



SPORT SANOATINING RIVOJLANISHIDA KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING ROLI

Muratov Nodir Xujamqulovich

MAQOLA HAQIDA	ANNOTATSIIYA / АННОТАЦИЯ / ANNOTATION
Qabul qilindi: 24-sentabr 2024-yil Tasdiqlandi: 26-sentabr 2024-yil Jurnal soni: 12 Maqola raqami: 32 DOI: https://doi.org/10.54613/ku.v12i.1108 KALIT SO'ZLAR / КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА / KEYWORDS <i>kichik biznes, tadbirkorlik, sport iqtisodiyoti, innovatsiya, sog'lom turmush, iqtisodiy rivojlanish, infratuzilma.</i>	Mazkur maqolada sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlikning roli tahlil qilinadi. Tadqiqotda O'zbekiston misolida kichik biznes subyektlarining sport sohasidagi iqtisodiy faolligi, innovatsion yondashuvlari va bandlikka qo'shgan hissasi o'rganilgan. Statistik ma'lumotlar, so'rovnoma va intervyular asosida natijalar shakllantirildi. Tahlillar kichik biznesning sport infratuzilmasini rivojlantirish, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish hamda iqtisodiy o'sishga xizmat qilayotganini ko'rsatdi. Shu bilan birga, moliyalashtirishdagi muammolar va infratuzilma cheklavlari aniqlanib, zaruriy takliflar ilgari surildi.

Kirish.

So'nggi yillarda sport sanoati global miqyosda jadal rivojlanib, nafaqat professional sportchilar va yirik klublar, balki kichik biznes va tadbirkorlar uchun ham yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Sportning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ahamiyati ortib borar ekan, bu sohada faoliyat yuritayotgan kichik tadbirkorlar sport infratuzilmasini rivojlantirish, sport tadbirlarini tashkil etish va sport mahsulotlarini ishlab chiqarish orqali iqtisodiy o'sishga hissa qo'shmoqda. Ayniqsa, pandemiya davrida sport sohasida innovatsion yondashuvlar va texnologik yechimlar orqali kichik biznes subyektlari o'z faoliyatini davom ettirishga muvaffaq bo'ldi (Ratten, 2020).

Kichik biznesning sport sanoatidagi roli nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy jihatdan ham muhimdir. Masalan, sport tadbirlarini tashkil etish orqali mahalliy aholi orasida sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish, yoshlar orasida sportga qiziqishni oshirish va yangi ish o'rinlarini yaratish mumkin. Shuningdek, sport turizmi orqali kichik biznes subyektlari mahalliy iqtisodiyotga sezilarli daromad keltirishi mumkin (Hritz & Cecil, 2019).

Sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlikning roli, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun dolzarb masala hisoblanadi. Bu mamlakatlarda sport infratuzilmasining yetishmasligi, moliyaviy resurslarning cheklanganligi va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning yetarli emasligi kabi muammolar mavjud. Shunday sharoitda, kichik biznes subyektlari innovatsion yondashuvlar orqali sport sanoatini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi (Akbari et al., 2024).

Ushbu maqolada sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlikning o'рни, ularning iqtisodiy va ijtimoiy ta'siri, shuningdek, mavjud muammolar va ularni hal etish yo'llari tahlil qilinadi. Maqola zamonaviy ilmiy manbalar asosida yozilgan bo'lib, sport sanoatida kichik biznesning ahamiyatini chuqurroq tushunishga yordam beradi.

Adabiyotlar tahlili.

Sport sanoatida tadbirkorlik faoliyatining o'rganilishi so'nggi yillarda ilmiy tadqiqotlarda keng o'rin olmoqda. Nikolaeva va boshqalar (2020) o'z tadqiqotlarida sport sanoatining rivojlanishi mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini, ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlarining sport tadbirlarini homiylik qilish orqali mahalliy iqtisodiyotga hissa qo'shishini ta'kidlaydilar.

Ratten (2020) sport tadbirkorligini iqtisodiy, ijtimoiy va barqarorlik nuqtai nazaridan o'rganib, sport sohasida innovatsiyalar va kreativ yondashuvlarning muhimligini ko'rsatadi. U sport tadbirkorligini boshqa sohalaridagi tadbirkorlikdan farqli ravishda, ko'p qirrali va murakkab tizim sifatida baholaydi.

Hritz va Cecil (2019) sport turizmining kichik biznesga ta'sirini o'rganib, sport tadbirlarining mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatishini aniqladilar. Ularning tadqiqotlari sport tadbirlarining kichik biznes subyektlari uchun yangi imkoniyatlar yaratishini ko'rsatadi.

