

Vedecká stať/ Scientific article

Recenzované/ Review: 21. 10. 2022

<https://doi.org/10.24040/eas.2022.23.2.35-55>



Výber daní a poplatkov s využitím behaviorálnych intervencií v meste Banská Bystrica

Tax and fee collection using behavioral interventions in the city of Banská Bystrica

Mária Murray Svidroňová, Nikoleta Jakuš Muthová, Katarína Vitálišová

Abstract: Many municipalities are facing the problem of non-payers of local taxes or fees. Despite the fact that reminders are sent to taxpayers, informing that in case of non-payment they will be referred for execution, there are still those who do not pay. Several studies have shown that behavioural interventions can be a tool to reduce the proportion of non-payers, i.e. taxpayers can be "nudged" to pay taxes on time. In this article, we present the results of behavioural intervention in the city of Banská Bystrica. The goal was to increase the city's revenue from the waste disposal fee, dog fee and real estate tax through proactive communication - reminders and leaflets with targeted framing. As part of the intervention, the city sent 520 reminders, divided into 4 groups of 130 tax subjects. The intervention did not bring the expected results as it was in other Slovak municipalities. Based on this fact we deduce possible factors why this intervention was not so successful.

Key words: *Behavioural interventions. Tax and fee collection. Non-payers. Nudge*

JEL Classification: C93. H26. H21.

Úvod

Koncept tzv. behaviorálneho postrčenia predkladá spôsoby, ako eticky ovplyvniť správanie cieľovej skupiny ľudí želaným smerom. Úlohou postrčenia je nasmerovať jednotlivca k určitému cieľu. Postrčenie má rôzne formy a podoby, ktoré závisia najmä od charakteru určitého rozhodovacieho procesu a odchýlok racionality, ktoré v ňom vznikajú. Aj malé a bezvýznamné detaily môžu veľkou mierou ovplyvniť správanie a rozhodovanie ľudí. Ľudí treba postrčiť v situáciách, v ktorých nepoznajú správnu reakciu. Ide o zložité a nie veľmi časté rozhodnutia, pri ktorých nemajú jasnú a okamžitú spätnú väzbu alebo majú problém previesť všetky stránky určitej situácie do jazyka, ktorému rozumejú (Thaler, Sunstein, 2008).

Zavádzanie behaviorálnych intervencií do tvorby verejných politík je v súčasnosti veľmi rozšírené. Nielen na národnej, ale aj na regionálnej a miestnej úrovni sa behaviorálne postrčenia a iné formy intervencií ukázali ako účinný a efektívny spôsob ovplyvnenia účinnosti verejnej politiky v rôznych oblastiach. Výnimkou nie je ani oblasť zefektívňovania výberu daní a poplatkov, ktorej sa venujeme v tomto článku.

Pri výbere daní a poplatkov sa zodpovedné inštitúcie pomerne často stretávajú s problémom neplatičov. Skutočnosť, že existujú ľudia, ktorí odmietajú platiť povinné dane a poplatky, má významné dopady na fungovanie verejného sektora. V prvom rade je spojená s výpadkom príjmov v príslušnom rozpočte, to znamená, že je k dispozícii menej zdrojov na zabezpečenie úloh a plnenie funkcií verejnej správy na danej úrovni. To môže negatívne ovplyvniť úroveň poskytovaných služieb. Výpadky v príjmoch teda narúšajú možnosti poskytovania verejných statkov, tvorby a realizácie verejných politík, majú však dopad aj na rovnosť z hľadiska prispievania ľudí na tvorbu verejných zdrojov.

Riešenie tohto problému je dôležité aj preto, že v dôsledku neplatenia daní dochádza v samospráve k výpadkom príjmov v rozpočte, a má dopady aj na správanie samotných daňovníkov. Daňovníci, ktorí platia dane a poplatky, môžu mať pocit, že znášajú daňové bremeno, pričom neplatiči využívajú verejné služby rovnako ako tí, ktorí si tieto povinnosti plnia. To môžu považovať za nespravodlivé a môže to negatívne ovplyvniť ich správanie z hľadiska platenia daní a poplatkov v budúcnosti (Jakuš Muthová a kol., 2022).

Neplatenie miestnych daní a poplatkov nie je teda len právnym problémom z hľadiska dodržiavania legislatívy, ekonomickým problémom z hľadiska získania odpovedajúcich zdrojov na zabezpečenie financovania potrieb obce či mesta, ale aj etickým a morálnym problémom vo vzťahu k obyvateľom samosprávy, ktorí miestne dane a poplatky platia.

Viacere zahraničné výskumné štúdie (napr. Hernandez a kol., 2017; Hallsworth a kol., 2017; Kettle a kol., 2017; John & Blume, 2017; The Behavioral Insights Team, 2018) potvrdili, že použitie behaviorálnej intervencie môže byť vhodným nástrojom na zníženie podielu neplatičov, t. j. daňovníci môžu byť „postrčení“ platiť dane včas a správne. Uplatnenie behaviorálnej intervencie na riešenie problémov s neplatičmi sa spravidla realizuje zasielaním výziev na zaplatenie nedoplatku, ktoré obsahujú behaviorálne prvky. V porovnaní so štandardnými upomienkami je účinnosť takýchto upomienok spravidla vyššia.

V podmienkach Slovenskej republiky je využívanie behaviorálnych intervencií len v začiatkoch, prvé postrčenia prebehli v meste Prievidza v roku 2018 (Sloboda et al., 2020) s pozitívnym výsledkom. Akademická obec tak začala spolupracovať s miestnymi samosprávami na realizácii ďalších behaviorálnych intervencií v rôznych oblastiach, aby hlbšie preskúmali

možnosti uplatnenia tohto nástroja. Cieľom príspevku je analyzovať experiment realizovaný v oblasti výberu daní a poplatkov v meste Banská Bystrica so zámerom poukázať na faktory, ktoré stáli za tým, že intervencie v tomto prípade nedopadli podľa očakávaní.

Hlavnou použitou metódou je behaviorálny experiment na vzorke 520 daňových poplatníkov. Údaje boli analyzované pomocou Cramerovho V. Zistenia v tomto prípade ukazujú, že postrčenie neprinieslo očakávané výsledky. Rozoberáme preto ďalšie príklady slovenských samospráv, ktoré ukazujú pozitívny efekt behaviorálnych intervencií v oblasti výberu daní a poplatkov a zároveň identifikujeme možné faktory, ktoré spôsobili, že realizované postrčenie v Banskej Bystrici nedopadlo podľa očakávaní.

1 Teoretické východiská

Mnoho samospráv po celom svete v súčasnosti implementuje behaviorálne intervencie ako efektívny a menej nákladný spôsob, ako „prinútiť“ občanov, aby robili správne rozhodnutia, ktoré budú prínosom tak pre občana, ako aj samosprávu a spoločnosť ako celok.

Pri navrhovaní a realizácii experimentu zameraného na zvýšenie sadzieb daní a poplatkov sa možno inšpirovať mnohými skúsenosťami z úspešných predchádzajúcich experimentov v tejto oblasti. V stručnom prehľade uvádzame niekoľko vybraných experimentov a výskumných štúdií.

