

UDK: 338.486:502.131

B. I. Mammetova

Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti
Ta'lim muassasalari faoliyatini muvofiqlashtirish bo'limi boshlig'i
Toshkent, O'zbekiston

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-3606-3596>

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13898660>

YASHIL TURIZM VA "Z" AVLODNING TURISTIK FAOLIYATGA MUNOSABATI

Annotatsiya. Mazkur maqolada yashil turizm konsepsiyasi va uning barqaror rivojlanish jarayonidagi o'rni yoritilgan hamda Z avlod (13-25 yoshlilar) ning yashil turizm xizmatlariga bo'lgan munosabati tahlil qilingan. Tadqiqot rejalashtirilgan xulq-atvor nazariyasi (TPB) asosida bilim almashish, munosabat, subyektiv me'yor va idrok qilingan xulqni boshqarish omillarining yosh iste'molchilarning yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qaroriga ta'sirini aniqlashga qaratilgan. So'rovnoma natijalari shuni ko'rsatadiki, Z avlod orasida yashil turizmga qiziqish yuqori bo'lsa-da, tushunchaviy bilim darajasi yetarli emas. Shu bilan birga, ekologik mas'uliyatli xulq-atvor ko'rsatkichlari (chiqindilarni saralash, resurslarni tejash, ekologik transportdan foydalanish) yuqori darajada shakllanmoqda. Tadqiqot natijalari yashil turizmni rivojlantirishda ekologik ta'lim, infratuzilma va davlat qo'llab-quvvatlashi muhim omil ekanini tasdiqlaydi.

Kalit so'zlar: Yashil turizm, barqaror turizm, Z avlod, ekologik xulq-atvor, bilim almashish, rejalashtirilgan xulq-atvor nazariyasi (TPB), barqaror rivojlanish, ekologik ta'lim.

Аннотация. В статье рассматривается концепция зеленого туризма и его роль в процессе устойчивого развития, а также анализируется отношение поколения Z к услугам зеленого туризма. Исследование основано на теории запланированного поведения (TPB) и направлено на выявление влияния обмена знаниями, отношения, субъективной нормы и воспринимаемого поведенческого контроля на решение молодых потребителей пользоваться услугами зеленого туризма. Результаты опроса показали, что при высоком уровне интереса к зеленому туризму уровень осведомленности остается недостаточным. В то же время показатели экологически ответственного поведения (сортировка отходов, экономия ресурсов, использование экологического транспорта) находятся на достаточно высоком уровне. Полученные результаты подтверждают, что развитие зеленого туризма требует усиления экологического образования, модернизации инфраструктуры и государственной поддержки.

Ключевые слова: Зеленый туризм, устойчивый туризм, поколение Z, экологическое поведение, обмен знаниями, теория запланированного поведения, устойчивое развитие, экологическое образование.

Abstract. This article examines the concept of green tourism and its role in sustainable development, focusing on Generation Z's attitudes toward green tourism services. The study is based on the Theory of Planned Behavior (TPB) and investigates the influence of knowledge sharing, attitude, subjective norms, and perceived behavioral control on young consumers' intention to use green tourism services. Survey results reveal that although Generation Z demonstrates a high level of interest in green tourism, their conceptual awareness remains insufficient. At the same time, indicators of environmentally responsible behavior – such as waste sorting, resource conservation, and the use of eco-friendly transportation – are relatively high. The findings confirm that the development of green tourism requires strengthened environmental education, improved infrastructure, and enhanced governmental support.

Key words: Green tourism, sustainable tourism, Generation Z, environmental behavior, knowledge sharing, Theory of Planned Behavior (TPB), sustainable development, environmental education.

Zamon o'tgani sayin insoniyat ham o'z ko'rinishini, ishonchlari va tamoyillarini o'zgartirib bormoqda. Buning yaqqol isboti sifatida, insonlarning bir necha o'n yillar oldingi tabiatga bo'lgan munosabati va uning hozir qanday holatdaligini keltirsak bo'ladi. Albatta, bashariyat tomonidan tabiatga berilgan zararlarning chek-chegarasi yo'q, lekin keyingi yillarda insonlar o'z xatolaridan xulosa chiqarib, o'zlarini kutib turgan muqarrar halokatdan saqlab qolish uchun harakatni boshlab yuborishdi. Bu borada so'z borar ekan, biz eng ko'p duch kelayotgan atama "Yashil iqtisodiyot" va "Yashil turizm" atamalaridir.

Yashil turizm – bu atrof-muhitni asrashga ko'maklashadigan, mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlaydigan va madaniy merosga hurmat bilan yondashadigan sayohat amaliyotlarini anglatadi. Bu faqat o'rmonlarga borish yoki chodirda tunash degani emas. Aksincha, bu transport tanlashdan tortib yashash joyi, ovqatlanish va ekskursiyalargacha bo'lgan barcha jarayonlarda atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirishga qaratilgan ongli va mas'uliyatli qarorlar qabul qilishdir¹.

Bugungi kunda atrof-muhitga ta'sir masalasi tobora dolzarb bo'lib borayotgan bir paytda, barqarorlik endi shunchaki ommabop ibora emas, balki zaruratga aylandi. Turizm sohasida esa bu "Yashil turizm" degan kuchli bir harakatni yuzaga keltirdi. Barqaror yoki ekologik mas'uliyatli sayohat deb ham ataladigan yashil turizm atrof-muhitga salbiy ta'sirni kamaytirish va mahalliy hamjamiyatlar hamda madaniyatlarga ijobiy hissa qo'shishni kuchaytirishga qaratilgan.

Xoh navbatdagi sayohatlarni rejalashtirishda, xoh turizm bilan bog'liq biznes yuritishda – yashil turizm tamoyillarini tushunish va amalda qo'llash sayyora, jamiyat va hatto moliyaviy manfaatlar uchun ham uzoq muddatli foyda keltirishi mumkin.

Yashil turizmning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- tabiiy resurslarni asrash;
- chiqindilar va zararli gazlar (emissiyalar)ni kamaytirish;
- mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlash;
- madaniy yaxlitlikni saqlash;
- sayohatchilarni barqarorlik masalalaridan xabardor qilish.

