TO‘QIMACHILIK SANOATI KORXONALARINING INNOVATSION FAOLIYATINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

[1]Hakimova Oydina Abdulhamidovna, [2]Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna
[1]Farg‘ona Davlat Texnika universiteti, 2-kurs magistranti, [2]Farg‘ona Davlat Texnika universiteti, Menejment va marketing kafedrasi dotsenti, Iqtisodiyot fanlari doktori
https://doi.org/10.5281/zenodo.17444043

Annotatsiya. *Maqolada to‘qimachilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish zarurati, uning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri hamda boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish yo‘llari yoritilgan. Jahon tajribasi va O‘zbekistonning to‘qimachilik klasterlari rivoji misolida innovatsion strategiyalarni qo‘llashning afzalliklari tahlil qilingan.*

Kalit so‘zlar: *innovatsion boshqaruv, to‘qimachilik sanoati, klasterlashuv, raqamli texnologiyalar, investitsiya, samaradorlik.*

Аннотация. *В статье освещается необходимость развития инновационной деятельности на предприятиях текстильной промышленности, ее влияние на экономическую эффективность, а также пути совершенствования механизмов управления. На примере мирового опыта и развития текстильных кластеров Узбекистана проанализированы преимущества применения инновационных стратегий.*

Ключевые слова: *управление инновациями, текстильная промышленность, кластеризация, цифровые технологии, инвестиции, эффективность.*

Abstract. *The article highlights the need to develop innovative activities in the textile industry, its impact on economic efficiency, as well as ways to improve management mechanisms. The advantages of applying innovative strategies are analyzed using the example of world experience and the development of textile clusters in Uzbekistan.*

Keywords: *innovation management, textile industry, clustering, digital technologies, investments, efficiency.*

Kirish

Bugungi globallashuv va raqamli transformatsiya davrida to‘qimachilik sanoati korxonalari uchun innovatsion faoliyatni rivojlantirish masalasi dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. O‘zbekiston Respublikasi sanoat tarmoqlari ichida to‘qimachilik sohasi yirik eksport salohiyatiga ega bo‘lib, mamlakat yalpi ichki mahsulotining muhim qismini ta’minlaydi. Shu bois, to‘qimachilik korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish va yangi bozorlarni egallashda zamonaviy innovatsion boshqaruv mexanizmlarini tatbiq etish muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi.

So‘nggi yillarda O‘zbekiston hukumati bu yo‘nalishda bir qator islohotlarni amalga oshirdi. Xususan, Prezident qarorlari asosida to‘qimachilik klasterlarini rivojlantirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va ishlab chiqarishning barcha bosqichlarini modernizatsiya qilish bo‘yicha keng ko‘lamli chora-tadbirlar belgilandi. Bu islohotlar korxonalarni yuqori qo‘shilgan qiymatga ega mahsulot ishlab chiqarishga, ilg‘or texnologiyalarni joriy qilishga va eksport geografiyasini kengaytirishga undamoqda [1]. Shu bilan birga, innovatsion boshqaruvning yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmagani, kichik va o‘rta ishlab chiqaruvchilar uchun moliyaviy manbalar

yetishmasligi, kadrlar malakasi hamda ilmiy-tadqiqot faoliyati bilan ishlab chiqarish o‘rtasidagi integratsiyaning sustligi kabi muammolar hamon dolzarbligicha qolmoqda.

Jahon amaliyoti shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalarni joriy qilish, korxona ichida ilmiy-texnik ishlanmalarni rivojlantirish, shuningdek, texnoparklar va ilmiy markazlar bilan hamkorlikni yo‘lga qo‘yish to‘qimachilik sanoatida innovatsion faollikni sezilarli darajada oshiradi. Masalan, Turkiya, Xitoy va Janubiy Koreya kabi mamlakatlar tajribasi klasterlashuv va davlat–xususiy sektor sherikligining samaradorligini isbotlagan [2]. Shu jihatdan, O‘zbekistonda ham korxonalar boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish orqali innovatsion rivojlanishni tezlashtirish, bozor ehtiyojlariga moslashuvchan ishlab chiqarish tizimlarini yaratish, ekologik barqarorlikni ta’minlash va eksportni ko‘paytirish imkoniyatiga ega.

