

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SPORT MARKETINGINI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI

Safarov O‘lmasbek Sulton o‘g‘li

O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universitetining Jismoniy tarbiya va sport menejmenti, sport tadbirlarini tashkil etish va boshqarish yo‘nalishi 2-kurs magistranti

ulmasbeksafarov0206@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.12589372>

Annotatsiya. Mazkur maqolada O‘zbekiston Respublikasida sport marketingini rivojlantirish yo‘llari va usullari haqida so‘z boradi. Maqola davomida asosli fikr va mulohazalar keltirib o‘tilgan.

Kalit so‘zlar: port marketingini rivojlantirish, Olimpiada o‘yinlari, Jahon kubogi, sportni rivojlantirish.

WAYS TO DEVELOP SPORTS MARKETING IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract. This article talks about the ways and methods of developing sports marketing in the Republic of Uzbekistan. During the article, reasonable opinions and considerations are mentioned.

Key words: port marketing development, Olympic Games, World Cup, sports development.

ПУТИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Аннотация. В данной статье говорится о путях и методах развития спортивного маркетинга в Республике Узбекистан. В ходе статьи приводятся обоснованные мнения и соображения.

Ключевые слова: развитие портового маркетинга, Олимпийские игры, чемпионат мира, развитие спорта.

Ma'lumki sport dunyo bo'ylab o'ynaladigan, sevib tomosha qilinadigan va insonlarga emotsiya ulashadigan global mahsulot va servis turidir. Bugungi kunda Olimpiada o'yinlari va Jahon kubogi kabi xalqaro musobaqalar ko'plab ommaviy axborot vositalarining e'tibor markazida bo'lishiga qaramay, sport marketingi hamda xalqaro biznes o'rtasidagi o'zaro aloqalarda ham amaliy va nazariy nuqtai nazardan oqsoqlanishlar ko'zga tashlanmoqda va bu kabi holatlarni yurtimizda ham tez-tez uchrab turishi muammoli vaziyatlardan biri hisoblanadi. Shunday muammolarni xalq etish maqsadida Vazirlar Mahkamasi tomonidan "2019-2023 yillar davrida O'zbekiston Respublikasida jismoniy tarbiya va ommoviy sportni rivojlantirish konsepsiyasi" Qaror sifatida tasdiqlandi.

Butun dunyo bo'ylab tarqalgan, mamlakatlarni iqtisodiy inqiroz yoqasiga olib kelgan katta xavflardan biri bo'lgan koronavirus pandemiyasi ham jismoniy tarbiya va sport sohasida o'z ta'sirini ko'rsatdi. Jahondagi yirik musobaqalar, olimpiyada o'yinlari, sport turlari bo'yicha chempionatlar sport muxlislarsiz o'tayotgani buning yaqqol dalilidir. Ana shunday muammolarni hal qilish uchun butun dunyoda ko'plab xalqaro sport korxonalarini va tashkilotlari xalqaro sport marketing loyihalarini amalga oshirish yo'lida tinimsiz mehnat qiladilar va bu orqali nafaqat o'z byudjetini ko'paytiradilar balki, davlat iqtisodiyotini ham boyitib, mamlakatning turizm salohiyatini oshirishda o'z hissalarini qo'shadilar.

Sport marketingini o'rganishda mamlakatimiz olimi R. Nabiullin «Jismoniy tarbiya va sportda marketing» (2022) nomli darsligi muhim ahamiyatga egadir. Buni ta'kidlashdan maqsad shuki, O'zbekistonda sport faoliyatiga marketing chuqur singib ketganicha yo'q va shu sababdan maxsus o'quv va uslubiy qo'llanmalar ham juda ozchilikni tashkil qiladi. Ana shularni e'tiborga olgan holda R. Nabiullinning darsligini asos qilib olishga to'g'ri keladi.

Yurtimizda sport marketingini rivojlantirish va buning natijasida mamlakat ichki bozoriga ijobiy ta'sir o'tkazishni tahlil qilish bilan birga "Sport marketing"ning o'zi nima va uni boshqa sohalardan ajratib turuvchi asosiy faktorlar nimalardan iborat ekanligi haqida yetarli tushunchaga ega bo'lish juda muhim hisoblanadi. Bu borada ko'plab olimlar o'z fikrlari bilan bo'lishganlar xususan Avstraliyaning Deakin universiteti (Deakin University) professorlari Vanessa Ratten hamda Xamish Rattenlar o'z izlanishlari natijasidan kelib chiqib quyidagi ta'rifni keltiradilar: Sport marketingi - samarali marketing vositalaridan biri bo'lib, uning yordamida kompaniyalar iste'molchilarning sportga bo'lgan ehtirosidan foydalanib daromad oladilar. Ta'kidlash joizki, yurtimizda ham sport homiylari masalasi doimo dolzarb hisoblanadi, buning natijasida esa sport klublari doimo moliyaviy ko'makka muhtojlik sezishadi, balki bu klubda to'g'ri yo'lga qo'yilmagan marketing faoliyati bilan ham bog'liqdir.

