



SPORT MARKETINGI VA UNING ZAMONAVIY RIVOJI

Ahmadjonova Madina Rahmonjon qizi

FarDU jismoniy madaniyat fakulteti

1-bosqich 25.149 guruh talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada sport marketingining nazariy asoslari, uning zamonaviy iqtisodiyotdagi o‘rni hamda rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi. Sport marketingi sport mahsulotlari, xizmatlari va sport tashkilotlarining brendini shakllantirish, ommalashtirish va daromadlarni oshirishga yo‘naltirilgan faoliyat sifatida ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: sport marketingi, sport industriyasi, brend menejment, raqamli marketing, homiylik (sponsorship), reklama, ijtimoiy tarmoqlar, global sport bozori, fan marketingi, sport iqtisodiyoti

So‘nggi yillarda sport faqat jismoniy faollik yoki musobaqa maydoni sifatida emas, balki yirik iqtisodiy va marketing sohasi sifatida ham rivojlanib bormoqda. Sport marketingi sport tashkilotlari, jamoalar, sportchilar va homiyilar o‘rtasidagi iqtisodiy va kommunikatsion aloqalarni shakllantiruvchi muhim yo‘nalish hisoblanadi. Bugungi kunda sport marketingi global iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylangan.

Sport marketing - bu sport mahsulotlari va xizmatlarini iste‘molchilarga yetkazish, ularni targ‘ib qilish hamda sport brendlarini rivojlantirishga qaratilgan faoliyatdir. U ikki asosiy yo‘nalishda amalga oshiriladi:

1. Sport mahsulotlarini marketing qilish (o‘yinlar, musobaqalar, sport anjomlari)



2. Sport orqali marketing qilish (brendlarni sport orqali reklama qilish)

Bu jarayonda iste'molchi xulq-atvori, bozor segmentatsiyasi va brend imiji muhim rol o'ynaydi.

Hozirgi davrda sport marketingi bir qator yangi tendensiyalar asosida rivojlanmoqda: raqamli texnologiyalar ta'siri -internet va mobil texnologiyalar sport marketingini tubdan o'zgartirdi. Endilikda sport klublari va tashkilotlar o'z auditoriyasi bilan bevosita aloqa o'rnatmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar roli- instagram, YouTube, TikTok kabi platformalar sportchilar va klublar uchun asosiy reklama vositasiga aylandi. Bu orqali fanlar bilan interaktiv aloqa kuchaydi. Globalizatsiya-sport endi mahalliy emas, global bozorda raqobatlashmoqda. Masalan, yirik futbol klublari butun dunyo bo'ylab muxlislar bazasiga ega. Homiylik va brending - katta kompaniyalar sport jamoalari bilan hamkorlik qilib, o'z brendlarini global miqyosda targ'ib qilmoqda.

Yurtimizda sport iste'molchilari ko'payishi sport marketingi uchun katta auditoriya yaratmoqda. 2025-yilda O'zbekistonda aholining 68–72% qismi jismoniy faollik bilan shug'ullanadi. Erkaklar orasida bu ko'rsatkich 71.9%, ayollarda esa 64.1% ga yetgan. 2021–2025 yillarda sport bilan shug'ullanish darajasi taxminan 8% ga oshgan. O'zbekistonda 2025-yilda 15 millionga yaqin aholi muntazam sport bilan shug'ullanadi. Bu ko'rsatkich davlatimizda sportni ommalashtirish siyosati natijasida keskin oshayotganligining yaqqol namunasi hisoblanadi.

Zamonaviy sport marketingida quyidagi strategiyalar keng qo'llaniladi:

-Raqamli marketing kampaniyalari

-Influencer marketing (sportchilar orqali reklama)



-Event marketing (musobaqalar orqali targ‘ibot)

-Fan bazasini rivojlantirish strategiyalari

-CRM (mijozlar bilan aloqalarni boshqarish)

Sport marketingi nafaqat sport tashkilotlari, balki davlat iqtisodiyoti uchun ham muhimdir. U yangi ish o‘rinlarini yaratadi, turizmni rivojlantiradi va investitsiyalar oqimini oshiradi. Yirik sport tadbirlari esa infratuzilma rivojiga ham ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Sport marketingida bir qator muammolar mavjud: moliyalashtirish yetishmasligi, professional kadrlar tanqisligi, raqamli infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi. Biroq istiqbolda sun‘iy intellekt, big data va virtual reallik texnologiyalari sport marketingini yanada rivojlantirishi kutilmoqda.

Sport marketingi zamonaviy iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Raqamli texnologiyalar va global integratsiya uning rivojlanishini tezlashtirmoqda. Kelajakda sport marketingi yanada innovatsion va interaktiv shaklga ega bo‘lishi kutiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Karimov B.R. Jismoniy tarbiya va sport nazariyasi. – Toshkent: O‘zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti nashriyoti, 2020.
2. Abdullayev A.A. Sport pedagogikasi. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020.
3. Islomov Sh.Sh. Sportda boshqaruv va menejment asoslari. – Toshkent: Innovatsiya-Ziyo, 2020.
4. Xudoyberdiyev M.Q. Jismoniy tarbiya metodikasi. – Toshkent: Ilm Ziyo, 2020.
5. Nurmatov N.T. Sport mashg‘ulotlari nazariyasi va metodikasi. – Toshkent: Fan, 2020.
6. Rasulov R.A. Sportda statistik tahlil asoslari. – Toshkent: Universitet nashriyoti, 2020.