

**«Психология» взаимодействия сотрудников налогового органа и
налогоплательщиков при выездной налоговой проверке**
**"Psychology" the interaction of the tax authority employees and taxpayers at a
field tax inspection**

**Салехов Елвин Ариф оглы
Salekhov Elvin Arif oglu**

**ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет ХМАО – Югры»
salekhovelvin@mail.ru**

В статье рассмотрены существующие отечественные подходы к определению понятия «психология» взаимодействия. Описаны основные способы и методы взаимодействия налогоплательщиков и сотрудников налоговых органов. Предложен механизм взаимодействия сотрудников налоговых органов и налогоплательщиков при выездной налоговой проверке.

The article deals with the existing domestic and international approaches to the definition of "psychology" of interaction. The basic techniques and methods of interaction between taxpayers and tax officials. The mechanism of interaction between tax officials and taxpayers at a field tax audit.

Ключевые слова: психология взаимодействия, способы и методы взаимодействия.

Key words: Psychology of interaction, ways and methods of interaction.

Сотрудникам любой организации рано или поздно приходится взаимодействовать с сотрудниками налоговых органов. Такая необходимость может возникнуть как в процессе осуществления текущей деятельности организации, так и в процессе проведения контрольных мероприятий в отношении налогоплательщика.

В условиях сложной экономической ситуации взаимодействие налогоплательщиков и налоговых органов очень важно для обеспечения стабильности бизнеса и налоговых поступлений в бюджеты регионов. На практике сложилось противостояние со стороны налогоплательщиков и налоговых органов.

Одной из ключевых проблем в современном обществе является то, что значительная часть исследований основывается на модели уклонения от уплаты налогов, не рассматривая при этом поведение налогоплательщиков с точки зрения психологии.

Данный вопрос может быть изучен в рамках экономической психологии. Экономическая психология изучает психологические основы экономического поведения людей и его последствия. Однако формирование экономической психологии как науки не завершено, поскольку не выработано единого подхода к определению ее предмета исследования [6].

Согласно определению из словаря практического психолога: «взаимодействие в психологии – это процесс непосредственного или опосредованного воздействия объектов (субъектов) друг на друга, порождающий их взаимную обусловленность и связь. Выступает как интегрирующий фактор, способствующий образованию структур. Исследованиями установлены такие виды взаимодействия как содружество, конкуренция и конфликт. Нужно иметь в виду, что эти виды - не только взаимодействие двух личностей: они происходят и между частями групп, и между целыми группами. Так, в ходе взаимодействия между членами вновь созданной группы появляются признаки, характеризующие эту группу как взаимосвязанную устойчивую структуру определенного уровня развития. Взаимодействие как материальный процесс сопровождается передачей материи, движения и информации: оно относительно, происходит с конечной скоростью и в определенном пространстве-времени. Но эти ограничения действуют лишь для непосредственного взаимодействия; для опосредованных форм взаимодействия пространственно-временные ограничения многократно ослабляются» [2].

Российский психолог, публицист, писатель, популяризатор практической психологии Н.И. Козлов утверждал: «Психология человека - это также внутренние причины поведения человека, делающие его выходящим за рамки логики, целесообразности или разумных социальных ожиданий. Когда

поведение человека рационально и целесообразно, укладывается в социальные рамки и логику, о психологии вопрос не поднимается. ...А когда что-то не укладывается в рациональное, когда на поведение человека начинают влиять состояния, чувства и другие непредсказуемые внутренние особенности, начинается разговор о психологии – психологии человека» [3].

Таким образом, «психология взаимодействия» - это процесс влияния одного субъекта на другой и как результат поведение субъекта в сложившейся ситуации.

Согласно налогового законодательства Российской Федерации существует два основных вида налоговых проверок: камеральная и выездная. Выездная налоговая проверка проводится, как правило, по месту нахождения налогоплательщика (в исключительных случаях, может проводиться по месту нахождения налогового органа) и предусматривает собой тесное взаимодействие с сотрудниками организации. Рассмотрим психологию взаимодействия налогоплательщиков и сотрудников налогового органа в рамках данного вида налоговой проверки. Сам факт начала выездной налоговой проверки настораживает налогоплательщиков и ставит их в «оборонительную позицию».

