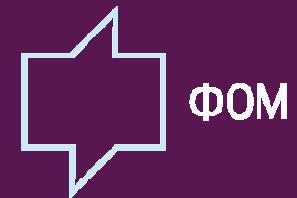


Налоговая культура россиян: ключевые проблемы

Проект «Человек и деньги»



Цели исследования

- Изучить степень информированности населения о налогах.
- Выявить основные проблемы современной налоговой культуры россиян.
- Проанализировать основные проблемы взаимного восприятия налоговиков и предпринимателей.



Источник данных

Презентация основана на результатах опроса, проведенного Фондом Общественное Мнение в рамках еженедельных опросов по типу «Омнибус».

- **Метод:** стандартизованный опрос населения от 18 лет и старше.
- **Регионы проведения опроса:** 100 населенных пунктов, 44 субъекта РФ.
- **Технология:** Интервью по месту жительства (face-to-face).
- **Выборка:** 2000 респондентов. Квоты по полу, возрасту и образованию.
- **Статистическая погрешность:** не более 3,3%.
- **Сроки:** 4 – 5 июля 2009 года.

Данные о взаимном восприятии налоговых органов и предпринимателей по результатам:

- 10 глубинных интервью и 6 фокус-групп с предпринимателями малого и среднего бизнеса.
- 5 интервью глубинных и фокус-группы с сотрудниками налоговых органов.
- Сроки проведения: сентябрь 2008 года.

Информированность населения о налогах - невысокая

Вопрос: «Скажите, пожалуйста, Вы точно знаете, какие налоги Вам положено платить, знаете об этом приблизительно или совсем не знаете?»

данные в % от всех опрошенных



ВАЖНО !

- Среди молодежи до 30 лет - **высокая доля совсем неосведомленных** о положенных им налогах – 24%.
- Среди предпринимателей каждый третий оценивает свои знания относительно положенных им к уплате налогов как «приблизительные».

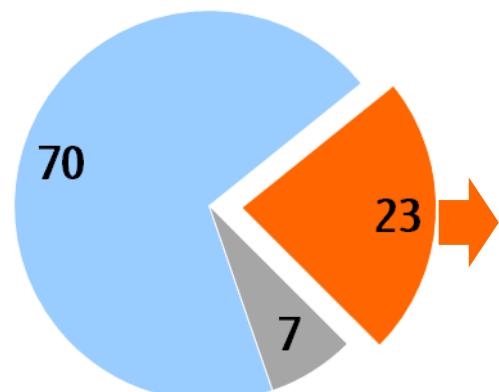
Часть налогоплательщиков НЕ ЗНАЮТ, что обязаны платить налоги

Представления о необходимости платить налоги

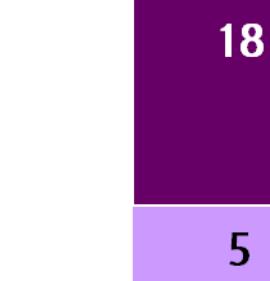
данные в % от всех опрошенных

Считают, что им...

- налоги платить положено
- налоги платить не положено
- затруднились ответить



данные в % от всех опрошенных



- действительно не обязаны платить налоги
- на самом деле обязаны платить налоги

Среди считающих себя освобожденными от налогов

На самом деле среди тех, кто считают себя освобожденным от налогов:

- 14% - работают, т.е. обязаны платить НФДЛ.
- 8% имеют в собственности недвижимость, 3% - землю: обязаны платить налог на собственность.
- 2% имеют транспортное средство: обязаны платить налог на ТС.

С налоговыми органами имели дело за год 12% россиян

*Скажите, пожалуйста, для чего, по какой причине Вы обращались налоговые органы?
(Любое число ответов.)*

данные в % от всех опрошенных и от предпринимателей



Общение с налоговыми органами повышает информированность о налогах

Влияние опыта взаимодействия с налоговыми органами на информированность о положенных налогах

данные в % от всех опрошенных и от групп

	Все население	С налоговыми органами за последний год иметь дело...	
		приходилось	не приходилось
Какие налоги положено платить			
точно знаю	40	62	37
знаю приблизительно	36	31	37
совсем не знаю	18	4	20
затрудняюсь ответить	5	2	6

ВАЖНО !

