

MARKETING KÓRKEM ÓNER HÁM MÁDENIYATINIŇ ÁMELIY ÁHMIYETI

Kamila Sadikova

Ózbekstan mámleketlik kórkem óner

hám mádeniyat instituti Nókis filiali 2-basqish magistranti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14061624>

Annotaciya. *Bul maqalada kórkem óner hám mádeniyat tarawindaǵı marketing máseleleri, onıń wazıypası hám tarawdı rawajlandırıwdaǵı xızmeti haqqında toqtalıp ótıledi. Sonday-aq, zamanagóy kórkem ónerdegi báseki hám marketingti rawajlandırıw usılları berilgen.*

Gilt sózler: *marketing, kórkem óner, mádeniyat, ónim, reklama.*

MARKETING THE PRACTICAL SIGNIFICANCE OF ART AND CULTURE

Abstract. *This article discusses the issues of marketing in the field of art and culture, its role and contribution to the development of the industry. At the same time, the debate in modern art and methods of developing marketing are given.*

Keywords: *marketing, art, culture, production, advertising.*

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИСКУССТВА И КУЛЬТУРЫ МАРКЕТИНГА.

Аннотация. *В данной статье рассматриваются вопросы маркетинга в сфере искусства и культуры, его роль и услуги в развитии этой сферы. Одновременно приводятся методы развития дискуссии и маркетинга в современном искусстве.*

Ключевые слова: *маркетинг, искусство, культура, урожай, реклама.*

Mádeniyat shólkemleri zamanagóy jámiyette zárúrli orın tutıp atır. Olardıń iskerligi usınılıp atırǵan dóretpelerdiń mazmunı arqalı, olardı jaratıw hám qarıydarǵa usınıwdıń arnawlı bir formaları hám usıllarınan paydalanıw arqalı, usınıs kólemi hám tutınıw túri arqalı mádeniyat jaǵdayın sáwlelendiredi.

Mádeniyat hám kórkem óner tarawı - bul materiallıq emes, bálki, bárinen burın, ruwxıy islep shıǵarıw tarawı. Onıń ónimleri adamlardıń materiallıq emes, bálki intellektuallıq, estetik hám ruwxıy mútajlıkların qandiradi, sebebi hár qanday pikir júritetuǵın adam ushın bul qádiriyatlar materiallıq mútajlıklardan kem emes.

Kolber birinshi ret kórkem óner hám mádeniyat salasında marketing máselesin kóterdi, bul tarawda isleytuǵın barlıq shólkemler mádeniy ónimler óndirisin aytıp ótdi.

Házirde bul shólkemlerdiń barlıǵı bazar báseki hám marketing quralları sıyaqlı túsiniklerge dus kelip atır [1, 20-bet].

Mádeniyat hám kórkem ónerdegi marketing dástúriy marketingtan ayırıqsha bolıp esaplanıw, ayırıqsha ayırıqshalıqlarǵa iye. Parqı marketing iskerliginiń dástúriy taypalarına basqasha jantasıwda bolıp tabıladı. Dástúriy bazarlarda maqset mútajlıklarǵı qandırıw arqalı payda aldılar maqsetli qarıydarlar, mádeniyat hám kórkem óner salasında, maqset estetik hám kórkem mútajlıklarǵı qandırıw bolıp tabıladı. Shólkemler mádeniyatlar dóretiwshilik ushın sharayát jaratadı jáne onıń nátiyjelerin ámelge asıradı. Maqsetli qarıydarlar málim mádeniy xızmetler yamasa olar ushın aqsha tólew arqalı alıwları múmkin bolǵan qádiriyatlar paydasına tańlaw etedii.

Kórkem ónim maqsetli auditoriya arasında bazar izertlewleri nátiyjelerine kóre emes, bálki onıń zárúrli qásiyetleri hám sapa qásiyetlerinen kelip shıqqan halda bayan etiledi, bul haqqındaǵı maǵlıwmatlar informaciya kanalları arqalı qarıydarlarǵa uzatıladı.

Marketing qospasınıń tómendegi strukturalıq bólimleri hám mádeniyat salasındaǵı marketing iskerligine tásir etiwshi eń zárúrli faktorlar ámeldegi:

Ónim - mádeniyat mákemelerinde túrli ónimler ónim wazıypasın atqaradı. Maqsetine muwapıq tiykarınan kórsetiletuǵın xızmetler. Mısalı, muzey ushın tiykarǵı xızmetler kórgezbe iskerligi, sonıń menen birge, bilimlendiriw jumıslar bolıp tabıladı. Qosımsha xızmetler de úlken áhmiyetke iye. Olardı kafelar, bufetlar, muzey dúkanları jumısı, sonıń menen birge, túrli ilajlar - zıyapatlar, ushırasıwlar, kontsertlar, tamashalar ótkeriw menen ańlatıw múmkin.

