**Содержание**

1 Введение

2 Основная характеристика сети аптек ООО «Старый Лекарь», организационно-правовая форма предприятия

2 Кадровая политика и организационная структура ООО «Старый Лекарь»

3 Вид деятельности предприятия и вид выпускаемой продукции

4 SWOT–анализ ООО «Старый Лекарь»

5 Список литературы

**1 Введение**

Для составления анализа выбранного предприятия следует ознакомиться с общими понятиями, теоретическими основами, разобраться, что представляет из себя «предприятие» в общих чертах, определится с его основными функциями, целями, свойствами и признаками.

В развитой рыночной экономике действуют три вида ведущих хозяйственных субъекта: домохозяйства, предприятия (различных форм собственности) и государство, которое выступает в качестве коллективного предпринимателя. Основными хозяйствующими субъектами, которые сосредотачивают в своей собственности большую часть общественного капитала (имущества), являются предприятия в различных организационно-правовых формах и их объединения.

Под ***предприятием***понимается самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный (учрежденный) в соответствии с действующим законодательством для производства продукции, выполнении услуг в целях удовлетворения общественных потребностей, потребностей хозяйствующих субъектов и домохозяйств и получения прибыли. С точки зрения микроэкономики, предприятие – это первичное хозяйственное звено в системе экономических отношений, для которого первостепенное значение имеет проблема рационального использования производственных ресурсов, сокращения издержек, совершенствования организации труда и управления производством. Предприятие обладает правами юридического лица и осуществляет производственную, научно-производственную и коммерческую деятельность с целью получения соответствующей прибыли (дохода).

*Основные функции* предприятия сводятся к удовлетворению спроса потребителей в определенных видах продукции и услуг и максимизации прибыли. Максимизация прибыли в то же время является и *целью* хозяйственной прибыли предприятия.

В рыночной экономике предприятие самостоятельно планирует основные направления и условия своей деятельности, распоряжается трудовыми, материальными и финансовыми ресурсами. Оно само выбирает своих партнеров, вступает в договорные отношения с ними, само организует внешне-экономическую деятельность. Организационные формы управления также определяются самим предприятием.

Наиболее типичными *признаками* предприятия, характеризующими его как первичное звено в производственной структуре народно-хозяйственного комплекса, является его экономическая обособленность и хозяйственная самостоятельность. Экономическая обособленность обусловлена его природой как товаропроизводителя, осуществляющего свое индивидуальное воспроизводство. Оно проявляется в обособлении ресурсов предприятия в виде замкнутого хозяйственного оборота, осуществления воспроизводства за счет результатов своей хозяйственной деятельности, наличии специфических экономических интересов.

Хозяйственная самостоятельность есть форма проявления экономической обособленности предприятия. Она выражает имущественно-правовые отношения предприятия как юридического лица и потому является одной из сторон хозяйственного механизма экономической системы.

Самостоятельно хозяйствующий субъект называется предприятием в том случае, если он создан в порядке, установленном действующим законодательством, и осуществляет производство продукции, выполнение работ, оказание услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Это первичные, существенные признаки и свойства предприятия. Но столь же важно отметить, что предприятие считается юридическим лицом, имеющим название, печать и расчетный счет в банке.

Самым близким западным аналогом термина «предприятие» можно считать термин «фирма». Под ***фирмой*** чаще всего понимают хозяйственную организацию, компанию или отдельного предпринимателя, пользующегося правами юридического лица, осуществляющую экономическую деятельность и преследующую цели дохода и прибыли.

Близки по смыслу к понятию «предприятие» более узкие термины «компания», «корпорация».

***Компании*** – это предприятия разнообразного профиля, основанные на долевом участии вкладчиков. Чаще всего они заняты предпринимательской, коммерческой, промышленной деятельностью и функционируют на ассоциативных принципах.

***Корпорация*** – это официально зарегистрированное, действующее как юридическое лицо объединение предприятий, организаций, физических лиц, в котором права собственности разделены между ними, как между акционерами.

**2 Основная характеристика сети аптек ООО «Старый Лекарь»,**

**организационно-правовая форма предприятия**

«Старый Лекарь» – одна из самых динамично развивающихся аптечных сетей, насчитывающая более 80 аптек, расположенных в центре Москвы, а также в большинстве округов города Москвы и некоторых городах Московской области.

Первый аптечный пункт был открыт 1 декабря 1999 года у станции метро «Белорусская» в небольшом торговом павильоне. Вначале сеть развивалась небольшими темпами. Сейчас ежемесячно открывается до трех аптечных пунктов, в удобно расположенных местах с развитой инфраструктурой.

