Deloitte.

Исследование потребительских расходов «Новый год и Рождество — 2020»

12 декабря 2019 года

Содержание

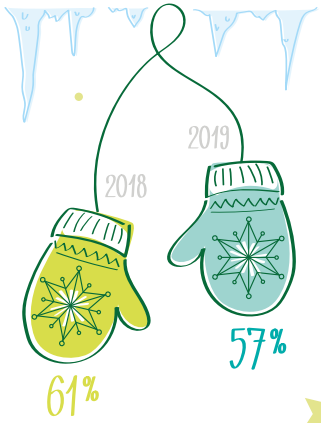
Ключевые результаты исследования	04
Экономика и благосостояние	07
Структура новогоднего бюджета россиян	11
Многоканальная розничная торговля	16
Поведение потребителей	21
Методология исследования	26
Контакты	27

Мы рады представить результаты 22-го ежегодного международного исследования потребительских расходов в период рождественских и новогодних праздников.

Ключевые результаты исследования

57% считают, что в экономике страны
наблюдается рецессия.

Этот показатель снизился по сравнению с прошлым годом **(61%)**, но остается самым высоким в Европе.

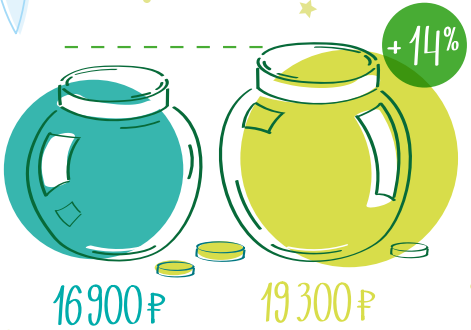


Прогнозы-2020:
рост экономики — **13%,**
ее спад — **44%,**

Каждый пятый россиянин ожидает **увеличения своей покупательной способности** в 2020 году.

Каждый **пятый** не знает, чего ожидать от экономики.

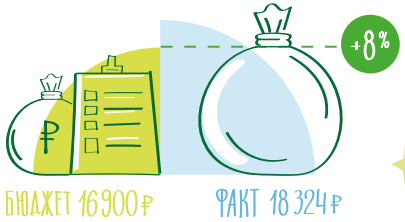
В этом году
новогодний бюджет
составит **19 300 руб.,** что на **14%** выше прошлогоднего показателя **(16 900 руб.).**



Структура новогоднего бюджета:

Планирование бюджета больше не работает

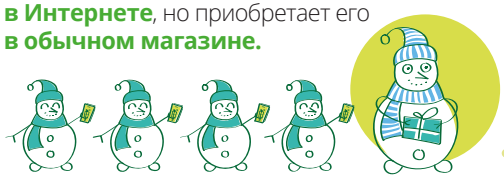
В прошлом году фактические расходы **(18 324 руб.)** были выше бюджета **(16 900 руб.)** на **8%.**



Россияне традиционно **покупают новогодние подарки во второй половине декабря.**

При этом каждый четвертый отправляется за подарками в последний момент.

Каждый пятый выбирает подарок **в Интернете**, но приобретает его **в обычном магазине.**



Россияне стали активнее искать **информацию о скидках и распродажах в социальных сетях (17%)** по сравнению с прошлым годом **(14%).**

Лидеры среди мест совершения офлайн-покупок —

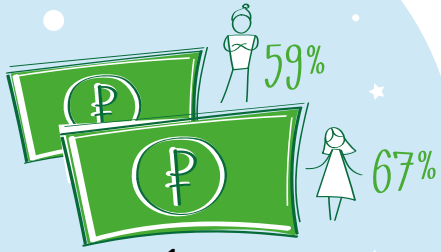
специализированные сети, 29%

гипер- и супермаркеты. 24%

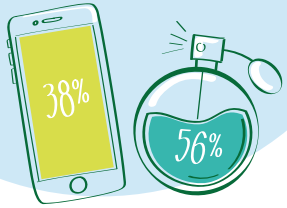
85% россиян считают, что совершение покупок в интернет-магазине экономит время.

При этом только 4% не совершают покупок в Интернете. 4%

В этом году, как и в прошлом, в качестве **наиболее желанного подарка лидируют денежные средства** (мужчины — **59%,** женщины — **67%**). На втором месте у мужчин — **смартфоны (38%),** а у женщин — **парфюмерия (56%).**



1-е место



2-е место

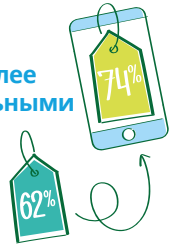
Каждому третьему россиянину **Интернет** помогает с выбором напитков и продуктов питания.

Самым популярным способом оплаты остается дебетовая карта.

Доля тех, кто использует наличные денежные средства при оплате подарков, сократилась с **41%** до **33%,**

41% 33%

Доля тех, кто предпочитает **предложения в интернет-магазинах более привлекательными** по сравнению с обычными магазинами, возросла с **62%** до **74%.**

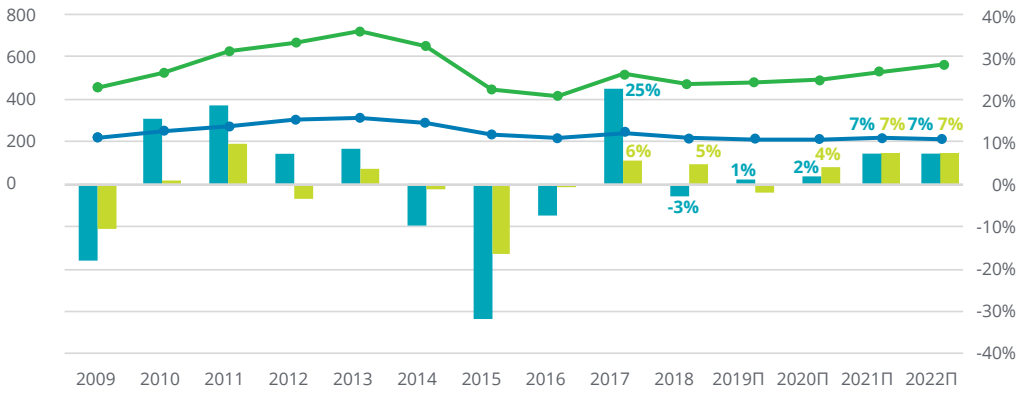


Традиционно россияне получат в подарок шоколад **(45%)** и косметику **(44%).**

Доля тех, кто воспользуется **«черной пятницей»** для снижения именно новогодних расходов, повысилась **с 66%** в 2018 году до **70%** в 2019 году.

Объем российского розничного рынка сократился в долларовом выражении на 3%.

Объем розничного рынка (млрд долл. США)

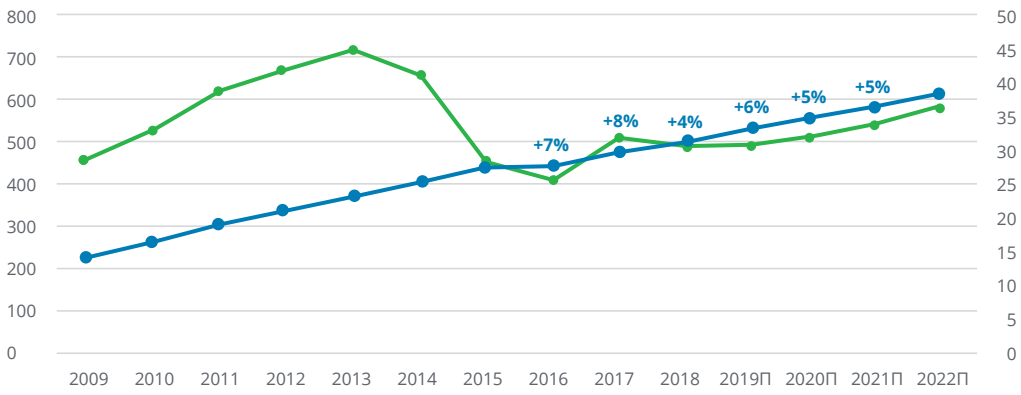


Рост в России, %
Рост в Европе, %
Оборот в России, млрд долл. США
Доля России на европейском рынке, %

Источник: Economist Intelligence Unit

Российский розничный рынок демонстрирует незначительную динамику роста в рублевом выражении.

Объем российского розничного рынка



Оборот в России, млрд долл. США (левая шкала)
Оборот в России, трлн руб. (правая шкала)

Источник: Economist Intelligence Unit

Россия

- Объем российского розничного рынка в 2018 году после бурного роста в 2017 году (25%) сократился на 3% и составил 495 млрд долл. США. Этот показатель оказался ниже предварительных прогнозов в отношении увеличения объема рынка на 4 млрд долл. США.

