar, moliyaviy resurslar, kadrlar salohiyati, raqobat, iqtisodiy muhit, siyosiy vaziyat, huquqiy muhit, ijtimoiy muhit, institutsional tuzilma, sport industriyasi, iqtisodiy munosabatlar, talab, ehtiyoj, taklif, motivatsiya, sport biznesi, tadbirkorlar uyushmasi, davlat tomonidan tartibga solish, iqtisodiy faoliyatni muvofirlashtirish vositalari. litsenziyalash, soliqqa tortish.

Nazorat savollari

1. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar qanday tasniflanadi?
2. Sport tovarlari, xizmatlari va axborotlar bozorida raqobatning mohiyati.
3. Dam olish bozorining mohiyati nimada?
4. Sogʻliqni saqlash va goʻzallik bozorining mohiyati nimada?
5. Jozibador koʻngilochar ommaviy xizmatlar bozorning mohiyati nimada?
6. Bozor sharoitida raqobatning ahamiyati nimada?
7. Ishlab chiqarish sektorining tadbirkorlik faoliyatiga taʼsir etuvchi asosiy omillari.
8. Iqtisodiy vaziyat deganda nima tushuniladi?
9. Siyosiy vaziyatning mohiyati nimada?
10. Huquqiy muhitning mohiyati.
11. Ijtimoiy muhit nimani anglatadi?
12. Institutsional tuzilma deganda nima tushuniladi?
13. Sport industriyasi nimalarni qamrab oladi?
14. Sport industriyasi ishtirokchilari asosiy guruhlarining tasnifi.
15. Talab nima va u nimalarga bogʻliq?
16. Taklif nima va u nimalarga bogʻliq?
17. Ehtiyoj deganda nima tushuniladi?
18. Sport iqtisodiyoti va sport biznesida birlashmalar va uyushmalar qanday oʻringa ega ?

19. Sport industriyasi korxona va tashkilotlari uyushmalarining asosiy vazifalari.

20. Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarning mohiyati.

21. Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarni tartibga solishning asosiy vositalari.

22. Jismoniy tarbiya va sport sohasida faoliyatni litsenziyalashning mohiyati.

23. Biznesni samarali boshqarishning mohiyati nimada?

24. Sport tashkiloti faoliyatining samaradorlik mezonlari.

25. Samarali sport tashkilotining modelini piramida shaklida qanday tasvirlash mumkin?

26. Sport klublarida moliyaviy menejer qanday funktsiyalarni bajaradi?

VI BOB. SPORT MENEJMENTIDA SPORT MARKETINGI TAMOYILLARINING QO'LLANILISH.

6.1. "Marketing" tushunchasi va uning mohiyati

Marketing, mohiyatiga ko'ra, eng katta samaraga erishadigan tarzda korxonani, har qanday iqtisodiy faoliyatni va hatto butun iqtisodiyotni boshqarish haqidagi fandir. Marketing inson ehtiyojlarini qondirishda minimal moddiy va mehnat xarajatlari bilan yuqori natijalarga erishishni ta'minlaydi. So'nggi 50 yil ichida rivojlangan kapitalistik mamlakatlarda marketing bozor iqtisodiyotidagi muvaffaqiyatli biznesning eng keng tarqalgan usuliga aylandi.

Marketing faoliyatining global tajribasini nazariy va amaliy tahlil qilish natijasida biz marketing faoliyatimizga marketingni joriy etish orqali olinishi mumkin bo'lgan va katta foyda keltiradigan narsalarga juda kech tushunib yetdik.

Marketing nima? Buni bizning sharoitimizda qanday qo'llash kerak? "Marketing" atamasi inglizcha "market", ya'ni bozor degan so'zdan kelib chiqqan. Marketing biznes faoliyatini takomillashtirishning uzoq davom etgan jarayonining natijasidir. Amerika Qo'shma Shtatlarida marketing tamoyillarining kelib chiqishi bu asrning boshlariga to'g'ri keladi. Urushdan oldingi davrda firmalar faoliyatini boshqarishning yangi nazariyasi va amaliyotining asoslari yaratildi. 50-yillarda bunday faoliyatning amaliy natijalari olindi, marketingning yangi usullari va yo'nalishlari ishlab chiqildi.

Zamonaviy kapitalistik mamlakatlar sharoitida marketingni amalga oshirishning eng oddiy va eng elementaridan tortib rivojlangangacha bo'lgan bosqichlari va shakllarini farqlash kerak. Bu, ayniqsa, bozor munosabatlari sohasida birinchi qadamlarni qo'yayotgan rivojlangan kapitalistik mamlakatlarning marketingini iqtisodiyotimiz sharoitida qo'llashga intilayotganlar uchun juda muhimdir.

An'anaviy tijorat tushunchasi sotuvning usuli sifatida marketing bo'lib, uning ma'nosi shundaki, firma ishlab chiqarishga qodir bo'lgan mahsulotlar uchun xaridor topish orqaga suriladi. "U kunlar o'tib ketdi, deb yozadi ingliz iqtisodchisi Uolker" Marketing of Economics "nashrida", qachonki tovar ishlab chiqaruvchilar asosan tovar ishlab

chiqarish to'g'risida qayg'urib, iste'molchiga hech qanday tarzda kerak bo'lmagan tovarlarni sotishga harakat qilishgan." Korporatsiya quyidagi tamoyiga amal qilgan: imkon qadar ko'proq tovar ishlab chiqarish va keyin ularni bozorga "ilgaritlash" ga harakat qilish.

Zamonaviy marketing kontsepsiyasi bunday yondashuvni eskirgan deb rad etadi, chunki uni talab va taklif o'rtasidagi doimiy tafovutning sabablaridan biri, ortiqcha ishlab chiqarish inqirozining sabablaridan biri sifatida ko'radi.

Marketing tushunchasi shundan iboratki, kompaniyalarning barcha faoliyati, shu jumladan uning ishlab chiqarish dasturi, ilmiy-texnik tadqiqotlar, moliyaviy resurslar va ishchi kuchi, shuningdek sotish, texnik xizmat ko'rsatish dasturlari iste'molchilarning talablari va uning o'zgarishlari to'g'risida chuqur va ishonchli bilimlarga asoslanishi kerak. Bundan tashqari, yangi marketing tizimining maqsadlaridan biri ishlab chiqarishni ularning ehtiyojlariga yo'naltirish uchun mijozlarning qoniqtirilmagan talablarini aniqlashdir. Marketing - bu mijoz talab qiladigan narsani yaratish, ishlab chiqarish va marketingni anglatadi. Kompaniya o'zining barcha faoliyatini ishlab chiqarish imkoniyatlari asosida emas, balki iste'molchilarning talablari va ehtiyojlarni prognozlash asosida qurishga intilishi kerak. Bu marketingning muhim funksiyalaridan biridir.

Agar biz marketingning eng muhim g'oyasi haqida qisqacha aytadigan bo'lsak, uni quyidagicha ifodalish mumkin: ishlab chiqarilgan narsani emas, balki iste'molchiga kerak bo'lgan narsani ishlab chiqarish. Shunday qilib, iste'molning ustuvorligi ishlab chiqarishning ustuvorligidan ustundir.

Marketingni iqtisodiyotda va tashqi iqtisodiy faoliyatda qo'llash muvaffaqiyatlari nafaqat uning ijtimoiy ahamiyati bilan izohlanadi. Uni qo'llash sohasi ancha kengroq. Kapitalistik mamlakatlarning iqtisodiy adabiyotida va ishbilarmon doiralar orasida "marketing" tushunchasi bir xil emas va ko'pincha uni to'liq va aniq ta'rifdan uzoq topish mumkin. Marketing, kompaniya ishlarini boshqarish funktsiyasi sifatida, yangi va juda ko'p sirli funksiyalardir. Xususan, mahsulotlarni sotishda ishtirok etadigan bir qator kompaniyalar va mutaxassislar hali ham "marketing" so'zi marketing faoliyatining yangi atamasi ekanligiga ishonishadi.

VI BOB. SPORT MENEJMENTIDA SPORT MARKETINGI TAMOYILLARINING QO'LLANILISH.

6.1. "Marketing" tushunchasi va uning mohiyati

Marketing, mohiyatiga ko'ra, eng katta samaraga erishadigan tarzda korxonani, har qanday iqtisodiy faoliyatni va hatto butun iqtisodiyotni boshqarish haqidagi fandir. Marketing inson ehtiyojlarini qondirishda minimal moddiy va mehnat xarajatlari bilan yuqori natijalarga erishishni ta'minlaydi. So'nggi 50 yil ichida rivojlangan kapitalistik mamlakatlarda marketing bozor iqtisodiyotidagi muvaffaqiyatli biznesning eng keng tarqalgan usuliga aylandi.

Marketing faoliyatining global tajribasini nazariy va amaliy tahlil qilish natijasida biz marketing faoliyatimizga marketingni joriy etish orqali olinishi mumkin bo'lgan va katta foyda keltiradigan narsalarga juda kech tushunib yetdik.

Marketing nima? Buni bizning sharoitimizda qanday qo'llash kerak? "Marketing" atamasi inglizcha "market", ya'ni bozor degan so'zdan kelib chiqqan. Marketing biznes faoliyatini takomillashtirishning uzoq davom etgan jarayonining natijasidir. Amerika Qo'shma Shtatlarida marketing tamoyillarining kelib chiqishi bu asrning boshlariga to'g'ri keladi. Urushdan oldingi davrda firmalar faoliyatini boshqarishning yangi nazariyasi va amaliyotining asoslari yaratildi. 50-yillarda bunday faoliyatning amaliy natijalari olindi, marketingning yangi usullari va yo'nalishlari ishlab chiqildi.

Zamonaviy kapitalistik mamlakatlar sharoitida marketingni amalga oshirishning eng oddiy va eng elementaridan tortib rivojlangangacha bo'lgan bosqichlari va shakllarini farqlash kerak. Bu, ayniqsa, bozor munosabatlari sohasida birinchi qadamlarni qo'yayotgan rivojlangan kapitalistik mamlakatlarning marketingini iqtisodiyotimiz sharoitida qo'llashga intilayotganlar uchun juda muhimdir.

An'anaviy tijorat tushunchasi sotuvning usuli sifatida marketing bo'lib, uning ma'nosi shundaki, firma ishlab chiqarishga qodir bo'lgan mahsulotlar uchun xaridor topish orqaga suriladi. "U kunlar o'tib ketdi, deb yozadi ingliz iqtisodchisi Uolker" Marketing of Economics "nashrida", qachonki tovar ishlab chiqaruvchilar asosan tovar ishlab

chiqarish to'g'risida qayg'urib, iste'molchiga hech qanday tarzda kerak bo'lmagan tovarlarni sotishga harakat qilishgan." Korporatsiya quyidagi tamoyilga amal qilgan: imkon qadar ko'proq tovar ishlab chiqarish va keyin ularni bozorga "ilgaritlash" ga harakat qilish.

Zamonaviy marketing kontseptsiyasi bunday yondashuvni eskirgan deb rad etadi, chunki uni talab va taklif o'rtasidagi doimiy tafovutning sabablaridan biri, ortiqcha ishlab chiqarish inqirozining sabablaridan biri sifatida ko'radi.

Marketing tushunchasi shundan iboratki, kompaniyalarning barcha faoliyati, shu jumladan uning ishlab chiqarish dasturi, ilmiy-texnik tadqiqotlar, moliyaviy resurslar va ishchi kuchi, shuningdek sotish, texnik xizmat ko'rsatish dasturlari iste'molchilarning talablari va uning o'zgarishlari to'g'risida chuqur va ishonchli bilimlarga asoslanishi kerak. Bundan tashqari, yangi marketing tizimining maqsadlaridan biri ishlab chiqarishni ularning ehtiyojlariga yo'naltirish uchun mijozlarning qoniqtirilmagan talablarini aniqlashdir. Marketing - bu mijoz talab qiladigan narsani yaratish, ishlab chiqarish va marketingni anglatadi. Kompaniya o'zining barcha faoliyatini ishlab chiqarish imkoniyatlari asosida emas, balki iste'molchilarning talablari va ehtiyojlarni prognozlash asosida qurishga intilishi kerak. Bu marketingning muhim funksiyalaridan biridir.

Agar biz marketingning eng muhim g'oyasi haqida qisqacha aytadigan bo'lsak, uni quyidagicha ifodalish mumkin: ishlab chiqarilgan narsani emas, balki iste'molchiga kerak bo'lgan narsani ishlab chiqarish. Shunday qilib, iste'molning ustuvorligi ishlab chiqarishning ustuvorligidan ustundir.

Marketingni iqtisodiyotda va tashqi iqtisodiy faoliyatda qo'llash muvaffaqiyatlari nafaqat uning ijtimoiy ahamiyati bilan izohlanadi. Uni qo'llash sohasi ancha kengroq. Kapitalistik mamlakatlarning iqtisodiy adabiyotida va ishbilarmon doiralar orasida "marketing" tushunchasi bir xil emas va ko'pincha uni to'liq va aniq ta'rifdan uzoq topish mumkin. Marketing, kompaniya ishlarini boshqarish funktsiyasi sifatida, yangi va juda ko'p sirli funksiyalardir. Xususan, mahsulotlarni sotishda ishtirok etadigan bir qator kompaniyalar va mutaxassislar hali ham "marketing" so'zi marketing faoliyatining yangi atamasi ekanligiga ishonishadi.

"Marketing - bu kerakli auditoriya uchun kerakli tovar va xizmatlarning kerakli joyda, kerakli vaqtda, kerakli narxda, zarur aloqa va sotishni rag'batlantirish choralari bilan ta'minlash uchun almashish orqali muhtojlik va ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan insoniy faoliyat turi."

Taniqli kvalimetrológ F.Kotler (1990 y.) ta'kidlaganidek, "Marketinni boshqarish - bu foyda olish kabi tashkilotning ma'lum maqsadlariga erishish uchun maqsadli mijozlar bilan foydali almashinuvlarni o'rnatish, mustahkamlash va qo'llab-quvvatlashga qaratilgan faoliyatni tahlil qilish, rejalashtirish, amalga oshirish va monitoring qilish. sotishning o'sishi, bozor ulushining oshishi va boshqalar. Oddiy qilib aytganda: marketingni boshqarish bu talabni boshqarishdir".

Bizning fikrimizcha, marketingning bunday talqini bilan chegaralanib bo'lmaydi, chunki unda alohida yondashuv va fundamental inson faoliyati ko'rsatilmagan. Zamonaviy adabiyotlar tahlili asosida marketingning ijtimoiy mohiyati, funktsiyalari, maqsadlari va vositalarini qamrab oluvchi quyidagi batafsil ta'rif taklif etiladi.

Marketing - bu o'z faoliyati va natijalarining yuqori samaradorligi va raqobatdoshligiga erishish uchun quyidagi vositalardan foydalangan holda zamonaviy korporatsiyaning barcha tadbirlarini oqilona tashkil etish va boshqarish usullaridan foydalangan holda tashkil etish tizimidir:

1. Yuqori samarali ilmg'a asoslangan mahsulotlar, texnologiyalar va xizmatlarni ishlab chiqarish va eksport qilish uchun fundamental ilmiy tadqiqotlar, kashfiyotlar va ixtirolarning so'nggi natijalaridan foydalanish;

2. Umumxo'jalik va bozorining tovar kon'yunkturasining holati va rivojlantirish istiqbollarini har tomonlama o'rganish, iste'molchilarning real ehtiyojlari va talablari to'g'risida ma'lumot olish;

3. Ishlab chiqarish va eksportni eng yangi va istiqbolli bozor talablariga, maqsadli mahsulotlar va ilmiy natijalarga yo'naltirish.

4. Bozorga, uning eng yangi ehtiyojlarini shakllantirishga va sotishni ilgari surishga faol ta'sir ko'rsatish.

5. Jamiyatning hayot sifatini yaxshilash (xalq farovonligi)ga bo'lgan ehtiyojlarini to'liq va har tomonlama qondirilishini ta'minlash.

Agar biz monopolistik yuqori ommaviy daromad olishga intilish asosiy maqsad bo'lgan ba'zi tushunchalarni inkor qilsak, demak, marketing - bu ilmiy-texnik tadqiqotlar va bozor sharoitlarini har tomonlama o'rganish, yangi g'oyalar va ehtiyojlarni aniqlash uchun jahon amaliyotida ishlab chiqilgan uslublar to'plami. ularni yangi tovarlar va xizmatlar ko'rinishida amalga oshirishdir. Bu butun takror ishlab chiqarish jarayonini mohirona ilmiy tashkil etish, ishlab chiqarish va iste'molning yaqinlashishiga yordam beradigan qator tadbirlarni o'tkazish vositasi bo'lib xizmat qiigan holda xo'jalik tashkilotlarning faoliyatini bozor iqtisodiyoti sharoitida ilmiy asosda qayta qurish yo'lidagi takomillashtirishning asosiy yo'li bo'lib hisoblanadi.

6.2. Sport marketingining mohiyati

Sport marketingi umumiy marketingning ajralmas qismi bo'lib, u o'ziga xos- xususiyat va qirralarga ega. Xususan, muxlislar, homiylar, sportchilarni sotish va sotib olish, ommaviy sport, sport biznesi, sog'lom turmush tarzi kabi ko'plab maxsus ob'ektlar va munosabatlar sport marketingi sohasiga kiradi.

Sport marketingi fan va amaliy vosita sifatida XX asrning o'rtalarida, sport mollari va xizmatlarini ishlab chiqarish va iste'mol qilish sezilarli darajada kengayib, mijozlar va sotuvlar uchun raqobat kuchaygan paytdan boshlab shakllana boshladi. Ushbu davrda iste'molchi uchun kurash shunday bosqichga yetadiki, ishlab chiqaruvchi faqat marketing choralari tufayli o'z mahsulotini sotishni ta'minlay oladi. Xaridorlar o'zlariga taqdim etilayotgan tovar va xizmatlarning tanlovini kengaytirib, aniqroq va talabchan bo'ldilar, ishlab chiqaruvchilar emas, balki ular aynan o'z shartlarini ishlab chiqaruvchilarga yetkazan boshladilar. Shunday qilib, XX asrning ikkinchi yarmida ko'plab ishlab chiqarish firmalari, kompaniyalari va professional sport tashkilotlari iste'molchi korxonalar, sport klublarining ishqibozlari muvaffaqiyatli biznesning asosiy tarkibiy qismlaridan biri ekanligiga hamda marketing ularni jalb qilish va saqlab qolish uchun shunchaki zarur ekanligiga ishonch hosil qilishdi.

Bozor sharoitida faoliyat yuritadigan har qanday tijorat korxonasi yoki professional sport tashkilotining asosiy maqsadi foyda olishdir.

Qanday qilib daromadni maksimal darajada oshirish va buning uchun nima qilish kerak degan savollar har qanday biznes uchun dolzarb hisoblanadi.

Yuqoridagi iboradan ko'rinib turibdiki, foydani maksimallashtirish uchun mahsulot narxini oshirishingiz yoki uning ishlab chiqarish tannarxini pasaytirishingiz kerak. Ammo bunda, fikrimizcha, ikkita muhim holatni ta'kidlash muhimdir:

- birinchidan, raqobat narxlarining sezilarli darajada o'sishiga yo'l qo'ymaydi (agar u mutlaqo o'xshash analogga ega bo'lmagan yangi mahsulot bo'lmasa);

- ikkinchidan, ishlab chiqaruvchi (yoki sotuvchi) xarajatlarni faqat ma'lum bir chegaragacha kamaytirishi mumkin, bundan pastda kompaniya foyda bilan ishlay olmaydi.

Yuqorida aytib o'tilganlar, albatta, ishlab chiqarish korxonasi yoki sport tashkiloti tegishli narxlar tizimi yoki xarajatlarni kamaytirish to'g'risida qayg'urmasligi kerak degani emas. Biroq, zamonaviy iqtisodiyotda, uning ulkan bozori va har xil ehtiyojlari bilan, daromadni ko'paytirishning boshqa usullari ham mavjud. Masalan, stadion o'zining umumiy daromadini kirish chiptalari uchun yuqori narx tufayli emas, balki sotuvlar sonining ko'payishi hisobiga (ya'ni aylanma tufayli) oshirishi mumkin. Bundan tashqari, sport mahsulotlarini sotish jadal reklama, tovarlar va xizmatlar sifatini yaxshilash, shuningdek, iste'molchiga takomillashgan mahsulotni yangi xususiyatlari va yanada yaxshi dizayni bilan, uzoq muddatli kafolati, yanada ommalasgan yoki jozibador bo'lgan mahsulot bilan ta'minlash orqali ko'paytirilishi mumkin.

Biroq, reklama intensivligini oshirish yoki mahsulot sifatini oshirish bo'yicha choralarni mexanik ravishda amalga oshirish foyda olishni ko'paytirish muammosini hal qilmaydi. Qo'shimcha reklama va mahsulot yoki xizmat sifatini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlar foyda bilan taqqoslaganda yetarli darajada katta bo'lmagan investitsiyalarni talab qilishi aniq. Boshqacha qilib aytganda to'g'ri ko'rinadigan tamoyillarga amal qilish sport tashkilotini ziyonga va tanazzulga olib kelishi mumkin.

Qanday qilib bunday nomaqbul stsenariydan qochish mumkin? Afsuski, bu yerda universal qoida mavjud emas. Faqat marketing nazariyasi va amaliyoti tomonidan ishlab chiqilgan ma'lum algoritmlar

mavjud bo'lib, unda har bir holatda ma'lum bir ijodkorlik va tajriba kiritilishi lozim. Shu munosabat bilan ta'kidlash kerakki, sport marketingi birinchi navbatda fan, ijod va sezgi qotishmasi hisoblanadi; ushbu uchlikni ajratib olishga va faqat bitta yo'nalishda harakat qilishga urinishlar, qoida tariqasida, muvaffaqiyatsizlikka olib keladi.

6.3. Sport marketingining tamoyillari va vazifalari

Marketing, mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotishni boshqarish tizimi sifatida jismoniy tarbiya va sport sohasi (JTSS) dagi bozorga endigina kirib kelmoqda.

Amalga oshirishda qiyinchiliklarga duch kelmaslik uchun sport marketingining tamoyillari, funktsiyalari va tuzilishini bilish kerak.

Sport marketingining tamoyillari [10] :

A. Umuman olganda va ushbu iqtisodiy mintaqada bozor imkoniyatlarini bilish;

B. Iste'molchini chuqur o'rganish (yoshi, intellektual darajasi, daromadlarining miqdori);

V. Talabga muvofiq ishlab chiqarish;

G. Talabni shakllantirish (reklama, sport tovarlari va xizmatlarini tashviqot qilish va boshqalar).

Sport marketingining funktsiyalari [10] :

1. Bozor tubini o'rganish;

2. Tovar va xizmatlar turini (assortimenti) rejalashtirish;

3. Tovar va xizmatlarni taqsimlashni tashkil etish;

4. Tovar va xizmatlar sotuvini rag'batlantirish;

5. Tovar va xizmatlarning ma'lum turini reklama qilishni tashkil etish.

Jismoniy tarbiya va sport marketingining tuzilmasida quyidagi yo'nalishlarni ajratish mumkin:

1. Trenajyor va jihozlarni ishlab chiqarish va sotish;

2. Iste'mol tovarlari (kiyim-kechak, poyabzal) marketingi;

3. Marketing xizmatlari (massaj, jismoniy mashqlar terapiyasi, turizm, mehmonxonalar, ekskursiya xizmatlari va boshqalar);

4. Eng yuqori yutuqlarga ega bo'lgan sport sohasidagi marketing (O'zbekiston va chet ellarda faoliyat yuritayotgan o'zbekistonlik

murabbiylar va faol sportchilarning tajribalarini qo'llash), uni eksport marketingi sifatida belgilash mumkin.

