

## ТАРА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Визначено сутність поняття "тара", а також здійснено класифікацію тари для цілей бухгалтерського обліку

**Постановка проблеми.** Сучасний світ неможливо уявити без таропакування. За своїми соціально-економічними функціями, обсягом виробництва, ступенем використання досягнень науки й техніки таропакувальна галузь висувається в перші ряди та визначає деякі загальні показники національної економіки. Обсяг виробництва таропакувальної продукції у світі оцінюється в 400-500 млрд. дол. США, що значно більше, ніж в авіа-та суднобудівництві разом взятих. Згідно з останніми даними Світової організації упакування (WPO) та Британського дослідницького об'єднання PSRA, світовий ринок упакування щорічно зростає на 4,2%. Особливо суттєве зростання відбувається в Індії (14,2%) та Китаї (8,2%). Що стосується країн Східної Європи, то попереду Польща, де щорічний приріст сягає 11,0% [10].

В Україні, як і у всьому світі, спостерігається стійкий розвиток виробництва тари. Обсяг продукції цього напрямку в 2010 р. збільшився порівняно з 2005 р. на 20,0% і становить 5,8 млрд. грн. Найбільші обсяги продукції пакувальної галузі споживає агропромисловий комплекс [13].

На сьогодні є неможливим продаж багатьох товарів без їх попереднього упакування, оскільки тара та упакування відіграють роль захисту, реклами, збереження споживних властивостей товару.

Тара і упакування використовуються в промисловому циклі виготовлення практично будь-якої продукції. Обороти світового ринку упакування складає більше 500 млрд. дол., а в розвинутих країнах використання упакування на одну людину складає від 380 до 450 дол. [13].

Сучасна упаковка стала показником ефективності виробництва, стабільності бізнесу і впевненості позиціонування на ринках збуту. Тара в значній мірі визначає рівень конкурентоспроможності продукції на вітчизняних і зарубіжних ринках [26].

Перевезення більшості торговельних вантажів від виробників до оптових торговельних підприємств і далі – до роздрібною торгівлі – є можливими лише за умови забезпечення якісного пакування товарів, тобто процесу підготовки виробу (товару) до транспортування, зберігання і продажу. Пакування є складовою частиною

процесу виробництва, необхідною для того, щоб виріб (товар) був доставлений споживачу в належному вигляді. Пакування товарів здійснюється за допомогою упакування і/або тари, призначення якої полягає в забезпеченні збереження і оптимальної організації транспортування товарно-матеріальних цінностей. Тому, перш за все, необхідно здійснювати оперативний контроль над господарською діяльністю та визначити сутність такої категорії як тара та її видів, передумови її появи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питанням визначення тари та її видів займалися такі вітчизняні науковці як А.Н. Азріліян, Н. Алпатова, Ф.І. Алдашкін, Ф.Ф. Бутинець, С.В. Бичик, В.М. Бойко, П.Г. Вашків, А.Б. Борисов, О. Згурський, Т. Лисиця, М.І. Молдованова, С.В. Мочерний.

**Мета даної статті** полягає у визначенні сутності поняття "тара", а також у дослідженні класифікації тари для цілей бухгалтерського обліку і податкових розрахунків

**Викладення основного матеріалу дослідження.** У покупців початкова думка про товар складається з його зовнішнього вигляду, тобто з його упакування (тари, в якій він знаходиться). Більшість фірм розуміють значення упакування (тари) і приділяють їй таку ж увагу, як і щодо якості товару.

По відношенню до товару, який упакований в тару, вона виконує вторинну для споживача роль, і з точки зору споживача, функції і властивості тари не являються істотними. Проте, з точки зору суб'єктів господарювання, дані особливості слід розрізняти і враховувати при відображенні в бухгалтерському обліку і податкових розрахунках, роботі логістичної і маркетингової служб [14, с. 5].

Тара може бути самостійним і супутнім товаром. Тара, як самостійний товар, купується підприємством для її подальшого використання у виробничому процесі або для упакування готової продукції власного виробництва, а супутній товар – надходить на підприємства разом із придбаними матеріальними цінностями.

В економічній літературі часто зустрічаються різні підходи авторів до розуміння сутності тари. Розглянемо основні підходи та визначимо найбільш вживані (табл. 1).

