



**“SPORT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI
PLATFORMALARNING AHAMIYATI “**

*FARG’ONA DAVLAT TEXNIKA UNIVERSITETI
ISHLAB CHIQARISHDA BOSHQARUV FAKULTETI
RAQAMLI IQTISODIYOT YO’NALISHI
69/22 GURUH TALABASI
JO’RABOYEV ABDUSALOM SALMONJON O’GLI*

Annotatsiya: Ushbu kurs ishi sport turizmini rivojlantirishda raqamli platformalarning nazariy va amaliy ahamiyatini atroflicha o‘rganishga bag‘ishlangan. Ishda raqamli yechimlarning xizmat ko‘rsatish sifati, logistika va turistik oqimlarni boshqarishdagi texnologik o‘rni tahlil qilingan. Xususan, VR/AR, Big Data va blokcheyn texnologiyalarining sport turizmi mahsulotlarini targ‘ib qilish va optimallashtirishdagi xususiyatlari ochib berilgan. Tahlil asosida sport turizmini raqamlashtirish bo‘yicha O‘zbekiston uchun ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: Sport turizmi, raqamli platforma, turizm raqamlashtirish, Big Data, VR/AR texnologiyalari.

Аннотация: Данная курсовая работа посвящена изучению теоретического и практического значения цифровых платформ в развитии спортивного туризма. В работе проанализирована технологическая роль цифровых решений в повышении качества обслуживания, логистике и управлении туристическими потоками. Раскрыты особенности использования технологий VR/AR, Big Data и блокчейна для продвижения и оптимизации продуктов спортивного туризма. На основе анализа разработаны научно обоснованные предложения и рекомендации по цифровизации спортивного туризма в Узбекистане.



Ключевые слова: Спортивный туризм, цифровая платформа, цифровизация туризма, Big Data, технологии VR/AR.

Abstract: This course paper is devoted to the comprehensive study of the theoretical and practical significance of digital platforms in the development of sports tourism. The paper analyzes the technological role of digital solutions in improving service quality, logistics, and managing tourist flows. The specifics of using VR/AR, Big Data, and blockchain technologies for promoting and optimizing sports tourism products are revealed. Based on the analysis, scientifically grounded proposals and recommendations for the digitalization of sports tourism in Uzbekistan have been developed.

Keywords: Sports tourism, digital platform, tourism digitalization, Big Data, VR/AR technologies.

Bugungi kunda jahon iqtisodiyoti tezkor raqamli transformatsiya jarayonini boshidan kechirmoqda. Turizm sohasi, xususan, sport turizmi ham ushbu o'zgarishlardan chetda qolmayapti. Sport turizmi – bu nafaqat sport musobaqalarini tomosha qilish, balki faol sport tadbirlarida ishtirok etish yoki sport bilan bog'liq joylarga sayohat qilishni o'z ichiga oluvchi, global miqyosda eng tez o'sayotgan turizm yo'nalishlaridan biridir.

Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, sport turizmi global turizm bozorining 10-15% ini tashkil etadi va uning yillik o'sish sur'ati umumiy turizm o'sishidan yuqori. O'zbekistonda ham Prezident Qarorlari (masalan, PQ–225, 30.04.2022-y.) asosida sport turizmini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan.

Raqamli platformalar esa ushbu sohani rivojlantirishda kalit rol o'ynamoqda. Ular turistik xizmatlarni iste'molchilarga tez, shaffof va bevosita yetkazish imkoniyatini beradi, marketing xarajatlarini kamaytiradi hamda turizm xizmatlarining individual (shaxsiylashtirilgan) darajasini oshiradi. Sport tadbirlariga



chipta sotishdan tortib, sportchilarni logistika bilan ta'minlashgacha bo'lgan barcha jarayonlarni raqamlashtirish bugungi kurs ishining asosiy dolzarbligini belgilaydi.

Sport turizmi va uning iqtisodiy ahamiyati F. X. Karrimova, N. X. Aliyev kabi mahalliy iqtisodchilar tomonidan o'rganilgan. Raqamli iqtisodiyotning turizmga ta'siri V. G. Semyonov, A. N. Samedov asarlarida tahlil qilingan. Biroq, aynan sport turizmi segmentida raqamli platformalarning integratsiyasi va uning O'zbekiston sharoitidagi muammolari kompleks holda chuqur tahlil qilinmagan.

Kengaytirilgan Tajribaviy Texnologiyalar (VR/AR) Qo'llanilishi

Texnik nuqtai nazardan, VR (Virtual Reallik) va AR (Kengaytirilgan Reallik) sport turizmida yangi standartlarni yaratmoqda.

