

**Продажа
строительных материалов
в промышленном и гражданском
строительстве
Метод «Конкретика»**



Андрей Струихин

Андрей Струихин
Продажа строительных
материалов в промышленном
и гражданском строительстве

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70327252

ISBN 9785006226623

Аннотация

Книга о том, как продавать строительные материалы и инструменты в промышленном и гражданском строительстве новым или «трудным» клиентам.

Содержание

Об авторе	5
Предисловие	7
Зачем я написал эту книгу	9
Глава №1. ПГС и КМС. Отличия	10
Глава №2 Отличие работы в Москве от других регионов	12
Глава №3. Сегментация клиентов	13
Жилые комплексы (ЖК)	14
Бизнес-центры (БЦ)	15
Торговые центры (ТЦ)	16
Государственные учреждения	17
Промышленные заводы и склады	18
Корпоративные клиенты	19
Глава №4. 10 этапов строительства	21
Глава №5 Что такое строительный проект	25
Глава №6 Что такое рабочая документация	28
Глава №7 Участники строительства, какие организации существуют на стройке	29
Заказчик	35
Генподрядчик	36
Субподрядчик	37
Конец ознакомительного фрагмента.	38

**Продажа строительных
материалов
в промышленном
и гражданском
строительстве**

Андрей Струихин

© Андрей Струихин, 2024

ISBN 978-5-0062-2662-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Об авторе

Здравствуй, уважаемый читатель! Меня зовут Андрей Струихин. Мне довелось работать торговым представителем, супервайзером, начальником отдела сбыта на территории 3-х стран, в 25 городах – от Магадана до Ташкента.

До 2014 г. работал в B2B и FMCG рынках федеральных и международных компаниях. В каждой из них по результатам продаж, заключенных договоров и результатам ассесмента (комплексный метод оценки компетенций) был признан лучшим продавцом.

В 2014 г. вошел в рынок ПГС (промышленное и гражданское строительство). Навыки, которые приобрёл в предшествующих компаниях, позволили стать эффективным менеджером в продажах строительных материалов и услуг. Где основная моя компетенция осталась прежней – «работа с новыми и трудными клиентами». В 2016 г. был признан лучшим менеджером по привлечению новых клиентов на московском рынке стройки услуг и материалов. Владелец самой крупной холодной полевой продажи на сумму 10 млн 300 тыс. руб. при среднем чеке 300 тыс. руб. (услуги по вывозу строительного, крупногабаритного мусора и экологического сопровождения) в группе компаний «Delicate Group».

С 2018 г. тренер-практик в сфере работы с новыми и «трудными» клиентами в ПГС.

С 2020 г. работал с инженерами, продавцами и руководителями компании «НІЛТІ», «Макси ПРО», «Леруа Мерлен».

Играющий тренер В2В рынка.

Я не бизнес-тренер с опытом продаж, я – продавец с тренерским образованием.

Предисловие

Для кого эта книга? В первую очередь она будет полезна руководителям отделов и менеджерам по продажам. Руководителям позволит сократить рассказ об основах работы на строительном рынке своим подчинённым, а менеджеру получить первоначальные знания о рынке, получить новые инструменты, которые при использовании позволят в короткие сроки выйти на результат, ожидаемый компанией-работодателем.

Но и менеджер с опытом работы найдёт, чем обогатить свой набор инструментов по работе с новыми и трудными клиентами.

Мы разберём с вами, как проходить на закрытые объекты без предварительной договорённости, как заключать договоры и совершать продажи строительных материалов и инструментов.

Основной акцент будет сделан на продажи строительных материалов и инструмента для фундамента, кладки, возведения несущих стен, кровли, фасада, перегородок, потолков и пола. В меньшей степени для электрики, вентиляции и водоснабжения.

Продажа строительных материалов организациям, занимающимся строительством жилых комплексов, торговых и бизнес-центров, промышленных складов и социальных

объектов.

