TURISTIK MAJMUALARNI BOSHQARISHDA KOORDINATSIYA BO‘SHLIG‘I VA UNI RAQAMLI PLATFORMA ASOSIDA BARTARAF ETISHNING KONSEPTUAL MODELI

Sirojiddinov Hasanjon Sayfiddin o‘g‘li
Farg‘ona davlat universiteti, Turizm va menejment kafedrasi o‘qituvchisi
Telefon: +998911147182
E-mail: s.hasanjon.2002@gmail.com

Annotatsiya *– O‘zbekistonda turistik oqimning keskin o‘sishi va sohani raqamlashtirish siyosati sharoitida bir hududda faoliyat yurituvchi mustaqil subyektlar o‘rtasidagi kundalik hamkorlik turistik majmua samaradorligining hal qiluvchi omiliga aylanmoqda. Maqolada turistik majmualarni boshqarishning nazariy asoslari koordinatsiya nazariyasi nuqtai nazaridan qayta ko‘rib chiqilgan. Tadqiqotning maqsadi ilmiy adabiyot va me’yoriy hujjatlarda turistik majmua ichidagi kundalik koordinatsiya qay darajada yoritilganini aniqlash hamda uni raqamli platforma asosida tashkil etishning konseptual modelini ishlab chiqishdan iborat. Integrativ adabiyotlar sharhi va deduktiv sifat kontent-tahlili usullari qo‘llanildi: destinatsiya va boshqaruv, klaster, aqlli turizm hamda platforma ekotizimi yo‘nalishlariga mansub 24 ta ilmiy manba hamda to‘rtta milliy me’yoriy hujjat besh mezon bo‘yicha 0–2 shkalada kodlandi. Natijalarga ko‘ra, manbalarda tarmoq o‘lchovi eng to‘liq yoritilgan (qamrov indeksi 0,77), raqamli koordinatsiya vositasi esa o‘rtacha darajada (0,50) ochilgan. Biroq mezo, ya’ni majmua darajasida tahlil qilingan manbalarda raqamli vosita qamrovi atigi 0,12 ni tashkil etdi. Tarmoq, koordinator subyekt va raqamli vositani birgalikda chuqur ko‘rib chiqqan sakkizta manbaning birortasi ham majmua darajasida emas. Milliy me’yoriy hujjatlarda ham raqamli koordinatsiya milliy platforma darajasida belgilangan, klaster maqomi esa ishtirokchilar o‘rtasidagi ichki koordinatsiya tartibini nazarda tutmaydi. Shu asosda “koordinatsiya bo‘shlig‘i” tushunchasi aniqlashtirildi, turistik majmuaning muallif ta’rifi berildi hamda makon-resurs, tarmoq, rivojlanish va integrallovchi koordinatsiya o‘lchovlaridan iborat to‘rt o‘lchovli model taklif etildi. Modelda majmuadagi uch turdagi bog‘liqlik (umumiy resurslar, ketma-ket xizmatlar va bir vaqtdagi talab) muayyan platforma mexanizmlari va o‘lchanadigan ko‘rsatkichlar bilan bog‘langan. Natijalar majmua darajasidagi raqamli platformani milliy yagona turizm platformasini to‘ldiruvchi koordinatsiya qatlami sifatida loyihalash uchun nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Ishning cheklovlari va keyingi empirik tadqiqot yo‘nalishlari ham ko‘rsatib o‘tilgan.*

Kalit so‘zlar: *turistik majmua, koordinatsiya, raqamli platforma, platforma ekotizimi, aqlli turizm, turizm klasteri, destinatsiya boshqaruvi, kontent-tahlil, bog‘liqliklar, konseptual model.*

KIRISH

So‘nggi o‘n yillikda raqamli platformalar turizmda qiymat yaratish zanjirini tubdan o‘zgartirdi: turist mahsulotni endi alohida korxonalardan emas, turli xizmatlarni bir oynada birlashtiruvchi raqamli muhitdan tanlamoqda [1; 2]. Endi xizmat sifati alohida korxonaga emas, xizmatlar zanjirining uzluksizligiga bog‘liq [3; 4].

O‘zbekistonda turizm oqimining keskin o‘sishi ushbu masalani amaliy ahamiyatga ega qildi. Milliy statistika qo‘mitasining dastlabki ma’lumotlariga ko‘ra,

2025-yilda mamlakatga 11,7 mln nafar xorijiy turist tashrif buyurgan, bu avvalgi yilga nisbatan 3,7 mln nafar yoki 46,8 foizga ko‘pdir [5]. Davlat siyosati ham sohani raqamlashtirishga yo‘naltirilgan: “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi [6], turistik xizmatlarni yagona milliy platformaga birlashtirish to‘g‘risidagi Vazirlar Mahkamasining 820-son qarori [7] hamda turistik klaster maqomini joriy etgan 915-son qarori [8] shular jumlasidandir.

Oqim o‘sishi bilan turistik majmualarga, ya’ni bir hududda faoliyat yurituvchi mehmonxona, ovqatlanish, transport, ekskursiya va ko‘ngilochar xizmat ko‘rsatuvchi mustaqil subyektlar birikmasiga tushadigan yuklama ortmoqda. Subyektlar umumiy resurslarni birga ishlatadi, turist esa bir kunda bir nechta subyekt xizmatidan foydalanadi, shu bois majmua samaradorligi ular o‘rtasidagi kundalik koordinatsiya sifatiga bog‘liq.

