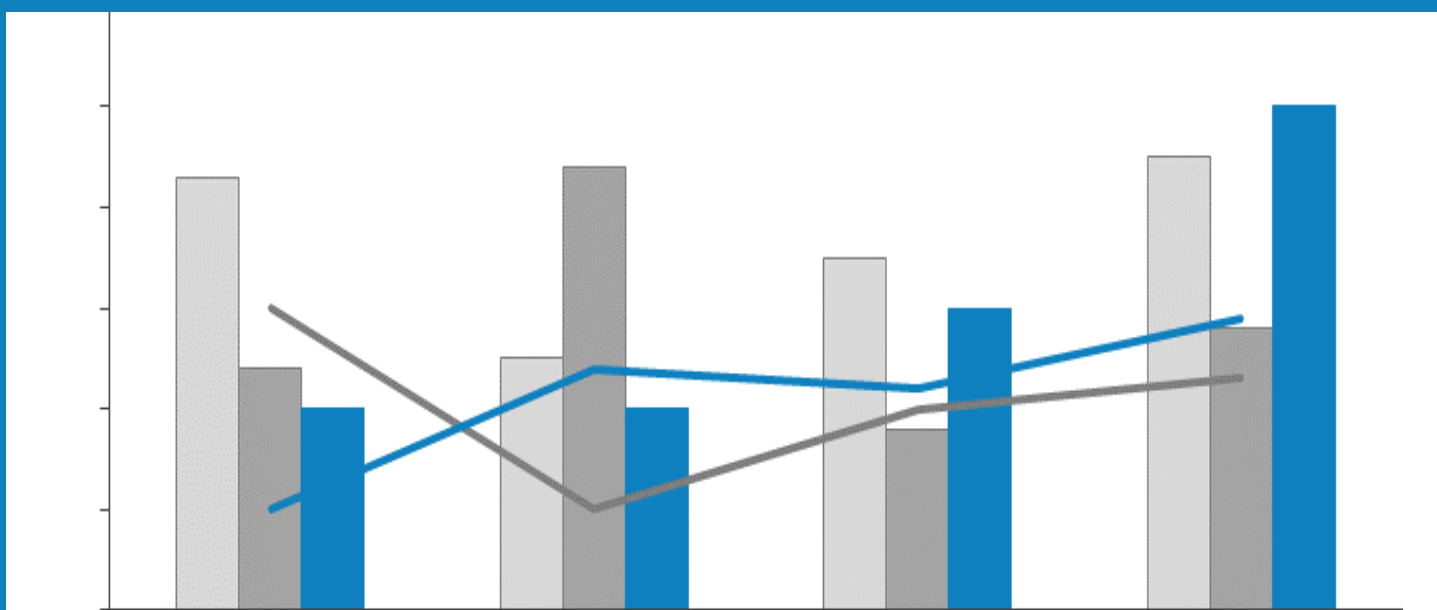




## Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

### Анализ рынка корпоративных интегрированных систем в России



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

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

### Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

#### 1. Мы используем максимально полный набор источников,

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

#### 2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

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

#### 3. Мы максимально визуализируем данные

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

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

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

#### 5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

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

## Методология проведения исследований

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

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

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

### РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

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

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

## ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

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

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

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

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

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

## **ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

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

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

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

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

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

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

### **ВАЖНО!**

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

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

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

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

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

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

## Содержание

Список таблиц и диаграмм .....	10
Таблицы: .....	10
Диаграммы: .....	10
Резюме .....	11
Глава 1. Методология исследования .....	12
Объект исследования .....	12
Цель исследования .....	12
Задачи исследования.....	12
Метод сбора и анализа данных.....	12
Источники получения информации .....	13
Объем и структура выборки.....	13
Глава 2. Классификация и основные характеристики рынка корпоративных интегрированных систем в России .....	15
Классификация КИС .....	16
Классы систем КИС.....	17
<i>Система ERP (Enterprise Resource Planning System)</i> .....	17
<i>Система CRM (Customer Relationship Management System)</i> .....	17
<i>Система MES (Manufacturing Execution System)</i> .....	17
<i>Система WMS (Warehouse Management System)</i> .....	17
<i>Система EAM (Enterprise Asset Management)</i> .....	17
<i>Система HRM (Human Resource Management)</i> .....	17
<i>Система СЭД/ЕСМ</i> .....	17
<i>Система BI</i> .....	17
История развития рынка .....	18
Глава 3. Объем и темпы роста рынка .....	19
Глава 4. Конкурентный анализ рынка .....	21
<i>Рынок ERP</i> .....	21
<i>Рынок CRM</i> .....	23
<i>Рынок СЭД/ЕСМ</i> .....	23
<i>Рынок систем BI</i> .....	23
Глава 5. Потребительское поведение .....	24
Особенности потребительского поведения .....	25
Описание потребительского поведения по сегментам.....	26
<i>Рынок ERP</i> .....	26