Qarıydar-mádeniyat tarawı insannıń ruwxıy rawajlanıwına bolǵan mútajlıkların qandıradı, sol sebepli bul erda túrli qatlamlar qarıydar retinde isleydi.

Bahalar siyasatı-Mádeniy shólkemniń bahalar siyasatı áwele onıń iskerliginiń social maqsetleri menen belgilenedi. Solay etip, baha dárejesi arnawlı bir xızmettiń potencial qarıydar ushın bar ekenligine baylanıslı. Bul jaǵdayda bahalar derlik mudamı bazar sharayatında bolǵan bahalardan tómenelew boladı, geyde bolsa ulıwma bolmaydı.

Ónimdi úgit-násiyatlaw.

Mádeniyat salasında ónim reklama, tuwrıdan-tuwrı marketing hám jámiyetshilik baylanısları arqalı úgit násiyat etiledi. Reklama hám tuwrıdan-tuwrı marketing dáramattı kóbeytiwge qaratılǵan bolıp, bul bolsa tolıq emes shólkem iskerligin dawam ettiriw ushın zárúr bolǵan aqshalardı toltırıw ushın qollanıladı. Jámiyetshilik baylanısları diqqat-itibardı asırıwǵa qaratılǵan.

Mádeniyat salasında xızmetkerler retinde iri shólkemlerde arnawlı islengen marketing, rawajlanıw hám jámiyetshilik menen baylanıslar bólimleriniń xızmetkerleri iskerlik kórsetedi.

Kishi mádeniyat mákemelerinde olar ádetde birden-bir xızmetke birlestirilgen yamasa olardıń funksiyaları basqa ishki strukturalarǵa berilgen.

Sırtqı marketing agentlikleri menen shártnama tiykarında islew, olardıń kóbirek múmkinshilikleri hám joqarı sapalı jumıs menen baylanıslı bolsa-da, turaqlı emes hám joqarı qárejetler menen ajralıp turadı.

Mádeniyat salasında marketingtiń qalıs principilernı ajratıp kóriw múmkin.

Birinshiden, maqsetli qarıydarlardıń sorawlarınan kelip shıqqan halda social-mádeniy xızmetler bazarına bágdarlaw zárúr.

Ekinshiden, social-mádeniy bazargá maqsetli tásir kórsetiw kerek, anıq kórkem óner ónimlerine emes, bálki olardıń túrlerine talaptı qalıplestiriw, xalıq arasında qızıǵıwshılıqtı jaratıw.

Úshinshiden, mádeniyat salasındaǵı shólkemlerdiń iskerligin maqsetli qarıydarlar menen aktual maydanshalar hám kommunikatsiya formalarında óz-ara sheriklik etiwge bágdarlaw kerek.

Tórtinshiden, maqsetli auditoriyalardıń abzallıqlarına hám zamannıń aktual tendentsiyalarına juwap beretuǵın kórkem ónimlerdi islep shıǵıw hám usınıw talap etiledi.

Mádeniyat salasındaǵı marketing túrli social toparlar arasındaǵı mútajliklerdegi pariqtı da esapqa alıwı kerek. Atap aytqanda, adamnıń tálim dárejesi qanshelli joqarı bolsa, ol sonshelli kóbirek ádebiyat, teatr, súwret, opera sıyaqlı kórkem óner túrlerine qızıǵadı, sonıń menen birge, mádeniy qádiriyatlardı ózlestiriw hám jeke mádeniy dárejesin asırıwǵa bolǵan umtılwı asadı.

Mádeniyat hám kórkem óner salasında marketingti qóllaw tek ǵana kórkem ónimlerdiń sapasın asırıwǵa járdem beredi, bálki xalıqtıń mútajliklerine kóbirek juwap beriw ushın turaqlı túrde rawajlanadı.

REFERENCES

1. Kolber F. Marketing kul'turi i iskusstv. / Per. s angl. L. Mashalova; Pod. Redaktsiey k. n. M. Naymark.- SPb.: Izdatel' Vasin. A. I., 2008.- 256 s.
2. U.Ǵ.Zunnunova, T.R.Fayziev Art marketing, oqıw qollanba, Tashkent “Kamalak”, 2009-jıl
3. Morozov V.Y. Osnovi marketinga, “Dashkov i K” 2006
4. Qosimova M.S., Ergashxojaeva Sh.J., Abduxalilova L.T, Muxitdinova U.S., Yuldashev M.M. Strategik marketing.- T Oqituvchi, 2004.
5. www.mf.uz