Всё, что написано в этой книге, я практикую не только в аудитории на тренингах, но и на объектах, показывая на практике, как этот инструментарий приносит новые договоры и быстрые большие деньги. Моя конверсия в Москве без предварительной подготовки – проход на 9 объектов из 10 посещений строительных площадок в «холодную», то есть, когда не звали: пришел, постучался и договорился.

Данный набор инструментов успешно применил в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Хабаровске, Челябинске, Красноярске.

Я не занимаюсь рекламой ни одной из упомянутых в этой книге компаний, как и не рекламирую торговые марки и их производителей, которые здесь приведены. Названия компаний и бренды упоминаются в этой книге, потому что они часто встречаются в строительных проектах, и будет правильнее и честнее приводить примеры и кейсы с ними, так как вы будете взаимодействовать или уже работаете с ними.

Зачем я написал эту книгу

Основной мой доход идет с обучения продажам по работе «с трудными и непробиваемыми клиентами» и тренинга «Самопрезентация как „инструмент продаж“» для торговых компаний.

Изданная книга сегодня хороший инструмент для сохранения авторского права как интеллектуальной собственности.

Предположим, ко мне пришел тренер под видом участника, я его со всей отдачей обучил, он скопировал программу и пошел её продавать.

Вы видите программу, отвечающую вашему запросу и требованию, и уже готовы заказать, но купите копию, а копия всегда будет хуже оригинала.

Книга с детальным описанием инструментов вышла в 2024 г., а сторонний тренер начал только предлагать программу в 2025. Логика налицо, доказывать свою интеллектуальную собственность перед заказчиками тренингов будет проще. А тренер, что занимается плагиатом, дважды подумает, стоит ли «брать» чужое.

*– Рынок пуст, все демоны онлайн учат
успешному успеху.*

Глава №1. ПГС и КМС. Отличия

Промышленное и гражданское строительство (ПГС) – это школы, больницы, жилые комплексы, торговые центры, бизнес-центры, промышленные склады, заводы.

Коттеджное малоэтажное строительство (КМС) – это загородные дома, дачи.

В чём ключевая разница: это наличие и отсутствие СНиПов. СНиП – это Строительные Нормы и Правила.

Проще говоря, СНиП – это своего рода **руководство** для строительных организаций, которые призваны обеспечить безопасность людей и окружающей среды.

В КМС они отсутствуют. Если вы себе строите дачу или дом, то материалы можете использовать любые, в рамках своих желаний или заказчика.

Исключение: если строительство ведёт профессиональная компания, то она будет обязательно придерживаться СНиПов. Строительная компания будет отвечать, если что-то упадёт или кто-то пострадает материально или физически.

В ПГС обязательно руководствоваться СНиПами.

В СНиП прописаны нормативы, касающиеся разработки проектов жилых и общественных зданий, закладки фундамента, строительства лестничных пролётов, состава и плотности бетона, проектирования систем водоснабжения, линий электропередачи, вентиляции, фасада, отопления и пр.

СНИПами пользуются для создания строительного проекта. Что такое строительный проект, мы разберём в главе №5.

Глава №2 Отличие работы в Москве от других регионов

В Москве, в отличие от других регионов России, все объекты хорошо охраняют и пройти не так просто. У охраны на КПП (контрольно-пропускном пункте) имеются указания сверху, чтобы продавцов не пускать, и это понятно: их очень много, они уже надоели на стройке.

В регионах Ростов-на-Дону, Хабаровск, Челябинск, Новосибирск, в которых мне довелось работать по продажам строительных материалов и инструмента, проход на строительную площадку, будь это ЖК или ТЦ, не составляет труда, но так будет не всегда. Всё, что происходит в Москве, вся та динамика доходит до регионов за 3—5 лет, вопрос только региона и отрасли. Я говорю это как человек, проживший 22 года в г. Магадан. Поэтому та часть книги, которая подробно рассказывает о Москве, покажет, что может происходить в вашем регионе через несколько лет. Худшее, что вы можете сделать, это ограничивать свой собственный опыт одним городом одного региона.

