

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye->

%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B

Тип работы: ВКР (Выпускная квалификационная работа)

Предмет: Логистика

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ СИСТЕМОЙ ЗАКУПОК В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ 5

1.1 Сущность и основные задачи закупочной логистики 5

1.2 Задача выбора и расчет рейтинга поставщика 14

1.3 Логистическое управление товарными запасами 21

2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АШАН» 25

2.1 Общая характеристика и основные экономические показатели деятельности торговой компании 25

2.2 Взаимодействие торгового представителя с логистическими центрами 33

2.3 Совершенствование механизма функционирования логистики закупок в торговой компании 44

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 61

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 63

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Каждая современная компания, будь-то розничный магазин или холдинг, стремится построить эффективную логистическую систему, которая помогает минимизировать издержки и повысить уровень конкурентоспособности. Такая система строится исходя из стратегических целей компании, и решает задачи, связанные с оптимизацией ее функционирования. Логистическая система разрешает внутренние вопросы организации, связанные с материальными потоками, а также со сбалансированием всех затрат и сокращением времени доставки. В наше время понятие логистика и применение ее знаний стало широко использоваться в различных сферах экономической деятельности предприятий (с 60-70-х годов), в т.ч. при осуществлении процесса закупки сырья или продукции. В научной отечественной и зарубежной литературе существует несколько общих определений закупочной логистики, одно из которых трактуется следующим образом: Закупочная логистика – это процесс в экономической деятельности предприятия, в рамках которого решается проблема разработки и внедрения комплексной системы управления материальными и информационными потоками на производстве, транспорте, распределении для полного и своевременного удовлетворения спроса.

Изучая современное состояние мировой теории и практики в области закупочной логистики, в том числе труды таких ученых и практиков, как T.J. Boser, T.Milič, J. Kidd, Frank-Jurgen, X. Li, Adam Koliński, Paul Myerson, Malik Shawal, K. Sivakumar, S. Roy, W. Winston, Wann Wu, M. Zineldin и других, мы можем утверждать, что логистика является одной из сфер, которая по-прежнему имеет потенциал для совершенствования и повышения производительности. В логистических процессах имеются многочисленные неиспользуемые возможности с точки зрения снижения затрат и качества обслуживания.

Очевидно, что миссия управления логистикой заключается в планировании и координации всех видов деятельности, необходимых для достижения желаемого уровня предоставляемых услуг и качества при минимально возможных затратах. Поэтому логистика должна рассматриваться как связь между рынком потребителей и базой предложения со стороны производителей. Сфера логистики включает в себя организацию процесса от закупки сырья и материалов до поставки конечного продукта. Главная цель логистической деятельности – доставлять клиентам необходимые материалы в нужное место точно в срок. Основной задачей логистики закупок является удовлетворение потребностей компании (производства) в продукции (материалах) с максимально возможной экономической эффективностью.

Цель исследования – изучить и проанализировать совершенствование логистического управления закупочной деятельностью на примере ООО Ашан (Гипермаркет АШАН Гагаринский (Москва)).

Задачи исследования:

- 1) изучить логистический подход к управлению системой закупок в торговых сетях;
- 2) совершить организационно-экономический анализ функционирования торгового предприятия ООО «АШАН»;
- 3) предложить мероприятия по совершенствованию механизма функционирования логистики закупок в торговой компании.

Объект исследования - Гипермаркет ООО «АШАН» г. Москва.

Предмет исследования – совершенствование логистического управления закупочной деятельностью.

Работа по структуре состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

1 ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ СИСТЕМОЙ ЗАКУПОК В ТОРГОВЫХ СЕТЯХ

1.1 Сущность и основные задачи закупочной логистики

Закупочная логистика предназначена для того, чтобы упорядочивать схему закупок, учёта, хранения и выдачи сырья на линии производства. Всё это необходимо для оптимизации деятельности организации и увеличения её прибыли.

