

Анализ рынка электронной торговли в России

<https://marketpublishers.ru/r/A544EF638A7RU.html>

Дата: 22.08.2024

Страниц: 310

Цена: (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: A544EF638A7RU

Описание

Исследование состоит из 11 глав

Глава 1 содержит технологические характеристики исследования: цель, задачи, объект, методы и информационную базу исследования.

В главе 2 описывается роль электронной торговли в мировой экономики.

Глава 3 содержит описание сегментов рынка электронной торговли.

Глава 4 посвящена описанию рынка электронной торговли в мире.

В главе 5 описаны факторы, способствующие росту рынка электронной торговли.

Глава 6 посвящена анализу сегмента b2c.

В главе 7 описывается рынок электронных денег.

Глава 8 посвящена сегменту c2c.

В главе 9 описан электронный аукцион и электронная торговая площадка.

Глава 10 посвящена анализу b2b.

Глава 11 посвящена описанию сегмента b2g.

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития электронной торговли в России.

Задачи исследования:

Описать общее состояние электронной торговли в России:

оборот электронной торговли;
темпы роста объемов электронной торговли.

Определить и описать факторы, сдерживающие развитие электронной торговли.
Определить и описать факторы, способствующие развитию электронной торговли.
Охарактеризовать основные тенденции развития электронной торговли в России.

Описать ситуацию в основных сегментах электронной торговли:

B2C;
C2C;
B2B;
B2G.

Определить доли сегментов в общем обороте электронной торговли.

Описать сегмент B2C по следующим параметрам:

объем сегмента и темпы роста;
факторы развития сегмента B2C;
тенденции развития сегмента B2C;
преимущества и недостатки российских Интернет-магазинов;
портрет потребителя в сегменте B2C;
основные участники сегмента B2C;
прогноз развития сегмента B2C

Определить уровень востребованности товаров, заказываемых в Интернет-магазинах.

Описать развитие Электронных торговых площадок и Электронных аукционов в России.

Спрогнозировать развитие ситуации в сфере электронной торговли в России.

Объект исследования

Электронная торговля в России.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

Информационная база исследования:

Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.

Базы данных ФТС РФ (импорта и экспорта), ФСГС РФ (производства).

Ресурсы сети Интернет.

Материалы компаний.

Аналитические обзорные статьи в прессе.

Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

Экспертные оценки.

Интервью с производителями и другими участниками рынка.

Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Базы данных Discovery Research Group.

Краткое описание исследования

Готовый анализ рынка электронной торговли в России. Исследование содержит сведения об объеме рынка, темпах роста, тенденциях и перспективах развития и других ключевых показателях.

Содержание

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования
Задачи исследования
Объект исследования
Метод сбора данных
Метод анализа данных
Информационная база исследования

ГЛАВА 2. РОЛЬ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

ГЛАВА 3. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

ГЛАВА 4. РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МИРЕ

ГЛАВА 5. ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РОСТУ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Положительные факторы развития рынка ЭТ
Отрицательные факторы развития рынка ЭТ

1. РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ

Мобильные устройства в сфере Интернета

2. ШИРОКОПОЛОСНЫЙ ДОСТУП В ИНТЕРНЕТ

2.1. Развитие ШПД в России
Развитие ШПД в Москве
Развитие ШПД в Санкт-Петербурге
2.2. Прогноз развития ШПД в России

3. РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ В РОССИИ

4. ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА

ГЛАВА 6. СЕГМЕНТ B2C

1. ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА СЕГМЕНТА

2. РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА B2C В РОССИИ

3. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА B2C В РОССИИ

3.1. Переход традиционного ритейла в онлайн

3.2. Электронное правительство

3.3. Формирование финансовой грамотности населения в России

3.4. Электронная коммерция в социальных сетях (f-commerce)

Участие компании в соцсетях

3.5. Интернет-купоны

Бизнес Интернет-скидок в России

3.6. Автоматизированные терминалы для доставки, хранения и получения малогабаритных товаров