Глава №3. Сегментация клиентов

Сегментация клиента – это распределение всех строек по их назначению, чтобы вы смогли определить, где вам проще и больше можно заработать/продать материалов или инструментов.

Рассмотрим следующие виды строительства:

жилые комплексы (ЖК), бизнес-центры (БЦ), торговые центры (ТЦ), государственные учреждения (школы, больницы, детские сады), промышленные предприятия, промышленные склады, корпоративные клиенты.

Жилые комплексы (ЖК)

Для того чтобы работать с ЖК, нужно понимать, с чем туда заходить. Если это крупные застройщики, которые давно на рынке, например, «ПИК», «Самолет», «ГК МИЦ», то у них поставщики, зачастую номинированные и, если вы, не такой поставщик, то отгрузить туда вы ничего не сможете. Если хотите с ними работать, то нужно добиваться чтобы вы стали номинированным поставщиком, а здесь вопрос ваших возможностей – ассортимента, сервиса, сроков поставки, отсрочки оплаты.

Бизнес-центры (БЦ)

Можно пробовать с ними работать, но сейчас они не так часто строятся. В силу ряда событий последних лет.

Чаще строятся за «живые» деньги. Инвестор может быть и владельцем. Более дорогие отделочные материалы, выше скорость работ и возведения здания. Быстрее сдадут объект – быстрее пойдут деньги с аренды офисных площадей.

Торговые центры (ТЦ)

После первой волны Ковид-19 потребность в них снизилась, можно встретить недострой или заморозку объекта. Скорость возведения высокая: чем быстрее сдадут, тем быстрее пойдут деньги с аренды.

Государственные учреждения

Школы, больницы, детские сады, кинотеатры, дома культуры. Социальные объекты строятся по государственным программам, выделяются средства. Строек разных много, но если вы не имеете номинацию как поставщик, то социальные объекты – это более быстрые, понятные и в большей степени лёгкие деньги, чем в ЖК.

Госучреждения проходят через тендер, кто будет их строить. А где будут закупать материалы, подрядчики в 100% случаев решают сами, потому что они отвечают за сроки строительства, чтобы остаться в рамках бюджета, использовать строительные материалы согласно проектной документации. Поэтому «разговоры» о том, что всё и всегда проходит через тендер, пусть вас не пугают и не останавливают.

При строительстве всегда прогнозируемы материалы и объёмы.

Промышленные заводы и склады

Узкая специфика по группам товаров, например, нет ЛКМ (лакокрасочные материалы) или будет требоваться совсем мало. Нужен металл, кровля, сэндвич-панель, полы, «инженерка». Опять же вопрос: что у вас есть, с чем вы туда можете войти. Здесь необходимо изучать строительные системы, то, из чего состоит каждое сооружение.

Корпоративные клиенты

Корпоративные клиенты – это клиенты, у которых строительство не является деятельностью бизнеса, а возводимые здания и сооружения будут использоваться для нужд и эксплуатации их собственного бизнеса. Например, сеть магазинов строит себе новые магазины, и им нужны строительные материалы.

Например, сеть «Красное и Белое». У них есть свои подрядные организации, работать с ними можно, но реализуются достаточно небольшие объёмы. Но у них есть запросы на регионы. Если вы работаете по России, то для вас усложняется логистика доставки. Не каждый поставщик за это берётся.

Возможно, им понадобятся строительные материалы для обслуживания уже эксплуатируемых зданий и сооружений, для ремонта, обновления или реконструкции.

Работают они только по образцу своего, корпоративного договора, который крайне тяжело с ними пересогласовать или утвердить что-то в акте разногласия.

С точки зрения количества человеко-часов на работы с ними потребуются большие затараты.

Подводя итог этой главы, необходимо знать, какие материалы используются в каждом из строительных сооружений, с этим поможет ваш РТН (руководитель товарного направле-

ния) или же надо пройти внешнее обучение продукту «Этапы строительства». Что касается ручного и силового инструмента, то это, скорее, индивидуальная история: где-то разыгрывают тендер, а где-то оставляют право подрядчикам самим выбирать поставщика инструмента.

