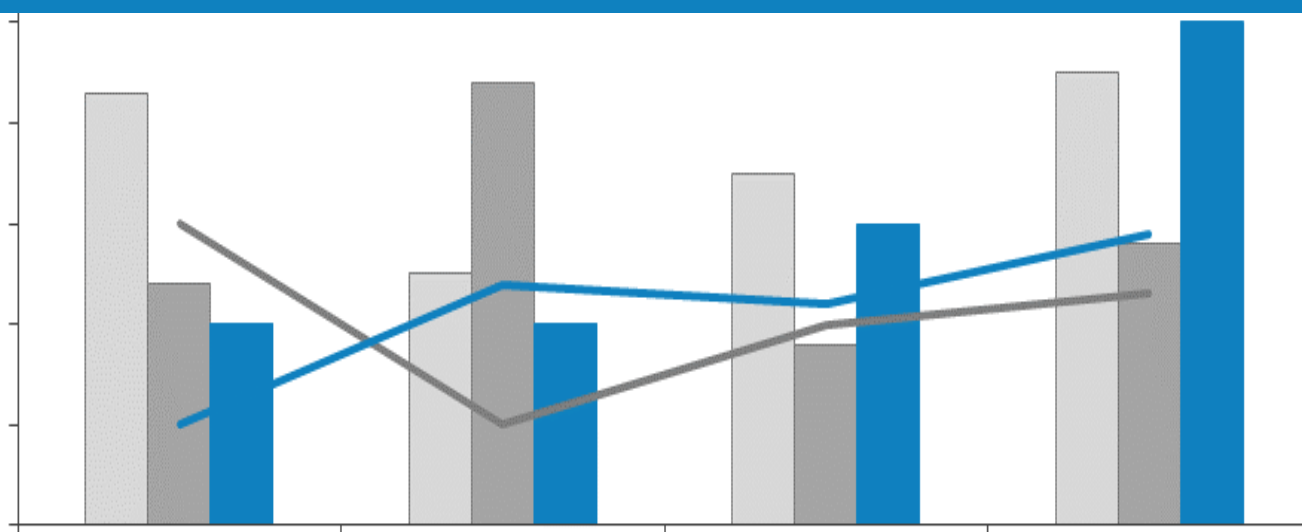




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка торговли через интернет-магазины в России (включая прогноз до 2019 г.)



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	10
Резюме	12
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	13
Цель исследования	13
Задачи исследования.....	13
Объект исследования	13
Метод сбора и анализа данных.....	13
Источники получения информации	14
Объем и структура выборки.....	14
Глава 2. Особенности интернет-магазинов	15
Глава 3. Мировой рынок продаж Интернет-магазинов	16
Объем мирового рынка	16
Причины отставания России	16
Глава 4. Объем и темпы роста рынка продаж Интернет-магазинов в России	17
Объем и темпы роста рынка	17
По оценке Ozon.ru.....	17
По оценке АКИТ	17
По оценке РАЭК.....	18
По оценке НАДТ.....	18
По оценке InSales	18
Консолидация оценок рынка онлайн ритейла по версиям различных компаний	18
Прогноз развития рынка до 2019 г.	19
Глава 5. Сегментация рынка продаж Интернет-магазинов в России	21
По способу доставки товаров	21
По товарным группам (в зарубежных интернет-магазинах)	21
Структура продаж по товарным группам	21
Продажи бытовой техники и электроники	21
По географии покупателей (в зарубежных интернет-магазинах)	21
По стоимости покупок (в зарубежных интернет-магазинах)	21
Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка продаж Интернет-магазинов в России.....	22
Онлайн продажи продолжают расти	22

<i>Значительный рост онлайн продаж некоторых категорий товаров</i>	<i>22</i>
<i>Необходимость оптимизации интернет-магазина под просмотр через мобильный телефон</i>	<i>22</i>
<i>Интернет-магазины выходят в регионы</i>	<i>22</i>
<i>Запуск собственных курьерских услуг интернет-магазинами и перепрофилирование в маркетплейсы.....</i>	<i>22</i>
<i>Высокий уровень недоверия россиян к онлайн-платежам и предоплате</i>	<i>22</i>
<i>Объединение онлайн и офлайн каналов продаж</i>	<i>22</i>
<i>Рост онлайн покупок в зарубежных магазинах.....</i>	<i>22</i>
<i>Многие интернет-магазины неудобны для использования</i> Ошибка! Закладка не определена.	
<i>Минэкономразвития снимет запрет с онлайн-продаж ювелирных изделий.....</i>	<i>22</i>
Глава 7. Особенности поведения покупателей интернет-магазинов в России	23
Глава 8. Государственное регулирование на рынке продаж Интернет-магазинов в России	24
Глава 9. Основные игроки рынка продаж Интернет-магазинов в России.....	25
Топ-100 интернет-магазинов	25
Топ-10 крупнейших российских онлайн-ритейлеров	30

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 3 таблицы и 21 диаграмму.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка продаж интернет-магазинов в России по версиям различных компаний, прогноз, млрд. руб.