JTS sohasi marketingi umumiy marketingning ajralmas qismi hisoblanadi. JTS sohasida tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarishni bozorga yo'naltirish yuqori darajada tashkil etish, texnik jihozlash va kasbiy tayyorgarlikni anglatadi.

Marketingni birdan yaratib bo'lmaydi, u asta-sekin shakllanib boradi. JTS sohasi uchun u faqat bozorni o'rganish bilan emas, balki xizmatlar, reklama va narxlar siyosati tuzilmasini shakllantirishdan boshlanadi.

Marketing dasturlari turli maqsadlarga ega. Bu bozorda JTS sohasida tovarlar va xizmatlarini individual ishlab chiqaruvchilarning faoliyatini belgilaydigan dastur bo'lishi mumkin. Masalan, tennis maktabi turli darajadagi maqsadlarni qo'yadi: kortlar qurish, bolalar va kattalarni o'yinga o'rgatish, tegishli xizmatlarni taklif qilish va h.k.

Marketing faoliyatining yana bir turi - shunga o'xshash tovarlar va xizmatlar sotiladigan bozordagi o'zgarishlarni tizimli tahlil qilish, boshqarish, rejalashtirish, hisobga olish. Busiz jismoniy tarbiya va sport sohasida muvaffaqiyatli faoliyat olib borish mumkin emas.

JTS sohasida marketing endi shakllana boshladi va afsuski, hozirga qadar ilmiy yondashuvlar amalda deyarli yo'q. Shuning uchun yuqori rivojlangan mamlakatlarning boy tajribasidan foydalanish kerak.

JTS sohasida asosiy maqsad - hech bo'lmaganda mamlakat ichida o'z bozor segmentini yaratish hamda bozorni tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlash va yuqori daromadni kafolatlashdir.

Ushbu maqsadga taklif etilayotgan tovarlar va xizmatlar hajmini oshirish (agar talab mavjud bo'lsa), qo'shimcha bozor ulushini rivojlantirish, taklif etilayotgan tovar va xizmatlar sifatini yaxshilash bilan erishish mumkin.

Uzoq muddatli istiqbolga yo'naltirilgan marketingda quyidagi holatlar hisobga olinadi:

1. Bozorning har bir segmenti o'ziga xos - xususiyatlarga ega;
2. Jismoniy tarbiya va sport sohasida bozorning bir nechta segmentlariga e'tiborni qaratish mumkin;
3. Alohida korxonalar, tashkilotlar, xususiy ishlab chiqaruvchilar bir-biri bilan ittifoqchilikda ishlashi mumkin;

4. Bozorga kirishdan oldin iqtisodiy holat to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lish kerak.

Sanoat va axborot jamiyatida sport va dam olish (rekreatsiya) tobora muhim o'rinni egallamoqda. Bu sohaga millionlab odamlar jalb qilinadi, unga ilmiy, sanoat, tijorat va boshqa tuzilmalar xizmat qiladi. Shakllangan sohaga katta miqdordagi mablag'lar sarflanadi va bu o'z navbatida salmoqli kapitalni yaratadi.

Ommaviy (rekreativ) sport sohasida sheyping, aerobika kabi sog'lomlashtirish tizimlari keng tarqaldi. Ular aholiga sog'lomlashtirish xizmatlarini taqdim etish orqali juda ko'p faol ishtirokchilarni to'playdilar, katta mablag' yig'ilib, aylanmasi yuz millionlab dollarga baholanmoqda.

Shakllangan sohani qo'llab-quvvatlash va boshqarish doimiy ravishda jismoniy tarbiya va sport bilan shug'ullanuvchilarning qiziqishlari va ehtiyojlarini chuqur o'rganishni talab qiladi. Ularni to'liq va maqbul qondirilish uchun tovarlarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish, yangi texnologiyalarni joriy etish va boshqalar bo'yicha jiddiy tadqiqotlar talab etiladi. Bu bozorda ham, uning sanoat sektorida ham doimiy moslashuv va innovatsion tadbirkorlikni ta'minlaydigan marketing uchun mumkin.

Sport va dam olish (rekreatsiya) sohasida marketing maksimal foyda olish bilan birga faollik dasturlarini (mashg'ulotlar, dam olish darslari, o'yinlar, musobaqalar, ekskursiyalar, hordiq chiqarish va h.k) muvaffaqiyatli amalga oshirish imkoniyatlarini o'rganishga qaratilgan.

Marketing jarayonida quyidagilar tadqiq qilinadi :

a) umumiy manfaatlar bilan birlashtirilgan sport klublari, jamiyatlar, odamlar guruhlari;

b) ushbu manfaatlarga javob beradigan faollik dasturlari va ushbu dasturlarni amalga oshirish natijasida erishiladigan qiymatlar;

v) dasturlarni amalga oshirish joylari, sharoitlari va muhiti;

g) ishtirokchilar, tashkilotchilar, homiylar va metsenatlar nuqtai nazaridan faollik dasturlarini ommalashtirish masalalari;

d) muxlislarning qiziqishlari. E'tiborni jalb etuvchi belgilar (mansublikni belgilash): belgilar, ranglar, bayroqlar, gerblar, nomlar, qo'shiqlar (madhiyalar), kiyimlar (futbol kalar, sharflar, kep kalar va

boshqalar), shuningdek muayyan faollik dasturlarini aks ettiruvchi ramz (imidj)lar.

Sport va dam olish (rekreatsiya) sohasida marketing - bu jismoniy tarbiya va sport sohasidagi kundalik ishlarni bajarish borasida real dasturlarni amalga oshirish uchun imkoniyat, hozirjavoblik va shart-sharoitlarni yaratishdir. Borgan sari ishonarli bo'lib borayogan haqiqat shundaki, marketingsiz sport va hordiq chiqarishni tasavvur etib bo'lmaydi, sport va dam olish - bu noyob marketing kommunikatsiyalaridir. Shu sababli, bozorga o'tish davrida va to'g'ridan-to'g'ri uning sharoitida marketingning tobora keng qo'llanilishi zarur bo'lib, bu sport samaradorligining kafolati bo'lishi mumkin.

Fitness xizmatlari marketingi tovarlar marketingidan sezilarli farq qiladi.

Uning asosiy xususiyatlari:

- birinchidan, tovarlardan farqli o'laroq, xizmatni yashirib bo'lmaydi. Sport zalida yoki hovuzda bir soatlik tanaffuslar mos keladigan daromad keltira olmaydi;

- ikkinchidan, sport va fitness xizmatlari sohasi, bir tomondan, klubning ichki va tashqi bezaklari, zamonaviy jihozlar bilan jihozlanganligi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning ozoda sport ko'rinishi va h.k. birlashtiradi; boshqa tomondan esa xodimlarning malakasi va kasbiy tayyorgarlik darajasi, ishining tartibliigi va unumliligi hamda mijoz bilan muomala uslubi (samimiylik, xushmuomalalik va boshqalar)ni qamrab oladi.

Ta'kidlashimiz lozimki, fitness xizmatlari marketingining o'ziga xos-xususiyati shundan iboratki, insoniy munosabatlar, ya'ni odamlarning ehtiyojlarini qondirish birinchi darajaga chiqadi. Sog'liqni saqlash va fitness xizmatlari bilan shug'ullanadigan odamlar ushbu o'ziga xoslikni bilishlari va tushunishlari kerak, bu esa ularni ta'minlash va amalga oshirishni boshqarishda aks etadi.

Menejment yoki boshqarishni tashkil etish - bu qo'yilgan maqsadga erishish - mijozlarning talablarini qondirish uchun mavjud resurslardan foydalanishni rejalashtirish, boshqarish, tahlil qilish va boshqarish jarayonidir.

Har qanday klubning imidji o'z xizmatlarini qanday taklif qilishdan boshlanadi. Reklama haqiqiy bo'lishi kerak, chunki sizning kelajakdagi

mijozingiz sizning ko'rgan narsalaringizni reklamada taklif qilgan narsalar bilan taqqoslab, tezda klubingizni tark etishi mumkin.

Yangi dasturni boshlashdan yoki yangi markaz ochishdan avval, vazifani aniq shakllantirish va quyidagi savollarga javob berish maqsadga muvofiqdir:

1. Sizning xizmatlaringiz qaysi iste'molchiga mo'ljallangan?;

2. Ushbu sohadagi boshqa raqobatchilar bilan taqqoslaganda o'z pozitsiyangizni qanday baholaysiz va qanday qilib afzalliklarga erishishingiz mumkin?

3. Klubingiz uchun qanday imidj va xizmat uslubini tanlaysiz?

Masalaning qo'yilishi sport menejeriga ma'lum bir xizmat bozoriga to'liq mos keladigan xizmatlar, narxlar siyosati, reklama va tijorat dasturlarini tayyorlashga yordam beradi. Maqsadlarni belgilashda sport menejerlari ko'pincha erishish mumkinligi kabi mezonni e'tiborsiz qoldiradilar. Ammo maqsad va vazifalar, agar ularga erishish mezonlari va shartlari ishlab chiqilmagan bo'lsa, oq varaqda qolib ketadi.

Maqsadlar qisqa muddatli va uzoq muddatli bo'lishi mumkin. Qisqa muddatli maqsadga erishish uzoq muddatli maqsadga erishish uchun qadam bo'lishi juda muhimdir. Avvalambor, klubning butun faoliyati yoki individual faoliyat yo'nalishlari hamda o'ziga xos fitness dasturlari rentabelligini o'z ichiga olgan moliyaviy mezonlarga e'tibor berish juda muhimdir.

Siz taklif etayotgan xizmatlarning potentsial mijozlarini o'rganish marketing rejasining asosiy qismlaridan biridir.

Marketingning asosiy maqsadi - xaridorni qoniqtirish, sotuvning asosiy maqsadi - sotuvchini qoniqtirishdir. Xizmatlarning barcha turlari, ular o'z vaqtida qanchalik ommalashgan va mashhur bo'lishidan qat'i nazar, ertami-kechmi o'z mijozlarini yo'qotadilar.

Vaqtı-vaqti bilan har qanday klub rahbariyati o'zlariga quyidagi uchta savolni berishlari kerak:

- hozirgi kunda klub qanday holatda?
- kelgusida qaysi yo'nalishda harakat qilish kerak?
- maqsadga qanday erishish mumkin?

Marketing rejasi ushbu muhim savollarga javob berishi kerak.

Sport va fitness xizmatlari sohasida inson omili ayniqsa muhimdir (murabbiyning tashqi ko'rinishi, uning jismoniy holati).

boshqalar), shuningdek muayyan faollik dasturlarini aks ettiruvchi ramz (imidj)lar.

Sport va dam olish (rekreatsiya) sohasida marketing - bu jismoniy tarbiya va sport sohasidagi kundalik ishlarni bajarish borasida real dasturlarni amalga oshirish uchun imkoniyat, hozirjavoblik va shart-sharoitlarni yaratishdir. Borgan sari ishonarli bo'lib borayogan haqiqat shundaki, marketingsiz sport va hordiq chiqarishni tasavvur etib bo'lmaydi, sport va dam olish - bu noyob marketing kommunikatsiyalaridir. Shu sababli, bozorga o'tish davrida va to'g'ridan-to'g'ri uning sharoitida marketingning tobora keng qo'llanilishi zarur bo'lib, bu sport samaradorligining kafolati bo'lishi mumkin.

Fitness xizmatlari marketingi tovarlar marketingidan sezilarli farq qiladi.

Uning asosiy xususiyatlari:

- birinchidan, tovarlardan farqli o'laroq, xizmatni yashirib bo'lmaydi. Sport zalida yoki hovuzda bir soatlik tanaffuslar mos keladigan daromad keltira olmaydi;

- ikkinchidan, sport va fitness xizmatlari sohasi, bir tomondan, klubning ichki va tashqi bezaklari, zamonaviy jihozlar bilan jihozlanganligi, xizmat ko'rrsatuvchi xodimlarning ozoda sport ko'rinishi va h.k. birlashtiradi; boshqa tomondan esa xodimlarning malakasi va kasbiy tayyorgarlik darajasi, ishining tartibli va unumliligi hamda mijoz bilan muomala uslubi (samimiylilik, xushmuomalalik va boshqalar)ni qamrab oladi.

Ta'kidlashimiz lozimki, fitness xizmatlari marketingining o'ziga xos-xususiyati shundan iboratki, insoniy munosabatlar, ya'ni odamlarning ehtiyojlarini qondirish birinchi darajaga chiqadi. Sog'liqni saqlash va fitness xizmatlari bilan shug'ullanadigan odamlar ushbu o'ziga xoslikni bilishlari va tushunishlari kerak, bu esa ularni ta'minlash va amalga oshirishni boshqarishda aks etadi.

Menejment yoki boshqarishni tashkil etish - bu qo'yilgan maqsadga erishish - mijozlarning talablarini qondirish uchun mavjud resurslardan foydalanishni rejalashtirish, boshqarish, tahlil qilish va boshqarish jarayonidir.

Har qanday klubning imidji o'z xizmatlarini qanday taklif qilishdan boshlanadi. Reklama haqiqiy bo'lishi kerak, chunki sizning kelajakdagi

mijozingiz sizning ko'rgan narsalaringizni reklamada taklif qilgan narsalar bilan taqqoslab, tezda klubingizni tark etishi mumkin.

Yangi dasturni boshlashdan yoki yangi markaz ochishdan avval, vazifani aniq shakllantirish va quyidagi savollarga javob berish maqsadga muvofiqdir:

1. Sizning xizmatlaringiz qaysi iste'molchiga mo'ljallangan?;

2. Ushbu sohadagi boshqa raqobatchilar bilan taqqoslaganda o'z pozitsiyangizni qanday baholaysiz va qanday qilib afzalliklarga erishishingiz mumkin?

3. Klubingiz uchun qanday imidj va xizmat uslubini tanlaysiz?

Masalaning qo'yilishi sport menejeriga ma'lum bir xizmat bozoriga to'liq mos keladigan xizmatlar, narxlar siyosati, reklama va tijorat dasturlarini tayyorlashga yordam beradi. Maqsadlarni belgilashda sport menejerlari ko'pincha erishish mumkinligi kabi mezonni e'tiborsiz qoldiradilar. Ammo maqsad va vazifalar, agar ularga erishish mezonlari va shartlari ishlab chiqilmagan bo'lsa, oq varaqda qolib ketadi.

Maqsadlar qisqa muddatli va uzoq muddatli bo'lishi mumkin. Qisqa muddatli maqsadga erishish uzoq muddatli maqsadga erishish uchun qadam bo'lishi juda muhimdir. Avvalambor, klubning butun faoliyati yoki individual faoliyat yo'nalishlari hamda o'ziga xos fitness dasturlari rentabelligini o'z ichiga olgan moliyaviy mezonlarga e'tibor berish juda muhimdir.

Siz taklif etayotgan xizmatlarning potentsial mijozlarini o'rganish marketing rejasining asosiy qismlaridan biridir.

Marketingning asosiy maqsadi - xaridorni qoniqtirish, sotuvning asosiy maqsadi - sotuvchini qoniqtirishdir. Xizmatlarning barcha turlari, ular o'z vaqtida qanchalik ommalashgan va mashhur bo'lishidan qat'i nazar, ertami-kechmi o'z mijozlarini yo'qotadilar.

Vahti-vahti bilan har qanday klub rahbariyati o'zlariga quyidagi uchta savolni berishlari kerak:

- hozirgi kunda klub qanday holatda?
- kelgusida qaysi yo'nalishda harakat qilish kerak?
- maqsadga qanday erishish mumkin?

Marketing rejasi ushbu muhim savollarga javob berishi kerak.

Sport va fitness xizmatlari sohasida inson omili ayniqsa muhimdir (murabbiyning tashqi ko'rinishi, uning jismoniy holati).

Mutaxassislarning ta'kidlashicha, xizmat ko'rsatish biznesida menejmentning muhim elementi bo'lib xodimlarni rag'batlantirish hisoblanadi. Yuqori darajadagi motivatsiya va ruhiy holatni saqlash etakchi uchun muhim jarayondir.

Mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatishning asosiy tamoyillaridan biri – bu mijozlarni tinglash, tushunish, talab va istaklariga javob berishdir. Xizmat ko'rsatish tizimi hamda klub qoidalari tuzilmasining tashqi ko'rinishi va uning jihozlari kabi muhimdir.

Sport va jismoniy tarbiya-sport xizmatlari marketingida hal qiluvchi bo'lib xizmatlarning iste'molchilari bo'lgan odamlar hisoblanadi. Bu odamlarning bilimlari va tushunishlari har qanday jismoniy tarbiy-sog'lomlashtirish yoki sport klubi muvaffaqiyatining asosiy kalitidir.

6.4. Mahsulotga yo'naltirilgan marketing.

Marketing paydo bo'lgandan buyon uning ikkita asosiy turi shakllana boshladi:

- mahsulotga yo'naltirilgan marketing (tovar, xizmat);
- iste'molchilarga yo'naltirilgan marketing (firma mijozlari).

Agar sport tashkiloti ajoyib jamoaviy o'yinni yoki yuqori individual natijalarni ko'rsatadigan a'lo darajadagi sportchilarni tayyorlagan bo'lsa, demak, ko'p murabbiylik va tashkiliy ishlar amalga oshirilgan deb ta'kidlash mumkin. Ammo musobaqalar va sportchilarning namoyishlaridan tijorat foyda olish uchun bu etarli emas.

Ushbu klub yoki jamoaning sport xizmatlarini bozorga ilgari surish jarayoni, agar sport klubining o'z muxlislari bo'lsa, muvaffaqiyatli deb hisoblanadi. Agar sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi haqida gapiradigan bo'lsak, unda mahsulot ishlab chiqaruvchisi sotib olingan mahsulotlarni qadrlaydigan va sotib olishdan juda mamnun bo'lgan iste'molchiga ega bo'lgan taqdirda uning ishi muvaffaqiyatli bo'ladi (1-rasmga qarang).

Tabiiyki, ishlab chiqarilgan mahsulotga ijobiy munosabat iste'molchi uni sotib olgan va sinovdan o'tkazgan taqdirdagina namoyon bo'ladi. Bu aniq fakt marketingda juda muhimdir, chunki bozorda ilgari taqdim etilmagan va "o'z" iste'molchilari bo'lmagan yangi mahsulotlar hali ham kundalik amaliyotga kiritilishi va ularni qo'llash sohalarini topishi kerak.

Tadbirkorlik g'oyasi quyidagilarni qamrab oladi:

- bozor uchun yangilik bo'ladigan mahsulotni yaratish;
- bozor;
- kim sotib oladi?;
- iste'molchilar.

Bozor yangi mahsulotni qanday qabul qiladi? Buni oldindan hech kim ayta olmaydi. Agar bu shunday bo'lsa, demak, har doim yangi mahsulotni bozorning rad etish xavfi mavjud bo'ladi. Bundan tashqari, ushbu xavf mahsulotning murakkabligi va unga sarflangan intellektual ishlarning soni va boshqa innovatsiyalar bilan ortadi, chunki ITTKI (ilmiy tadqiqotlar va tajriba-konstruktorlik ishlanmalar) bo'yicha barcha xarajatlar qoplanishi kerak. Agar ishlab chiqarilgan yuqori sifatli mahsulot iste'molchi tomonidan talab qilinmasa, demak, firma ITTKI bo'yicha barcha xarajatlarni zararli ravishda qayd etishga majbur bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, firma hali ham ishlab chiqarilgan yuqori sifatli mahsulotni sotishi kerak, ushbu tarkibiy qisimsiz yangi mahsulotni ishlab chiqish o'z ma'nosini yo'qotadi.

Zamonaviy iqtisodiyotda mahsulotga yo'naltirilgan marketing strategiyasi faqat yangi sanoatning shakllanishiga turtki beradigan tovarlar va xizmatlar uchun asoslanadi. Faqat bu holatda, firma xarajatlarning maqbul darajasiga va xavfni kamaytirishga umid qilishi mumkin.

Va, shunga qaramay, agar firma ushbu turdagi marketingni allaqachon shakllangan sanoat, mavjud bozor doirasida ishlatishga qaror qilsa, bozorda u tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotni sotib olishni istagan kamida bir nechta iste'molchilar borligiga ishonch hosil qilishi kerak.

6.5. Iste'molchilarga yo'naltirilgan marketing.

Sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi korxonalar va sport klublari ko'plab iste'molchilarga yo'naltirilgan marketingining ikkinchi turini afzal ko'rishadi. Shubhasiz, oldindan sotib olinadigan narsalarni bozorga etkazib berish qulayroqdir. Biroq, bu holda, tijorat muvaffaqiyatsizligi xavfi katta, chunki birinchidan, hozirgi bozorda qattiq raqobat mavjud, ikkinchidan, firma tomonidan ishlab chiqarilgan

mahsulot doimiy ravishda takomillashtirilishi kerak; bu qaysi yo'nalishda amalga oshirilishi kerak degan savol tug'diradi.

Firma marketingning ushbu turidan foydalanishni rejalashtiradimi yoki yo'qligini bilishi kerak bo'lgan eng muhim narsa iste'molchilar nimani sotib olishidir. Bozorda nima sotilishi yoki sotilishining mumkinligi emas, balki individual iste'molchilar nimani sotib olishi muhimdir. Bundan tashqari, xaridorlarning so'rovlari va ehtiyojlari to'g'risida birinchi bo'lib, o'ziga xos xususiyatlarga, fe'l-atvorga, didga va odatlarga ega bo'lgan o'ziga xos shaxs bo'lgan, mijozlar bilan yuzma-yuz uchrashadigan ma'lumotni jalb qilish tavsiya etiladi. Faqat shu yo'l bilan siz iste'molchilar nimani xohlashini bilib olasiz va shunga mos ravishda hozirda talab qilinadigan mahsulotni bozorga qo'yishingiz mumkin bo'ladi.

Iste'molchilar.

Kim sotib oladi?

Nima sotib olish kerak?

Tovarlar (xizmatlar)ni ishlab chiqaruvchi korxona va tashkilotlar.

Bozor talab qiladigan mahsulot.

Bozor.

6.6. Marketing-miks (aralash marketing).

Marketingning yana bir turi mavjud bo'lib, u yuqorida biz ko'rib chiqqanimizdan kamroq tavakkallidir. Agar kompaniya yoki sport tashkiloti mahsulotga yo'naltirilgan marketingni va iste'molchilarga yo'naltirilgan marketingni birlashtirgan holda bir vaqtning o'zida ikkala usuldan foydalanishni boshlasa, o'zi uchun tijorat xavfini kamaytirishi mumkin. Marketingning bu turi marketing aralashmasi (aralash marketing) yoki integratsiyalashgan marketing deb ataladi. Marketing aralashmasi tushunchasi shundan iboratki, mahsulot ham, iste'molchi ham bir vaqtning o'zida yaratilishi mumkin. Ko'pincha bunday yaratilish ishlab chiqaruvchi va iste'molchining o'zaro ta'siri natijasida, ya'ni ularning o'rrasidagi aloqa tufayli yuzaga keladi.

Tadbirkorlik g'oyasi.

Bozor yangiliklariga asoslangan mahsulotni yaratish.

Bozor.

Kim sotib oladi?

Iste'molchilar.

Masalan, "Rita" firmasi ushbu kontseptsiyani amalda mukammal ravishda amalga oshiradi. Firmaning mutaxassisi mashg'ulot paytida mijoz bilan to'g'ridan-to'g'ri o'yingohda uchrashib, u bilan yangi mahsulotni yaratishning asosiy masalalarini muhokama qilishi, shuningdek muammoning nima ekanligini o'z ko'zlari bilan ko'rishi mumkin. Bu erda mutaxassis ish daftariga kelajakdagi mahsulotning xomaki eskizini tayyorlaydi. Korxonaga qaytib, u boshqa tadqiqot bo'limlari mutaxassislari - texnologlar, dizaynerlar, marketologlar bilan maslahatlashadi. Ular bilan asosiy masalalarni kelishib olgach, firma mutaxassisi tafsilotlar va fikrlarni aniqlashtirish uchun yana mijozga yuboradi. Shunday qilib, firma-ishlab chiqaruvchi va firma-buyurtmaci o'rtasidagi teskari aloqalar o'rnatgan holda doimiy ravishda faoliyat yuritiladi.