Основная цель выездной налоговой проверки – это не просто выявление налоговых правонарушений и привлечение налогоплательщика к ответственности за совершение данного правонарушения, а формирование в обществе общего мнения недопустимости такого поведения, управление общественным сознанием граждан с целью формирования положительных установок к выполнению своего гражданского долга – уплате налогов и сборов. То есть налогоплательщик по результатам проверки должен понести не только материальные расходы, связанные с нарушением налогового законодательства, но и понять вред наносимый обществу таким поведением и в будущем не совершать подобное. Итак, основная цель любой выездной налоговой проверки – это отказ налогоплательщика от нарушения налогового законодательства в будущем.

На наш взгляд, комплекс мероприятий, проводимых в рамках выездной налоговой проверки можно условно разделить на две группы: общие мероприятия и мероприятия, провоцирующие на конфликт («агрессивные»).

К общим мероприятиям налогового контроля можно отнести:

1. Проведение осмотра юридического адреса налогоплательщика (в рамках статьи 92 Налогового кодекса Российской Федерации) (далее по тексту – Налоговый кодекс).

2. Допрос руководителя по общим вопросам руководства организацией (в рамках статьи 90 Налогового кодекса).

3. Истребование общих документов: учредительных документов, приказов о назначении на должность руководителя, главного бухгалтера, свидетельств, штатного расписания, положения об оплате труда и т.д. (в рамках статьи 93 Налогового кодекса).

4. Истребование документов (информации) у контрагентов проверяемого лица (в рамках статьи 93.1 Налогового кодекса).

5. Комплекс мероприятий налогового контроля, проводимых на территории налогового органа (запросы в банки, контролирующие органы, иные налоговые органы и т.д.).

Мероприятия налогового контроля, провоцирующие на конфликт с налогоплательщиком («агрессивные»):

1. Выемка документов (предметов) (в рамках статьи 94 Налогового кодекса).

2. Допрос руководителя, бухгалтера эпизодно по нарушениям (в рамках статьи 90 Налогового кодекса).

3. Истребование документов эпизодно по нарушениям (в рамках статьи 93 Налогового кодекса).

4. Инвентаризация имущества, принадлежащего налогоплательщику (в рамках статей 31 и 89 Налогового кодекса).

5. Проведение почерковедческой экспертизы (в рамках статьи 95 Налогового кодекса).

6. Привлечение специалистов (в рамках статьи 96 Налогового кодекса) [4].

Как говорил итальянский дипломат Даниэле Варе «Дипломатия - это искусство позволять другому человеку делать по-твоему». Цель сотрудника налоговой инспекции это не создать дружеские отношения с налогоплательщиком, а организовать условия для сотрудничества [7]. Поэтому проведение выездной налоговой проверки необходимо разделить на два этапа:

1. Проведение общих мероприятий. На данном этапе необходимо наладить полный контакт с сотрудниками организации, выяснить какие должности существуют в организации и какие обязанности возложены на них, определить наличие первичных документов бухгалтерского и налогового учетов и установить их место нахождения, провести беседу с руководителем в форме «вопрос-ответ» с составлением протокола допроса об общем руководстве, структуре бизнеса и о текущем материальном положении организации. Таким образом, не проявляя «агрессии» к налогоплательщику, будет восстановлено психологическое равновесие. Основная цель данного этапа проверки – это рассеять у налогоплательщика страх, враждебность, настороженность.

2. Завершающий этап. Проведение всех иных мероприятий, необходимых для полного и всестороннего сбора доказательственной базы. Здесь акцент делается не на поведение налогоплательщика, а на достижение основной цели выездной налоговой проверки. По окончании проверки налогоплательщик должен осознавать уровень совершенных противоправных действий и наступление ответственности конкретно за совершенные противоправные поступки. У налогоплательщика не должно оставаться сомнений в правоте сотрудников налоговых органов и оснований оспаривать действия инспектора.

В ходе проверки каждый факт нарушения налогового законодательства должен быть представлен налогоплательщику, чтобы тот в свою очередь мог предоставить свои пояснения.

