

© 2011 г. Зверева Т.В.

УДК 316

**РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ  
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

В настоящее время в России весьма актуальной становится проблема достижения согласия между обществом и властью, которая не может быть решена без взаимных усилий, акторов этого процесса, налоговая сфера является той частью государственного администрирования, где обозначенная проблема стоит наиболее остро. Практически каждый гражданин это еще и налогоплательщик, так или иначе взаимодействующий с налоговой службой, поэтому налоговые органы являются самым репрезентативным объектом исследования, в котором содержится противоречие между обязанностью налоговых органов осуществлять фискальную функцию, действуя на основании закона, и необходимостью партнерского взаимодействия с налогоплательщиками, т.е. соблюдая интересы государства обслуживать интересы граждан. В этой связи возникает потребность в научном осмыслении путей, способов и форм эффективно-го сотрудничества государственной власти и гражданского общества, механизмов их взаимодействия. Следовательно, научное осмысление различных сторон этой темы является актуальным и представляет собой несомненный теоретический и практический интерес для социологической науки.

Корпоративное взаимодействие – это взаимодействие субъектов в процессе осуществления совместного дела, контакты заинтересованных сторон, заинтересованных кругов. Сущность корпоративного взаимодействия в узком смысле этого понятия представляет собой «установление баланса интересов разных групп заинтересованных лиц». В этом случае предметом корпоративного взаимодействия является система отношений между органами управления и заинтересованными лицами, так или иначе вовлеченными в это управление. Сущность корпоративного взаимодействия в широком смысле пред-

ставляет собой систему отношений между различными субъектами, взаимодействующих между собой по поводу гармонизации их интересов, обеспечения синергии как их совместной деятельности, так и их взаимоотношений с внешними контрагентами в достижении поставленных целей. В данном случае предметом корпоративного взаимодействия является взаимная заинтересованность взаимодействующих субъектов и достижения согласия при наличии единой цели. Содержание корпоративного взаимодействия можно рассматривать как взаимное предоставление ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей каждой из взаимодействующих сторон. В отличие от взаимодействия социального под корпоративным взаимодействием, следует понимать добровольное, субъективно оцениваемое как взаимовыгодное, поведение двух или более действующих или потенциальных участников корпоративных отношений, направленное на получение корпоративной выгоды для участников, участвующих во взаимодействии [1].

Так, корпоративное взаимодействие – процесс отношений участников социально-экономической системы в ходе которого, каждый из участников стремится добиться желаемых им результатов в корпоративной системе за счет объединения индивидуальных возможностей и ресурсов. На основании изложенного, сформулируем определение корпоративного взаимодействия в налоговой сфере:

*корпоративное взаимодействие* – это одна из форм социального взаимодействия, объединяющая совместные действия участников налогового процесса по реализации общих целей и формированию условий, в которых наилучшим образом осуществится их достижение. Обладающее следующими признаками – согласованность интересов, взаимная ответственность, корпоративная культура и исполняющее функции гармонизации интересов государства и его граждан.

Основные факторы формирования корпоративного взаимодействия в сфере налогообложения можно разделить на внешние и внутренние, к внешним факторам относятся:

- наличие гражданского общества;
- развитие позитивного корпоративизма;
- формирование налоговой культуры в стране;
- клиентноориентированная политика государства.

К внутренним следует отнести факторы, действующие внутри общности инспекторов и налогоплательщиков:

- развитие корпоративной этики;
- формирование корпоративных имиджа и репутации (ПР-деятельность);
- создание культуры качества (профессиональная культура и повышение качества, предоставляемых услуг);
- мотивированное руководство процессом развития корпоративной культуры;
- кадровый потенциал, лояльность предложенным изменениям.

В рамках данной статьи рассмотрим некоторые из ресурсов формирования пространства корпоративного взаимодействия в налоговой сфере. Созданный Федеральной налоговой службой России Интернет-сервис, получил свое развитие в рамках провозглашенной Президентом России Д.А. Медведевым Стратегии формирования информационного общества в Российской Федерации, этой связи была поставлена задача: перевести все государственные услуги в электронный вид. Это предполагает обеспечение информационной открытости деятельности налоговой службы и, как следствие, повышение качества и доступности предоставляемых услуг.