Процесс закупочной логистики – это обеспечение предприятия необходимыми услугами и продуктами, включающее в себя все связанные друг с другом виды деятельности по управлению закупками и поставщиками. Закупочная логистика ставит перед собой основную цель – максимально выгодно, с финансовой точки зрения, удовлетворять потребности предприятия в ресурсах. Чтобы поддерживать запасы сырья и материалов на достаточном уровне, нужно вкладывать немалые средства в их содержание и транспортировку. В связи с этим цены на продукцию могут расти. Это, в свою очередь, подталкивает потребителей к поиску торговых точек с более доступными расценками. Поддержание запасов ресурсов на оптимальном уровне при допустимых издержках удастся лишь в том случае, если компания постоянно будет повышать качество работы всех звеньев в цепочке поставок.

Проанализируем способы этого достижения. Усилить логистическую интеграцию и координацию взаимодействия компании с внешними партнёрами, а также между разными её отделами. Если закупочная логистика выстроена грамотно, то компания без проблем приобретает необходимые ресурсы, приносящие ей максимальный доход. Вместе с тем сокращаются затраты на ведение закупочной деятельности, в которую входит стоимость покупки сырья и материалов, а также расходы на транспортировку, хранение и обработку входных потоков продукции.

Принципы, на которых строится организация закупочной логистики :

- Плановёрность. То есть товары нужно завозить в соответствии с предварительно разработанными графиками заказа.
- Ритмичность. Продукция завозится через примерно одинаковые временные отрезки, что способствует формированию оптимальных условий для работы компаний, ведущих оптовую и розничную торговую деятельность, а также для складов, транспортных средств и иных звеньев в цепочке поставок.
- Оперативность. Товары поставляются в соответствии с изменением спроса на них.
- Экономичность. Доставка товаров должна производиться с минимальными затратами рабочего времени, материальных ресурсов и финансов. Достичь экономичности можно, если эффективно использовать транспортные средства, механизировать погрузочно-разгрузочные работы и установить наиболее рациональную звенность цепочки поставок.
- Централизация. Потребители снабжаются товарами благодаря усилиям и средствам поставщиков.
- Технологичность. Применение современных технологий закупок и поставок.

Цели и задачи закупочной логистики на торговом предприятии:

- Закупка необходимого товара. Это первая цель закупочной логистики. У ретейлеров должна быть полная уверенность в том, что товарный ассортимент, который они формируют, в полной мере отвечает требованиям и предпочтениям целевой аудитории. То есть ретейлеры обязаны понимать, что нужно покупателям, быть в курсе тенденций их поведения, знать, какие перемены произошли в мире и подготавливать почву на рынке к появлению новых инфопродуктов. Конечно, достичь того, чтобы каждый посетитель торговой точки мог купить в ней всё, что пожелает, нельзя. Однако удовлетворить потребности своей целевой аудитории, то есть, категории покупателей, обеспечивающей 80% продаж, реально. Закупка товара в правильное время. Необходимость в разных товарах возникает в разное время. Продавец должен уметь управлять запасами своей продукции так, чтобы его ассортимент в любой момент мог удовлетворять запросы целевой аудитории.

Закупка товара в нужном количестве. Ещё одна цель закупочной логистики. Специалисты по закупкам обязаны управлять объёмом продукции, приобретаемым их предприятием. Покупателя всегда очень огорчает, если нужные ему товары в магазине закончились. Однако формировать слишком большие их запасы в магазине для торговой компании очень неэффективно, и на это есть причины. Товарные излишки не только замораживают вложенные в них средства, но и занимают торговую площадь, где можно было бы разместить продукцию, которую покупатели разбирают быстрее. Излишки товаров могут привести к тому, что компания вынуждена будет понижать цены, чтобы быстрее продать их. Из-за этого, в свою очередь, прибыль ретейлера сократится.

