



Қазақстан Республикасының білім және ғылым
министрлігі

Қазақ спорт және туризм академиясы

Кәсіби спорт және жекпе-жек факультеті

Бокс және ауыр атлетика кафедрасы

Диссертация тақырыбы:

Маркетингтік технологиялар негізінде

спорт ұйымдарын дамыту
стратегияларын қалыптастыру

6М01401-«Дене шынықтыру және спорт»
мамандығы бойынша педагогика ғылымдарының магистрі
дәрежесін иеленуге арналған диссертация

Орындаған: Жазықбаев Ерасыл Галымович
Ғылыми жетекші: PhD докторы Искаков Т.Б.

Қазақстан Республикасы

Алматы, 2020



Зерттеу көкейкестілігі: Қоғамда болып жатқан өзгерістер мен ғаламдағы бетбұрыстар сипаты жастардың іс-әрекетіне, қарым-қатынасына, салауатты өмір салтына жаңаша талаптар қоя бастады. Оларға ең алдымен білікті маман болуы үшін жасампаздық, шығармашылық әрекеттерді жүзеге асыру өзекті мәселе болып отыр. Сондықтан жастардың зор мүмкіндіктерінің, инновациялық ортаға тез бейімделу алғышарттарын, қабілеттерінің даму тетіктерін анықтау мен қалыптастыру қажеттілігі туындайды. Бұл ретте жоғары мектепте кәсіби білім берудің маңызды бір құрамдас бөлігі болатын педагогикалық-психологиялық дайындықтың және адам бойындағы әлеуеттерді, шығармашылық қабілеттерді танытуға, дене тәрбиесін жетілдіріп, салауаттылықты қалыптастыруға деген белсенді әрекетті іске асырудың орны ерекше маңызды және мәнді.

Тұтынушылық нарықта, оған спорттық қызмет нарығы да енеді, бәсекеге қабілеттілік маркетингты ұйымдастыру деңгейіне байланысты. Дене мәдениеті мен спортты басқаруды жетілдіру әрқашан дамып отыратын нарық аймағында қызмет жасайтын тәуелсіз салалардың бірі ретінде инновациялық тәсілдер мен әдістерді енгізуді талап етеді. Бұл тәсілдер тұтынушы, түрлі әлеуметтік топ пен социумды адекватты қанағаттандыруға бағытталуы қажет. Берілген контексте тұтынушы қызметтерін басқарудың функциялары және арнайы технологиясы ретінде тұрғындармен дене шынықтыру-сауықтыру жұмыстарын жобалау дене шынықтыру мен спорттық қызметтерде әрбір тұтынушының жеке қажеттілігін нақтылау үшін арнайы шарттар түзеді.





Зерттеудің мақсаты: дене шынықтыру және спорт ұйымдарындағы қызмет көрсету сапасын жетілдірудің ғылыми-әдіснамалық негіздерін анықтау және тәжірибелік-эксперимент арқылы дәлелдеу, әдістемесін жасау.

Зерттеудің нысаны: дене шынықтыру және спорт ұйымдарындағы маркетинг жән сервис қызметтері.



Зерттеудің пәні: дене шынықтыру және спорт ұйымдарындағы қызмет көрсету сапасын жетілдірудің теориясы мен практикасы.





2. «Маркетинг», «сервис», «қызмет көрсету» ұғымдарының мәнін нақтылау.

3. Маркетинг және сервис қызметтерін дене шынықтыру және спорт ұйымдарында жетілдірудің құрылымды-мазмұндық моделін құрастыру.