В рамках клиентноориентированной концепции деятельности налоговых органов и в соответствии с поставленной Президентом задачей Приказом ФНС России от 13.11.2009 № ММ-7-6/552@ внедрено в промышленную эксплуатацию программное обеспечение Интернет-сервиса «Система информирования налогоплательщиков о задолженности в рамках ее реализации создание сервиса – «Личный кабинет налогоплательщика». Этот Интернет-сервис реализован ФНС России в инициативном порядке с целью предоставления налогоплательщикам – физическим лицам возможности, при указании фамилии, имени, отчества и ИНН, оперативного получения информации о наличии у них задолженности по имущественным налогам перед бюджетом без обращения в налоговый орган. Данный онлайн-сервис рассчитан на налогоплательщиков – физических лиц, включая индивидуальных предпринимателей. Проект – «Узнай свою задолженность» был реализован в целях расширения спектра и повышения качества государственных услуг Федеральная налоговая служба предоставляет услугу по информированию граждан о суммах задолженности через Интернет во всех регионах России. В результате

граждане России из любого удобного для них места с доступом в Интернет имеют возможность оперативно и бесплатно получить актуальную информацию о своей задолженности по налогам, автоматически сформировать платежный документ с тем, чтобы далее осуществить платеж в кредитной организации. Сервис предоставляет информацию о задолженности по налогу на доходы физических лиц, налогу на имущество физических лиц, транспортному и земельному налогам. Информация обновляется ежедневно.

В целях дальнейшего развития клиентноориентированной концепции функционирования налоговой службы налогоплательщикам предоставлена возможность написать заявление о подключении услуги «Личный кабинет» в налоговой инспекции по месту жительства. На основании заявления налогоплательщику будут выданы логин и пароль для авторизации в системе. Также в заявлении при желании налогоплательщик может указать адрес электронной почты и номер мобильного телефона для получения информации о том, что в «Личном кабинете» обновились данные. Таким образом, будет соблюдаться принцип налоговой тайны в отношении информации о начисленных и фактически уплаченных налогах, пенях и штрафах. Одним из важных направлений работы Управления ФНС России является переход на бесконтактный метод взаимодействия сотрудников налоговой службы и налогоплательщиков при сдаче налоговой (бухгалтерской) отчетности. Преимущества представления налогоплательщиками отчетности по телекоммуникационным каналам связи (ТКС) бесспорны:

- обеспечивает максимальную автоматизацию процесса приема и ввода;
- сводит к минимуму ошибки за счет процедур автоматизированного контроля, как у налогоплательщиков, так и в налоговых органах;
- не требует личного контакта налогоплательщика или его представителя с налоговыми органами (бесконтактные технологии снижают уровень отдельных злоупотреблений);
- позволяет полностью отказаться от бумажных носителей и не требует ведения бумажного архива;
- обеспечивает оперативность ввода и обработки данных.

Применяемые в системе сдачи налоговой отчетности в электронном виде по ТКС средства шифрования обеспечивают надежную защиту передаваемой информации от несанкционированного доступа. С внедрением этой техноло-

гии стало возможным не только отправлять отчетность через Интернет, но и получать в рамках информационного обслуживания от налоговых органов необходимые налогоплательщику документы:

- справка о состоянии расчетов по налогам, сборам и взносам;
- выписка операций по расчету с бюджетом;
- перечень бухгалтерской и налоговой отчетности, представленной в отчетном году;
- акт сверки расчетов по налогам, сборам и взносам;
- справка об исполнении налогоплательщиком обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней и налоговых санкций по запросу налогоплательщика и т.д.

Налогоплательщики по достоинству оценили преимущества системы электронного представления отчетности. Так, по состоянию на 1 июля 2010 г. в среднем по России удельный вес организаций, ведущих финансово-хозяйственную деятельность и представивших налоговые декларации (расчеты) по ТКС, составил 50 %, а в отдельных регионах данный показатель превышает 60%. Для удобства налогоплательщиков при поиске нужной информации на сайте созданы тематические баннеры. Популярными среди налогоплательщиков и представителей СМИ являются материалы, размещенные под баннером «Проверь своих партнеров». Это закономерно, ведь информация об организациях, длительное время не представляющих отчетность, а также об организациях – должниках перед бюджетом, в определенной степени позволяет делать выводы о надежности партнеров по бизнесу. Оперативно получить ответы на вопросы по уплате транспортного налога позволяет рубрика сайта «Вопрос – ответ», созданная для обеспечения возможности обратной связи. Для сокращения времени ожидания приема в ряде инспекций работают электронные системы управления очередью и электронные световые табло. Для получения необходимых сведений по налоговому законодательству для налогоплательщиков установлены компьютеры свободного доступа.