Таблица 2. Прогноз объема рынка продаж Интернет-магазинов по оценкам разных аналитических агентства, млн руб.

Таблица 3. Рейтинг ТОП-100 интернет-магазинов России (по обороту, заказам, среднему чеку)

Диаграммы:

Диаграмма 1. Мировой объем интернет продаж, млрд \$

Диаграмма 2. Прогноз объема мирового рынка онлайн розницы, млрд долл., %

Диаграмма 3. Объем онлайн продаж в странах на душу населения, прогноз, долл. на душу населения

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 6. Объем и темпы прироста рынка трансграничной торговли в России (импорт), млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста рынка отправок с товарным вложением из зарубежных интернет-магазинов в Россию, млн. отправок и % прироста

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли (онлайн-платежей) в России, прогноз, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 9. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 10. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли в России, прогноз, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 11. Сегментация рынка продаж Интернет-магазинов в России по способу доставки товаров, %

Диаграмма 12. Структура покупок в зарубежных интернет-магазинах россиянами по товарным группам, %

Диаграмма 13. Объем и темпы прироста продаж в категории «бытовая техника и электроника» в e-commerce в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 14. Доля e-commerce в ритейле в категории «бытовая техника и электроника» в России, %

Диаграмма 15. Наиболее популярные категории товаров e-commerce в сегменте БТиЭ, % от объема продаж

Диаграмма 16. Структура покупок в зарубежных интернет-магазинах по географии покупателей, %

Диаграмма 17. Сегментация рынка продаж Интернет-магазинов в России по стоимости покупок, %

Диаграмма 18. Ответы покупателей в онлайн-магазинах на вопрос «Что является для Вас главным критерием при выборе интернет-магазина?», %

Диаграмма 19. Ответы покупателей в онлайн-магазинах на вопрос «При покупке любой категории товаров акции и скидки являются для Вас главным критерием при выборе интересующего Вас товара?», %

Диаграмма 20. Ответы покупателей в онлайн-магазинах на вопрос «Как Вы считаете, цены на распродажах действительно ниже, чем обычно, или это рекламный трюк?», %

Диаграмма 21. Ответы покупателей в онлайн-магазинах на вопрос «В каких категориях товаров цена для Вас важнее, чем надежность магазина или известность бренда?», %

Резюме

В декабре 2016 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка торговли через интернет-магазины.

Онлайн продажи продолжают расти даже в кризисных условиях рынка. Наблюдается значительный рост онлайн продаж некоторых категорий товаров. В I пол. 2016 года ведущую роль в продажах интернет-магазинов играет бытовая техника и электроника. Далее следует одежда. Замыкает тройку лидеров обувь.

Игрокам требуется оптимизировать свои интернет-магазины под потребности покупателей (например, создание мобильной платформы сайта, запуск собственных курьерских услуг интернет-магазинами и перепрофилирование в маркетплейсы).

Несмотря на то что Москва и Санкт-Петербург занимают основную долю на рынке онлайн-продаж, интернет-магазины начинают постепенно присматриваться к регионам.

Сохраняются многие проблемы на рынке интернет-магазинов: уровень недоверия россиян к онлайн-платежам и предоплате на сайте до сих пор довольно высок. Многие сайты в погоне за прибылью забывают о создании комфортного пребывания покупателя на сайте: покупатели не могут быстро сориентироваться на неудобных страницах и уходят к конкурентам.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка продаж Интернет-магазинов в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка продаж Интернет-магазинов.
2. Выделить и описать основные сегменты рынка продаж Интернет-магазинов в России.
3. Охарактеризовать структуру потребления продаж Интернет-магазинов в России.
4. Определить рыночные доли основных участников рынка продаж Интернет-магазинов.
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке продаж Интернет-магазинов в России.
6. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка продаж Интернет-магазинов в России в стоимостном выражении.
7. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка продаж Интернет-магазинов в России в ближайшие несколько лет.
8. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка продаж Интернет-магазинов в России.
9. Определить факторы, препятствующие росту рынка продаж Интернет-магазинов в России.
10. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка продаж Интернет-магазинов.
11. Определить ассортимент продукции, который предлагают интернет-магазины на российском рынке.
12. Описать ключевые элементы государственной программы по регулированию и развитию рынка интернет-продаж в России.