Глава №4. 10 этапов строительства

У возведения любого строительного сооружения есть последовательная закономерность.

Проектирование – на этом этапе создаётся вся документация, с определением строительных материалов, которые будут применяться. От проектирования до начала самих строительных работ проходит 1—3 года.

Пятно застройки – на этом этапе начинаются подготовительные работы: расчистка участка, возведение ограждений, строительство жилого городка для рабочих. Только после этого начинают копать котлован под фундамент.

Как мы видим, есть ряд этапов до начала самого строительства, но выделим и рассмотрим только 10 этапов, где применяются строительные материалы и инструмент, который мы продаем. Почему так?

Есть проектные продажи и есть объектные продажи.

Проектные продажи: продажи относятся к такому формату продвижения товара, при котором продукция на ранней стадии включается в проектную документацию строительных объектов.

Объектные продажи: их ключевая особенность – заранее известная структура, регламент и участники.

Если простым языком. Вы решили построить у себя

на участке баню. Из чего её строить, вы не знаете. Звоните деду (он же опытный): «Дед, помоги!» Дед пишет, какие материалы понадобятся и сколько. Дуб, сосна и т. д. В этом случае дед – это проектный институт. Теперь у вас есть проект.

Если бы местный производитель древесины узнал, что дед только готовит проект, то он к нему отправил бы своего сотрудника. Такого сотрудника называют «проектный менеджер». Проектный менеджер будет убеждать деда (проектный институт), что стоит в проект внести именно древесину их завода «Сосенка», а не конкурента «Березка». Данный вид продаж называют «проектные продажи», когда завод-производитель заносит свои материалы в проектную документацию.

Дальше дед (проектный институт) написал проект и отдал его вам (заказчику). Местный строительный рынок увидел, что у вас на участке началось строительство. К вам приезжает менеджер по продажам этого строительного рынка. Спрашивает, какие ТМ и материалы вам прописал дед (проектный институт), и предлагает купить эти материалы на их строительном рынке. В этом случае это будут «объектные продажи».

Далее я буду описывать работу объектных продаж.

Исходя из этого, мы разобьём и разложим любое здание на 10 частей (этапов). Не углубляясь в проектирование и подготовительные работы.

Каждый из этапов рассмотрим как отдельный мир. Это

позволит вам чётко удерживать в своей голове полученную информацию по материалам, технике и фокусу работы с ними на объекте.

Читайте и запоминайте именно в такой последовательности – снизу-вверх, как на рисунке 1.

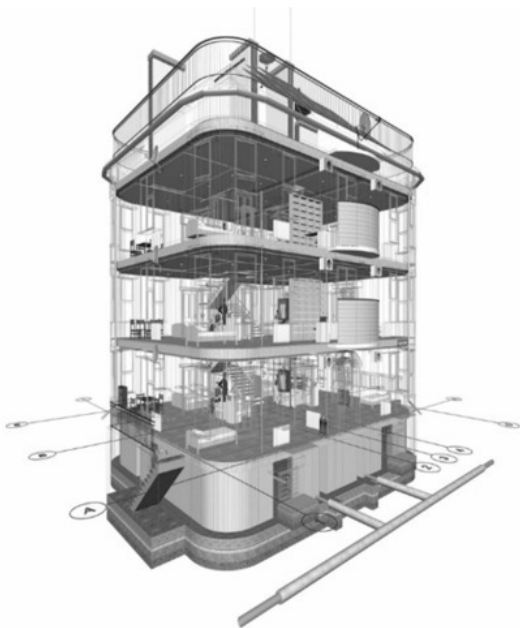


Рисунок 1.

1 — фундамент; 2-стены/кладка, 3-кровля, 4-фасад (СФТК или НФС), 5-перегородки, 6-потолок, 7-полы, 8-электрика, 9-водоснабжение, 10-вентиляция.

