



## **РЕСТОРАН ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ - АҲОЛИ ТУРМУШ СИФАТИНИ ОШИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИДАН БИРИ СИФАТИДА**

**Ибодов Камолиддин Маматкулович**

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, доцент, Самарқанд, Ўзбекистон.* [kamail\\_uz@mail.ru](mailto:kamail_uz@mail.ru) <https://orcid.org/0000-0001-6554-2087>

**DOI:** [https://doi.org/10.55439/EIT/vol11\\_iss5/a40](https://doi.org/10.55439/EIT/vol11_iss5/a40)

### **Аннотация**

Мақолада мамлакатимизда аҳоли турмуш даражаси сифатини ошириш, хизмат кўрсатиш соҳалари, жумладан ресторан бизнесини сифат жиҳатдан ривожлантиришнинг уйдан ташқарида овқатланиш билан боғлиқ сарфларининг ортиб боришини рағбатлантириши, бу борада аҳоли турмуш сифатини ошириш йўналишларидан бири сифатида ресторан хизматларини ривожлантириш масалалари ёритилган.

**Калит сўзлар:** умумий овқатланиш, истеъмол таомиллари, сервис ландшафти, ресторан хизматлари, таом рецептураси, ўртача чек миқдори.

### **РАЗВИТИЕ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ – КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ**

**Ибодов Камолиддин Маматкулович**

*Самарқандский институт экономики и сервиса, доцент, Самарқанд, Узбекистан*

### **Абстрактный**

В статье рассмотрены вопросы повышения качества жизни населения, качественного развития сферы услуг, в том числе ресторанного бизнеса. Обоснованы развития ресторанных услуг как индикатор повышения качества жизни населения и стимул роста расходов связанных с питанием вне дома.

**Ключевые слова:** общественное питание, потребительское предпочтение, сервисный ландшафт, ресторанные услуги, рецептура блюд, средний чек.

### **DEVELOPMENT OF RESTAURANT SERVICES AS ONE OF THE DIRECTIONS FOR IMPROVING THE QUALITY OF LIFE OF POPULATION**

**Kamoliddin Mamatkulovich Ibodov**

*Samarkand institute of economics and service PhD, Uzbekistan, Samarkand*

### **Abstract**

The article deals with the issues of improving the quality of life of the population, the qualitative development of the service sector, including the restaurant business. The development of restaurant services is substantiated as an indicator of improving the quality of life of the population and a stimulus for the growth of expenses associated with eating out.

**Keywords:** public catering, consumer preference, servicecape, restaurant services, recipes, average check.

### **Кириш**

Аҳоли турмуш даражаси ва фаровонлигининг ошишида ривожланишида ташқи муҳит омиллари билан бир қаторда, сифатли овқатланишнинг ҳам ўрни беқиёсдир. Шу билан бирга овқатланиш физиологик эҳтиёжларни қондириш жараёни сифатида аҳолининг ёши, жинси, фаолият тури ва саломатлиги, ишлаш қобилиятига ҳам ижобий таъсир кўрсатади. Шу билан бирга озиқ-овқат ва турли неъматлардан тайёрланган таом ва ичимликлар инсоннинг жисмоний фаолиятининг асосий ресурс манбаи бўлиб, аввало, моддий маҳсулотлар истеъмоли, иккинчи томондан эса аҳолининг меҳнат қобилияти ёки ишчи кучининг тикланиши рўй беради, унинг ҳам жисмоний ҳам маънавий камолотида муҳим аҳамият касб этади.