4. РАЗВИТИЕ ЭЛЕМЕНТОВ СЕГМЕНТА B2C

4.1. Основные показатели элементов сегмента B2C

4.2. Печатная продукция

4.3. Бытовая техника

Недобросовестная конкуренция

Выбор оплаты интернет-покупок

Регулирование рынка

4.3. Одежда

5. ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

5.1. Частота покупок и их количество

5.2. Особенности поведения российских покупателей

5.3. Причины выбора Интернет-торговли и конкретного Интернет-магазина

5.4. Географические различия в активности Интернет-покупателей

5.5. Траты российских потребителей в Интернет-магазинах

5.6. Способы оплаты заказов в Интернет-магазинах

5.7. Популярные товарные категории

5.8. Разница в предпочтениях по товарным категориям среди различных социально-демографических групп

6. ПОТРЕБИТЕЛИ В СЕГМЕНТЕ B2C

7. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ В СЕГМЕНТЕ B2C

7.1. Ozon.ru

Доставка товаров

Инвестиции в компанию

Партнерство с компанией 'Евросеть'

Ozon.ru в Казахстане

7.2. Ютинет.ру

ПРО

Развитие компании в 2011 году

7.3. Утконос

7.4. Связной

Виртуальные витрины

Лояльность клиентов

Проект Enter

7.5. Евросеть

7.6. 'Эльдорадо'

7.7. Сервис онлайн-скидок KupiVIP

7.8. Иностраные интернет магазины на российском рынке электронной торговли

8. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА B2C В РОССИИ

ГЛАВА 7. ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ

1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

2. КЛАССИФИКАЦИЯ ТИПОВ БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

2.1. Расчетные чеки

2.2. Платежные карты

2.3. Прямые денежные переводы

2.4. Электронные деньги

3. ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

3.1. Снижение роли наличных денег в обращении

3.2. Способы оплаты коммунальных платежей

3.3. Развитие мобильных платежей

Мобильные амбиции

Мобильные платежи в банковской сфере

Мобильные риски

3.4. Развитие сегмента предоплатных карт

4. РАЗВИТИЕ РЫНКА МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

4.1. Факторы роста

4.2. Мошенничество

5. РАЗВИТИЕ БАНКОМАТОВ И ТЕРМИНАЛОВ НА РЫНКЕ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Тенденции сегмента оплат через терминал

Терминальные банки

Банкомат и терминал

Рынок после введения ФЗ №103

Прогноз развития рынка оплаты через терминалы в России

6. РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ

6.1. Электронные деньги в мире

6.2. Электронные деньги в России

Основные показатели

Электронный кошелек

Основные факторы развития

Электронные инструменты оплаты

6.3. Развитие платежных систем

7. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ МОМЕНТАЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

7.1. Будущее платежной системы России

7.2. Введение закона о национальной платежной системе

8. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ В СЕГМЕНТЕ ЭЛЕКТРОННЫХ ДЕНЕГ

8.1. Qiwi

Самостоятельное развитие

Система 'Qiwi-кошелек'

Пункты автоматической выдачи посылок

8.2. Mail.ru Group

Конкуренция на рынке

8.3. CyberPlat

8.4. Система Яндекс.Деньги

8.5. WebMoney

ГЛАВА 8. СЕГМЕНТ C2C

1. РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА C2C В КРИЗИС

2. ОСНОВНЫЕ УЧАСТНИКИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ (C2C)

2.1. Молоток.ru

2.2. eBay: запуск в России всемирно известного Интернет-аукциона

2.3. Avito.ru

ГЛАВА 9. ЭЛЕКТРОННЫЙ АУКЦИОН И ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВАЯ ПЛОЩАДКА

1. ЭЛЕКТРОННЫЙ АУКЦИОН (ЭА)

2. ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ (ЭТП)

2.1. Цели создания ЭТП

2.2. Виды ЭТП

2.3. Риски ЭТП

3. РАЗВИТИЕ ЭТП И ЭА В РОССИИ

ГЛАВА 10. СЕГМЕНТ B2B

1. ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА СЕГМЕНТА

2. ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА СЕГМЕНТА B2B

3. ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ И ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЙ НА ЭТП