Yangi mahsulotni olishning keyingi bosqichida sinov uchun uning namunasi ishlab chiqiladi, u esa keyinchalik mahsulotning modifikatsiyasizali namynasiga aylanadi. Keyinchalik namuna turli xil (shu jumladan ekstremal) ish rejimlarida keng qamrovli sinovlardan o'tadi. Va nihoyat, ishlab chiqaruvchi va buyurtmachi aynan kerakli mahsulotni olganliklari to'g'risida kelishib olgach, uni etkazib berish bo'yicha shartnoma tuzadilar.

6.7. Bozor va uni o'rganish usullari.

Sport klublari, federatsiyalar, stadionlar va boshqa sport tashkilotlari, shuningdek, ishlab chiqaruvchi firmalar va sport mahsulotlarilari do'konlarining sotuv bozorlarini bilishi, y'ani ularning imkoniyatlari qanday, ular qanchalik barqaror va ular qaysi yo'nalishda rivojlanib borishdani har doim boxabar bo'lishi muhimdir. Ushbu asosiy savollarga javob berish uchun sport tovarlari va xizmatlarini ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar "iste'molchilar", mijozlar va muxlislarni "ajratish" uchun bozorlarni tadqiq qiladilar. Iste'molchilarni muayyan mezonlarga ko'ra alohida guruhlariga bo'lmasdan, ya'ni bozor segmentatsiyasiz bunday faoliyat yuritib bo'lmaydi.

Xaridorlarni alohida guruhlarga ajratish bo'yicha faoliyat ham turli xil miqdoriy va sifat mezonlari (jinsi, yoshi, daromadlarining miqdori va boshqalar) asosida, ham ijtimoiy-psixologik ma'lumotlar (konservatizm, obro'-e'tibor (avtoritet)ning mavjudligi, urf-odatlar, qarashlar, diniy e'tiqodlar) asosida amalga oshiriladi. Bunday ma'lumotlar marketingda muhim ahamiyatga ega, chunki bunday ma'lumotlarning yetishmasligi xatolarga va foydaning yo'qotilishiga olib keladi.

Sport tashkilotlari va ishlab chiqaruvchilari o'zlarining bozorlari to'g'risida iloji boricha ko'proq ma'lumotga ega bo'lishlari kerak, bunda iste'molchilar to'g'risidagi ma'lumotlarning deyarli barcha jihatlarini juda muhimdir, ya'ni ular qaerda va qanday sharoitda yashaydilar va ishlaydilar, kim bilan va qanday aloqada bo'lishadi, qanday daromad olishadi, qanday qilib hordiq chiqarishni va dam olishni afzal ko'rishadi. Ishlab chiqaruvchi firmalarning iqtisodiy faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lmagan tuyulishi mumkin bo'lgan barcha bu ma'lumotlar, aslida, iste'molchilarning xatti-harakatlarini aniqlaydi. Shu munosabat bilan, sport mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar sof iqtisodiy ma'lumotlarga qo'shimcha ravishda turli xil ijtimoiy ma'lumotlarni ham to'playdilar, bu esa bozorning rivojlanish tendentsiyalarini aniqlashda katta ahamiyatga ega.

Sport tashkilotlari va ishlab chiqaruvchilar bozorni o'rganish jarayonida turli xil vositalar va ma'lumot manbalaridan foydalanadilar, bu esa bozorlarning holatini to'liq va har tomonlama boholashash imkonini beradi.

Avvalambor, bunday manba bo'lib firmaning natijalari hisoblanadi. Savdo, bozor, biznes, mijozlarning shikoyatlari va boshqalarni tahlil qilish firmaga biznes faoliyatidagi o'zgarishlar (geografik sektorlar, mahsulot turi, hayot tsiklining bosqichini belgilash bo'yicha), mijozlar tarkibi, uning yangilanishi, shuningdek, tovarlarni bozorda ilgari surish bilan bog'liq reklama va tijorat faoliyatining samaradorligini aniqlashga imkon beradi.

Bozorni o'rganayotganda, tahlil firmalari tegishli davlat organlari tomonidan muntazam e'lon qilinadigan statistikadan ham foydalanadilar. Statistikani tahlil qilish natijasida bir qator qimmatli ma'lumotlarni to'plash mumkin: aholi ma'lum guruhlarining daromadlari,

ularning xarajatlari va xarajatlar tarkibi, so'm va xorijiy valyutadagi omonatlar qiymati va boshqalar.

So'nggi yillarda Internet, Eurosport, Infosport, Interfaks, Rosbusinessconsulting Sport kabi kompyuter tarmoqlari va axborot agentliklari bozor ma'lumotlarini kuchli etkazib beruvchilarga aylandi.

Agar firma uchun ushbu ma'lumot manbai tugagan, ammo lekin potentsial mijozlar to'g'risida etarlicha ma'lumot ololmagan bo'lsa, u mavjud yoki potentsial mijozlar bilan so'rov o'tkazish orqali bozor tadqiqotlariga murojaat qiladi. Keyin esa, maxsus texnikadan foydalangan holda, so'rov natijalari qayta ishlanadi va natijalar kompaniya uchun qulay bo'lgan shaklda taqdim etiladi.

Amaliyotda tanlovning bir nechta turlari qo'llaniladi. Eng ko'p ishlatiladiganlari bo'lib tasodifiy yoki oddiy ehtimollik namunalari hisoblanadi. Uni amalga oshirishda ikkita holat mavjud bo'lisi mumkin. Birinchidan, tadqiqotchilar ma'lum kasblar vakillarining to'liq ro'yxatiga ega bo'lishlari mumkin (sportchilar, murabbiylar, tadbirkorlar, advokatlar va boshqalar) kataloglarda yoki registrlarda qayd etiladi. Keyin ro'yxatdagi shaxslar tasodifiy tanlanadi (masalan, har bir o'ninchi), ular o'trasida so'rov o'tkaziladi.

Agar tadqiqotchilar umumiy aholining to'liq ro'yxatiga ega bo'lmasalar, ular ko'p bosqichli qur'a tashlashga murojaat qilishadi (stadion qismlarga, qismlar sektorlarga bo'linadi; sektorlarda respondentlarning ma'lum bir qismida so'rov o'tkaziladi). Yoki tasodifiy so'rovnoma o'tkaziladi - tadqiqotchilar ma'lum bir sohada lavozimni egallaydilar va har 10-15 daqiqada ularning oldida kim borligini so'rashadi.

Odatda marketingda maqsadli so'rovdan foydalaniladi; bu oddiy, qulay va kichik miqdordagi moliyaviy xarajatlar bilan etarli "ishonchli natijalar" beradi. Tadqiqotchilar respondentlarning turini (masalan, tennis raketkalarini sotib oluvchilar) va do'konni tark etganlarga murojaat qiladigan birinchi filtrlash savolini tanlaydilar: ular ushbu xaridorlarning so'rov mavzusi ekanligiga ishonch hosil qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Namunani aniqlab, darhol o'rganishni boshlash mumkin, uning maqsadi bo'lib kim va nimani sotib olayotgani (yoki sotib olmasligi), qaerdan sotib olishi (tuman, savdo korxonasining turi), qachon, qancha

vaqtda, qanaqa narxda va qanday sur'atlarda borishi to'g'rsiidagi savollarga javob topish hisoblanadi.

So'rovlar shaxsiy (savollar respondentga shaxsan beriladi), telefon (telemarket) yoki pochta orqali turlarga bo'linadi. Ba'zida reklama so'rovnomalari bilan ta'minlanadi va firma respondentlarga savdo chegirmalarini taklif qiladi.

Alohida ravishda intervyu o'tkazadigan shaxslarning savollari, shuningdek so'rov o'tkazish shartlari ko'rib chiqilishi kerak. Ushbu omillar juda katta ahamiyatga ega, chunki intervyu oluvchining o'zi respondentning javoblariga rol o'ynagan holda yoki bilmagan holda ta'sir qilishi mumkin. Intrervyu oluvchi uchun jinsi, yoshi, kiyimi, savolning ohangi, jaib qila olishi, xushmuomalalik, tashqi ko'rinish, mikrofon yoki videokameraning mavjudligi va boshqalar muhimdir.

Respondentlar uchun savollar yig'indisi juda muhim masala hisoblanadi. So'rovnomanini ishlab chiqish qiyin. Bunga qo'shimcha ravishda, uni ishlatishdan oldin tekshirish kerak. Anketa quyidagi mezonlarga javob berishi kerak: qiziqishni uyg'otishi, aniq va lo'nda bo'lishi kerak; noaniqliklarga, noo'rin javoblarga yo'l qo'ymaslik, qo'shimcha savollarni keltirib chiqarmasligi kerak. Masalan, "Bu tog' velosipediga mos keladimi?" degan savolning o'rniga "Ushbu ro'yxatdagi mahsulotlarning (chang'i, krossovka, tog' velosipedi, mototsikl) qaysi birini bu nom bilan bog'laysiz?" deb so'rash yaxshiroqdir, ya'ni savol "neytral" holda ifodalanishi kerak. Noo'rin savollarga yo'l qo'yib bo'lmaydi (ijtimoiy mavqega, sport yutuqlariga, madaniyatiga, siyosiy va diniy e'tiqodlariga va tarbiyasiga shubha tug'dirishi mumkin). Respondentlar ishlatadigan so'zlari (masalan, befarq, sodiq, elektorat va boshqalar)ni tushunishlari juda muhimdir.

Siz harakatning chastotasini ko'rsatadigan so'zlarni suiste'mol qilmasligingiz kerak (ba'zida, kamdan-kam hollarda). Odamlar ularni boshqacha talqin qilishadi, ularni raqamli belgilar bilan almashtirish tavsiya etiladi (oyiga ikki, uch, to'rt marta va boshqalar).

Savollarning quyidagi turlari ajratiladi:

- "ha" yoki "yo'q" deb javob beradigan yopiq savollar; shunchaki har qanday miqdorga qo'ng'iroq qiling. Masalan: "Siz ushbu do'konda xaridlar qilasizmi?";

- ochiq savollarga javob berishingiz mumkin. Masalan: "Ushbu mahsulotni yaxshiroq sotib olish uchun nima qilish kerak?";

- tasnifga ega savollar. Masalan: "Sportchilar Zentrum vitaminlarini afzal ko'rishlari haqida gaplashdilar; Siz ushbu sabablarni eng muhimidan boshlab eng ahamiyatsizigacha tarqatishingiz mumkinmi?";

- yarim ochiq savollar (yoki ko'plab javoblarga ega savollar). Masalan: "Sizga tanish bo'lgan chang'i malhamining olti turidan qaysi birini ishlatasiz?";

-baho qo'yish (reyting) bilan bog'liq savollar (fikir reyting ballari shkalasiga muvofiq baholanadi). Masalan: "Sport mototsiklining individual xususiyatlarini baholash uchun (dvigatel kuchi, rul, tashqi ko'rinish, asboblar paneli, amortizator) 0 dan 10 gacha shkala ishlatiladi; Sizning fikringizga mos baho bera olasizmi?"

Bozorni to'liq o'rganish uchun savdo vakillarining so'rovlari ham o'tkaziladi. Barcha vositachilar, ulgurji savdo va chakana savdo do'konlari eng muhim tadqiqot ob'ekti hisoblanadi, chunki ular sotish narxlarini, inventarizatsiya, reklama orqali savdoni rag'batlantirish va boshqalarni aniqlaydi.

Bozor tadqiqotchilari quyidagi savollarga javoblarni bilishlari kerak:

- sotish dinamikasi qanday?
- har bir savdo kompaniyasi tovarlarni sotishdan qancha foiz oladi ?;
- qaysi tarqatish kanallari va savdo korxonalari o'rganilayotgan tovarlarning narxi va rentabelligini hisobga olgan holda eng mos keladi?;
- qaysi mahsulotlar raqobatni eng yaxshi qarshi oladi?

Tadqiqotchilar ushbu va boshqa savollarga anketalar orqali javob olishadi.

Yuqori sifatli marketing tadqiqotlarida maqsadli guruhlarining so'rovlari fokus-guruh deb nomlangan maxsus usul bilan to'ldiriladi. Usulning g'oyasi ma'lum bir mahsulotning odatiy iste'molchilari guruhi bilan ularning psixologik idrokining (yoki rad etishning) turli tomonlarini muhokama qilish, hozirgi yoki kelajakdagi xaridlarning aniq yoki yashirin motivatsiyasini, raqobatchilarga, ularning brendlariga, reldama va boshqa omillarga ta'sirini aniqlash.

Qoidaga ko'ra, fokus-truppa 8-12 kishidan iborat bo'lib, ular bilan suhbatdosh (moderator) oldindan tayyorlangan stsenariy bo'yicha

suhbat olib boradi. Barcha suhbatlar va paydo bo'layotgan munozaralar psixologlar va marketologlar tomonidan taklif qilingan iste'molchilarning reaksiyasini yanada tahlil qilish uchun audio va video jihozlar tomonidan ehtiyotkorlik bilan yozib olinadi. Fokus-guruh bilan ishlash natijalariga ko'ra kompaniya yoki sport tashkilotining savdo, narxlari, reklama, xodimlar va boshqa siyosatlarini tartibga solinadi.

6.8. Mahsulotni o'rganish.

Barcha tovarlar va xizmatlar ma'lum vaqt davomida mavjud bo'ladi-ularning bir qismi bir necha oydan keyin ishlab chiqarish va sotilishdan to'xtaydi, boshqalari esa ko'p yillar davomida doimiy talabga ega bo'ladi. Ba'zi bir tovarlar va xizmatlarning cheklangan umr ko'rish sabablari turli omillar bo'lishi mumkin: tovarlar modadan chiqadi, texnik yoki funksional jihatdan eskiradi, iste'molchilarning ortib borayotgan talablariga javob bermaydi, yangi ehtiyojlarni qondira olmaydi. Boshqacha qilib aytganda, bozorlar mahsulot turlari va sifatini doimiy ravishda o'zgartirmoqda, jamiyatning ortib borayotgan ehtiyojlarini to'liq qondiradigan eski tovarlar va xizmatlarni yangilari bilan to'ldirish bo'yicha barqaror jarayon mavjud. Printsipial jihatdan yangi yoki yaxshilangan xususiyatlarga ega bo'lgan yangi paydo bo'lgan tovarlarga bozorning yangi tovarlari deyiladi; bu ishlab chiqaruvchilarga katta foyda keltirishi mumkin bo'lganlardir, chunki ma'lum vaqt davomida sifatli yangi mahsulotni ishlab chiqqan va bozorga chiqargan kompaniya uni ishlab chiqarishda monopolistga aylanadi. Masalan, Polaroid kompaniyasi bir vaqtning o'zida bozorning yangi mahsulotiga aylangan ko'plab mamlakatlarning bozorlariga tezkor kameralarni yetkazib beradi. Ko'p yillar davomida tezkor kameralarni ishlab chiqarish uchun ushbu texnologiyani himoya qiladigan patentlar mavjud bo'lsa-da, Polaroid kompaniyasi ushbu sohada monopolist bo'lib qoladi va katta foyda oladi.

Shunday qilib, tovarlar va xizmatlarning ko'pgina ishlab chiqaruvchilari, shu jumladan sport mahsulotlari sohasida, raqobatchilardan ustun bo'lish va maksimal foyda olish uchun bozorning yangi mahsulotlarini olishga intilishadi. Biroq, bozorning yangi mahsulotini ishlab chiqish odatda izchil tadqiqotlar va rivojlanish, yuqori

moliyaviy xarajatlar va tijorat xavfi bilan bog'liq, chunki ushbu mahsulot bozor tomonidan yaxshi qabul qilinishiga va talabga ega bo'lishiga kafolat yo'q.

Shunday qilib, katta moliyaviy resurslar isrof qilinishi mumkin va ishlab chiqaruvchi ma'lum yo'qotishlarga duch keladi. Yuqorida aytilganlardan quyidagi ikkita muhim xulosa kelib chiqadi:

- birinchidan, keng miqyosli ilmiy-tadqiqot ishlariga katta ilmiy va taniqli ishlab chiqaruvchilar tomonidan ilmiy-tadqiqot va ilmiy tadqiqotlar uchun katta xarajatlar tufayli erishish mumkin;

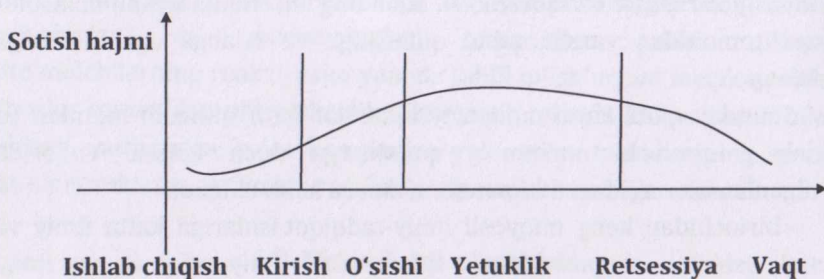
- ikkinchidan, bozor uchun yangi mahsulotni ishlab chiqarish yuqori foyda va katta moliyaviy yo'qotishlar ehtimolini anglatadi.

Endi biz mahsulotning hayotiy davri kontseptsiyasini taqdim etamiz, bu alohida mahsulot yoki xizmatning hayotini emas, masalan, krossovka yoki basketbol to'pini, balki ushbu mahsulotlarning yig'indisida mavjud bo'lish davrini anglatadi - ma'lum bir modelning yoki ma'lum turdagi to'pning mavjud bo'lishi. Mahsulotning hayotiy davrini qulay tarzda grafik shaklida ko'rib chiqish mumkin (5-rasm) [10].

Grafik shuni ko'rsatadiki, mahsulotning hayotiy davri oltita asosiy bosqichdan iborat bo'lib, ularning har biri turli xil mahsulotlar uchun ko'proq yoki kamroq vaqt bo'lishi mumkin. Quyidagi bosqichlar ajratiladi:

- ITTKI (nol bosqich). Ushbu bosqich yangi ehtiyojni aniqlash, uni texnik va texnologik jihatdan amalga oshirish imkoniyatlarini o'rganish bilan tavsiflanadi. Ushbu bosqichda mahsulotlarning prototiplari tayyorlanadi va ularning har tomonlama sinovlari o'tkaziladi.

Grafikadan ko'rinib turibdiki, bozorning yangi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi ushbu bosqichda zararlanish zonasida ishlaydi, boshqa tovarlarni sotishdan (yoki bank krediti orqali) olingan foyda hisobidan tadqiqot va ishlanmalarni moliyalashtiradi. Ta'kidlanganidek, bu qimmat va tavakkalli bosqichdir, chunki kompaniya bozor yangiligi nuqtai nazaridan ushbu mahsuloti bozorda rejalashtirilgan narxda ishonchli bo'lishini aniq bilmaydi;



5-rasm. **Mahsulot hayotiy davrining bosqichlari.**

- I bosqich (tovarlarni bozorga chiqarish va joriy etish) - bozor yangiliklari mahsulotining hayotidagi hal qiluvchi ushbu davrda mahsulot muvaffaqiyatsiz bo'ladimi yoki muvaffaqiyatli bo'ladimi, aniq bo'ladi. Ushbu bosqichda foyda kam bo'ladi, chunki katta mablag' tadqiqot, reklama, ishlab chiqarish xarajatlarini qoplashga sarflanadi;

- II bosqich (o'sish va rivojlanish) - agar bozorning yangi mahsuloti birinchi bosqichda talabga ega bo'lsa, foyda keltirsa va iste'molchilar unga yaxshi baho berishsa, bunday reklamali qo'llab-quvvatlash to'xtatilishi kerak degani emas. Ushbu bosqichda mahsulotni sotish qiymati hali ham yuqori;

- III bosqich (yetuklik) - mahsulot o'zining bozoriga ega, u eng ommabop davrda bo'lgani kabi ko'proq yoki kamroq doimiy daromad beradi. Kompaniya endi uni targ'ib qilishining hojati yo'q; Kompaniyaning eng asosiy maqsadi - reklamani qo'llab-quvvatlashga o'zining tinch versiyasida pul sarflash, ya'ni. "shon-sharafni qo'llab-quvvatlash"da. Biroq, kompaniya bozorni "tinglaydi", chunki yetuklik bosqichi to'satdan IV bosqichga o'tishi mumkin;

- IV va V bosqichlar (to'yinganlik va pasayish) - birinchi navbatda savdo hajmi sekinlashadi, barqarorlashadi, so'ngra keskin yoki asta-sekin pasayadi. Buning sabablari juda xilma-xil bo'lishi mumkin - texnik eskirishi, iste'molchilar didining o'zgarishi, ma'naviy eskirishi, mahsulot qondiradigan ehtiyojlarning yo'q bo'lib ketishi.

6.9. Xalqaro olimpiya qo'mitasining marketingli faoliyati.

Xalqaro olimpiya harakatining samarali faoliyati yetarli moliyalashtirishsiz amalga oshirilmaydi. Milliy olimpiya qo'mitalari, Olimpiya o'yinlari tashkilotchilari, sportchi-olimpiyachilar moliyaviy qo'llab-quvvatlashga muhtoj bo'ladilar. Bundan tashqari, XOQning o'zi pul mablag'larining yetishmasligi bilan bog'liq barcha vazifalarni hal qila olmaydi. Agar biron-bir moliyaviy baza bo'lmasa, Olimpiya harakat o'zining mustaqilligi, iqtisodiy mustaqilligi va ishonchliligini yo'qotadi, uning sport olamiga ta'siri pasayadi.

Barqaror va to'laqonli moliyalashtirishning hal qiluvchi rolini anglagan holda, XOQ Olimpiya harakatining yetakchi kuchiga va moliyaviy xavfsizligining poydevoriga aylangan Olimpiya marketing dasturini ishlab chiqdi. XOQ olimpiya marketingi dasturiga maxsus tashkil etilgan komissiyani amalga oshirishni topshirdi. Uning asosiy maqsadlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi [10]:

- har bir mamlakatning olimpiya sportchilarini rag'batlantirish orqali sportning kelajagini kafolatlash va olimpiya o'yinlarining o'tkazilishini ta'minlash;

- Olimpiya o'yinlari ramzlarini targ'ib qilish va himoya qilish;

- Olimpizm g'oyalarini saqlash va tarqatish;

- marketing faoliyatidan keladigan daromadlar rivojlanayotgan davlatlar sportchilariga qanday yordam berishini tahlil qilish;

- uzoq muddatli marketing strategiyasi nuqtai nazaridan XOQning boshqa qo'mitalari bilan yaqin aloqada bo'lish, ularning iqtisodiy qo'llab-quvvatlashini ta'minlash va shu orqali olimpiya harakatining moliyaviy barqarorligini ta'minlash;

Olimpiya harakati doirasida, shu jumladan XOQ, MOQ, xalqaro sport federatsiyalari va boshqa tashkilotlarning tegishli daromadlari va ularning taqsimlanishini kafolatlaydi;

- dunyo bo'ylab odamlar olimpiada o'yinlarini ommaviy televideniya kanallarda tomosha qilishlarini ta'minlash.