---

<i>Рынок CRM</i> .....	27
<i>Рынок СЭД/ЕСМ</i> .....	27
<i>Рынок BI</i> .....	27
Выбор для предприятия готовых программных продуктов .....	28
<b>Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка</b> .....	<b>29</b>
Рост спроса на КИС .....	29
Тенденции .....	29
Перспективы развития рынка .....	29
<b>Глава 7. Факторы развития рынка диоксида углерода в России</b> .....	<b>30</b>
Фактор 1. Уровень развития бизнеса в стране .....	30
Фактор 2. Экономическая ситуация .....	30
Фактор 3. Процесс импортозамещения .....	30
Фактор 4. Развитие технологий .....	30
Фактор 5. Квалификация кадров .....	30
<b>Глава 8. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка корпоративных интеграционных систем в России</b> .....	<b>31</b>
<i>SAP SE</i> .....	31
<i>ORACLE</i> .....	31
<i>Microsoft</i> .....	31
<i>Корпорация Парус</i> .....	31
<i>1С</i> .....	31
<i>Техносерв Консалтинг</i> .....	31
<i>Галактика</i> .....	31

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 10 таблиц и 7 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка корпоративных интеграционных систем, млрд. руб.

Таблица 2. Выручка ключевых игроков рынка ERP, млн. руб.

Таблица 3. Количество проектов на рынке ERP по продуктам компаний.

Таблица 4. Выручка ключевых игроков рынка CRM, млн. руб.

Таблица 5. Количество проектов на рынке CRM по продуктам компаний.

Таблица 6. Выручка ключевых игроков рынка СЭД/ЕСМ, млн. руб.

Таблица 7. Количество проектов на рынке СЭД/ЕСМ по продуктам компаний.

Таблица 8. Выручка ключевых игроков рынка СЭД/ЕСМ, млн. руб.

Таблица 9. Количество проектов на рынке ERP по отраслям.

Таблица 10. Рейтинг doing business в России.

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка корпоративных интеграционных систем, млрд. руб. и %.

Диаграмма 2. Доли систем в объеме рынка корпоративных интегрированных систем в России, % от стоимостного объема.

Диаграмма 3. Доли ключевых игроков в объеме рынка ERP, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 4. Доли ключевых игроков в объеме рынка CRM.

Диаграмма 5. Доли проектов рынка ERP по отраслям, % от натурального объема.

Диаграмма 6. Динамика количества проектов на рынке CRM.

Диаграмма 7. Доли проектов рынка СЭД/ЕСМ по отраслям, % от натурального объема.

## Резюме

В 2016 г. объем рынка корпоративных интеграционных систем вырос на 7,9% и составил 368 млрд. руб. Большую долю рынка корпоративных интегрированных систем составляют системы ERP. В 2016 г. на эту систему приходилось 32% рынка.

Интерес к КИС со стороны российских предприятий резко вырос в последние 2-3 года. Многим предприятиям требуется инструмент, который помогает оптимизировать его издержки и повысить эффективность работы, особенно в период экономической нестабильности.

В настоящее время на рынке обостряется конкуренция между западными и российскими корпоративными интеграционными системами. Особенно это касается сегмента рынка, ориентированного на предложение услуг для средних и крупных предприятий. При этом западные КИС предлагают продукты для всех типов предприятий.

