

XORIY DAVLATLAR TAJRIBASIDA SPORT TASHKILOTLARINI RAQAMLASHTIRISH VA BIZNES MODELGA INTEGRATSIYA QILISH

G'ulamov Musurmon Sayfulla o'g'li

**O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi Kadrlar malakasini
oshirish va statistik tadqiqotlar instituti, mustaqil izlanuvchisi**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21059841>

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sport industriyasining tashkiliy-iqtisodiy asoslarini tubdan o'zgartirib, sport tashkilotlari faoliyatida yangi boshqaruv mexanizmlari va biznes modellarining shakllanishiga olib kelmoqda. Bugungi kunda sport tashkilotlari nafaqat sport musobaqalarini tashkil etuvchi subyekt sifatida, balki raqamli platformalar, media xizmatlari, elektron tijorat tizimlari va ma'lumotlarga asoslangan biznes ekotizimlarining faol ishtirokchisi sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Shu sababli rivojlangan mamlakatlarda sport tashkilotlarini raqamlashtirish va ularni zamonaviy biznes modellar bilan integratsiyalash strategik ustuvor yo'nalishlardan biriga aylangan.

Jahon iqtisodiyotida sport industriyasi raqamli transformatsiyaning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. So'nggi yillarda sport tashkilotlari faoliyatiga sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data), bulutli texnologiyalar, blokcheyn, virtual reallik (VR), kengaytirilgan reallik (AR) va IoT texnologiyalarining keng joriy etilishi natijasida sport xizmatlarini ko'rsatish, muxlislar bilan aloqalarni rivojlantirish hamda sport tashkilotlarining biznes modellarini takomillashtirish imkoniyatlari sezilarli darajada kengaydi. Xalqaro statistik ma'lumotlarga ko'ra, global sport texnologiyalari bozori hajmi 2024-yilda 18,5 milliard AQSH dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2030-yilga kelib ushbu ko'rsatkichning 41 milliard AQSH dollaridan oshishi prognoz qilinmoqda.

Rivojlangan mamlakatlar sport tashkilotlari faoliyatida raqamli platformalardan foydalanish darajasi yil sayin ortib bormoqda. Deloitte hisobotlariga ko'ra, AQSH professional sport ligalarida raqamli media va striming xizmatlaridan olinadigan daromadlar umumiy daromadlarning 35–45 foizini tashkil etadi. Xususan, NBA League Pass, NFL Game Pass va ESPN+ kabi platformalar sport tashkilotlari uchun yangi monetizatsiya manbalarini yaratgan.

Xitoy sport industriyasida raqamli transformatsiya davlat darajasida qo'llab-quvvatlanmoqda. Xitoyning raqamli sport bozori hajmi 2024-yilda 82 milliard AQSH dollariga yetgan bo'lib, sport kontenti, elektron tijorat va sport striming xizmatlari ushbu bozorning asosiy segmentlarini tashkil etadi. Sun'iy intellekt va Big Data texnologiyalari yordamida sport iste'molchilarining xatti-harakatlarini tahlil qilish, sport xizmatlarini individuallashtirish va raqamli marketing samaradorligini oshirishga erishilgan.

Jahon amaliyotida sport tashkilotlarini raqamli transformatsiyalash jarayoni sport xizmatlarini ko'rsatish, muxlislar bilan o'zaro aloqalarni rivojlantirish, sportchilar faoliyatini monitoring qilish va daromad manbalarini diversifikatsiyalash orqali amalga oshirilmoqda. Xususan, AQSH, Buyuk Britaniya, Germaniya, Ispaniya, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda sport tashkilotlari sun'iy intellekt, Big Data, blokcheyn, bulutli texnologiyalar va mobil platformalardan faol foydalanmoqda.

AQSH sport industriyasi sport tashkilotlarini raqamlashtirish bo'yicha eng ilg'or tajribaga ega mamlakatlardan biri hisoblanadi. NBA, NFL va MLB kabi professional sport ligalari katta ma'lumotlar texnologiyalaridan foydalanib, sportchilar faoliyatini tahlil qilish, muxlislar xatti-harakatlarini o'rganish hamda individual marketing strategiyalarini ishlab chiqmoqda. NBA tomonidan joriy etilgan SportVU texnologiyasi o'yinchilar harakatini real vaqt rejimida kuzatish

imkonini beradi. Ushbu tizim yordamida har bir o'yin davomida millionlab ma'lumotlar yig'ilib, murabbiylar va menejerlarga tezkor qaror qabul qilish imkoniyati yaratiladi.

AQSH sport tashkilotlarida raqamli biznes modelining muhim elementi sifatida fan engagement platformalari shakllangan. Masalan, NBA League Pass va NFL Game Pass platformalari muxlislarga obuna asosida sport kontentlaridan foydalanish imkonini beradi. Natijada sport tashkilotlari uchun an'anaviy chipta savdosi va reklama daromadlaridan tashqari qo'shimcha raqamli daromad manbalari yuzaga kelgan. Deloitte ma'lumotlariga ko'ra, ayrim professional ligalarda media va raqamli kontent daromadlari umumiy daromadlarning 40 foizidan ortig'ini tashkil etmoqda.

Yevropa mamlakatlari tajribasida ham sport tashkilotlarini raqamlashtirish jarayonlari faol rivojlanmoqda. Ispaniyaning Real Madrid va FC Barcelona klublari sport sohasida raqamli transformatsiyaning yetakchi namunalari sifatida e'tirof etiladi. Ushbu klublar mobil ilovalar, sun'iy intellektga asoslangan CRM tizimlari va Big Data texnologiyalaridan foydalanib, millionlab muxlislar bilan individual aloqalarni yo'lga qo'ygan. FC Barcelona tomonidan yaratilgan Barça Innovation Hub platformasi sport innovatsiyalari va raqamli xizmatlarni tijoratlashtirishga xizmat qilmoqda.