Объект исследования

Рынок продаж Интернет-магазинов в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке продаж Интернет-магазинов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Особенности интернет-магазинов

С развитием и проникновением Интернета во все сферы жизни, постепенно развивалось такое направление вида деятельности как Интернет-торговля.

....

...

...

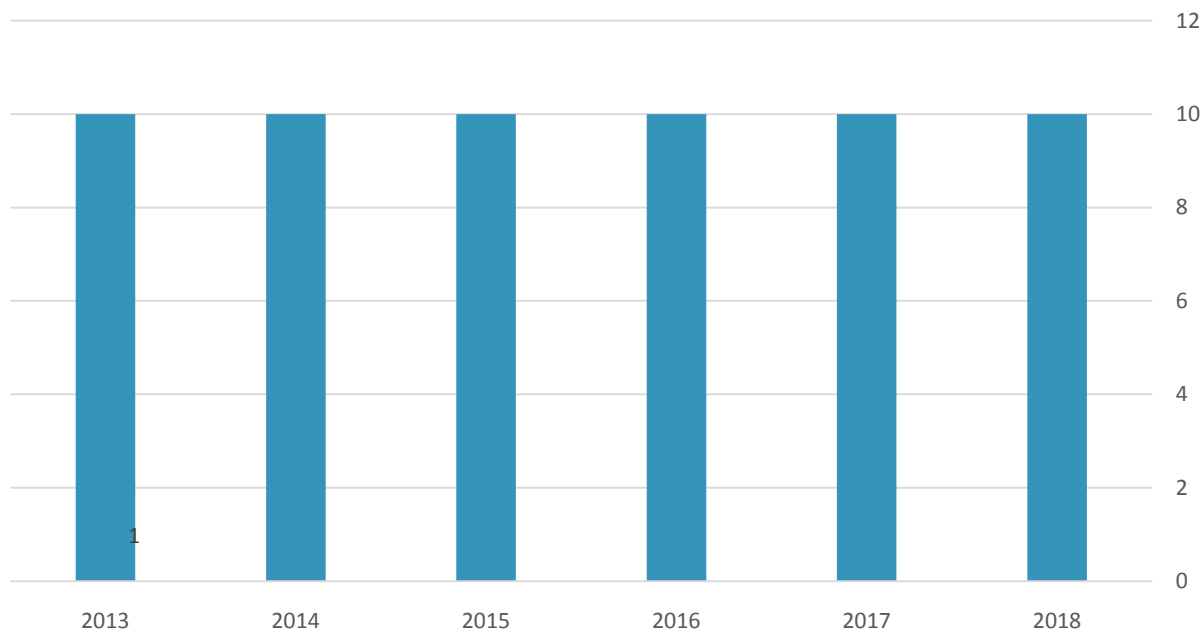
...

Глава 3. Мировой рынок продаж Интернет-магазинов

Объем мирового рынка

По оценке ...

Диаграмма 1. Мировой объем интернет продаж 2013-2018 гг., млрд \$



Источник: A.T. Kearney

Интернет-магазины ...

...

...

Причины отставания России

Глобальное ...

...

...

...