Европа

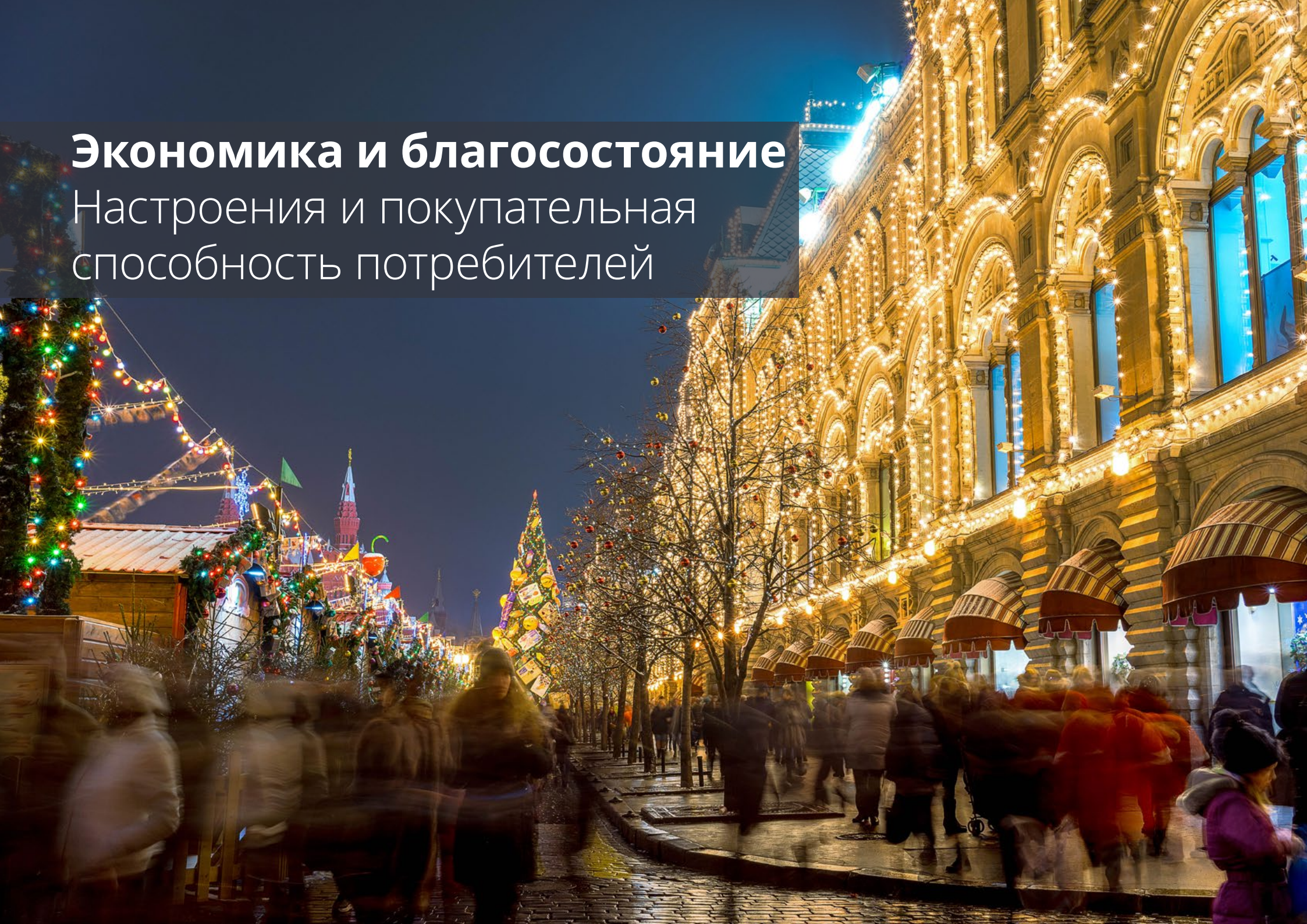
- В 2018 году европейский рынок продемонстрировал рост в 5%, только в России (3%) и Турции (12%) объемы розничного рынка уменьшились.
- Как и предполагалось ранее, по результатам 2018 года Великобритания вернула себе третье место по объему рынка (11,1%), опередив Россию (10,9%) и пропустив вперед только Францию (13,3%) и Германию (15,6%).

- В 2019–2022 годах ожидается незначительный рост российского розничного рынка в долларовом выражении. В 2022 году объем рынка розничной торговли в России в долларовом выражении будет далек от пиковых показателей 2011–2014 годов.

- Оборот розничной торговли в России в рублевом выражении продолжает расти. Ожидается, что в 2019 году он вырастет на 6%. Это на 3% меньше прогноза прошлых лет.

Экономика и благосостояние

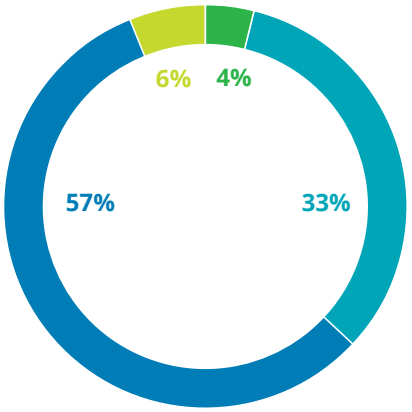
Настроения и покупательная способность потребителей



Негативные тенденции преобладают в настроениях россиян

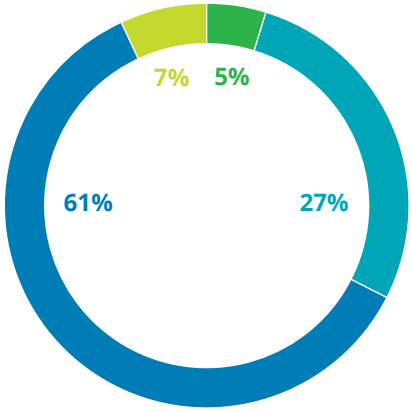
Текущее восприятие экономической ситуации

Россия, 2019 год

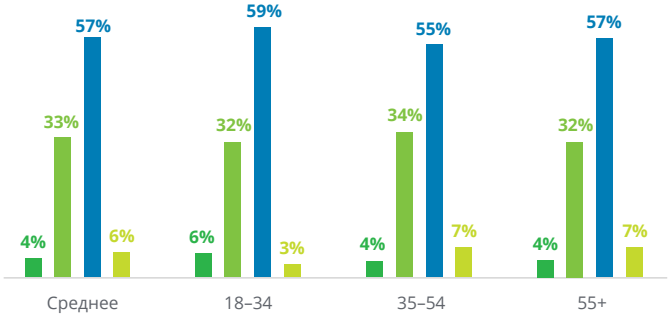


- Доля россиян, считающих, что экономика находится в рецессии, в 2019 году сократилась с 61% до 57%. Это по прежнему самый высокий показатель в Европе.
- Высокая доля граждан, наблюдающих рецессию в экономике, также зафиксирована в Испании, Италии и Великобритании (более 35%).
- Лучше всего экономическая ситуация воспринимается в Польше и Португалии (по 36% соответственно).

