

Сергей Толкачев

СТАРТАП
ТВОЙ ПУТЬ К
МИЛЛИОНУ



16+

Сергей Толкачев

Стартап. Твой путь к миллиону

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Толкачев С.

Стартап. Твой путь к миллиону / С. Толкачев — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Прочитав эту книгу, вы узнаете, как выбрать направление своего бизнеса на Российском рынке и найти поставщиков. Узнаете, как открыть свой бизнес и начать продавать, сможете не допустить ошибок, свойственных стартаперам. А так же научитесь управлять своим бизнесом с помощью показателей.

Содержание

Введение	5
Об авторе	5
Малый бизнес в России	6
Глава I. Выбор товара	10
Мой путь	10
Выбор ниши	11
Франчайзинг	13
Продвижение новой продукции на рынке	15
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Сергей Толкачев

Стартап. Твой путь к миллиону

Введение

Об авторе

Для начала немного слов обо мне, меня зовут Толкачев Сергей, мне 38 лет. По образованию я инженер-программист, но проработав недолго в этой должности быстро переквалифицировался в специалиста по защите информации и большую часть времени работал в банковской сфере. До тех пор, пока полностью не отдал себя бизнесу и предпринимательству.

Работать на кого-то конечно интересно, если особенно ты мало за что отвечаешь, да и голова ни за что не болит. Приходишь домой – отдаешься полностью семье.

Работая на себя, один из главных плюсов – это твоя свобода. Ты сам планируешь свой график, свой отпуск и у тебя появляется еще больше времени, чтобы отдавать время своей семье не только вечером, но и в течение всего дня. Но чтобы это получилось, надо выстроить свою бизнес-систему верно и правильно. Именно это я и хочу вам рассказать в этой книге, основываясь на опыте открытия своих компаний.

И главное отступление в самом начале, я – не писатель, и это моя первая книга, поэтому не будьте слишком строги. Просто написать список действий на листе – было бы совсем невежество с моей стороны, и я постарался это сделать красиво, как только смог, используя свои статьи и наброски моих тренингов.

На данный момент я являюсь руководителем в компании занимающаяся следующими направлениями – оптово-розничная продажа спортивного инвентаря и бытовой техники, в том числе и роботизированных машин по уборке домов и офисов, и розничный магазин элитного чая и кофе, расположенного в центре города Оренбурга.

Малый бизнес в России

Малому и среднему предпринимательству отведена значительная роль в экономической системе России. Данный сегмент имеет некоторые преимущества, позволяющие ему быстро развиваться и приспосабливаться к изменениям, а также реализовывать финансовые ресурсы, имеющиеся у населения. Кроме того, при помощи МСП создаются новые рабочие места, стимулируется производительность и покупательская способность населения страны, что также весьма важно для укрепления ее экономической системы.

Это объясняет, почему в апреле 2015 года президент России опубликовал поручение, в согласии с которым позднее, в июне 2016 года, была сформирована «Стратегия развития среднего и малого предпринимательства в Российской Федерации до 2030 года». В данном документе были определены задачи стратегии, а также методы их выполнения.

Согласно данному плану, основными целями правительства в отношении МСП являются следующие результаты:

1. Создание условий для подготовки новых кадров.
2. Повышение спроса на товары, выпускаемые предприятиями МСП.
3. Стимулирование роста предпринимательства в разных регионах страны.
4. Изменение систем налогообложения и контроля.

Данные задачи требуют рассмотрения и поиска актуальных решений, поскольку частные предприятия в значительной степени подвержены воздействию внешних факторов – зачастую их работа и прибыльность зависят от курса валют, экономических условий, а также требований налогообложения. Теряя возможность покрывать все расходы, связанные с проверками и налогами, некоторые из предприятий переходят к действиям нелегального характера, что способствует росту коррупции.

Целью данного исследования является рассмотрение этапов стратегии, а также анализ их актуальности и способов реализации.

Роль малого бизнеса в экономике России

Для получения полной картины развития и значения МСП в России, следует обратиться к статистическим данным за прошедшие годы.