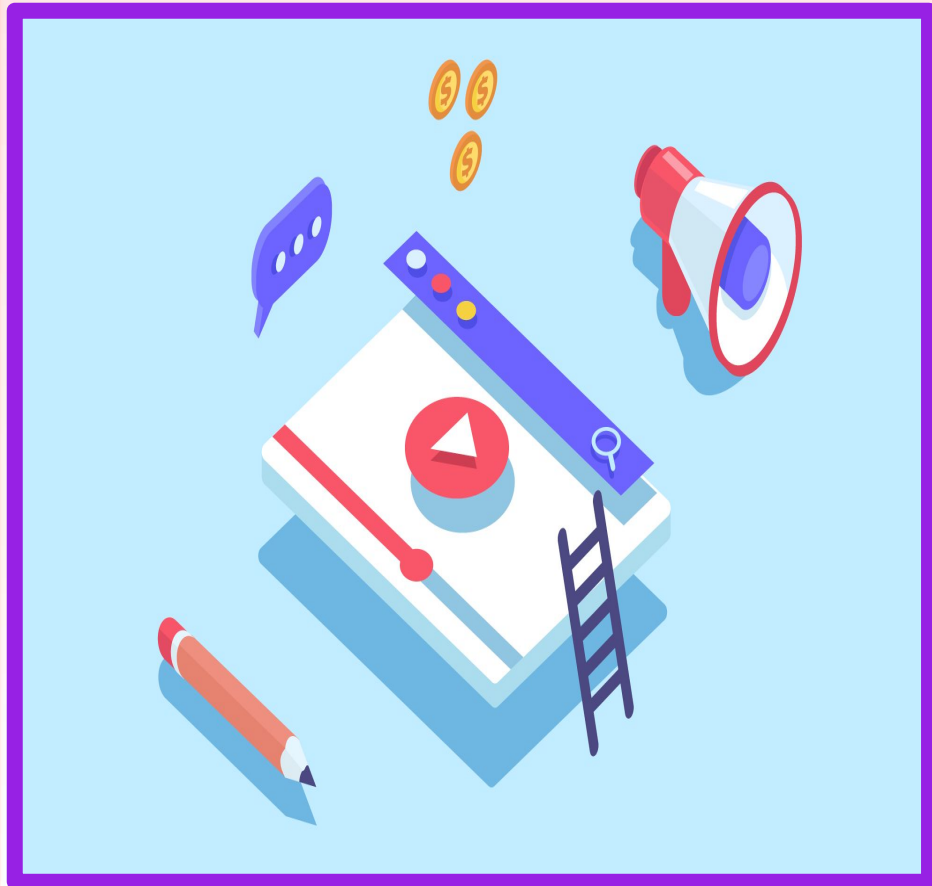


1. Дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызмет көрсету сапасын жетілдірудің теориялық негіздерін анықтау.

Зерттеу міндеттері:

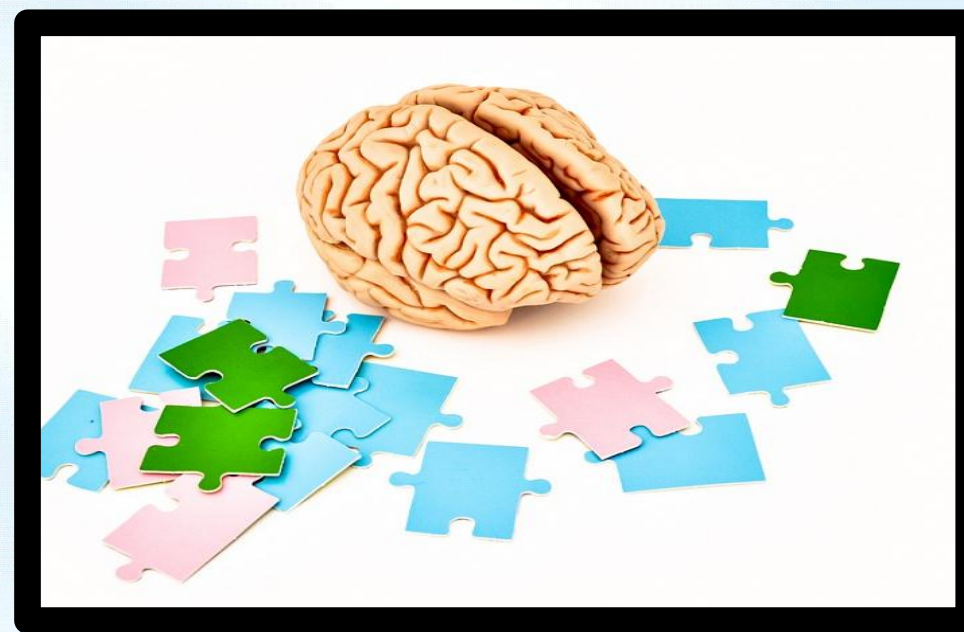
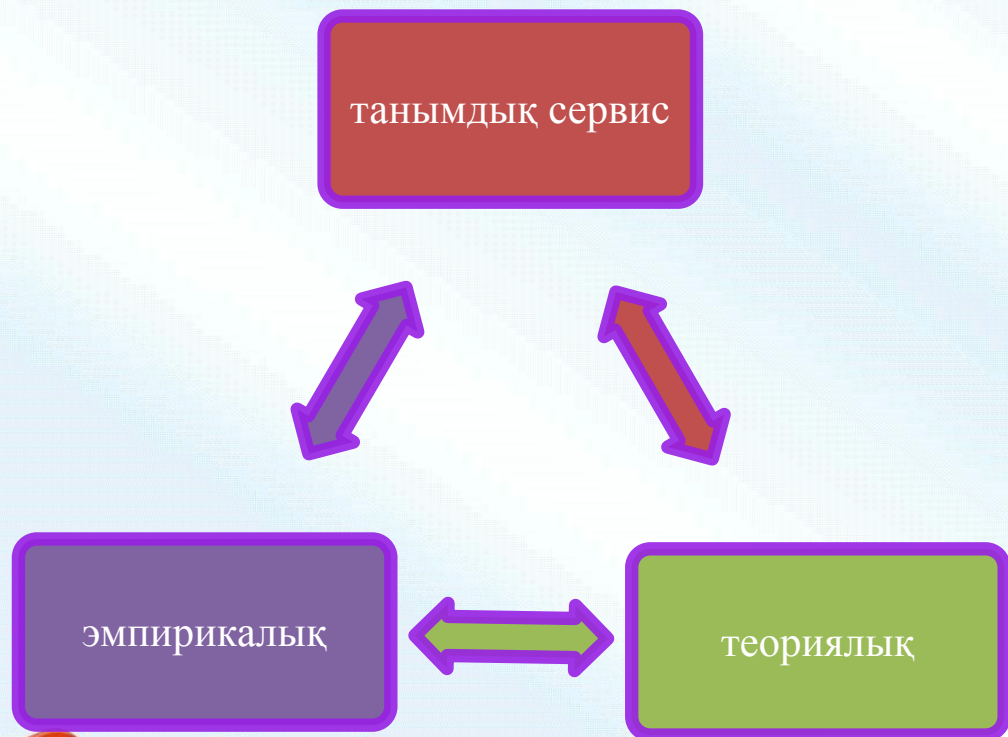
4. Дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызмет көрсету сапасын жетілдірудің әдістемесін әзірлеп, тиімділігін эксперимент арқылы тексеру.

Зерттеудің ғылыми болжамы: егер дене шынықтыру және спорт қызметін алға бастыруда қолданылатын маркетинг қызметтерінің ерекшеліктері мен бағыттылығы ескерілсе, салауатты өмір салтын қалыптастыруға әсер етуші мотивация басымдылықтары айқындалса, онда дене шынықтыру және спорт ұйымдарының қызмет көрсетудің процессуалды сапасы мен мазмұндық сипаттамасы артады. Өйткені, маркетинг пен сервис сапалары дене шынықтыру және спорт ұйымдарының нәтижелі қызмет етуіне септігін тигізеді.