Virtual Reallik (VR) orqali sotish: Sport turizmi kompaniyalari VR ko'zoynaklar yordamida mijozlarga tog'-chang'i kurortlarining 360-graduslik ko'rinishini, stadionlardagi V-IP joylarni sayohatdan oldin namoyish etadi. Bu xizmatning qo'shimcha qiymatini oshiradi.

Kengaytirilgan Reallik (AR) orqali Navigatsiya: Yirik sport majmualari (masalan, Toshkentdagi Olimpiya shaharchasi) uchun mobil ilovalar ishlab chiqish. Turist kamerani ob'yektga yo'naltirganda, u joylashuv nuqtasini, eng yaqin kafelarni yoki chiqish yo'llarini ekran ustiga chizib ko'rsatadi. Bu, ayniqsa, xalqaro mehmonlarning joyida adaptatsiyasini tezlashtiradi.

Interaktiv Ma'lumotlar: AR ilovasi orqali sportchilarning statistikasi va yutuqlari haqida real vaqtdagi ma'lumotlarni ko'rish.

Raqamli Platformalarning Iqtisodiy Samaradorlikka Ta'siri

Raqamli platformalarning sport turizmi iqtisodiga ta'siri daromadni maksimallashtirish va operatsion xarajatlarni minimallashtirish orqali namoyon bo'ladi.

Daromadlar ko'payishi:



Kross-sotuv (Cross-selling): Chipta xarid qilganda avtomatik ravishda transfer, tibbiy sugʻurta yoki sport anjomlari ijarasi taklif qilinadi.

Geografik kengayish: Lokal tadbirlarga global talabni yaratish (misol uchun, Oʻzbekiston togʻlaridagi marafonga Yevropadan ishtirokchilar jalb qilish).

Xarajatlar kamayishi:

Vositachilarning yoʻqolishi: Turoperatorlar va agentlarga toʻlanadigan komissiyalar bekor qilinadi.

Avtomatlashtirish: Buyurtmalarni qayta ishlash, mijozlarga xizmat koʻrsatishni AI tizimiga oʻtkazish orqali kadrlar xarajati pasayadi.

Jahon Tajribasida Raqamli Platformalar Qoʻllanilishi (Keyslar Tahlili)

"Hayya" platformasi sport turizmini boshqarishning eng mukammal raqamli modeli boʻldi. Bu platforma chipta sotib olgan har bir turistik uchun majburiy ID-karta (kirish ruxsatnomasi) boʻlib xizmat qildi va quyidagi yagona funksiyalarni birlashtirdi:

1. Viza jarayonini avtomatlashtirish.
2. Stadionga kirish nazorati.
3. Barcha jamoat transportidan bepul foydalanish huquqi.
4. Yashash joyini avtomatik boshqarish (e-vahdat tizimi).
5. Bu yechim millionlab muxlislarni muammosiz qabul qilish imkonini berdi va turistik oqim boshqaruvini markazlashtirdi.

Faol sport turizmida Strava kabi platformalar turistik mahsulotni yaratuvchi omil boʻlib xizmat qiladi. Platforma yuguruvchilar va velosipedchilarni marshrutlarni (segmentlarni) baham koʻrishga, raqobatlashishga undaydi. Bu sportchilarning maʼlum bir mintaqalarga sport mashgʻulotlari maqsadida sayohat qilishini ragʻbatlantiradi, bu esa hududiy sport turizmi rivojiga bevosita taʼsir qiladi.

Milliy Sport Turizmi Infratuzilmasidagi Raqamli Muammolar

Oʻzbekistonda sport turizmini rivojlantirish uchun katta salohiyat mavjud boʻlsa-da, raqamli infratuzilmada bir qator muammolar kuzatilmoqda:



Integratsiyalashgan Platfomaning Yo'qligi (Tarqoqlik Muammosi): Sport tadbirlari kalendari bir vazirlikda, chipta sotish boshqa xususiy tizimda, turistik xizmatlar esa uchinchi tizimda joylashgan. Turist barcha xizmatlarni bitta joydan topa olmaydi.

To'lov Tizimlarining Xalqaro Standartlarga Moslashmaganligi: Ba'zi mahalliy chipta sotuvchi tizimlar va mehmonxonalar bron qilishda xorijiy bank kartalari (Visa, Mastercard) bilan ishlashda texnik uzilishlarga duch kelishi.