Рассматривая статистические данные за 2015 год, стоит отметить, что на долю МСП приходилось 19,2 % от всего ВВП. При этом число субъектов данного сегмента составляло приблизительно 5,6 млн. единиц, а количество занятых на предприятиях МСП физических лиц составило 18 млн. человек. Иными словами, приблизительно четвертая часть занятого населения была трудоустроена на предприятиях рассматриваемого сегмента. С годами данные показатели изменились, влияние малого и среднего предпринимательства на экономику страны в целом продолжило рост.

Например, за период с 2010 по 2013 гг. население России выросло с 142,9 до 143,3 млн. человек. Соответственно увеличилось и число малых предприятий – с 1644 тыс. в 2010 до 2063 тыс. в 2013 году. Средний ежемесячный доход на человека также возрос с 18 958 руб. до 25 928 руб. Согласно данным показателям, влияние МСП на экономику и благосостояние государства очевидно. Поэтому проблемы, с которыми сталкивается сегмент МСП, требуют своевременного рассмотрения и подбора оптимальных решений.

При этом предприятия МСП постоянно сталкиваются с целым рядом проблем, возникающих по причине нерегулярных или носящих спонтанный характер проверок, либо под влиянием других факторов.

Определение проблем малого бизнеса

Одной из главных сложностей в данной сфере является отсутствие надлежащего финансирования предприятий. По итогам последних лет было выяснено, что кредитные программы большинства банков изменились, а условия выдачи займов были существенно ужесточены. В результате за 2015 год было отмечено, что просроченная задолженность по кредитам, оформленным предприятиями МСП, возросла с 4,4 п.п. до 12 %. Наряду с упадком кредитования снизилась активность инвесторов, в связи с чем предприятия МСП оказались в критическом положении, в котором возможность запуска новых предприятий сведена к минимуму.

Следующей проблемой является территориальная концентрация предприятий. Отмечается, что более половины (52 %) всех предприятий МСП сосредоточено в 10 субъектах страны, что составляет всего 12 % от территории. Следовательно, некоторые регионы страны остаются малоактивными в отношении запуска и реализации частных предпринимательских проектов, что негативно влияет на доходы и общий уровень жизни граждан, проживающих в данных территориях.

Другие факторы, сдерживающие развитие малого бизнеса – недостаток технического обеспечения, отсутствие подготовленных и квалифицированных сотрудников, а также отсутствие единого плана проверок, ведущее к повышению непредвиденных расходов.

Приоритеты стратегии развития малого бизнеса

При разработке государственной стратегии, направленной на рост МСП, были выделены некоторые задачи и принципы, позволяющие определить основной курс развития.

Ключевые принципы:

1. Интересы МСП являются приоритетными при принятии любых решений.
2. Выгодность и безопасность легальной работы.
3. Обеспечение государственной поддержки перспективным предприятиям.
4. Вовлечение муниципальных и государственных субъектов в деятельность МСП;
5. Формирование предсказуемых и хорошо спланированных правил принятия решений.

Рассматривая данные задачи поэтапно, можно понять, каким образом они способны повлиять на положение предприятий МСП в масштабе всей страны.

Государственная поддержка обеспечивает надлежащие условия для роста предпринимательства, а также позволяет заинтересованным лицам получать доступ к финансовым средствам для реализации планов. В данных условиях наиболее выгодные и продуктивные предприятия получают возможность для расширения, за которым следует рост числа сотрудников и создание новых рабочих мест.

Регулирование системы налогообложения и государственных проверок позволит предприятиям вести заблаговременную подготовку, не затрачивая средства на незапланированные действия, связанные со спонтанными комиссиями и проверками. Данные меры призваны продемонстрировать выгодность работы в соответствии с требованиями законодательства, что крайне важно в условиях усиливающейся коррупции.

Еще одним приоритетом считается вовлечение органов государственной власти и муниципалитета в деятельность частного предпринимательства. На местном уровне данные меры

позволят стимулировать открытие новых предприятий, за счет чего должны измениться показатели территориальной концентрации МСП.

Дальнейшие действия для развития МСП

Поскольку продуктивность предприятия напрямую зависит от уровня подготовки и опыта сотрудников, одной из задач, определенных в стратегии, является создание подходящих условий для обучения специалистов. Разработка и запуск образовательных программ, привлечение опытных специалистов к работе – все эти условия чрезвычайно важны для роста активности и прибыльности частных предприятий.

