

## O‘ZBEKISTON VA XALQARO SPORT TASHKILOTLARI ALOQALARIDA MARKETINGNING IQTISODIY AHAMIYATI.

Safarov O‘.S.

MMT 51-23 gurux magistri, O‘zDJTSU.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13685654>

**Annotatsiya.** Ushbu maqola mamlakatimizda sport sohasida amalga oshirilayotgan islohatlar hamda jismoniy tarbiya va sport menejerlari sohasidagi mutaxassisnlarni tayyorlash sifatiga qo‘yiladigan modellarga qaratilgan.

**Kalit so‘zlar:** Jismoniy tarbiya, sport va turizm sohasi, “Jismoniy tarbiya va sport sohasida kadrlarni tayyorlash hamda ilmiy tadqiqotlar tizimini yanada takomillashtirish choratadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

### ECONOMIC SIGNIFICANCE OF MARKETING IN RELATIONSHIPS OF UZBEKISTAN AND INTERNATIONAL SPORTS ORGANIZATIONS.

**Abstract.** This article focuses on the reforms implemented in the field of sports in our country and the models for the quality of training of specialists in the field of physical education and sports managers.

**Keywords:** physical education, sports and tourism, the decision "On measures to further improve the system of training and scientific research in the field of physical education and sports".

### ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В ОТНОШЕНИЯХ УЗБЕКИСТАНА И МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются реформы, реализуемые в сфере спорта в нашей стране, и модели качества подготовки специалистов в области физического воспитания и спортивных менеджеров.

**Ключевые слова:** физическое воспитание, спорт и туризм, решение «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы подготовки кадров и научных исследований в области физического воспитания и спорта».

Jismoniy tarbiya va sport menejmenti jismoniy tarbiya va sport sohasining ko‘pgina yo‘nalishlarida mahsus faoliyat sifatida xizmat qiladi. Bu xalqaro sport taraqqiyotida, ayniqsa qit‘alar, mamlakatning yirik musobaqalarida ko‘proq uchraydi. Ya‘ni, sport uyushmalari o‘rtasida komandalarni yetuk sportchilar bilan ta‘minlash, ularning talab va ehtiyojini qondirish, sportchilar bilan shartnoma tuzish kabi faoliyatlar jarayonida hilma hil usullar, muloqotlar, munosabatlar, kelushuvchilik kabi faoliyat mavjud bo‘ladi.

Shular qatorida O‘zbekiston Boks Federatsiyasi o‘zining boshqaruv tizimiga ega.

Federatsiyaning oliy rahbariy organi Konferensiya hisoblanadi. Federatsiyada Ijroiya qo‘mita va Nazorat taftish komissiyasi faoliyat olib boradi.

Ijroiya qo‘mita taklifi bilan Federatsiyaning Murabbiylar kengashi tashkil etiladi va ushbu kengashning raisi sifatida boks bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi terma jamoasi bosh murabbiysi tayinlanadi.

“Sog‘lom avlodni tarbiyalash – buyuk davlat poydevorini, farovon hayot asosini qurish deganidir”. Birinchi Prezidentimiz tomonidan mustaqilligimizning ilk yillarida aytilgan bu so‘zlar

mamlakatimizning istiqboldagi bosh maqsadini, davlatimiz siyosatining ustuvor yo‘nalishini belgilab bergan. O‘zbekiston istiqloqlining dastlabki kunlaridan uzoq istiqbolni ko‘zlab, farzandlarimiz bizdan ko‘ra kuchli, bilimli, dono va albatta bahtli bo‘lishlari shart, degan ezgu niyatni o‘z oldiga asosiy maqsad qilib qo‘ygan edi.

Shu asosda marketingni rivojlanish bosqichini va uni tashqi muhitga yo‘nalganligiga ko‘ra tashkilotni boshqarishda marketing konsepsiyasidan foydalanishni uchta bosqichini ko‘rsatish mumkin:

- marketingning ayrim elementlaridan alohida foydalanish (reklama, sotuvni rag‘batlantirish, talabni hisobga olgan holda bahoni belgilash va boshqalar);
- marketing faoliyatining ayrim o‘zaro bir-biri bilan bog‘liq bo‘lgan usullari va vositalaridan foydalanish (bozor kon‘yunkturasidan kelib chiqib mahsulotni yaratish, sotuvdan keyingi hizmatlarni ko‘rsatish va h.z.lar);
- marketing tashkilot bozorini boshqarish konsepsiyasi sifatida, bu nafaqat marketing hizmatini tashkil etishni taqozo etadi, balki faoliyat falsafasini ham o‘zgartirishni talab etadi.