- Людям сегодня не хватает сведений о налоговой сфере.
- В обществе востребована более активная деятельность налоговых органов по просвещению и информированию населения.

Во взаимном восприятии предпринимателей и налоговиков много взаимных претензий

Предприниматели о налоговых

Предприниматели в целом оценивают представителей контролирующих органов, в т.ч. налоговиков – НЕГАТИВНО.

■ Упрекают контролеров, в т.ч. налоговиков, в:

- недоброжелательности и самомнении;
- любви к деньгам и власти;

«На своем месте каждая сошка хочет быть начальником»

- работе «для времени», без установки на результат.

«Пришел на работу, сидит-пишет, и ушел»

■ Из позитивных качеств выделяют:

- высокий, и становящийся все выше уровень образования;
- доброжелательность и уравновешенность;
- полезность работы налоговиков для страны.

«Стремление все найти, все проверить... чтобы страна процветала»

Налоговики о предпринимателях

Налоговики описывают «средних» предпринимателей более позитивно, чем «малых».

■ Из позитивных качеств предпринимателей выделяют:

- стремление к независимости;
- отсутствие страха перед рисками;
- умение общаться и договариваться;
- ответственность;
- постоянно учатся чему-то новому;
- серьезность, образованность, высокий интеллект.

■ Упрекают предпринимателей в том, что они:

- не соблюдают законы;
- стремятся только к прибыли.

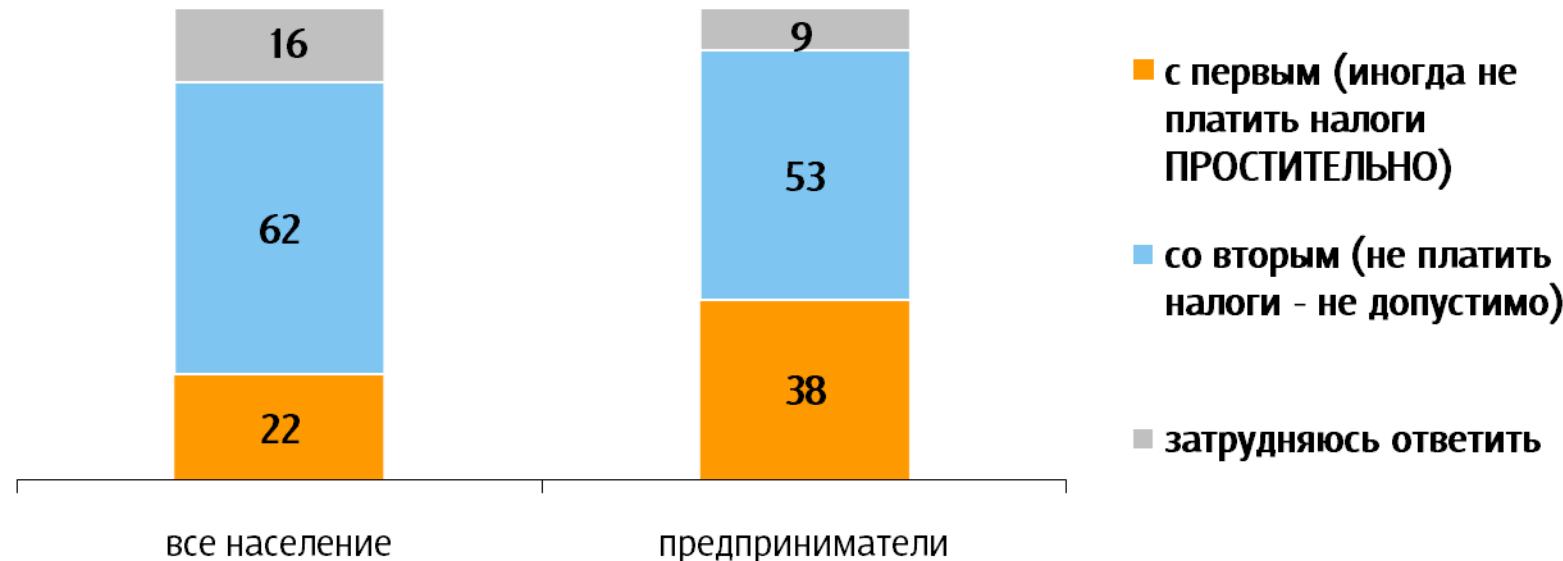
Налоговики считают, что в глазах предпринимателей их имидж – негативный:

