



Маркет
Аналитика

Маркет
Аналитика

Тел: (812) 407-1000
8 (800) 300-0000

БИЗНЕС-ПЛАН

открытия Интернет-магазина

модной одежды

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Москва, ноябрь 2011



СОДЕРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Идея проекта

Основные параметры

Финансовые показатели

ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

Оценка рынка

Сегментация рынка

Сегментация по стране-производителю

Сегментация по ценовому признаку

Сегментация по виду продаваемой одежды

Конкурентный анализ на рынке

Популярные бренды молодежной одежды

Описание потребителей

Потребительские предпочтения

Тенденции развития рынка

Риски и барьеры

КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

Общие сведения

Создание сайта интернет-магазина

Виды и стоимость услуг

Позиционирование услуг

Концепция рекламной и PR компаний

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН



Организационный план реализации проекта

Производство продажи продукции

ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

Формирование штата сотрудников

Штат сотрудников и его функционал

Организационно-управленческая структура компании

Формирование фонда оплаты труда

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Исходные данные и допущения

Инвестиционная деятельность

РЕМОНТ ПОМЕЩЕНИЯ

ЗАКУПКА И МОНТАЖ ОБОРУДОВАНИЯ, МЕБЕЛИ

ИНФРАСТРУКТУРА

РАЗРЕШЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ, КОНСУЛЬТАЦИИ, УСЛУГИ

ПРОЧИЕ РАСХОДЫ (3%)

Операционная деятельность

Доходы

Расходы

Финансовая деятельность

Эффективность инвестиций и анализ чувствительности

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, СХЕМ

ЮРИДИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативно-правовая документация для открытия мастерской

Нормативная база, регулирующая деятельность мастерских



ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ИНСТРУКЦИИ ПЕРСОНАЛА

Управляющий

Контент-менеджер

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ПРОГНОЗНОЕ ДВИЖЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ПРОГНОЗНЫЙ БЮДЖЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 4. ПРОГНОЗНЫЙ БАЛАНС, \$

ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА



РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

ИДЕЯ ПРОЕКТА

Открытие интернет-магазина по торговле молодежной одежды и аксессуарами.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ

- ✓ Место реализации проекта – г. Москва.
- ✓ Необходимая площадь – **кв.м.
- ✓ Средняя стоимость продаваемой продукции (средний чек) – **
- ✓ Количество общего объема сбыта в месяц – *** шт.
- ✓ Права собственности на помещения – долгосрочная аренда
- ✓ Режим работы – с 09:00 до 20:00
- ✓ Штат – 5 человек

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- ✓ Ставка дисконтирования: **%;
- ✓ Чистый приведенный доход, NPV: \$ ***
- ✓ Внутренняя норма рентабельности, IRR, годовая: **%;
- ✓ Индекс прибыльности (PI): ***;
- ✓ Срок окупаемости, мес.: **;
- ✓ Дисконтированный срок окупаемости, мес.: ***;
- ✓ Необходимые инвестиции: \$ ***;
- ✓ Период расчета показателей, лет: **.



ВНЕШНЕЕ ОКРУЖЕНИЕ ПРОЕКТА

ОЦЕНКА РЫНКА ОДЕЖДЫ

Согласно данным ****, в 2010 году объем рынка одежды в России достигал \$ ***млрд., а в 2011 году увеличится на **%, до \$**** млрд.

Потребительские расходы на одежду и обувь в среднем на члена домашнего хозяйства росли, причем темп роста возрастал, и в 2008 году составлял ****%. В 2009 году рост продолжился, но В 2011 году ожидается

ОЦЕНКА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Сейчас активно развивается Интернет-торговля, чему способствует проникновение Интернета в регионы.

По данным Яндекса, в 2010 году число пользователей Всемирной паутины в России почти добралось до отметки *** миллионов человек - это около ***% населения страны. В итоге интернет-аудитория стала больше на ***%.

По данным ****, к 2014 году в России будет около *** миллионов пользователей, то есть ***% населения.