ООО «Старый Лекарь» самостоятельно осуществляет свою хозяйственную деятельность, определяет перспективы развития исходя из конъюнктуры рынка, распоряжается прибылью, оставшейся после отчислений и обязательных платежей, самостоятельно определяет штатную структуру, формы и систему оплаты труда своих работников.

Законодательство РФ, в частности предпринимательское право, допускает существование следующих организационно-правовых форм предприятий:

- государственные;

- муниципальные;

- индивидуальные (семейные);

- частные;

- полные товарищества;

- товарищества на вере;

- общества с ограниченной ответственностью (ООО);

- общества с дополнительной ответственностью (ОДО);

- акционерные общества.

По организационно-правовому признаку ООО «Старый Лекарь» относится к обществу с ограниченной ответственностью, что и следует из названия Общества. Это учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Важнейшей отличительной особенностью общества является положение, что его участники не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Это первое. Во-вторых, в соответствии с ст. 94 ГК РФ участник общества с ограниченной ответственностью имеет право в любое время выйти из общества независимо от согласия других его участников. Это положение расширяет экономическую свободу участников общества. В-третьих, в соответствии с учредительными документами и законом участнику общества должна быть выплачена стоимость части имущества, соответствующая его доле в уставном капитале общества. Участниками общества могут быть граждане и юридические лица. Государственные органы и органы местного самоуправления не вправе выступать участниками общества, если иное не установлено законодательством. Общество может быть учреждено одним лицом, которое становится его единственным участником. Однако число участников общества не должно быть более 50, если это число будет превышено, общество в течение года должно преобразоваться в открытое акционерное общество или в производственный кооператив.

Общество с ограниченной ответственностью учреждается и функционирует в соответствии с ГК РФ, Федеральным законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ и другими федеральными законами.

**3 Кадровая политика и организационная структура**

**ООО «Старый Лекарь»**

Оптимальная работа любой организации невозможна без грамотного персонала, прежде всего управленческого. От вида организационной структуры управления зависит эффективность работы предприятия.

Основной управленческий персонал ООО «Старый Лекарь» состоит из следующих работников компании:

* Генеральный директор.

В обязанности генерального директора входит руководство в соответствии с действующим законодательством производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью предприятия, сохранность и эффективное использование имущества предприятия. Организация работы и эффективное взаимодействие всех структурных подразделений, направление их деятельности на развитие и совершенствование работы с учетом рыночных приоритетов, повышение эффективности работы предприятия, рост объемов сбыта продукции, увеличение прибыли, качества и конкурентоспособности продаваемой продукции.

* Финансовый директор.

Ответственный за управление финансами предприятия, выбор наиболее оптимальных схем финансирования и кредитования. Имеет в непосредственном подчинении бухгалтерский отдел.

* Коммерческий директор.

Регулирует работу отдела снабжения. Организует и контролирует закупку продукции отечественных и зарубежных производителей. Решает таможенные вопросы. Организует работу транспортного отдела.

* Руководитель отдела снабжения.

Осуществляет разработку маркетинговой политики компании на основе анализа потребительских свойств товара и прогнозирования потребительского спроса на продукцию. Определяет новые рынки сбыта и новых потребителей. Координирует деятельность сотрудников по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу (заявки на поставку, наличие запасов, ёмкость рынка и т.д.).

* Начальник отдела автоматизированных систем управления (АСУ).

Осуществляет руководство по обеспечению бесперебойной работы информационно-технической базы организации в целом, поддержке и совершенствованию работы как центрального офиса, так и удаленных структурных подразделений организации, а также отдельных рабочих станций, серверов и периферийных устройств. Организует работы по отладке, опытной эксплуатации и поэтапному внедрению комплексов программных и информационно-технических средств. Обеспечивает бесперебойное функционирование и техническое обслуживание компьютерных сетей и коммуникационного оборудования, сопровождение системного программного обеспечения, вычислительных средств и прикладных программных средств.

Руководит работой Интернет-сайта, взаимодействует с транспортным отделом в части доставки товара, заказанного через Интернет.

* Начальник отдела кадров и труда.

Обязанности: руководство работой отдела: найм сотрудников, обучение, повышение квалификации, вопросы организации и безопасности труда. Организует разработку прогнозов, определение текущей и перспективной потребности в кадрах и источников ее удовлетворения на основе изучения рынка труда, установления прямых связей с учебными заведениями и службами занятости, контактов с предприятиями аналогичного профиля, информирования работников внутри предприятия об имеющихся вакансиях. Принимает участие в разработке кадровой политики и кадровой стратегии предприятия.