Ushbu global maqsadlarni inobatga olgan holda, XOQ marketing qo'mitasi quyidagi yo'nalishlarda faoliyat yuritadi [10]:

1) XOQ va olimpiya harakati uchun moliyalashtirish va foyda manbalarini ko'rib chiqadi va hisobga oladi. Ushbu sohada marketing

qo'mitasi Olimpiya o'yinlarining potentsial homiylaridan tushgan barcha takliflarni tahlil qiladi, televideniya, radio va Internet translyatsiyalariga bo'lgan huquqlarni sotishning umumiy hajmi va shartlari, suvenirlar va parfimeriyalarni olimpiya ramzlari bilan sotish, olimpiya yodgorlik medallari va tangalarini zarb qilish bilan bog'liq masalalarni muhokama qiladi. Boshqa biznes takliflar.

2) XOQ Ijroiya qo'mitasiga marketing faoliyati va tegishli dasturlar bo'yicha tavsiyalar beradi. Marketing qo'mitasi mutaxassislari Kengashga XOQ a'zolariga to'g'ri qaror qabul qilishga yordam beradigan barcha zaruriy asoslarni, iqtisodiy hisob-kitoblarni va ekspert baholarini taqdim etadilar.

3) XOQ boshchiligidagi amalga oshirilayotgan marketing va boshqa iqtisodiy dasturlarning bajarilishini nazorat qiladi.

4) Marketing sheriklar bilan birgalikda olimpiya harakati uchun daromadni ko'paytirish usullari va vositalarini qidirish.

Kalit so'zlar va tushunchalar. Marketing, tamoyil, maqsad, sport marketingi, bozor, raqobat, marketing funktsiyalari, sport marketingining tamoyillari, sport marketingining funktsiyalari, marketing tuzilmasi, marketing dasturi, mahsulotlar marketingi, jismoniy tarbiya va sport xizmatlari marketingi, sport menejmenti, boshqaruvni tashkil etish, tashkilotlarning imidji, marketing rejasi, mijozlarga xizmat ko'rsatish tamoyili, marketing strategiyasi, bozorni o'rganish usullari, mahsulotni tadqiq qilish, mahsulotning hayotiy davri.

Nazorat savollari.

1. "Marketing" tushunchasining mohiyati.
2. Marketingni boshqarish deganda nima tushuniladi?
3. Tashkilot faoliyatining yuqori samaradorligi va raqobatbardoshligiga qanday vositalar orqali erishiladi?
4. Sport marketingining tamoyillari.
5. Sport marketingi nimani anglatadi?
6. Sport marketingi ilmi qachon shakllana boshlagan?
7. Sport marketingining funktsiyalari.
8. Marketing tuzilmasining asosiy yo'nalishlari.
9. Sportda dam olish (rekreatsiya) ning ahamiyati nimada?
10. Sport marketingidagi tadqiqotlarning asosiy yo'nalishlari.

11. Marketing rejasi qanday muhim savollarga javob berishi kerak?
12. Mahsulotga yo'naltirilgan marketingning mohiyati.
13. Iste'molchilarga yo'naltirilgan marketingning mohiyati.
14. Marketing-miks (aralash marketinig) ning mohiyati.
15. Mahsulotni o'rganish deganda nima tushuniladi?
16. Mahsulotning hayotiy davri qanday bosqichlardan iborat?
17. Xalqaro Olimpiya Q'mitasi (XOQ) marketing faoliyatining mohiyati.
18. XOQning marketing qo'mitasi qaysi sohalarida faoliyat yuritadi?

VII BOB. SPORT MENEJMENTIDA BOSHQARUV PSIXOLOGIYASINING SHAKLLANISHI

7.1. Boshqaruv psixologiyasining asosiy tushunchalari [13]

Akmeologiya - bu tabiiy, ijtimoiy, gumanitar va texnik fanlarning kesishishida paydo bo'lgan va insonning kamolot bosqichida, ayniqsa u ushbu rivojlanishning eng yuqori bosqichiga yetganida fenomenologiya, qonuniyatlar va mexanizmlarni o'rganadigan fan.

Aksiologiya (yunoncha - "qiymat", "so'z", ta'limot") - qadriyatlar to'g'risidagi ta'limot, qadriyatlarining mazmuni, turlari, mezonlarini o'rganish.

Faoliyat - bu sub'ektning dunyo bilan o'zaro ta'sirining dinamik tizimi, uning davomida ob'ektda ruhiy tasvirning paydo bo'lishi va mujassamlanishi va ob'ektiv voqelikda u vositachilik qilgan sub'ektning o'zaro munosabati ro'y beradi.

Individ (lotincha. Individuum - ajralmas, individ; ingliz tilidan. Individ birlik; nemis. Individuum) - 1. Insoniyatning alohida vakili sifatida alohida shaxs, alohida organizm yoki yakka shaxs. 2. Jamiyatning, odamlarning, sinfnining, ushbu ijtimoiy guruhning alohida vakili.

Shaxs - 1) individ ijtimoiy munosabatlar va ongli faoliyat sub'ekti sifatida; 2) ijtimoiy munosabatlarga qo'shilish, shaxsning birgalikdagi faoliyat va aloqada shakllanadigan tizimli sifati.

Psixika (yunoncha psixikos - ko'ngilchanlik) bu yuqori uyushgan materiyaning tizimli mulki bo'lib, u ob'ektiv dunyo sub'ekti tomonidan faol aks etilishida, bu dunyoning ajralmas manzarasini sub'ekt tomonidan uni yaratishda va uning xulq-atvori va faoliyati asosida o'zini-o'zi tartibga solishdan iborat.

Mohiyat (inglizcha substantiya / mohiyat va hodisa; nemischa wesenserscheinung) - bu mavjudlikning barcha xilma-xil va qarama-qarshi shakllarining birligida ifodalangan ob'ektning ichki mazmuni.

Sub'yekt (lotincha subjectus - asosida yotuvchi; ingliz tilidan sub'yekt; nemis. subjekt) - 1. ob'ektiv-amaliy faoliyat va bilishning tashuvchisi (individual yoki ijtimoiy guruh); ob'ektga yo'naltirilgan faoliyat manbai. 2. Shaxs har qanday mulkni tashuvchisi sifatida; shaxsiyat.

Moslashish (lot. Adapto - moslashtirish) - tananing tuzilishi va funksiyalari, uning a'zolari va hujayralarining atrof-muhit sharoitlariga moslashishi. Moslashish jarayonlari gomeostazni saqlashga qaratilgan. Adaptatsiya - biologiyaning markaziy tushunchalaridan biri, psixologik tushunchalarda gestalt psixologiyasi va intellektual rivojlanish nazariyasi singari, Shveytsariya psixologi J.Piage tomonidan ishlab chiqilgan, shaxs va uning atrof-muhit o'rtasidagi munosabatlarni gomeostatik muvozanatlash jarayonlari sifatida izohlaydigan psixologik tushunchalar sifatida keng qo'llaniladi. Moslashuv bilan birga keladigan o'zgarishlar tananing barcha darajalariga ta'sir qiladi: faoliyatni molekyulardan psixologik tartibga solishga qadar. Ekstremal sharoitlarga moslashishda muvaffaqiyatning hal qiluvchi rolini o'quv jarayonlari, shaxsning funktsional, aqliy va axloqiy holati o'ynaydi.

Tashqi motivatsiya - uning mazmuniga bevosita bog'liq bo'lmagan, uning tashqarisida yotadigan faoliyatni rag'batlantiruvchi sabablar to'plami.

Ichki motivatsiya - bu faoliyatning mazmunida va uni amalga oshirish sharoitida to'g'ridan-to'g'ri shakllantirilgan faoliyatning rag'batlantiruvchi sabablari to'plami (masalan, faoliyatning o'ziga qiziqishi).

Simptomlar majmui - insonning psixologik xususiyatlarining majmui.

Birgalikda ishlash - bu ikki yoki undan ortiq odamlarning umumiy maqsadi bo'lgan faoliyati.

Boshqaruv faoliyati bu kasbiy faoliyat turidir, uning o'ziga xos-xususiyati uning asosiy va eng keng tarqalgan vazifasi - umumiy maqsadlarga erishish yo'nalishi bo'yicha boshqa odamlarning faoliyatini muvofiqlashtirish zaruriyati, shuningdek ierarxiya tamoyiliga tayanadi.

"Samarali menejer" bu menejment nazariyasining asosiy tamoyillarini hamda ularni amalda qanday qilib samarali amalga oshirishni biladigan va yuqori kasbiy mahoratga ega bo'lgan ideal rahbarni anglatadigan shartli tushuncha.

7.2. Faoliyat psixologiyasining mohiyati.

Hozirgi kunda boshqaruvdagi qonuniyatlarni bilish, tashkilotdagi inson xulq-atvorining psixologik xususiyatlari har qanday yo'nalishdagi mutaxassisning umumiy kasbiy madaniyatining ajralmas qismi sifatida qaraladi. Menejment va boshqaruv faoliyati psixologik talablarining tabiati va rolining ahamiyati to'g'risida yaxlit tasavvurni, bizning fikrimizcha, boshqaruv faoliyatining yetakchi mexanizmi va regulyatori sifatida faoliyat, menejment, psixologik muvofiqlik va nazorat tushunchalarini izchil ko'rib chiqish va psixologik-pedagogik umumlashtirish asosida shakllantirish mumkin.

"Faoliyat" fundamental ilmiy, psixologik, pedagogik tushunchalardan biri bo'lib hisoblanadi. U falsafa, fiziologiya, sotsiologiya, psixologiya fanlarida shakllangan va o'zaro tortishish natijasida bir-biriga bog'liq to'rtta ma'no - faoliyat, ish, mehnat va xulq-atvor sinonimlarni tashkil qiladi. " G. V. Suxodolskiy, faoliyatni dunyoqarash nuqtai nazaridan (ya'ni, falsafaning asosiy masalasi dunyoqarashning asosi sifatida talqin qilinadigan jihatlarni) hisobga olib, tizimli yondashuvdan foydalanib, faoliyatning psixologik tarkibiy qismlarini quyidagilarga ajratadi.

1) tarkibiy va tuzilmaviy, subyektiv va ob'ektiv xususiyatlar (morfologik jihat);

2) ehtiyoj va qiymat, motivatsion va maqsadli (aksiologik jihat);

3) irsiy, fazoviy-vaqtli, resursli, ijroviy (praksiologik jihat);

4) "Tasvirlash rejasining" kkita qarama-qarshi - tashqi va ichki xususiyatlarini ta'kidlab, mohiyatli va kognitiv, sifat va miqdoriy tavsiflar (ontologik jihat).

Faoliyatning asosiy psixologik xususiyatlari - bu faollik, xabardorlik, e'tibor, ob'ektivlik va tizimli tuzilish. Faoliyat asosi har doim biron bir motivdir. Faoliyatning asosiy tarkibiy qismlari bu psixologik shakllanishlar, masalaning maqsadi, motivatsiyasi, qaror qabul qilish uchun ma'lumot bazasi, reja, dastur, mavzuning individual psixologik xususiyatlari, aqliy jarayonlar (kognitiv, hissiy, ixtiyoriy), shuningdek boshqarish, tuzatish, ixtiyoriy tartibga solish va boshqalar. Faoliyatning

psixologik nazariyasining asosiy g'oyasi shundan iboratki, faoliyat jarayonida odam nafaqat dunyoni o'zgartiradi, balki o'zini shaxs sifatida, faoliyat sub'ekti sifatida rivojlantiradi.

Shunday qilib, faoliyatning mohiyatini (faoliyatning o'ziga nisbatan) ta'minlaydigan va rivojlantiradigan (shaxsga faoliyat sub'ekti sifatida) manba menejment va ta'limni (pedagogika bo'limi sifatida) asos sifatida bog'laydi va shuning uchun umumiy qonuniyatlar va rivojlanish tendentsiyalari mavjudligini taxmin qilish imkonini beradi.

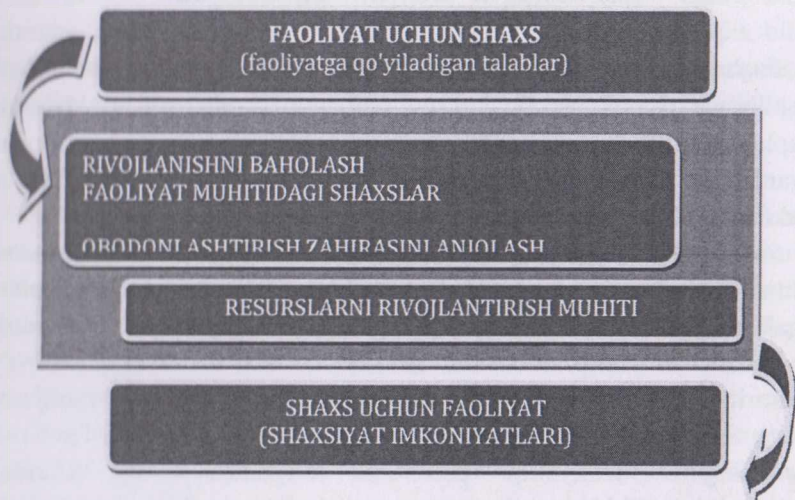
7.3. Shaxs, muhit va faoliyatning o'zaro ta'siri.

Har qanday faoliyatning eng muhim tarkibiy qismlaridan biri bu uning motivatsiyasidir. Faoliyatning har bir professional muhiti uchun o'ziga xos xususiyat uning mazmuni hisoblanadi. Biroq, umumiy motivatsion yo'nalishlar va motivatsion asoslar - tashqi va ichki motivlar mavjud. Masalan, tashqi motivlar yutuq motivi, ichki motivlar natija emas, balki uning faoliyati jarayonida yo'naltirilganlikdir. Tashqi motivlar ko'pincha shaxsiy va kasbiy o'zini-o'zi anglash motivlari bilan, ichki esa o'zini-o'zi rivojlantirish motivlari, semantik rol, kasbiy faoliyatda o'zini-o'zi anglash bilan bog'liqdir. Shu bilan birga, avvalgi davr tadqiqotchilari o'zini-o'zi rivojlantirish va o'zini-o'zi safarbar etishning integratsiyasi "o'quvchi va o'qituvchining ijodi" ni o'zaro bog'liq va o'zaro taqozo etuluvchi bo'lgan ta'lim mikrosistemi (o'ziga xos tarzda pedagogik tizimning "yadrosi"), shu jumladan ta'lim, tarbiya va ta'lim funktsiyalarini namoyish qilishi mumkinligini yozganlar. Ijodkor o'qituvchi va talabani birlashishi, "o'zini-o'zi tarbiyalash va rivojlantirish zarurligini bog'laydi" va ular, aslida, bitta maydonning qarama-qarshi uchlari, bitta "narvon" ekanligini ta'kidlab,, psixologik tabiatni va o'qituvchining o'quv jarayonida talabalar bilan chinakam ta'lim hamkorligi zarurligini tushunish uchun asosdir deb hisoblashgan. Faoliyat sub'ekti faoliyatining motivatsiyasi, maqsadga muvofiqligi asosan mustaqillik, o'zini-o'zi boshqarish va boshqa shaxsiy fazilatlarni namoyon etadigan aniq mustaqil ishlarda namoyon bo'ladi.

Bir vaqtning o'zida ikki tomonning - boshqaruvchining (jamoaviy faoliyatning sub'yektiga nisbatan) va boshqariladigan (butun jamoaning alohida sub'ektlaridan biri sifatida - niabatan yuqori darajadagi boshqaruv bo'g'ini sifatida) "yig'indi ko'rinishida bajaralidigan harakatlarning sub'yekt tomonidan maqsadli yo'naltirilganligi, ichki motivlanganligi, tarkiblanganligi hamda jarayon va natija bo'yicha muvofiqlashtiriladigan rahbarning mustaqil faoliyati bo'lib, u nisbatan yuqori darajada anglash, refleksiya, o'z intizomi hamda shaxsiy mas'uliyatini talab qiladi va shu tarzda umumiy holda boshqaruv jarayonida ta'lim bilan bog'liq bo'lgan tarkib faoliyati va rivojlanishining sub'yektiv asosi sifatida ko'riladi. Shunday qilib, rahbar o'zi uchun ham, jamoa uchun ham o'zini o'zi rivojlantirishning "parovoz lokomotivi" tomonidan kollektiv faoliyat subyeksi sifatida harakat qilishi mumkin, bu esa boshqaruv faoliyatini sifat jihatidan o'zgartirilishini va uning yuqori kasbiy darajadagi sifat jihatidan yangi "burilish" ga o'tishini rag'batlantiradi. Shuning uchun shaxsiyat va faoliyatning rivojlanayotgan mohiyatining integrativ semantik maqsadini psixologik va pedagogik deb hisoblash mumkin.

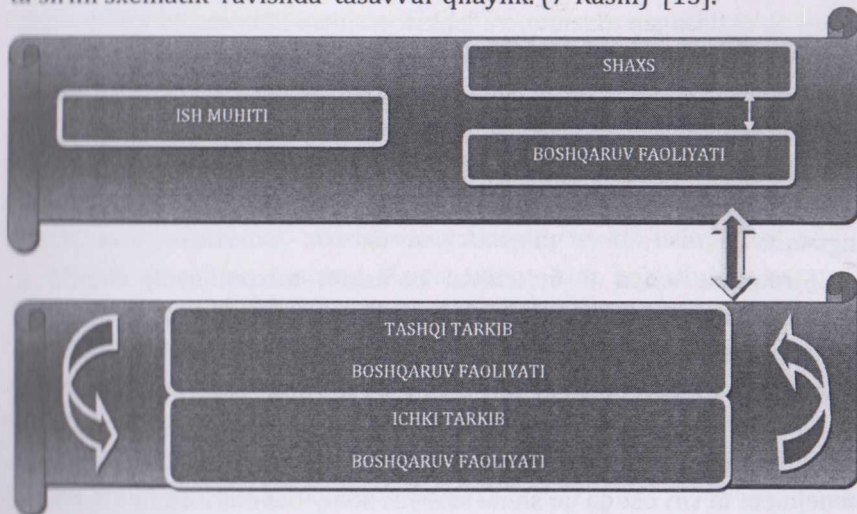
"Faoliyat" va "Uni amalga oshirish uchun muhit" o'rtasidagi qarama-qarshilikni hal qiladigan joy bo'lgan har bir kishining, shu qatorda rahbarning shaxsiyati shaxs o'zini-o'zi rivojlantirish va o'zini namoyon qilish imkoniyatini olish bilan birga faoliyat muhitini rivojlantirish bilan shug'ullanadi va shu bilan "Faoliyat" va "Muhit"ning o'zaro harakatlanishiga ta'sir qiladi. Buni 6-rasmda sxematik tarzda quyidacicha tasavvur qilish mumkin [13].

Agar biz jamoaviy faoliyatni "odam - texnologiya", "odam - odam", "odam - tabiat" tizimlarining dinamik o'zaro ta'sirining tasodifiyligi tufayli emas deb hisoblasak, u ravshan, dialektik jihatdan shartli bo'ladi, ob'ektiv jamoaviy faoliyat sub'ektlari muammolarining psixologik mohiyati va zaruriyatni o'z vaqtida anglash hamda ularni hal qilish uchun yangi va nostandart, integrativ metodologik usullarni izlash zaruriyati yaaqqol namoyon bo'ladi.



6-rasm.. "Shaxs", "Muhit" va "Faoliyat" munosabatlarining semantik diagrammasi.

"Faoliyat" va "Faoliyat muhiti"ning semantik shaklida o'zaro ta'sirini sxematik ravishda tasavvur qilaylik. (7-Rasm) [13].



7-rasm. "Muhit" va "Faoliyat" ning semantik shaklida o'zaro ta'sirining sxemasi.

7.4. Boshqaruv faoliyatining mohiyati.

Boshqaruv faoliyati mazmunini ochishda ikki xil yondoshuv mavjud: tashkiliy va psixologik. Boshqaruv faoliyatini tahlil qilishda haqiqiy psixologik yondashuvning o'ziga xos-xususiyati shundan iboratki, uni o'rganish va tavsiflash, avvalambor harakatlar darajasida va ularni tashkil etishni nazarda tutadi.

Boshqaruv faoliyati ijtimoiy tashkilotlar faoliyatining ajralmas va muhim qismidir. "Odamlarning birgalikda ishlashi, bir-biri bilan birgalikda ishlashi uchun ajralmas ehtiyoj va qobiliyat individual harakatlarni muvofiqlashtirishni talab qiladi. Ularni muvofiqlashtirish, hamkorlik qilish, boshqacha aytganda, birgalikdagi faoliyatni boshqarish."

Boshqaruv faoliyatini psixologik o'rganish ilmiy jihatdan mushkuldir, chunki bu yerda tadqiqot predmeti psixologik voqelik kabi "tushunish qiyin bo'lgan" sohadir. Ichki tarkib tashqi qismga qaraganda kamroq o'rganiladi. "Shunga qaramay, tashqi manzarani tahlil qilish uni chuqur va har tomonlama ochib berish uchun ob'ektiv ravishda yetarli emas. Bu boshqaruv faoliyati to'g'risidagi bilimning asosiy tamoyili - tashqi ob'ektlashgan mazmun va ichki - yashirin mazmunini tahlil qilish talabini anglatadi. Ushbu tamoyil faoliyat psixologiyasida muhim ahamiyatga ega." Boshqaruv faoliyatining psixologik o'ziga xosligi, o'ziga xos turlaridan qat'iy nazar, u "ham individual, ham qo'shma bo'lishidadir. Darhaqiqat, boshqaruv faoliyati, bir qatorda, boshqariladigan sub'ektlarning mavjudligini, ya'ni qo'shma ekanligini anglatadi.

Biroq, bu holda u individual bo'lishini to'xtatmaydi, chunki u individual faoliyat tuzilishiga xos bo'lgan barcha tarkibiy qismlar va vositalarni amalga oshirishni talab qiladi. Bundan tashqari, boshqaruv muammolarini hal etishga qaratilgan rahbarning individual faoliyati sezilarli darajada o'zgaradi; eng kengaytirilgan shaklda paydo bo'ladi; uning murakkabligi, javobgarligi keskin oshadi. Shu bilan birga, menejment ta'siri ostida qo'shma faoliyat oddiy hamkorlik sifatida emas, balki ierarxik tashkilot turiga qarab quriladi. Shuning uchun, psixologik nuqtai nazardan, boshqaruv faoliyati individual va qo'shma faoliyatning sintezi sifatida talqin qilinadi. Bu individual va qo'shma faoliyatning

asosiy xususiyatlarini kuchaytiradi. Bu to'g'ridan-to'g'ri emas, balki tashkilot faoliyatining yakuniy natijalari bilan bilvosita bog'liqlik bilan tavsiflanadi ... "Ko'proq boshqaruv faoliyati ijro etilmaydigan funktsiyalar atrofida to'plangan va to'g'ridan-to'g'ri bajariladigan ishlardan ozod qilingan bo'lsa, uning samaradorligi shunchalik yuqori bo'ladi."

Boshqaruv faoliyatining maqsadi - kamida ikkita qirrani: "texnologik" va "inson" ni o'z ichiga oladigan ma'lum bir tashkiliy tizimning (ijtimoiy-texnik) samarali ishlashini ta'minlashdir. Shuning uchun, rahbarning ishi ikkita asosiy jihatni o'z ichiga oladi - texnologik jarayonni ta'minlash bilan bog'liq ("instrumental kontur") va shaxslararo o'zaro munosabatlarni ("ekspressiv kontur") tashkil qilish bilan bog'liq [13]. Ushbu konturlar menejerdan hatti-harakatlarning turli xil usullari va shakllarini sifat jihatidan amalga oshirishini talab qiladi. Shu munosabat bilan, faoliyatning umumiy murakkablik darajasi ham ortadi. Tashkiliy jihatdan, yetakchi ta'rifi bo'yicha bir vaqtning o'zida guruh a'zosi bo'lib, u ierarxik jihatdan ustun bo'lganligi sababli, tashqarida - yuqorisida turadi. Ma'lum bir "masofani" saqlash - ierarxik prinsiplar - bu tashkilotlarning samaradorligini ta'minlash vositalaridan biri, boshqaruv faoliyatining belgisi.