4. ФУНКЦИОНИРУЮЩИЕ ЭТП В СЕГМЕНТЕ B2B

- 4.1. ЕСЭТ B2B-Центр
- 4.2. B2B-Energo
- 4.3. CISLink
- 4.4. Северсталь
- 4.5. Idk.ru
- 4.6. Татнефть
- 4.7. Газпром нефть
- 4.8. Фабрикант
- 4.9. Тендер.Про

5. ОСОБЕННОСТИ ОТКРЫТИЯ И ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СЕГМЕНТЕ B2B

ГЛАВА 11. СЕГМЕНТ B2G

1. РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА B2G

- 1.1. Обязательное осуществление госзакупок
- 1.2. Продажа имущества компаний-банкротов

2. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В СЕГМЕНТЕ B2G

- 2.1. ФЗ №2
- 2.2. ФЗ №
- 2.3. Создание Федеральной контрактной системе (ФКС)
- 2.4. Правила продажи государственного и муниципального имущества

3. ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

- 3.1. Единая электронная торговая площадка (ЕЭТП)
Экономия бюджетных средств

3.2. ЭТП ММВБ “Госзакупки”
Развитие ЭТП ММВБ

4. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТП В РОССИИ

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ:

Таблица 1. Количество Интернет-пользователей в различных регионах мира, млн. чел

Таблица 2. Обеспеченность Интернетом различных континентов и регионов мира, %

Таблица 3. Динамика проникновения интернета в России в млн. чел

Таблица 4. Проникновение Интернета в федеральных округах, в % от общего количества населения

Таблица 5. Сравнение цен на широкополосный доступ в Интернет по федеральным округам,

Таблица 6. Десять крупных городов России с наиболее низкими средними ценами на широкополосный доступ в Интернет

Таблица 7. Десять крупных городов России с наиболее высокими средними ценами на широкополосный доступ в Интернет

Таблица 8. 10 крупных городов России с самым дешевым широкополосным доступом в Интернет (по отношению цены на широкополосный доступ к среднему показателю заработной платы)

Таблица 9. 10 крупных городов России с самым дорогим широкополосным доступом в Интернет (по отношению цены на широкополосный доступ к среднему показателю заработной платы)

Таблица 10. Медианные средние значения доли стоимости Интернета в заработной плате по федеральным округам

Таблица 11. Медианные средние значения доли стоимости Интернета в заработной плате по группам людности городов

Таблица 12. Деление рынка Интернет-торговли в России: 2 модели поведения

Таблица 13. Численность граждан России, вовлеченных в электронную торговлю (сегмент B2C), и уровень трат в Интернет-магазинах;

Таблица 14. Средние затраты Интернет-покупателей в городах-миллионниках и регионах, млрд. руб. в месяц и \$ млн

Таблица 15. Распределение товарных групп между рынками Москвы, Санкт-Петербурга и регионами

Таблица 16. Предпочтения мужчин и женщин при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , ответы на вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 17. Предпочтения жителей различных регионов при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , ответы на вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 18. Предпочтения пользователей из различных возрастных групп при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 19. Опасения мужчин и женщин при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , ответы на вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 20. Опасения жителей различных регионов при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , ответы на вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 21. Опасения пользователей различных возрастных групп при выборе товарных категорий для покупки в Интернет-магазинах (% , ответы на вопрос анкеты с множественным вариантом ответа)

Таблица 22. Распределение населения по группам обеспеченности на основе самооценки на рынке моментальных платежей в России

Таблица 23. Наиболее востребованные платежные средства по возрастным группам на рынке моментальных платежей в России, %

Таблица 24. Наиболее востребованные платежные средства обеспеченности на рынке моментальных платежей в России, %

Таблица 25. Доля банковского сектора на рынке оплаты коммунальных услуг в России

Таблица 26. Доля Сбербанка в банковском секторе, %

Таблица 27. Количество банковских денежных терминалов с функцией внесения наличных денег на карточный счет на рынке моментальных платежей в России, шт