* Начальник юридического отдела.

Обеспечивает соблюдение законности в деятельности предприятия и защиту его правовых интересов. Осуществляет правовую экспертизу проектов приказов, инструкций, положений, стандартов и других актов правового характера, подготавливаемых на предприятии, визирует их, а также участвует, в необходимых случаях, в подготовке этих документов. Организует подготовку заключений по правовым вопросам, возникающим в деятельности предприятия.

* Заместитель генерального директора по развитию аптечной сети.

Обязанности: координация работы аптечной сети. У данного руководителя в подчинении находятся следующие сотрудники:

- провизор – инспектор, в обязанности которого входит контроль деятельности провизоров и фармацевтов, работающих в каждой аптеки сети.

- врач – инспектор, в обязанности которого входит контроль деятельности врачей, работающих в каждой аптеки сети.

- управляющие аптекой (один в каждой аптеке).

Организационная структура схематично представлена на рисунке 1.

|  |
| --- |
| Генеральный директор |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Финансовый  директор |  | Коммерческий  директор |  | Начальник  юридического  отдела |  | Зам. ген. директора по развитию розничной сети |  | Начальник отдела АСУ |  | Начальник отдела кадров и труда |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Бухгалтерский  отдел |  | Отдела снабжения |  | Управляющий аптекой № n |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Продавцы - консультанты |  | Врач - консультант |  | Прочий персонал |

**Рисунок 1. Организационная структура управления ООО «Старый Лекарь**

Данная организационная структура, является линейно – функциональной. Она обеспечивает такое разделение управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные — консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов. Руководители функциональных подразделений – отделов (по снабжению, маркетингу, финансам, персоналу и т.д.) осуществляют влияние на другие подразделения формально. Как правило, они не имеют права самостоятельно отдавать им распоряжения, роль функциональных отделов зависит от масштабов хозяйственной деятельности и структуры управления фирмой в целом. Функциональные службы осуществляют всю техническую подготовку, предлагают варианты решений вопросов, связанных с руководством организацией.

Достоинства структуры:

* одно из основных достоинств – эффективность и результативность деятельности предприятия;
* освобождение линейных руководителей от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, материально-техническим обеспечением и др.;
* построение связей «руководитель — подчиненный» по иерархической лестнице, при которых каждый работник подчинен только одному руководителю.

Недостатки структуры:

* каждый отдел заинтересован в достижении своей узкой цели, а не общих целей фирмы, поскольку специалисты, работающие в одном отделе, замыкаются в сфере своих взаимных интересов;
* отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между отделами;
* аккумулирование на верхнем уровне полномочий по решению задач наряду со стратегическим множеством оперативных вопросов.

**3 Вид деятельности предприятия и вид выпускаемой продукции**

Предприятие осуществляет свою деятельность в целях оказания доступной лекарственной помощи населению в условиях государственного регулирования цен на лекарственные средства, изделия медицинского назначения, решения социальных задач, в том числе реализации определенных товаров и услуг.

Предприятие осуществляет в установленном законодательством Российской Федерации порядке следующие виды фармацевтической деятельности:

1. Закуп, хранение, контроль качества на разрешенных законом условиях лекарственных средств, субстанций, изделий медицинского назначения, парафармацевтической продукции, готовых гомеопатических средств, лекарственного растительного сырья в заводской упаковке, предметов ухода за больными, изделий медицинской техники и расходных материалов к ней, медицинской техники профилактического назначения, диагностических средств, лечебно-профилактического белья, чулочных изделий, бандажей, предметов ухода за детьми, аптечек первой медицинской помощи и других, дезинфицирующих средств, предметов личной гигиены, оптики (готовых очков, средств по уходу за очками и других), минеральных вод (натуральных и искусственных), лечебного, детского, диетического питания, пищевые добавки лечебного и профилактического назначения и др.), косметическую и парфюмерную продукцию, средств измерения.

2. Закуп, хранение, учет, контроль качества лекарственных средств, включенных в списки Постоянного Комитета по контролю за наркотиками МЗ РФ, списки «А» и «Б».

3. Деятельность, связанная с оборотом наркотических средств и психотропных веществ, внесенных в список II, утвержденный постановлением Правительства РФ от 30.06.1998 г. № 681: приобретение, перевозка, хранение, изготовление, отпуск наркотических средств и психотропных веществ.

4. Деятельность, связанная с оборотом психотропных веществ, внесенных в список III, утвержденных постановлением Правительства РФ от 30.06.1998 г. № 681: приобретение, перевозка, хранение, отпуск психотропных веществ.