Boshqaruv faoliyati uni amalga oshirish nuqtai nazaridan o'ziga xosdir:

- tashqi sharoitlar - vaqtning keskin cheklanishi, ma'lumotlarning surunkali noaniqligi, yakuniy natijalar uchun yuqori javobgarlikning mavjudligi, tartibga solinmagan mehnat, resurslarning doimiy yetishmasligi, ekstremal - stressli vaziyatlarning tez-tez uchrab turishi;

- ichki sharoitlar, xususan, bir vaqtning o'zida ko'plab harakatlarni bajarish va ko'p vazifalarni hal qilish zaruriyati, tartibga soluvchi talablarning nomuvofiqligi yoki ularning yo'qligi, ishlash uchun baholash mezonlarining aniq va ravshan shaklida artikulyatsiyaning yo'qligi, ba'zan ularning yo'qligi; boshning turli xil yuqori hokimiyatlarga bo'ysunishi va natijada ular tomonidan talablarning nomuvofiqligi; deyarli to'liq algoritmik bo'lmagan faoliyat.

Boshqaruv faoliyatiga bevosita xos bo'lgan xususiyatlar bilan bir qatorda, rahbarning tashkiliy maqomi (rahbar lavozimining xususiyatlari) tufayli o'ziga xos- xususiyatlarga ega:

- ikki tomonlama sheriklik (qo'shma korxona rahbari va a'zosi);
- umuman guruh (tashkilot) faoliyati uchun javobgarlik;
- guruhning boshqa a'zolariga nisbatan kengaytirilgan imkoniyatlar.

Boshqaruv faoliyatining barcha xususiyatlari ularning bir-biri bilan o'zaro bog'liqligida kasbiy faoliyatning o'ziga xos turi sifatida o'ziga xos psixologik xususiyatlarning ma'lum bir simptom majmuasini tashkil etadi. U turli darajadagi jiddiylik bilan o'zini namoyon qilishi mumkin. Ushbu farqlarni belgilaydigan asosiy parametrlar ierarxik maqomdir.

Boshqarish jarayoni 4 ta asosiy makro bosqichni o'z ichiga oladi:

1) rahbarning boshqaruv malakasini shakllantirish, ya'ni amalda o'z samaradorligini isbotlagan boshqaruv vositalarini mohirlik bilan shakllantirish;

2) vaziyatga nisbatan har qanday kontsepsiya yoki usulni qo'llash natijasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan ijobiy va salbiy oqibatlarni bashorat qilish; ularning qiyosiy tahlili;

3) vaziyatni to'g'ri talqin qilish; uning vaziyatli o'zgaruvchilar deb nomlangan asosiy omillari (tashqi va ichki)ni ajratish; bir yoki bir nechta o'zgaruvchiga ta'sir qilish samarasini baholash;

4) samarani maksimallashtirish yoki minimallashtirish talablari asosida boshqaruvning tanlangan usullarini aniq sharoitlar bilan muvofiqlashtirish. "Boshqaruvning pirovard maqsadi - bu tizimning ishlashini optimallashtirish, eng kam harakat va xarajat bilan maksimal foyda olish."

7.5. Boshqaruv psixologiyasini o'rganish predmetining asosiy tarkibiy qismlari.

Boshqaruvning tubigacha psixologik mazmun singib kirgan, chunki uning asosiy namoyondasi boilib o'zining qobiliyati, intellekti, motivatsiyasi, shaxsiy va boshqa fazilatlariga ega bo'lgan odam hisoblanadi. Murakkab tizimli ta'lim sifatida boshqaruv ko'plab o'zgaruvchilar, shu jumladan psixologiya bilan bog'liq. Shuning uchun boshqaruv psixologiyasi degan maxsus fan paydo bo'ldi. U ikki fanning o'zaro bog'liqligida mavjud va rivojlanmoqda: psixologiya va boshqaruv. Boshqaruv psixologiyasi boshqaruv fanining bir qismi bo'lib, tashkilot hayotining sifatini yaxshilashni rivojlantirishni o'rganish bilan bevosita

bog'liqdir. Boshqaruv psixologiyasi psixologiya fanining yo'nalishi bo'lib, u inson ruhiyatini o'rganadi, uning boshqaruv faoliyatiga aqliy tavsif beradi va uni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zarur bo'lgan xususiyatlarni tahlil qiladi.

Boshqaruv psixologiyasi o'rganish predmeti sifatida inson, uning psixikasi va faoliyat xususiyatlari bilan shug'ullanadi. Boshqaruv psixologiyasining predmeti juda xilma-xildir. Uni quyidagi tarkibiy qismlarqa ajratish mumkin:

1. Boshqaruv psixologiyasining predmeti bo'lib rahbar va ijrochilarning psixologik xususiyatlari hisoblanadi. Rahbarlarning fazilatlar, boshqaruv faoliyatining psixologik xususiyatlari psixologiyaning boshqa sohalarida o'rganilmaydi, faqat boshqaruv psixologiyasining predmeti hisoblanadi.

2. Inson faoliyatining samaradorligi nafaqat uning kasbiy tayyorgarlik darajasi, balki ayni paytda shaxsning psixologik holati bilan ham belgilanadi. Shu sababli, insonning ruhiy holatiga ijobiy yoki salbiy ta'sir ko'rsatadigan turli xil omillarni o'rganish uning ish samaradorligini oshirishda katta ahamiyatga ega.

3. Boshqaruv psixologiyasi menejerlar va ijrochilar o'rtasida mavjud bo'lgan ma'lumotlarning xususiyatlarini o'rganadi, ushbu ma'lumotlarning psixologik xususiyatlarini ochib beradi.

4. Boshqaruv psixologiyasi rahbar va ijrochi hamda boshqariladigan jamoa a'zolari o'rtasidagi munosabatlarni o'rganadi.

Boshqaruv faoliyatida inson psixikasining xususiyatlarini o'rganish asosida boshqaruv psixologiyasi ushbu omillarni boshqaruvda qo'llash bo'yicha tavsiyalar beradi. Bu xususiyat uni amaliy fan sifatida tavsiflaydi.

Zamonaviy O'zbekiston uchun dolzarb muammo bo'lgan bozor iqtisodiyoti sharoitida samarali faoliyat olib borishga qodir bo'lgan boshqaruv kadrlarini rivojlantirish boshqaruv psixologiyasi sohasidagi ilmiy izlanishlarni jadallashtirmasdan mumkin emas.

7.6. Rahbarlarga qo'yiladigan psixologik talablar.

Rahbarning faoliyati xilma-xil. Korxonaning samarali ishini muvaffaqiyatli bajarish, maqbul qarorlar qabul qilish, odamlar bilan ishlash uchun iqtidorli rahbar qobiliyat, tajriba, bilim va ulardan foydalanish qobiliyatini birlashtirishi kerak.

Rahbarning ishi, avvalambor, odamlar bilan ishlash, bu eng qiyin ishlardan biridir. Bu faktning o'zi menejer uchun psixologik tayyorgarlikka bo'lgan ehtiyojni keltirib chiqaradi.

Rahbar ijrochilar bilan qanday munosabatda bo'lishni bilishi, vaziyatga qarab ularning xatti-harakatlarini moslashtirishi, xodimlarni eng samarali ravishda taqsimlash uchun ijrochilarning kuchli tomonlarini aniqlab, ularning kamchiliklarini payqashi kerak. Uning vazifasi har bir a'zo o'z o'rnini egallab oladigan, ziddiyatli vaziyatlarni yuzaga keltiradigan va muammosiz va samarali ishlashga qodir bo'lgan kuchli jamoani yaratishdir. Menejer ijrochilarga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan va jamoaning samaradorligini oshiradigan atrof-muhit omillarini o'rganishi va ishlatishi kerak. Ta'lim funktsiyasini bajargan holda, yetakchi ijrochilarda individual ijrochining va umuman jamoaning yanada samarali ishlashiga hissa qo'shadigan shaxsiy fazilatlarini faollashtirishi va rivojlantirishi kerak.

Yetakchi fazilatlariga qo'yiladigan birinchi talablardan biri bu jamoani yaratish qobiliyatidir. Uning boshqaruv faoliyatidagi yutuqlar u yoki bu rahbar tomonidan yaratilgan jamoa qanday bo'lishiga bog'liq bo'ladi. Shu munosabat bilan, rahbarga ma'lum psixologik talablar taqdim etiladi.

Rahbar ijodiy fikrlashga, boy, ammo haqiqiy tasavvurga ega bo'lishi kerak.

Rahbarning har bir xodimda lavozimga nomzod bo'lishi kerak bo'lgan xususiyatlarning tarkibini aniqlash qobiliyati kadrlarni to'g'ri tanlash va joylashtirish uchun muhim shartdir.

Jamoani shakllantirish psixologik moslik muammosini hal qilish bilan bog'liq. Bu rahbardan ishlovchilarning psixologik xususiyatlarini bilishini va jamoaning alohida qismlarini shakllantirishda ularni hisobga olishni talab qiladi. Bunday yondashuv unga jamoada yaxshi ijtimoiy-psixologik muhitni shakllantirishga ta'sir ko'rsatishga imkon beradi. Menejment sohasidagi amerikalik va yaponiyalik tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, osoyishta axloqiy va psixologik vaziyat hukm suradigan firmalar barqaror natijalarga erishmoqdalar.

Boshqaruv jarayonida eng muhim nuqta bu boshqaruv qarorlarini qabul qilishdir. Har bir rahbar o'zi boshqaradigan tizim sharoitida yuzaga keladigan muammolarni ko'rishi kerak. Har bir rahbar yangilikni

tanlay olish va uni his qila olish hamda son-sanoqsiz ma'lumot va faktlardan eng muhim masalalarni ajratib olish va tahlil qilish qobiliyatini shakllantirishi kerak.

Boshqalarning tajribasi va tayyor g'oyalarni zarurat bo'lganda ulardan foydalanish uchun tizimlashtirish rahbarning ilmiy ishlarini tashkil qilishning muhim shartidir.

Yechimni o'rganishda yaxshi rahbarni tavsiflovchi yana bir fazilat - bu qaror bilan bog'liq bo'lishi kerak bo'lgan javobgarlik hissidir.

Muammoni hal qilishda eng maqbul yondashuvni aniqlash va tanlash uchun rahbarning maslahat olish qobiliyati katta ahamiyatga ega. Rahbarning keng miqyosda maslahatlashishi uning faoliyati samaradorligini belgilaydi. Shunisi muhimki, Rahbarning yaana bir muhim xislaridan biri bo'lib odamlarning fikrlarini tahlil qila olish qobiliyati hisoblanadi.

Qaror qabul qilish samaradorligi va uning sifati aqliy faoliyatning mahsuldorlik darajasiga, mavjud bilim va tajribadan foydalanish va qo'llash qobiliyatiga bog'liq. Shuning uchun ongning moslashuvchanligi va xotira tezligi har bir rahbarning muhim va zaruriy xususiyatidir.

Qarorlarni tayyorlash va qabul qilishda ixtiyoriy fazilatlar - tashabbuskorlik, mustaqillik, qat'iyat va jasorat muhim ahamiyatga ega.

Rahbarning ishini tavsiflovchi asosiy narsa shundaki, u, avvalambor, odamlar bilan ishlaydi. Boshqaruv vazifalarini hal qilish jarayonida u harakatlarni yo'naltirishi va o'z xodimlariga ko'rsatmalar berishi kerak. Ularga ta'sir qilish, bu ularning ishchi va har tomonlama rivojlangan shaxs sifatida shakllanishiga yordam beradi. Boshqaruv faoliyati-bu rahbarning ijrochini takomillashtirish yo'nalishidagi ta'sirining doimiy jarayonidir.

Odamlar bilan ishlash rahbardan individual yondoshishning pedagogik tamoyillariga amal qilishni talab qiladi. Biror kishining yoshini, jinsini va psixologik xususiyatlarini hisobga oladigan individual yondashuv rahbarning muvaffaqiyati uchun zarur shartdir.

Rahbarning bilimlari va xatti-harakati ma'lum darajada xodimlarning psixologiyasiga ta'sir qiladi. Rahbar barcha ish jarayonida ijrochilarni tarbiyalaydi. Biror kishini takomillashtirish masalasi, avvalambor, uning qobiliyatlarini rivojlantirish bilan bog'liq. Bularning barchasi insonning aqliy faoliyatida ham, hissiy va inson faoliyati psixikasining iroda bilan bog'liq bo'lgan sohalaridagi ma'lum o'zgarishlar bilan chambarchas bog'liq.

7.7. Xarakter shakllanishining ijtimoiy-psixologik xususiyatlari.

Biror kishining atrof-muhit va boshqa odamlar bilan o'zaro munosabatlarida uning ko'plab ijtimoiy-psixologik xususiyatlari namoyon bo'ladi. Ularning aksariyati ahamiyatsiz, qisqa muddatli yoki uning dunyoga bo'lgan munosabatiga ta'sir qilmaydi. Ammo har bir odamda doimo o'zini namoyon qiladigan va bir kishini boshqasidan ajratib turadigan shunday individual psixologik xususiyatlar mavjud. Bular aniq bir-birini aniqlaydigan, atrofdagi sharoitlar va odamlarga nisbatan harakatlar va munosabat uslubini aniq ifodalaydigan xarakterli belgilar. Xarakter - bu insonning asosiy aqliy ombori.

Xarakter ishlarda va harakatlarda namoyon bo'ladi va shakllanadi. Xarakter qiyinchilik va to'siqlarni yengishda shakllanadi.

Xarakterni tarbiyalashda, birinchi navbatda, haqiqiy e'tiqodlar, g'oyalar va ideallarni shakllantirish kerak. Bular kuchli xarakterni shakllantirish uchun eng muhim shartlardir. Shu bilan birga, inson nafaqat bilishi, balki hayotda va ishda o'z e'tiqodlarini anglab yetishiga harakat qilish kerak. Uning dunyoqarashi amaldan ajralmasligi kerak.

Ishbilarmonlik, intizom, keng qirralik, faollik - bu ishchining shaxsiyati uchun kurashidir. Ushbu kurash har qanday hududda butun ish kuni davomida, ishlamay qolmaydigan, mehnatkashning boshi ham, qo'llari ham band bo'lishi uchun sharoitlar yaratishni talab qiladi.

Xarakterning ajralmas xususiyat - intizom - mansab yo'riqnomalari, mehnat qoidalari va xulq-atvor me'yorlariga aniq rioya qilishdir. Rahbarning talablari hamda tashkilotning barcha rejim qoidalari doimiy ravishda bajarilganda tartib-intizom shakllanadi. Ularni amalga oshirish jarayonida qiyinchiliklar va to'siqlar yengib o'tiladi.

Axloqiy (xushmuomalalik, noziklik), hissiy (xushyoqish, ishtiyoq) va irodaviy (qat'iyatlilik, tanqid) xususiyatlar rahbar hatti-harakatlarning namunasini ko'rsatadi. Rahbar individual yondashuvni unutmasligi kerak, xarakterning eng yaxshi ko'rinishlarini ma'qullash va maqtash imkoniyatini qo'ldan boy bermaslik, odamlarning hatti-harakatlaridagi kamchiliklarni ta'kidlash kerak.

Xarakterni shakllantirishda muhim rol o'zini-o'zi tarbiyalashdir. Rahbarning bevosita vazifasi - bu bo'ysunuvchiga kamchiliklarni bartaraf

etishning samarali usullarini, o'zini-o'zi tarbiyalashning samarali usullarini, yomon odatlarni yengib o'tish yo'llarini ko'rsatishi lozim.

Xarakter insonning tug'ma sifati emasligini unutmashimiz kerak. U hayot davomida shakllanadi va takomillashadi. Biror kishi o'z xarakterining rivojlanishida bevosita ishtirok etadi va uning salbiy namoyishlari uchun javobgardir. Xalqning juda to'g'ri hikmatli gaplari bor:

- urug' eksang - odat o'rib olasan,
- odat eksang - xarakter o'rib olasan,
- xarakter eksang - taqdirni o'rib olasan.

Ko'pincha rahbar o'z yurish-turishining (o'zini tutishi-poza) tarbiyaviy ta'siriga ahamiyat berishmaydi, vaholanki, bu holat uning xarakterli xislatlaridan darak baradi. Masalan, rahbarning o'zini tutishi-bir qo'li bilan stolga suyanganida, ikkinchi qo'li bilan yon tomonga suyangan va tanani qarama-qarshi tomonga burganida uning takabburligi va birovni mensimasligi (narisizm) to'g'risida taassurot paydo bo'ladi.

Og'zaki bo'lmagan (noverbal) belgilarni (o'zini titish va uning o'zgarish lahzasi, masofa, ko'zlar, imo-ishoralar, yuz ifodalari) sinchkovlik bilan kuzatish va baholash orqali, diqqatli rahbar ijrochining kayfiyatini, uning rahbarga va hal qilinayotgan muammoga munosabatini aniqlay oladi. Biroq, xarakterni yuz ifodalari va imo-ishoralar bilan baholash uchun juda ehtiyot bo'lish kerak. To'g'ri baholash uchun imo-ishoralar yig'indisi olinadi, bunda insonning hatti-harakatlarini diqqat bilan kuzatish kerak.

Amaliyot uchun, ya'ni. ijrochilar bilan aloqada bo'lganda, menejer ijrochining fe'l-atvorini aksentlashni to'g'ri aniqlay oladi, u bilan ishlash usullarini tanlaydi va qo'llaydi, shaxsning xarakterini to'g'ri yo'nalishda shakllantirishga ta'sir qiladi va nihoyat, muloqotning ekspressiv belgilarini to'g'ri talqin qiladi va to'g'ri ishlatadi, undan psixologik tayyorgarlikni, tegishli bilimlar va tajriba asosida ulni to'g'ri qo'llashni talab qiladi..

7.8. Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullari.

Ijtimoiy-psixologik boshqaruv usullari – bu ishlab chiqaruvchilar va shaxslarga ularning ijtimoiy ehtiyojlari va psixologik xususiyatlari orqali ta'sir qilish usullaridir. Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullaridan foydalanish korxonada yuzaga keladigan ijtimoiy hodisalarni chuqur o'rganishni, xodimlarning kayfiyatiga, asab tizimiga ta'sir qiluvchi psixologik omillarni bilishni talab qiladi.

Sotsiologiya ishlab chiqarish sharoitida odamlarning ijtimoiy munosabatlari shakllanadigan mehnat omillari hamda ijtimoiy tizimlarning rivojlanishi va faoliyat ko'rsatishi, shu jumladan ishlab chiqarish, turli xil ijtimoiy hodisalarning o'zaro munosabati va jamiyatning turli sohalarida inson xatti-harakatlarining umumiy shakllarini o'rganadi. Ijtimoiy psixologiya guruhlar va ommaviy psixologiyaning xususiyatlarini, ularning shaxsning ongi va xatti-harakatlariga, odamlarning faoliyatini rag'batlantirishga, kayfiyatni va jamoatchilik fikrini shakllantirishga ta'sirini aniqlab beradi. Shaxs psixologiyasi insonning yuqori asabiy faoliyati va fe'l-atvorini, uning xarakterini, kuchli irodali shaxsiyat xususiyatlari, qobiliyatlari, hissiyotlari, xotirasi va aqliy jarayonlarini o'rganadi; mehnat psixologiyasi - har xil mehnat faoliyatining o'ziga xos-xususiyatlari, shu jumladan menejerlar va mutaxassislarning faoliyati (kasbiy belgilar va qobiliyatlar, xodimlarni tanlash va baholash usullari, mehnat jarayonlarining psixologik jihatlari, xodimlarni o'qitish usullari, mehnat va dam olish tartib-qoidalari).

Ijtimoiy-psixologik omillarning ahamiyati odamlarning fikrlashi va madaniy hamda ma'rifiy darajasining o'zgarishi bilan bog'liq. Bunday sharoitda shaxsning ehtiyojlari va manfaatlar tobora ko'proq ma'naviy sohaga kirib bormoqda. Ishdan qoniqishning eng muhim omillari bo'lib ishlab chiqaruvchilar va rahbar o'rtasidagi xayrixoh munosabatlar va ish joyidagi qulay ijtimoiy-psixologik muhit hisoblanadi.

Ijtimoiy-psixologik boshqaruv usullari ishlab chiqarishda faoliyat ko'rsatadigan ijtimoiy mexanizmni (munosabatlar tizimi, ijtimoiy ehtiyojlar va boshqalar) ishlatishga asoslangan, ijtimoiy boshqaruv usullari ijtimoiy tartibga solish orqali amalga oshiriladi.

Ijtimoiy tartibga solish usullari turli guruhlar va shaxslarning qiziqishlari va maqsadlarini aniqlash va tartibga solish orqali ijtimoiy munosabatlarni tartibga solish va uyg'unlashtirish uchun ishlatiladi. Bularga quyidagilar kiradi: jamoat tashkilotlarining ustavlari, kelishuv, o'zaro majburiyatlar, ishchilarni tanlash tizimi, ijtimoiy ehtiyojlarni taqsimlash va qondirish. Muvofiqlashtirish, shuningdek, inson omilining faolligini oshirish va boshqaruvni demokratlashtirishda foydalaniladi.

Psixologik boshqaruv usullari jamoada optimal psixologik muhitni yaratish orqali odamlar o'rtasidagi munosabatlarni tartibga solishga qaratilgan. Psixologik usullarga quyidagilar kiradi: kichik guruh va jamoalarni shakllantirish, mehnatni insonparvarlashtirish, kasbiy tanlash va o'qitish va boshqalar.

Kichik guruhlar va jamoalarni ishlab chiqarishda shakllantirish usulini qo'llash bizga kichik guruhlarda ishlovchilar o'rtasidagi optimal miqdorli va sifatli munosabatlarni aniqlash imkonini beradi.

Mehnatni insonparvarlashtirish ranglar va funktsional musiqaaning psixologik ta'siridan foydalanish, mehnatning monotonligini istisno qilish hamda ijodiy qiziqishlarni kengaytirishni o'z ichiga oladi.

Professional tanlov bu bajariladigan ishlarga eng mos keladigan psixologik xususiyat (tavsif)larga ega bo'lgan odamlarni to'g'ri tanlashdan iborat. Shaxsiy xususiyatlar psixologiyasi quyidagilarni o'z ichiga oladi: insonning qiziqishlari va moyilligi, uning qobiliyatlari, temperamenti va xarakteri. Shuning uchun, shaxslarni boshqarishda rahbar o'z oldiga insonning psixologik xususiyatlarini shakllantirish va rivojlantirishni o'rganish, uning qiziqishlari va qobiliyatlarini, temperamentini va xarakterini aniqlash vazifasini qo'yishi kerak.

Shaxsning psixologik xususiyatlarini shaxsning faoliyatidan tashqarida tushunib bo'lmaydi, chunki shaxsning fe'l-atvori, qobiliyatlari va xususiyatlari faoliyat va harakatlarda namoyon bo'ladi va shakllanadi. Shaxsning hayoti, amaliy faoliyati uning psixologik qiyofasini shakllantiradi. Inson qanday yashayotganini va nima qilayotganini bilmay turib, nima uchun u yoki bu manfaatlar hamda ma'lum qobiliyatlar paydo bo'lganini yoki boshqa belgilar rivojlanganligini tushunish mumkin emas. Inson o'zida, avvalambor, ijodkor shaxsni qadrlaydi. Ishlovchi mehnat to'g'risidagi bunday tushunchani darhol anglamaydi: moddiy ehtiyojlar birinchi darajali bo'lib qoladi, ammo ular qondirilishi bilanoq, insonning yuqori ehtiyojlari paydo bo'ladi.

