

## OLIIY TA'LIM MARKETING STRATEGIYASIDA YASHIL MARKETINGNING TIZIMLI TAHLILI: IMKONIYATLAR VA MUAMMOLAR

**Boltabayev Mahmudjon Rustamovich**

Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

**Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich**

Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, dotsent

### Annotatsiya

Tezisdagi oliy ta'lim marketing strategiyalarida yashil marketingning o'rni va uning barqaror rivojlanish tamoyillari bilan uyg'unlashuvi tahlil qilingan. Universitetlarning ekologik mas'uliyat, yashil infratuzilma va "green campus" tashabbuslari orqali raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati yoritilgan. Xalqaro tajriba tahlili asosida O'zbekiston oliy ta'lim muassasalarida yashil marketingni rivojlantirish yo'nalishlari — infratuzilma, kadrlar salohiyati, shaffoflik va ekologik kommunikatsiya tizimini takomillashtirish zarurligi asoslab berilgan.

**Kalit so'zlar:** yashil marketing, oliy ta'lim, barqaror rivojlanish, ekologik boshqaruv, yashil kampus, strategik kommunikatsiya.

### Аннотация

В тезисе исследуется роль зеленого маркетинга в стратегиях высшего образования и его взаимосвязь с принципами устойчивого развития. Показано значение экологической ответственности, зеленой инфраструктуры и инициатив «green campus» для повышения конкурентоспособности университетов. На основе анализа международного опыта обоснована необходимость развития зеленого маркетинга в вузах Узбекистана, включая совершенствование инфраструктуры, кадрового потенциала, прозрачности и системы экологических коммуникаций.

**Ключевые слова:** зеленый маркетинг, высшее образование, устойчивое развитие, экологическое управление, зеленый кампус, стратегическая коммуникация.

### Abstract

The thesis examines the role of green marketing in higher education strategies and its integration with sustainable development principles. It highlights the importance of environmental responsibility, green infrastructure, and "green campus" initiatives in enhancing university competitiveness. Based on international experience, the study justifies the need to advance green marketing in Uzbekistan's universities through improved infrastructure, human resources, transparency, and ecological communication systems.

**Keywords:** green marketing, higher education, sustainable development, environmental management, green campus, strategic communication.

Yashil iqtisodiyot va barqaror rivojlanish g'oyalari dunyo miqyosida strategik ustuvor yo'nalishga aylandi. Bugungi global tendensiyalar sharoitida ta'lim tizimi, xususan, oliy ta'lim muassasalari ham ekologik mas'uliyat, barqaror boshqaruv va

ijtimoiy innovatsiyalar orqali o'z faoliyatini qayta tashkil etmoqda. Universitetlar nafaqat bilim beruvchi muassasa, balki jamiyatda ekologik ong va yashil madaniyatni shakllantiruvchi markaz sifatida ham muhim o'rin tutadi. Shu nuqtai nazardan, yashil marketing oliy ta'lim muassasalarining marketing strategiyalarida yangi bosqichni anglatadi. Uning asosiy maqsadi — ta'lim xizmatlarini ilgari surish bilan birga, universitetning barqaror rivojlanishga qo'shgan hissasini namoyon etishdir.

Yashil marketing nazariy jihatdan ekologik toza mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilishga asoslanadi, ammo oliy ta'limda u faqatgina reklama emas, balki boshqaruv va kommunikatsiyaning butun tizimini qamrab oladi. Universitetlarda bu yo'nalishda amalga oshiriladigan ishlarga kampus infratuzilmasini energiya tejamkor tizimlarga moslashtirish, chiqindilarni qayta ishlash dasturlarini joriy etish, talabalar va professor-o'qituvchilarda ekologik mas'uliyatni targ'ib qilish, ta'lim dasturlariga “barqaror rivojlanish” va “yashil iqtisodiyot” fanlarini kiritish kabi tashabbuslar kiradi. Bu faoliyatlar universitetning imijini kuchaytiradi, xalqaro reytinglarda pozitsiyasini mustahkamlaydi va yangi avlod talabalarini jalb qilishda muhim omilga aylanadi.

Xalqaro tajribalar shundan dalolat beradiki, yashil marketing faqat so'zda emas, amaliy natijalar orqali ta'sir ko'rsatadi. Masalan, AQSHdagi Arizona State University “Greener Gatherings” tashabbusi orqali kampus tadbirlarini ekologik talablarga mos tashkil etib, barqaror rivojlanish g'oyalarini universitet brendining ajralmas qismiga aylantirgan [1]. Buyuk Britaniyadagi Kembrij universiteti qoshidagi Institute for Sustainability Leadership (CISL) esa biznes va ta'lim sohalari uchun barqaror rahbarlik va yashil marketing dasturlarini amalga oshirib, akademik va amaliy faoliyatni uyg'unlashtirgan [2]. Boston universiteti esa yangi binolarini “yashil” standartlar asosida qurish orqali nafaqat energiya sarfini kamaytirgan, balki ushbu amaliy natijalarni o'z marketing kommunikatsiyalarida samarali tarzda namoyon etgan [3]. Bu misollar yashil marketingning eng yaxshi ko'rinishi universitetning ichki amaliyoti bilan tashqi kommunikatsiyasi uyg'unlashgan holda amalga oshirilganda natija beradiganligini ko'rsatadi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi ham ushbu yo'nalishdagi yechimlar mahalliy iqtisodiy va institutsional sharoitlarga moslashtirilishini talab etadi. Masalan, Malayziya va Janubiy Afrikada o'tkazilgan “Green Campus” tadqiqotlari shundan dalolat berdiki, universitetlardagi yashil dasturlar faqat grant yoki davlat qo'lloviga emas, balki talabalar faol ishtirok etgan ijtimoiy loyihalar orqali samarali bo'lishi mumkin. Bu esa mahalliy madaniyat va iqlimga mos yechimlar ishlab chiqishni taqozo etadi [4].