Ilmiy adabiyotda turistik majmua asosan uch yondashuv orqali talqin qilinadi: hududiy kompleks, klaster va destinatsiya [9; 10; 11]. Mahalliy tadqiqotlarda majmualar boshqaruvi samaradorligi [12] va klasterlarni iqtisodiy integratsiyalash [13] masalalari o‘rganilgan. Biroq “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunda “turistik majmua” atamasi alohida ta’riflanmagan [14], adabiyotda esa majmua ichida kim, qaysi axborot asosida va qanday tezlikda kelishilgan qaror qabul qilishi, ya’ni koordinatsiya mexanizmi yetarli darajada tavsiflanmagan. Ushbu holatni maqolada “koordinatsiya bo‘shlig‘i” deb ataymiz.

Tadqiqotning maqsadi ilmiy adabiyot va me’yoriy hujjatlarni tizimli tahlil qilish orqali turistik majmua boshqaruvidagi koordinatsiya bo‘shlig‘ini aniqlash, uni miqdoriy ifodalash va bartaraf etuvchi raqamli platforma asosidagi konseptual modelni ishlab chiqishdan iborat. Maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qo‘yildi: (1) asosiy nazariy yondashuvlarni tizimlashtirish; (2) manbalarni kodlab, koordinatsiya qamrovini baholash; (3) me’yoriy hujjatlarda majmua darajasidagi koordinatsiyani tahlil qilish; (4) majmuaning muallif ta’rifi va konseptual modelini taklif etish.

Tadqiqot obyekti turistik majmualarni boshqarish tizimi, predmeti esa majmua subyektlari o‘rtasidagi koordinatsiya munosabatlari va ularni raqamli platformalar orqali tashkil etishning nazariy-uslubiy jihatlaridir. Tadqiqot savollari: TS1 – yondashuvlar majmuaning qaysi o‘lchovlarini yoritadi? TS2 – raqamli koordinatsiya qaysi darajada o‘rganilgan? TS3 – majmua darajasidagi koordinatsiyani platforma orqali qanday tashkil etish mumkin?

Ishning ilmiy yangiligi shundaki, koordinatsiya bo‘shlig‘i birinchi marta manbalarni kodlash asosida qamrov indekslari orqali o‘lchandi, turistik majmua bog‘liqliklarni boshqarish nuqtai nazaridan ta’riflandi hamda majmuadagi bog‘liqlik turlarini raqamli platforma mexanizmlari va ko‘rsatkichlari bilan bog‘lovchi matritsa ishlab chiqildi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Adabiyotni besh tematik yo‘nalishga ajratish mumkin. Birinchisi – hududiy va destinatsiya yondashuvi. R. Butlerning turistik hudud hayot sikli modeli hududning kashf etilishidan turg‘unlik yoki yangilanishgacha bo‘lgan bosqichlarini tavsiflaydi va resurslarni boshqarish zarurligini ta’kidlaydi [9]. D. Buhalis destinatsiyani turistga

yaxlit tajriba sifatida taqdim etiladigan mahsulotlar birikmasi deb qaraydi [15], J. Ritchie va G. Crouch esa destinatsiya raqobatbardoshligi modelida boshqaruvni barqaror ustunlik omili sifatida ajratadi [11]. D. Pearce turli qarashlarni integrativ asosga birlashtirgan [16]. Bu ishlar makon, resurs va rivojlanishni chuqur yoritadi. Ammo koordinatsiya ularda asosan destinatsiya boshqaruv tashkiloti zimmasidagi makro darajadagi vazifa sifatida talqin qilinadi, majmua ichidagi kundalik kelishuvlar esa tahlil birligidan tashqarida qoladi.

Ikkinchi yo‘nalish – klaster yondashuvi. M. Porter klasterni muayyan sohadagi o‘zaro bog‘liq kompaniyalar va muassasalarning geografik jihatdan yaqin guruhi sifatida ta’riflaydi [10]. M. Novelli va hammualliflari Buyuk Britaniya tajribasida turizm tarmoqlari va klasterlari innovatsiya manbai bo‘lishi mumkinligini, biroq ular o‘z-o‘zidan emas, maqsadli ko‘maklashish orqali shakllanishini ko‘rsatgan [17]. R. Xushvaqtov Qashqadaryo misolida klaster integratsiyasini infratuzilma bilan bog‘laydi [13]. Klaster yondashuvi tarmoq o‘lchovini yaxshi ochadi, lekin hamkorlik qanday vosita va qoidalar asosida amalga oshishini, odatda, ochiq qoldiradi.

