

Научная статья

УДК 336.2

doi: 10.22394/2079-1690-2022-1-4-92-99

## ПОВЫШЕНИЕ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ГРАМОТНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ: ОБУЧЕНИЕ И ПОДДЕРЖКА НА БАЗЕ ОПЫТА ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ

Хасан Умарович Магомадов<sup>1</sup>, Олеся Алексеевна Акимова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Ростов-на-Дону, Россия

Автор, ответственный за переписку: Олеся Алексеевна Акимова, lesyaakimova18@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассмотрены актуальные вопросы развития налоговой грамотности и налоговой культуры, проведен анализ уровня налоговой грамотности среди учащихся образовательных организаций (школы и вузы). Разработан авторский образовательный контент в рамках уроков налоговой грамотности для учащихся, как общеобразовательных учреждений (школ, лицеев), так и вузов с соответствующей возрастной планкой. Указаны механизмы адаптации предложенного материала для учащихся разных возрастов, позволяющие улучшить восприятие учебного материала и получить качественную обратную связь. Определены потенциальные проблемы реализации предложенных уроков налоговой грамотности для учащихся разных возрастов, предложены возможные пути их преодоления в рамках действующей системы образования.

**Ключевые слова:** налоговая грамотность, налоговая культура, целевая аудитория, школьники, студенты, налоги, методика, эксперимент

**Для цитирования:** Магомадов Х. У., Акимова О. А. Повышение налоговой культуры и грамотности школьников и студентов: обучение и поддержка на базе опыта Федеральной налоговой службы России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 4. С. 92-99. <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-4-92-99>

Methodology for creating research consortia for the development and use of the potential  
of young scientists in the public power system

Original article

## IMPROVING THE TAX CULTURE AND LITERACY OF SCHOOLCHILDREN AND STUDENTS: TRAINING AND SUPPORT BASED ON THE EXPERIENCE OF THE FEDERAL TAX SERVICE OF RUSSIA

Hassan U. Magomadov<sup>1</sup>, Olesya A. Akimova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Rostov-on-Don, Russia

Corresponding author: Olesya A. Akimova, lesyaakimova18@yandex.ru

**Abstract.** The article discusses topical issues of the development of tax literacy and tax culture, analyzes the level of tax literacy among students of educational organizations (schools and universities). Author's educational content has been developed within the framework of tax literacy lessons for students as general education institutions (schools, lyceums) and universities with the appropriate age limit. The mechanisms of adaptation of the proposed material for students of different ages are indicated, which allow improving the perception of the educational material and obtaining high-quality feedback. The potential problems of implementing the proposed tax literacy lessons for students of different ages are identified, and possible ways to overcome them within the framework of the current education system are proposed.

**Keywords:** tax literacy, tax culture, target audience, schoolchildren, students, taxes, methodology, experiment

**For citation:** Magomadov H. U., Akimova O. A. Improving the tax culture and literacy of schoolchildren and students: training and support based on the experience of the Federal Tax Service of Russia. *State and Municipal Management. Scholar Notes*. 2022;(4):92-99. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/2079-1690-2022-1-4-92-99>

Налоговая культура – часть общенациональной культуры страны, которая связана с деятельностью участников налоговых отношений, отражающая уровень знания и соблюдения законодательства о налогах и сборах, правильность исчисления, полноту и своевременность уплаты налогов и сборов, а также знание своих прав и обязанностей, которая складывается из понимания всеми гражданами важности для государства и общества уплаты налоговых платежей.

Налоговая грамотность – способность принимать обоснованные решения и совершать эффективные действия в налоговой сфере.

Важнейшей предпосылкой и одновременно фактором формирования высокой налоговой культуры является наличие в государстве гражданского общества [1].

К сожалению, в историческом аспекте сложилось негативное восприятие российской налоговой системы у населения. Этому послужило совокупность факторов, но особое влияние на низкий уровень налоговой культуры нынешнего трудоспособного поколения, которое сейчас активно занимается бизнесом и предпринимательством, оказала налоговая политика 90-х гг.

Налоговый нигилизм вызван не только и не столько непониманием социальной роли налогов или не осознанием их важности со стороны налогоплательщиков, сколько в первую очередь, испытываемым ими острыми чувством социальной несправедливости [2].