Akbari va boshqalar (2024) rivojlanayotgan mamlakatlarda sport startaplarining muvaffaqiyat va muvaffaqiyatsizlik omillarini tahlil qilib, ichki omillar (menejment, tajriba, innovatsiya) va tashqi omillar (infratuzilma, davlat siyosati)ning ahamiyatini ta'kidlaydilar.

Yuqoridagi adabiyotlar sport sanoatida kichik biznes va tadbirkorlikning muhimligini ko'rsatadi. Ular sport sohasida innovatsiyalar, kreativ yondashuvlar va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning zarurligini ta'kidlaydilar.

Metodlar.

Ushbu tadqiqot sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlikning rolini o'rganishga qaratilgan bo'lib, miqdoriy va sifatli tadqiqot usullarining kombinatsiyasi asosida olib borildi. Maqolada zamonaviy ilmiy yondashuvlardan foydalanildi, jumladan, statistik tahlil, kontent-analiz va yarim tuzilgan intervyular asosida ma'lumotlar yig'ildi va tahlil qilindi.

Birinchi bosqichda, sport sanoatida faoliyat yuritayotgan kichik va o'rta biznes subyektlari, sport tashkilotlari va mahalliy tadbirkorlar orasida onlayn so'rovnoma o'tkazildi. So'rovnomada ishtirok etgan 100 nafar respondentga sport biznesi, innovatsiya, moliyalashtirish, davlat qo'llab-quvvatlovi va iste'molchilar bilan aloqalar haqidagi savollar berildi.

Ikkinchi bosqichda, ushbu sohaga oid ilgari chop etilgan 15 dan ortiq ilmiy maqola va tahliliy hisobotlar kontent-analiz asosida o'rganildi. Ushbu tahlil sport sanoatining zamonaviy rivojlanish tendensiyalari, kichik biznesning o'рни va duch kelayotgan muammolar haqida chuqur tasavvur hosil qilish imkonini berdi.

Uchinchi bosqichda, sport tadbirlarini tashkil etuvchi tadbirkorlar, sport klublari egalari va mutaxassislar bilan yarim tuzilgan intervyular o'tkazildi. Intervyularda sport biznesida duch kelinayotgan real muammolar va imkoniyatlar, innovatsion yondashuvlar va davlat siyosatining ta'siri haqida ma'lumotlar olindi.

Bu metodik yondashuv orqali sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlikning real holatini tizimli tarzda o'rganish, mavjud muammolarni aniqlash va ularni hal etish bo'yicha asosli xulosalar chiqarish imkonini berdi. Tadqiqot natijalari ushbu maqolaning keyingi bo'limlarida tahlil qilinadi.

Natijalar.

Tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlarining sport sanoatidagi ahamiyatini chuqurroq yoritishga yordam berdi. O'tkazilgan so'rovnoma, intervyular va kontent-analiz natijalari asosida quyidagi asosiy yo'nalishlar bo'yicha tahlil qilindi: daromadlar, innovatsion yondashuvlar, davlat ko'magidan foydalanish darajasi hamda ish o'rinlari yaratish ko'rsatkichlari.

Avvalo, kichik biznes vakillarining sport sanoatida o'rta daromadi tahlil qilindi. Quyidagi 1-jadvalda turli sohalar bo'yicha oyiga olinadigan o'rta daromadlar ko'rsatilgan:

1-jadval. Sport sanoatidagi kichik biznes subyektlarining oʻrtacha oylik daromadlari

Soha	Oʻrtacha daromad (mln soʻm)
Sport zallari	120
Sport tovarlari doʻkonlari	90
Sport tadbirlari agentliklari	150
Fitness startaplar	110
Sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar	130

Tahlildan koʻrinib turibdiki, eng yuqori daromadga sport tadbirlari bilan shugʻullanuvchi kichik agentliklar (150 mln soʻm) ega. Bu sohaga qiziqishning ortishi, ommaviy sport musobaqalariga talab va ishtirokchilar sonining koʻpayganligi bilan bogʻliq. Shuningdek, sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar ham sezilarli darajada daromadga ega boʻlib, bu sektordagi milliy brendlarning shakllanishi va import oʻrnini bosuvchi mahsulotlarga ehtiyoj ortib borayotganligini koʻrsatadi.