Умумий овқатланиш соҳаси бир томондан уй хўжалигида таом тайёрлаш билан боғлиқ вақт ресурсларини тежаш, озиқ-овқат маҳсулотларидан оқилона фойдаланиш, аҳолининг тўйимли ва умумий рациондаги овқатланишини ташкил қилиш имконини берса, иккинчи томондан уйдан ташқарида овқатланишни ташкил этиш асосида кишиларнинг дам олиш ва хордиқ чиқариш имкониятларини ҳам кенгайтиради. Ўзбекистон Республикасида аҳоли турмуш даражаси сифатини ошириш, хизмат кўрсатиш соҳалари, жумладан ресторан бизнесини сифат жиҳатдан ривожлантириш, соҳанинг моддий-техника базасини инновацион технологиялар асосида мустақамлаш рақобатбардошлигини ошириш борасида кенг қамровли ислохотлар амалга оширилмоқда. Бу борада “...хизмат кўрсатиш соҳасини жадал ривожлантириш,... кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш” [1 чоралари кўрилмоқда. Шу боисдан ҳам умумий овқатланиш соҳаси субъектлари кишиларнинг нафақат физиологик эҳтиёжларини қондиришга, балки маданий, ишбилармонлик ва оилавий тадбирларни ўтказиш билан боғлиқ ижтимоий эҳтиёжларни ҳам қондиришга хизмат қилади.

### **Мавзу бўйича адабиётлар таҳлили**

Риллиан Рамадхония тадқиқотларида истеъмолчилар нуқтаи назаридан баҳоланиб самарали маркетинг комплекси ишлаб чиқиш, шу асосда савдо корхонасининг маркетинг стратегиясини такомиллаштириш масалалари ёритилган [2].

Октавина Диа Пуспита илмий ишларида ресторанларда сервис ландшафти масалаларига алоҳида урғу берилган ҳолда тематик мавзудаги ресторан хизматларини ташкил этиш, хизмат турларини индивидуаллаштириш асосида миллий ресторанларни очиш (япон услуби)га алоҳида эътибор қаратилган [3].

Ўзбекистонлик олимлардан Б.А.Абдукаримовнинг илмий асарларида ички савдонинг асосий бўғини ҳисобланган савдо умумий овқатланиш соҳаларида самарадорлик, муомала харажатлари ва уларни оптималлаштиришга алоҳида қаратилган [4].

Т.С.Шариповнинг илмий изланишларида умумий овқатланиш соҳаси субъектларида самарадорликни оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш масалалари миллий хусусиятларимиздан келиб чиққан ҳолда тадқиқ этилиши лозимлиги илгари сурилган ва кўрсатиладиган хизматлар аҳолининг миллий хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда таснифланган [5].

С.Сафоевнинг илмий изланишлари ресторанларда ресторан хизматлари сифатини бошқаришга қаратилган[6].