Uchinchi yo‘nalish – destinatsiya boshqaruvi (governance) yondashuvi. P. Beritelli va hammualliflari korporativ boshqaruv nazariyalarini destinatsiyaga tatbiq etib, mustaqil aktorlar o‘rtasidagi munosabatlarni boshqaruv obyekti sifatida ajratadi [18]. A. Fyall va hammualliflari destinatsiyadagi hamkorlikka oid nazariy yondashuvlarni tanqidiy tahlil qilgan [19], “Sankt-Gallen konsensusi” esa destinatsiya boshqaruvini tashkiliy chegaradan ko‘ra aktorlar tarmog‘i sifatida ko‘rishni taklif qiladi [20]. Bu yo‘nalishda koordinator subyekt masalasi chuqur ishlangan, biroq raqamli vositalar deyarli ko‘rib chiqilmagan.

To‘rtinchi yo‘nalish – aqlli turizm (smart tourism) va turizm ekotizimi. D. Buhalis va A. Amaranggana aqlli destinatsiyada real vaqtdagi ma’lumotlar almashinuvi xizmatlarni uyg‘unlashtirishga imkon berishini asoslagan [3]. U. Gretzel va hammualliflari aqlli turizm asoslarini [1] va aqlli turizm ekotizimining konseptual tuzilishini [21] ishlab chiqqan, K. Boes va hammualliflari esa aqlli destinatsiyani raqobatbardoshlik ekotizimi sifatida talqin qilgan [22]. J. Ivars-Baidal va hammualliflari texnologik tashabbuslar destinatsiya boshqaruv modelini avtomatik ravishda o‘zgartirmasligini ko‘rsatadi [23]. M. Sigala [2] va S. Gössling [4] raqamli texnologiyalarning imkoniyati va tanqidiy oqibatlarini tahlil qilgan. Bu yo‘nalishda axborot qatlami juda yaxshi yoritilgan, ammo tahlil, asosan, butun destinatsiya yoki soha darajasida olib boriladi.

Beshinchi yo‘nalish – platforma iqtisodiyoti va ekotizimlar nazariyasi. J.-C. Rochet va J. Tirole ikki tomonlama bozorlarda platformaning narx va ishtirokchilarni jalb etish orqali tomonlarni muvofiqlashtirish rolini asoslagan [24]. G. Parker va hammualliflari platformani qiymat almashinuvini tashkil etuvchi va qoidalar o‘rnatuvchi tuzilma sifatida ko‘radi [25]. A. Gawer platformalarga oid iqtisodiy va muhandislik qarashlarini birlashtirgan [26]. R. Adner [27] hamda M. Jacobides va hammualliflari [28] ekotizimni ishtirokchilar o‘rtasidagi o‘zaro tuzilgan bog‘liqliklar majmui sifatida ta’riflaydi, K. Kapoor va hammualliflari esa platforma ekotizimlariga oid tadqiqotlarni tizimli sharhlagan [29]. Ushbu nazariyalar koordinatsiya mexanizmini aniq ochib beradi, biroq turizmga, xususan, hududiy majmuaga

moslashtirilmagan.

Mahalliy adabiyotda Q. Xomidov turistik majmualar boshqaruvi samaradorligini oshirish yo‘llarini tahlil qilib, majmua tarkibidagi turistik korxonalar faoliyatini boshqarish masalasini ko‘targan [12]. Bu ish majmuani tahlil birligi sifatida ajratadi, biroq raqamli koordinatsiya unda asosiy predmet emas.

Ushbu yo‘nalishlarni birlashtirish uchun T. Malone va K. Crowston taklif etgan koordinatsiya nazariyasi qulay tahliliy asos beradi. Unga ko‘ra koordinatsiya – faoliyatlar o‘rtasidagi bog‘liqliklarni boshqarishdir; bog‘liqliklar esa umumiy resurslar, ketma-ket (“ishlab chiqaruvchi – iste’molchi”) va bir vaqtdalik turlariga bo‘linadi [30]. Sharh shuni ko‘rsatadiki, koordinatsiya mexanizmi platforma nazariyasida chuqur ishlangan, majmua esa hududiy va klaster yondashuvlarida tahlil birligi sifatida mavjud, biroq bu ikki qatlam bir-biri bilan bog‘lanmagan. Maqola aynan shu bo‘shliqni o‘lchash va to‘ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot sifat dizayniga ega bo‘lib, uch bosqichda olib borildi. Birinchi bosqichda integrativ adabiyotlar sharhi usuli qo‘llanildi. Bu usul turli yo‘nalishdagi manbalarni tanqidiy sintez qilib, yangi konseptual asos yaratishga mo‘ljallangan [31]. U nazariy jihatdan xilma-xil adabiyotni birlashtirishga imkon bergani uchun tanlandi.

Manbalar maqsadli tanlov asosida saralandi. Tanlov mezonlari quyidagilar edi: (a) manba taqriz qilinadigan jurnalda yoki nufuzli nashriyotda chop etilgan; (b) sharhdagi besh yo‘nalishdan biriga taalluqli va shu yo‘nalishda tayanch ish hisoblanadi; (c) korpusda O‘zbekiston bo‘yicha kamida ikkita ilmiy manba bo‘lishi. Natijada 24 ta ilmiy manbadan iborat korpus shakllandi: destinatsiya va boshqaruv yo‘nalishi (D) – 7 ta, klaster (K) – 4 ta, aqlli turizm (S) – 7 ta, platforma va ekotizim (P) – 6 ta. Uslubiy manbalar (koordinatsiya nazariyasi va tadqiqot usullari) korpusga kiritilmadi.