Marketing bo'yicha har qanday kitobni oling - masalan, Kotler, Sonders va Armstrong yoki Brassington va Pettit asarlari, shunda mualliflar marketingni almashish jarayoni sifatida ko'rishayotganini ko'rasiz, uning doirasida tashkilot uchrashish uchun ishlaydi. Marketingning boshqa ta'riflari, masalan, Gronroos asarlari, mijozlarning uzoq muddatli munosabatlarining muhimligini ta'kidlashi bilan yanada chuqurlashadi. Ammo ular sportning o'ziga xos xususiyatlarini va sport mahsuloti bilan boshqa mahsulot va xizmatlarning farqlarini hisobga olmaydilar. Sport marketologlari va hatto marketingning o'zi uchun bu ta'riflarning foydali bo'lishi ehtimoldan yiroq emas, chunki aksariyat hollarda unga "sport" so'zi mexanik ravishda qo'shiladi.

Sport marketingi - bu sport tadbirlari va jamoalarni targ'ib qilishga, shuningdek sport tadbirlari va sport jamoalari orqali boshqa mahsulotlar va xizmatlarni targ'ib qilishga yo'naltirilgan marketingning bir qismidir. Bunday holda, reklama qilingan mahsulot jismoniy mahsulot yoki tovar nomi bo'lishi mumkin. Maqsad mijozga sportni ommalashtirish yoki boshqa har qanday mahsulot, xizmat, biznes yoki sabablarni sport orqali targ'ib qilish strategiyasini taqdim etishdir. Sport marketingi orqali iste'molchilarning ehtiyojlari va ehtiyojlarini qondirishga mo'ljallangan. Ushbu strategiyalar umumiy marketingning an'anaviy 4Pga amal qiladi: mahsulot, narx, reklama va joy. Sport marketingida ham yana 4P qo'shildi, chunki sport bu xizmat deb hisoblanadi. Qo'shimcha 4P: rejalashtirish (planning), qadoqlash (packaging), joylashishni aniqlash (positioning) va idrok etish (perception). Qo'shimcha to'rtta elementning qo'shilishi "sport marketingi aralashmasi" deb nomlanadi.

Xususan, O'zbekiston Respublikasining Prezidenti tomonidan 2020-yil

3-noyabrda imzolangan "Jismoniy tarbiya va sport sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish va ilmiy salohiyatni oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi Qarori, bunga yorqin misol bo'ladi.

Unga ko'ra, yurtimizda jismoniy tarbiya va sport sohasida xalqaro standartlarga muvofiq kompleks bilimlarga ega malakali kadrlar tayyorlash sifatini yaxshilash, sportda ilm-fanni jadal

rivojlantirish, yuqori malakali raqobatbardosh trener-o'qituvchilar, mutaxassislar hamda ilmiy xodimlarni tayyorlash jarayonlarini yanada takomillashtirish maqsadida universiteti huzuridagi Jismoniy tarbiya va sport ilmiy tadqiqotlar institutini tashkil etildi.

Jismoniy tarbiya va sport sohasida kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil etish, jismoniy tarbiya-sog'lomlashtirish hamda sport tashkilotlarini, ta'lim va sport-ta'lim muassasalarini yuqori malakali trenerlar va boshqa sport mutaxassislari bilan ta'minlash, jahonning yetakchi ishlab chiqaruvchilarini jalb qilgan holda sport kiyimi, anjomlari va jihozlarini ishlab chiqaruvchi zamonaviy korxonalar faoliyatini tashkil etish, xalqaro sport musobaqalariga mezbonlik qilish va sportning shaffofligini ta'minlash bunga misol bo'la oladi.

