

## МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ СПІВПРАЦІ МІЖ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ СТРУКТУРАМИ ТА ДЕРЖАВНОЮ ПОДАТКОВОЮ СЛУЖБОЮ УКРАЇНИ

© А.А. Тимейчук, 2012

Стратегія та тактика взаємовідносин підприємства із ДПС насамперед визначатиметься існуючими нормативно-правовими актами та стратегією, тактикою ДПС по відношенню до суб'єктів господарювання. Побудова таких стратегій та тактики є новим завданням для керівників вітчизняних підприємств. Керівники підприємств реалізують певні стратегічні та тактичні дії у сфері взаємодії із ДПС, використовуючи, насамперед, власну інтуїцію та минулий досвід такої співпраці. Практично відсутні теоретичні напрацювання у цій сфері і відповідно не застосовуються у практичній діяльності раціональні моделі формування стратегій та тактики взаємовідносин у системі “підприємство-ДПС”. Тому слід окреслити можливі види стратегій та тактики, сформулювати їхні особливості та способи реалізування, виокремити суб'єкти, що залучаються до розроблення та реалізування стратегії та тактики у системі “підприємство-ДПС” тощо.

Проаналізувавши праці вітчизняних науковців, практику діяльності органів ДПС та вітчизняне законодавство, доходжу висновку, що ДПС формує декілька видів стратегій та тактик: загальнодержавна, яка будується на основних нормативно-правових актах; регіональна, окрім законодавчих актів, враховує особливості регіону (можливі податкові пільги для певних груп підприємств регіону); індивідуальна, яка враховує податкову історію платника податків, його відносини з податковими органами тощо (рис. 1).

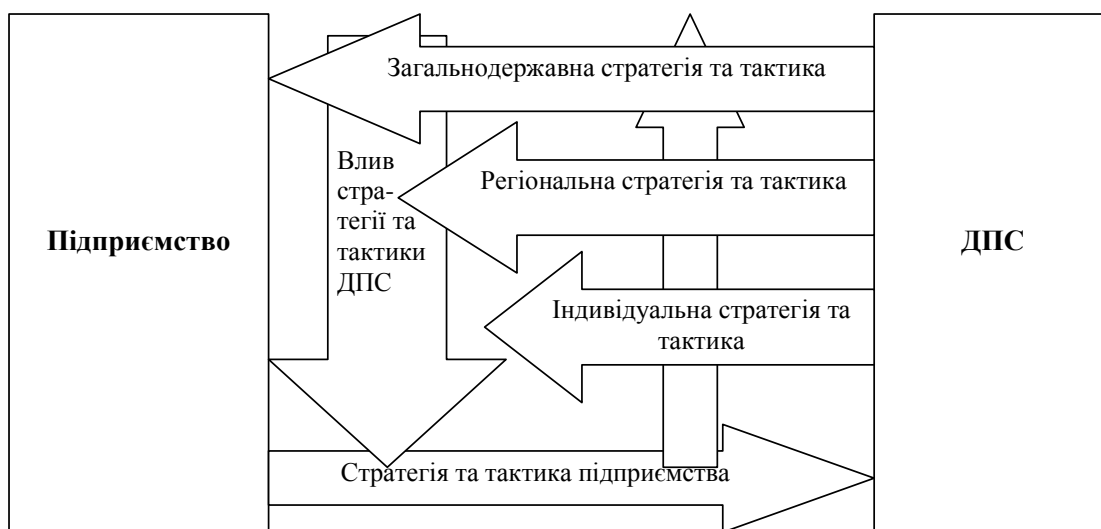


Рис. 1. Взаємовплив через стратегії та тактики в системі “підприємство-ДПС”

Як зазначають експерти, інколи стратегія та тактика ДПС по відношенню до суб'єктів господарювання визначаються індивідуальними особливостями керівника, його стилем керівництва, характером, ставленням до суб'єктів господарювання тощо. В такому випадку це негативно впливає на розвиток взаємовідносин у системі “підприємство-ДПС”. Оскільки визначальними повинні залишатися нормативно-правові акти, кредитна історія суб'єкта ринку, результати перевірок інших державних контролюючих органів цього суб'єкта ринку та інші об'єктивні фактори. Слід уникати суб'єктивності у формуванні взаємовідносин між підприємством та ДПС, що дасть змогу мінімізувати негативні наслідки, від яких, насамперед, потерпає суспільство, а саме такі, як: корупція, бюрократія, шахрайство, уникнення оподаткування, тінізація діяльності тощо.