1990-е запомнились россиянам временем кризиса, стресса и разрухи. Изменения произошли и в налоговой политике, а именно была применена политика максимального налога. Это было достаточно рискованное решение во время общего экономического кризиса, но стране срочно нужны были финансовые ресурсы, поэтому в это время налоги в основном выполняли фискальную функцию. Но политика максимальных налогов привела к совершенно другим последствиям: массовый уход от уплаты налогов и искусственное снижение налоговой базы. Только каждый шестой гражданин платил налоги в полном размере. Это неудивительно, так как после полной уплаты налогов у налогоплательщиков практически не оставалась свободных денежных средств. Это касалась и физических, и юридических лиц. Именно в это время у населения сложилось твердое ощущение, что если честно платить все налоги, то выжить будет невозможно. Данный устой сидит в российской бизнес-сфере до сих пор. Это подтверждает популярность частных налоговых консультантов, основная задача которых не оптимизировать налоговые расходы, а максимально их минимизировать, пусть даже не совсем законными способами<sup>1</sup>.

Внедрение новых форм и инструментов взаимодействия государства и гражданина в части уплаты налогов не всегда ведет к продуктивным результатам для обеих сторон, внедрение образовательного контента направленного на повышение налоговой культуры и грамотности потенциально может увеличить коэффициент эффекта налогообложения. Повышение налоговой грамотности приведет к увеличению налоговой ответственности граждан, пониманию сущности и необходимости налогов как экономического явления, что в конечном счете приведет к повышению предпринимательской инициативы граждан, расширению налоговой базы, созданию новых рабочих мест и в конечном счете к увеличению собираемости налогов, и как следствие к повышению уровня жизни населения.

При этом, по мнению одного из исследователей в данной сфере, в нашей стране, отсутствии чувства долга, а не низкая эффективность налоговой системы и управления налогами служат, скорее всего, первопричиной низкой собираемости налоговой системы [3].

Финансово грамотное население всегда было залогом экономической стабильности любого государства. Несмотря на деятельность высших органов власти, таких как Министерства финансов Российской Федерации (далее – Минфин РФ), Федеральной налоговой службы Российской Федерации (далее – ФНС РФ) и других, именно граждане «строят» экономику и

<sup>1</sup> Фокин Андрей Николаевич Налоговая система 90-х гг.: политика максимальных налогов // Общество и право. 2013. №2 (44). [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nalogovaya-sistema-90-h-gg-politika-maksimalnyh-nalogo> (дата обращения: 25.08.2022).

являются незаменимыми элементами в экономической системе. От уровня финансовой грамотности населения зависит множество факторов: инвестиционный климат в стране, количество финансовых преступлений, качество рабочих кадров, уровень жизни населения и так далее. Именно поэтому повышение общего уровня финансовой грамотности населения является основополагающей задачей, которая становится перед государством каждый год.

Налоговая грамотность является важной составляющей финансовой грамотности, однако во всероссийском проекте «Национальная стратегия повышения финансовой грамотности 2017–2023 гг.» ей не было уделено должного внимания. Безусловно, в тестированиях различных мероприятий на региональном уровне встречались вопросы и по основам налогообложения, но они ограничивались пониманием самого термина «налог». Также проводились различные встречи и вне реализации проекта, чаще всего посвященные празднованию 21 ноября – дню налогового работника, но даже они носили нерегулярный, точечный и разрозненный характер. Конечно, для формирования базы налоговой грамотности и культуры в стране этого недостаточно.

Обратившись к исследованию налоговой культуры российских граждан и их отношения к налоговой системе Центра стратегических разработок РФ «Налоги глазами россиян» за 2020 год, можно сделать неутешительные выводы о том, что налоговая грамотность и культура находятся в удручающем состоянии. Так 54% респондентов относятся к налогам позитивно или нейтрально, тогда как 46% настроены крайне негативно. Во время социального опроса на улицах от граждан были услышаны следующие мнения: «налоги – это законное воровство», «налоги – современная дань государству». Конечно же, данные высказывания совсем не соответствуют сущности самих налогов и противоречат основным принципам налогообложения. Другие неутешительные показатели касаются информированности граждан об обязательстве уплаты налогов физическими лицами. На вопрос «Знаете ли Вы, какие налоги обязаны уплачивать физические лица в России?» только половина респондентов ответили о достаточном информировании в это вопросе.