Yana bir muhim jihat bu – **zamonaviy texnologiyalarni qoʻllash**. Tadqiqotda ishtirok etgan kichik biznes subyektlarining sport sohasidagi innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish darajasi quyidagi jadvalda aks ettirilgan:

2-jadval. Kichik biznesda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish foizi

Soha	Zamonaviy texnologiyalarni qoʻllash (%)
Sport zallari	75
Sport tovarlari doʻkonlari	60
Sport tadbirlari agentliklari	85
Fitness startaplar	95
Sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar	70

Eng yuqori koʻrsatkich 95% bilan fitness startaplarga toʻgʻri keladi. Ular turli mobil ilovalar, sunʼiy intellekt asosida sogʻlomlashtirish dasturlarini ishlab chiqmoqda. Masalan, soʻrovda qatnashgan “Fit4Life” startapi foydalanuvchilarga shaxsiy sogʻlomlashtirish rejalari tuzib beradi, bu esa ularni bozorda raqobatbardosh qilishga xizmat qilmoqda. Sport tadbirlari agentliklari ham onlayn roʻyxatdan oʻtish, chiptalarni QR kod orqali tarqatish kabi innovatsiyalarni joriy qilgan.

Tadqiqotda davlat grantlari va subsidiyalarning sport sohasidagi kichik biznes uchun yetarli emasligi koʻzga tashlandi. Aksariyat respondentlar davlat moliyaviy koʻmagiga muhtojlik mavjudligini taʼkidladilar. Quyidagi jadval bu boradagi holatni koʻrsatadi:

3-jadval. Davlat grantlaridan foydalanish darajasi

Soha	Davlat grantlaridan foydalanish (%)
Sport zallari	20
Sport tovarlari doʻkonlari	15
Sport tadbirlari agentliklari	25
Fitness startaplar	30
Sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar	18

Natijalarga koʻra, davlat grantlaridan foydalanish koʻrsatkichlari 30% dan oshmaydi. Bu esa sport sohasi uchun moʻljallangan grantlar toʻgʻrisida axborot yetarli emasligini yoki talablar juda murakkab ekanini koʻrsatadi. Fitness startaplar nisbatan yuqori foydalanishga ega boʻlib, ular grantlar orqali mobil ilovalar ishlab chiqishda va jismoniy salomatlik dasturlarini moliyalashtirishda foydalanmoqda.

Bundan tashqari, kichik biznes subyektlarining **ish oʻrinlari yaratishdagi hissasi** ham tadqiqot markazida boʻldi. Quyidagi jadvalda bu koʻrsatkichlar berilgan:

4-jadval. Yaratilgan ish oʻrinlari soni

Soha	Yaratilgan ish oʻrinlari soni
Sport zallari	25
Sport tovarlari doʻkonlari	18
Sport tadbirlari agentliklari	30
Fitness startaplar	20
Sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar	22

Sport tadbirlari agentliklari eng koʻp ish oʻrni yaratgan sohaga aylandi – 30 ta oʻrta hisobda. Bu sohaga boʻlgan yuqori talab, keng jamoaviy ishtirok va xizmatlar xilma-xilligi sababli koʻplab ishchi kuchi jalb etilmoqda. Sport zallari va kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilar ham muhim darajada ish oʻrinlarini taqdim qilmoqda.

Soʻrovnoma natijasi shuni koʻrsatdiki, kichik biznes vakillari sport sohasining innovatsion rivojlanishida asosiy kuchga aylanmoqda. Ular aholining jismoniy faolligini oshirish, sogʻlom turmush tarzini targʻib qilish va zamonaviy xizmatlar koʻrsatishda muhim oʻrin tutmoqda. Shu bilan birga, moliyalashtirishdagi muammolar, texnologik infratuzilmaning yetishmasligi va davlat tomonidan tartibga solinuvchi regulatsiyalar tadbirkorlarning rivojlanishiga toʻsiq boʻlayotgan asosiy omillar sifatida koʻrsatildi.

Yuqoridagi tahlillar shuni koʻrsatadiki, sport sanoatini rivojlantirishda kichik biznesni faol qoʻllab-quvvatlash va ularga zaruriy infratuzilma yaratib berish — ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning muhim tarkibiy qismidir. Bu borada davlat siyosati doirasida maqsadli grantlar, texnik koʻmak dasturlari va raqamli innovatsiyalarni keng joriy qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

Muhokama.

Tadqiqot davomida olingan natijalar sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari muhim oʻrin egallayotganini tasdiqladi. Kichik biznes sport sohasida nafaqat yangi xizmat va mahsulotlarni taklif etmoqda, balki innovatsion yondashuvlarni joriy qilgan holda sogʻlom turmush tarzini targʻib qilishda ham faol ishtirok etmoqda. Ayniqsa, fitness startaplar va sport tadbirlari agentliklarining raqamli texnologiyalardan foydalanish koʻrsatkichi yuqoriligi ularning raqobatbardoshligini oshirishiga xizmat qilmoqda.