Закупка товара для нужного места. Масштабные торговые сети реализуют продукцию не только на разных в географическом отношении территориях, но и в разноформатных магазинах, торговых центрах и точках. Каждая торговая точка обладает своими неповторимыми особенностями: площадь, расположение в городе, поток покупателей. В каждой торговой точке товары должны быть представлены в особом ассортименте, соответствующем её особенностям. Именно поэтому специалисты по закупкам обязаны знать, где будет реализовываться продукция, которую они заказывают. На их решения также влияют особенности транспортной и складской логистики (к примеру, как будут поставляться товары – сразу в магазин или через распределительный склад торговой сети).

Закупка товара по нужной цене. В своей деятельности специалист по закупкам преследует важную цель закупочной логистики. Она заключается в достижении соглашения с поставщиком о «необходимой» стоимости товара. В данном случае для обоснования цены закупщик должен определить, какую долю выручка от реализации данной продукции составляет в общей прибыли предприятия. Для торговца может быть выгодно устанавливать минимальную наценку на востребованные покупателями продукты и более высокую – на товары, продажа которых ведётся медленнее. Размер дохода, который торговое предприятие получит от реализации определённой продукции, зависит от того, как друг с другом соотносятся её закупочная и продажная цена. Сумма общей прибыли определяется объёмом продаж всех товаров и средней торговой наценкой для реализованного ассортимента. Следует подчеркнуть, что объём продаж зависит от уровня тарифов, который представители целевой аудитории должны оценивать как приемлемый. То есть, ценообразование – это важный и сложный для закупщиков торговой компании вопрос. Этот механизм координирует материально-технический ресурс потока между потребителями и поставщиками, целью которого является гарантированная и надёжная поставка материалов, товаров и услуг. Главной задачей логистики снабжения являются:

- заключение договоров и организация доставки;
- тесное взаимодействие с поставщиками;
- изучение их запросов, формирование взаимовыгодных отношений;
- приобретение нужных материалов, товаров и услуг хорошего качества и заявленного количества с гарантией доставки в указанное место;
- согласование цены на материалы;
- управление процессом снабжения.

Финансовый успех предприятия зависит от того, насколько правильный выбор был сделан в процессе закупок материалов, товаров, услуг и насколько они соответствуют потребностям данной компании.[32] На рисунке 1 показана закупочная логистика.

Рисунок 1 – закупочная логистика

Для этого необходимо рассмотреть наиболее характерные задачи, содействующие рационализации системы закупок. Основные задачи, которые решает закупочная логистика:

- определение предмета закупок. Задача решается вместе с производственным отделом и инженерной службой предприятия. При этом выявляется потребность в сырье и материалах, также их качественные и эксплуатационные характеристики и параметры спецификации. Затем, полученная информация поступает в отдел снабжения (закупок).
- выбор поставщика. Требуется тщательного анализа рынка интересующей фирму продукции, уже имеющихся и потенциальных поставщиков и предпочтений наиболее перспективных и эффективных из них.
- определение объема закупок. Объем закупок устанавливается согласованно с другими отделами (финансовым, производственным, складским, бухгалтерией). Совместно с производственным отделом устанавливается необходимое количество материальных ресурсов. Далее проверяется наличие товара на складе (в том случае, если склад находится в ведении отдела снабжения).

- условия закупок. Условия закупок согласуются с поставщиками, которые уже предложили свои варианты, а так же с отделом снабжения. Решение данного вопроса означает, что будут определены такие параметры, как цена, условия оплаты и доставки, сроки и т. д.

Закупочная деятельность является основополагающим элементом интегрированной логистической системы предприятия. С нее начинается запуск всей системы товародвижения в действие. От того, насколько грамотно сработает служба закупа на этом этапе, зависит успех коммерческой деятельности предприятия в целом. Сегодня, когда потребительский рынок насыщен разнообразными товарами и практически нет дефицита, многое зависит от умения торгового предприятия эффективно вести закупочную деятельность и получать соответствующую прибыль. Сегодня купить можно все, продавцов товаров большое количество, они наперебой предлагают свои товары и услуги. Рынок продавца в нашей стране окончательно заменился рынком покупателя, и, если в наличии нет какой-либо позиции товара, значит, виноват сам закупщик, он просчитался, произвел закуп товара в недостаточном количестве, не того ассортимента или с опозданием. Рассмотрим, с какими проблемами сталкиваются торговые предприятия при осуществлении закупа товаров, и попытаемся предложить пути их решения на логистической основе.

