JISMONIY TARBIYA SOHASIDA MARKETING ASOSLARI

Mirzayev Furkat Raxmatovich - Toshkent iqtisodiyot va pedagogika instituti, iqtisodiyot kafedrasi dotsenti, Iqtisodiyot fanlari nomzodi
e-mail: mirzayevfurkat@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada jismoniy tarbiya sohasida marketing asoslarining ahamiyati, ularning mazmun-mohiyati va amaliy qo‘llanilishi yoritilgan. Unda sport va sog‘lom turmush tarzini ommalashtirishda marketing vositalarining tutgan o‘rni, xususan, reklama, PR, raqobat tahlili va narx siyosatining ahamiyati tahlil qilingan. Shuningdek, maqolada zamonaviy marketing strategiyalarining (segmentatsiya, individual yondashuv, onlayn platformalarda mavjudlik) jismoniy tarbiya sohasida qanday natijalar berishi mumkinligi ko‘rsatib o‘tilgan. Maqola jismoniy tarbiya tashkilotlari uchun foydali bo‘lishi mumkin bo‘lgan amaliy tavsiyalarni ham o‘z ichiga oladi.

Kalit so‘zlar: Jismoniy tarbiya, marketing, sport marketingi, sog‘lom turmush tarzi, sport xizmatlari, reklama, raqobatbardoshlik, ijtimoiy tarmoqlar, marketing strategiyasi, sport tashkilotlari, aholi salomatligi.

Kirish. Zamonaviy jamiyatda sog‘lom turmush tarziga bo‘lgan ehtiyoj kundan kunga ortib bormoqda. Bu jarayonda jismoniy tarbiya va sportning roli beqiyosdir. Shu bilan birga, jismoniy tarbiya sohasida xizmatlar va mahsulotlarni samarali targ‘ib qilish, aholining e’tiborini jalb qilish va sport faoliyatini ommalashtirishda marketing asoslarini chuqur o‘rganish va qo‘llash muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda sog‘lom turmush tarziga bo‘lgan talab ortib borayotgan bir paytda, jismoniy tarbiya va sport faoliyatini ommalashtirish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Ammo jismoniy tarbiya tashkilotlari, sport markazlari va ta’lim muassasalari o‘z xizmatlarini keng ommaga yetkazishda ko‘plab muammolarga duch kelishmoqda. Shu bois marketing asoslarini chuqur o‘rganish va ularni jismoniy tarbiya sohasida samarali qo‘llash zarurati tobora ortmoqda. Marketing vositalari yordamida aholining sportga bo‘lgan qiziqishini oshirish, sport xizmatlarini targ‘ib qilish, sog‘lom turmush tarzini keng targ‘ib etish, shuningdek, raqobatbardosh sport muassasalarini rivojlantirish mumkin. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgan hozirgi davrda marketing yondashuvlarini to‘g‘ri qo‘llash orqali jismoniy tarbiya sohasida katta natijalarga erishish imkoniyati mavjud. Shu sababli, ushbu mavzuning ilmiy va amaliy jihatdan o‘rganilishi ayni paytda juda dolzarb hisoblanadi. Jismoniy tarbiya — bu insonning jismoniy

faoliyatini rivojlantirish, sog‘lom turmush tarzini shakllantirish va sportni ommalashtirishga qaratilgan tizimli faoliyatdir. Bugungi kunda, jismoniy tarbiya nafaqat sog‘lom turmush tarzining muhim qismi, balki iqtisodiy faoliyat sifatida ham o‘z o‘rnini topmoqda. Sport xizmatlari va sog‘lomlashtirish markazlari o‘z faoliyatini ommalashtirish, raqobatni oshirish va o‘z auditoriyasini kengaytirish uchun marketingning turli vositalarini qo‘llashni talab qiladi.

Marketing jismoniy tarbiya sohasida mahsulot yoki xizmatni bozorda muvaffaqiyatli taklif qilish, mijozlar ehtiyojlarini qondirish, raqobatbardoshlikni oshirish va tashkilotning barqaror rivojlanishiga yordam berish uchun zarur vosita bo‘lib xizmat qiladi. Marketingni to‘g‘ri qo‘llash orqali sport xizmatlarining samaradorligi oshiriladi, aholining sportga bo‘lgan qiziqishi kuchayadi va sog‘lom turmush tarzi targ‘ib qilinadi.