V rokoch 1995 – 1996 sa v americkom meste Minnesota realizovali experimenty zamerané na podporu dobrovoľného dodržiavania plnenia si daňovej povinnosti (Coleman, 2007). Intervencia sa realizovala vo forme upomienkových listov, ktoré obsahovali prvok zameraný na morálku a konfrontovali daňových poplatníkov s vnímanými spoločenskými normami. Daňovníci boli rozdelení do dvoch skupín, a to kontrolnú skupinu, ktorá dostala štandardnú upomienku a intervenčnú skupinu, ktorá dostala upomienku obsahujúcu odvolanie sa na morálku. V oblasti platieb daní z príjmu sa zamerali na zvýšenie povedomia ľudí, že podvádzať pri platení daní nie je bežné, ale naopak, ide o ojedinelý jav, ktorého sa dopúšťa len menšina obyvateľov. Príčinou zamerania sa na tento sekundárny cieľ boli výsledky prieskumu realizovaného dva roky pred spomínanou intervenciou, v ktorých sa zistilo, že obyvatelia mesta si myslia, že až 20 – 50 % ľudí podvádza na daniach. V liste využívajúcom sociálnu normu daňovníkov informovali, že 93 % ľudí platí dane včas. Výsledky potvrdili, že výber dane bol štatisticky výrazne vyšší v prípade adresátov listu, ktorý obsahoval odkaz na sociálnu normu v porovnaní s kontrolnou skupinou.

Britský Behavioral Insights Team (BIT) testoval, ako možno využiť spoločenské normy, aby neplatiči boli motivovaní zaplatiť dane (Hapern, 2015). Neplatičom sa zasielajú

upomienky, ktoré doplnili o text poukazujúci na spoločenské normy. V niektorých upomienkach zdôraznili, že veľká väčšina ľudí v blízkom okolí adresáta zaplatila daň včas, geografická oblasť však nebola presne pomenovaná. V alternatívnej formulácii text upomienky zdôrazňoval, že väčšina podobných dlžníkov už daň zaplatila. Niektorí neplatiči dostali listy, ktoré kombinovali obe informácie. Výsledky ukázali, že čím špecifickejší bol text zaslanej upomienky, tým sa zvyšovala aj pravdepodobnosť, že neplatič daň zaplatí. Ak v texte skombinovali obe zdôrazňované informácie, zvýšil sa podiel zaplatenej dane neplatičmi o 5 percent. V rozpočtovom roku 2012/13 tak vo Veľkej Británii viedlo zaslanie upomienok poukazujúcich na spoločenské normy k dodatočným daňovým príjmom vo výške 210 miliónov GBP. Ďalší spôsob, ako zvýšiť efektívnosť komunikácie s občanmi, ktorý možno využiť pri výbere daní, je personalizácia správ. V experimente, ktorý sa zameriaval na neplatičov cestnej dane BIT zistil, že zaslanie upomienok doplnených fotografiou vozidla, za ktoré nebola zaplatená cestná daň, zvýšilo výber dane o 9 percent. Táto intervencia bola založená na predpoklade, že ak ľudia dostanú od verejnej inštitúcie personalizovaný list, zreálni to náklady a úžitky spojené s konaním, na ktoré list odkazuje. Ak napr. subjekt, ktorý nezaplatil včas daň dostane personalizovaný list využívajúc pritom morálne normy, v ktorom sú popísané možné dôsledky nedodržania daňových predpisov, jeho príjemca môže mať pocit, že verejné inštitúcie majú o jeho konaní presné a podrobné informácie a dôsledky, ktoré sú popísané v liste tak bude považovať za reálne.

V rokoch 2014 – 2015 sa v Írsku uskutočnil experiment, ktorý mal ukázať, ako formulácia textu upomienok založená na personalizácii a zjednodušení textu ovplyvní neplatičov dane. Experiment sa zameriaval na daňové subjekty, ktoré nepodali včas daňové priznanie a omeškali sa s platením korporátnej dane. Niektorým firmám zaslali všeobecne formulovaný list. Druhej skupine firiem zaslali upomienku, v ktorej uviedli, že podľa informácií od tretieho subjektu daná firma stále funguje. V porovnaní so všeobecne formulovaným textom, viedla táto úprava textu sama o sebe k rastu podania daňových priznaní oneskorenými o 17 percent. Ďalšej skupine firiem zaslali upomienku so zjednodušeným textom, ktorý bol kratší a obsahoval len kľúčové informácie. Nahradenie zložitých právnických formulácií jasným a jednoduchým jazykom viedlo v roku 2015 v Írsku k rastu počtu podaných daňových priznaní o 3 percentá a viedlo k asi 2,8 miliónu € dodatočných daňových príjmov. Aj výsledky tohto experimentu ukazujú, že písomná komunikácia verejných inštitúcií s občanmi je účinnejšia, ak je napísaná jednoduchým jazykom, hneď v úvode jasne komunikuje podstatu správy a je vysoko personalizovaná (Service a kol., 2017).

Luts a Roy (2019) v spolupráci s IOTA (Intra-European Organisation of Tax Administration) realizovali experiment v Belgicku zameraný na neplatičov daní z príjmu na národnej úrovni. Experiment sa realizoval zasielaním rôznych pripomienkových listov skupinám daňových subjektov, ktorí nemali zaplatenú daň. Ich cieľom bolo zistiť, ktorá z alternatív pripomienok bola najúčinnnejšia a postrčila neplatičov k zaplateniu dane. Vypracovali sedem verzií listov, ktoré obsahovali rôzne behaviorálne postrehy. Prvý z listov využíval sociálne normy formulované tak, že 95 % daní sa v Belgicku zaplatí včas. V ďalšom liste informovali daňovníkov o oblastiach, ktoré sú vďaka daniam financované (školsťvo, zdravotníctvo a pod.) a aj negatívnu verziu tohto listu. Ostatné verzie listov využívali napríklad heuristiku status quo, averziu k strate – informovali o sankciách, ktoré plynú za nezaplatenie dane, prípadne boli kombináciou niektorých listov. Výsledky úspešnosti jednotlivých listov porovnali so skupinou, ktorá obdržala kontrolnú verziu listu, t. j. verziu bez konkrétnej zmeny formulácie. Vyhodnotením experimentu sa zistilo, že najúčinnnejšia verzia obsahovala informáciu o sankcii, ktorá zvýšila platby o 20 % oproti kontrolnej skupine a cost-benefit analýzou sa zároveň poukázalo na nákladovú efektívnosť projektu.

Dwenger a kol. v roku 2016 s využitím prirodzeného experimentu skúmali vplyv stimulov na platenie cirkevných daní v Nemecku. Autori na motiváciu daňových poplatníkov použili tri schémy, a to zjednodušenie platenia dane; rôzne spôsoby odradenia od neplatenia daní; odmeny za dodržiavanie predpisov ako napríklad spoločenské uznanie, zaradenie do žrebovania o peňažné ceny alebo ich kombináciu. Autori dospeli k záveru, že vnútorná motivácia (tzv. intrinsic motivation) ovplyvňuje dodržiavanie predpisov pozitívne, zatiaľ čo vonkajšia motivácia (tzv. extrinsic motivation) dodržiavanie daňových predpisov ovplyvňuje negatívne. To naznačuje, že odmeňovanie daňových poplatníkov za to, že prispievajú na financovanie verejných statkov (namiesto toho, aby boli trestaní za to, že neplatia dane), vytvára signál, že daný daňový systém obsahuje dobrovoľné aspekty a dáva do úzadia právne záväznú povinnosť platiť dane (Dwenger a kol., 2016).