Таблица. Проникновение Сети в РФ

Федеральные округа\Города федерального значения	Проникновение Интернета (в %)	Стоимость доступа (руб.\мес.)
Центральный		
Северо-Западный		
Южный и Северо-Кавказский		
Приволжский		
Уральский		
Сибирский		
Дальневосточный		



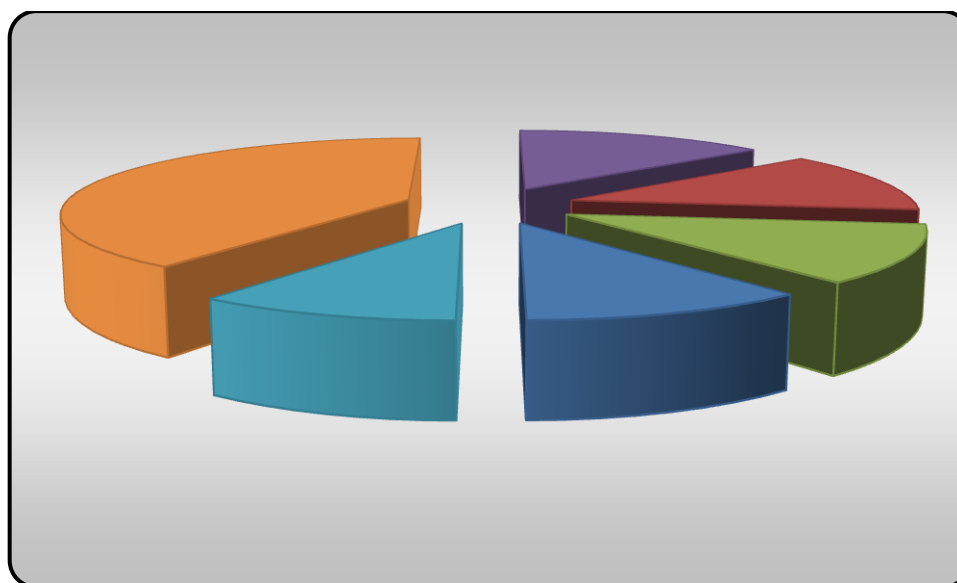
Федеральные округа\Города федерального значения	Проникновение Интернета (в %)	Стоимость доступа (руб./мес.)
Москва		
Санкт-Петербург		

Источник: "Яндекс", 2011

По результатам исследования ФОМ, оборот рынка интернет-торговли в 2011 году составит *** млрд. рублей, т.е. ***% всего российского розничного оборота. За минувший год интернет-магазины увеличили оборот на ****%.

По прогнозам экспертов, к 2015 году объем рынка онлайн-торговли в России вырастет **** до ****млрд руб. или \$*** млрд. В 2015-м покупки в сети будут совершать *** млн. россиян на сумму равную *** млрд руб. в месяц.

Диаграмма. Самые часто покупаемые товары в Сети



Источник: Маркет Аналитика, по материалам отраслевых порталов, 2011



Сегментация рынка

Сегментация по стране-производителю

На российском рынке одежды преобладает продукция зарубежного производства: по данным маркетинговых исследований рынка одежды, в его структуре более **% приходится на импорт, порядка ***% - на российское производство. Даже отечественные розничные сети одежды ***% продукции отшивают в Китае. По мнению игроков, кризис вытеснил с рынка неэффективных производителей, а для остальных станет стимулом к развитию, повышению качества услуг и отлаженной работе менеджмента.

.....

Сегментация по ценовому признаку

Выделяют следующие сегменты рынка одежды по ценовому признаку:

Диаграмма. Сегментация рынка одежды по ценовому признаку

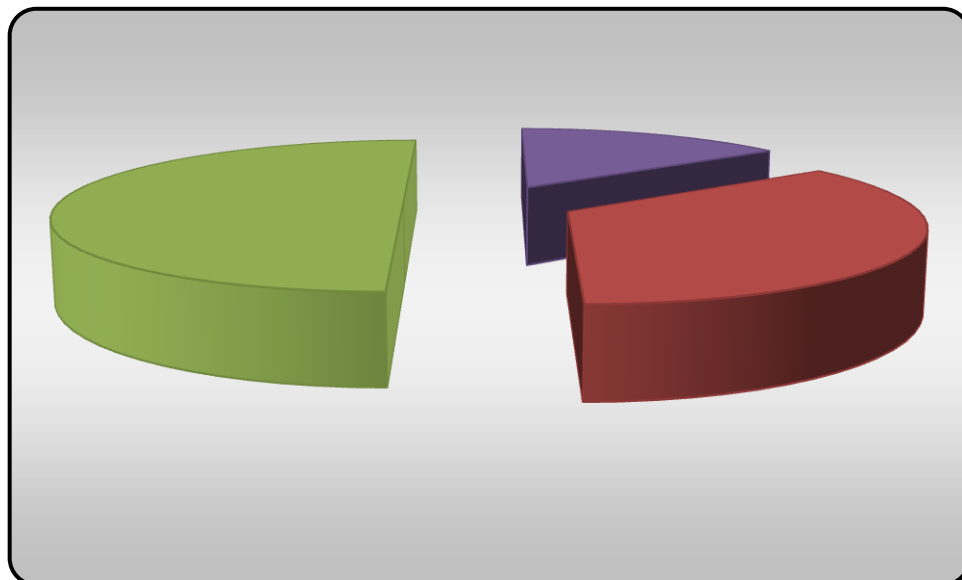




Таблица. Классификация и описание сегментов

Сегменты	Покупатели	Подсегмент	Средняя розничная цена брюк, евро
Верхний **%	люди, среднемесячный доход, которых превышает 1000 евро	Одежда люкс ведущих дизайнеров	
		Одежда молодых дизайнеров	
		Бридж	
Средний **%	люди, среднемесячный доход, которых составляет 300 – 1000 евро	Средний плюс	
		Средний	
Нижний **%	люди, среднемесячный доход, которых составляет менее 300 евро	Умеренный	
		Бюджетный	

Приведем примеры компаний по сегментам.

.....



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ НА РЫНКА

.....

Таблица. Конкурентный анализ интернет-магазинов

Наименование	Описание	Ассортимент	Способы оплаты	Преимущества	Недостатки
Boutique.ru					
z95					
Quelle					
Клингель					
WENZ					
Ellos					
Wildberries					
Otto					
Butik.ru					



Наименование	Описание	Ассортимент	Способы оплаты	Преимущества	Недостатки
LaRedoute					

Источник: <http://smashmag.ru>

.....

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Одним из главных факторов, влияющих на состояние рынка одежды России является наличие платежеспособного спроса на продукцию данной отрасли. Сегодняшняя макроэкономическая ситуация в Российской Федерации позволяет говорить о положительной динамике в этой области.

.....



ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Диаграмма. Отношение к покупкам одежды в зависимости от пола и возраста



При выборе одежды стоимость стоит на первом месте почти у половины россиян - **% (по сравнению с 2008 г. ее влияние в 2009 г. возросло на **%, составив **%). ***% покупателей обращают внимание на комфорт и удобство, **% - на дизайн одежды.

По данным ***, большинство россиян (***) предпочитают удобную повседневную одежду "городского" стиля - стиль casual. Примерно каждый второй носит спортивную одежду, а одежду "для отдыха" может себе позволить лишь каждый четвертый, вечерние туалеты - только ***% респондентов.

Формат интернет-магазина интересен многим покупателям, так как дает многие преимущества. В первую очередь,



ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Основные тенденции розничной торговли:

1. В 1 квартале 2011 года на российском fashion-рынке произошла заметная поляризация потребительского спроса и ярко выделились люксовый и бюджетный ценовые сегменты рынка. Средний ценовой сегмент во время кризиса оказался в сложном положении из-за того, что он приближался то к люксовому, то к бюджетному сегментам. Если в 2010 г. рост продаж в среднеценовом сегменте fashion-ритейла вырос до 18-20%, за счет амортизации спроса и общего оптимизма по поводу восстановления рынка, то к началу 2011 г. рост продаж замедлился из-за ослабленной платежеспособности покупателей.

2.

.....

РИСКИ И БАРЬЕРЫ

Среди барьеров для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

Отсутствие собственных средств

На фоне финансового кризиса существует сложность с привлечением заёмных средств, что может привести к невозможности выйти на рынок или вложить значительное количество ресурсов в развитие компании.

Высокий уровень конкуренции в регионе

.....

Отсутствие инновационной идеи

Слишком высокий уровень цен

.....

.....



КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Доход компании будет формироваться за счет продажи товаров через интернет-магазин.

Концепция данного проекта предполагает создание и открытие интернет-магазина со складом площадью 30 кв.м.

Компания будет позиционировать себя как интернет-магазин с нижним классом цен, ориентирующаяся на клиентов со средним уровнем дохода, в частности на молодежь.

