

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА АУДИО И ВИДЕО ПРОДУКЦИИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
декабрь 2010 г.**

г. Москва



**Содержание**

Аннотация.....	5
<i>Суть проекта</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>5</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>7</i>
Полное содержание исследования	8
<i>Список диаграмм</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем</i>	<i>11</i>
<i>Список приложений</i>	<i>11</i>
Выдержки из исследования.....	12
2. Описание товара	13
<i>Определение товара</i>	<i>13</i>
<i>Сегментация товара.....</i>	<i>13</i>
3. Анализ рынка	14
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>14</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>14</i>
<i>Объем Рынка.....</i>	<i>14</i>
<i>Производство CD-продукции в России</i>	<i>15</i>
<i>Структура рынка.....</i>	<i>15</i>
<i>Ценообразование на рынке.....</i>	<i>15</i>



<i>Конкурентный анализ</i>	15
Описание игроков	15
<i>Анализ потребителей</i>	16
4. Маркетинговый план	17
<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	17
<i>Порядок осуществления продаж</i>	17
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	17
5. План продаж	18
<i>Цены на конкретные виды товара</i>	18
<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	18
<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	18
6. Производственная часть	21
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i>	21
<i>Требования к поставщикам</i>	21
<i>Состав и стоимость оборудования</i>	21
6.1. <i>Функциональное решение</i>	22
Выбор и обоснование типа предприятия	22
7. Организационно-управленческая структура	23
<i>Организационная структура</i>	23
<i>Затраты на оплату труда</i>	23
8. Финансовый план	24
<i>Основные параметры расчетов</i>	24
<i>Объем финансирования</i>	24
<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	25
<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	28
<i>Анализ чувствительности</i>	30
Показатели эффективности проекта.....	30



9. Организационный план осуществления проекта.....	31
<i>План-график реализации проекта.....</i>	<i>31</i>
10. Нормативная информация.....	32
<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта.....</i>	<i>32</i>
11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ.....	33
Список приложений.....	34
<i>Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции.....</i>	<i>34</i>
<i>Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"».....</i>	<i>34</i>
<i>Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески...34</i>	



АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие магазина аудио и видео продукции

К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

СУТЬ ПРОЕКТА

Открытие в спальном районе магазина аудио- и видео - продукции широкого ассортимента.

Необходимая площадь – 80 м2.

Время работы – 12 часов в сутки.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок аудио и видео продукции г. Москвы, создание положительного имиджа магазина, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: максимизация товарооборота, расширение товарной номенклатуры, создание сети магазинов.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА



Расчетный срок проекта – ... года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на ассортимент музыкальных альбомов и фильмов, высокий уровень консультантов-продавцов, оформителей, продажа сопутствующих товаров.

Цена - При формировании цены на товары магазина ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний целевой сегмент потребителей и объем затрат компании.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

Расположение - Магазин будет расположен в спальном районе Москвы, недалеко от метро, на оживленной улице.

Продвижение – В качестве рекламы будут использоваться две вывески: при выходе из метро вдоль на щите вдоль эскалаторов и непосредственно у входа в магазин, а также рекламный щит на ближайшей оживленной магистрали. Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей об открытии магазина аудио-видео с указанием уникальных достоинств компании.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... USD.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды:



- Высокая рентабельность проекта;
- Растущий спрос;
- Обширные возможности для выхода на рынок.

Риски:

- Высокий уровень проникновения пиратской продукции;
- Развитие бесплатных музыкальных и киноресурсов в сети Интернет;
- Неправильный выбор месторасположения магазина;
- Неверное позиционирование магазина

**КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОЕКТА**

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... USD/год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Кол-во страниц: 67 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 1 диаграмму, 25 таблиц, 2 схема, 3 приложения



ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		5
3	1. Резюме проекта		6
	3.1	<i>Суть проекта</i>	6
	3.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	3.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	3.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	3.5	<i>Стоимость проекта</i>	7
	3.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	7
	3.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	7
	3.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	7
4	2. Описание товара		9
	4.1	<i>Определение товара</i>	9
	4.2	<i>Сегментация товара</i>	9
	4.3	<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	10
	4.4	<i>Перспективы развития товара</i>	11
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	11
5	3. Анализ рынка		12
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	12
		5.1.2 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	12
		5.1.3 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	12
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	17
		5.2.1 <i>Объем Рынка</i>	17
		5.2.2 <i>Производство CD-продукции в России</i>	18
	5.3	<i>Структура рынка</i>	19
	5.4	<i>Ценообразование на рынке</i>	20
	5.5	<i>Конкурентный анализ</i>	21
		5.5.1 <i>Описание игроков</i>	21
	5.6	<i>Анализ потребителей</i>	26
	5.7	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	27
6	4. Маркетинговый план		29
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	29
	6.2	<i>Ценовая политика</i>	29



	6.3	<i>Порядок осуществления продаж</i>	29
	6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	30
7	5. План продаж		32
	7.1	<i>Цены на конкретные виды товара</i>	32
	7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	32
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	33
8	6. Производственная часть		36
	8.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i>	36
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	37
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	37
	8.3.1	<i>Амортизация основных средств</i>	38
	8.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	38
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	38
	8.6	<i>Оценка доходов</i>	40
	8.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	43
	8.7.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	43
9	7. Организационно-управленческая структура		44
	9.1	<i>Организационная структура</i>	44
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	44
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	46
10	8. Финансовый план		47
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	47
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	47
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	48
	10.4	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	51
	10.5	<i>Анализ чувствительности</i>	54
	10.5.1	<i>Показатели эффективности проекта</i>	54
	10.5.2	<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	55
11	9. Организационный план осуществления проекта		57
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	57
12	10. Нормативная информация		58
	12.1	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	58



13	11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ		61
14	Список приложений		62
	14.1	<i>Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции</i>	62
	14.2	<i>Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»</i>	63
	14.3	<i>Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески</i>	65

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Структура распределения доходов от продажи лицензионных дисков.

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль.

Таблица 2. Объем розничной продажи технических носителей информации с записью и без записи, 2009-2010 гг., млн. руб.

Таблица 3. Объем произведенной CD-продукции в России, 2007-2009 гг., млн. шт.

Таблица 4. Цены на продукцию.

Таблица 5. План выхода работы на полную мощность

Таблица 6. План продаж, часть 1, ед.

Таблица 7. План продаж, часть 2, ед.

Таблица 8. Схема работы магазина

Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования, руб.

Таблица 10. Распределение площади под различные помещения

Таблица 11. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 12. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 13. Ассортимент товаров, их количество и стоимость, руб.

Таблица 14. План по доходам (часть 1), руб.



- Таблица 15. План по доходам (часть 2), руб.
- Таблица 16. Штатное расписание
- Таблица 17. Затраты на открытие
- Таблица 18. Затраты на установку сигнализаций, руб.
- Таблица 19. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 20. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.
- Таблица 21. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб.
- Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб.
- Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб.
- Таблица 24. График реализации проекта
- Таблица 25. Документы для регистрации вывески

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. «Общее описание системы сбыта видеопродукции».
- Схема 2. Организационная структура

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

- Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции
- Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»
- Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ



2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА

....

DVD – носитель информации, выполненный в виде диска, внешне схожий с компакт-диском, однако имеющий возможность хранить бóльший объём информации за счёт использования лазера с меньшей длиной волны, чем для обычных компакт-дисков¹.

....

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА

В магазине будут представлены кинофильмы и музыка на DVD и CD.

Основные группы наименований кинопродукции:

...

¹ Данные энциклопедии Википедия



3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Последние пять докризисных лет на рынке DVD-дисков отмечались ежегодным приростом оборотов на ...%. Однако за два года произошли серьезные изменения в структуре спроса. DVD-диски во многом повторяют судьбу CD-дисков. Видеопродукция на DVD-носителях переходит в сегмент подарков. Объемы продаж сохраняются за счет коллекционеров и ценителей фильмов, занятых людей, которым некогда искать необходимые фильмы в интернете и скачивать их, и людей, которые преподносят видеопродукцию в подарок....

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

ТАБЛИЦА 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ.

Положительные факторы	Отрицательные факторы

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ РЫНКА

Оборот рынка DVD-дисков в первом полугодии 2010 года сократился на ...% в стоимостном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Объем покупок за тот же период упал на% в натуральном выражении.

....

.....