Особенностью российского рынка корпоративных интеграционных систем является то, что российскому предприятию не нужен мощный функционал, выработанный на основе мировых практик, а достаточно покрытия основных процессов. Дело в том, что в российских условиях, влияние финансовых аспектов на основную деятельность предприятия настолько сильно, что порой гораздо важнее учесть финансовые факторы, чем оптимально спланировать основную деятельность по множеству направлений. В связи с этим, у отечественных компаний нет мотивации переплачивать за использование более дорогих и многофункциональных зарубежных КИС.

Собственно, эта парадигма объясняет все, что происходит на российском рынке КИС в последние годы. Мировые системы имеют слабые позиции в нише средних предприятий и не смогли выйти на рынок малых. Однако на рынке крупных корпораций отечественные системы предпочитают зарубежным в силу негарантированного масштабирования. Кроме того, ни одна большая корпорация не возьмет на себя ответственность заявить, что предприятию на будущее не понадобится богатый спектр функционала, который предлагают западные корпоративные интеграционные системы.

## Глава 1. Методология исследования

### Объект исследования

Рынок корпоративных интегрированных систем в России.

### Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

### Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка корпоративных интегрированных систем в России.
2. Структура потребления корпоративных интегрированных систем в России.
3. Рыночные доли производителей и брендов (основных участников) на рынке корпоративных интегрированных систем в России.
4. Конкурентная ситуация на рынке корпоративных интегрированных систем в России.
5. Факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка корпоративных интегрированных систем в России.
6. Факторы, препятствующие росту рынка корпоративных интегрированных систем в России.
7. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка корпоративных интегрированных систем в России.
8. Ключевые отрасли, потребляющие услуги корпоративных интегрированных систем в России.

### Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке корпоративных интегрированных систем и

получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

### Источники получения информации

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

### Объем и структура выборки

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

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении

## 10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

---

## Глава 2. Классификация и основные характеристики рынка корпоративных интегрированных систем в России

**Корпоративная информационная (интегрированная) Система (КИС)** — это масштабируемая система, предназначенная для комплексной автоматизации всех видов хозяйственной деятельности компаний, а также корпораций, требующих единого управления. По своей сути это единое информационное пространство, позволяющее агрегировать информацию компании по ее основным показателям функционирования (договоры, планы, проекты, финансы, кадры) для эффективного управления бизнес-процессами.

.....

....

.....

.....

## Классификация КИС

Корпоративные информационные системы можно также разделить на два класса: финансово-управленческие и производственные.

### 1. Финансово-управленческие .....

....

.....

.....

## Классы систем КИС

Количество классов систем КИС – велико. ....

### *Система ERP (Enterprise Resource Planning System)*

ERP-система - это набор интегрированных приложений, позволяющих создать .....

### *Система CRM (Customer Relationship Management System)*

### *Система MES (Manufacturing Execution System)*

### *Система WMS (Warehouse Management System)*

### *Система EAM (Enterprise Asset Management)*

### *Система HRM (Human Resource Management)*

### *Система СЭД/ЕСМ*

### *Система BI*

**История развития рынка**

**В отчете в данном разделе 5 стр. текста**

### Глава 3. Объем и темпы роста рынка

В 2014 г. объем рынка корпоративных интеграционных систем составил ... млрд. руб. В 2015 г. объем рынка корпоративных интеграционных систем ... на ...% и составил ... млрд. руб.