Innovatsion boshqaruv mexanizmlarining takomillashuvi to‘qimachilik sanoatining nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy rivojlanishiga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Bu jarayon ish o‘rinlarini yaratish, mahalliy xomashyo bazasidan samarali foydalanish va mamlakatning xalqaro nufuzini mustahkamlashga yordam beradi. Shuningdek, zamonaviy raqamli tizimlar — ERP, PLM va IoT texnologiyalarining qo‘llanilishi ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, xarajatlarni kamaytirish va mahsulot sifatini oshirishga xizmat qiladi. Demak, to‘qimachilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish iqtisodiy barqarorlik va global bozorlar bilan integratsiyani ta’minlashning muhim shartidir.

To‘qimachilik korxonalarining innovatsion faoliyati deganda, avvalo yangi avlod to‘qimachilik materiallarini yaratish, moslashuvchan texnologik tizimlarni ishlab chiqish va joriy etish, mavjud texnologik jarayonlarni modernizatsiya qilish, ichki va tashqi bozorlarda talab yuqori bo‘lgan iste’mol tovarlarini ishlab chiqarish, shuningdek, ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlanmalari natijalaridan foydalanish va ularni tijoratlashtirish jarayonlari tushuniladi.

Hozirgi davrda innovatsiyalarning asosiy turlari OECDning innovatsion ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish bo‘yicha OSLO qo‘llanmasida (2010) belgilab berilgan bo‘lib, ular quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- texnologik innovatsiyalar (mahsulot va jarayon innovatsiyalari);
- texnologik bo‘lmagan innovatsiyalar (marketing va tashkiliy innovatsiyalar).

To‘qimachilik sanoatining o‘ziga xos jihati shundan iboratki, ushbu innovatsiyalarning deyarli barcha shakllarini keng ko‘lamda qo‘llash zarur. Biroq, innovatsion rivojlanish modeliga bosqichma-bosqich o‘tishda texnologik innovatsiyalarga ustuvor ahamiyat berish muhimdir. Chunki texnologik yangiliklar ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash va raqobatbardoshlikni kuchaytirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Shu nuqtai nazardan, to‘qimachilik korxonalarining innovatsion faoliyatini faollashtirish va ularni samarali boshqarishni ta’minlash uchun asosiy tamoyillarni shakllantirish zarur. Mazkur tamoyillar innovatsion strategiyani ishlab chiqish, resurslardan oqilona foydalanish, ilmiy-tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy etish va innovatsiyalarni tijoratlashtirish jarayonlarini qamrab olishi kerak.

1. Korxonaning ichki va tashqi muhiti o‘rtasidagi integratsion vazifani aniqlash. Korxonaning innovatsion faoliyati, birinchi navbatda, mijozlar faoliyatidagi innovatsion ehtiyojlarni (yangi mahsulotlar yaratish, ularning sifatini oshirish va boshqalar) ilg‘or tarzda shakllantirishi lozim. Bu jarayon faqatgina an’anaviy ishlab chiqarish jarayonlarini qo‘llab-quvvatlash bilan cheklanmasligi kerak. Bunday yondashuvda korxonaning innovatsion faoliyati va uning mijozlari faoliyati o‘rtasida sinergiya effekti yuzaga keladi. Shu bois,

korxona maqsadlarini belgilashda mijozlarning korxona mahsulotlari orqali kutayotgan ustunliklari, ya'ni ularning innovatsion loyihalarini amalga oshirishga xizmat qiladigan afzalliklari alohida e'tiborga olinishi lozim.