Turizm sohasidagi chiqindilar global karbon chiqindilarining taxminan 8 foizini tashkil etadi. Bunga transport, oziq-ovqat ishlab chiqarish, infratuzilma va boshqa ko'plab omillar kiradi. Sayohat qilish imkoniyatlari tobora kengayib borayotgan bir davrda, turizmning umumiy (kumulativ) ta'siri nihoyatda katta².

Yashil turizm esa ushbu tendensiyani o'zgartirishga, ya'ni yanada barqaror va mas'uliyatli variantlarni taklif etish orqali salbiy ta'sirni kamaytirishga intiladi. Bu nega muhimligi haqida esa quyida ma'lumot beriladi:

- atrof-muhitni muhofaza qilish: Biologik xilma-xillikni, tabiiy yashash muhitlarini va yo'qolib ketish xavfi ostidagi turlarni asrashga xizmat qiladi;
- jamiyat uchun foyda: Mahalliy aholining ko'pincha yangi ish o'rinlari yaratish va madaniy almashinuv orqali iqtisodiy jihatdan manfaat ko'rishini ta'minlaydi;
- shaxsiy boyish: Sayohatchilar sun'iy "turist tuzoqlari"dan ko'ra, yanada chuqurroq va haqiqiyroq tajribaga ega bo'ladilar.

Ba'zi manzillar barqaror turizm sohasida yetakchilik qilmoqda. Shu yerda e'tiborga loyiq bir nechtasi keltiriladi:

1. Kosta-Rika: Ekoturizm modeli sifatida tanilgan, milliy bog'lar, yovvoyi tabiat qo'riqxonalar va yashil sertifikatli mehmonxonalar bilan mashhur;

2. Sloveniya: Dunyoning eng barqaror mamlakatlaridan biri sifatida tan olingan, yashil

¹ Rini Andari va Heri Puspito Diah Setiyorini. *GREEN TOURISM ROLE IN CREATING SUSTAINABLE URBAN TOURISM // South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 11, Issue 2 (Dec. 2016). – ISSN 2289-1560. – URL: <https://seajbel.com/wp-content/uploads/2017/01/BUS-128.pdf> (murojaat qilingan: 18.02.2026). – B. 2.

² *The Rise of Green Tourism: How Travelers Are Redefining Sustainability // Ecobnb (blog)*. – 20 May 2025. – URL: <https://ecobnb.com/blog/2025/05/rise-green-tourism-how-travelers-redefining-sustainability/> (murojaat qilingan: 18.02.2026).

transport va mahalliy madaniyatga katta e'tibor beradi;

3. Yangi Zelandiya: Tashqi faoliyatni sevuvchilar uchun mo'ljallangan maskan bo'lib, turli ekotizimlarni himoya qiluvchi konservatsiya ishlari bilan ajralib turadi;

4. Butan: "Umumiy Milliy Baxt" indeksi bilan mashhur, Butan massaviy turizmni cheklaydi va barqarorlikka sarmoya qiladi.

Ushbu mamlakatlar sayohatchilarni kutib olish bilan birga, atrof-muhit va madaniy yaxlitlikni saqlash ham mumkinligini isbotlaydi.

Turizmda barqarorlik – bu o'tib ketadigan moda emas, balki kelajakdir. Iqlim o'zgarishi xavotirlari kuchayib borayotgan va sayohatchilarning qadriyatlarini o'zgarayotgan bir davrda, ekologik mas'uliyatli tajribaga bo'lgan talab faqat ortib bormoqda. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, global sayohatchilarning deyarli 80 foizi barqaror sayohat muhim deb hisoblaydi va 60 foizdan ortig'i faol ravishda ekologik mehmonxonalarini izlaydi¹.

Texnologiya ham bu o'zgarishni rag'batlantirmoqda. Karbon ta'siri hisoblash kalkulyatorlaridan tortib, barqaror restoranlarni tavsiya qiluvchi ilovalargacha – yo'l davomida ongli tanlov qilish endi ilgari hech qachon bo'lmagan darajada oson holatga kelgan.

Yashil turizm faqat sayohat uslubi emas, balki fikrlash tarzidir. Siz yolg'iz sayohatchi, oila bilan safar qiluvchi yoki turizm sohasida biznes yurituvchi bo'lishingizdan qat'iy nazar, barqarorlikni qo'llab-quvvatlash endi ixtiyoriy emas. Bu har bir ishtirokchiga, ayniqsa sayyoraga foyda keltiradigan umumiy mas'uliyatdir.

Aytib o'tilganidek, yashil turizm – bu tabiiy hududlarga tashrif buyurishni o'z ichiga olgan, lekin atrof-muhitga salbiy ta'sirlarni minimallashtirishga qaratilgan kichik ko'lamli turizmdir. Qisqacha aytganda, ushbu turizm turi sayohatning salbiy ta'sirlarini kamaytirish va hatto ularni bartaraf etishga intiladi. Bunga quyidagilar kiradi: haddan tashqari gavjumlik, meros va atrof-muhitning buzilishi, globalizatsiya, salbiy ijtimoiy o'zgarishlar va boshqa ko'plab omillar.

E'tiborli jihati shundaki, tobora ko'proq turistik manzillar va korxonalar barqarorlikka e'tibor qaratmoqda va mas'uliyatli turizmni rag'batlantirmoqda. Yashil turizm tushunchasi ko'pincha ekoturizm, tabiat turizmi, mas'uliyatli turizm va qishloq turizmi kabi atamalar bilan almashtirib ishlatiladi. Shuningdek, xalqaro tashkilotlar uni barqaror turizm konsepsiyasiga muvofiq ta'riflagan bo'lib, bunda faqat atrof-muhitni muhofaza qilish emas, boshqa o'lchamlar ham hisobga olinadi.