Behaviorálna intervencia využívajúca zasielanie upomienok sa uskutočnila aj v Poľsku, kde realizovali terénny experiment s cieľom maximalizovať podiel platcov daní. Osobitne sa zamerali na neplatičov dane z príjmu. Intervenčné skupiny dostali rôzne formulované upomienky. Experiment sa realizoval v spolupráci s odborníkmi zo Svetovej banky (Hernandez a kol., 2017). Zasielané upomienky boli formulované rôznym spôsobom (Tabuľka 1). Výskum potvrdil, že listy s behaviorálnymi postrčeniami boli úspešné a mali za následok štatisticky významný nárast podielu platcov dane.

Tabuľka 1 Formulácie listov zasielaných daňovým poplatníkom

Typ listu	Popis listu	Tón listu
Kontrolná skupina, Status quo	Oficiálny list používaný Poľským daňovým úradom	Neutrálny tón
Štandardný behaviorálny	List napísaný v súlade s osvedčenými postupmi v behaviorálnom výskume s použitím jednoduchého jazyka a jasných pokynov	Neutrálny tón
Sociálne normy	Variácia štandardného behaviorálneho listu, v ktorom sa zdôrazňuje, že väčšina občanov svoju daň už zaplatila	Jemný tón
Verejné statky (prínos)	Variácia štandardného behaviorálneho listu vrátane pripomenutia, že dane platia za verejné statky	Jemný tón
Verejné statky (strata)	Variácia štandardného behaviorálneho listu vrátane pripomenutia, že neplatenie daní poškodzuje komunitu	Jemný tón
Zastrašenie	Variácia štandardného behaviorálneho listu vrátane pripomenutia krokov, ktoré môže daňový úrad podniknúť, aby potrestal nedodržovanie pravidiel	Hrubý tón
Zastrašenie + Exekučný príkaz	Zastrašujúci list so vzorom exekučného príkazu, zasielaného daňovým poplatníkom, ktorý im nariaďuje zaplatiť dane	Hrubý tón
Opomenutie	Variácia štandardného behaviorálneho listu a rámca správania - nezaplatenie ako úmyselná voľba	Hrubý tón
Opomenutie + Zastrasenie	Variácia štandardného behav. listu vrátane zastrasujúcej správy a opomenutia	Hrubý tón
Opomenutie + Perspektíva daňového poplatníka	Variácia opomenutia a zastrasujúceho listu, v ktorom sa neplatičom hovorí, že by sa mali cítiť nečestne	Hrubý tón

Zdroj: vlastné spracovanie podľa Hernandez a kol., 2017

Vyhodnotením experimentu sa zistilo, že behaviorálne listy zlepšili správanie jednotlivcov v porovnaní s kontrolným listom, listy napísané s hrubým tónom boli efektívnejšie ako listy s jemným tónom, ktoré boli dokonca menej účinné ako štandardné behaviorálne listy, hoci účinnosť závisela aj od charakteristík jednotlivých poplatníkov. Zistilo sa tiež, že spôsob doručenia listu nemal vplyv na daňových poplatníkov, a v prípade zaslania najefektívnejšej verzie (opomenutie + zastrašenie) celej vzorky by vygenerovali 28-krát vyšší výnos ako sú náklady na intervenciu (Hernandez a kol., 2017).

V podmienkach Slovenskej republiky sa taktiež realizovali intervencie v danej oblasti. Finančná správa Slovenskej republiky v spolupráci s Inštitútom finančnej politiky, Útvárom hodnoty za peniaze, Vysokou školou Ekonomickou v Prahe a City University v Londýne spustila experiment, ktorého cieľom bolo upozorniť daňovníkov na povinnosť platiť daň z príjmu z predaja nehnuteľnosti a zvýšiť tak úspešnosť jej výberu. Daňovníkovi zo zákona vzniká povinnosť podať daňové priznanie, ak predá nehnuteľnosť do 5 rokov od jej nadobudnutia alebo 5 rokov od jej vyradenia z obchodného majetku. V rokoch 2016 až 2019 sa uskutočnilo vyše 15-tisíc predajov nehnuteľností, ktorých by sa toto zdanenie mohlo týkať, avšak iba v tretine prípadov bolo podané daňové priznanie. Tieto nehnuteľnosti boli

identifikované na základe zmien v databáze katastra nehnuteľností, pričom väčšina prevodov, ktoré podľa zákona nepodliehajú zdaneniu, bola zo skúmanej vzorky vylúčená. Odhadovaný ročný výpadok na daniach a odvodoch predstavuje približne 22 mil. €. Identifikované subjekty, ktorým mohla vzniknúť daňová povinnosť, boli následne rozdelené do dvoch skupín na základe času vzniku daňovej povinnosti: potenciálni dlžníci a potenciálni daňovníci. Podstatou experimentu bolo zistiť, aký typ upozornenia funguje na potenciálnych dlžníkov a daňovníkov najlepšie. Identifikované subjekty boli preto ešte pred zaslaním listov náhodne rozdelené na kontrolnú a testovaciu skupinu. Osoby v kontrolnej skupine nedostali žiadny list, kým osobám v testovacej skupine bolo zaslaných niekoľko foriem listov s rôznymi behaviorálnymi modifikáciami (odstrašujúci efekt: hrozba auditu a hrozba sankcií, morálny apel, skrytá hrozba). Zaslание upozornění prinieslo dodatočných 2,5 mil. € do štátneho rozpočtu, z čoho približne 1,8 mil. € sa podarilo získať od potenciálnych dlžníkov (ex-post) a približne 0,7 mil. € sa podarilo získať od potenciálnych daňovníkov (ex-ante). Táto suma je už očistená o kontrolnú skupinu, t.j. sumu vyzbieraných finančných prostriedkov od subjektov, ktorým nebol zaslaný žiadny list. Potvrdilo sa tak, že behaviorálne intervencie sú efektívnou metódou na oslovenie daňových dlžníkov a na pripomenutie plnenia daňových povinností za minimálne náklady pre štátnu správu. Tento výsledok okrem iného naznačuje, že za neplnením si daňových povinností po predaji nehnuteľnosti je skôr nevedomosť ako vedomá snaha daňovníkov vyhnúť sa plateniu daní. Na základe výsledkov experimentu bude Finančná správa každoročne posilať upozornenia daňovníkom, v ktorých sa zameria na povinnosť priznať príjem z predaja nehnuteľnosti. Vzhľadom na časté nepriznávanie príjmov z predaja domov a bytov sa v blízkej budúcnosti zameria aj na ďalšie typy nehnuteľností, napr. na pozemky (Rybošová a kol., 2021).