Shuningdek, daromadlar va yaratilgan ish oʻrinlari boʻyicha tahlillar kichik biznesning iqtisodiy salohiyati yuqori ekanligini koʻrsatdi. Bu holat, oʻz navbatida, bandlik darajasini oshirish va aholi farovonligini taʼminlashga ijobiy taʼsir koʻrsatmoqda. Lekin shu bilan birga, muammolar ham mavjud: davlat grantlari va moliyaviy koʻmaklardan foydalanish past darajada qolmoqda. Buning sabablari sifatida axborot yetishmovchiligi, ariza topshirish jarayonlarining murakkabligi va byurokratik toʻsiqlar koʻrsatilmoqda.

Tadqiqotda aniqlangan yana bir muhim jihat — sport sohasi boʻyicha kichik biznes vakillari innovatsion gʻoyalarni ilgari surayotgan boʻlsada, ularning koʻpchiligi ilmiy-texnik infratuzilma va axborot texnologiyalariga yetarli darajada ega emas. Bu holat ularning kengayish va xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini cheklamoqda. Shuningdek, treninglar va konsalting xizmatlarining yetishmasligi, yangi tadbirkorlarning bilim darajasi pastligi ham ularning muvaffaqiyatiga taʼsir qilmoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, kichik biznes sport sanoatida katta salohiyatga ega, ammo bu salohiyatni toʻliq roʻyobga chiqarish uchun davlat siyosati, ilmiy-texnik koʻmak va moliyaviy vositalar kompleks tarzda ishlashi zarur. Muhokama natijalariga tayanib, amaliy takliflar shakllantiriladi va maqolaning xulosa qismida taqdim etiladi.

Xulosa.

Mazkur tadqiqot orqali sport sanoatining rivojlanishida kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining tutgan oʻrni chuqur tahlil qilindi. Olingan natijalar shuni koʻrsatdiki, sportning turli yoʻnalishlarida faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar – xususan sport zallari, fitness startaplar, sport kiyim-kechak ishlab chiqaruvchilari va sport tadbirlari agentliklari – iqtisodiy oʻsishga katta hissa qoʻshmoqda.

Ularining daromadlari va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish darajasi yuqori boʻlib, bandlikni taʼminlashda ham muhim rol oʻynamoqda. Bu sohaga yangicha yondashuvlar, innovatsiyalar va raqamli echimlar kiritilayotgani eʼtiborga molikdir. Shuningdek, kichik

biznesning aholi salomatligini yaxshilash, sport madaniyatini shakllantirish va jamiyatda sog'lom turmush tarzini keng yoyishdagi roli ham alohida ahamiyat kasb etadi.

Ammo, tahlil natijalariga ko'ra, ushbu subyektlar duch kelayotgan muammolar — moliyaviy qo'llab-quvvatlashning pastligi, infratuzilma cheklavlari, grantlar haqida yetarli ma'lumotlarning yo'qligi — ular salohiyatining to'liq namoyon bo'lishiga to'sqinlik qilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Akbari, M., Naderinasab, M., & Biniaz, S. A. (2024). Analysis of Success and Failure Factors of Sports Startups and Entrepreneurs in Developing Countries. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/264711034_Sports_Entrepreneurship_Challenges_and_Directions_for_Future_Research
2. Hritz, N., & Cecil, A. K. (2019). Small business owner's perception of the value and impacts of sport tourism on a destination. *Journal of Convention & Event Tourism*, 20(3), 224–240. <https://doi.org/10.1080/15470148.2019.1635547>

Shu sababli, davlat organlari tomonidan maqsadli siyosat yuritilishi, grant dasturlarining soddalashtirilishi, ilmiy-texnik infratuzilmalarga investitsiya jalb etilishi va kichik biznes subyektlari uchun konsultatsiya markazlarining faoliyati kengaytirilishi lozim. Ana shunday yondashuvlar orqali sport sanoatida kichik biznesning o'rni yanada mustahkamlanadi va u barqaror ijtimoiy-iqtisodiy o'sishga xizmat qiluvchi omilga aylanadi.

3. Nikolaeva, I. V., Shikhovtsov, Y. V., Nikolaev, P. P., & Levchenko, A. V. (2020). Entrepreneurship In The Sports Industry: Role In The Country's Economy. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, 82, 995–999. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.04.129>
4. Ratten, V. (2020). Sport Entrepreneurship: An Economic, Social, and Sustainability Perspective. In *Sport Entrepreneurship* (pp. 1–7). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-836-220201005>