Важно и то, что, получая поддержку государства, предприятия, сосредоточенные на выпуске импортозамещающей продукции, смогут найти новый рынок сбыта. Данное условие позволит им продолжать работу и увеличивать объемы производства, что напрямую связано с ростом доходов сотрудников и стабильностью их финансового положения.

На основе рассмотренных ранее данных и условий можно сделать следующий вывод: рост активности и результативности предприятий малого бизнеса напрямую зависит от государственной поддержки и планирования. Поскольку именно правительственные решения оказывают прямое влияние на финансовое снабжение предприятий, зависящее от банковских кредитных программ и других внутренних факторов, роль государства в работе МСП невозможно переоценить.

Следующей задачей, требующей рассмотрения, является распространение или популяризация малого и среднего бизнеса в регионах, где данный сегмент не получил должного развития. Открытие новых предприятий стимулирует рост рабочих мест, доходов населения, и, как следствие, влияет на уровень покупательской способности. Все это позволяет добиться общего повышения уровня жизни и дальнейшего развития экономической системы страны.

В период 2015–2017 гг. были осуществлены некоторые реформы, позволившие добиться определенных результатов.

К ним относятся:

- разработка общего реестра проверок;
- принятие моратория на плановые проверки;
- внедрение риск-ориентированного подхода при выполнении государственного контроля.

Однако в условиях кризиса и нестабильной политической ситуации реализация большинства задач представляется затруднительной. Учитывая, что предприятия МСП наиболее подвержены влиянию различных санкций и изменений глобального масштаба, можно заключить, что развитие данного сегмента все еще сопряжено с большими сложностями и требует значительных финансовых и трудовых вложений.

Все пункты разработанной правительством стратегии отвечают реальным потребностям малого бизнеса и тесно связаны с настоящим положением данного экономического сегмента. Уделяя внимание вопросам контроля, налогообложения и финансового обеспечения, правительство России напрямую влияет на развитие предприятий МСП, открывая новые перспективы для запуска потенциально продуктивных проектов.

Поскольку влияние МСП на экономику страны рассмотрено и доказано, стоит отметить, что данная стратегия повлияет и на благосостояние всего населения. Увеличение оборота денежных средств, рост реальных доходов населения, а также улучшение показателей экспорта и импорта – все эти факторы позволят стимулировать экономическую систему и добиться положительных результатов в ближайшие годы.

Однако, поскольку влияние глобальных факторов и изменений мировой экономики на предприятия МСП остается достаточно высоким, ожидать результатов проведенной работы следует в дальнейшие годы. На данном этапе уже реализована часть государственных программ, нацеленных на улучшение состояния МСП, но, согласно общей стратегии, остаются и другие приоритетные задачи, требующие рассмотрения.

Результаты данного исследования показывают, что следование программе стратегии может обеспечить положительные результаты при условии, что все ее пункты будут неукоснительно и планомерно соблюдаться участниками и исполнителями данного плана. Однако нестабильность мировых отношений и экономики не позволяет утверждать, что данный план будет полностью реализован к 2030 году.

Глава I. Выбор товара

Мой путь

В начале хочется сделать отступление и рассказать про мое начало в предпринимательской деятельности.

У нас с женой чайный бизнес начался спонтанно. В 2012 году я решил, что пора двигаться в направлении предпринимательства и начал искать все возможные способы. Искал курсы, платные, бесплатные. Инфобизнес в тот момент был, наверное, в своем зарождении или мне это просто так показалось, все что я находил, на данный момент, я уже считаю, что это было лишь трата моего времени и денег, которые мы сэкономили, как могли. Но в тот момент мне казалось, что вот да – это именно то, что мне сейчас нужно и я даже готов за это платить.

Мы слонялись из одной ниши к другой. Пробовали и брались за детскую одежду, светодиодные лампы из Китая, футболки с 3D-рисунком из Америки. Кстати, последняя ниша очень неплоха была в тот момент, в итоге мы этот бизнес даже продали вместе с товаром.

И вот случайно, наткнувшись на объявление то ли в газете, то ли на сайте, мы увидели, что кто-то продает чайный магазин. Позвонили, посмотрели, поторговались немного скинув и решили, что надо брать. Конечно же мы переплатили больше, чем в два раза за этот магазин, это было уже понятно потом, но на тот момент мы не знали сколько он мог стоить. Нам отдали место (мы перезаключили договор аренды на себя), всю мебель, торговое оборудование и остатки товара. Ниже, когда я буду описывать открытие нашего второго магазина – я вам назову примерные цены, сколько потребуется на открытие вновь открывающегося магазина.