Na miestnej úrovni bolo zavedenie intervencie súčasťou projektu Behaviorálna politika pre mesto starajúce sa o svojich občanov, ktorý nadväzuje na svetový trend s cieľom využiť behaviorálne poznatky v prospech obyvateľov miestnej samosprávy. Na intervencii spolupracovali Ústav verejnej politiky FSEV UK v Bratislave a Civita Center. Intervencia bola realizovaná v mesiaci máj 2019, pričom mapovanie agendy mesta a dizajnovanie intervencie prebehlo v mesiacoch máj 2018 – apríl 2019. Intervencia testovala nielen účinnosť samotnej pripomienky nedoplatku na komunálnom odpade, ale testovala aj účinnosť dvoch typov rámcovania – sociálnu normu a pod'akovanie. Pomocou intervencie sa podarilo vyzbierať 7 % z celkovej dlžnej sumy. Výsledky regresnej analýzy ukazujú, že najúčinnějšía intervencia je pripomienka spolu so sociálnou normou, ktorá zvýšila o 1,7-krát šancu na zaplatenie aspoň časti nedoplatku. Ďalšie testovanie a replikácia výskumného dizajnu je veľmi dôležitá. Prvé testovanie však naznačuje potenciál nástroja pripomienky a zároveň rámcovania výzvy vo

forme sociálnej normy. Zároveň sa ukazuje, že miestne samosprávy by mali pripomienkami oslovovať predovšetkým dlžníkov, ktorí nemajú dlhú históriu neplatenia (Civita Center, 2020).

Na základe prehľadu vybraných výskumov možno zhodnotiť, že väčšina experimentov v oblasti výberu daní a poplatkov sa realizuje formou zasielania upomienok daňovým poplatníkom. Spravidla je zadaná kontrolná skupina, ktorej sa zasiela štandardne používaná upomienka bez akejkoľvek intervencie. Okrem kontrolnej skupiny existujú experimentálne (intervenčné) skupiny, ktorým sa zasielajú modifikované upomienky. Skúma sa vplyv alternatívnych foriem behaviorálnych intervencií a to, ktorá je najvhodnejšia. Pritom sa môže uvažovať aj s využitím rôznych spôsobov zasielania upomienok, resp. s ďalšími súvisiacimi intervenciami.

1.1 Výber daní a poplatkov v meste Banská Bystrica

Mesto Banská Bystrica je okresným aj krajským mestom, s počtom obyvateľov 78 484 je šiestym najväčším mestom na Slovensku. Dane z nehnuteľnosti tvoria významný príjem mesta, takmer jednu pätinu (Tabuľka 2).

Tabuľka 2 Percentuálny podiel dane z nehnuteľností, dane za psa a poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady na bežných daňových príjmoch mesta Banská Bystrica za roky 2015 - 2020

Rok	% podiel dane z nehnuteľností na bežných daňových príjmoch	% podiel dane za psa na bežných daňových príjmoch	% podiel poplatku za komunálne odpady a drobné stavebné odpady na bežných daňových príjmoch
2015	19,43	0,36	10,97
2016	18,00	0,41	10,12
2017	17,10	0,38	8,80
2018	16,10	0,36	8,48
2019	15,56	0,30	7,88
2020	19,52	0,28	8,04

Zdroj: vlastné spracovanie podľa záverečných účtov mesta Banská Bystrica

Mesto v zmysle § 52 zákona národnej rady SR číslo 563/2009 Z. z. v znení neskorších predpisov na svojej internetovej stránke (elektronickej úradnej tabuli) zverejňuje vždy k 31. 12. zoznam neplatičov, a to tých, ktorých nedoplatok v prípade fyzickej osoby presiahol 160 €, a u právnickej osoby 1 600 €.

Neplatičom daní mesto zasiela upomienku - výzvu na zaplatenie raz za 2 roky. V prípade, ak dlžníci neuhradia nedoplatok ani po uplynutí lehoty na jeho zaplatenie stanovenej v zaslanej

výzve, postúpi sa vymáhanie nedoplatkov v daňovom exekučnom konaní externému exekútorovi.

K 18. októbru 2021 mesto Banská Bystrica evidovalo 4 440 neplatičov dane z nehnuteľností. Sumárny dlh fyzických osôb predstavoval približne 516 000 €. Nedoplatky za komunálny odpad pri fyzických osobách boli v objeme približne 1 650 000 €. V tomto prípade ide o 10 455 neplatičov.

Z rozhovoru so zástupcami mesta Banská Bystrica vyplynulo, že neplatiči sú často zo sociálne znevýhodnených skupín, čo robí vymáhanie nedoplatkov osobitne náročným. Administratíva spojená so zasielaním výziev a exekučným konaním je tiež časovo náročná, preto má mesto záujem pokúsiť sa zvýšiť efektívnosť výberu daní a poplatkov a znížiť počet neplatičov s využitím behaviorálnej intervencie.

2 Materiál a metódy skúmania

Hlavným cieľom navrhovaného experimentu bolo riešiť problém s neplatičmi miestnej dane z nehnuteľnosti a miestnych poplatkov v meste Banská Bystrica. Využitím behaviorálnej intervencie sme zisťovali, ako neplatiči zareagujú na rôzne formy behaviorálnych postrčení zakomponovaných do letáku, ktorý bude súčasťou pripomenky platenia dane. Získané údaje z uskutočneného experimentu vyhodnocujeme štatistickými metódami, aby sme zistili, ktorá forma intervencie sa ukáže ako účinná. Za účelom naplnenia cieľa sme stanovili 3 výskumné otázky (VO):

- VO1: Pomohlo realizované postrčenie zmeniť správanie neplatičov a prispelo k včasnej a správnej úhrade miestnych daní a poplatkov v meste Banská Bystrica, v porovnaní s kontrolnou skupinou?
- VO2: Ktorá z troch verzií zaslaného letáku najviac ovplyvnila správanie neplatičov želaným smerom?
- VO3: Ktorá z troch verzií zaslaného letáku nebola účinná, resp. neovplyvnila správanie neplatičov želaným smerom?

Pri tvorbe letákov sme vychádzali z realizovaných experimentov z oblasti daní a poplatkov vo svete a na Slovensku

Výsledky mnohých experimentov poukazujú na efektívnosť behaviorálnych intervencií, ktoré používajú sociálne a morálne normy (Hallsworth a kol., 2014; Hernandez a kol., 2017, Kettle a kol., 2016, Sičáková-Beblavá a kol., 2019). Príkladom morálnej normy je výrok: „9 z 10 ľudí už platí svoje dane včas.“ Týmto spôsobom sa daňoví poplatníci viac stotožnia so svojím mestom a dochádza tým k významnejšej zmene oproti všeobecnej sociálnej norme.

Tento spôsob rámcovania sme využili aj pri dizajnovaní našej behaviorálnej intervencie, a preto leták zaslaný prvej skupine informuje o tom, ako sa správajú ostatní občania: „Vedeli ste, že 9 z 10 daňovníkov v meste Banská Bystrica už daň z nehnuteľnosti zaplatilo?“ Leták nabáda neplatičov pripojiť sa k platiacej väčšine.

Leták zaslaný druhej skupine poukazuje na sociálne normy. Zmenou oproti prvej skupine je jeho zameranie na príslušnosť k skupine ľudí s rovnakým priezviskom. Podobnú sociálnu normu využíva aj dopravný podnik mesta Brno, ktorý informuje svojich cestujúcich o najčastejších menách cestujúcich, ktorí sa správajú ako čierni pasažieri. Okrem vlastného záujmu ovplyvňuje správanie jednotlivcov aj to, ako sa správajú iní. Tretia verzia letáku povzbudzuje neplatičov zachovať si dobré meno a informuje: „Vedeli ste, že ľudia s rovnakým priezviskom ako Vy platia daň z nehnuteľností včas? Buďte medzi nimi.“

Leták vytvorený pre tretiu skupinu má pôsobiť zastrašujúco. Nabáda neplatičov zaplatiť vyrubenú daň, aby sa vyhli exekučnému konaniu. Leták pracuje s koncepciou averzie k strate a informuje neplatičov, že „Je vysoká pravdepodobnosť, že po zistení nezrovnalosti v platení daní, bude Váš prípad postúpený do exekučného konania, a mimo iného, môže Vám byť odobraný vodičský preukaz, alebo nedoplatok stiahnutý z dôchodku, zo mzdy alebo z účtu.“ V neplatičovi má táto informácia navodiť stav známy ako strach zo straty (Kahneman, Tversky, 1979) a možných následkov plynúcich z nezaplatenia dane.

