О. В. Ревенко,
к.е.н., доц., доцент кафедри оподаткування ХНЕУ;
Т. В. Ревенко,
провідний спеціаліст
відділу організації наукових досліджень
ХарРІ НАДУ, м. Харків

ІМІДЖ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ

Досліджено проблеми та особливості формування іміджу податкових органів. Обґрунтовано види та напрямки розвитку соціальної відповідальності податкових органів в Україні, визначено роль соціальної реклами на податкову тематику в процесі взаємодії органів ДПС з платниками податків.

Ключові слова: імідж податкових органів, соціальна відповідальність податкових органів, взаємодія податкових органів з платниками податків, соціальна реклама на податкову тематику.

Реформування інституту державної податкової служби (ДПС) в сучасних умовах має на меті її вдосконалення на демократичних засадах. Перебудова системи державного управління та податкової роботи буде ефективною в тому випадку, коли діяльність органів ДПС реалізовуватиметься як система надання якісних послуг, що ґрунтується на законних підставах та дозволяє виконувати їх завдання, з одного боку, а з іншого – коли в цілому буде створюватися основа для забезпечення ефективного податкового регулювання соціального розвитку за рахунок високого рівня податкової культури та соціальної відповідальності на макро-, мезо- та мікрорівнях. Подібні перетворення передбачають суттєві зміни самої організації цієї діяльності на принципах соціальної відповідальності, формування сприятливого іміджу ДПС та працівників податкових органів.

У вітчизняній економічній науці проблемам соціальної відповідальності та іміджу у сфері державного управління присвячено роботи І. Савченка, В. Бульби, С. Горбунової-Рубан, А. Мелякова, О. Амоші, О. Новікової та ін. Питання соціального партнерства органів влади, бізнесу і громадськості розглядали О. Амосов, М. Гончаренко, Г. Задорожний, О. Кошелєва, О. Лєсная та ін. Проте на кожному наступному етапі виникають нові проблеми, що

вимагають вдосконалених підходів до процесу забезпечення ефективної взаємодії влади і громадськості на демократичних принципах, зокрема в податкових відносинах. Одночасно у вітчизняній науковій літературі не вистачає комплексного дослідження особливостей формування іміджу та соціальної відповідальності з урахуванням специфіки податкових органів.

Мета статті полягає в дослідженні проблем та особливостей формування іміджу податкових органів в Україні, обґрунтуванні напрямки розвитку їх соціальної відповідальності в процесі взаємодії з платниками податків.

Діяльність державних органів здійснюється в конкретному соціальному середовищі, тому держава не може ігнорувати інтереси суспільства. Стабільність суспільства стає необхідною умовою стійкого розвитку ДПС служби. Саме тому питання її соціальної відповідальності набувають все більшої актуальності.

Свого процвітання держава може досягти за умови створення системи цінностей для таких суспільних груп: споживачів державних послуг, держави, державних службовців, зокрема податківців. Метою держави є отримання та зростання ефекту від функціонування ДПС, наявність позитивних соціальних і економічних наслідків взаємодії податкових органів і суспільства, що сприятиме посиленню економічної, соціальної, енергетичної та ін. безпеки. Працівники зацікавлені в стабільності органу ДПС, розвитку з ним довгострокових трудових відносин, сприятливій робочій атмосфері. Для споживачів-платників податків найбільшу цінність мають послуги, що задовольняють їх за якістю, механізмом отримання та повноцінним застосуванням інструментів податкового регулювання соціального розвитку.

Реалізація зазначених інтересів сприяє зростанню соціальної відповідальності ДПС. У науковій літературі активно розглядають це поняття з точки зору суб’єктів господарювання (в різних роботах цей термін визначається як соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність), державних службовців і меншою мірою органів державної влади, зокрема податкових.

Багато чинників сприяють просуванню соціальної відповідальності:

– соціальна та економічна безпека держави [6], яка є метою будь-якої держави, особливо в умовах демократизації державного управління;

– занепокоєння й очікування громадян, споживачів, органів ДПС та інвесторів у контексті глобалізації і широкомасштабних індустріальних змін;

– посилення впливу соціальних критерії та механізмів взаємодії з податковими органами на інвестиційні рішення окремих осіб та інституцій (зокрема міжнародних) і як споживачів, і як інвесторів;

– турбування шкодою розвитку тіньового бізнесу, низьким рівнем податкової культури;

– прозорість діяльності податкових органів, що стала можливою завдяки ЗМІ та сучасним інформаційним і комунікаційним технологіям.