Sport o'yinlari homiysi bo'lish orqali bugun kompaniyalar o'z daromadlarini bir necha barobar oshirishga erishmoqdalar, dunyo bo'ylab o'tqazilib kelinayotgan xalqaro sport tadbirlari va millionlab muxlislarga ega bo'lgan jamoalar ularga bunday imkoniyatni taqdim etmoqdalar, ammo homiy bo'lish, shunchaki futbol jamoasi a'zolarining futbolkasida yoki o'yin maydonchasi atrofidagi bannerlarda o'z belgisi bilan paydo bo'lishnigina anglatmaydi, homiy bo'lish - brendga yoki kompaniyaga sportning ijobiy bahosini iste'molchi qalbiga bo'lgan ehtiros bilan bir vaqtning o'zida yetkazishga imkon berish demakdir.

Xulosa va taklif o'rnida mamlakatimizda sport marketingi orqali ichki bozorini va iqtisodiy salohiyatini oshirishda e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan asosiy vositalar quyidagilardan iborat bo'lishi maqsadga muvofiqdir:

- sport marketingi mutaxassislarini yurtimizda tayyorlash (bakalavr, magistratura, tayanch doktorantura, doktorantura va mustaqil izlanuvchilar);
- nufuzli sport musobaqalariga mezbonlik qilish hamda buning uchun zarur bo'lgan shart-sharoit va infratuzilmani yaratish;
- xalqaro sport marketingi korxonalarini bilan tashqi aloqalarni o'rnatish;
- milliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan ishlab chiqargan tovar va mahsulotlarini sport musobaqalarida reklama qilish;
- mamlakatimizda rivojlanmagan ammo ommabopligi jihatdan yuqori turuvchi sport turlarini joriy qilish va buning natijasida turizm oqimini o'stirish.

Yuqorida bildirilgan takliflar, yurtimizda sport marketingi hamda xalqaro sport turlari, jismoniy tarbiya va turizmni rivojlantirishda shuning bilan birga mahsulotlarimizni reklama qilish orqali jahon bozoriga olib chiqishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

REFERENCES

1. Балтаева И. Т. и др. USE OF VIRTUAL LABORATORIES TO CONDUCT FOOTBALL TRAINING //MODERN SCIENCE AND RESEARCH. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 709-718.
2. Jumayev U. X., Kazoqov R. T., Abdusalomov I. K. QUANTITATIVE EVALUATION OF QUALITY INDICATORS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 229-240.

3. Qutlimurotov I. X. et al. THE PROCESS OF ORGANIZING EDUCATIONAL ACTIVITIES OF STUDENTS AND MASTERING PERSONAL PROFESSIONAL KNOWLEDGE //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 869-879.
4. Солиев И. Р. и др. МОРФО-ФУНКЦИОНАЛ ВА АНТРОПОГЕНЕТИК ТАДҚИҚОТ НАТИЖАЛАРГА КЎРА ФУТБОЛЧИЛАРНИНГ ИШЧАНЛИК НАТИЖАЛАРИНИ БАШОРАТ ҚИЛИШ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
5. Тажибаев С. С. и др. ЖАХОН ЧЕМПИОНАТИ 2022 ЙИЛГИ ФУТБОЛЧИЛАР АНТРОПОМЕТРИК ЎЛЧАМЛАРИ ВА ТЕЗЛИК СИФАТИ ОРАСИДАГИ КОРРЕЛЯЦИЯНИ ЎРГАНИШ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
6. Тажибаев С. С. и др. 13-14 ЁШЛИ ФУТБОЛЧИЛАРНИНГ ТЕХНИК-ТАКТИК ҲАРАКАТЛАРИНИ ТАРБИЯЛАШ САМАРАДОРЛИГИ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
7. Boltayeva I. T. et al. PERIODS OF PRODUCTION EDUCATION. THE PERIOD OF INITIATION, PREPARATION, ACQUISITION AND COMPLETION OF THE PROFESSION //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 561-569.
8. Ganieva M. et al. THE UNITY OF TECHNIQUE, TACTICS AND STRATEGY IN TABLE TENNIS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 1175-1183.
9. Usmonova S. H., Akmurodov M., Kazokov R. THE INFLUENCE OF TEMPERAMENT ON THE CHOICE OF SPORTS ACTIVITIES //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 63-70.
10. Umaraliyeva F. T., Kazoqov R. T. THE ROLE OF SPORTSWOMEN IN THE DEVELOPMENT OF SOCIETY AND IN THE DEVELOPMENT OF SPORTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 1124-1131.
11. Mustafayeva N. A., Kazoqov R. T. USING THE MAIN CHARACTERISTICS AND POSSIBILITIES OF THE ELECTRONIC SCHEDULE IN SOLVING ISSUES RELATED TO PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 5. – С. 1115-1123.
12. Kazoqov R. T., Axatov L. K. SPORT TOMOSHASINING ESTETIKASI. – 2024.
13. Jumayev U. X. et al. " PEDAGOGICAL EDUCATION INNOVATION CLUSTER" MEANS COMMON GOALS AND SPECIFIC INTERESTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 552-560.
14. Umarov D. X. et al. NATIONAL MOVEMENT FOR THE DEVELOPMENT OF PRIMARY CLASS STUDENTS'PHYSICAL PREPARATION USING GAMES //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 732-741.
15. Umarov D. X. et al. THE EFFECTIVENESS OF USING A SET OF SPECIAL EXERCISES IN ANNUAL PREPARATION TRAINING OF SHORT-DISTANCE RUNNERS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 742-753.
16. Jumayev U. X. et al. " PEDAGOGICAL EDUCATION INNOVATION CLUSTER" MEANS COMMON GOALS AND SPECIFIC INTERESTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 552-560.
17. Turopovich K. R., Rixsibayevna D. S. ENHANCING ENGLISH LANGUAGE LEARNING THROUGH PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES. – 2024.

