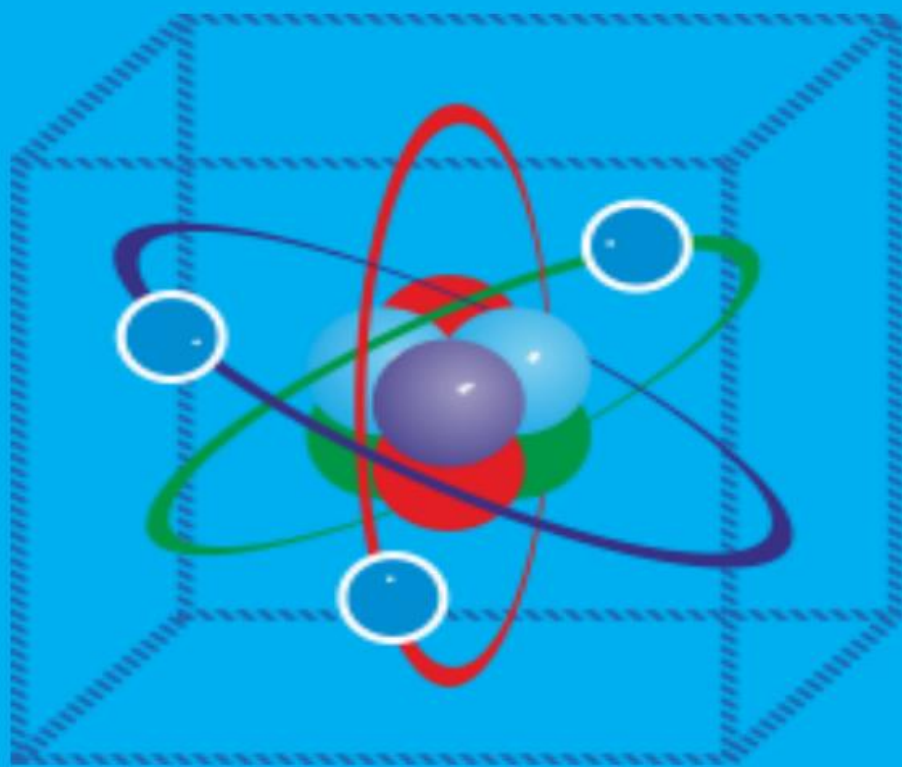


**BUXORO PSIXOLOGIYA  
VA XORIJIY TILLAR  
INSTITUTI**



**ILMIY  
AXBOROTNOMASI**



**№ 2,2023**

<http://buxpxti.uz>



**BUXORO PSIXOLOGIYA VA  
XORIJIY TILLAR INSTITUTI  
ILMIY AXBOROTNOMASI**

**№ 2, 2023**

**Buxoro-2023**



16	<b>Urakov I.B.</b> <i>Sportchi shaxsida emotsional siflatlar shakllanishining ijtimoiy-psixologik mexanizmlari.</i> Social-psychological mechanisms of the formation of emotional qualities in an athlete.	83
17	<b>Xakimova D. X.</b> <i>Maqtabgacha ta'lim tashkiloti tarbiyachilarida ijtimoiy-psixologik kompetentlik omillarini rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslari.</i> Scientific and theoretical basis of development of socio-psychological competence factors in educators of preschool educational organization.	86
<b>FILOLOGIYA FANLARI</b>		
1	<b>Gadoeva M. I.</b> <i>English somatic idioms and their uzbek equivalents.</i> Ingliz tilidagi somatik idiomalar va ularning o'zbekcha ekvivalentlari.	90
2	<b>Djumayeva N.D.</b> <i>Human centered motives in the image of magical objects in fairy tales.</i> Ertaklardagi sehrli predmetlar tasvirida insonga qaratilgan motivlar.	93
3	<b>Saidova M.U.</b> <i>Lexicographic analysis of the concise Oxford dictionary of literary terms by Ch.Baldick.</i> Ch.Baldickning Oksford lug'atidagi adabiy atamalarning ixcham leksikografik tahlili.	96
<b>IJTIMOY-IQTISODIY FANLAR</b>		
1	<b>Navrўz-Zoda B. H.</b> <i>Davlatmand keksalik davrining psixologik xususiyatlari.</i> Psychological characteristics of wealth of old age.	100
2	<b>Abdulloyev A.J.</b> <i>Buxoro viloyati klasterlari faoliyatini tashkil etish va boshqarishga ta'sir etuvchi omillarni iqtisodiy baholash.</i> Economic evaluation of the factors influencing the organization and management of clusters of Bukhara region.	104