Таблиця 1. Підходи до визначення поняття "тара"

№ з/п	Автор	Ключове поняття, яке визначає сутність тари			
		місткість для зберігання, упакування і транспортування товарів	предмети, призначені для упакування продукції	упаковка товару	різниця між загальною масою товару з упакувальною (брутто) і чистою вагою (нетто), тобто вага упакування товару
1	Азріліян А.Н. [1]	+			
2	Бутинець Ф.Ф. [7]		+		
3	Бичик С.В. [4]			+	
4	Бойко В.М., Вашків П.Г. [5]		+		
5	Борисов А.Б. [6]			+	+
6	Молдованова М.І. [17]			+	+
7	Мочерний С.В. [18]	+			
8	Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устенко О.А., Юрій С.І. [8]	+			
9	Науменко В.І. [24]	+			+
10	Пантелєєв В.П., Сніжко О.С. [20]	+			
11	Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Є.Б. [22]	+			+
<b>Разом</b>	<b>Х</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>ПВ, %</b>	<b>100</b>	<b>43,75</b>	<b>12,5</b>	<b>18,75</b>	<b>25</b>

При дослідженні сутності поняття "тара" встановлено, що однозначної позиції щодо його трактування не існує. Зокрема, більшість авторів (А.Н. Азріліян, С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій, В.І. Науменко, В.П. Пантелеев, О.С. Сніжко, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Є.Б. Стародубцева) під даним поняттям розуміють місткість для зберігання, упакування і транспортування товарів. Такі автори як Ф.Ф. Бутинець, В.М. Бойко, П.Г. Вашків зазначають, що тара – предмети призначені для упакування продукції, інші дослідники (С.В. Бичик, А.Б. Борисов, М.І. Молдованова) розуміють дане визначення, як упакування для товару. На думку А.Б. Борисова, М.І. Молдованової, В.І. Науменка, Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Є.Б. Стародубцевої, поняття "тара" слід трактувати, як різницю між загальною масою товару з упаковою (брутто) і чистою вагою (нетто), тобто вагу упаковки товару.

Таблиця 2. Визначення поняття "упаковка" в економічній літературі

№ з/п	Автор	Визначення
1	Азріліян А.Н. [1]	Упаковка – тара, матеріал, в який поміщається товар
2	Бутинець Ф.Ф. [7]	Упаковка рекламна – упаковка, яка не тільки захищає товар від псування до його кінцевого споживання, але і збільшує попит на товар
3	Бичик С.В. [4]	Упаковка – тара, матеріал, в який поміщається товар. Призначається для зберігання властивостей товару
4	Бойко В.М., Вашків П.Г. [5]	Упаковка – будь-який матеріал (папір, картон, фольга, тканина, поліетилен, пластик), тара і т.п., в які упаковуються товари
5	Молдованова М.І. [17]	Упаковка – будь-який матеріал (папір, картон, фольга, тканина, пластик) обшивка, тара, в який запаковуються товари
6	Фомінський І.П. [25]	Упаковка – тара, матеріал, в який поміщається товар. Мета – захистити товар від псування і пошкодження, забезпечити створення раціональних одиниць грузу для транспортування

Тара – основний елемент упаковки, що представляє собою виріб для розміщення продукції; упаковка – це оболонка, у якій міститься товар. Вона включає тару, етикетку, вкладиш та маркування. Таким чином, тара – складовий елемент упаковки, тобто поняття більш вузке, ніж поняття упакування.

Упаковка залежно від цілей товарної та комунікаційної політики виконує такі функції:

- збереження товару і захист його при транспортуванні;
- забезпечення зручності транспортування і використання;
- інформаційну;
- рекламну;
- сегментації ринку – може спеціально розроблятися для різних сегментів ринку;
- обліку товару;
- оптимізації завантаження рухомого складу транспорту;
- раціоналізації складування і завантажувально-розвантажувальних робіт.
- забезпечення зручностей для виконання навантажувально-розвантажувальних робіт, пакування, маркування, складування, зберігання і транспортування товарів (вантажів);
- запобігання крадіжкам товарів [21, с. 15].

Враховавши підходи вчених до розуміння сутності тари, пропонуємо визначати тару як місткість, що призначена для зберігання та упакування товарів з метою збереження її якості та корисних властивостей, (в деяких випадках зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище), а також для транспортування товарів на відстань.

В літературі дуже часто ототожнюють поняття "тара" і "упаковка", проте з погляду господарської діяльності суб'єктів господарювання ці поняття хоча й близькі, але не ідентичні. Тому вважаємо за доцільне розглянути підходи авторів до визначення поняття "упаковка".