5. Реализацию населению лекарственных средств (в том числе гомеопатических) по рецептам и без рецептов врача, учреждениям здравоохранения по требованиям и заявкам.

6. Изготовление лекарственных средств по рецептам врачей и требованиям учреждений здравоохранения, изготовление внутриаптечной заготовки в соответствии с утвержденными прописями, фасовку лекарственных средств и лекарственного растительного сырья с последующей их реализацией.

7. Отпуск предметов через пункт проката в соответствии с установленным порядком.

8. Предоставление населению необходимой информации по надлежащему использованию и хранению лекарственных препаратов в домашних условиях: оказание консультативной помощи в целях обеспечения ответственного самолечения.

9. Предоставление медицинским работникам учреждений здравоохранения, просвещения, социального обеспечения и др. необходимой информации об имеющихся в аптеке лекарственных препаратах, а также об новых лекарственных препаратах.

10. Оказание первой медицинской помощи.

11. Оказание консультативной помощи в целях обеспечения ответственного самолечения.

Право Предприятия осуществлять деятельность, на которую в соответствии с законодательством Российской Федерации требуется специальное разрешение – лицензия, возникает у Предприятия с момента ее получения или в указанный в ней срок и прекращается по истечении срока ее действия, если иное не установлено законодательством Российской Федерации.

Специфику деятельности Предприятия также определяет наличие группы товаров, потребление которых строго нормируется. К этой группе относятся:

- наркотические средства и психотропные вещества (в соответствии с соответствующим Федеральным законом).

- спирт этиловый.

Нормы потребления наркотических средств установлены в соответствии с Приказом Минздрава РФ от 12.11.97 г. № 330 «О мерах по улучшению учета, хранения, выписывания и использования наркотических средств и психотропных веществ» (с изменениями от 09.01.2001 г. и 16.05.2003 г.) исходя из:

1) для розничных аптечных организаций – количества сухого вещества наркотического лекарственного средства в лекарственной форме, норматива в граммах на 1000 жителей в год и числа жителей, обслуживаемых аптекой;

2) для аптек лечебно-профилактических учреждений или самих учреждений – норматива потребности наркотического лекарственного средства определенной лекарственной формы на 1 койку в год, профиля отделения (терапевтическое, кардиологическое, хирургическое и др.), вида помощи (паллиативная, скорая) и числа коек в отделении.

Кроме того, данный приказ регламентирует также максимальную норму отпуска опиоидных анальгетиков на 5-10 дней терапии онкологических больных. Запас наркотических лекарственных средств в аптеках независимо от организационно-правовой формы и формы собственности не должен превышать месячной потребности. Для аптек, удаленных от баз снабжения, запас этих средств устанавливается органами управления фармацевтическими (аптечными) организациями в субъектах РФ. В ассистентской комнате аптек запасы наркотических лекарственных средств не должны превышать 5-дневной потребности.

Сложность взаимоотношений на фармацевтическом рынке определяется наличием различных типов покупателей (потребителей) товаров и услуг. Выделяются три группы:

1. Институциональные потребители – потребители-организации, в качестве которых могут выступать государственные и коммерческие предприятия, приобретающие товары для дальнейшего использования в рамках организации (например, лечебно-профилактические учреждения) или перепродажи другим потребителям (оптовое и розничное звено фармацевтического рынка).

2. Конечные потребители – пациент, семья, приобретающие товары аптечного ассортимента для личного или семейного использования.

3. Промежуточные потребители – медицинские работники, назначающие лекарственный препарат (лечение в стационаре, клинике, санатории) или выписывающие рецепт на него (при амбулаторном лечении).

Каждый из типов покупателей имеет различные мотивы потребления фармацевтических товаров, ценностные ориентиры при их приобретении или назначении. Можно отметить, что и институциональных и конечных потребителей объединяет, в отличие от промежуточных, наличие процесса потребления фармацевтических товаров. Они же обладают покупательной способностью. Но промежуточный потребитель – главный фактор формирования потребностей на рынке лекарственных препаратов. А, ведь именно потребности и их удовлетворение – основные стимулы предпринимательской деятельности.

**4 SWOT–анализ ООО «Старый Лекарь»**

Применяемый для анализа среды метод SWOT (аббревиатура составлена из первых букв английских слов: сила, слабость, возможности и угрозы) является довольно широко признанным подходом, позволяющим совместно провести изучение внешней и внутренней среды. SWOT–анализ позволяет установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи предприятию, и угрозами и возможностями, которые возникают во внешней среде. Методология SWOT предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, а далее – установление цепочек связей между ними, которыми в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии предприятия.