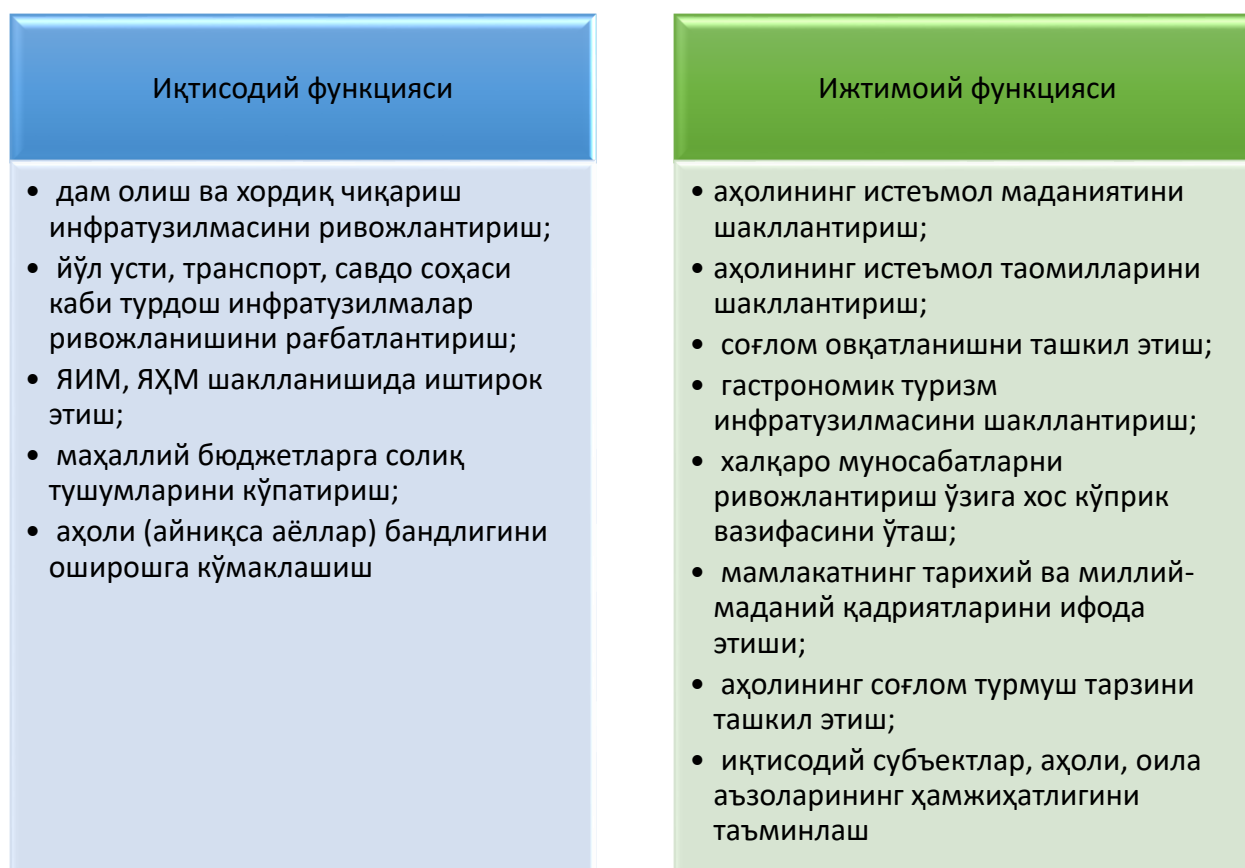
Муаллифнинг илмий-услубий ишлари[7, 9, 10, 11]да ҳам ресторан хизматлари соҳасида маркетинг дастурини ишлаб чиқиш, ресторан ресурслари ва бозор имкониятларининг оптимал уйғунлашувини таъминлаш асосида рақобат устунлиги таъминлашга қаратилган рақобат стратегиясини такомиллаштириш масалалари тадқиқ қилинган.

**Тадқиқот методикаси.** Тадқиқот давомида индукция ва дедукция, ўртача миқдорлар, гуруҳлаш, ижтимоий сўров, анкета, мантиқий таҳлил, усуллардан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган. Тадқиқот методологияси мижознинг таом рецептурасида белгиланган хизмат даражасидан четланган ҳолда буюртма бериши турдаги моддий нафлиликни яратиши, шу асосда аҳоли турмуш сифатини ошириш мумкинлиги ҳақидаги гипотезага асосланган.

**Таҳлил ва натижалар.** Айниқса бозор муносабатларининг кенг қарор топиши ва рақобат курашининг кучайиши бориши умумий овқатланиш соҳаси субъектлари томонидан мижозларни жалб этиш, бизнесда муваффақиятга эришиш ва рақобатбардошликни таъминлашда кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошириш, хизмат кўрсатиш жараёнини мижозларнинг хоҳиш-истаклари негизида тубдан такомиллаштиришни тақозо этади.

