

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SPORT TASHKILOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI SHAKLLANTIRISH KONSEPSIYASI

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.21059833>

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sport tashkilotlari faoliyatining iqtisodiy, tashkiliy va texnologik asoslarini tubdan o‘zgartirmoqda. Zamonaviy sport bozorida raqobatbardoshlik endilikda faqat sport natijalari bilan emas, balki raqamli texnologiyalarni qo‘llash darajasi, innovatsion boshqaruv tizimlari, ma‘lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish hamda muxlislar bilan samarali o‘zaro aloqalarni yo‘lga qo‘yish imkoniyatlari bilan ham belgilanmoqda.

Jahon amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini oshirishda sun‘iy intellekt (AI), katta ma‘lumotlar (Big Data), “Narsalar interneti” (IoT), blokcheyn, bulutli texnologiyalar va raqamli platformalar muhim rol o‘ynamoqda. Ushbu texnologiyalar sportchilar faoliyatini real vaqt rejimida monitoring qilish, sport natijalarini prognozlash, muxlislar ehtiyojlarini tahlil qilish va sport xizmatlarini individuallashtirish imkonini beradi.

Sport tashkilotlarining raqobatbardoshligi ko‘p omilli iqtisodiy kategoriya bo‘lib, u sport natijalari, moliyaviy barqarorlik, innovatsion salohiyat, brend qiymati, muxlislar bazasi va raqamli infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi bilan tavsiflanadi. Raqamli transformatsiya jarayonlarining chuqurlashuvi natijasida sport tashkilotlari o‘rtasidagi raqobat an‘anaviy sport maydonidan raqamli platformalar maydoniga ham ko‘chmoqda. Shport tashkilotlari uchun raqamli ekotizim yaratish strategik ahamiyat kasb etmoqda.

Sport tashkilotlari faoliyatida marketing innovatsiyalari ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Sun‘iy intellekt va raqamli platformalar asosida shakllantirilayotgan marketing strategiyalari sport xizmatlarini iste‘molchilarning individual ehtiyojlariga moslashtirish imkonini bermoqda. Katta ma‘lumotlar tahlili yordamida sport tashkilotlari auditoriya xulq-atvori, iste‘molchilarning qiziqishlari va afzalliklari to‘g‘risida aniq ma‘lumotlarga ega bo‘lib, marketing qarorlarini yanada samarali qabul qilmoqda. Bu esa muxlislar bilan aloqalarni mustahkamlash va sport tashkilotlarining iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Innovatsiyalar sport tashkilotlari raqobatbardoshligini ta‘minlashning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy raqamli muhitda sport tashkilotlari doimiy ravishda yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish, mavjud xizmatlarni takomillashtirish hamda iste‘molchilarga qo‘shimcha qiymat yaratish orqali bozor ustunligiga erishishga intilmoqda. Texnologik taraqqiyot va iste‘molchilar talablarining o‘zgarishi sport tashkilotlaridan o‘z faoliyatini moslashtirishni, yangi biznes modellarni joriy etishni va innovatsion rivojlanishni talab qilmoqda.

Mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar, striming platformalari va raqamli media vositalari sport tashkilotlari hamda muxlislar o‘rtasidagi munosabatlarni yangi bosqichga olib chiqdi. Mazkur texnologiyalar sport tadbirlariga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, muxlislar faolligini oshirish va sport tashkilotlari uchun qo‘shimcha daromad manbalarini shakllantirishga xizmat qilmoqda. Natijada sport tashkilotlarining iqtisodiy samaradorligi va bozor pozitsiyasi mustahkamlanmoqda.

Sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini ta‘minlash murakkab iqtisodiy jarayon hisoblanadi. Sport tashkilotlari nafaqat sport natijalari bo‘yicha, balki moliyaviy barqarorlik, innovatsion faoliyat, raqamli infratuzilma, xizmatlar sifati va muxlislar sodiqligi bo‘yicha ham raqobatlashmoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sport tashkilotlari raqobatbardoshligini

baholash va boshqarish uchun kompleks yondashuvlarni ishlab chiqish zarurati yuzaga kelmoqda. Bu esa sport tashkilotlarining uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlash va ularning raqamli transformatsiya jarayonlarida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishiga xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini shakllantirishda raqamli marketing, raqobat razvedkasi (competitive intelligence) va tadbirkorlik faoliyati o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli marketing sport tashkilotlarining raqobat ustunligini shakllantiruvchi eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Jumladan, Rasht shahridagi sport klublari faoliyati misolida o'tkazilgan tadqiqot natijalari raqamli marketing sport tashkilotlarining raqobat ustunligidagi o'zgarishlarning 61 foizini izohlab berishini ko'rsatgan. Bu esa sport tashkilotlari tomonidan ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, raqamli platformalar va ma'lumotlarga asoslangan marketing vositalaridan samarali foydalanish raqobatbardoshlikni sezilarli darajada oshirishini tasdiqlaydi.

Raqobat razvedkasi sport tashkilotlarining raqobat ustunligiga bevosita ta'sir ko'rsatishini ham ko'rsatadi. Mazkur omil raqobat ustunligidagi o'zgarishlarning 40 foizini tushuntirib berishi aniqlangan. Bu esa sport bozorida tendensiyalarni muntazam monitoring qilish, raqobatchilar faoliyatini tahlil etish va strategik ma'lumotlardan foydalanish sport tashkilotlarining bozor mavqeini mustahkamlashda muhim ahamiyatga ega ekanligini anglatadi.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini baholash ko'p omilli va kompleks yondashuvni talab etadi. Zamonaviy sport bozori sharoitida sport klublarining muvaffaqiyati nafaqat sport natijalari, balki boshqaruv samaradorligi, marketing faoliyati, moliyaviy barqarorlik, innovatsion salohiyat va texnologik rivojlanish darajasi bilan ham belgilanadi. Shu nuqtai nazardan, sport tashkilotlari raqobatbardoshligini baholashda boshqaruv, marketing, moliya va texnologik ko'rsatkichlarni o'z ichiga oluvchi integrallashgan yondashuvlardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Sport tashkilotlari faoliyatida aqlli texnologiyalar va raqamli yechimlarning joriy etilishi raqobat ustunligini shakllantirishning muhim omiliga aylanmoqda. Sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili, IoT texnologiyalari, mobil platformalar va raqamli marketing vositalari sport tashkilotlariga resurslardan samarali foydalanish, boshqaruv qarorlarini optimallashtirish hamda muxlislar bilan munosabatlarni rivojlantirish imkonini bermoqda. Shu sababli sport tashkilotlarining raqamli transformatsiya darajasi ularning bozor mavqei va raqobatbardoshligini belgilovchi muhim ko'rsatkichlardan biri sifatida qaralmoqda.

Raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirgan sport klublari odatda yuqori brend qiymatiga, samaraliroq operatsion faoliyatga va muxlislarning yuqori darajadagi faolligiga ega bo'ladi. Raqamli platformalar orqali muxlislar bilan bevosita muloqot qilish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish va ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalarini amalga oshirish sport tashkilotlariga qo'shimcha raqobat ustunligi yaratadi. Natijada bunday sport tashkilotlari nafaqat sport natijalari, balki moliyaviy ko'rsatkichlar va bozor ulushi bo'yicha ham yuqori natijalarga erishadi.

Iqtisodiy adabiyotlarda raqobatbardoshlik tashkilotning bozor sharoitida qiymat yaratish, ushbu qiymatni iste'molchilarga yetkazib berish va uni uzoq muddat davomida saqlab qolish qobiliyati sifatida talqin qilinadi. Sport tashkilotlari misolida bu jarayon sport xizmatlari sifati, innovatsion faoliyat, muxlislar sodiqligi, brend kapitali va raqamli texnologiyalardan foydalanish samaradorligi orqali namoyon bo'ladi. Shu sababli raqamli iqtisodiyot sharoitida sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini shakllantirish konsepsiyasi raqamli texnologiyalar, innovatsion boshqaruv va bozor mexanizmlarining o'zaro integratsiyasiga asoslanishi lozim.