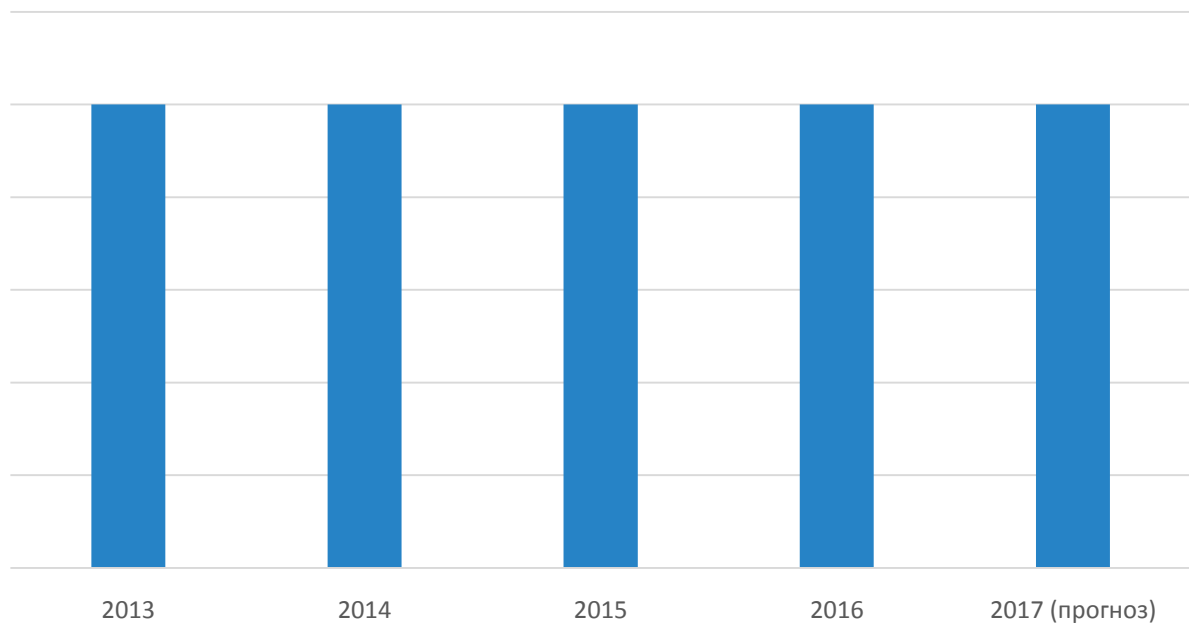
Глава 4. Объем и темпы роста рынка продаж Интернет-магазинов в России

Объем и темпы роста рынка

По оценке *Ozon.ru*

Ozon.ru

Диаграмма 2. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли в России, 2013-2016 гг. и прогноз на 2017 г., млрд. руб. и % прироста



Источник: по данным *Ozon.ru*

...

...

...

...

По оценке *АКИТ*

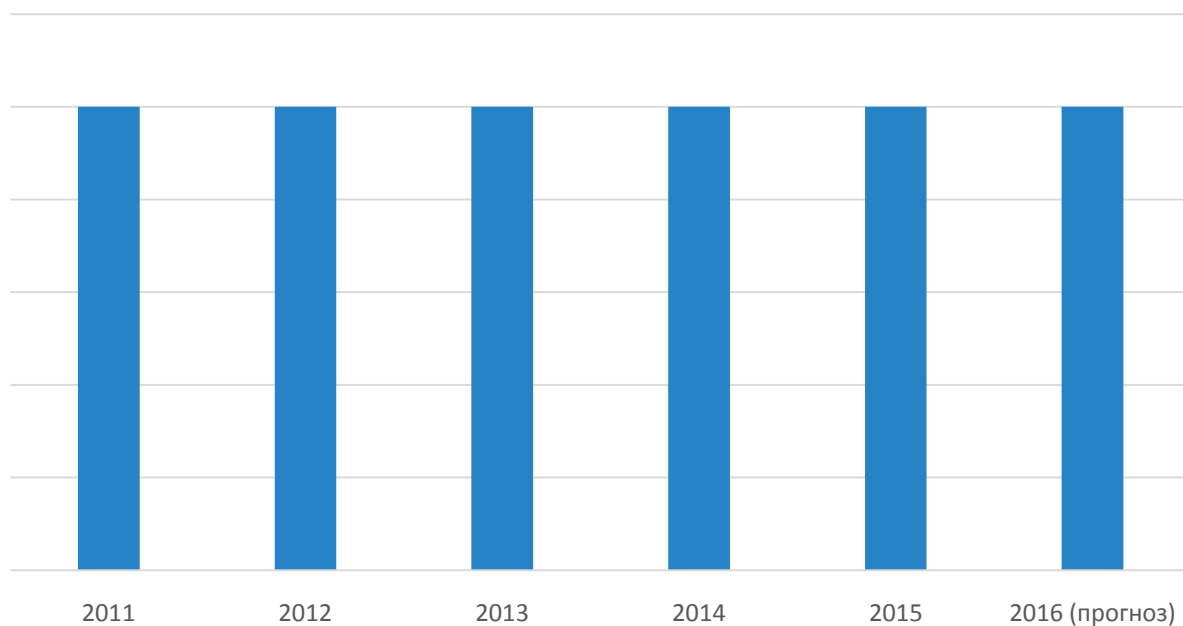
По данным АКИТ, по результатам 1 полугодия 2016 года ...

...

...

...

Диаграмма 3. Объем и темпы прироста рынка интернет-торговли России, 2011-2016 гг., млрд. руб. и % прироста



Источник: по данным АКИТ

...