Randomizovaný kontrolovaný experiment sa uskutočnil formou zasielania letákov obsahujúcich aj jednoduchú infografiku (Obrázok 1) na posilnenie ich účinku. Letáky sa zasielali neplatičom zaradeným do jednotlivých intervenčných skupín (Intervenčná skupina 1 – Leták s morálnou normou, Intervenčná skupina 2 – Leták so sociálnou normou, Intervenčná skupina 3 – Leták s intervenciou zameranou na strach zo straty) spolu s výzvou na zaplatenie daňového nedoplatku. Prvej a druhej intervenčnej skupine bol zaslaný leták s informáciou o morálnych a sociálnych normách a o tom, ako ostatní obyvatelia dodržiavajú predpisy a plnia daňové povinnosti. Tretej intervenčnej skupine bol zaslaný zastrašujúci leták, v ktorom boli informovaní o vysokej pravdepodobnosti postúpenia ich prípadu do exekučného konania alebo odobratia vodičského preukazu, v prípade zistenia nezrovnalostí v platení daní. Kontrolnej skupine nebol zaslaný žiadny leták, iba upomienka, a táto skupina bude slúžiť na porovnanie účinnosti s tromi intervenčnými skupinami.



Pridajte sa k platiacej väčšine!

Vedeli ste, že 9 z 10 daňovníkov v meste Banská Bystrica už miestne dane a poplatok za komunálny odpad zaplatilo?

Pridajte sa k platiacej väčšine

Viete, že ľudia s rovnakým priezviskom ako Vy platia miestne dane a poplatok za komunálny odpad včas?

Zaplať a vyhneš sa exekučnému konaniu!

Je vysoká pravdepodobnosť, že po zistení nezrovnalosti v platení miestnych daní a poplatku za komunálny odpad, bude Váš prípad postúpený do exekučného konania, a mimo iného, môže Vám byť odobraný vodičský preukaz, alebo nedoplatok stiahnutý z dôchodku, zo mzdy alebo z účtu.

Obrázok 1 Letáky využité pri realizácii experimentu v meste Banská Bystrica
Zdroj: vlastné spracovanie

Daňové subjekty, ktoré mali neuhradenú miestnu daň (daň z nehnuteľnosti, daň za psa) a/alebo poplatok za miestny komunálny odpad boli rozdelené do intervenčných skupín náhodným výberom. Týmto spôsobom sme eliminovali predvídateľné vplyvy a každý z neplatičov mal rovnakú šancu sa do výberového súboru dostať. Výberový súbor tvorí 520 daňových subjektov, ktorým Banskobystrický mestský úrad zaslal v októbri 2021 výzvy na úhradu daňových nedoplatkov.

Na spracovanie údajov sme využili nasledovné metódy:

- deskriptívnu štatistiku (napr. počet neplatičov, ktorí po výzve daň uhradili, celkovú hodnotu uhradených výziev a pod.),
- Cramerovo V na zistenie miery závislosti (napr. existencia štatisticky významnej závislosti medzi verzou zaslaného letáku a zaplatením nedoplatku, výškou nedoplatku a jeho zaplatením a pod.).

3 Výsledky a diskusia

V rámci experimentu boli zozbierané základné údaje o všetkých 520 daňových poplatníkoch. Evidoval sa druh dane, ku ktorému má daňový subjekt nedoplatok (daň z nehnuteľností, daň za psa alebo daň za komunálny odpad), výška nedoplatku (zároveň aj výška

zaplatenej a nezaplatenej časti nedoplatku), ako aj či si daňové subjekty leták zaslaný mestským úradom prebrali alebo neprebrali. Z celkového počtu 520 daňových subjektov sa nedoplatok na dani z nehnuteľnosti vzťahoval na 190 daňových subjektov, nedoplatok na dani za psa na 77 daňových subjektov a nedoplatok z poplatku za komunálny odpad na 253 daňových subjektov. Nedoplatky na poplatku za komunálny odpad predstavovali najvyššiu čiastku sumárnych nedoplatkov v každej skupine.

V kontrolnej skupine experimentu bola hodnota nedoplatku v celkovej výške 16 741,91 €. Zaplatených bolo 75 nedoplatkov v celkovej sume 8 471,26 € a nezaplatených zostalo 30 nedoplatkov v celkovej sume 8 270,65 €. V tejto skupine nebola spolu s upomienkou zasielaná žiadna intervencia.

V Intervenčnej skupine 1 bol daňovým subjektom spolu s výzvou na zaplatenie nedoplatku zasielaný leták s morálnou normou. Uhradených bolo 66 výziev, čo predstavuje 51 %, sumárna výška zaplatených nedoplatkov bola 6 457,23 € a sumárna výška nezaplatených nedoplatkov bola 5 727,78 €.

V Intervenčnej skupine 2 bol daňovým subjektom spolu s výzvou na zaplatenie nedoplatku zasielaný leták so sociálnou normou. Napriek tomu, že počet uhradených výziev bol v tejto skupine vyšší ako počet neuhradených výziev, suma uhradených nedoplatkov 4 487,28 € je nižšia ako neuhradených, a predstavuje 43,76 % z celkovej sumy nedoplatkov.

V Intervenčnej skupine 3 bola daňovým subjektom doručená výzva na zaplatenie spolu s letákom, ktorý ich informoval, že v prípade zistenia nezrovnalostí v platení daní je vysoká pravdepodobnosť exekučného konania. V Intervenčnej skupine 3 bola sumárna výška nedoplatkov 11 591,22 €. Počas trvania experimentu sa v tejto skupine uhradilo 53 výziev, čo predstavuje sumu 3 956,19 €. Úspešnosť výberu bola 34,13 %. Spomedzi všetkých skupín bolo v Intervenčnej skupine 3 uhradených najmenej výziev, a teda aj najviac neuhradených výziev v sumárnej výške 7 635,03 €.

V tabuľke 3 uvádzame mieru úhrady nedoplatku podľa jednotlivých sledovaných skupín experimentu. Pri meraní účinnosti sme vychádzali z toho, koľko výziev zaslaných mestom Banská Bystrica bolo prevzatých a následne v dôsledku využitia behaviorálnej intervencie aj reálne uhradených.