Из-за отсутствия актуального социологического опроса о налоговой культуре среди молодежи Ростовской области, которая является территориальной основой для полевых исследований, было принято решение провести его самостоятельно. Цель исследования – определить наличие знаний у молодого населения Ростовской области о сущности налогообложения, а также сформировать актуальное отношение данной группы к налогам в целом. Опрос проходил онлайн в формате анкетирования через инструмент Google Forms в течение пяти рабочих дней в период с 04.07.2022 по 08.07.2022 гг. За это время в исследовании приняли участие более 2000 респондентов. Критериями выборки были студенты различных вузов Ростова-на-Дону, которые обучаются как на технических, так и на гуманитарных специальностях.

По итогам обработки данных опроса, можно сказать что только 24% смогли выбрать правильное определение термина «налог», тогда как 32,3% выбрали вариант, в котором присутствовало слова «императивный», а 43,8% считают, что налог это одна из форм оплаты государственных услуг. При этом 88,5% респондентов уже платили в своей жизни налоги, а 32,8% делают это на регулярной основе. На вопрос «Зачем нужно платите налоги на Ваш взгляд?» 88% ответило для пополнения бюджета страны, а 69,8% для того, чтобы избежать государственного наказания – это два самых популярных варианта ответа на данным вопрос. Самым же непопулярным (19,8%) стал вариант «для создания общественных благ», хотя именно он является наиболее правильным, так как конечная цель налоговых поступлений – финансирования создание общественных благ (больниц, школ, парков, дорог и т.д.). Но потенциал изменений есть, так как в последнем вопросе о знаниях сервисов ФНС РФ 62,5% опрошенных проявили желания узнать о функционировании системы налогообложения больше – в данной части опроса это был самый популярный ответ. Таким образом, данное исследование в очередной раз подтвердило низкий уровень налоговой культуры среди молодого населения. Однако была выявлена потребность в новых знаниях и желание обучаться у респондентов, что подтверждает актуальность и необходимость создания единой образовательной программы для повышения налоговой культуры и грамотности.

Единой разработанной образовательной стратегии для повышения налоговой культуры и грамотности на сегодняшний день нет ни у ФНС РФ, ни у Минфина РФ. Безусловно, существуют отдельные методики, которые были разработаны различными региональными подразделениями

ФНС, но, ни одна из этих программ не подходит в первоначальном виде для статуса всероссийской, однако, они могут стать теоретико-методологической базой для будущих исследований и разработок, такой же основой может стать и уже разработанные программы по повышению финансовой грамотности различных групп населения.

Таким образом, необходимость создания единой образовательной программы по повышению налоговой культуры и грамотности становится очевидной.

Проблема повышения налоговой культуры и грамотности стоит не только перед Российской Федерацией. Любое правительство, которое стремится к эффективной работе налоговой системы, понимает, что высокая налоговая культура обеспечивает высокие темпы собираемости налогов, а так же способствует снижению налоговых правонарушений. Известно, что высокий уровень налоговых отношений способствует росту налоговых поступлений, а они, в свою очередь, являются основной статьей дохода бюджета государства [4].

Гармоничное сочетание государственных интересов и интересов налогоплательщиков, направленных на формирование партнерских отношений, составляют прочный фундамент налоговой культуры [5].

В качестве изучения прошлого опыта по повышению налоговой грамотности и культуры были изучены три проекта УФНС по Ростовской области реализованные в 2020–2022 гг. Реализация данных проектов преследовало следующие цели:<sup>1</sup>

- 1) содействие формированию позитивного отношения граждан к налоговой политике Российской Федерации и региона;
- 2) воспитание гражданской ответственности за исполнение обязанностей, установленных налоговым законодательством;
- 3) повышение налоговой дисциплины, увеличение поступлений налогов и сборов в бюджет, повышение общего уровня налоговой культуры и налоговой грамотности населения;
- 4) побуждение школьников к самостоятельному расширению своих знаний в сфере налогообложения.