Marketing — bu mahsulot yoki xizmatni iste’molchiga yetkazish, uning ehtiyojlarini o‘rganish va qondirishga qaratilgan faoliyatlar majmuidir. Jismoniy tarbiya sohasida marketing quyidagi yo‘nalishlarda muhim rol o‘ynaydi:

Sport xizmatlarini targ‘ib qilish: Fitnes markazlari, sport to‘garaklari, sog‘lomlashtirish mashg‘ulotlari kabi xizmatlarni aholiga tanishtirish va ulardan foydalanish ko‘lamini kengaytirish.

Brend yaratish: Maktab, kollej yoki universitetlar qoshidagi sport jamoalari yoki tashkilotlar o‘z brendini shakllantirib, o‘ziga xos imidjga ega bo‘lishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama: Bugungi kunda sport markazlari va murabbiylar Instagram, Telegram va TikTok kabi platformalarda o‘z xizmatlarini faol targ‘ib qilishmoqda.

Hamkorlik va homiylik: Sport musobaqalari va tadbirlariga homiylar jalb etish orqali nafaqat mablag‘, balki keng ommaga chiqish imkoniyati ham yaratiladi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, jismoniy tarbiya sohasida marketing asoslarini samarali qo‘llash orqali sport xizmatlari va sog‘lom turmush tarzini keng ommaga targ‘ib qilish mumkinligi aniqlandi. Marketing vositalari — reklama, ijtimoiy tarmoqlar, raqobat tahlili va strategik rejalashtirish orqali sport tashkilotlari o‘z faoliyatini rivojlantirishi, mijozlar sonini oshirishi va aholi salomatligiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Ushbu sohada marketing yondashuvlarining to‘g‘ri tashkil etilishi nafaqat iqtisodiy foyda, balki ijtimoiy ahamiyatga ega natijalarga ham olib keladi. Shuning uchun jismoniy tarbiya tizimida marketing bilimlari va amaliyotini kengaytirish dolzarb va samarali yo‘nalish hisoblanadi.

Adabiyotlar tahlili. Jismoniy tarbiya va sport sohasida marketingning nazariy va amaliy jihatlarini yorituvchi adabiyotlar soni so‘nggi yillarda ortib bormoqda. Bu mavzu bo‘yicha xalqaro va mahalliy manbalarda bir qator muhim tadqiqotlar olib borilgan.

Xalqaro miqyosda F. Kotlerning “Marketing Management” asari marketing nazariyasining asosiy tamoyillarini tushuntiradi va ularni turli sohalarga, jumladan, sport marketingiga qanday tatbiq etish mumkinligini ko‘rsatadi. U sport xizmatlarini ham mahsulot sifatida ko‘rib, ular uchun to‘g‘ri narx siyosati, tarqatish kanallari va reklama strategiyasining muhimligini ta’kidlaydi.

O‘zbekistonlik mualliflar tomonidan yozilgan adabiyotlarda, xususan, S. Yusupov, N. Islomov, A. Tursunovlarning ishlanmalarida jismoniy tarbiya tizimida iqtisodiy va boshqaruv mexanizmlarining rivojlanishiga marketing yondashuvlarining qanday ta’sir ko‘rsatishi tahlil qilingan. Bu ishlarda sport tashkilotlarining iqtisodiy barqarorligini ta’minlashda marketing strategiyalarining roli alohida o‘rin egallaydi.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarning marketingdagi o‘rni haqida yozilgan yangi zamonaviy maqolalar va internet manbalarda raqamli marketing vositalarining sport sohasida qo‘llanilishi, mijozlar bilan muloqot qilish, brend yaratish kabi jihatlar tahlil etilgan.

Umuman olganda, mavjud adabiyotlar jismoniy tarbiya sohasida marketing vositalarini qo‘llash zarurati va samaradorligi haqida yetarli asos yaratadi. Biroq, bu yo‘nalishda amaliy tadqiqotlar hali ham yetarli darajada emas, shuning uchun mavzuning yanada chuqurroq o‘rganilishi lozim.