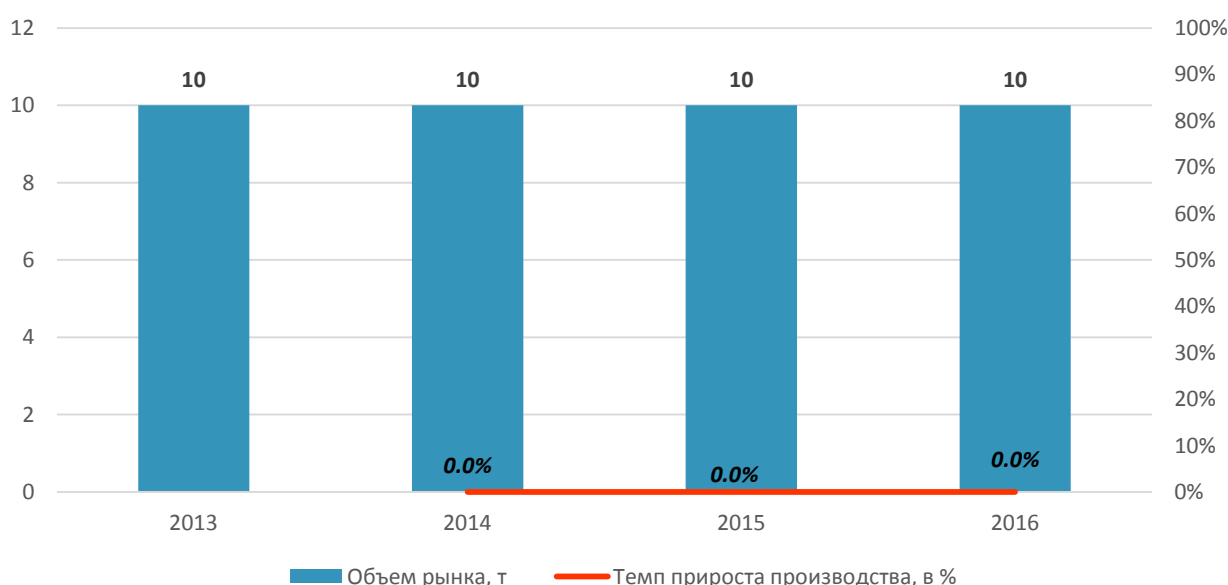
Таблица 1. Объем рынка корпоративных интеграционных систем в 2013-2016 гг., млрд. руб.

Система	2013	2014	2015	2016
ERP				
CRM				
MES				
HRM				
СЭД/ЕСМ				
СРМ				
BI				
Другие				
<b>Итого</b>				<b>368</b>

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным TAdviser.

В 2016 г. объем рынка корпоративных интеграционных систем ... на ...% и составил 368 млрд. руб.

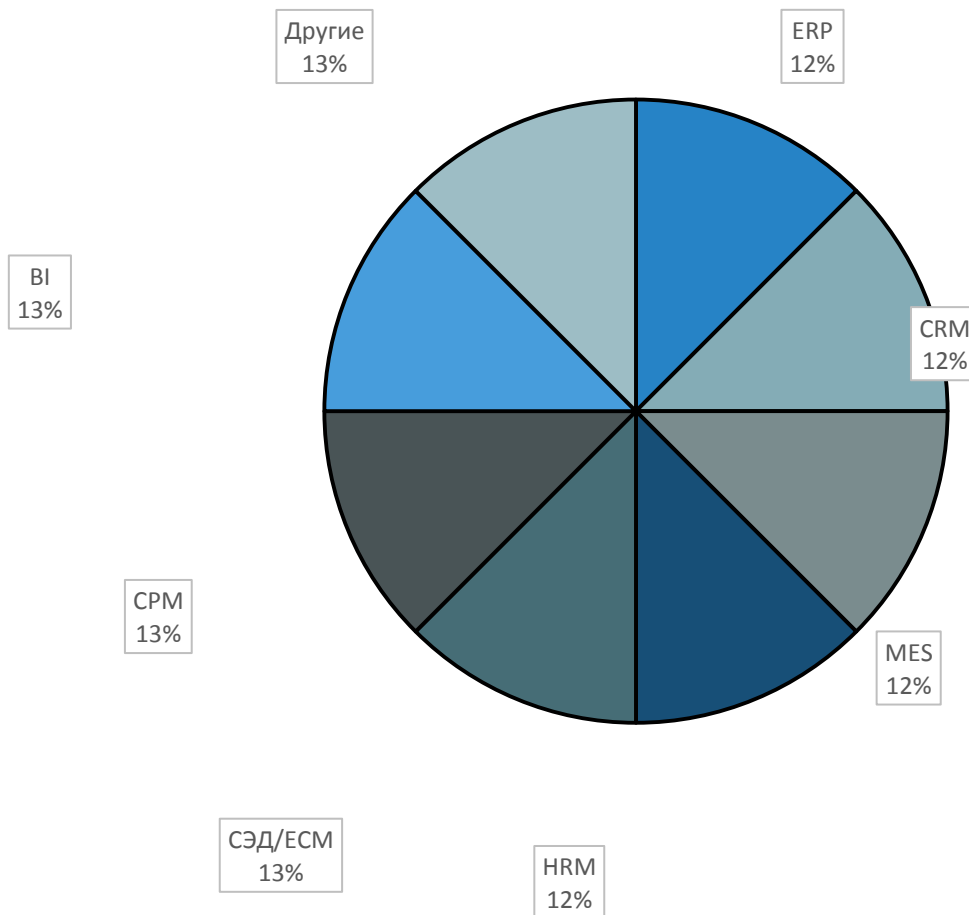
Диаграмма 1. Объем рынка корпоративных интеграционных систем в 2013-2016 гг., млрд. руб. и %.