Такі автори як А.Н. Азріліян, С.В. Бичик, В.М. Бойко, П.Г. Вашків, М.І. Молдованова, І.П. Фомінський стверджують, що упаковка – це тара, матеріал, в який поміщається товар (табл. 2).

Упаковка як носій інформації має давати чітку і повну інформацію про вид, найменування, марку товару, його виробника (країну, підприємство), кількість або вагу виробів, колір, способи поводження з товаром під час перевезення, перевантаження, зберігання, іноді ціну, термін придатності, а також відрізнити цей товар від товарів конкурентів.

Упаковка часто використовується для обліку виробів на складі, на транспорті, місці експедирування, відвантаження або приймання вантажу.

Існує декілька варіантів упакування товару. Дана операція може виконуватись:

- 1) виробником товару (на фабриках, заводах із застосуванням спеціального пакувального обладнання або без нього);
- 2) продавцем товару (розфасовка та упакування в складських приміщеннях магазину);
- 3) покупцем товару (на вітринах магазинів, самообслуговування [21, с. 16].

Крім сутності тари, дуже важливим є питання визначення її видів за різними класифікаційними ознаками.

Так, дослідивши фахову літературу, встановлено, що основними ознаками, за якими класифікують тару є, матеріал, участь у виробничому процесі, призначення, кратність використання (рис. 1).

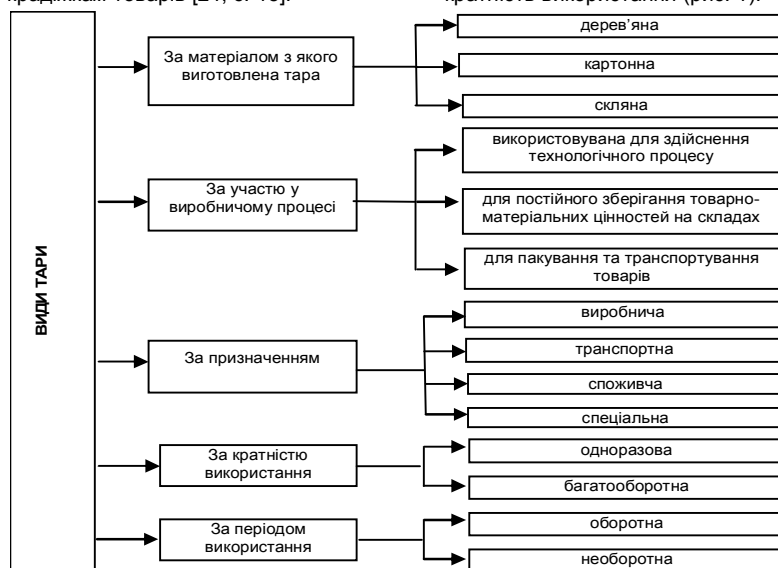


Рис. 1. Класифікація тари\*

\*Джерело: [узгаально на основі 14, 15, 19]

В інструкції з бухгалтерського обліку тари на підприємствах і в організаціях державної торгівлі та громадського харчування №93, затвердженій наказом Міністерства торгівлі СРСР 28.04.1986 р. виділяють такі види тари, залежно від матеріалу, з якого вона виготовлена:

- дерев'яна (ящики, бочки, лотки тощо);
- картонна і паперова (ящики, мішки, пачки тощо);
- скляна (пляшки, бутлі, банки тощо);
- металева (бочки, ящики, лотки тощо);
- тканинна (мішки льняні, джутові тощо);
- полімерна (ящики, каністри, фляги тощо) [9].

Залежно від участі тари у виробничому процесі її можна поділити на:

- тару, використовувану для здійснення технологічного процесу виробництва продукції;
- тару, призначену для постійного зберігання товарно-матеріальних цінностей на складах підприємства;
- тару, використовувану як упаковка для продажу товарів [24, с. 7].

За призначенням тару і упаковку можна розділити на виробничу, транспортну, споживчу, спеціальну (що консервує).

**Споживча** тара і упаковка призначаються для продажу населенню товару, є частиною товару і входять в його вартість, а після реалізації переходять в повну власність споживача, як правило, не призначаються для самостійного транспортування і перевозяться в транспортній упаковці. Споживча тара має обмежену масу, місткість і розміри.

**Транспортна** тара є самостійною транспортною одиницею і призначена для перевезення, складування і зберігання продукції.