3	<b>Saidov Y. S.</b> <i>Anvar Obidjon badiiy asarlari uslubi.</i> The style of Anvar Obidjan's artistic works.	110
4	<b>Azimova N. E.</b> <i>Technology of ethics and moral education of the future teacher of professional education.</i> Bo'lajak kasbiy ta'lim o'qituvchisining axloq va axloqiy tarbiyasi texnologiyasi.	115
5	<b>Boltaveva M. O. Boltaveva F. S.</b> <i>Inson qadrini ziynatlash – oila mustahkamligi kafolatidir.</i> Enhancing human dignity is a guarantee of family strength.	124
6	<b>Rajabov T.H.</b> <i>Изучение узбекских фольклорных народных песен и их психологическое влияние.</i> The study of Uzbek folklore of folk songs and their psychological influence.	127
7	<b>Xudoyqulov T. B.</b> <i>Akademik V.V. Bartold tadqiqotlarida Buxoro tarixiy yodgorliklari.</i> Bukhara historical monuments in researches of academician V.V. Barthold.	130
8	<b>Tosheva D.I. Qo'ziyeva M.O.</b> <i>Muhammad Shayboniyxonning ma'naviyat va madaniyat sohasiga qo'shgan hissasi.</i> Muhammad Shaibani Khan's contribution to the field of spirituality and culture.	134
9	<b>Qurbonova O'.U. Aqiyeva Sh. B.</b> <i>Masofaviy ta'limning o'ziga xos xususiyatlari.</i> Distinctive features of distance education.	137
10	<b>Davlatov C.C.</b> <i>Oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini ta'minlashda ta'lim xizmatlari sifatini oshirishi.</i> Improving the quality of educational services in ensuring the competitiveness of higher education institutions.	143
11	<b>Narzullayeva G.S. Xabibov Sh.A.</b> <i>Raqamli iqtisodiyotda fikrlash dizaynining o'rni.</i> The role of design thinking in the digital economy.	148

методик ва инновацион, илмий-тадқиқод, инсон ресурлари, -молиявий иқтисодий, ижтимоий, бошқарув потенциали, маркетинг воситалари каби мезонлари киритилиб таълим хизматлари сифатини баҳолашга мослаштирилди.