Ресторан хизматларининг ривожланиши аввало аҳолининг умумий овқатланиш соҳаси субъектлари томонидан кўрсатилаётган хизматлар сифати ва таркибига бўлган талабнинг ортиб бориши, сифат тамойилларига кўра мижозлар талаби ва эҳтиёжининг индивидуллашуви билан изоҳланади. Бошқа томондан умумий овқатланиш тармоғининг сифат жиҳатдан юқори суръатларда ривожланиб бориши ва ишлаб чиқаришни натижадор шакллар асосида ташкил қилиниши, истеъмолнинг нафлилик даражасини ошириш ҳисобига таом рецептурасида белгиланган хизмат даражасидан четланган ҳолда буюртма бериши негизида таом тайёрлашни индивидуаллаштириш ва қўшимча қиймат ҳажмини оширишга бўлган истеъмол таомилларининг шаклланиши кучайиб бормоқда. Ресторан хизматларининг ривожланиш тенденцияларидан бири миллий ошхоналарнинг кўпайиб бориши, ресторан сервисининг такомиллашуви, “тез ва оммабоп” услубидаги арзон, тез хизмат кўрсатувчи ва бетакрор сервис ландшафтига эга ресторанлар тармоғини барча аҳоли қатламлари учун хизматлар таклиф қилиши билан ҳам изоҳланади. Хизматлар соҳасининг ажралмас қисми сифатида ресторан хизматлари ҳам ўзига хос иқтисодий ва ижтимоий функцияларга эга(1-расм).

Мамлакатимизда аҳолининг турмуш даражасининг ортиб бориши билан умумий овқатланиш соҳасининг ҳам ривожланиш суръати ортиб бормоқда. Бунинг яққол далили сифатида сўнгги 10 йил мобайнида аҳоли истеъмол сарфлари таркибида ўйдан ташқарида овқатланиш билан боғлиқ сарфларнинг ва ҳар 1000 кишига тўғри келадиган овқатланиш корхоналари сонининг ортишини кўрсатишимиз мумкин.



**1-расм. Ресторан хизматлари соҳасининг ижтимоий-иқтисодий функциялари**  
Манба. Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Статистик маълумотларга кўра республикада аҳоли реал даромадларининг миқдори ҳам йилдан-йилга ошиб бормоқда. Республикада ҳудудлар бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, аҳоли жон бошига ихтиёридаги умумий даромадлар Тошкент шаҳри (5190,2 минг сўм) ҳамда Навоий (4301,0 минг сўм), Бухоро (2929,1 минг сўм), Тошкент (2890,9 минг сўм) ва Хоразм (2646,6 минг сўм) вилоятларида ўртача республика даражасидан юқори кўрсаткични ташкил этди. Энг паст кўрсаткичлар эса Наманган (1785,3 минг сўм), Фарғона (1863,5 минг сўм) ва Сурхондарё (1929,0 минг сўм) вилоятларида кузатилган. Бу борада умумий даромадларнинг энг юқори реал ўсиш

**1-жадвал**

**Ўзбекистон Республикасида аҳоли жон бошига тўғи келадиган истеъмол сарфлари ва ресторанлар сони динамикаси**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Истеъмол сарфлар таркибининг ўзгариши	47,2/52,8	47,1/52,9	44/56	43/57	42,8/57,2	42,7/57,3
1000 кишига тўғри келадиган умумий овқатланиш корхоналари сонининг ўзгариши	2,28	2,70	3,37	3,63	3,66	4,02

Манба: Муаллиф томонидан тадқиқот жараёнида ҳисоблаб чиқилган.

суръати Хоразм вилоятида 113,6 %, Самарқанд вилоятида 113,2 %, Қорақалпоғистон Республикасида 112,1 %, Жиззах вилоятида 111,1 %, Андижон вилоятида 110,8 %,