Buyuk Britaniyada sport tashkilotlarining raqamli transformatsiyasi asosan media texnologiyalari va raqamli marketing platformalari orqali amalga oshirilmoqda. Angliya Premyer Ligasi klublari ijtimoiy tarmoqlar, striming platformalari va elektron tijorat tizimlari yordamida global auditoriyaga chiqish imkoniyatiga ega bo'lgan. Natijada sport tashkilotlari faoliyatida xalqaro brend kapitalini shakllantirish va raqamli monetizatsiya mexanizmlarini rivojlantirish imkoniyatlari kengaygan.

Osiyo mamlakatlari tajribasida ham sport tashkilotlarini raqamlashtirish iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim vositasi sifatida qaralmoqda. Yaponiya sport tashkilotlari sport infratuzilmasini IoT texnologiyalari bilan integratsiyalash orqali aqlli stadionlar konsepsiyasini rivojlantirmoqda. Janubiy Koreyada esa sun'iy intellekt va 5G texnologiyalaridan foydalangan holda virtual sport xizmatlari hamda interaktiv muxlislar platformalari joriy etilgan. Xitoyda esa sport platformalari elektron tijorat tizimlari bilan integratsiyalashib, sport mahsulotlari savdosini sezilarli darajada kengaytirgan.

Zamonaviy sport tashkilotlarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan ularning raqamli biznes modelini shakllantirish darajasiga bog'liq. Platforma modeli, obuna modeli (subscription model), freemium modeli, ma'lumotlarga asoslangan biznes modeli (data-driven business model) va fan engagement modeli sport tashkilotlarining asosiy raqamli biznes mexanizmlariga aylanmoqda. Ushbu modellar sport tashkilotlariga yangi daromad manbalarini shakllantirish, xizmatlar sifatini oshirish va global sport bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlash imkoniyatini bermoqda.

Xulosa. Sport tashkilotlarini raqamlashtirish zamonaviy sport industriyasining barqaror rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omillardan biriga aylangan. Raqamli texnologiyalarni sport tashkilotlari faoliyatiga keng joriy etish boshqaruv samaradorligini oshirish, sport xizmatlari sifatini yaxshilash, muxlislar bilan interaktiv aloqalarni rivojlantirish hamda yangi daromad manbalarini shakllantirish imkonini bermoqda. Sun'iy intellekt, Big Data, IoT, blokcheyn, bulutli texnologiyalar va raqamli platformalar asosida tashkil etilgan biznes modellar sport tashkilotlarining iqtisodiy samaradorligi va moliyaviy barqarorligini sezilarli darajada oshirmoqda.

AQSH, Buyuk Britaniya, Ispaniya, Xitoy, Yaponiya va Janubiy Koreya kabi mamlakatlarda sport tashkilotlari raqamli transformatsiyani nafaqat texnologik yangilanish, balki strategik biznes rivojlanish vositasi sifatida muvaffaqiyatli qo'llayotganini ko'rsatdi. Ushbu mamlakatlarda obuna

(subscription) modeli, platforma modeli, ma'lumotlarga asoslangan (data-driven) biznes modeli hamda fan engagement mexanizmlarining joriy etilishi sport xizmatlarini monetizatsiya qilish, global auditoriyani kengaytirish va sport tashkilotlarining xalqaro raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Xorijiy tajriba sport tashkilotlarining iqtisodiy barqarorligini ta'minlashda raqamli media xizmatlari, elektron tijorat, striming platformalari va CRM tizimlarining muhim ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi. Raqamli infratuzilma va aqlli stadionlar konsepsiyasining rivojlanishi sport obyektlaridan foydalanish samaradorligini oshirish, operatsion xarajatlarni kamaytirish hamda muxlislar uchun yanada qulay va xavfsiz xizmatlar ko'rsatish imkoniyatini yaratmoqda.

Sport tashkilotlarini raqamlashtirish va ularni zamonaviy biznes modellar bilan integratsiyalash sport industriyasining innovatsion rivojlanishini ta'minlovchi muhim strategik yo'nalish hisoblanadi. Xorijiy mamlakatlar tajribasini milliy sport tizimiga moslashtirish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish hamda ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv mexanizmlarini keng qo'llash O'zbekistonda sport tashkilotlarining iqtisodiy samaradorligi, investitsion jozibadorligi va xalqaro raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Kelgusida sport sohasida sun'iy intellekt, blokcheyn va raqamli ekotizimlarning iqtisodiy samaradorligini baholash hamda ularni milliy sport boshqaruvi tizimiga integratsiyalash bo'yicha ilmiy tadqiqotlarni kengaytirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Deloitte. (2024). *2024 Sports Industry Outlook*. Deloitte Insights.
2. European Commission. (2022). *Mapping Study on Measuring the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
3. Glebova, E., Desfontaine, P., & Géczi, G. (2022). Digital transformation in sport: Challenges, opportunities and future perspectives. *Sustainability*, 14(18), 11265. <https://doi.org/10.3390/su141811265>
4. International Data Corporation (IDC). (2024). *Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide*. Framingham, MA: IDC.
5. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business Horizons*, 63(1), 37–50.
6. Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th Global ed.). Pearson.
7. PwC. (2023). *Sports Survey 2023: Sports Industry Outlook*. PricewaterhouseCoopers.
8. Ratten, V. (2020). *Sport Entrepreneurship and Innovation*. Routledge.