Xulosa. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini shakllantirish zamonaviy sport menejmentining ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Sun'iy intellekt (AI), Big Data, IoT, blokcheyn, bulutli texnologiyalar va raqamli platformalarni sport tashkilotlari faoliyatiga joriy etish boshqaruv samaradorligini oshirish, operatsion xarajatlarni optimallashtirish, sport xizmatlari sifatini yaxshilash hamda muxlislar bilan o'zaro aloqalarni rivojlantirish imkonini beradi. Mazkur texnologiyalar sport tashkilotlarining innovatsion salohiyatini oshirib, ularning bozor sharoitidagi raqobat ustunligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Sport tashkilotlarining raqobatbardoshligi endilikda nafaqat sport natijalari bilan, balki raqamli infratuzilmaning rivojlanganligi, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimlari, marketing innovatsiyalari, brend kapitali, muxlislar sodiqligi hamda moliyaviy barqarorlik darajasi bilan ham belgilanadi. Raqamli marketing, raqobat razvedkasi (competitive intelligence) va tadbirkorlik faoliyatining o'zaro integratsiyasi sport tashkilotlariga bozor talablarini tezkor aniqlash, iste'molchilar ehtiyojlariga mos xizmatlarni taklif etish hamda qo'shimcha qiymat yaratish imkoniyatini beradi.

Raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirgan sport tashkilotlari yuqori brend qiymatiga, samaraliroq boshqaruv tizimiga, kuchliroq muxlislar bazasiga va barqaror moliyaviy natijalarga erishayotganini ko'rsatdi. Raqamli platformalar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalaridan samarali foydalanish sport tashkilotlarining global sport bozoridagi raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirmoqda.

Sport tashkilotlarining raqobatbardoshligini shakllantirish konsepsiyasi raqamli texnologiyalar, innovatsion boshqaruv, zamonaviy marketing yondashuvlari va strategik rivojlanish mexanizmlarining uzviy integratsiyasiga asoslanishi lozim. Sport tashkilotlarida raqamli ekotizimlarni rivojlantirish, intellektual tahlil vositalaridan foydalanishni kengaytirish, raqamli kompetensiyalarni oshirish hamda innovatsion biznes modellarini joriy etish ularning uzoq muddatli iqtisodiy barqarorligi va xalqaro raqobatbardoshligini ta'minlaydigan asosiy omillar hisoblanadi. Shu bois, sport sohasida raqamli transformatsiyani jadallashtirish, zamonaviy boshqaruv texnologiyalarini keng qo'llash va ma'lumotlarga asoslangan strategik qarorlar qabul qilish tizimini rivojlantirish sport tashkilotlarining kelgusidagi muvaffaqiyatli faoliyatini belgilovchi muhim yo'nalish sifatida qaralishi zarur.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Deloitte. (2024). *2024 Sports Industry Outlook*. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com>
2. Deloitte. (2023). *Digital Transformation in Sport: Technology, Media and Fan Engagement*. Deloitte Sports Business Group. <https://www2.deloitte.com>
3. PwC. (2023). *Sports Survey 2023: The Future of Sports in the Digital Era*. PricewaterhouseCoopers. <https://www.pwc.com>
4. World Economic Forum. (2023). *The Future of Digital Economy and Society*. Geneva: WEF. <https://www.weforum.org>
5. OECD. (2024). *OECD Digital Economy Outlook 2024*. Paris: OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
6. European Commission. (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI) Report 2023*. Brussels: European Commission. <https://digital-strategy.ec.europa.eu>
7. International Olympic Committee (IOC). (2024). *Olympic AI Agenda: Artificial Intelligence in Sport*. Lausanne: IOC. <https://olympics.com/ioc>

8. FIFA. (2023). *Digital Transformation Programme*. Zurich: FIFA. <https://www.fifa.com>