"Nega yashil turizmni qo'llab-quvvatlash kerak?" degan savolga javob topadigan bo'lsak, bunday sayohat nafaqat atrof-muhitga va jamiyatga ijobiy hissa qo'shadi, balki sayohatchilar uchun ham ko'plab foydalarni taqdim etadi, deya olamiz. Buning isboti esa quyida:

1. Mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlash – mas'uliyatli turizm mahalliy aholiga katta iqtisodiy foyda keltiradi, ularning yashash sharoitini yaxshilaydi, ish o'rinlarini oshiradi va turizm sohasiga kirishni osonlashtiradi. Shu orqali sayohat nafaqat sayohatchi uchun, balki joydagi odamlar uchun ham foydali bo'ladi;

2. Past ekologik ta'sir – yashil turizmning bir qismi, bu mahalliy mahsulotlar va oziq-ovqatni iste'mol qilishdir. Boshqa tomondan, oziq-ovqatni import qilish katta iqtisodiy va ekologik xarajatlarga olib keladi. Mahalliy mahsulotlarni tanlash orqali siz nafaqat karbon chiqindilarini kamaytirasiz, balki taomning sifatini ham oshirasiz: ingredientlar yangi, mahalliy oshpazlar esa ularni eng yaxshi tarzda tayyorlaydi va siz ilgari tatib ko'rmagan yangicha taomni sinab ko'rish imkoniga ega bo'lasiz;

3. Sayohat tajribasini boyitadi – yashil turizm sayohatchilarga mahalliy aholi bilan chuqur va mazmunli aloqalar o'rnatish, shuningdek, ularning madaniy, ijtimoiy va ekologik masalalarini yaxshiroq tushunish imkonini beradi. Bu sayohatni yanada boyitadi va unutilmas qiladi².

Boshqa foydalari sifatida aytadigan bo'lsak, mas'uliyatli turizm sayohatchilarni o'z tanlovlari haqida ongli bo'lishga o'rgatadi. Barqaror sayohatchi bo'lishni xohlovchilar dam olish

¹ *New Report Reveals Growing Desire for Sustainable Travel* // Ecobnb(blog). – 9 July 2022. – URL: <https://ecobnb.com/blog/2022/07/growing-desire-sustainable-travel-information/> (murojaat qilingan: 18.02.2026).

² Azam, Mehdi & Tapan Sarker (2011). *Green Tourism in the Context of Climate Change towards Sustainable Economic Development in the South Asian Region*. Journal of Environmental Management and Tourism.

oldidan o‘zlarini bilim bilan ta’minlashlari muhim. Shuningdek, yashil turizm sayohatchini uzoq muddatda mahalliy hamjamiyatlar uchun eng foydali qarorlarni qabul qilishga undaydi va qilingan harakatlarning ijobiy ta’sir ko‘rsatishini ta’minlaydi.

Yashil turizm o‘z-o‘zidan “barqaror turizm” tushunchasi bilan ham ifodalanadi. Hawkins (1998) barqaror turizmni shunday ta’riflagan:

“Barqaror turizm – bu hozirgi sayohatchilarning ehtiyojlarini qondirish bilan birga, kelajak avlodlar uchun sayohat manzillarini saqlab qolishga qaratilgan muvozanat holatini anglatadi”¹.

Barqaror turizm sayohatchilar uchun yanada foydali va mazmunli tajribalarni ta’minlashga yordam beradigan, rejalashtirilgan va mas’uliyatli rivojlanishni rag‘batlantiradigan turizm shaklidir.

Barqaror turizm iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik ta’sirlarni, nafaqat hozirgi, balki kelajakdagi holatni ham hisobga oladi. U sayohatchilar, turizm sohasidagi korxonalar, atrof-muhit va mahalliy hamjamiyatlar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan. Barqaror turizm tamoyilida har doim atrof-muhit asosiy e’tibor nuqtasi hisoblanadi.

Butler (1991) esa barqaror turizmni quyidagicha ta’riflaydi:

“Barqaror turizm – bu mehmonxona va mahalliy hamjamiyatning tabiiy, ijtimoiy va madaniy resurslarini barqaror rivojlantirishni boshqarish bilan bog‘liq bo‘lgan turizm bo‘lib, u iqtisodiy farovonlikni oshirish, tabiat va madaniyatni saqlash, ijtimoiy hayotni rivojlantirish, xarajat va foydaning avlodlararo adolatli taqsimlanishini ta’minlash, hayotiy yetarlilikni kafolatlash va sayohatchilarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan”².

Barqaror turizm hukumat va xususiy sektor hamkorligini talab qiladi, chunki atrof-muhitga zarar yetkazilishidan oldin choralar ko‘rilishi lozim. Atrof-muhitni hisobga olmagan turizm rivojlanishi sayohat sanoati uchun salbiy oqibatlar olib kelishi mumkin. Turizm hozirgi sayohatchilarning ehtiyojlari bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, kelajak avlodlarning huquq va ehtiyojlarini cheklamasligi kerak. Tabiiy resurslar va atrof-muhitni saqlash masalalari BMT tomonidan tashkil etilgan Rio sammitida (UNCED) xalqaro kelishuvlarda ham muhokama qilingan.

Barqaror turizm orqali barcha resurslar shunday boshqarilishi mumkinki, ular sayohatchilar, sanoat va mahalliy hamjamiyatlarning ehtiyojlarini qondiradi, madaniyat yaxlitligini, biologik xilma-xillikni, ekologik tizim va hayot tizimini saqlaydi. Shu bilan birga, barqaror turizm – bu sayohatning hozirgi holati va kelajakdagi ta’sirlarini (iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik) hisobga oladigan, barcha manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini qondirishga intiladigan turizm shakli hisoblanadi.

Xulosa sifatida ayta olamizki, yashil turizm – bu nafaqat sayohat uslubi, balki dunyoga ochiq fikr va madaniy, ijtimoiy hamda ekologik farqlarimizni tushunish yo‘li. Mas’uliyat bilan sayohat qilish orqali biz mahalliy aholi bilan mazmunli aloqalar o‘rnatamiz, ularning madaniyati va yashash sharoitlarini yaxshiroq tushunamiz va sayohatdan haqiqiy boylik – asl tassurotlar bilan qaytamiz.