Сифат таъминоти тизимининг биз таклиф қилаётган модели Европа ва МДХ ОТМларида қўлланилган сифат бошқаруви моделларга асосланади ва ўз эҳтиёжларимизга мослаштирилди. EFQM моделига асосланган Олий таълим муассасаларида таълим хизматлари сифатини оширишнинг GAPs модели Янги Ўзбекистон шароитига татбиқ қилиш ОТМларда таълим сифатини таъминлашда юқори самара беради ҳамда таълим хизматлари сифатини баҳолаш учун самарали механизм ҳисобланади.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi. –Toshkent.: O‘zbekiston. 2021. –B. 238
2. Ходиев Б.Ю. Инновационная образовательная стратегия в условиях преодоления мирового финансово-экономического кризиса. – Т.: Экономика, 2009.
3. Шаховская, Л. С. Маркетинг образовательных услуг: монография / Л. С. Шаховская, Е. Г. Гущина; ВолГТУ. -Волгоград: РПК «Политехник», 2004. — 144 с.
4. Қосимова М.С., Юсупов М.А. Маркетинг. Дарслик. Т.: ТДИУ, 2010. 263 бет.
5. Қориева Ё. “Халқаро маркетинг”. Тошкент. “ФАН”. 2005. 152 бет
6. Bitner, M. Servicescapes: The impact of physical surrounding on Costumer and Employees// Journal of M 1.Davlatov S.S. Олий таълимда рақобат ва стратегия масалалари. “Логистика ва иқтисодиёт” илмий электрон журнал. 4-сон 2022 й. 34-41 бетлар.
7. Davlatov S.S. Assessment of the quality of the educational process as a factor increasing the competitiveness of the university // Journal of Management Value & Ethics. Oct-Dec. 22 Vol.12 No 04, 5-16-p. India. SJIF 7.607 & GIF 0.626. ISSN-2249-9512.
8. Davlatov S.S. Zamonaviy sharoitlarda oliy ta’lim sifatini baholashni o’rganish: Polsha respublikasi misolida. “Логистика ва иқтисодиёт” илмий электрон журнал. 5-сон 2021 й. 6-13 бетлар





**Narzullayeva Gulchehra Salimovna**  
Buxoro davlat universiteti  
Iqtisodiyot kafedrası katta o'qituvchisi

**Xabibov Shamshod Akbar o'g'li**  
Buxoro davlat universiteti  
Iqtisodiyot va turizm fakulteti  
1-bosqich talabasi



## RAQAMLI IQTISODIYOTDA FIKRLASH DIZAYNING O'RNI

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida fikrlash dizaynning o'rnini, mazmun-mohiyati, kelib chiqishi, uning ahamiyati, raqamli iqtisodiyot sharoitida fikrlash dizaynini rivojlantirish va bu borada amal qilinishi lozim bo'lgan ishlar haqida qisqacha ma'lumotlar berib o'tilgan.

**Аннотация.** В данной статье представлена краткая информация о роли дизайн-мышления в цифровой экономике, его сущности, происхождении, значении, развитии дизайн-мышления в цифровой экономике и действиях, которые необходимо предпринять в связи с этим.

**Annotation.** This article provides brief information about the role, essence, origin, and importance of design thinking in the digital economy, the development of design thinking in the digital economy, and actions to be taken in this regard.

**Kalit so'zlar:** Raqamli iqtisodiyot, marketing, kreativ shaxs, kreativ, fikrlash dizayni, tadbirkorlik, korxonalar, menejer, kichik biznes.

**Ключевые слова:** Сифровая экономика, маркетинг, творческая личность, креатив, дизайн-мышление, предпринимательство, предприятие, менеджер, малый бизнес.

**Keywords:** Digital economy, marketing, creative person, creative, design thinking, entrepreneurship, enterprise, manager, small business.

Jahon bozorida mahsulot va taqdim etilayotgan xizmatlarning mavqei va samaradorligi, avvalo, uning raqobatbardoshligi bilan belgilanadi. Bunday vaziyatda mavjud ma'lumotlar tahliliga asoslangan analitik fikrlashni qo'llash etarli emas. Innovatsiya uchun ijodkorlik, kreativlik, sintezlash va yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish qobiliyati talab etiladi. Ijodiy yondashuv, jamoaviy ish, odamlarga yo'naltirilganlik, qiziquvchanlik va optimistik ruh - fikrlash dizaynning tarkibiy qismlari, shuningdek, mavjud muammolarni hal qilishda yangi echimlarni topishda qo'llaniladigan metodologiya ham hisoblanadi. Dizayn fikrlashning asosiy xususiyati, analitik fikrlashdan farqli o'laroq, tanqidiy tahlil emas, balki ba'zan eng kutilmagan g'oyalar muammoni yaxshiroq hal qilishga olib keladigan ijodiy jarayondir. Fikrlash dizaynining tamoyillari turli sohalarda qo'llaniladi: bolalikdagi semirishni davolashdan jinoyatchilikning oldini olishgacha, raketa sanoatidan iqlim o'zgarishiga qadar. Fikrlash dizayni endi yangi moddiy mahsulotlarni



yaratish bilan cheklanib qolmay, turli jarayonlar va xizmatlarga, shuningdek o‘zaro ta’sir, aloqa va hamkorlikka taalluqlidir.