Россия, 2018 год



- Рост
- Стабильность
- Рецессия
- Не знаю

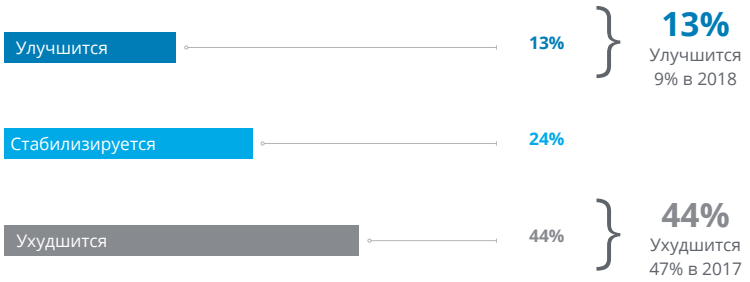


- Положительное
- Нейтральное
- Отрицательное
- Не знаю

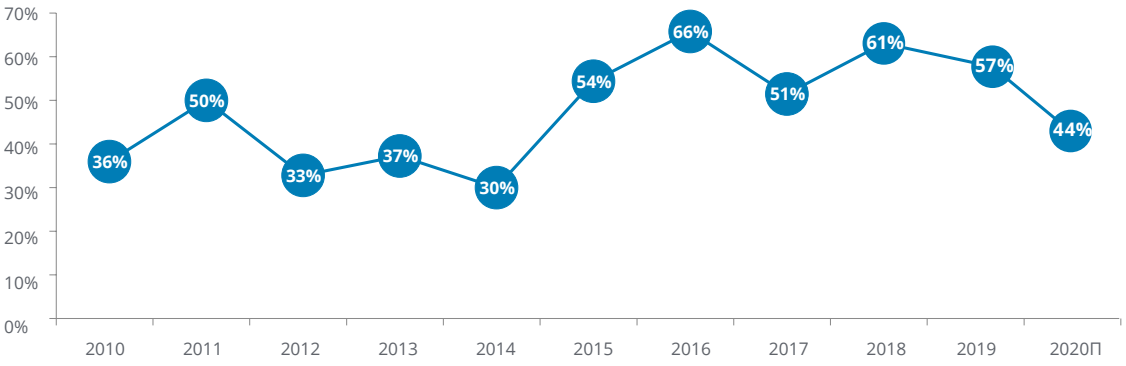
- В этом году доля женщин, которые воспринимают экономическую ситуацию положительно или нейтрально, выросла с 27% до 35%. Женщины приблизились по этому показателю к мужчинам.
- В этом году у представителей всех возрастов практически одинаковое мнение о текущей экономической ситуации.
- Более благоприятно в текущем году экономическую ситуацию стали воспринимать пожилые люди (старше 55 лет) и россияне среднего возраста (от 35 до 54 лет). В этих категориях граждан наблюдается рост более чем на 5% по сравнению с прошлым годом.

Россияне более оптимистичны в своих ожиданиях от 2020 года

Ожидания от экономики России в 2020 году



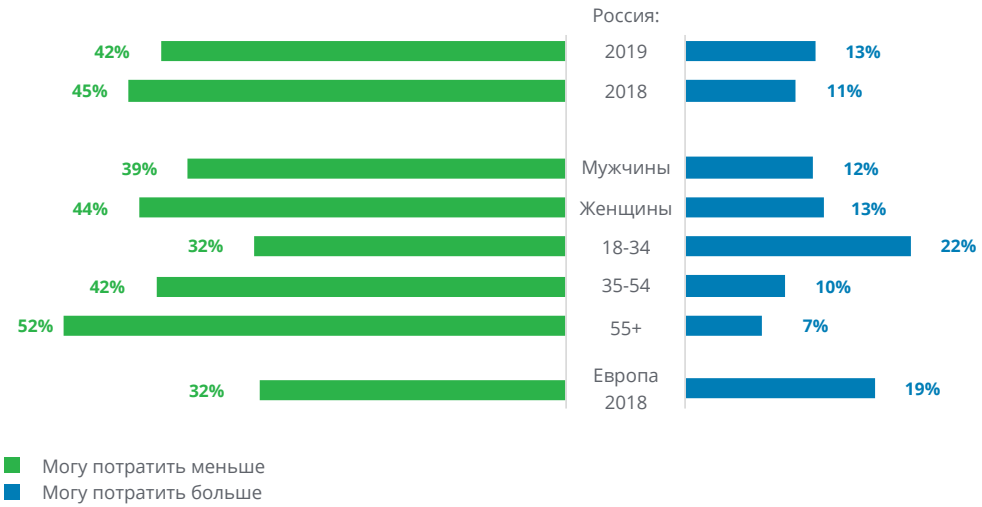
Российская экономика: уровень пессимизма



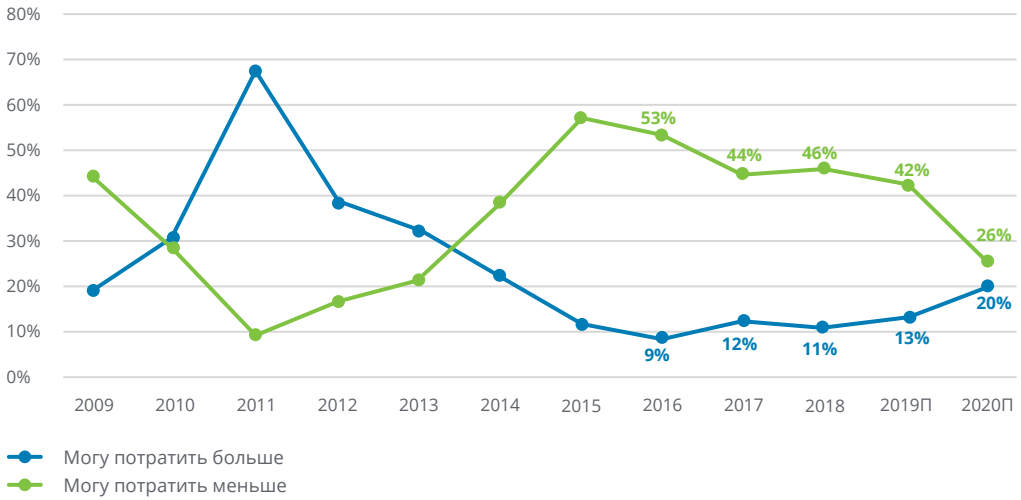
% – Доля россиян, наблюдающих спад/ожидающих ухудшения

- Только 13% россиян прогнозируют в новом году рост экономики, 44% — ее спад, а каждый пятый не знает, чего ожидать от нее. Последний показатель в два раза выше среднего по Европе.
- В этом году уровень пессимизма в России ниже, чем сразу в двух странах Европы — Испании и Великобритании (по 45%). Переговоры о выходе Великобритании из Евросоюза и геополитические факторы в Европе являются основными причинами нестабильности и неопределенности в данных странах.
- Самые оптимистичные взгляды на прогноз роста экономики в Европе наблюдаются в Португалии и Польше.
- На графике видно, что уровень пессимизма у россиян снижается второй год подряд. Данный показатель самый низкий за последние пять лет.

Покупательная способность постепенно стабилизируется



Динамика изменения роста покупательной способности по годам, %



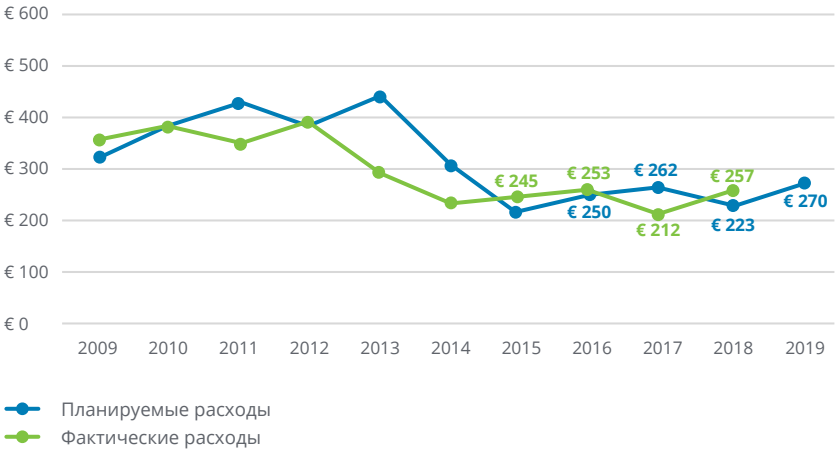
- Пессимистические ожидания в экономике не оказали значительного влияния на уровень покупательной способности россиян в 2019 году. Число россиян, считающих, что могут потратить меньше, уменьшилось до 42%, что ниже показателя прошлого года (45%).
- Наиболее заметно проявляется оптимизм у женщин — доля респондентов, считающих, что их покупательная способность улучшилась, выросла с 11% в 2018 году до 14% в 2019 году.
- Наиболее близко по уровню пессимизма к России находится Италия (43%). При этом каждый третий житель Польши считает, что в этом году он может потратить больше, чем в прошлом году.
- Однако 26% респондентов ожидают снижения покупательной способности в следующем году — это самый низкий показатель с 2013 года. Незначительно увеличилось количество людей, считающих, что в следующем году их покупательная способность повысится, — до 20% (в 2018 году — 18,6%).