Қоғамның танымдық іс-әрекетін қамсыздандыратын ақпараттық сервис ақпаратты терең талдау мен өңдеу бойынша ажыратылатын бірнеше күрделі деңгейлерге бөлінеді. Танымдық іс-әрекетте сервистің екі маңызды деңгейлерін бөліп көрсетуге болады:

- 1) *эмпирикалық* – жеке айғақтар мен оқиғалар туралы ақпараттар ұсыну;
- 2) *теориялық* – құбылыстың берілген аймағын дамыту және жүзеге асыру заңдылықтарын айғақтайтын ақпараттарды талдау (сурет 1).



Сурет 1 - Танымдық іс-әрекетте сервистің құрамдас бөліктері

Іс-әрекеттің құндылық бағдарлы формасының міндеті – адам үшін бұл құбылыстардың қандай мәні бар екенін орнату, оларға қандай да бір қарым-қатынас жасау, оларға баға беру.

Іс-әрекеттің құндылық бағдарлы саласындағы сервис төмендегідей жүзеге асырылады:

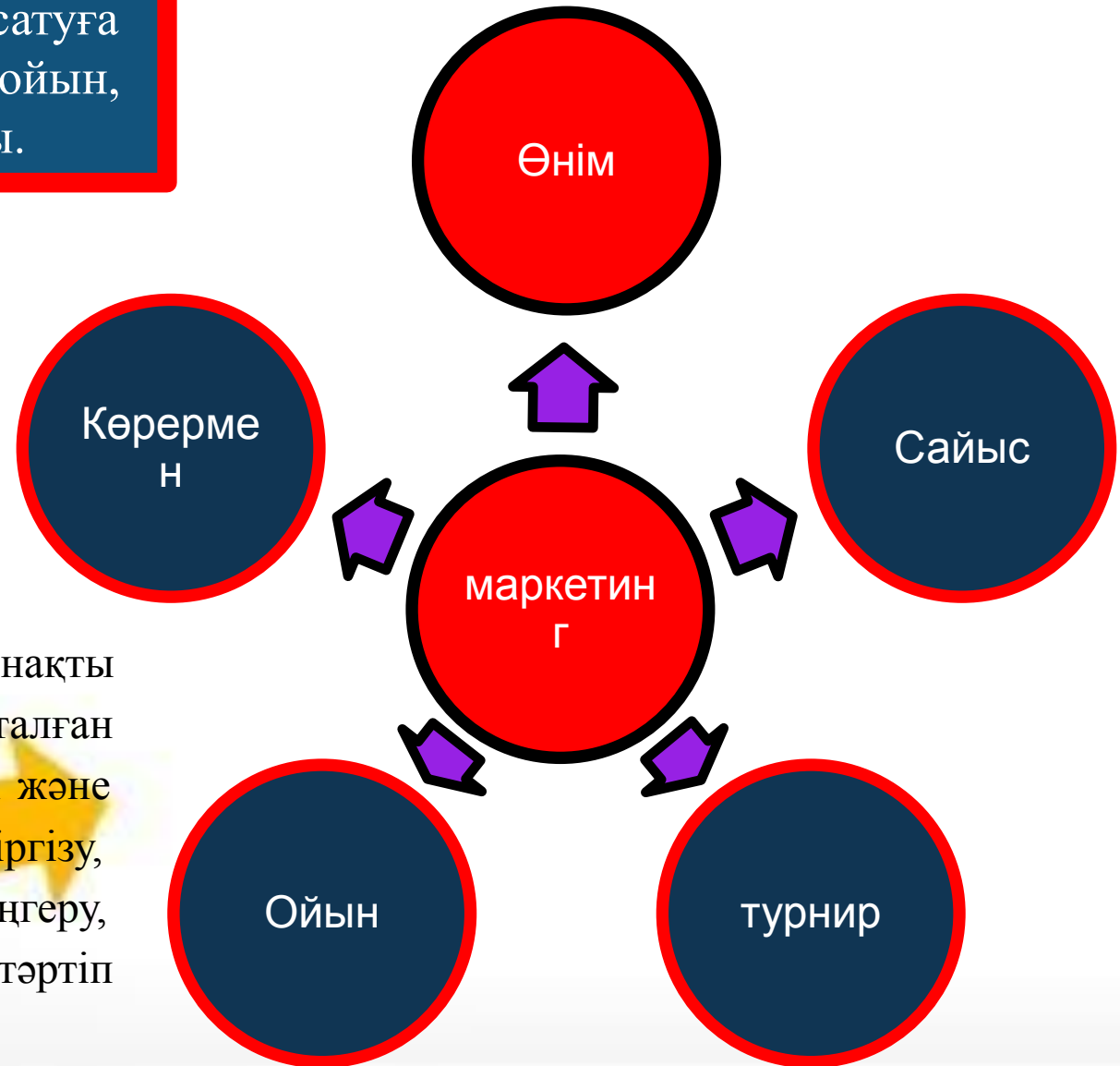
- жарнама;
- сараптама;
- психодиагностика;
- имиджмейкерлік қызметтер;
- көркемдік рәсімдеу іс-әрекеті;
- діни сипаттағы қызметтер.