Inson faoliyati ma'lum motivlardan kelib chiqadi va ma'lum maqsadlarga erishishga qaratilgan. Aloqa motivi - maqsad inson faoliyatining asosidir. Umuman olganda, motiv insonni faoliyatga undovchi, maqsad esa uni amalga oshirish natijasida erishmoqchi bo'lgan narsadir. Motiv - bu inson hatti-harakatlarining ichki kuchidir. Psixologiyada qisqa va uzoq motivatsiyani farqlash odat tusiga kiradi. Agar inson faoliyati motivlari va ularning maqsadlari faqat yaqin kelajakda cheklangan bo'lsa, ular qisqa motivatsiya va agar ular uzoq istiqbol bilan bog'liq bo'lsa, uzoq motivatsiyadan dalolat beradi. Motivatsiya darajasi odamning mehnatga, muvaffaqiyat va muvaffaqiyatsizlikka bo'lgan munosabatiga bog'liq. Faqatgina uzoqdan turtki berish mehnatga ijodiy munosabat manbai hisoblanadi.

Rahbarning eng muhim fazilati - bu odamlar faoliyatining moyillik (motiv)larini tushunish, har birining istiqbolini ochib berish, odamni muayyan ishni bajarishga qiziqtirishdir. Bu, ayniqsa biror-bir korxona yoki tashkilotga kirganda, qanday istiqbollar kutayotganligini bilishi kerak bo'lgan yosh ishlovchilar bilan ishlashda juda muhimdir. Rahbarning ishini kim, qayerda va qaysi skripkani, qayerda, qaysi asbob va qanday o'rganayotganini, kim, qayerda va nima sababdan soxtalikka yo'l qo'yayotganligi, kimni, qayerga qo'yishni aniq bilishi kerak bo'lgan dirijorning ishi bilan taqqoslash mumkin.

Insonning psixologik xususiyatlarining unga biron bir ish tomonidan taqdim etiladigan talablarga mos kelmasligi norozilikka, kasbni o'zgartirish istagiga olib keladi, xatolar ehtimolini oshiradi va natijada mehnat unumdorligini pasaytiradi. Aksincha, agar inson o'z qobiliyatlarini to'liq namoyish etishiga imkon beradigan ish bilan band bo'lsa, unda u mamnuniyat topadi, tezda kasbni egallaydi va uning mehnat unumdorligi yuqori bo'ladi.

Insonga faqat moddiy rag'batlantirish kerak, deb ishonish katta xato bo'ladi. Odamga ko'p narsa kerak - uning katta ishlarda ishtirok etishini anglash, ishda o'zini ifoda etish istagi, o'z mahoratidan faxrlanish, o'rtoqlariga hurmat, faxr va boshqalar. Odamlarning aksariyat qismi, qoida tariqasida, shaxsiy farovonlik yo'lini boshqa odamlar hisobidan shaxsiy muvaffaqiyatlarda emas, balki o'zlarining respublikaning umumiy iqtisodiy tiklanishiga qo'shgan hissasi deb biladilar.

Kalit so'zlar va tushunchalar. Faoliyat, individ, shaxs, psixika, sub'ekt, moslashuv, tashqi motivatsiya, ichki motivatsiya, simptomlar majmuasi, qo'shma faoliyat, boshqaruv faoliyati, samarali menejer, psixologiya, psixologik xususiyatlar, o'zaro ta'sir, muhit, boshqaruv jarayoni, boshqaruv psixologiyasi, psixologik talablar, boshqaruv qarori, xarakterni shakllantirish, ijtimoiy-psixologik usullar, mehnatni insoniylashtirish.

Nazorat savollari.

1. "Shaxs", "sub'ekt", "ob'ekt" tushunchalarining mohiyati.
2. "Ruh (psixika)", "psixologiya" tushunchalarining mohiyati.
3. "Moslashuv", "tashqi motivatsiya", "ichki motivatsiya" tushunchalari nimani anglatadi?
4. Faoliyatning psixologik tarkibiy qismlari.
5. Faoliyatning asosiy psixologik xususiyatlari.
6. Motivatsiyaning mohiyati va turlari.
7. "Shaxs", "Muhit", "Faoliyat"ning mohiyatli (semantic) aloqalarini qanday tasavvur qilish mumkin?
8. "Muhit" va "faoliyat"ning mohiyatli (semantic) o'zaro ta'sirini qanday tasavvur qilish mumkin?
9. Boshqaruv faoliyatining mohiyati.
10. Boshqaruv faoliyatining psixologik o'ziga xosligi nimada?
11. Rahbarning faoliyatiga qanday jihatlar kiradi?
12. Boshqaruv jarayoni qanday asosiy makrobosqichlarni qamrab oladi?
13. Boshqaruv psixologiyasini o'rganish predmetida qanday tarkibiy qismlar ajratiladi?
14. Rahbarlarga qanday psixologik talablar qo'yiladi?
15. Boshqaruv qarorlarini qabul qilinish-boshqaruv jarayonining eng muhim jihati sifatida.
16. "Xarakter" tushunchasi va uning shakllanish xususiyatlari.
17. Odamlar shaxsiyati xarakterlarining turlari.
18. Ijtimoiy-psixologik omillarning ahamiyati nimada?
19. Ijtimoiy tartibga solish usullarining mohiyati.
20. Psixologik boshqaruv usullarining mohiyati.

ATAMALAR LUG'ATI (GLOSSARIY)

Boshqaruv apparati-boshqaruv organlari tizimi, muayyan boshqaruv faoliyatida boshqaruvni ta'minlaydigan tashkilotlar to'plami; boshqaruv ishlarini bajaradigan har qanday tashkilotning xodimlari (rahbarlari, mutaxassislari, texnik ijrochilari).

Hokimiyat-huquq va tasarruf etish imkoniyati, huquqiy me'yorlar, xavfsizlik organlari, motivatsion omillar yordamida odamlar va tashkilotlarning kelishilgan harakatlarini tashkil etishni ta'minlaydigan vakolatlar majmui bilan belgilanadi.

Boshqaruvchi ta'sir-qilish-boshqaruv sub'ektining boshqaruv ob'ektiga nisbatan ongli harakati, uni yangi istalgan holatga aylantirish uchun.

Maqsadlar daraxti-bir yoki bir nechta maqsadlarni o'zaro bog'liqlik va bo'ysunishning grafik tasviri. DTSni qurishda birinchi navbatda yuqori darajadagi maqsadlar belgilanadi, keyin ular keyingi darajadagi pastki maqsadlarga bosqichma-bosqich kengaytiriladi.

Boshqaruv faoliyati-boshqaruv ob'ektining muayyan yo'nalishda o'zgarishiga qaratilgan boshqaruv sub'ekti (rahbar, boshqaruv apparati) harakatlarining majmui. Quyidagilarni o'z ichiga oladi: kamaytirish maqsadini belgilash, axborotni yig'ish va tahlil qilish, muammoli vaziyatni baholash, boshqaruv tizimini tashkil etish, boshqaruv qarorlarini tayyorlash va qabul qilish, boshqaruv samaradorligini baholash, ijtimoiy nazorat funktsiyalarini amalga oshirish.

Boshqaruv lavozimi-boshqaruv organidagi asosiy tarkibiy element, belgilangan vazifalar, huquqlar va majburiyatlar bilan belgilanadi, shuningdek, boshqaruvda mehnatni taqsimlash va hamkorlik shakllari.

Boshqarish vazifasi-boshqaruv ob'ektini boshqa davlatga o'tkazish uchun harakat qilish zarurligini nazarda tutadigan qaror mavzusi.

Boshqaruv qonuniyatlari-boshqaruv tizimlarining rivojlanishi va ishlashini belgilovchi ob'ektiv, zarur, barqaror va muhim munosabatlar, aloqalar.

Boshqaruv fanining qonunlari - boshqaruv fani tomonidan o'rganilgan hodisalarning umumiy, muhim va zarur aloqasi hisoblanadi. Boshqaruv fanlari qonunlari eng muhim ichki xususiyatlarni, boshqaruv jarayonining xususiyatlarini ifodalaydi. Misol uchun, kerakli xilma-xillik

qonuni boshqaruv tizimining xilma-xilligi boshqariladigan ob'ektning xilma-xilligidan kam emasligini talab qiladi.

Boshqaruv bo'g'ini-bo'qaruv tizimining tarkibiy elementi yoki alohida mutaxassisi bo'lishi mumkin bo'lgan nazorat tizimining elementi.

Boshqaruv iyerarxiyasi-boshqaruv darajalarining ketma-ketligi, ularning bir-biriga bo'ysunishini ko'rsatmoqda.

Boshqaruvni kuchaytirish (intensivlashtirish)-boshqaruv mehnatini tashkil etishni takomillashtirish, boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va amalga oshirish usullari, axborot miqdorini oqilona qisqartirish, hujjatlarni birlashtirish va boshqalar.

Axborot-boshqaruv qarorlarini qabul qilish va ularni amalga oshirish uchun kerakli ma'lumotlarni o'z ichiga olgan ma'lumot, bilim, xabarlar.

Boshqaruv san'ati-menejment bo'yicha ilmiy bilimlarni qo'llash, to'plangan tajriba va olingan ko'nikmalardan ushbu maxsus boshqaruv holatiga ijodiy ravishda foydalanish qobiliyati.

Boshqaruv xodimlari-professional faoliyati to'liq yoki asosan boshqaruv funktsiyalarini bajarish bilan bog'liq bo'lgan xodimlar (xodimlar).

Boshqarish sifati-belgilangan maqsadga erishish darajasi bilan belgilanadigan boshqaruv jarayonini baholash.

Kibernetika tabiatda, jamiyatda, tirik organizmlarda va texnik tizimlarda boshqaruvning umumiy qonunlari fanidir.

Kollegiallik-kollegial boshqaruv organi tomonidan boshqaruv funktsiyalarini birgalikda bajarish.

Kommunikatsiya-ijtimoiy tizimda axborot almashish jarayoni.

Nazorat-qabul qilingan qarorlarning ijtimoiy tizimning haqiqiy holatiga muvofiqligi darajasini belgilovchi, sapmalar va ularning sabablarini aniqlaydigan boshqaruv funktsiyasi.

Kontseptsiya-har qanday hodisaning rivojlanishining asosiy yo'nalishlarini va xususiyatlarini belgilaydigan tushunchalar va ular o'rtasidagi aloqalar to'plami.

Muvofiqlashtirish-umumiy maqsadlarga erishish uchun ko'rib chiqilayotgan tizimga nisbatan ijtimoiy tizim va tashqi tizimlardagi elementlarning harakatlarini muvofiqlashtirish.

Mezon-baholash amalga oshiriladigan, muqobillarni taqqoslaydigan, boshqaruv ob'ektlarini tasniflashning belgisi.

Boshqaruv yetakchisi-samarali rivojlanish maqsadlarini ilgari surish, ularga erishishning eng yaxshi usullarini topish va umumiy muammolarni hal qilish uchun turli odamlarni ijtimoiy tashkilotlarga birlashtirish, o'z shaxsiyati va atrofidagi odamlarning ijodiy imkoniyatlaridan maksimal darajada foydalanish, shu jumladan iste'dodli, iqtidorli, ajoyib.

Metaboshqaruv-boshqaruv tizimining o'zini boshqarish, uning samarali ishlashini ta'minlashga qaratilgan, ham umumiy, ham alohida nazorat quyi tizimlari.

Boshqarish usullari-belgilangan maqsadlarga erishish uchun boshqaruv sub'ektining ob'ektga ta'siri.

Boshqaruv mexanizmi-boshqaruv maqsadlarini samarali amalga oshirishni ta'minlaydigan boshqaruv usullari, vositalari va tamoyillari o'zaro bog'liq bo'lgan jamoat ishlarini boshqarishni tashkil etish usuli.

Modellashtirish-uning modelini qurish va o'rganish orqali boshqaruv ob'ektini o'rganish, simulyatsiya qilingan ob'ektning muhim xususiyatlarini ob'ektaozgina o'rganilgan haqiqiy ijtimoiy tizimlarni bilish uchun qo'llash.

Boshqaruvni rag'batlantirish-xodimni shaxsning, guruhning, tashkilotning barcha ehtiyojlari va manfaatlariga ta'sir qilish, ularning ongli ijtimoiy faolligini rag'batlantirish orqali boshqaruv faoliyatiga jalb qilishdir.

Menejmentning ilmiyligi-ijtimoiy ishlarni boshqarish jarayonida boshqaruv fanining yutuqlari, ayniqsa innovatsion ijtimoiy texnologiyalardan foydalanish darajasi.

Innovatsion boshqaruv-yangi boshqaruv bilimlari, g'oyidalar, tashkiliy shakllar, boshqaruv usullari va texnikasini o'zlashtirish va rivojlantirish jarayoni.

Norma-maqsadlarga erishish jarayonida foydalanishga ruxsat berilgan minimal yoki cheklangan miqdordagi narsa, masalan, vaqt normasi, nafaqat tabiiy, balki ijtimoiy, axborot, tashkiliy va boshqalar.

Boshqarish ob'ekti-boshqariladigan kichik tizim (ijtimoiy jarayonlar, resurslar, ijtimoiy tashkilotlar, odamlar), boshqaruv sub'ekti (boshqaruv tizimi, boshqaruv organi, menejer) ta'sirini sezadi.

Boshqarishni optimallashtirish-optimal echimlarni ishlab chiqish jarayoni. Tashkiliy tuzilma-elementlari orasidagi o'zaro ta'sirni aks ettiruvchi boshqaruv ob'ektining (tizim, tashkilot) tuzilishi. Lineer, funksional, funksional-lineer, dasturiy-maqсадli, matritsa bo'lishi mumkin.

Tashkiliy loyihalash-boshqaruv mehnatini ratsionallashtirish loyihalari va dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish.

Tashkilot-muayyan qoidalar (rasmiy va norasmiy) asosida faoliyat yuritadigan dastur yoki maqsadni birgalikda amalga oshiradigan odamlar birlashmasi. Tashkilotning ikkita shakli — rasmiy va norasmiy.

Boshqaruvni tashkil etish-boshqaruv tizimini yaratish, shakllantirish yoki uning ishlashi va rivojlanishi tartibiga progressiv o'zgarishlar kiritish.

Tashkillashtirishlik-ma'lum bir tartib yoki ijtimoiy tizimning tartibga solish darajasi.

Boshqaruv ma'suliyati-boshqaruv qarorlarini qabul qilish yoki qabul qilmaslik uchun javobgarlik, mas'uliyat.

Boshqaruv munosabatlari-boshqaruv faoliyati jarayonida odamlar o'rtasida shakllangan.

Rejalashtirish-boshqaruv funktsiyasi, boshqaruv faoliyatining muddatlari, bosqichlari va ko'rsatkichlari ko'zda tutilgan rejalarni ishlab chiqish jarayoni, zarur resurslar va yakuniy natijalar hisoblab chiqiladi.

Boshqaruvdagi istiqbollik-kelajakka qarash, tegishli strategiyani ishlab chiqish.

Kichik tizim-mustaqil ravishda o'rganilayotgan va ko'rib chiqiladigan va tizimning o'ziga xos xususiyatlariga ega bo'lgan tizimning bir qismi.

Ehtiyoj-qoniqishni talab qiladigan biror narsaga muhtoj.

Qoidalar-muayyan shart-sharoitlarni (intizom, tartib) yaratishni kafolatlaydigan vazifalar va talablar to'plami.

Prakseologiya-samarali faoliyat tamoyillari va usullari to'g'risidagi fan.

Xususiylashtirish-davlat yoki kommunal mulkni jamoaviy yoki xususiy mulkka o'tkazish.

Boshqaruv tamoyillari-boshqaruv qarorlarini qabul qilishda boshqaruv sub'ektlari tomonidan bajarilishi kerak bo'lgan asosiy

qoidalar. Printsipalar boshqaruv amaliyotida ob'ektiv qonunlardan maqsadli foydalanishning asosiy shakli hisoblanadi.

Boshqaruv muammosi - murakkab nazariy yoki amaliy vazifa bo'lib, uni hal qilish uchun umumiy qabul qilingan usullar mavjud emas. Muammoni o'rganish, muammoli vaziyatni tahlil qilish, to'liq ma'lumot olish, uni hal qilish uchun yondashuv kontseptsiyasini ishlab chiqish talab etiladi.

Prognoz-kelajakda ob'ekt yoki jarayonning mumkin bo'lgan holati (holati), ularga erishishning muqobil yo'llari va muddatlari to'g'risidagi ilmiy asoslangan qaror.

Dastur-bir yoki bir nechta maqsadlarni amalga oshirish bo'yicha chora-tadbirlar majmui. Turli mezonlarga muvofiq dasturlarni baholash va tanlash.

Dasturiy-maqsadli boshqaruv usuli-maqsadlarni mavjud resurslar bilan uyg'unlashtirish usullari va usullari to'plami. Dasturni ishlab chiqish quyidagilarni o'z ichiga oladi: maqsadlar, tadbirlar daraxtini qurish, resurslarni aniqlash, muqobil variantlarni taqqoslash va eng yaxshi tanlovni tanlash.

Ijtimoiy loyiha-uning modeli bo'yicha ijtimoiy ob'ektni qurish uchun hisob-kitoblar to'plami. Loyihani amalga oshirish quyidagilarni talab qiladi:

- a) rejaning rejasi;
- b) boshqaruv kontseptsiyasi;

c) maqsadlar, ijrochilar va vositalar to'plamini ishlab chiqish, nafaqat maqsadlarni belgilash, balki ularning yutuqlari.

Boshqaruv jarayoni-boshqaruv funktsiyalarini amalga oshirish, tegishli printsipalar va boshqaruv usullarini qo'llash orqali muayyan maqsadlarga erishishga qaratilgan boshqaruv sub'ektlarining muayyan tuzilmasida birlashtirilgan boshqaruv faoliyati.

Boshqaruvda mehnatni taqsimlash-boshqaruv jarayonida alohida elementlarga bo'linadigan boshqaruv apparatlarida uning tashkil etilishi shaklidir, ularning har biri bir guruh yoki alohida xodimlar tomonidan amalga oshiriladi.

Zahiralar-kelajakda ushbu resurslarga bo'lgan talabni qondirish uchun mo'ljallangan (hozirda foydalanilmagan) resurslar.

Resurslar-boshqaruv jarayonida ishlatiladigan xom ashyo, er, xodimlar, boshqaruv bilimlari va ko'nikmalari, ilmiy ma'lumotlar va boshqalar.

Boshqaruv qarori-ko'plab variantlardan bir yoki bir nechta muqobilni tanlashning ijtimoiy-psixologik va intellektual harakatidir.

Rahbarlik-boshqaruv sub'ekti (boshqaruv organi, alohida rahbar) faoliyatini boshqaruvchi, rahbarlik qiluvchi, tashkil etuvchi va tartibga soluvchi faoliyat.

O'zini-o'zi muvofiqlashtirish-tizimning tashqi ta'sirlardan mustaqil ravishda ta'sir qilmasdan, uning normal ishlashini buzadigan tashqi ta'sirlarga javob berish qobiliyati. O'z-o'zini tartibga solish qayta aloqa orqali amalga oshiriladi va o'z-o'zini sozlash va o'z-o'zini tashkil etish shaklida amalga oshiriladi.

O'zini-o'zi boshqarish-ijtimoiy tashkilotlarning mustaqilligi, haqiqiy imkoniyat va mustaqil ravishda, o'z mas'uliyati ostida, hayotiy faoliyatining muhim masalalarini hal qilish va yakuniy natijalarga erishish uchun boshqaruv qarorlarini qabul qilishdan iborat. O'z-o'zini boshqarish tizimi boshqaruv tizimida markazlashtirish va markazsizlashtirish nisbati o'zgarishi bilan bog'liq.

Aloqa-tizim elementlarining o'zaro ta'sir shakllarini aks ettiruvchi boshqaruv toifasi. Aloqa orqali ushbu tuzilma uchun belgilangan munosabatlar shakllanadi.

Tarmoqli rejalashtirish-qurilishda keng qo'llaniladigan boshqaruv tizimi, boshqariladigan ob'ekt haqida ma'lumot berish shakli sifatida tarmoq jadvalidan foydalanadigan yirik ilmiy va texnik loyihalarni ishlab chiqishda.

Tizim-bir-biri bilan aloqada bo'lgan, yaxlit shakllanishni tashkil etuvchi ko'plab o'zaro ta'sir qiluvchi elementlar. Tashkiliy tizim uning yaxlitligi har doim quyi tizimlarning tarkibiy elementlaridan ko'proq ekanligi bilan ajralib turadi.

Tizim yondoshuvi-ob'ektning xususiyatlarini va tuzilishini bir butun sifatida o'rganish, uni tizim sifatida taqdim etish, barcha o'zaro bog'liqliklarni, individual tarkibiy qismlarni, ularning o'zaro ta'sirini hisobga olgan holda kompleks boshqaruv qarorlarini tayyorlash va oqlash va tizimning har bir elementiga umuman ta'sirini aniqlash imkonini beradigan usul va vositalar to'plami.

Boshqaruv sotsiologiyasi-boshqaruv jarayonida ijtimoiy munosabatlarni qurish va faoliyat yuritishning qonuniyatlari va muammolarini o'rganadigan sotsiologiya bo'limi.

Ijtimoiy texnologiyalar-ijtimoiy tizimning yashirin potentsiallarini aniqlash va ulardan foydalanish, eng kam boshqaruv xarajatlarida ijtimoiy natijalarga erishish usullarini o'rganadigan boshqaruv sotsiologiyasining innovatsion bo'limi.

Qobiliyat-moyillik, moyillik va har qanday harakatni bajarish qobiliyati. Qobiliyatlarning qalbida iste'dod bor. Boshqaruv tizimi uchun xodimning qobiliyatini, shu jumladan boshqaruvni o'z vaqtida aniqlash va ulardan foydalanish, ularning namoyon bo'lishi va rivojlanishi uchun sharoit yaratish muhimdir.

Boshqaruv uslubi-amaliy boshqaruv faoliyatida rahbarlar tomonidan qo'llaniladigan muammolarni hal qilishning eng xarakterli barqaror usullari to'plami.

Strategiya-tashkilot faoliyatining yo'nalishini aniqlash. Ijtimoiy muammolarni hal qilishda kontseptsiyani asoslash, ishlab chiqish va hayotga tatbiq etishda o'z ifodasini topgan. Har qanday boshqaruv darajasiga xos bo'lsa-da, boshqaruv darajasiga (Markaz, viloyat, shahar, mehnat uyushmasi, har bir shaxs) qarab o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Boshqaruv predmeti-nazorat quyi tizimi, aloqa, boshqaruv tizimidagi element, boshqaruv mavzusining boshqa elementlariga ta'sir qiladi; tadqiqot maqsadlariga qarab, boshqaruv ierarxiyasidagi yuqori darajadagi ob'ekt sifatida qaralishi mumkin. Boshqaruvda sub'ektiv omil-o'z maqsadlari va manfaatlariga muvofiq faoliyat yuritadigan odamlarning ongini boshqaruv qarorlarini qabul qilishga ta'siri.

Mehnat-inson hayoti uchun zarur bo'lgan moddiy va ma'naviy qadriyatlarni yaratishga qaratilgan maqsadga muvofiq inson faoliyati.

Boshqaruv mehnati-boshqaruv jarayonida amalga oshiriladigan insonning maqsadga muvofiq faoliyati. Ma'muriy mehnat jarayonida moddiy boyliklar bevosita yaratilmaydi, lekin u samarali xususiyatga ega, chunki uning xarajatlari ijtimoiy jihatdan zarur va doimiy ravishda o'sib boradi, chunki boshqaruvsiz hech qanday ijtimoiy ishlab chiqarish va normal hayot mumkin emas.