Враховуючи мету дослідження, цікавим є з'ясування особливостей тлумачення соціальної відповідальності та її організаційне забезпечення з точки зору діяльності податкового органу.

Соціальна відповідальність держави, як зазначають О. Амоша та О. Новікова [1], має базуватись на з'ясуванні та конкретизації обов'язків держави та її інститутів щодо прийняття та виконання законів, нормативно-правових документів, які спрямовані та забезпечують збереження, ефективне використання людських та природних ресурсів, додержання та реалізацію державних соціальних гарантій та соціальних стандартів; створення умов та можливостей формування та накопичення людського та соціального капіталу. Отже, з одного боку, на ДПС як інструменті реалізації державного управління на законній підставі лежатиме відповідальність за забезпечення досягнення вказаних цілей під час реалізації державної податкової політики. У цьому аспекті податкові органи повинні діяти в рамках закону, а також виконувати покладені на них завдання. З цього приводу в ст. 2 Закону України «Про ДПС в Україні» [9] серед основних завдань закріплено внесення у встановленому порядку пропозицій щодо вдосконалення податкового законодавства та прийняття у випадках, передбачених законом, нормативно-правових актів і

методичних рекомендацій з питань оподаткування. З іншого боку, ДПС має забезпечувати дотримання певних гарантій для власних співробітників. Так в ст. 15. Кодексу професійної етики працівника державної податкової служби України регламентовано наступні гарантії захисту прав працівника [4]:

1. Працівник має право на належні, безпечні і здорові умови праці; своєчасне одержання винагороди за працю; захист від незаконного звільнення; соціальний захист; захист від необ'єктивного оцінювання результатів його роботи; захист від незаконного тиску з метою прийняття рішень, які суперечать нормам чинного законодавства України.

2. Керівник, який використовує владу для примусу підлеглих до політичних дій, надає перевагу окремим працівникам, громадянам притягується до відповідальності згідно з чинним законодавством.

Як зазначається в роботі С. Сеті [14], складовою корпоративної відповідальності є соціальні зобов'язання та соціальна чутливість. З приводу виконання соціальних зобов'язань, що пов'язане з реакцією на обмеження законодавства та середовища, податкові органи діють від імені держави, в рамках закону за для забезпечення реалізації державної податкової політики як в рамках її економічної, так і соціальної складової. Також, враховуючи умови демократизації державного управління та вимоги до транспарентності державних органів, поряд з соціальними зобов'язаннями може розглядатись підзвітність ДПС. Цей аспект враховано в переліку завдань ДПСУ (пп. 13, 16), а саме вона [7]:

– прогнозує, аналізує надходження податків, інших платежів, джерела податкових надходжень, вивчає вплив макроекономічних показників і податкового законодавства на надходження податків, інших платежів, розробляє пропозиції щодо їх збільшення та зменшення втрат бюджету;

– забезпечує інформування громадськості про реалізацію державної політики у відповідній сфері.

Щодо такої складової соціальної відповідальності як соціальна чутливість, то з її забезпеченням пов'язане завдання стосовно співпраці з

інститутами громадянського суспільства, яке забезпечує участь громадськості в реалізації державної політики у відповідній сфері (п. 15) [7].

Отже, саме розгляд соціальної відповідальності через соціальні зобов'язання та чутливість виявляє її безпосередній взаємозв'язок з категорією «імідж податкового органу». Дотримання соціальних зобов'язань ДПС укріплює впевненість платників податків у виконанні нею своїх функцій, а також підсиленні ролі соціальної функції податків у процесі податкового регулювання соціально-економічних процесів у державі. У той час як саме висока соціальна чутливість забезпечує ефективний зворотній зв'язок між податковим органом і платником щодо участі громадськості у формуванні, коригуванні й реалізації державної податкової політики в цілому.

Таким чином, у найбільш широкому тлумаченні соціальну відповідальність податкової служби можна представити як такий тип її поведінки, що реалізується через здійснення певних дій та заходів, спрямованих на поліпшення добробуту населення та сталий розвиток держави.