Структура новогоднего бюджета россиян

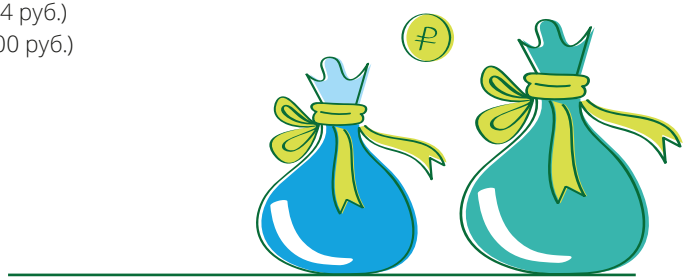
Ожидания и реальность

Новогодний бюджет среднего россиянина увеличился на 14% по сравнению с прошлым годом

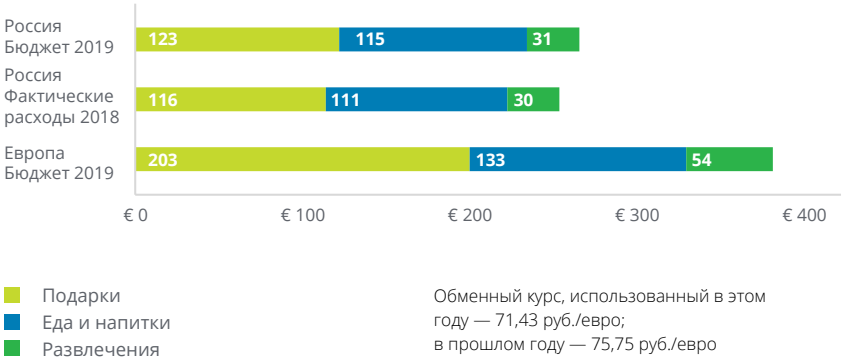
Праздничные покупки среднего россиянина в евро



- В этом году новогодний бюджет среднестатистического россиянина составит 19 300 руб., что на 14% выше прошлогоднего показателя (16 900 руб.).
- На планирование бюджета больше нельзя рассчитывать. Мужчины и женщины одинаково плохо спланировали бюджет. Их фактические расходы (18 324 руб.) превысили бюджет на 8% (16 900 руб.)



Структура праздничного бюджета в евро



Обменный курс, использованный в этом году — 71,43 руб./евро;
в прошлом году — 75,75 руб./евро

- В структуре новогоднего бюджета среднестатистического россиянина увеличилась доля затрат на подарки — с 42% до 46%. По этому показателю россияне практически сравнялись с жителями Европы, где на подарки приходится около половины новогоднего бюджета.
- Больше всего на подарки тратят в Великобритании — 336 евро, Испания — лидер по приобретению еды и напитков (173 евро).

Большинство россиян желают получить в подарок денежные средства

Топ 10. Наиболее желаемые новогодние подарки

Денежные средства	63%
Путешествия	40%
Смартфон/мобильный телефон	39%
Косметика/парфюмерия	37%
Ноутбук/компьютер	33%
Конфеты, шоколад	31%
Носимые трекеры	29%
Ювелирные изделия/часы	29%
Подарочные сертификаты	27%
Косметических уход, массаж, SPA	27%

Мужчины

Денежные средства	59%
Смартфон/мобильный телефон	38%
Ноутбук/компьютер	34%
Носимые трекеры	29%
Путешествия	29%

Женщины

Денежные средства	67%
Косметика/ парфюмерия	56%
Путешествия	48%
Косметический уход, массаж, SPA	41%
Смартфон/мобильный телефон	39%

- Традиционно денежные средства значительно опережают остальные категории подарков по степени желанности.
- По сравнению с прошлым годом небольшую популярность приобрели носимые трекеры (+9%), что помогло им, вытеснить из первой десятки билеты на посещение мероприятий.
- В Европе книги остаются самым желанным подарком на Рождество, денежные средства и шоколад идут следом.

- Пожелания мужчин не претерпели существенных изменений: теперь они предпочитают еде и напиткам носимые трекеры, но ключевые приоритеты по подаркам остались прежними.

- Среди женщин в 2019 году рейтинг предпочтений не претерпел существенных изменений.
- По сравнению с прошлым годом женщины предпочитают получить смартфоны/телефоны, нежели конфеты и шоколад.

Конфеты, шоколад и косметика снова возглавили список самых популярных подарков

Топ 10. Наиболее популярные новогодние подарки

Конфеты, шоколад	46%
Косметика/парфюмерия	46%
Денежные средства	30%
Подарочные сертификаты	22%
Продукты питания и напитки	18%
Книги	17%
Носимые трекеры	16%
Билеты на посещение мероприятий	14%
Косметический уход, массаж, SPA	14%
Смартфоны и сотовые телефоны	13%

Мужчины

Конфеты, шоколад	36%
Косметика/парфюмерия	32%
Денежные средства	31%
Продукты питания	18%
Носимые трекеры	18%

Женщины

Косметика/парфюмерия	57%
Конфеты, шоколад	54%
Денежные средства	28%
Подарочные сертификаты	27%
Книги	19%

- Конфеты, шоколад, косметика и парфюмерия по-прежнему пользуются наибольшей популярностью при выборе подарков.
- Носимые трекеры впервые попали в список популярных подарков россиян.

- Предпочтения россиян при выборе подарков для мужчин очень стабильны: первая пятерка наиболее популярных мужских подарков практически не меняется от года к году.
- При этом впервые в первую пятерку подарков попали носимые трекеры, вытеснив книги (15%).

- Несмотря на то что путешествие является одним из наиболее желанных подарков для женщин, они скорее всего его не получат (25-е место в рейтинге).
- В этом году большей популярностью пользуются книги, нежели кухонные принадлежности (17%).

В качестве подарков для подростков набирают популярность «умные» аксессуары, носимые трекеры и товары для спорта

Топ 10. Подарки для подростков от 12 до 18 лет

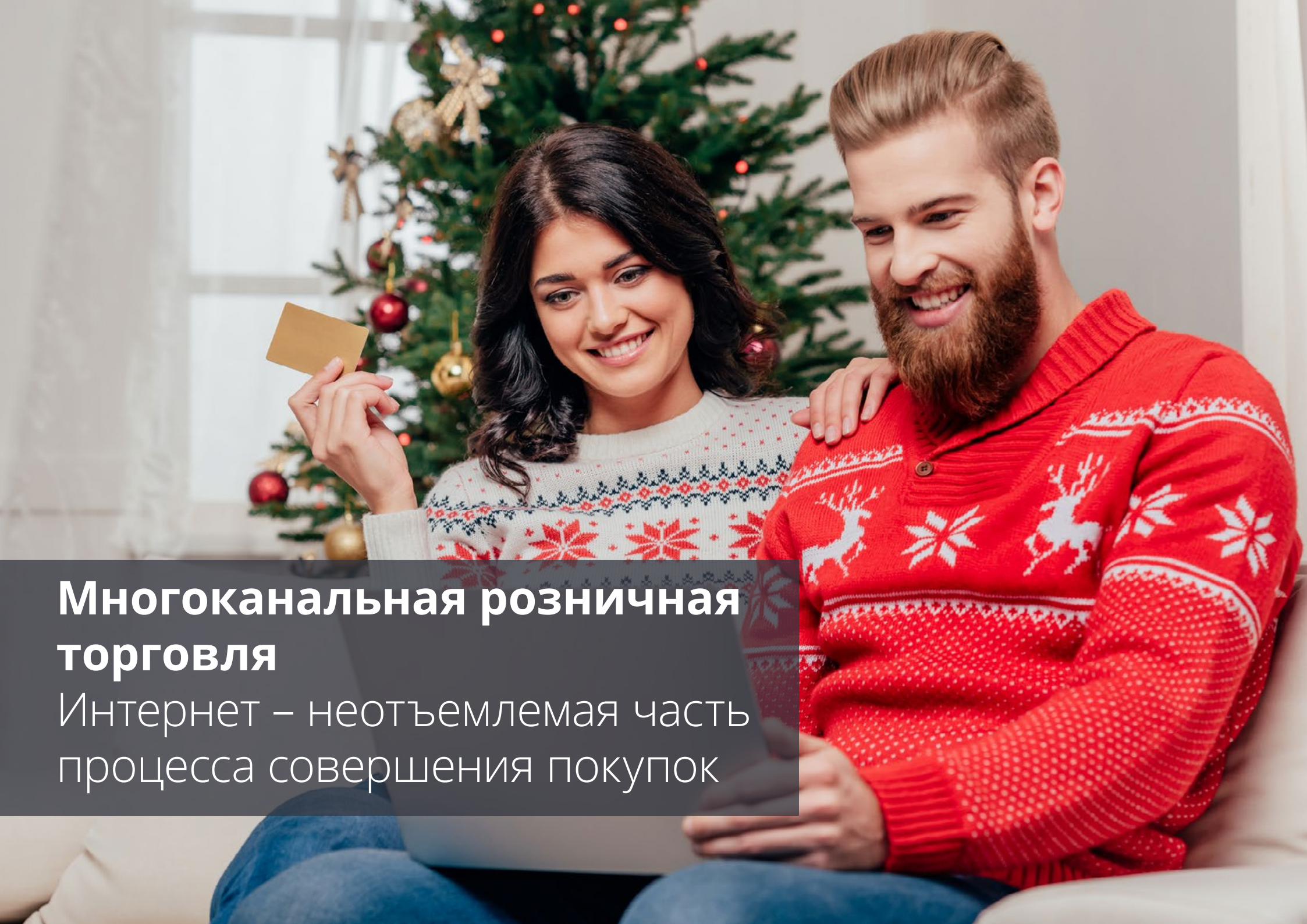
Конфеты, шоколад	30%
Игры	23%
Денежные средства	18%
Книги	16%
Носимые трекеры	14%
Смартфоны и мобильные телефоны	14%
«Умные» аксессуары	14%
Товары для спорта и отдыха	13%
Одежда и обувь	12%
Спортивная одежда	11%

- В 2019 году в качестве подарков для подростков набирают популярность «умные» аксессуары, носимые трекеры и товары для спорта.
- Денежные средства остаются популярным подарком, который дарят подросткам.
- Игровые приставки и конструкторы больше не входят в топ-10 подарков для подростков.