ТАБЛИЦА 2. ОБЪЕМ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ ТЕХНИЧЕСКИХ НОСИТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИИ С ЗАПИСЬЮ И БЕЗ ЗАПИСИ, 2009-2010 ГГ., МЛН. РУБ.



Период	2009	2010	Темп роста, %

....

ПРОИЗВОДСТВО CD-ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Приведем количественные характеристики о произведенной CD-продукции в таблице:

ТАБЛИЦА 3. ОБЪЕМ ПРОИЗВЕДЕННОЙ CD-ПРОДУКЦИИ В РОССИИ, 2007-2009 гг., МЛН. ШТ.

	2007	2008	2009

....

СТРУКТУРА РЫНКА

СХЕМА 1. «ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА ВИДЕОПРОДУКЦИИ».

....

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Цена видеопродукции, которая доходит до покупателя, складывается из следующих параметров:

....

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОПИСАНИЕ ИГРОКОВ

ФЕДЕРАЛЬНЫЕ СЕТИ

На российском рынке DVD-продукции существуют 2 крупные федеральные сети:

- «Хитзона»
- «Союз»

.....



ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИНЫ

.....

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребителями аудио- и видеопродукции является всё население России, интересующееся музыкой и кино.

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ОБЪЕМАМ ПОКУПОК

....



4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Создаваемый в рамках проекта магазин будет позиционироваться, как районный магазин DVD-фильмов и музыки широкого профиля.

...

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ

....

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

....



5. План продаж

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ВИДЫ ТОВАРА

Цены на DVD-фильмы зависят от уровня спроса на них, который в свою очередь находится в непосредственной зависимости от новизны и известности кинокартины. В силу специфики ценообразования, целесообразно разбить товары на ценовые категории.

Таблица 4. Цены на продукцию.

Товар	Сумма, руб.	Наценка

....

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА. КАНАЛЫ СБЫТА.

Реализация продукции будет осуществляться через магазин непосредственно конечному потребителю.

....

План продаж на весь расчетный период.

....

Таблица 5. План выхода работы на полную мощность

Месяц	Мощность работы

....

Открытие магазина планируется на четвертый месяц, полная его мощность будет достигнута только к десятому месяцу.



Таблица 6. План продаж, часть 1, ед.

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV



Таблица 7. План продаж, часть 2, ед.

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV



6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

**ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА.
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ /
ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ**

.....

Работа магазина будет состоять из следующих этапов (Таблица 8):

ТАБЛИЦА 8. СХЕМА РАБОТЫ МАГАЗИНА

№ этапа	Наименование этапа	Исполнитель
1	Оптовая закупка продукции	
2	Реализация товара	

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

.....

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

Для работы магазина требуется следующее оборудование:

ТАБЛИЦА 9. СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ, РУБ.

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма, руб.
Производственное оборудование				



№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма, руб.
Производственное оборудование				

...

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

...



7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

Для магазина DVD-, CD- дисков наиболее приемлема линейная структура управления (Схема 2).

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

...

ТАБЛИЦА 10. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Должность	Кол-во	З.п., руб.	Сумма, руб.	ЕСН	Итого

...



Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.



Таблица 14. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.

Показатели	1 год					2 год				
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Операционная деятельность									
	Инвестиционная деятельность									

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 18. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

№ п/п	Наименование работ	Месяцы			
		1	2	3	4, 5...

...

10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

**НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ ИЛИ РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ
ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА**

...

11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

.....

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПЕРЕЧЕНЬ ДОКУМЕНТОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ККМ В НАЛОГОВОЙ ИНСПЕКЦИИ

....

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ВЫДЕРЖКИ ИЗ ПОСТАНОВЛЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА МОСКВЫ ОТ 21.11.2006 №908-ПП «О ПОРЯДКЕ УСТАНОВКИ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ОБЪЕКТОВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ В ГОРОДЕ МОСКВЕ И РЕГЛАМЕНТЕ ПОДГОТОВКИ ДОКУМЕНТОВ КОМИТЕТОМ РЕКЛАМЫ, ИНФОРМАЦИИ И ОФОРМЛЕНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ ЗАЯВИТЕЛЯМ В РЕЖИМЕ "ОДНОГО ОКНА"»

....

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ДОКУМЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ ВЫВЕСКИ

....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88