Взаимодействие с налогоплательщиками в ходе выездной налоговой проверки можно разделить на следующие этапы:

1. Знакомство.
2. Разъяснение сложившейся ситуации.
3. Создание атмосферы психологического доверия, равновесия.
4. Сбор общей информации об организации, о руководстве организацией.
5. Настрой налогоплательщика на сотрудничество.
6. Проведение комплекса мероприятий налогового контроля.

«Ужесточение налоговых проверок может совершенно не повлиять на законопослушность тех, кто не склонен к сотрудничеству», отмечает в своем докладе «Экономическая психология налогового поведения» профессор факультета психологии Венского университета Эрих Кирхлер (Erich Kirchler) [1].

В ходе проведения выездных налоговых проверок установлено, что чем более в жесткой форме проходит налоговая проверка, тем меньше поступлений в бюджет по результатам. Налогоплательщики принимают все меры, чтобы избежать наказания. Данный факт подтверждается упрощенной моделью поведения налогоплательщика, предложенная Штрюмпелем.

Суть модели Штрюмпеля, построенной на базе данного исследования, сводится к следующему выводу: сильная конфронтация налогоплательщиков с налоговыми органами ведет к отчуждению и уменьшает готовность налогоплательщика соблюдать налоговые требования. Только баланс "жесткости" налогового контроля, с одной стороны, и факторов, способствующих "готовности к сотрудничеству", с другой стороны, могут обеспечить эффективность налоговой системы [5].

В исследовании, проведенном Валери Брайтвейт (Valerie A. Braithwaite) в 2003 г. («Налоговые свободы: налоговая оптимизация и уклонение от уплаты налогов» - Taxing democracy: understanding tax avoidance and tax evasion, Ashgate Publishing, Ltd., 2003) оценивалась зависимость уровня налоговых платежей граждан от их уровня доверия к налоговым органам и от власти,

которой те обладают. Оценивались четыре сценария: высокий/низкий уровень доверия + высокая/низкая сила власти.