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным TAdviser.

Большую долю рынка корпоративных интегрированных систем составляют системы ERP. В 2016 г. на эту систему приходилось ...% рынка.

**Диаграмма 2. Доли систем в объеме рынка корпоративных интегрированных систем в России в 2016 г., % от стоимостного объема.**



Источник: расчеты Discovery Research Group по данным TAdviser.

## Глава 4. Конкурентный анализ рынка

### Рынок ERP

...% рынка ERP занимают лидирующие игроки.

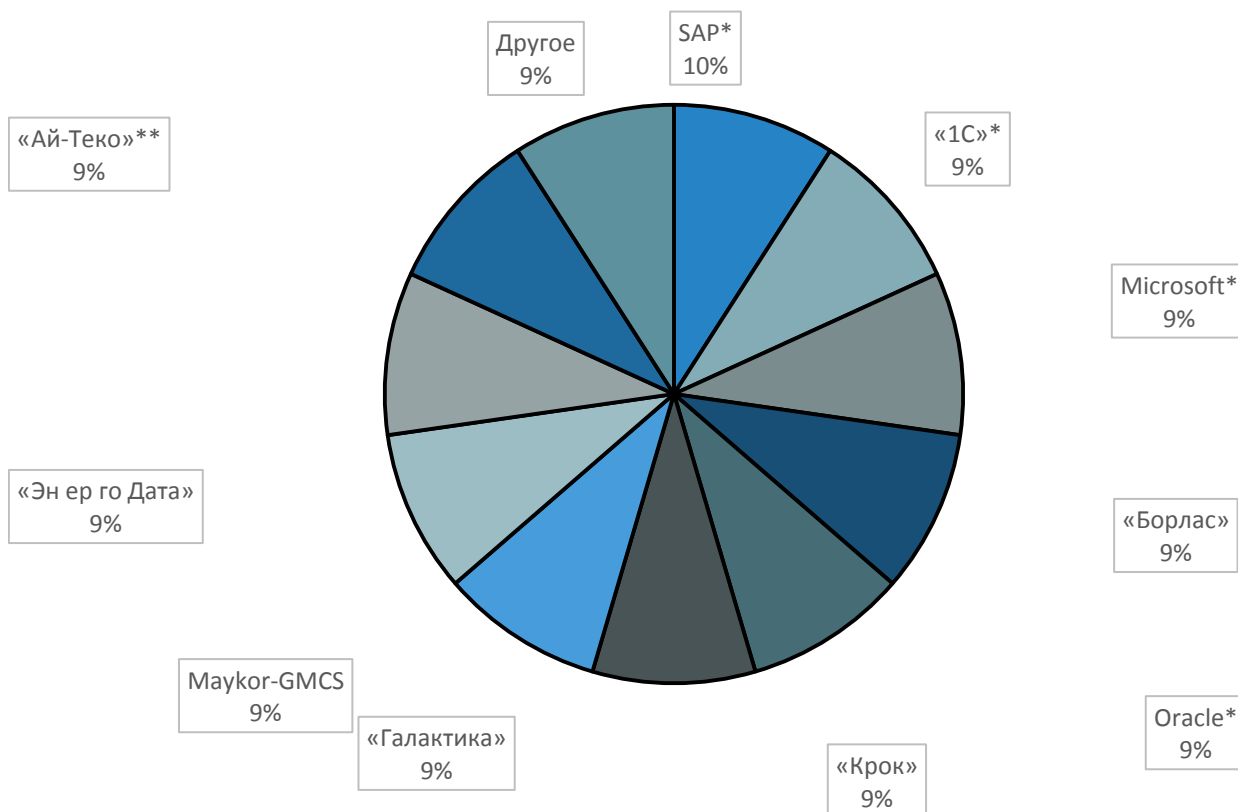
Лидирующую позицию на рынке систем ERP в стоимостном выражении занимает .... В 2015 г. выручка компании от продаж этого продукта составила ... млн. руб. Доля компании в 2015 г. составила ...%.