Tabuľka 3 Základné výsledky experimentu v jednotlivých skupinách

Skupina	Suma v €	Suma v %	Počet výziev	Počet zaplatených upomienok/počet prevzatých upomienok
Kontrolná skupina				
Uhradené výzvy	8 471,26 €	50,60%	75	75
Neuhradené výzvy	8 270,65 €	49,40%	55	
Spolu	16 741,91 €	100%	130	
1. skupina (morálna norma)				
Uhradené výzvy	6 457,23 €	52,99%	66	67,35
Neuhradené výzvy	5 727,78 €	47,01%	64	
Spolu	12 185,01 €	100%	130	
2. skupina (sociálna norma)				
Uhradené výzvy	4 487,28 €	43,76%	69	70,41
Neuhradené výzvy	5 767,88 €	56,24%	61	
Spolu	10 255,16 €	100%	130	
3. skupina (averzia voči strate)				
Uhradené výzvy	3 956,19 €	34,13%	53	54,64
Neuhradené výzvy	7 635,03 €	65,87%	77	
Spolu	11 591,22 €	100%	130	

Zdroj: vlastné spracovanie

Najúspešnejšou skupinou bola kontrolná skupina, v ktorej bolo zaplatených 75 nedoplatkov v celkovej sume 8 471,26 € a nezaplatených zostalo 55 nedoplatkov v celkovej sume 8 270,65 €. Z hľadiska skupín, v rámci ktorých sa uplatnila intervencia, bola najúspešnejšou druhá intervenčná skupina. Intervencia v tejto skupine sa ukazuje ako účinná, aj keď nie je možné jednoznačne identifikovať podiel vplyvu intervencie a ostatných faktorov, ktoré mohli rozhodovanie neplatiča ovplyvniť. Z hľadiska počtu prevzatých výziev bola tretia v poradí prvá intervenčná skupina. Uhradených bolo 66 poplatkov na základe výziev, čo predstavuje 52,99 %. Celková výška zaplatených nedoplatkov bola 6 457,23 €. Posledná z hľadiska prevzatia upomienok, ako aj z hľadiska úhrady nedoplatku skončila prekvapujúca štvrtá skupina apelujúca na možnú stratu v dôsledku nezaplatenia. Môžeme konštatovať, že celkovo bolo uhradených v rámci intervenčných skupín 188 nedoplatkov z 390, t. j. 48,20 %. V kontrolnej skupine, ktorá s upomienkou leták neobdržala, bolo uhradených 75 nedoplatkov zo 130, t. j. 57,69 %. Na základe uvedených výsledkov sa daná behaviorálna intervencia javí ako neúspešná.

Pre hlbšiu analýzu efektívnosti intervencie sme preskúmali vplyv intervencií na jednotlivé skupiny daní a poplatkov, na ktorých nedoplatky bol experiment zameraný. Výsledky porovnania prezentuje tabuľka 4. V tomto prípade nás zaujímalo, či výška nedoplatku je

rozhodujúca pri realizácii behaviorálnej intervencie, resp. či dokáže ovplyvniť správanie sa jednotlivca bez ohľadu na výšku nedoplatku. Výsledky experimentu sme vyhodnocovali podľa druhu dane/poplatku, na ktorých sa experiment uskutočnil a jednotlivých intervencií.

Tabuľka 4 Vyhodnotenie experimentu podľa druhu dane a miestneho poplatku

Druh dane/poplatku	Skupina	Počet výziev	Počet prebraných výziev	% prebraných výziev	Výška zaplateného nedoplatku pre prevzatí výzvy	Výška zaplateného nedoplatku celkovo	Výška nedoplatku pred prevzatím/výška zaplateného nedoplatku celkovo
Daň z nehnuteľností	Kontrolná skupina	50	34	68,00	1728,3	1833,3	94,27
	1. skupina	50	38	76,00	1777,45	1872,95	94,90
	2. skupina	40	32	80,00	787,2	787,2	100,00
	3. skupina	50	38	76,00	911,75	1198,01	76,11
Daň za psa	Kontrolná skupina	19	17	89,47	299	335	89,25
	1. skupina	19	15	78,95	428	428	100,00
	2. skupina	20	15	75,00	582	618	94,17
	3. skupina	19	14	73,68	432	540	80,00
Poplatok za komunálny odpad	Kontrolná skupina	61	49	80,33	6270,02	6302,96	99,48
	1. skupina	61	45	73,77	4156,28	4156,28	100,00
	2. skupina	70	51	72,86	2928,78	3082,08	95,03
	3. skupina	61	45	73,77	2202,08	2218,18	99,27

Zdroj: vlastné spracovanie

V tabuľke vidíme, že z hľadiska účinnosti jednotlivých intervencií vo vzťahu k vybraným daniam alebo poplatku sa ako potenciálne účinná intervencia preukázala intervencia využívajúca sociálnu normu v prípade dane z nehnuteľností. Všetci, ktorí prevzali výzvu a letáčik nedoplatok aj zaplatili. Pri dani za psa a rovnako pri poplatku za komunálny odpad sa ako najúčinnější intervencia javí intervencia založená na morálnej norme poukazujúca na fakt, že 9 z 10 daňovníkov už daň alebo poplatok zaplatili. Zistili sme, že daňové subjekty prevzatie upomienky ovplyvnilo na zaplatenie nedoplatku v každej skupine. Najmenej to bolo v Intervenčnej skupine 3 ($p = 0,001$, Cramerovo $V = 0,304$). Zistili sme, že zaplatenie nedoplatku v Intervenčnej skupine 2 záviselo od výšky nedoplatku ($p = 0,021$, Cramerovo $V = 0,243$), t. j. existovala medzi nimi nízka až stredná závislosť.

Aj keď celkovo sa javilo, že intervencia bola neúspešná a nenaplnila naše očakávania, hlbšia analýza výsledkov experimentu poukazuje na skutočnosť, že jednotlivé typy intervencií mali rôzny vplyv na správanie obyvateľov a vyvolanie ich aktivity. Na dosiahnuté výsledky experimentu môže mať vplyv viacero faktorov:

– Komunikácia s mestom Banská Bystrica - prebiehala zo začiatku sľubne, podporu pre experiment prisľúbil ako primátor, tak aj viceprimátor mesta. Keď však došlo k realizácii experimentu, úradníčky z ekonomického oddelenia vyhlásili, že potrebné informácie nemôžu poskytnúť a zapojenie sa do experimentu by bolo v rozpore s legislatívou Slovenskej republiky. Výskumný tím musel argumentovať skutočnosťou, že podobné experimenty sa robili v mestách Prievidza a Hlohovec, a teda nejde o nič nezákonné. Následne trvalo 10 mesiacov od pripustenia možnosti realizovať túto intervenciu do jej uskutočnenia, čo však bolo spôsobené aj tým, že intervencia bola aplikovaná na upomienky. Štátni zamestnanci, preťažení svojimi povinnosťami, sa zjavne bránili zúčastniť sa výskumu, pretože to pre nich znamenalo ďalšie úlohy. Môžeme tu pozorovať takzvaný odpor štátnych zamestnancov (Hemmer, 2014; Shah, 2019).

– Heterogénnosť skupín bola podmienená tým, že mesto Banská Bystrica sa rozhodlo skombinovať tri typy daní a poplatkov, ktoré mali byť predmetom experimentu: daň z nehnuteľnosti, poplatok za psa a poplatok za komunálny odpad. Mestom vybrané typy nedoplatkov, na ktoré chcelo realizovať intervenciu, sú z hľadiska predmetu zdaňovania či poplatku diametrálne odlišné, aj výška nedoplatkov je výrazne odlišná. Podľa poskytnutých údajov najvyššie nedoplatky boli za poplatok za komunálny odpad a najnižšie z dane za psa. Túto skutočnosť podporujú výsledky skúmania závislosti medzi zaplatením nedoplatku v druhej intervenčnej skupine a výškou nedoplatku v druhej intervenčnej skupine, kde sa potvrdila nízka až stredná miera závislosti ($p = 0,021$, Cramerovo $V = 0,243$). Tieto rozdiely sa následne mohli premietnuť ako do počtu zaplatených upomienok, tak aj do celkovej uhradenej dlžnej sumy, čo skreslilo výsledky postrčenia.