Что касается налоговой культуры, то ее формирование проходило по 4 основным направлениям: Система. Создание в области целостной системы налогового просвещения населения. Имидж. Формирования положительного отношения к налоговой службе. Среда. Благоприятная среда взаимодействия. Поддержка. Доступная информационная поддержка<sup>2</sup>.

Референтной базой для дальнейшего исследования стала разработанная УФНС по Ростовской области обучающая интернет-платформа для целевой аудитории 6–10 лет. «Налоговый грамотей – знание для детей» – это образовательная платформа в формате сайта, на которой дети младшей школы в игровой форме могут узнать об основах налоговой грамотности, а так же самостоятельно рассчитать транспортный налог при помощи специального калькулятора. Имеется возможность запустить интерактивные уроки в любой аудитории, где имеется стабильное подключение к интернету и интерактивная доска или проектор. Таким образом, уроки могут проводить как сотрудники налоговой и волонтеры, так и учителя в школах без взаимодействия с органами ФНС<sup>3</sup>.

Безусловно, проекты ФНС являются отличной референтной моделью и базой для исследования, однако следует обратить внимание так же на их несовершенство. В основном данные проекты были нацелены на две основные целевые аудитории:

- школьники младших классов, которые еще не могут в полной мере понять определенные моменты в налогообложении, хотя следует отметить, что они являются отличной базой для формирования поколения с совершенно новой налоговой культурой;
- люди более старшего возраста, мировоззрение которых уже сложилось и просвещение носит консультационный характер.

<sup>1</sup> Отчет о результатах контрольной работы налоговых органов 2-НК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.nalog.ru/rn61/related\\_activities/statistics\\_and\\_analytics/forms/](https://www.nalog.ru/rn61/related_activities/statistics_and_analytics/forms/)

<sup>2</sup> Отчет по проекту «Налоговая культура – основа имиджа ФНС РФ», подготовил руководитель отдела по работе с налогоплательщиками УФНС по Ростовской области Колесникова О. Ю. – локальный акт УФНС по Ростовской области.

<sup>3</sup> Протокол собрания от 23.05.2022 с руководителем УФНС по Ростовской области Мосиенко А. В. По вопросу повышения налоговой культуры и грамотности с сотрудниками отдела по работе с налогоплательщиками – локальный акт УФНС по Ростовской области.

С использованием наработанного опыта ФНС РФ стало очевидно, что необходимо разработать два образовательных продукта, которые будут охватывать аудиторию 12+. Образовательный продукт для школьного возраста будет носить так же игровой характер, когда как молодежный в основном будет нацелен на взаимодействие и установления обратной связи с налогоплательщиками. Методические материалы будут универсальными и способными транслироваться в любом формате (ПК, интерактивная доска, смартфон и т.д.).

Участники средней школы – самая понятная и базовая аудитория. Она еще не начала свой путь в качестве налогоплательщиков, но при этом уже достаточно взрослая, чтобы попытаться разобраться в сложной теме налогообложения. Так как на базе УФНС России по Ростовской области уже была разработана образовательная программа для школьников 1–4 класса, было принято решения взять следующую ступень образования, а именно 5–9 класс. Возрастная вилка целевой аудитории 11–15 лет.

В образовательный урок для средней школы следует добавить не только теоретическую, но и интерактивную часть в формате игр. В теоретической же части следует сделать акцент не на конкретных налогах, так как пока эта информация школьникам практически не понадобится, а на функционировании налоговой системы в целом. Эта часть будет носить скорее декларационный характер, сохраняя деловую субординацию между участниками и выступающим. Объяснив «ядро» налогообложение, в будущем можно нарастить уже на сформировавшиеся знания информацию о конкретных налогах или, например, налоговых льготах.

Так как данную аудиторию можно рассматривать как «чистый лист» в сфере налогообложения, то при создании образовательной программы можно использовать классические цвета и образы ФНС РФ, тем самым продвигая бренд ФНС в новое поколение налогоплательщиков. Также, для упрощения подачи информации теоретическую часть может преподносить в визуальной составляющей какой-либо «мультяшный» персонаж, а в игровом формате помощниками ребят будут сотрудники налоговых органов.