Бухоро вилоятида 110,6 %, Наманган 110,6 % ва Қашқадарё вилоятида 110,6 % ни ташкил этган[7]. Бундан кўриниб турибдики, аҳоли ихтиёридаги умумий даромадларининг реал ўсиш суръати ўртача республика даражасидан юқори кўрсаткични ташкил этади. Бу ҳолат ўз навбатида овқатланиш билан боғлиқ замонавий хизматлар кўрсатиш инфратузилмасининг ривожланиши, оқилона овқатланишни ташкил этиш, умумий овқатланиш соҳасининг стратегик тармоқлардан бири сифатида ресторан хизматлари соҳасига трансформациялашувини таъминлаш асосида замонавий ресторан хизматларини ташкил этиш ва кўрсатиш бугунги кун талабига айланишига тўртки беради десак муболаға бўлмайди.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлашимиз жоизки, аҳоли турмуш даражаси кўрсаткичлари ўртача даражадан паст бўлишига қарамасдан, мамлакатимизда ресторан ва кафе типигаги овқатланиш субъектларида нарх даражаси сезиларли даражада юқори ва аксарият аҳолининг ўртачадан юқори даромадга эга тоифаси учун мўлжалланган. Шу билан бирга маҳаллий кафе, миллий ошхоналар ҳам мавжудки, уларда ўртача чек миқдори пастроқ. Республикаимизнинг энг йирик ҳисобланган Тошкент, Самарқанд шаҳарларида кундалик ҳаётда энг кўп учрайдиган овқатланиш билан боғлиқ хизматларнинг ўртача харид нархи қуйидагича

## 2-жадвал

### Тошкент, Самарқанд шаҳарларида овқатланиш билан боғлиқ айрим хизматларнинг ўртача харид нархи

Хизмат турлари	Ўртача нархи
Ўртача нарх сегментидаги ресторандаги тушлик	62 700,0
Фаст-фуд ресторани (Макдональдс ёки шунга ўхшаш)	29 900,0
Миллий ошхоналардаги тушлик	34 200,0
Салқин ичимликлар (Coca-Cola/Pepsi (0,5 л))	6 840,0
Оддий кафелардаги тушлик	18000,0 -23000,0
Чой, кофе	2000,0 – 5300,0

Манба: Муаллиф томонидан тадқиқот жараёнида ҳисоблаб чиқилган.

Мамлакатимиз аҳолисининг аксарияти таом тайёрлаш ва унинг истеъмолини уй шароитида ташкил қилишни маъқул кўришади. Бу сезиларли даражада тежамкор йўналиш ҳисобланади, чунки маҳаллий аҳоли томонидан ўз томорқасида етиштирилган ёки деҳқон бозорларидан харид қилинган озиқ-овқат маҳсулотлари нисбатан арзон, чегирмалар орқали сотиб олиш имконияти ҳам катта. Шунга кўра айниқса қишлоқ жойларда овқатланишни уй шароитида ташкил қилиш тежамкор ҳисобланади. Буни 3-жадвалда келтирилган маълумотлардан ҳам кўришимиз мумкин:

**3-жадвал**

**Тошкент, Самарқанд шаҳарларида кундалик ҳаётда энг кўп ишлатиладиган айрим озиқ-овқат маҳсулотларининг ўртача бозор нархи таҳлили**

Озиқ-овқат маҳсулотлари	Ўртача нархи
Ўсимлик мойи (1 кг)	20240,0
Ун маҳсулотлари	11 318,0
Нон (1 дона)	2000,0-4200,0
Гуруч, (1 кг)	16416,0
Колбаса (1 кг)	54364,0
Мол гўшти (1 кг)	83676,0
Пишлоқ (1 кг)	71136,0
Пиёз (1 кг)	4674,0
Сабзи (1 кг)	2740,0
Помидор (1 кг)	21 696,0
Банан (1 кг)	19722,0
Бодринг (1 кг)	7800,0
Ичимлик суви, бут. (1,5 л)	3534,0
Сут, (1 л)	11628,0

*Манба: Муаллиф томонидан тадқиқот жараёнида ҳисоблаб чиқилган.*

Ушбу жадвал маълумотлари асосида таом рецептураси бўйича ўзимиз учун тушлик ёки кечки овқат таннариhini ҳисоблаб чиқишимиз ҳам мумкин. Масалан № 480-рецептура бўйича палов (ўзбек миллий таоми) калькуляциясини кўриб чиқамиз[8]. Ҳисоблаш ишлари барча турдаги оммавий овқатланиш корхоналари, корхона, ташкилот ҳамда таълим муассасаларининг ошхоналари учун мўлжалланган меъёр бўйича амалга оширилган (4-жадвал).

