

Deloitte.

Предновогоднее исследование
«Делойт»
С надеждой в будущее



Ноябрь 2010

Введение

Компания «Делойт» представляет вашему вниманию 13-е ежегодное исследование потребительских настроений европейских покупателей в преддверии сезона новогодних и рождественских праздников 2010/2011 гг.

В ходе исследования было опрошено 20 655 респондентов из 19 стран Западной и Восточной Европы, а также ЮАР. В этом году к числу стран, где проводится исследование, присоединились Финляндия и Греция.

Активные потребительские расходы являются важной составляющей роста и восстановления экономик европейских стран, переживших глубокий финансовый кризис. Ввиду этого, особую ценность представляет собой реальная оценка устойчивости потребительских расходов во время нетипичного праздничного сезона.

Основные предпраздничные тенденции 2010 года

Расходы, запланированные в бюджете европейцев на период новогодних и рождественских праздников, в среднем снизились на 2.5%.

- Расходы существенно снизятся в странах наиболее пострадавших от кризиса – для жителей Греции и Ирландии падение составляет -21% и -10.6% соответственно. При этом, расходы на продукты питания останутся на том же уровне, но сократятся расходы на подарки и развлечения вне дома. Тем не менее, в абсолютном выражении ирландцы больше других европейцев потратятся во время праздничного сезона.
- Некоторое снижение расходов (от -2.5% до -6.3%) наблюдается во Франции, Испании, Италии, Португалии и Великобритании, в этих странах экономические перспективы считаются неблагоприятными.
- В трех странах Западной Европы - Финляндии, Бельгии и Нидерландах, и двух странах Восточной Европы – Чешской Республике и Словакии, снижение зафиксировано на уровне -1.6% и -2.4%, это меньше, чем в среднем по Европе.
- В Люксембурге, Швейцарии и Германии, экономическое положение которых считается наиболее стабильным, тем не менее, осторожно относятся к запланированным расходам, предполагаемое увеличение которых колеблется на уровне 0.4% – 2.4%.

Наиболее существенным увеличением запланированных расходов отличаются Россия (расходы на праздники увеличатся на 7.3%) и Украина, где динамика роста составила 14,8%. В то же время, жители Украины по-прежнему тратят на новогодние праздники значительно меньше, чем в большинстве стран Европы.

Основные предпраздничные тенденции 2010 года

Кризис изменил покупательское поведение европейских потребителей. Теперь они отдадут предпочтение полезным товарам по выгодным ценам с наилучшим сочетанием цены и качества. В этом году европейцы потратят много усилий и времени на поиски подарков по оптимальной цене, в частности посредством Интернета.

Желание тратить меньше денег также находит отражение в намерении потребителей покупать меньше дорогих подарков, дарить их меньшему количеству людей и чаще делать групповые подарки. Во многих европейских странах довольно высокий процент людей будет дарить подержанные товары, хотя Украины и России данная тенденция не коснулась.

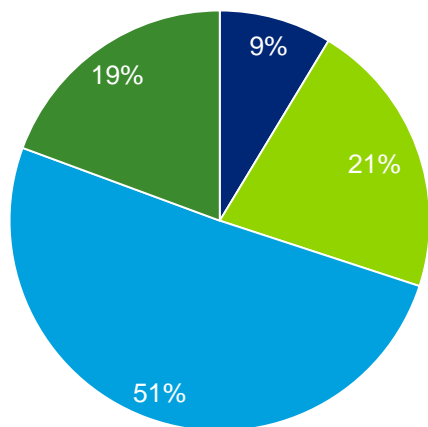
В европейских странах растет спрос на подарочные сертификаты – по популярности они вышли на первое место в 5 странах мира. Относительно невысокая стоимость и широкий выбор вывели косметику на лидирующие позиции в 10 странах мира.

Влияние экономической ситуации на покупательскую способность



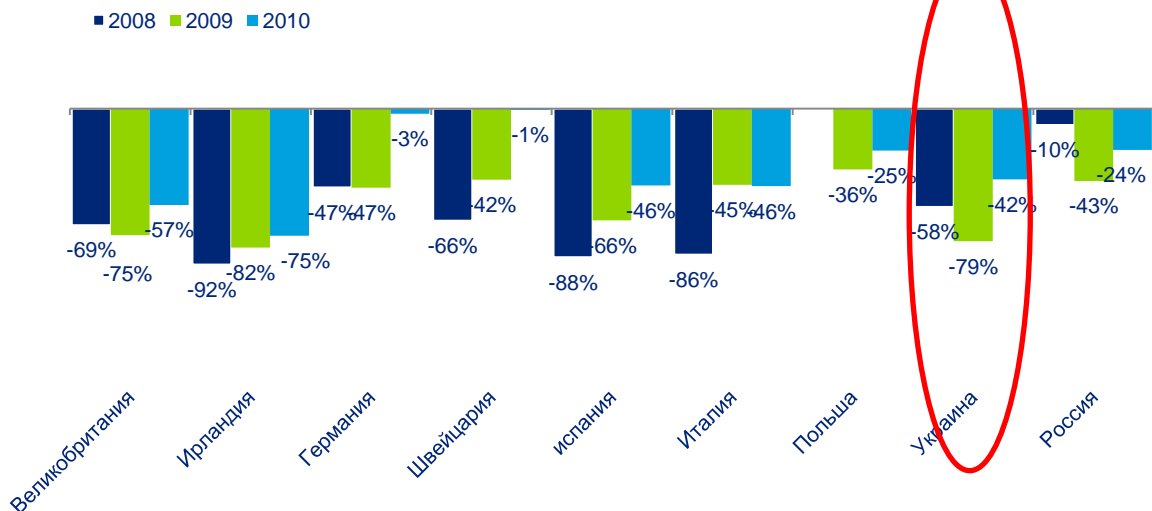
Как вы оцениваете нынешнее состояние экономики?

Украина



- Наблюдается экономический рост
- Наблюдается экономическая стабильность
- Наблюдается экономический спад
- Не знаю

индекс основан на сумме положительных и отрицательных ответов



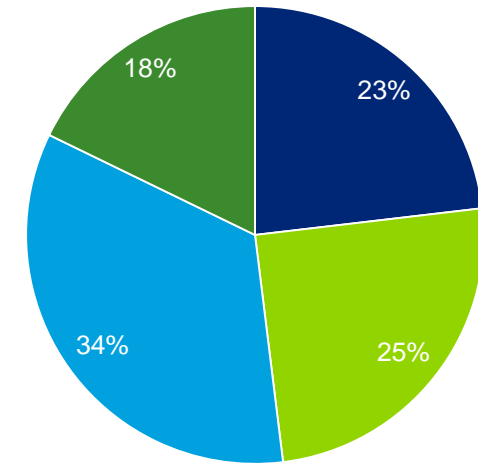
51% украинцев считают, что экономика все еще находится в состоянии рецессии. Это меньше, чем в прошлом году, когда спад экономики отмечали 79% украинцев.

В Европе можно выделить три группы стран:

1. Страны, в которых ощущение спада экономики очень сильное: Греция, Ирландия и Португалия. Здесь более 75% потребителей полагают, что экономика пребывает в состоянии рецессии, и лишь около 5% отмечают рост экономики. Португалия является единственной европейской страной, где ощущение в рецессии по сравнению с 2009 годом усилилось.
2. Страны, жители которых отмечают спад экономики реже, чем в прошлом году, но довольно часто, по сравнению со среднеевропейскими показателями: Испания, Италия, Франция и Великобритания.
3. Страны, в которых ощущение рецессии снизилось (часто существенно) и менее ощутимо, по сравнению со среднеевропейскими показателями: Нидерланды, Бельгия, Люксембург, Чешская республика, Польша, Россия, Словакия, Украина, Германия, Швейцария и Финляндия. Последние три страны отличаются наиболее оптимистичными настроениями жителей – четверть потребителей считают, что экономика восстанавливается, в то время как средний показатель по Европе составляет 11%.

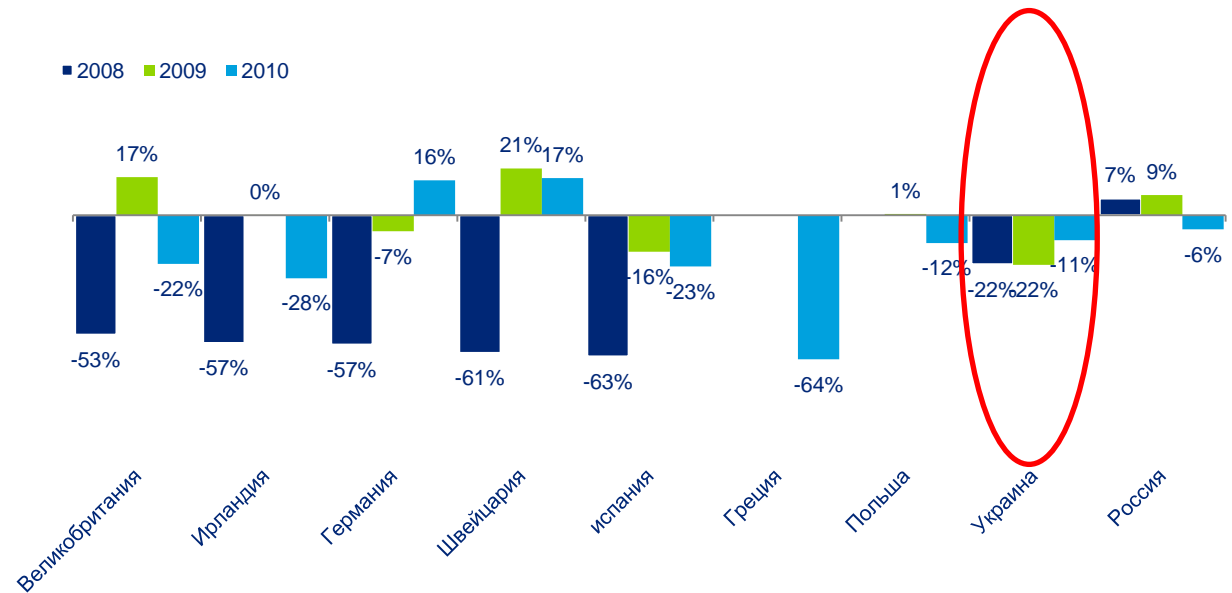
По сравнению с 2010, каким вы ожидаете бюджет 2011 год?

Украина



- Улучшится
- Останется на том же уровне
- Ухудшится
- Не знаю

индекс основан на сумме положительных и отрицательных ответов



В Украине пессимистические настроения уменьшились с -22% в 2009 году до -11% в 2010 году. Причем молодые люди более оптимистичны относительно будущего состояния экономики: 59% молодежи по сравнению с 37% людей пожилого возраста верят в экономический рост либо стабильность экономики в 2011 году.

В то же время ожидания европейцев по-прежнему остаются пессимистическими. В Европе можно выделить три группы:

1. Очень пессимистичные настроения: Великобритания, Ирландия, Франция, Испания, Португалия и Греция. Три страны в этой группе особенно пессимистичны: Греция (71% опасаются ухудшения и 7% надеются на улучшение), Португалия (58% опасаются ухудшения и 10% надеются на улучшение) и Ирландия (48% опасаются ухудшения и 20% надеются на улучшение). Британцы, несмотря на сложную экономическую ситуацию, наиболее оптимистичны относительно ее улучшения в 2011 году.

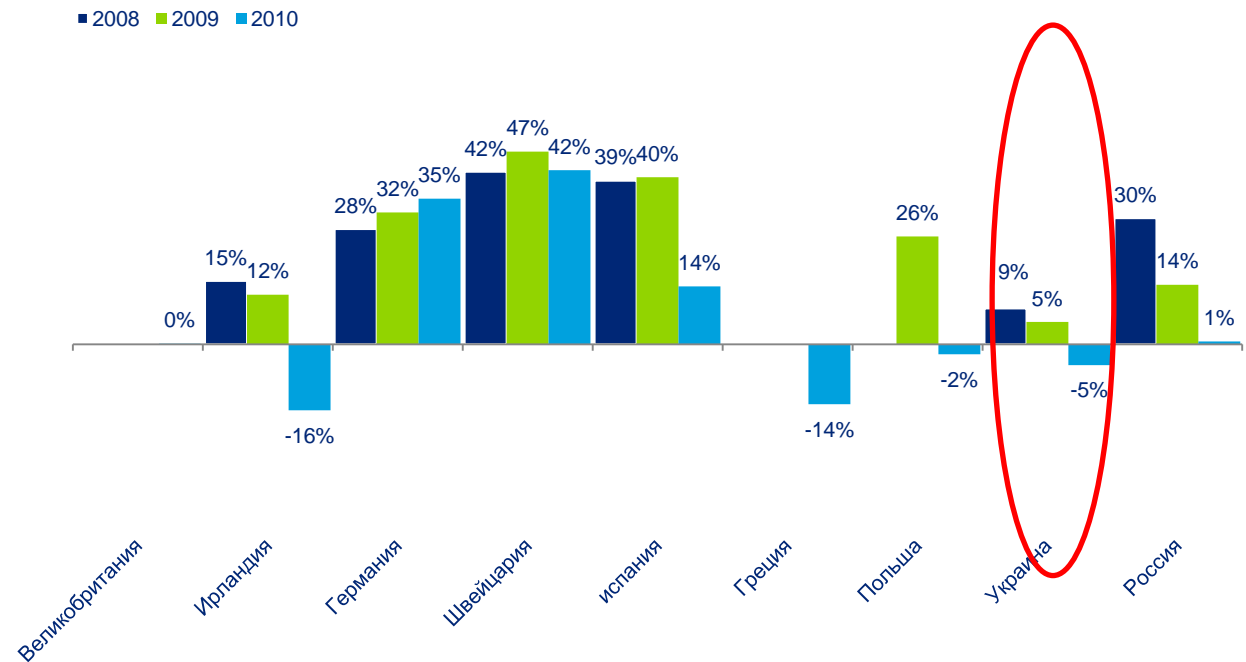
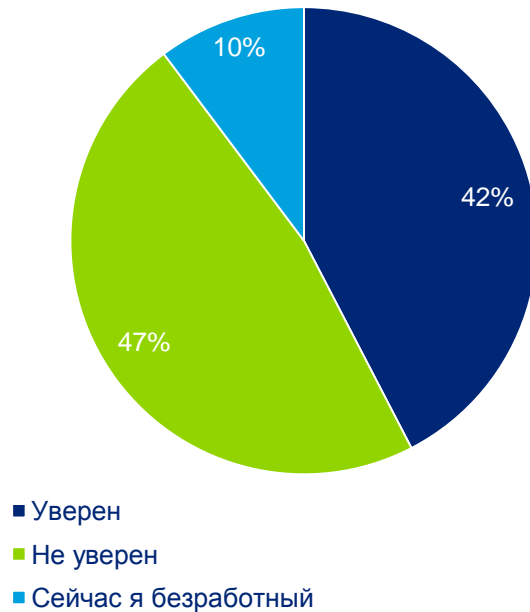
2. Пессимистичные настроения: Бельгия, Нидерланды, Италия, Польша, Чешская Республика, Россия и Украина.

3. Оптимистичные настроения: Финляндия, Германия, Люксембург, Швейцария и Словакия.

Насколько Вы уверены в своей занятости в 2011 году?

индекс основан на сумме положительных и отрицательных ответов

Украина



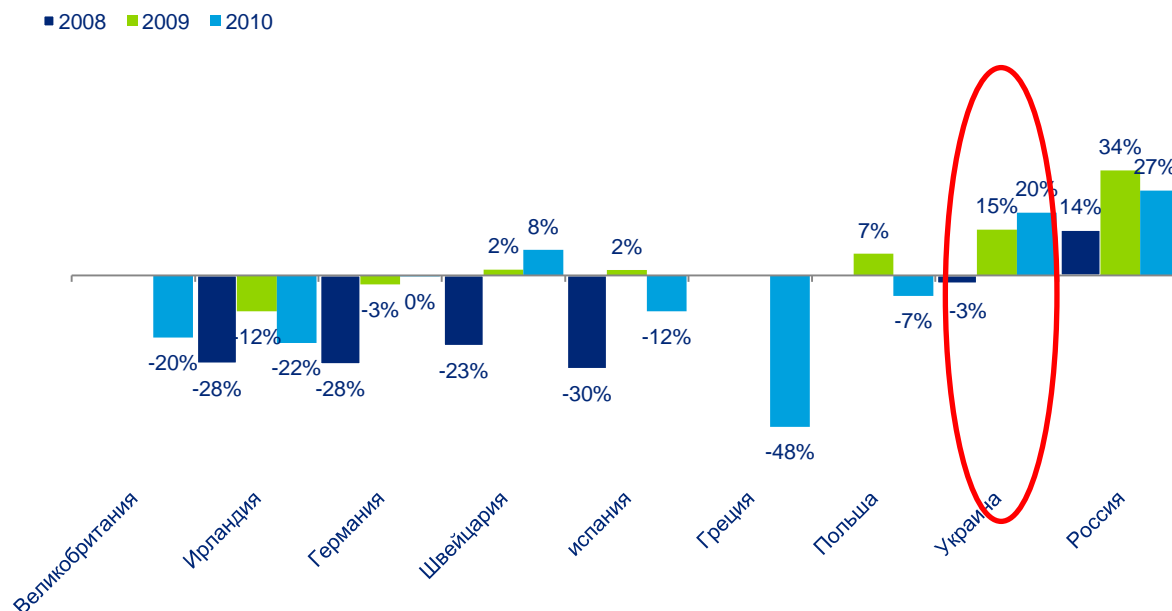
- В Украине падение экономики привело к тому, что безработными оказались многие украинцы. В Украине опасения потерять работу, по сравнению с прошлым годом, усилились. 47% жителей Украины не уверены в том, что сохраняют работу в следующем году.
- Неуверенность относительно своей занятости коснулась и большинства европейцев. Наиболее пессимистичные в Западной Европе греческие (44%), ирландские (43%) и французские (37%) потребители – считающие неопределенной свою ситуацию с работой. Также нарастает беспокойство относительно работы в Восточной Европе, в частности Чехии и Польши.

Вы считаете, финансовое положение вашей семьи улучшится, останется на том же уровне или ухудшится, в следующие 12 месяцев?

Украина



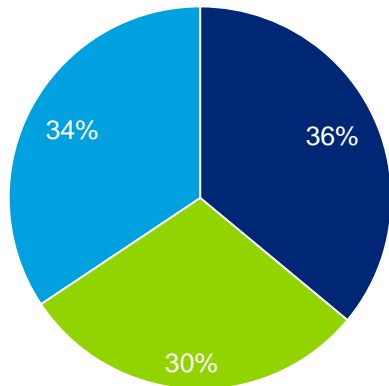
индекс основан на сумме положительных и отрицательных ответов



- Украина в числе тех стран, жители которых сохраняют оптимизм. 38% украинцев полагают, что их финансовое положение в течение следующих 12 месяцев улучшится. Наибольший оптимизм демонстрируют более молодые жители Украины. Стабильным свое финансовое положение считают 29% жителей Украины, по сравнению с 24% в прошлом году.
- Мнения европейцев относительно их финансового положения в 2011 году от страны к стране сильно различаются. Наиболее пессимистичны – Греция, Франция, Великобритания.

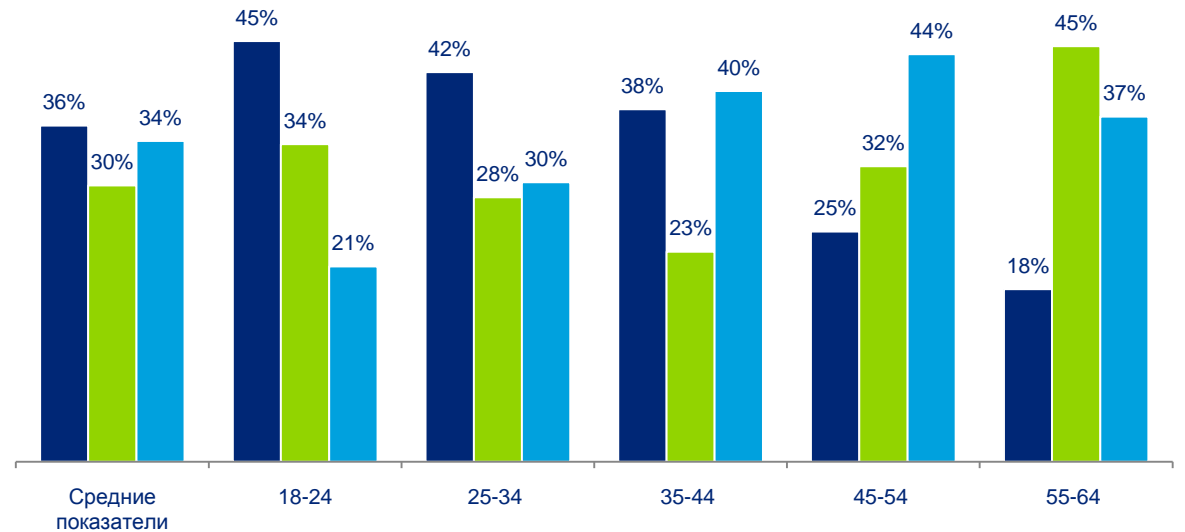
Как бы вы описали вашу покупательскую способность по сравнению с прошлым годом?

Украина



- Сейчас я могу потратить больше
- Сейчас я могу потратить столько же
- Сейчас я могу потратить меньше

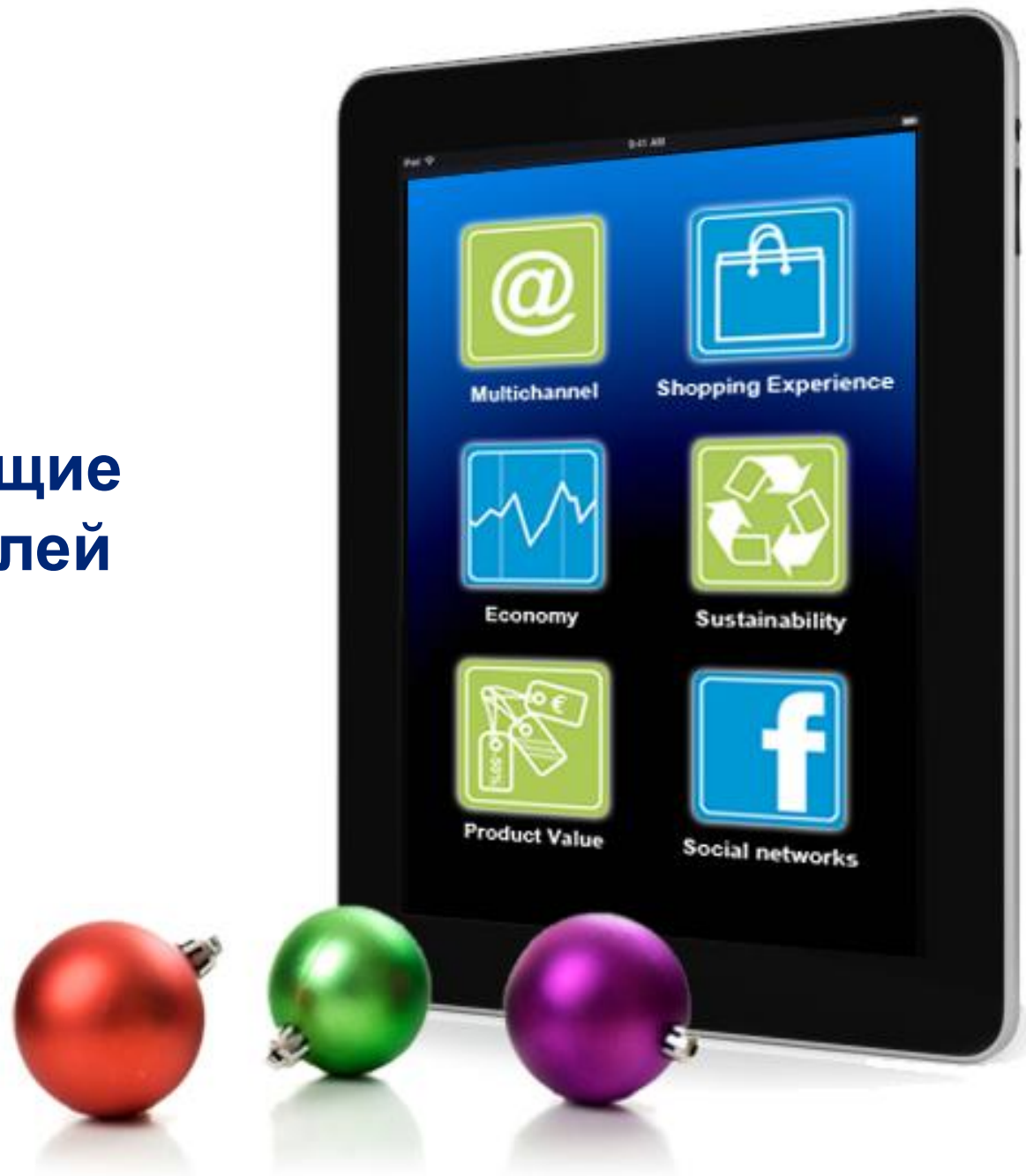
Украина



- Сейчас я могу потратить больше
- Сейчас я могу потратить столько же
- Сейчас я могу потратить меньше

- Украинцы менее остро, по сравнению с прошлым годом, ощущают снижение покупательской способности. 34% опрошенных украинцев ощущают снижение своей покупательской способности, тогда как в прошлом году их число достигало 58%.
- Характерно, что в Европе ощущение снижения покупательской способности сильнее, чем в Украине. Общее ухудшение отметили 42% европейцев.

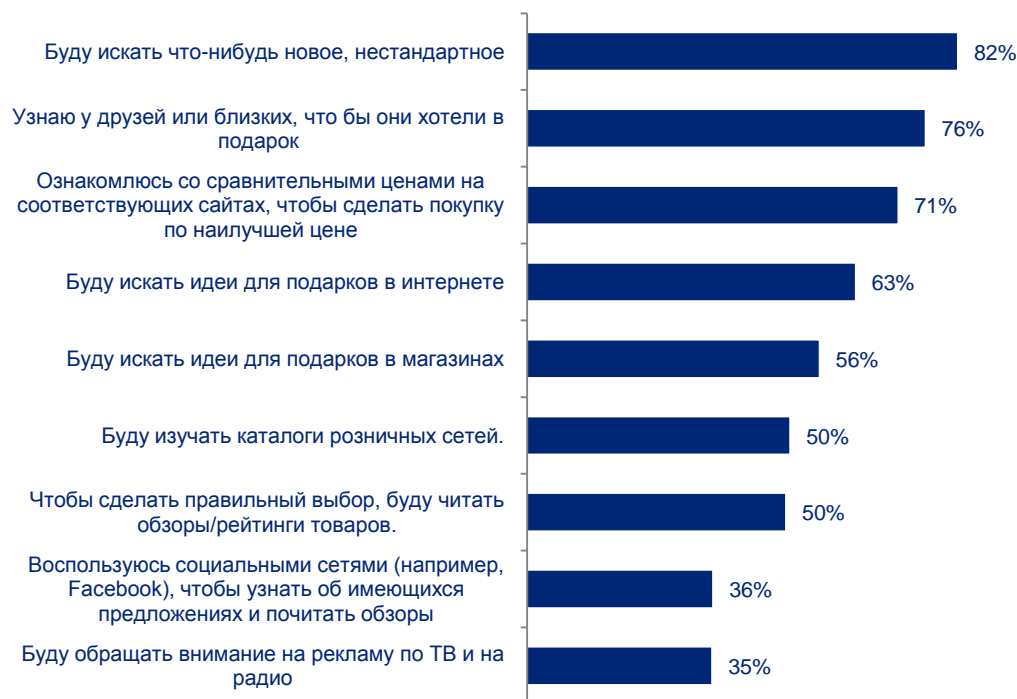
Факторы, определяющие поведение потребителей



Где вы берете идеи для подарков?

Украина

% согласившихся



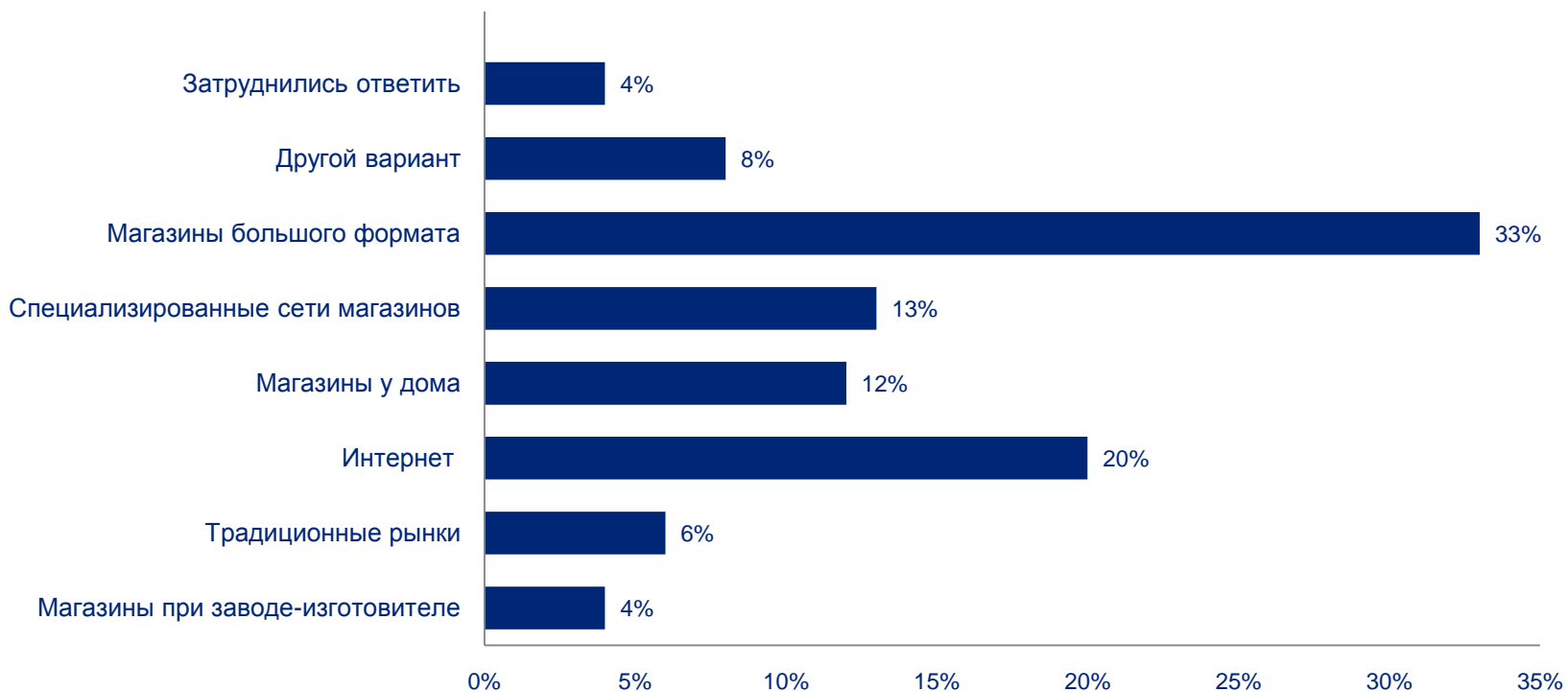
Европа

% согласившихся



- Большинство украинцев будут искать в качестве подарков новые и нестандартные товары, в то время как в Европе этот фактор только на 6-ом месте. Европейцы в этом году решили отказаться от сюрпризов – большинство из них предпочитают спросить у друзей, что бы они хотели получить в подарок. Эта тенденция характерна также для многих украинцев.
- Интернет будет играть ключевую роль на следующих этапах процесса совершения покупки: поиск идей, ознакомление с подарком, сравнение цен на товар. Также Интернетом воспользуются для того, чтобы найти наиболее удобно-расположенный магазин. Но поход по магазинам, а также изучение каталогов розничных сетей, все еще являются неотъемлемой частью праздничного сезона.
- В этом году увеличилась роль социальных сетей в процессе онлайн поиска и выбора покупки. На потребителей традиционная реклама по телевидению и радио оказывает незначительное влияние.

Где Вы предпочитаете приобретать новогодние подарки?



- Жители Украины в этом году в первую очередь пойдут за покупками в гипермаркеты и супермаркеты (33%).
- Интернет в Украине усиливает позиции

Почему в период новогодних праздников Вы будете совершать покупки через Интернет?

Украина



Европа



Как для украинцев, так и для европейцев, Интернет является скорее инструментом поиска и сравнения цен, нежели совершения покупок. Но те, кто все же будут делать покупки онлайн, основной причиной называют низкий уровень цен.

Среди европейцев большинство более 60% опрошенных будут совершать покупки через Интернет по трем причинам:

- Цена – по Интернету легче найти более дешевые товары. Это свойственно для жителей стран Восточной Европы, а также Франции, Испании и Португалии.
- Удобство - желание избежать в магазинах очередей. Характерно для Финляндии, Великобритании, Бельгии, Франции, Испании и Южно-Африканской Республики.
- Доставка товаров – желание сэкономить время на походах по магазинам. Присуще жителям Нидерландов, Германии, Люксембурга, Швейцарии и Испании.

Насколько Вы сознательный потребитель?

Украина

% согласившихся



Европа

% согласившихся



- 45% украинцев утверждают, что в основном, они приобретают товары отечественного производства, хотя в 2009 году национального производителя поддерживало 75%.
- 70% жителей Украины считают, что приведенные на упаковке данные имеют для них большое значение. Больше всего на них обращают внимание люди старшего возраста (82% потребителей в возрасте от 55 до 64 лет), а также состоятельные граждане (77% людей этой категории).
- Негативные экологические последствия изготовления приобретаемых товаров беспокоят 59% украинцев, по сравнению с 52% в 2009 году.
- Тем не менее лишь 35% считают, что проблемы охраны окружающей среды являются оправданием повышения цен.
- Женщины во всем мире более восприимчивы к таким вопросам.

Если вы изменили свое покупательское поведение в результате экономического кризиса, как вы думаете, как оно изменится после кризиса?

Украина и Европа

*Я сохраню эти привычки на более длительный срок.



- Длительный кризис стал причиной нового поведения потребителей, которое прочно закрепилось в жизни европейцев.
- Тенденция к высоким расходам потребителей в период новогодних праздников останется неизменной. Но снижается количество подарков, изменились типы купленных продуктов, снизилась роль брендов, сократились суммы, потраченные на каждый подарок (для 79% опрошенных в Европе и 85% в Украине). Потребители стали уделять больше времени поиску товара по лучшей цене (75% в Украине и 84% в Европе).
- Особо следует отметить рост значения такого критерия, как полезность подарков – этот критерий является определяющим для 92% украинцев и такого же числа европейцев.
- По сравнению с Европой, украинцы значительно в меньшей степени интересуются распродажами. Кроме того украинцы чаще будут совершать импульсивные покупки.

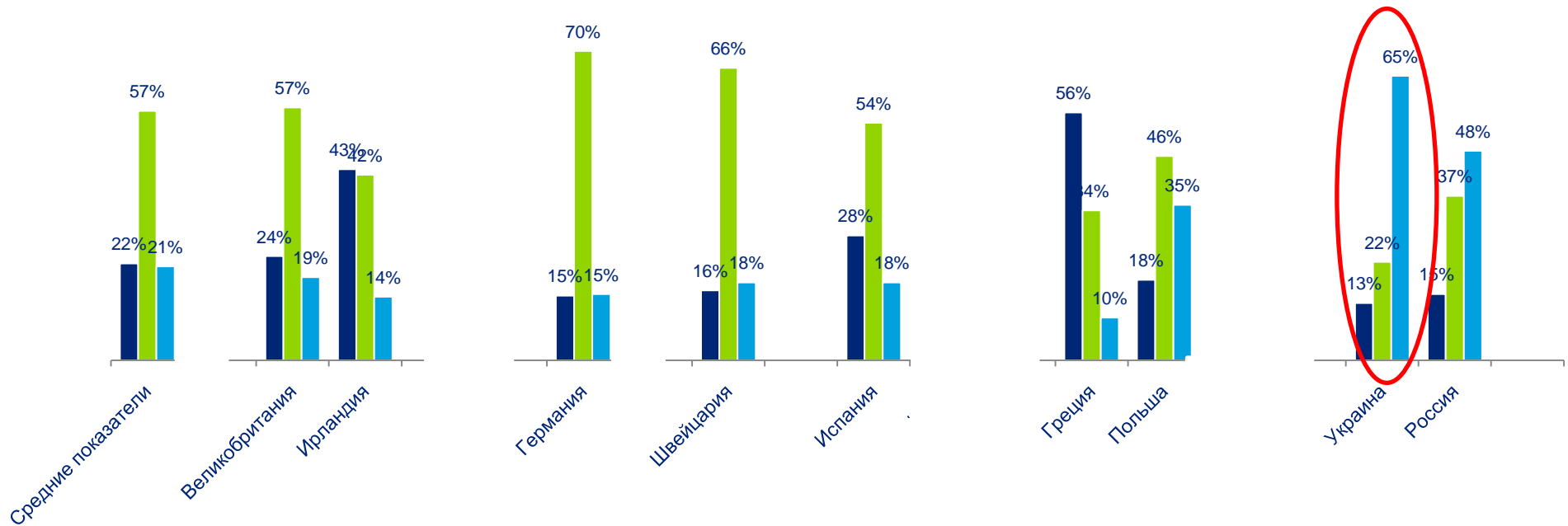
Новогодний бюджет



Вы планируете потратить больше, столько же, или меньше, чем в прошлом году на новогодний стол?

Европа

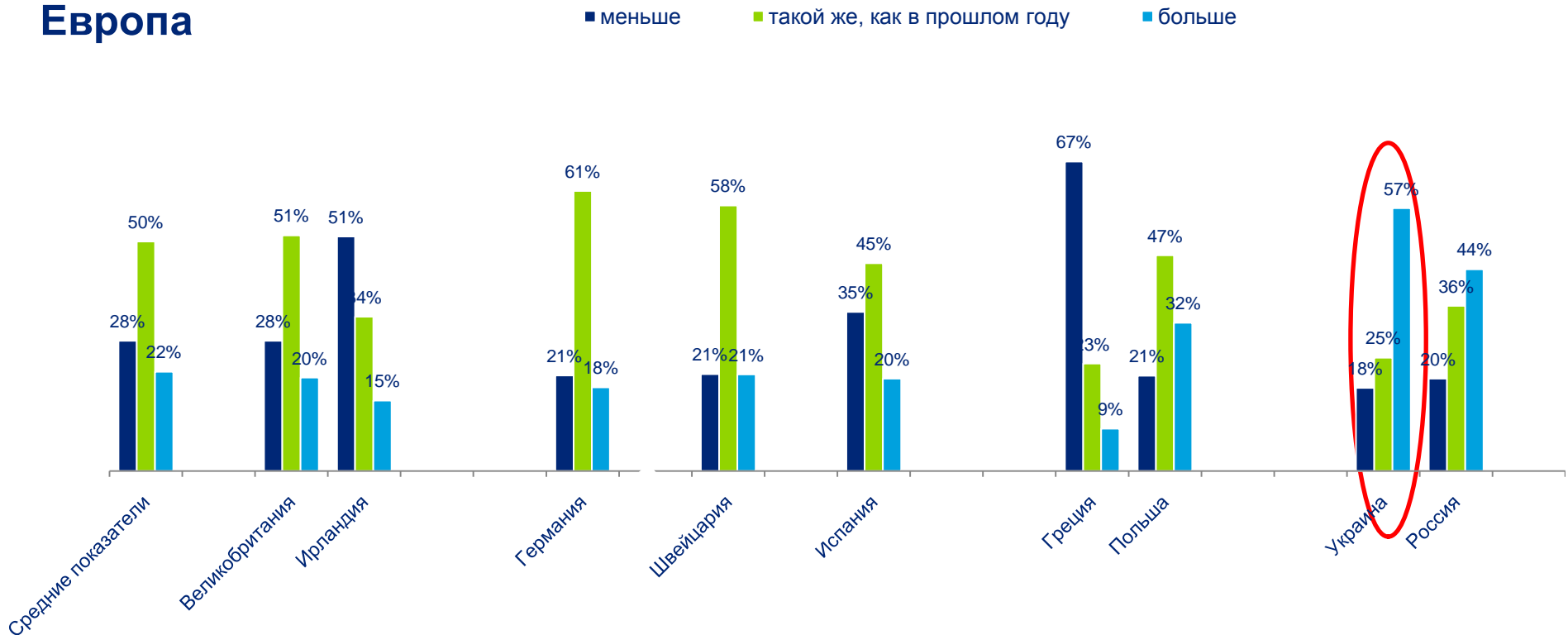
■ меньше ■ такой же, как в прошлом году ■ больше



- Украинцы опередили европейцев по количеству людей, намеренных увеличить свои расходы на продукты.
- В среднем, в Европе расходы на новогодний стол практически не изменятся (-1%), в Украине же 65% жителей потратят на еду больше, чем в прошлом году. В Греции и Ирландии большинство опрошенных снизят свои затраты на продукты питания.

Вы планируете потратить больше, столько же, или меньше, чем в прошлом году на подарки?

Европа

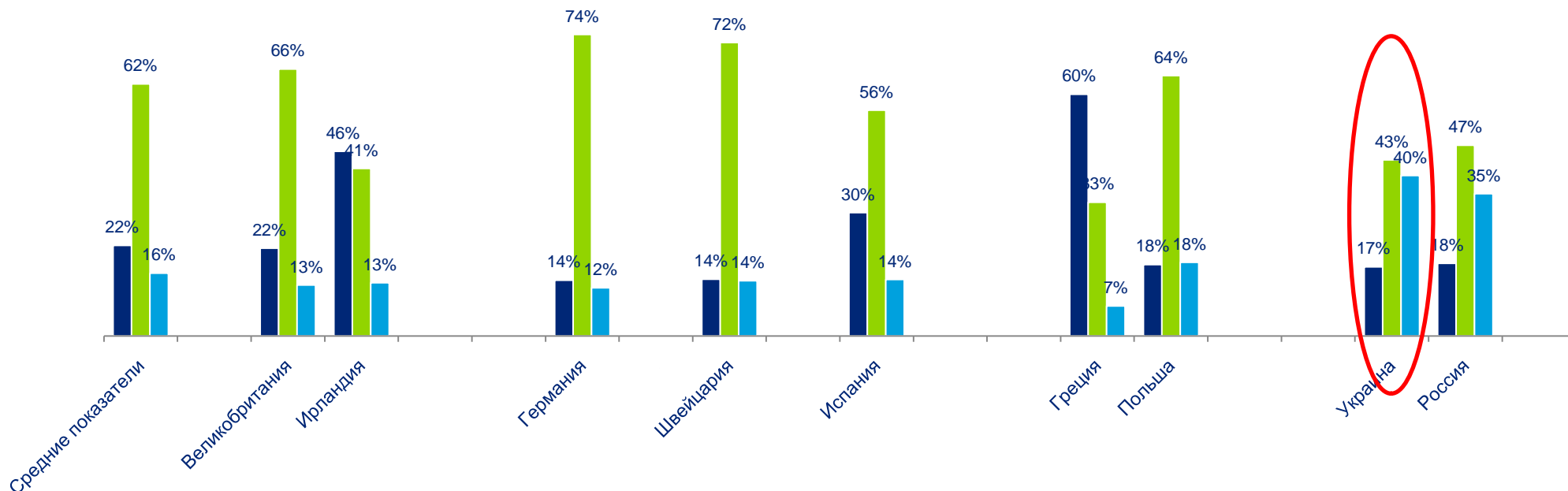


- Традиционно на подарки как у украинцев, так и у европейцев, предусмотрена самая высокая статья расходов. Украинцы являются наиболее оптимистичными среди европейцев относительно своего бюджета на подарки к новогодним праздникам.
- Жители Украины (+39%) и России (+24%) существенно увеличат расходы на подарки, что значительно отличается от среднеевропейской тенденцией (-6%).
- Согласно результатам нашего опроса, люди старшего возраста, а также с уровнем дохода выше среднего, в первую очередь потратят свои деньги на подарки.
- Греция и Ирландия – в числе стран, где более половины населения сокращают свои расходы.

Вы планируете потратить больше, столько же, или меньше, чем в прошлом году на развлечения?

Европа

■ меньше ■ такой же, как в прошлом году ■ больше



- Большинство украинцев заявили, что увеличат или сохранят на прежнем уровне свои расходы на развлечения в период новогодних праздников. Равно как и в случае с предыдущими статьями расходов, это звучит более оптимистично по сравнению с большинством стран Европы.
- Жители Ирландии (-33%) и Греции (-53%) больше остальных сократят эту категорию расходов, за ними следуют жители Испании (-16%), Франции (-14%) и Португалии (-14%).

Бюджет

2010	Динамика по сравнению с 2009 г.	Грн.
На подарки	15,7%	1590 грн
На продукты	19,0%	955 грн
На развлечения	2,1%	424грн
Всего	14.8%	2970 грн

- около 280 Евро

Страна	Динамика по сравнению с 2009 г.	Евро.
Великобритания	-2.5%	750
Ирландия	-10.6%	1 020
Германия	0.4%	470
Швейцария	1.2%	830
Испания	-5.4%	655
Греция	-21%	410
Польша	2.7%	445
Россия	7.3%	385

- В то время как Европа тотально сокращает бюджеты на новогодние праздники, потребители из Украины и России – одни из немногих, кто намерен увеличивать свои расходы, по сравнению в прошлым годом. При этом, согласно планам украинцев, расходы на новогодние праздники увеличатся на 14.8%, это в два раза стремительнее, чем в России.
- Несмотря на это, общая сумма остается самой скромной среди всех опрошенных стран. Так, общая сумма планируемых расходов составила 280 Евро на каждого участника нашего опроса.
- При этом, Украинцы значительно увеличивают расходы на новогодний стол и подарки, тогда как на развлечения сумма увеличивается всего на 2%.

Какие причины могут позволить Вам потратить больше в сезон праздников?

Украина



Европа



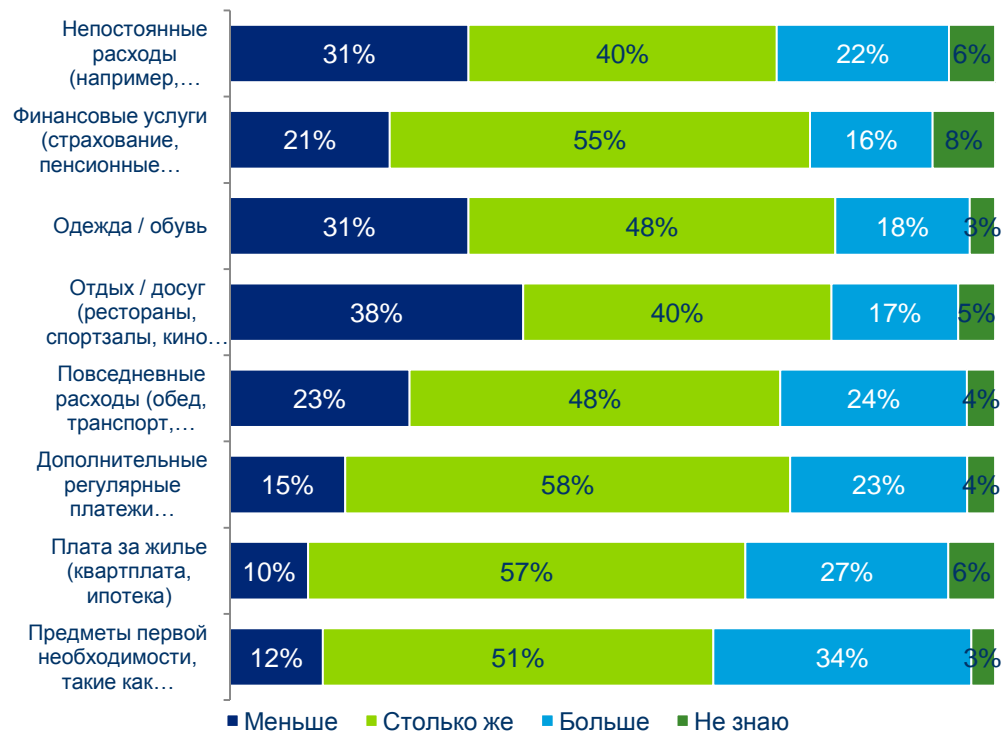
- Украинцы ведут себя очень рационально: в 2010 году по сравнению с 2009 годом на 11% больше респондентов основной причиной увеличения расходов назвали увеличение доходов (55% в отличие от 44%).
- Но вторая причина носит более эмоциональный характер: желание забыть о кризисе при совершении новогодних покупок превалирует для 42% украинцев.
- В Украине четверть потребителей отмечает, что появление на рынке новинок может стимулировать их потратить больше.

По сравнению с прошлым годом, как изменились ваши расходы?

Украина



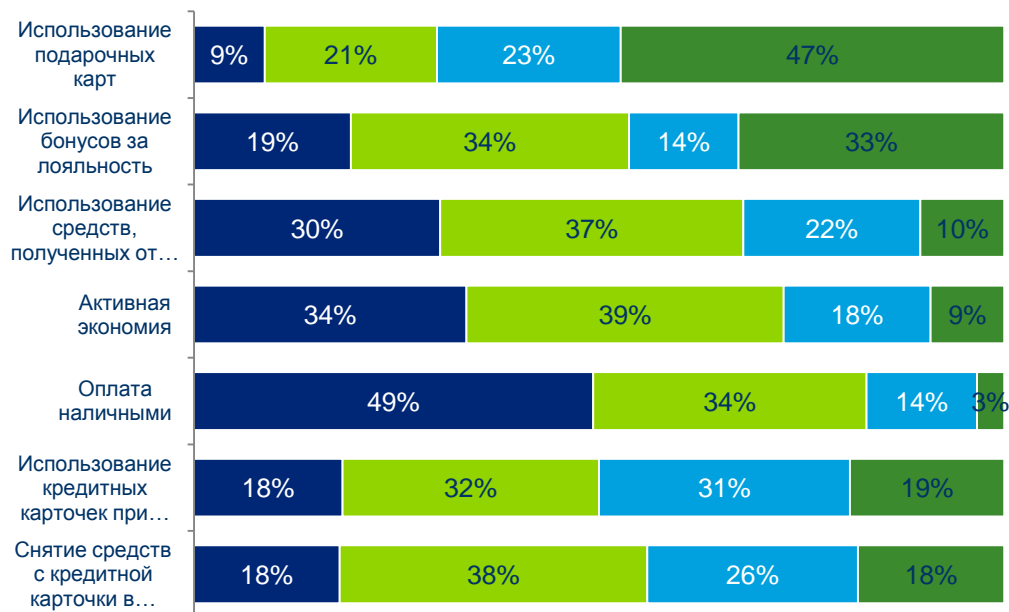
Европа



- Украинцы намерены потратить больше, чем год назад, но только на самое необходимое. 73% украинцев планируют потратить больше средств на жилье, 69% - на предметы первой необходимости и продукты питания. Такая же тенденция наблюдается в Польше и в России.
- В большинстве стран Европы данные расходы остаются на том же уровне, что и год назад. На одежду и нерегулярные расходы у большинства европейцев затраты не меняются, в то время как для почти половины украинцев такие затраты увеличатся.

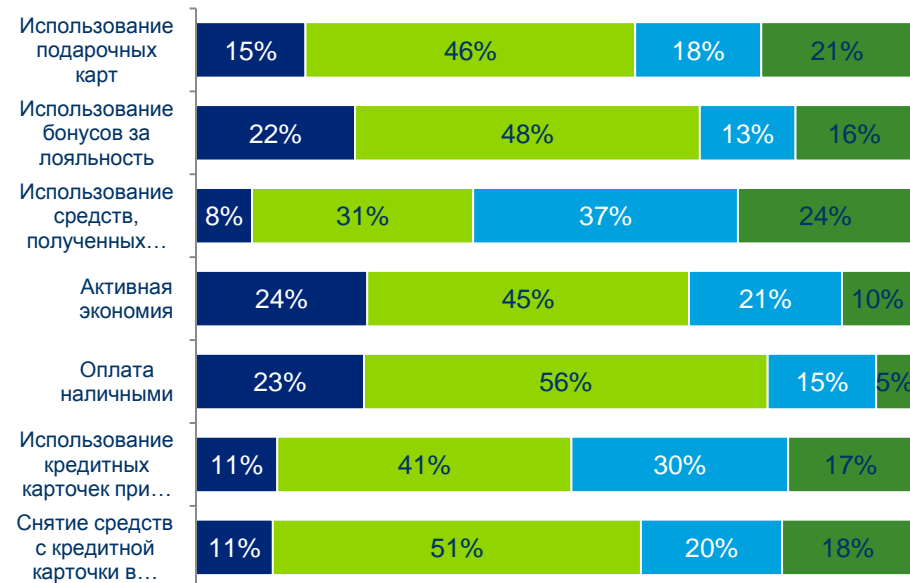
Как вы будете оплачивать новогодние праздники?

Украина



■ Больше ■ Примерно столько же ■ Меньше ■ Не знаю

Европа



■ Больше ■ Примерно столько же ■ Меньше ■ Не знаю

- Жители Украины будут за свои покупки расплачиваться преимущественно наличными, больше откладывать на новогодние праздники, а также брать займы у родственников.
- Украинцы планируют менее активно использовать кредитные карты как средство платежа. Наличными планируют больше рассчитываться 49% украинцев – это один из самых высоких показателей в Европе. Для сравнения, в России – 40%, Великобритании – 30%, Ирландии – 46%, Португалии – 37% и Греции – 35%. Эта тенденция особенно явно выражена в Южно-Африканской Республике – 59%.
- Больше потребителей намерены откладывать на новогодние праздники: в Украине – 34%, Ирландии – 31%, Португалии – 43%.
- 30% жителей Украины планируют брать кредиты, тогда как в Европе этот показатель равен лишь 8%.

Популярные подарки



Что бы вы хотели получить в подарок на Новый Год?