Таким образом, согласно анализу целевой аудитории образовательного урока по повышению налоговой культуры и грамотности можно выдвинуть требования к будущим методическим материалам, а именно:

1. Наличие теоретической и интерактивной части.
2. Теоретическая часть, которая сосредоточена на понимании налоговой системы и его функционала.
3. Визуальная концепция проекта должна соответствовать фирменному стилю ФНС, приветствуется использовать «мультяшных» персонажей;
4. Методические материалы должны носить декларационный характер, сохраняя субординацию «преподаватель-ученик» между выступающим и слушателями.

В отличие от школьного возраста студенты уже имеют какие-то представления о налогах и налоговой сфере, так же большинство из них уже платили налоги или даже платят их на регулярной основе. Возрастная вилка аудитории – от 16 до 23 лет. Безусловно, студенты, которые обучаются на экономических специальностях, уже имеют общие или профильные знания в сфере налогообложения, поэтому образовательная программа будет нацелена на неэкономические гуманитарные (политология, юриспруденция и управление) и технические специальности. В методический план занятия будет включена теоретическая база, которая в отличие от школьного урока, будет содержать информацию об основных налогах, которые в теории уже могут оплачиваться участниками образовательных занятий.

Для данной целевой аудитории был выбран формат командных игр, так как она психически устойчива к соревновательным процессам, выигрышам и проигрышам.

Визуальная концепция противоположна школьным методическим материалам, так как у молодых людей уже может сложиться впечатление о консервативности налоговой службы. Поэтому основная задача визуала и образовательного бренда разрушить эти устои и показать современность налогов и их социальную значимость. Таким образом, было принято решение уйти от фирменных цветов и стандартной символики ФНС в оформлении материалов.

В отличие от декларационного тона урока для школьного возраста атмосфера образовательного занятия для студентов должна носить приятельский или даже дружеский контекст. В этом случае не следует подчеркивать жесткую субординацию. Одна из основных задач – показать открытость налоговых органов к будущим представителям бизнес-индустрии России.

Поэтому сам тон повествования методических материалов должен быть менее регламентирующим, чем для школьников. Так же приветствуется возникновение дискуссий и различных точек зрения.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно составить критерии для методических материалов образовательного занятия на основе анализа целевой аудитории:

1. Наличие теоретической и интерактивной части с командными играми.
2. Включение в теоретическую часть блока о конкретных налогах и сборах.
3. Уход в визуальном оформлении от классического стиля ФНС РФ.
4. Замена декларационного тона на дружеский, для формирования эффективной межличностной коммуникации.

Проанализировав особенности каждой целевой аудитории и сложив из этого анализа предположительный образ и план образовательных продуктов стало возможным приступить к их методологической разработке.

Базами полевых испытаний были выбраны лицей и вуз в г. Ростове-на-Дону. Одна база респондентов состояла из обучающихся 5 класса, а вторая из студентов факультетов политологии и управления 2 и 3 курсов.

Для целевой аудитории 11–15 лет был разработан образовательный продукт в формате урока для обучающихся 5–9 классов. Он представляет собой автономный пакет, который включает в себя:

1. Сопроводительную презентацию к уроку (предоставлена в формате power point);
2. План проведения урока, который включает в себя теоретическую базу и правила интерактивных игр (предоставлен в формате word);
3. Раздаточные материалы для печати (предоставлены в формате PDF).

Основной целью образовательного урока является сформировать у учеников положительные отношения к налоговой службе и популяризировать бренд ФНС РФ. При помощи беседы ребята усвоят понятие налога и его основной функционал, причинно-следственную связь между налоговыми поступлениями и общественными благами, механизм распределения, который реализуется через бюджетную политику РФ.

Для целевой аудитории от 16 до 23 лет был разработан молодежный образовательный продукт по повышению налоговой культуры и грамотности. В своем большинстве данная социальная группа состоит из студентов высшего образования, поэтому площадками для реализации были выбраны высшие учебные заведения. Во время разработки акцент делался на рассмотрение налогообложения с точки зрения физических лиц, поэтому в методических материалах отсутствует информация об особенностях налогообложения для бизнес-индустрии. Но, так как данная целевая аудитория может рассматриваться как база будущих российских предпринимателей, в перспективе планируется разработка отдельной образовательной программы для молодых людей, которые желают открыть свое дело и не совсем понимают, как при этом процессе взаимодействовать с налоговыми органами.

