

《税务出版社调研文集》

图书基本信息

书名：《税务出版社调研文集》

13位ISBN编号：9787802355156

10位ISBN编号：780235515X

出版时间：2010-5

出版社：中国税务出版社

作者：程永昌 编

页数：227

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《税务出版社调研文集》

内容概要

《税务出版社调研文集》紧密联系税务出版工作实际，着眼于现实问题的解决，有较强的针对性和实效性。调研的主题，既有紧密围绕税收中心工作，也有结合出版社改制工作，题目无论大小，都是从不同的工作岗位实践、从不同视角出发，对出版社改革和发展所进行的认真思考，充分体现了作者的所思、所悟、所为，具有鲜明的务实性、创新性和前瞻性。

书籍目录

一、领导讲话改进税收宣传优化纳税服务努力做好新形势下的《年鉴》、《税法》编辑出版发行工作
二、税收宣传与出版改制科学认识我国税收宣传的属性出版社转企改制中的特色定位与创新
三、认识税收宣传创新税务出版理念出版社改制后发展模式的选择税务出版社图书出版状况分析及展望
四、从国有企业改革看出版业转制——“国有控股加全员持股”模式刍议
五、出版业务提高选题针对性走有特色发展之路——税务类图书调研报告
六、税务系统鉴志类图书出版现状初探在新的起点上继续为《中国税务年鉴》更好更快的发展做贡献
七、打造图书、期刊、光盘、网络多载体联动体系——关于税收法规类图书编辑出版的思路与实践
八、增强活页类连续出版物生命力及其衍生出版物开发之初探——基于《税法》用户访问活动的思考与工作实践
九、基于图书销售排行榜的财税类图书分析中国税务出版社网上售书业务的现状分析和前景调研
十、电纸书市场调研报告贴近稽查进一步提升《厉风》的服务性、实用性和可读性
十一、校对工作与图书质量保障体系发挥优势开拓市场进一步做好税务图书发行工作
十二、细节决定成败环节控制成本
十三、关于加强出版单位财务管理的几点思考
十四、浅谈出纳人员在财务工作中的价值体现
十五、新形势下《中国税务年鉴》广告的经营与管理

章节摘录

明确税收宣传的公益属性，使我们认识到，税收宣传的主体应是政府部门，主要是各级税务机关及所属单位，而不宜将税收宣传业务的全部或大部委托其他部门或单位承担。税收宣传是各级税务机关及所属单位的重要职责。明确税收宣传的公益属性，使我们认识到，税收宣传的机制应是政府主导、财政投入、购买服务、免费提供，不宜由税务机关通过市场机制进行有偿安排运作。环顾世界各国，对公民的税收宣传教育都是公益的，都具有明确的公益属性。全世界很难找出税收宣传市场化的实例。各国政府都非常重视税收的宣传工作，政府有专门的预算安排用于税收宣传，税务机关内部有专门人员负责这类工作的组织与实施，每年都会印刷出版大量的税收宣传品免费发放给纳税人。

二、导向性 税收宣传是政府的喉舌，必须具有极强的宣传导向性。征管法中关于“宣传税收法律、行政法规，普及纳税知识，提供纳税咨询服务”的用语，从法律上确定了税收宣传的导向性质。坚持税收宣传的导向性，就是要坚持正确的税收舆论导向，以正面宣传为主，唱响税收宣传主旋律，大力营造服务科学发展、共建和谐税收与讲法治、讲诚信、讲奉献、讲和谐的良好氛围。不能简单地以社会公众的好恶来确定税收宣传的方向与内容。坚持税收宣传的导向性，就是要宣传好国家税收法律法规和各项税收政策，紧紧围绕税收中心工作，打好宣传主动仗，认真释疑解惑。不能肢解、曲解或误读税法及相关政策，不能以部门或个人利益左右税收宣传工作。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com