Ikkinchi bosqichda deduktiv (yo‘naltirilgan) sifat kontent-tahlili o‘tkazildi, ya’ni kodlash toifalari oldindan nazariya asosida belgilandi [32]. Har bir manba besh toifa bo‘yicha baholandi: M – makon-resurs o‘lchovi; T – tarmoq, ya’ni aktorlar va ularning aloqalari; R – rivojlanish va raqobatbardoshlik; K1 – koordinator subyekt yoki boshqaruv tuzilmasi; K2 – koordinatsiyaning raqamli yoki axborot vositasi. Baholash shkalasi: 0 – toifa yoritilmagan; 1 – qayd etilgan, lekin ishlanmagan; 2 – asosiy tahlil predmeti sifatida chuqur ishlangan. Qo‘shimcha ravishda har bir manbaning tahlil darajasi aniqlandi: mezo (majmua yoki klaster), makro (destinatsiya yoki hudud) va umumiy (sohaga bog‘lanmagan yoki butun soha).

Har bir toifa uchun qamrov indeksi quyidagi formula bo‘yicha hisoblandi:

$$Qj=\Sigma sij/(2N),$$

bu yerda sij – i-manbaning j-toifa bo‘yicha bahosi, N – guruhdagi manbalar soni. Indeks 0–1 oralig‘ida bo‘ladi. Shuningdek, T≥1, K1≥1 va K2=2 shartlarini bir vaqtda qanoatlantiruvchi, ya’ni tarmoq, koordinator va raqamli vositani birgalikda ko‘rib chiqqan manbalar soni hamda ularning tahlil darajasi aniqlandi.

Uchinchi bosqichda milliy me’yoriy hujjatlar tahlil qilindi: “Turizm to‘g‘risida”gi Qonun [14], PF-6079-son Farmon [6], Vazirlar Mahkamasining 820-son

[7] va 915-son [8] qarorlari. Hujjatlar matni Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi (lex.uz) dan olindi va to‘rt mezon bo‘yicha ko‘rib chiqildi: majmua yoki klaster ta’rifi, koordinator subyekt, raqamli vosita va tartibga solish darajasi. Kodlash 2026-yil oktabr oyida muallif tomonidan bajarildi; to‘liq kodlash jadvali takroriy tekshiruv uchun 1-jadvalda keltirilgan. So‘ngra koordinatsiya nazariyasi [30] asosida bog‘liqlik turlari majmua sharoitiga moslashtirildi va konseptual model shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korpusdagi 24 ta manbaning kodlash natijalari 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval.

Ilmiy manbalarni kodlash natijalari (0 – yoritilmagan, 1 – qayd etilgan, 2 – chuqur ishlangan)

№	Manba	Y	M	T	R	K 1	K 2	Daraja	№	Manba	Y	M	T	R	K 1	K 2	Daraja
1	Butler (1980)	D	2	0	2	1	0	makro	13	Gretzel va b. (2015b)	S	0	2	0	1	2	makro
2	Porter (1998)	K	1	2	2	1	0	mezo	14	Reinhold va b. (2015)	D	1	2	1	2	0	makro
3	Buhalis (2000)	D	2	1	2	1	1	makro	15	Boes va b. (2016)	S	1	2	2	1	2	makro
4	Ritchie, Crouch (2003)	D	2	1	2	2	0	makro	16	Parker va b. (2016)	P	0	2	1	2	2	umumiy
5	Rochet, Tirole (2003)	P	0	1	1	1	1	umumiy	17	Adner (2017)	P	0	2	1	2	0	umumiy
6	Novelli va b. (2006)	K	1	2	1	1	0	mezo	18	Jacobides va b. (2018)	P	0	2	1	2	1	umumiy
7	Beritelli va b. (2007)	D	0	2	0	2	0	makro	19	Sigala (2018)	S	0	1	1	0	2	umumiy
8	Fyall va b. (2012)	D	0	2	1	2	0	makro	20	Ivars-Baidal va b. (2019)	S	1	1	1	2	2	makro
9	Pearce (2014)	D	2	2	1	1	0	makro	21	Kapoor va b. (2021)	P	0	2	0	1	2	umumiy
10	Gawer (2014)	P	0	2	1	2	2	umumiy	22	Gössling (2021)	S	0	1	0	1	2	umumiy
11	Buhalis, Amarang. (2014)	S	1	1	1	1	2	makro	23	Xomidov (2023)	K	1	1	1	2	1	mezo
12	Gretzel va b. (2015a)	S	0	1	1	0	2	makro	24	Xushvaqtov (2025)	K	2	2	1	1	0	mezo

Umumlashgan qamrov indekslari 2-jadvalda yo‘nalishlar kesimida berilgan. Butun korpus bo‘yicha eng yuqori indeks tarmoq toifasiga (0,77), eng pasti makon-resurs toifasiga (0,35) to‘g‘ri keladi. Raqamli vosita (K2) toifasining indeksi 0,50 ni tashkil etdi; 24 ta manbaning 10 tasida bu toifa umuman yoritilmagan, yana 10 tasida esa chuqur ishlangan.