Основной целью образовательного занятия для студентов является не декларирование информации об основных налогах, ставках и сроках, а формирование у молодых людей положительного образа налоговой системы в целом. Для реализации данной цели было принято решение минимизировать информацию о конкретных налогах, а основным материалом преподнести участникам программы в виде интуитивно-понятных схем и QR-кодов, которые перенаправляют слушателей на нужные ссылки официального сайта ФНС РФ. Сайт налоговой службы долгое время считается одним из лучших среди некоммерческих и государственных организаций, поэтому по мнению авторов его изучение не нуждается в дополнительной сопроводительной информации.

Тестовый образовательный урок на базе лицея проходил с учениками 5 классов, возрастная вилка целевой аудитории 10–12 лет. Количество респондентов – 18 человек. Образовательный продукт тестировало 3 команды. Отведенное время для проведения встречи составило 35 минут. Во время проведения эксперимента ребята не теряли концентрации внимания, а локальные нарушения дисциплины были предотвращены организаторами и классным руководителем, который находился все время в кабинете. Урок прошел в штатном режиме, был выполнен методологический план в рамках теоретической и интерактивной части и получена обратная связь от учеников.

Тестовое образовательное занятие на базе вуза проходило со студентами 2–3 курсов факультетов управления и политологии, возрастная вилка целевой аудитории 18–20 лет. Количество респондентов – 24 человека. Образовательный продукт для студентов по повышению налоговой культуры и грамотности тестировало 3 команды – команда политологов, управленцев и менеджеров. Отведенное время для проведения занятия составило 80 минут (академический час). Обратная связь от учеников и студентов была получена в том числе в интерактивной форме в т.ч. через Гугл форму.

Помимо социального опроса были собраны устные отзывы от респондентов. Согласно им следует сократить теоретическую часть встречи, так как она перегружена разными аспектами теории о налогообложении и сделать акцент именно на интерактивной части, так как она вызывает у студентов больше всего интереса и вовлеченности в тему.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что цель проводимого практического эксперимента достигнута. Образовательный продукт для студента по повышению налоговой культуры и грамотности доказал возможность своего практического функционирования при внесении незначительных корректировок в методические материалы.

Безусловно, данными двумя полевыми испытаниями авторы подтвердили только возможность практической реализацией проекта, а не его эффективность. Образовательные продукты нуждаются в популяризации и продвижении. Для доказательной базы именно их эффективности количество респондентом должно составлять от 200 человек и выше, а это подразумевает проведение дополнительных 5–10 мероприятий по каждому образовательному продукту.

Внедрение дополнительных образовательных программ всегда вызывает много проблем и вопросов. Несмотря на их функционал и эффективность, концентрация в образовательной системе Российской Федерации все-таки нацелена на основные образовательные программы. Учащиеся общей и высшей школы, безусловно, в современных условиях получают ежедневно колоссальную информационную нагрузку. Таким образом, на дополнительные программы и уроки для расширения кругозора и внедрение новые практических навыков не всегда хватает времени, внимания и сил.

В рамках проведенного исследования авторы выявили две основные проблемы, которые могут помешать внедрению дополнительного образовательного контента на базе ФНС РФ для школьников и молодежи, а именно:

1. Популяризация разработанного образовательного контента и нахождение эффективных каналов его распространения.
2. Разработка мотивационной базы для респондентов.

При этом в качестве мотивации для студентов можно использовать балльную систему принятую в вузе, а для школьников возможно вводить дополнительные баллы к ЕГЭ при прохождении полного курса налоговой грамотности. Набор баллов по успеваемости очень стимулирует студентов [6].

Даже идеально разработанный образовательный продукт может не сработать в своей практической реализации из-за отсутствия механизмов распространения и каналов коммуникации. Управлению ФНС нельзя вести свои странички в социальных сетях, таких как ВКонтакте, Telegram, TikTok и пр. [7]. Работая в заданных условиях, доступных каналов коммуникации остается два – официальная рассылка с предложением проведения встреч и семинаров, региональное телевидение. Однако, этих двух механизмов мало, надо искать новые современные каналы коммуникации, но, к сожалению из-за жесткой регламентации деятельность налоговых органов в РФ данная проблема не найдет в ближайшее время оптимального решения [8].