Таблица 2. Выручка ключевых игроков рынка ERP в 2014-2015 гг., млн. руб.

Компания	2014	2015	Динамика 2014/2015, %
SAP*			
«1С»*			
Microsoft*			
«Борлас»			
Oracle*			
«Крок»			
«Галактика»			
Maуkor-GMCS			
«Эн ер го Дата»			
«Ай-Теко»**			
Другое			
<b>Итого</b>			

Источник: данные TAdviser.

Диаграмма 3. Доли ключевых игроков в объеме рынка ERP в 2016 г., % от стоимостного объема рынка.



Источник: данные TAdviser.

Лидером по количеству проектов в 2016 г. стала компания ... – свыше ... тыс. внедрений систем планирования ресурсов предприятия этого разработчика. На втором месте расположилась компания ... – ... проекта, на третьем – ... - чуть менее ... проектов. По состоянию на сентябрь 2016 г. произошло ... тыс. внедрений ERP-систем.

Таблица 3. Количество проектов на рынке ERP по продуктам компаний в 2016 г.

Компания	Количество проектов
1С	
Microsoft	
Галактика	
SAP SE	
Компас	
Парус	
Infor	
Oracle	
Epicor	
Ansoft	

Источник: данные TAdviser.

### *Рынок CRM*

### *Рынок СЭД/ЕСМ*

### *Рынок систем BI*

## Глава 5. Потребительское поведение

На сегодняшний день основными причинами внедрения интегрированной корпоративной системы на предприятии являются следующие:

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

.....

....

.....

.....

### Особенности потребительского поведения

.....

....

.....

.....

Российскому предприятию не нужен мощный стандартный функционал, выработанный на основе мировых практик, а достаточно покрытия основных процессов. Дело в том, что в российских условиях, влияние финансовых аспектов на основную деятельность предприятия настолько сильно, что порой гораздо важнее учесть финансовые факторы, чем оптимально спланировать основную деятельность. В связи с этим, у отечественных компаний нет мотивации переплачивать за использование более дорогих и многофункциональных зарубежных КИС.

....

## Описание потребительского поведения по сегментам

### Рынок ERP

Наиболее часто проекты ERP используются в .... Так, в 2016 г. В сфере торговли было реализовано ... проектов ERP.

Также высокий спрос на проекты ERP наблюдается в сфере .... В 2016 г. в сфере машиностроения было реализовано ... проектов ERP.