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Уровень вовлечения в Интернет-торговлю, % от месячной интернет-аудитории
- Диаграмма 2. Причины покупки товаров в интернете по данным опроса 20 000 респондентов компании 'Утконос'
- Диаграмма 3. Количество пользователей в сегменте Сети в России, млн. чел
- Диаграмма 4. Динамика проникновения Интернета, доля от общего населения страны (%)
- Диаграмма 5. Динамика численности Интернет-пользователей в России, млн. чел
- Диаграмма 6. Распределение месячной интернет-аудитории по федеральным округам РФ, % от населения
- Диаграмма 7. Численность пользователей в федеральных округах, млн. чел.,
- Диаграмма 8. Проникновение Интернета в социально-демографические группы (распределение по полу), в % от группы
- Диаграмма 9. Проникновение Интернета в социально-демографические группы (распределение по возрастным группам), в % от группы
- Диаграмма 10. Проникновение Интернета в социально-демографические группы (распределение по группам с разным уровнем образования), в % от группы
- Диаграмма 11. Популярность мест пользования Интернетом, в % от полугодовой аудитории
- Диаграмма 12. Численность пользователей Интернета среди людей с высоким уровнем дохода, в % от численности этой группы среди взрослого населения РФ
- Диаграмма 13. Численность пользователей Интернета среди людей со средним уровнем дохода, в % от численности этой группы среди взрослого населения РФ
- Диаграмма 14. Численность пользователей Интернета среди людей с низким уровнем дохода, в % от численности этой группы среди взрослого населения РФ
- Диаграмма 15. Количество аудитории беспроводного интернета в России, млн. чел
- Диаграмма 16. Объем сегмента B2C на рынке электронной торговли в России по данным компании Data Insight, млрд. руб
- Диаграмма 17. Объем сегмента B2C на рынке электронной коммерции в России по данным PwC, InSales и УК 'Финам менеджмент', млрд. руб
- Диаграмма 18. Объем сегмента B2C на рынке электронной торговли в России по данным Data Insight, 'РБК.research', 'East-West Digital News', НИУ-ВШЭ, PayU, PwC, УК 'Финам Менеджмент', 'J son & Partners', млрд. руб
- Диаграмма 19. Месячный оборот рынка интернет-торговли в стоимостном выражении в России, %
- Диаграмма 20. Объем российского рынка электронной коммерции по данным PayU, млрд. руб

Диаграмма 21. Объем сегмента B2C на рынке электронной торговли в России по данным PwC, InSales и УК "Финам менеджмент", млрд. руб

Диаграмма 22. Объем сегмента B2C на рынке электронной торговли в России по данным аналитического агентства 'J son & Partners', млрд. руб

Диаграмма 23. Объем сегмента B2C на рынке электронной торговли в России по данным ФОМ, млрд. руб

Диаграмма 24. Доля Москвы, Санкт-Петербурга и регионов в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 25. Доля Москвы, Санкт-Петербурга и регионов в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 26. Доля Москвы, Санкт-Петербурга и регионов в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России в 2015 г., %

Диаграмма 27. Структура заказов в Интернет-магазинах в России по регионам, в %

Диаграмма 28. Доля регионов в объеме сегмента B2C на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 29. Основные товары и услуги, приобретаемые через интернет, % от интернет-покупателей

Диаграмма 30. Какие товары Вы чаще всего приобретаете в Интернете? По данным опроса, % от всех пользователей интернета

Диаграмма 31. Основные направления инвестиций в проект формирования электронного правительства в России, %

Диаграмма 32. Основные игроки в сегменте купонного сервиса на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 33. Доля покупаемых товаров в интернете в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 34. Доля покупаемых товаров в интернете в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России по данным 'RUметрика', %

Диаграмма 35. Сегментация рынка Интернет-торговли в России по товарным категориям, млрд. руб. и % от объема рынка

Диаграмма 36. Сегментация рынка Интернет-торговли в России по товарным категориям, млрд. руб. и % от оборота рынка

Диаграмма 37. Популярные товары в онлайн-торговле в регионах, %

Диаграмма 38. Средние затраты на товары в Интернет-магазинах в России по товарным категориям, руб

Диаграмма 39. Доли стран, в которых россияне покупают товары через интернет %

Диаграмма 40. Объем сектора книжной торговли в сегменте B2C на рынке электронной торговли в России, млрд. руб