**4-жадвал**

**№ 480-рецептура бўйича палов (ўзбек миллий таоми)нинг жорий бозор нархларидаги калькуляцияси[4]**

Маҳсулот номлари			нархи, кг/сўм	1 порция учун сарфлан- ган маҳсу- лот, сўм	5 порция учун сарфлан- ган маҳсу- лот, сўм	Бир порция нархи, сўм
	нетто	брутто				
Мол гўшти (сон ва биқин)	162	119	83676	13555,5	67777,5	
Гуруч	67	67	16416	1099,8	5499,4	
Пахта ёғи	15	15	20240	303,6	1518,0	
Пиёз	18	15	4674	84,1	420,6	
Сабзи	19	15	2740	52,1	260,3	
<b>Жами</b>	<b>281</b>	<b>231</b>		<b>15095,2</b>	<b>75475,9</b>	<b>15095,2</b>
<i>Савдо устамаси, 52%</i>					114723,3	
<i>Хизмат ҳақи, 10,0%</i>					126195,7	
<b>Ҳаммаси</b>					<b>126195,7</b>	<b>25239,1</b>
<b>Гўштининг массаси</b>		<b>75</b>				
<b>Гуручли гарнир массаси</b>		<b>200</b>				
<b>Тайёр маҳсулотнинг массаси</b>		<b>275</b>				

*Манба: Муаллиф томонидан тадқиқот жараёнида ҳисоблаб чиқилган.*

Таҳлиллар шуни кўрсатадики, уй шароитида тайёрланган ва ресторанларда тайёрланган таомлар ўртасидаги нарх тафовути +67,2% га тенг экан. Ресторанларда тайёрланган таомларнинг нарх тафовути аввало истеъмолнинг нафлилик даражасини ошириши мақсадида таом рецептурасида белгиланган хизмат даражасидан четланган ҳолда буюртма бериши негизида хизмат кўрсатишни индивидуаллаштириш ва қўшимча қиймат ҳажмини ошириши кузда тутилганлиги ҳисобига шаклланади десак муболаға бўлмайди. Шунга кўра мамлакатимизда юзага келган ижтимоий-иқтисодий вазиятда аксарият аҳолининг арзон кафе, фастфуд, стритфудларга, оммавий ресторанларга ташриф буюришининг кўпайиб боришини ҳар томонлама рағбатлантириш мақсадга мувофиқ.

### **Хулоса**

Хулоса сифатида қуйидаги тавсияларни беришимиз мумкин:

Мамлакатимизда аҳолининг пул даромадлари ва иқтисодий фаоллиги ортиши кузатилиши, келгусида истеъмолчиларнинг уйдан ташқарида овқатланиш билан боғлиқ сарфларининг ортишига, киши бошига тўғри келадиган ўртача чек миқдорининг пасайишига, тармоқли ресторанлар сонининг ортиши, аҳолининг арзон кафе, фастфуд, стритфудларга, оммавий ресторанларга ташриф буюришининг кўпайиб бориши кутилади;

Истеъмол таомилларининг ўзгариб бориш фонида 120 дан ортиқ миллат ва элатлар яшовчи мамлакатимизда истеъмол жараёнидаги инновациялар миллий ошхоналарнинг оммалашуви (кавказ, рус, хитой, корейс, уйғур ошхоналари ва шу кабилар) кузатилмоқда. Бу эса аҳолининг ресторан хизматларига бўлган талабининг ўсишига олиб келади;

Ресторанларда таом рецептурасида белгиланган хизмат даражасидан четланган ҳолда буюртма бериши негизида хизмат кўрсатишни индивидуаллаштириш имкониятининг кенгайиб бориши билан аҳолининг овқатланиш жараёнини хордиқ чиқариш билан боғлиқ маданий, ишбилармонлик, оилавий ва байрам тадбирларини қамраб олган ҳолда амалга ошириши янги турдаги моддий нафлиликни яратиш имконини беради;

Аҳолига овқатланиш билан боғлиқ хизматлар кўрсатиш сифатини ошириб бориш асосида ушбу соҳани ресторан хизматлари соҳасига трансформациялашувини таъминлаш.