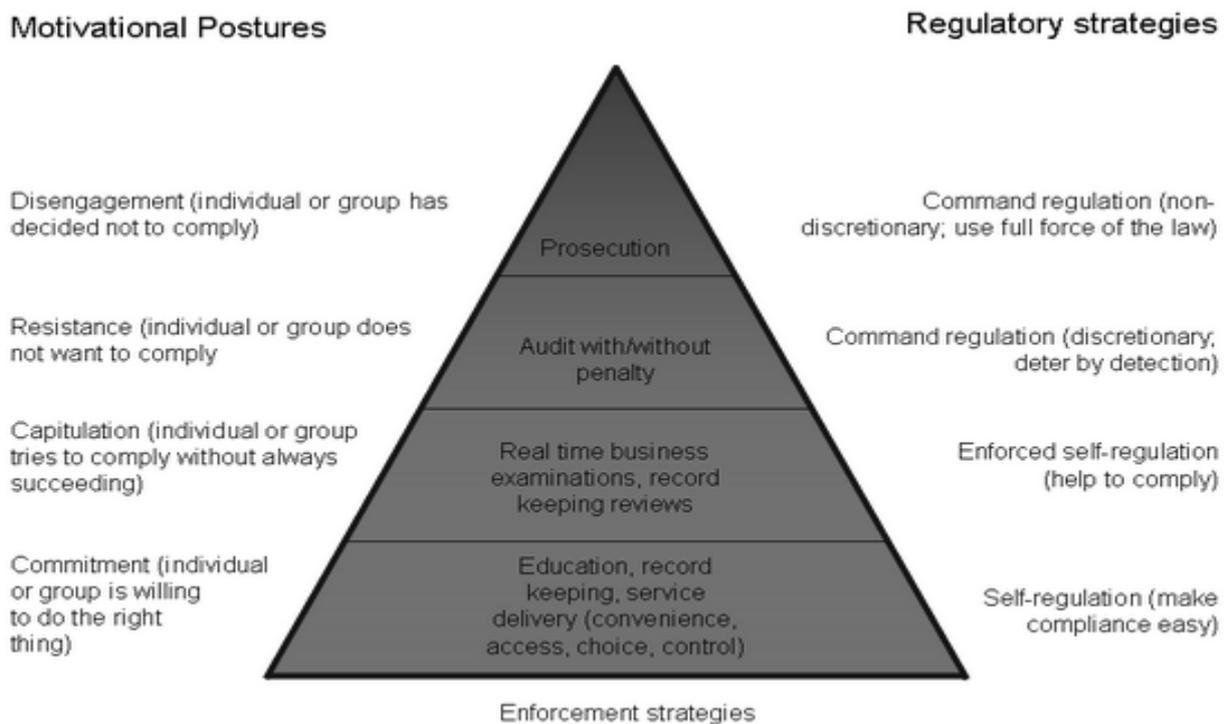


Рис. 1. Пирамида: стратегии и мотивация [1]

Как видим из рис. 1, для законопослушных (считающих уплату налогов своим моральным долгом) достаточно максимально упростить нормы.

Стратегия «капитулянтов» предполагает, что налоговые органы будут действовать эффективно и если индивид идет на сотрудничество - склонны сотрудничать. Следовательно, действия властей должны быть направлены на упрощение процессуальных норм.

Стратегия «сопротивленцев» основывается на предположении, что налоговые органы полностью удовлетворить невозможно, они скорее выполняют контролирующую функцию, нежели функцию поддержки бизнеса. В этом случае для предотвращения уклонений необходимо создание системы выявления сопротивленцев.

Негативное отношение к налоговым обязательствам может выражаться и через полное безразличие к ним. Это случай, когда государство должно пользоваться авторитетом закона [1].

Государству необходимо найти точку равновесия между уровнем доверия к налоговым органам и силой власти. Необходимо учитывать следующий очень важный фактор: во всех финансовых взаимоотношениях между налоговыми органами и налогоплательщиками, в лице налогоплательщика выступает человек, который обладает набором определенных качеств, эмоций, потребностей, целевых установок, которые в итоге влияют на его экономическое поведение.

Таким образом, любая налоговая политика должна быть направлена на повышение уровня доверия налогоплательщиков к налоговым органам. Сотрудникам налоговых органов, прежде чем выходить на выездную налоговую проверку определенной организации, необходимо детально изучить психологию собственника бизнеса, путем анализа его поведения в аналогичных ситуациях в предыдущих периодах проверки (если такие проверки были), изучить отношение налогоплательщика к процессу взимания налогов (были ли нарушения налогового законодательства, случаи сокрытия доходов или уклонения от уплаты налогов), какие воспитательные мероприятия были проведены с данным налогоплательщиком и какие результаты получены, проанализировать возможные пути поведения налогоплательщика в сложившейся ситуации. Изучив психологию налогоплательщика и возможную его реакцию на проверку, необходимо создать детальную стратегию проведения проверки, чтобы на начальном этапе не вызвать к себе недоверие и не создать конфликтную ситуацию. Путем многократного всестороннего психологического анализа разных налогоплательщиков в разных ситуациях, можно создать единую модель процесса взаимодействия сотрудников налоговых органов и налогоплательщиков.

Библиографический список

1. Гетьман Н. Налогоплательщики глазами психолога [Электронный ресурс]. URL: <https://iq.hse.ru/news/177673493.html>
2. Головин С. Ю. . Словарь практического психолога [Электронный ресурс]. URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologiya_cheloveka
3. Козлов Н.И. Психология человека [Электронный ресурс]. URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologiya_cheloveka
4. Налоговый кодекс Российской Федерации – часть первая от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ (текст с изм. и доп. на 10 января 2016 г.). – М.: Эксмо, 2016. – 448 с.
5. Цуриков В.И. Модель рационального поведения налогоплательщика // Экономика и математические методы. 2012. Т. 43. № 2. С. 3-11
6. Шульгин М. В. Экономическая психология: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-psihologiya-problemy-i-perspektivy-razvitiya>
7. Юри У. Преодолевая "нет", или Переговоры с трудным людьми. – М.: Мир книги, 1997. – 425 с.