Знание этой последовательности позволит вам визуаль-но оценивать строительные объекты, понимать, какой этап стройки будет следующим, отмечать для себя, кто из субпод-рядчиков за какие работы отвечает. В результате вы сможете бегло говорить и предугадывать нужные материалы для за-казчика, о которых будем говорить в главе №9 «Раздатка».

Глава №5 Что такое строительный проект

Проект – это предварительно подготовленное, обоснованное техническими и экономическими расчётами и изображённое графически решение по строительству какого-либо здания, сооружения или комплекса.

Простым языком. Строительный проект – это детально описанный рецепт приготовления сложного блюда, например, борща. Там есть перечень всех ингредиентов, с их точным количеством и названиями производителей – ТМ (торговых марок).

Также может быть написана одна ТМ, но стоять запятая, через запятую перечислены ещё несколько ТМ. Это означает, что можно использовать одну из предложенных, если по каким-либо причинам выгоднее использовать не ту ТМ, что написана первой.

После названия ТМ может быть написано слово «АНАЛОГ» – это значит разрешается применять любую другую ТМ, если ТХ (технические характеристики) соответствующий/идентичны ТХ ТМ, указанной в проекте.

– В «строительном проекте» указано: молоко нормализованное, 6% жирности, ТМ «Деревенский домик», «Шишкин лес», «Светлый день». Тогда мы будем продавать одну

из этих ТМ, если она у нас есть.

– В «строительном проекте» указано: молоко нормализованное, 6% жирности, ТМ «Домик в деревне», **аналог**.

Значит, мы можем предложить молоко другой ТМ, если: оно будет нормализованное и не менее 6% жирности, то есть технические характеристики (ТХ) не ниже указанных.

Технические характеристики соответствуют заявленным требованиям, следовательно, проект не нужно менять. Это значит, что мы, как поставщики, можем предложить использовать ТМ другого производителя с которой мы работаем. Это называется «выбить ТМ». Мы можем это сделать, если предложим лучшую цену, сроки доставки или технические решения, которые с нашим материалом удешевят или ускорят процесс работ.

– В строительном проекте **не** стоит слово «аналог» и нет ТМ, которую мы хотим или можем продать. Даже если она соответствует ТХ, то цена должна быть ниже не менее чем на 10%, иначе работа по изменению проекта, его пересогласованию «сожрёт» эту разницу в цене. Заказчик это прекрасно понимает и довольно быстро откажет.

Итого: при всех нюансах пересогласовать можно всё что угодно. Когда заказчику это выгодно, то и проектная документация меняется, одним звонком. В моей практике были случаи, когда материал был прописан в проекте, деньги переведены, материал привезли на объект, а машину развора-

чивают обратно и меняют проект.

Глава №6 Что такое рабочая документация

Рабочая документация представляет собой документацию, содержащую материалы в текстовой и графической формах и (или) в форме информационной модели, в соответствии с которой осуществляются строительство, реконструкция объекта капитального строительства, их частей.

Рабочая документация разрабатывается на основании проектной документации. Подготовка проектной документации и рабочей документации может осуществляться одновременно.

Простым языком. Рабочая документация – это часть строительного проекта, в которой всё описано более детально.

На объекте часто можно услышать не «рабочая документация», а «рабочка», и именно ей руководствуются строители на объекте.

Глава №7 Участники строительства, какие организации существуют на стройке

Инвестор – юридическое или физическое лицо, вкладывающее собственные, привлечённые или заёмные средства в создание или воспроизводство основных фондов. Инвестор может выступать в роли заказчика, кредитора, покупателя строительной продукции/объекта, а также выполнять функции заказчика или застройщика. Инвестор самостоятельно определяет объёмы, направления и размеры инвестиций, определяет организационные формы строительства и привлекает на договорной основе физических или юридических лиц, необходимых ему для реализации инвестиционного проекта, а также вступает в финансово-кредитные отношения с другими участниками инвестиционного процесса. Инвестор передаёт застройщику право распоряжаться выделенными средствами.