– Nedostatok informácií o výskumnej vzorke - pri spracovaní výsledkov experimentu sme narazili na dodatočné obmedzenie nedostatku informácií o výskumnej vzorke, ako je pohlavie, vek, dĺžka nedoplatkov, pravidelnosť platenia poplatkov, resp. či mali nedoplatky len v jednej alebo viacerých oblastiach. Ak by sme tieto údaje mali, bolo by možné lepšie posúdiť, či ide o „bežného neplatiča“, na ktorého pravdepodobne nebude účinná žiadna intervencia, alebo len o „príležitostného neplatiča“, ktorý by mohol byť intervenciou postrčený zaplatiť nedoplatok. Napr. v Prievidzi (Sloboda a kol., 2020) pomohli dodatočné informácie odhaliť ďalšie súvislosti. Podľa výsledkov experimentu bol najúčinnjším typom upomienky pre dlžníkov

poplatku za komunálny odpad list + sociálna norma. Tiež sa zistilo, že postrčenie bolo účinnejšie u mužov ako u žien. Tento výsledok je však ťažké interpretovať, pretože môže súvisieť s príjmovou nerovnosťou alebo neúplnými rodinami s ťažšou ekonomickou situáciou. Na druhej strane mesto Banská Bystrica takéto údaje pravidelne nezhrmaďuje, pracuje s iným softvérom ako mesto Prievidza. Preto by bolo pre ekonomické oddelenie veľmi komplikované a časovo náročné poskytnúť nám ďalšie údaje o výskumnej vzorke (získanie dát z viacerých zdrojov by bolo veľmi prácne, pričom úradníčky majú už aj tak veľa vlastnej agendy – vid' bod vyššie).

- Predčasné zverejnenie informácie o experimente prebehlo zo strany mesta. Vzhľadom na to, že sa v čase realizácie experimentu blížili miestne voľby, využilo vedenie mesta informáciu o experimente ako možnosť spropagovať sa ako inovatívne mesto, ktoré sa zapája do projektov a výskumov a využíva najnovšie poznatky behaviorálnej ekonómie. Tým, že informáciu zverejnili pred zasielaním letákov, mohli ovplyvniť neplatičov negatívnym smerom v zmysle, že ľudia nemajú radi, keď sú „manipulovaní“ (Wilkinson, 2013), tzn. občania sa rozhodli odignorovať výzvu s letákom a naschvál daň/poplatok neuhradiť.
- Sociálny status daňovníkov - neúplné rodiny, domácnosti s jednou alebo viacerými chráneným osobami a pod., ktoré možno zaradiť medzi sociálne slabšie komunity by možno na základe intervencie aj uhradili daný nedoplatok, ale finančná situácia im to neumožnila.
- Pandémia COVID-19 pretrvávajúca od marca 2020 by mohla mať negatívny vplyv na schopnosť fyzických osôb platiť miestne dane a poplatky, bez ohľadu na vyššie uvedené sociálne postavenie.
- Časový faktor – intervencia sa konala v mesiacoch Október – November 2021, ale je veľa neplatičov, ktorí platia dane a poplatky až koncom roka, zvyčajne v decembri. Potvrdilo to aj ekonomické oddelenie mesta, ktoré má túto skúsenosť s chronickými neplatičmi - napriek upomienke (štandardne zasielanej mestom každoročne) na zaplatenie daní a poplatkov v určenom termíne tak urobia v podstate až 31.12. každý rok.

Podobne ako v prípade mesta Banská Bystrica, aj iné výskumy poukazujú na možný neúspech intervencií v oblasti daní a poplatkov. Výskumy z roku 2017 ukázali, že správy so sociálnymi normami, resp. inými behaviorálnymi postrčeniami fungujú, ale nemôžeme ich uplatňovať všade a za každých okolností (Hallsworth a kol., 2017; Hernandez a kol., 2019). V prípade intervencie v Guatemale nedošlo k zvýšeniu daňových platieb (The Behavioural Insights Team, 2018). Rovnako ani v Nebrasko behaviorálne postrčenie nebolo dostatočné na to, aby podstatne zmenilo správanie pri podávaní daňových priznaní (Anderson, 2017). Závery

štúdií z Veľkej Británie naznačujú, že môže nastať situácia, že intervencie úspešné na národnej úrovni nemusia byť nevyhnutne úspešné na lokálnej úrovni (Hallsworth et al, 2017; John & Blume, 2017). Preto je nevyhnutné pri zavádzaní behaviorálnych intervencií brať do úvahy konkrétne charakteristiky danej oblasti, kde sa bude intervencia realizovať a identifikovať možné problémy so zavedením intervencie.

Aj keď experiment v Banskej Bystrici nepriniesol želaný efekt v podobe vyššieho počtu platiacich daňových subjektov, môžeme spomenúť slovenské mestá (Prievidza, Hlohovec), ako aj ďalšie príklady, ktoré sme uviedli v teoretickej časti, ktoré patria medzi úspešné príklady, kedy sa samosprávy snažia zlepšiť výber daní od daňových subjektov a zabezpečiť tak včasné platenie dane. Tiež je v prípade mesta Banská Bystrica potrebné uvažovať o možnostiach využiť inú formu behaviorálnej intervencie, a to napr. zmenu formulácie výzvy na úhradu nedoplatku, zjednodušenie poskytnutia formy platobných údajov na úhradu cez QR kódy, a pod.

Záver

Cieľom príspevku bolo analyzovať experiment realizovaný v oblasti výberu daní a poplatkov v meste Banská Bystrica so zámerom poukázať na faktory, ktoré stáli za tým, že intervencia v tomto prípade nedopadla podľa očakávaní. Intervencia sa uskutočnila formou zasielania rôznych formulovaných letákov občanom zaradených do jednotlivých intervenčných skupín.

Očakávali sme, že podiel neplatičov daní sa v dôsledku tejto intervencie zníži (RQ1: Pomohlo realizované postrčenie zmeniť správanie neplatičov a prispelo k včasnej a správnej úhrade miestnych daní a poplatkov v meste Banská Bystrica, v porovnaní s kontrolnou skupinou?). Na základe údajov získaných z experimentu sme zistili, že uhradených nedoplatkov bolo 188 z 390, t. j. 48,20 %, ktorým bol s upomienkou zaslaný aj intervenčný leták. V kontrolnej skupine, ktorá s upomienkou leták neobdržala bolo uhradených 75 nedoplatkov zo 130, t. j. 57,69 %. Toto očakávanie nebolo naplnené a v diskusii sme uviedli viacero dôvodov, prečo tomu tak mohlo byť. Za hlavnú príčinu považujeme heterogénnosť výskumnej vzorky. Skutočnosť, že nešlo len o neplatičov daní, ale vo vzorke boli aj neplatiči miestnych poplatkov za psa a za komunálny odpad, ovplyvnila aj to, či zaplatili alebo nie (je rozdiel, či má daňový subjekt doplatiť 15 € za psa alebo 150 € za smeti).