2. Rejalashtirilayotgan innovatsiyalarga nisbatan iste'molchilarning kompetensiyalarini shakllantirish. Innovatsion faoliyatni rejalashtirish jarayonida innovatsiyaning asosiy belgilari – ilmiy-texnik yangilik, sanoat miqyosida qo'llash imkoniyati va tijoriy maqsadga muvofiqligi hisobga olinishi shart. Chunki bozor tomonidan mahsulotni qabul qilish (tijoratlashtirish) innovatsion faoliyatning muvaffaqiyatini belgilab beradi. Shu munosabat bilan, innovatsion jarayonning asosiy bosqichlarini tavsiflovchi modellardan – R. Roswell [3], S. Klayn va N. Rosenberg [4], R. Kuper [5], S. D. Ilyenkova [6] yondashuvlari – keng foydalanish zarur. Ularning konsepsiyalarida innovatsion jarayonning turli bosqichlari, xususan marketingning o'rni alohida ajratib ko'rsatilgan bo'lib, ular asosida bozor ehtiyojlarini kompleks ravishda aniqlash imkoniyati yuzaga keladi.

Shu nuqtai nazardan, "Iqtisodiy marketing" konsepsiyasi korxona marketing faoliyatini marketing majmuasining 4P komponentlari (product, price, place, promotion) orqali daromadni oshirishga qaratadi. Mazkur konsepsiyaga ko'ra, marketingning asosiy vazifasi – bozor bo'shliqlarini, ya'ni qondirilmagan ehtiyojlarni aniqlash hamda mahsulotni bozorga olib chiqish muddatini optimal belgilashdan iboratdir.

To'qimachilik korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish uchun marketingning bosqichma-bosqich yondashuvi

To'qimachilik korxonalarining innovatsion faoliyati samaradorligini ta'minlash maqsadida innovatsion jarayon tarkibida marketingning ikki asosiy bosqichi ajratib ko'rilishi lozim:

a) Paydo bo'lish va ishga tushirish bosqichida iste'molchilar marketingi. Ushbu bosqichning markaziy vazifasi — iste'molchilar kompetensiyalarini shakllantirish orqali innovatsiyalarga nisbatan ongli ehtiyojni vujudga keltirishdir. Natijada texnologik innovatsiyalar uchun texnik shartlarning mazmuni va shakli aniqlanadi. Bu jarayon iste'molchilarning yangi mahsulotlarni qabul qilishga tayyorgarligini kuchaytiradi hamda innovatsion faoliyatning boshlang'ich bosqichida samarali yo'naltirish imkonini beradi.

b) O'sish, yetuklik va pasayish bosqichida iqtisodiy marketing. Innovatsiya o'zining hayotiy tsikli davomida "so'nish" bosqichiga yaqinlashganda, asosiy e'tibor iqtisodiy marketingga qaratilishi kerak. Bu bosqichning vazifasi — marketing majmuasining 4P komponentlarini (product, price, place, promotion) kompleks qo'llash orqali innovatsiyaning hayotiy tsiklini uzaytirishdan iboratdir. Shu bilan birga, iste'molchilardan qayta aloqa kanallari orqali olingan ma'lumotlar asosida innovatsiyani takomillashtirish yoki uni qayta ko'rib chiqish to'g'risida qaror qabul qilinadi.

Shunday qilib, mahsulot hayotiy tsiklining har bir bosqichida marketingning vazifalari turlicha ko'rinishda namoyon bo'ladi. Bu esa innovatsion jarayon samaradorligini oshirish, iste'molchilarni faol jalb etish va zarur hollarda innovatsion jarayonning oldingi bosqichlariga qaytish imkoniyatini ta'minlaydi.

Korxonada innovatsion faoliyatni rivojlantirish jarayonida turli manbalardan foydalanish muhim strategik ahamiyat kasb etadi. Ushbu manbalar korxonaning innovatsion ustuvorliklari va qadriyatlari piramidasi orqali tizimlashtiriladi.

