



4.6 De belastingbetaler

"De" belastingplichtige bestaat niet! Hiermee houdt de belastingdienst al rekening. Hij heeft zowel zijn organisatie als zijn communicatie op dit feit afgestemd.¹⁰⁹³

4.6.1 Het verschil in belastingbetalers

In zijn relatie met de belastingbetaler onderscheidt de belastingdienst drie hoofddoelgroepen. Deze betreffen de doelgroepen: particulieren, kleine ondernemingen en grote ondernemingen. De doelgroepen kleine en grote ondernemingen beschikken, meer dan de doelgroep particulieren, over ingekochte kennis en mogelijkheden tot tegenspel. Zij vergen, meer dan de doelgroep particulieren, een individuele benadering en behandeling. Er is dan ook meer contact tussen deze doelgroepen en de fiscus. De relatie met deze doelgroepen is beroepsmatiger en zakelijker. Dit vindt wellicht zijn oorzaak in het feit dat belastingen worden gezien als een economische factor/kostenpost. Binnen de doelgroep kleine ondernemingen is, meer dan binnen de doelgroep grote ondernemingen, sprake van een grote differentiatie in fiscale kennis. Voor velen die deel uitmaken van de doelgroep kleine ondernemingen vormt het administratieve en fiscale proces zowel feitelijk als financieel een grote last. De doelgroep particulieren is zeer sterk gedifferentieerd. Zo is sprake van verschillen in opleiding, arbeidsomstandigheden, leeftijd, gezinssituatie en complexiteit van de fiscale situatie. Binnen alle doelgroepen komen bijzondere doelgroepen voor, zoals: nieuwe belastingplichtigen, startende ondernemingen, allochtonen, blinden en slechtzienden.

4.6.2 Het beeld dat de belastingbetaler van de belastingdienst heeft

De belastingdienst weet dat belastingbetalers verschillend aankijken tegen de belastingdienst.¹⁰⁹⁴ In het algemeen kan worden geconcludeerd dat het beeld dat belastingbetalers van de belastingdienst hebben goed is, maar dat op de meer functionele dimensies en op aspecten als menselijkheid en realiteitszin nog verbetering mogelijk is. De belastingdienst streeft ernaar de emotionele drempel die belastingbetalers veelal voelen te verlagen. Dit kan er, mijns inziens, toe bijdragen dat de gewenste rechtvaardigheid ook werkelijk vorm krijgt. De drempel die de belastingbetaler ervaart als hij in contact wil treden met de belastingdienst staat immers een beroep op de hulp van die belastingdienst in de weg, terwijl hij wel aangewezen kan zijn op die hulp.¹⁰⁹⁵

4.6.3 De belastingpraktijk

Uit de enquête blijkt dat de belastingbetaler zich veelal afhankelijk en machteloos voelt ten opzichte van de fiscus. Het oplossen van geschillen wordt soms beschouwd als een

¹⁰⁹³ Beleidsplan Communicatie en Dienstverlening Belastingdienst 1994-1998[4, blz. 6, 7].

¹⁰⁹⁴ Beleidsplan Communicatie en Dienstverlening Belastingdienst 1994-1998 [4, blz. 6, 7].

¹⁰⁹⁵ Beleidsplan Communicatie en Dienstverlening Belastingdienst 1994-1998[4]: "Uit recent onderzoek is gebleken dat belastingplichtigen zich niet altijd bewust zijn van het bestaan of ontstaan van een fiscaal moment." (blz. 13)