Транспортну тару умовно можна класифікувати за наступними ознаками:

- кратності використання: разова і багатооборотна;
- стабільності розмірів: жорстка, м'яка;
- упаковуваної продукції: рідини, сипкі продукти, штучні вантажі;
- способу виготовлення: зварна, клеєна, видувна, пресована [24, с. 7].

Особливим видом тари є **тара-обладнання**, яка виконує функції звичайної тари і торгового обладнання.

Незалежно від того, з якого матеріалу виготовлена тара, вона поділяється на одноразову і багатооборотну (багатооборотну) [11].

**Одноразова** тара реалізується разом з товарно-матеріальними цінностями, входить в їх вартість і поверненню не підлягає.

**Багатооборотна** тара на відміну від одноразової в господарському обороті використовується багато разів.

Власну багатооборотну тару підприємства (дорогу і малоцінну, крім тари під товарами) називають **інвентарною** (інвентар – опис майна підприємства) [11].

Різновидом дорогої інвентарної тари є так звана **тара-обладнання**. За цим терміном стоять дорогі і тривалі час використовувані об'єкти з ознаками як тари, так і обладнання. Наприклад, малогабаритні холодильні контейнери, що використовуються для транспортування швидкопсувних продуктів, – це одночасно і тара для перевезення продуктів, і холодильне обладнання [11].

**Оборотна (поворотна) тара** – це, як правило, тверда тара під товаром і тара-обладнання, що є власністю постачальників торгових підприємств. Поворотну тару (під товаром і порожню) прийнято називати заставною тарою. Звучить цей термін двозначно, тому його значення слід уточнити.

Вартість багатооборотної тари при продажі товарно-матеріальних цінностей, які в неї затарені, може або включатися в договірну вартість товарно-матеріальних цінностей (далі ТМЦ), або оплачуватися понад цю вартість. Багатооборотну тару ще називають поворотною, оскільки вона підлягає обов'язковому поверненню постачальникові або тарозбираючим (тароремонтним) організаціям. Для того, щоб тара вважалася за поворотну, необхідно в договорі постачання, купівлі-продажу передбачити умову про те, що тара, що поставляється разом з ТМЦ, підлягає поверненню постачальникові (продавцеві) в певний термін [19, с. 8].

Вважаємо, що вищенаведена класифікація тари на рис. 1 є неповною, оскільки не враховує потреби бухгалтерського обліку. Доцільно деталізувати види тари саме за кратністю використання, тому для цілей як бухгалтерського обліку, так і податкових розрахунків вважаємо доцільною класифікацію вченого-практика Т. Лисиці (табл. 3), що зумовлено потребами бухгалтерського обліку та особливостями відображення в обліку.

Таблиця 3. Класифікація тари для цілей бухгалтерського обліку та податкових розрахунків\*

№ з/п	Види тари	Характеристика
<b>За періодом використання</b>		
1	Оборотна	Використовується менше 1 року
2	Необоротна	Використовується більше 1 року
<b>Кратність використання</b>		
3	Одноразова	Використовується один раз, не підлягає поверненню і не приймається від покупців (п. 6.1 Методрекомендацій, затверджених наказом Мініфіну від 10.01.07 р. № 2)
4	Багатооборотна в т. ч.:	За вимогами технології може використовуватися багато разів
5	неповоротна	Не підлягає поверненню постачальникові (продається покупцям, здається на приймальні пункти)
6	поворотна в т. ч.:	Тара багатократного використання, що відноситься до вторинних матеріальних ресурсів і підлягає повторному використанню (п. 2 Порядку, затвердженого наказом Мінекономіки і з питань європейської інтеграції від 02.10.01 р. № 224)
7	заставна	Для забезпечення своєчасного повернення тари, що поставляється разом з товаром, постачальник стягує з покупця заставу, яка йому повертається після отримання від нього тари*
8	незаставна	Відпускається без умови про заставу
<b>Право власності</b>		
9	Власна	Є власністю підприємства
10	Що належить іншому суб'єктові господарювання	Знаходиться в користуванні підприємства (обліковується на позабалансовому рахунку)

\*Пункт 1.6 Інструкції, затвердженої наказом Мініторгу СРСР від 28.04.86 р. № 93, далі – інструкція № 93). Сторони визначають суму застави в договорі. Як правило, сума застави покриває витрати постачальника тари на її придбання (виготовлення). Тара передається сторонами за заставною вартістю без врахування ПДВ, оскільки вартість поворотної (заставної) тари не включається в базу оподаткування ПДВ (п. 189.2 Податкового кодексу). Але якщо передбачено, що у разі неповернення тари в певний термін вона вважається за продану, можна встановлювати заставну суму з урахуванням ПДВ, оскільки у продавця в цьому випадку виникне податкове зобов'язання

Джерело: [15, с. 26]

Залежно від того чи має підприємство право власності на тару вона може бути власністю підприємства та такою, що знаходиться в користуванні підприємства, тобто належить іншому суб'єкту господарювання.

