



НАЛОГИ ГЛАЗАМИ РОССИЯН

ИССЛЕДОВАНИЕ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКИХ
ГРАЖДАН И ИХ ОТНОШЕНИЯ К НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ

2020 ГОД

СОДЕРЖАНИЕ

01

Вводное слово

3

02

Методология

4

03

Изменения в налоговой культуре и отношении к налоговой системе в кризисный период

6

04

Налоговая культура и отношение к налоговой системе в докризисный период

10

05

Результаты опроса населения

15

06

Результаты контент-анализа социальных сетей

50

07

Результаты сопоставления отдельных кластеров

57

08

О респондентах и профилях в социальных сетях

65

09

Приложения

69

10

Контакты и авторы

72

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



Левон Айрапетян
руководитель
направления “Налоговая
политика” фонда
“Центр стратегических
разработок”

Уважаемые читатели,

Фонд «Центр стратегических разработок» (ЦСР) рад представить Вашему вниманию результаты исследования налоговой культуры российских граждан и их отношения к налоговой системе.

Целью данного исследования является выявление объективного уровня налоговой культуры россиян и качественная оценка их отношения к налоговой системе, что достигается с помощью комплексного подхода к работе с полученными данными.

В рамках социологического опроса мы определили текущий уровень налоговой культуры россиян, оценив их информированность о налогах и налоговых льготах для физических лиц, отношение ко введению прогрессивной шкалы налогообложения и уклонению от уплаты налогов, а также готовность к электронному взаимодействию с налоговыми органами.

Обязанность уплачивать налоги — остросоциальная тема, что является ограничительным фактором в высказывании откровенной позиции участниками опроса. Для выявления скрытых тенденций в отношении граждан к теме налогов был использован уникальный подход — анализ цифровых следов, оставляемых россиянами в социальной сети ВКонтакте. Анализ тональности цифровых следов и группировка пользователей соцсети по психотипам раскрывает новый глубинный пласт информации, которая может быть полезна для повышения налоговой культуры россиян.

С помощью кластерного анализа, основанного на общих признаках респондентов и пользователей соцсетей, нам удалось добиться более высокого уровня достоверности полученных результатов.

Сбор, совмещение и анализ данных из разных источников (результаты социологического опроса, цифровые следы в сети ВКонтакте, результаты кластерного анализа) позволили нам получить качественно новые данные об уровне налоговой культуры российских граждан и их отношении к налоговой системе.

Отправной точкой для проведения данного исследования послужил отчет ОЭСР об уровне налоговой культуры¹, выпущенный в 2019 году, в котором в том числе анализируются факторы, побуждающие людей платить налоги. В отчете ОЭСР содержатся в основном общемировые данные и рекомендуется проводить исследования налоговой культуры на национальном уровне, что и было сделано командой ЦСР.

Основное исследование проведено на основе данных, полученных в декабре 2019 года, которые отражают настроение населения в «докризисное» время, то есть при стабильной социально-экономической ситуации в стране.

Однако на фоне кризиса, развернувшегося в связи с распространением COVID-19, мы дополнили наше исследование результатами дополнительного опроса, проведенного ЦСР в мае 2020 года, которые отражают мнение населения по трем основным вопросам в условиях экономических шоков начала 2020 года.

Мы полагаем, что после выхода из кризисной ситуации выводы, сделанные в данном исследовании в отношении «докризисного» периода, вновь обретут свою актуальность.

Мы уверены, что данное исследование послужит полезным источником данных как для принятия решений в области национальной налоговой политики, так и для проведения научных исследований по налоговой тематике.

С уважением,
Левон Айрапетян

¹ «Tax Morale: What Drives People and Businesses to Pay Tax?», OECD

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предмет исследования:

отношение граждан к теме «Налоги»

Задачи исследования:

- Выявить отношение людей к предмету исследования (к теме «налоги» в целом и к конкретным аспектам налоговых норм и правил) на основе данных 2019 года;
- Оценить уровень культуры и грамотности населения РФ в аспекте налоговых норм и правил на основе данных 2019 года;
- Оценить изменение мнения населения по отдельным вопросам в кризисное время на основе данных 2020 года.

Результаты настоящего исследования основаны на двух количественных методиках сбора данных:

- Опрос населения: анализ результатов анкетирования 1600 респондентов, проживающих на территории РФ, по квотной выборке.
- Анализ цифровых следов населения в социальной сети ВКонтакте в декабре 2019 года: анализ социальных сетей при помощи алгоритмов контентного анализа с последующей выгрузкой 200 000 записей и дальнейшей квотной выборкой и анализом 2 000 записей из них.

В рамках исследования проведен кластерный анализ на основе данных 2019 года.

Кластер: группа респондентов и пользователей, имеющая обязательные общие признаки, — половозрастную структуру и регион.

Кластерный анализ основан на гипотезе о том, что результаты опроса (для отдельных групп населения, которые схожи по социально-демографическому профилю и таким признакам, как «главное в жизни», «вероисповедание» и «политические взгляды» с отдельными группами контент-анализа) можно экстраполировать на результаты анализа отдельных групп профилей социальных сетей.

Глоссарий

Цифровой след (ЦС) — запись, оставленная пользователем социальной сети (комментарий, пост/репост).

Семантический анализ — этап в последовательности действий алгоритма автоматического понимания текстов, заключающийся в выделении семантических отношений, формировании семантического представления текстов.

Тональность — оценка эмоциональной составляющей по шкале «позитивная-нейтральная-негативная».

Сентимент-анализ — класс методов контент-анализа в компьютерной лингвистике, предназначенный для автоматизированного выявления в текстах эмоционально окрашенной лексики и эмоциональной оценки авторов (мнений) по отношению к предмету исследования.

Психометрический анализ — анализ набора открытых данных профиля социальной сети на предмет его отношения к тому или иному психотипу. В нашем исследовании мы используем две основные методики, принятые научным и профессиональным сообществом, — MBTI и BIG5.

03

**ИЗМЕНЕНИЯ
В НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЕ
И ОТНОШЕНИИ
К НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ
В КРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД**

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Выводы

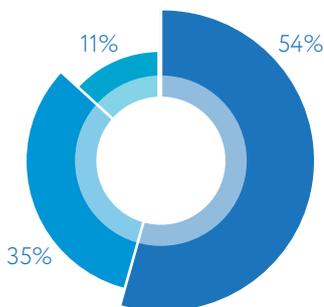
- В кризисный период увеличилась доля граждан, которые допускают неуплату налогов, а также тех, кто не имеет своей позиции по данному вопросу.
- Рост числа граждан, оправдывающих неуплату налогов, можно объяснить тем, что в связи с шоками начала 2020 года у населения уменьшились доходы, и при этом около половины трудящихся опасаются уменьшения заработной платы в будущем.

Данные мониторинга настроений граждан на фоне шоков начала 2020 года (май 2020 года)*

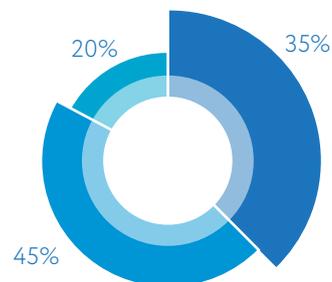
- Более 60% граждан отмечают снижение доходов в мае 2020 года по сравнению с февралем 2020 года, из них 43% отмечают падение доходов более, чем на 15%.
- Около 53% опрошенных респондентов высоко оценивают риск снижения заработной платы.
- Примерно 3 из 4 россиян волнуются о росте цен и удорожании жизни в связи с последствиями ограничений, вызванных COVID-19.

Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к ситуации, когда физические лица уклоняются от уплаты налогов?

Данные опроса на конец декабря 2019 года



Данные опроса на начало мая 2020 года



- Налоги обязательны к уплате, и нельзя оправдать того, кто их не уплачивает
- Иногда допустимо не уплачивать налоги
- Затрудняюсь ответить

*Мониторинг настроений граждан проводился ЦСР в мае 2020 года, результаты были презентованы 12.05.2020 на официальном YouTube-канале ЦСР.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Выводы

- В кризисный период заметно выросло число граждан, не знающих, на какие цели государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи. При этом в условиях кризиса у населения наблюдается больший интерес к такой информации по сравнению с докризисным периодом.
- Возросший интерес граждан можно объяснить усиливающейся ролью государства в экономике и регулярно анонсируемыми антикризисными мерами.
- В свою очередь снижение осведомленности граждан о бюджетных расходах можно предположительно связать с высокими темпами принятия государством антикризисных мер, из-за чего граждане могут не успевать отслеживать и усваивать необходимую информацию.

Скажите, пожалуйста, Вы знаете, на какие цели государством расходуются поступившие в бюджетную систему РФ налоговые платежи?

Данные опроса на конец декабря 2019 года



Данные опроса на начало мая 2020 года



- Да, знаю и регулярно слежу за этой информацией
- Знаю частично, иногда интересуюсь этой информацией
- Нет, не знаю, но было бы интересно узнать
- Нет, не знаю, и мне неинтересно

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Выводы

- В кризисный период незначительно снизилось количество граждан, поддерживающих введение прогрессивной шкалы налогообложения. Однако по-прежнему за данное нововведение выступают более 60% россиян.
- Незначительное снижение одобрения и рост неопределенности среди населения в отношении прогрессивной шкалы налогообложения можно объяснить тем, что на сегодня внимание россиян частично отвлечено от справедливости налоговой системы в пользу **более важных текущих вопросов**.

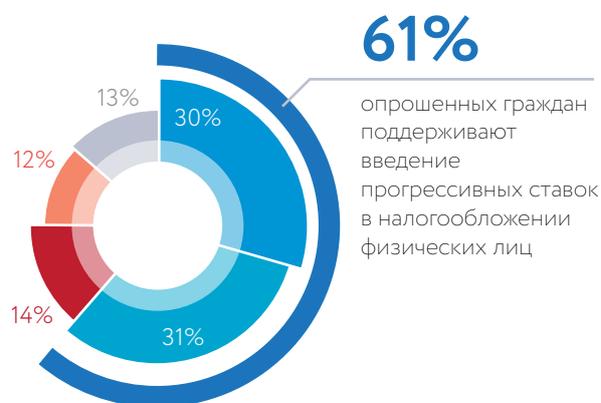
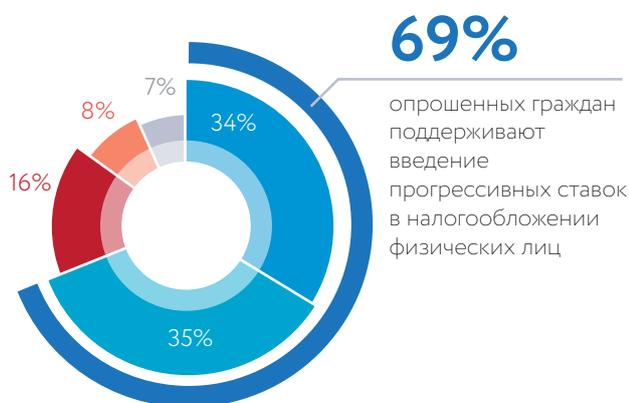
Данные мониторинга настроений граждан на фоне шоков начала 2020 года (май 2020 года)**

- Примерно 3 из 4 россиян волнуются о росте цен и удорожании жизни в связи с последствиями ограничений, вызванных COVID-19.
- Около 2/3 населения беспокоятся, что им не хватит денег на поддержание привычного образа жизни.
- Около 53% граждан высоко оценивают риск снижения заработной платы.

Скажите, пожалуйста, каково Ваше отношение к прогрессивной ставке** налогообложения в налогах, установленных для физических лиц?

Данные опроса на конец декабря 2019 года

Данные опроса на начало мая 2020 года



- Полностью поддерживаю
- Поддерживаю, но не уверен, что данное введение будет внедрено корректно
- В целом не поддерживаю, но возможно правительство сможет выработать оптимальное для всех решение
- Абсолютно не поддерживаю
- Затрудняюсь ответить

*Мониторинг настроений граждан проводился ЦСР в мае 2020 года, результаты были презентованы 12.05.2020 на официальном YouTube-канале ЦСР.

**Чем выше доход (стоимость имущества), тем выше ставка по налогу на доходы (имущество физических лиц).

04

НАЛОГОВАЯ КУЛЬТУРА
И ОТНОШЕНИЕ
К НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЕ
В ДОКРИЗИСНЫЙ
ПЕРИОД

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

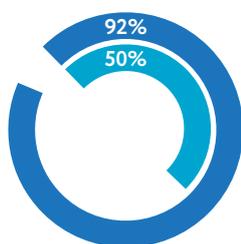
В целом уровень налоговой культуры россиян можно охарактеризовать как удовлетворительный (индекс равен 0,65 по шкале от 0 до 1).



Большинство россиян позитивно относятся к переходу на электронное взаимодействие с налоговыми органами, а также одобряют введение прогрессивной шкалы налогообложения, однако их уровень доверия к государству в вопросе уплаты налогов не самый высокий: треть опрошенных по-прежнему одобряет неуплату налогов и считает, что прогрессивная шкала будет внедрена некорректно. Молодое совершеннолетнее население (18–29 лет) наиболее отстранено от темы налогов.

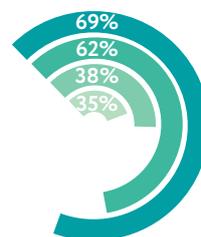
Общий уровень налоговой культуры*	0,65
1. Индекс информированности граждан	0,66
2. Индекс сложности процедуры уплаты налогов	0,66
3. Индекс лояльности к уклонению от уплаты налогов	0,54
4. Индекс наличия опыта использования налоговых льгот	0,67
5. Индекс знания подачи декларации о доходах в инспекцию ФНС	0,56
6. Индекс заинтересованности граждан в расходовании государством налоговых поступлений	0,58
7. Индекс наличия позиции в отношении прогрессивной ставки налогообложения	0,93
8. Индекс распространения ИНН в бумажной форме	0,93
9. Индекс цифровизации налоговых уведомлений	0,51
10. Индекс распространенности сервиса «Личный кабинет налогоплательщика»	0,67
11. Индекс лояльности к электронной форме налоговых уведомлений	0,64

Индекс информированности граждан находится на уровне выше среднего (0,66).



- знают, какие налоги они обязаны уплачивать.
- проинформированы о всех налогах для физических лиц

По мнению россиян, процедура уплаты налогов для физических лиц является скорее простой (индекс сложности оценен на уровень ниже среднего (0,66)).



- поддерживают введение прогрессивной шкалы ставок по налогам на доходы и имущество
- знают, на какие цели государством расходуются уплаченные ими налоги
- ничего не знают о том, как государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи, однако большинству все же хотелось бы об этом узнать
- считают, что иногда не уплачивать налоги допустимо

* Общий уровень налоговой культуры — взвешенный показатель ранжируемых по значимости оценок по 11 индексам (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Тональность высказываний россиян в интернете по налоговой тематике в целом нейтральная, однако наибольший интерес граждане проявляют к цифровым следам с негативной тональностью, что характерно для любой остросоциальной темы. Чаще всего комментарии, посты и репосты по налоговой тематике оставляют люди – «мастера слова», которые могут объективно оценить сложившуюся ситуацию, обладая запасом новых идей и способностью к убеждению (психотип – INTP «Критик»).

Цифровых следов по теме «Налоги» с позитивной тональностью **на 8 п. п. больше**, чем с негативной.

Средняя тональность цифровых следов по теме «Налоги» нейтральная – **0,51 пункт** по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится» к одному цифровому следу* по теме «Налоги» – **4,3 шт.**



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Налоги» – **0,8 шт.**



Вовлеченность** пользователей в цифровые следы с негативной тональностью выше, чем с позитивной более чем в полтора раза.



Психотип	Количество	Баланс положительных	Вовлеченность в негативные	Вовлеченность в позитивные
Критик (INTP)	14%	16%	1,7	1,9
Инициатор (ENFP)	7%	24%	7,0	3,6
Наставник (ENFJ)	4%	-5%	50,2	4,5
Предприниматель (ENTJ)	6%	-3%	13,2	9,5

Топ-20 слов по частоте упоминания в цифровых следах по теме «Налоги»:

Слово	Частота	Баланс тональности***	Слово	Частота	Баланс тональности***
1. Россия	12%	+16%	11. новый	4%	8%
2. платить	9%	-3%	12. активный гражданин	4%	98%
3. гражданин	6%	17%	13. государство	4%	-2%
4. деньги	5%	-15%	14. страна	3%	25%
5. города	5%	27%	15. НДС	3%	7%
6. госпошлины	4%	53%	16. ИП	3%	3%
7. документы	4%	-2%	17. Путин	2%	1%
8. госуслуги	4%	90%	18. ЕНВД	2%	-3%
9. проект	4%	25%	19. чиновники	2%	30%
10. центр	4%	32%	20. офшоры	2%	26%

* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

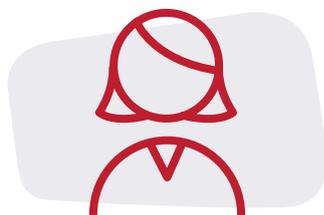
** Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

*** Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Кластерный анализ позволил расширить проведенное исследование, дополнив результаты опроса самостоятельно оставленными в интернете цифровыми следами, что позволило сформировать более объективное представление о налоговой культуре россиян и их отношении к налоговой системе. По итогам кластерного анализа были выделены две самые репрезентативные группы населения, портреты и мнения которых приведены ниже.

КЛАСТЕР 1



Пол: Женщины

Место проживания: Центральный федеральный округ

Возрастная категория: 18–29 лет

Жизненные приоритеты: семья и дети

Политические взгляды: умеренные



Социальное положение

- Образование: высшее (65%)
- Имеют работу (54%)
- Уровень материального положения: средний и низкий
- Интересы: бизнес и работа



Налоговая культура

- Хорошо проинформированы о налогах и налоговых режимах (индекс 0,73)
- Частично информированы о расходовании налоговых поступлений государством
- Сложность уплаты налогов характеризуют как чуть ниже среднего (индекс 0,57)
- Отрицательно относятся к неплательщикам налогов

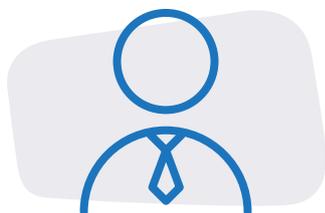


Цифровой след по теме "Налоги"

- Тональность цифровых следов: нейтральная (0,50)
- Записей с положительной тональностью больше
- Вовлеченность в позитивные цифровые следы выше среднего и превышает вовлеченность в негативные
- Характерные психотипы: «Романтик» (INFP), «Мастер» (ISTP) и «Гуманист» (INFJ)

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

КЛАСТЕР 2



Пол: Мужчины

Место проживания: Приволжский федеральный округ

Возрастная категория: 30-39 лет

Жизненные приоритеты: семья и дети

Политические взгляды: умеренные



Социальное положение

- Образование: высшее (61%)
- Работают в коммерческих организациях (74%)
- Уровень материального положения: высокий и средний
- Интересы: образование



Налоговая культура

- Хорошо проинформированы о налогах и налоговых режимах (индекс 0,70)
- Частично либо плохо проинформированы о расходовании налоговых поступлений государством
- Сложность уплаты налогов характеризуют как чуть ниже среднего (индекс 0,63)
- Отношение к уклонению от уплаты налогов можно характеризовать как пассивно – негативное



Цифровой след по теме "Налоги"

- Тональность цифровых следов: нейтральная (0,53)
- Записей с положительной тональностью больше
- Вовлеченность в позитивные цифровые следы выше среднего и превышает вовлеченность в негативные
- Характерные психотипы: «Мастер» (ISTP)

05

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА
НАСЕЛЕНИЯ

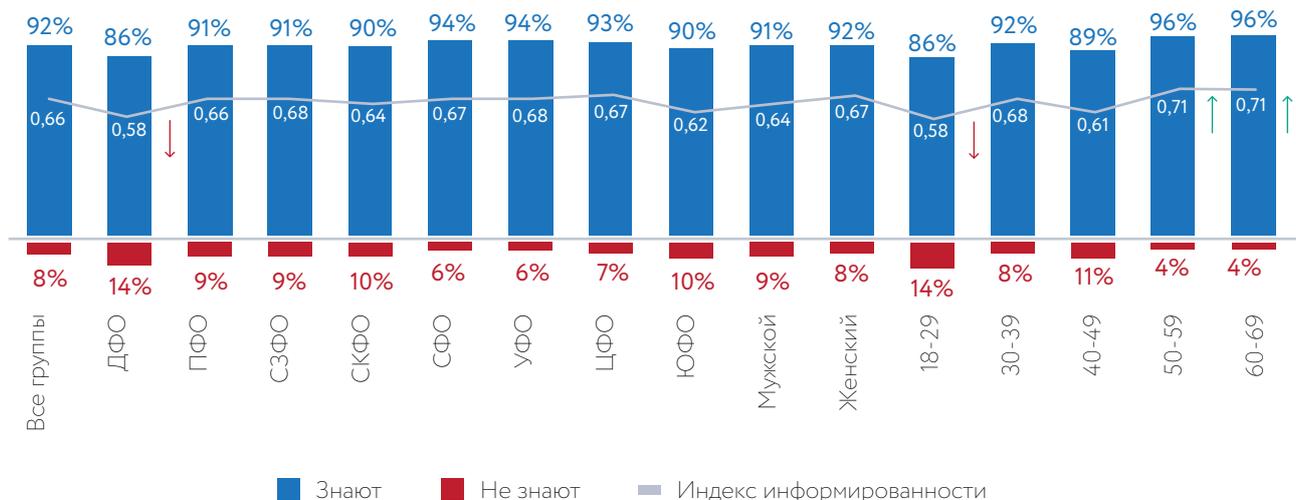
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Знаете ли Вы, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России?



Индекс информированности* граждан в общем уровне налоговой культуры 0,66.

Информированность в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

- Индекс информированности граждан находится на уровне выше среднего (0,66).
- Абсолютное большинство опрошенного населения (92%) знают, какие налоги они обязаны уплачивать.
- Половина россиян (50%) проинформированы о всех налогах для физических лиц.
- Только 8% граждан ничего не знают о налогах, однако большинству из них все-таки интересно узнать об этом.