В целом, в рамках перспектив разработки образовательного контента на базе ФНС РФ открывается множество возможностей для создания полноценной образовательной программы, а сам образовательный контент может стать отличным инструментом информирования граждан.

#### **Список источников**

1. Богославец Т.Н. Региональные особенности повышения уровня налоговой культуры // Вестник Омского университета. Серия Экономика 2015. № 4. С. 185–190.
2. Назаров С.А. Налоговая культура и повышение налоговой грамотности // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021. № 1. Т. 12.

3. Абакарова Р.Ш. Налоговая культура России. // Теория и практика общественного развития. 2014. № 6. С. 148–150.
4. Головащенко А.А. Налоговая культура как элемент совершенствования налоговых отношений // Российский внешнеэкономический вестник. 2016. № 6. С. 96–105.
5. Авдеева В. А. Повышение налоговой грамотности и культуры участников налоговых правоотношений. // Экономика. 2017. № 4(14). С. 136–140.
6. Майбуров И.А., Леонтьева Ю.В. Повышение финансовой грамотности студентов посредством использования в учебном процессе налоговых экспериментов // Налоги и финансы. № 4 2017. С. 150-159.
7. Манжула А. А. О роли государственного маркетинга в работе налоговой службы / Проблемы и перспективы формирования маркетинговых стратегий в условиях нестабильных рынков: Материалы III Международной научно-практической конференции, Краснодар, 19–23 ноября 2018 года / Кубанский государственный университет; Отв. ред. А.Н. Костецкий. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2018. С. 108-113.
8. Савинкова Т. А., Сирина Т. А., Ниятбаева А. С., Сирин В. Д. Оценка эффективности организации налогового контроля // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2019. № 1.

### References

1. Bogoslavets T. N. Regional peculiarities of increasing the level of tax culture. *Bulletin of Omsk University. Economics Series*. 2015;(4):185–190. (In Russ.)
2. Nazarov S. A. Tax culture and tax literacy improvement. *The world of science. Sociology, philology, cultural studies*. 2021;1(12). (In Russ.)
3. Abakarova R.S. Tax culture of Russia. *Theory and practice of social development*. 2014;(6):148-150. (In Russ.)
4. Golovashchenko A. A. Tax culture as an element of improving tax relations. *Russian Foreign Economic Bulletin*. 2016;(6):96-105. (In Russ.)
5. Avdeeva V. A. Improving tax literacy and culture of participants in tax legal relations. *Economy*. 2017;4(14):136–140. (In Russ.)
6. Maiburov I. A., Leontieva Yu. V. Improving financial literacy of students through the use of tax experiments in the educational process. *Taxes and Finance*. 2017;(4):150–159. (In Russ.)
7. Manzhula A. A. On the role of state marketing in the work of the tax service / A. A. Manzhula. In: *Problems and prospects of the formation of marketing strategies in unstable markets: Materials of the III International Scientific and Practical Conference*, Krasnodar, November 19-23, 2018 / Kuban State University; Ed. by A. N. Kostetsky. Krasnodar: Kuban State University; 2018:108–113. (In Russ.)
8. Savinkova T. A., Sirina T. A., Niyatbaeva A. S., Sirin V. D. Assessment of the effectiveness of the organization of tax control. *Economics and management of innovative technologies*. 2019;(1). (In Russ.)

### Информация об авторах

Х. У. Магомадов – кандидат экономических наук, доцент кафедры налогообложения и бухгалтерского учета ЮРИУ РАНХиГС.

О. А. Акимова – студент факультета экономики ЮРИУ РАНХиГС.

### Information about the authors

H. U. Magomadov – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Taxation and Accounting of South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА.

O. A. Akimova – Student of the Faculty of Economics of South-Russia Institute of Management – branch of RANEPА.

**Вклад авторов:** все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

**Contribution of the authors:** the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 10.11.2022; одобрена после рецензирования 23.11.2022; принята к публикации 24.11.2022.

The article was submitted 10.11.2022; approved after reviewing 23.11.2022; accepted for publication 24.11.2022.