



Налоговый мониторинг

Москва, 2020 год

Содержание

Об исследовании	03
Основные выводы	05
Финансовые перспективы	06
Цифровизация	16
Эффект от внедрения НМ	17
Уровень зрелости СВК	18
Оценка уровня зрелости СВК	20
О респондентах	22
Контакты	23

Об исследовании

Мы рады представить вашему вниманию результаты исследования «Налоговый мониторинг — 2019», подготовленного по инициативе компании «Делойт» в СНГ и при поддержке фонда «Центр стратегических разработок».

Налоговый мониторинг — это новая форма налогового контроля. Она заменяет традиционные проверки на онлайн-взаимодействие на основе удаленного доступа к информационным системам налогоплательщика и его бухгалтерской и налоговой отчетности. Такой способ предоставления данных налоговому органу позволяет оперативно согласовывать с ведомством позицию по налогообложению планируемых и совершенных операций. Доступ к данным налогоплательщика позволяет налоговому органу сократить объем истребуемых документов и использовать ресурсы для проверки тех операций, которые содержат элементы риска. Такая форма налогового контроля обеспечивает превентивное выявление налоговых рисков и быстрое урегулирование спорных/неопределенных налоговых позиций и позволяет уже во время планирования операций и заключения сделок предупредить возникновение налоговых рисков и спорных ситуаций (ст. 105.26 НК РФ).

На момент проведения исследования (IV квартал 2019 года) критериями перехода на режим налогового мониторинга (далее — НМ) являются:

- налоги (НДС, акцизы, налог на прибыль и НДСП) ≥ 300 млн руб.;
- суммарный годовой доход ≥ 3 млрд руб.;
- совокупная стоимость активов ≥ 3 млрд руб.

По данным СПАРК, на декабрь 2019 года таких действующих компаний (исключая общественные и религиозные организации) было 1 435, из них в разрезе выручки:

- **33%** приходится на потребительский сектор;
- **26%** — на промышленное производство;
- **12%** — на нефтегазовую и энергетическую промышленность;
- **29%** — прочие.

Однако ФНС России планирует расширить список потенциальных участников путем снижения критериев: налоги (НДС, акцизы, налог на прибыль, НДСП, НДСЛ и страховые взносы) ≥ 200 млн руб.;

- суммарный годовой доход ≥ 2 млрд руб.;
- совокупная стоимость активов ≥ 2 млрд руб.;
- наличие системы внутреннего контроля (далее — СВК), соответствующей требованиям ФНС России.

Соответствующий законопроект уже поступил на рассмотрение в Минфин России. При снижении порога участниками НМ могут стать 2 538 компаний, из них:

- **28%** компаний потребительского сектора;
- **21%** — промышленного производства;
- **9%** — нефтегазовой и энергетической промышленности;
- **42%** — прочих.

Целевая аудитория исследования

В ходе исследования были проанализированы результаты двух целевых групп:




- участников НМ;
- потенциальных участников НМ (компаний, которые потенциально подходят под критерии НМ).

Методология проведения исследования




Сбор данных осуществлялся посредством проведения экспертных онлайн-интервью по вопросам структурированной анкеты.

Терминология

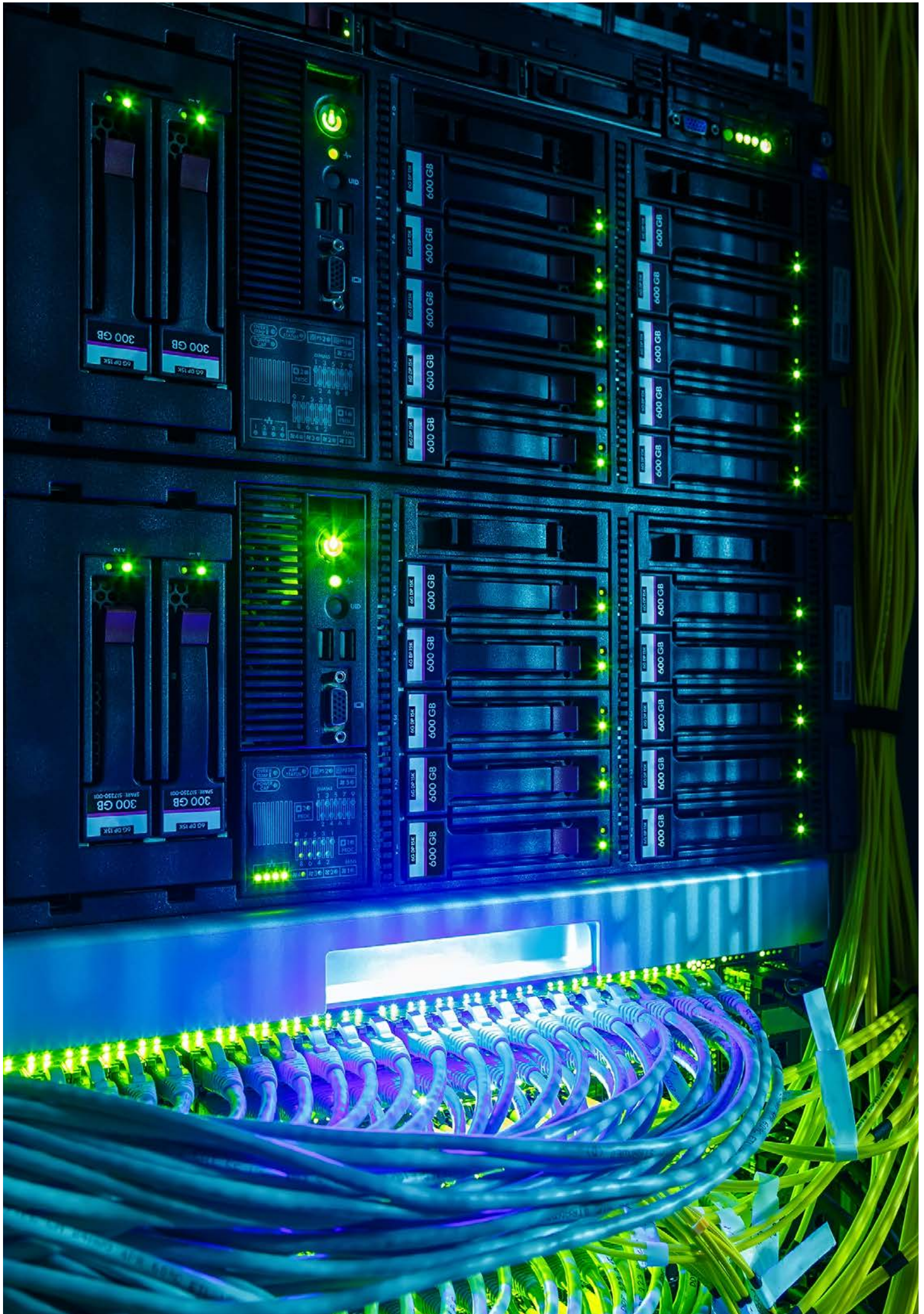
Отрасли

-  Нефтегазовая и энергетическая промышленность
-  Промышленное производство
-  Потребительский сектор

Выручка

-  Менее 3 млрд руб.
-  От 3 до 5 млрд руб.
-  Более 5 млрд руб.