Piramidaning asosi — korxonaning ichki va tashqi muhitidan kelib chiqadigan g‘oyalarni muntazam ravishda amalga oshirishdir. Bunga texnologiyalarni takomillashtirish maqsadida ilgari surilgan ratsionalizatorlik takliflari, yangi materiallardan foydalanish, ilg‘or ish usullarini va boshqaruv yondashuvlarini joriy etish kiradi. Bu jarayon korxonada innovatsiyalarni rivojlantirishning ochiq va dinamik tabiatini belgilab beradi.

Innovatsion loyihalarning uzluksizligini ta’minlash uchun korxona innovatsion madaniyatni shakllantirishi hamda aniq belgilangan marketing strategiyasi doirasida faoliyat yuritishi zarur. Tanlangan strategiya korxonaning innovatsion faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi:

- Moliyaviy yetakchilik strategiyasi (xarajatlarni minimallashtirish) — jarayon innovatsiyalariga ustuvorlik beradi.
- Differentsiatsiya strategiyasi — mahsulot yo‘nalishi bo‘yicha kontsentratsiyani rivojlantirishni ta’minlaydi.
- Segment strategiyasi (mutaxassislik yondashuvi) — mijozlarning yangi ehtiyojlarini aniqlash va rivojlantirishga yo‘naltirilgan boshqaruv innovatsiyalarini izlash va shakllantirishni rag‘batlantiradi.

Piramidaning yuqori qismi esa ayniqsa yutuqli va radikal innovatsiyalarni ifodalaydi. Bunday innovatsiyalar faqat fundamental ilmiy tadqiqotlar natijasi emas, balki piramidaning asosiy qismida bosqichma-bosqich shakllangan evolyutsion jarayonlarning mantiqiy davomi hisoblanadi. Shu bois, har bir darajadagi innovatsiyalar o‘zaro bog‘liq bo‘lib, korxonaning innovatsion rivojlanishi uchun kompleks mexanizmni tashkil etadi.

4. O‘zaro funktsional ishchi guruhlarni shakllantirish. Innovatsiyalarni ishlab chiqish va joriy etishda samaradorlikni oshirish uchun texnologlar va marketologlarni birlashtirgan o‘zaro funktsional ishchi guruhlarni yaratish maqsadga muvofiqdir. Ushbu guruhlar ilmiy-texnikaviy yechimlarni bozordagi talab bilan uyg‘unlashtirish, innovatsion g‘oyalarni tijoratlashtirish imkoniyatini oshiradi.

5. To‘qimachilik klasterlarini tashkil etish. Innovatsion faoliyatni amalga oshirish jarayonida o‘zaro hamkorlikning samarali tashkiliy shakli sifatida to‘qimachilik klasterlarini shakllantirish muhim ahamiyatga ega. Klaster asosida faoliyat yurituvchi korxonalar bir-birining imkoniyatlarini to‘ldirib, raqobatbardoshlikni oshiradi va resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlaydi.

6. Integratsiyalashgan innovatsion tizimni shakllantirish. Aniq innovatsion loyihalarni amalga oshirishda samarali hamkorlik shakli sifatida integratsiyalashgan innovatsion tizimni shakllantirish talab etiladi. Ushbu tizim — innovatsion jarayon ishtirokchilarining tabiiy ixtisoslashuvi va samarali mehnat taqsimotiga asoslangan kooperatsiyasidir. Tizimning umumiy samaradorligi yuqori bo‘lib, u korxonalarning alohida faoliyatidan sezilarli darajada ustun turadi [7]. Bunday tizim ishtirokchilarini tanlashda mavjud yondashuv o‘rniga klaster korxonalari imkoniyatlarini hisobga oluvchi klaster asosida seleksiya mexanizmini qo‘llash maqsadga muvofiqdir.

