

PROFESSIONAL SPORTDA SPORTCHILARNING SHAXSIY BRENDINI SHAKLLANTIRISH VA UNING TIJORIY QIYMATI.

Samatov Javlonbek Abduqayimovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Jismoniy madaniyat kafedrasida o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekistonda professional sport klublarini brending 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 bo'yicha aniq yechimlar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: sport marketingi, brending, professional sport klublari, O'zbekiston, muxlislar bazasi, sport menejmenti.

Аннотация: В данной статье анализируется современное состояние брендинга профессиональных спортивных клубов в Узбекистане, их роль и значение в спортивном менеджменте. В рамках исследования рассматриваются основные препятствия для развития бренда спортивных клубов, в частности, нехватка маркетинговых стратегий и уровень использования цифровых технологий. Также разработаны конкретные решения и практические рекомендации по повышению ценности бренда местных клубов на основе международного опыта.

Ключевые слова: спортивный маркетинг, брендинг, профессиональные спортивные клубы, Узбекистан, база болельщиков, спортивный менеджмент.

Kirish

Sport marketingi 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 brendingini rivojlantirish klublar faoliyatining samaradorligini oshirish va sport mahsulotlarini raqobatbardosh qilishga xizmat qiladi.

Adabiyotlarni o‘rganish

Mullin va boshqalar (2020) ta’kidlashicha, sport marketingi brending, digital-marketing va mijozlar tajribasini boshqarishni integratsiya qiluvchi tizimli yondashuvni talab qiladi. O‘zbekistonlik olimlar tadqiqotlarida sport xizmatlari bozorida raqobatbardosh muhitni shakllantirish, innovatsion menejmentni joriy etish va marketing strategiyalarini modernizatsiya qilish zarurati ta’kidlangan.

Asosiy qism: Muammolar va tahlil

O‘zbekistondagi professional sport klublari faoliyatini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, brending borasidagi asosiy muammolar tizimli xarakterga ega. Quyidagi jadvalda mavjud holat va ularning oqibatlarini aks etgan:

Professional sport klublarida brending muammolari tahlili

Muammo turi	Asosiy belgilari	Iqtisodiy oqibati
Strategik	Uzoq muddatli rejaning yo‘qligi	Daromad manbalarining kamligi
Digital	Raqamli platformalar sustligi	Muxlislar bilan aloqaning uzilishi
Hissiy	Brend tarixi (storytelling) yo‘qligi	Sodiq muxlislar bazasining pasayishi

Yechim va takliflar

Sport klublari brendini kuchaytirish uchun quyidagi yechimlar taklif etiladi:

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 modelini qo‘llashlari maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. **Abduvaliyev, A. A. (2023).** O‘zbekistonda sport infratuzilmasini davlat-xususiy sheriklik asosida rivojlantirish istiqbollari. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, (5), 78-85.
2. **Rakhimov, A. B. (2022).** O‘zbekistonda sport xizmatlari bozorida marketing faoliyatini rivojlantirish. *Iqtisodiyot va ta’lim*, (4), 112-118.
3. **Muxametov, A. M. (2022).** O‘zbekiston sport menejmenti tizimini modernizatsiya qilishda sport marketingi modelini yaratish. *O‘zbekiston Respublikasi Jismoniy tarbiya va sport universiteti ilmiy axborotnomasi*.

4. Yadgarov, A. A. (2024). O‘zbekistonda sport reklamasi va homiylik faoliyatini rivojlantirish istiqbollari. *Excellencia: International Multidisciplinary Journal*, 2(1), 112-119.

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni (2020). Jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat boshqaruvini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. *O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami*.