Hozirgi kunda globallashuv jarayonidan raqamli iqtisodiyot sharoitida fikrlash dizaynning o‘rni nihoyatda beqiyosdir. Shu bois, raqamli iqtisodiyot sharoitida intellektual salohiyatli, raqobatbardosh kadrlarni tayyorlashda fikrlash dizayniga ehtiyoj sezamiz.

“Fikrlash dizayn” atamasi turli talqinga ega. Interaction Design Foundation (O‘zaro hamkorlik dizayni fondi) tomonidan eng yaxshi ta’rif berilgan: fikrlash dizayni deganda, foydalanuvchining motivatsiyasi va ehtiyojlarini o‘rganish, noto‘g‘ri taxminlarni rad etish va muammoni yangicha echim topish uchun mo‘ljallangan ko‘p bosqichli jarayon tushuniladi. Fikrlash dizayni (inglizchadan. “design thinking”) – bu foydalanuvchilar manfaatlariga mos keladigan murakkab muammolar echimlarini topishga yordam beradigan uslub. Ushbu uslub antropotsentriзм tamoyiliga asoslanadi, unga ko‘ra har qanday tadqiqot va ishning maqsadi korxonalar, rahbar, loyiha menejrlari va byurokratik tuzilmalar emas, balki shaxsning manfaatlaridir. Fikrlash dizaynning vazifasi mavjud stereotiplar va muammolarni hal qilishning standart usullaridan (“thinking outside the box” – “Qutidan tashqarida o‘ylash”) o‘tib ketishdir. Chunki har bir kreativ shaxs fikrlash dizayniga ega bo‘ladi. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida kreativ fikrlash shu jumladan fikrlash dizayni muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli iqtisodiyotda globallashuv jarayonida noaniqlik sharoitida muammolarni o‘rganish uchun ajoyib usul, kreativ fikrlash bilan bog‘liq bo‘lgan nostandart muammolarni hal qilishdir. Mamlakatimizda “Dizayn” atamasini ishlatilayotganiga juda ko‘p vaqt bo‘lmadi. Raqamli iqtisodiyotni yangi maqsadi va ahamiyati shundan iboratki, kreativ usullar yordami ayniqsa, fikrlash dizayni yordamida iqtisodiyot oldiga yuqori malakali, kadrlarni innovatsion faoliyatga tayyorlash, qayta shakllantirish va kichik biznes va tadbirkorlikda murakkab vazifa bo‘lib qolmoqda.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning tashabbusi bilan Yangi O‘zbekistonni barpo etishga kirishganimizga qisqa vaqt bo‘lsa hamki katta samarali natija va muvaffaqiyatlarga erishmoqdamiz. Raqamli iqtisodiyot sharoitida kreativ ishlab chiqarish sohasida mutaxassislarini tadbirkorlik bilan shug‘ullanishga o‘rgatib, kreativ rivojlanish ham Yangi O‘zbekistonning yangi strategiyasiga aylanib ulgurdi. Ayniqsa mazkur islohotlarning ta’lim va tarbiya jarayoni bilan uzviy qorishib borayotgani yaxshi samara bermoqda. Chunki, biz o‘z oldimizga Yangi O‘zbekistonni rivojlangan mamlakatga aylantirishni maqsad qilgan ekanmiz, bunda faqat jadal islohotlar, ilm-ma’rifat va kreativ innovatsion ishlar, start up loyihalar orqali erishamiz. Avvalombor, hozirgi islohotlarning amaliy natijasini, samaradorligini oshirish, joylarda yangidan yangi tashabbuslarni ilgari surishda aholimizning xususan, yoshlar yanada shijoatli, kreativ, faol, tashabbuskor bo‘lishiga da’vat etishimiz kerak. ( Barcha yoshlar ham o‘zbek xalqi va davlat ravnaqi yo‘lida kamarbasta bo‘lib maydonga chiqa olishmaydi. ) Raqamli iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik faoliyatida kreativlikni o‘rni ayan fikrlash dizayni har bir mamlakat uchun zarurdir.