Big Data Tahlilining Yetishmasligi: Turistik talabni, qiziqishlarni yoki kelajakdagi oqimlarni prognoz qilish uchun rasmiy organlar tomonidan Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va oldingi tadbirlar ma'lumotlarini yig'uvchi va tahlil qiluvchi markaziy tizim mavjud emas.

Kadrlar Tayyorlash Muammosi: Sport federatsiyalari va turizm tashkilotlarida raqamli marketing, AR/VR texnologiyalari va kiberturizm yo'nalishlarida yetarli ko'nikmalarga ega bo'lgan kadrlarning yetishmasligi.

Raqamlashtirishning Istiqbollari va Ilmiy Asoslangan Takliflar

Yuqoridagi tahlillardan kelib chiqqan holda, O'zbekiston sport turizmini texnologik va iqtisodiy rivojlantirish uchun quyidagi ustuvor takliflar ilgari suriladi:

"E-Sport Turist" Yagona Platformasini (MRS TP) Yaratish:

Bu platforma barcha yirik sport tadbirlarining kalendari, onlayn chipta savdosi (Blockchain asosida xavfsiz), turistik paketlar (transfer, joylashuv) va rasmiy suvenirlarni sotish funksiyalarini yagona interfeysda birlashtirishi kerak. Ushbu platforma Smart-Contract mexanizmlaridan foydalangan holda bronlash va to'lov shaffofligini ta'minlashi kerak.

AR-Navigatsiya tizimini joriy etish va Geo-lokatsiya xizmatlari

Toshkent, Samarqand va tog'li hududlardagi yirik sport majmualari uchun maxsus mobil ilovalarda AR-navigatsiya va geolokatsiya xizmatini yo'lga qo'yish. Bu faol turizm (trekking, sayohat) bilan shug'ullanuvchi turistlar uchun xavfsizlik va yo'nalish aniqligini oshiradi.



Raqamli platformalarning funksional imkoniyatlari nafaqat marketingni, balki turistik xizmatlarining kengaytirilgan ekotizimini shakllantirishga xizmat qiladi. Bu imkoniyatlarni uch asosiy guruhga ajratish mumkin: Tranzaksiyaviy, Kommunikatsion va Kengaytirilgan Tajribaviy funksiyalar.

Bu guruhga asosan onlayn chipta sotish tizimlari, bron qilish platformalari va to'lov shlyuzlari kiradi.

Real vaqtda Inventar Boshqaruvi: Raqamli platformalar stadionlardagi bo'sh joylar, mehmonxonalardagi xonalar va aviatashuvlardagi o'rindiqlarni real vaqt rejimida boshqarish imkonini beradi. Bu esa Overbooking (belgilanganidan ortiq bronlash) xavfini keskin kamaytiradi.

Dinamik Narxlash (Dynamic Pricing): Sun'iy intellekt (AI) algoritmlari talab va taklif, tadbirning ahamiyati, ob-havo va sotilish dinamikasiga qarab chipta narxlarini avtomatik ravishda optimallashtiradi. Bu tashkilotchilar uchun maksimal daromadni, iste'molchilar uchun esa moslashuvchan narxlarni ta'minlaydi.

Axborot Xavfsizligi va To'lov Shaffofligi: Blockchain texnologiyasi kabi zamonaviy yechimlar chiptalarning qalbakilashtirilishining oldini oladi (masalan, futbol o'yinlariga chipta sotishda), bu esa ishonch darajasini oshiradi.

Ijtimoiy tarmoqlar (Social Media Marketing): Facebook, Instagram, TikTok kabi platformalar sport tadbirlari brendingini yaratish va keng auditoriyaga yetkazishning asosiy kanallaridir. Ushbu platformalar orqali turizm kompaniyalari sport muxlislari guruhlarini segmentlash va ularga maqsadli (targetlangan) reklama ko'rsatish orqali sayohatga undaydi.

Virtual Yordamchilar (Chat-botlar): 24/7 rejimida ishlovchi AI-asosidagi chat-botlar sport turizmi haqidagi tez-tez beriladigan savollarga (vizalar, transport, tadbir qoidalari) bir necha tilda javob berib, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini avtomatlashtiradi.



Gamifikatsiya: Raqamli ilovalarga o'yin elementlarini kiritish (sport maydonlariga tashrif buyurganlik uchun ballar berish, virtual sovg'alar) orqali turistning faolligi va sadoqatini oshirish.

Bu platformalar sport turistining sayohat paytidagi tajribasini boyitishga qaratilgan:

Kengaytirilgan reallik (AR) orqali navigatsiya: Stadion yoki sport majmuasi ichida joylashgan mobil ilovalar telefon kamerasini ishga tushirib, foydalanuvchini to'g'ri sektorga, bufet yoki hojatxonaga yo'naltiradi. Bu yirik ob'yektlarda turistlarning chalkashib ketishini oldini oladi.