Z avlod bilan o‘zaro aloqa

Ko‘p yillar davomida dunyo qiyinchiliklari orasida iqlim o‘zgarishi, ifloslanish, qashshoqlik va tabiiy resurslarning kamayishi muhim muammo bo‘lib kelmoqda. Shu kontekstda ko‘plab mamlakatlar an’anaviy “qahva rangli” iqtisodiy modeldan ekologik jihatdan toza “yashil iqtisodiyot”ga o‘tmoqda, bunda turizm biznes egalarining faol ishtiroki katta ahamiyatga ega. Turizm uzoq vaqt davomida mamlakatlar tomonidan alohida e’tibor qaratilgan, tutun chiqarmaydigan sanoat sifatida ko‘rilgan va ish o‘rinlari yaratishga hamda byudjet daromadlarini oshirishga yordam beruvchi soha sifatida baholangan.

Biroq, turizmning haddan tashqari rivojlanishi natijasida tabiiy muhitga zarar yetkazuvchi

¹ UNEP UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers. New York: UNEP UNWTO

² Azam, Mehdi and Tapan Sarker. (2011). Green Tourism in the Context of Climate Change towards Sustainable Economic Development in the South Asian Region. Journal of Environmental Management and Tourism. Vol 2 (3), pp.6-15.

muammolar yuzaga kelgan, masalan, chiqindilarni tabiiy muhitga tashlash. Shu sababli, yashil turizmni rivojlantirish hozirgi yashil iqtisodiyotni rivojlantirish uchun dolzarb talabdir. "Yashil turizm" tashabbusi iqtisodiyot, odamlar va atrof-muhit uchun foyda keltirishga yordam beradi.

Bozor sharoitlari kontekstida turizm xizmatlari qayta shakllanmoqda va bunda mijozlar, xizmat foydalanuvchilari va hukumatlarni o'z ichiga olgan manfaatdor tomonlarning ishtiroki zarur. Shu bilan birga, ijtimoiy mas'uliyatli biznes turizm xizmatlari bozorida yaxshi o'rnatilgan tamoyillar to'plami sifatida qaraladi, chunki ko'plab turizm bizneslari barqarorlik masalalarini hisobga olishni boshlagan va korporativ ijtimoiy mas'uliyat (CSR) faoliyatlari bo'yicha hisobot berishda shaffofroq bo'lishlari lozim. Atrof-muhitni muhofaza qilish asosiy masalaga aylanayotgan bir davrda, iste'molchilarning ekologik onglilik darajasi ortib bormoqda.

Yashil iqtisodiyot bo'yicha bilim almashish turizm bozoriga barqaror rivojlanishga hissa qo'shish va mijozlarning ekologik istaklari hamda yashil ehtiyojlarini qondiradigan ijobiy imidj yaratish orqali yechim taqdim etadi. Bilgihan va boshqalar (2019) turizmga oid bilimlarda uchta asosiy jihatni ajratadi:

Birinchisi – atrof-muhit mezonlariga asoslangan rivojlanish strategiyalari;

Ikkinchisi – turizm korxonalarining ekologik boshqaruv strategiyalari;

Uchinchisi – yashil turizm mahsulotlarini rivojlantirish. Biroq, hozirgi holatda turizm menejerlarini yashil turizm xizmatlari bo'yicha bilim almashishda qo'llaniladigan kompleks vosita mavjud emas.

Bugungi kunda iste'molchilar o'z iste'mol odatlarining atrof-muhitga ta'sirini yaxshiroq tushunib, kelajak avlodlarning farovonligi uchun barqaror iste'mol modeliga o'tmoqda. Ko'plab iste'molchilar ekologik muhitga salbiy ta'sir ko'rsatadigan odatlarni tushunib, hayot tarzi va ish yuritish usullarini o'zgartirishni boshladilar. Natijada, yashil iste'mol ortib bormoqda. Yashil iste'mol – bu atrof-muhitni ifloslantirmaydigan mahsulotlarni tanlash orqali ekologik jihatdan mas'uliyatli xulq-atvorni anglatadi. Iste'molchilarning atrof-muhitga ortib borayotgan e'tibori oziq-ovqat, turizm, moda va bank sohalarida ko'rinmoqda. Biroq, turizm mahsulotlariga oid tadqiqotlar olimlar va menejerlar tomonidan ko'p e'tiborga olinmaydi.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat (CSR) bugungi kunda biznesda trend va norma sifatida shakllangan. Tegishli tadqiqotlar jamoat va xususiy sektor turizm korxonalarini tomonidan qabul qilingan yashil turizm strategiyalari va amaliyotlarni o'rganadi. Biroq, amaliyot va siyosiy majburiyatlar orasida ba'zi tafovutlar mavjud. Shu bilan birga, CSR sayohat biznesining obro'siga va iste'molchi xulq-atvoriga bog'liq omil sifatida qaraladi. Pan va boshqalar (2018) yashil xabarlarini qabul qilish darajasini aniqlash muhimligini ta'kidlaydi va turli shaxslar uchun turli kommunikatsiya strategiyalarining zarurligini qayd etadi.

Shu sababli, tadqiqot iste'molchilarning yashil turizm xizmatlaridan foydalanish bo'yicha qarorlariga bilim almashish qanday ta'sir qilishini o'rganishga qaratilgan. Bu masala Gen Z avlodining dolzarbligiga to'g'ri keladi, chunki ular bugungi kunda iqlim o'zgarishi va atrof-muhit masalalariga avvalgidan ko'ra ko'proq e'tibor qaratmoqda va iqlim o'zgarishiga qarshi harakatlarda faol ishtirok etmoqda. Dunyo bo'ylab 13-25 yoshdagi yoshlar eng yuqori foizni tashkil etadi va eng tez o'suvchi guruh hisoblanadi. Ular yashil qarashlar, bilim va ong bilan birgalikda ekologik mas'uliyatli xulq-atvorni rivojlantirish va yashil mahsulotlar va xizmatlar bozorini kengaytirish uchun kuchli harakatlantiruvchi kuchdir.