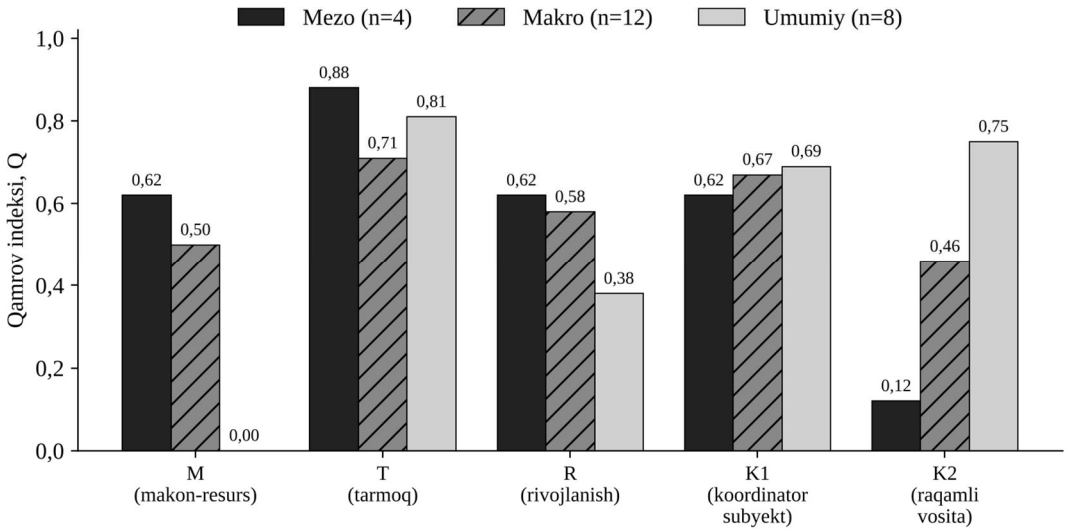
2-jadval.

Yo‘nalishlar kesimida qamrov indekslari (Q)

Toifa	D (n=7)	K (n=4)	S (n=7)	P (n=6)	Jami (n=24)
M – makon-resurs	0,64	0,62	0,21	0,00	0,35
T – tarmoq	0,71	0,88	0,64	0,92	0,77
R – rivojlanish	0,64	0,62	0,43	0,42	0,52
K1 – koordinator subyekt	0,79	0,62	0,43	0,83	0,67
K2 – raqamli vosita	0,07	0,12	1,00	0,67	0,50

Tahlil darajasi bo‘yicha manbalar quyidagicha taqsimlandi: makro – 12 ta, umumiy – 8 ta, mezo – 4 ta. Darajalar kesimidagi indekslar 1-rasmda ko‘rsatilgan.

Mezo darajadagi manbalarda tarmoq toifasining indeksi eng yuqori (0,88), raqamli vosita toifasining indeksi esa eng past (0,12) qiymatga ega.



1-rasm. Tahlil darajalari kesimida toifalarning qamrov indekslari

T≥1, K1≥1 va K2=2 shartlarini bir vaqtda qanoatlantirgan manbalar soni 8 tani tashkil etdi: Gawer (2014), Buhalis va Amaranggana (2014), Gretzel va boshq. (2015b), Boes va boshq. (2016), Parker va boshq. (2016), Ivars-Baidal va boshq. (2019), Kapoor va boshq. (2021) hamda Gössling (2021). Ulardan to‘rttasi makro, to‘rttasi umumiy darajaga mansub; mezo darajadagi manbalar orasida bu shartlarni qanoatlantirgani bo‘lmadi.

Me’yoriy hujjatlar tahlili natijalari 3-jadvalda jamlangan.

3-jadval.

Milliy me’yoriy hujjatlarda koordinatsiyaning tartibga solinishi

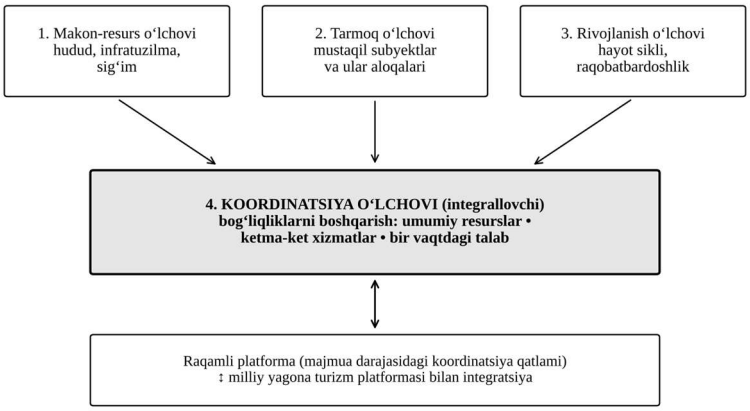
Hujjat	Majmua yoki klaster ta’rifi	Koordinator subyekt	Raqamli vosita	Daraja
“Turizm to‘g‘risida”gi Qonun, O‘RQ-549, 18.07.2019	“Turistik majmua” atamasi ta’riflanmagan; turistik zona va klasterlarga alohida moddalar ajratilgan	Turizm sohasidagi vakolatli organ	AKTni joriy etishni rag‘batlantirish umumiy tarzda; raqamli platforma nazarda tutilmagan	Makro (milliy)
PF-6079, 05.10.2020 (“Raqamli O‘zbekiston – 2030”)	Yo‘q	Tarmoqlararo (umumiy)	Iqtisodiyot tarmoqlarini raqamlashtirishning umumiy yo‘nalishlari	Makro (milliy)
VM qarori, 820-son, 07.12.2024	Yo‘q	Turizm qo‘mitasi (buyurtmachi), platforma operatori	Milliy yagona turizm platformasi: bron qilish, xizmatlar, chiptalar, to‘lov, real vaqt statistikasi; ulanish ixtiyoriy	Makro (milliy)
VM qarori, 915-son, 30.12.2024	Klaster: kompleks xizmat ko‘rsatuvchi mustaqil tashkilotlar va YaTTlar guruhi	Turizm qo‘mitasi (maqom berish, reyestr yuritish)	Ariza elektron shaklda; oldindan bron qilish imkoniyati maqom mezoni; ichki axborot almashinuvi belgilanmagan	Mezo (maqom), ichki koordinatsiya – yo‘q