Самая актуальная и сложная проблема закупочной деятельности любой торговой компании - это проблема соответствия количества и ассортимента закупаемых товаров потребности в них, т.е. закуп товаров в нужном количестве и нужного ассортимента. Отсутствие в продаже того или иного товара для предприятия торговли означает упущенную прибыль, или так называемые издержки неудовлетворенного спроса, в то время как его избыток приводит к иммобилизации денежных средств, возникновению неходовых и залежалых товаров, их порче, истечению сроков годности и увеличению издержек по их хранению. Для решения этой проблемы необходимо в обязательном порядке осуществлять определение оптимальной потребности в товарах на перспективу (на квартал, на год), а также производить расчет оптимального размера каждой партии закупаемого товара. В логистике ее принято называть оптимальным размером заказа на поставку товара (ОРЗ). Как известно, расчет ОРЗ можно произвести по формуле Вильсона, которая имеет много модификаций, но применение ее в практической деятельности сопряжено с определенными трудностями и ограничениями. Другой единой универсальной методики не существует, поскольку каждая компания в зависимости от рода своей деятельности и вида товара использует свои специфические методики и приемы для расчета оптимального размера заказа и при этом неохотно делится ими. Для решения этой проблемы можно выделить несколько наиболее важных направлений:

- ведение статистики закупок и осуществление подробного анализа продажи товаров за предшествующие периоды;
- регулярный расчет оптимальной потребности в товарах на перспективу (на год, на квартал) и расчет оптимального размера заказа (ОРЗ);
- экспертные оценки вероятности возникновения дефицита, увеличения или снижения потребности по разным группам товаров;
- фиксация и анализ прошлых ошибок в закупе товаров и разработка системы мер, помогающих исключить их повторение;
- статистический учет авральных закупок: когда, какой товар, в каком количестве, на какую сумму, и по какой причине пришлось внепланово купить.
- изучение спроса потребителей, статистика полученных заявок от них, помогающая правильно планировать закупки будущих периодов;
- эффективное управление складскими запасами. Систематический мониторинг, ежедневный или еженедельный контроль текущих запасов, анализ их состояния, выявление неходовых и залежалых товаров, принятие своевременных мер к их ликвидации;
- утверждение норматива минимальных и максимальных запасов товаров на складах, а также применение различных систем и методов управления запасами товаров;
- наличие в ассортименте реализуемой продукции товаров-заменителей, которые можно использовать в случае провалов или ошибок при определении оптимальной потребности в товарах или ОРЗ. Если внезапно закончился какой-то необходимый товар, его при определенных условиях можно временно заменить каким-то другим, аналогичным или похожим.

Следующая очень важная проблема закупочной деятельности - это выбор наиболее выгодного поставщика товаров. В настоящее время для многих торговых компаний основным критерием выбора поставщика является низкая цена. Низкая закупочная стоимость товара позволяет им экономить средства, расходуемые на закупки и увеличивать свою валовую прибыль, поэтому они стремятся закупить товары как можно дешевле. В результате, зачастую компании попадают в ситуацию под названием «ловушка низких цен», так

как снижение цены, если оно не обусловлено реальной рыночной конъюнктурой, может сигнализировать о возможном существовании целого ряда проблем, связанных с товаром. Это может быть достаточно крупная партия или низкое качество, истечение сроков годности, наличие скрытых недостатков, отсутствие у товара необходимого пакета сопроводительных документов и т.д. В связи с этим предложение поставщика на приобретение товара по низкой цене необходимо проанализировать с помощью следующих действий:

- запросить на дешевый товар документы, подтверждающие качество (сертификат качества или декларацию соответствия, паспорт, качественное удостоверение.), ГТД (если товар импортный), дилерское соглашение продавца с производителем и агентский договор, регистрационное удостоверение товара и т.д.
- проверить качество товара в данной партии. До заключения сделки следует проверить качество товара, причем, не по образцам, а путем выезда представителя покупателя на склад поставщика или в порт отгрузки (при необходимости, можно пригласить эксперта);
- выяснить у поставщика причины предложения товаров по низким ценам;
- при поступлении от продавца предложения на приобретение крупной партии товара по низким ценам тщательно проанализировать свою потребность, сопоставить ее с объемом предлагаемой партии, проанализировать имеющиеся товарные запасы, складские мощности, провести исследование конъюнктуры рынка и только после этого принимать окончательное решение о закупе крупной партии товара;
- изучить и проанализировать цены конкурентов на аналогичную продукцию.

Таким образом, осуществляя выбор нового поставщика товаров, помимо цены не следует забывать о других критериях их отбора, в числе которых: качество товара, сроки его годности, комплектность, широта ассортимента, формы оплаты, сроки поставки, наличие необходимой тары и упаковки товара, надежность, удаленность поставщика, его имидж на рынке и т.д.

1.2 Задача выбора и расчет рейтинга поставщика

После того как решена задача «делать или покупать» и предприятие определило, какое сырье и какие материалы необходимо закупать, решают задачу выбора поставщика. Основные этапы решения этой задачи:

Поиск потенциальных поставщиков. При этом могут быть использованы следующие методы:

- конкурсные торги;
- изучение рекламных материалов: фирменных каталогов, объявлений в средствах массовой информации и т.п.;
- посещение выставок и ярмарок;
- письменные переговоры между поставщиком и потребителем.

Наиболее распространенными и эффективными являются: конкурсные торги и переговоры поставщиков с потребителем.

Конкурсные торги (тендеры) — распространенная форма поиска потенциальных поставщиков. Они проводятся в случае закупок сырья, материалов, комплектующих на большую денежную сумму или, планируется наладить долгосрочные связи между поставщиком и потребителем. Конкурсные торги выгодны поставщику, так как он получает представление об условиях работы с потребителем, а также выгодны потребителю, так как он совмещает решение проблем получения требуемого товара и выбор наилучшего во всех отношениях поставщика [26].

Проведение тендера включает следующие этапы:

- реклама;
- разработка тендерной документации, которая инструктирует участников тендера о процедуре торгов, дает описание закупаемых товаров

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникин Б.А. Логистика. Москва: Проспект, 2016. 408 с.
2. Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дэйвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Пер. с англ. М.: ЗАО "Олимп—Бизнес", 2014.
3. Гаджинский А. М. Логистика : учебник. 18-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К, 2010. 484 с.
4. Гаджинский А.М. Практикум по логистике. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014.
5. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика. М. ИД "Дашков и К°", 2014.
6. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. М.: Центр экономики и маркетинга, 2010.