So'nggi tadqiqotlar yosh iste'molchilarning xulq-atvori va yashil xizmatlardan foydalanish qarorlariga e'tibor qaratmoqda, ammo bu tadqiqotlar yashil turizm xizmatlariga nisbatan sinovdan o'tkazilmagan. Ushbu tadqiqot tadqiqot bo'shlig'ini to'ldirish va yosh iste'molchilarning yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qarorlarini tushunishga qaratilgan. Shu bilan birga, ushbu mavzudagi tadqiqotlar hali ham nisbatan cheklangan. Chin va boshqalar (2018) ta'kidlaganidek, rivojlanayotgan mamlakatlarda yashil turizm xizmatlariga oid tadqiqotlar juda kam, shuning uchun ushbu tushunchani to'liq ochish zarur. Ko'plab tadqiqotlar asosan yashil turizm faoliyatlari yoki mijoz va menejerlarning idrokiga e'tibor qaratadi, moliyaviy mahsulotlarga esa kam e'tibor

berilgan¹.

Bilim almashish – bu tashkilotning xodimlarga asosiy qadriyatlarni rivojlantirish va maqsadlarga erishish uchun bilim kapitalini egallash imkoniyatini yaratish qobiliyatini aks ettiradi. Bilimni olish va uni amaliyotda qo‘llash, bilim almashish jarayonida uning qiymatini oshirish va yangi bilim yaratishga yordam beradi. Shu sababli, universitetlar va bizneslarda amalga oshiriladigan bilim almashish faoliyati barqarorlik maqsadlariga oid idrokni o‘zgartirishga, natijada xulq-atvordagi munosabatlarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Manfaatdor tomonlar orasida bilim almashishning yetishmasligi, ongning pastligi, turizm bizneslarining yashil imidjining yo‘qligi va ishonchning kamligi kabi omillar, yashil turizm natijalarining kutilgan darajada bo‘lmazligiga sabab bo‘ladi. Kervenoael va boshqalar (2022) eksperimental tadqiqotlari shuni ko‘rsatdiki, yashil turizm bo‘yicha bilim almashish faoliyati korxonalarining yashil imidjiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Shu asosda, biz bilim almashish va Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlariga bo‘lgan munosabati o‘rtasida ijobiy bog‘liqlik bo‘lishini kutamiz.

Gipoteza H1: Bilim almashish Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlariga munosabatiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi².

Rejalashtirilgan xulq-atvor (TPB) nazariyasiga ko‘ra, xulq-atvoriga bo‘lgan ijobiy munosabat qanchalik kuchli bo‘lsa, xulqni amalga oshirish qarori shunchalik kuchli bo‘ladi. Munosabat – bu “shaxsning maqsadli xulqni bajarishga nisbatan ijobiy yoki salbiy hissiyoti” sifatida ta‘riflanadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, munosabat yashil mahsulotlardan foydalanish qaroriga eng kuchli ta‘sir ko‘rsatadigan omil hisoblanadi. Ijobiy munosabatga ega iste‘molchilar yashil mahsulotlardan foydalanish qarorini qabul qilishga tayyor bo‘ladi. Shu asosda, tadqiqot Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qaroriga munosabat omili ijobiy ta‘sir ko‘rsatishini taxmin qiladi.

Gipoteza H2: Yashil turizm xizmatlariga bo‘lgan munosabat Gen Z avlodining xizmatlardan foydalanish qaroriga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi³.

Subyektiv me‘yor – bu shaxsning xulqni bajarish yoki bajarmaslik qarorini boshqalar fikri va ijtimoiy bosimga asoslanib qabul qiladigan ijtimoiy atributdir. TPB modelida subyektiv me‘yor xulq-atvor qaroriga ta‘sir qiluvchi ikkinchi muhim omil sifatida qaraladi. Shaxsning subyektiv me‘yoriga oilasi, qarindoshlari, do‘stlari va hamkasblari kabi atrofdegilarning ta‘siri kiradi. Tadqiqotlar subyektiv me‘yor va xulq-atvor qarori o‘rtasidagi bog‘liqlikni ko‘rsatadi.

Gipoteza H3: Subyektiv me‘yor Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qaroriga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi⁴.

Idrok qilingan xulqni boshqarish – bu shaxsning xulqni amalga oshirishdagi qiyinchilik yoki osonlikni baholashidir. Resurslar va imkoniyatlar qanchalik ko‘p deb hisoblansa, xulqni amalga oshirishdagi to‘siqlar shunchalik kam va idrok qilingan nazorat shunchalik yuqori bo‘ladi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, idrok qilingan xulqni boshqarish yashil mahsulotlarni tanlash va xulq-atvor qarorlariga eng ijobiy ta‘sir ko‘rsatadigan omil sifatida aniqlangan.

Gipoteza H4: Idrok qilingan xulqni boshqarish Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qaroriga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi⁵.

Ushbu tadqiqot rejalashtirilgan xulq-atvor nazariyasini rivojlantirib, Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qarorini o‘rganishda bilim almashish omilini qo‘shgan.

¹ Ngo Van Quang va Van Khanh Ha. *Research on the Behavior of Gen Z on Using of Green Tourism: The Role of Knowledge Sharing // International Journal of Professional Business Review*, Vol. 8, Issue 8 (Aug. 2023). – DOI: <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3172>; URL: https://www.researchgate.net/publication/373372369_Research_on_the_Behavior_of_Gen_Z_on_Using_of_Green_Tourism_The_Role_of_Knowledge_Sharing/download (murojaat qilingan: 18.02.2026). – B. 01-16.

² C. Tang, Y. Han, and P. Ng, “Green consumption intention and behavior of tourists in urban and rural destinations”, *Journal of Environmental Planning and Management*, pp. 1-25, 2022.

³ O‘sha manba. p 23.

⁴ B. Yue, G. Sheng, S. She, and J. Xu, "Impact of consumer environmental responsibility on green consumption behavior in China: The role of environmental concern and price sensitivity," *Sustainability*, vol. 12, p. 2074, 2020.

⁵ O‘sha manba. p 10.

To'plangan miqdoriy ma'lumotlar taklif qilingan modelni tasdiqlash va uning ishonchliligi hamda to'g'riligini ko'rsatadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, Gen Z avlodining yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qarori ikki omil – munosabat va idrok qilingan xulqni boshqarish bilan ijobiy bog'liq. Subyektiv me'yor omili esa qarorga sezilarli ta'sir qilmaydi.