Fikrlash dizayni g‘oyasi birinchi marta 1969 yilda “The Sciences of the Artificial” (“Sun’iylik xaqida fan”) kitobi muallifi Gerbert Simon tomonidan shakllantirilgan. Keyinchalik bu g‘oya Stenford universiteti olimlari tomonidan rivojlantirilib, fikrlash dizayni g‘oyasini ilgari suruvchi Stenford dizayn institutiga asos solindi. Oxirgi yillarda “fikrlash dizayni” mavzusi bo‘yicha mashhur boshqaruv sohasiga oid adabiyotlarni [Berger, 2009; Brown, 2009; Esslinger, 2009; Fraser, 2012; Kelley & Littman, 2001; 2005; Liedtka & Ogilvie, 2011; Lockwood, 2009; Martin, 2007; 2009; Verganti, 2009] hamda The Economist, Harvard Business Review, Business Week, The Wall Street Journal va The New York Times kabi yirik nashriyotlarda ilmiy maqolalarini chop etayotgan mutaxassis-olimlar soni ko‘payib bormoqda. Fikrlash dizayni konsepsiyasining paydo bo‘lishi IDEO dizayn agentligi prezidenti Tim Braunga bilan bog‘liq. U yangi konsepsiya shakllanishining asosiy sababi jahon bozori talablariga bardosh berish maqsadida tadbirkorlardan yangi innovatsion echim talab qilinishi bilan izohladi. Braun fikriga ko‘ra, fikrlash dizayni - bu



biznes va jamoat hayotining barcha jabhalarida birlashtirilishi mumkin bo'lgan yondashuv [Brown,2009]. Bunday yondashuv, bir tomondan, fikrlash dizaynni uzoq muddatli biznes strategiyasini ishlab chiqishda menejment vositalarining bir qatoriga qo'yishni talab qiladi, boshqa tomondan, dizaynerlarning jamiyatdagi o'zgarishlarga ta'sir qilish qobiliyati qabul qilinadi [Lockwood, 2009].

O'zbekistonlik olimlar tomonidan ushbu mavzu etarlicha o'rganilmagan, ammo dastlabki ilmiy izlanishlarni ham e'tirof etish zarur. Xususan, [Xotamov I., Jo'raeva M, G'ayratov A., 2017; Abdullaeva M., 2015] mazkur ilmiy ishda fikrlash dizaynning bosqichlari batafsil yoritilgan. Bunday fikrlash uslubi deyarli hamma joyda, ya'ni sayohatni rejalashtirishda, kvartirani ta'mirlashda, yangi ommaviy axborot vositalarini ochishda, novator-talabalarni shakllantirishda, biznesni ochishda, korporativ identifikatori va logotipini ishlab chiqishda qo'llanilishini hisobga oladigan bo'lsak, bu mavzu dolzarb hisoblanadi.

Fikrlash dizayni - usuli olti bosqichdan iborat: Har bir bosqich ikki qismdan iborat: divergent (lat. *divergere* – tarqalish) – bitta muammoning ko'plab echimlarini “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2021 yil 1/2021 (№ 00051) <http://iqtisodiyot.tsue.uz> 332 izlash va konvergent (lat. *sonvergere* – to'planish) – vazifani hal qilish bo'yicha yo'riqnomadan aniq foydalanish.