Налогоплательщики вправе получать в налоговых органах по месту учета бесплатно устную и письменную информацию о действующих налогах, порядке их исчисления и уплаты, о применяемых формах налоговых деклараций и правилах их заполнения. В этой связи одним из основных направлений деятельности налоговых органов является информирование налогоплатель-

щиков о действующем законодательстве. Материалы по налоговой тематике в различных СМИ, свободный доступ к Интернету, наконец, наглядные информационные материалы, размещенные непосредственно в инспекциях ФНС России, дают налогоплательщикам возможность быть в курсе всех событий и изменений в налоговом законодательстве [2]. Сотрудники инспекций находятся в непосредственном контакте с налогоплательщиками, и от того, как складывается их диалог, во многом зависит имидж налоговой службы в целом. В инспекциях созданы благоприятные условия для приема налогоплательщиков: все инспекции работают без перерыва на обед и имеют операционные залы, специально оборудованные для приема налоговой отчетности. Внедрение модели корпоративного взаимодействия в практику функционирования налоговой сферы российского общества связано с изменением сложившейся в обществе культуры, которое происходит только потому, и только тогда, когда для этого созданы объективные предпосылки. Она меняется, когда меняется мир вокруг нас и изменение культуры вызывается необходимостью адаптации к изменившимся условиям.

Процедуры изменения культуры базируются на первенстве человеческих ресурсов, новационных мотивах и стимулах с ориентацией на «соучастие» граждан в процессе администрирования [3], использования глубинных социокультурных, нравственных, духовных ценностей, создании позитивного имиджа налоговой службы. Сила корпоративной культуры определяется, еще кадровым потенциалом, лояльностью предложенным изменениям, степенью принятия членами организации основных ценностей компании и степенью их преданности данным ценностям, поэтому работа с персоналом является важным фактором формирования корпоративного взаимодействия. Необходимо учитывать, что вновь принятые сотрудники приносят с собой не только новые идеи и индивидуальные подходы к решению профессиональных задач, но и свои собственные ценности, взгляды, убеждения. Индивидуальные личностные ценности сотрудников могут не соответствовать сложившимся культурным ценностям внутри организации. Для поддержания сложившейся системы культурных ценностей организации, необходимо постоянно оказывать влияние на формирование ценностных ориентаций сотрудников для максимального сближения их с ценностями самой организации. После принятия решения о приеме человека на работу встает вопрос об определении

его «уникального» места в коллективе, то есть создания такой ситуации организации работы данного сотрудника, при которой его качества раскрываются с максимальной пользой для организации. Профессиональное использование потенциала корпоративной культуры видно уже тогда, когда менеджер по кадрам уделяет достаточно много времени рассказу о том, что принято в организации, а что нет. Это может существенно облегчить жизнь человеку, дать ему почувствовать преимущества того, что значит быть «игроком этой команды». Первый день работы новичка начинается с традиционного знакомства, когда нового сотрудника знакомят с членами коллектива, с формальными и неформальными правилами жизни в организации. Каждому новому специалисту может быть вручен буклет об организации компании – ее истории, особенностях, приоритетах. Это краткое руководство предназначено для формирования чувства гордости и причастности нового сотрудника к деятельности организации. Именно на этом этапе начинается целенаправленное формирование установок человека, его погружение в культуру профессиональной деятельности в данной организации.

Рассмотренные процедуры изменения культуры базируются на первенстве человеческих ресурсов, на инновационных мотивах и стимулах с ориентацией на «соучастие» граждан в налоговом процессе, использование глубинных социокультурных нравственных, духовных ценностей, создании позитивного имиджа налоговой службы. Корпоративная культура так же чувствительна к изменениям внешней среды. Изменения, произошедшие за последние 20 лет в российском обществе потребовали поиска новых форм взаимодействия власти и общества в целом и налоговой службы с налогоплательщиками, в частности. Формирование корпоративного взаимодействия, возникшего на базе развитой корпоративной культуры государственного учреждения и корпоративной культуры организации-налогоплательщика, актуализирует проблематику использования механизмов корпоративной сопричастности всех участников налогового процесса к жизнедеятельности государства, созданию бюджета страны. Но следует помнить, что процесс изменения административной культуры труден и неподвластен волевым решениям. Он требует аккуратности и корректности в работе реформаторов. Трансформация культуры позволит сформировать основы корпоративного взаимодей-

ствия российских граждан в налоговой сфере, что даст определенные преимущества в управлении процессом налогообложения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Шорохов Ю. Эффективность организаций: системные, организационные и психологические факторы* // <http://www.e-executive.ru>.
2. *Иванова Е.А. Основные функции отделов работы с налогоплательщиками* // Российский налоговый курьер. 2009. № 13-14.
3. *Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. М., 2005.*

*Межрайонная Инспекция  
Федеральной налоговой службы России  
№25 по Ростовской области*

*16 октября 2011 г.*