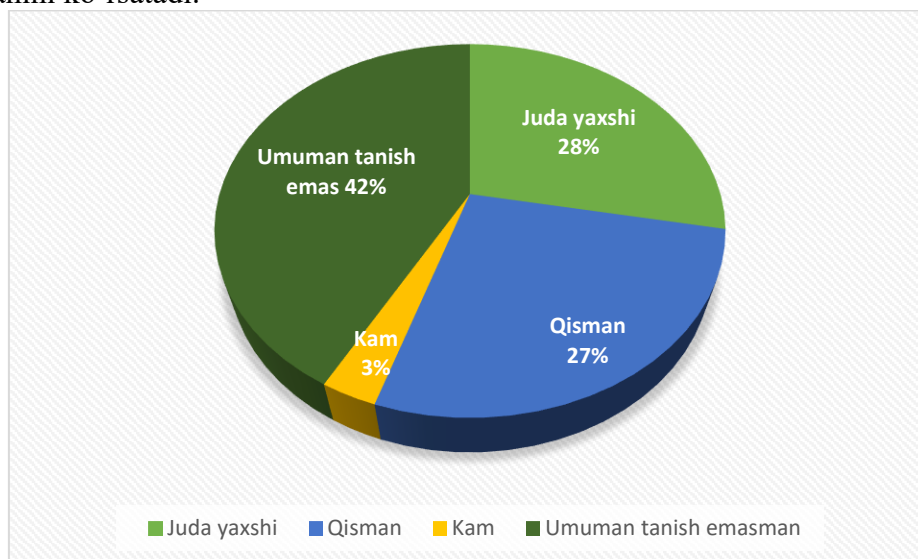
Eng muhimi, tadqiqot shuni ko'rsatdiki, bilim almashish yashil turizm xizmatlariga bo'lgan ijobiy munosabatni shakllantiradi. Bu esa tadqiqotning yangi hissasi bo'lib, yashil turizm xizmatlaridan foydalanish qarorlari va munosabatlar o'rtasidagi asosiy omillarni aniqlashda dalil beradi. Shu orqali bilim almashish faoliyatining tayyorgarlik, ishga qabul qilish va barqaror rivojlanish siyosatidagi ahamiyati, shuningdek, yashil iqtisodiyot va turizm sohasini rivojlantirish maqsadidagi ongni oshirishdagi roli ko'rsatib beriladi.

Bu tadqiqot iste'molchi xulq-atvori va marketingni rivojlantirish, xizmatlarni moslashtirish va miqyosi bo'yicha qo'shimchalar kiritish imkonini ham beradi. Shu bilan birga, ushbu model mamlakat miqyosida yashil turizm xizmatlari bo'yicha tadqiqot o'lchovlarini rivojlantirishga yordam beradi.

TADQIQOT NATIJALARI TAHLILI

Z avlodning yashil turizmga munosabati va ekologik xulq-atvori masalasi so'nggi yillarda barqaror rivojlanish konsepsiyasi doirasida alohida ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etmoqda. Yashil turizm nafaqat ekologik toza hududlarga sayohat qilishni, balki tabiiy resurslarni asrash, mahalliy aholi manfaatlarini qo'llab-quvvatlash, mas'uliyatli iste'mol tamoyillariga amal qilishni ham o'z ichiga oladi. Ayniqsa, ekologik ongli iste'molchilar sifatida shakllanayotgan Z avlod vakillarining ushbu yo'nalishga munosabatini o'rganish turizm siyosatini belgilashda muhim ahamiyatga ega. Mazkur tadqiqot Z avlod vakillarining yashil turizm haqidagi bilim darajasi, qiziqishi, amaliy tajribasi va ekologik xulq-atvorini aniqlashga qaratildi. Tadqiqot anonim so'rovnomada asosida 509 nafar Z avlod vakillari o'rtasida o'tkazilib, olingan ma'lumotlar foizli tahlil, qiyosiy baholash va mazmuniy interpretatsiya usullari orqali qayta ishlangan.

So'rovnomada asosan 16–26 yosh oralig'idagi respondentlar ishtirok etdi, ularning 80 foizdan ortig'ini 16–21 yoshdagi yoshlar tashkil etadi. Gender jihatdan taqsimot deyarli teng bo'lib, erkaklar 51 foiz, ayollar 49 foizni tashkil etdi. Bu natijalarning muvozanatli va obyektivligini ta'minlaydi. Hududiy kesimda respondentlarning 67,7 foizi shahar, 32,3 foizi qishloq hududlarida yashaydi, bu esa tadqiqot natijalari ham shaharlashgan, ham qishloq muhitini qamrab olganini ko'rsatadi.

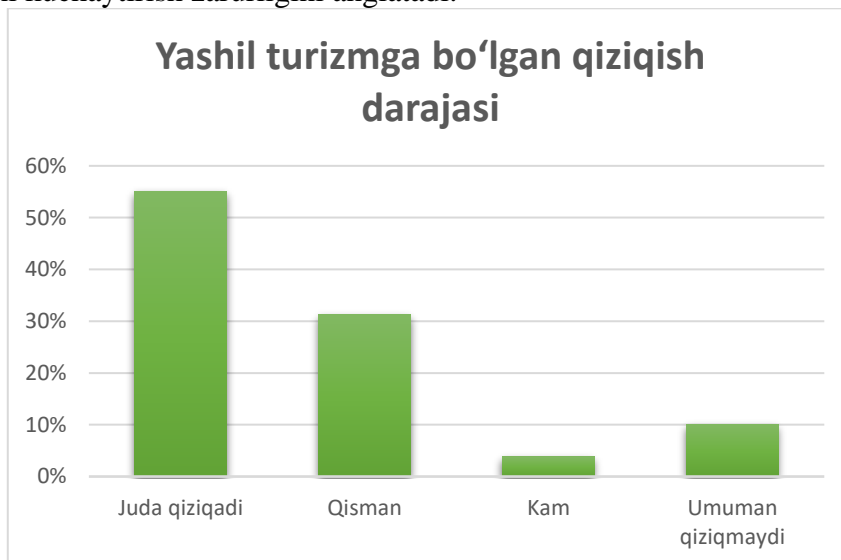


1-rasm. Z avlodning "Yashil turizm" tushunchasidan xabardorlik ko'rsatgichi¹

Natijalar shuni ko'rsatdiki, respondentlarning atigi 28 foizi yashil turizm tushunchasi bilan yaxshi tanish, 27 foizi qisman tanish, 42 foizi esa umuman bexabar (1-rasm). Shu bilan birga, 63