Топ 10. Подарки для детей до 12 лет

Конструкторы	43%
Куклы	36%
Обучающие игрушки	30%
Одежда	25%
Игры	21%
Книги	19%
Товары для спорта и отдыха	19%
Электромеханические игрушки	19%
Товары для младенцев (игрушки, детская одежда)	18%
Обучающие игры	17%

- Дети до 12 лет, как и в 2018 году, получат в подарок конструкторы, куклы или обучающие игры.



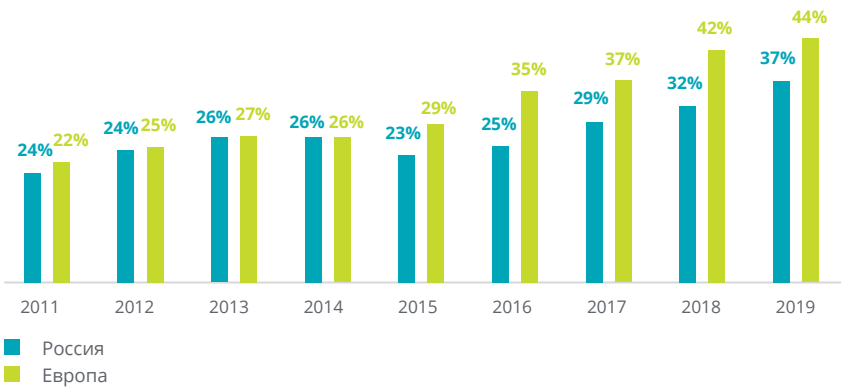
Многоканальная розничная торговля

Интернет – неотъемлемая часть процесса совершения покупок

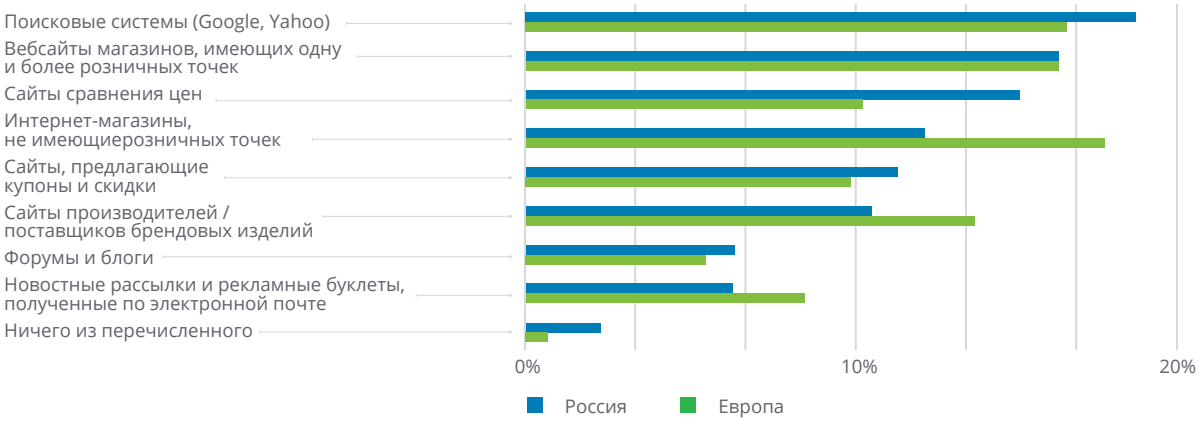
В России замедлился рост доли подарков, приобретаемых через Интернет

Где покупатели приобретают подарки?

Доля подарков, приобретаемых в интернет-магазинах



Где россияне ищут/сравнивают желаемые товары?



- В России каждый третий подарок приобретается в интернет-магазине, и этот показатель продолжает медленно расти. В Великобритании и Польше более половины подарков приобретается в Интернете.

При выборе **носимых трекеров** россияне чаще всего используют поисковые системы (23%) и сайты сравнения цен (17%).

Подарки для дома чаще всего ищут на сайтах производителей с одним или более магазином (18%), а также с помощью поисковых систем.

На рассылки по электронной почте обращают внимание только при выборе подарков в разделе «**Музыка**» (14%).

На форумы и блоги россияне чаще всего заходят, чтобы узнать информацию о **фильмах** (11%) и **музыке** (10 %).

- Наиболее распространенным и популярным способом поиска желаемых подарков в России в 2019 году стали поисковые системы с контекстной рекламой, за которыми следуют интернет-магазины традиционных розничных сетей.
- Россияне тщательно относятся к выбору подарков, сравнивая цены на специализированных сайтах.

Классические магазины теряют популярность, для покупателей все чаще становятся важными стоимость товара и возможность сравнения цен

Преимущества классического розничного магазина

01 Купленные товары можно сразу получить на руки

02 Возможность быстрого обмена или возврата товаров

03 Высокая степень защищенности персональной информации

04 Постпродажное обслуживание (ремонт)

05 Компетентность и профессиональный совет

- Обычные магазины по-прежнему остаются вне конкуренции по сравнению с интернет-магазинами в части удобства обмена или возврата товара, постпродажного обслуживания и степени защищенности персональной информации.
- Однако за текущий год по каждому из ключевых показателей выбора магазина классические магазины потеряли от 5% до 12% лояльности потребителей.

Преимущества интернет-магазина

01 Возможность узнать мнение потребителей о товарах

02 Легкость сравнения цен

03 Широкий ассортимент

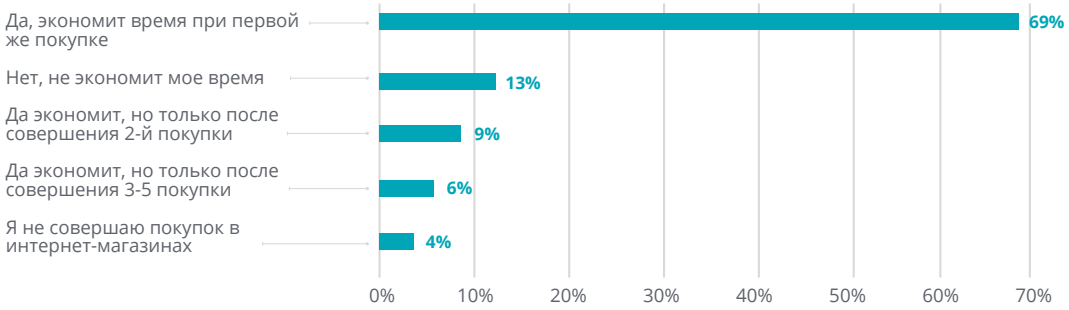
04 Легкость поиска и выбора

05 Доставка на дом

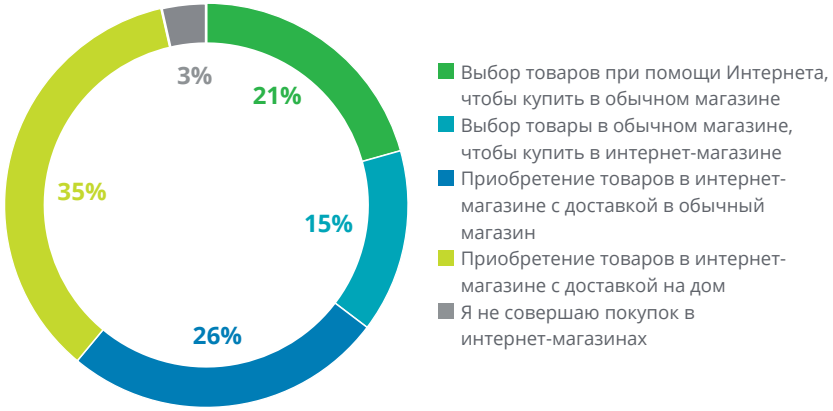
- Возможность совершить покупки в режиме онлайн привлекает россиян в первую очередь благодаря легкому доступу к отзывам других покупателей, а также более удобному и быстрому поиску товаров, чем в классических магазинах.
- Возможность доставки на дом также стало одним из ключевых факторов при совершении покупок в режиме онлайн.
- Доля тех, кто считает предложения в интернет-магазинах более привлекательными по сравнению с обычными магазинами, увеличилась с 62% до 74%.
- Все меньше россиян обеспокоены защищенностью персональных данных при совершении онлайн-покупок, в Европе этот показатель также снижается.