Продавец нам пообещал доход с этого магазина в районе 50 тысяч рублей, мы так обрадовались, что даже не думали, что кредит может быть проблемой, мы уже знали, что через пару месяцев мы его закроем. Но скорей всего цифра в 50 тысяч рублей оказалась просто выручкой в магазине за месяц, которую хватало на аренду, коммунальные платежи и покупку нового товара. Но даже с учетом этого, оглядываясь назад, мы нисколько не жалеем о таком приобретении. Мы получили рабочую модель, не сказать, что идеально рабочую, но все же рабочую, которую мы полностью изучили и начали докручивать и раскручивать.

Выбор ниши

Я считаю, что это самый важный ваш шаг в построении своего бизнеса. На данном этапе надо выбрать именно то направление, которым вам действительно захочется заниматься. Что вам будет приносить удовольствие, а не негатив. Ведь если смотреть вперед, то скорей всего первые полгода-год – это тот период, в котором вы будете выходить на свою окупаемость и еще не будете получать прибыль. И если вы на начальном этапе выберете направление, которое не приносит вам удовольствие, то вы будете морально истощаться – нет денег, нет удовольствия.

Приступим к выбору своего направления или как говорят – выбор ниши. Вам необходимо составить таблицу из 100 ниш, из которых вы будете выбирать. В начале это выглядит устрашающе, и вы думаете, как я смогу придумать так много направлений. Могу вам упростить и предложить десять критериев для поиска:

- Вспомните те случаи, когда ваши друзья и знакомые просят вас что-то сделать и даже предлагают за это деньги.

- Подумайте и вспомните продукты, которые есть на рынке и за которые платят деньги.

- Ваше хобби – вспомните, чем вы занимаетесь в свои выходные, возможно – это направление какого-то бизнеса.

- Ваша экспертность – вы наверняка умеете делать что-то лучше, чем другие.

- Чем занимаются ваши знакомые и родственники.

- Возможно, вы уже пробовали чем-то заниматься или пытаетесь заниматься прямо сейчас.

- Посмотрите часто запрашиваемые запросы в Яндексe и Google.

- Возможно, вы знаете где можно это купить.

- Посмотрите купонные сервисы. А именно прошедшие акции, и какой был спрос.

- Посмотрите топы и бесцеллеры на Амазоне, Озоне и Алиэкспресс.

Запомните главное, если это ваш первый бизнес, то не нужно изобретать велосипед. Не нужно заикливаться на какой-то своей идеи, которую точно надо реализовать и писать ее первым пунктом и ни в каком случае не вычеркивать. Вам надо выбрать то, что уже работает и приносит уже кому-то прибыль. Возможно, в другом городе, другом районе и даже другой стране. Тогда вы без проблем можете адаптировать этот бизнес под себя.

В таблице добавьте поля и внесите свои критерии. Это вам поможет выбрать из 100 ниш примерно 5–10, отфильтровать не нужное. Например, вы можете взять средний чек, конкуренцию, необходимо ли производство, доступность поставщиков, получите ли вы удовольствие от этого бизнеса и так далее.

Далее начинаем работать с оставшимися нишами, их должно быть как минимум 3 и как максимум 7–10. Не пытайтесь оставить слишком много, так как теперь нужно проработать каждое более тщательно.

Для каждой ниши пропишите дескриптор – это главное преимущество того, что мы будем продавать. Прорабатываем ключевые факторы для каждого направления:

- Прописываем пять ключевых проблем в каждой ниши. Это может быть сложное производство, большая себестоимость, трудная логистика, проблемное после продажное обслуживание и так далее.

- Прописываем пять ключевых преимуществ. Например, большая маржа, доступный поставщик в вашем городе, огромный спрос и так далее.

- Прописываем пять преимуществ перед конкурентами. Делаем небольшой сравнительный анализ с конкурентами, уже работающими на рынке.

- Изучаем спрос на данное направление в Яндекс Wordstat или в трендах в Google.

