

О. В. РЕВЕНКО, Т. В. РЕВЕНКО

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ В УКРАЇНІ

Розглянуто проблеми та особливості формування іміджу податкових органів. Обґрунтовано види та напрямки розвитку соціальної відповідальності податкових органів в Україні.

Ключові слова: імідж податкових органів, соціальна відповідальність податкових органів, соціальна реклама на податкову тематику.

The problems and characteristics of image formation of the tax authorities. Grounded type and direction of social responsibility of tax authorities in Ukraine.

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

У сучасних умовах від ефективності і якості функціонування інституту державної податкової служби (ДПС) залежить ступінь наповнення доходної частини бюджету країни, а також усвідомлення платниками податків необхідності добросовісного виконання своїх обов'язків. Вимогами сьогодення стають процеси реформування податкової роботи як системи надання якісних послуг, що ґрунтується на законних підставах та дозволяє податковим органам виконувати їх завдання, з одного боку, а також створювати основу для забезпечення ефективного податкового регулювання соціального розвитку за рахунок високого рівня податкової культури та соціальної відповідальності на макро-, мезо- та макрорівнях – з іншого. Подібні перетворення передбачають суттєві зміни самої організації цієї діяльності на принципах соціальної відповідальності, формування сприятливого іміджу ДПС та працівників податкових органів.

Проблеми соціальної відповідальності та іміджу у сфері державного управління досліджено в роботах І. Савченко, 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. Кошелева, О. Лесная та ін. Проте на кожному наступному етапі виникають нові проблеми, що вимагають удосконалених підходів до процесу забезпечення ефективної взаємодії влади і громадськості на демократичних принципах, зокрема у податкових відносинах. Одночасно у вітчизняній науковій літературі не вистачає комплексного аналізу особливостей формування іміджу та соціальної відповідальності з урахуванням специфіки податкових органів.

Указані вище проблеми зумовлюють мету даної статті, що полягає в дослідженні особливостей формування іміджу податкових органів в Україні,

обґрунтуванні напрямки розвитку їх соціальної відповідальності в процесі взаємодії з платниками податків.

Діяльність державних органів, зокрема податкових, 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. 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 іншої 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 (у різних роботах цей термін визначений таким як соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність), державних службовців і в меншій мірі органів державної влади, зокрема податкових.

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

Як зазначають О. Амоша та О. Новікова, соціальна відповідальність держави 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 і соціальних стандартів; створення умов і можливостей формування та накопичення людського та соціального капіталу [3]. 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" серед основних завдань закріплено внесення в установленому порядку пропозицій щодо вдосконалення податкового законодавства та прийняття у випадках, передбачених законом, нормативно-правових актів і методичних рекомендацій з питань оподаткування [1]. З іншого боку, ДПС має забезпечувати дотримання певних гарантій для власних співробітників. Так, у ст. 15. Кодексу професійної етики працівника державної податкової служби України регламентовано такі гарантії захисту прав працівника:

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 [5].

Як зазначається в роботі С. Сеті, складовою корпоративної відповідальності є соціальні зобов'язання та соціальна чутливість [13]. 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 у рамках її економічної, так і соціальної складової. Також, ураховуючи умови демократизації державного управління та вимоги до транспарентності державних органів, поряд із соціальними зобов'язаннями може розглядатись підзвітність ДПС. Цей аспект враховано в переліку завдань ДПСУ (п.п. 13, 16), а саме вона:

– 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 [6].

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) [2].

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 в 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 і 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 і 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. У той же час імідж виступає джерелом для створення конкурентних переваг, які підтримують стійкість і 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.

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 [4, с. 36].

Слід зазначити, що Україна активно працює в 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 на підвищення ефективності функціонування податкових органів. Очевидно, що ДПС не тільки повинні працювати ефективно, а й вміти переконувати громадян у результативності й доцільності своєї діяльності. Тобто в сучасних умовах 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 поєднують два аспекти – знання і відношення, кожне з яких може стати переважаючим [6, 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. У таких умовах одним з пріоритетів у роботі органів ДПС визначено ребрендинг, тобто комплекс заходів зі зміни брэнда (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 [12].