Проведем SWOT–анализ ООО «Старый Лекарь», составив список слабых, сильных сторон предприятия, угроз и возможностей для него.

Сильные стороны:

- высокая репутация;

- большой рынок сбыта;

- наличие постоянных поставщиков;

- опыт в конкурентной борьбе в данной отрасли;

- сильная управленческая команда;

- квалифицированный персонал;

- наличие собственной рецептурной базы;

- хорошая рекламная кампания.

Слабые стороны:

- кредитная политика предприятия;

- большая степень износа основных фондов.

Благоприятные возможности:

- растущая потребность населения в медикаментах;

- предприятие обладает возможностью обслуживать дополнительные группы клиентов и выйти на новые сегменты рынка;

- имеет возможность расширения ассортимента продукции, чтобы удовлетворять больше потребностей клиентов;

- снижение себестоимости за счёт использования скрытых резервов;

- стабильность экономической ситуации в стране и регионе.

Угрозы:

- выход на рынок конкурентов с более низкими издержками;

- низкая отпускная цена препаратов у конкурентов;

- ужесточение государственного регулирования.

После того как список слабых и сильных сторон организации, а также угроз и возможностей составлен, наступает этап установления связей между ними. Для установления этих составляются таблицы SWOT

**Таблица 1 Сильные стороны ↔ Благоприятные возможности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сильные стороны | Благоприятные возможности | Мероприятия |
| Наличие собственной рецептурной базы | Растущая потребность населения в медикаментах | Диверсификация деятельности |
| Наличие постоянных поставщиков | Расширение ассортимента продукции готовых форм |
| Высокая репутация | Стабильность экономической ситуации в стране и регионе | Увеличение объемов производства и сбыта продукции |
| Большой рынок сбыта |
| Опыт в конкурентной борьбе в данной отрасли | Снижение себестоимости |
| Возможность снижения себестоимости |

**Таблица 2 Сильные стороны ↔ Угрозы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сильные стороны | Угрозы | Мероприятия |
| Высокая репутация | Большое количество конкурентов | Диверсификация деятельности |
| Наличие постоянных поставщиков |  | Заключение договоров с поставщиками |

**Таблица 3 Слабые стороны ↔ Благоприятные возможности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Слабые стороны | Благоприятные возможности | Мероприятия |
| Кредитная политика предприятия | Снижение себестоимости | Привлечение финансовых средств |

**Таблица 4 Слабые стороны ↔ Угрозы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Слабые стороны | Угрозы | Мероприятия |
| Большая степень износа основных фондов | Большое количество конкурентов | Привлечение финансовых средств |

Вырабатывая стратегии, следует помнить, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность. Так, неиспользованная возможность может стать угрозой, если ее использует конкурент. Таким образом для ООО «Старый Лекарь» необходима такая стратегия, где будут увеличены внутренние силы и внешние возможности предприятия, и где следует сократить слабые внутренние стороны предприятия и по возможности смягчить негативное влияние внешних угроз.

**5 Список используемой литературы**

1. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А. И. Наумов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. – 670 с. : ил.

2. Справочник директора предприятия / Под ред. М.Г. Лапусты. 5-е изд., испр., измен. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 750 с.

3. Социология менеджмента: Учеб. пособие для вузов / А.И. Кравченко. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 366 с.

4. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.

5. Экономическая теория. Введение в экономику. Микроэкономика: учеб. пособие / Б.И. Герасимов, Н.С. Косов, В.В. Дробышева и др.; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Б.И. Герасимова и д-ра экон. наук, проф. Н.С. Косова. – 2-е изд., стер. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 232 с.

6. Стратегический менеджмент: Учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Юристь, 2002. – 416 с.

7. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: Учебник / А.В. Ищейко. – Новосибирск.: 2004.

8. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление: Учебник / Н.K. Моисеева, Ю.П. Анискин. – М.: Внешторгиздат, 2002.

9. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов / А.И. Панов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА. 2002. –240 с.

10. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов. Перевод с англ. / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд, под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

11. Экономический атлас предприятия (фирмы) / Под ред. О.И. Волкова, В.Я. Позднякова, Е.П. Моргуновой. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 192 с.

12. Управление организацией: Учебник / А.Г. Поршнев, З.П. Румянцева, Н.А. Саломатина. – М.: ИНФРА-М, 1999.

13. Анализ деятельности предприятия (фирмы): производство, экономика, финансы, инвестиции, маркетинг. / В.Ф. Протасов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 482 с.

14. Экономика предприятия. Электронный учебник / Т.И. Юркова, С.В. Юрков

15. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов. / А.Н. Люкшинов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 375 с.