Маркетингтің басты ережесі – дене шынықтыру мен спортқа қатысы бар «өндіре алатындарға қарағанда сатуға талпынуды емес сатуға болатындарды өндіру», мұнда өнім ретінде ойын, турнир, сайыс, көрермен, жеке тұлғалар алынады.

Дене шынықтыру мен спорттық маркетинг өнімдері

Маркетинг (ағылшын сөзі «market» - «нарық») – нақты тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған өнімді сату мен өндірісті ұйымдастырудың кешенді жүйесі және нарықты зерттеу мен болжаудың негізінде кіріс кіргізу, кәсіпорын-экспортершының сыртқы және ішкі ортаны меңгеру, маркетинг бағдарламаның көмегімен нарықта тәртіп стратегиялары мен тактикасын жасау.



Зерттеу әдістері

Ғылыми негізде шығармашылықпен жасалған жоспар зерттеу жұмысының нәтижелі болуына игі әсер етеді. Ғылыми бақылау зерттелетін педагогикалық құбылысты дұрыс әрі дәл жазып алуды талап етеді. Сондықтан бақылаудың нәтижесі зерттеушінің педагогикалық іскерлігіне, қабілетіне және сауаттылығына байланысты. Зерттелетін тақырыптың мақсаты мен мазмұнына қарап, бақылауды жаппай және ішінара жүргізуге болады.

Зерттеудің әдістері

1. сауалнама жүргізу,
2. Интервью алу,
3. Дельфи әдісі,
4. Математикалық-статистикалық талдау.



Зерттеудің ұйымдастырылуы research

Зерттеу үш кезеңнен тұрды.

Бірінші кезеңде ТМД елдері, соның ішінде Қазақстандық ғалымдардың ғылыми еңбектеріне талдау жасалып, «маркетинг», «білім берудегі маркетинг» жән «сервис» ұғымдарына теориялық тұрғыда сипаттама берілді. Сонымен қатар, дене шынықтырудың әлеуметтік-философиялық жаңа парадигмасы, сауықтыру-денсаулық саласында қызметтерді ұйымдастырудың ұстанымдарына жан-жақты түсініктер берілді.

Екінші кезеңде дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызметтерді жетілдірудің әлеуметтік-философиялық және психологиялық-педагогикалық әдебиеттердегі зерттелу жағдайы сараланды, *мотивациялық, іс-әрекеттік және рефлексивті-бағалаушы* компоненттер бірлігінде өлшемдері, көрсеткіштері, деңгейлері және құрылымдық-мазмұндық үлгісі анықталды.

Үшінші кезеңде дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызметтерді жетілдіру бойынша тәжірибелік-педагогикалық эксперимент жүргізіліп, оның нәтижесі талданып, қорытындыланды. Эксперимент үш кезеңнен тұрды: анықтауыш, қалыптастырушы, бақылау.