Основные цели проекта разделены согласно этапам развития проекта.

Краткосрочные цели

- ✓ Решение задач инвестиционного этапа создания интернет-магазина в рамках обозначенного бюджета
- ✓ Выход на интернет-рынок одежды, непосредственное открытие интернет-магазина в запланированные сроки

Среднесрочные цели

- ✓

Долгосрочные цели

- ✓

СОЗДАНИЕ САЙТА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Концепция дизайна

Разрабатывая концепцию дизайна будущего интернет-магазина, следует учитывать эстетические вкусы потенциальных покупателей. Чем шире покупательская аудитория, тем сложнее будет угодить вкусу каждого. Поэтому магазины широкого профиля оформляются максимально нейтрально.



.....

Навигация сайта

.....

Контент и визуализация

.....

Виды и стоимость услуг

Доход компания будет получать от продажи основной продукции:

- ✓ Одежда (блузки, брюки, юбки и т.п.)
- ✓ Верхняя одежда (куртки, пуховики и т.п.)
- ✓ ...
- ✓

При ценообразовании необходимо учитывать:

- ✓ себестоимость продукции
- ✓ ...
- ✓

Цены на продукцию компании будут рассчитываться на основе

.....

Таблица. Виды продукции средние цены на группу товаров

Наименование	Стоимость, \$
Одежда	
Верхняя одежда	



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ УСЛУГ

Позиционирование: магазин модной молодежной одежды

Продукция магазина – недорогая модная одежда.

Особенность магазина – модная одежда по доступным ценам.

Целевая аудитория: студенты вузов, рабочие, служащие, специалисты, сотрудники офисов, мелкие предприниматели. Возраст от 15 до 40 лет.

Пол: мужской и женский. Большая доля ассортимента ориентирована на женский пол.

Уровень заработной платы до 1000\$

Отличительные черты потребителей:

✓ Относительно невысокое материально-имущественное положение и социально-профессиональный статус.

✓

Поведенческие параметры будущего покупателя:

✓

✓

Ценовое позиционирование - цена – главное, на что обращают внимание большинство при окончательном решении о покупке одежды. Открытие магазина планируется с низким уровнем цен, ориентированного на экономных молодых людей, с невысоким уровнем доходом.

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМНОЙ И PR КОМПАНИЙ

Для того, чтобы интернет-магазин приносил прибыль необходимо постоянно заниматься раскруткой сайта. Более перспективной представляется реклама в сети, чем оффлайновая.



Приведём кратко основные способы, на которые нужно обратить внимание в первую очередь. Наиболее эффективными источниками посетителей, а соответственно и заказов, являются:

- Поисковое продвижение по ключевым запросам (SEO-оптимизация);

.....

.....

Таблица. Коммуникационная стратегия продвижения интернет-магазина

Этап	Сроки	Бюджет, \$	Цель	Способы продвижения
1. Подготовительный	3 месяца до открытия компании			
2. Запуск				
3. Привлечение клиентов				
4. Стимуляция продаж				

Подводя итог, отметим, что в целях обеспечения запланированного уровня спроса на продукцию компании, планируется осуществление следующих маркетинговых мероприятий:

1. Для информационной поддержки открытия планируется проведение комплексной рекламной кампании, направленной на привлечение целевых клиентов.

2.

3.



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

В течение первых 3-х месяцев работы над проектом решаются следующие задачи:

Таблица. Организационный план реализации проекта

№	Задача	Месяцы		
		1	2	3
1.	Регистрация фирмы			
2.	Формирование уставного капитала			
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
11.				
12.				
13.				
14.				
15.				
16.				



№	Задача	Месяцы		
		1	2	3
17.				

На дальнейших этапах, после запуска и открытия, магазин функционирует в полном объеме.

Производство продажи продукции

Продажа продукции будет осуществляться следующим образом:

1. Клиент посещает сайт, выбирает понравившийся товар и оформляет заказ.
2. ...
3. ...



ПЕРСОНАЛ ПРОЕКТА

ФОРМИРОВАНИЕ ШТАТА СОТРУДНИКОВ

Подбор персонала планируется осуществлять непосредственно перед открытием (кроме управляющего, прием на работу которого осуществляется в самом начале проекта)

Общими требованиями ко всем сотрудникам при приеме являются:

- ✓ наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
- ✓ ...
- ✓ ...