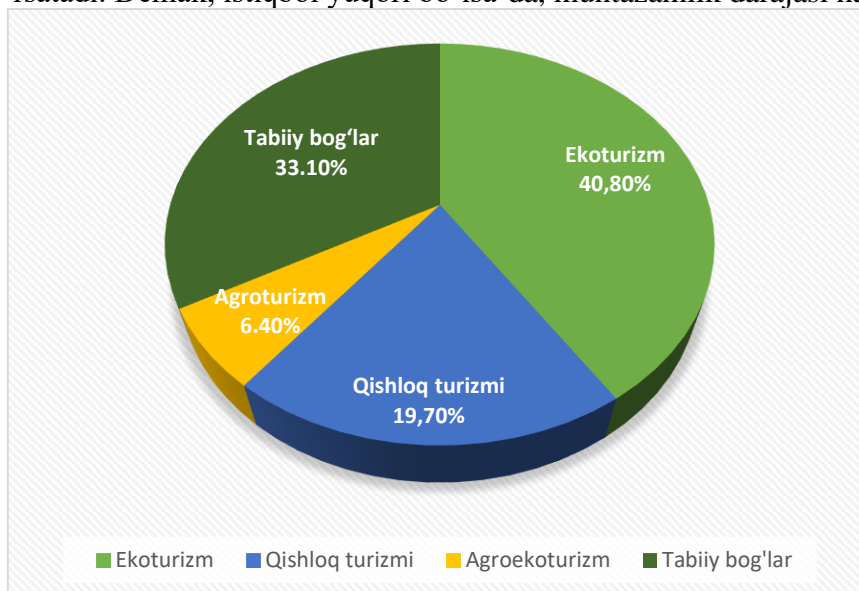
¹ Tadqiqot natijalariga ko'ra muallif ishlanmasi.

foiz respondent yashil turizmga juda yuqori qiziqish bildirgan, 29 foizi qisman qiziqadi. Demak, qiziqish darajasi yuqori bo'lishiga qaramay, nazariy bilim yetarli emas. Bu holat yoshlar yashil turizmga ochiq va ijobiy munosabatda ekanini, biroq axborot va ta'limiy resurslar yetishmasligini ko'rsatadi. Bilim va qiziqish o'rtasidagi nomutanosiblik yashil turizmni rivojlantirishda ta'lim tizimining rolini kuchaytirish zarurligini anglatadi.



2-rasm. Z avlod vakillari orasida yashil turizmga bo'lgan qiziqish darajasi¹

Amaliy tajriba tahlili shuni ko'rsatdiki, respondentlarning 55% foizi yashil turizm bo'yicha sayohat tajribasini boshdan kechirishni istashadi, 31.2% foizi qisman qiziqish bildirsa, atigi 10% foizi umuman bu turizm turida sayohat qilishni istamagan. Shu bilan birga, 65,8 foiz respondent kelajakda yashil turizmni albatta tanlashini bildirgan, 27,2 foizi esa ehtimol tanlashini qayd etgan (2-rasm). Bu ko'rsatkichlar Z avlod orasida yashil turizmga sodiqlik shakllanayotganini ko'rsatadi. Biroq qatnashish chastotasi tahlili yashil turizm hozircha ko'proq epizodik xarakterga ega ekanini ko'rsatadi. Demak, istiqbol yuqori bo'lsa-da, muntazamlik darajasi hali past.



3-rasm. Z avlodning yashil turizm shakllari orasida qilishi mumkin bo'lgan ehtimoliy tanlovi²

Tadqiqot natijalari Z avlod orasida ekologik xulq-atvor ko'rsatkichlari nisbatan yuqori darajada shakllanayotganini ko'rsatadi. Respondentlarning 74,6 foizi imkoniyat berilgan taqdirda yashil turizm jarayonida ekologik qoidalarga doim rioya qilishini bildirgan. Shulardan 60,8 foizi

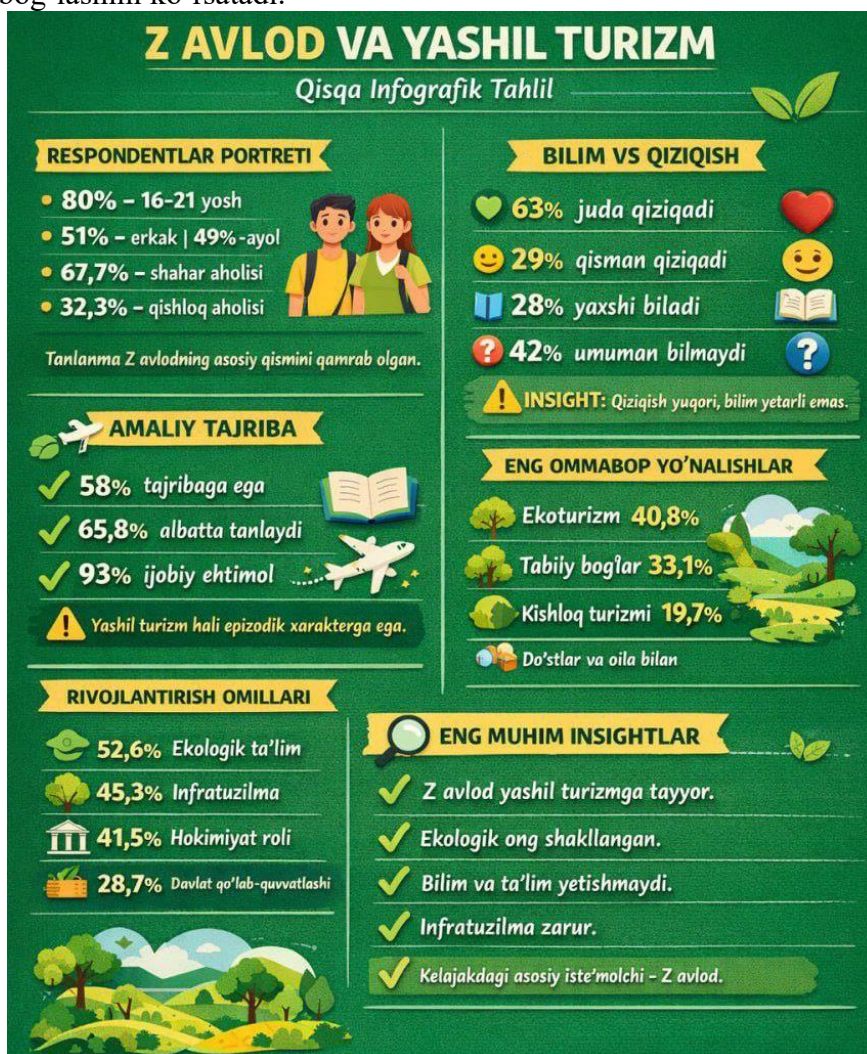
¹ Tadqiqot natijalari asosida muallif tomonidan shakllantirildi.