Диаграмма 41. Способы совершения покупок через Интернет пользователями Рунета, %

Диаграмма 42. Количество сделанных покупок онлайн на рынке электронной торговли в

России в первом полугодии, опрос Rуметрики, %

Диаграмма 43. Частота совершения покупок в Интернет-магазинах на рынке электронной торговли в РФ, %

Диаграмма 44. Распределение ответов респондентов на вопрос о желании совершать покупки в Интернет-магазинах в дальнейшем (опрос Romir Monitoring), %

Диаграмма 45. Способы совершения покупок через Интернет пользователями Рунета на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 46. Действия пользователей при посещении Интернет-магазинов на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 47. Причины покупок в Интернете, (% респондентов, отметивших тот или иной вариант при множественном выборе)

Диаграмма 48. Критерии выбора Интернет-магазина российскими пользователями на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 49. Почему Вы не покупаете в Интернете?

Диаграмма 50. Способы выбора Интернет-магазина

Диаграмма 51. Доля покупок, магазин для которых выбирался через поиск в Интернете

Диаграмма 52. Суммы, потраченные на покупки в Интернете на рынке электронной торговли в России, %

Диаграмма 53. Сумма онлайн-покупок пользователей (опрос RУметрики)

Диаграмма 54. Суммы, потраченные на покупки в Интернете в России за год, % от совершавших покупки в Интернете, %

Диаграмма 55. Структура трат в Интернет-магазинах по полу, %

Диаграмма 56. Средние затраты одного интернет-покупателя, руб. за месяц

Диаграмма 57. Способы оплаты покупок онлайн (опрос RУметрики)

Диаграмма 58. Способы оплаты за товары и услуги онлайн, распространённые в РФ

Диаграмма 59. Способы оплаты, используемые при покупках в Интернете

Диаграмма 60. Товары, приобретаемые пользователями онлайн (опрос RУметрики; %)

Диаграмма 61. Популярные категории товаров, заказываемые онлайн, и объёмы заказов (% респондентов, отметивших тот или иной вариант при множественном ответе)

Диаграмма 62. Оборот различных сегментов рынка электронной торговли в России, в млрд. руб.,

Диаграмма 63. Совокупная посещаемость Интернет-магазинов, в тыс. посетителей в год

Диаграмма 64. Количество заказов в Интернет-магазинах по сегментам в год, ед

Диаграмма 65. Объем рынка моментальных платежей в России, млрд. руб

Диаграмма 66. Объем пополнения электронных кошельков в России, млрд. руб

Диаграмма 67. Количество интернет пользователей в России, млн. чел

Диаграмма 68. Оборот во всех банкоматах и платежных терминалах кредитных организаций в день на рынке моментальных платежей в России, млрд. руб

Диаграмма 69. Основные направления безналичных платежей частных лиц в России, %

Диаграмма 70. Основные направления безналичных платежей частных лиц в России, %

Диаграмма 71. Объем оплат банковскими картами в по безналичным платежам в России, трлн. руб

Диаграмма 72. Объем операций через Интернет и с мобильного телефона по безналичным платежам в России, млрд. руб

Диаграмма 73. Доля городов в общем объеме проведенных скимминговых операций в банковской сфере на рынке моментальных платежей в России, %

Диаграмма 74. Объем сегмента электронных денег в России, млрд. руб

Диаграмма 75. Объем сектора C2C на рынке электронной торговли в России, млрд. руб

Диаграмма 76. Наиболее популярные б/у товары (% от числа покупок)

Диаграмма 77. Доля респондентов, делающих покупки на интернет-аукционах по данным интернет опроса 'Коммерсантъ-Деньги', %

Диаграмма 78. Доля респондентов, делающих покупки на интернет-аукционах по данным интернет опроса Finam.ru, %

Диаграмма 79. Объем сегмента B2B на рынке электронной торговли в России, млрд. руб

Диаграмма 80. Отраслевая структура участников рынка электронной торговли в сегменте B2B

Оформление заказа

Название: Анализ рынка электронной торговли в России

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/A544EF638A7RU.html>

Цена: Цена по запросу

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/A544EF638A7RU.html>