18. Kazakov R. T. et al. MULTIMEDIA SYSTEMS AND DISTANCE LEARNING TECHNIQUES IN SPORTS SOX //Modern Science and Research. – 2023. – Т. 2. – №. 9. – С. 99-105.
19. Казоков Р. Т. и др. МАМЛАКАТИМИЗ ЯНАДА ЮКСАЛИШИДА БОЛАЛАР СПОРТИНИНГ ЎРНИ //Академические исследования в современной науке. – 2023. – Т. 2. – №. 9. – С. 5-11.
20. Казоков Р. Т. и др. ПЕДАГОГИКА ОЛИЙ ТАЪЛИМДА КЕЙС-СТАДИ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ АСОСИДА ПЕДАГОГИК МАҲОРАТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЮЗАСИДАН ТАЖРИБА-СИНОВ ИШЛАРИНИНГ НАТИЖАЛАРИ //Академические исследования в современной науке. – 2023. – Т. 2. – №. 6. – С. 111-115.
21. Казоков Р. Т. Кейс стади технологияларидан фойдаланиб талабаларнинг масофавий таълим технологиялари асосида педагогик маҳоратини шакллантириш //Замонавий футболни ривожлантириш тенденциялари: муаммо ва ечимлари. – Т. 11. – №. 1.
22. Jumayev U. X. et al. " PEDAGOGICAL EDUCATION INNOVATION CLUSTER" MEANS COMMON GOALS AND SPECIFIC INTERESTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 552-560.
23. Murod o'g'li P. D. MAMLAKATIMIZDA JISMONIY TARBIYA VA SPORTNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI. – 2023.
24. Achilov O. H. TO INCREASE THE INTEREST OF ELEMENTARY SCHOOL STUDENTS IN SPORTS AND TO MAKE THEM REGULARLY ENGAGE IN SPORTS //Educational Research in Universal Sciences. – 2023. – Т. 2. – №. 1. – С. 218-220.
25. O'G'Li S. O. S., Nurullayev A. Q. THE ORIGIN AND DEVELOPMENT OF ATHLETICS //BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – Т. 2. – №. 3. – С. 10-15.
26. O'Imasbek S. MIDDLE LONG DISTANCE RUNNING //BOSHQARUV VA ETIKA QOIDALARI ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – Т. 2. – №. 3. – С. 10-12.
27. Nurullayev A. Q., Ogli S. U. S. JUDO ACHIEVEMENT AT THE 2021 SPORTS COMPETITION AT THE UNIVERSITY //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2022. – Т. 10. – №. 2. – С. 234-236.
28. Umarov D. X. et al. THE EFFECTIVENESS OF USING A SET OF SPECIAL EXERCISES IN ANNUAL PREPARATION TRAINING OF SHORT-DISTANCE RUNNERS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 742-753.
29. Jumayev U. X. et al. " PEDAGOGICAL EDUCATION INNOVATION CLUSTER" MEANS COMMON GOALS AND SPECIFIC INTERESTS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 2. – С. 552-560.
30. Boltayeva I. T., Tashnazarov D. Y., Kazaqov R. T. TECHNICAL-TACTICS OF 13-14-YEAR-OLD FOOTBALL PLAYERS EFFICIENCY OF EDUCATIONAL ACTIONS //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6. – С. 91-98.