7. Innovatsion biznesni biznes-rejalashtirish orqali rivojlantirish. Innovatsion faoliyatni yakuniy bosqichida biznes-rejalashtirish alohida ahamiyatga ega. Biznes-reja nafaqat innovatsion mahsulot ishlab chiqarishni rag‘batlantiruvchi vosita, balki hamkor korxonalar faoliyatini muvofiqlashtirish va resurslarni samarali taqsimlash imkonini beruvchi mexanizmdir. Innovatsion biznesning funksional imkoniyatlari biznes-reja doirasida shakllantirilib, u samarali tashkiliy tuzilmani yaratishga xizmat qiladi. Biznes-rejaning sifat darajasi uning innovatsion biznes modeli va marketing strategiyasiga muvofiqligi bilan belgilanadi.

8. Biznes-rejalarni ishlab chiqishda loyiha boshqaruvi vositalaridan foydalanish. Biznes-rejalarni ishlab chiqish va amalga oshirish jarayonida integratsiyalashgan innovatsion tizim ishtirokchilarining faoliyatini muvofiqlashtirish maqsadida loyiha boshqaruvi vositalarini qo‘llash muhim ahamiyat kasb etadi. Jumladan, PERT tahlili (Program Evaluation and Review Technique) innovatsion loyihalarni samarali rejalashtirish va monitoring qilish imkonini beradi.

Innovatsion loyiha uchun biznes-rejani ishlab chiqish bosqichida MS Project dasturidan foydalanish orqali quyidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- ishlarning tarkibiy bo‘linishini aniqlash;
- ularning davomiyligini hisoblash;
- biznes-rejani ishlab chiqishning umumiy muddatini belgilash.

Mazkur yondashuv vaqt va resurslar cheklangan sharoitlarda biznes-reja ishlab chiqish jarayonini optimallashtirish imkonini beradi. Shu bilan birga, tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi mablag‘lari hisobidan moliyalashtirish uchun ariza topshirishda ham, shuningdek, potentsial investorlarga loyiha hujjatlarini o‘z vaqtida taqdim etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Natijada, loyiha boshqaruvi vositalaridan foydalanish innovatsion loyihalarni ishlab chiqish samaradorligini oshiradi, vaqt va resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlaydi hamda investitsion jozibadorlikni kuchaytiradi.

Olib borilgan ilmiy tahlillar shuni ko‘rsatadiki, to‘qimachilik korxonalarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish samaradorligi ularning ichki va tashqi muhit omillarini uyg‘unlashtirish, innovatsion jarayonlarni bosqichma-bosqich rejalashtirish va marketing yondashuvlarini tizimli qo‘llash bilan chambarchas bog‘liqdir. Innovatsion faoliyatning muvaffaqiyatli amalga oshirilishi korxonalar tomonidan:

- iste’molchilar ehtiyojlarini oldindan aniqlash,
- marketing strategiyasini aniq belgilash,
- texnologik va tashkiliy innovatsiyalarni uyg‘unlashtirish,
- integratsiyalashgan innovatsion tizim va klasterlar doirasida hamkorlik qilish,
- biznes-rejalarni ishlab chiqishda loyiha boshqaruvi vositalaridan (masalan, PERT tahlili va MS Project) samarali foydalanish kabi omillarni inobatga olishni talab etadi.

Shuningdek, innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish uchun resurslardan oqilona foydalanish, vaqt va xarajatlarni optimallashtirish hamda risklarni boshqarish ustuvor ahamiyat kasb etadi. Bunda korxona darajasida shakllantirilgan innovatsion madaniyat va strategik rejalashtirishning sifatli amalga oshirilishi ham muhim o‘rin tutadi.