**1-bosqich – empatiya.** Insonga yo'naltirilgan dizayn-jarayoni markazi. Empatiya – o'zini boshqa odamning o'rniga qo'yib ko'rish va uning hissiyotlari, xohish-istaklari, g'oyalari va harakatlarini tushunishga harakat qilish. Masalan, mahsulot yoki loyiha kim uchun mo'ljallangan ekanini tushunmasdan uni amalga oshirib bo'lmaydi. Dizayner o'zining emas, boshqa kishilarning muammolarini hal qiladi.

**2-bosqich – fokuslashtirish.** To'g'ri echim topishning yagona usuli – muammoni to'g'ri tushunishdir. Biznes jarayonida fokuslashtirish juda muhim rol o'ynaydi, chunki odamlar hayoti haqida to'plangan axborotlardan kelib chiqib, hal qilish lozim bo'lgan muammoning yorqin ifodasini olishga imkon beradi. Fokuslashtirishning mazmuni – muammo bilan bog'liq bo'lgan savolni to'g'ri ifodalashdir, keyinchalik bu vazifaga aylanishi lozim.

**3-bosqich - g'oyalar ishlab chiqish.** Yaxshi g'oya emas, keng imkoniyatlar muhim. G'oyalar ishlab chiqish bu – g'oyalar va echimlar ishda asosiy e'tibor qaratish lozim rejim. Fikrlash jarayoni borasida bu bosqich turli xildagi konsepsiyalar va muammoning echimi sifatida qo'llanishi mumkin bo'lgan natijalarga tarmoqlashish sifatida ko'rinishga ega bo'ladi.

**4-bosqich – g'oyani tanlash.** To real voqelikka duch kelmaguncha barcha g'oyalar ajoyib bo'lib ko'rinaradi. Rivoj topadigan g'oyalarni aniqlash uchun ularni “elak”dan o'tkazish zarur. G'oyalarni qanday tanlash kerak? - tanlov mezonini ifodalash (eng taassurotli, eng kutilmagan, oqilona). Agar mezonlar soni bir nechta bo'lsa, har bir mezon o'z vazniga ega bo'lishi lozim. Mezonlar g'oyalar ishlab chiqish jarayonida to'plangan innovatsion salohiyatni yo'qotmaslikka imkon beradi. - ovoz berish (ovoz berish xavfi shundan iborat bo'lishi mumkinki, agar 6 kishi – “rozi” va 4 kishi – “qarshi” bo'lsa, shartga rioya qilingan bo'ladi, lekin jamoaning qariyb yarmi ishtiyoqi juda sust bo'ladi). - prototip yaratish. Prototiplar g'oyalarning ish qobiliyatini baholashga imkon beradi.

**5-bosqich – prototiplash.** Oddiy prototip ko'p narsa haqida gapirib beradi. Prototiplash – to'g'ri echim topish uchun yordam beradigan iteratsion maketlar yaratish. Ilk bosqichda prototiplar maksimal darajada oddiy bo'lishi lozim. Test “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 1, yanvar-fevral, 2021 yil 1/2021 (№ 00051) <http://iqtisodiyot.tsue.uz> 333 o'tkazilishi va g'oya tasdiqlanishi bilan prototiplar murakkablashadi va qimmatlashadi. Nimani va



qanday test qilish – prototip yaratish oldidan javob berish lozim bo‘lgan ikkita savol. Bu prototip yaratish va test o‘tkazishni aniq bosqichlarga ajratishga yordam beradi.