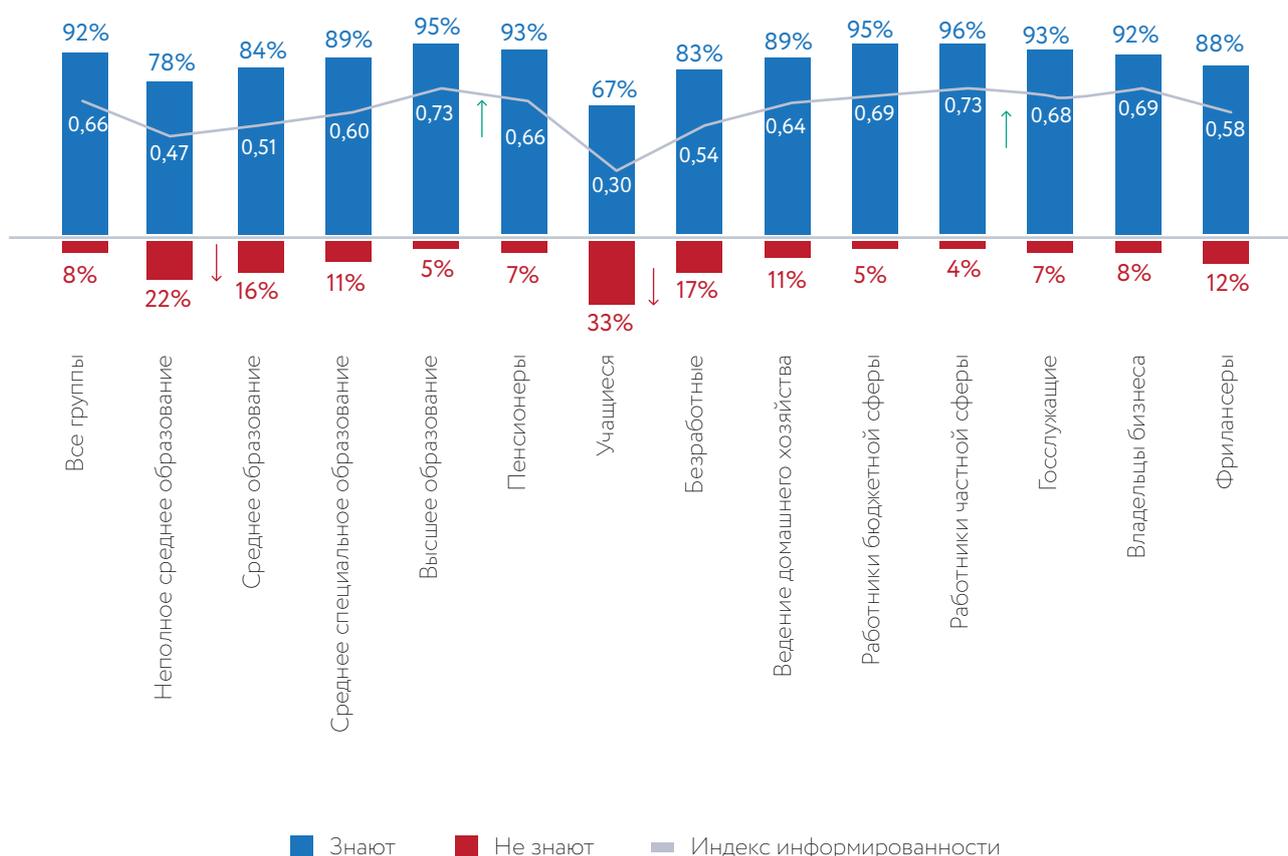
Особенности

- Среди жителей Дальневосточного федерального округа чаще встречаются граждане, которые не знают о том, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России (на 6 п. п. выше среднего).
- Среди респондентов в возрасте от 18 до 29 лет ниже доля тех, кто проинформирован о налогах (на 6 п. п. ниже), тогда как самыми проинформированными являются граждане в возрасте старше 50 лет (индекс информированности на 5 пунктов выше среднего).

* Индекс информированности: [доля тех, кто знает, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России – доля тех, кто не знает]

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Информированность в зависимости от социального положения



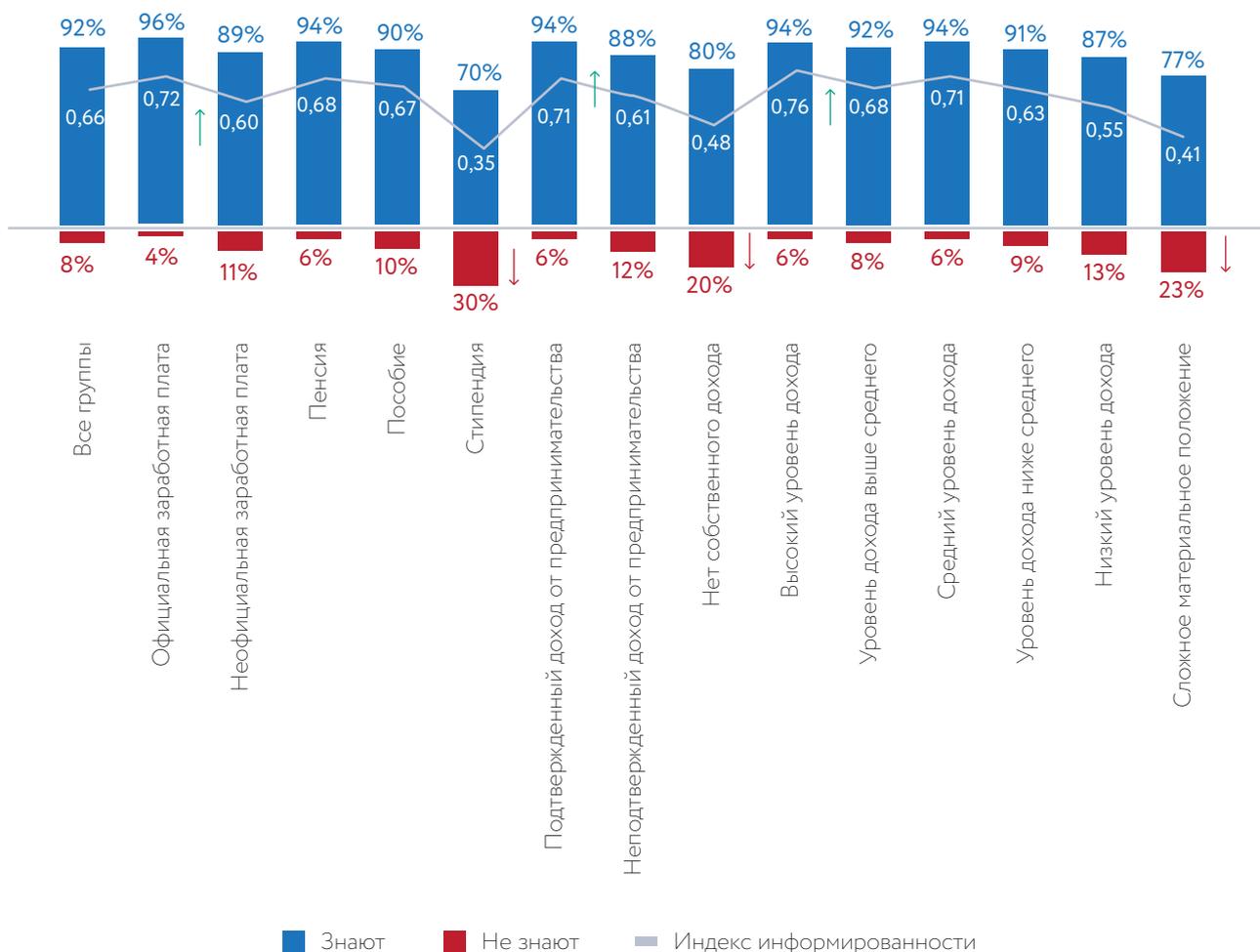
Особенности

- По мере роста степени образованности наблюдается тенденция роста доли россиян, проинформированных о налогах: с 78% среди респондентов с неполным средним образованием и до 95% среди россиян с высшим образованием.
- Работники частных компаний наиболее проинформированы о том, какие налоги они обязаны уплачивать (индекс информированности* на 7 пунктов выше, чем в среднем).
- Треть учащихся не знает о том, какие налоги обязаны уплачивать физические лица (33%). Кроме того не проинформированы об уплате налогов 17% безработных.

* Индекс информированности: [доля тех, кто знает, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России — доля тех, кто не знает]

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Информированность в зависимости от материального положения



Особенности

- Россияне, имеющие официальную заработную плату, а также предприниматели, имеющие подтвержденный доход, являются самыми проинформированными (индекс информированности* на 6 пунктов и 5 пунктов выше).
- По мере снижения уровня дохода доля граждан, не знающих о том, какие налоги обязаны платить физические лица, увеличивается: с 6% среди граждан с высоким уровнем дохода до 23% среди граждан со сложным материальным положением.
- Самый низкий индекс информированности характерен для респондентов, источником доходов которых является стипендия (0,35), а также для граждан, не имеющих собственного дохода вовсе (0,48).

* Индекс информированности: [доля тех, кто знает, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России – доля тех, кто не знает]

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Портрет самозанятого* в России



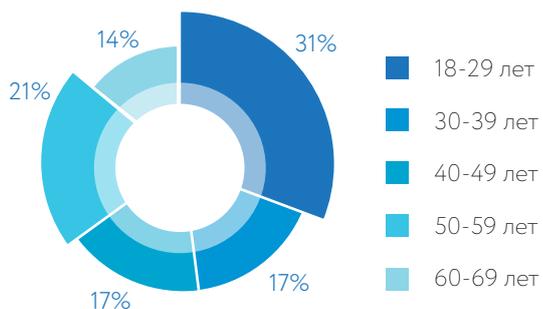
Пол: Мужчина

Средний возраст: 42 года

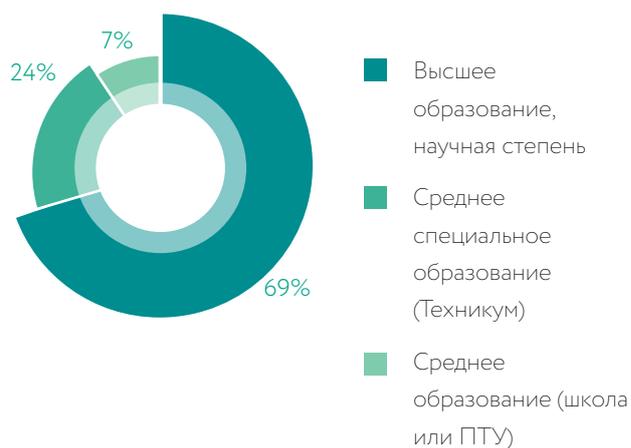
Образование: высшее

Уровень материального положения: среднее

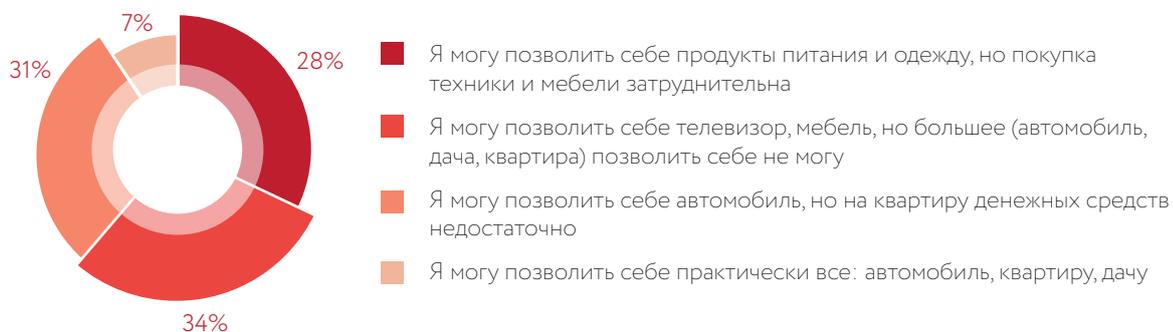
Возраст самозанятых



Образование самозанятых



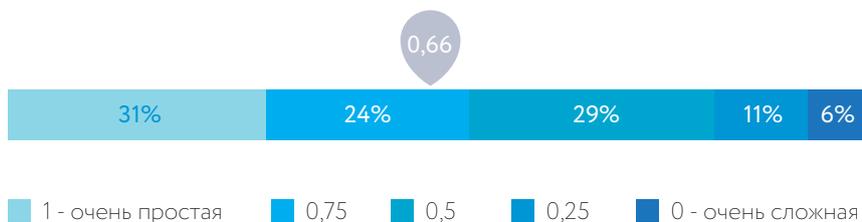
Материальное положение самозанятых



* На момент проведения опроса «режим для самозанятых» в виде налога на профессиональный доход был введен в виде пилотного проекта в 4-х субъектах РФ.

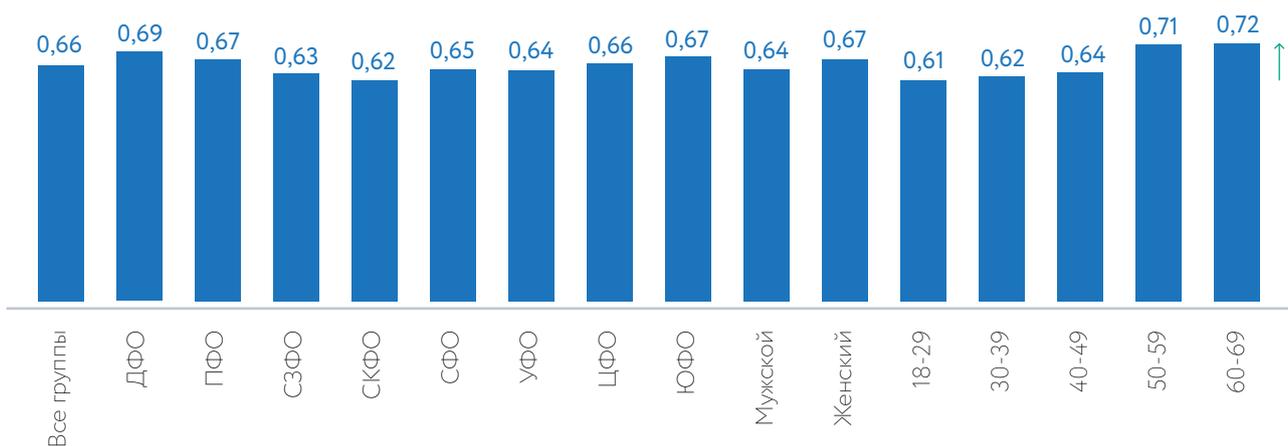
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Сложность процедуры уплаты налогов для физических лиц в России



Индекс сложности процедуры уплаты налогов* в общем уровне налоговой культуры 0,66.

Индекс сложности в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

- По мнению опрошенных россиян, процедура уплаты налогов является скорее простой (индекс сложности оценен на уровень ниже среднего (0,66)).

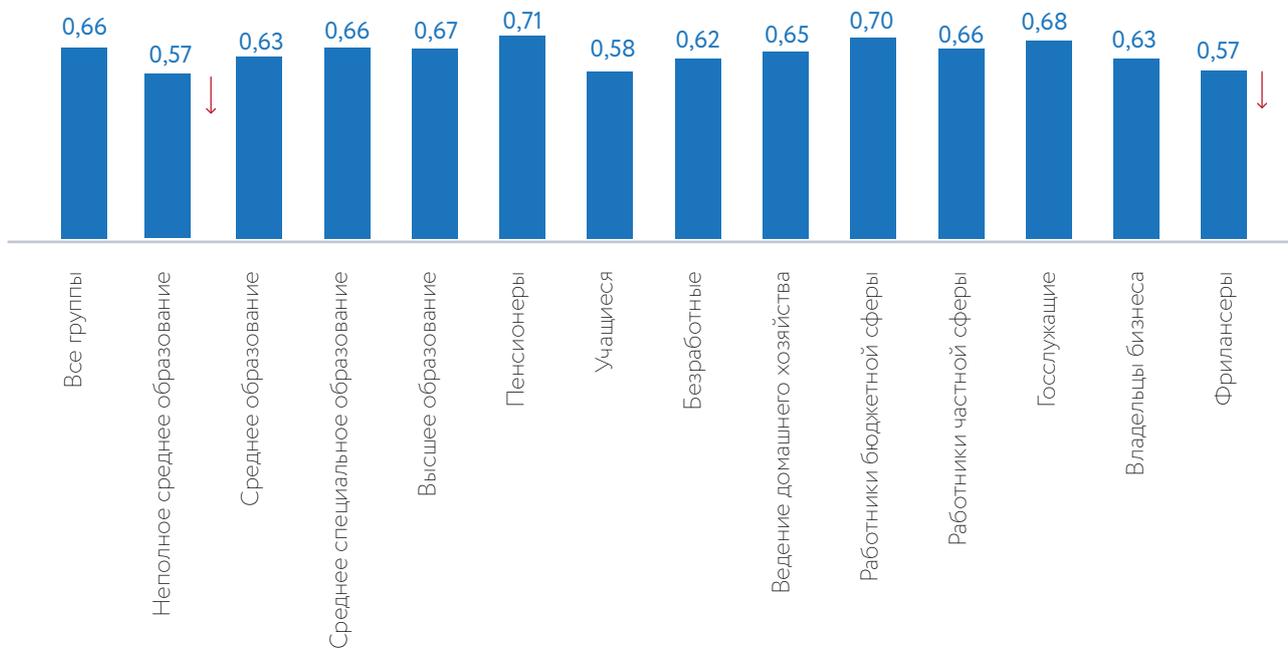
Особенности

- Среди всех возрастных групп уплата налогов является наиболее простой процедурой для граждан в возрасте от 50 лет и старше (на 6 пунктов выше среднего).

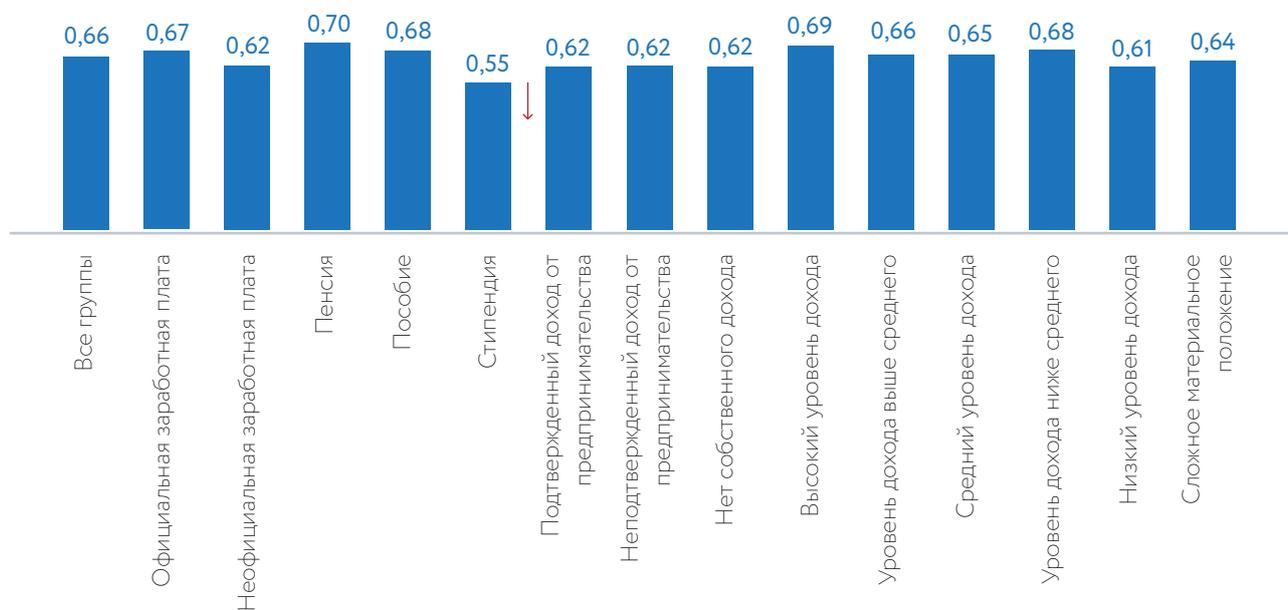
* Индекс сложности процедуры уплаты налогов — средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Индекс сложности* в зависимости от социального положения



Индекс сложности в зависимости от материального положения



Особенности

- Для фрилансеров и опрошенных граждан с неполным средним образованием процедура уплаты налогов по сложности оценена на средний уровень (на 9 пунктов ниже, чем в среднем).

* Индекс сложности процедуры уплаты налогов – средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

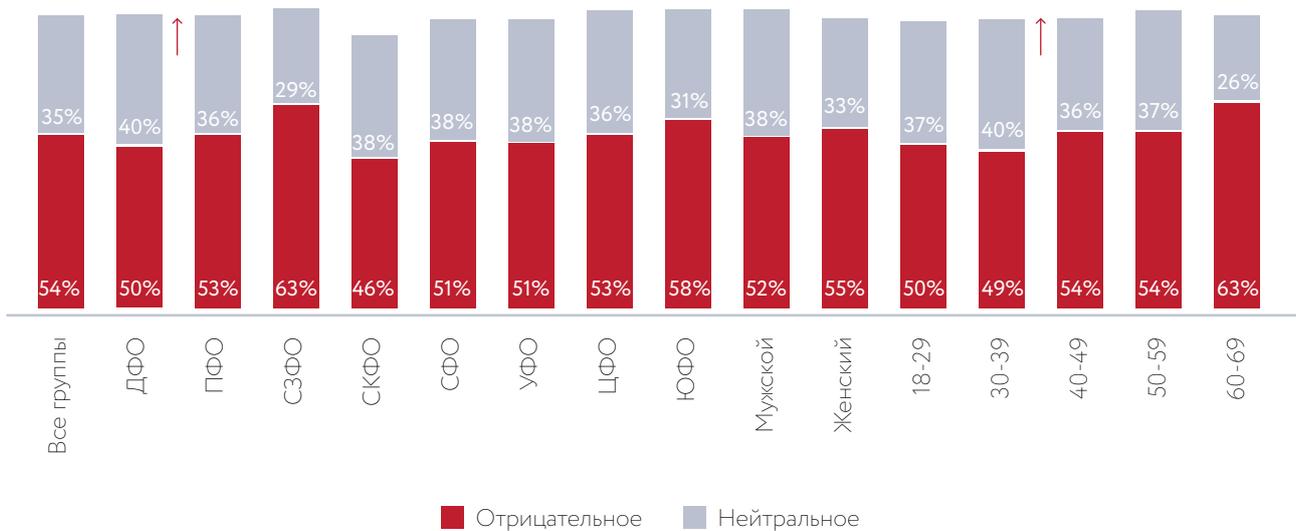
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к ситуации, когда физические лица уклоняются от уплаты налогов?



Индекс лояльности к уклонению от уплаты налогов в общем уровне налоговой культуры 0,54.

Отношение к неуплате налогов в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

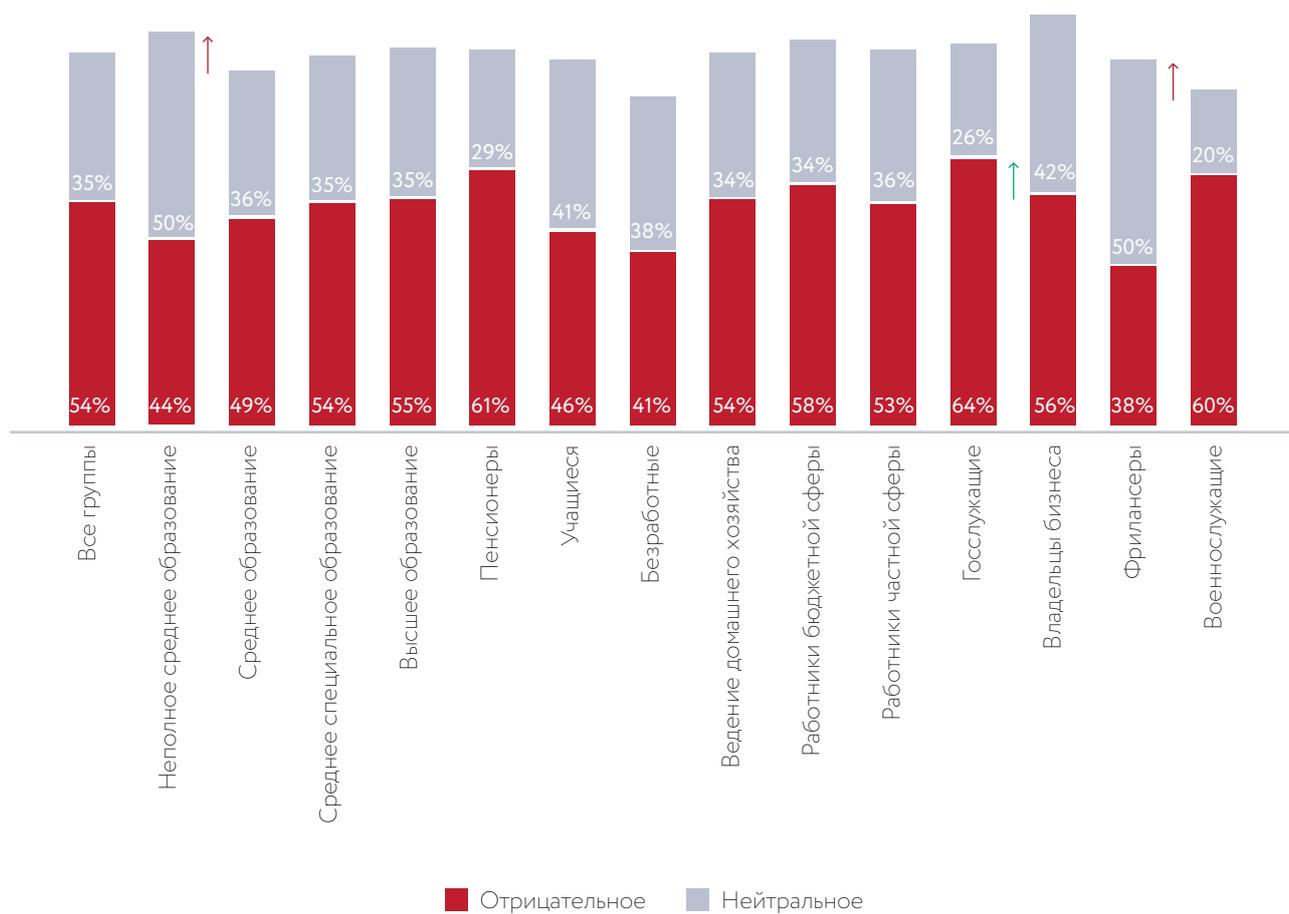
- Больше половины опрошенных респондентов (54%) негативно относятся к уклонению от уплаты налогов.
- Однако каждый третий россиянин (35%) считает, что такая ситуация допустима.