Hujjatlarda raqamli koordinatsiya vositasi faqat milliy darajada, 820-son qaror bilan belgilangan: unda Turizm qo‘mitasi buyurtmachi, platforma operatori esa davlat

xaridi orqali tanlanadi, jismoniy va yuridik shaxslar platformaga ixtiyoriy ravishda ulanadi [7]. 915-son qarorda klaster mustaqil tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlarning turistlarga kompleks xizmat ko‘rsatuvchi guruhi sifatida ta’riflanadi; maqom mezonlari qatorida tur-operator, mehmonxona va transport xizmatlari zanjirini to‘liq qamrab olish hamda joylashtirish va xizmatlarni oldindan bron qilish imkoniyati talab etiladi [8]. Biroq qarorning ko‘rib chiqilgan tahririda klaster ishtirokchilari o‘rtasidagi ichki axborot almashinuvi va koordinator subyekt tartibi alohida belgilanmagan.

Kontent-tahlil natijalari va koordinatsiya nazariyasi asosida turistik majmuaning quyidagi muallif ta’rifi shakllantirildi: turistik majmua – yagona hududda joylashgan, turistga yaxlit mahsulot taqdim etish uchun umumiy resurslar, xizmatlar ketma-ketligi va bir vaqtdagi talab orqali o‘zaro bog‘liq bo‘lgan mustaqil xo‘jalik subyektlarining mezo darajadagi tizimi bo‘lib, uning samaradorligi ushbu bog‘liqliklarni boshqaruvchi koordinatsiya mexanizmining sifati bilan belgilanadi.

Ta’rif asosida to‘rt o‘lchovli konseptual model ishlab chiqildi (2-rasm). Modelda adabiyotda yaxshi yoritilgan uch o‘lchov – makon-resurs, tarmoq va rivojlanish – saqlanib qoladi, ularga integrallovchi to‘rtinchi, koordinatsiya o‘lchovi qo‘shiladi. Raqamli platforma ushbu o‘lchovning texnologik asosi sifatida qaraladi va milliy yagona turizm platformasi bilan integratsiyalashadi.



2-rasm. Turistik majmuaning to‘rt o‘lchovli konseptual modeli

Modelning amaliy mazmuni 4-jadvaldagi matritsada ochib berilgan.

4-jadval.

Turistik majmuadagi bog‘liqliklar va ularni raqamli platforma orqali koordinatsiyalash matritsasi

Bog‘liqlik turi	Majmuada namoyon bo‘lishi	Platforma mexanizmi	Koordinatsiya ko‘rsatkichi
Umumiy resurslar	Avtoturargoh, yo‘l, sohil, tadbir maydoni, gidlar va transportdan bir nechta subyektning birgalikda foydalanishi	Yagona sig‘im kalendari; resurslarni bron qilish va taqsimlash qoidalari	Umumiy resurslar sig‘imidan foydalanish darajasi; ziddiyatli bronlar ulushi
Ketma-ket xizmatlar	Transfer → joylashtirish → ovqatlanish → ekskursiya zanjiri; bir bo‘g‘indagi kechikish keyingisiga o‘tadi	Paketli (bir oynadagi) buyurtma; xizmat holatini real vaqtda uzatish	Xizmatlar o‘rtasidagi o‘rtacha kutish vaqti; zanjirning uzilishsiz bajarilish ulushi
Bir vaqtdagi talab	Bayram va mavsum cho‘qqilari, tadbirlar paytida talabning bir vaqtda keskin oshishi	Yuklama monitoringi; dinamik narx va oqimni boshqa obyektlarga yo‘naltirish	Cho‘qqi yuklama koeffitsienti; rad etilgan so‘rovlar ulushi

MUHOKAMA

Olingan natijalar tadqiqot savollariga quyidagicha javob beradi. Birinchi savol (TS1) bo‘yicha: mavjud yondashuvlar majmuaning tarmoq va koordinator subyekt o‘lchovlarini nisbatan to‘liq yoritadi, biroq koordinatsiyaning raqamli vositasi yo‘nalishlar o‘rtasida keskin notekis taqsimlangan. Destinatsiya va klaster yo‘nalishlarida K2 indeksi mos ravishda 0,07 va 0,12 ga teng bo‘lsa, aqlli turizm yo‘nalishida u maksimal qiymatga (1,00) yetadi. Ya’ni majmuani o‘rgangan yo‘nalishlar raqamli vositani, raqamli vositani o‘rgangan yo‘nalish esa majmuani e’tiborsiz qoldirgan.

