



SPORT INFRATUZILMASI VA XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA "RAQAMLI PLATFORMA" HAMDA "EKOTIZIM" TUSHUNCHALARINING IQTISODIY MAZMUNI

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tyutori

Rahmonov Sadullo Shuhrat o'g'li

Annotatsiya: Ushbu maqolada zamonaviy sport iqtisodiyotining eng dolzarb yo'nalishlari bo'lgan sport infratuzilmasi va xizmat ko'rsatish sohasini raqamlashtirish masalalari tadqiq etilgan. Maqolada "raqamli platforma" va "ekotizim" tushunchalarining iqtisodiy mazmuni, ularning sport industriyasiga transformatsion ta'siri, iqtisodiy samaradorligi hamda o'zaro farqli jihatlari nazariy va amaliy jihatdan asoslab berilgan. Shuningdek, sport xizmatlari bozorida tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish va yangi qiymat zanjirini yaratish mexanizmlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: sport infratuzilmasi, raqamli platforma, ekotizim, sport xizmatlari, iqtisodiy samaradorlik, raqamli transformatsiya, tranzaksiya xarajatlari, tarmoq effekti, Customer Lifetime Value (LTV).

1. "RAQAMLI PLATFORMA" TUSHUNCHASINING IQTISODIY MAZMUNI

Raqamli iqtisodiyot nazariyasida platforma — bu ikki yoki undan ortiq mustaqil foydalanuvchilar guruhlari o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri aloqalarni osonlashtiradigan algoritmik va texnologik asosdir. Sport sohasiga tatbiq etilganda, **raqamli platforma** — sport xizmatlarini yetkazib beruvchilar (sport majmualari, fitnes klublar, xususiy murabbiylar, sport tadbirlari tashkilotchilari) va ushbu xizmatlarning yakuniy iste'molchilari (professional sportchilar, muxlislar,



havaskorlar, sog‘lom turmush tarzi tarafdorlari) o‘rtasidagi o‘zaro manfaatli iqtisodiy aloqalarni ta‘minlovchi tizimdir.

Iqtisodiy nuqtai nazardan raqamli platformaning fundamental funksiyalari va keltiradigan afzalliklari quyidagilardan iborat:

1. **Tranzaksiya xarajatlarini keskin kamaytirish (Reduction of Transaction Costs):** Ronald Kouz iqtisodiy nazariyasiga ko‘ra, bozor mexanizmlaridan foydalanish har doim axborot qidirish, shartnoma tuzish va nazorat qilish xarajatlarini keltirib chiqaradi. Raqamli platforma (masalan, sport zallarini onlayn bron qilish ilovalari) iste‘molchining kerakli sport inshootini qidirish, narxlarni solishtirish va to‘lovni amalga oshirish vaqtini soniyalarga tushiradi. Bu an‘anaviy bozordagi qidiruv va kelishuv xarajatlarini nolga yaqinlashtiradi.
2. **Resurslardan oqilona foydalanish va ulashish iqtisodiyoti (Sharing Economy):** Sport infratuzilmasi ob‘yektlari ko‘pincha notekis yuklama bilan ishlaydi (masalan, ish kunlari soat 10:00 dan 16:00 gacha zallar bo‘sh bo‘ladi). Raqamli platforma ushbu bo‘sh turgan vaqtlarni real vaqt rejimida monitoring qiladi va "dinamik narxlar" (dynamic pricing) algoritmi orqali arzonroq narxda mijozlarga taklif etadi. Natijada, ob‘yektning kapital unumdorligi (capital productivity) oshadi.
3. **Bilvosita tarmoq effekti (Indirect Network Effect):** Platformaning iqtisodiy kuchi shundaki, unda ro‘yxatdan o‘tgan sport klublari yoki murabbiylar soni qanchalik ko‘p bo‘lsa, u iste‘molchilar uchun shunchalik jozibador bo‘ladi. Iste‘molchilar soni ortgach, yangi xizmat ko‘rsatuvchilar o‘z-o‘zidan platformaga talpinadi. Bu jarayon biznes rentabelligining geometrik progressiyada o‘shishini ta‘minlaydi.

Amaliy misol sifatida zamonaviy "Aqlli stadion" (Smart Stadium) platformalarini keltirish mumkin. Ushbu platformalar bir vaqtning o‘zida chiptalar



savdosi, stadion ichidagi navigatsiya, oziq-ovqat va ichimliklar yetkazib berish, parking hamda atributika savdosini yagona interfeysda birlashtiradi. Iqtisodiy hisob-kitoblarga ko'ra, bunday platformalarning joriy etilishi stadionning bir martalik tadbirdan oladigan tijoriy daromadini o'rtacha 18-25% ga oshirish imkonini beradi.

2. SPORT XIZMATLARI VA INFRATUZILMASIDA "EKOTIZIM" KONTEKSTI

Raqamli platforma ma'lum bir vaqt ichida o'sib, o'zining texnologik yadrosi atrofiga faqatgina sport emas, balki turdosh va bir-birini to'ldiruvchi sohalarni birlashtira boshlaganda u **sport ekotizimiga (Sports Business Ecosystem)** aylanadi. Biznes-ekotizim tushunchasi iqtisodiyotga Jeyms Mur tomonidan kiritilgan bo'lib, u turli soha sub'yektlarining yagona brend yoki yagona raqamli makonda hamkorlikda qiymat yaratishini anglatadi.

