

SPORT MARKETINGINING SPORT SOHASINI RIVOJLANTIRISHDAGI O‘RNI VA AHAMIYATI

F.A.Oblanazarov

Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti dotsenti

foblanazarov@mail.ru

Annotatsiya: Sport marketingi bevosita sport korxonalarining ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohaslarini sport mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan yaxshilash uchun imkoniyatlar yaratadi.

Kalit so‘zlar: Sport marketingi, sport tashkilotlari, sport klublari, sport tovarlari, tovar-pul munosabatlari, istemolchi, narx, reklama.

Аннотация: Спортивный маркетинг напрямую создает возможности для совершенствования производственной и сервисной сфер спортивных предприятий с выпуском спортивной продукции.

Ключевые слова: Спортивный маркетинг, спортивные организации, спортивные клубы, спортивные товары, товарно-денежные отношения, потребитель, цена, реклама.

Abstract: Sports marketing directly creates opportunities for the improvement of sports enterprises' production and service sectors with the production of sports products.

Keywords: Sports marketing, sports organizations, sports clubs, sports goods, commodity-money relations, consumer, price, advertising.

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishgan dastlabki yillardan boshlab jismoniy tarbiya va sport sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilandi. Ayniqsa, yosh avlodni jismonan sog‘lom, ma‘nan barkamol etib tarbiyalash, sog‘lom turmush tarzini keng targ‘ib qilish hamda sport orqali mamlakat nufuzini xalqaro miqyosda yuksaltirish masalalariga alohida e‘tibor qaratilmoqda. Ushbu yo‘nalishda amalga oshirilayotgan keng ko‘lamli islohotlar bugungi kunda o‘zining ijobiy samarasini bermiqda.

Zamonaviy jamiyatda sport nafaqat jismoniy tarbiya vositasi, balki ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning muhim omili sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Shu sababli sport tashkilotlari, sport klublari hamda sport infratuzilmasi faoliyatini samarali boshqarish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Bu jarayonda sport marketingi tizimining joriy etilishi va takomillashtirilishi muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega.

Darhaqiqat, barkamol va sog‘lom avlodni tarbiyalashda ta‘lim-tarbiya muassasalari bilan bir qatorda sport inshootlari, sport majmualari va sport maktablarining o‘rni beqiyosdir. So‘nggi yillarda respublikamizda zamonaviy sport inshootlarining barpo etilishi, mavjud sport bazalarining rekonstruksiya qilinishi aholining, ayniqsa yoshlarning sport bilan muntazam shug‘ullanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratmoqda.

Mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida sport tashkilotlari va sport klublari boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlar qatorida alohida o‘rin egallaydi. Ularning faoliyat yuritishidan asosiy maqsad sport xizmatlari va mahsulotlarini taklif etish orqali sog‘lom avlodni tarbiyalash, sportga bo‘lgan ijtimoiy ehtiyojni qondirish hamda sport sohasining barqaror rivojlanishini ta‘minlashdan iboratdir.

Ushbu jarayonlarda sport marketingi muhim boshqaruv mexanizmi sifatida namoyon bo‘ladi. Sport marketingi sport faoliyatida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish, sport tovarlari va xizmatlarini ishlab chiqarish, sotish hamda iste‘molchilarga yetkazib berish jarayonlarini samarali tashkil etishga xizmat qiladi. Shuningdek, sport marketingi sport xizmatlari bozoridagi talab va taklifni o‘rganish, bozor konyunkturasi tahlil qilish hamda raqobatbardosh sport mahsulotlarini yaratish imkonini beradi.

Sport marketingining joriy etilishi sport anjomlari va sport inventarlarini ishlab chiqaruvchi korxonalar bilan sport xizmatlarini ko‘rsatuvchi tashkilotlar o‘rtasidagi xo‘jalik aloqalarini mustahkamlashga xizmat qiladi. Natijada sport sohasida tadbirkorlik faoliyati, innovatsion yondashuvlar va investitsion jozibadorlikning oshishi kuzatiladi.

Sport marketingi tushunchasi nafaqat sport tovarlari va xizmatlarini bozorga chiqarish bilan cheklanib qolmay, balki sport faoliyatiga oid reklama va targ‘ibot ishlarini rivojlantirish, sport tadbirlarini samarali tashkil etish hamda sport brendlarini shakllantirishni ham o‘z ichiga oladi. Bu esa sport sohasining barqaror rivojlanishini ta‘minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Sport faoliyatini boshqarishda marketing tizimi menejerlar tomonidan strategik va operativ qarorlar qabul qilishda muhim omil hisoblanadi. Marketing sport faoliyatini rejalashtirish, tashkil etish, muvofiqlashtirish va nazorat qilish jarayonlarida samarali boshqaruv mexanizmi sifatida xizmat qiladi.

Marketing tushunchasi tarixiy jihatdan ayirboshlash jarayoni, tovar-pul munosabatlari hamda iste‘molchilar ehtiyojlari bilan uzviy bog‘liq holda rivojlanib kelgan. Bugungi kunda marketing nafaqat iqtisodiy tafakkur yo‘nalishi, balki alohida korxonalar, tarmoqlar va butun iqtisodiyot miqyosida olib boriladigan amaliy faoliyat sifatida e‘tirof etiladi.

Marketing Assotsiatsiyasi tomonidan berilgan ta‘rifga ko‘ra, marketing – bu g‘oyalarni rejalashtirish va amalga oshirish, narxlarni shakllantirish, tovar va xizmatlar harakatini tashkil etish hamda ayirboshlash jarayoni orqali shaxslar va tashkilotlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyatdir. Ushbu ta‘rif sport marketingining mazmun-mohiyatini ochib berishda muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Bugungi kunda respublikamizning yirik shahar va viloyat markazlarida joylashgan stadionlar, sport majmualari, tennis kortlari va suzish havzalarida o‘tkazilayotgan sport musobaqalari jarayonida reklama va marketing tadbirlarining keng joriy etilishi sport menejmenti va marketingining rivojlanib borayotganidan dalolat beradi. Televideniye, radio va internet tarmoqlari orqali sport sohasidagi yangiliklarni targ‘ib qilish sport marketingining muhim vositalaridan biri hisoblanadi.

Xulosa qilib aytganda, sport marketingi sport sohasini samarali boshqarish, sport xizmatlari va mahsulotlarini rivojlantirish hamda sport orqali jamiyatda sog‘lom turmush tarzini qaror toptirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Sport marketingi tizimini joriy etish va takomillashtirish mamlakatimizda sport sohasining barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi.

Adabiyotlar ro‘yxati:

1. Ishonkulov, B. M. (2020). FACTORS INFLUENCING EXPLOSIVE POWER IN WRESTLERS. Scientific Bulletin of Namangan State University, 2(4), 439-444.
2. Imomova, D. A., Ortikova, M. I., & Ishonqulov, B. M. (2015). The part of heredity in bringing up the commissar people. In The Fifth European Conference on Biology and Medical Sciences (pp. 6-9).
3. Ishankulov, B. M. (2022). THE ROLE OF FOREIGN EXPERIENCES IN PROMOTING PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 10(11), 1280-1283.
4. Kamalova, Sh. U., Munarova, R. U., Axmedova, N. A. va Eshonqulov, B. M. (2015). Abu Ali ibn Sinoning (Avitsenna) pedagogik qarashlari. Yosh olim , (9), 1068-1070.