Шешімдер ұйымның барлық функционалдық ішкі жүйелерінде маркетингтік, инновациялық, өндірістік, арнайы, қаржылық, есептік. Осыған байланысты басқарушылық шешімдер екі көзқарас тұрғысынан зерттеледі: басқарушылық шешімдер қабылдаудың теориясы және дістері. Оның бірінші блогында шешімдердің басқару процесіндегі орны мен рөлі анықталады. «Басқарушылық шешім» ұғымына анықтама беріледі.

Анағұрлым кең жоспарда біз қарастырып отырған мәселенің әдіснамасы қарастырылады.

Сурет 12 – Басқарушылық шешімдерді қабылдау әдіснамасының сызбалық көрінісі

Басқарушылық шешімдерді негіздеу мен жүзеге асыру негіздемесі



басқарушылық шешімдерді даярлау мен жүзеге асыру әдістері



басқарушылық шешімдерді даярлау мен жүзеге асыру процесін моделдеу



басқарушылық шешімдерді даярлау мен жүзеге асыру қағидаттары



ҚОРЫТЫНДЫ

Дене шынықтыру және спорт ұйымдарындағы маркетинг пен сервис қызметтерін жетілдіру және тәжірибелік-эксперименттік жұмыстың қорытындылары ғылыми болжамның дұрыстығын дәлелдеді және бізге мынадай қорытындылар жасауға мүмкіндік берді:

1. Біздің қоғамымыздың дамуындағы заманауи кезеңі экономикалық дамудың тұрақсыздығымен, әлеуметтік қайшылықтардың, соның ішінде дене шынықтыру мен спорт саласындағы қайшылықтардың өсуімен сипатталады. Бұл жерде зерттеу іс-әрекеттерімен сәйкес дене шынықтыру саласындағы әдіснамалық мәселелердің құны ерекше, туындайтын проблемалар мен олардың алдын алудағы негізгі бағыттарды айқындау өзекті.

2. Дене шынықтыру мен спорт ұйымдарында қызметтердің типологиялық қатары бірнеше критерийлердің жіктелуі негізінде анықталды:

1. *Материалдылық деңгейі.*
2. *Бағалық сипаттамалар.*
3. Сапа параметрлері.
4. *Сапа сертификаты.*
5. Ассортименттік белгілер.

4. Дене шынықтыру мен спорт ұйымдарындағы қызметтердің бес түрі ажыратып көрсетілді:

- 1) *өндірістік* – инжиниринг, лизинг, құрылғыларды қамсыздандыру мен жөндеу;
- 2) *таратушылық* – сауда, көлік, байланыс;
- 3) *кәсіби* – банктық, сақтандыру, қаржылық, кеңес берушілік, жарнамалық;
- 4) *тұтынушылық* – үй шаруашылығы және уақыт өткізумен байланысты бұқаралық қызметтер;
- 5) *қоғамдық* – телекөрсетілім, радио, білім беру, мәдениет.

5. Дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызметті ұйымдастыру ұстанымдарының сипатталды:

- тұтынушылардың көзқарасын бейнелейтін ұстанымдар;
- спорттық-сауықтыру қызметтері субъектілерінің ерекшеліктерін бейнелейтін ұстанымдар;
- спорттық-сауықтыру қызметтерінің технологиялық талаптарын бейнелейтін ұстанымдар;
- дене шынықтыру мен спорт ұйымдарында қызметтің әлеуметтік-мәдени табиғатын бейнелейтін ұстанымдар,
- дене шынықтыру және спорт ұйымдарында қызметтерді таңдаулы педагогикалық процесс параметрлеріне бағдарлау ұстанымдары;
- экономикалық негізділік ұстанымдары.



НАЗАРЛАРЫҢЫЗҒА РАҚМЕТ