Umuman olganda, innovatsion jarayonlarni samarali boshqarish va ularni korxona strategiyasiga integratsiyalash, to‘qimachilik korxonalarining nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro miqyosda ham raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa tarzida tikuvchilik va to‘qimachilik ishlab chiqarishda keyingi yillarda rivojlanishning asosiy strategik ustuvor yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

- paxta tolasini chuqur qayta ishlash zanjiri texnologiyalarining to‘liq tsiklini rivojlantirish (paxta iplari, tikuvchilik ishlab chiqarish uchun tayyor matolar va texnik to‘qimachilikdan trikotaj va to‘qimachilikdan tikilgan mahsulotlarga qadar);

- xalqaro standartlarga javob beradigan yuqori texnologiyali, tashqi bozorlarda raqobatbardosh mahsulotlarning keng assortimentini ishlab chiqarishni ta’minlash;

- respublikani Markaziy Osiyodagi yetakchi to‘qimachilik ishlab chiqaruvchisiga aylantirish;

- sifat menejmenti va xalqaro standartlarning zamonaviy usullarini joriy etish, xalqaro talablarga muvofiq ishlab chiqarilayotgan mahalliy mahsulotlarni sertifikatlashtirish tizimini yaratish;

- yengil sanoat tarmoqlari va iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari o‘rtasida o‘zaro kooperatsiya aloqalarini rivojlantirish hamda shu asosda to‘qimachilik va tikuvchilik mahsulotlari ishlab chiqarishni mahalliylashtirish darajasini oshirish;

– tayyor, paxta, shuningdek paxta bo‘lmagan matolar assortimentini ishlab chiqarishni ko‘paytirish va kengaytirish (aralash, sintetik, jun, mebel dekorativ, texnik, kimyoviy tolali maxsus matolar).

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 5 августдаги “Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноати корхоналари фаолиятини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ–3305-сонли қарори. – www.lex.uz
2. OECD. Innovation and Productivity in Textile and Apparel Industry. – Paris: OECD Publishing, 2021. – URL: https://www.oecd.org
3. Rothwell R. Towards the fifth-generation innovation process / R. Rothwell // International Marketing Review. – 1994. – Vol.11. – No.1. pp. 7-31. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// innovatorium.wordpress.com/2010/05/03/rothwells-fivegenerations-of-innovation models/
4. Cooper R.G. New product success in industrial firms / R.G. Cooper // Industrial Marketing Management. – 1982. – Vol.11. pp. 215-223.
5. Kline S.J. An overview of innovation / S.J. Kline, N. Rosenberg // The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth / edited by Landau R. & Rosenberg N. – Washington, DC: National Academy Press, 1986. pp. 275-305.
6. Ильенкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю. и др.Инновационный менеджмент / Под ред. С. Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997
7. Искяндеров А.Ф. Механизмы трансформации систем управления инновационной деятельностью организаций: Дис…. канд. экон. наук. – Владимир, Владимирский государственный гуманитарный университет, 2011.
8. Репьев А.П. Маркетинговое мышление или клиентомания. – М.: ЭКСМО, 2006.
9. Фильберт Л.В., Иваницкая А.Е. Развитие механизма управления инновационной деятельностью предприятий // Экономика в промышленности. – 2013, №1. С.85…89.
10. Yuldasheva, N. (2022). Scientific and Theoretical Aspects of the Development of Innovative Strategies in the Management of Industrial Enterprises. Bulletin of Science and Practice, 8(5), 457-461. (in Russian). https://doi.org/10.33619/2414-2948/78/53
11. Abduvakhidovna, Yuldasheva N. "Factors Influencing the Implementation of the Innovation Strategy AT Industrial Enterprises." *World Bulletin of Management and Law*, vol. 19, 4 Feb. 2023, pp. 5-11.
12. Yuldasheva N. Features of the process of forming innovative strategy under conditions of modern realities //Academic research in modern science. – 2022. – Т. 1. – №. 9. – С. 310-312.
13. Юлдашева, Н. (2022). ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЕЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ. Экономика и образование, 23(2), 129–135. извлечено от https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/443