Класифікація тари за кратністю використання наведена в рис. 2.

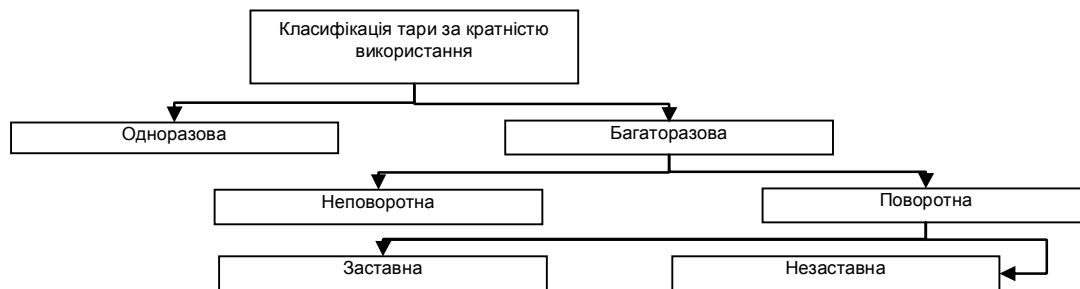


Рис. 2. Класифікація тари за кратністю використання

Класифікація тари за кратністю використання є дуже різноманітною, що залежить від технології використання конкретного виду тари.

Варто відзначити, що тарі одночасно властиві декілька характеристик, наведені на рис. 2. Наприклад, оборотна тара (ящики, лотки і т. п.) може бути багаторазовою, поворотною і заставною. А необоротна (наприклад, цистерна) може бути багатооборотною, поворотною і незаставною.

Основними завданнями обліку тари являються:

- правильне і своєчасне документальне відображення операцій з заготівлі, надходження і відпуску тари на складах, в цехах, виробничих ділянках і інших місцях її зберігання;
- забезпечення контролю за збереженням тари на всіх етапах її руху і зберігання;
- виявлення фактичної собівартості тари, придбані у виробників тари або тароремонтних підприємств або виготовленої безпосередньо підприємством;
- дотримання норм витрати тари на одиницю кожного виробу і порядку обліку витрачання тари у виробництві залежно від особливостей упаковки і виду тари;
- контроль за своєчасною здачею тари покупцями і застосування в необхідних випадках санкцій за несвоєчасне повернення тари;
- виявлення фінансових результатів по операціях з тарою (розгорнені прибуток і збиток) [14, с. 6-9].

Тара може обліковуватися як у складі товару, так і окремо, інвентарна тара займає питому вагу у вартості товару, і у разі, коли вона багатооборотна потребує повернення, тому бухгалтерський облік операцій з тарою набуває в сучасних умовах господарювання все більшого значення.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В процесі дослідження виявлено відсутність підходу до тлумачення терміну "тара" та "упаковка" серед науковців, які ототожнюються авторами. Проте, з погляду господарської діяльності суб'єктів господарювання, ці поняття хоча й близькі, але не ідентичні. Запропоновано визначити тару, як місткість, що призначена для зберігання та упакування товарів з метою збереження її якості та корисних властивостей, (в деяких випадках зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище), а також для транспортування товарів на відстань; упаковка – це оболонка, у якій міститься товар. Вона включає тару, етикетку, вкладиш та маркування. Тобто, поняття "тара" більш вузьке, ніж поняття "упаковка".

Визначено основні види тари за різними класифікаційними ознаками, а саме уточнено класифікацію тари для цілей бухгалтерського обліку та податкових розрахунків, що зумовлено особливостями відображення в обліку.