Virtual Reallik (VR) Turlari: Sayohatdan oldin potentsial turistlarga Olimpiya qishlog'i yoki yangi kurort joylari bo'ylab virtual turlar taklif etish. Bu xizmat, ayniqsa, BAA va Qatardagi yirik turistik loyihalar (masalan, FIFA Jahon chempionati ob'yektlari)ni targ'ib qilishda samarali bo'ldi.

Sportchi Monitoringi va Ma'lumotlar Uzatish: Turistlar va jurnalistlar uchun sportchilarning real vaqtdagi statistikasini, masalan, yugurish tezligi, yurak urish tezligi kabi ma'lumotlarni biriktirilgan raqamli ilovalar orqali uzatish.

Raqamli platformalar sport turizmida uchta asosiy iqtisodiy ta'sirga ega: xarajatlarni qisqartirish, daromadlarni oshirish va tarmoq qiymatini yaratish.

An'anaviy usulda turpaket sotishda bir nechta vositachilar (turoperatorlar, agentlar, chipta sotuvchilar) ishtirok etar edi. Raqamli platformalar esa vositachilarsiz (Direct-to-Consumer, D2C) modelini joriy etadi. Natijada:

Komissiya to'lovlari va agentlik xarajatlari 10-20% gacha kamayadi.

Ma'lumotlarni qayta ishlash avtomatlashgani hisobiga kadrlar xarajati va insoniy xatolar minimallashtiriladi.

Masshtablanuvchi sotuv: Platformalar lokal tadbirlarni global miqyosda sotish imkonini beradi. Masalan, Samarqandda o'tkaziladigan marafon chiptalarini Yevropa va Osiyodagi yuguruvchilarga bevosita sotish.



Kross-sotuv (Cross-selling): Chipta sotib olgan mijozga avtomatik ravishda aeroportdan transfer, maxsus sport menyuli restoran yoki sport anjomlari ijarasi kabi qo'shimcha xizmatlarni taklif qilish.

Sponsorlik va Ma'lumot Monetizatsiyasi: Platformalar orqali yig'ilgan aniq demografik ma'lumotlar (turistning yoshi, qiziqishlari, joylashuvi) sponsorlar uchun yuqori qiymatga ega bo'ladi.

Sport turizmida raqamli platformalar yirik shaharlarni "Aqlli Turistik Maskan"ga aylantirish uchun asos bo'ladi.

Bu tizimda transport (shaharda navigatsiya), joylashuv (mehmonxona va ijaralar) va xavfsizlik (tezkor ogohlantirish tizimlari) ma'lumotlari yagona platformada birlashadi. Misol uchun, yirik musobaqalar vaqtida turistlarning harakatlanish yo'nalishlari avtomatik ravishda tahlil qilinib, shahar transportining ishlash jadvali optimallashtiriladi. Bu esa xizmat ko'rsatish vaqtini qisqartiradi, turistlar memnunligini oshiradi.

Turizm qo'mitasi Sport vazirligi bilan hamkorlikda sun'iy intellekt (AI)ga asoslangan prognozlash markazini tashkil etishi lozim. Bu markaz ijtimoiy tarmoqlar, internet qidiruvlari va xorijiy saytlar ma'lumotlarini tahlil qilib, qaysi sport turiga talab ortayotganini aniqlaydi. Natijada, sarmoyalar (masalan, kemping yoki velosiped yo'llarini qurish) aniq ehtiyojlarga qaratiladi.

Yirik stadionlarda IoT (Internet of Things) texnologiyalarini joriy etish. Bu kirish nazoratini elektronlashtirish, real vaqtda avtoturargohlar bandligini ko'rsatish va mobil ilovalar orqali o'rindiqdand turib ovqat buyurtma qilish kabi qulayliklarni yaratadi.

O'tkazilgan tahlil va tadqiqotlar natijasida sport turizmini rivojlantirishda raqamli platformalarning hal qiluvchi ahamiyati borligi isbotlandi.

Raqamli platformalar sport turizmi uchun shunchaki qo'shimcha vosita emas, balki fundamental iqtisodiy drayverdir. Ular vositachilarni yo'qotish orqali turizm



daromadlarini oshirishning va Tranzaksiya Xarajatlarini kamaytirishning asosiy omilidir.