**6-bosqich - test o‘tkazish.** Yechim haqida va foydalanuvchi haqida ko‘proq bilib oling. Test o‘tkazish – yaratilgan prototiplar haqida teskari aloqa olishdir. Bu foydalanuvchini tushunishga va uning ustida ishlanayotgan muammoga chuqur kirib borishiga yordam beradi. Zamonaviy boshqaruv tizimi har bir rahbardan fikrlash – dizayniga ega bo‘lishni talab etadi. “General Electric” kompaniyasining sobiq Bosh direktori Djek Uelch shunday fikr bildiradi: “99,9 foiz xizmatchilar doimo bir joyda qotib qoladilar, chunki ular fikrlashni bilmaydilar. Insonlarni fikrlashga majburlab bo‘lmaydi, faqatgina ularga fikrlash uchun sharoit yaratib berish lozim. Quyida dizayn-fikrlash texnologiyasidan foydalangan holda muvaffaqiyatga erishgan kompaniyalar ma’lumot keltiramiz:

- General Electric: 2003 yilda dizayn-fikrlash texnologiyasini joriy etgach, o‘z daromadini 30% ga oshishiga erishdi;

- Philips Lighting: dizayn-fikrlash kompaniyani jahon bozoriga chiqish imkonini berdi.

- Airbnb: dizayn-fikrlash texnologiyasini joriy etish orqali oddiygina startap uy-joy izlash va uylarni ijaraga berishga ixtisoslashgan yirik portallardan biriga aylandi. Kompaniya xodimlari foydalanuvchi tajribasini o‘rganib chiqib, saytda juda past sifatli kvartiralar fotosuratlarini borligini bilishgach, professional fotografga murojaat qilishga qaror qilindi va muvaffaqiyat qozonishdi.

Xulosa qiladigan bo‘lsak, fikrlash-dizaynning ijobiy jihatlari quyidagilardan iborat:

1. Muammolar fanlararo yondashuv orqali hal qilinadi. Bu esa amaliyot va tajriba orqali insonlarning turli qiziqishi va qobiliyatlarini hisobga olish imkonini beradi.

2. Dizayn-fikrlash – bu avvalo ijodkorlik, doimiy harakat va tajriba usuli qo‘llab-quvvatlanadi.

3. Dizayn-fikrlashda ham strategiya mavjud, ammo u muammolarning butunlay yangi ko‘rinishini o‘z ichiga oladi. Dizayn-fikrlashning asosiy qismi odatiy dogmalardan qochib, noodatiy, yangi uslublarni izlashni taqozo etadi. Umuman olganda, dunyoning yirik kompaniyalari Healthcare, Procter & Gamble i Philips Electronics, IBM, General Electric, Toyota, Samsung, LG kabilar allaqachon boshqaruv jarayonini tashkil etish va mahsulot ishlab chiqarishda fikrlashdizaynidan samarali foydalanib kelmoqdalar.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O‘zbekiston strategiyasi. – Toshkent.: O‘zbekiston. 2021. –B. 238
2. Абдуллаева М. Креатив иқтисодиёт: мазмуни ва ривожланиш муаммолари / BIZNES-Эксперт. 2015. № 5 (89), <http://biznes-daily.uz/ru/birjaexpert/30506-krativiqtisodiyot#7s8d6f87>.
3. Хотамов И., Жўраева М, Ғайратов А. Бизнес жараёнларини бошқаришда фикрлаш дизайнининг хусусиятлари // «ЎЗСТАНДАРТ» агентлиги илмий-техника журнали. 2017., №1, - 45-47 б. 2 3. Браун Тим. Дизайн-Мышление в бизнесе. ЛитагентМИФ, 2018. 128 с
4. Amabile, T.M. The social psychology of creativity / T.M. Amabile. – New York: Springer, 1983. – 390 p.
5. Antonites, A.J. An Action Learning Approach to Entrepreneurial Creativity, Innovation and Opportunity Finding / A. J. Antonites. – University of Pretoria, 2003. – 486 p.
6. Csikszentmihalyi, M. Flow: the psychology of optimal experience / Mihaly Csikszentmihalyi.— HARPER & ROW, PUBLISHERS, New York, 1990. – 314 p.
7. Creativity: A Handbook for Teachers. – Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2007. – 586 p.
8. G.S.Narzullayeva “Kreativ fikrlash” o‘quv qo‘llanma - Buxoro.: “Durdona” nashr, 2022. - 210 b.