Таблица. Фонд оплаты труда, 1 месяц, \$

Должность	Кол-во	Зарплата с НДФЛ	Сумма	Взносы в фонды с ФОТ	Итого
Управляющий	1				
Системный администратор	2				
Оператор call-центра	2				
Итого	5				



ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

.....

Показатели рассчитаны на ноябрь 2011 года, и отражают реальную ситуацию по реализации проекта в данный момент.

ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И ДОПУЩЕНИЯ

При проведении расчетов проекта были сделаны следующие допущения и ограничения:

- ✓ Финансовый год начинается в январе;
- ✓ Принцип учета запасов: По среднему;
- ✓ Основная валюта проекта – доллары США (\$);
- ✓ Инфляция рубля и доллара, колебание курса доллара США не учитывались.

Налоговое окружение

При проведении расчета включены следующие виды налогов:

Таблица. Основные налоги и их размер

Вид налога	Размер	Примечание
Налог на прибыль		
Налог на имущество		
Взносы на страхование (пенсионное, социальное) итого, включая в себя:		
- ФСС НС		
- ФСС ЕСН		
- Пенсионный фонд		



- ТФОМС		
- ФФОМС		
НДФЛ		
НДС входящий		
НДС исходящий		

.....

Таблица. Расчет ставки дисконтирования

Доля собственного капитала	
Доля заемного капитала	
Налог на прибыль	
Стоимость собственного капитала	
Стоимость заемного капитала	
Итого ставка дисконтирования	

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В рамках осуществления проекта предусмотренные следующие инвестиционные затраты по статьям затрат:

Таблица. Расчет инвестиционных затрат проекта по инвестиционной деятельности, \$

Инвестиционная деятельность	Сумма, \$
Ремонт помещения	
Закупка и монтаж оборудования, мебели	



Инфраструктура	
Разрешения, согласования, консультации, услуги	
Прочие расходы (3%)	
Итого:	

ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Доходы

Таблица. Средние цена на различные категории продукции, \$

Наименование	Стоимость, \$
Одежда	
Верхняя одежда	
Белье	
Аксессуары	
Средний чек покупки в интернет-магазине	

Таблица. Основные показатели продаж продукции, \$

Показатель	Ежемесячно	Месяцы					
		4	5	6	7	8	9-й и последующие месяцы
Средняя стоимость продукции							
Объем сбыта							
Процент загрузки, компании							
Ежемесячная выручка							



Расходы

В рамках осуществления проекта предусмотренные следующие расходы:

1. Затраты на приобретение сырья и продукции
2. Затраты на формирование оборотного капитала
3. ...
4. ...

Детализируем общие ежемесячные издержки в сводной таблице, также данные издержки относят к прочим административным затратам.

Таблица. Общие ежемесячные издержки интернет-магазина, \$

Наименование	Затраты
Маркетинговые мероприятия	
Комплексное продвижение сайта интернет-магазина	
Итого:	
Интернет, телефон, коммунальные расходы	
Телефон и интернет	
Итого:	
Канцелярские и хозяйственные товары	
Бумага	
Лента для кассового аппарата	
Канцелярские принадлежности	
Моющие средства и инвентарь	
Итого:	
Обслуживание системы сигнализации	
Сервисное обслуживание оборудования (аутсорсинг)	



Наименование	Затраты
Аутсорсинг по бухгалтерскому учёту	
Сервисное обслуживание оргтехники	
Аутсорсинг по клиринговым услугам	
Итого:	
Расходные материалы	
Питьевая вода для кулеров	
Прочие расходы	
Итого:	
Общий итог:	

.....

ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Расчеты проведены без привлечения заемного финансирования. Финансирование проекта осуществляется из собственного капитала инвестора.

Необходимый размер финансирования проекта составляет ***** в первые 7 месяцев реализации проекта.