В качестве инвестиций инвестор может использовать: денежные средства, банковские депозитные вклады, акции, облигации, векселя и другие ценные бумаги, имеющие официальный статус на фондовом рынке; движимое и недвижимое имущество – здания, сооружения, машины, оборудование и другие материальные ценности; интеллектуальные ценно-

сти, закреплённые авторскими правами на открытия, изобретения; земельные участки и другие природные ресурсы, находящиеся в собственности инвестора и представляющие ценность.

Не менее важно значение других участников строительства.

Заказчик – юридическое или физическое лицо, принявшее на себя функции организации и управления финансовым проектом строительства объекта, начиная со стадии технико-экономического обоснования (ТЭО) капитальных вложений и заканчивая вводом объекта в эксплуатацию или выходом объекта строительства на проектную мощность.

Застройщик – инвестор или иное юридическое/физическое лицо, уполномоченное инвестором реализовать инвестиционный проект по капитальному строительству. Застройщик обладает правами на земельный участок под застройку, он является землевладельцем. Заказчик, в отличие от застройщика, лишь использует земельный участок под застройку на правах аренды. Застройщик на основании договора с инвестором распоряжается его денежными средствами для финансирования возведения объектов. Для организации строительства застройщик выдаёт исходные данные для разработки проектно-сметной документации, выдаёт заказ на её разработку, заключает договоры строительного подряда на выполнение строительного-монтажных и пуско-наладочных работ. Застройщик осуществляет технический надзор

за соблюдением норм и правил при производстве строитель-но-монтажных работ, приёмку промежуточных и закончен-ных работ и подготовку объектов для сдачи в эксплуатацию.

Всех их мы объединим в слово «заказчик», потому что контактировать с ними при продаже строительных матери-алов мы будем редко, если, конечно, вы не являетесь про-изводителями или не предлагаете инженерное/техническое решение, способное оптимизировать/упростить выполнение тех или иных работ, с целью удешевления м², да именно м². Ведя диалог с застройщиком, с высшими эшелонами руко-водства, всё сводится к одному вопросу от них: *«Если я буду работать с вами или мы примем ваше техническое решение, на сколько вы мне м2 уроните по всему зданию?»*

И если ваш ответ будет 0,00000 «ничего», то ответ будет простым: «Идите, там ниже пообщайтесь».

Да, заказчик меряет конечными показателями, более сложными.

Пример одной из компаний.

Организация, предлагающая ряд технических решений через строительные материалы и инновационный инстру-мент, делает расчёт и предложение у них максимально про-стое:

«Если вы с нами будете работать по..., то вы бесплатно постройте целый этаж».

А речь идет о целом здании бизнес-центра.

Это ответ для застройщика, верхов управления и приня-

тия решений.

Но на уровне продажи общестроя и общестроительных инструментов достаточно работать с отделом снабжения и руководителем проекта, о которых поговорим в следующей главе, а сейчас разберём участников строительства, которые существуют и будут нам полезны.

Итак, есть заказчик, он решил что-то построить, будь то ТЦ, БЦ или ЖК. У заказчика есть земля, на которой он хочет строить, у него есть идея, как это должно выглядеть, и у него есть деньги на это. Тогда заказчик обращается в «Проектный институт», чтобы ему сделали проект, то есть «большой чертёж» здания. Схема участников строительства на рисунке 2.