#### Список використаної літератури:

1. Азрилян А.Н. Большой бухгалтерский словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики, 1999. – 574 с.
2. Алпатова Н. Зворотна тара в роздрібній торгівлі: податковий і бухгалтерський облік / Н. Алпатова // Все про бухгалтерський облік – 2007 – №100. – С. 6-7.
3. Балашова Е.Е. Современные тенденции развития рынка тары и упаковки в России и мире / Е.Е. Балашова, М.А. Юлкин. Архангельск: ЦЭИ, 2000. – 40 с.
4. Бичик С.В. Словарь экономических терминов / С.В. Бичик, А.С. Дамарацкая, И.В. Дамарацкая. – Минск: Висш. шк., 2009. – 271 с.
5. Бойко В.М. Бизнес: словарь-довідник / В.М. Бойко, П.Г. Вашків – К.: Україна, 1995. – 157 с.
6. Борисов А.Б.

- Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. – М.: Книжный мир, 2001. – 895 с.
7. Бухгалтерський словник / За ред. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ПП "Рута", 2001. – 224 с.
8. Економічний енциклопедичний словник / С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій – Львів: Світ, 2006. – У 2 т. Т. 2 – 568 с.
9. Інструкція з бухгалтерського обліку тари на підприємствах і в організаціях державної торгівлі та громадського харчування, затверджена Наказом Міністерства торгівлі СРСР від 28.04.1986 N 93 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/v0093400-86/print1323106519117267>
10. Козак А. Яка упаковка найдоцільніша? / А. Козак // Харчова і переробна промисловість. – 2009. – №1 (353). – С. 28-30.
11. Корол О. Облік тари на підприємствах торгівлі [Електронний ресурс] / О. Корол // Галицькі контракти – 2006 р. – №6 – Режим доступу до журн.: <http://www.dtk.com.ua/show/1cid02481>.
12. Красовська І. Упаковка і тара: види та облік / І. Красовська // Бібліотека Головбуха – 2009 р. – №2 – С. 109-113.
13. Кривошей В.М. Упаковка в нашому житті. – К.: ІАЦ "Упаковка", 2001. – 161 с.
14. Лемеш В.Н. Тара: бухгалтерський учет, налогодобложение, документальное оформление / В.Н. Лемеш. – Минск: Регистр, 2010. – 156 с.
15. Лисиця Т. Тара: класифікація і правила обліку / Т. Лисиця // Баланс – 2011. – №94 (1132). – С. 26-31.
16. Матросов В.Д. Проблеми розвитку пакувальної галузі України та підготовки кадрів для неї [Електронний ресурс] / В.Д. Матросов, Д.С. Мельник // Економічний вісник Донбасу – 2009. – №4(18). – Режим доступу до журн.: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Evd/2009\\_4/16.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evd/2009_4/16.pdf)
17. Молдованова М.І. Енциклопедичний словник бізнесмена: Менеджмент, маркетинг, інформатика / Під заг. ред. М.І. Молдованова. – К.: Техніка, 1993. – 856 с.
18. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. – 952 с.
19. Онищенко Т. Операції з тарою / Т. Онищенко. – Х.: Фактор, 1999. – 122 с.
20. Пантелеев В.П. Словник бухгалтера та аудитора / В.П. Пантелеев, О.С. Сніжко; Держ. ком. Статистики України, Держ. акад. Статистики, обліку та аудиту. – К.: ДП "Інформ.-аналіт. Агентство", 2009. – 239 с.
21. Привалова Н. Поворотна тара: умови договору та облік / Н. Привалова // Баланс – 2006. – №45. – С. 15-17.
22. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева – М.: ИНФРА-М, 1996 – 496 с.
23. Скорогодська К.Ю. Особливості обліку зворотної тари / К.Ю. Скорогодська // Матеріали Всеукраїнської студентської інтернет-конференції [Розвиток теорії і методики обліку, аналізу та аудиту], (21-22 травня 2009 року). – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/19-76-1>.
24. Словник термінів ринкової економіки / Під ред. В.І. Науменка. – К.: Глобус, 1996. – 288 с.
25. Фоминский И.П. Внешнеэкономический толковый словарь / И.П. Фоминский. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 512 с.
26. Шунтова С.Г. Экономико-экологическая оценка развития индустрии тары и упаковки для пищевой продукции [Електронний ресурс] / С.Г. Шунтова // Труды Одесского политехнического университета – 2004. – №2(22). – Режим доступу до журн.: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Popu/2005\\_1/7/7\\_18.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Popu/2005_1/7/7_18.pdf).

МИХАЛКІВ Алла Анатоліївна – здобувач кафедри бухгалтерського обліку Житомирського державного технологічного університету.

Стаття надійшла до редакції 24.10.11 р.