...

...

...

Источник: по данным АКИТ и Почты России

По оценке РАЭК

По оценке НАДТ

По оценке InSales

Консолидация оценок рынка онлайн ритейла по версиям различных компаний

Проанализировав оценки объема рынка онлайн продаж нескольких компаний и организаций (Ozon.ru, АКИТ, РАЭК, НАДТ, InSales), были получены данные, представленные в таблице ниже.

Таблица 1. Объем рынка продаж интернет-магазинов в России по версиям различных компаний, 2010 – 2016 гг., прогноз до 2017 г., млрд. руб.

Компания	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ozon.ru								
АКИТ								
РАЭК								
НАДТ								
InSales								

Источник: по данным Ozon.ru, АКИТ, РАЭК, НАДТ, InSales

Можно сделать следующие выводы относительно оценок объема рынка интернет продаж:

- ...
-
- ...
- ...

Прогноз развития рынка до 2019 г.

Поданнымпятиорганизаций (InSales, Euromonitor International, J'son & Partners ...

...

...

...

Таблица 2. Прогноз объема рынка продаж Интернет-магазинов на 2015-2019 гг. по оценкам разных аналитических агентства, млн руб.

Компания	2017	2018	2019
J'son & Partners Consulting			
Euromonitor International			
InSales			
Ozon.ru			
РАЭК			

Источник: InSales, Euromonitor International, J'son & Partners Consulting, Ozon.ru, РАЭК

Глава 5. Сегментация рынка продаж Интернет-магазинов в России

По способу доставки товаров

По товарным группам (в зарубежных интернет-магазинах)

Структура продаж по товарным группам

Продажи бытовой техники и электроники

По географии покупателей (в зарубежных интернет-магазинах)

По стоимости покупок (в зарубежных интернет-магазинах)

Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка продаж Интернет-магазинов в России

Онлайн продажи продолжают расти

Значительный рост онлайн продаж некоторых категорий товаров

Необходимость оптимизации интернет-магазина под просмотр через мобильный телефон

Интернет-магазины выходят в регионы

Запуск собственных курьерских услуг интернет-магазинами и перепрофилирование в маркетплейсы

Высокий уровень недоверия россиян к онлайн-платежам и предоплате

Объединение онлайн и офлайн каналов продаж

Рост онлайн покупок в зарубежных магазинах

Минэкономразвития снимет запрет с онлайн-продаж ювелирных изделий

Глава 7. Особенности поведения покупателей интернет-магазинов в России

По результатам ...

...

...

...

...

...

Глава 8. Государственное регулирование рынка продаж Интернет-магазинов в России

Собственнику интернет-бизнеса практически не приходится заботиться о специальном торговом помещении и связанными с ним проблемами: санитарно-гигиеническими нормами, страховка, пожарная безопасность, коммунальные услуги, охрана и многое другое. Однако, как и у любой предпринимательской деятельности, в интернет-бизнесе есть ряд административных барьеров.

Торговля через интернет в российских законодательных актах звучит как «дистанционный способ продажи товара» и регулируется следующей нормативно-правовой базой:

-
- ...
- ...
- ...

Основными проверяющими и контролирующими органами власти интернет-торговли является:

1. ...
- ...
- ...
- ...

Глава 9. Основные игроки рынка продаж Интернет-магазинов в России

Топ-100 интернет-магазинов

Ниже представлен рейтинг Топ-100 интернет-магазинов, действующих в России, по объему денежного оборота, количеству заказов и среднему чеку в 2016 году (лето).

Таблица 3. Рейтинг ТОП-100 интернет-магазинов России (по обороту, заказам, среднему чеку), 2016 г.

#	+/-	Магазин	Оборот	Заказы	Чек	Индексы компаний-партнеров					
						SiteSecure	Айри	UsabilityLab	Sape	OWOX	Metacommerce
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											

17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											
40											
41											
42											
43											
44											

45											
46											
47											
48											
49											
50											
51											
52											
53											
54											
55											
56											
57											
58											
59											
60											
61											
62											
63											
64											
65											
66											
67											
68											
69											
70											
71											
72											

73											
74											
75											
76											
77											
78											
79											
80											
81											
82											
83											
84											
85											
86											
87											
88											
89											
90											
91											
92											
93											
94											
95											
96											
97											
98											
99											
100											

Источник: по данным DataInsight и Ruward

Топ-10 крупнейших российских онлайн-ритейлеров

...

...

...

...

...

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