Особенности

- 40% опрошенных граждан в возрасте от 30 до 39 лет нейтрально относятся к уклонению от уплаты налогов. С ними солидарны 40% жителей Дальневосточного региона, что больше, чем в среднем по России.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к неуплате налогов в зависимости от социального положения

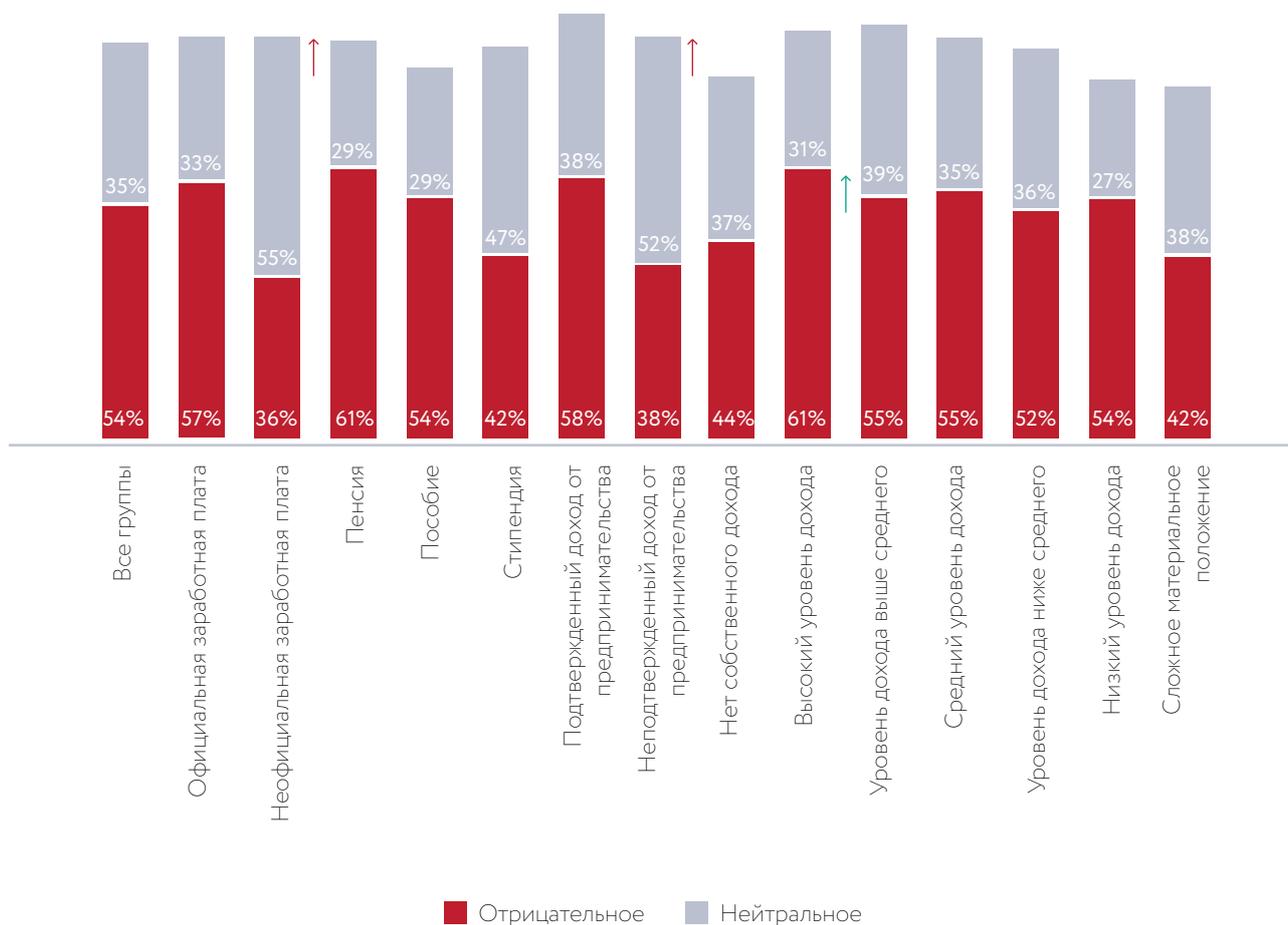


Особенности

- Каждый второй опрошенный с неполным средним образованием (50%) считает, что иногда допустимо не уплачивать налоги. С ним солидарны 50% фрилансеров.
- Доля респондентов, которые негативно относятся к уклонению от уплаты налогов, выше среди госслужащих (на 10 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к неуплате налогов в зависимости от материального положения



Особенности

- Доля тех, кто нейтрально относится к ситуации уклонения от уплаты налогов, выше среди респондентов с неофициальной заработной платой (на 20 п. п.), а также среди предпринимателей (на 17 п. п.), чьи доходы не подтверждены.
- По мере увеличения уровня дохода доля россиян, которые негативно относятся к уклонению от уплаты налогов, растет: с 42% среди граждан со сложным материальным положением до 61% среди граждан с высоким уровнем материального положения.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, есть ли у Вас опыт использования налоговых льгот?



Индекс наличия опыта использования налоговых льгот в общем уровне налоговой культуры 0,67.

Опыт использования налоговых льгот в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

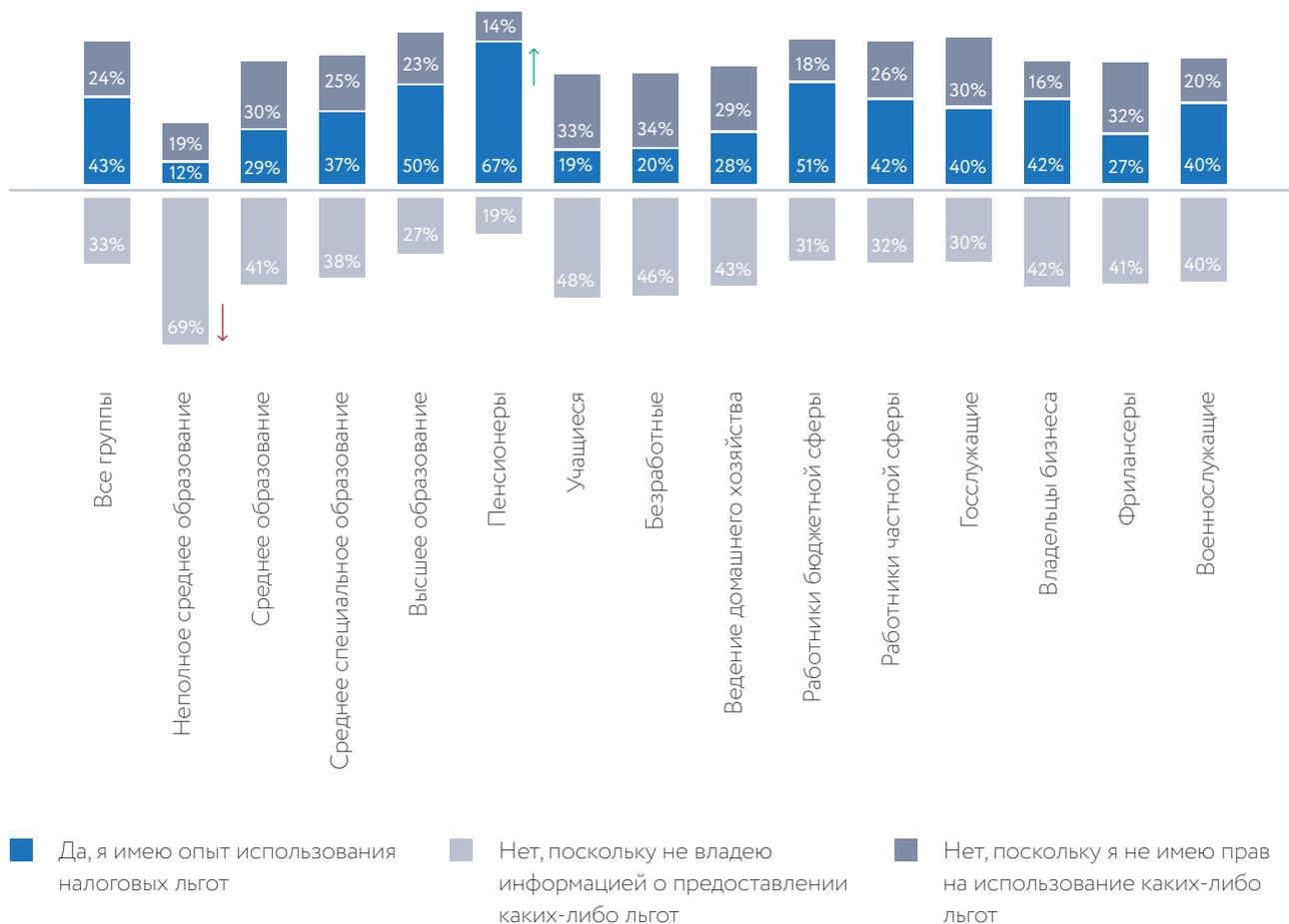
- Две трети опрошенного населения (67%) знают о наличии налоговых льгот, но только 43% респондента сообщили о том, что пользуются ими. При этом более половины (54%) пользуются налоговыми льготами именно по НДФЛ и (или) налогу на имущество.
- О том, что не владеют информацией о каких-либо налоговых льготах сообщили 33% опрошенных.

Особенности

- Использование налоговых льгот больше характерно для старшего поколения: две трети опрошенных россиян (66%) в возрасте от 60 лет и старше имеют такой опыт.
- Почти половина опрошенной молодежи (в возрасте от 18 до 29 лет) (47%) и вовсе ничего не знают о налоговых льготах.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Опыт использования налоговых льгот в зависимости от социального положения

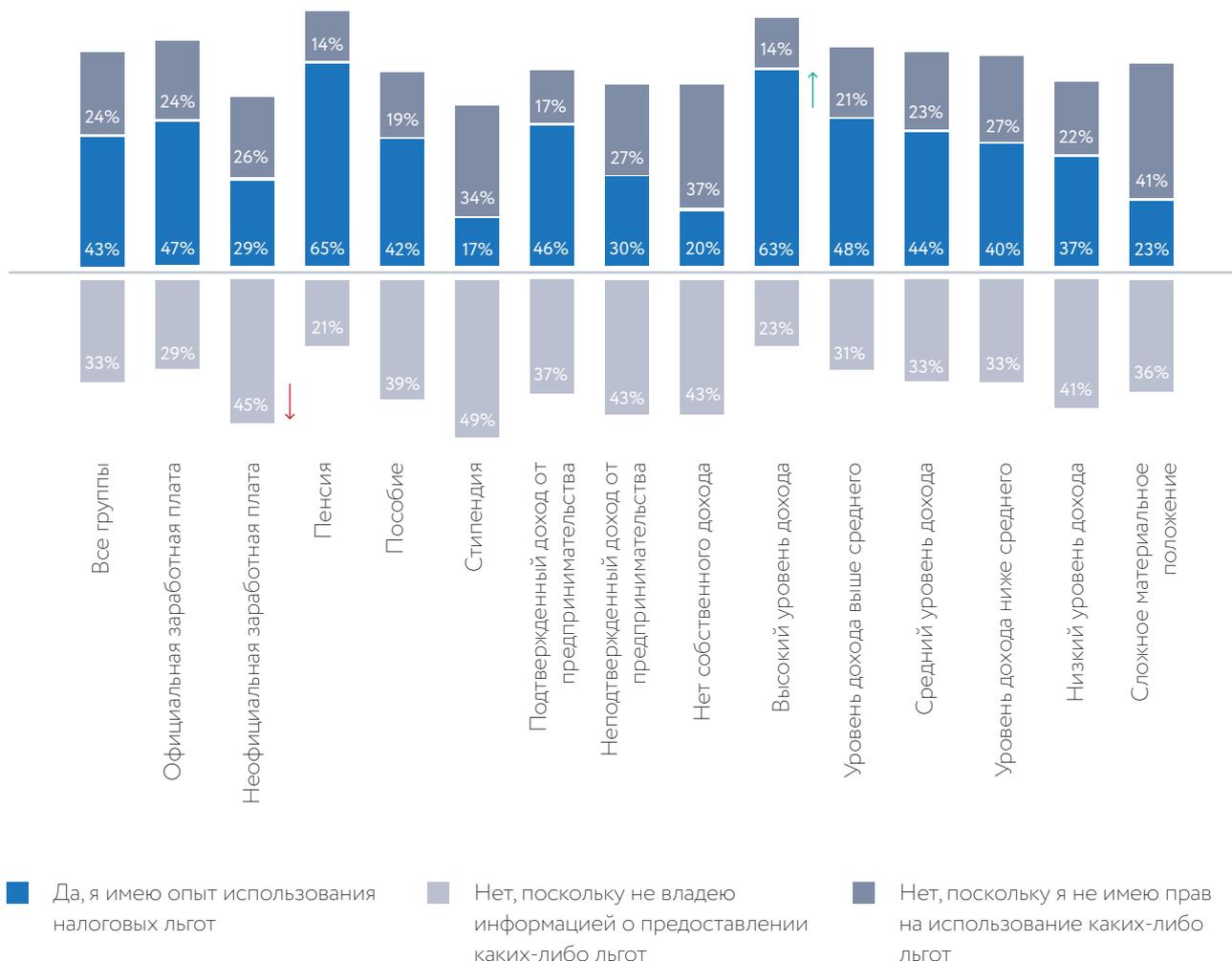


Особенности

- Среди работников бюджетной сферы несколько больше доля тех, кто имеет опыт использования налоговых льгот (на 8 п. п.).
- По мере увеличения степени образованности наблюдается тенденция повышения доли россиян, знающих и использующих налоговые льготы.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Опыт использования налоговых льгот в зависимости от материального положения

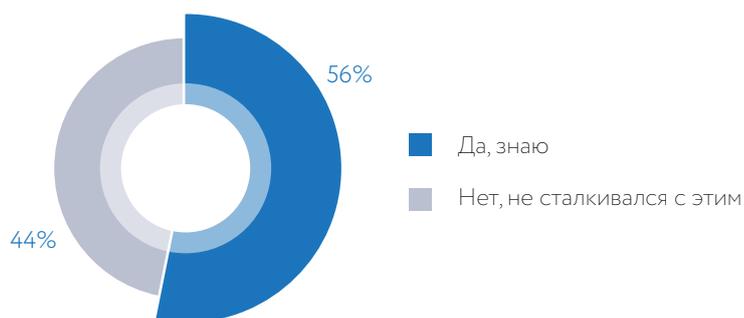


Особенности

- По мере улучшения материального положения увеличивается доля россиян, которые имеют опыт использования налоговых льгот: от 23% среди респондентов со сложным материальным положением до 63% — с высоким.
- 45% опрошенных респондентов, которые получают неофициальную заработную плату, не владеют никакой информацией о предоставлении каких-либо льгот.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, знаете ли Вы, как подать декларацию о доходах в инспекцию ФНС России?



Индекс знания подачи декларации о доходах в инспекцию ФНС России в общем уровне налоговой культуры 0,56.

Знание процедуры подачи декларации в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

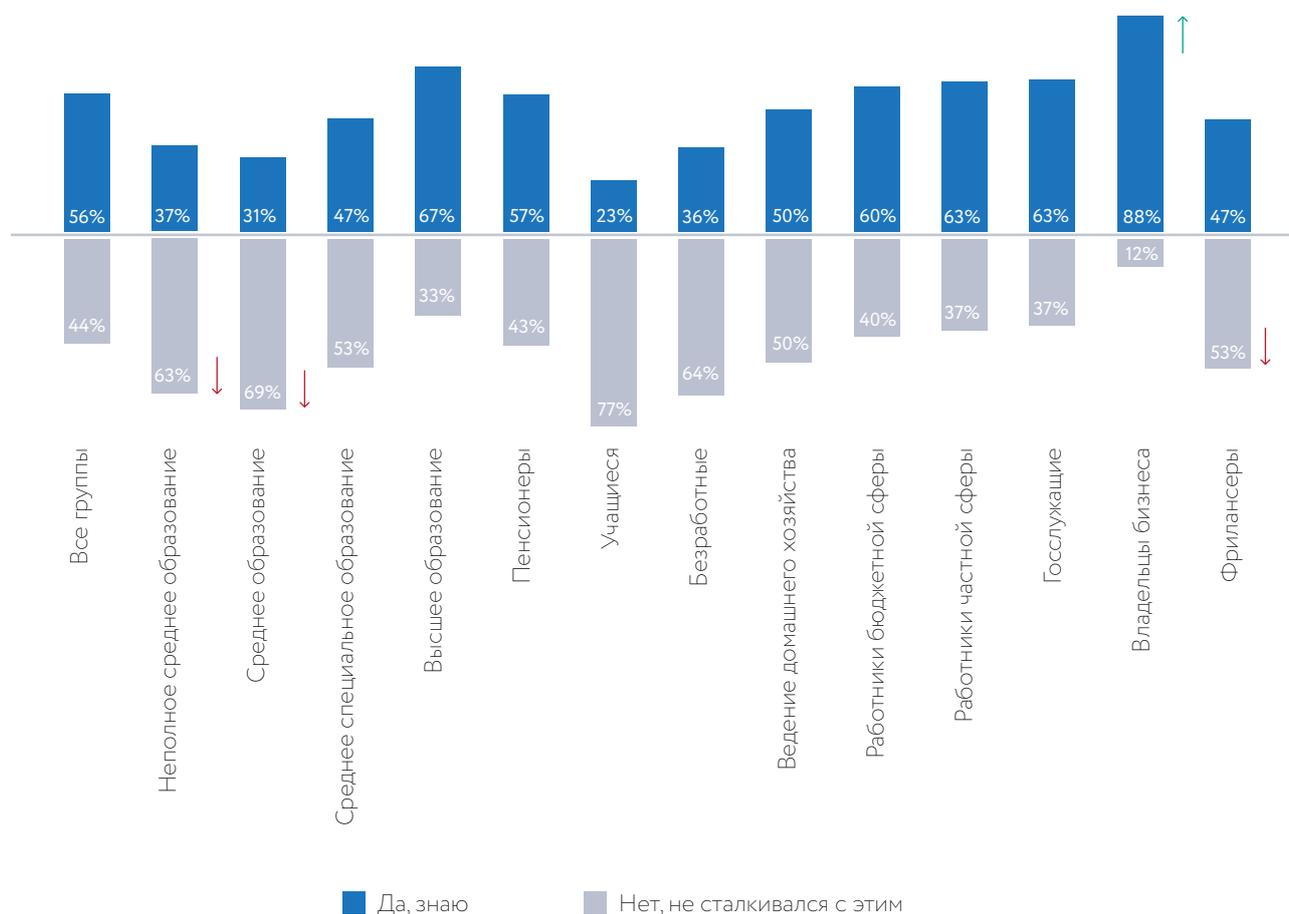
- Более половины опрошенных россиян (56%) знают, как подать декларацию о доходах в инспекцию ФНС России.

Особенности

- Доля тех, кто не знает, как подать декларацию о доходах в инспекцию ФНС России, выше среди жителей Северо-Кавказского федерального округа (на 15 п. п.), а также среди граждан в возрасте от 18 до 29 лет (на 10 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Знание процедуры подачи декларации в зависимости от социального положения

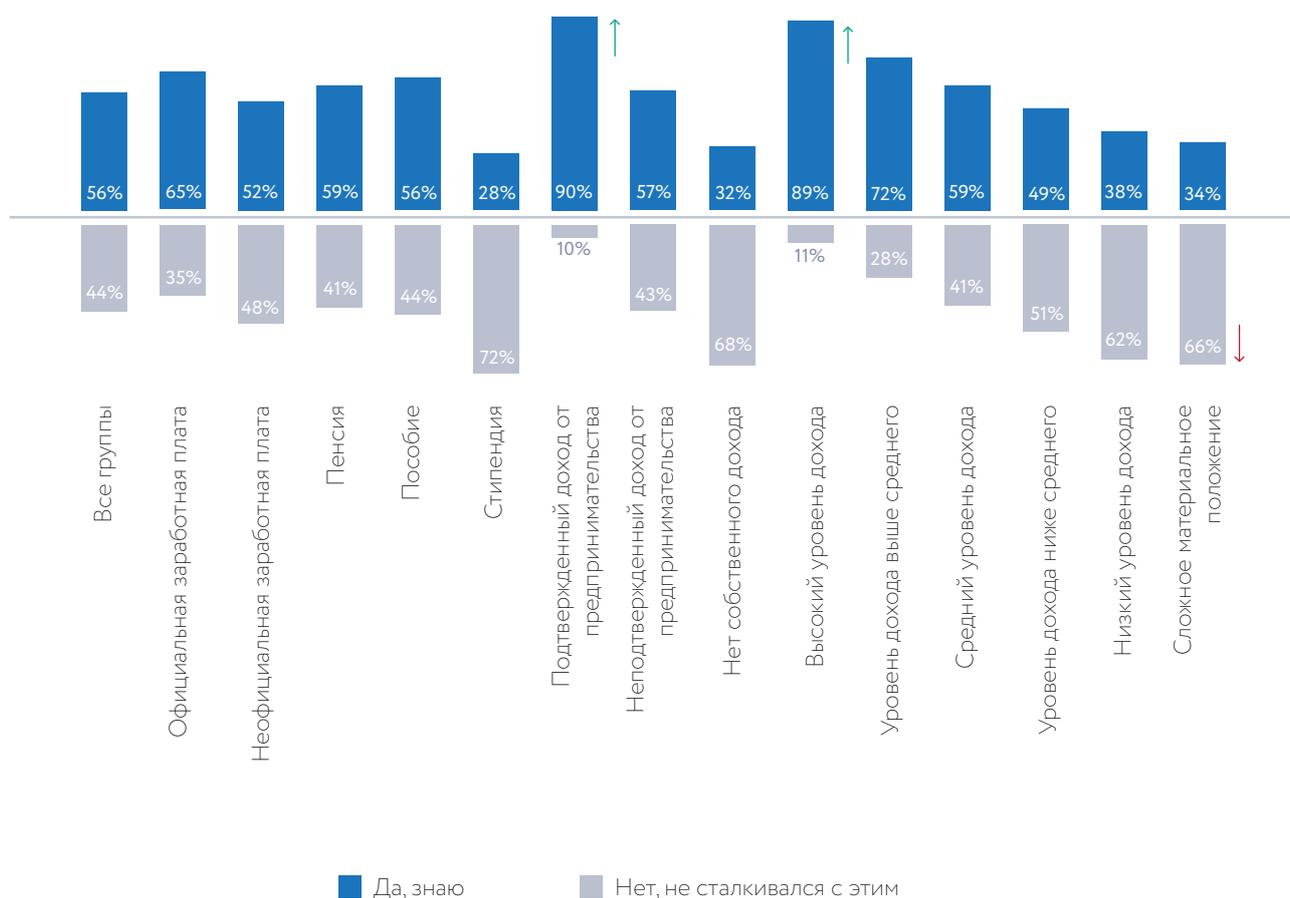


Особенности

- Девять из 10 владельцев собственного бизнеса (88%) имеют опыт подачи декларации о доходах. Напротив, больше половины фрилансеров (53%) с этим никогда и не сталкивались.
- По мере увеличения степени образованности наблюдается тенденция увеличения доли граждан, которые имеют опыт подачи декларации о доходах в инспекцию ФНС России: с 37% среди граждан с неполным средним образованием до 67% — с высшим образованием.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Знание процедуры подачи декларации в зависимости от материального положения



Особенности

- Девять из 10 граждан, которые имеют подтвержденный доход от предпринимательской деятельности, имеют опыт подачи декларации о доходах в налоговую инспекцию (что на 34 п. п. больше, чем в среднем по России).
- Наблюдается тенденция роста доли тех, кто сталкивался с подачей декларации, по мере увеличения уровня материального положения (с 34% до 89%).

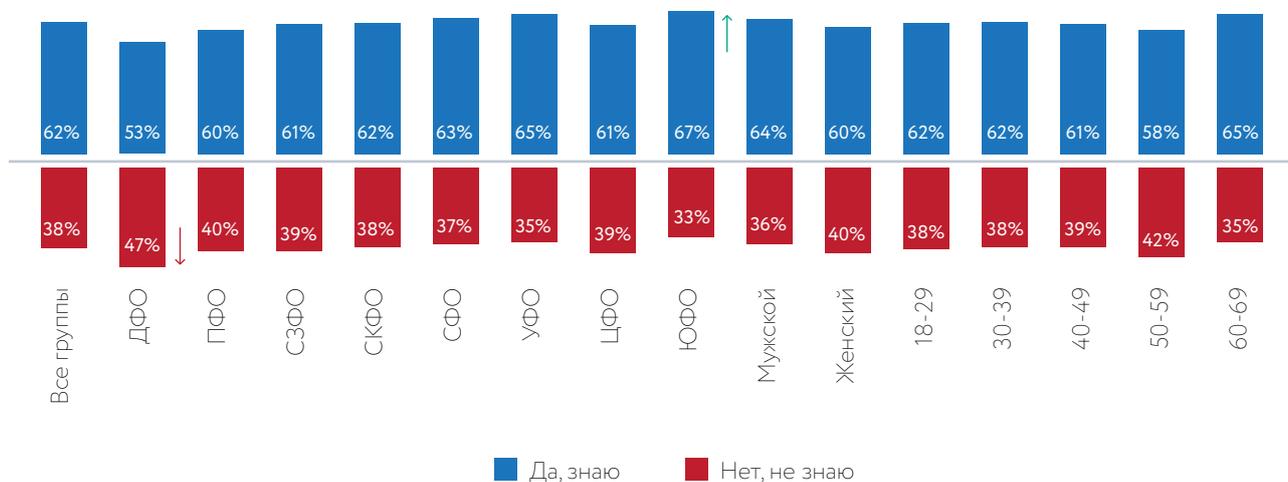
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, Вы знаете, на какие цели государством расходуются поступившие в бюджетную систему РФ налоговые платежи?



Индекс заинтересованности граждан в расходовании государством налоговых поступлений в общем уровне налоговой культуры 0,58.

Знание граждан о расходовании государством налоговых поступлений в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

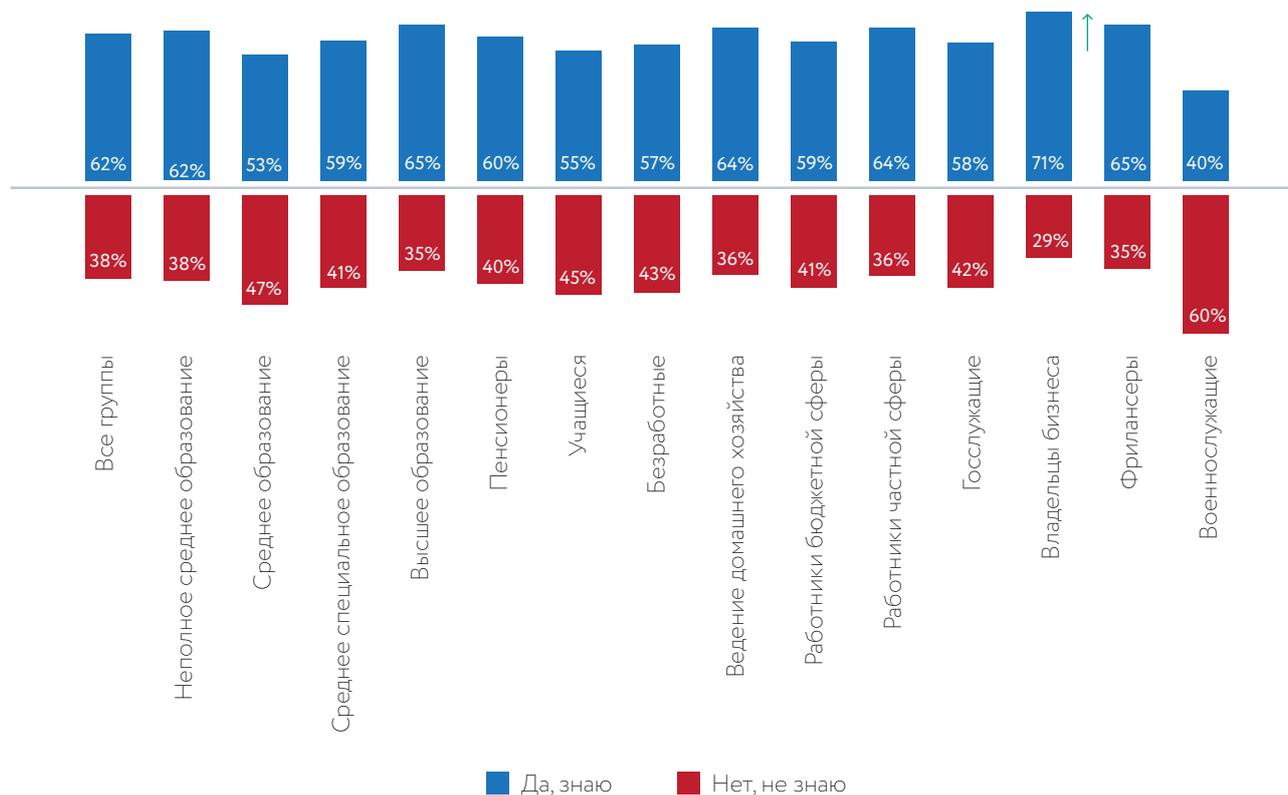
- Только 12% опрошенных россиян знают, куда государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи, и регулярно следят за этой информацией.
- Половина опрошенных (50%) сообщили о том, что иногда следят за данной информацией.
- 38% респондентов ничего не знают о том, как государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи, однако большинству все же хотелось бы об этом узнать.

Особенности

- Жители Южного федерального округа чаще, чем в среднем по стране, следят за информацией о расходовании государством налоговых поступлений (на 5 п. п.).
- Среди жителей же Дальневосточного региона позиция разделилась: 53% интересуются данной информацией, другие 47% — ничего не знают об этом.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Знание граждан о расходовании государством налоговых поступлений в зависимости от социального положения

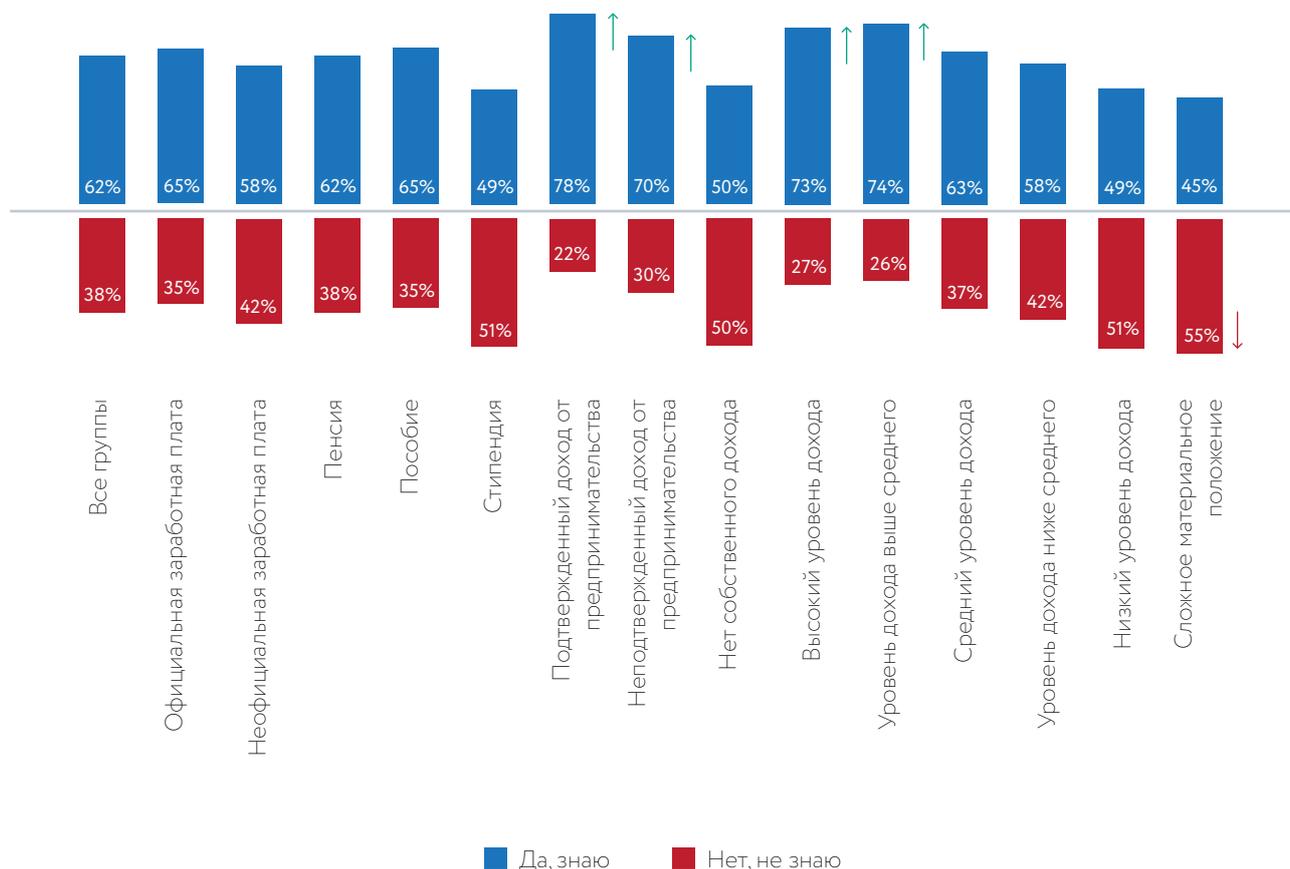


Особенности

- Владельцы собственного бизнеса более осведомлены о распределении налоговых поступлений, чем представители другого рода деятельности (на 9 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Знание граждан о расходовании государством налоговых поступлений в зависимости от материального положения

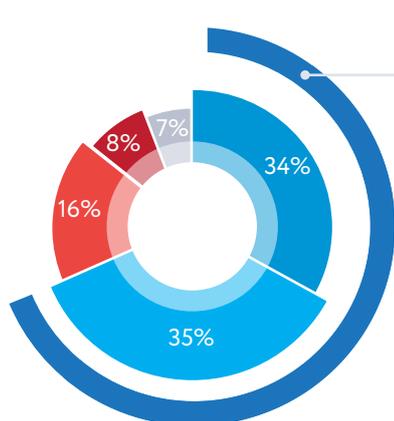


Особенности

- Среди опрошенных россиян с выше среднего и высоким уровнями дохода больше доля тех, кто знает, куда государством расходуются поступившие в бюджетную систему РФ налоговые платежи (на 12 п. п. и 11 п. п. выше среднего). А среди граждан с низким и сложным уровнями материального положения, наоборот, преобладает доля тех, кто вовсе не знает об этом (на 13 п. п. и 17 п. п., чем в среднем по России).
- Граждане, которые имеют доход от предпринимательской деятельности, чаще, чем в среднем по стране, следят за информацией о расходовании государством налоговых поступлений (на 8–16 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, каково Ваше отношение к прогрессивной ставке*
налогообложения в налогах, установленных для физических лиц?



69%

опрошенных граждан поддерживают введение прогрессивных ставок в налогообложении физических лиц.

- Полностью поддерживаю
- Поддерживаю, но не уверен, что данное введение будет внедрено корректно
- В целом не поддерживаю, но возможно правительство сможет выработать оптимальное для всех решение
- Абсолютно не поддерживаю
- Затрудняюсь ответить

Индекс наличия позиции в отношении прогрессивной ставки налогообложения в общем уровне налоговой культуры 0,93.

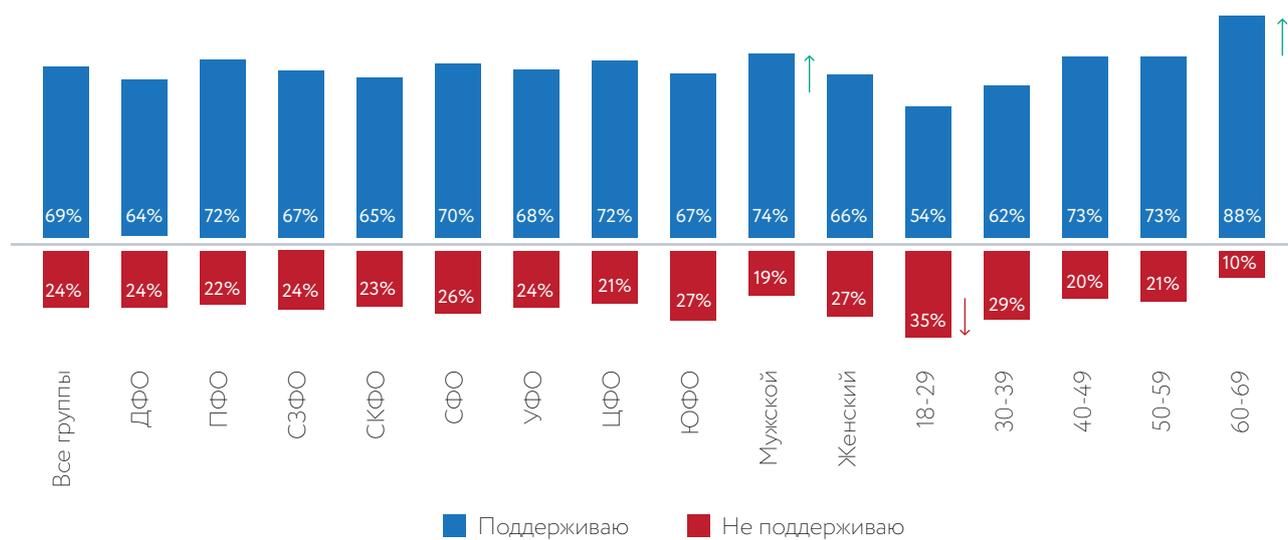
Тренд

- Каждый третий россиянин (34%) полностью поддерживает введение прогрессивной ставки налогообложения.
- Еще треть респондентов (35%) с ними солидарны, однако имеют сомнения в корректном проведении этого шага.
- 24% опрошенных граждан не поддерживают данную идею.

* Чем выше доход (стоимость имущества), тем выше ставка по налогу на доходы (имущество физических лиц)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к прогрессивной ставке налогообложения в налогах, установленных для физических лиц, в зависимости от социально-демографического признака



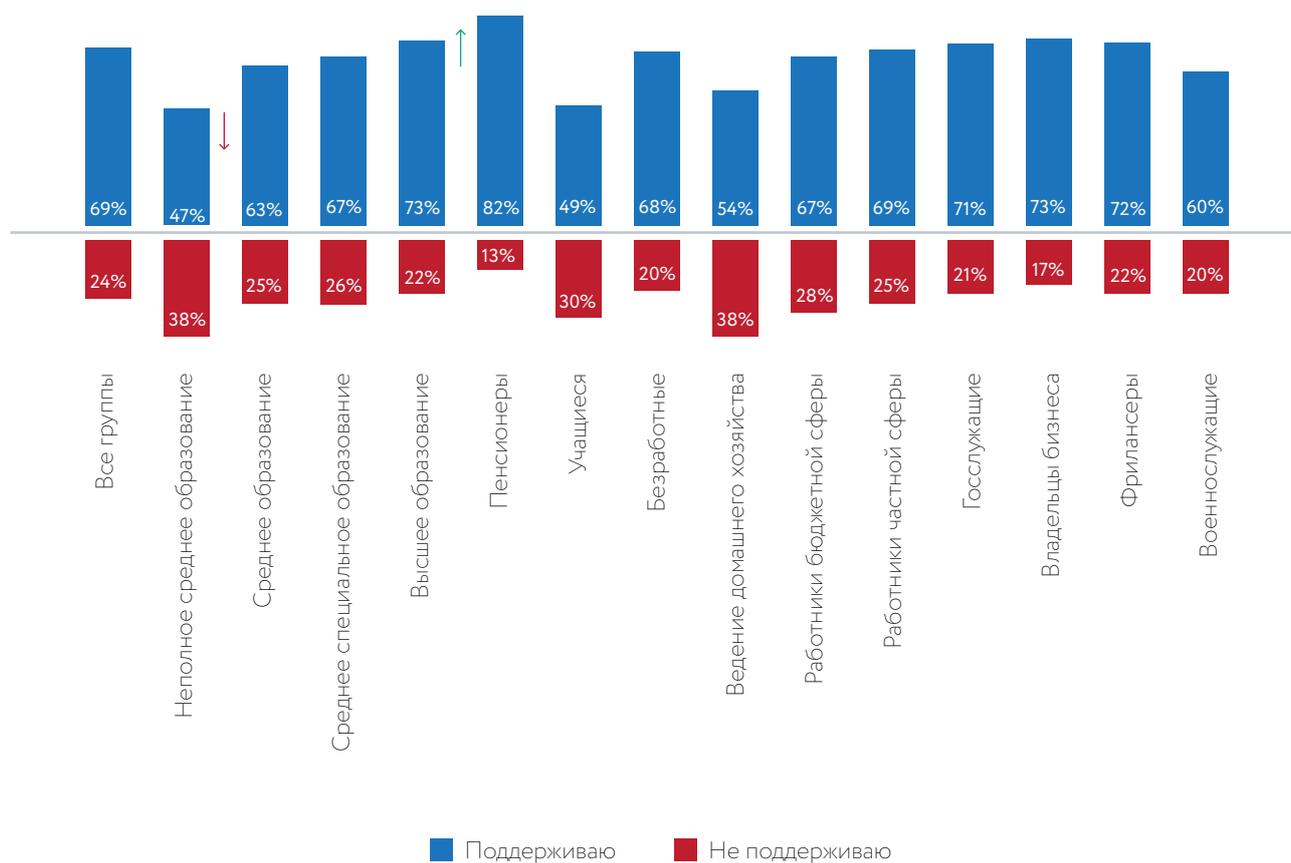
Особенности

- Мужчины несколько больше, чем женщины, поддерживают внедрение прогрессивной ставки^а налогообложения (на 8 п. п.).
- Также наблюдается тенденция поддержки данного введения по мере увеличения возраста (с 54% до 88%).

^а Чем выше доход (стоимость имущества), тем выше ставка по налогу на доходы (имущество физических лиц)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к прогрессивной ставке налогообложения в налогах, установленных для физических лиц, в зависимости от социального положения



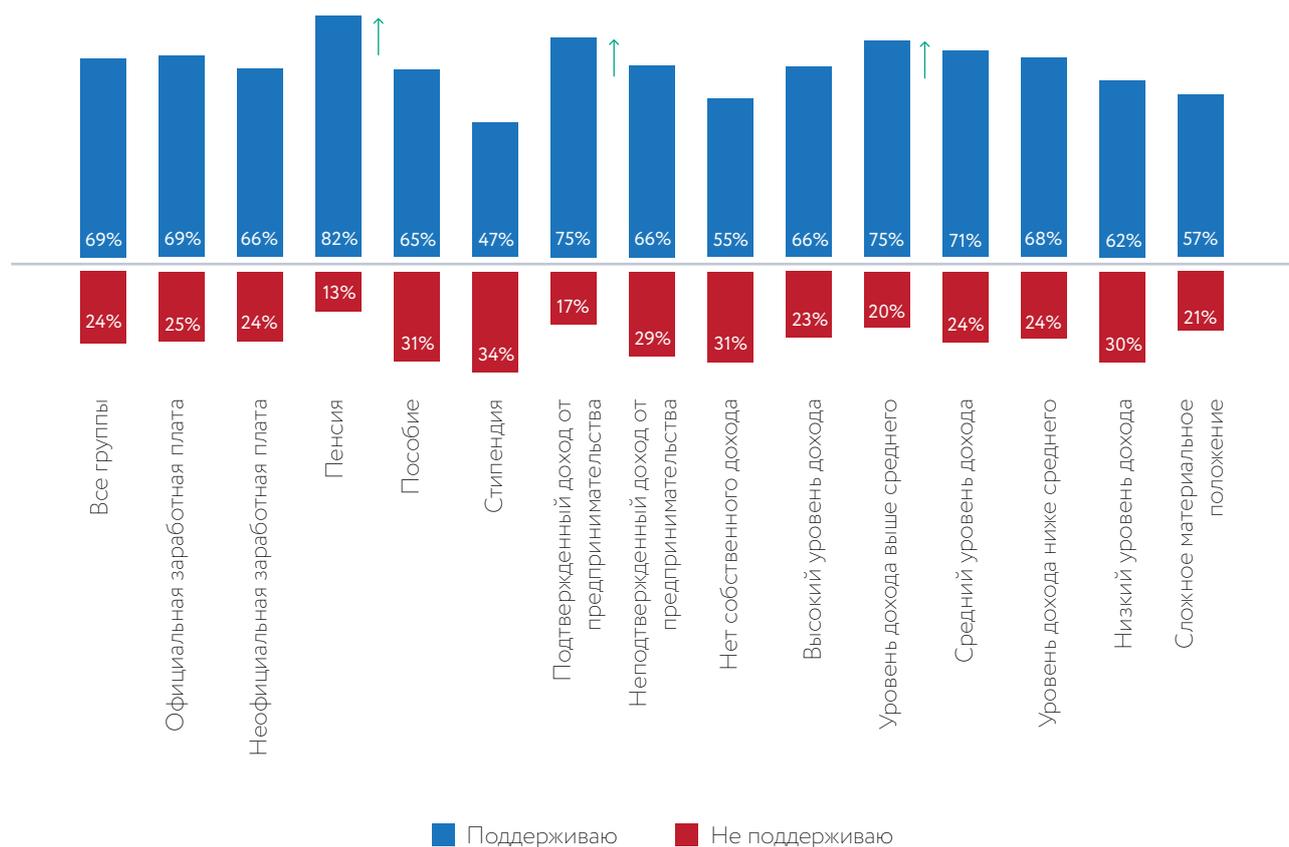
Особенности

- По мере увеличения степени образованности наблюдается тенденция повышения доли граждан, которые поддерживают внедрение прогрессивной ставки⁹: с 47% среди граждан с неполным средним образованием до 73% — с высшим образованием.

⁹ Чем выше доход (стоимость имущества), тем выше ставка по налогу на доходы (имущество физических лиц)

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Отношение к прогрессивной ставке налогообложения в налогах, установленных для физических лиц, в зависимости от материального положения



Особенности

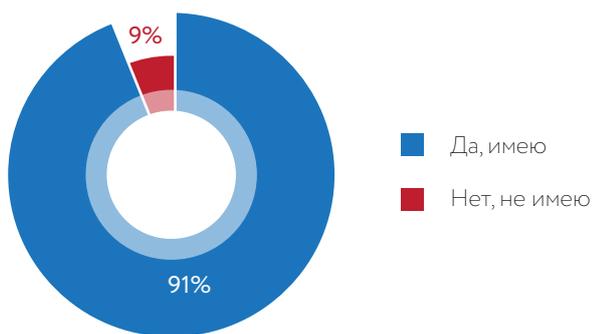
- Среди граждан с уровнем материального положения выше среднего, а также тех, кто имеет подтвержденный доход от предпринимательства, доля поддерживающих прогрессивную ставку* налогообложения больше на 6 п. п.

* Чем выше доход (стоимость имущества), тем выше ставка по налогу на доходы (имущество физических лиц)

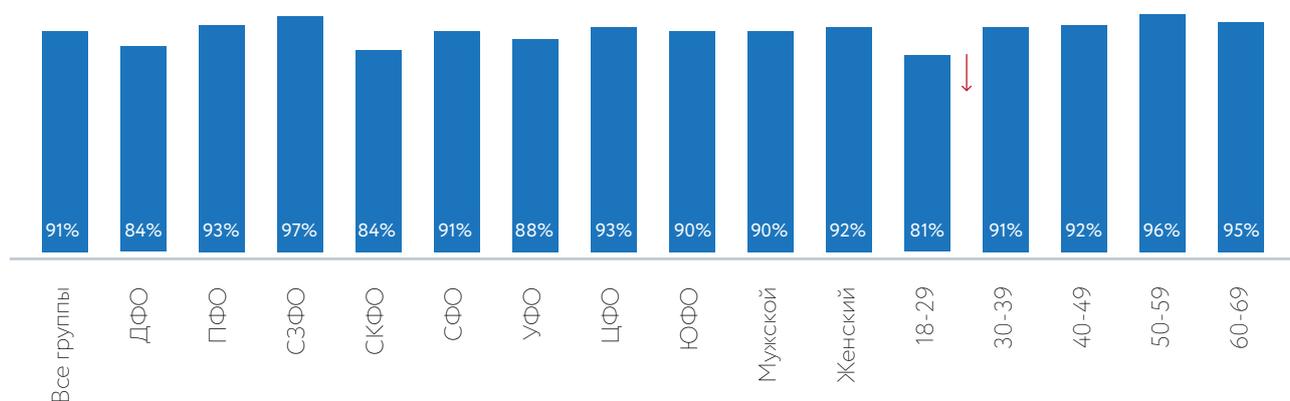
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, имеете ли Вы идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) в бумажной форме?

Индекс распространения
ИНН в бумажной
форме в общем уровне
налоговой культуры 0,93.



Доля респондентов, имеющих ИНН в бумажной форме, в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

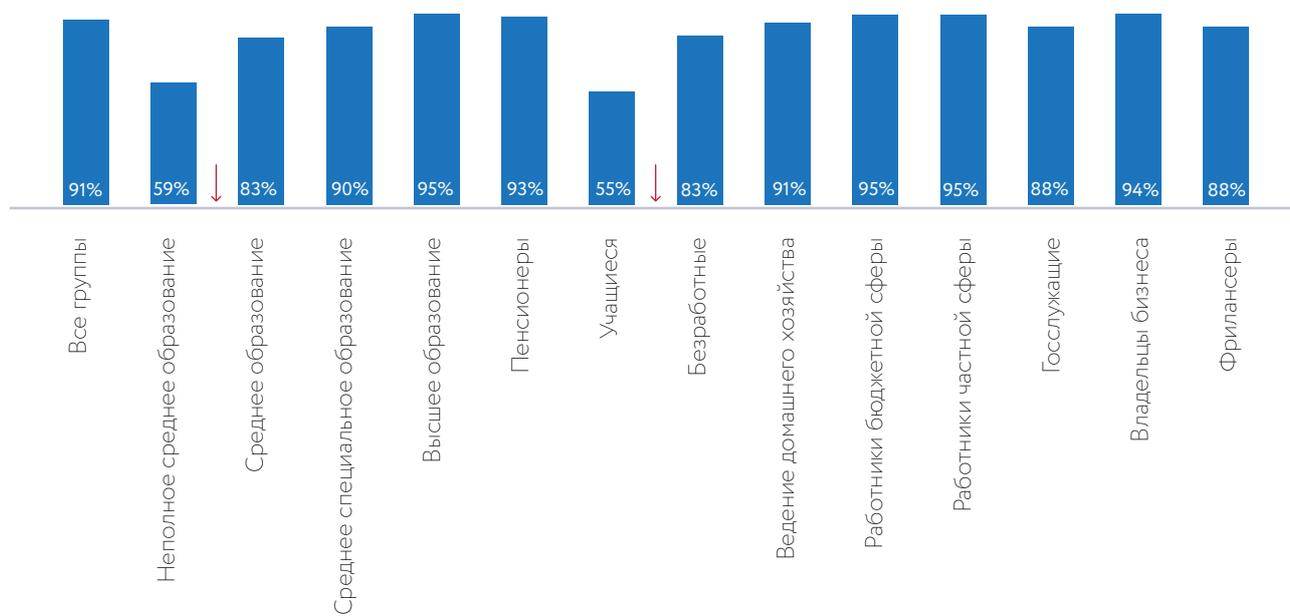
- Абсолютное большинство опрошенных россиян (91%) имеют ИНН в бумажной форме.

Особенности

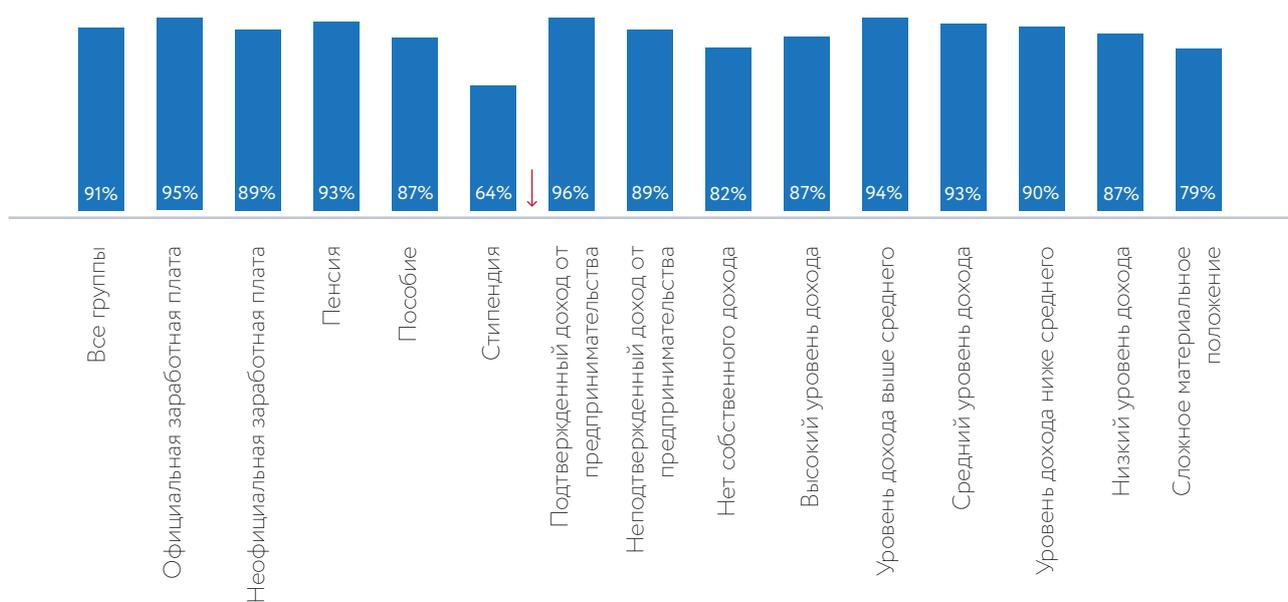
- Каждый пятый опрошенный в возрасте от 18 до 29 лет сообщил о том, что не имеет ИНН в бумажной форме (что на 10 п. п. выше, чем в среднем).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Доля респондентов, имеющих ИНН в бумажной форме, в зависимости от социального положения



Доля респондентов, имеющих ИНН в бумажной форме, в зависимости от материального положения



Особенности

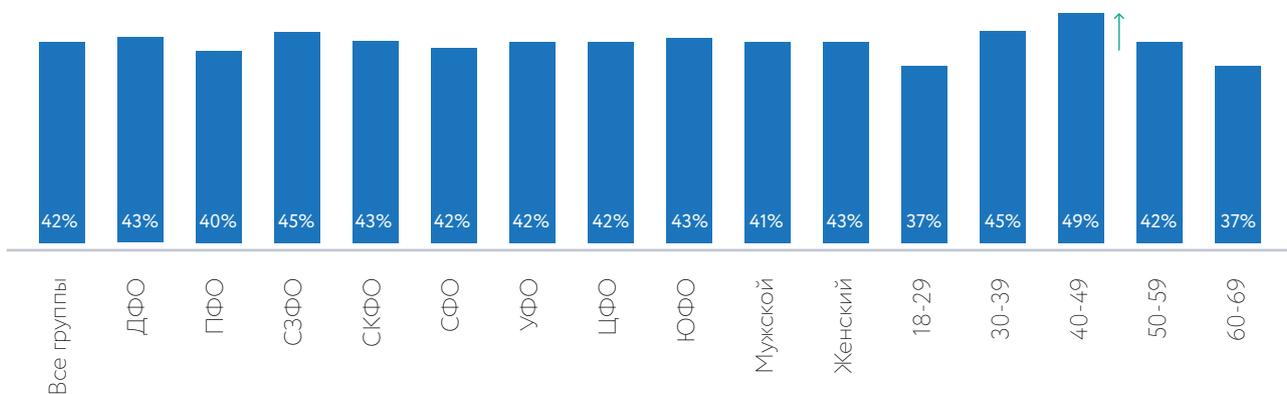
- Среди учащихся и респондентов с неполным средним образованием существенно меньше доля тех, у кого есть ИНН в бумажной форме (на 36 п. п. и 32 п. п. соответственно).
- Доля тех, у кого есть ИНН в бумажной форме, существенно ниже среди тех, кому не нужно уплачивать налог с такого дохода, как стипендия (на 27 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, приходилось ли Вам обращаться в инспекции Федеральной налоговой службы (ФНС) России за последний год?



Доля респондентов, которым приходилось обращаться в инспекции ФНС России за последний год, в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

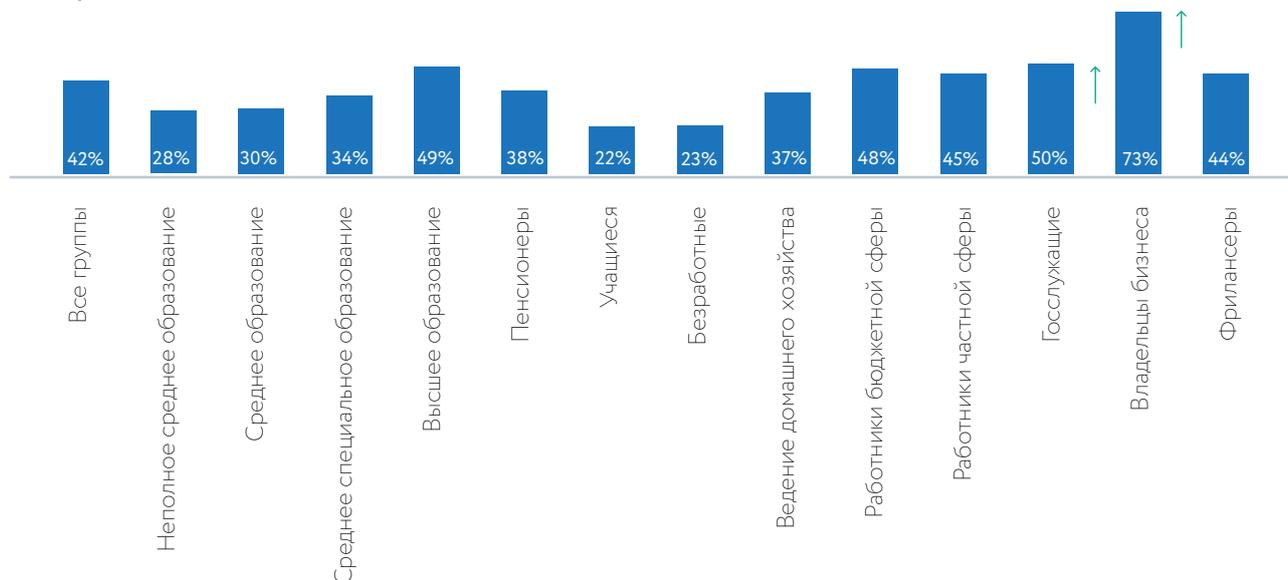
- Четверо россиян из 10 сообщили о том, что посещали инспекции ФНС России за последний год (42%).

Особенности

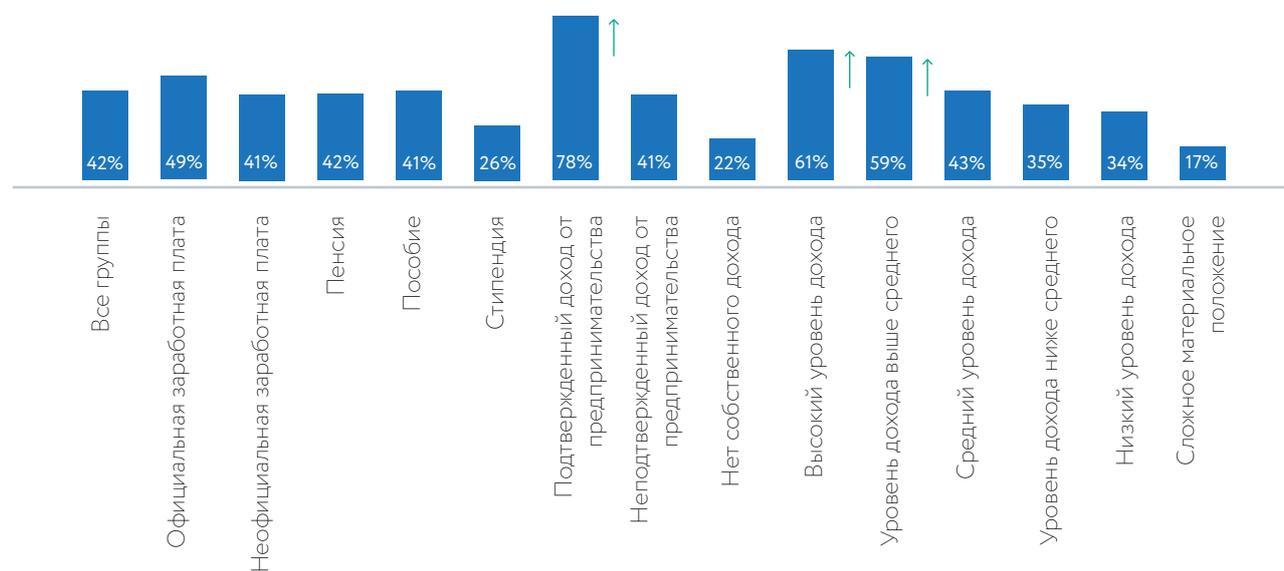
- Россияне в возрасте от 40 до 49 лет значительно чаще посещают инспекции ФНС России, чем в среднем по России (на 7 п. п.).

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Доля респондентов, которым приходилось обращаться в инспекции ФНС за последний год, в зависимости от социального положения



Доля респондентов, которым приходилось обращаться в инспекции ФНС за последний год, в зависимости от материального положения



Особенности

- Трое из четырех владельцев собственного бизнеса посещали инспекции ФНС России за последний год, что значительно чаще, чем в среднем по России (на 29 п. п.).
- Каждый второй опрошенный госслужащий обращался в инспекции ФНС России за последний год (50%).
- Доля граждан, которые в течение года обращались в инспекции ФНС России, больше среди респондентов с высоким или выше среднего уровнем материального положения (на 19 п. п. и 17 п. п. соответственно).

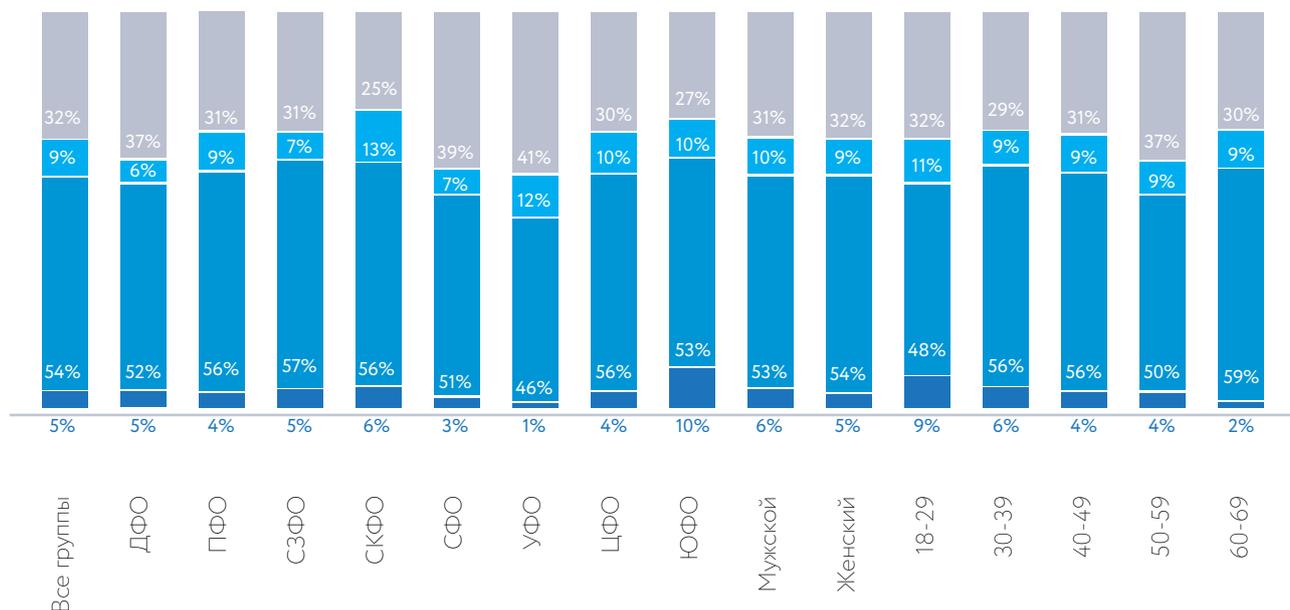
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, каким образом Вы получаете письма/налоговые уведомления от инспекции Федеральной налоговой службы (ФНС) России?



Индекс цифровизации налоговых уведомлений в общем уровне налоговой культуры 0,51.

Формат для получения налоговых уведомлений от ФНС в зависимости от социально-демографического признака

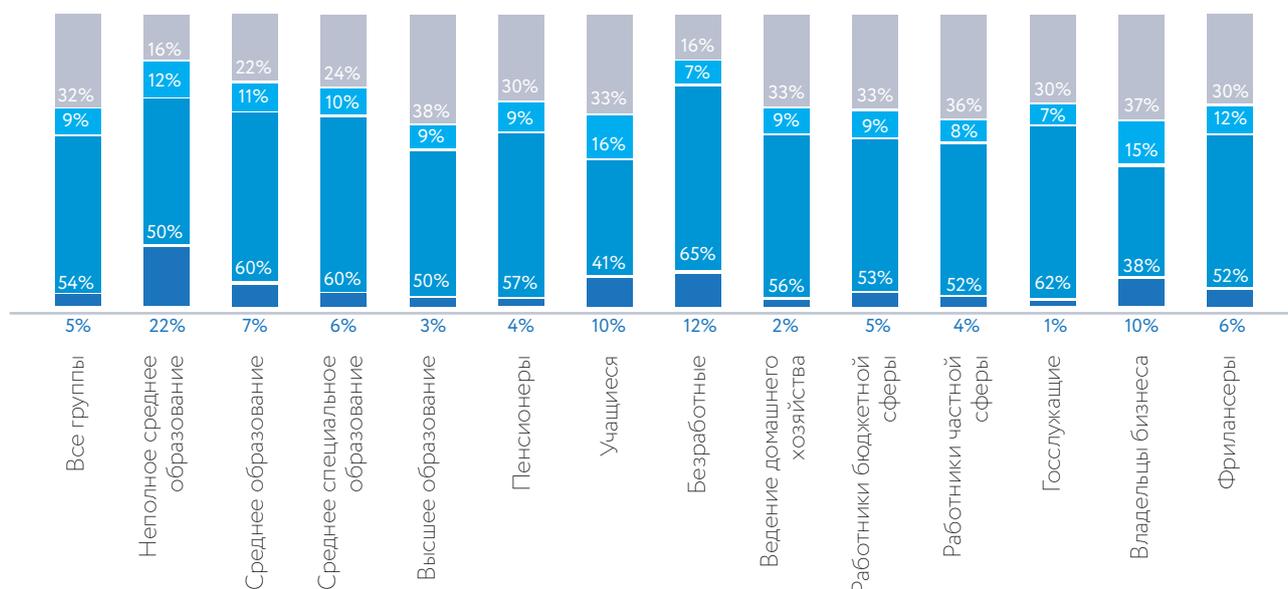


Тренд

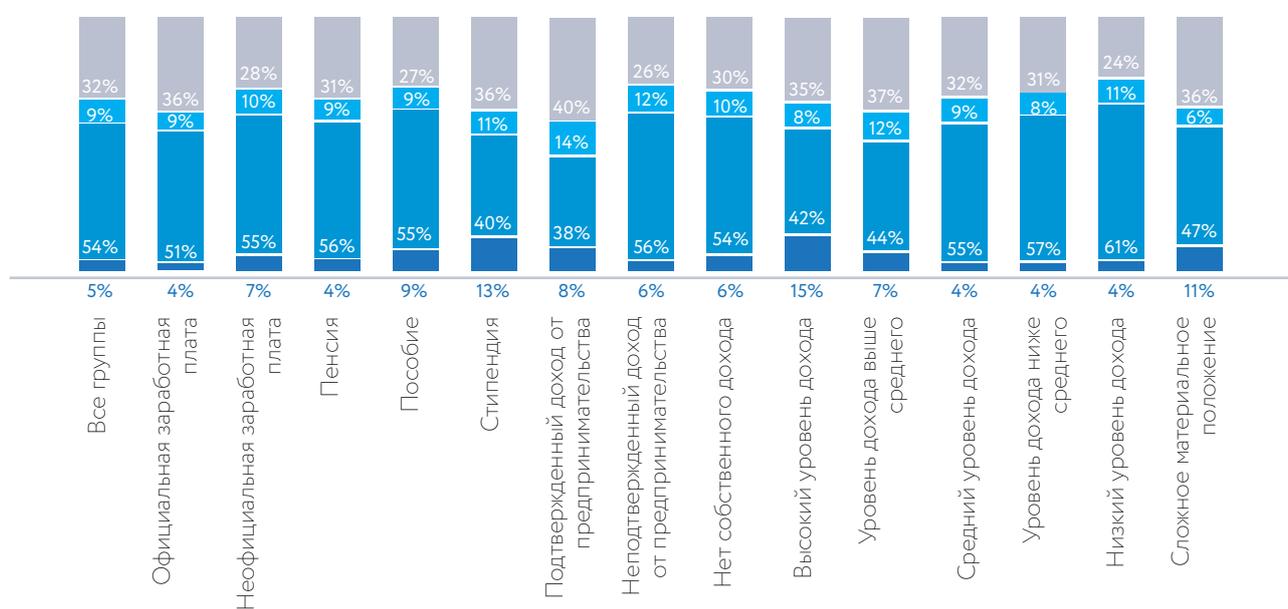
- Больше половины опрошенных (59%) получают налоговые письма традиционными способами – почтовым заказным письмом (54%) или лично под расписку (5%).
- Треть опрошенных россиян (32%) получают налоговые уведомления через сервис «Личный кабинет налогоплательщика».
- Еще 9% - путем получения электронных писем.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Формат для получения налоговых уведомлений от ФНС в зависимости от социального положения



Формат для получения налоговых уведомлений от ФНС в зависимости от материального положения



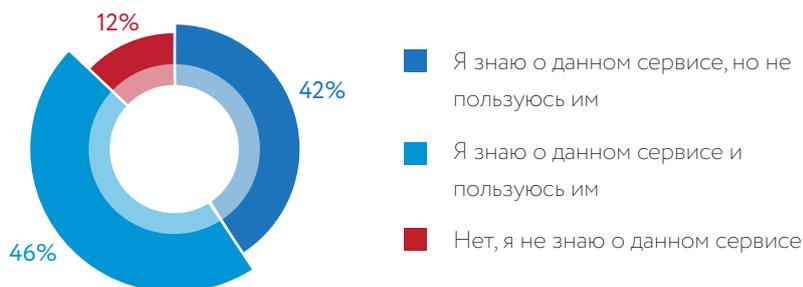
■ Лично под расписку
 ■ Почтовым заказным письмом
 ■ Электронным письмом
 ■ Через «Личный кабинет налогоплательщика»

Особенности

- В три раза выше доля тех, кто получает налоговые уведомления лично под расписку, среди респондентов с высоким уровнем дохода (15%).
- Четверо из 10 россиян, которые имеют подтвержденный доход от предпринимательской деятельности, для получения налоговых уведомлений используют сервис «Личный кабинет налогоплательщика» (что на 8 п. п. выше среднего).

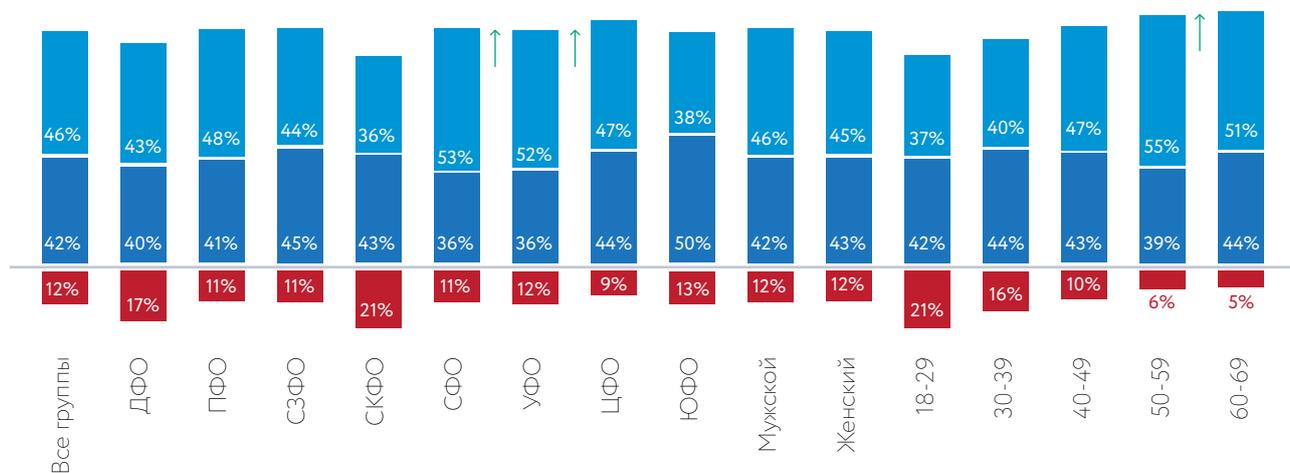
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, пользуетесь ли Вы сервисом «Личный кабинет налогоплательщика», размещенным на официальном сайте ФНС России?



Индекс распространенности сервиса «Личный кабинет налогоплательщика» в общем уровне налоговой культуры 0,67.

Формат для получения налоговых уведомлений от ФНС в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

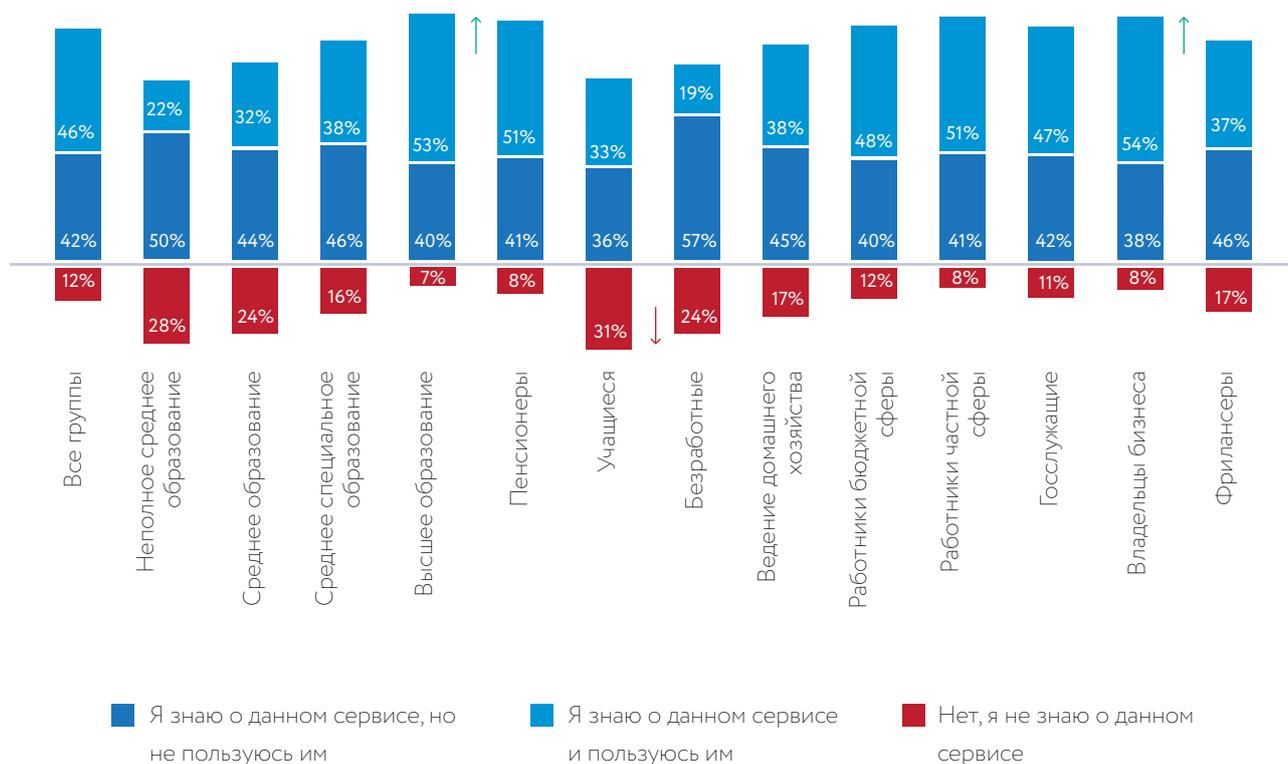
- Абсолютное большинство опрошенных россиян (88%) знают о сервисе «Личный кабинет налогоплательщика», однако пользуются им меньше половины (46%).
- Каждый десятый респондент (12%) сообщил о том, что ничего не знает про такой сервис.

Особенности

- Наибольшая востребованность данного сервиса характерна для жителей Сибирского и Уральского федеральных округов – доля пользователей на 6-7 п. п. выше среднего.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Пользование сервисом «Личный кабинет налогоплательщика» в зависимости от социального положения

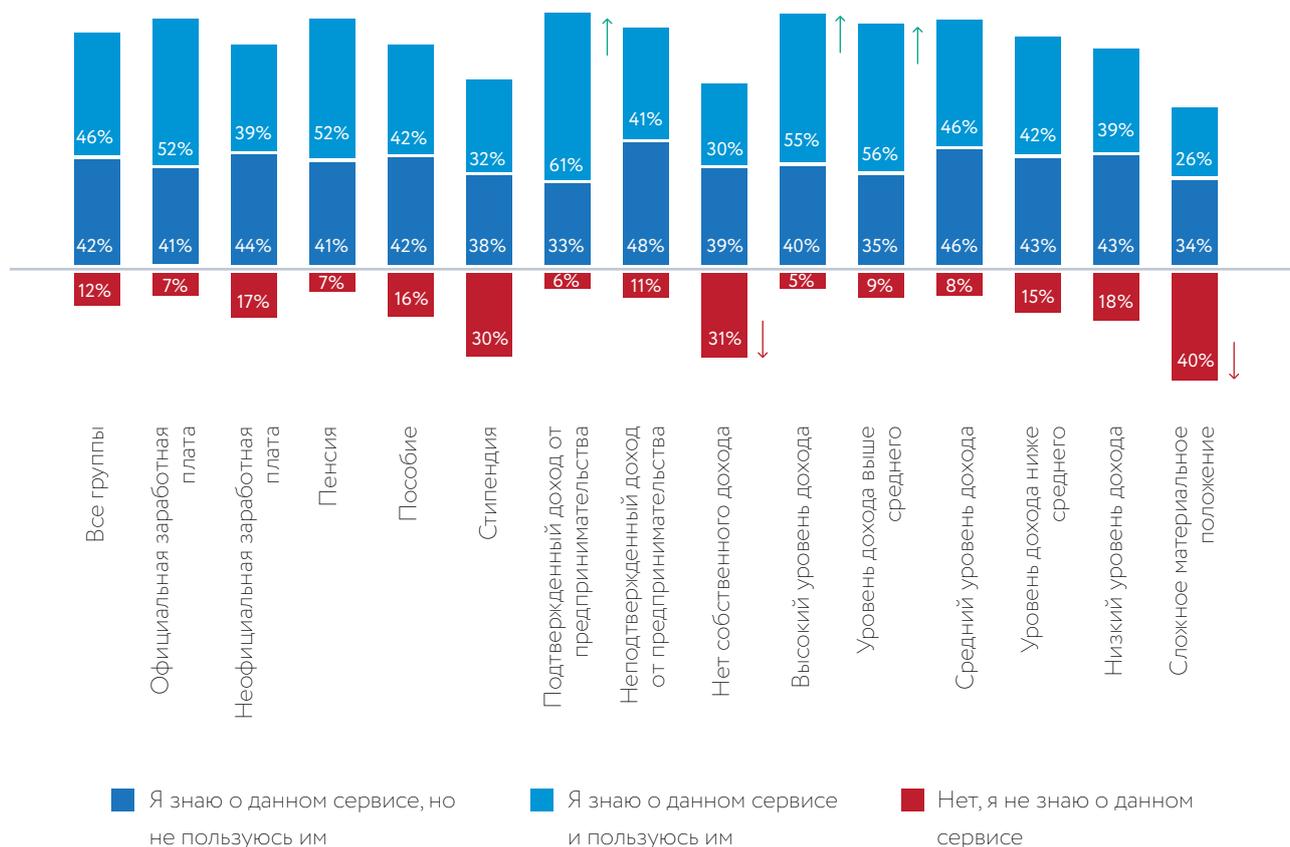


Особенности

- По мере увеличения степени образованности доля россиян, знающих и использующих сервис «Личный кабинет налогоплательщика», увеличивается: с 22% пользователей среди граждан с неполным средним образованием до 53% - с высшим образованием.
- Каждый второй владелец собственного бизнеса (54%) использует сервис «Личный кабинет налогоплательщика».
- Напротив, треть учащихся (31%) вовсе не знают о данном сервисе.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Пользование сервисом «Личный кабинет налогоплательщика» в зависимости от материального положения

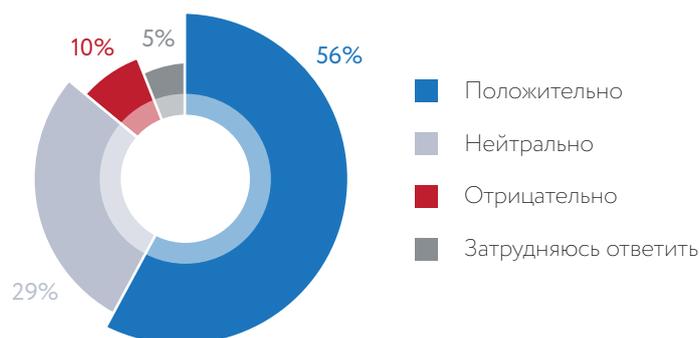


Особенности

- Наблюдаются тенденции увеличения пользования сервисом (с 26% до 55%) и снижения не знающих о данном сервисе вовсе (с 40% до 5%) по мере роста уровня материального положения.
- Треть опрошенных граждан (31%), которые не имеют собственного дохода, не знают про сервис «Личный кабинет налогоплательщика».

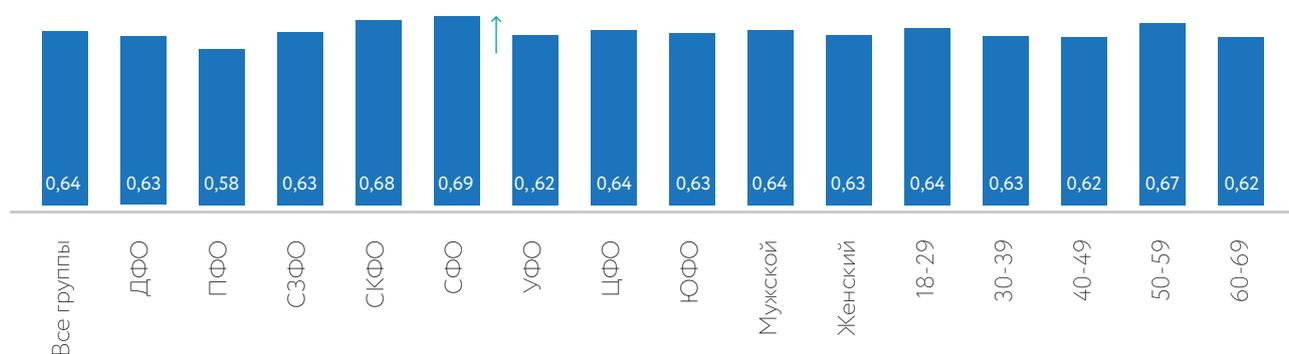
РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Скажите, пожалуйста, как Вы относитесь к тому, чтобы получать все письма/налоговые уведомления от инспекций ФНС России исключительно в электронной форме?



Индекс лояльности к электронной форме налоговых уведомлений* в общем уровне налоговой культуры 0,64.

Лояльность к электронному формату получения корреспонденции от ФНС в зависимости от социально-демографического признака



Тренд

- Общее настроение относительно получения налоговых уведомлений исключительно в электронной форме можно характеризовать как скорее положительное (индекс 0,64).
- Больше половины опрошенных респондентов (56%) положительно относятся к этой возможности.
- Однако каждый десятый респондент (10%) не готов получать налоговые уведомления в данной форме.

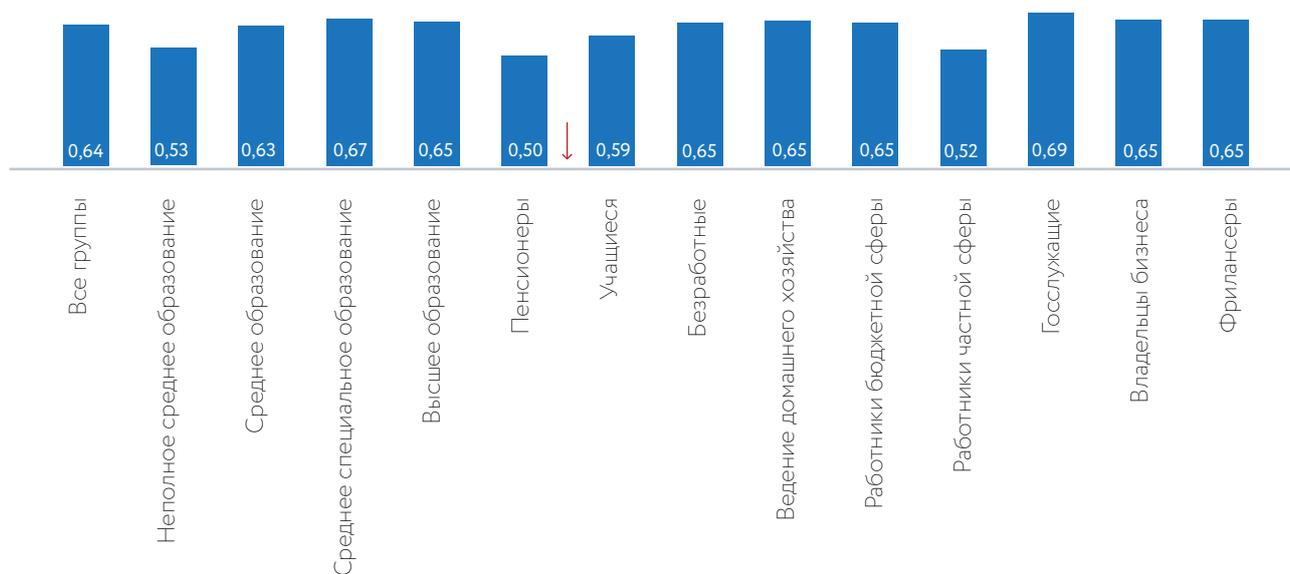
Особенности

- Среди жителей Сибирского федерального округа уровень отношения к налоговым уведомлениям в электронном формате положительнее, чем в других регионах (на 5 пунктов).

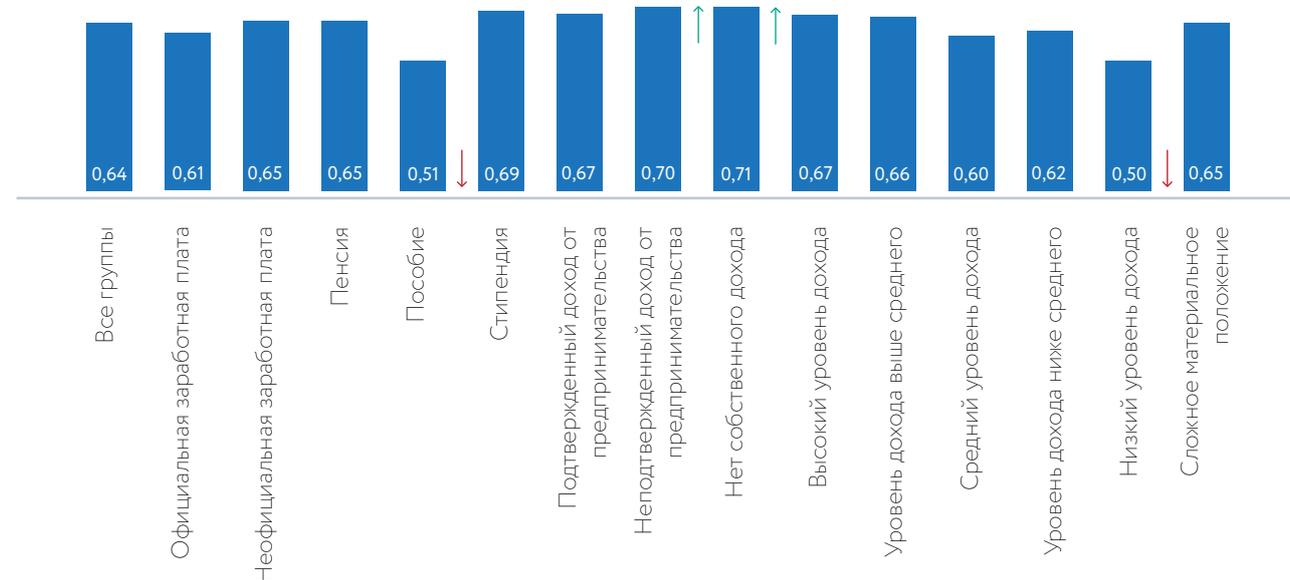
* Индекс лояльности к электронной форме налоговых уведомлений – средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Лояльность к электронному формату получения корреспонденции от ФНС в зависимости от социального положения



Лояльность к электронному формату получения корреспонденции от ФНС в зависимости от материального положения



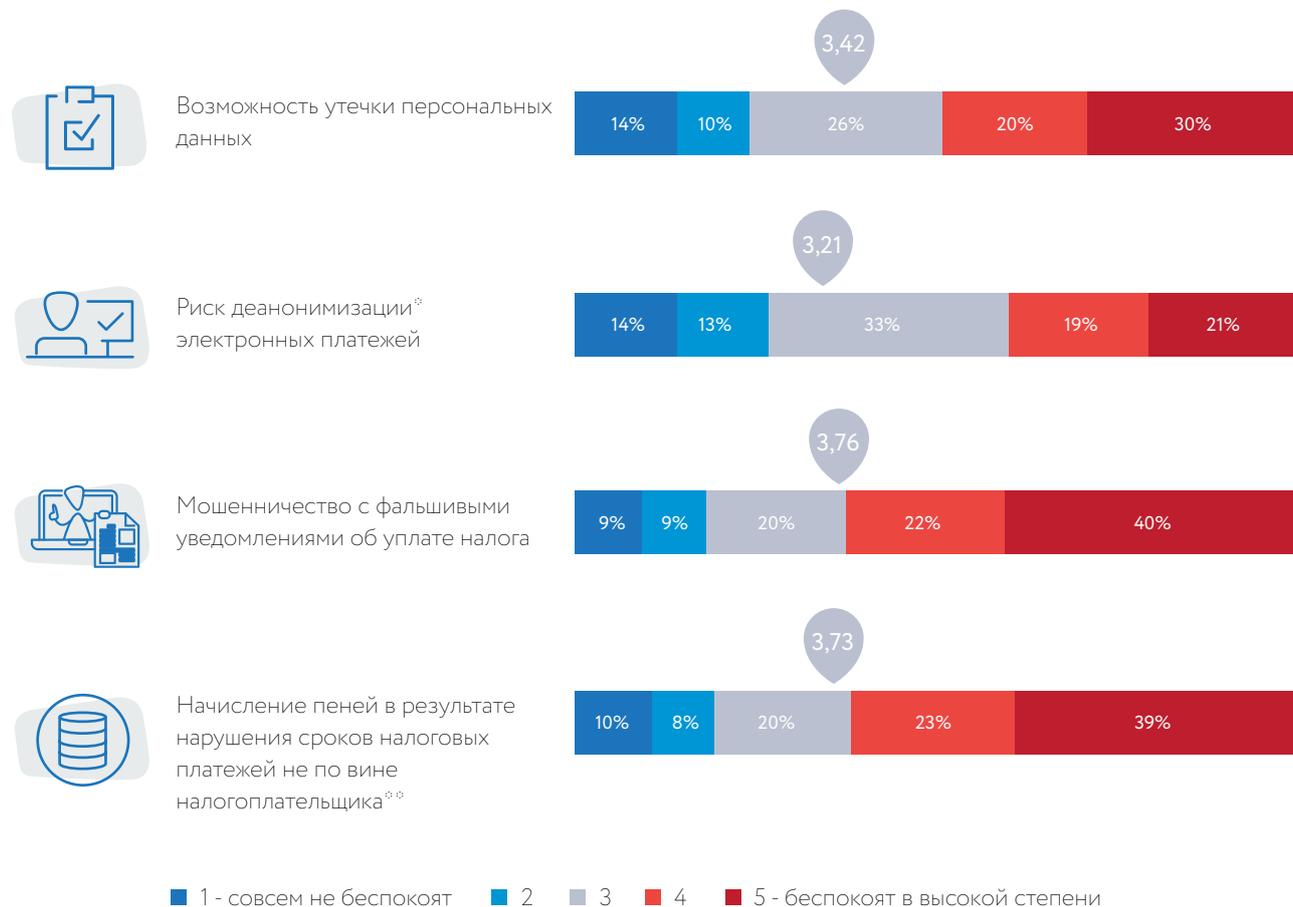
Особенности

- Среди опрошенных россиян с низким уровнем материального положения и пенсионеров, а также респондентов, чьим источником дохода является пособие, доля тех, кто положительно смотрит на получение налоговых уведомлений исключительно в электронной форме, значительно меньше (индекс³³ на 14 и 13 пунктов ниже среднего).
- Напротив, индекс лояльности к данному формату получения уведомлений выше среди респондентов, имеющих неподтвержденный доход от предпринимательства (на 6 пунктов), и тех, у кого нет собственного дохода (на 7 пунктов).

³³ Индекс лояльности к электронной форме налоговых уведомлений – средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

Оценка потенциальных рисков, возникших в результате цифровизации налоговой системы в РФ



- Потенциальные риски, которые могут возникнуть в результате цифровизации налоговой системы, беспокоят граждан России в средней степени.
- Наибольшее беспокойство вызывает потенциальное мошенничество с фальшивыми уведомлениями - 40% граждан сильно беспокоит данный риск.
- Чуть менее граждане обеспокоены потенциальным начислением пеней в результате позднего поступления платежей (39%).

[°] Деанонимизация – нарушение анонимности
^{°°} Например, по вине операционной службы банка

06

**РЕЗУЛЬТАТЫ
АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ**

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

Оценка потенциальных рисков, возникших в результате цифровизации налоговой системы в РФ

Цифровых следов по теме «Налоги» с позитивной тональностью на 8 п. п. больше, чем с негативной.

Средняя тональность цифровых следов по теме «Налоги» нейтральная – 0,51 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится» к одному цифровому следу* по теме «Налоги» – **4,3 шт.**



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Налоги» – **0,8 шт.**



Вовлеченность** пользователей в цифровые следы с негативной тональностью выше, чем с позитивной более чем в полтора раза.

4,0

6,4

Топ-20 слов по частоте упоминания в цифровых следах по теме «Налоги»:

Слово	Частота	Баланс тональности***
1. Россия	12%	+16%
2. платить	9%	-3%
3. гражданин	6%	17%
4. деньги	5%	-15%
5. города	5%	27%
6. госпошлины	4%	53%
7. документы	4%	-2%
8. госуслуги	4%	90%
9. проект	4%	25%
10. центр	4%	32%
11. новый	4%	8%
12. активный гражданин	4%	98%
13. государство	4%	-2%
14. страна	3%	25%
15. НДС	3%	7%
16. ИП	3%	3%
17. Путин	2%	1%
18. ЕНВД	2%	-3%
19. чиновники	2%	30%
20. офшоры	2%	26%

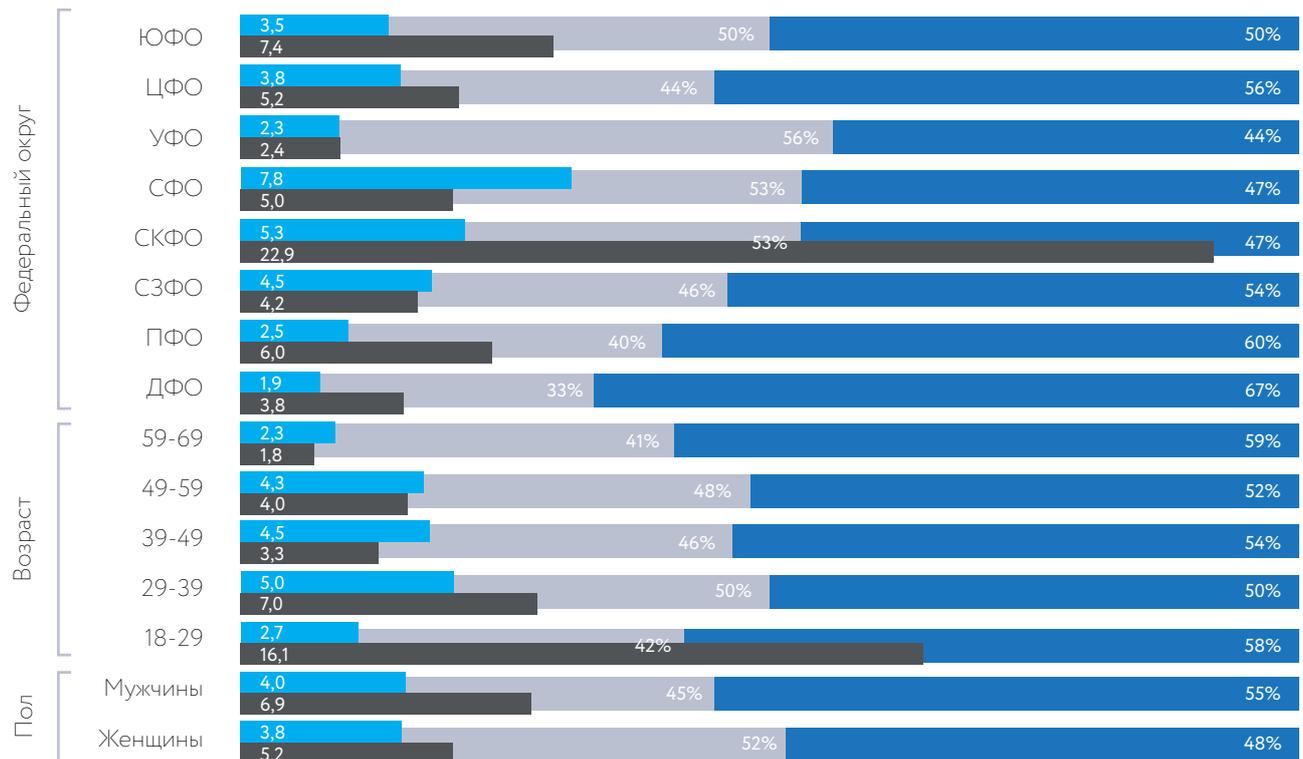
* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

** Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

*** Баланс тональности - это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

Тональность цифровых следов по всему семантическому ядру по теме «Налоги» в зависимости от социально-демографического признака



- Доля цифровых следов с позитивной тональностью
- Вовлеченность в позитивные цифровые следы
- Доля цифровых следов с негативной тональностью
- Вовлеченность в негативные цифровые следы

- Негативная тональность цифровых следов по теме «Налоги» чаще характерна для пользователей-женщин, чем у мужчин (52% против 45% соответственно).
- Положительная тональность цифровых следов чаще встречается у пользователей в возрасте от 59 до 69 лет (59%), реже всего у возрастной категории с 29 до 39 лет (50%).
- Наибольшее количество цифровых следов с положительной тональностью оставлено пользователями ДФО (67%). Наименьшее – в УФО (44%).
- Вовлеченность* в негативные цифровые следы у мужчин выше среднего на 0,5 и составляет 6,9.
- Наибольшая вовлеченность в позитивные цифровые следы характерна для возрастной категории 29-39 лет (5,0) наименьшая для 59-69-летних (2,3). Наибольшая вовлеченность в негативные цифровые следы наблюдается у возрастной группы 18-19 лет (16,1).
- Самая большая вовлеченность среди регионов в негативные цифровые следы зафиксирована в СКФО (22,9), наибольшая вовлеченность в позитивные – в СФО (7,8).

* Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

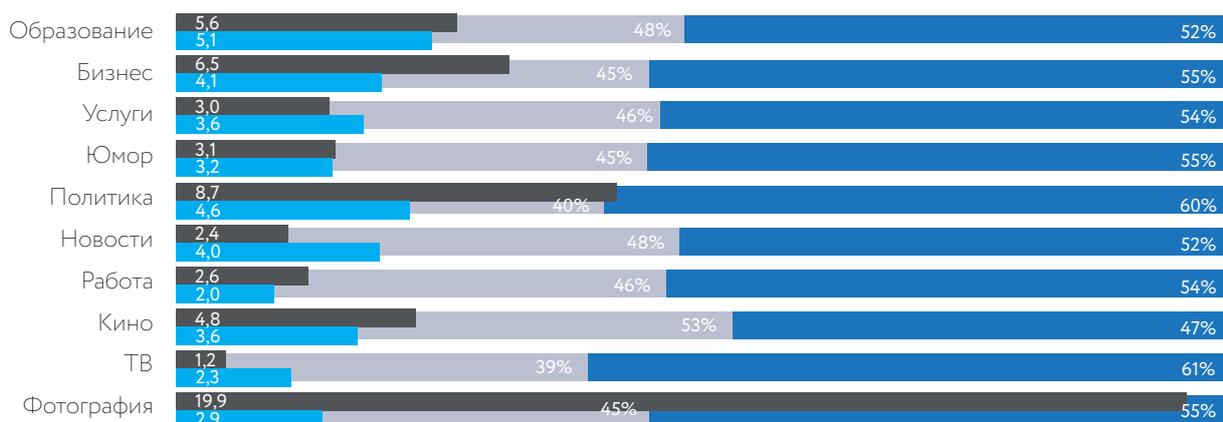
РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

- Наиболее частым интересом пользователей, оставивших цифровые следы по теме «Налоги», является «Образование»: он встречается у 11,3% отобранных профилей.
- Наибольшее количество пользователей с положительной тональностью (61%) цифровых следов выделяют основной интерес – телевидение, наименьшее (47%) – кино.
- Наибольшая вовлеченность* в позитивные цифровые следы пользователей характерна для тех, кто интересуется образованием, наименьшая – для интересующихся фотографией (19,9) и политикой (8,7).

Топ-10 интересов у пользователей, оставивших цифровые следы по теме «Налоги»

1. Образование	11,3%
2. Бизнес	8,1%
3. Услуги	7,2%
4. Юмор	6,0%
5. Политика	5,3%
6. Новости	5,2%
7. Работа	5,2%
8. Кино	4,3%
9. ТВ	4,0%
10. Фотография	4,0%

Тональность цифровых следов по всему семантическому ядру по теме «Налоги» в зависимости от интересов и психотипов MBTI



- Доля цифровых следов с позитивной тональностью
- Доля цифровых следов с негативной тональностью
- Вовлеченность в позитивные цифровые следы
- Вовлеченность в негативные цифровые следы

- Наиболее частым психотипом пользователей, оставивших цифровые следы по теме «Налоги», является «Критик» (INTP): он встречается у 14% отобранных профилей.
- Наибольшее количество пользователей с положительным балансом тональности** цифровых следов (24%) относится к психотипу «Инициатор» (ENFP), наименьшим (-5%) – «Наставник» (ENFJ). Для последних также характерна наибольшая вовлеченность в их негативные цифровые следы (50,2).
- Наибольшая вовлеченность в позитивные цифровые следы характерна для «Предпринимателей» (ENTJ) (9,5).

Психотип	Количество	Баланс положительных	Вовлеченность в негативные ЦС	Вовлеченность в позитивные ЦС
Критик (INTP)	14%	16%	1,7	1,9
Инициатор (ENFP)	7%	24%	7,0	3,6
Наставник (ENFJ)	4%	-5%	50,2	4,5
Предприниматель (ENTJ)	6%	-3%	13,2	9,5

* Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

** Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

Тональность цифровых следов по отдельным группам терминов

17%

От всех ЦС

1. Группа: слово «налог» и производные от него

(Нологи, нолог, налог, налоговый, налоги, налог)

11%

От всех ЦС

2. Группа: слово «офшор» и производные от него

(Офшор, оффшор)

Цифровых следов с позитивной тональностью на 30 п. п. больше, чем с негативной.



Средняя тональность цифровых следов по теме «Налоги» нейтральная – 0,56 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится»* к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 1,4 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 0,3 шт.



Вовлеченность** пользователей в цифровые следы с негативной тональностью значительно выше, чем с позитивной.

0,5

4,0

Цифровых следов с позитивной тональностью на 16 п. п. больше, чем с негативной.



Средняя тональность цифровых следов по теме «Офшор» нейтральная – 0,51 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится» к одному цифровому следу по теме «Офшор» – 10,2 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Офшор» – 1,4 шт.



Вовлеченность пользователей в цифровые следы с негативной тональностью значительно выше, чем с позитивной.

2,4

24,2

* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

** Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

Тональность цифровых следов по отдельным группам терминов

5%

3. Группа: слово «госпошлина» и производные от него

От всех ЦС

(Пошлина, госпошлина)

Цифровых следов с позитивной тональностью на 78 п. п. больше, чем с негативной.



Средняя тональность цифровых следов по теме «Госпошлина» скорее положительная – 0,73 пункта по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится»* к одному цифровому следу по теме «Госпошлина» – 1,4 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Госпошлина» – 0,1 шт.



Вовлеченность** пользователей в цифровые следы с негативной тональностью значительно выше, чем с позитивной.

 **0,1**

 **5,8**

4%

4. Группа: словосочетание «прогрессивная шкала»

От всех ЦС

Цифровых следов с негативной тональностью на 12 п. п. больше, чем с позитивной.



Средняя тональность цифровых следов по теме «Прогрессивная шкала» нейтральная – 0,46 пунктов по шкале от 0 до 1.



Несмотря на то, что большая часть респондентов (69%) поддерживают введение прогрессивной шкалы по налогу на доходы физических лиц, половина из них сообщили о своих сомнениях в отношении корректности проведения этого шага государством, что является результатом большого количества (56%) цифровых следов с негативной тональностью.

Среднее количество отметок «нравится» к одному цифровому следу по теме «Прогрессивная шкала» – 2,5 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Прогрессивная шкала» – 0,3 шт.



Вовлеченность пользователей в цифровые следы с негативной тональностью значительно выше, чем с позитивной.

 **0,6**

 **4,5**

* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

** Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

Тональность цифровых следов по отдельным группам терминов

3%

5. Группа: словосочетание «НК РФ» и производные от него

От всех ЦС

Цифровых следов с негативной тональностью на 78 п. п. больше, чем с позитивной.

Средняя тональность цифровых следов по теме «НК РФ» негативная – 0,09 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится»* к одному цифровому следу по теме «НК РФ» – 1,7 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «НК РФ» – 0,8 шт.



Вовлеченность** пользователей в цифровые следы с негативной тональностью значительно выше, чем с позитивной.

 **0,1**

 **5,8**

* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

** Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов

07

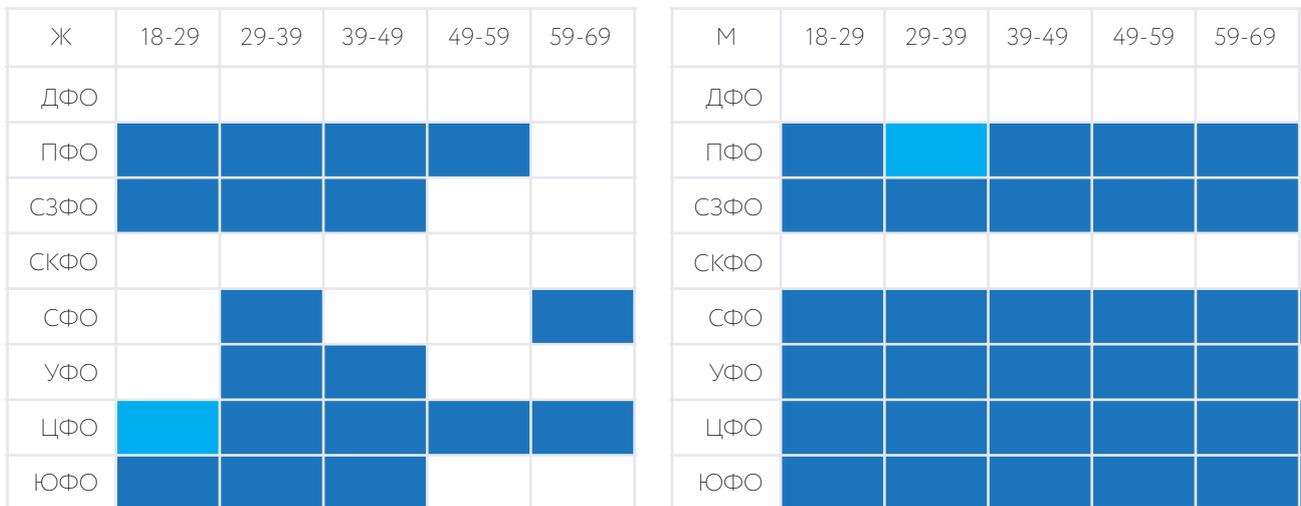
КЛАСТЕРНЫЙ
АНАЛИЗ ГРУПП
НАСЕЛЕНИЯ

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластерный анализ основан на гипотезе о том, что результаты опроса (для отдельных групп населения, которые схожи по социально-демографическому профилю и таким признакам, как «главное в жизни», «вероисповедание» и «политические взгляды» с отдельными группами контент-анализа) можно экстраполировать на результаты анализа отдельных групп профилей социальных сетей.

Мы выделили два кластера для дальнейшего анализа на основании 2-х принципов: достаточности информации и наибольшего совпадения по выбранным признакам.

По принципу достаточности было выделено 49 кластеров:



■ Кластеры с наименьшим отклонением (<10%) ■ Кластеры с отклонением более 10%

По выбранным признакам (политические взгляды, приоритеты в жизни) выделено 2 кластера с наименьшим отклонением:

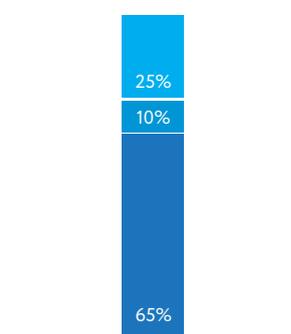
Пол	ФО	Возраст	Отклонение
Ж	ЦФО	18-29 лет	<10%
М	ПФО	30-39 лет	<10%

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 1. : Женщины, жительницы ЦФО, в возрасте от 18 до 29 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

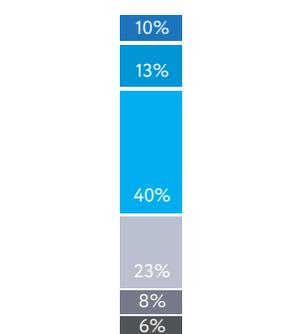
Большинство из них (65%) имеют высшее образование и работу (54%), их доход чаще всего на среднем и ниже среднего уровне (77%), а среди интересов основными являются бизнес и работа.

Образование



- Высшее образование, научная степень
- Среднее образование (школа или ПТУ)
- Среднее специальное образование (техникум)

Доход

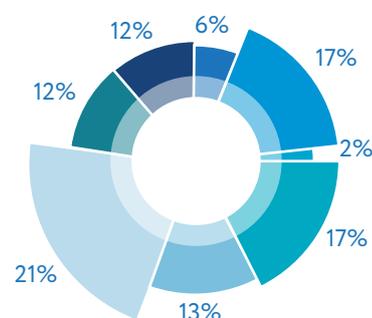


- Высокий доход
- Доход выше среднего
- Средний доход
- Доход ниже среднего
- Низкий доход
- Сложное материальное положение

Рейтинг интересов

Бизнес	25%
Работа	11%
Кино	9%
Юмор	9%
Красота	7%
Готовка	7%
Книги	5%
Музыка	5%
Наука	5%
Услуги	5%

Вид деятельности



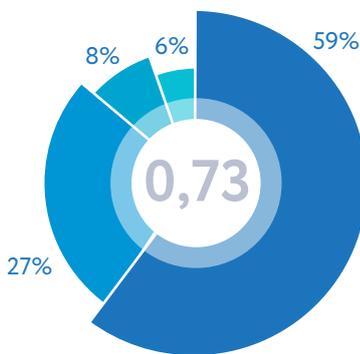
- Владелец собственного бизнеса
- Временно не работаю, безработный
- Государственный или муниципальный служащий
- Занимаюсь домашним хозяйством, нахожусь в декретном отпуске/в отпуске по уходу за ребенком
- Работаю в бюджетной организации
- Работаю в коммерческой организации
- Самозанятый (фрилансер)
- Учащийся, студент

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 1 : Женщины, жительницы ЦФО, в возрасте от 18 до 29 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

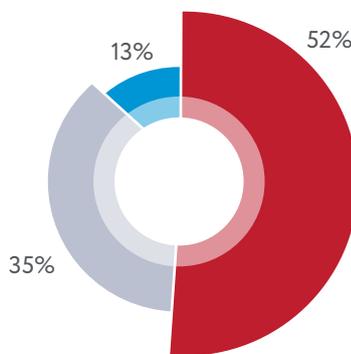
Большинство представителей кластера хорошо проинформированы о налогах и налоговых режимах (индекс 0,73), частично информированы о расходовании государством налоговых поступлений (53%), сложность уплаты налогов характеризуют как чуть ниже среднего (индекс 0,57) и отрицательно относятся к неплательщикам налогов (52%).

Информированность граждан



- Информированы и знают об основных налогах
- Информированы о тех налогах, которые уплачивают
- Не информированы, но хотели бы узнать об основных налогах
- Не информированы и не хотели бы узнать об основных налогах

Отношение к уклонению от уплаты налогов

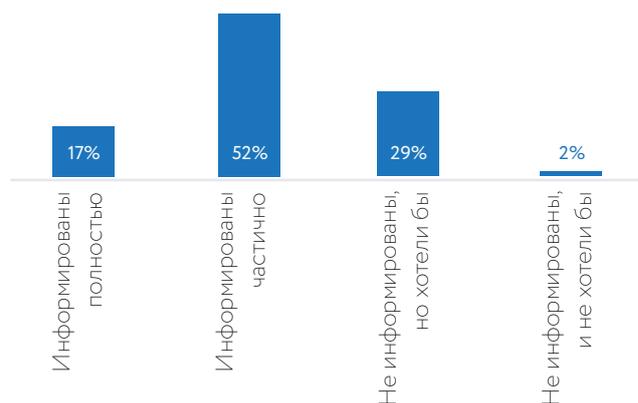


- Затрудняюсь ответить
- Нейтрально; Иногда допустимо не уплачивать налоги
- Отрицательно; Налоги обязательны к уплате, и нельзя оправдать того, кто их не уплачивает

Индекс сложности процедуры уплаты налогов



Информированность о расходовании государством налоговых поступлений



КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 1 : Женщины, жительницы ЦФО, в возрасте от 18 до 29 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

Для представителей кластера характерна нейтральная тональность цифровых следов в социальных сетях по теме «Налоги» (0,50), количество записей с положительной тональностью больше на 14 п. п., вовлеченность[°] в позитивные цифровые следы у представителей кластера выше среднего (на 1 пункт) и превышает вовлеченность в негативные.

- Наиболее частыми психотипами пользователей, оставивших цифровые следы по теме «Налоги», среди данного кластера являются «Романтик» (INFP), «Мастер» (ISTP) и «Гуманист» (INFJ): суммарно они встречаются у 42% отобранных профилей.
- Наибольшее количество пользователей с положительным балансом тональности^{°°} (33%) цифровых следов относятся к психотипу «Мастер» (ISTP), наименьшим (по -33%) – «Романтик» (INFP) и «Гуманист» (INFJ). Для «Романтиков» (INFP) также характерна наибольшая вовлеченность в их негативные цифровые следы (4,8).
- Наибольшая вовлеченность[°] в позитивные цифровые следы характерна для «Мастеров» (ISTP).

Психотип	Количество	Баланс тональности
Романтик (INFP)	14%	-33%
Мастер (ISTP)	14%	33%
Гуманист (INFJ)	14%	-33%
Критик (INTP)	11%	-20%

Цифровых следов с позитивной тональностью на 14 п. п. больше, чем с негативной.

Средняя тональность цифровых следов нейтральная – 0,50 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится»^{°°°} к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 3,8 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 0,5 шт.



Вовлеченность пользователей в цифровые следы с позитивной тональностью выше, чем с негативной.



[°] Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

^{°°} Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

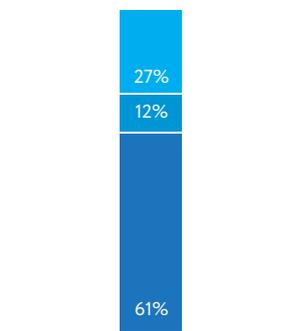
^{°°°} Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 2. : Мужчины, жители ПФО, в возрасте от 30 до 39 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

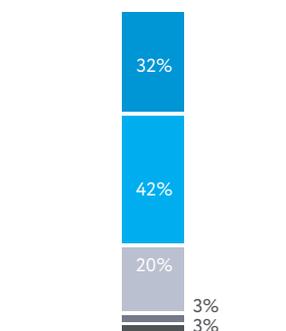
Большинство из них (61%) имеют высшее образование и работают в коммерческих организациях (74%), их доход чаще всего на среднем и выше среднего уровне (74%), а среди интересов основным является образование (33%).