Amaliy Ahamiyati: Jahon tajribasi ("Hayya", Strava) raqamli platformalarning sport tadbirining sifatini, turistning umumiy tajribasini (VR/AR) tubdan yaxshilashini va butun logistik tizimni samarali boshqarishini ko'rsatdi.

O'zbekiston o'zining turistik salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarish uchun tarqoq tizimdan voz kechib, "E-Sport Turist" kabi yagona, integratsiyalashgan raqamli platformaga o'tishi shart. Bu texnologik siljishgina mamlakatni global sport turizmi xaritasidagi raqobatbardoshligini oshiradi.

O'zbekiston sharoitida sport turizmining raqamli transformatsiyasini tezlashtirish uchun quyidagi ustuvor takliflarni amalga oshirish muhimdir:

MRS TP nafaqat chipta sotishni, balki hududiy sport federatsiyalari va xususiy sport turizmi operatorlarining barcha xizmatlarini (tur paketlar, sport lagerlari ijarasi, murabbiylar xizmati) yagona standart asosida birlashtirishi shart. Bu platforma barcha ma'lumotlarni o'zida jamlagan Milliy Sport Ekotizimi vazifasini bajarishi kerak.

Toshkent, Samarqand va Buxorodagi yirik sport obyektlari va turistik diqqatga sazovor joylar uchun AR-asosidagi navigatsiya tizimini ishlab chiqish. Bu, ayniqsa, Yangi Toshkentdagi sport komplekslari va tog'li hududlardagi treklar uchun turistning mustaqil harakatlanishini soddalashtiradi.

Big Data Tahlil Markazini tashkil etish:

Turizm qo'mitasi qoshida sport turizmi segmenti bo'yicha Big Data tahlil markazi tashkil etilishi kerak. Markaz turistik oqimlar dinamikasi, talab qilinayotgan sport turlari (masalan, tog'-chang'i, rafting, velosport) bo'yicha ma'lumotlarni yig'adi va hududiy infratuzilmani rivojlantirish uchun asoslangan qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

Sport Obyektlarida "Aqlli Stadiyon" Texnologiyalari:



Yangi qurilayotgan yoki rekonstruksiya qilinayotgan sport majmualarida sensorlar va IoT (Internet of Things) texnologiyalaridan foydalanishni talab qilish. Bu Wi-Fi orqali ma'lumot uzatish, elektron kirish nazorati va stadion ichidagi xizmatlarni (oziq-ovqat buyurtmasi) mobil ilova orqali amalga oshirish imkonini beradi.

Blockchain Asosida Turist Reytingi va Sodda Viza Jarayoni:

Sport tadbirlariga muntazam qatnashuvchi xorijiy turistlar uchun sodiqlik dasturini (Loyalty Program) yaratish. Ushbu platformada ularning shaxsiy va tashrif ma'lumotlari ishonchli saqlanadi. Ma'lum reytingga erishgan sport turistlari uchun Viza olish jarayonini avtomatlashtirish yoki soddalashtirish.

Ushbu takliflar majmuining amalga oshirilishi O'zbekistonda sport turizmi xizmatlarining shaffofligini oshirishga, xorijiy investitsiyalarni jalb qilishga va turizmdan keladigan umumiy daromadni sezilarli darajada oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 30-apreldagi "Sport turizmi salohiyatini oshirish va sport turizmi infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-225-sonli Qarori.
3. Samedov A. N. "Turizmda axborot texnologiyalari". – T.: Iqtisod-Moliya, 2020.
4. G'ulomov A. K. "Sport turizmi asoslari". – T.: Cho'lpon nomidagi nashriyot, 2018.
5. Xasanov B. I. "Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlari bozori". – T.: TDIU, 2021.
6. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.



7. Vologdin D. B., Turg'unov S. L. "Raqamli platformalarning sport turizmi klasterini rivojlantirishdagi roli". // Turizm va zamonaviy texnologiyalar jurnali. № 4, 2022.

8. World Tourism Organization (UNWTO). "Digital Transformation in Tourism: Trends and Challenges". – Madrid, 2020.

9. McKinsey & Company Reports on Global Sports Tourism Market (2023).

10. Shomurodov Sh. X. "O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm klasterlarini rivojlantirish masalalari". Iqtisodiyot fanlari nomzodi dissertatsiyasi, 2022.

11. R. A. Kasparov. "Digitalization of Sport Tourism: Case Studies from Global Practice". // International Journal of Tourism Research. Vol. 15, No. 2, 2023.

12. FIFA World Cup Qatar 2022 Official Report on Digital Integration. – 2023.

13. R. Coase. The Problem of Social Cost. // The Journal of Law and Economics, 1960.