* Графическая статистика характеризует ответы компаний — неучастников НМ



Основные выводы

Финансовые перспективы компаний



Большинство компаний позитивно оценили свое текущее финансовое положение.

На фоне положительной оценки текущего положения дел в ближайшей перспективе компании ожидают укрепления финансового положения.

Осведомленность о НМ



Осведомленность компаний о НМ находится на уровне ниже среднего.

Уровень осведомленности отражается на принятии решения об участии в НМ — две из трех компаний говорят о том, что решение по участию в НМ еще не принято.

Основным аргументом в пользу участия в НМ является сокращение времени проведения проверок (а не оптимизация затрат на уплату налогов и администрирование, как предполагают многие эксперты).

Подготовка к интеграции НМ



Если большинство компаний, участвующих в НМ, — это компании с государственным участием, то большинство компаний — неучастников НМ являются частными компаниями. И это влияет на степень открытости доступа к обмену информацией.

У компаний, не участвующих в НМ, завышены ожидания в отношении сложности получения разрешения ФНС России и скорости процесса внедрения.

По мнению компаний — неучастников НМ, электронная почта — наиболее эффективный и используемый канал взаимодействия с ФНС России.

Длительность внедрения не является актуальной проблемой для большинства компаний — неучастников НМ, однако компании — участники НМ, наоборот, отмечают именно эту проблему, что подтверждает вывод о том, что при выборе перехода на данную форму налогового контроля компании тратят больше времени, чем предполагалось ранее.

Результаты после внедрения НМ



Компании — участники НМ достигли тех целей, которые потенциальные участники видят как основной стимул к внедрению — сокращение сроков проведения налоговых мероприятий.

Позитивные ожидания потенциальных участников НМ подтверждаются положительными отзывами участников НМ, которые говорят и о дальнейших намерениях участвовать в системе. Количество участников ежегодно растет: в 2019 году участниками НМ являлись 44 компании, еще 48 компаний перейдут на НМ с 2020 года.

Система внутреннего контроля



Большинству компаний, не участвующих в НМ, но планирующих участие, предстоит значительно повысить уровень зрелости СВК.

Существует зависимость между размером выручки компании и уровнем зрелости центра компетенций внутреннего контроля (чем выше размер выручки, тем выше уровень зрелости центра компетенций).

Большинство компаний — участников НМ проводят оценку зрелости СВК самостоятельно, в то время как потенциальные участники чаще привлекают внешних специалистов.

Степень формализации контрольных процедур и их количество существенно выше среди компаний — участников НМ.

Процесс автоматизации и документирования результатов контрольных процедур актуален для всех компаний в равной степени.

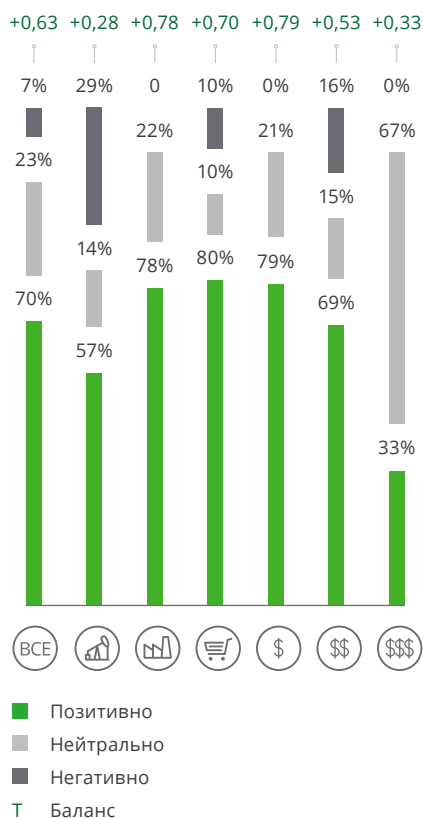


Финансовые перспективы



Большинство компаний позитивно оценили свое текущее финансовое положение.

Участникам опроса было предложено оценить текущее финансовое положение их компании.



Абсолютное большинство компаний — участников НМ положительно оценивают текущее финансовое положение дел в своих компаниях.

Тренд

- Компании, потенциально соответствующие критериям участия в НМ (далее компании — неучастники НМ), позитивно оценивают текущее финансовое положение (показатель баланса составляет +0,36 пунктов).

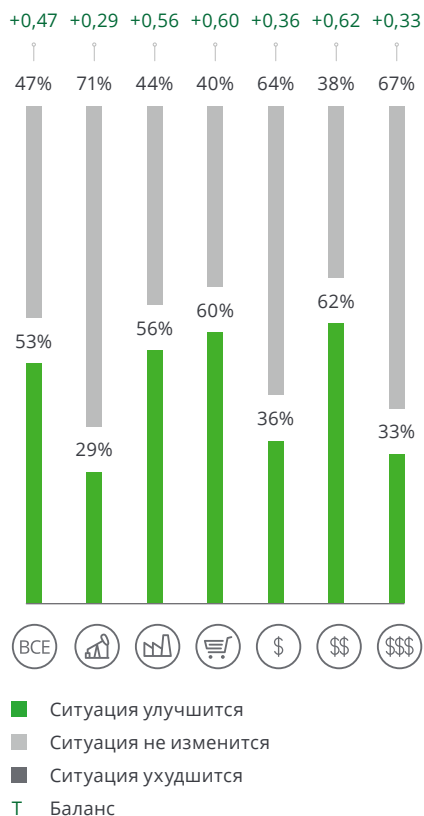
Особенности

- Доля тех, кто позитивно оценивает текущее положение своих компаний, выше среди представителей потребительского сектора (на 10 п. п. выше среднего показателя).
- Почти каждый третий представитель компаний нефтегазовой и энергетической промышленности (29%) негативно оценивает финансовое положение своей компании.
- Две третьих представителей (67%) компаний крупного бизнеса, чья годовая выручка более 5 млрд руб., нейтрально оценивают текущую финансовую ситуацию.
- Наблюдается тенденция, в соответствии с которой с ростом выручки компании доля позитивных оценок снижается.



На фоне позитивной оценки текущего положения дел в ближайшей перспективе компании ожидают укрепления финансового положения.

Участникам опроса было предложено оценить финансовые перспективы развития их компании на ближайший год.



Тренд

- Респонденты из компаний — неучастников НМ охарактеризовали финансовые перспективы бизнеса на ближайший год как «скорее благоприятные» (показатель баланса составляет +0,47 пунктов).
- Мнения респондентов разделились на две группы: больше половины (53%) сообщили о том, что не ожидают существенных изменений в финансовом положении компании в ближайший год, другие 47% оптимистично оценивают их перспективы развития.

Особенности

- Представители компаний потребительского сектора, не являющиеся участниками НМ, оказались самыми оптимистично настроенными в отношении перспектив (доля оптимистов на 13 п. п. выше среднего показателя по стране).

Каждый второй участник НМ позитивно оценивает перспективы развития компании; другая половина, представленная компаниями промышленной и металлургической отраслями, — нейтрально и пессимистично.

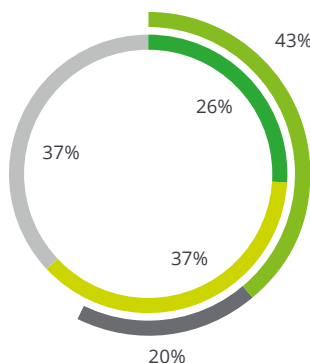
Баланс: взвешенный показатель баланса ответивших (от -1 до 1), один пункт равен 0,01



Осведомленность компаний о НМ находится на уровне ниже среднего.

Тренд

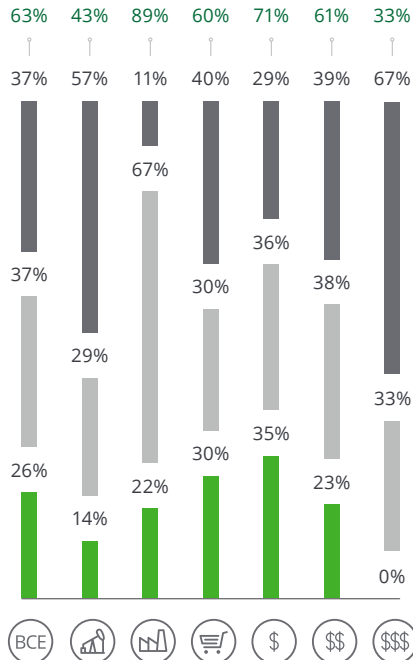
- 63% компаний знают о возможности перехода на НМ, однако, проинформированы о правилах и условиях перехода 26%.
- Среди тех, кто знаком с НМ, 68% компаний хотели бы получить больше информации о новой форме налогового контроля и разобраться в сложных вопросах.
- Еще 37% компаний совершенно не знакомы с таким способом предоставления данных налоговому органу.



- Компания знает и проинформирована о правилах и условиях перехода на НМ
- Компания знает, но плохо знакома с правилами и условиями перехода на НМ
- Компания не знакома с данной возможностью
- Компаниям интересно получить больше информации
- Компаниям не интересно получить больше информации

Особенности

- Абсолютное большинство компаний промышленного производства (89%) знают о возможности перехода на НМ, однако 67% плохо осведомлены о правилах и условиях перехода.
- Отметим, что компании, которые на текущий момент не могут участвовать в НМ по критерию выручки (менее 3 млрд руб.), более осведомлены о нем, что подтверждает актуальность упрощения критериев для участия компаний в данной системе (доля компаний, знающих о возможности перехода на НМ, составляет 71%).

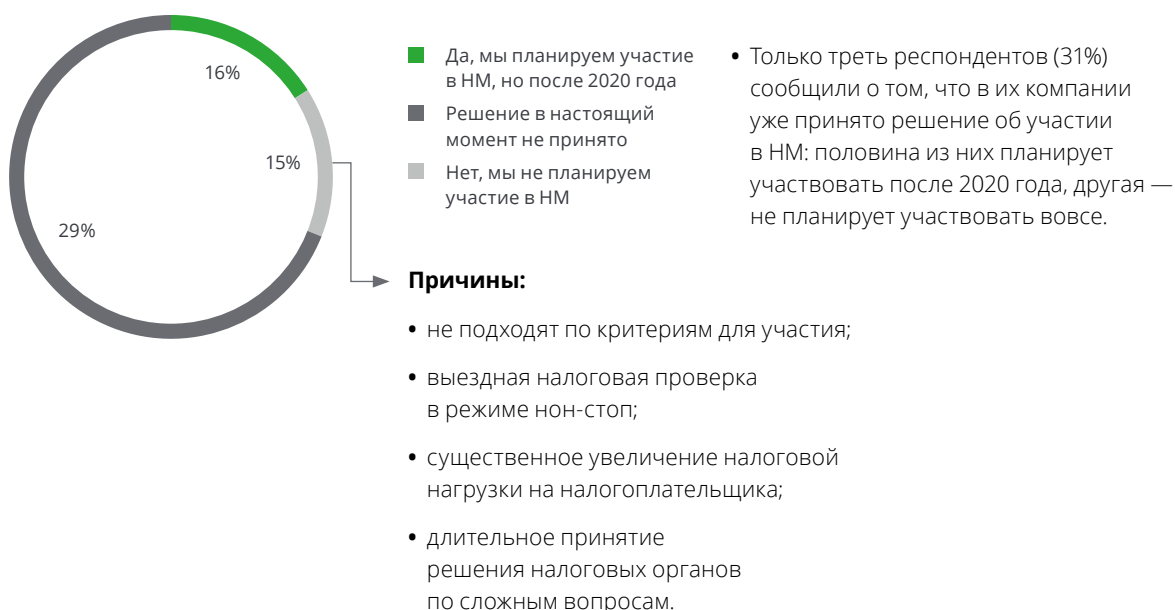


- Да, знает, и проинформирована о правилах и условиях перехода на НМ
- Да, знает, но плохо знакома с правилами и условиями перехода на НМ
- Нет, не знакомы с данной возможностью
- T Доля компаний, знающих о возможности перехода на НМ

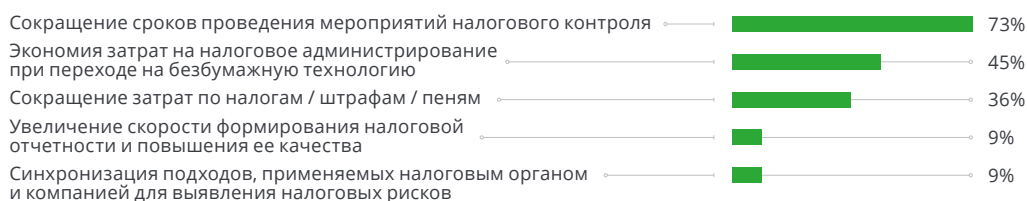


Уровень осведомленности отражается на принятии решения об участии в НМ — две из трех компаний, участвующих в нашем опросе, еще не приняли такое решение. Важно отметить, что решающим аргументом в пользу участия в НМ является не оптимизация затрат на уплату налогов и администрирование, а сокращение времени проведения проверок.

Потенциальным участникам НМ, которые хотели бы получить больше информации о новом формате налогового контроля, был задан вопрос о планах участия в НМ в ближайшее время.



Рейтинг стимулов к участию в НМ

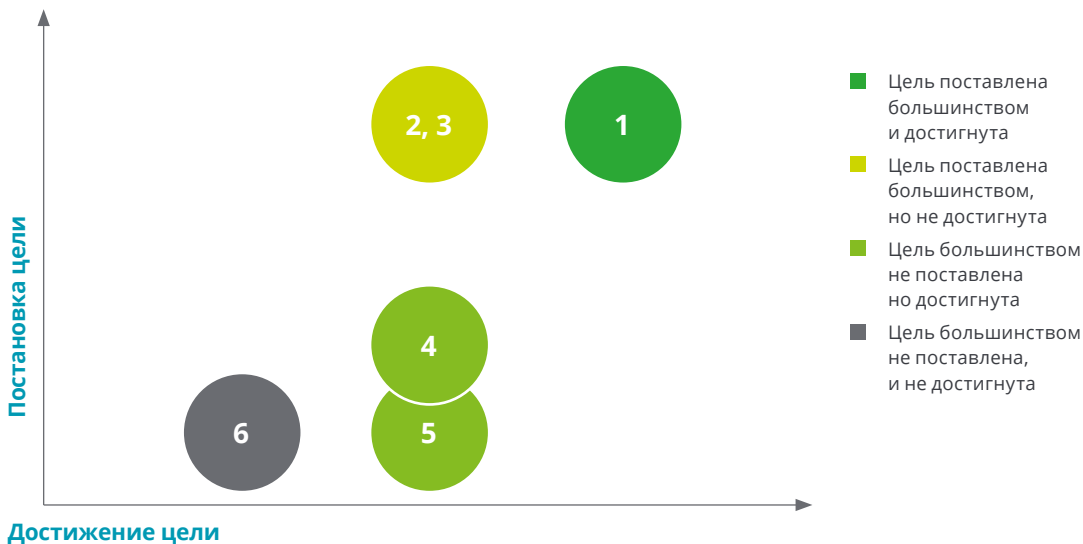


• По мнению компаний — неучастников НМ, основным стимулом к участию в НМ является сокращение сроков проведения мероприятий налогового контроля (73%).



Компании — участники НМ достигли тех целей, которые неучастники видят как основной стимул к участию — сокращение сроков проведения налоговых мероприятий.

Карта целей при переходе на НМ



№	Цель
1	Синхронизация подходов, применяемых налоговым органом и компанией для выявления налоговых рисков
2	Использование возможностей дистанционного НМ
3	Сокращение сроков проведения мероприятий налогового контроля
4	Увеличение скорости формирования налоговой отчетности и повышения ее качества
5	Экономия затрат на налоговое администрирование при переходе на безбумажную технологию
6	Сокращение затрат на уплату налогов/штрафов/пеней

Топ-3 поставленных цели при переходе на НМ:

- синхронизация подходов, применяемых налоговым органом и компанией для выявления налоговых рисков;
- использование возможностей дистанционного НМ;
- сокращение сроков проведения мероприятий налогового контроля.



Если большинство компаний, участвующих в НМ, являются компаниями с государственным участием, то большинство компаний — неучастников НМ являются частными компаниями, и это влияет на степень оптимальности доступа к обмену информацией.

? Скажите, пожалуйста, какой доступ и по каким причинам Вы считаете оптимальным для НМ ФНС России?

Причины оптимальности доступа к обмену информацией по ТКС*:

73% минимизация рисков, возникших при полном доступе ФНС России к данным

25% менее затратно

12% менее трудозатратно

Причина оптимальности доступа к аналитической системе данных:

100% минимизация рисков, возникших при полном доступе ФНС России к данным



- По мнению потенциальных участников НМ, наиболее оптимальным доступом является обмен информацией по ТКС: к такому выводу пришли 73% опрошенных респондентов.
- Доля респондентов, которые считают доступ к аналитической системе оптимальным для НМ ФНС России, составила 27%.

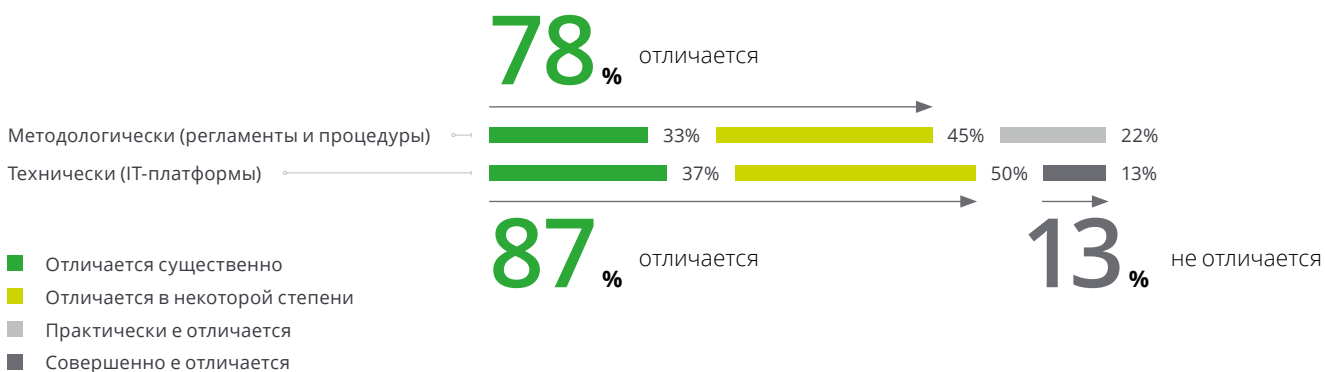
Среди участников НМ наиболее востребованы доступ к учетной системе компаний, а также доступ к аналитической системе данных, поскольку данные виды доступа являются менее денежно-и трудозатратными.

* Телекоммуникационные каналы связи (ТКС) — система представления налоговой и бухгалтерской отчетности в электронном виде.



Большинству компаний, не участвующих в НМ, но планирующих, предстоит значительно повысить уровень зрелости СВК.

? Скажите, пожалуйста, насколько требуемая для внедрения НМ СВК компании отличается от существующей СВК?



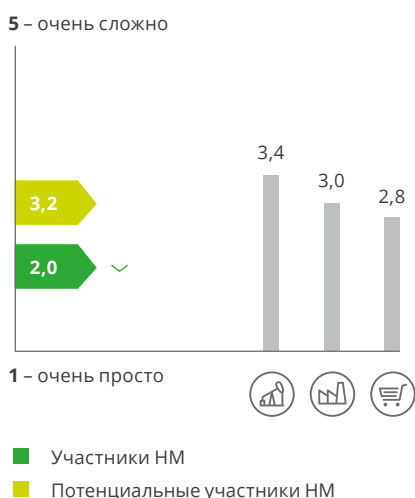
- Большинство компаний, которые являются потенциальными участниками НМ, отметили, что требуемая для внедрения НМ СВК отличается от существующей в их компании как методологически (78%), так и технически (87%).

В большинстве случаев текущая СВК компаний — участников НМ практически не отличается от той, которая была до внедрения НМ.



У компаний, не участвующих в НМ, завышены ожидания в отношении сложности получения разрешения ФНС России и скорости процесса внедрения.

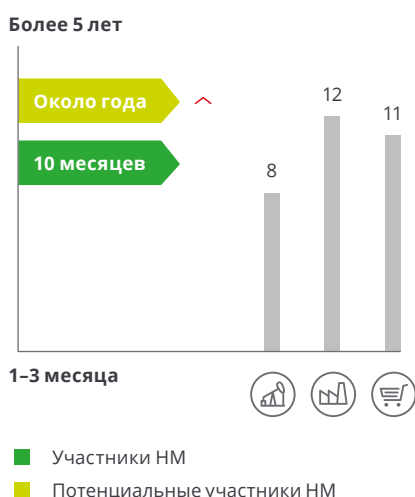
Оценка сложности процесса получения от налогового органа разрешения о возможности проведения НМ



- В целом компании — неучастники НМ оценивают сложность процесса получения от налогового органа разрешения о возможности проведения НМ на среднем уровне (средняя оценка сложности составляет 3,2).
- Среди тех, кто изучал данный вопрос, 25% опрошенных ожидают, что процесс получения разрешения является сложным.

По оценкам участников НМ, получить от налогового органа решение о возможности проведения НМ достаточно просто.

Оценка временных и денежных затрат на внедрение НМ



- По мнению потенциальных участников НМ, внедрение займет в среднем 10 месяцев.
- Треть компаний (32%), не являющихся на текущий момент участниками НМ, сообщили о том, что могут позволить себе внедрить НМ в течение полугода. В то же время доля тех, кто оценивает временные затраты своих компаний как более одного года, составляет 40%.
- Все респонденты, которые участвовали в опросе, сообщили о том, что их компании могут потратить на внедрение НМ не более 10 млн руб.
- Компании — неучастники НМ из нефтегазовой и энергетической промышленности выше других оценивают средние временные затраты на внедрение НМ (12 месяцев). Компании потребительского сектора, наоборот, оценили временные затраты на внедрение НМ несколько ниже — 8 месяцев.

В среднем примерно один год потребовался компаниям для полного внедрения НМ. Нефтегазовые компании, а также компании промышленной и металлургической отраслей потратили на внедрение НМ менее одного года.

Запросы ФНС России

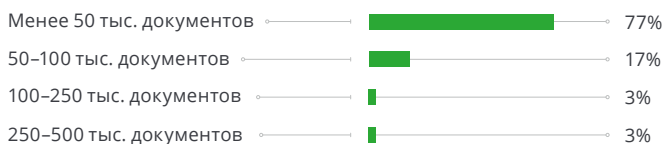
50 тыс. документов

средний объем документов, который обычно запрашивается налоговой службой в случае проведения камеральной проверки

62 %

запрашиваемых документов при проведении камеральной проверки составляют документы на бумажном носителе

? Скажите, пожалуйста, какой объем документов обычно запрашивается налоговой службой в случае проведения камеральной проверки Вашей компании?



Сведения, касающиеся текущего объема документов (от участников НМ), которым оперирует система, разделились: в половине компаний система оперирует менее 50 тыс. документов, в другой половине — более 500 тыс. документов.

Только половина компаний, участвующая в НМ, отмечает изменения в объеме ежегодно истребуемых документов на бумажном носителе — в большинстве случаев он сократился.

Все участники НМ в среднем два раза запрашивали мотивированное мнение у налогового органа в случае возникновения неоднозначных вопросов, связанных с соблюдением налогового законодательства. В большинстве случаев мнения налогового органа были полезны и помогли решить сложную ситуацию.

В редких случаях налоговый орган направляет мотивированное мнение по собственной инициативе.



По мнению компаний — неучастников НМ, электронная почта — наиболее эффективный и используемый канал взаимодействия с ФНС России.

	Всё	↑	↓	↔
Посещение офиса налоговой службы сотрудниками компании	23	2	27	41
Взаимодействие по телефонной линии	56	47	42	97
Направление писем на бумажном носителе	85	14	242	26
Направление писем в электронной форме	144	87	101	240

Посещение офиса налоговой службы сотрудниками компаний

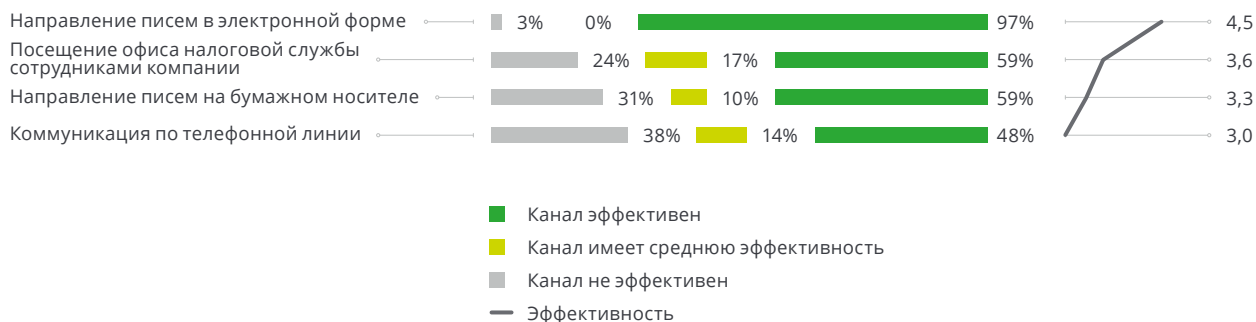
- В среднем сотрудники компаний самостоятельно посещают налоговую службу 23 раза в год.
- Однако компании нефтегазовой и энергетической промышленности делают это гораздо реже (два посещения), чем сотрудники компаний потребительского сектора (41 раз в год).

Взаимодействие по телефонной линии

- 56 раз в год сотрудники компаний взаимодействуют с налоговой службой по телефонной линии.
- Почти в два раза чаще к такому способу коммуникации обращаются сотрудники компаний потребительского сектора (97 раз).

Направление писем в бумажном и электронном виде

- Обращения в налоговую службу чаще осуществляются путем отправления писем в электронной форме, чем на бумажном носителе (144 писем против 85 писем).



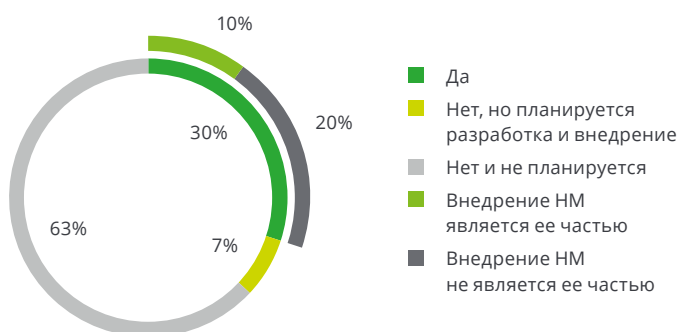
*Эффективность: взвешенный показатель оценки каналов связи (от 1 до 5), один пункт равен 0,01

Цифровизация



Длительность внедрения не является актуальной проблемой для большинства компаний — неучастников НМ, однако компании — участники НМ, наоборот, отмечают именно эту проблему, что подтверждает вывод о том, что при выборе перехода на данную форму налогового контроля компании тратят больше времени, чем предполагалось ранее.

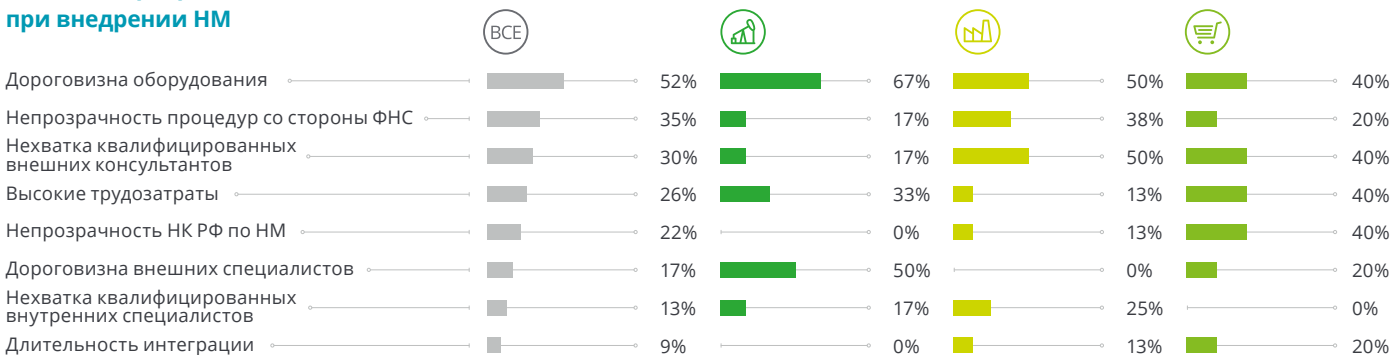
? Скажите, пожалуйста, существует ли в Вашей компании стратегия цифровизации?



- Только треть опрошенных компаний — неучастников НМ (30%) имеет стратегию цифровизации, притом внедрение НМ предусмотрено только в 10% компаний.
- Более чем в половине компаний нефтегазовой и энергетической промышленности (57%) имеется стратегия цифровизации. В 29% компаний этой отрасли внедрение НМ является частью стратегии.

Все компании — участники НМ имеют стратегию цифровизации, частью которой является и внедрение НМ.

Рейтинг барьеров при внедрении НМ



- В целом
- ER
- MFG
- СВТ

- По мнению компаний, не являющихся участниками НМ, ключевой проблемой при внедрении данной формы налогового контроля является дороговизна необходимого оборудования (52%).
- На втором месте — непрозрачность процедур со стороны налоговой службы (35%).
- Треть компаний (30%) беспокоит нехватка квалифицированных внешних консультантов. Первоочередность данной проблемы отметила половина респондентов из компаний промышленного производства (50%).
- Для компаний потребительского сектора высокие затраты, а также непрозрачность НК РФ по НМ также являются основными проблемами (по 40%).
- О высокой стоимости услуг внешних специалистов сообщил каждый второй сотрудник нефтегазовой и энергетической компаний (на 33 п. п. выше среднего показателя).

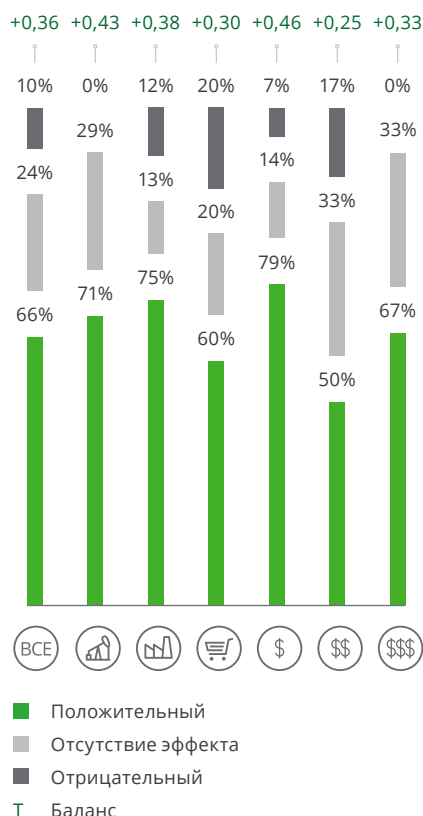
Наиболее распространенной проблемой, с которой столкнулись участники НМ, является длительность внедрения.

Эффект от внедрения НМ



Позитивные ожидания потенциальных участников НМ подтверждаются положительными отзывами действующих участников НМ, которые говорят и о дальнейших намерениях участвовать в системе. Количество участников ежегодно растет: в 2019 году участниками НМ являлись 44 компании, еще 48 компаний перейдут на НМ с 2020 года.

Участникам опроса было предложено оценить ожидаемый общий эффект на положение дел в компании после внедрения НМ.



Тренд

- В целом компании, которые являются потенциальными участниками НМ, ожидают положительного эффекта от внедрения НМ (показатель баланса составляет +0,36 пунктов).

Особенности

- Представители компаний промышленного производства, а также компаний с годовым доходом менее 3 млрд руб. оказались самыми оптимистично настроенными (доля оптимистов на 9 и 13 п. п. выше среднего показателя по стране).
- Менее оптимистичны респонденты потребительского сектора: каждый пятый представитель данного сектора (20%) ожидает, что положение дел в компании после внедрения НМ ухудшится.

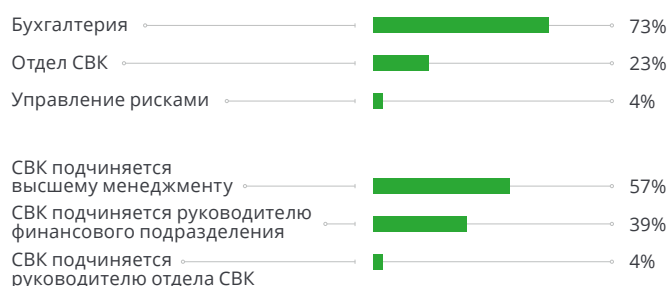
Все компании — участники НМ положительно оценивают эффект на положение дел в компании после внедрения НМ. Кроме того, в будущем компании-участники намерены и дальше участвовать в НМ.

Уровень зрелости СВК



Существует зависимость между размером выручки компании и уровнем зрелости центра компетенций внутреннего контроля.

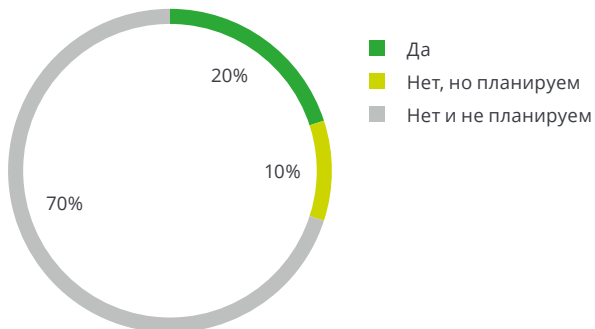
? Скажите, пожалуйста, за каким подразделением закреплена ответственность за обеспечение внутреннего контроля?



В половине компаний — участниках НМ за обеспечение внутреннего контроля ответственность несет обособленное подразделение, занимающееся СВК, которое подчиняется непосредственно высшему руководству компании.

- Чаще всего в компаниях — неучастниках НМ ответственность за проведение внутреннего мониторинга закреплена за бухгалтерией (73%).
- Почти в каждой пятой (23%) компании имеется обособленное подразделение СВК. Чем крупнее компания, тем выше доля тех, кто имеет данное подразделение: так, в компаниях с годовой выручкой более 5 млрд руб. в каждой третьей компании (33%) имеется отдельное подразделение, занимающееся СВК.
- В 57% компаниях — неучастниках НМ подразделение, занимающееся СВК, подчиняется высшему руководству компании.
- Подразделение, занимающееся СВК, подчиняется руководителю финансового подразделения чаще в компаниях с годовой выручкой менее 3 млрд руб. (на 25 п. п.).

? Скажите, пожалуйста, применяются ли в Вашей компании КПЭ для сотрудников, участвующих в организации СВК?



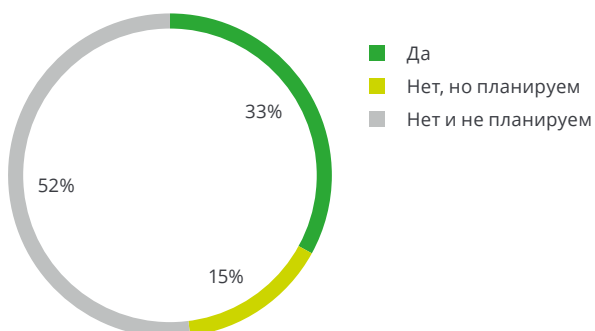
Большинство компаний (как участников НМ, так и неучастников) не применяют и не планируют применять КПЭ для сотрудников, участвующих в организации СВК.

? Скажите, пожалуйста, для кого производится раскрытие информации о СВК?



Во всех компаниях — участниках НМ производится раскрытие информации о СВК, причем преимущественно в ежегодных отчетах компании. Среди компаний — неучастников НМ информацию раскрывают 66% компаний, и половина из них делает это только по запросу регулятора.

? Скажите, пожалуйста, внедрены ли процессы и инструменты мониторинга рисков в СВК?



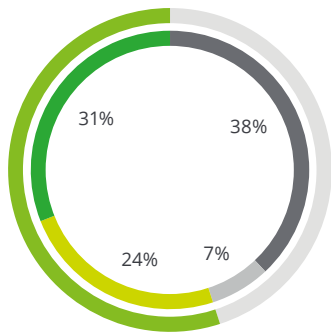
Мониторинг рисков уже внедрен в СВК абсолютно у всех компаний — участников НМ. Таким образом, доля компаний, внедряющих процессы и инструменты мониторинга рисков в СВК, среди них гораздо выше.

Оценка уровня зрелости СВК



Среди компаний, в которых проводится оценка зрелости СВК, внешних специалистов чаще привлекают организации — неучастники НМ. Компании — участники НМ, наоборот, чаще проводят оценку самостоятельно.

? Скажите, пожалуйста, Ваша компания проводит оценку уровня зрелости СВК?



- Компания проводит, привлекая внешних специалистов
- Компания проводит самостоятельно
- Компания не проводит, но планирует
- Компаний не проводит и не планирует

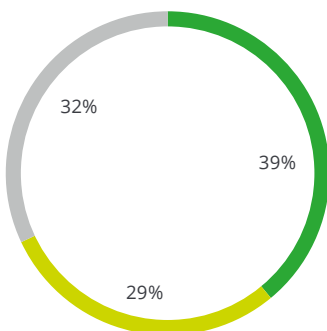
- Больше половины компаний потенциальных участников НМ (55%) проводят оценку уровня зрелости СВК.
- Каждая третья компания (31%) для проведения оценки пользуется услугами внешних специалистов.
- Существенно выше доля компаний, проводящих оценку, среди компаний промышленного производства (на 23 п. п.).

55% проводит

45% не проводит

Все компании — участники НМ проводят оценку зрелости СВК, причем главным образом самостоятельно, в редких случаях привлекая внешних специалистов.

? Скажите, пожалуйста, автоматизировано ли управление СВК в Вашей компании?