Ikkinchi savol (TS2) bo‘yicha: raqamli koordinatsiya asosan makro va umumiy darajada o‘rganilgan. Tarmoq, koordinator va raqamli vositani birgalikda ko‘rgan sakkiz manbaning birortasi ham mezo darajada emasligi koordinatsiya bo‘shlig‘ining aniq ifodasidir. Bu xulosa Ivars-Baidal va hammualliflarining texnologiya destinatsiya boshqaruvini o‘z-o‘zidan o‘zgartirmasligi haqidagi fikriga mos keladi [23]. Natija Novelli va hammualliflarining tarmoqlar ko‘maklashish orqali shakllanishi haqidagi xulosasini ham to‘ldiradi [17]: majmua platformasi shunday ko‘maklashuvchi infratuzilma bo‘la oladi.

Me’yoriy hujjatlar tahlili adabiyotdagi manzarani takrorlaydi. 820-son qaror raqamli koordinatsiyani milliy darajada (buyurtma, to‘lov, chipta, statistika) tashkil etadi [7], 915-son qaror esa klasterni mezo darajadagi birlik sifatida tan oladi, ammo uning ichki koordinatsiyasini tartibga solmaydi [8]. Demak, bu ikki qatlam me’yoriy tizimda ham bog‘lanmagan, shu sababli majmua darajasidagi platforma milliy platformaning raqobatchisi emas, balki uni to‘ldiruvchi qatlam bo‘lishi kerak, degan xulosa kelib chiqadi: milliy platforma turistni majmuaga olib keladi, majmua platformasi esa uning majmua ichidagi xizmatlar zanjirini muvofiqlashtiradi.

Uchinchi savol (TS3) bo‘yicha: 4-jadvaldagi matritsa platforma nazariyasidagi koordinatsiya mexanizmlarini [25; 28] majmua sharoitiga ko‘chiradi. Xomidovning majmua boshqaruvi samaradorligi bo‘yicha ishidan [12] farqli ravishda, taklif etilgan model samaradorlikni alohida korxonalar ko‘rsatkichlari orqali emas, bog‘liqliklarni boshqarish sifati – sig‘imdan foydalanish, xizmatlar o‘rtasidagi kutish vaqti va yuklama cho‘qqilarining tekislanishi orqali o‘lchashni nazarda tutadi.

Tadqiqotning bir qator cheklovlari mavjud. Birinchidan, korpus maqsadli tanlangan va to‘liq emas. Ikkinchidan, kodlashni bitta muallif bajargan, shu sababli kodlovchilararo ishonchlilik koeffitsienti hisoblanmagan; Uchinchidan, me’yoriy hujjatlar tahlili ularning maqola yozilgan vaqtdagi tahririga asoslangan. To‘rtinchidan, taklif etilgan model hali empirik sinovdan o‘tkazilmagan: uni Farg‘ona viloyatidagi majmualar rahbarlari so‘rovi va ekspert baholash orqali tekshirish keyingi bosqich vazifasidir.

XULOSA

Tadqiqot natijasida turistik majmua boshqaruvidagi koordinatsiya bo‘shlig‘i aniqlandi va miqdoriy ifodalandi. Kontent-tahlil shuni ko‘rsatdiki, mavjud yondashuvlar majmuaning tarmoq va boshqaruv tomonlarini nisbatan to‘liq yoritgani holda, raqamli koordinatsiya vositasi asosan makro va umumiy darajada o‘rganilgan;

mezo darajadagi manbalarda uning qamrov indeksi atigi 0,12 ni tashkil etdi. Me’yoriy hujjatlarda ham klaster ichidagi koordinatsiya belgilanmagan.

Maqolaning nazariy hissasi uchta natijadan iborat: turistik majmuaning bog‘liqliklarni boshqarish nuqtai nazaridan berilgan muallif ta’rifi; makon-resurs, tarmoq, rivojlanish va integrallovchi koordinatsiya o‘lchovlaridan iborat to‘rt o‘lchovli konseptual model; bog‘liqlik turlarini platforma mexanizmlari va o‘lchanadigan ko‘rsatkichlar bilan bog‘lovchi matritsa.