З позиції суспільства “імідж податкової служби – у відкритості, демократичності і публічності” [11]. З одного боку, практика роботи органів ДПС доводить доцільність створення громадських рад. Існування такого постійно діючого дорадчого органу при податковому 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. Усе 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. Актуальними напрямками соціальної реклами на податкову тематику, що може використовуватись ДПС, є такі:

- 1) висвітлення позиції ДПС щодо підтримки ініціатив у сфері оподаткування, корисних платникам податків (податкові реформи);
- 2) інформування про суттєві зміни у податковій сфері (прийняття нормативно-правових актів, зміни строків декларування тощо);
- 3) інформування про масові заходи, що проводяться ДПС;
- 4) вітання населення зі святами, значущими подіями (з боку ДПС);
- 5) виховання громадянської відповідальності платників податків (сплата податків, декларування доходів, легалізація доходів) та ін.

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.

Враховуючи вищезазначене, доцільним вважається подати структурно-функціональну схему забезпечення розвитку органу ДПС на принципах соціальної відповідальності та поліпшення іміджу в умовах демократизації державного управління. Її компоненти є органічно вбудованими у ряд функціональних підсистем:

- 1) забезпечення управління розвитком органу ДПС (нормативно-правове, інформаційне, кадрове забезпечення, забезпечення зв’язків з громадськістю);
- 2) планування заходів щодо розвитку податкового органу;
- 3) реалізації заходів щодо розвитку податкового органу;
- 4) контролю розвитку податкового органу (моніторинг показників діяльності органів ДПС, аналіз тенденцій змін іміджу ДПС та окремого податкового органу, оцінка інституційної спроможності ДПС, громадський контроль податкових органів

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:

- проведенням системного навчання співробітників ДПС для підвищення їх комунікативного рівня, професійних та етичних навичок організації взаємовідносин з учасниками податкових відносин на демократичних засадах;
- поліпшенням узгодженості та ефективності діяльності структурних підрозділів органів ДПС;
- посиленням інституційної спроможності громадських організацій і податкової служби в контексті аналізу та розробки пропозицій щодо вдосконалення інструментів податкового регулювання соціальних процесів;
- створенням при податкових органах дієздатних центрів комунікацій влади і громадськості (наприклад, часткове вирішення цього питання закладено при відкритті у 2012 р. Центрів обслуговування платників податків);
- упровадження ефективних державноуправлінських технологій комунікацій, інформування, партнерства, ґрунтуючись на вивченні закордонного досвіду;
- запровадження обов'язкової фінансової і не фінансової (соціальної) звітності податкових органів;
- посилення маркетингової складової менеджменту у податкових органах з метою забезпечення дієвості механізму формування іміджу;
- розширення практики застосування “електронних офісів”, максимальної автоматизації процесів адміністрування, що сприятиме створенню клієнтоорієнтованої системи обслуговування платників та підвищенню рівня добровільної сплати податків;
- установленням системи громадського контролю за діяльністю податкових органів для забезпечення ефективного врахування громадської думки, посилення соціальної відповідальності в процесі ухвалення та реалізації державної податкової політики [9; 10].

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що дотримання принципів соціальної відповідальності в сучасних умовах дозволяє ДПС раціонально реагувати на запити і потреби суспільства, що 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. Усе це дозволить позитивно 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 сектора,

забезпечення достатніх надходжень до бюджету та фінансування запланованих статей витрат, залучення іноземних економічних суб'єктів в економіку, підвищення добробуту населення та конкурентоспроможності країни.

Література:

1. Про Державну податкову службу в Україні : Закон України від 04.12.1990 р. № 509-ХІІ. – Режим доступу : [http:// search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T050900.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T050900.html).

2. Положення про Державну податкову службу України : Указ Президента України від 12 травня 2011 р. № 584/2011. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/13572.html>.

3. Амоша О. Соціальна відповідальність в контекст і розвитку у людського потенціалу / О. Амоша, О. Новікова // Держава і суспільство. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pubupr/2011-1/doc/3/01.pdf.

4. Баришніков В. М. Інститут державної служби. Проходження державної служби : навч.-метод. посіб. / В. М. Баришніков. – К. : ІПК ДСЗУ, 2010. – 140 с.

5. Кодекс професійної етики працівника державної податкової служби України. – Режим доступу : <http://www.dpa.kharkov.ua/page3.php>.

6. Королько В. Г. Основи публік рилейшнз : учеб. пособие / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер. – 2001. – 528 с.

7. 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 ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2009. – 417 с.

8. Почепцов Г. Г. Имиджология : учеб. пособие / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2004. – 576 с.

9. 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 ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2011. – С. 130–134.

10. Ревенко О. В. Маркетингові аспекти управління у податкових органах / О. В. Ревенко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – № 5. – Т. 4. – 2010. – С. 110–113.

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

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

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

Надійшла до редколегії 27.08.2012 р.