Цікавим з науково-практичної точки зору є дослідження впливу соціальної відповідальності на наявні та перспективні можливості податкових органів та їх імідж. Так, високий рівень розвитку ДПС є запорукою для формування і посилення її інституційної спроможності, для підтримки існуючих і створення нових конкурентних переваг, оперативного усунення та передбачення виникнення кризових явищ, а також успішної реалізації обраної стратегії модернізації. Також сформований потенціал визначає загальний рівень розвитку податкового органу. В той же час імідж виступає джерелом для створення конкурентних переваг, які підтримують стійкість та привабливість даного виду діяльності на ринку праці, а також обумовлює певну спроможність, зокрема інституційну, до передбачення, ідентифікації та вирішення певних проблем соціального характеру через прийняття соціально відповідальних рішень при наданні адміністративних послуг. Зазначені аспекти розвитку ДПС цікавлять і вітчизняних, і іноземних суб'єктів господарювання, а отже особливості діяльності податкових органів можуть також сприяти податковій

конкуренції.

Особливості взаємозв'язку соціальної відповідальності, іміджу, інституційної спроможності податкових органів та їх впливу на конкурентоспроможність податкової системи країни зображено на рис. 1.

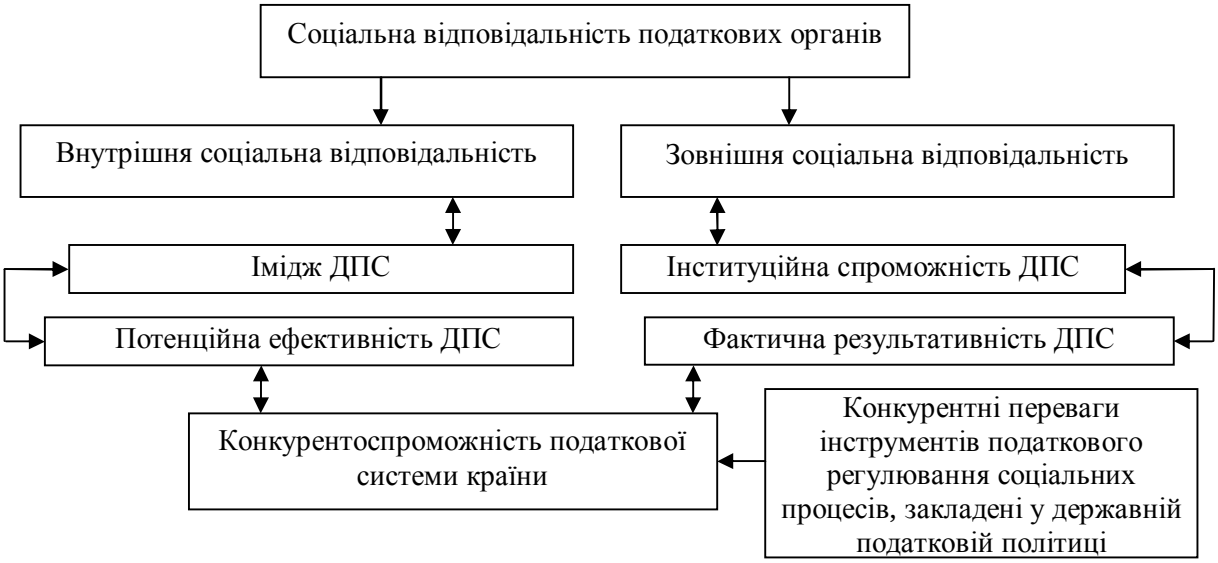

Рис. 1. Взаємозв'язок соціальної відповідальності, іміджу, інституційної спроможності ДПС і конкурентоспроможності податкової системи країни

Слід погодитись з І. Арістовою [2], що розвиток державної служби має органічно поєднуватися з реалізацією заходів щодо структурної перебудови державного управління, яке охоплює державний апарат і його зв'язки з громадянами, громадськими організаціями, підприємницькими структурами, суспільством у цілому.

Сучасний розвиток державного управління та податкової служби вимагає наявності не лише відповідного законодавства, а й досконалої інституційної бази, трансформації владної вертикалі на основі демократичних зразків урядування. Адже важливим є не лише прийняття якісних законів, а й їх результативне впровадження, що передбачає достатню інституційну спроможність для цього. Інституційна спроможність органу виконавчої влади поєднує виконувану ним функцію, відповідну структуру органу, чіткі стандарти та процедури діяльності, а також уміння та навички персоналу, необхідні для

результативного і ефективного виконання цієї функції органу виконавчої влади [3, с. 36].