- бюрократизм и «буквоедство».
- отсутствие трудолюбия.
- недостаточный уровень образования.

В обществе существуют толерантность к неуплате налогов

Одни считают, что бывают ситуации, когда обычному гражданину допустимо, простительно не платить налоги. Другие считают, что не платить налоги обычному гражданину недопустимо, непростительно ни в каком случае. С каким мнением - с первым или вторым - Вы согласны?

данные в % от всех опрошенных и от предпринимателей



Для сравнения:

- К практике невозвратов банковских кредитов россияне относятся намного жестче - допустимым не вернуть заем считают лишь 11% россиян (опрос в марте 2009 года).

Финансовый инфантилизм и патернализм – истоки оправдания неуплаты налогов

В каких ситуациях по мнению россиян допустимо не платить налоги

Ответы на открытый вопрос, данные в % от ответивших



ВАЖНО !

- В ситуации жизненных трудностей инфантильная часть населения надеется на государство, но сама НЕ ГОТОВА соблюдать с ним социальный контракт и платить налоги.

Выводы

Проблемы налоговой культуры

- Уровень информированности населения о положенных к уплате налогах – недостаточный.
- У людей есть запрос на информацию.
- Общение с налоговыми органами повышает информированность.
- Источники толерантности к неуплате налогов – финансовая инфантильность и патернализм.
- Предприниматели недооценивают работу налоговиков, обижаются на неуважение с их стороны; в восприятии много взаимных претензий.

Возможное решение

Необходимо усиление информирования рядовых граждан о налоговой системе и положенных им платежах, правилах и возможностях их осуществления.

Актуально не только повышение информированности, но и привитие людям ответственности за свое финансовое поведение, т.е. своего рода «воспитание налогоплательщика».

Необходимо усиление работы над имиджем налоговых органов в глазах предпринимателей по преодолению ВЗАИМНЫХ стереотипов.

О ФОМе

- Фонд Общественное Мнение – лидер на рынке социологических исследований. Существует с 1992 года как независимая некоммерческая организация.

Исследования:

- Фондомибус (*единственный в России еженедельный опрос по типу «Фондомибуса», 2000 респондентов. Самый оперативный Фондомибус в России: от формулирования вопросов до получения данных – 10-14 календарных дней.*)
- Георейтинг. 34 000 респондентов в 68 регионах, где проживает 91% населения страны.
- Онлайн-фокус-группы.
- Телефонные опросы по всей России.

Масштабная региональная сеть: Постоянные участники ФОМ-опросов – 53 региональных партнера, потенциальные – 147 региональных партнеров.

Участие в профессиональных ассоциациях: ESOMAR, ОИРОМ.

Клиенты: Администрация Президента РФ, Правительство РФ, МВД, «Единая Россия», Банк России, Газпром, Интеррос, 1 канал, РИА "Вести", «Ведомости», Эксперт Медиа Холдинг, ФБ ММВБ, Альфа Банк, ГУ ВШЭ и другие государственные органы и коммерческие компании.

Спасибо за внимание!

Контакты:

Фонд Общественное Мнение

Москва, ул. Островная, вл. 2.

тел.: (+7 495) 745-87-65, факс: +7 (495) 745-89-03

www.fom.ru

Преснякова Людмила,

директор проекта «Человек и Деньги»

тел.: (+7 495) 745-87-65, доб. 2220

presnyakova@fom.ru