O'zbekiston uchun ham oliy ta'lim tizimida yashil marketingni rivojlantirish muhim strategik vazifadir. Universitetlar barqarorlik tamoyillariga asoslangan “yashil kampus” pilot loyihalarini amalga oshirish orqali energiya tejamkor infratuzilmani joriy etish, qayta ishlash tizimini yo'lga qo'yish va ushbu natijalarni o'z marketing strategiyalarida namoyon etishlari mumkin. Ta'lim dasturlariga “yashil iqtisodiyot”, “ekologik boshqaruv” va “korporativ ijtimoiy mas'uliyat” kabi fanlarni kiritish yoshlarda ekologik fikrlash madaniyatini shakllantiradi va ularni zamonaviy mehnat bozorida raqobatbardosh mutaxassis sifatida tayyorlaydi.

Shu bilan birga, universitetlar o'z faoliyatida shaffoflik tamoyilini kuchaytirib, barqarorlik bo'yicha hisobotlarni ommaviy ravishda e'lon qilishlari jamoatchilik ishonchini oshiradi. Bu jarayonda davlat organlari, xususiy sektor va xalqaro tashkilotlar bilan sheriklik muhim ahamiyat kasb etadi. Ammo, yashil marketingni amaliyotga tatbiq etishda bir qator qiyinchiliklar ham mavjud.

Birinchidan, "yashil infratuzilma" loyihalari katta sarmoya talab qiladi va buni davlat grantlari yoki jamoat-xususiy sherikliklar orqali bosqichma-bosqich amalga oshirish maqsadga muvofiq.

Ikkinchidan, kadrlar salohiyati muammosi saqlanib qolmoqda — barqaror marketing va korporativ ijtimoiy mas'uliyat sohasida malaka oshirish tizimini yo'lga qo'yish zarur.

Uchinchidan, "greenwashing" xavfini bartaraf etish uchun har bir marketing xabarini tekshirilgan ma'lumot va aniq ko'rsatkichlar bilan tasdiqlash lozim.

To'rtinchidan, mahalliy mentalitet va institutsional tizimni hisobga olmagan holda xorijiy modellarni to'g'ridan-to'g'ri ko'chirib olish samarasiz bo'lishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, yashil marketing oliy ta'lim muassasalarining barqaror rivojlanish yo'lidagi muhim vositasidir. U universitetlarning ijtimoiy nufuzini oshiradi, iqtisodiy samaradorligini ta'minlaydi va talaba hamda jamoatning ishonchini mustahkamlaydi. Xalqaro tajribalar shundan dalolat beradiki, yashil marketing eng katta samarani ta'lim, boshqaruv va kommunikatsiya jarayonlarining integratsiyasi orqali beradi. O'zbekiston universitetlari ushbu tajribalarni mahalliy sharoitga moslashtirgan holda, tajriba-sinov shaklidagi loyihalar (Pilot Projects), o'quv dasturlarini xalqaro standartlarga moslashtirish (Curriculum Reforms) va xalqaro hamkorliklar orqali barqaror rivojlanish tamoyillarini amalga oshirsalar, ular nafaqat milliy, balki xalqaro miqyosda ham zamonaviy va mas'uliyatli ta'lim muassasalari sifatida e'tirof etiladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Greener Gatherings: How Sustainability Enhances Campus Events ([https://cfo.asu.edu/greener-gatherings?utm\\_source=chatgpt.com](https://cfo.asu.edu/greener-gatherings?utm_source=chatgpt.com) );
2. Cambridge Institute for Sustainability Leadership (CISL) ([https://www.cisl.cam.ac.uk/education/executive-education/customised-programmes/case-studies?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.cisl.cam.ac.uk/education/executive-education/customised-programmes/case-studies?utm_source=chatgpt.com) );
3. Lessons in Sustainability: Three Universities Creating Green Campuses ([https://facilitiesmanagementadvisor.com/green-building/lessons-in-sustainability-three-universities-creating-green-campuses/?utm\\_source=chatgpt.com](https://facilitiesmanagementadvisor.com/green-building/lessons-in-sustainability-three-universities-creating-green-campuses/?utm_source=chatgpt.com) );
4. Green campus universities: case studies on problems and prospects ([https://f1000research.com/articles/11-1200?utm\\_source=chatgpt.com](https://f1000research.com/articles/11-1200?utm_source=chatgpt.com) )