- Да, автоматизировано
- Нет, но планируем автоматизировать
- Нет и не планируем автоматизировать

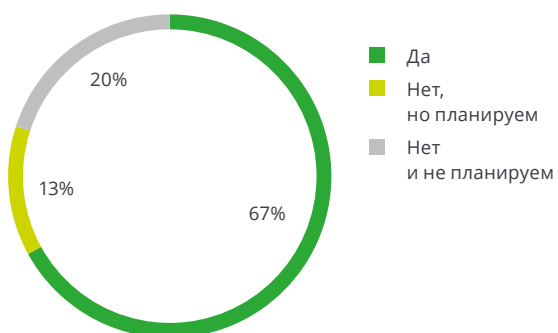


В большинстве компаний предусматривается автоматизированное управление СВК, но, в отличие от компаний — неучастников НМ, во всех компаниях — участниках НМ управление СВК уже автоматизировано.

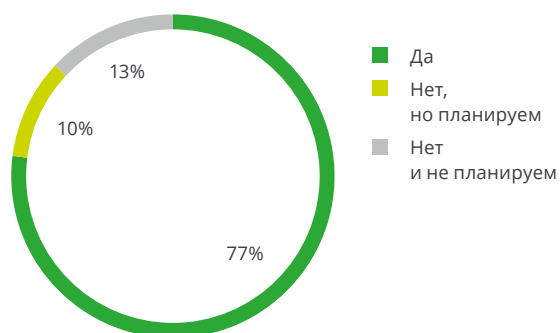


Степень формализации контрольных процедур и их количество существенно выше среди компаний — участников НМ. Процесс автоматизации и документирования результатов контрольных процедур актуален для всех компаний в равной степени.

? Скажите, пожалуйста, проведены ли в компании автоматические/автоматизированные контрольные процедуры в используемых информационных системах?



? Скажите, пожалуйста, осуществляется ли документирование результатов выполнения контрольных процедур (аудиторский след обеспечения контроля)?



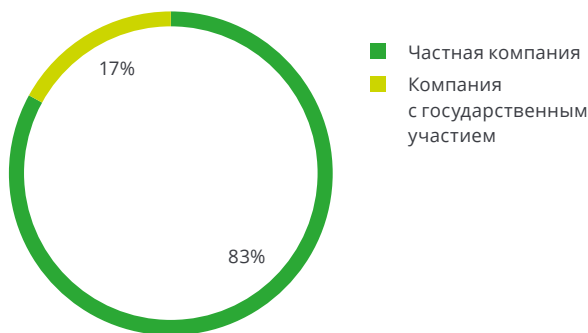
О респондентах

Компании — потенциальные участники НМ

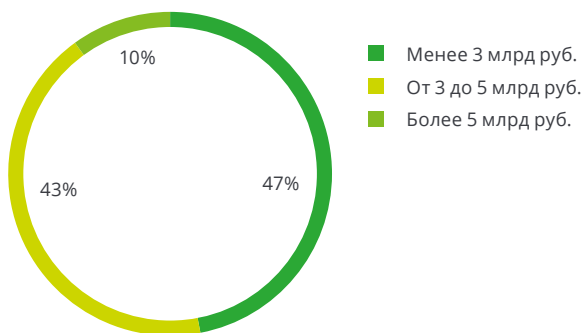
Отрасль



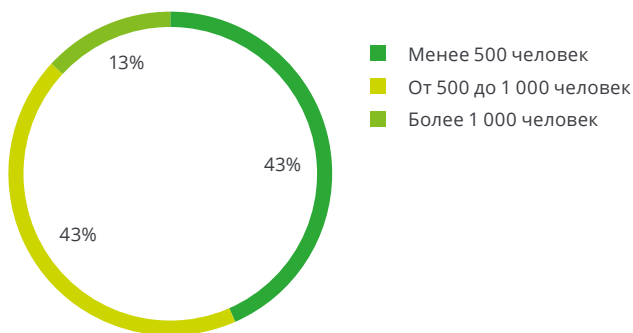
Форма собственности



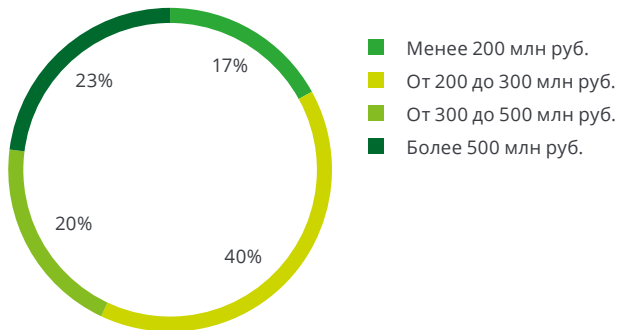
Выручка компании в 2018 году



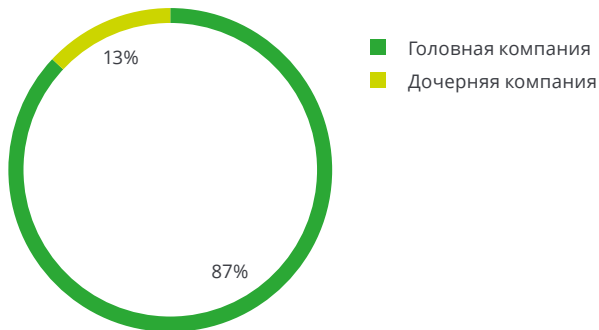
Численность сотрудников компании



Размер уплаченных налогов компании в 2018 году



Принадлежность компании



Контакты



Екатерина Трофимова

Руководитель практики по оказанию услуг финансовым институтам в СНГ, руководитель Группы по управлению рисками и корпоративному управлению, рейтингового консультирования, компания «Делойт» в СНГ
ektrofimova@deloitte.ru



Александр Синицын

Президент, Фонд «Центр стратегических разработок»
a.sinitsyn@csr.ru



Юлия Орлова

Партнер
Руководитель межфункциональной Группы по оказанию услуг в области налогового мониторинга, Группы по обслуживанию предприятий обрабатывающей промышленности в рамках налогово-юридического департамента и межфункциональной Группы по обслуживанию предприятий химической промышленности.
yorlova@deloitte.ru



Лора Накорякова

Руководитель центра социально-экономических исследований, Фонд «Центр стратегических разработок»
l.nakoryakova@csr.ru



Дмитрий Касаткин

Заместитель руководителя центра социально-экономических исследований, Фонд «Центр стратегических разработок»
d.kasatkin@csr.ru



Виктория Пигалкина

Аналитик, Фонд «Центр стратегических разработок»
v.pigalkina@csr.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.