Boshqaruv madaniyati-jamiyatning umumiy madaniyatining bir qismi bo'lib, asosan boshqaruv bilimlari, qarorlar, his-tuyg'ular, his-

tuyg'ular, boshqaruv tushunchalari, boshqaruv va tashkiliy xatti-harakatlar ko'nikmalarini shakllantirish bilan bog'liq. Jamiyatni rivojlantirish, boshqaruv faoliyatining ushbu bosqichida boshqaruv bilimlari, his-tuyg'ular, qadriyatlar, boshqaruv va tashkiliy munosabatlarning birligi sifatida tushunilishi mumkin.

Boshqaruv madaniyatining elementlari:

a) boshqarish ko'nikmalarini (boshqaruv nazariyasi, bir xil anglash, his-tuyg'ular, ruhiy holati);

b) ijtimoiy munosabatlarning, ayniqsa, boshqaruv va tashkiliy, qaysi materializada bilim, me'yorlar, qadriyatlar, jamiyat va jarayonida socialization bo'lib qismi madaniyati har bir;

c) boshqaruv faoliyati bilan ijodiy belgi deb hisoblanadi ega tarjima normalar va qadriyatlar jamiyat shaxsiy maqsadlari hamda boshqaruv xatti-barqaror shaxs belgilari, mustaqil shaxs bir boshqarish kabi juda tenglik yaratish uchun.

Mexanizmini, uning shakllanishi mumkin vakili quyidagicha: shakllanishi, bilim boshqarish g'oyalar, loyihalar, dasturlar va h. k.; rivojlantirish ma'muriy munosabatlar; motivatsiya ijodiy faoliyati sohasidagi boshqarish; qabul borada jamiyat uchun davlat muassasalari, davlat, huquq, ahloq, huquq; ishlab chiqish va amalga oshirish boshqarish texnologiyalari, deb oshirish jarayonini nazorat qilish va birlashgan ichiga biri boshqarish ko'nikmalarini, munosabatlar va ijodiy faoliyati, ish jamoat muassasalari.

Boshqaruv-boshqaruv sub'ektining samarali ishlashi va rivojlanishini ta'minlash uchun ob'ektga ta'sirini kuchaytirish jarayoni.

Boshqarilishlik - boshqaruv organining boshqaruv qobiliyati va boshqaruv ob'ektining murakkabligi o'rtasidagi munosabatlar. Boshqaruv inqirozi bugungi kunda butun dunyoda, ayniqsa, Rossiyada chuqurlashib borayotgan ob'ekt va boshqaruv sub'ekti o'rtasidagi keskin qarama-qarshilikning natijasidir.

Tizimning barqarorligi-tizimning tashqi va ichki ta'sirlarga qaramasdan, rejalashtirilgan ishlash rejimini saqlab qolish, muvozanatni saqlash qobiliyati.

Omil-sabab, uning holatini belgilaydigan tizimga ta'sir qilish manbai, boshqaruv faoliyati holati.

Boshqaruv funksiyasi-boshqaruv sub'ektining boshqaruv ob'ektiga o'rnatilgan ta'sirini ta'minlash uchun ob'ektiv ravishda zarur bo'lgan muayyan boshqaruv faoliyati.

Funksional yondashuv-tizimning funksiyalarini o'rganishga asoslangan yondashuv, ya'ni tizimni amalga oshirish algoritmi

Maqsadli kompleks dastur-belgilangan yakuniy natijalarga erishish va muayyan ijtimoiy muammolarni hal etishga qaratilgan chora-tadbirlar majmui.

Boshqaruvning maqsadi-tizimning istalgan, mumkin bo'lgan va kerakli holati.

Boshqarish maqsadlarini aniqlash boshqaruv jarayonining boshlang'ich va muhim bosqichidir. Boshqaruvning maqsadi mavjud mahalliy ehtiyojlarni va ularni qondirishning haqiqiy imkoniyatlarini hisobga olgan holda belgilanadi.

Maqsadni ifodalash-mahsulot va xizmatlarga bo'lgan jamoatchilik ehtiyojlarini tahlil qilish va ularni to'liq qondirishning mavjud haqiqiy imkoniyatlarini hisobga olish asosida boshqariladigan ob'ektni rivojlantirish maqsadlarini asoslash va shakllantirish jarayoni.

Boshqaruv davri - boshqaruv jarayonining bir-birini ta'qib qilgan tarkibiy qismlarining to'liq to'plami: a) axborot olish;b) boshqaruv qarorini qabul qilish;C) amalga oshirish uchun qarorni topshiris.

Boshqaruv axloqi (etikasi)-har qanday boshqaruv sharoitida boshqaruv sub'ektining xatti-harakatlarini belgilaydigan axloqiy me'yorlar tizimi. Ikkinchisi asosiy boshqaruv tamoyillarini umuminsoniy, axloqiy talablar bilan birlashtirishni talab qiladi, bu nafaqat odamlar o'rtasidagi munosabatlarning asosiy axloqiy me'yorlarini bilish, balki ularni amaliy boshqaruv faoliyatida ham qo'llashni o'z ichiga oladi.

Ijtimoiy boshqaruvning samaradorligi-belgilangan maqsadlarga erishish uchun mavjud resurslardan foydalanish darajasi bilan tavsiflangan boshqaruvning samaradorligi. Bu boshqaruv faoliyatining natijasi bo'lib, u mezon va ko'rsatkichlar tizimi (iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va boshqalar) tomonidan baholanib, boshqaruv ob'ektining holatini miqdoriy va sifat jihatidan aniqlash imkonini beradi.

Avtokratik rahbar-ijrochilarga o'z irodasini bildirish uchun etarli kuchga ega bo'lgan rahbar. Agar kerak bo'lsa, u ikkilanmasdan qiladi.

Adaptiv tuzilma-atrof-muhitdagi o'zgarishlarga moslashuvchan javob berishga imkon beruvchi tashkiliy tuzilma va shu bilan texnik (yoki byurokratik) tuzilmadan tubdan farq qiladi. Bundan tashqari, organik tuzilish deb ataladi.

Ma'muriy vakolatlar-ma'muriy funktsiyalarga va rahbarlarga beriladigan vakolat shakli, ular bo'ysunuvchilarga topshirilganda, chiziqli hokimiyatlardan farqli o'laroq.

Tashqi muhit tahlili-imkoniyatlar va xavflarni aniqlash maqsadida tashkilotga nisbatan tashqi omillarni nazorat qilish uchun mo'ljallangan strategik rejalashtirish jarayoni.

Byurokratiya-maxsus mehnat taqsimoti, aniq boshqaruv ierarxiyasi, qoidalar va standartlar, ishni baholash ko'rsatkichlari, xodimlarning malakasiga asoslangan ishga qabul qilish tamoyillari bilan tavsiflangan tashkilot turi.

Ehtimollik - muayyan hodisaning ehtimollik darajasi.

Mehnatning vertikal bo'linishi-kuch va tarkibiy qismlarning ishlashini (boshqaruv va ishlab chiqarish) ajratish va muvofiqlashtirish. Mehnatning vertikal bo'linishi boshqaruv darajasini yaratadi.

Atrof-muhit omillarining o'zaro bog'liqligi-bir omilning o'zgarishi boshqa omillarga ta'sir qiladigan kuch.

Hokimiyat - harakat qilish qobiliyati yoki boshqa odamlarning ahvoriga yoki xatti-harakatlariga ta'sir qilish qobiliyati.

Taqdirlanishga asoslangan hokimiyat-ijrochining ta'siriga asoslangan holda, uning faol ehtiyojini qondirish yoki unga zavq berish qobiliyatiga ega.

Ichki o'zgaruvchilar - tashkilot ichida vaziyat omilidir. Asosiy ichki o'zgaruvchilar maqsadlar, tuzilmalar, vazifalar, texnologiyalar va odamlarni o'z ichiga oladi.

Idkilamchi ehtiyojlar-baholash, qo'shilish va kuch kabi psixologik ijtimoiy ehtiyojlarga ega bo'lgan ehtiyojlar.

Qabul qilishda selektiv nazorat-sifatni nazorat qilish usuli bo'lib, unda katta partiyani qabul qilish to'g'risidagi qaror ma'lum bir partiyaning kichik namunalari nazorat qilish natijalari bo'yicha qabul qilinadi.

Mehnatning gorizontal taqsimlanishi-tashkilotdagi ishni tarkibiy qismlarga ajratish.

Guruh - bir-biri bilan o'zaro aloqada bo'lib, har bir kishi boshqasiga (boshqalarga) ta'sir qiladi va uning ta'sirini boshdan kechiradi.

Vakolatlarni uzatish- ma'suliyatni o'z zimmasiga olgan oluvchiga vazifalar va huquqlarni berish.

Demokratik rahbar-o'z xohish-irodasini bo'ysunuvchilarga majburlamaslikka harakat qiladigan va odamlarning yuqori darajadagi ehtiyojlari bilan asoslanganligi sababli keladi. U o'z xizmatchilarini rag'batlantiradi, odamlar o'zlarini rag'batlantiradigan iqlimni yaratadi.

Qarorlar daraxti-har qanday muammo bo'yicha murakkab qaror qabul qilish jarayonining sxematik taqdimoti.

Markazsiz tashkilot-qaror qabul qilish huquqi quyi boshqaruv tuzilmalariga qadar taqsimlangan tashkiliy tuzilma.

Bo'linishli (Divizional) tashkiliy tuzilma-funksional tuzilmalar samarali bo'lishni to'xtatadigan yirik tashkilotlar manfaati uchun ishlab chiqilgan tashkiliy tuzilmaning turi. Bo'limlar bilan tuzilgan tuzilmalarning asosiy turlari-xaridorga yo'naltirilgan mintaqaviy va mahsulot tuzilmalari.

Mansab yo'riqnomalari - tashkilotdagi turli lavozimlarning malakasi va vakolatlari talab qilinadigan asosiy vazifalarni bayon etish.

Yagonalik - tashkilot tuzish printsipli, unga ko'ra, subordinator faqat bitta xo'jayindan hokimiyatni qabul qilishi va faqat uning oldida javobgar bo'lishi kerak.

Vazifa - belgilangan ish, cheklangan vaqt ichida muayyan shaklda bajarilishi kerak bo'lgan bir qator ish vazifalari.

Qonuniy hokimiyat - an'anaga asoslangan ta'sir. Ijrochi, rahbarning buyurtma berish huquqiga ega ekanligiga ishonadi.

Dasturlashtirilgan qaror-muayyan bosqichlar yoki harakatlar ketma-ketligiga olib keladigan tanlov. Bu holatda mumkin bo'lgan alternativlarning soni odatda cheklangan.

Ierarxik tuzilma-har bir darajadagi ko'p darajali boshqaruvni va kichik boshqaruv hajmini tavsiflovchi tashkiliy tuzilma.

Maslouning ehtiyojlar iyerarxiasi - Abraxam Maslou tomonidan amalga oshirilgan beshta guruhga bo'lgan barcha odamlarning ehtiyojlarini beshta quyidagi ehtiyoj guruhlarini tasvirlaydi: fiziologik, xavfsizlik, ijtimoiy, hurmat va o'zini-o'zi ifodalash.

Integratsiya-tashkilot maqsadlariga erishish uchun turli quyi tizimlar (birliklar) ning sa'y-harakatlarini birlashtirish jarayoni.

Aloqa kanali-axborot almashinuviga nisbatan-axborotni uzatish vositasi: yozma, og'zaki, rasmiy, norasmiy, elektron aloqa vositalari uchun mos.

Texnologik nazorat xaritasi-ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish jarayonida mahsulot yoki xizmatlarning sifatini nazorat qilish imkonini beruvchi sifat nazorati vositasi.

Ijro sifati-mahsulot yoki tashkilot tomonidan taqdim etiladigan xizmatlar aslida mijozlarning ehtiyojlarini qondiradigan darajani aks ettiruvchi sifat tushunchasi.

Ish hayotining sifati-mehnat tashkilotidagi faoliyat orqali muhim shaxsiy ehtiyojlarni qondirish darajasi.

Malakaviy tavsif-tashkilotdagi turli mutaxassisliklar bo'yicha asosiy vazifalar, ko'nikmalar va ko'nikmalar, huquq va majburiyatlarning qisqacha bayoni.

Klassik boshqaruv maktabi-erta tashkil etilgan boshqaruv yondashuvi va tashkilotda ulardan oqilona foydalanish uchun umumiy printsiplarni aniqlashga asoslangan. Klassik maktab nazariyotchilari ushbu biznesning asosiy funktsiyalarini aniqlash orqali tashkilotning eng yaxshi tizimini topish mumkinligiga ishonishdi.

Kommunikatsiya, muloqot-ikki yoki undan ortiq odam o'rtasida axborot almashish.

farq - kokoydagi tashkilotning yuqori malakasi-bu tashkilotlarga mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun eng yaxshi imkoniyatlarni beradigan maydon.

Nazorat-tashkilot tomonidan belgilangan maqsadlarga erishishni ta'minlaydigan jarayon.

Nizo - ikki yoki undan ortiq partiyalar (shaxslar yoki guruhlar) o'rtasidagi kelishmovchilikdir, chunki har bir tomon o'z nuqtai nazarini yoki maqsadlarini qabul qilishga harakat qiladi va boshqa tomonni ham kuddi shunday qilishga to'sqinlik qiladi.

Bilvosita atrof-muhit omillari-bu tashkilotning faoliyatiga bevosita va bevosita ta'sir ko'rsatmasligi mumkin bo'lgan ekologik omillar, ammo uning faoliyatiga ta'sir qiladi.

Qaror qabul qilish mezonlari - imuqobil qarorlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin bo'lgan normalardir.

Sifat doirasi-sifat muammolarini muhokama qilish va sifatni yaxshilashga qaratilgan g'oyalarni ishlab chiqish uchun ixtiyoriy ravishda yig'iladigan bir guruh xodimlar. Odatda guruh a'zolari sifat bilan bog'liq muammolarni aniqlashga imkon beradigan maxsus treningni oladi.

Korporatsiya madaniyati-tashkilotdagi muhit yoki ijtimoiy muhit.

Liberal rahbar- bu o'z ishchilariga ish vazifalarini tanlash va ularning ishlarini nazorat qilishda deyarli to'liq erkinlik beradigan bosh.

Chiziqli (liniyali) vakolatlar-bevosita bo'ysunuvchiga va undan keyin boshqa subordinatlarga berilgan vakolatlar.

Matritsaviy tashkilot-shakllangan guruh a'zolari o'z faoliyati uchun mas'ul bo'lgan va doimiy ravishda ishlaydigan ushbu loyihaning rahbari oldida mas'ul bo'lgan adaptiv tuzilmaning turi.

Missiya - tashkilotning asosiy umumiy maqsadi yoki vazifasid.

Model-ob'ekt, tizim yoki g'oyani butun shakldan farqli shaklda taqdim etish, ya'ni ob'ektning o'zi.

Motivatsiya-tashkilotning individual va umumiy maqsadlariga erishishga qaratilgan faoliyatga o'zini rag'batlantirish jarayoni.

Dasturlashtirilgan qaror-yangi yoki noaniq vaziyatda yoki noma'lum ta'sir etuvchi omillar bilan bog'liq vaziyatda amalga oshirilishi kerak bo'lgan tanlov.

Vertikal axborot almashish-tashkilot doirasida darajada axborot harakati.

Teskari (aksiy) aloqa - yuboruvchiga, axborot manbaiga yuborilgan ma'lumotlarning qabul qilinishini aniqlashga yordam beradigan xabarga munosabat.

Boshqarish doirasi-menejerga bevosita bo'ysunadigan odamlar soni.

To'g'ridan-to'g'ri ta'sir doirasi - tashqi muhit, tashkilotga bevosita ta'sir ko'rsatadigan omillar va tashkilotning o'zi bu omillarga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Tashkiliy tuzilma-maqsadlarga samarali erishish uchun tashkil etilgan boshqaruv darajalari va funktsional maydonlarning mantiqiy nisbati.

Axborotni gorizontal ravishda uzatish-tashkilot doirasida axborotni bir bo'linmadan boshqasiga o'tkazish.

Axborotni yuqoridan pastga uzatish-tashkilotning yuqori darajasidan pastgacha bo'lgan ma'lumotlarning harakatlanishi.

Axborotni pastdan yuqoriga uzatish - tashkilotning quyi qatlamlaridan axborotning yuqori qismiga harakatlanishi.

Yassi tuzilma-tashkilotning tuzilishi, kichik boshqaruv darajalari va keng boshqaruv hajmi bilan tavsiflanadi.

Qaror qabul qilish uchun tegishli ma'lumotlar-muayyan vazifa, shaxs, maqsad va vaqt uchun tanlangan ma'lumotlar.

Semantika-so'zlarni ishlatish usulini va ular tomonidan berilgan ma'nolarni o'rganish.

Bilvosita ta'sir qilish muhiti tashqi muhit bo'lib, uning omillari tashkilotga bevosita va to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qilmasligi mumkin, ammo bunga ta'sir qiladi.

Rahbarlik uslubi-belgilangan maqsadlarga erishish jarayonida bo'ysunuvchilar bilan munosabatlarda etakchining umumiy xatti-harakatlari.

Strategik rejalashtirish-tashkilotning maqsadlariga erishishiga yordam beradigan aniq strategiyalarni ishlab chiqishga olib keladigan boshqaruv tomonidan qabul qilingan harakatlar va qarorlar to'plami.

Strategiya - maqsadga erishish uchun umumiy, keng qamrovli rejadir.

Cheldangan o'sish strategiyasi inflyatsiyani hisobga olgan holda o'tgan yutuqlar darajasida belgilangan maqsadlar bilan tavsiflangan strategik muqobildir. Ko'pincha statik tashqi muhit bilan yaxshi rivojlangan sohalarda qo'llaniladi.

O'sish strategiyasi-har yili qisqa va uzoq muddatli maqsadlar darajasi o'tgan yil ko'rsatkichlariga nisbatan sezilarli darajada oshadigan strategiya.

Qisqartirish strategiyasi-erishilgan darajadan past maqsadlarni belgilash yoki ayrim faoliyatni istisno qilish bilan tavsiflangan strategik muqobildir.

Taktika - o'rta darajadagi rahbarlar darajasida ishlab chiqilgan maqsadga erishish uchun qisqa muddatli strategiya.

Funksional tashkiliy tuzilma-alohida birliklar tomonidan amalga oshiriladigan ish turlariga muvofiq qurilgan tashkiliy tuzilmaning turi.

Maqsadli boshqaruv-to'rtta mustaqil bosqichdan iborat jarayon: 1) maqsadlarni aniq shakllantirish; 2) ularga erishish uchun aniq rejalarni ishlab chiqish; 3) ish sifati va natijalarini muntazam nazorat qilish va o'lchash; 4) rejalashtirilgan natijalarga erishish uchun tuzatuvchi choralar ko'rish.

Tashkilotdagi maqsadlar - muayyan yakuniy davlatlar yoki kerakli natijalar bo'lib, guruh birgalikda ishlashni istaydi.

Ilmiy boshqaruv maktabi-bu qo'lda mehnatning o'zgarishi, kuzatuvlar, o'lchovlar, mantiq va tahlil orqali qayta ishlanishi mumkin bo'lgan birinchi rasmiy boshqaruv yondashuvidir, shuning uchun u yanada samarali bo'ladi.

Xulqiy ilm maktabi (Behavioral Science School) - psixologiya va sotsiologiyaga asoslangan boshqaruv uchun kontseptual yondashuv. Maktabning asosiy maqsadi inson resurslari samaradorligini oshirish orqali tashkilotning samaradorligini oshirishdir.

Inson munosabatlari maktabi - kontseptual yondashuv, uning markazida inson omili, shu jumladan ish jarayonida odamlar o'rtasidagi munosabatlar mavjud.

Etika (Axloqiy xatti-harakatlar) - noto'g'ri xatti-harakatlardan ajratib turadigan printsiplardir.

Axloqiy me'yorlar - tashkilot o'z xodimlaridan talab qiladigan umumiy qadriyatlar va axloq qoidalari tizimi.

Ishlab chiqarish samaradorligi-ishlab chiqarilgan mahsulotlarning bozor qiymati, tashkilotning resurslarining umumiy xarajatlariga bo'linadi.

Menejment - belgilangan maqsadlarga maksimal samaradorlik bilan erishish uchun kapital, binolar, materiallar va mehnat kabi resurslardan samarali foydalanish va muvofiqlashtirish.

Menejment predmeti - qonunlarning (qonunlarning) tamoyillarini o'rganish (lot. - asos, boshlang'ich, asos, boshlang'ich, etakchilik g'oyasi, xatti-harakatlarning asosiy qoidasi, faoliyat), boshqaruvning barcha darajalarida boshqaruv usullari va munosabatlari.

Boshqaruv funktsiyalari - maqsadlar, faoliyat yoki dastur ob'ektlarining bir xilligi bilan tavsiflangan muayyan boshqaruv faoliyatining barqaror tarkibini belgilaydi.

Menejment usullari - tashkilotning samarali rivojlanishini ta'minlash uchun turli boshqaruv vazifalarini hal qilish qoidalari va protseduralari tizimi.

Boshqaruvning funktsional xususiyatlari - bu tashkilotni boshqarish funktsiyalarini bajarish jarayonining oqim jarayonidir.

Qonun - ob'ektiv haqiqatning har qanday hodisalarining o'zaro bog'liqligi va o'zaro bog'liqligi.

Materialistik dialektika - har qanday harakatning eng keng tarqalgan qonunlari fani.

Dialektika-eng keng tarqalgan muntazam aloqalar va shakllanish, mavjudlik va bilimni rivojlantirish va bu ta'limotga asoslangan ijodiy fikrlash usuli.

Kategoriya - juda keng jamoatchilik darajasiga ega bo'lgan fanning asosiy tushunchalari.

Boshqaruv qonunlari-parametrlar, hodisalar, boshqaruv xususiyatlari o'rtasidagi doimiy aloqalar va o'zaro bog'liqlik.

Davr - muayyan vaqt davomida amalga oshiriladigan jarayonlarning to'plami. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida boshqaruv aylanishi odatda doimiy ravishda amalga oshiriladi va qayta boshlanadi.

Ishlab chiqarishni tashkil etish - ishlab chiqarish jarayonining barcha elementlari (jumladan, mehnat, asbob-uskunalar va mehnat ob'ektlari va turli xil ma'lumotlar) faoliyatining ilmiy jihatdan asoslangan tizimini yaratish va eng kam xarajat bilan eng yaxshi yakuniy natijalarni olish uchun tashkilotning (korxona) barcha bo'linmalarining sa'y-harakatlarini muvofiqlashtirish.

Ishlab chiqarish jarayoni -xom ashyo va yakuniy mahsulot blanklarini ishlab chiqarish yoki ishlarni bajarish va xizmat ko'rsatishning texnologik jarayoni.

Vaqt ko'lamida ishlab chiqarishni tashkil etish - operatsiyalar va ishlarning muayyan tartibini, tartibini va normal muddatini belgilash, sinkronizatsiya qilish va ishlarni o'z vaqtida birlashtirish.

Makonda ishlab chiqarishni tashkil etish - bu ishchilar va shunga mos ravishda zarur asbob-uskunalar, asbob-uskunalar va asbob-

uskunalar bilan jihozlangan ish joylari o'rtasidagi operatsiyalar va ishlarni taqsimlash, ish o'rinlari, uchastkalar va ustaxonalarning tegishli ixtisoslashuvini ta'minlash, ustaxonalar va korxonalar hududida moddiy oqimlarni tashkil etish va mehnat ob'ektlarini saqlash.

Boshqaruvning tashkiliy tuzilmasi - boshqaruv qarorlarini asoslash, ishlab chiqish, qabul qilish va amalga oshirish jarayonida o'zaro bog'liq bo'lgan ixtisoslashtirilgan funktsional bo'linmalar majmui.