Слід зазначити, що Україна активно працює у напрямку модернізації ДПС відповідно до європейських стандартів. Активне використання країною сучасних технологій автоматизації процесів адміністрування, які здатні гнучко реагувати на зміни інструментів податкового регулювання, вивчення найкращих європейських практик шляхом отримання фахової експертизи, залучення цільових інтелектуальних ресурсів, налагодження відносин з європейськими податковими службовцями допомагає віднайти відповіді на нагальні практичні питання соціального розвитку та інтеграції України до ЄС. Однак перевага цих інструментів не лише в створенні інституцій з новим принципами діяльності, а також і в ознайомленні українських податківців з практикою роботи у провідних країнах Європи.

Таке реформування спрямоване, насамперед, на підвищення ефективності функціонування податкових органів. Очевидно, що ДПС не тільки повинні працювати ефективно, а й вміти переконувати всіх громадян у результативності й доцільності своєї діяльності. Тобто в сучасних умов демократизації суспільства важливою вимогою є визнання цієї роботи населенням.

Одним із важливих аспектів загального сприйняття й оцінки податкового органу є враження, яке він справляє, тобто його імідж (цілеспрямовано сформований образ).

Як стверджує Г. Почепцов, імідж у концентрованій формі задає суть людини або організації. Відштовхуючись від іміджу, ми можемо будувати свої взаємовідносини із ними. Отже, що точніше ми виберемо і створимо імідж, тим ефективнішою буде комунікація [8, с. 18]. Саме імідж стає основою інформації про об’єкт. Імідж існував і впливав на реальні обставини завжди, але в наш час його значення стрімко зростає. Це можна пояснити тим, що він є природним продуктом обробки великих масивів інформації. Оскільки сучасна людина не в змозі зберігати і переробляти самостійно таку кількість інформаційних потоків, вона починає користуватися ярликами, які відсилають до ситуації, що стоїть за

цими ярликами.

Отже, поняття іміджу дуже тісно пов’язане із поняттям стереотипу. Як зазначає В. Королько, стереотипи мають об’єктивну природу і є невід’ємною властивістю психіки людини робити узагальнення. Вони поєднує два аспекти – знання і відношення, кожне з яких може стати переважаючим [5, с. 296]. Тому при формуванні іміджу слід пам’ятати, що його створення має починатися з виявлення реально вже сформованої думки суспільства про податкову роботу. Для цієї мети має бути налагодженим процес опитування платників податків та забезпечення дії механізму врахування суспільної думки при наступних перетвореннях. Проблемою сьогодення є формальність здійснення таких дій.

Важливим принципом діяльності податкової служби в період її масштабної реорганізації залишається зменшення податкового навантаження з одночасним зміцненням податкової дисципліни, налагодженням конструктивного діалогу з бізнесом. В таких умовах одним з пріоритетів у роботі органів ДПС визначено ребрендінг, тобто комплекс заходів зі зміни бренда (чи його складових) з метою переходу на новий рівень відносин між ДПС та платниками податків, мета якого – створення стійкої асоціації з податковою службою як із сервісною службою [13].

З позиції суспільства «імідж податкової служби – у відкритості, демократичності і публічності» [12]. З одного боку, практика роботи органів ДПС доводить доцільність створення громадських рад. Існування такого постійно діючого дорадчого органу при податкову органі забезпечує зворотний зв’язок бізнесу з органами ДПС, сприяє проведенню роботи з роз’яснення податкового законодавства, обговоренню нововведень у законодавстві, що регулює сплату податків. З іншого – імідж податкової служби залежить від кожного працівника, який безпосередньо контактує з платниками податків. Отже, винятково важливе значення в діяльності органів ДПС має організація стосунків із громадськістю. Робота в цьому напрямку представляє собою сукупність зусиль працівників податкової сфери, спрямованих на створення сприятливого клімату для своєї діяльності через взаємодію із зовнішнім

середовищем. Думка громадськості про ДПС складається під впливом двох основних факторів: знань про діяльність ДПС і досвіду спілкування з нею. Все це так чи інакше пов'язане із вирішенням основного завдання – створення і підтримання позитивного іміджу ДПС.