7. Ершова И.В. Предпринимательское право: Учебник / И.В. Ершова, Т.М. Иванова. - М.: Изд-во «Кнорус», 2013. - 315 с
8. Залманова М.Е. и др. Производственно-коммерческая логистика: Учебное пособие по курсу "Логистика" для студентов спец.0608 / М.Е. Залманова, О.А. Новиков А.И. Семенов. Саратов: Саратовский гос. техн. ун-т, 2010.
9. Зубков Г.С. и др. Торговая логистика: Учеб. пособие. Ростов н/Д., 2014.
10. Канке А.А., Кошечкина И.П. Основы логистики. Москва: КноРус, 2013. 575 с.
11. Колобов А.А., Омельченко И.Н. Основы промышленной логистики: Учеб. пособие. М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2014.
12. Костоглодов Д.Д., Саввиди И.И., Стаханов В.Н. Маркетинг и логистика фирмы М.: ПРИОР, 2015.
13. Леншин И.А., Юрченко А.В. Практикум по логистике. М.: Машиностроение, 2014.
14. Лизакова Р. А. Закупочная логистика: курс лекций по одноим. дисциплине для слушателей специальности 1-26 02 85 «Логистика» заоч. формы обучения / Р. А. Лизакова. - Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2013. - 76 с.
15. Линдерс М.Р., Фирон Х.Е. Управление снабжением и запасами: Логистика / Пер. с англ. - СПб.: Полигон - 2014.
16. Логистика: Учеб. пособие / Под ред. Б.А. Аникина. М.: Инфра-М, 2010
17. Логистика: Учебник / Под ред. Б.А.Аникина: 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2014.- 368 с.
18. Миротин Л.Б., Тышбаев Ы.Э. и др. Транспортная логистика: Учеб. пособие. М.: Брандес, 2013.
19. Нагловский С.Н. Логистика. Ретроспектива. Прогнозирование. Управление. Эффективность. Надежность. Ростов н/Д., 2014.
20. Неруш Ю.М. Логистика: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ: ДАНА, 2010.
21. Новиков О.А., Уваров С.А. Логистика: Учеб. пособие. СПб.: ИД "Бизнес-пресса", 2014.
22. Основы логистики: Учеб. пособие / Под ред. Л.Б. Миротин и В.И. Сергеева. М.: Инфра-М, 2014.
23. Плещенко В.И. Процесс закупок, его роль и место в хозяйственной деятельности предприятий обрабатывающей промышленности // Экономика, предпринимательство и право. — 2011. — № 6 (6). — с. 18-29.
24. Ройников А.Н. Логистика: Терминологический словарь. М.: Инфра-М, 2010.
25. Семенов А.И. Предпринимательская логистика. СПб: Политехника, 2014.
26. Сергеев В.И. Логистика в бизнесе: Учебник. М.: Инфра-М, 2014.
27. Сергеева А.И. Обзор существующих программных продуктов в транспортной логистике // Студенческий: электрон. научн. журн. 2017. № 4(4).
28. Смехов А.А. Основы транспортной логистики: Учебник. М.: Транспорт, 2010.
29. Тойменцева И.А. Логистика стратегического управления процессом закупок в условиях риска / И.А. Тойменцева, Н.В. Мартынова // Материалы III Всероссийской заочной научно-практической конференции: в 2 частях: РОССИЙСКАЯ НАУКА: АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ. - Самара: Самарский государственный экономический университет. - 2017. С. 260-262.
30. Чудаков А.Д. Логистика: Учебник. М: Изд-во РДЛ, 2014
31. АШАН Гагаринский. - <http://www.trcgagarinsky.ru/content.php?id=25>
32. Задача выбора поставщика. - <http://learnlogistic.ru/zadacha-vybora-postavshhika/>
33. Логистика снабжения. - <http://soyuzcargo.ru/ru/news/articles/87/>
34. Логистика снабжения производственного предприятия. - <http://nika-obuv.ru/logistika-snabzheniya-proizvodstvennogo-predpriyatiya.html>
35. ООО «Ашан». - <https://www.sima-land.ru/o-kompanii/>
36. О привлечении экспертов и экспертных организаций к осуществлению закупки. - <https://ceur.ru/library/articles/jekspertiza/item196525/>
37. Оценка эффективности закупочной логистики. - http://logistclub.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=141&Itemid=165
38. Управление закупками / Логистика закупок — Виды закупок. - <http://serota.ru/upravlenie-zakupkami-logistika-zakupok-vidy-zakupok/>
39. Управление закупками, логистика снабжения. - <http://www.finexg.ru/upravlenie-zakupkami-logistika-snabzheniya/>
40. Функциональные области логистики: функция снабжения или управления закупками. - http://www.hvac-school.ru/vestnik_ano/vestnik_ano_ukc_universitet_23/funkcionalnie_oblasti_1/

[https://studservis.ru/gotovye-](https://studservis.ru/gotovye-%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B)