Operatsion marketingning asosiy maqsadi esa hizmatlardan daromadni shakllantirish hisoblanadi, ya‘ni maqsadli harakat bu sotish va sotuvning eng samarali usullaridan foydalanib, bir vaqtning o‘zida harajatlarni kamaytirib, buyurtmalarni yo‘naltirishni anglatadi. Shunday qilib operatsion marketing tashkilotning qisqa muddatli samaradorligiga bevosita ta‘sir ko‘rsatuvchi element sifatida namoyon bo‘ladi (1-rasmga qarang).

Marketing – bu tashkilotning tijorat richagi bo‘lib, usiz hatto eng yahshi strategik reja ham qoniqarli natijalarga olib kelolmaydi. Biroq ma‘lumki, jiddiy strategik asossiz samarali operatsion marketingning ham bo‘lishi mumkin emas.

Tashkilot – o‘zining raqobat afzalliklarini qancha uzoq ushlab tura olsa, shuncha vaqt raqobatbardosh deb hisoblanadi yoki raqobatchilardan farqlanadigan alohida hususiyatlarga ega bo‘lsa, yoki hizmat qilish hajmini ta‘minlay oladigan yuqori darajadagi unumdorlikka ega bo‘lsa, tashkilot raqobatbardosh deb hisoblanishi mumkin.

Marketing strategiyasi iqtisodiy rivojlanish omili hisoblanadi, chunki u quyidagi hususiyatlarga ega tizimni yaratadi:

- a) iste‘molchilarning talablariga quloq soladi;
- b) investitsiya va ishlab chiqarish, hizmatlarni ko‘ra bilgan ehtiyojlarga yo‘naltiradi;
- v) bozorni segmentlashtirish orqali har hil shakldagi ehtiyojlarni hisobga oladi;
- g) innovatsion va tadbirkorlik faoliyatini rag‘batlantiradi.

**Strategik piramida.**

Strategiya nomi	Mas’ullar		Har bir darajaga mansub bo‘lgan tadbirlar
-----------------	-----------	--	---

Korporativ	Bosh menejer, yetakchi menejerlar		Toshkilotning umumiy tarkibini yaratish va tarkibini samarali boshqarish (ishbilarmonlik vaziyatini mustahkamlash, faoliyatni to'htatish boshqaruv rejalariga to'g'ri kelmaydigan faoliyatni to'htatish). Toshkilotning barcha yo'nalishlaridagi faoliyatni o'zaro bog'lash va ko'p tarmoqli faoliyatni ustivorlikka aylantirish. Ustivor faoliyat yo'nalishlarini belgilash va resurslarni faoliyat doirasidagi istiqbolli loyihalarga samarali sohalarga yo'naltirish.
Ishbilarmonlik	Bosh direktorlar, bo'lim rahbarlari		Raqobatbardoshlikni kuchaytiradigan va raqobat ustivorligini saqlaydigan chora-tadbirlarni ishlab chiqish. Tashqi muhitni kuzatib turadigan va unga ta'sir ko'rsatadigan tizimni shakllantirish. Funktsional bo'limlarning strategik harakatlarini birlashtirish.
Funksion al	O'rta bo'g'in rahbarlari		Ishbilarmonlik strategiyalarini va bo'limlarning maqsadga erishishga qaratilgan harakatlarini qo'llab quvvatlash. Joylarda har hil funksiyalarni bajaruvchi menejerlarning hulosasi, tahlil va takliflarini birlashtirish.
Operatsi on	Joylarda gi rahbarlar		Bo'limlarning maqsadlarini amalga oshirish bilan bog'liq bo'lgan muammo va masalalarni yechish bo'yicha harakatlarni amalga oshirish.

Strategiyalarning umumlashtirilgan o'zaro bog'liqligi quyidagi jadvalda keltirilgan.

Maqsadlar toshkilot faoliyati davomida o'zgarib turadi.

Toshkilotni va marketingni boshqarishda (jumladan strategik) o'zaro birbiriga ta'sir ko'rsatish va o'zaro aloqalar (bozorda raqobatbardosh vaziyatni yaratish va uni saqlab turishga qaratilgan kompleks faoliyat).