Покупки в интернете помогают экономить время

Экономия времени при покупках в интернет магазинах



Предпочтительные способы совершения покупок в интернет магазинах

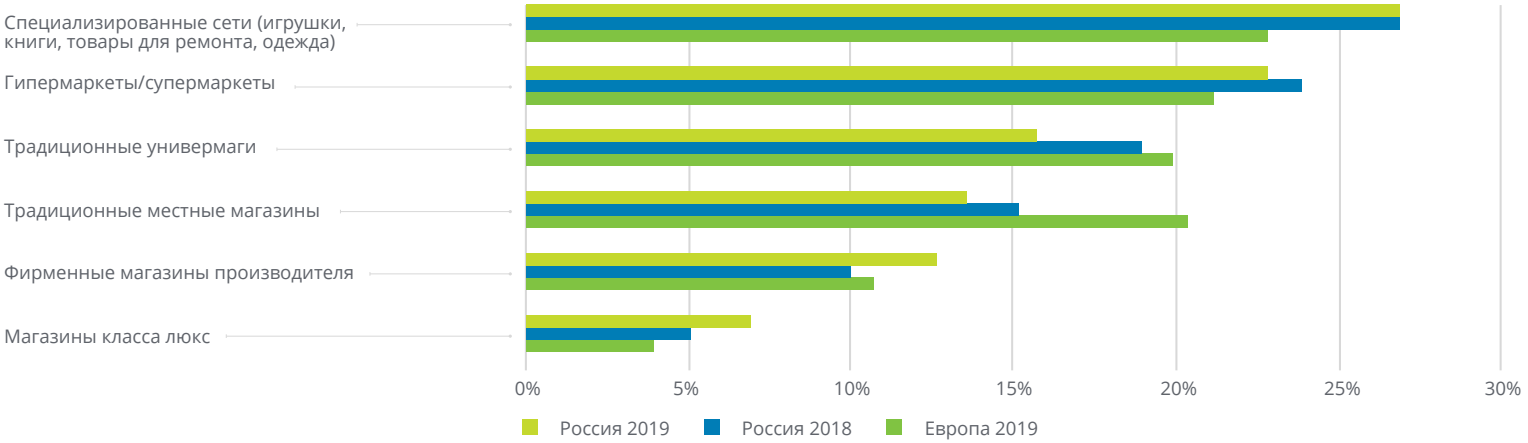


- Уже после первой покупки в интернет-магазине семь из 10 россиян отметили экономию времени.
- Только 4% россиян ни разу не совершали покупки в интернет-магазине.

- Каждый пятый выбирает подарок в Интернете, но приобретает его в обычном магазине.
- Доставка на дом товаров из интернет-магазинов пользуется большим спросом (35%), нежели доставка в обычный магазин (26%).

Сети специализированных магазинов и гипермаркеты опережают в рейтинге универсальные магазины

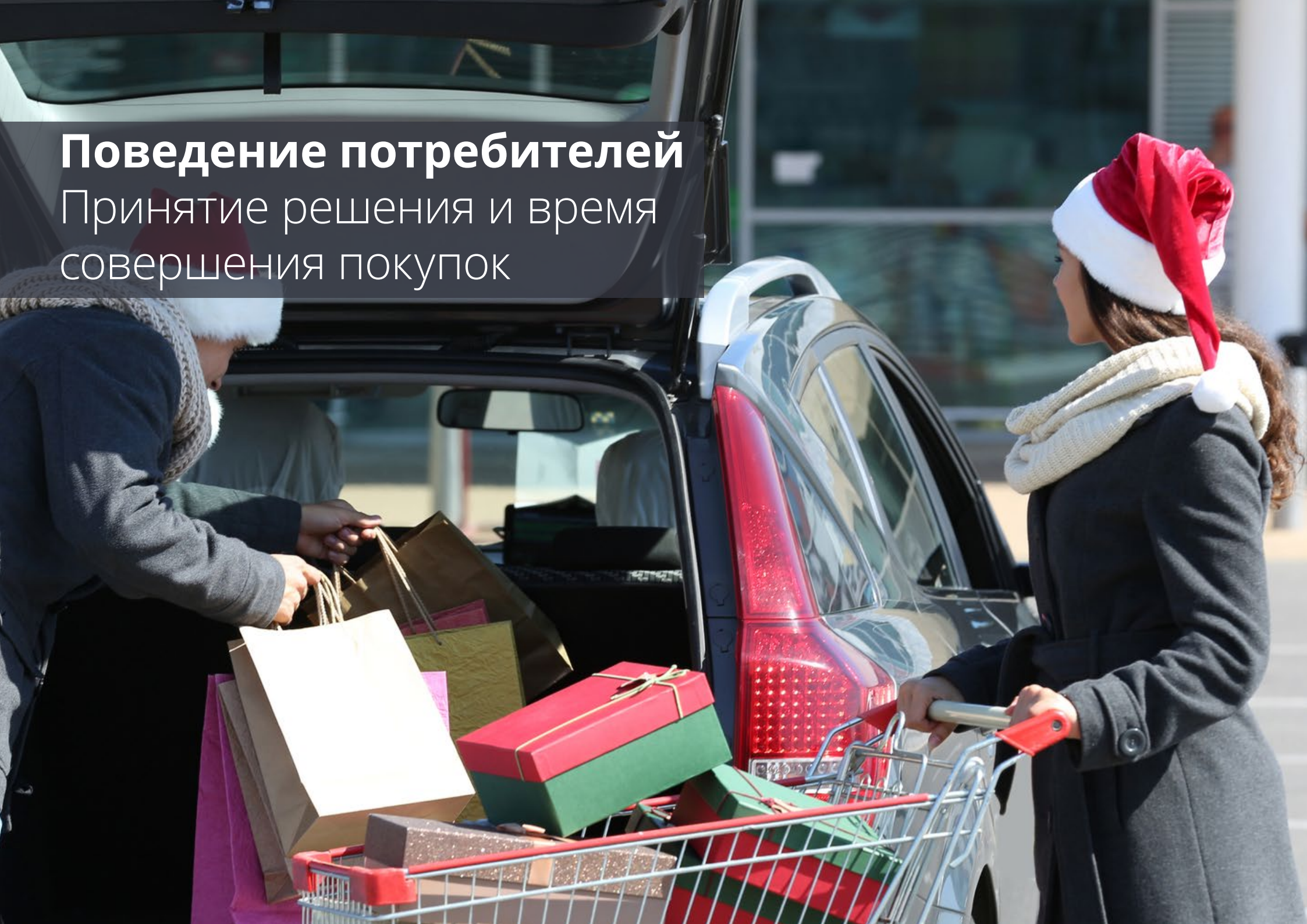
Форматы розничных магазинов для приобретения подарков



- Большинство жителей России планируют приобретать подарки в специализированных сетях (27%) и гипер- и супермаркетах (23%).
- У европейцев, в отличие от россиян, нет ярко выраженных предпочтений по месту приобретения подарков.
- Специализированные сети пользуются спросом в Нидерландах (27%), Германии (26%) и Польше (26%).
- В Португалии (31%) и Испании (28%) предпочитают ходить в традиционные местные магазины.

Поведение потребителей

Принятие решения и время совершения покупок



Роль рекламных акций в процессе принятия решений о новогодних затратах снижается

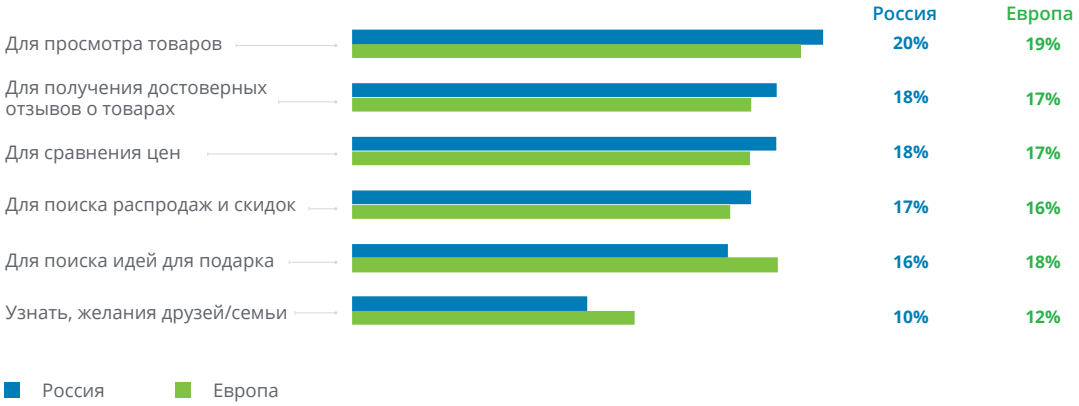
Основные факторы, влияющие на решение потратить больше во время новогодних праздников.