Amaliy jihatdan quyidagilar tavsiya etiladi: turistik klaster maqomini beruvchi tartibga ishtirokchilar o‘rtasidagi raqamli axborot almashinuvi va koordinator subyektga oid talablarni kiritishni ko‘rib chiqish; majmua darajasidagi raqamli platformalarni milliy yagona turizm platformasi bilan integratsiyalashuvchi qatlam sifatida loyihalash; majmualar faoliyatini baholashda 4-jadvalda keltirilgan koordinatsiya ko‘rsatkichlaridan foydalanish. Keyingi tadqiqotlarda model Farg‘ona viloyati turistik majmualarida empirik ma’lumotlar asosida sinovdan o‘tkaziladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments // Electronic Markets. – 2015. – Vol. 25, No. 3. – P. 179–188.
2. Sigala M. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories // Tourism Management Perspectives. – 2018. – Vol. 25. – P. 151–155.
3. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations // Information and Communication Technologies in Tourism 2014 / eds. Z. Xiang, I. Tussyadiah. – Cham: Springer, 2014. – P. 553–564.
4. Gössling S. Tourism, technology and ICT: a critical review of affordances and concessions // Journal of Sustainable Tourism. – 2021. – Vol. 29, No. 5. – P. 733–750.
5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. 2025-yilda O‘zbekistonga 11,7 million nafar turist kelgan. – 16.01.2026. – URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66309-2025-jilda-zbekistonga-11-7-million-nafar-turist-kelgan-2
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi “«Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-son Farmoni. – URL: https://lex.uz
7. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 7-dekabrdagi “Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 820-son qarori. – URL: https://lex.uz/docs/7252698
8. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 30-dekabrdagi “Turistik klasterlar faoliyatini tashkil etish bo‘yicha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi 915-son qarori. – URL: https://lex.uz/docs/7303189
9. Butler R.W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources // Canadian Geographer. – 1980. – Vol. 24, No. 1. – P. 5–12.
10. Porter M.E. Clusters and the new economics of competition // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, No. 6. – P. 77–90.
11. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism

Perspective. – Wallingford: CABI Publishing, 2003. – 272 p.
12. Xomidov Q.Q. O‘zbekistonda turistik majmualar faoliyatini boshqaruv samaradorligini oshirish yo‘llari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2023. – № 3. – B. 154–160. – DOI: 10.55439/EIT/vol11_iss3/i16
13. Xushvaqtov R. Qashqadaryo viloyatida turizm klasterlarini rivojlantirish va iqtisodiy integratsiya // Green Economy and Development. – 2025. – Vol. 3 (aprel, maxsus son). – DOI: 10.5281/zenodo.16746125
14. O‘zbekiston Respublikasining 2019-yil 18-iyuldagi “Turizm to‘g‘risida”gi O‘RQ-549-son Qonuni. – URL: https://lex.uz/docs/4428097
15. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, No. 1. – P. 97–116.
16. Pearce D.G. Toward an integrative conceptual framework of destinations // Journal of Travel Research. – 2014. – Vol. 53, No. 2. – P. 141–153.
17. Novelli M., Schmitz B., Spencer T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience // Tourism Management. – 2006. – Vol. 27, No. 6. – P. 1141–1152.
18. Beritelli P., Bieger T., Laesser C. Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management // Journal of Travel Research. – 2007. – Vol. 46, No. 1. – P. 96–107.
19. Fyall A., Garrod B., Wang Y. Destination collaboration: A critical review of theoretical approaches to a multi-dimensional phenomenon // Journal of Destination Marketing & Management. – 2012. – Vol. 1, No. 1–2. – P. 10–26.
20. Reinhold S., Laesser C., Beritelli P. 2014 St. Gallen Consensus on destination management // Journal of Destination Marketing & Management. – 2015. – Vol. 4, No. 2. – P. 137–142.
21. Gretzel U., Werthner H., Koo C., Lamsfus C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems // Computers in Human Behavior. – 2015. – Vol. 50. – P. 558–563.
22. Boes K., Buhalis D., Inversini A. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness // International Journal of Tourism Cities. – 2016. – Vol. 2, No. 2. – P. 108–124.
23. Ivars-Baidal J.A., Celdrán-Bernabeu M.A., Mazón J.-N., Perles-Ivars Á.F. Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? // Current Issues in Tourism. – 2019. – Vol. 22, No. 13. – P. 1581–1600.
24. Rochet J.-C., Tirole J. Platform competition in two-sided markets // Journal of the European Economic Association. – 2003. – Vol. 1, No. 4. – P. 990–1029.
25. Parker G.G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You. – New York: W.W. Norton & Company, 2016. – 336 p.
26. Gawer A. Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework // Research Policy. – 2014. – Vol. 43, No. 7. – P. 1239–1249.
27. Adner R. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy // Journal of Management. – 2017. – Vol. 43, No. 1. – P. 39–58.
28. Jacobides M.G., Cennamo C., Gawer A. Towards a theory of ecosystems // Strategic Management Journal. – 2018. – Vol. 39, No. 8. – P. 2255–2276.

29. Kapoor K., Ziaee Bigdeli A., Dwivedi Y.K., Schroeder A., Beltagui A., Baines T. A socio-technical view of platform ecosystems: Systematic review and research agenda // Journal of Business Research. – 2021. – Vol. 128. – P. 94–108.
30. Malone T.W., Crowston K. The interdisciplinary study of coordination // ACM Computing Surveys. – 1994. – Vol. 26, No. 1. – P. 87–119.
31. Torraco R.J. Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples // Human Resource Development Review. – 2005. – Vol. 4, No. 3. – P. 356–367.
32. Hsieh H.-F., Shannon S.E. Three approaches to qualitative content analysis // Qualitative Health Research. – 2005. – Vol. 15, No. 9. – P. 1277–1288.