Первые 10 (1-10)	2010
Путешествия	53%
Деньги	52%
Домашний компьютер / ноутбук / периферийные устройства (принтер, внешний диск, монитор)	51%
Ювелирные изделия/часы	44%
Мобильные телефоны	41%
Цифровой фотоаппарат	34%
Одежда/обувь	30%
Косметика/Парфюмерия	28%
Спортивный инвентарь / спортивная одежда	28%
Электронные книжки	26%

Выбор №1	
Великобритания	Подарочные сертификаты
Ирландия	Подарочные сертификаты
Германия	Книги
Швейцария	Книги
Испания	Одежда/обувь
Греция	Одежда/обувь
Польша	Косметика/парфюмерия
Украина	Путешествия
Россия	Деньги

- Наиболее желанным подарком для 53% жителей Украины является путешествие. В прошлом году такой подарок хотели получить только 27% опрошенных. Путешествие в качестве подарка даже отодвинули на второе место деньги, которые были для украинцев актуальны в прошлом году.
- Европейцы в этом году в качестве подарков предпочитают деньги и подарочные сертификаты – такой подарок лидирует в 9 странах из 19. В прошлом году это был наиболее предпочтительный вариант только в 3 странах. Так же в Европе по прежнему популярны такие подарки, как книги, одежда и обувь. Обратите внимание, что такой подарок, как парфюмерия популярен только в Польше.
- Украинцы и россияне предпочитают высокотехнологичные подарки (домашние компьютеры, смартфоны, цифровые камеры и т.д.)

Что Вы подарите своим друзьям и родным (за исключением детей и подростков)?

Первые 10 (1-10)	2010
Косметика/Парфюмерия	55%
Шоколадные конфеты	46%
Ювелирные изделия/часы	42%
Деньги	40%
Цифровой фотоаппарат	33%
Мобильные телефоны	32%
Интерьер / произведения искусства / фарфор	31%
Книги	31%
Одежда/обувь	28%
Путешествия	25%

Выбор №1	
Великобритания	Косметика/парфюмерия
Ирландия	Косметика/парфюмерия
Германия	Подарочные сертификаты
Швейцария	Подарочные сертификаты
Испания	Одежда/обувь
Греция	Косметика/парфюмерия
Польша	Косметика/парфюмерия
Украина	Косметика/парфюмерия
Россия	Косметика/парфюмерия

- Как и в предыдущие годы, дарить родным и близким украинцы будут преимущественно косметику и сладости.
- Косметика приобретает популярность также и в Европе. Такой подарок является простым решением для людей, которые тщательно следят за предусмотренными бюджетом расходами. Кроме того, специалисты розничных сетей преуспели в совершенствовании своих предложений для покупателей, выпуская иногда товары под маркой собственных сетей.
- Сладости также существенно улучшили свои позиции.
- Подарочные сертификаты стали наиболее предпочтительным вариантом подарков в 5 странах по сравнению с 2 странами в прошлом году (Бельгия и Швейцария). Хотя деньги и находятся в тройке наиболее желаемых подарков в большинстве стран, чаще всего их предлагают в виде подарочных сертификатов. В Украине практика дарить подарочные сертификаты еще не так сильно распространена. В то же время, по сравнению с европейскими странами, в Украине чаще будут в качестве подарка предлагать технологические новинки.

Что Вы планируете дарить детям в качестве новогоднего подарка?

ТОП-10 (до 12 лет)	2010
Обучающие игры	68%
Творческие игры, конструкторы (например, Lego, Mega Blocks, разрисовки)	47%
Машинки, в том числе радиоуправляемые	43%
Велосипед / самокат / ролики	43%
Книги	41%
Головоломки ("паззлы")	39%
Настольные игры	35%
Мягкие игрушки в виде животных (медведи и др.)	35%
Спортивный инвентарь / спортивная одежда	34%
Видеоигры	33%

ТОП-10 (12-18 лет)	2010
Мобильные телефоны	41%
Спортивный инвентарь / спортивная одежда	39%
MP3 плеер/iPod	37%
Деньги	37%
Цифровой фотоаппарат	34%
Домашний компьютер / ноутбук / аппаратура IT (принтер, внешний жесткий диск, монитор)	32%
Книги	32%
Одежда/обувь	28%
Электронные книги	28%
Велосипед/самокат/ролики	27%

- Детям до 12 лет в Европе будут дарить преимущественно развивающие игры и одежду. Высокий уровень согласия прослеживается в Европе относительно образовательных игр в качестве приоритетного подарка для детей в 2010 году. Эта тенденция актуальна и для Украины – подарки для детей будут в основном обучающие (настольные игры, книги и развивающие игры), либо полезные.
- Для детей от 12 до 18 лет основными подарками станут технологические новинки и спортивный инвентарь. В этом году товары с большими техническими возможностями вошли в тройку наиболее желаемых подарков. Книги, занимавшие в прошлом году 1-е место, опустились на 7-е, а деньги со 2-го до 4-го.

Стратегия для розничных продавцов и производителей

- При разработке стратегии продаж в новогодние праздники предприятиям розничной торговли следует учитывать приверженность потребителей к новинкам, товарам с оптимальным соотношением цены, качества и функциональности, полезным и недорогим подаркам. Предложив ассортимент товаров, максимально соответствующий этим запросам, предприятия розничной торговли смогут достичь роста продаж даже на фоне неблагоприятных экономических условий.
- Еще один путь к сердцу потребителей – создание собственных, недорогих торговых марок. Как показало исследование «Делойт», в этом году их популярность значительно возросла и в дальнейшем этот рост будет продолжаться.
- Больше половины опрошенных, желая избежать очередей, выразили готовность делать покупки через Интернет. Поэтому создание комфортных условий для совершения покупки должно стать стратегической задачей для предприятий розничной торговли, так как это позволит удержать клиентов в будущем. Стратегическое преимущество получают те ритейлеры, которые обеспечат относительно равномерное посещение посетителями своих магазинов, избежав длинных очередей.
- Опрос также показал рост уровня доверия к Интернет-рекламе и информации в социальных сетях. Ритейлеры могут использовать этот инструмент для продвижения своих товаров.

Методология исследования

В Украине исследование проводилось в течение двух последних недель сентября 2010 года.

В исследовании приняли участие более 700 человек в возрасте от 18 до 65 лет. Опрос проводился путем Интернет-анкетирования. Для получения надежных и достоверных результатов исследования мы опросили широкую выборку потребителей в разрезе пола, возраста (18-65 лет), регионов и уровня дохода, относительно их настроений, планируемых расходов на подарки, дополнительные продукты питания для праздничного стола, а также развлечения и проведение досуга вне дома.

80% респондентов – жители Харькова (23% от выборки), Киева (20%), Львова (8%), Одессы (8%), Николаева (7%), Днепропетровска (6%), Донецка (4%), Сум (4%).

Выводы исследования основаны на информации, собранной компанией «Делойт» совместно с Q&A Research and Consultancy.

Контакты



Контактные лица в компании Делойт



Григорий Павлоцкий
Партнер «Делойт»

Руководитель направления
"Компаний розничной и
оптовой торговли"



Андрей Степанов
Партнер «Делойт»

Руководитель направления
консалтинга



Александр Черинько
Менеджер «Делойт»

Менеджер налогово-
юридического отдела

Deloitte.

Copyright © 2010 ПрАТ «Делойт энд Туш ЮСК». Все права защищены.

2010 ПрАТ «Делойт и Туш ЮСК» Все права защищены.

Наименование «Делойт» относится к одному либо любому количеству юридических лиц, входящих в «Делойт Туш Томацу Лимитед», частную компанию с ответственностью участников в гарантированных ими пределах, зарегистрированную в соответствии с законодательством Великобритании; каждое такое юридическое лицо является самостоятельным и независимым юридическим лицом. Подробная информация о юридической структуре «Делойт Туш Томацу Лимитед» и входящих в нее юридических лиц представлена на сайте www.deloitte.com/about. Подробная информация о юридической структуре «Делойта» в СНГ представлена на сайте www.deloitte.com/ru/about.