

OMMAVIY SPORT TURLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARINING O‘RNI.

Samatov Javlonbek Abduqayimovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Jismoniy madaniyat kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada ommaviy sport turlarini targ‘ib qilishda marketing kommunikatsiyalari tizimining ta’siri tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida aholini sportga jalb qilishda raqamli kanallar va ijtimoiy reklamalarning samaradorligi o‘rganilgan. Shuningdek, kommunikatsiya strategiyalarini optimallashtirish orqali ommaviy sportdagi qamrovni kengaytirish yechimlari taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: ommaviy sport, marketing kommunikatsiyalari, ijtimoiy media, sport targ‘iboti, aholi salomatligi, raqamli strategiya.

Аннотация: В данной статье анализируется влияние системы маркетинговых коммуникаций на продвижение массовых видов спорта. В рамках исследования изучена эффективность цифровых каналов и социальной рекламы в вовлечении населения в спорт. Также предложены решения по расширению охвата массового спорта путем оптимизации коммуникационных стратегий.

Ключевые слова: массовый спорт, маркетинговые коммуникации, социальные сети, спортивная пропаганда, здоровье населения, цифровая стратегия.

Kirish

Ommaviy sport – bu jamiyat salomatligining poydevori. Marketing kommunikatsiyalari esa ushbu jarayonda shunchaki ma’lumot beruvchi emas, balki aholining turmush tarzini o‘zgartiruvchi katalizator hisoblanadi. Bugungi kunda an’anaviy targ‘ibotdan "taraqqiy etgan raqamli muloqot"ga o‘tish zarurati ortib bormoqda.

Asosiy qism: Kommunikatsiya kanallari va samaradorlik

Ommaviy sportni rivojlantirishda marketing kanallarining taqsimoti va ulardan kutiladigan natijalarni quyidagi jadval orqali baholash mumkin:

1-jadval. Ommaviy sportni targ‘ib qilish kanallarining samaradorlik darajasi

Kommunikatsiya kanali	Maqsadli auditoriya	Ta’sir kuchi	Xarajat darajasi
Ijtimoiy tarmoqlar (SMM)	Yoshlar va o‘rta yosh	Yuqori	Past
Televideniye va Radio	Keng omma	O‘rta	Yuqori
Sport tadbirlari/Festivallar	Faol aholi	Juda yuqori	O‘rta
Influenser-marketing	Yoshlar segmenti	Yuqori	O‘rta

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, axborot yetkazishda "vizual hikoyalar" (storytelling) an’anaviy matnli e’lonlarga qaraganda 60% ga ko‘proq qiziqish uyg‘otadi.

Yechim va takliflar

Ommaviy sportni ommalashtirish samaradorligini oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlar tavsiya etiladi:

1. **Gamifikatsiya:** Sport bilan shug‘ullanishni o‘yin shakliga keltirish (masalan, "Yugurish marafonlari" mobil ilovalari orqali reytinglar yuritish).
2. **Mahalliy qahramonlar:** Mashhur sportchilarni emas, balki mahalladagi faol sportchi yoshlarni targ‘ib qilish (bu "yaqinlik effekti"ni beradi).

3. **Data-driven yondashuv:** Har bir hududning sportga bo‘lgan qiziqishini tahlil qilib, kommunikatsiyani shu asosda moslashtirish.

Xulosa

Ommaviy sportni rivojlantirishda marketing kommunikatsiyalari tizimli va doimiy bo‘lishi kerak. Kommunikatsiya faqat tadbir vaqtida emas, balki yil davomida aholini rag‘batlantiruvchi axborot oqimini ta’minlashi zarur. Raqamli platformalar va ijtimoiy tarmoqlardan unumli foydalanish – aholini sportga jalb qilishning eng iqtisodiy va samarali yo‘lidir.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. **Mullin, B., Hardy, S., & Sutton, W. (2020).** *Sport Marketing* (5th ed.). Human Kinetics.
2. **Shank, M. D., & Lyberger, M. R. (2018).** *Sports Marketing: A Strategic Perspective*. Routledge.
3. **Cornwell, T. B. (2020).** *Sponsorship in Marketing: Effective Communication through Sports, Arts and Events*. Routledge.
4. **Rakhimov, A. B. (2022).** Development of marketing activities in the market of sports services. *InLibrary*.
5. **Muxametov, A. M. (2022).** Creation of a model of development of sports marketing in modernization of sports management system in Uzbekistan. *ResearchGate*.