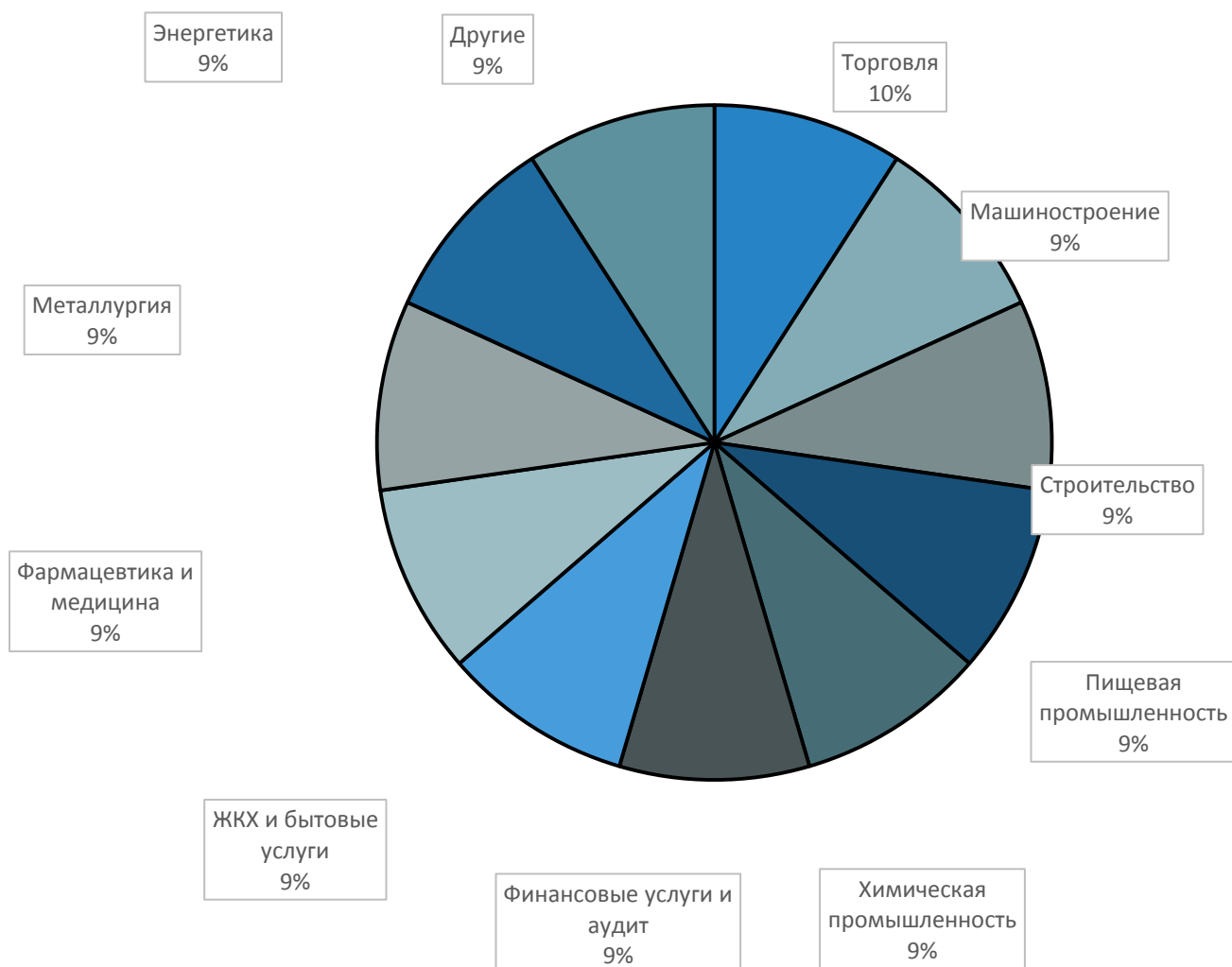
Третье место по количеству реализованных проектов в 2016 г. занимает сфера ....

Таблица 4. Количество проектов на рынке ERP по отраслям в 2016 г.

Отрасль	Количество проектов	Доля, в % от общего числа

Источник: данные TAdviser.

Диаграмма 4. Доли проектов рынка ERP в 2016 г. по отраслям, % от натурального объема.



Источник: данные TAdviser.

**Рынок CRM**

**Рынок СЭД/ЕСМ**

**Рынок BI**

**Выбор для предприятия готовых программных продуктов**

.....

....

.....

.....

## Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка

### Рост спроса на КИС

В отчете в данном разделе 3 стр. текста

### Тенденции

В отчете в данном разделе 4 стр. текста

### Перспективы развития рынка

.....

....

.....

.....

## Глава 7. Факторы развития рынка диоксида углерода в России

**Фактор 1. Уровень развития бизнеса в стране**

**Фактор 2. Экономическая ситуация**

**Фактор 3. Процесс импортозамещения**

**Фактор 4. Развитие технологий**

**Фактор 5. Квалификация кадров**

---

## Глава 8. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка корпоративных интеграционных систем в России

### *SAP SE*

SAP SE — немецкая компания, производитель программного обеспечения для организаций. Штаб-квартира расположена в Вальдорфе. Первый офис фирмы находился в Мангейме.

.....

....

.....

.....

### *ORACLE*

### *Microsoft*

### *Корпорация Парус*

### *1С*

### *Техносерв Консалтинг*

### *Галактика*

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

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

БЦ «Головинские пруды»

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

e-mail: [research@drgroup.ru](mailto:research@drgroup.ru)

[www.drgroup.ru](http://www.drgroup.ru)

### Схема проезда