Таблица. Расчет потребности в финансировании, \$

Статья затрат	1 ме- сяц	2 ме- сяц	3 ме- сяц	4 ме- сяц	5 ме- сяц	6 ме- сяц	7 ме- сяц	Сумма
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ								
Ремонт помещения								
Закупка и монтаж оборудования, мебели								
Инфраструктура								
Разрешения, согласования, консультации, ус- луги								
Прочие расходы (3%)								



ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ								
Выручка								
Затраты на приобретение продуктов								
Затраты на формирование оборотного капитала								
Аренда помещения								
Фонд оплаты труда								
Маркетинговые мероприятия								
Интернет, телефон, коммунальные расходы								
Канцелярские и хозяйственные товары								
Обслуживание системы сигнализации								
Сервисное обслуживание оборудования (аутсорсинг)								
Расходные материалы								
НДС								
Налог на имущество								
Налог на прибыль								
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ								
Потребность / излишек в финансировании								
Собственный капитал								
Поступление								
Нарастающим итогом								



ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ И АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

Основные показатели эффективности проекта:

Таблица. Финансовые показатели проекта

Показатели эффективности проекта	Показатели
Ставка дисконтирования (месячная)	
Чистый приведенный доход, NPV, \$	
Внутренняя норма рентабельности, IRR, месячная, %	
Внутренняя норма рентабельности, IRR, годовая%	
Индекс прибыльности (PI)	
Срок окупаемости, месс.	
Дисконтированный срок окупаемости, месс.	
Необходимые инвестиции, \$	

Период расчета интегральных показателей – 5 лет.



ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ, ДИАГРАММ, СХЕМ

Диаграмма 1. Динамика потребительских расходов на одежду и обувь, в среднем на члена домашнего хозяйства, рублей в месяц

Диаграмма 2. Динамика роста российского рынка интернет-торговли в 2006-2015 гг., млрд руб., %.

Диаграмма 3. Самые часто покупаемые товары в Сети

Диаграмма 4. Сегментация рынка одежды по ценовому признаку

Диаграмма 5. Сегментация рынка одежды по виду одежды, %

Диаграмма 6. Узнаваемость магазинов

Диаграмма 7. Динамика среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в расчете на одного работника, Российская Федерация, руб./человека

Диаграмма 8. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 9. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Диаграмма 10. Отношение к покупкам одежды в зависимости от пола и возраста

Диаграмма 11. Факторы выбора одежды

Диаграмма 12. Вероятность рекомендации магазина знакомым

Диаграмма 13. Предпочтения россиян по стилю одежды, %

Диаграмма 14. График чистого приведенного дохода NPV, по годам, \$

Таблица 1. Проникновение Сети в РФ

Таблица 2. Классификация и описание сегментов

Таблица 3. Примеры компании по сегментам

Таблица 4. Соответствие марки магазина определенному утверждению

Таблица 5. Конкурентный анализ интернет-магазинов

Таблица 6. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %



- Таблица 7. Виды продукции средние цены на группу товаров
- Таблица 8. Коммуникационная стратегия продвижения интернет-магазина
- Таблица 9. Организационный план реализации проекта
- Таблица 10. Фонд оплаты труда, 1 месяц, \$
- Таблица 11. Основные налоги и их размер
- Таблица 12. Расчет ставки дисконтирования
- Таблица 13. Модель кумулятивного построения ССМ
- Таблица 14. Расчет инвестиционных затрат проекта по инвестиционной деятельности, \$
- Таблица 15. Закупка и монтаж оборудования, мебели и инвентаря, \$
- Таблица 16. Затраты на основные активы, \$
- Таблица 17. Затраты на приобретение прочего инвентаря и прочие расходы, \$
- Таблица 18. Затраты на покупку офисного оборудования и мебели, \$
- Таблица 19. Расчет статьи «Инфраструктура»
- Таблица 20. Средняя цена на различные категории продукции, \$
- Таблица 21. Основные показатели продаж продукции, \$
- Таблица 22. Общие ежемесячные издержки интернет-магазина, \$
- Таблица 23. Расчет затрат на прямые издержки компании по продаваемой продукции, \$
- Таблица 24. Расчет оборотного капитала, \$
- Таблица 25. Расчет аренды помещения, \$
- Таблица 26. Распределение площади компании
- Таблица 27. Расчет фонда оплаты труда, \$
- Таблица 28. Расчет затрат на рекламу и продвижения интернет-магазина, \$
- Таблица 29. Расчет потребности в финансировании, \$
- Таблица 30. Финансовые показатели проекта



Таблица 31. Зависимость NPV от стоимости услуг и продукции

Таблица 32. Зависимость NPV от объема сбыта услуг и продукции

Схема 1. Организационно-управленческая структура

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований и бизнес-планов компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Возможна индивидуальная разработка бизнес-плана под конкретный инвестиционный проект.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU