



# 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 культуры<sup>1</sup>, 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**

<sup>1</sup> «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

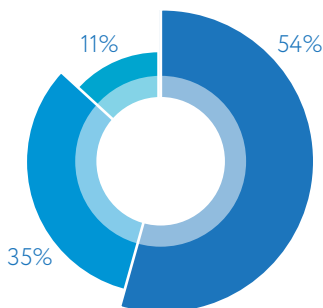
- В кризисный период увеличилась доля граждан, которые допускают неуплату налогов, а также тех, кто не имеет своей позиции по данному вопросу.
- Рост числа граждан, оправдывающих неуплату налогов, можно объяснить тем, что в связи с шоками начала 2020 года у населения уменьшились доходы, и при этом около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

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

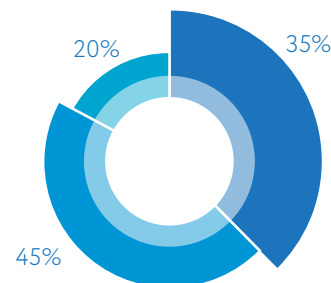
- Более 60% граждан отмечают снижение доходов в мае 2020 года по сравнению с февралем 2020 года, из них 43% отмечают падение доходов более, чем на 15%.
- Около 53% опрошенных респондентов высоко оценивают риск снижения заработной платы.
- Примерно 3 из 4 россиян волнуются о росте цен и удорожании жизни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

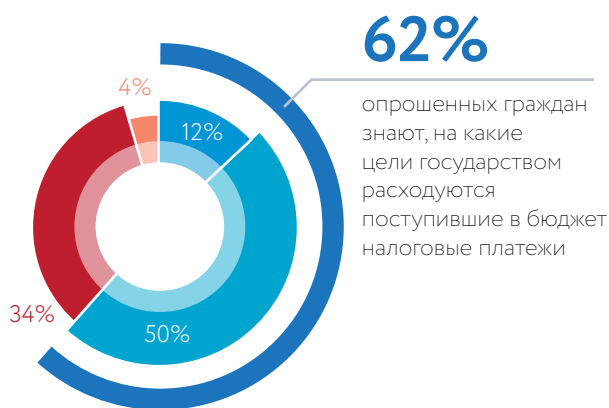
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

## Выводы

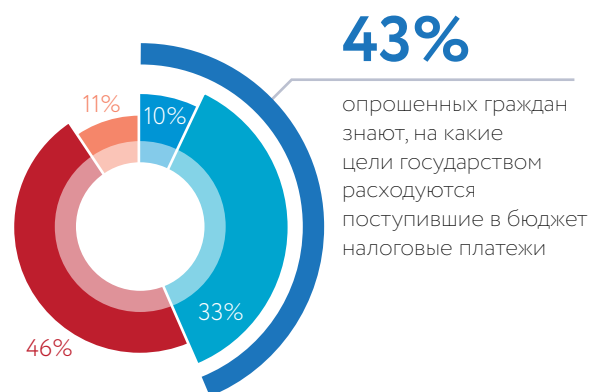
- В кризисный период заметно выросло число граждан, не знающих, на какие цели государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи. При этом в условиях кризиса у населения наблюдается больший интерес к такой информации по сравнению с докризисным периодом.
- Возросший интерес граждан можно 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

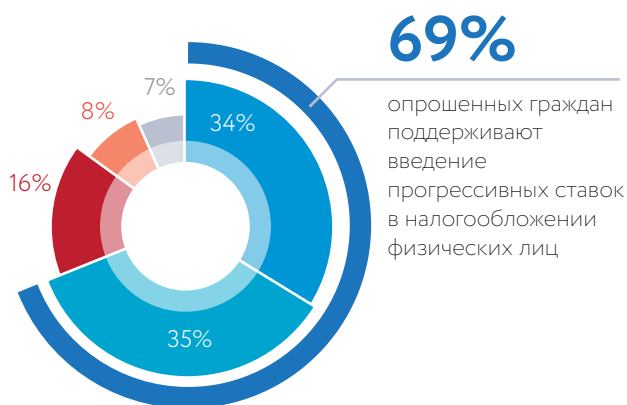
- В кризисный период незначительно снизилось количество граждан, поддерживающих введение прогрессивной шкалы налогообложения. Однако по-прежнему за данное нововведение выступают более 60% россиян.
- Незначительное снижение одобрения и рост неопределенности среди населения в отношении прогрессивной шкалы 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)\*\*

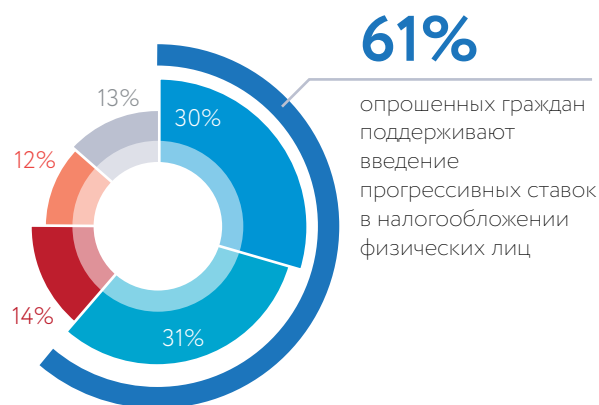
- Примерно 3 из 4 россиян волнуются о росте цен и удорожании жизни в связи с последствиями ограничений, вызванных COVID-19.
- Около 2/3 населения беспокоятся, что им не хватит денег на поддержание привычного образа жизни.
- Около 53% граждан высоко оценивают риск снижения заработной платы.

## 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

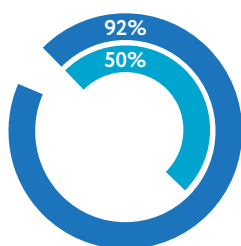
В целом уровень налоговой культуры россиян можно охарактеризовать как удовлетворительный (индекс равен 0,65 по шкале от 0 до 1).



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.

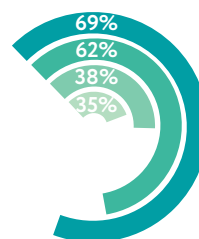
Общий уровень налоговой культуры*	0,65
1. Индекс информированности граждан	0,66
2. Индекс сложности процедуры уплаты налогов	0,66
3. Индекс лояльности к уклонению от уплаты налогов	0,54
4. Индекс наличия опыта использования налоговых льгот	0,67
5. Индекс знания подачи декларации о доходах в инспекцию 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)).



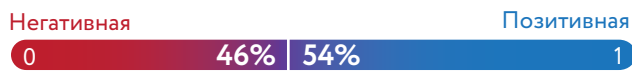
- поддерживают введение прогрессивной шкалы ставок по налогам на доходы и имущество
- знают, на какие цели государством расходуются уплаченные ими налоги
- ничего не знают о том, как государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи, однако большинству все же хотелось бы об этом узнать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



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.**



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



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

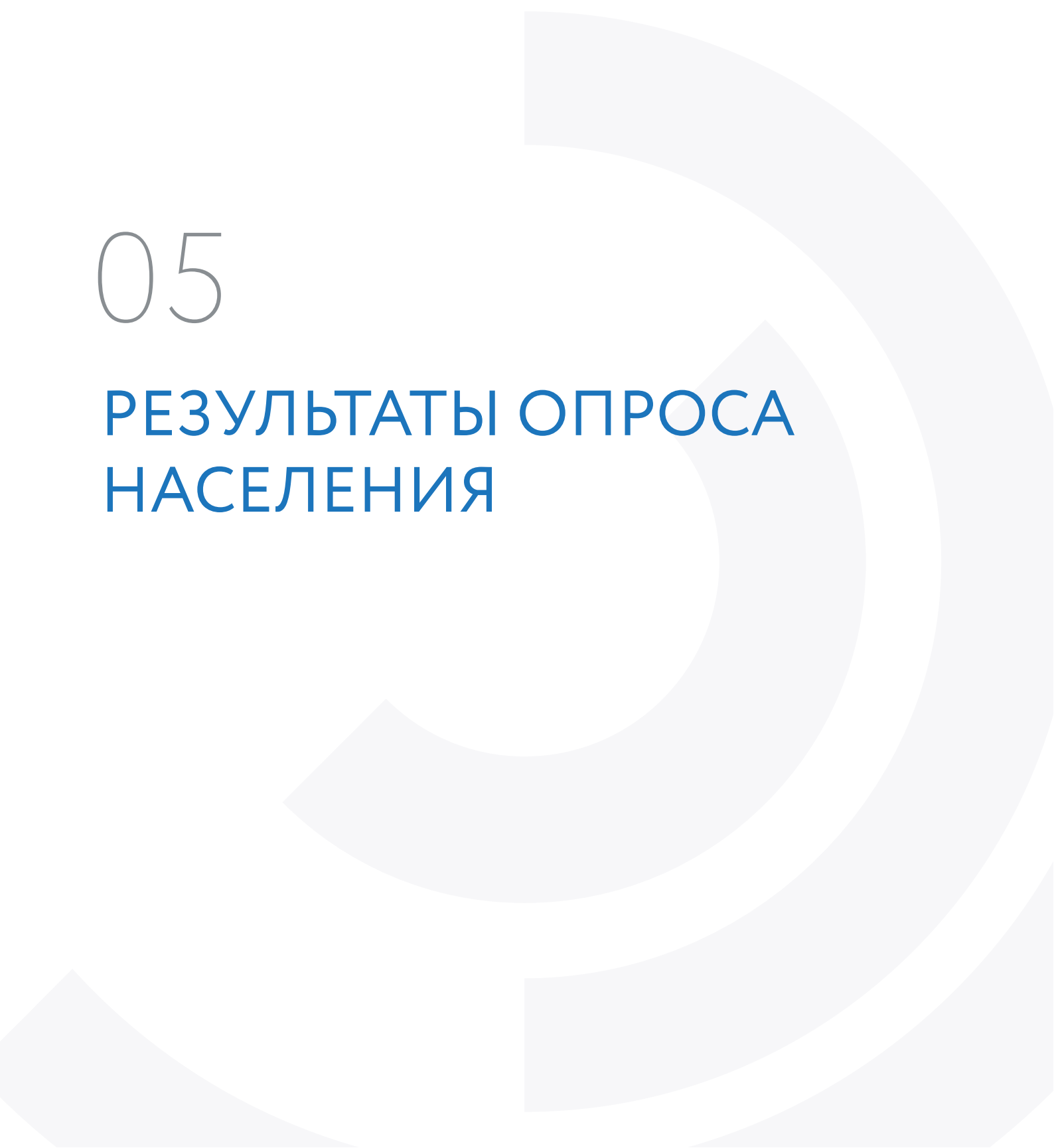


### Цифровой след по теме "Налоги"

- 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)

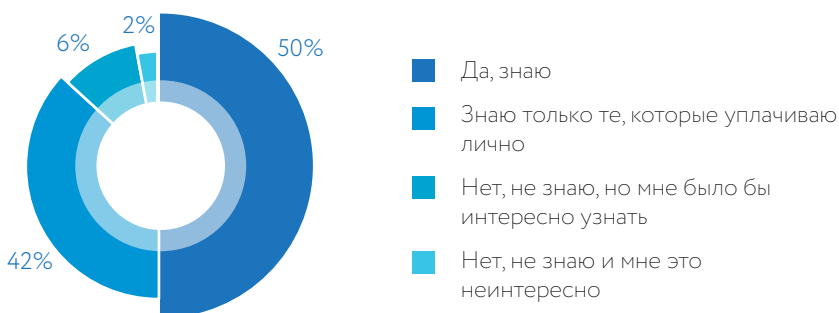
05

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА  
НАСЕЛЕНИЯ



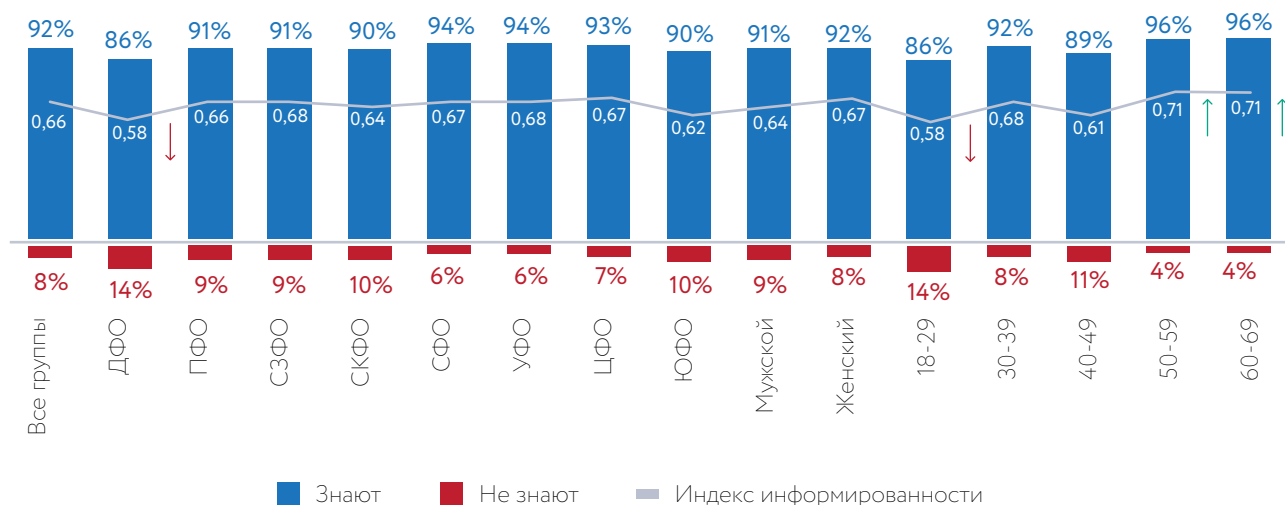
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

## 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

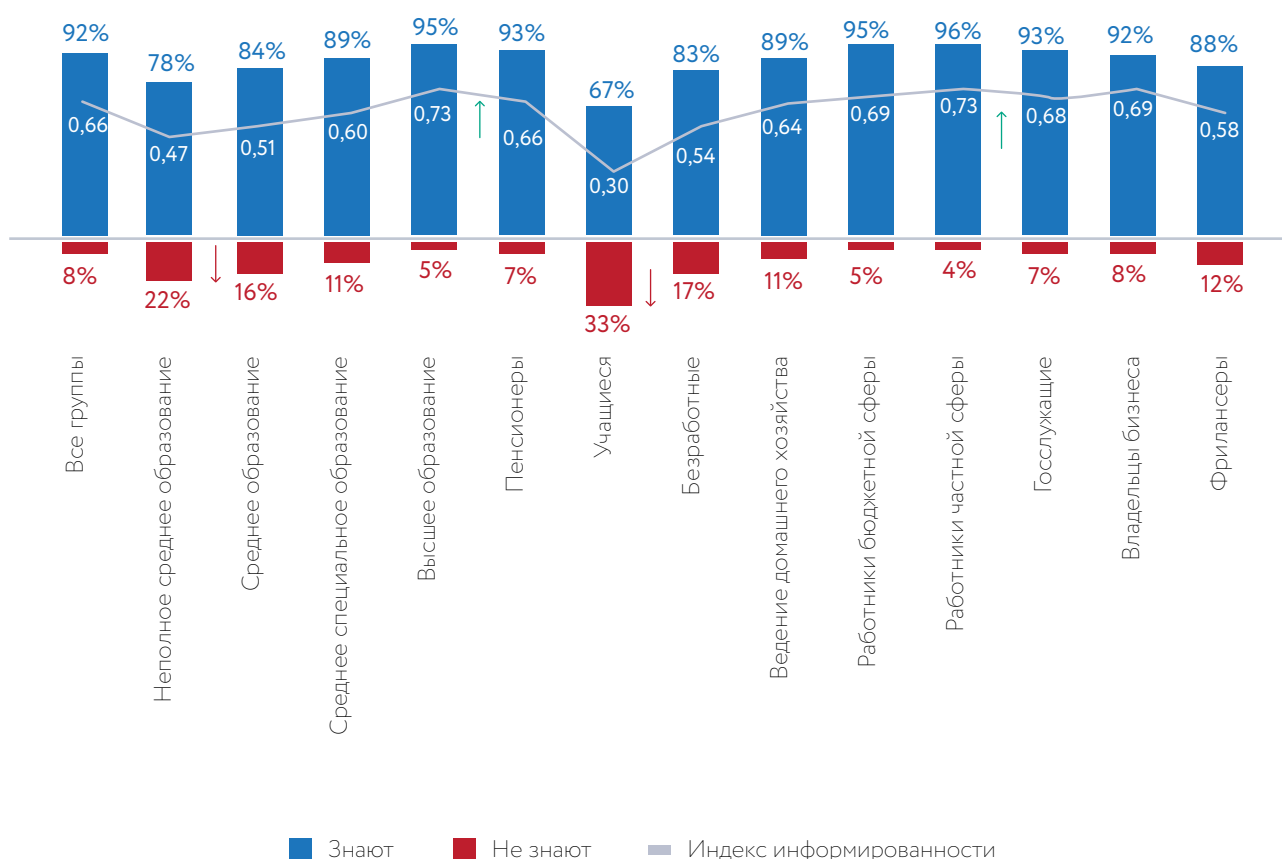
- Среди жителей Дальневосточного федерального округа чаще встречаются граждане, которые не знают о том, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России (на 6 п. п. выше среднего).
- Среди респондентов в возрасте от 18 до 29 лет ниже доля тех, кто проинформирован о налогах (на 6 п. п. ниже),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



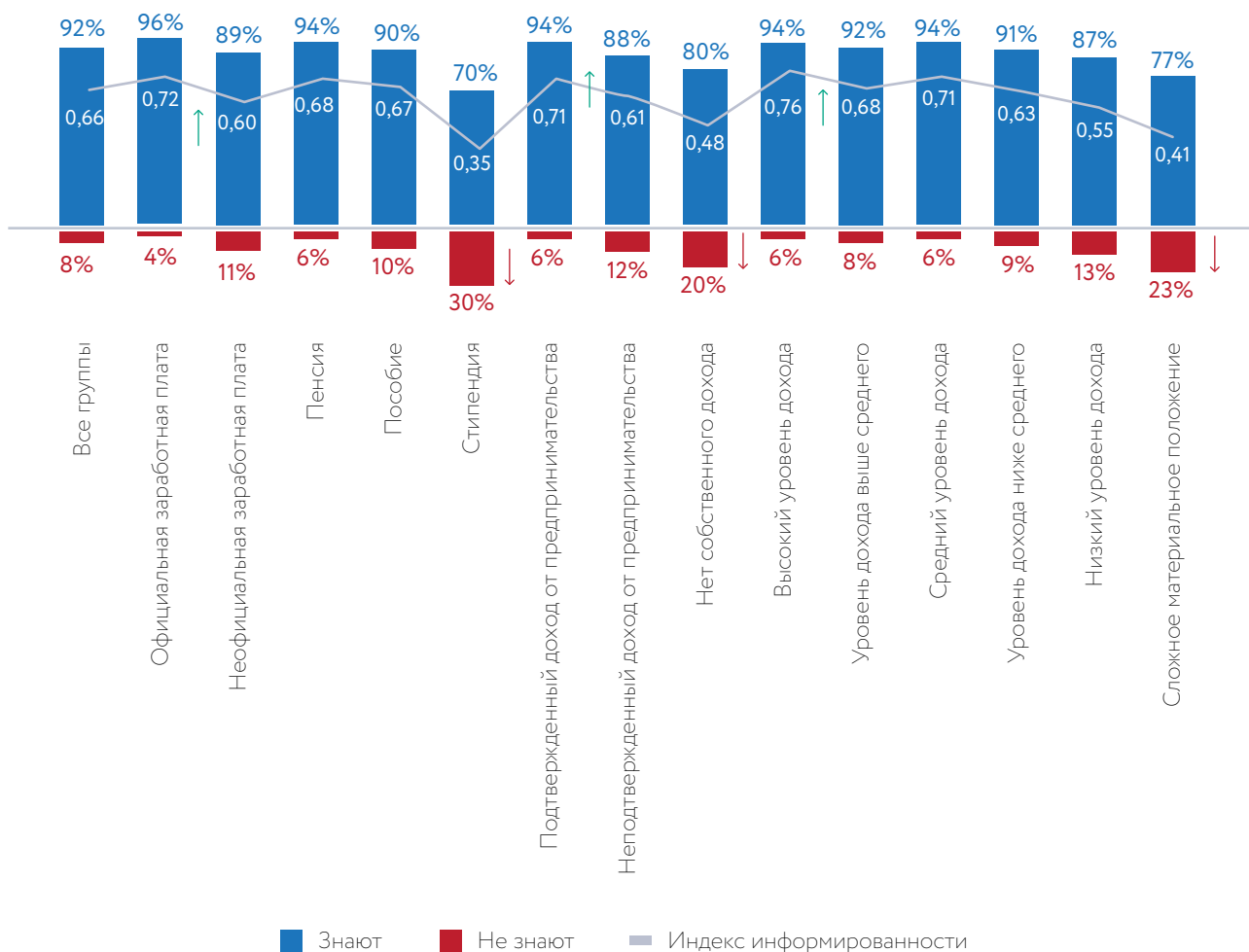
### Особенности

- 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



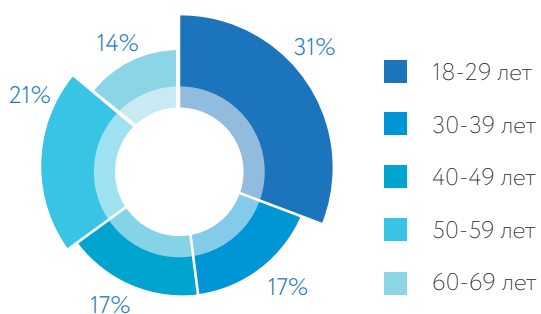
Пол: Мужчина

Средний возраст: 42 года

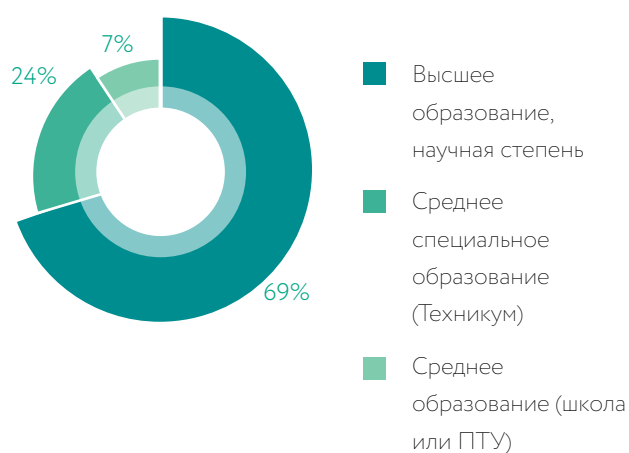
Образование: высшее

Уровень материального положения: среднее

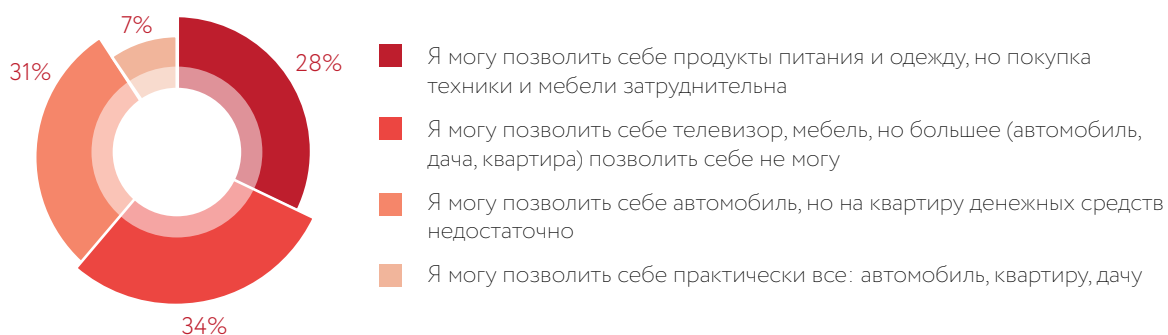
### Возраст самозанятых



### Образование самозанятых



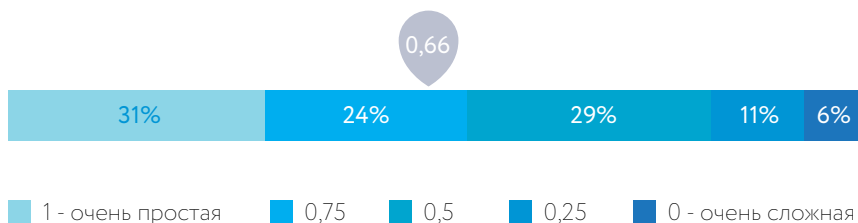
### Материальное положение самозанятых



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

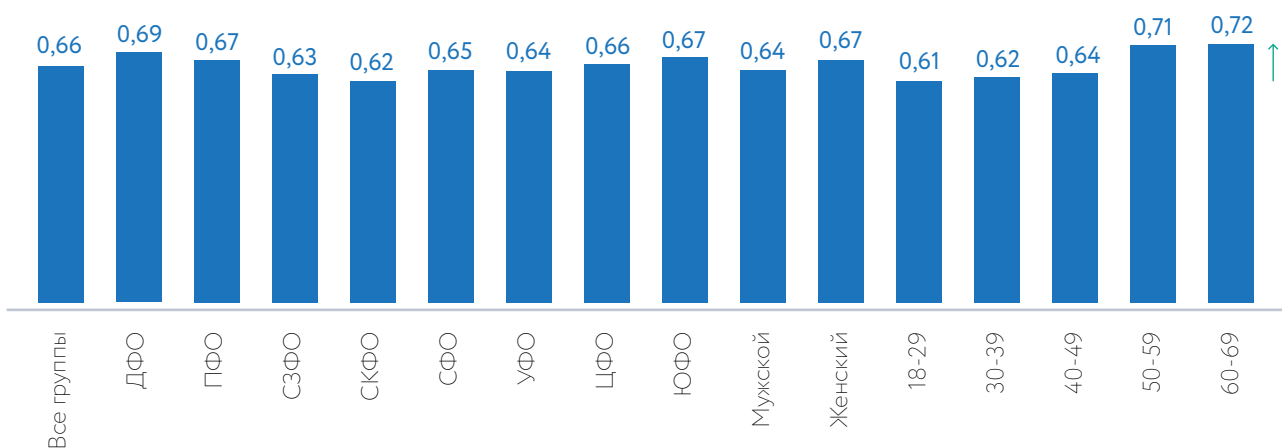
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

## 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)).

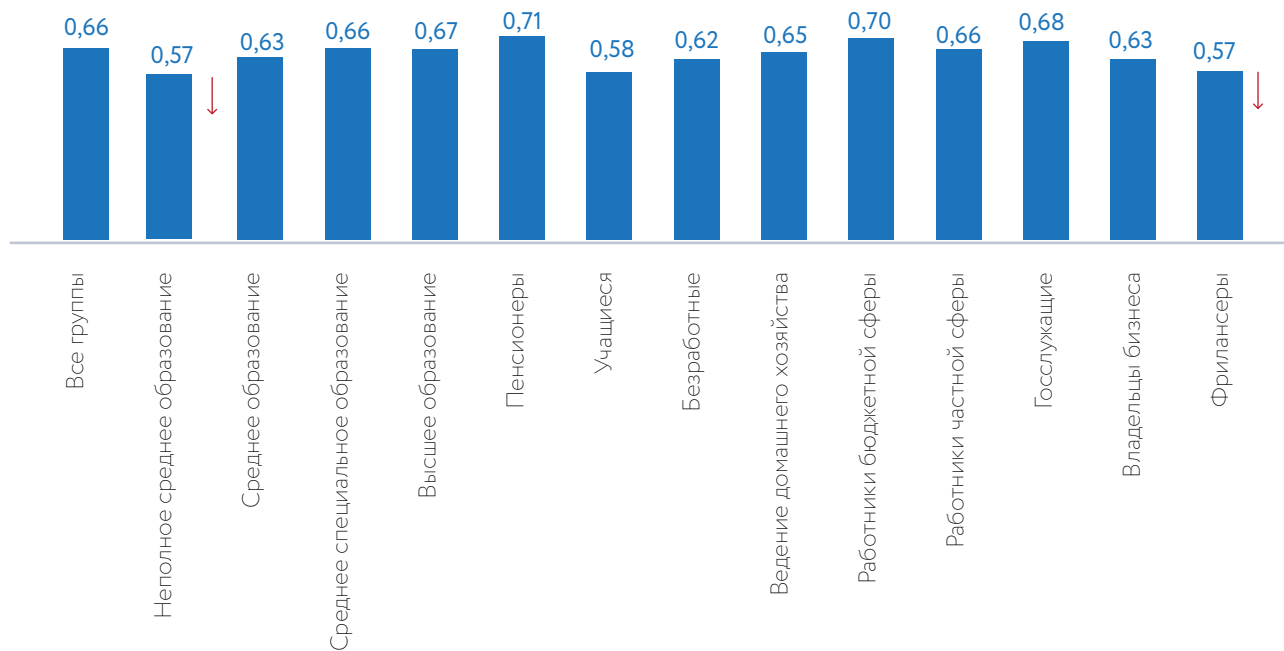
### Особенности

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

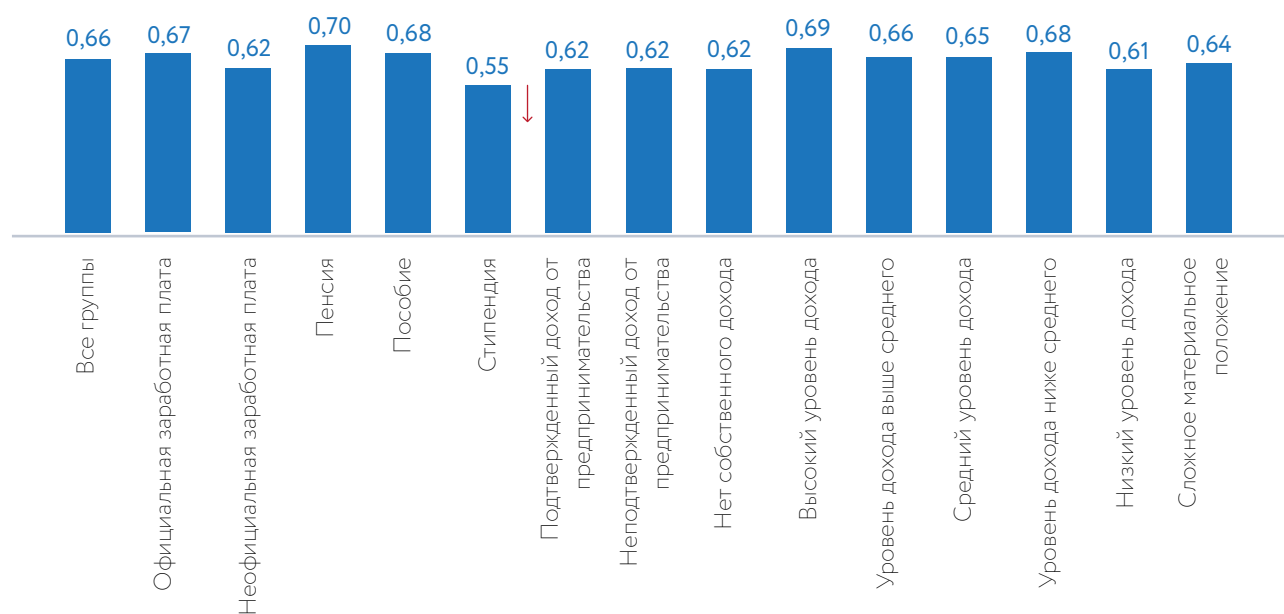
\* Индекс сложности процедуры уплаты налогов — средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

## Индекс сложности\* в зависимости от социального положения



## Индекс сложности в зависимости от материального положения



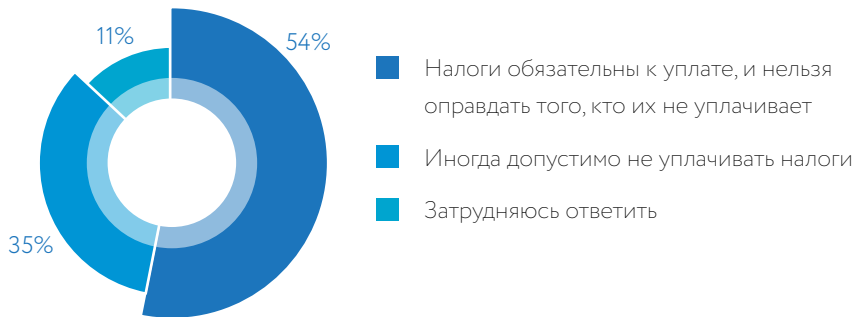
### Особенности

- 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

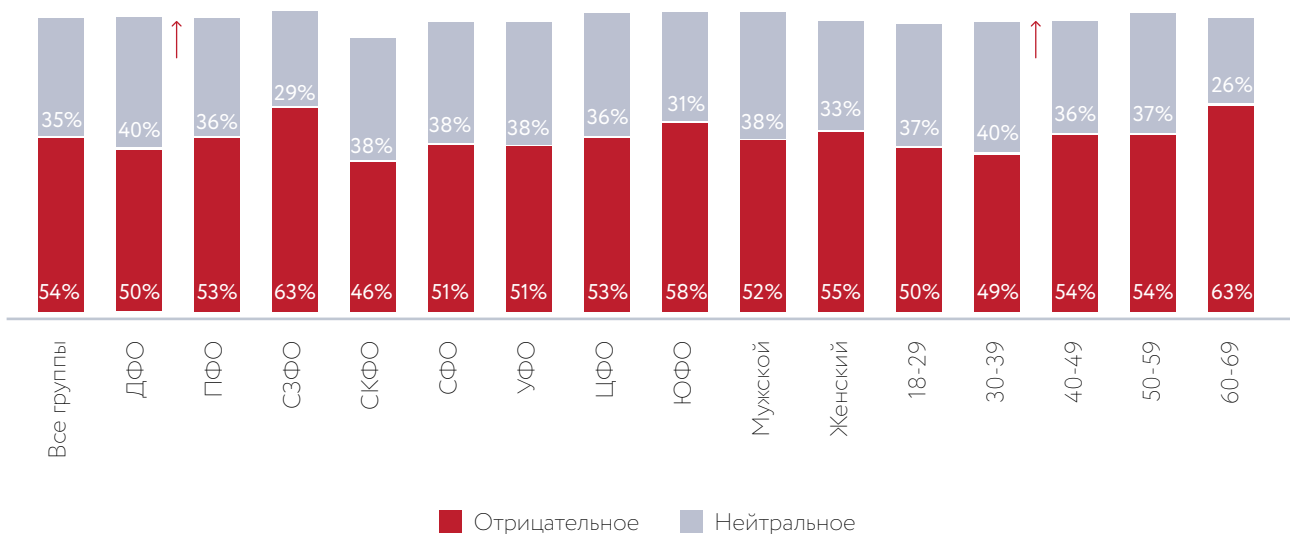
## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

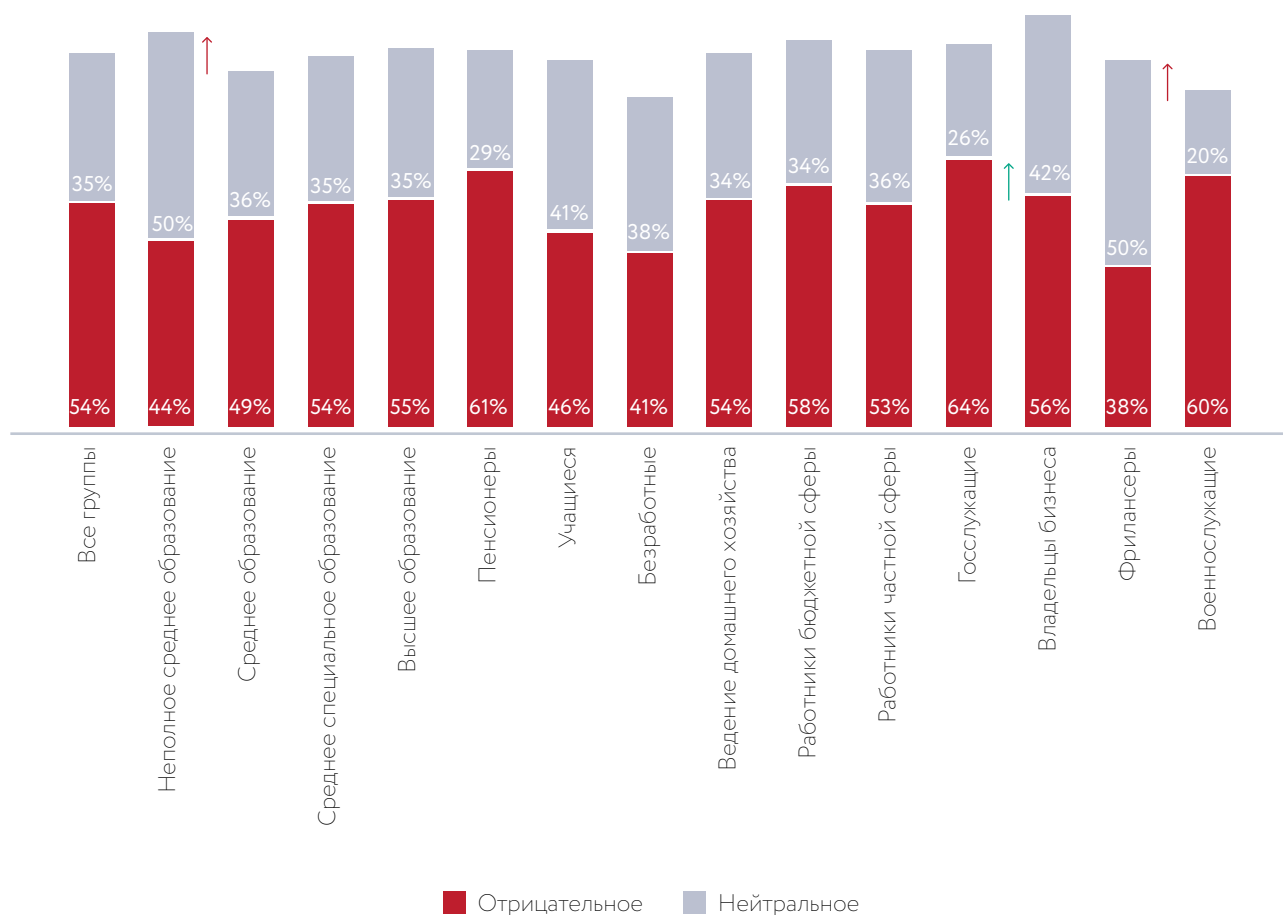
- Больше половины опрошенных респондентов (54%) негативно относятся к уклонению от уплаты налогов.
- Однако каждый третий россиянин (35%) считает, что такая ситуация допустима.

### 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

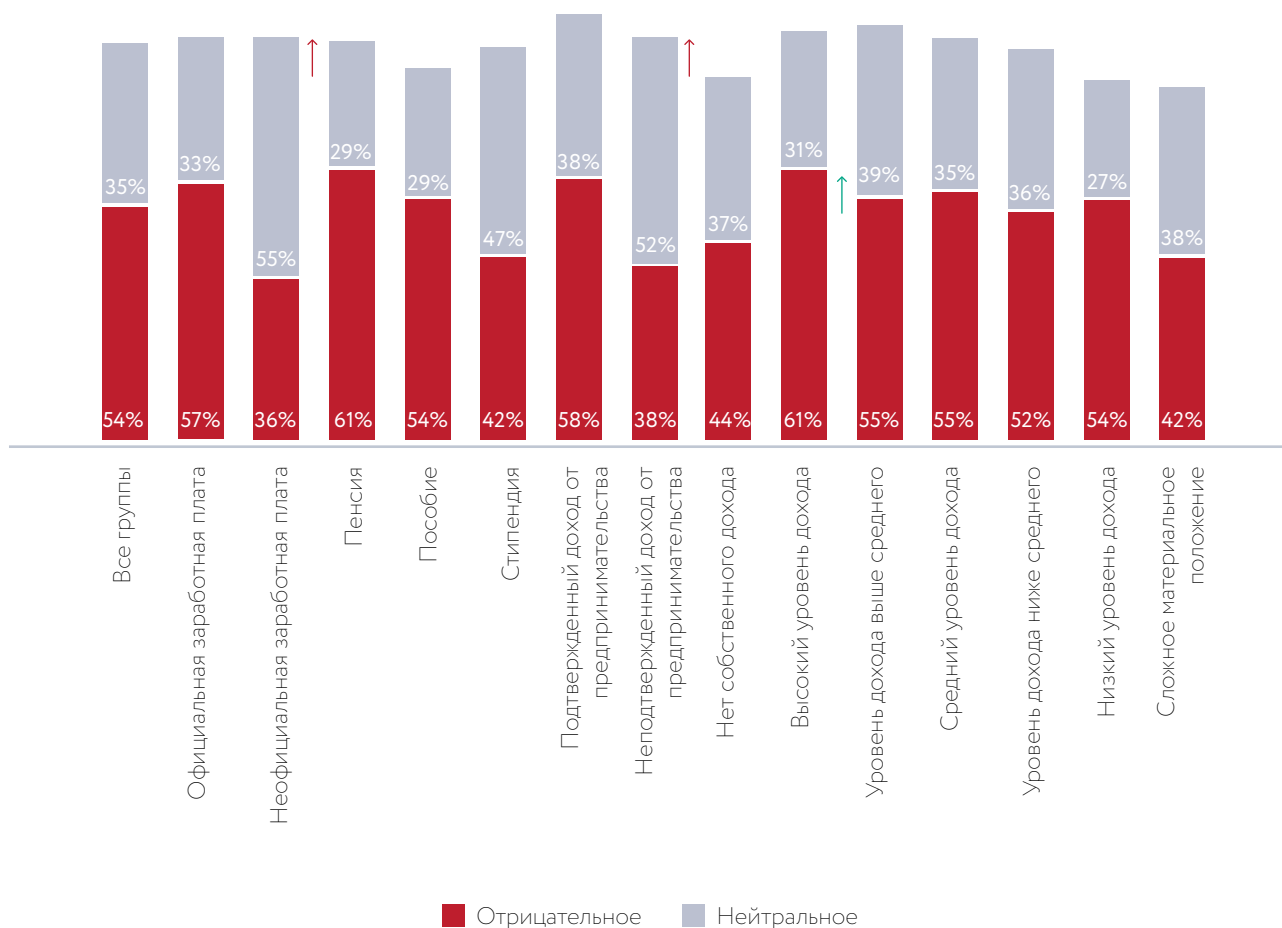


### Особенности

- 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.



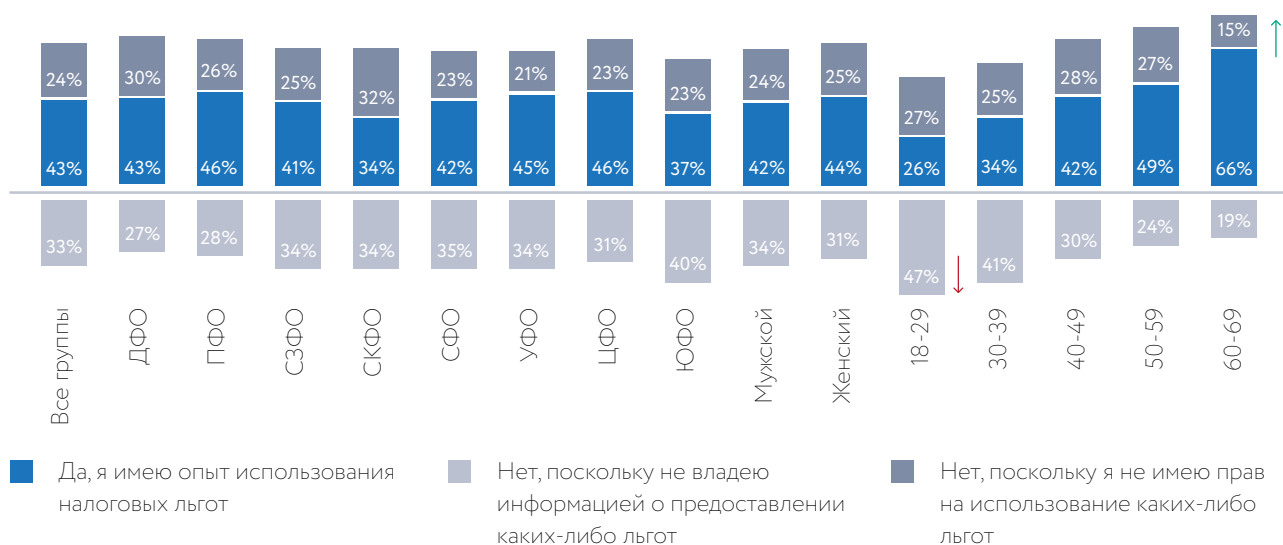
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

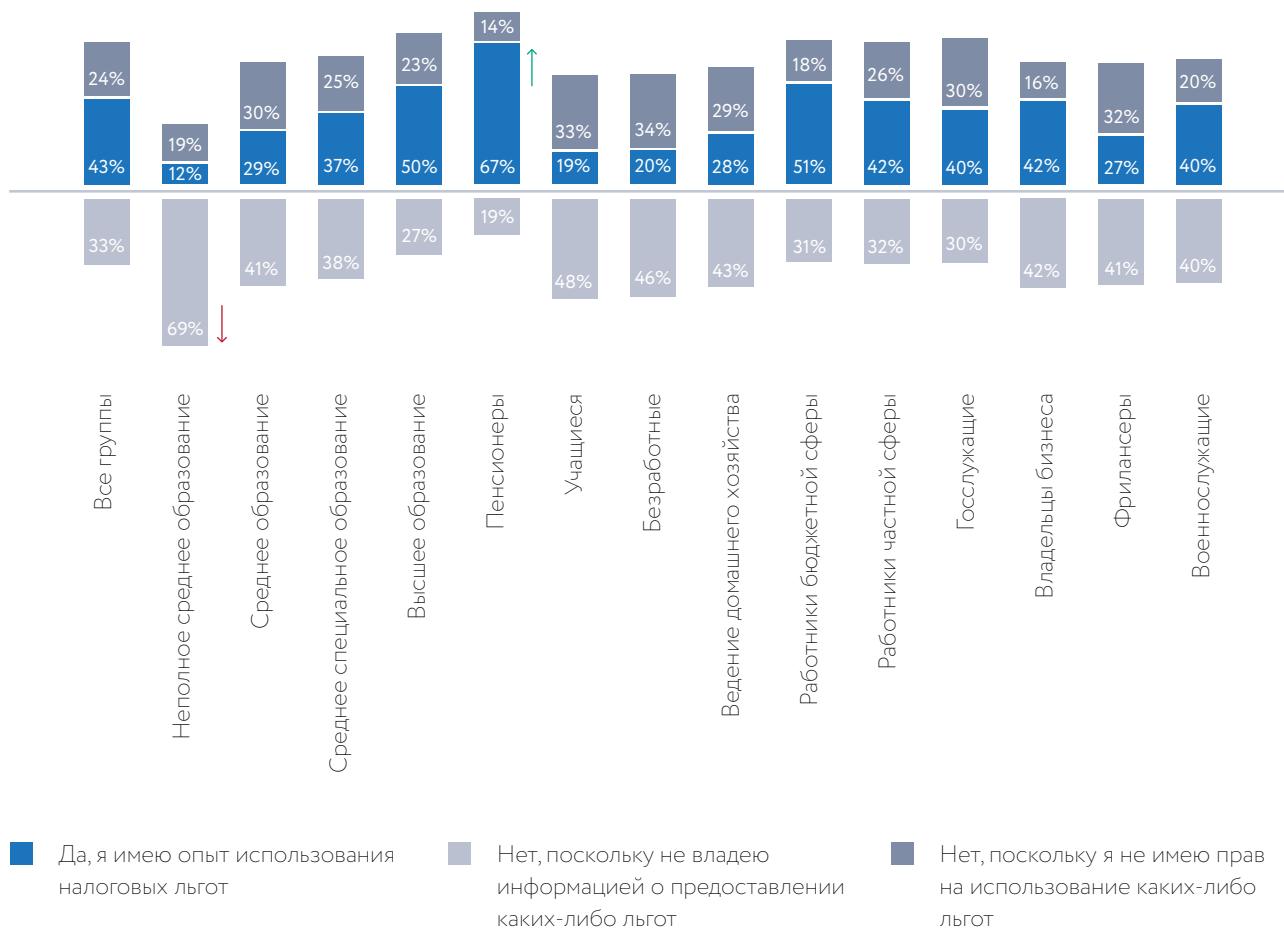
- Две трети опрошенного населения (67%) знают о наличии налоговых льгот, но только 43% респондента сообщили о том, что пользуются ими. При этом более половины (54%) пользуются налоговыми льготами именно по НДФЛ и (или) налогу на имущество.
- О том, что не владеют информацией о каких-либо налоговых льготах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

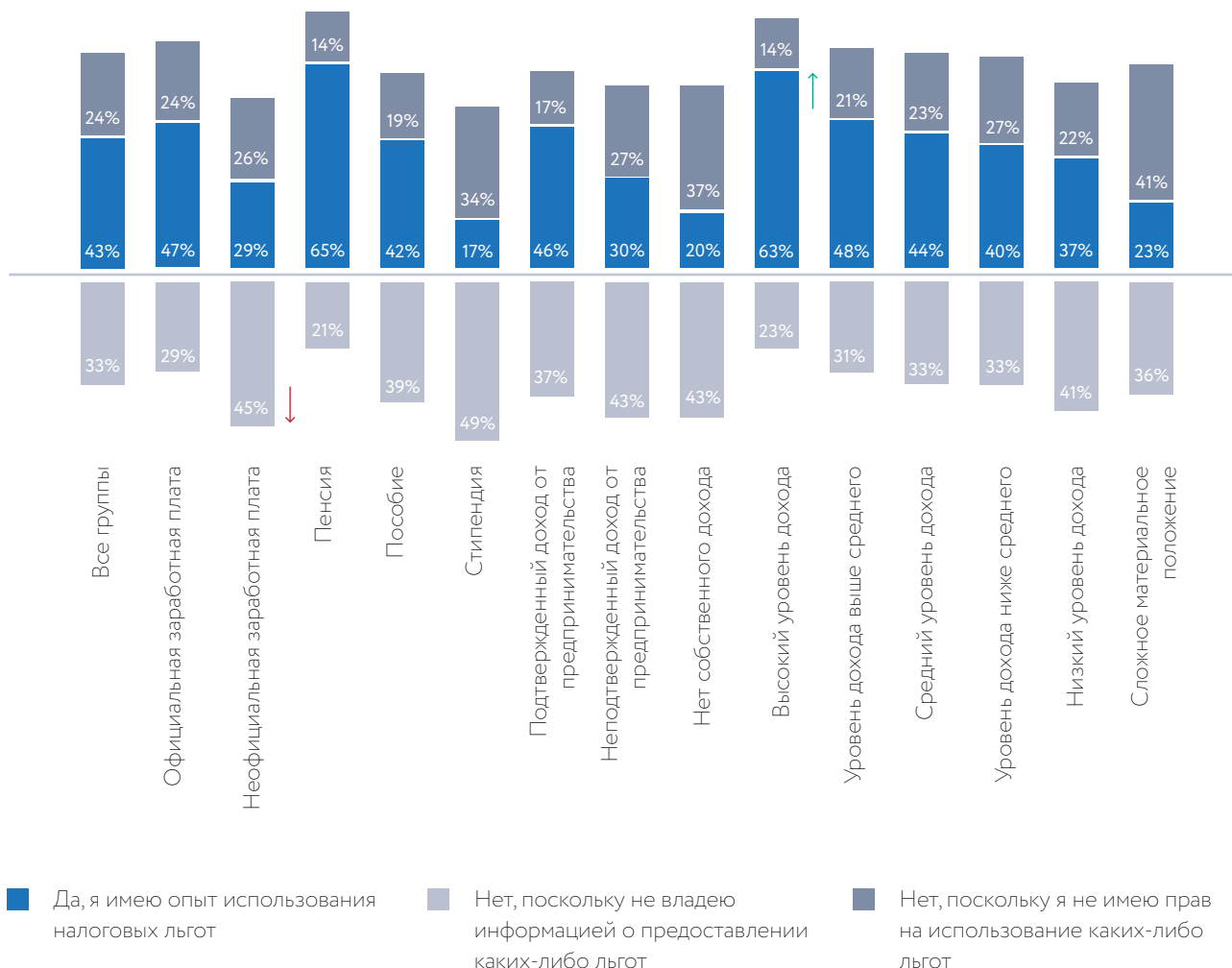


### Особенности

- 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

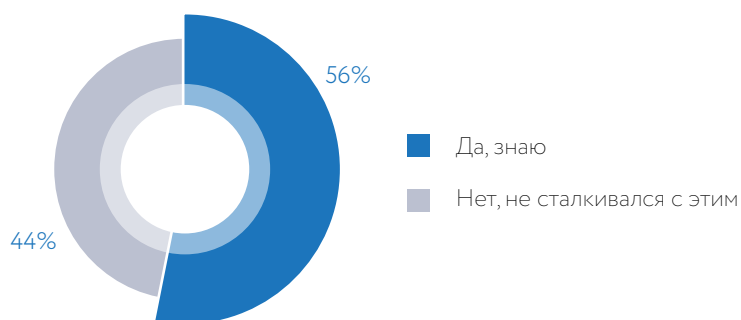


### Особенности

- 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.

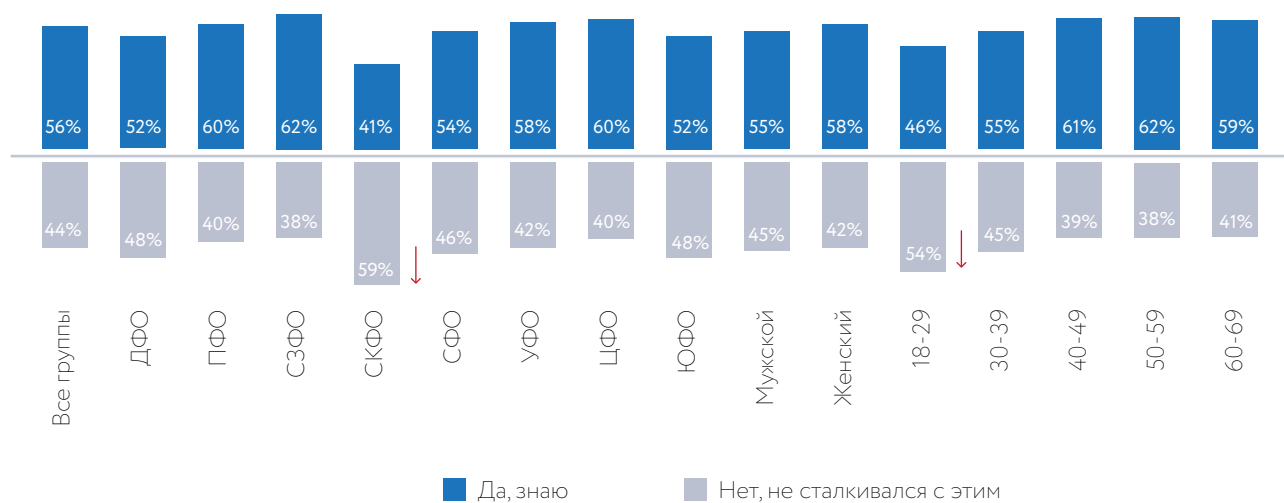
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

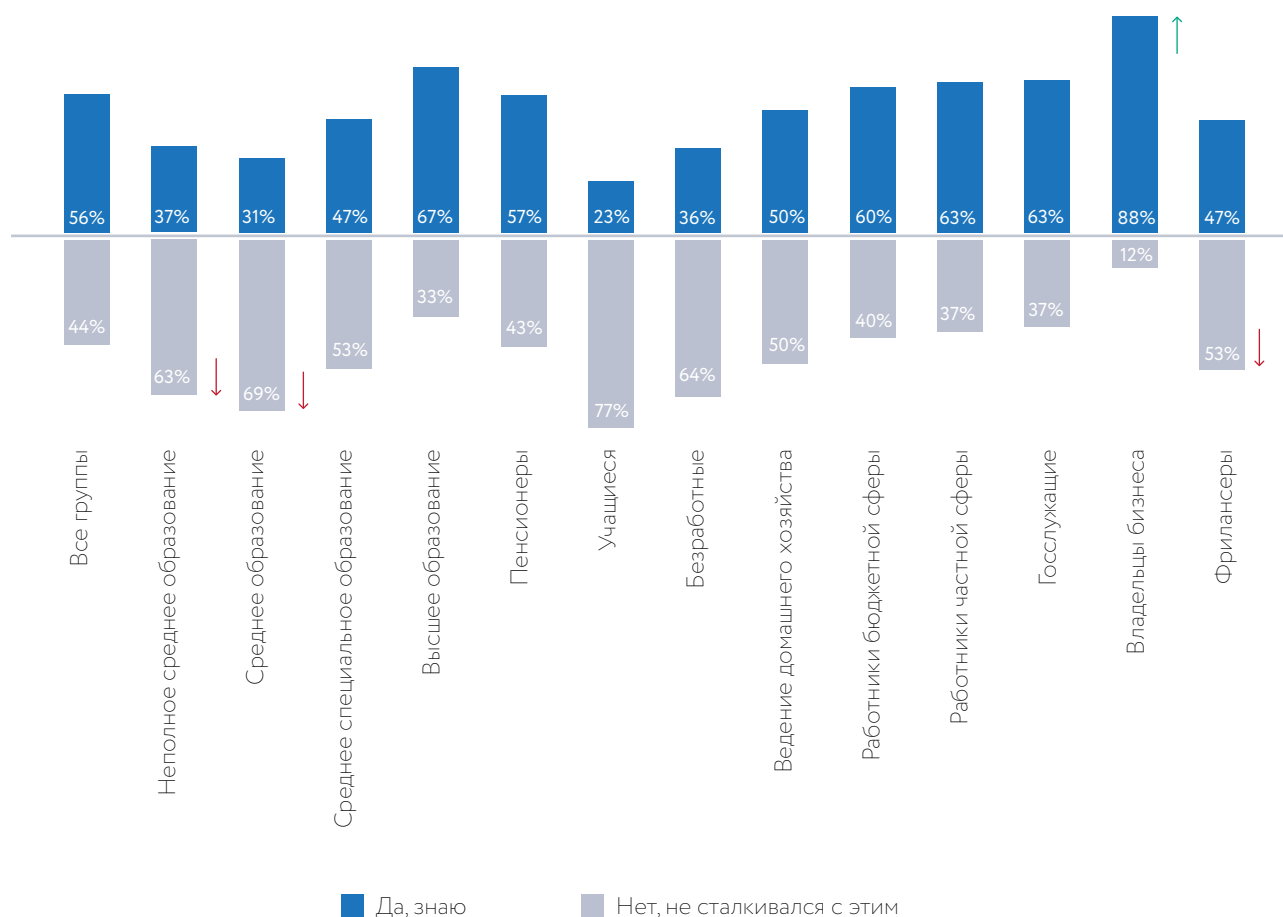
- Более половины опрошенных россиян (56%) знают, как подать декларацию о доходах в инспекцию ФНС России.

## 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

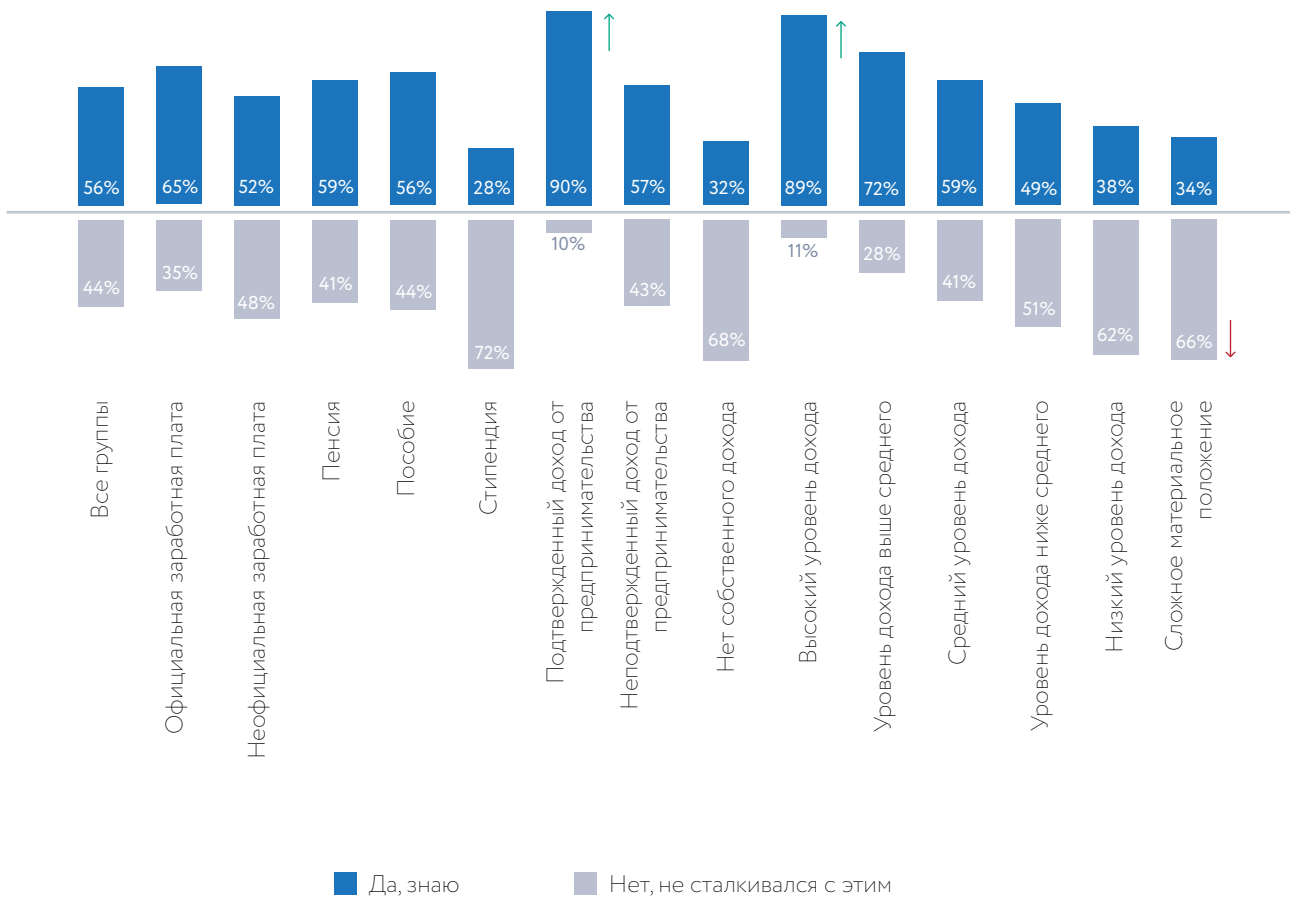


### Особенности

- 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%).

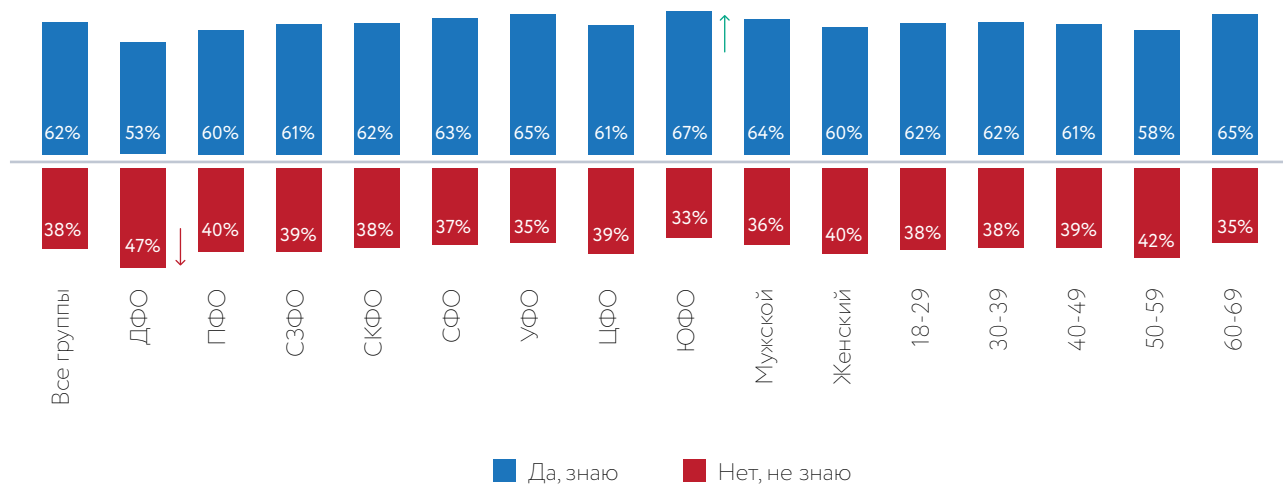
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

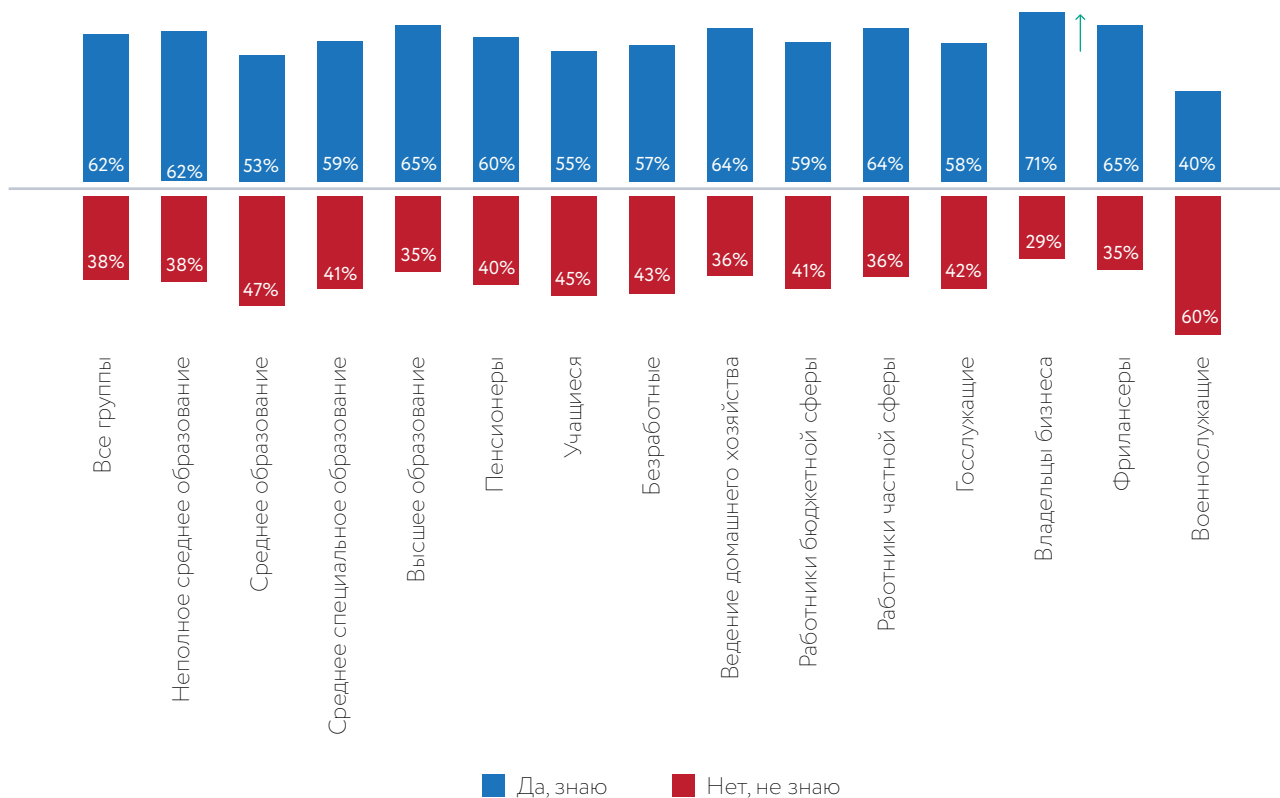
- Только 12% опрошенных россиян знают, куда государством расходуются поступившие в бюджет налоговые платежи, и регулярно следят за этой информацией.
- Половина опрошенных (50%) сообщили о том, что иногда следят за данной информацией.
- 38% респондентов ничего не знают о том, как государством расходуются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



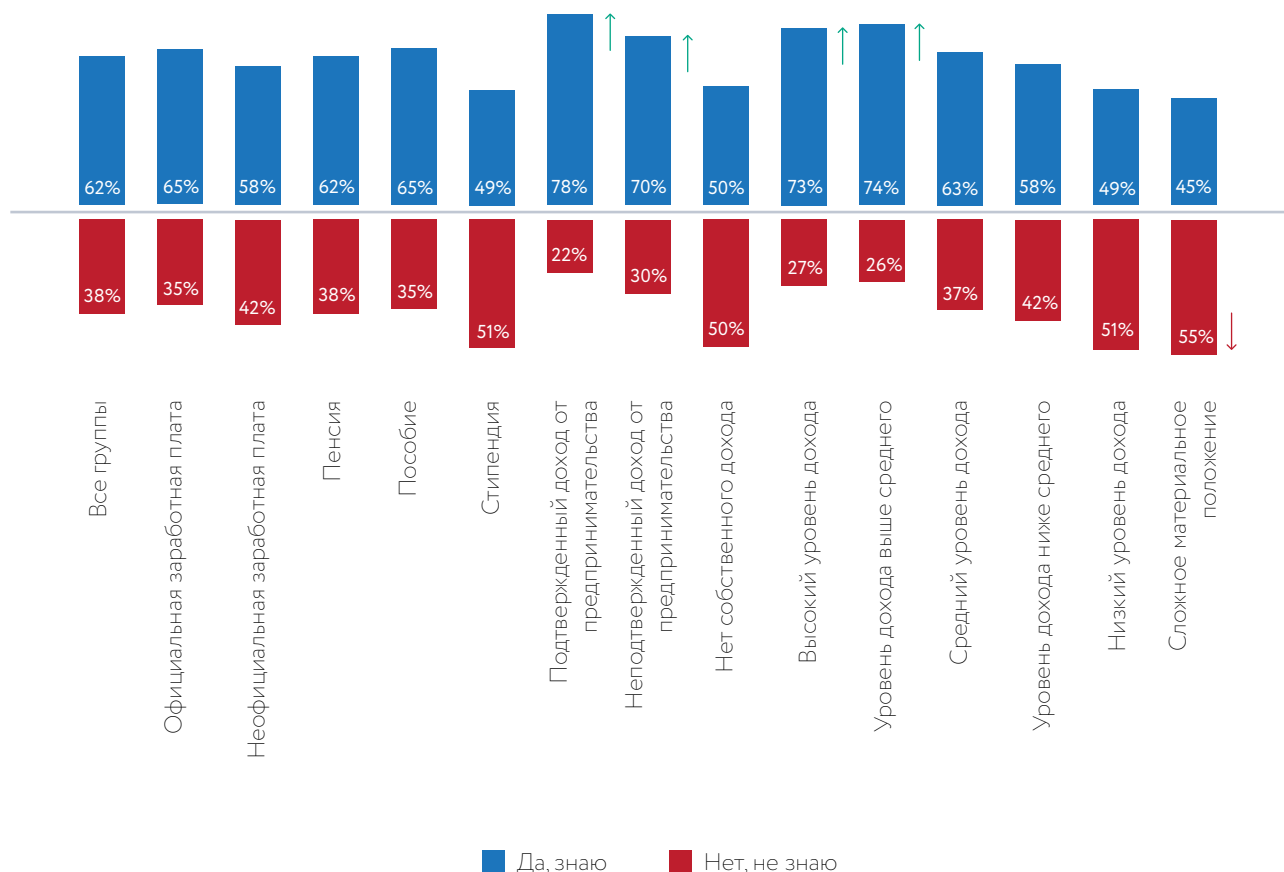
#### Особенности

- 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

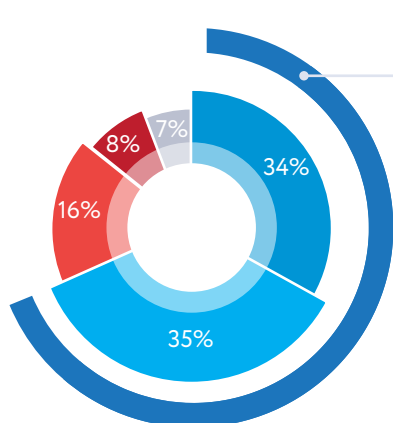


## Особенности

- 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.

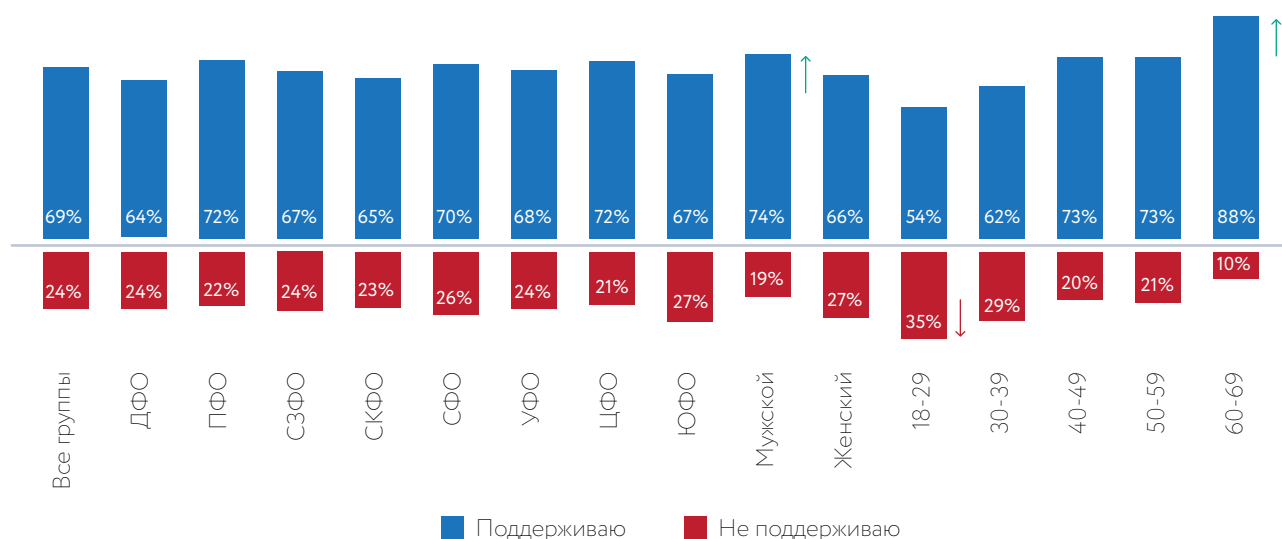
### Тренд

- 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



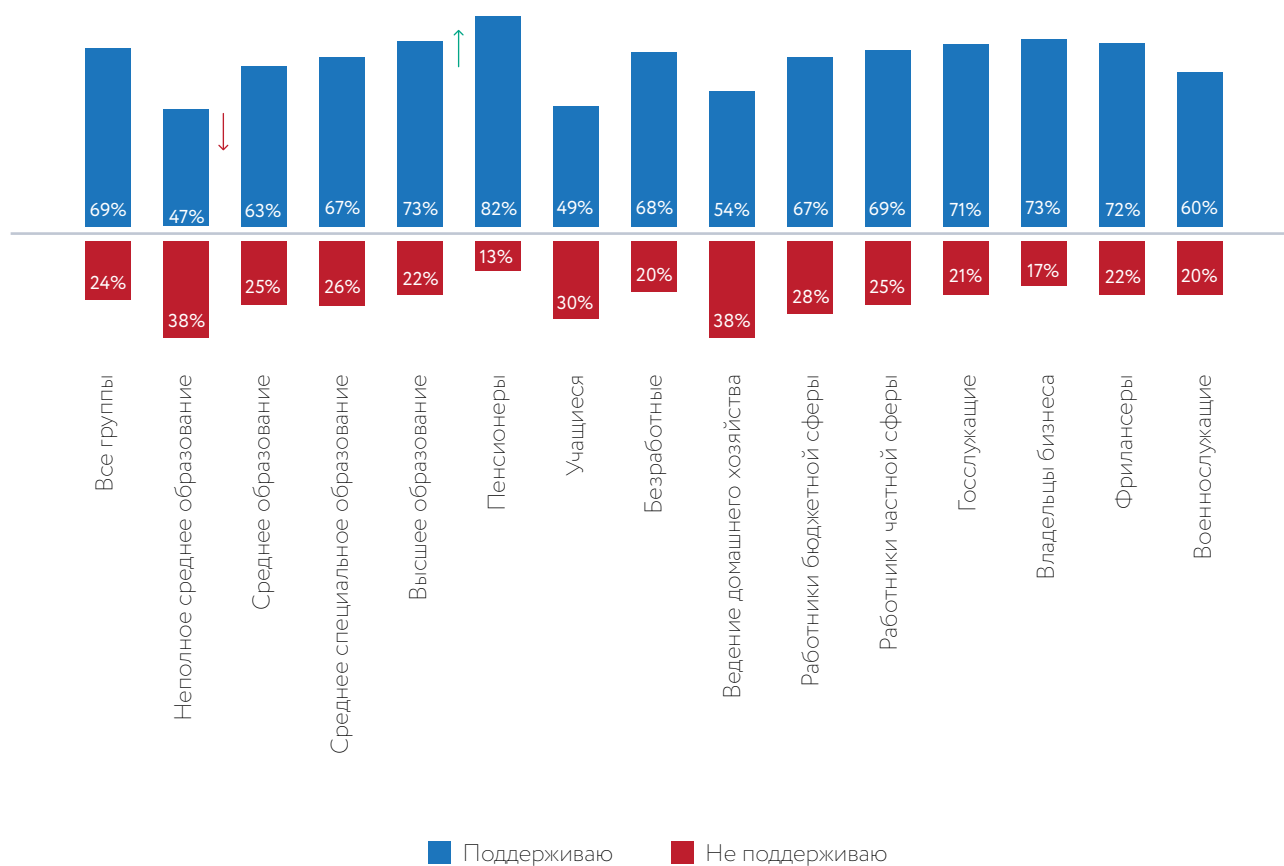
## Особенности

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

<sup>8</sup> 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



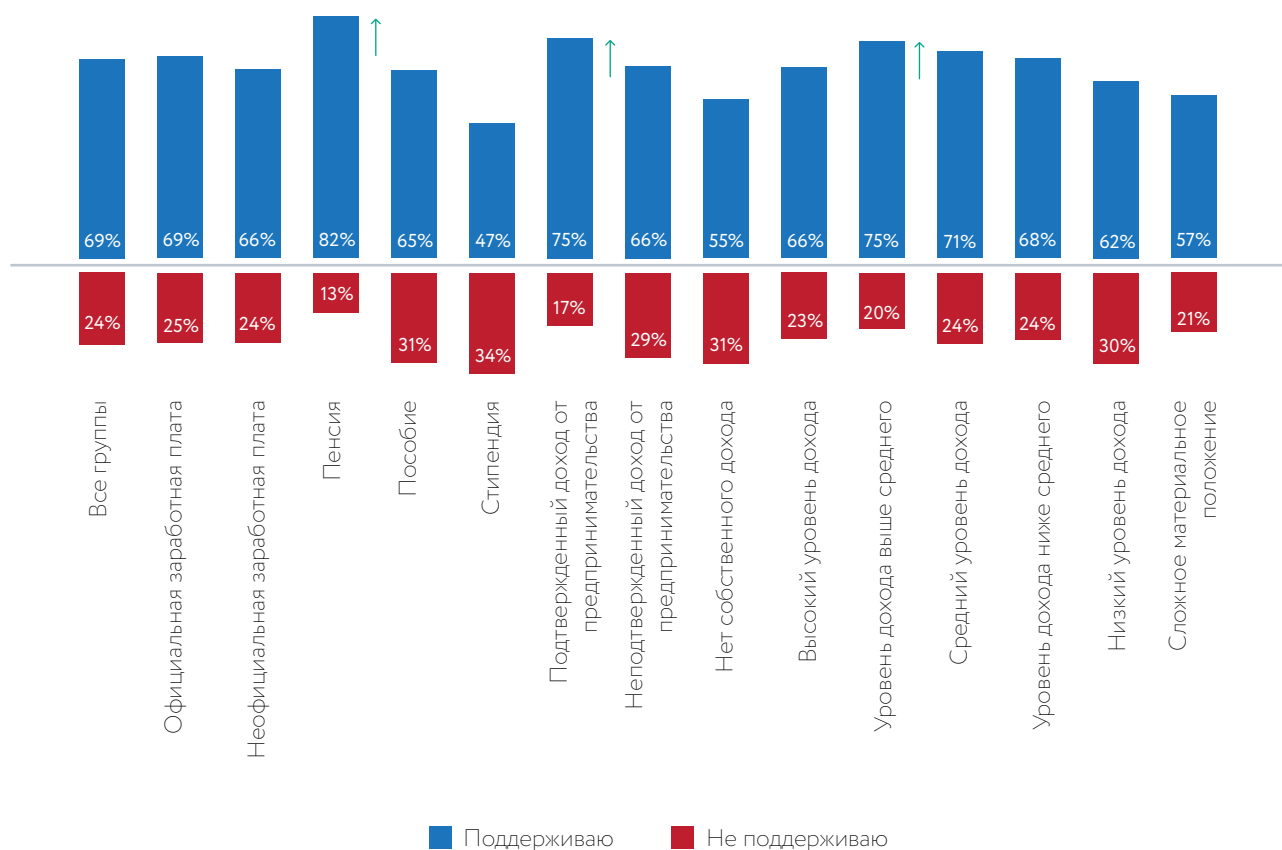
### Особенности

- По мере увеличения степени образованности наблюдается тенденция повышения доли граждан, которые поддерживают внедрение прогрессивной ставки<sup>9</sup>: с 47% среди граждан с неполным средним образованием до 73% — с высшим образованием.

<sup>9</sup> 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

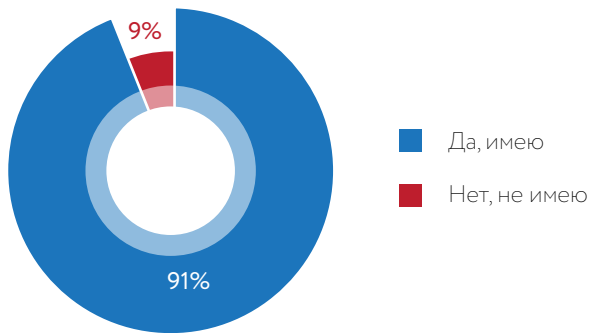
- Среди граждан с уровнем материального положения выше среднего, а также тех, кто имеет подтвержденный доход от предпринимательства, доля поддерживающих прогрессивную ставку\* налогообложения больше на 6 п. п.

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

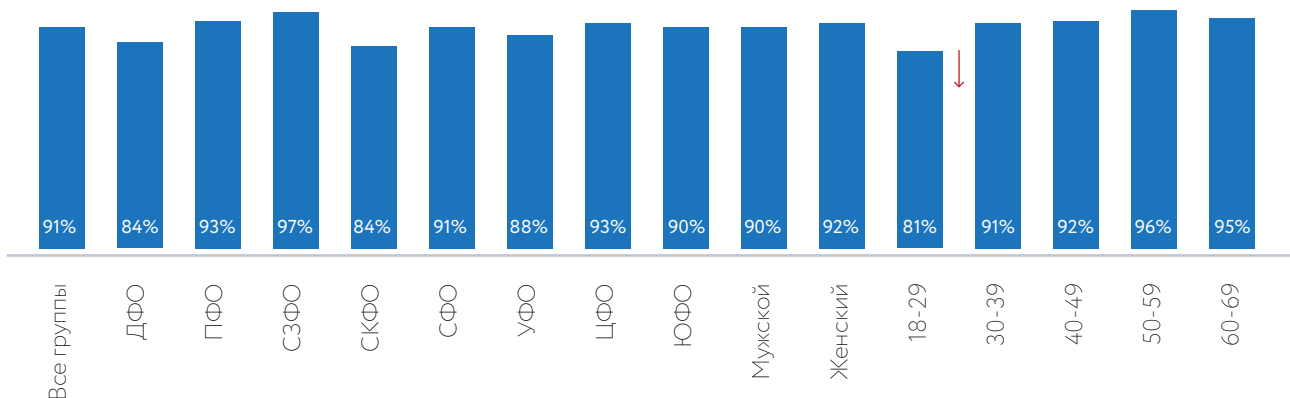
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

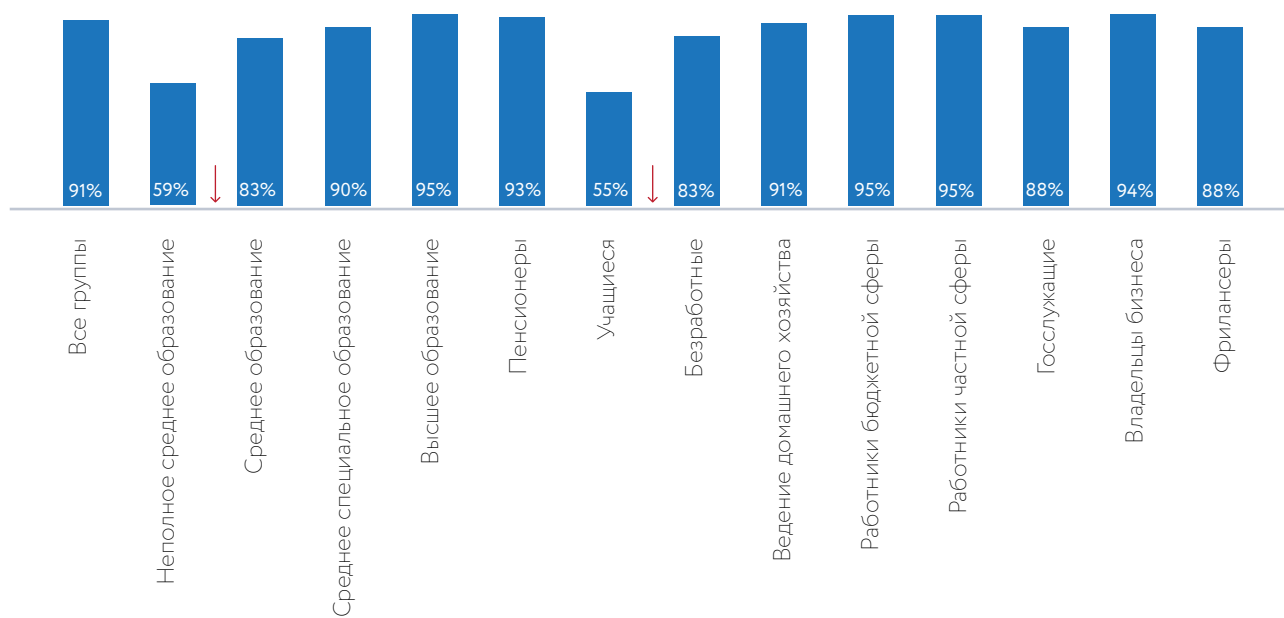
- Абсолютное большинство опрошенных россиян (91%) имеют ИНН в бумажной форме.

## Особенности

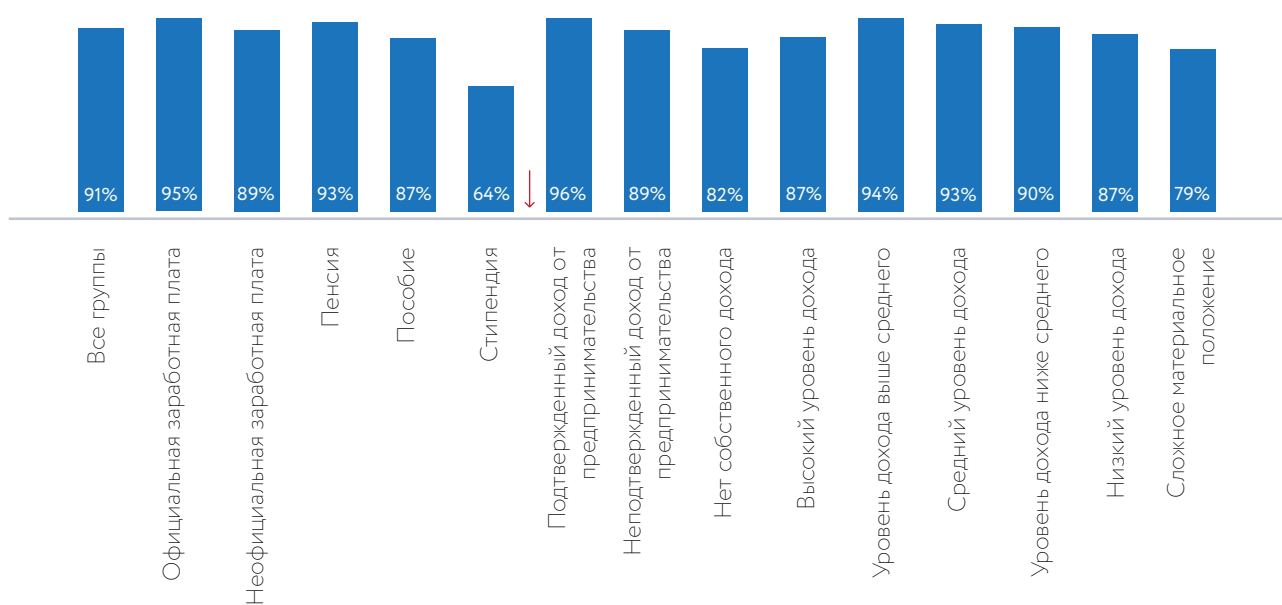
- Каждый пятый опрошенный в возрасте от 18 до 29 лет сообщил о том, что не имеет ИНН в бумажной форме (что на 10 п. п. выше, чем в среднем).

# 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

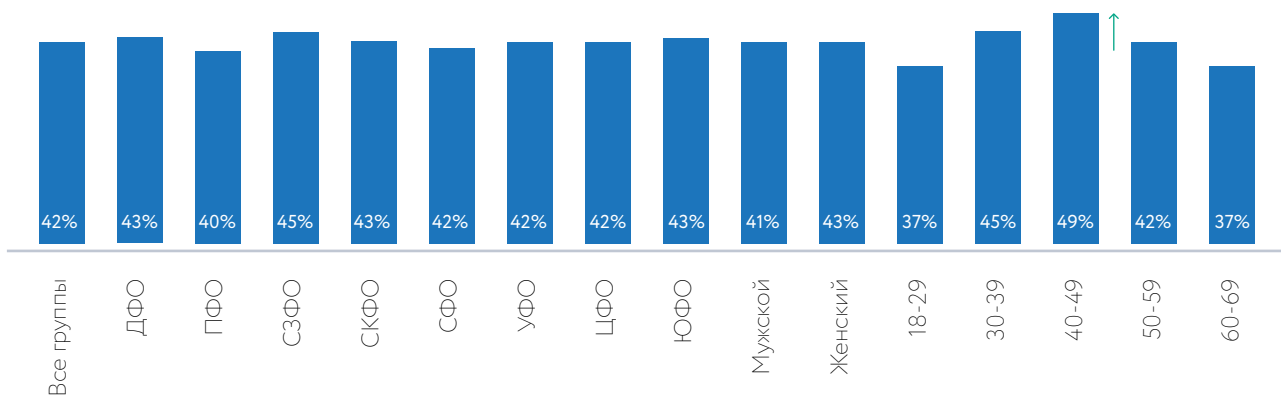
- Среди учащихся и респондентов с неполным средним образованием существенно меньше доля тех, у кого есть ИНН в бумажной форме (на 36 п. п. и 32 п. п. соответственно).
- Доля тех, у кого есть ИНН в бумажной форме, существенно ниже среди тех, кому не нужно уплачивать налог с такого дохода, как стипендия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

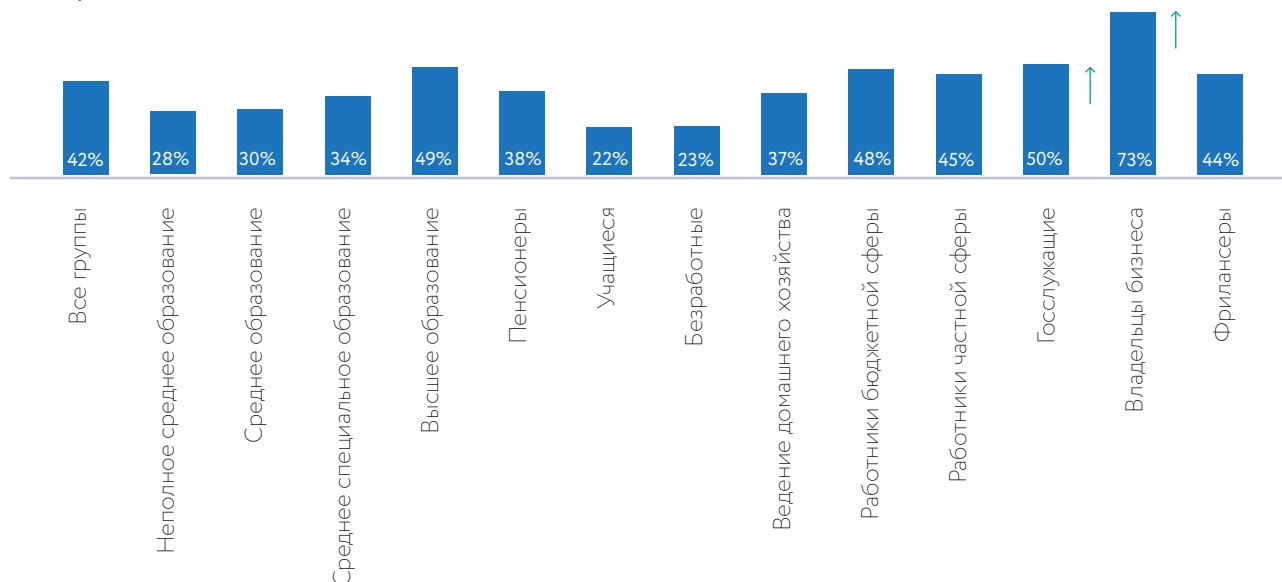
### Особенности

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

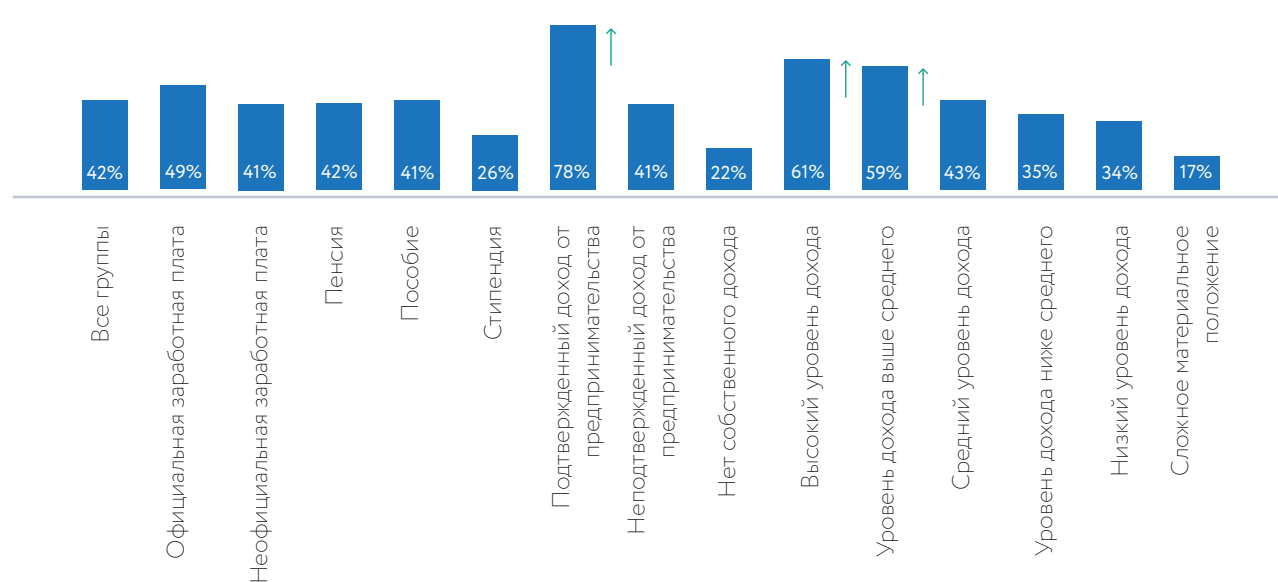


# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

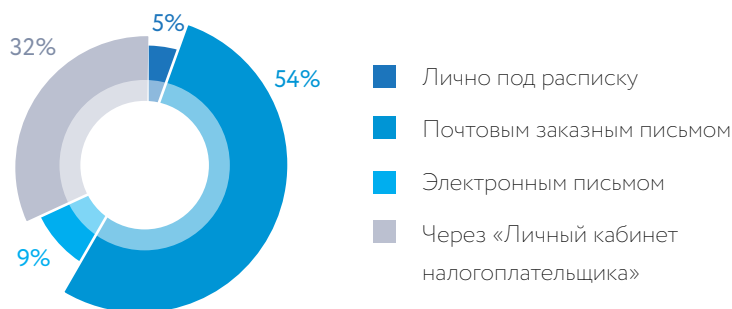


## Особенности

- 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).

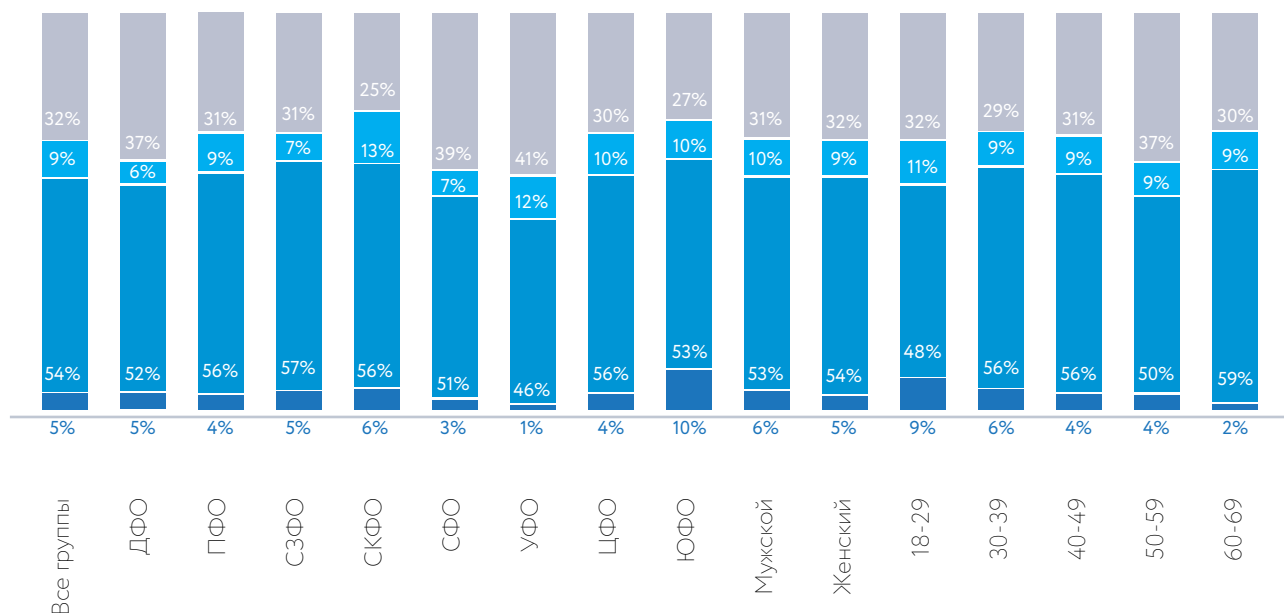
## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

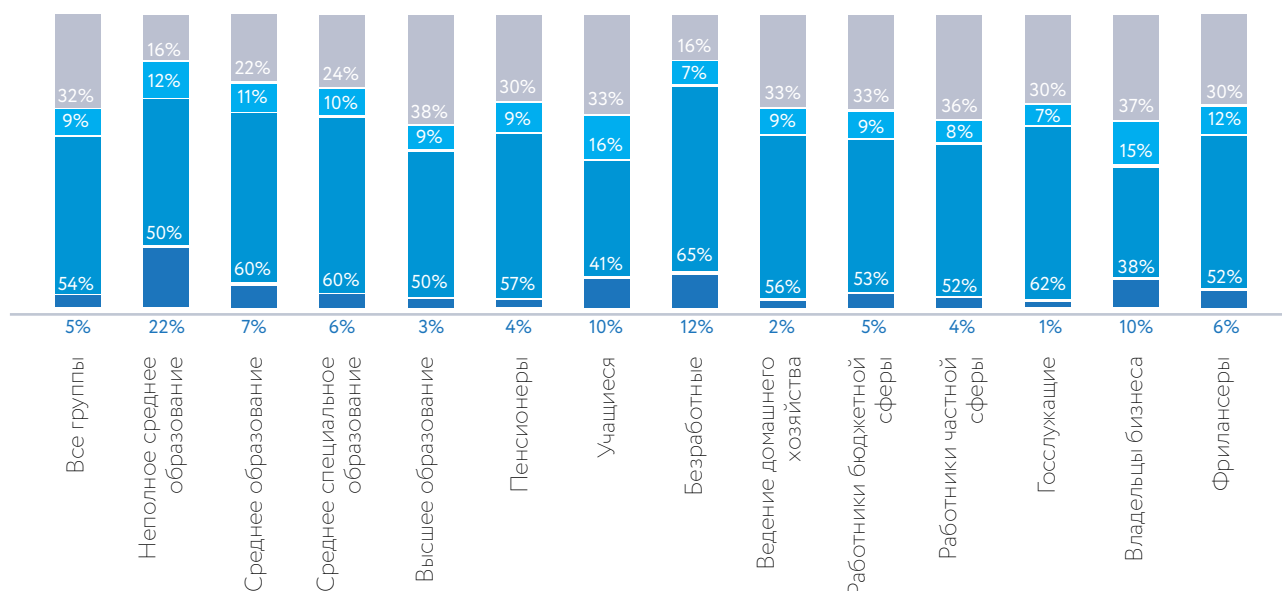


### Тренд

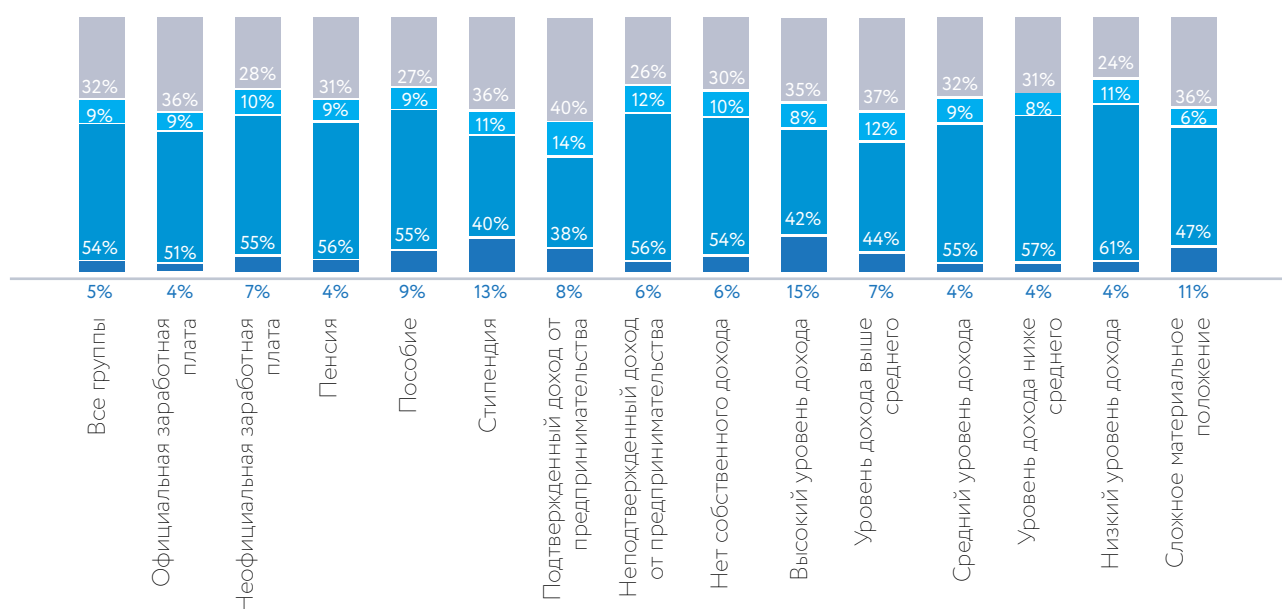
- Больше половины опрошенных (59%) получают налоговые письма традиционными способами – почтовым заказным письмом (54%) или лично под расписку (5%).
- Треть опрошенных россиян (32%) получают налоговые уведомления через сервис «Личный кабинет налогоплательщика».
- Еще 9% - путем получения электронных писем.

# 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

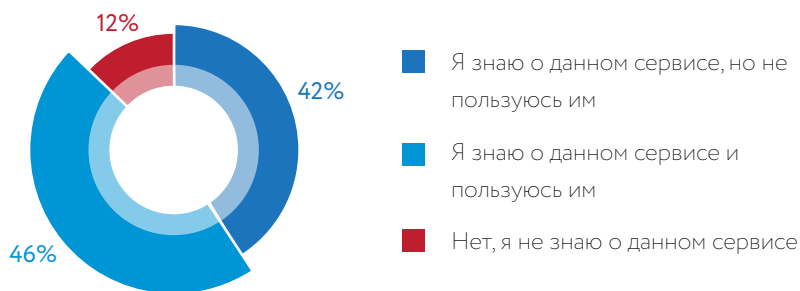


### Особенности

- 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).

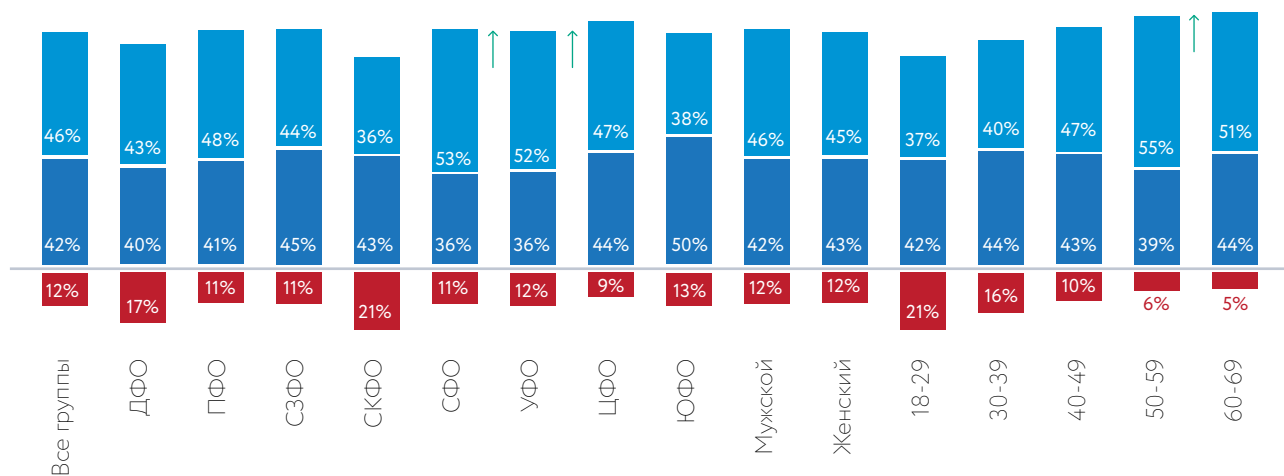
## РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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

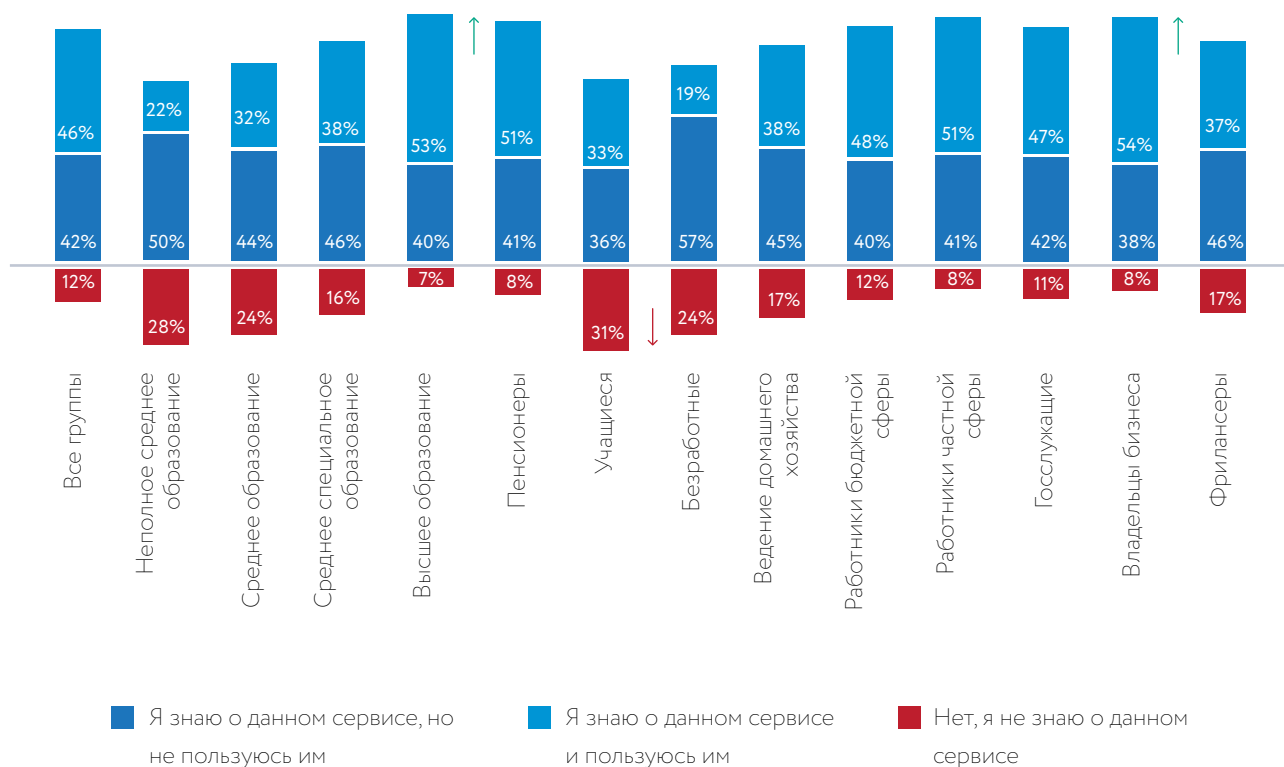
- Абсолютное большинство опрошенных россиян (88%) знают о сервисе «Личный кабинет налогоплательщика», однако пользуются им меньше половины (46%).
- Каждый десятый респондент (12%) сообщил о том, что ничего не знает про такой сервис.

### 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

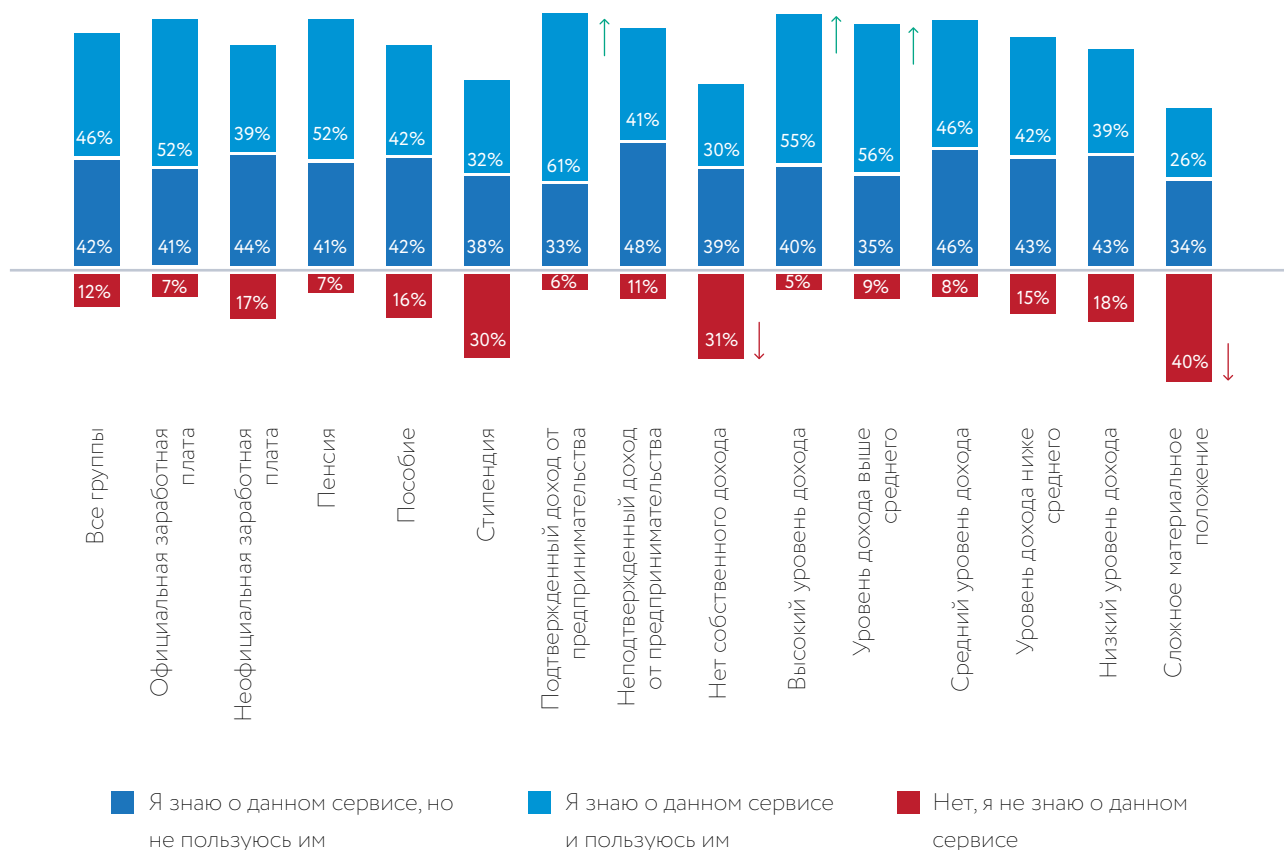


## Особенности

- 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

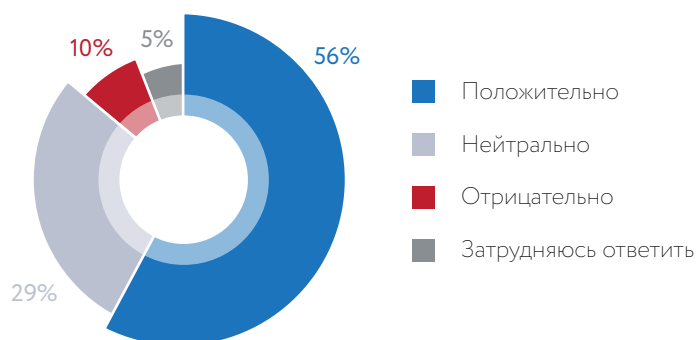


## Особенности

- 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».

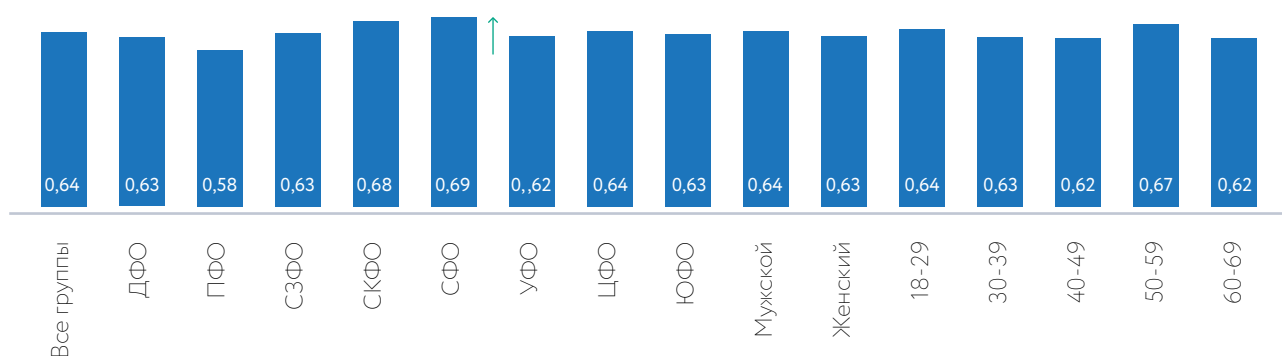
# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА НАСЕЛЕНИЯ

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.

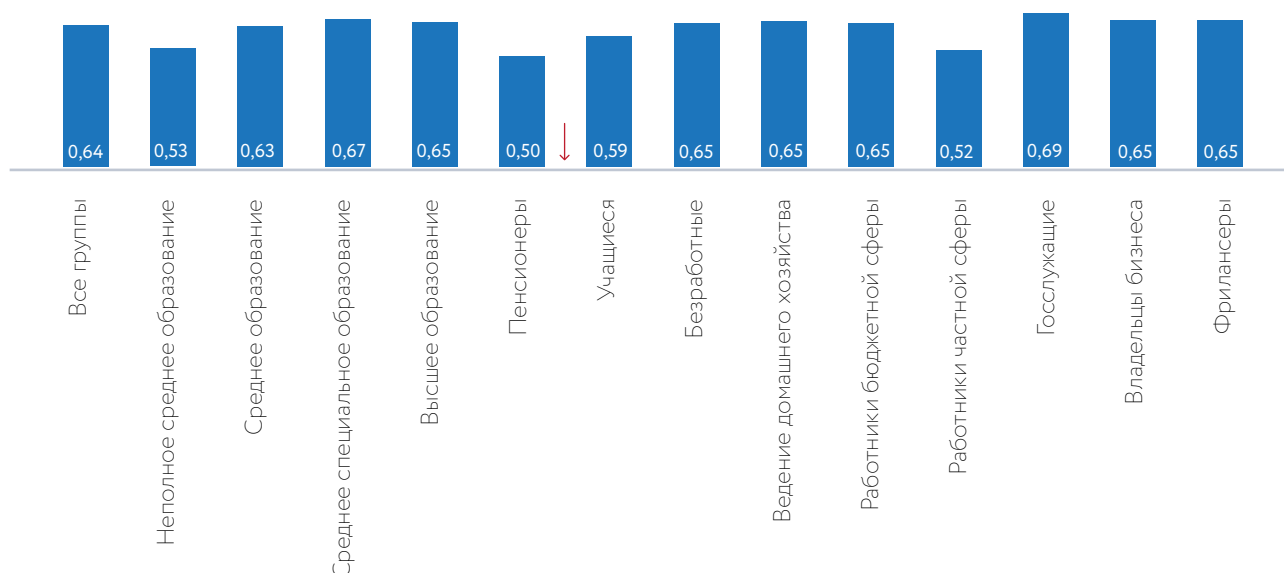
## Особенности

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

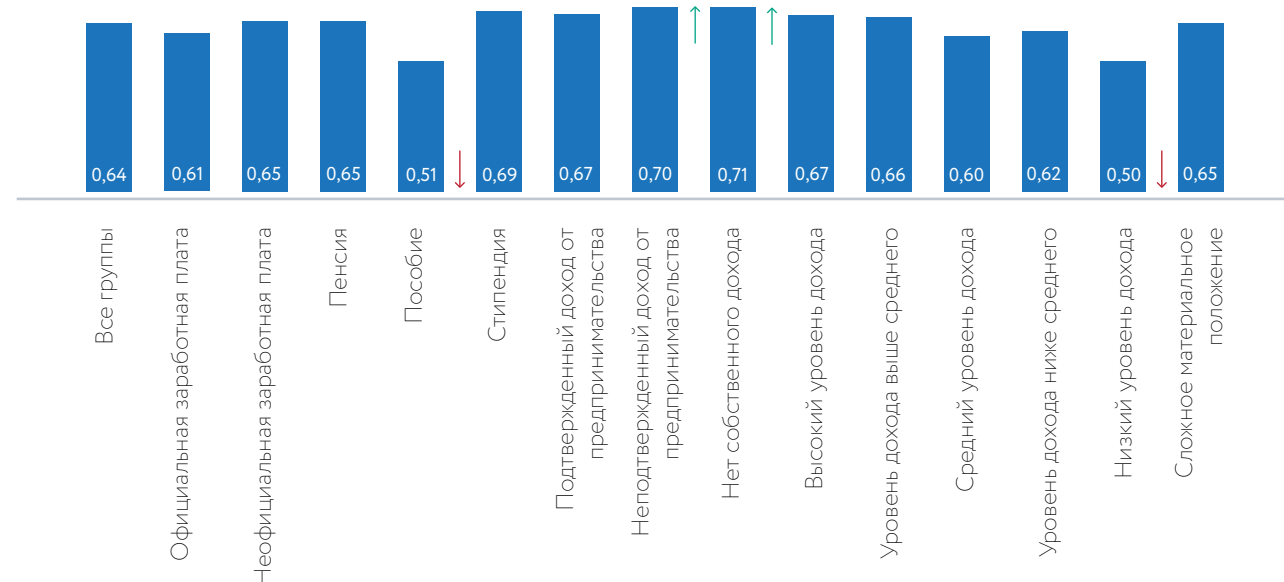
\* Индекс лояльности к электронной форме налоговых уведомлений – средневзвешенный показатель ответивших (от 0 до 1), один пункт равен 0,01

## 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

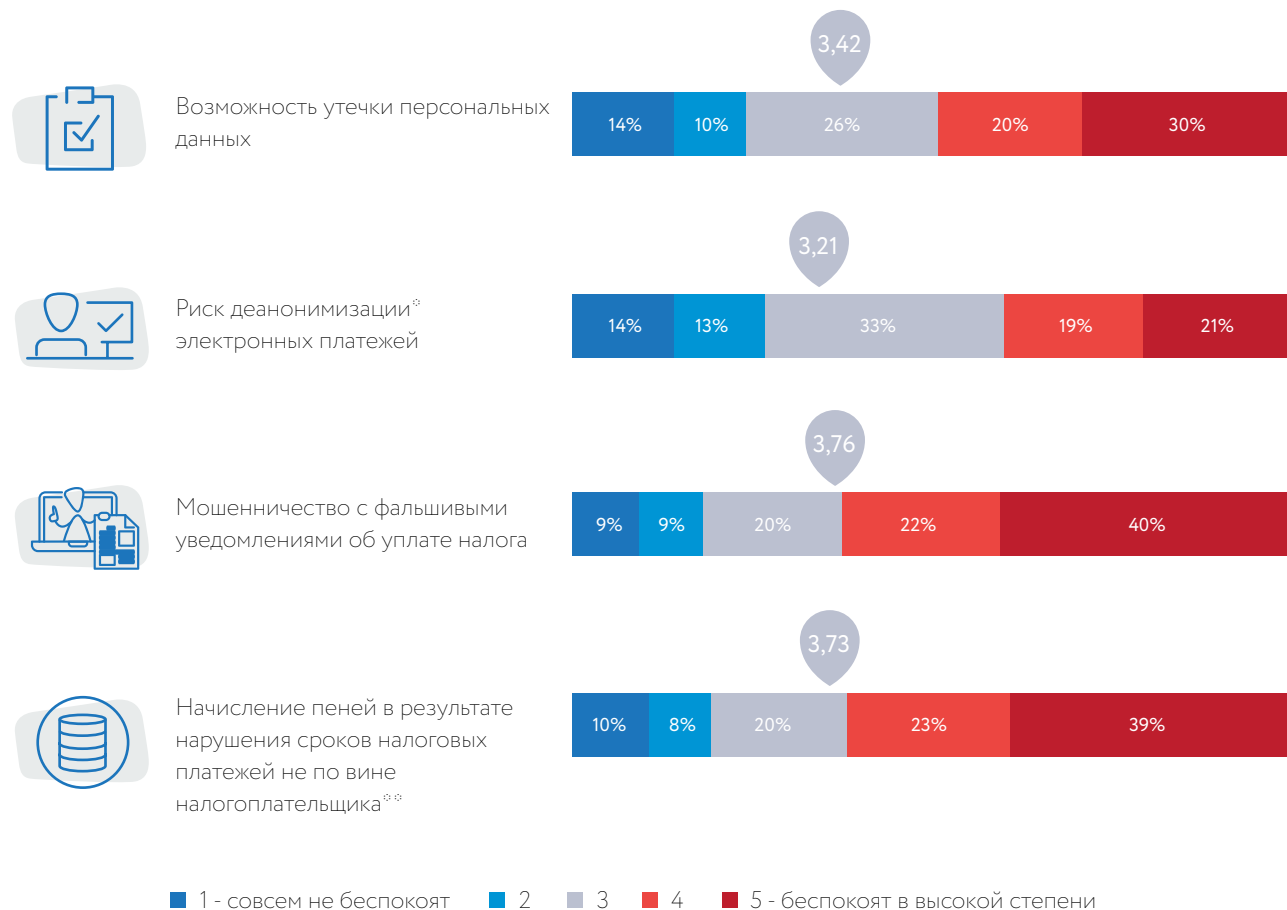
- Среди опрошенных россиян с низким уровнем материального положения и пенсионеров, а также респондентов, чьим источником дохода является пособие, доля тех, кто положительно смотрит на получение налоговых уведомлений исключительно в электронной форме, значительно меньше (индекс<sup>33</sup> на 14 и 13 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).

<sup>33</sup> 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%).

<sup>°</sup> Деанонимизация – нарушение анонимности

<sup>°°</sup> 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%

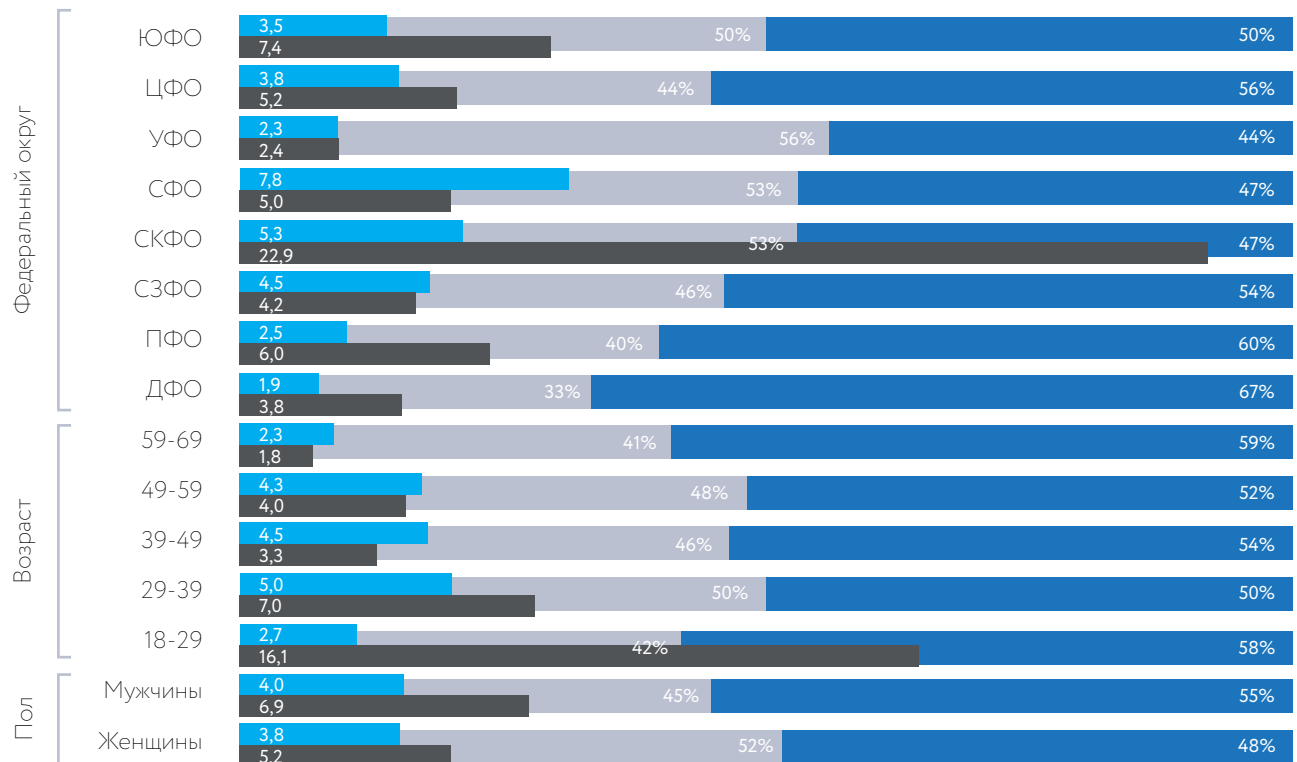
\* Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

\*\* 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.

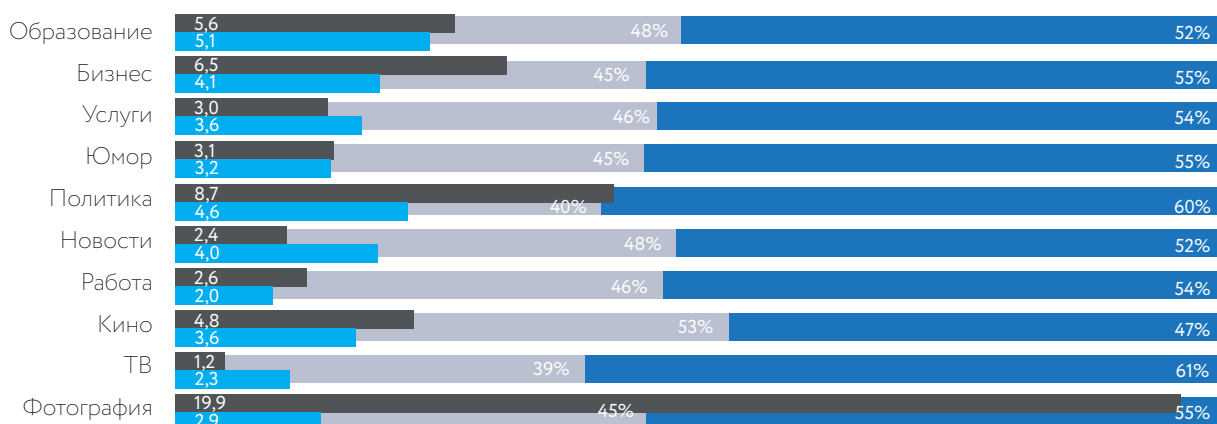
# РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА СОЦСЕТЕЙ

- 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»<sup>°</sup> к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 1,4 шт.



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



Вовлеченность<sup>\*\*</sup> 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**

<sup>°</sup> Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

<sup>\*\*</sup> 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

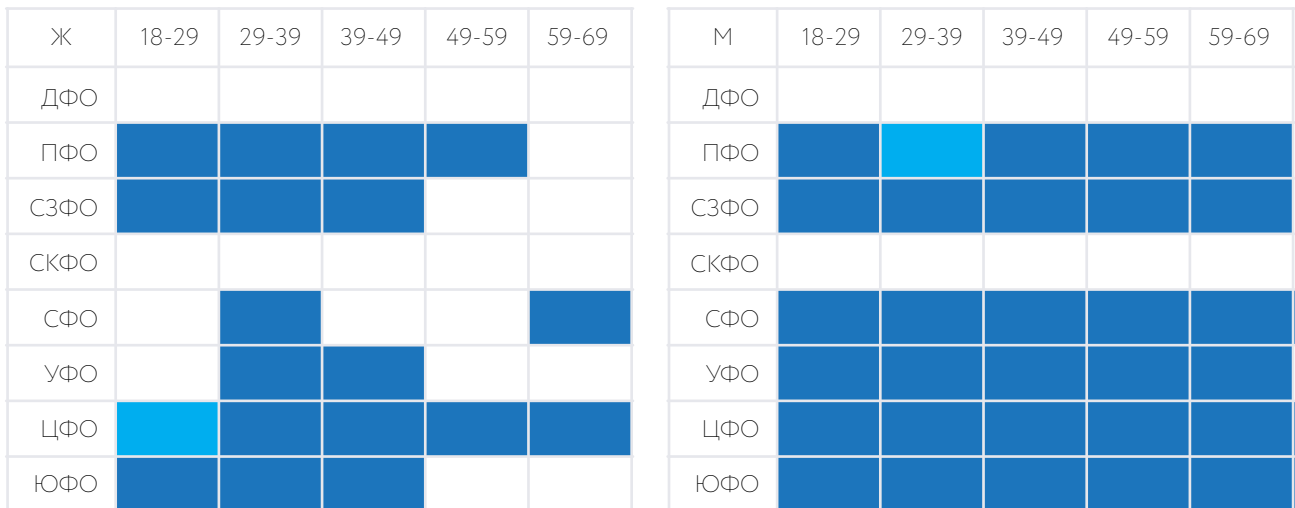
КЛАСТЕРНЫЙ  
АНАЛИЗ ГРУПП  
НАСЕЛЕНИЯ

## 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:

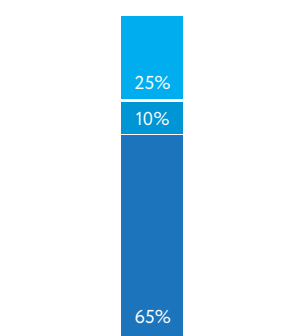
Пол	ФО	Возраст	Отклонение
Ж	ЦФО	18-29 лет	<10%
М	ПФО	30-39 лет	<10%

# 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».**

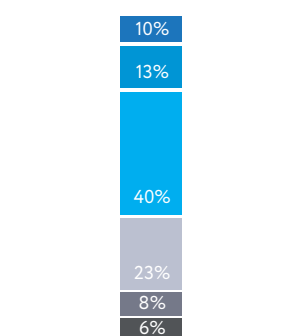
Большинство из них (65%) имеют высшее образование и работу (54%), их доход чаще всего на среднем и ниже среднего уровне (77%), а среди интересов основными являются бизнес и работа.

## Образование



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

## Доход

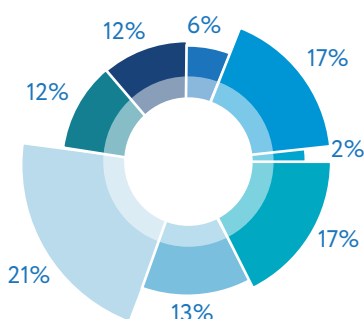


- Высокий доход
- Доход выше среднего
- Средний доход
- Доход ниже среднего
- Низкий доход
- Сложное материальное положение

## Рейтинг интересов

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

## Вид деятельности



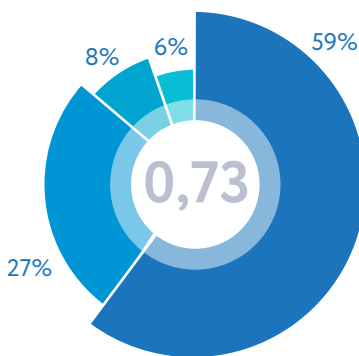
- Владелец собственного бизнеса
- Временно не работаю, безработный
- Государственный или муниципальный служащий
- Занимаюсь домашним хозяйством, нахожусь в декретном отпуске/в отпуске по уходу за ребенком
- Работаю в бюджетной организации
- Работаю в коммерческой организации
- Самозанятый (фрилансер)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

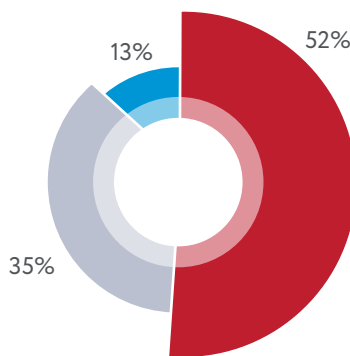
Большинство представителей кластера хорошо проинформированы о налогах и налоговых режимах (индекс 0,73), частично информированы о расходовании государством налоговых поступлений (53%), сложность уплаты налогов характеризуют как чуть ниже среднего (индекс 0,57) и отрицательно относятся к неплательщикам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

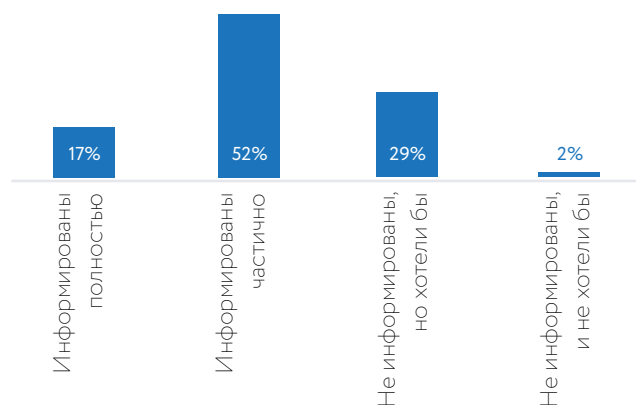


- Затрудняюсь ответить
- Нейтрально; Иногда допустимо не уплачивать налоги
- Отрицательно; Налоги обязательны к уплате, и нельзя оправдать того, кто их не уплачивает

## 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<sup>°</sup> 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<sup>°°</sup> (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<sup>°</sup> 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.



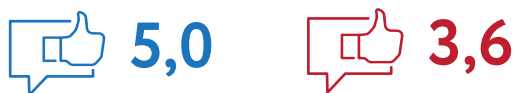
Среднее количество отметок «нравится»<sup>°°°</sup> к одному цифровому следу по теме «Налоги» – 3,8 шт.



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.



<sup>°</sup> Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

<sup>°°</sup> Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

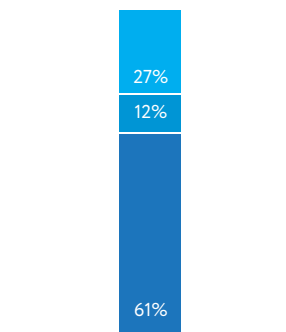
<sup>°°°</sup> Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

# 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».**

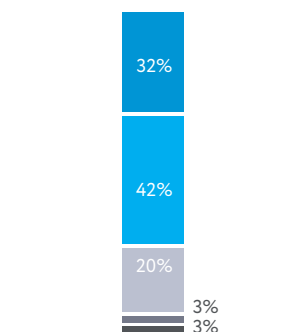
Большинство из них (61%) имеют высшее образование и работают в коммерческих организациях (74%), их доход чаще всего на среднем и выше среднего уровне (74%), а среди интересов основным является образование (33%).

## Образование



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

## Доход

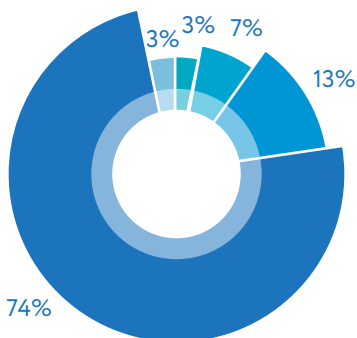


- Сложное материальное положение
- Низкий доход
- Доход ниже среднего
- Средний доход
- Доход выше среднего

## Рейтинг интересов

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

## Вид деятельности



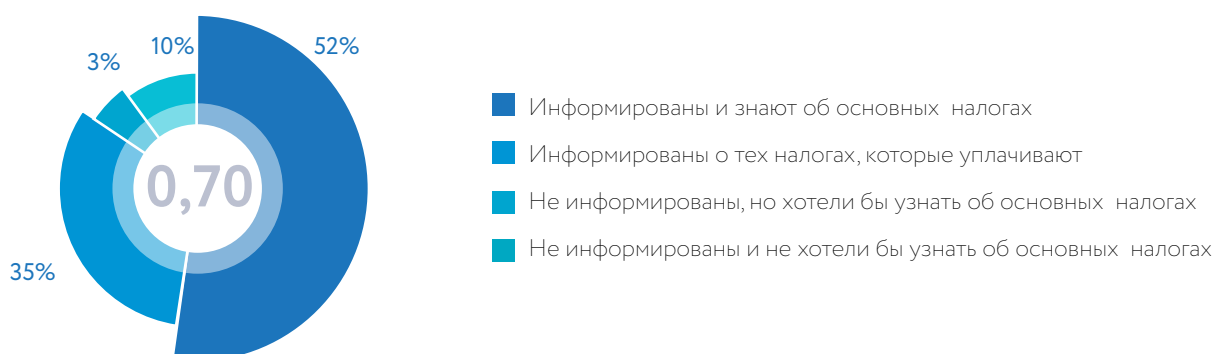
- Временно не работаю, безработный
- Государственный или муниципальный служащий
- Работаю в бюджетной организации
- Работаю в коммерческой организации
- Самозанятый (фрилансер)

# КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ

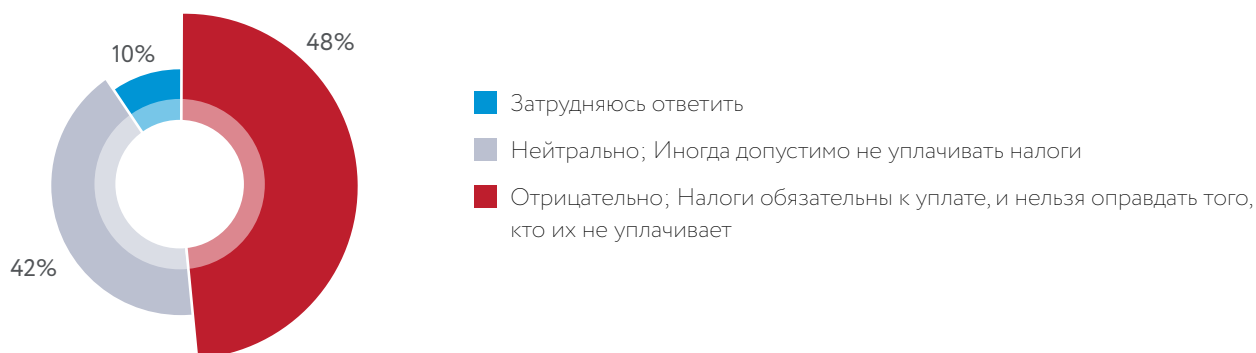
**Кластер 2. : Мужчины, жители ПФО, в возрасте от 30 до 39 лет, жизненным приоритетом которых являются семья и дети, а политические взгляды «Умеренные».**

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



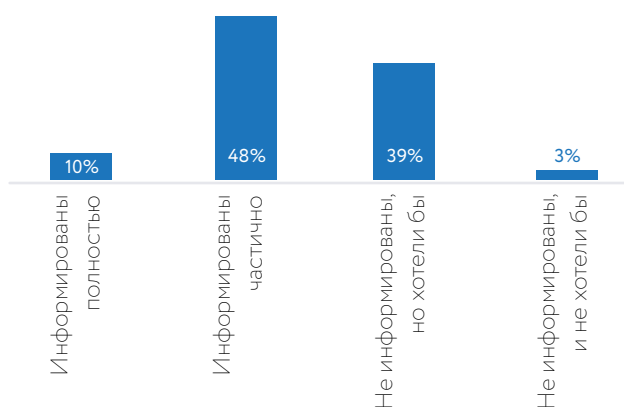
## Отношение к уклонению от уплаты налогов



## 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<sup>°</sup> 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<sup>\*\*</sup> (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»<sup>\*\*\*</sup> 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.



<sup>°</sup> Вовлеченность – отношение суммы отметок «нравится» и комментариев к количеству цифровых следов.

<sup>\*\*</sup> Баланс тональности – это разность долей количества цифровых следов с положительной и отрицательной тональностью.

<sup>\*\*\*</sup> Среднее количество лайков в укрупненном массиве – 6,0

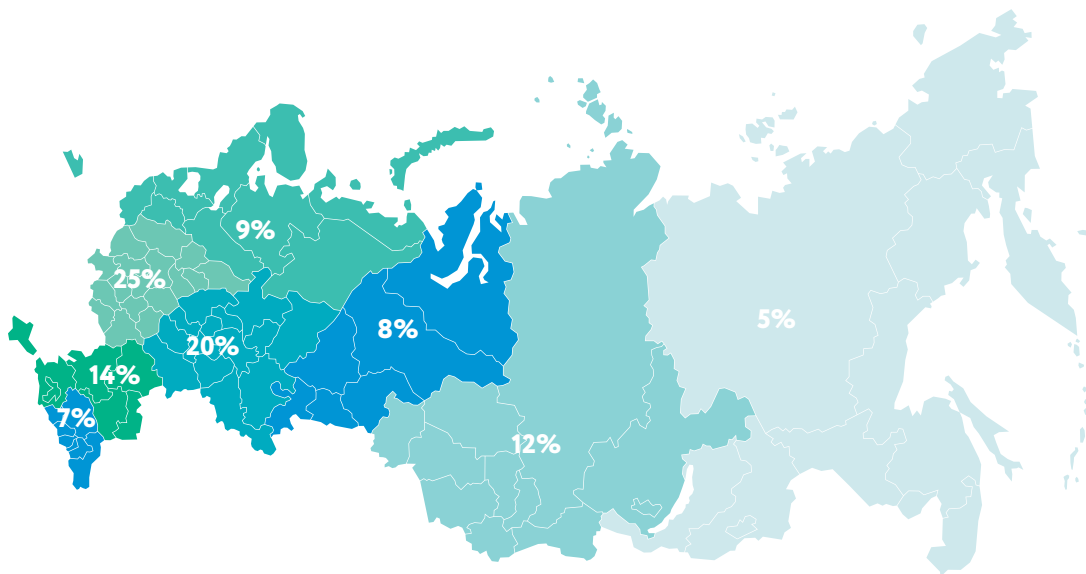


08

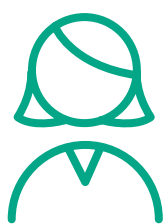
О РЕСПОНДЕНТАХ  
И ПРОФИЛЯХ  
В СОЦСЕТЯХ

# СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПРИЗНАКИ

Федеральный округ проживания

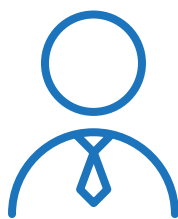


Пол



**54%**

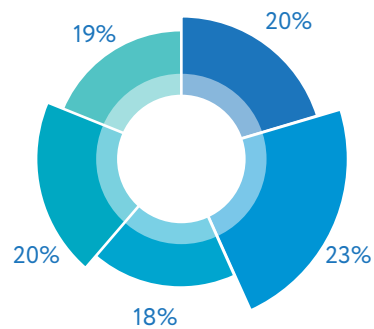
Женский



**46%**

Мужской

Возраст



16-29 лет

30-39 лет

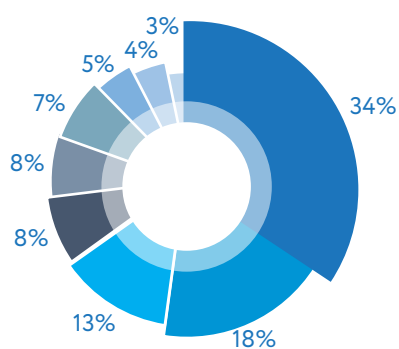
40-49 лет

50-59 лет

60-69 лет

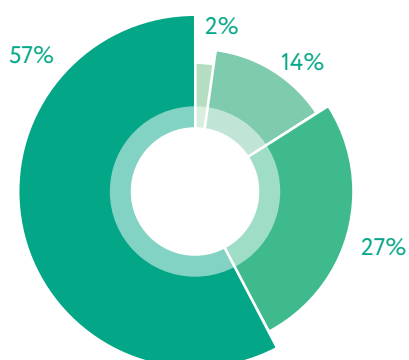
# СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

## 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

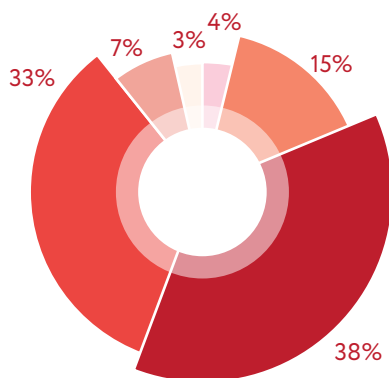
## Образование



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

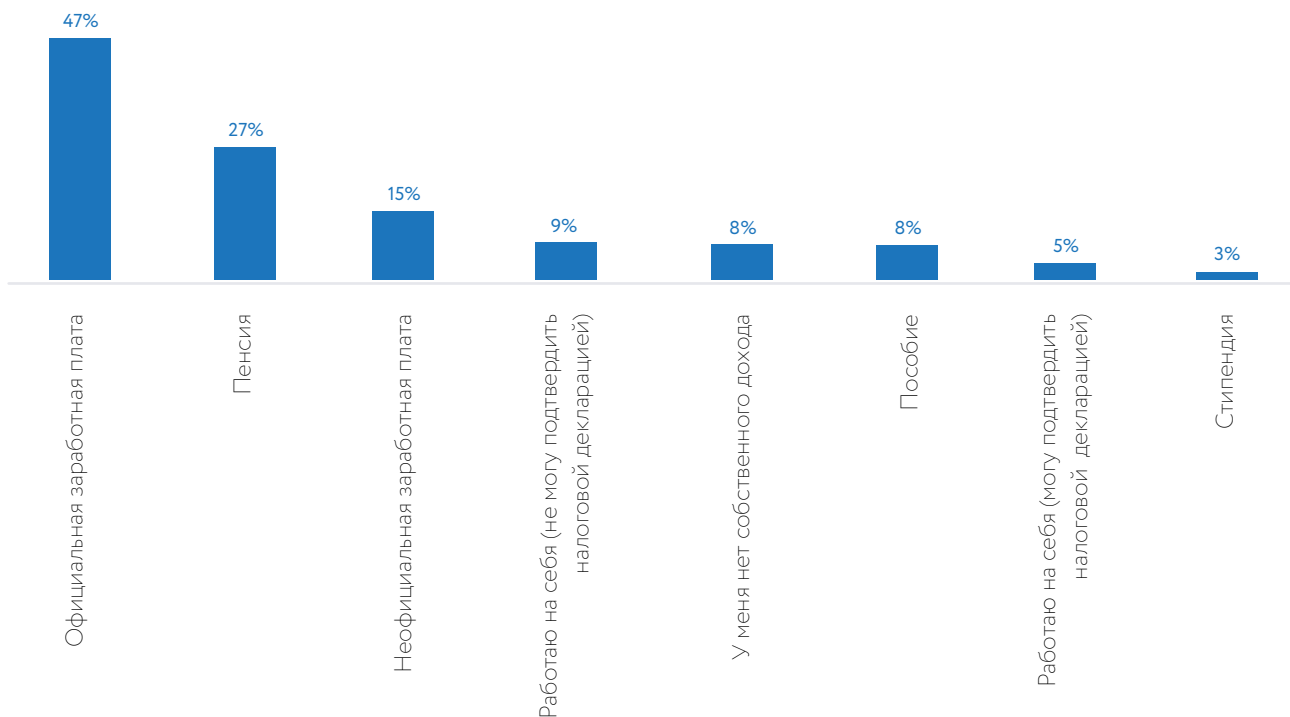
# МАТЕРИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

## Уровень материального положения



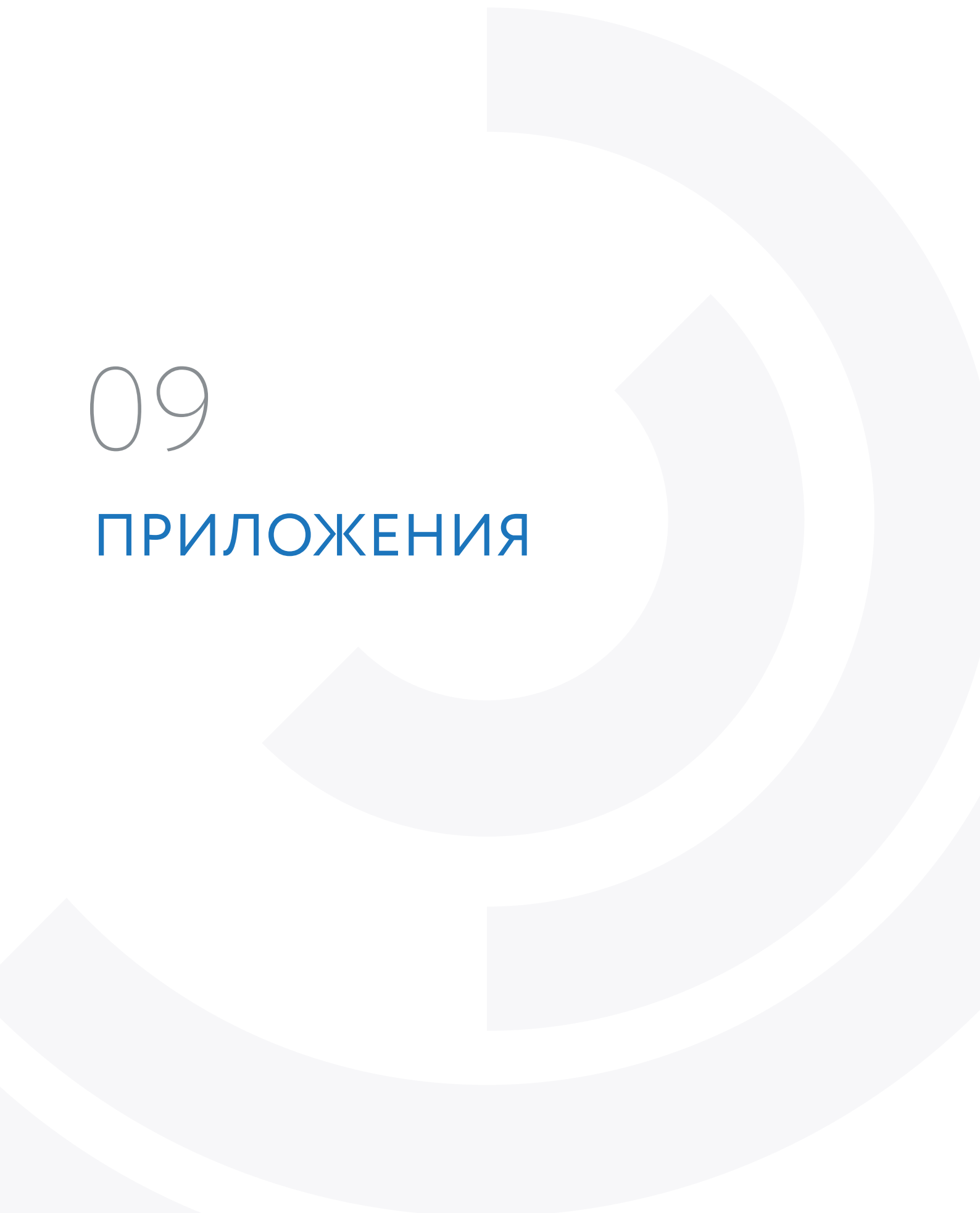
- Я могу позволить себе практически все: автомобиль, квартиру, дачу
- Я могу позволить себе автомобиль, но на квартиру денежных средств недостаточно
- Я могу позволить себе телевизор, мебель, но большее (автомобиль, дача, квартира) позволить себе не могу
- Я могу позволить себе продукты питания и одежду, 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 МВТИ (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.

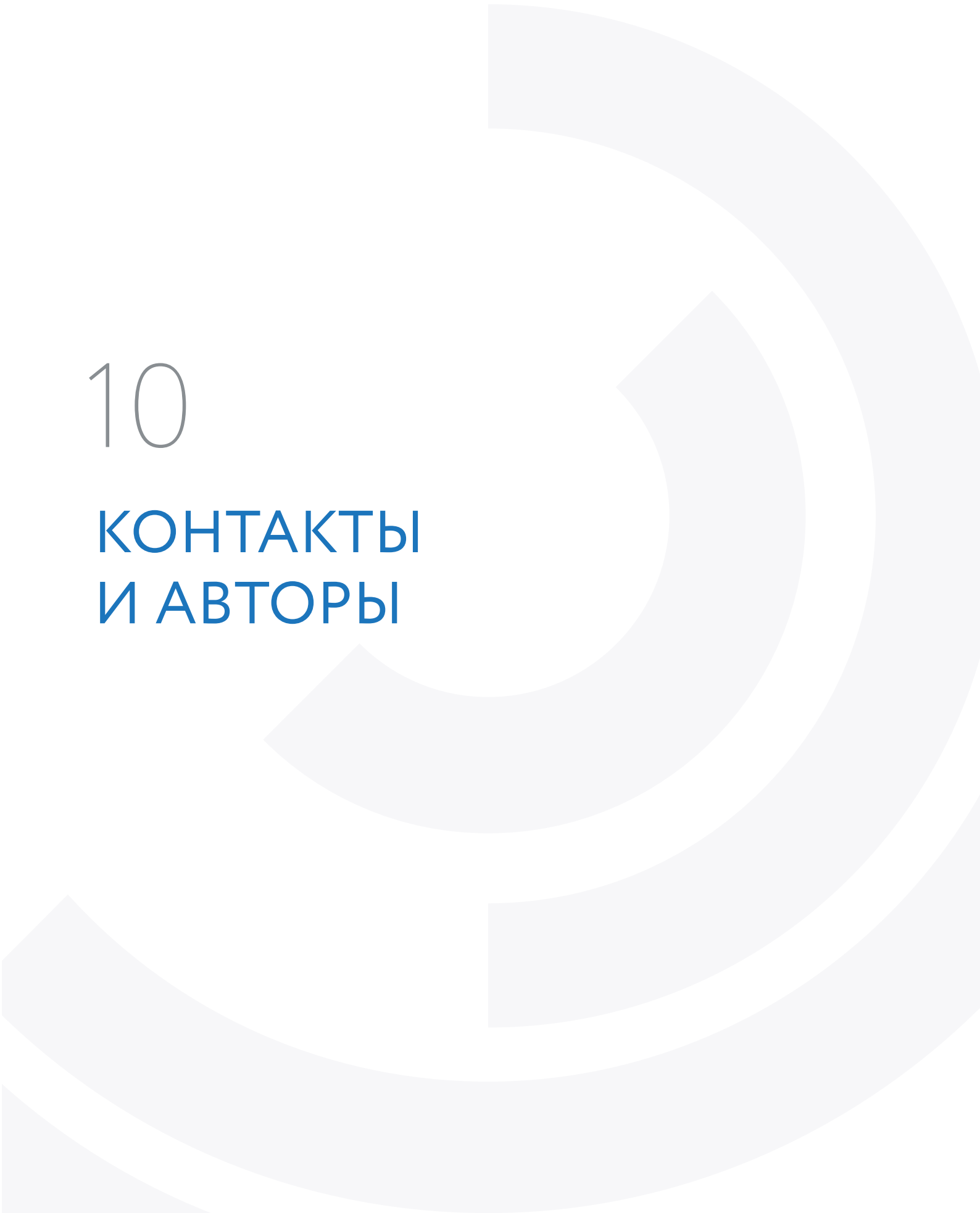
**ENFP (Инициатор).** Данный тип личности пронзателен. Он является чувственной и утонченной натурой, отрицает чистую логику, часто действует спонтанно.

**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](mailto:a.sinitsin@csr.ru)



**Левон АЙРАПЕТЯН**

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

[l.ayrapetyan@csr.ru](mailto:l.ayrapetyan@csr.ru)



**Динара ИБРАГИМОВА**

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

[d.ibragimova@csr.ru](mailto:d.ibragimova@csr.ru)



**Ангелина СУРКОВА**

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

[a.surkova@csr.ru](mailto:a.surkova@csr.ru)

## АВТОРЫ



**Лора НАКОРЯКОВА**

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

[lnakoryakova@csr.ru](mailto:lnakoryakova@csr.ru)



**Виктория ПИГАЛКИНА**

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

[v.pigalkina@csr.ru](mailto: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.