После проработки всех ключевых факторов у вас в голове уже сложится картинка вашего идеального продукта, с чем вы готовы выйти на рынок. Если нет, то у меня для вас есть небольшой совет. Выкладываем объявление о продаже ваших оставшихся товаров или услуг на доски бесплатных объявлений и пробуем продать. Не стесняйтесь того, что у вас нечего предложить в данный момент. Пробуйте отвечать на все вопросы клиентов, пытайтесь продать, чтобы понять, насколько вам приятно продавать именно этот продукт и приносит ли вам его продажа удовольствия. По итогу разговора вы всегда можете извиниться и сказать, что данный вариант закончился и мы вам перезвоним, когда появится.

В финале у вас будет товар, продукт с которым мы будем двигаться дальше.

Франчайзинг

Немного хочется рассказать про франчайзинг. Иногда это может оказаться большим преимуществом в самом начале, поэтому пройти мимо этого никак нельзя.

Бизнес в системе франчайзинга обладает рядом преимуществ в сравнении с развитием идеи и стартом проекта с нуля.

Этот способ организации бизнеса состоит в том, что между двумя компаниями, одна из которых имеет опыт и результаты деятельности на рынке, а другая готова развивать бизнес с использованием уже работающей бизнес-стратегии первой, заключается договор, в соответствии с которым, первая сторона передает второй бизнес-модель, а вторая выплачивает за это определенные проценты.

Сторона, получающая официальное разрешение использовать бизнес-модель, называется франчайзи. Сторона, предлагающая готовую модель – франчайзер.

Франчайзи вкладывает деньги и получает возможность использовать стиль, ноу-хау, бизнес-план, знаки обслуживания компании-франчайзера, может получить контакты всех поставщиков и работать с ними. Франчайзер не только предоставляет все это, но и оставляет за собой обязательство заниматься продвижением бренда. За это франчайзи делает финансовые вложения: на первом этапе в размере оговоренного первоначального взноса, а далее в соответствии с согласованными процентам от продаж, которые в системе франчайзинга называются роялти.

Бизнес в такой системе признан одним из самых надежных способов старта в предпринимательстве. По статистике, из ста таких компаний, восемьдесят с успехом продолжают развиваться и приносить доход через пять лет после старта.

Преимущества работы в системе франчайзинга

Основное преимущество состоит в том, что франчайзинг позволяет начать работать не с нуля, а с готовыми и главное, проверенными наработками, а значит, значительно снижает предпринимательские риски.

Приобретая франшизу, предприниматель, по сути, заручается поддержкой франчайзера, которому выгодно, чтобы бизнес развивался. А это означает помощь во многих вопросах, которые любой начинающий предприниматель вынужден решать, открывая свое дело.

Как правило, предполагаются дополнительные бонусы для франчайзи, а именно: лучшее географическое расположение, страхование бизнеса, преимущества в кредитовании, арендные условия и многое другое.

Перечисленные выше преимущества в первую очередь касаются начинающего предпринимателя. Но система франчайзинга оказывает влияние не только на отдельную личность, но и на развитие предпринимательства в стране в целом.

Франчайзинг создает здоровую конкуренцию, увеличивает число рабочих мест (и как выяснилось, на продолжительное время), привлекает инвестиции в экономику, повышает общую предпринимательскую культуру в стране.

Прежде, чем покупать франшизу

Несмотря на все плюсы такой системы, покупка франшизы еще не является гарантией успеха. Даже имея все перечисленные входные ресурсы, не каждый сможет успешно развивать бизнес. Большое значение имеют личные качества предпринимателя. Не стоит принимать решение работать в системе франчайзинга, не взвесив все за и против.

Несмотря на наличие бизнес-плана, поддержки опытного предпринимателя и прочих преимуществ, бизнес по франшизе не является готовым решением и одних финансовых вложений недостаточно. Любой бизнес-план нужно актуализировать. В зависимости от города открытия, сильно меняются условия взаимодействия с поставщиками, сбыта продукции, затраты на ремонт и аренду.

От места нахождения самой удачной точки открытия зависит проходимость, возможность привлечь персонал и т. д. Кроме того, нужно понимать, что такой бизнес не может быть переделан на личное усмотрение предпринимателя, это не тот способ, где возможны творческие изыскания. Конечно, хороший франчайзер всегда выслушает идеи от талантливого партнера, но франчайзи в любом случае будет ограничен рамками требований, предъявляемых условиями контакта. И это может подойти не каждому.

