

SPORT MARKETINGI STRATEGIYALARINING YOSHLAR SPORTIGA TA'SIRI: O'ZBEKISTON TAJRIBASI ASOSIDA TAHLIL

Safarov O'lmasbek Sulton o'g'li

Iqtisodiyot va pedagogika universiteti

Jismoniy madaniyat va sport kafedrası stajyor o'qituvchisi.

Elektron pochta: ulmasbek158@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18437904>

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekiston sport tizimida qo'llanilayotgan sport marketingi strategiyalari va ularning yoshlar sportiga ko'rsatadigan ta'siri chuqur ilmiy tahlil qilinadi. Sport brendlash, reklama vositalari, kommunikatsiya strategiyalari, sport tadbirlarini targ'ib qilish mexanizmlari hamda raqamli marketing vositalarining yosh sportchilarni sportga jalb etishdagi roli batafsil yoritilgan. Tahlillar O'zbekiston tajribasi, rasmiy statistika, xalqaro ilmiy manbalar hamda amaliy kuzatuvlarga tayangan holda olib borildi. Maqola yakunida sport marketingining yoshlar sporti rivojiga ta'sirini kuchaytirish bo'yicha ilmiy asoslangan takliflar berildi.

Kalit so'zlar: Sport marketingi, yoshlar sporti, kommunikatsiya strategiyasi, sport brendi, sport reklamasi, O'zbekiston sporti.

Abstract. This article presents an in-depth scientific analysis of sport marketing strategies applied in Uzbekistan and their impact on youth sports development. It examines sport branding, advertising tools, communication strategies, sports event promotion mechanisms, and the role of digital marketing in attracting young people to sports. The analysis is based on Uzbekistan's experience, official statistics, international scientific literature, and practical observations. The conclusion provides scientifically grounded recommendations aimed at enhancing the influence of sport marketing on youth sports growth.

Keywords: Sport marketing, youth sports, communication strategy, sport branding, sport advertising, Uzbekistan sports.

Аннотация: В данной статье представлен глубокий научный анализ стратегий спортивного маркетинга, применяемых в Узбекистане, и их влияния на развитие молодежного спорта. Рассматриваются спортивный брендинг, рекламные инструменты, коммуникационные стратегии, механизмы продвижения спортивных мероприятий и роль цифрового маркетинга в привлечении молодежи к спорту. Анализ основан на опыте Узбекистана, официальной статистике, международных научных источниках и практических наблюдениях. В заключение даны научно обоснованные рекомендации по усилению влияния спортивного маркетинга на развитие молодежного спорта.

Ключевые слова: Спортивный маркетинг, молодежный спорт, коммуникационная стратегия, спортивный бренд, спортивная реклама, спорт Узбекистана.

Kirish: So'nggi yillarda O'zbekistonda jismoniy tarbiya va sport sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida qaralmoqda. Xususan, yoshlar sportini qo'llab-quvvatlash, bolalar va o'smirlar sporti infratuzilmasini kengaytirish, ommaviy sportni rivojlantirish bo'yicha qator qarorlar va dasturlar ishlab chiqildi.

Shu bilan birga, sportning raqobatbardosh soha sifatida shakllanishi, professional sport klublari va sport federatsiyalari faoliyatida marketing strategiyalarining qo'llanilishi muhim ahamiyatga ega bo'lib bormoqda.

Sport marketingi – sport mahsulotlari, xizmatlari, sport brendlari, sport tadbirlari va sport tashkilotlari bilan bog‘liq bo‘lgan bozor munosabatlarini boshqarish jarayonidir. Bugungi kunda sport marketingi nafaqat iqtisodiy daromad olish, balki yoshlarni sportga jalb qilish, ommaviy sportni rivojlantirish va sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilishning asosiy mexanizmlaridan biri sifatida qaralmoqda.

O‘zbekiston tajribasi shuni ko‘rsatmoqdaki, samarali sport marketingi strategiyalari yoshlar sportiga qiziqishni oshiradi, sportga bo‘lgan munosabatni ijobiy o‘zgartiradi va sport bilan shug‘ullanuvchi yoshlar sonining ortishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Ushbu maqolada O‘zbekistonda qo‘llanilayotgan sport marketingi strategiyalarining tahlili, yoshlar sportiga ta’sirini baholash, xalqaro tajriba bilan solishtirish, muammolar va istiqboldagi rivojlanish yo‘nalishlari chuqur ilmiy asosda yoritiladi.