Россия		Европа
25%	Рост доходов	13%
21%	Желание не думать о нестабильной экономической ситуации	22%
14%	Рекламные акции	21%
13%	Более стабильная экономическая ситуация	9%
9%	Предложения и рекомендации	5%

- Каждый пятый россиянин тратит больше денежных средств в новогодние праздники, потому что не желает думать об экономической ситуации.
- Рост доходов по-прежнему остается главной причиной, которая стимулирует россиян потратить больше во время новогодних праздников (25%).
- Больше всего не хотят думать о нестабильной экономической ситуации во время новогодних праздников в Великобритании (29%) и Германии (28%), за ними следуют жители Нидерландов и Испании (26%).
- Рекламные акции больше всего стимулируют жителей Италии (29%), Португалии (25%) и Польши (24%).

Социальные сети как помощник в новогодний период

Цели использования социальных сетей в новогодний период



- У россиян и европейцев схожее поведение в социальных сетях в новогодний период. Но европейцы меньше доверяют отзывам в социальных сетях, и чаще с помощью них узнают желания друзей и семьи.
- Россияне стали активнее искать информацию о скидках и распродажах в социальных сетях (17%) по сравнению с прошлым годом (14%).
- Каждый пятый россиянин использует социальные сети для просмотра товаров. Чаще всего просматривают технику, носимые трекеры и модную одежду.
- Более 20% россиян используют социальные сети, чтобы сравнить цены на еду и продукты питания.
- В социальных сетях чаще всего ищут информацию о скидках и распродажах видеоигр и товаров для спорта.
- Для выбора книги каждый пятый россиянин пользуется социальными сетями , чтобы почитать достоверные отзывы и получить рекомендации.

«Черная пятница» становится все более популярной в России

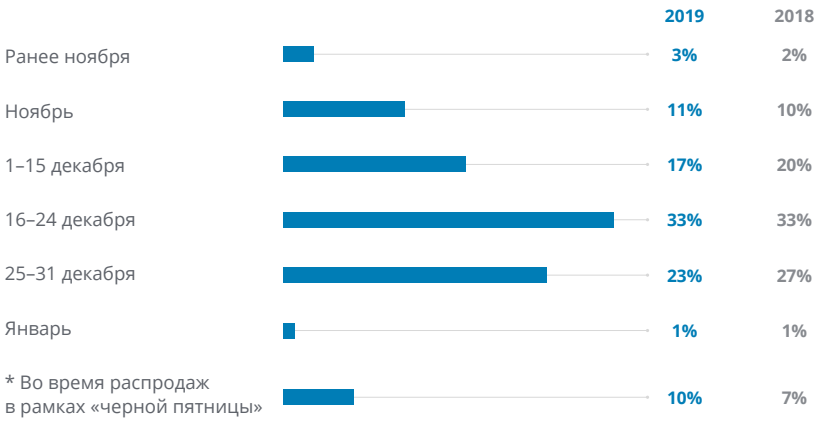
Планируете ли Вы воспользоваться акциями и скидками во время «черной пятницы» при совершении новогодних покупок?

Какая часть новогоднего бюджета будет использована во время «черной пятницы»

- «Черная пятница» становится все более популярной у россиян, больше трети (36%) постараются использовать все доступные выгодные предложения во время распродаж. При этом доля тех, кто планирует с помощью акций и распродаж сократить новогодний бюджет, увеличилась с 66% в 2018 году до 70% в 2019 году.
- Большая часть россиян (47%) готова потратить до трети бюджета во время «черной пятницы», в Европе этот показатель ниже и составляет (40%).
- Европейцы более скептически относятся к «черной пятнице» (34%) и не планируют пользоваться акциями. В России этот показатель в два раза ниже (17%).

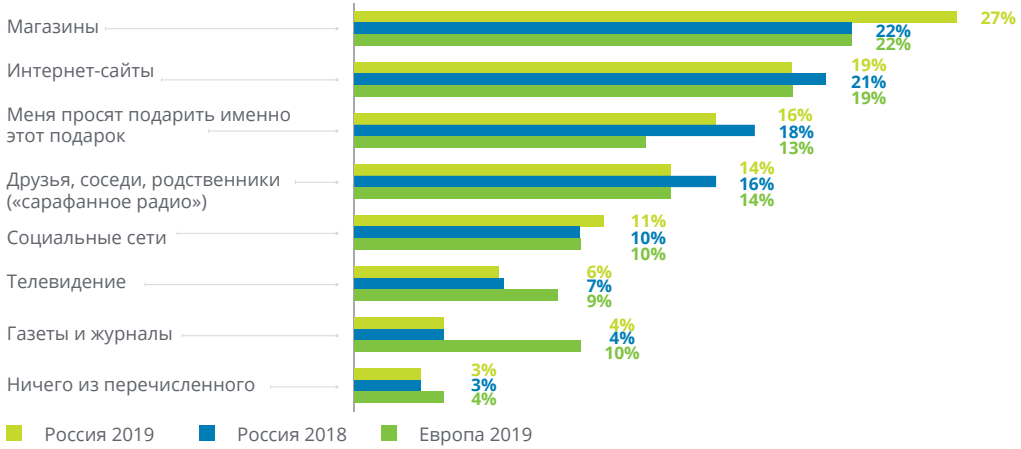
Сезон новогодних покупок у россиян начался раньше, чем в прошлом году

Доля подарков по срокам их приобретения



- Традиционно более трети россиян совершают новогодние покупки во второй половине декабря.
- Женщины покупают новогодние подарки гораздо раньше мужчин. Доля женщин, желающих приобрести новогодние подарки до 15 декабря, составляет 36%, а мужчин — всего 23%.

Какие источники информации используют покупатели для поиска идей и получения рекомендаций, касающихся выбора подарков



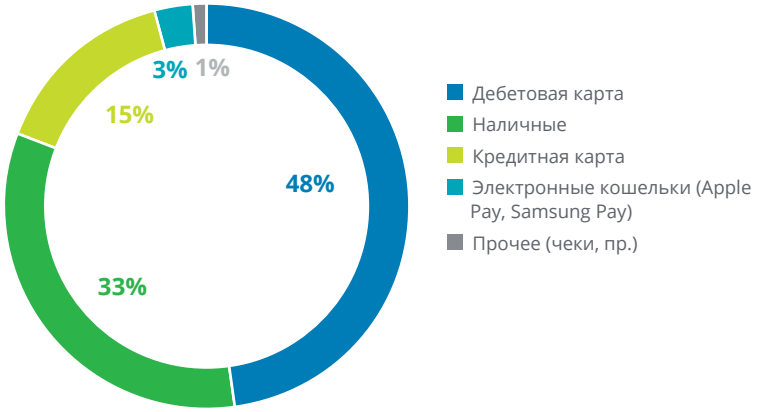
- В этом году каждый третий россиянин посещает магазин для поиска идеи новогоднего подарка.
- Россияне все меньше просят (16%) подарить уже выбранные подарки. В Европе наблюдается аналогичная тенденция.
- Традиционно газеты и журналы пользуются существенно меньшей популярностью в России в качестве средства поиска идей при выборе подарков по сравнению с Европой (4% и 10% соответственно).
- Каждому третьему россиянину Интернет помогает с выбором напитков и продуктов питания.

Социальные сети являются популярным каналом консультирования и принятия решений о приобретении музыкальных произведений (15%).