Участники строительства

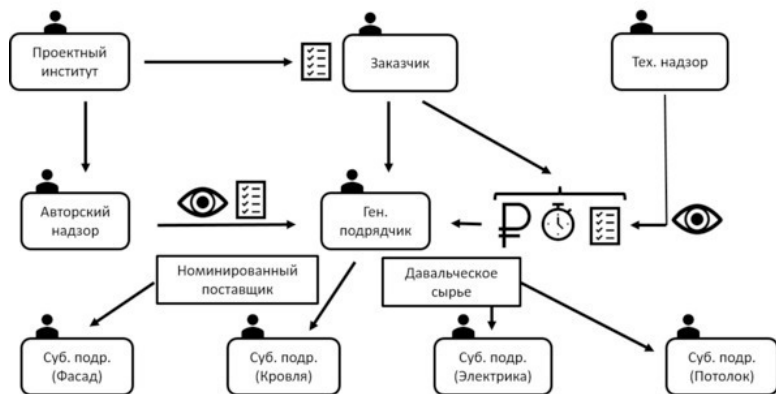


Рисунок 2

Теперь у заказчика есть проект (чертёж) для строительства, но сам он не строит. Поэтому он выбирает генерально-го подрядчика (далее генподрядчик), даёт ему проект, деньги на строительство и ограничивает его работу во времени, то есть определяет, когда должна закончиться стройка (см. рисунок 2).

Проектный институт в свою очередь, т.к. он разработал проект, имеет одно обязательство, чтобы это здание «не упало», потому что он несёт ответственность за «написанный проект» и ему важно, чтобы всё было соблюдено «как в проекте». Для этого он отправляет на строительную площадку «авторский надзор», который с начала строительства либо находится на стройке постоянно, либо приезжает, если объект не очень большой (см рисунок 2).

Но ведь нужно следить за генподрядчиком и со стороны «закона», потому что на стройке очень любят экономить, а иногда, к сожалению, и воровать, ну или заменить какие-то материалы, которые не обладают нужными проектному институту характеристиками на более дешёвые и чаще менее качественные. Поэтому есть технический надзор, который следит, чтобы каждый этап строительства следовал проектной документации (см. рисунок 2).

В 50% случаях «технадзор» – это государственная организация, а в остальных случаях – лицензированная частная, которую нанимает сам заказчик. Здесь один важный момент:

т.к. деньги платит заказчик технадзора, если это частная организация, то он может на них повлиять. Когда не получается пересогласовать материалы и, скажем, технадзор «упирается», не дает разрешения со своей стороны, хотя проектный институт сказал: «Да», но технадзор не видит необходимости менять, то заказчик одним звонком может «попросить» технадзор, и он согласится.

Генподрядчик в свою очередь может выполнять все работы сам, имея команды/бригады, умеющие выполнять все этапы работ, а может отдавать всё на подряд или, как это бывает часто, отдавать на подряд всё, кроме этапа «фундамент». В этом случае игроков может быть много, до 40 субподрядчиков, при том, что этапов строительства, как мы помним, всего 10. Зависит это от объёма работы: ЖК может иметь несколько зданий, тогда и игроков-субподрядчиков может быть больше чем 10. К примеру, если на объекте поднимают/строят больше двух свечек (так часто называют здание-высотку), то фасадчиков (бригад/субподрядчиков, занимающиеся фасадными работами) будет минимум 2. Это важно, чтобы учитывать для себя, кто за какие работы отвечает и подбирать нужные вопросы при выявлении потребностей (см. рисунок 2).

Заказчик

Плюсы: объёмы, референс-лист, работают только без откатов (для каких-то поставщиков это плюс, а для каких-то минус), может быть централизованный склад.

Минусы: сложнее на них выйти и сесть за стол переговоров, сложнее выйти на сделку, больше отсрочки платежа, меньше маржа.

Генподрядчик

Плюсы: объёмы, референс-лист, реже просят откат.

Минусы: отсрочка платежа, сложнее выйти на сделку, риски просроченной дебиторской задолженности (ПДЗ) относительно сумм, меньше маржа.

Субподрядчик

Плюсы: работа по предоплате или в отсрочку с минимальным количеством дней, частые заказы, больше маржа, быстрый выход на сделку.

Минусы: Непостоянные отгрузки, короткий временной отрезок времени работы на объекте, смена объектов, чаще просят откаты.

Бывает, что субподрядчиков обязывают работать на дaвальческом сырье.

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.