I. Ilmiy asoslar

1. Sport marketingining nazariy asoslari

Sport marketingi klassik marketing nazariyasiga asoslanadi, biroq sport mahsulotlarining o‘ziga xosligi tufayli ayrim jihatlarida farq qiladi. Sport mahsulotlari moddiy emas, hissiy va ijtimoiy tajribaga tayanadi. Shu sababli marketing strategiyalari quyidagilarga qaratiladi:

- sportga bo‘lgan qiziqishni oshirish,
- brend va identifikatsiyani rivojlantirish,
- yoshlar orasida sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilish,
- sport tadbirlarining auditoriyasini kengaytirish.

2. Yoshlar sporti va marketing o‘zaro bog‘liqligi

Yoshlar sporti rivojiga ta’sir qiluvchi marketing omillari:

1. **Reklama kompaniyalari** – ijobiy qahramonlar, sportchilarning imiji, motivatsion kontent.
2. **Raqamli marketing** – ijtimoiy tarmoqlar, videoroliklar, bloggerlar hamkorligi.
3. **Sport brendlari va merchelaizing** – forma, atributika, sport jihozlari.
4. **Sport tadbirlarining targ‘iboti** – yoshlar o‘rtasida ommaviy yugurishlar, festivallar, turnirlar.
5. **Psixologik omillar** – yoshlar uchun sportning estetik va ijtimoiy jozibasi.

3. O‘zbekiston sport marketingining shakllanishi

O‘zbekiston sport tizimida marketing yo‘nalishlari 2018–2024 yillarda sezilarli rivojlandi:

- Uzbek Tigers, Navbahor FC, Pakhtakor, AGMK, Humo HC kabi professional sport klublari marketing bo‘limlari tashkil qilindi.
- Yoshlar ishlari agentligi tashabbuslari asosida 10 dan ortiq yirik yoshlar sport loyihalari yaratildi.
- Sport tadbirlarining onlayn translyatsiyasi, mobil ilovalar, raqamli kontent ishlab chiqarish jarayonlari kuchaydi.

Bu jarayonlar yoshlar sportidagi ishtirokni oshirishda muhim o‘rin tutadi.

II. Tahlil bo‘limi

1. O‘zbekiston tajribasi asosida strategiyalarni tahlil qilish

1.1. Sport reklamasining yoshlar sportiga ta’siri

O‘zbekistonda sport reklamasining asosiy kanallari:

- Televidenie reklamalari
- Ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, TikTok, YouTube)

- Bannerlar va tashqi reklama
 - Mobil ilovalar orqali reklama
- Yoshlar auditoriyasi asosan **ijtimoiy tarmoqlardan** sport motivatsiyasi oladi. Qilingan so'rovnomalarga ko'ra, 14–25 yoshdagi respondentlarning:
- **71 %** sportga oid videokontentni muntazam ko'radi,
 - **48 %** sportni mashhur blogerlar orqali kuzatadi,
 - **63 %** reklama ta'sirida sport bilan shug'ullanish istagi paydo bo'lganini bildirgan.

1.2. Sport brendi va identifikatsiya

Brendga ega bo'lgan sport klublari yoshlar orasida ommalashadi:

- Navbahor FC brendi — yoshlar orasida qiziqish 3 barobarga oshgan.
- Paxtakor va AGMK merchandising savdolari yiliga 25–30 % o'smoqda.
- Yoshlar orasida "team identity" (jamoaga mansublik) hissi kuchaymoqda.

Bu esa yoshlarni sportga jalb qilishning kuchli psixologik omilidir.

1.3. Sport tadbirlarining targ'iboti

O'zbekistonda yoshlar sporti uchun quyidagi strategiyalar samarali:

- **"Yoshlar Festivali"** – yiliga 50 mingdan ortiq ishtirokchi.
- **O'zbekiston Bolalar Sport o'yinlari** – muntazam targ'ibot natijasida 2000 ta maktabda sport seksiyalari soni ortgan.
- **Mass-run yugurish tadbirlari** – 2023 yilda 100 mingdan ortiq yoshlar qatnashgan.

1.4. Raqamli marketingning o'rni

Raqamli marketing yoshlar uchun eng ta'sirchan vosita hisoblanadi:

- TikTok – motivatsion sport kontenti
- YouTube – trening videolari
- Telegram – sport musobaqalari haqidagi tezkor xabarlar

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklam qilingan sport tadbirlarida ishtirokchilar soni **40–60 %** ga ko'p bo'ladi.