Образование



- Высшее образование, научная степень
- Среднее образование (школа или ПТУ)
- Среднее специальное образование (техникум)

Доход

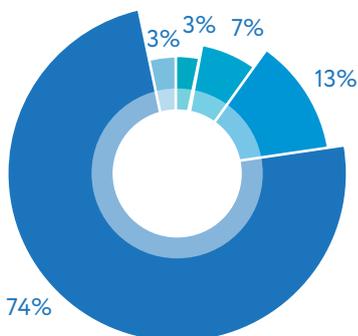


- Сложное материальное положение
- Низкий доход
- Доход ниже среднего
- Средний доход
- Доход выше среднего

Рейтинг интересов

Образование	33%
Фотография	10%
Новости	9%
Юмор	7%
Бизнес	7%
Политика	6%
Работа	6%
Услуги	4%
Кино	3%
Книги	2%

Вид деятельности



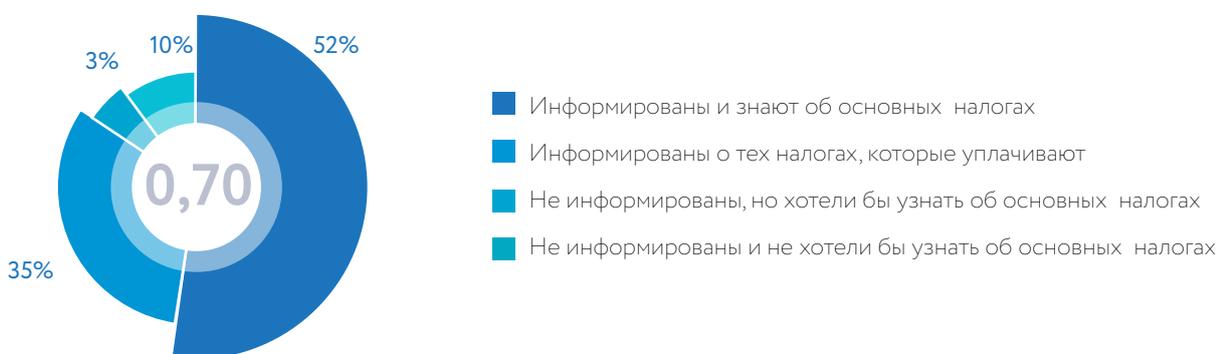
- Временно не работаю, безработный
- Государственный или муниципальный служащий
- Работаю в бюджетной организации
- Работаю в коммерческой организации
- Самозанятый (фрилансер)

КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 2. : Мужчины, жители ПФО, в возрасте от 30 до 39 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

Большинство представителей кластера хорошо проинформированы о налогах и налоговых режимах (индекс 0,70), частично либо плохо информированы о расходовании государством налоговых поступлений (87%), сложность уплаты налогов характеризуют как чуть ниже среднего (индекс 0,63), и их отношение к уклонению от уплаты налогов можно характеризовать как пассивно – негативное.

Информированность граждан



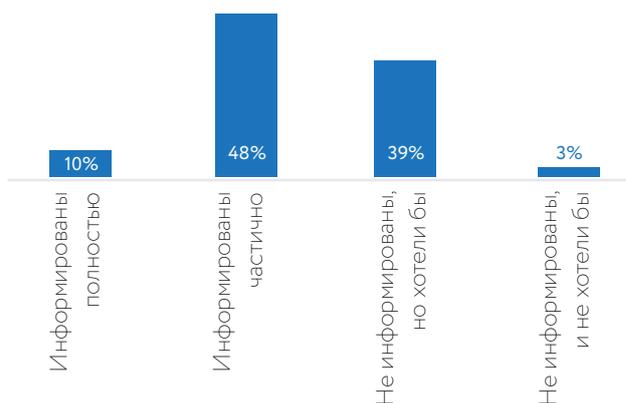
Отношение к уклонению от уплаты налогов



Индекс сложности процедуры уплаты налогов



Информированность о расходовании государством налоговых поступлений



КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

Кластер 2. : Мужчины, жители ПФО, в возрасте от 30 до 39 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».

Для представителей кластера характерна нейтральная тональность цифровых следов в социальных сетях по теме «Налоги» (0,53), количество записей с положительной тональностью больше на 18 п. п., вовлеченность[°] в позитивные цифровые следы у представителей кластера выше среднего (на 1 пункт) и превышает вовлеченность в негативные.

- Наиболее частым психотипом пользователей, оставивших цифровые следы по теме «Налоги», среди данного кластера является «Мастер» (ISTP): треть представителей данного кластера (30%) относятся к данному психотипу.
- Наибольшее количество пользователей с положительным балансом тональности^{**} (30%) цифровых следов относятся к психотипу «Мастер» (ISTP), наименьшее (-8%) – «Романтик» (INFP).
- Наибольшая вовлеченность как в позитивные (7,9), так и в негативные (5,3) цифровые следы характерна для «Предпринимателей» (ENTJ).

Психотип	Количество	Баланс тональности
Мастер (ISTP)	30%	30%
Критик (INTP)	10%	20%
Романтик (INFP)	9%	-8%
Предприниматель (ENTJ)	8%	17%

Цифровых следов с позитивной тональностью на 18 п. п. больше, чем с негативной.

Средняя тональность цифровых следов нейтральная – 0,53 пунктов по шкале от 0 до 1.



Среднее количество отметок «нравится»^{***} к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 4,2 шт.



Среднее количество комментариев к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 2 шт.



Вовлеченность пользователей в цифровые следы с позитивной тональностью выше, чем с негативной.



[°] Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

^{**} Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

^{***} Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

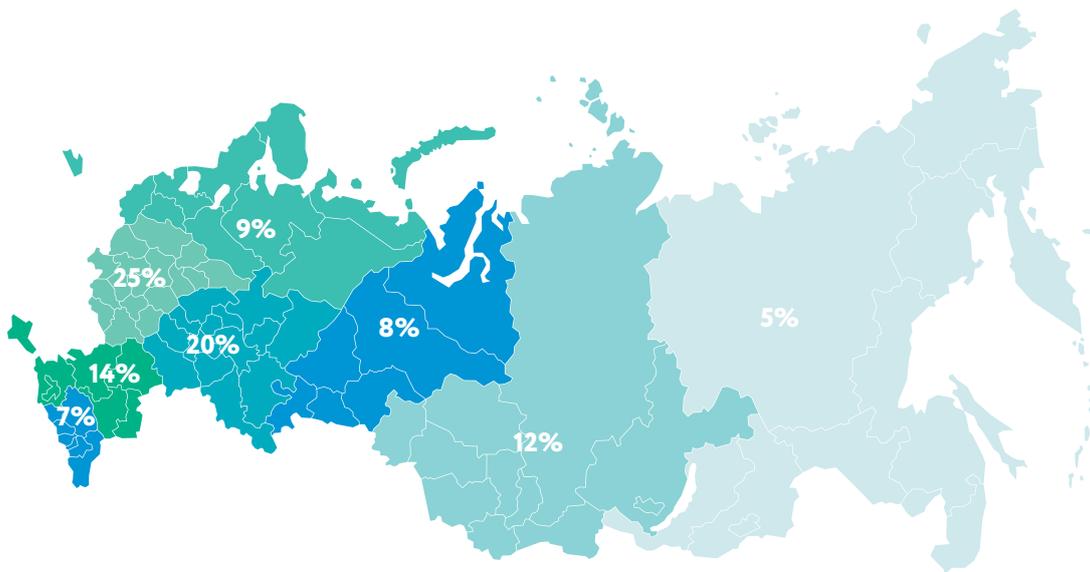


08

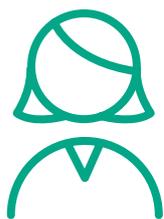
О РЕСПОНДЕНТАХ
И ПРОФИЛЯХ
В СОЦСЕТЯХ

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ

Федеральный округ проживания

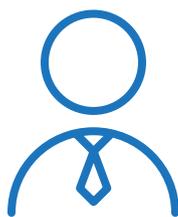


Пол



54%

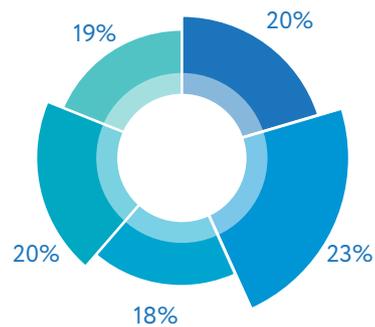
Женский



46%

Мужской

Возраст



16-29 лет

30-39 лет

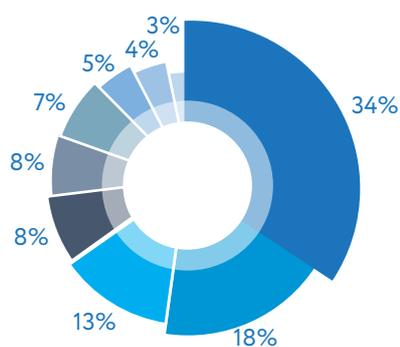
40-49 лет

50-59 лет

60-69 лет

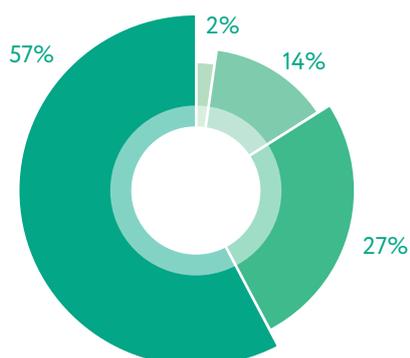
СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Основной вид деятельности



- Работаю в коммерческой организации
- Пенсионер (в том числе по инвалидности)
- Работаю в бюджетной организации
- Занимаюсь домашним хозяйством, нахожусь в декретном отпуске/в отпуске по уходу за ребенком
- Самозанятый (фрилансер)
- Временно не работаю, безработный
- Государственный или муниципальный служащий
- Учащийся, студент
- Владелец собственного бизнеса

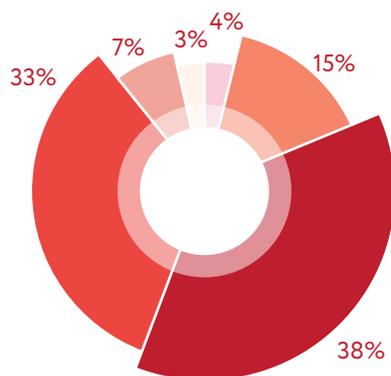
Образование



- Неполное среднее образование
- Среднее образование (школа или ПТУ)
- Среднее специальное образование (Техникум)
- Высшее образование, научная степень

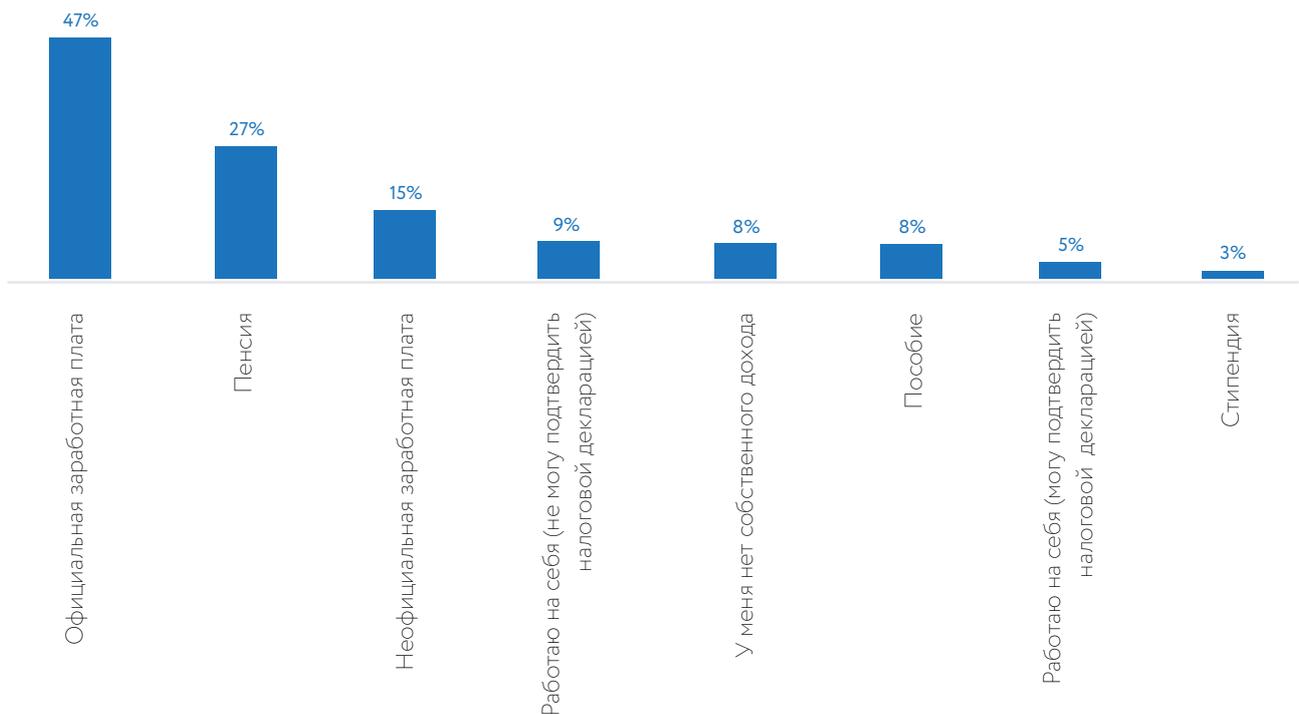
МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

Уровень материального положения



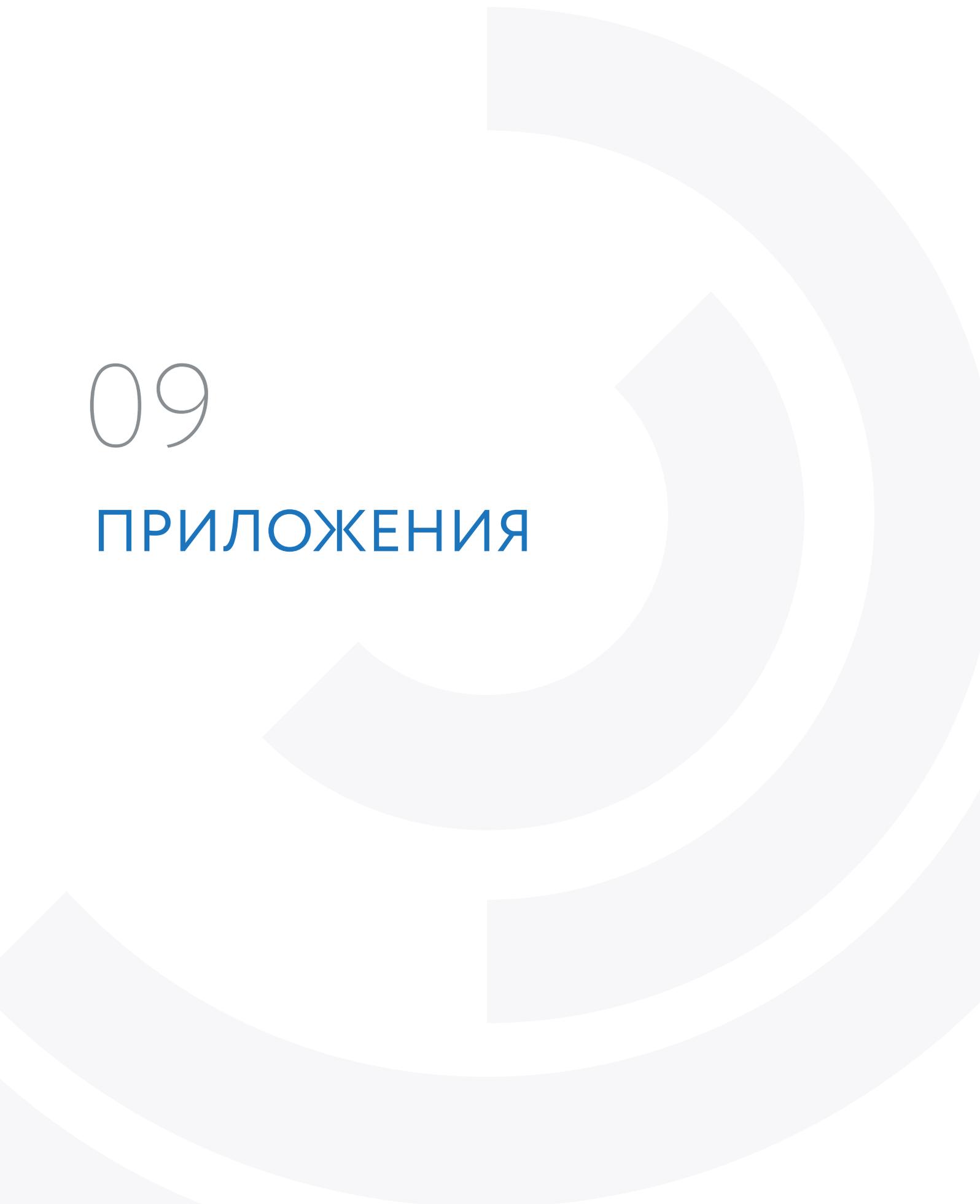
- Я могу позволить себе практически все: автомобиль, квартиру, дачу
- Я могу позволить себе автомобиль, но на квартиру денежных средств недостаточно
- Я могу позволить себе телевизор, мебель, но большее (автомобиль, дача, квартира) позволить себе не могу
- Я могу позволить себе продукты питания и одежду, но покупка техники и мебели затруднительна
- Я могу позволить себе продукты питания, но покупка одежды затруднительна
- У меня достаточно сложное материальное положение: денежных средств не хватает даже на продукты

Источники дохода



09

ПРИЛОЖЕНИЯ



ОПИСАНИЕ ПСИХОТИПОВ МВТИ (ПО МАЙЕРС – БРИГГС)

Тип SJ. Отличительная особенность представителей данной типологии – стабильность и надежность, а также возможность сохранения традиций. Недостаток данной типологии – торможение процесса из-за излишне формализованного подхода к соблюдению всех правил, своеобразного бюрократизма. Такие люди подходят для роли начальника и подчиненного, могут занимать абсолютно любое положение в каждой структуре, в которой они состоят. Представители типа SJ выполняют свой долг целиком и полностью.

Они часто выступают в качестве основателей общественных движений, могут быть администраторами, принимают на себя ответственность за других людей. Еще одна особенность – консервативные взгляды, поскольку SJ – противники перемен. Такие люди не всегда чувствительны и зачастую прячутся за некоей маской.

ESFJ (Энтузиаст). Такой человек практичен и открыт для предложений. Он хорошо идет на контакт и выстраивает крепкие отношения с коллегами.

ISFJ (Хранитель). Этот тип людей отличается спокойствием и ответственностью. На первое место он ставит соблюдение интересов компании и осуществляет работы в соответствии с планом.

ESTJ (Администратор). Этот тип людей склонен управлять другими людьми, от природы является лидером. Он любит планировать и добиваться поставленных целей.

ISTJ (Инспектор). Из всех подтипов этот – самый надежный, однако и самый консервативный. Он следует традициям, держит слово, любит структурировать информацию.

Итог: тип консервативен, спокоен, дружелюбен.

Тип NT. Этот тип – один из самых редких, к нему относится всего 10% населения независимо от того, какая страна рассматривается. Он любит интеллектуальный труд и легко адаптируется к новым условиям. Личность данного типа нередко сомневается в показаниях других людей, не поверит, пока не проверит. Такие люди обижаются, если обвинить их в некомпетентности.

ENTJ (Предприниматель). Данный тип личности является лидером от природы и руководителем, всегда имеет цель и придумывает разные средства для достижения. Он любит получать новые знания и постоянно совершенствуется в разных сферах.

INTJ (Аналитик). Этот тип личности самоуверенный, не признает авторитета, любит логику и использует ее во всех действиях и решениях.

ENTP (Новатор). Данный тип личности демонстрирует хорошо развитую интуицию, которая часто находит применение на практике, любит новые идеи, за работу берется с энтузиазмом.

INTP (Критик). Интеллектуал с чертами легкого высокомерия. Он может объективно оценить сложившуюся ситуацию, всегда имеет запас новых идей, обладает способностью убеждать, его можно назвать «мастером слова».

Итог: тип личности – новатор и идейный человек. Основное кредо – лидерство и первенство во всем.

ОПИСАНИЕ ПСИХОТИПОВ MBTI (ПО МАЙЕРС – БРИГГС)

Тип SP. Основная характеристика, которой можно описать группу людей, относящихся к данному типу, – свободолюбие, риск. Такие люди предпочитают жить здесь и сейчас. Они получают радость от рабочего процесса, нежели от конечного результата. Подходящие для них профессии – творческие специальности – дизайнер, художник, фотограф. Они любят новые эмоции. Лидерские качества проявляют реже, чем представители группы NT, но в некоторых ситуациях их находчивость поражает.

ESFP (Политик). Такие люди оптимистичны и любят заводить новые знакомства. Они любят активность и движение, не терпят одиночества.

ISFP (Посредник). Эта группа людей нуждается в постоянной эмоциональной подпитке. Они любят свободу и настроены позитивно.

ESTP (Маршал). Человек, относящийся к данной группе, никогда не устает. Он любит рисковать, хорошо выстраивает отношения с другими людьми.

ISTP (Мастер). Такие люди любят технические устройства, могут починить абсолютно все. Тип личности – восточный. Они не стремятся к образованию и престижу, любят спокойствие и находят себя в любимом деле, идя до конца.

Итог: личность впечатлительная и свободолюбивая.

Тип NF. Люди, относящиеся к данному типу, традиционно находят свое призвание в роли посредника и постоянно в поисках смысла жизни. Они являются своего рода странниками и мечтателями, любят духовность и находят ее даже в самых простых вещах. Они стремятся к гармонии с окружающим миром, любят получать новые знания и делиться ими с окружающими, поэтому добиваются успеха в области преподавания. Такие люди востребованы в области коммерческой деятельности, рекламе и других направлениях. Они обладают хорошей интуицией, могут ощущать то, чего от них ожидают окружающие. Основные представители данной группы – женщины.

ENFJ (Наставник). Человек, относящийся к данной группе, – явный лидер. Он отличается общительностью и внимательностью к другим людям и к их чувствам. Он не любит монотонности.

INFJ (Гуманист). Данный тип личности имеет хорошо развитую интуицию. При построении взаимоотношений с окружающими он проявляет пронзительность и острый ум. Он умеет радоваться счастью других людей.

ENFP (Инициатор). Данный тип личности пронзателен. Он является чувственной и утонченной натурой, отрицает чистую логику, часто действует спонтанно.

INFP (Романтик). Такие люди являются спокойными идеалистами, обладают развитым чувством собственного достоинства. Они – борцы за идеалы и общие ценности.

Итог: тип личности обладает интуицией и может сочетать ее со здравым смыслом. Он имеет активную жизненную позицию.

10

**КОНТАКТЫ
И АВТОРЫ**



КОНТАКТЫ



Александр СИНИЦЫН

Президент фонда
«Центр стратегических
разработок»

a.sinitsin@csr.ru



Левон АЙРАПЕТЯН

Руководитель
направления «Налоговая
политика» фонда
«Центр стратегических
разработок»

l.ayrapetyan@csr.ru



Динара ИБРАГИМОВА

Старший эксперт
направления «Налоговая
политика» фонда
«Центр стратегических
разработок»

d.ibragimova@csr.ru



Ангелина СУРКОВА

Эксперт направления
«Налоговая политика»
фонда «Центр
стратегических
разработок»

a.surkova@csr.ru

АВТОРЫ



Лора НАКОРЯКОВА

Руководитель
центра социально-
экономических
исследований фонда
«Центр стратегических
разработок»

lnakoryakova@csr.ru



Виктория ПИГАЛКИНА

Аналитик центра
социально-экономических
исследований фонда
«Центр стратегических
разработок»

v.pigalkina@csr.ru

Фонд «Центр стратегических разработок» (Фонд «ЦСР» или ЦСР) – российская некоммерческая организация, созданная в 1999 году с целью разработки и проведения стратегических исследований по социально-экономической тематике. Настоящее сообщение содержит исключительно информацию общего характера. Ни ЦСР, ни его аффилированные лица не предоставляют посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. ЦСР не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящую публикацию.

© 2020 Фонд «Центр стратегических разработок». Все права защищены.