Комплексний перехід від фіскальних методів роботи до стимулювання добровільної сплати податків є одним із головних напрямків податкової політики. Одним із дієвих напрямків у формуванні позитивного іміджу ДПС є робота з молоддю та виховання високої податкової культури. Наприкінці 2011 р. головою ДПСУ був офіційно презентований мультфільм «Місто мрії» – перший масштабний творчий проект ДПС, спрямований на роботу із майбутніми платниками податків. Головним очікуваним результатом такого проекту є покращення податкової дисципліни за рахунок усвідомлення необхідності сплати податків та шкоди від ухилення від такої сплати.

Останнім часом також посилюється інтерес до такої технології соціальної комунікації, що може використовуватись для формування податкової культури та позитивного іміджу ДПС, як соціальна реклама на податкову тематику. Вона має застосовуватися по всій Україні і знаходити механізми впливу на фактичну і потенційну цільові аудиторії. У зв'язку з цим виникає необхідність застосування комплексного підходу до розробки, розширення напрямків, замовлення, використання та оцінки ефективності такої реклами. Актуальні напрямки соціальної реклами на податкову тематику, що може використовуватись ДПС, наведено на рис. 2.

Слід відмітити, що лише із формування успішної комунікації громадськості і ДПС, створенням її позитивного іміджу на маркетингових засадах можна пов'язувати суттєві зміни податкових відносин у сфері взаємодії «влада – суспільство» в цілому та ефективність організаційного забезпечення податкового регулювання соціального розвитку.

Рис. 2. Основні напрямки соціальної реклами на податкову тематику

Враховуючи вищезазначене, доцільним вважається подати структурно-функціональну схему забезпечення розвитку органу ДПС на принципах соціальної відповідальності та поліпшення іміджу в умовах демократизації державного управління, яку зображено на рис. 3.

Наведені компоненти схеми забезпечення розвитку ДПС є органічно вбудованими у ряд функціональних підсистем. Склад зазначених підсистем може різнитися залежно від рівня управління, що дозволяє забезпечити гнучкість такого механізму, формування деталізованого набору найбільш ефективних на даному рівні інструментів впливу, необхідних для досягнення відповідного рівня розвитку ДПС з урахуванням особливостей державної податкової політики регулювання соціальних процесів в Україні.

Реалізація зазначеного підходу до забезпечення розвитку органу ДПС, що ґрунтується на принципах соціальної відповідальності та поліпшення іміджу, має супроводжуватися [10; 11]:

– поліпшенням узгодженості та ефективності діяльності структурних підрозділів органів ДПС;

Рис. 3. Структурно-функціональна схема забезпечення розвитку органу ДПС на принципах соціальної відповідальності та поліпшення іміджу

– посиленням інституційної спроможності громадських організацій та податкової служби в контексті аналізу і розробки пропозицій щодо вдосконалення інструментів податкового регулювання соціальних процесів;

– створенням при податкових органах дієздатних центрів комунікацій

влади і громадськості для надання якісних інформаційних послуг щодо вироблення та реалізації державної політики;

– проведенням системного навчання співробітників ДПС для підвищення їх комунікативного рівня, професійних та етичних навичок організації взаємовідносин з учасниками податкових відносин на демократичних засадах;

– упровадження ефективних державноуправлінських технологій комунікацій, інформування, партнерства, ґрунтуючись на вивченні закордонного досвіду;

– посилення маркетингової складової менеджменту у податкових органах з метою забезпечення дієвості механізму формування іміджу;

– запровадження обов'язкової фінансової і не фінансової (соціальної) звітності податкових органів;

– розширення практики застосування «електронних офісів», максимальної автоматизації процесів адміністрування, що сприятиме створенню клієнтоорієнтовної системи обслуговування платників та підвищенню рівня добровільної сплати податків;

– встановленням системи громадського контролю за діяльністю податкових органів для забезпечення ефективного врахування громадської думки, посилення соціальної відповідальності в процесі ухвалення та реалізації державної податкової політики.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що дотримання принципів соціальної відповідальності в сучасних умовах дозволяє ДПС не тільки раціонально реагувати на запити і потреби суспільства, але й сприяє підвищенню її конкурентоспроможності. Досягненню зазначеного результату сприяє також діяльність державних установ щодо підвищення кваліфікації та навчання працівників, що вдосконалює професійні навички державних службовців та сприяє збагаченню їх професійного досвіду (особливо під час реформування у певних сферах державного управління, гармонізації законодавства тощо), а значить зумовлює підвищення добробуту населення та розвитку держави.