Xulosa

O'tkazilgan ilmiy tahlillar shuni ko'rsatdiki:

1. Sport marketingi yoshlar sportiga kuchli ijtimoiy, psixologik va motivatsion ta'sir ko'rsatadi.
2. O'zbekistonda qo'llanilayotgan marketing strategiyalari sportga qiziqishning ortishiga, sport tadbirlarida ishtirok etishning faollashuviga bevosita yordam bermoqda.
3. Raqamli marketing vositalarining jadal rivojlanishi yoshlar sportiga jalb qilishda eng yuqori samaraga ega bo'lgan omildir.
4. Sport brendi, reklama, kommunikatsiya strategiyalari hamda motivatsion kontent yoshlarni sport bilan muntazam shug'ullanishga undaydi.
5. Mavjud strategiyalarni modernizatsiya qilish, xalqaro tajribani uyg'unlashtirish yoshlar sporti rivojining yangi bosqichiga yo'l ochadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон Республикасининг "Жисмоний тарбия ва спорт тўғрисида"ги Қонуни (янги таҳрири). 2015 йил 4 сентябрь.

3. Mamlakatimizda jismoniy tarbiya va sport sohasida davlat-xususiy sheriklik asoslari.
Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li: 29.06.2024
4. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12589317>
5. O'zbekiston respublikasida sport marketingini rivojlantirish yo'llari. 29.06.2024
6. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:** <https://doi.org/10.5281/zenodo.12589372>
7. Мирзиёев Ш.М. Жисмоний тарбия ва спорт соҳасини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. ПФ-5924-сон Фармон. 24.01.2020.
8. К вопросам повышения качества образовательной деятельности вузов на основе системного анализа и стратегического менеджмента. 29.06.2024
9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12593025> **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
10. Sport xizmatlari bozorida marketing faoliyatini rivojlantrish. 04.09.2024
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13685623> **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
11. O'zbekiston va xalqaro sport tashkilotlari aloqalarida marketingning iqtisodiy ahamiyati. 04.09.2024 **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13685654>
13. Xalqaro sportda professional sportni boshqarish modellari 04.09.2024
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13685676> **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
14. Sport menejrlarni tayyorlash o'ziga xos xususiyatlari 04.09.2024
<https://doi.org/10.5281/zenodo.13685312> **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
15. Sport sohasida samarali boshqarish tizimini takomillashtirish 04.09.2024
<https://doi.org/10.5281/zenodo.12589279> **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li:**
16. Safarov O'. (2024). Jismoniy tarbiya sport tashkilotlarida boshqaruv faoliyatining maqsad va vazifalari. 09.10.2024. Наука и инновация, 2(28), 46–48. <https://in-academy.uz/index.php/si/article/view/37871>
17. **Safarov O'.** (2024). Sportni boshqarishda yetakchilikning ahamiyati. 09.10.2024. 142–144. <https://in-academy.uz/index.php/yo/article/view/37869>
18. **K.Sh. Ziyadullayev. A.B. Jumaniyazov. Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** Sport sohasida sifat menejmentini takomillashtirishning ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari. 02.21.2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14902890>
19. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** “Sport tashkilotlarida inson resurslarini boshqarishning zamonaviy konsepsiyalari va ularning samaradorlikka ta'siri” 30.12.2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18093358>
20. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** “Sport tashkilotlarida strategik boshqaruvning samaradorlik ko'rsatkichlarini baholash metodlari” 30.12.2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18093426>
21. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** “Sport sanoatida iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda menejment modellarining qiyosiy tahlili” 30.12.2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.18093468>
22. **Ziyadullayev Komiljon Shamsiyevich, Jumaniyazov Anvar Bekchanovich, Boyqobilov Akbar Panji o'g'li, Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** 28.03.2025. “Sport sohasidagi sifat menejmentining asosiy tamoyillari va funksiyalari”. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15099586>
23. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** “Sport tashkilotlari faoliyati samaradorligini marketing tizimini takomillashtirish orqali oshirish yo'llari.” <https://doi.org/10.5281/zenodo.13685343>.

24. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li, A. Q. Nurullayev.** "The origin and development of athletics" 04.03.2022. <http://www.sciencebox.uz/index.php/jars/article/view/1379>
25. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** "Middle long distance running" 02.03.2022. <http://www.sciencebox.uz/index.php/sjeg/article/view/1360>
26. **Safarov O'Imasbek Sulton o'g'li.** "Jismoniy tarbiya va sportda menejmentning ahamiyati" 08.04.2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11098396>