

O‘ZBEKISTONDA PROFESSIONAL SPORT KLUBLARINI BRENDING QILISH: MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR.

Samatov Javlonbek Abduqayimovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Jismoniy madaniyat kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada O‘zbekistonda professional sport klublarini branding qilishning zamonaviy holati, uning sport menejmentidagi o‘rni va ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida sport klublari brendini rivojlantirishdagi asosiy to‘siqlar, xususan, marketing strategiyalarining yetishmasligi va raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, xalqaro tajriba asosida mahalliy klublarning brend qiymatini oshirish va muxlislar bilan hissiy bog‘liqlikni mustahkamlash bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: sport marketingi, branding, professional sport klublari, O‘zbekiston, muxlislar bazasi, sport menejmenti.

Kirish: Bugungi kunda sport nafaqat salomatlik va yutuqlar sohasi, balki iqtisodiyotning daromadli tarmoqlaridan biri sifatida baholanmoqda. Sport marketing sport tashkilotlari uchun boshqaruv qarorlarini qabul qilish, o‘z brendini bozorda mustahkamlash va mustaqil daromad manbalarini izlashda muhim vosita hisoblanadi. O‘zbekistonda professional sport klublarining brandingini rivojlantirish dolzarb masalalardan biri bo‘lib, u klublar faoliyatining samaradorligini oshirish va sport mahsulotlarini raqobatbardosh qilishga xizmat qiladi.

Adabiyotlarni o‘rganish: Xalqaro amaliyotda sport marketingi muxlislar va tashkilot o‘rtasida hissiy bog‘liqlikni yaratishga asoslanadi. Mullin va boshqalar (2020) ta’kidlashicha, sport marketingi branding, digital-marketing va mijozlar tajribasini boshqarishni integratsiya qiluvchi tizimli yondashuvni talab qiladi. O‘zbekistonlik olimlar tadqiqotlarida esa sport xizmatlari bozorida raqobatbardosh muhitni shakllantirish,

innovatsion menejmentni joriy etish va marketing strategiyalarini modernizatsiya qilish zarurati ta'kidlab o'tilgan.

Asosiy qism: Metodologiya va natijalar

O'zbekistondagi professional sport klublari faoliyatini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, brending borasidagi asosiy muammolar quyidagilardan iborat:

• **Marketing strategiyalarining tizimsizligi:** Ko'plab klublarda uzoq muddatli brend strategiyasi mavjud emas, marketing faoliyati ko'pincha reklama bilan cheklanib qolmoqda.

• **Raqamli platformalardan foydalanish:** Ijtimoiy tarmoqlar va digital-xizmatlar orqali muxlislar bilan ishlash darajasi xalqaro standartlardan past.

• **Hissiy brendingning yetishmasligi:** Klublar o'z tarixini va "tarix-hikoya" (brand storytelling) elementlarini muxlislar ongiga yetkazishda sustlik qilmoqda.

Istiqbollar: Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, professional klublar o'z brendini kuchaytirish uchun:

1. **Muxlislar tajribasini boyitish:** Stadionlardagi muhitni o'zgartirish va muxlislar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqani kuchaytirish.
2. **Sponsorlik va hamkorlik:** Sport marketingi orqali nodavlat sektordan mablag' jalb qilish mexanizmlarini rivojlantirish.
3. **Digital-strategiya:** Mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va shaxsiylashtirilgan kontent (content personalization) orqali yosh auditoriyani jalb qilish.

Xulosa

O'zbekistonda professional sport klublarini brending qilish – bu shunchaki tashqi bezak emas, balki klubning moliyaviy barqarorligini ta'minlovchi fundamental biznes modelidir. Klublar o'z brendini rivojlantirishda marketingning 7P (Product, Price,

Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence) modelini qo‘llashlari maqsadga muvofiqdir. Kelgusida sport klublari menejmentida raqamli texnologiyalar va muxlislar sodiqligini oshiruvchi strategiyalarga ustuvorlik berish, sohani yangi bosqichga olib chiqishning asosiy omili bo‘lib qoladi.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. Review.uz (2022). Sportchilarni professional tayyorlash bo‘yicha yangi tizim joriy etiladi.
2. Mullin, B. et al. (2020). Sport Marketing (5th ed.).
3. Rakhimov, A. B. (2022). Development of marketing activities in the market of sports services. *InLibrary*.
4. Yadgarov, A. A. (2024). Prospects for the Development of Sports Advertising in Uzbekistan. *Excellencia*.
5. Muxametov, A. M. (2022). Creation of a model of development of sports marketing in modernization of sports management system in Uzbekistan. *ResearchGate*.