² Tadqiqot natijalari asosida muallif tomonidan shakllantirildi.

ushbu kelajakdagi sayohat davomida chiqindilarni saralashini, 57,8 foizi suv va elektr energiyasidan tejamkor foydalanishini, 77,7 foizi ekologik toza transport vositalaridan foydalanishini, 68,1 foizi esa sayohat davomida mahalliy mahsulotlarni sotib olishini qayd etib o'tgan. Bu ko'rsatkichlar Z avlod ekologik mas'uliyatni kundalik xulq-atvor darajasida namoyon etish istagida ekanligini ko'rsatadi. Ayniqsa ekologik transportdan foydalanishga bo'lgan yuqori qiziqish yoshlar orasida barqaror harakatlanish madaniyati shakllanayotganidan dalolat beradi.

Kelajakda afzal ko'ruluvchi yashil turizm yo'nalishlari tahlilida ekoturizm (40,8 foiz) va tabiiy bog'larga sayohat (33,1 foiz) yetakchi o'rinni egalladi. Qishloq turizmi 19,7 foiz, agroturizm esa 6,4 foizni tashkil etdi (3-rasm). Bu yoshlar tabiat bilan bevosita muloqot qilishga intilishini ko'rsatadi. Sayohat hamrohlari bo'yicha esa do'stlar va oila ustunlik qilmoqda, bu esa sayohatning ijtimoiy komponenti Z avlod uchun muhim ekanini anglatadi.

Yashil turizmni rivojlantirish omillari sifatida respondentlar ekologik toza infratuzilmani (45,3 foiz), davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni (28,7 foiz), mahalliy hokimiyat organlari rolini (41,5 foiz) muhim deb hisoblagan. Eng muhim chora sifatida ekologik ta'lim va targ'ibot (52,6 foiz) qayd etilgan. Bu natijalar yoshlar yashil turizm rivojini tizimli ta'lim, infratuzilma va davlat siyosati bilan bog'lashini ko'rsatadi.



4-rasm. Tadqiqot natijalarining infografik tahlili

Umuman olganda, tadqiqot natijalari Z avlod yashil turizmga nisbatan yuqori qiziqish va ijobiy munosabatga ega ekanini ko'rsatdi. Ekologik mas'uliyatli xulq-atvor ko'rsatkichlari yuqori darajada shakllanmoqda. Biroq nazariy bilim darajasi qiziqishdan ortda qolmoqda va yashil turizm amaliyotda ko'proq epizodik xarakter kasb etmoqda. Yashil turizmni barqaror rivojlantirish uchun ekologik ta'limni kuchaytirish, infratuzilmani modernizatsiya qilish, davlat tomonidan rag'batlantirish mexanizmlarini joriy etish hamda yoshlarni innovatsion loyihalarga jalb qilish zarur. Z avlodning ekologik qadriyatlarini va yuqori qiziqishi kelajakda yashil turizmni

O‘zbekistonda barqaror rivojlantirish uchun muhim ijtimoiy kapital vazifasini o‘tashi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. *The Rise of Green Tourism: How Travelers Are Redefining Sustainability* // Ecobnb (blog). – 20 May 2025. – URL: <https://ecobnb.com/blog/2025/05/rise-green-tourism-how-travelers-redefining-sustainability/>
2. *New Report Reveals Growing Desire for Sustainable Travel* // Ecobnb (blog). – 9 July 2022. – URL: <https://ecobnb.com/blog/2022/07/growing-desire-sustainable-travel-information/>
3. Azam, Mehdi & Tapan Sarker (2011). *Green Tourism in the Context of Climate Change towards Sustainable Economic Development in the South Asian Region*. Journal of Environmental Management and Tourism.
4. UNEP UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. New York: UNEP UNWTO
5. Azam, Mehdi and Tapan Sarker. (2011). *Green Tourism in the Context of Climate Change towards Sustainable Economic Development in the South Asian Region*. Journal of Environmental Management and Tourism. Vol 2.
6. Ngo Van Quang va Van Khanh Ha. *Research on the Behavior of Gen Z on Using of Green Tourism: The Role of Knowledge Sharing* // *International Journal of Professional Business Review*, Vol. 8, Issue 8 (Aug. 2023). – DOI: <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i8.3172>; URL: https://www.researchgate.net/publication/373372369_Research_on_the_Behavior_of_Gen_Z_on_Using_of_Green_Tourism_The_Role_of_Knowledge_Sharing/download.
7. C. Tang, Y. Han, and P. Ng, “Green consumption intention and behavior of tourists in urban and rural destinations”, *Journal of Environmental Planning and Management*. 212 p.
8. B. Yue, G. Sheng, S. She, and J. Xu, “Impact of consumer environmental responsibility on green consumption behavior in China: The role of environmental concern and price sensitivity”, *Sustainability*, vol. 3.
9. B.Navruz-Zoda, N.Ibragimov. The measures for improving virtual activity of incoming urban tourism in Uzbekistan. *World Journal of Tourism Small Business Management*. Volume 1 (3), 2007.43-49.
10. B.N.Navruz-Zoda. “Yasil” iqtisodiyotning mohiyati va tuzilishi. “Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali, 2025-yil, aprel, № 3, navbatdan tashqari son. 53-58 b. Elektron nashr. <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>.