Россияне предпочитают использовать безналичные способы оплаты при приобретении подарков

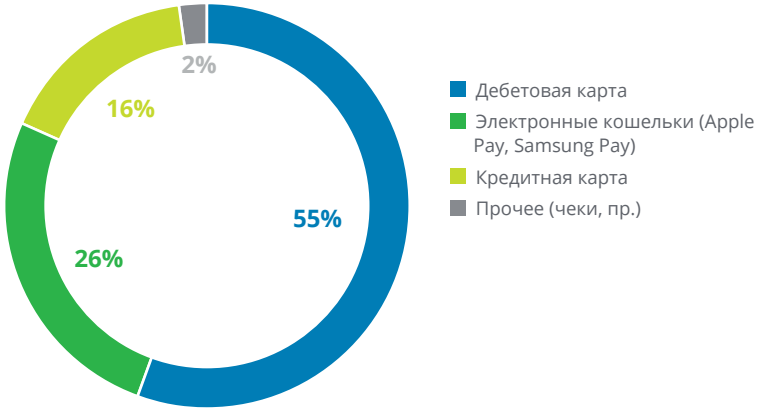
Какие средства платежа Вы планируете использовать, совершая покупки в магазине и в режиме реального времени?

Покупки в магазинах



- Количество россиян, предпочитающих использовать банковские карты для оплаты новогодних покупок, по сравнению с прошлым годом выросло (до 63%), что выше среднего показателя по Европе (58%).
- Наличные денежные средства теряют популярность как способ оплаты в России, теперь только каждую третью покупку приобретают за наличные денежные средства, в прошлом году показатель был выше (41%). В Европе также постепенно отказываются от наличных денежных средств (34%).
- В Нидерландах не пользуются популярностью кредитные карты, только 6% покупок оплачиваются ими, в то время как в Италии каждая третья покупка приобретается посредством кредитной карты.

Покупки онлайн



- Несмотря на обеспокоенность россиян сохранностью персональных данных при совершении покупок через Интернет, большинство респондентов (71%) предпочитают оплачивать новогодние онлайн-покупки банковскими картами.
- Доля россиян, использующих в качестве оплаты в интернет-магазинах системы мобильных платежей, таких как Apple Pay, Android Pay, PayPal и т. д., снизилась на 6% по сравнению с прошлым годом.
- При этом дебетовыми банковскими картами оплачивается каждая вторая покупка как в традиционном магазине, так и при совершении онлайн-покупок. В 2019 году жители стран Европы предпочитают оплачивать покупки дебетовыми картами, нежели кредитными, в прошлом году ситуация была противоположной.

Методология исследования
Детали и подход

Исследование проводилось в восьми странах Восточной и Западной Европы с 17 сентября по 20 октября 2019 года.

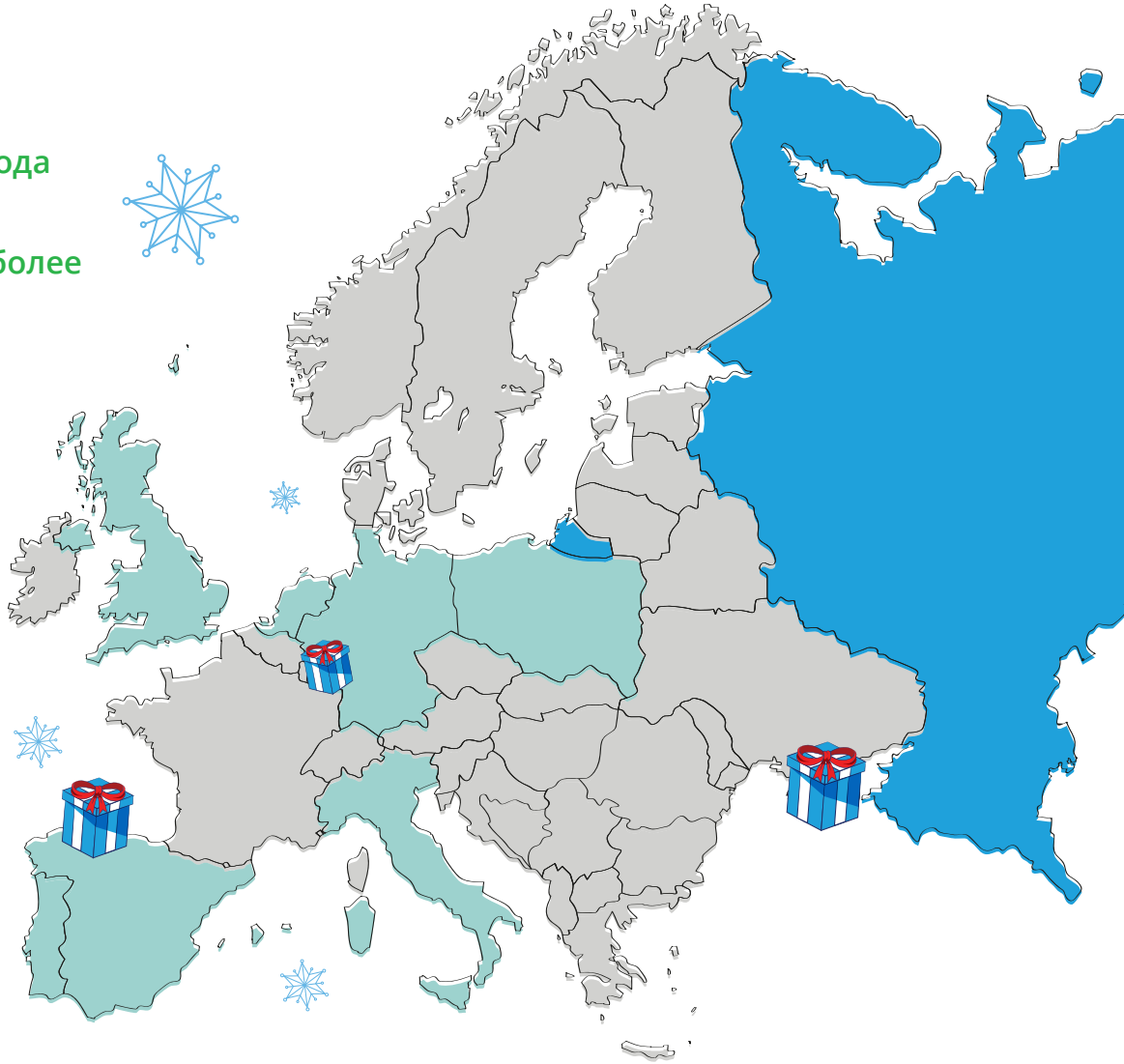
Участниками исследования стали граждане в возрасте от 18 до 65 лет. Опрос проводился в Интернете с использованием структурированной анкеты для контролируемых групп респондентов.

Для приведения результатов интернет-опроса в соответствие с численностью населения каждой стране были присвоены статистические весовые коэффициенты. В каждой стране оценка проводилась с учетом пола и возраста респондентов.

Выборка по России является более репрезентативной в отношении среднего и обеспеченного классов, а также крупных городов, поскольку опрос проводился в Интернете.

Исследование проводится с 1998 года

Россия участвует в исследовании уже более десяти лет



Контакты

Владимир Бирюков
Партнер
Москва, Департамент аудиторских услуг, руководитель Группы по обслуживанию компаний розничной и оптовой торговли, дистрибуции в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1860
vbiryukov@deloitte.ru

Василий Подобедов
Старший менеджер
Москва, Департамент аудиторских услуг, Группа по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1622
vaspodobedov@deloitte.ru

Егор Метелкин
Партнер
Москва, Департамент аудиторских услуг, руководитель Группы по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 2320
emetelkin@deloitte.ru

Екатерина Кирасирова
Старший координатор
Москва, Департамент развития бренда и бизнеса, Группа по обслуживанию предприятий потребительского сектора в СНГ
+7 (495) 787 06 00, доб. 1025
ekirasirova@deloitte.ru

Deloitte.

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, в том числе аффилированных, совместно входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед» (далее — «ДТТЛ»). Каждое из этих юридических лиц является самостоятельным и независимым. Компания «ДТТЛ» (также именуемая как «международная сеть «Делойт») не предоставляет услуги клиентам напрямую. Более подробную информацию можно получить на сайте www.deloitte.com/about.

«Делойт» является ведущей международной сетью компаний по оказанию услуг в области аудита, консалтинга, финансового консультирования, управления рисками и налогообложения, а также сопутствующих услуг. «Делойт» ведет свою деятельность в 150 странах, в число клиентов которой входят около 400 из 500 крупнейших компаний мира по версии журнала Fortune. Около 312 тысяч специалистов «Делойта» по всему миру привержены идеям достижения результатов, которыми мы можем гордиться. Более подробную информацию можно получить на сайте www.deloitte.com.

Настоящее сообщение содержит исключительно информацию общего характера. Ни компания «Делойт Туш Томацу Лимитед», ни входящие в нее юридические лица, ни их аффилированные лица не предоставляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. Ни одно из юридических лиц, входящих в международную сеть «Делойт», не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящую публикацию.

© 2019 АО «Делойт и Туш СНГ». Все права защищены.