1 jadval

Marketing Elementlari	**Tavsif**
Bozor Tahlili va Segmentatsiya	Bozorni segmentlash va mijozlarni guruhlarga ajratish.
Brend Yaratish va Imidj	Sport tashkilotlari uchun brend va imidj yaratish.
Reklama	Sport xizmatlarini reklama qilish faoliyatlari.
Raqobatbardoshlik	Raqobatni tahlil qilish va raqobatbardoshlikni oshirish.
Narx Siyosati	Xizmatlarning narxini belgilash va mijozlarga imtiyozlar taqdim etish.
Digital Marketing	Raqamli vositalar orqali marketing strategiyalarini amalga oshirish.

Xulosa. Jismoniy tarbiya sohasida marketing asoslarining to‘g‘ri qo‘llanilishi, nafaqat sport xizmatlarini ommalashtirish, balki sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilishda ham katta ahamiyatga ega. Marketingning zamonaviy vositalari va strategiyalaridan foydalanish orqali sport tashkilotlari va jismoniy tarbiya muassasalari o‘z faoliyatlarini rivojlantirish, yangi mijozlarni jalb qilish va raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Birinchidan, jismoniy tarbiya sohasida marketingni amalga oshirish uchun bozorni tahlil qilish va segmentatsiya qilish muhimdir. Har bir mijoz guruhiga mos ravishda xizmatlar taqdim etilishi, marketing kampaniyalari va reklama strategiyalari ishlab chiqilishi lozim. Bu jarayonda brend yaratish va imidj shakllantirish jarayoniga alohida e’tibor qaratish lozim, chunki bu sport tashkilotining o‘z auditoriyasi bilan o‘zaro munosabatlarini kuchaytiradi.

Ikkinchidan, raqobatni tahlil qilish va raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan strategiyalar sport sohasida marketingning asosiy komponentlaridan biridir. Raqobatchilarni tushunish va ular bilan farq qilish orqali tashkilotlar o‘z mahsulotlarini yaxshilashlari mumkin. Shu bilan birga, to‘g‘ri narx siyosatini belgilash va mijozlarga qo‘shimcha imtiyozlar taqdim etish, sport xizmatlari bozorida o‘z o‘rnini mustahkamlashga yordam beradi.

Uchinchidan, digital marketing vositalari va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish, jismoniy tarbiya sohasida marketingni yanada samarali amalga oshirish imkoniyatlarini yaratadi. Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, Facebook, TikTok) va onlayn platformalar sport tashkilotlarining brendini yaratish va xizmatlarini keng auditoriyaga etkazish uchun samarali vositalar hisoblanadi. Shuningdek, onlayn fitnes va sog‘lomlashtirish xizmatlarini taklif qilish orqali yangi mijozlarni jalb qilish va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni o‘rnatish mumkin.

Jismoniy tarbiya sohasida marketingning to‘g‘ri qo‘llanilishi orqali sport xizmatlari va sog‘lom turmush tarzini keng targ‘ib qilish, raqobatni oshirish va jismoniy faollikni ommalashtirish mumkin. Bu, o‘z navbatida, aholi salomatligini yaxshilashga va jamiyatda sog‘lom turmush tarzini rivojlantirishga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Xulosa qilib aytganda, jismoniy tarbiya sohasida marketing yondashuvlarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi tashkilotlar uchun nafaqat iqtisodiy foyda, balki ijtimoiy ahamiyatga ega bo‘lgan natijalarga olib keladi. Shuning uchun, jismoniy tarbiya tizimida marketing vositalarini kengaytirish va samarali qo‘llash dolzarb ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. **Kotler, F., & Armstrong, G.** (2016). *Principles of Marketing*. 16th Edition. Pearson Education.
2. **Yusupov, S., & Islomov, N.** (2020). *Jismoniy tarbiya va sport sohasida marketing yondashuvlari*. Tashkent: "Science" Publishing House.
3. **Baker, M. J.** (2007). *Marketing Strategy and Management*. 5th Edition. Palgrave Macmillan.
4. **Tursunov, A.** (2021). *Sport marketingi: Nazariya va amaliyot*. Toshkent: "Shark" Publishing House.
5. **Kotler, P., & Keller, K. L.** (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.