Tashkiliy model - bo'linmalarni shakllantirish, vakolatlarni topshirish va mas'uliyat berish tamoyillari. Aslida, tashkiliy model birlikni qanday shakllantirishni ko'rsatadi.

Iqtisodiy boshqaruv usullari - iqtisodiy qonunlar talablaridan ongli ravishda foydalanishga asoslangan boshqaruv ob'ektining iqtisodiy manfaatlariga ta'sir qilish usullari to'plami.

Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullari - qonun hujjatlari va normativ hujjatlar talablariga rioya qilingan holda, belgilangan maqsadga erishish uchun jamoada ijtimoiy-psixologik jarayonlarni boshqarishga qaratilgan usullardir.

Axborot-bu rivojlanish va takomillashtirish uchun boshqaruv tizimiga faol ta'sir ko'rsatish uchun foydalaniladigan zarur ma'lumotlarning to'plamidir. Boshqarish etarli va ishonchli ma'lumotsiz amalga oshirilmaydi.

Shovqin - bu axborotning ma'nosini buzadigan narsa, har doim ma'lum shovqinlar mavjud. Shuning uchun axborot almashish jarayonining har bir bosqichida ma'no buzilishi mavjud. Biz, odatda, shovqin bartaraf va xabarlarini etkazish boshqarish

Kommunikatsiya - odamlar o'rtasida axborot almashish. Barcha boshqaruv ishlari axborot almashishni talabqiladi. Xorosho tashkil etilgan muloqot ko'p jihatdan muvaffaqiyatli ishlashga yordam beradi.

Ichki kommunikatsiya - korxonaning ichki faoliyati uchun zarur bo'lgan korxona ichidagi axborotlarni almashish. Bu erda darajalar orasidagi aloqalar mavjud-vertikal ; bo'limlar orasida gorizontal.

Tashqi kommunikatsiya - korxonalar va tashqi muhit o'rtasida axborot almashish.

Kommunikatsiya jarayoni - ikki yoki undan ortiq odam o'rtasida to'rtta elementdan iborat axborotni almashish: jo'natuvchi, xabar, kanal, qabul qiluvchi.

Qaror qabul qilish-bu o'z vakolatlari doirasida va maqsadga erishish uchun tadbirkor sifatida ko'plab qaror qabul qilish variantlaridan birini tanlash jarayoni.

Menejer - menejment sohasida chuqur bilimga ega bo'lgan, maxsus tayyorgarlikdan o'tgan, boshqaruv sirlarini va qoidalarini biladigan, o'zini-o'zi ish bilan ta'minlaydigan, vakolatli ma'muriy vakolatlarga ega bo'lgan, banklar, kompaniyalar, korxonalar va firmalarning muassasalarini boshqaruvchi mutaxassis.

Boshqaruv usuli, boshqaruv uslubi - bu boshqaruv jarayonida yuzaga keladigan muammolarni hal qilish uchun yo'l-yo'riqlar to'plamidir.

Ishbilarmonlik usuli-bu zamonaviy rahbarga yoki bo'ysunuvchilarga nisbatan organga ta'sir qilishning aniq usullari va usullari to'plami.

Ijtimoiy ma'suliyat-bu qonunning talabiga binoan emas, balki jamiyat manfaati uchun ixtiyoriy ravishda amalga oshiriladigan tashkilotning harakatidir.

Tashkilotning madaniyati odatda tashkilotdagi atmosfera yoki ijtimoiy muhitni anglatadi.

Hokimiyat madaniyati - bu tashkilotning boshlig'i tomonidan boshqariladigan, xodimlarning faoliyatiga kuchli ta'sir ko'rsatadigan madaniyatdir.

Rolning madaniyati - tashkilot xodimlarining faoliyati ish vazifalari va boshqa rasmiy signallarning aniq va batafsil tavsiflari bilan belgilanadigan madaniyat.

Vazifalar madaniyati - bu erda asosiy e'tibor belgilangan vazifalarni muvaffaqiyatli bajarish yoki loyihalarni amalga oshirishga qaratilgan. Xodimlar bir-birlarini ishni bajarish uchun hissa qo'shishlari uchun baholashadi va agar kerak bo'lsa, hamkasblaridan yordam kutishadi.

Shaxsiyat madaniyati-bu tashkilotning a'zolari istaklarining xodimlarning faoliyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan madaniyatdir.

Boshqaruv samaradorligi - bu odamlar tomonidan muayyan maqsadlarga erishish jarayonida manfaatlarni ro'yogga chiqarish jarayonidagi samaradorlikdir.

FOYDALANILGAN AXBOROT MANBALARI.

I. O'zbekiston Respublikasining qonunlari.

1. O'zbekiston Respublikasining "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi qonuni, Toshkent. 2015 yil.

2. O'zbekiston Respublikasining "Raqobat to'g'risida"gi qonuni, Toshkent, 2012 yil.

3. O'zbekiston Respublikasining "Xususiy korxonalar to'g'risida"gi qonuni, Toshkent, 2011 yil.

II. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va qarorlari.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 7-fevraldagi "Jismoniy tarbiya sport sohasida kadrlarni tayyorlash hamda ilmiy tadqiqotlar tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-414-sonli qarori.

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Jismoniy tarbiya va sport sohasidagi davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2018-yil 5-martdagi PF-5368-sonli farmoni.

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va sportni yanada takomillashtirish va ommalashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2020-yil 24-yanvardagi PF-5924-sonli farmoni.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 3-iyundagi PQ-3031-sonli "Jismoniy tarbiya va ommaviy sportni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori.

III. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari

8. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 13-fevraldagi "2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontsepsiyasi to'g'risida"gi 118-sonli qarori.

IV. Darsliklar va o'quv qo'llanmalar.

Asosiy adabiyotlar

9. Nabiullin R.X. Jismomiy tarbiya va sport menejmenti. O'quv qo'llanma. – T.: "Ilmiy-texnika axboroti-press nashriyot", 2019 y.

10. Нарзиев Ж.П., Менеджмент спорта. Учебное пособие. – Ташкент, "O'zbekitobsavdonashriyoti", 2020 г.

11. Yarashev K.D., Ziyadullayev K.Sh., Babajanov R.Yu., Jismoniy tarbiya va sport menejmenti. Darslik – Toshkent, "O'zbekitobsavdonashriyoti", 2020 y.

12. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.. Основы менеджмента. Учебник. Перевод с англ.. Под общ. ред. Л.И.Евченко. М.: «ДЕЛО», 2004 г.

12. Макаров М., Попова Г.В.. Менеджмент. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2011 г.

Qo'shimcha adabiyotlar.

14. Огиенко Н.А. Менеджмент физической культуры и спорта. Учебное пособие - Костанай, Костанайский государственный педагогический институт, 2018 г.

15. Махмудов Е.А, Аблаева Е.С., Тимашева А.Р. Экономика и менеджмент в спорте. Методическое пособие, УзГИФКС, 2008 г.

16. Shomurodov X.C. «O'zbekistonda jismoniy tarbiya va sport faoliyatida tadbirkorlik», Tafakkur qanoti, 2014 y.

17. Золотов М.И., Кузин В.В., Кутепов С.Г., Сейранов С.Г. Менеджмент и экономика физической культуры и спорта. Учебное пособие - М.: Академия, 2001г.

18 Sharifxujayev M., Abdullayev Yo. Menejment. Darslik.- T.: 2001 y.

19.. Boltabayev M.R., Ziyadullayev K.Sh., Narziyev J.P., Sport menejmenti. O'quv-uslubiy majmua. – Chirchiq, O'zDJTSU, 2022 y.

V. Internet saytlari.

20. www.gov.uz – O'zbekiston Respublikasi hukumat portali.

21. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.

22. www.economist.com

23. www.world.economics.com

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I BOB. JISMONIY TARBIYA VA SPORTNI BOSHQARISHNING NAZARIY ASOSLARI. SPORT MENEJMENTI TARIXI.....	8
1.1. Jismoniy tarbiya va sport sohasiningning roli hamda ahamiyati.8	
1.2. Jismoniy tarbiya va sport bozor munosabatlari tizimida menejment ob'ekti sifatida.....	9
1.3. Menejment tushunchasi va mohiyati.....	10
1.4. Menejmentning shakllanish tarixi. Sportni boshqarish evolyutsiyasi. Menejmentning tarixiy rivojlanishi.....	11
1.5. Sohadagi boshqaruv xususiyatlari.	16
1.6. O'zbekistonda jismoniy tarbiya va sportni boshqarishning zamonaviy tizimi.....	17
1.7. Mamlakatda sport menejerlarini tayyorlash tizimini yaratish. .19	
1.8. Zamonaviy menejmentning xususiyatlari.....	20
II BOB. O'ZBEKISTONDA JISMONIY TARBIYA VA SPORTNI BOSHQARISH VA TARTIBGA SOLISHNING HUQUQIY ASOSLARI.....	22
2.1 Jismoniy tarbiya va sportni rivojlantirishning me'yoriy-huquqiy bazasining mohiyati.....	22
2.2 "Jismoniy tarbiya va sport to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni [1].....	25
2.3. 2019-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommaviy sportni rivojlantirish kontseptsiyasi [8].....	51
2.4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 5 martdagi PQ-5368-sonli "Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat boshqaruvi tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" qarori [5].....	62
III BOB. XUSUSIY JISMONIY TARBIYA VA SPORT KORXONALARINI TASHKIL ETISH, DAVLAT RO'YXATIDAN O'TKAZISH VA BOSHQARISH. SPORT AGENTLIGI	71
3.1. "Tashkilot" tushunchasining mohiyati.....	71
3.2. Jismoniy tarbiya va sport tashkilotining tuzilishi.....	72
3.3. Jismoniy tarbiya va sport tashkilotining missiyasi.....	74
3.4. Jismoniy tarbiya va sport tashkilotlarining turlari.....	75
3.5. Tashkilotlarning hayotiy davri.	76
3.6. Sport tashkilotlarining tashkiliy-huquqiy shakllari.	76

3.7. Agentlik faoliyati	78
IV BOB. SPORT MENEJMENTIDA MENEJMENT TAMOYIL-LARINING QO'LLANILISHI.....	88
4.1. Menejmentning asosiy tamoyillari.....	88
XX asrning 20-yillarida menejment tamoyillari.....	92
4.3. Zamonaviy menejment faniga turli maktablar kontsepsiyasi va yondoshuvlarining qo'shgan hissasi.....	94
4.4. Tashkilotlarning xodimlarni boshqarish tizimini yaratish tamoyillari.....	96
4.5. Strategik menejmentning asosiy tamoyillari.....	99
4.6. Samarali boshqaruv tamoyillari.....	100
4.7. Zamonaviy sport menejmentining asosiy tamoyillari.....	101
V BOB. SPORT MAHSULOTLARI VA LITSENZIYALANGAN MAHSULOTLAR INDUSTRIYASI.....	104
5.1. Sport tovarlari, xizmatlarini va axborotlarni ishlab chiqaruvchilar.....	104
5.2. Sport tovarlari va xizmatlari bozorlarining asosiy turlari.....	105
5.3. Ishlab chiqarish sektorining tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi asosiy omillar.....	107
5.4. Sport industriyasining asosiy ishtirokchilari.....	109
5.5. Talab, ehtiyoj va motivatsiyani o'rganish.....	110
5.6. Sport biznesida tadbirkorlik uyushmalari.....	112
5.7. Jismoniy tarbiya va sport sohasida iqtisodiy munosabatlarni davlat tomonidan muvofiqlashtirish.....	117
5.8. Sport biznesini samarali boshqarish.....	119
5.9. Sport tashkilotlarida moliyaviy menejning vazifalari va funktsiyalari.....	122
VI BOB. SPORT MENEJMENTIDA SPORT MARKETINGI TAMOYILLARINING QO'LLANILISH.....	126
6.1. "Marketing" tushunchasi va uning mohiyati	126
6.2. Sport marketingining mohiyati	129
6.3. Sport marketingining tamoyillari va vazifalari.....	131
6.4. Mahsulotga yo'naltirilgan marketing.....	136
6.5. Iste'molchilarga yo'naltirilgan marketing.....	137
6.6. Marketing-miks (aralash marketing).....	138
6.7. Bozor va uni o'rganish usullari.....	139

6.8. Mahsulotni o'rganish.....	144
6.9. Xalqaro olimpiya qo'mitasining marketingli faoliyati.....	147
VII BOB. SPORT MENEJMENTIDA BOSHQARUV PSIXOLOGI-	
YASINING SHAKLLANISHI.....	150
7.1. Boshqaruv psixologiyasining asosiy tushunchalari [13].....	150
7.2. Faoliyat psixologiyasining mohiyati.....	152
7.3. Shaxs, muhit va faoliyatning o'zaro ta'siri.....	153
7.4. Boshqaruv faoliyatining mohiyati.....	156
7.5. Boshqaruv psixologiyasini o'rganish predmetining asosiy tarkibiy qismlari.....	158
7.6. Rahbarlarga qo'yiladigan psixologik talablar.....	159
7.7. Xarakter shakllanishining ijtimoiy-psixologik xususiyatlari.....	162
7.8. Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullari.....	164
ATAMALAR LUG'ATI (GLOSSARIY).....	168
FOYDALANILGAN AXBOROT MANBALARI.....	186

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ	
ДИСЦИПЛИНЫ. ИСТОРИЯ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА	8
1.1. Роль и значение отрасли физической культуры и спорта.....	8
1.2. Тенденция развития отрасли в Республике Узбекистан.....	9
1.3. Физическая культура и спорт как объект менеджмента в	
системе рыночных отношений.....	10
1.4. Понятие и сущность менеджмента.....	11
1.5. История становления менеджмента. Эволюция спортивного	
менеджмента.....	16
1.6. Особенности управления в отрасли.....	17
1.7. Современная система управления физической культурой и	
спортом в Узбекистане	19
1.8. Становление системы подготовки спортивных менеджеров	
в стране.....	20
1.9. Особенности современного менеджмента.....	
ГЛАВА. 2. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ И РЕГУЛИ-	
РОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В УЗБЕКИСТАНЕ	22
2.1. Сущность нормативно - правовой базы развития	
физической культуры спорта.....	22
2.2. Закон Республики Узбекистан “О физической культуре и	
спорте”	25
2.3. Концепция развития физической культуры и массового	
спорта в Республике Узбекистан на период 2019-2023 годы.....	61
2.4. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 марта 2018	
года за № УП - 5368 “О мерах по коренному совершенствованию	
системы государственного управления в области физической	
культуры и спорта	62
ГЛАВА 3. ОБРАЗОВАНИЕ ЧАСТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ФИЗИ-	
ЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА, ГОСУДАРСТВЕННАЯ	
РЕГИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ. СПОРТИВНОЕ АГЕНСТВО	71
3.1. Сущность понятия “Организация”	71
3.2. Строение физкультурно-спортивной организации	72
3.3. Миссия физкультурно-спортивной организации.....	74
3.4. Виды физкультурно-спортивных организаций.....	75
3.5. Жизненный цикл организаций	76
3.6. Организационно-правовые формы спортивных	
организаций.....	76
3.7. Агентская деятельность	78

ГЛАВА 4. ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ МЕНЕДЖМЕНТА В СПОРТИВНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	88
4.1. Основные принципы менеджмента	88
4.2. Принципы менеджмента (20-е годы XX века)	92
4.3. Вклад в современную науку менеджмента концепций различных школ и подходов	94
4.4. Принципы построения системы управления персоналом организаций.....	96
4.5. Основные принципы стратегического управления	99
4.6. Принципы эффективного менеджмента.....	100
4.7. Основные принципы современного спортивного менеджмента.....	101
ГЛАВА 5. СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ И ИНДУСТРИЯ ЛИЦЕНЗИОННЫХ ПРОДУКТОВ.....	104
.Предприятия-производители спортивных товаров, услуг и информации.....	104
5.2. Основные виды рынков спортивных товаров и услуг.....	105
5.3.Основные факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность производственного сектора	107
5.4. Основные участники спортивной индустрии.....	109
5.5. Изучение спроса, потребностей и мотивации.....	110
5.6. Объединения предпринимателей в спортивном бизнесе	112
5.7.Государственное регулирование экономических отношений в сфере физической культуры и спорта	117
5.8. Эффективное управление спортивным бизнесом.....	119
5.9. Задачи и функции финансового менеджера в спортивных организациях.....	122
ГЛАВА 6. ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СПОРТИВНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	126
6.1. Понятие "Маркетинг" и его сущность.....	126
6.2. Сущность спортивного маркетинга.....	129
6.3. Принципы и функции спортивного маркетинга	131
6.4. Маркетинг, ориентированный на продукт.....	136
6.5. Маркетинг, ориентированный на потребителя	137
6.6. Маркетинг-микс.....	138
6.7. Рынок сбыта и методы его изучения	139
6.8. Изучение продукта.....	144
6.9. Маркетинговая деятельность Международного Олимпийского комитета	147
ГЛАВА 7. ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ В СПОРТИВНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ.....	150

7.1. Основные понятия управленческой психологии	150
7.2. Сущность психологии деятельности	152
7.3. Взаимодействие личности, среды и деятельности	153
7.4. Сущность управленческой деятельности	156
7.5. Основные составляющие предмета изучения психологии управления	158
7.6. Психологические требования, предъявляемые к руководителям	159
7.7. Социально-психологические особенности формирования характера	162
7.8. Социально-психологические методы управления	164
ГЛОССАРИЙ	168
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	186

CONTENT

INTRODUCTION	3
CHAPTER 1. THE THEORETICAL AND PRACTICAL CONTENT OF THE DISCIPLINE. HISTORY OF SPORTS MANAGEMEN	8
1.1. The role and importance of the industry of physical education and sports	8
1.2. The development trend of the industry in the Republic of Uzbekistan	9
1.3. Physical culture and sport as an object of management in the system market relations	10
1.4. The concept and essence of management	11
1.5. History of the formation of management. The evolution of sports Management	16
1.6. Management features in the industry	17
1.7. Modern physical culture and sports management system in Uzbekistan	19
1.8. Formation of a training system for sports managers in the country	20
CHAPTER. 2. THE LEGAL BASIS FOR THE MANAGEMENT AND REGULATION OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS IN UZBEKISTAN. THE ESSENCE OF THE LAW OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN "ON PHYSICAL EDUCATION AND SPORT".	22
2.1 The essence of the regulatory framework for the development of physical education Sports	22
2.2. The Law of the Republic of Uzbekistan "On Physical Culture and Sport"	25
2.3. The concept of development of physical education and mass sport in Republic of Uzbekistan for the period 2019-2023	51
2.4. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated March 5, 2018 of the year No. UP - 5368 "On measures for radical improvement public administration systems in the field of physical Culture and Sports"	62
CHAPTER 3. THE FORMATION OF PRIVATE ORGANIZATIONS OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS, STATE REGISTRATION AND MANAGEMENT. SPORTS AGENCY	71
3.1. The essence of the concept of "Organization"	71
3.2. The structure of the sports organization	72
3.3. The mission of the sports and fitness organization	74
3.4. Types of sports organizations	75
3.5. The life cycle of organizations	76
3.6. Legal forms of sports organizations	76

3.7. Agency activity	78
CHAPTER 4. APPLICATION OF MANAGEMENT PRINCIPLES IN SPORTS MANAGEMENT	88
4.1. The basic principles of management	88
4.2. Management principles (20s of the twentieth century)	92
4.3. Contribution to the modern science of management concepts of various schools and approaches	94
4.4. The principles of building a personnel management system of organizations	96
4.5. The basic principles of strategic management	99
4.6. Principles of effective management	100
4.7. The basic principles of modern sports management	101
CHAPTER 5. SPORTING GOODS AND LICENSED PRODUCTS INDUSTRY	104
5.1. Manufacturers of sporting goods, services and information	104
5.2. The main types of markets for sports goods and services	105
5.3. The main factors affecting the entrepreneurial activity of the manufacturing sector	107
5.4. The main participants in the sports industry	109
5.5. The study of demand, needs and motivation	110
5.6. Associations of entrepreneurs in the sports business	112
5.7. State regulation of economic relations in the field of physical education and sports	117
5.8. Effective management of the sports business	119
5.9. Tasks and functions of a financial manager in sports organizations	122
CHAPTER 6. APPLICATION OF THE PRINCIPLES OF SPORTS MARKETING IN SPORTS MANAGEMENT	126
6.1. The concept of "Marketing" and its essence	126
6.2. The essence of sports marketing	129
6.3. The principles and functions of sports marketing	131
6.4. Product Oriented Marketing	136
6.5. Consumer-oriented marketing	137
6.6. Marketing Mix	138
6.7. The market and methods for its study	139
6.8. Product Study	144
6.9. Marketing activities of the International Olympic Committee ...	147
CHAPTER 7. THE FORMATION OF MANAGERIAL PSYCHOLOGY IN SPORTS MANAGEMENT	150
7.1. The basic concepts of managerial psychology	150
7.2. The essence of the psychology of activity	152

7.3. The interaction of personality, environment and activities	153
7.4. The essence of management activities	156
7.5. The main components of the subject of the study of management psychology	158
7.6. Psychological requirements for managers	159
7.7. Socio-psychological characteristics of character formation	162
7.8. Socio-psychological management methods	164
GLOSSARIY	168
LIST OF USED SOURCES	186

O'quv qo'llanma

Muharrir: S. Abdunabiyeva

Badiiy muharrir: K. Boyxo'jayev

Kompyuterda sahifalovchi: B. Muxtorov

Nashr. lits. AA № 0038.

Bosishga ruxsat etildi: 06.04.2024-yil.

Bichimi 60x84 1/16. Ofset qog'ozi.

"Times New Roman" garniturası.

Shartli b/t 11,2. Nashr hisob t 11,7.

Adadi 20 dona. 18-buyurtma.

"MAKON SAVDO PRINT" nashriyotida tayyorlandi.

100012, Toshkent sh. Yashnobod tum. Aviyasozlar-3, 2A, 29.

«DAVR MATBUOT SAVDO» bosmaxonasida chop etildi.

100198, Toshkent, Qo'yliq 4 mavze, 46.







NARZIYEV GALALITDIN PAYGAMOVICH

1958 yil 25 martda Termiz shahrida tavallud topgan. Iqtisod fanlari nomzodi, dotsent. 1980 yilda Toshkent avtomobil va yo'llar institutini imtiyozli diplom bilan tamomlagan. 1994 yilda 08.00.05 – “Xalq xo'jaligi va tarmoqlar iqtisodiyoti, rejalashtirish va boshqaruvni tashkil etish” ixtisosligi bo'yicha nomzodlik dissertatsiyasini himoya qilgan. Bir yuz saksondan ortiq ilmiy hamda o'quv-ylubiy ishlarni chop etgan bo'lib, ularning qatorida xalqaro va respublaka miqyosidagi ilmiy-ommabop jurnallarda maqolalar, turli darajadagi ilmiy-nazariy va ilmiy-amaliy anjumanlarning to'plam va materiallarida o'z aksini topgan tezislar hamda o'quv qo'llanmalar, uslubiy qo'llanma va ko'rsatmalar, ma'riza matnlari va test to'plamlari o'rindagallagan.

2017 yildan boshlab hozirgi vaqtda ham O'zbekiston jismoniy tarbiya va sport universitetining “Menejment va sport tadbirlarini tashkil etish” kafedrasida dotsent lavozimida faoliyat yuritib kelmoqda. “Sport menejmenti”, “Jismoniy tarbiya va sport menejmenti”, “Sport marketingi” kabi mutaxassislik fanlaridan tahsil beradi. Shu bilan bir qatorda “Sport iqtisodiyoti, menejmenti va marketingi” sohasida ilmiy-tadqiqot ishlarini olib bormoqda.