З метою втілення запропонованих заходів щодо забезпечення розвитку державної податкової служби в Україні необхідним є пошук способів до вирішення зазначених проблем і подолання наявних перешкод, які б дали змогу підвищити якість та ефективність управлінських рішень, покращити імідж податкових органів, забезпечити збалансованість інтересів і влади, і громадськості на принципах соціальної відповідальності. Вирішення таких завдань дозолить позитивно, в бажаному напрямку, впливати на такі соціальні процеси в рамках податкових відносин, як формування податкової культури, посилення податкової дисципліни, базування взаємовідносин податкових органів з платниками податків на етичних вимогах і демократичних принципах, а також на такі загальнодержавні соціально-економічні процеси, як скорочення тіньового сектору, забезпечення достатніх надходжень до бюджету та фінансування запланованих статей витрат, залучення іноземних економічних суб'єктів в економіку України, підвищення добробуту населення та конкурентоспроможності країни.

Список використаних джерел

1. *Амоша О.* Соціальна відповідальність в контекст і розвитку у людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство [Електрон. ресурс] – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/ soc_gum/ pubupr/2011-1/doc/3/01.pdf.
2. *Арістова І. В.* Нормативно-правове забезпечення державної служби в Україні / І. В. Арістова // Юридична наука і практика. – 2011. – № 1. – С. 38–43.
3. *Баришніков В. М.* Інститут державної служби. Проходження державної служби : навч.-метод. посіб. / В. М. Баришніков. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 140 с.
4. Кодекс професійної етики працівника державної податкової служби України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : http://www.dpa.kharkov.ua/page3.php
5. *Королько В. Г.* Основы паблик рилейшнз : учеб. пос. / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 528 с.
6. Механізми забезпечення соціальної безпеки на рівні територіальної громади: теорія і практика : монографія / В. Г. Бульба, С. О. Горбунова-Рубан, А. В. Меляков [та ін.] ; за ред. В. Г. Бульби, А. В. Мелякова. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2009. – 417 с.
7. Положення про Державну податкову службу України. Затверджено Указом Президента України від 12 травня 2011 р. № 584/2011 [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/documents/13572.html.
8. *Почепцов Г. Г.* Имиджелогия : учеб. пос. / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2004. – 576 с.
9. Про Державну податкову службу в Україні : Закон України від 04.12.1990 р. № 509-XII [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : http:// http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T050900.html.
10. *Ревенко О. В.* Демократичні тенденції розвитку державної служби у податкових

органах України / О. В. Ревенко, В. О. Дементов // Державне управління та місцеве самоврядування: історія та сучасність : зб. тез доп. за підсумками стажування, 21 вересня 2011 р. – Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2011. – С. 130–134.

11. *Ревенко О. В.* Маркетингові аспекти управління у податкових органах / О. В. Ревенко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. Економічні науки. – № 5. – 2010. – Т. 4.– С. 110–113.

12. Сумлінна сплата податків - запорука процвітання держави. – Режим доступу : http://www.rsta.tr.ukrtel.net/informujut-dpi/kremenetc/3292-imidzh-podatkovoyi-sluzhbi--u-vidkritosti-demokratichnosti-i-publichnosti.

13. Формуємо тренд на податкову культуру. – Режим доступу : http://np.pl.ua/blogs/2012/02/16/formujemo-trend-na-podatkovu-kulturu/

14. *Sethi S. P.* Dimensions of corporate social performance: An analytic framework / S. P. Sethi // California management Review. – 1975. - № 17. – P. 58–64.

Revenko O. V., Revenko T. V. **Image and social responsibility of tax authorities.**

The problems and characteristics of image formation of the tax authorities. Grounded type and direction of social responsibility of tax authorities in Ukraine, the role of public service announcements on tax topics in the interaction of the tax authorities with taxpayers.

Key words: image of the tax authorities, social responsibility of tax authorities, tax authorities interaction with taxpayers, public service ads on tax topics.

Ревенко Е. В., Ревенко Т. В. **Имидж и социальная ответственность налоговых органов.**

Исследованы проблемы и особенности формирования имиджа налоговых органов. Обоснованы виды и направления развития социальной ответственности налоговых органов в Украине, определена роль социальной рекламы на налоговую тематику в процессе взаимодействия органов ГНС с плательщиками налогов.

Ключевые слова: имидж налоговых органов, социальная ответственность налоговых органов, взаимодействие налоговых органов с налогоплательщиками, социальная реклама на налоговую тематику.