Плюсы франшизы:

- Узнаваемый Бренд
- Макеты для оборудования точки
- Маркетинговые материалы

Минусы франшизы:

- Оплата использования Бренда
- Возможные Роялти
- Ограниченность в выборе поставщиков и сопутствующего товара
- Контроль и возможные штрафные санкции

Вложения в бизнес в системе франчайзинга эффективны и выгодны, и обладают рядом существенных преимуществ. Приняв решение развиваться именно в таком направлении, остается только набраться терпения и сил, и сделать первый шаг, как и в любом другом важном деле.

Продвижение новой продукции на рынке

Когда предприниматели выводят на рынок свои новые инновационные решения и продукты, их убежденность в успехе и вдохновение часто заставляют их решить, что все потенциальные клиенты моментально оценят ценность и необходимость их предложений и с готовностью воспримут их.

Предпринимателей быстро настигает разочарование от того, что их бизнес не начал стремительно развиваться или забуксовал, и они приходят в растерянность от того, что не имеют понятия, как же им действовать дальше.

Как преодолеть неминуемые препятствия на пути завоевания рынков? Как сформулировать дорожную карту для внедрения клиентоориентированных инноваций? Попробуем разобраться:

Люди не покупают того, о чем они не знают и в чем не разбираются.

В современном перенасыщенном информацией мире маркетинг как никогда ранее имеет преобладающее значение. Вирусная реклама и хорошие отзывы – это прекрасно, но они не заменят запуска полноценной стратегии продвижения. Чем более революционно новое решение, тем большего продвижения и информированности аудитории оно требует. Необходимо максимально использовать все доступные маркетинговые каналы.

Невероятно трудно заставить людей изменить своим привычкам.

Если ваше инновационное решение поможет избавиться от долговременной «головной боли» в чем-то, люди гораздо охотнее пойдут навстречу переменам. Современные стартапы имеют тенденцию к предложению более простых, более развлекательных и более продуктивных решений. В подобных случаях вам понадобятся рекомендации, положительные отзывы, успешные примеры и факты о финансовой отдаче от вложенных инвестиций.

Для заключения сделки требуется согласие многих инстанций.

Многие проекты в области здравоохранения, например, послужат благу многих пациентов, однако требуют от врачей проявления осторожности и согласования со страховыми компаниями. Предпринимателям следует принять во внимание тот факт, что им потребуется согласование на каждом этапе на пути к запуску продаж. Необходимо осознать: развитие требует времени и денежных затрат.

Прямые и косвенные затраты на продвижение проекта довольно высоки.

Самые изящные решения обычно славятся своей дороговизной, тем самым сужая долю рынка, которую они стремятся занять. У каждого потребителя есть собственное понимание того, какой должна быть стоимость продукта, исходя из действующих условий конкуренции и цены бездействия. Блестящим подходом станет продвижение некоей эксклюзивности решения или же результаты исследований, подтверждающие эффективную финансовую отдачу от вложений и инвестиций и высокую продуктивность от интеграции нового решения.

Новое решение достаточно рискованно для клиента или может принести ощутимые убытки.

Сегодня люди более чем когда-либо озабочены потенциальной отдачей и не готовы делать смелый шаг, грозящий обернуться финансовыми потерями. Эти опасения должны быть развеяны продуманным маркетингом, четким озвучиванием преимуществ и убедительной подборкой примеров удачного воплощения. Более чем к месту придутся мнения профессионалов и высокий уровень клиентской поддержки.

Решения настолько инновационны, что формируют отдельную категорию продуктов.

Вспомните об Интернете Вещей – системе объединенных в общую сеть устройств и функций, позволяющих контролировать практически все вокруг или получать доступ ко всем системам. Любая новая концепция требует обучения, формирования восприятия и ценностного понимания. Ваш бизнес может не дождаться того времени, когда все эти элементы образуют гармоничное сочетание, а ваши потенциальные клиенты созреют на активное потребление.

Пришло время обратить внимание на вторую группу препятствий: что конкретно заставляет утихнуть первоначальный потребительский ажиотаж или убивает продажи после неплохого старта:

Новые решения требуют создания эффективной инфраструктуры.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.