I, II, III – konturlar firma faoliyatining doimiy tarkibiy bo'laklari:

I – marketingni boshqarish;

II – marketingni strategik boshqarish;

III – firma faoliyatini funksiyalar bo'yicha rejalashtirish; IV – bir marotaba amalga oshiriladigan harakat bo'lakchasi.

Marketing asosida bozorni har taraflama o‘rganish yo‘nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko‘rsatib o‘tish zarur:

- Talabni o‘rganish;
- Bozor tarkibini aniqlash;
- Tovarni o‘rganish;
- Raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- Sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketingni bosh vazifasi tashkilotning mavjud va potensial imkoniyatlarini baholash va amalga oshirish hamda bozorda talab va taklifni muvofiqlashtirish maqsadida imkoniyatlarni aniqlashdan iborat.

Marketing yoki tadbirkorlik faoliyati aniq natijaga erishish maqsadida amalga oshiriladi.

Marketingni asosiy maqsadlari firmaning asosiy maqsadlari bilan o‘zaro aloqadordir.

Marketing maqsadlari tahlili unga erishish bo‘yicha asosiy vazifalarni shakllantirishga imkon beradi.

### 1. 1-jadval. Tashkilotning asosiy maqsadi.

Maqsadlar	Ko‘rsatkichlar
Bozorni egallash	Bozor ulushi, oborot, tovarni roli va ahamiyati, yangi bozorlarni qamrab olish
Rentabellik	Foyda, oborotga nisbatan rentabellik, shahs kapitalini rentabelligi, umumiy kapitalni rentabelligi
Moliyaviy barqarorlik	Kreditga layoqatliligi, likvidligi, o‘z – o‘zini moliyalashtirish darajasi, kapitalni to‘zilishi
Ijtimoiy maqsadlar	Ish bilan qoniqish, daromad darajasi va ijtimoiy integratsiya, shahsiy rivojlanish
Bozordagi pozitsiya va prestij	Mustaqilligi, imidj, siyosiy sharoitga munosabati, jamiyatni tan olishi

Yangicha boshqaruv piramidasining tamoyillari tashkilotni boshkarishni takomillashtirish tizimining asosini tashkil etishi lozim. Ular strategiyani rejalashtirish jarayoning tarkibini, bozor strategik segmentatsiyasining roli va uslubiyatini tushunishga imkon yaratib, pirovard natijada jismoniy tarbiya va sport tashkilotlari bilan hizmat ko‘rsatiladigan mijozlar o‘rtasidagi o‘zaro aloqalarni yahshilaydi, hamda bozor munosabatlari sharoitida sport faoliyatining saaradorligini oshiradi.

Xulosa qilib shuni ta’kidlash lozimki, mamlakatimiz sport tashkilotlarining rivojlanishi bilan bog‘liq bo‘lgan ta’kidlangan muammolarni ijobiy hal qilish uchun mamlakatimizda ham Germaniya misolida sport bo‘yicha ilmiy-tadqiqotlar bilan shugullanadigan nodavlat notijorat tashkilotlarini ochish hisoblanadi. Bu professional sportning moliyaviy mustaqilligini ta’minlash va tegishli shartsharoitlar yaratishga qaratilgan sport marketingning maqsadli strategik yangi modelini shakllantirish asos bo‘ladi.

## 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. Туropovich 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. Казоқов Р. Т. и др. МАМЛАКАТИМИЗ ЯНАДА ЮКСАЛИШИДА БОЛАЛАР СПОРТИНИНГ ЎРНИ //Академические исследования в современной науке. – 2023. – Т. 2. – №. 9. – С. 5-11.
20. Казоқов 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. Казоқов 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'lmasbek 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.
31. Сафаров Ў. К ВОПРОСАМ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗОВ НА ОСНОВЕ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА И СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
32. Сафаров Ў. МАМЛАКАТИМИЗДА ЖИСМОНИЙ ТАРБИЯ ВА СПОРТ СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИК АСОСЛАРИ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
33. Сафаров Ў. СПОРТ СОҲАСИДА САМАРАЛИ БОШҚАРИШ ТИЗИМИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
34. Сафаров Ў. РОЛЬ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ УЗБЕКСКОЙ РЕСПУБЛИКИ //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
35. Safarov O. O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SPORT MARKETINGINI RIVOJLANTIRISH YO 'LLARI //Modern Science and Research. – 2024. – Т. 3. – №. 6.
36. Murod o'g'li P. D. МАМЛАКАТИМИЗДА ЖИСМОНИЙ ТАРБИЯ ВА СПОРТИВНИЙ РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ. – 2023.