Мазкур таклифлар келгусида ресторан хизматлари соҳасининг аҳоли турмуш сифатини оширишнинг муҳим йўналишларидан бирига айланишига имкон беради.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Насыров, Б. У. Система общественного питания в Узбекистане: состояние и противоречивое развитие (1920–1980 годы) / Б. У. Насыров. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2013. — № 12 (59). — С. 747-750.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони.

3. Rillyan Nur Ramadhania, Atik Aprianingsihb. Marketing Strategies to Enhanceattractiveness of Shopping Mallscase Study: Mall Ratu Indah Makassar. Asia Pacific

Journal of Advanced Business and Social Studies (APJABSS). 2017, Volume: 3, Issue: 1. pp 101-112.

4. Oktavina Diah Puspita. Physical Evidence of Small Theme Restaurant in Indonesia: A Case Study of Ramen House. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 169 (2015) 289 – 295

5. Б.А.Абдукаримов ва бошқ. Ички савдо иқтисодиёти. Ўқув қўлланма - Т.: ИҚТИСОД ВА МОЛИЯ - Т, 2014. - 320 с.

6. Т.С.Шарипов. Умумий овқатланиш корхоналари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Самарқанд вилояти мисолида) и.ф.н дисс.автореферат: 08.00.05 / Шарипов Тўлқин Саидахмедович. -С.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2010.- 25 б.

7. С.Р.Сафоева. Иқтисодни модернизациялаш шароитида ресторан хизматлари сифатини бошқариш. (Тошкент шаҳар ресторанлари мисолида) и.ф.н дисс.автореферат: 08.00.13 / Т.: Тошкент давлат иқтисодиёт университети, 2009.– 26 б.

8. К.М.Ибодов. Ресторан хизматлари соҳаси рақобатбардошлигини ошириш механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) дисс.автореферат: 08.00.05: 08.00.11/Ибодов Камолиддин Маматқулович. - 08.00.05:08.00.11. С.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2022. – 52 б.

9. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. Санкт-Петербург: ПРОФИКС, 2003.

10. Ибодов, К. (2023). Истеъмол таомиллари ўзгариши муҳитида ресторан хизматлари соҳасида мижозларнинг истеъмол қимматдорлигини тадқиқ этиш. *“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали, 2023 (2)*.

11. Ибодов, К. (2023). Хизмат кўрсатишнинг самарали ташкилий-технологик шакллари негизида ресторан хизматлари рақобатбардошлигини ошириш масалалари. *IQTISODIYOT va TA'LIM*, 24(1), 517–521. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/987>.

12. Restoran ishida marketing. Darslik. Toshkent. Т :; “IQTISOD-MOLIYA”, 2021. – 464 б.

13. Сиддиқов, А. (2023). Умумий овқатланиш соҳасини ривожлантириш стратегиясини амалга ошириш механизми. *Iqtisodiyot Va ta'lim*, 24(1), 306–311. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/953>.

14. Сиддиқов А. А. Умумий овқатланиш соҳасида нархларни эконометрик моделлаштириш услубиятини такомиллаштириш //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – С. 21-24.

15. Кутаева, Т.Н., Кутаева Е.А. Общественное питание в сфере потребительских услуг/ Т.Н. Кутаева, Е.А. Кутаева // Вестник НГИЭИ – 2013. – № 3 (22) – С. 114-125.