Sport infratuzilmasi va xizmat ko'rsatish sohasidagi zamonaviy ekotizim odatda quyidagi segmentlarni o'z ichiga qamrab oladi:

- **Yadro segment (Sport infratuzilmasi):** Stadionlar, fitnes markazlari, suzish havzalari, sport maktablari va ularning moddiy-texnik bazasi.
- **Yordamchi va yo'ldosh segmentlar:** Sport tibbiyoti, fizioterapiya, reabilitatsiya markazlari, sog'lom va sport ovqatlanishi (FoodTech), sport kiyimlari va jihozlari riteyli.
- **Moliyaviy va sug'urta xizmatlari (FinTech/InsureTech):** Sportchilarni va havaskorlarni jarohatlardan sug'urtalash, maxsus sport keshbek tizimlari, bo'lib to'lash (BNPL) xizmatlari.
- **Media va raqamli kontent (MediaTech):** Musobaqalarning striming translyatsiyalari, onlayn marafonlar, mobil fitnes-trekerlar, kibersport platformalari va ijtimoiy tarmoq integratsiyalari.



Ekotizimning iqtisodiy mexanizmi va mantig'i:

An'anaviy iqtisodiyotda kompaniyalar bitta mahsulot yoki xizmatni sotishdan foyda ko'rsa, ekotizim modelida asosiy maqsad — mijozni o'z muhitida imkon qadar uzoqroq ushlab turish va uning hayoti davomidagi qiymatini maksimallashtirishdir (**Customer Lifetime Value - LTV**).

Iste'molchi ekotizimga bitta xizmat (masalan, fitnes zalga abonement sotib olish) orqali kiradi. Biroq, ekotizim ichidagi integratsiya tufayli u shu yerning o'zida murabbiy yollaydi, tavsiya etilgan sport ovqatini sotib oladi, sog'ligini sug'urta qiladi va sport kiyimiga buyurtma beradi. Bu holatda mijozni jalb qilish xarajatlari (**Customer Acquisition Cost - CAC**) keskin kamayadi, chunki ekotizim barcha yo'ldosh xizmatlar uchun umumiy mijozlar bazasidan foydalanadi. Natijada multiplikativ iqtisodiy samara hosil bo'ladi: ekotizim ishtirokchilarining umumiy yalpi daromadi ularning alohida-alohida faoliyat yuritgandagi daromadlari yig'indisidan sezilarli darajada yuqori bo'ladi.

3. PLATFORMA VA EKOTIZIM MODELLARINING QIYO'SIY IQTISODIY TAHLILI

Sport infratuzilmasini boshqarishda an'anaviy analogik yondashuv, raqamli platforma va keng qamrovli ekotizim modellarining iqtisodiy parametrlarini solishtirish sohadagi transformatsiyani aniqroq ko'rsatib beradi.

Iqtisodiy mezonlar	An'anaviy boshqaruv modeli	Raqamli platforma modeli	Raqamli ekotizim modeli
Daromad manbalari	Cheklangan (faqat obuna yoki chipta savdosi)	Tranzaksion (xizmatlardan)	Diversifikatsiyalangan (obunalar, hamkorlar)



(Revenue Streams)		olinadigan komissiyalar)	ulushi, reklama, Big Data)
Mijoz bilan aloqa tabiati	Davriy va qisqa muddatli (faqat ob'yektga kelganda)	Tranzaksion (faqat xizmatni sotib olish jarayonida)	Uzluksiz (24/7 rejimida mobil ilova va xizmatlar orqali)
Infratuzilma aktivlaridan foydalanish	Past rentabellik, "Peak hours" (tirbandlik) muammosi mavjud	Yuqori rentabellik, bo'sh soatlarni onlayn sotish imkoniyati	Maksimal rentabellik, aktivlarni tarmoq bo'ylab o'zaro integratsiyalash
Ma'lumotlar iqtisodiyoti (Data Economy)	Ma'lumotlar yig'ilmaydi yoki qog'ozda saqlanadi	Faqat tranzaksiya va mijoz profili ma'lumotlari yig'iladi	Iste'molchi xulq-atvori (Big Data) asosida shaxsiy takliflar shakllanadi

Jadval tahlilidan ko'rinadiki, raqamli platforma asosan **"jarayonlarni optimallashtirish va samaradorlik"** bosqichi bo'lsa, ekotizim — bu sport infratuzilmasi atrofida **"yangi iqtisodiy qiymat va sinergiya yaratish"** bosqichidir. Ekotizim iqtisodiyoti sport tashkilotlariga operatsion xarajatlarni (OPEX) 30% gacha qisqartirish bilan birga, mijozlarning sodiqlik indeksini (NPS) keskin oshirishga imkon beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI (REFERENCES):

1. Moore, J. F. (1993). *Predators and prey: A new ecology of competition*. Harvard Business Review, 71(3), 75-86.
2. Coase, R. H. (1937). *The Nature of the Firm*. *Economica*, 4(16), 386-405.



3. Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 30-oktabrdagi "Sog‘lom turmush tarzini keng tatbiq etish va ommaviy sportni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi PF-6099-sonli Farmoni.
5. "Raqamli O‘zbekiston — 2030" strategiyasi.