Cieľom RQ2 (Ktorá z troch verzií zaslaného letáku najviac ovplyvnila správanie neplatičov želaným smerom?) bolo zistiť účinnosť realizovanej behaviorálnej intervencie. Experimentu sa zúčastnili daňové subjekty, ktoré mali nedoplatok na niektorej z miestnych daní, a preto im boli

zaslané upomienky, resp. výzvy na úhradu svojho nedoplatku. Behaviorálnou intervenciu sme chceli daňové subjekty postrčiť k správne rozhodnutiu – uhradeniu nedoplatku. Na zistenie percentuálnej účinnosti behaviorálnej intervencie sme skúmali počet prevzatých upomienok a zároveň koľko z nich bolo uhradených. Podľa výsledkov bola najúčinnějšía behaviorálna intervencia v Intervenčnej skupine 2, v ktorej sme pracovali so sociálnou normou. Z 98 prevzatých upomienok bolo uhradených 69, čo predstavuje 70,41 %.

Na RQ3 “Ktorá z troch verzií zaslaného letáku nebola účinná, resp. neovplyvnila správanie neplatičov želaným smerom” možno z údajov získaných experimentom odpovedať, že najmenej účinná bola intervencia v Intervenčnej skupine 3. Z celkového počtu 130 daňových subjektov svoj dlh uhradilo 53 daňových subjektov (41 %).

Najdôležitejším faktorom, ktorý ovplyvnil výsledky intervencie realizovanej v meste Banská Bystrica, je pravdepodobne zloženie daňovníkov v jednotlivých intervenčných skupinách a kontrolnej skupine. Riešiteľský tím nemohol priamo ovplyvniť zloženie výberovej vzorky, čo sa zároveň ukázalo ako kľúčové pri vyhodnotení realizovaného experimentu. Aj keď náhodný výber je považovaný za jeden z najvhodnejších z pohľadu štatistiky, jeho využitím sa vytvorili veľmi heterogénne skupiny. Vhodnejším by bolo zloženie skupín s dlžníkmi s rovnakým proporcionálnym zastúpením jednotlivých typov daní a poplatku. Zároveň absentovali ďalšie údaje o daňových subjektoch a ich správaní (napr. pohlavie, vek, dĺžka obdobia, za ktoré je evidovaný nedoplatok), ktoré by umožňovali vyvodit' hodnotnejšie závery z realizovaného experimentu. Na druhej strane, z realizácie uvedeného experimentu je možné sa poučiť a inšpirovať sa pri realizovaní ďalších behaviorálnych intervencií, či už v iných slovenských alebo aj zahraničných samosprávach.

Pri realizácii experimentov zameraných na využitie postrčení s cieľom znížiť nedoplatky na daniach a poplatkoch, vzhľadom na to, že ide o relatívne citlivú tému, zohráva rozhodujúcu úlohu ochota predstaviteľov verejnej moci spolupracovať a vytvoriť adekvátny priestor pre jeho realizáciu. Problémom je často aj nedostatočné ohodnotenie zamestnancov podieľajúcich sa na samotnej realizácii behaviorálnej intervencie, ktorí to vnímajú ako prácu navyše bez dodatočného finančného ohodnotenia. Dôležitým faktorom je aj správne vytvorená metodika experimentu, ktorá zároveň vždy musí reflektovať príslušný legislatívny rámec, špecifiká jednotlivých úrovní vlády a ich kompetencie a musí byť rešpektovaná všetkými zapojenými aktérmi. Úspešnosť experimentu môže ovplyvňovať veľké množstvo faktorov, z ktorých nie všetky je možné vopred očakávať a reflektovať ich v metodike realizovaného experimentu.

Napriek tomu skúsenosti z podobných realizovaných experimentov dostupné v literatúre a čiastočne aj výsledky, ktoré sme dosiahli v našom výskume naznačujú, že s behaviorálnymi

intervenciami zameranými na zvýšenie platenia poplatkov a daní je potrebné uvažovať ako s účinným a nenákladným spôsobom znižovania podielu neplatičov daní a poplatkov nielen na miestnej, ale aj na centrálnej úrovni.

Prezentovaný výskum má svoje obmedzenia, najmä zameranie analýzy len na jednu samosprávu. Experiment sa uskutočnil na relatívne malej výskumnej vzorke so značnou heterogenitou. V budúcom výskume sa zameriame na skúmanie zloženia typov nedoplatkov v rôznych skupinách. Napriek tomu sa ukázalo niekoľko aspektov, prečo môže behaviorálna intervencia zlyhať, a to môže byť otázka ďalšieho výskumu. Prečo a kedy postrčenia nespĺňajú očakávané výsledky a čo sa môžeme naučiť z takýchto „neúspechov“?

Grantová podpora: Tento príspevok bol podporený Agentúrou na podporu výskumu a vývoja, číslo projektu APVV – 18 – 0435.

Zoznam použitej literatúry

- [1] Anderson, J. E. (2017). Paying the State Use Tax: Is a “Nudge” Enough? [Platenie štátnej dane z používania: Stačí „postrčenie“?] *Public Finance Review*, 45(2), 260-282. doi:10.1177/1091142115614390
- [2] Civita Center. (2020). *Pripomienky dlžníkom na poplatku za komunálny odpad (Reminders to debtors on the municipal waste fee)*. Dostupné na: https://www.civitacenter.sk/wp-content/uploads/2020/05/04_Ciastkovy_doc_Sprava_01Reminders_final.pdf
- Coleman, S. (2007). The Minnesota income tax compliance experiment: replication of the social norms experiment. [Experiment s dodržiavaním dane z príjmu v Minnesote: replikácia experimentu sociálnych noriem]. MPRA Paper No. 5820. Dostupné na: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/5820/1/MPRA_paper_5820.pdf
- [3] Dwenger, N., Kleven, H., Rasul, I., & Rincke, J. (2016). Extrinsic and intrinsic motivations for tax compliance: Evidence from a field experiment in Germany. [Vonkajšie a vnútorné motivácie pre dodržiavanie daňových predpisov: Dôkazy z poľného experimentu v Nemecku.] *American Economic Journal: Economic Policy*, 8(3), 203-32.
- [4] Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D., Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. [Behavioralista ako výberca daní: Používanie prírodných experimentov na zlepšenie dodržiavania daňových predpisov]. *Journal of public economics* 148, 14-31. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2017.02.003>

- [5] Hapern, D. (2015). *Inside the Nudge Unit, How small changes can make a big difference*, [Vnútri Nudge Unit, Ako môžu malé zmeny znamenať veľký rozdiel]. London, UK: Penguin Random House.
- [6] Hemmer, A. (2014). Civil Servant Suits. [Obleky pre štátnych zamestnancov]. *The Yale Law Journal*, 24(3), 758-803.
- [7] Hernandez, M., Jamison, J., Korczyk, E., Mazar, N., & Sormani, R. (2017). *Applying Behavioral Insights to Improve Tax Collection*. [Uplatňovanie behaviorálnych intervencií na zlepšenie výberu daní.]. Dostupné na <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/27528>
- [8] Jakuš Muthová, N., Murray Svidroňová, M., & Vitálišová, K. (2022). Smart Interventions for Smart Cities: Using Behavioral Economy in Increasing Revenue from Local Fees and Why It Might Sometimes Fail. [Inteligentné intervencie pre inteligentné mestá: Využitie behaviorálnej ekonomiky pri zvyšovaní príjmov z miestnych poplatkov a prečo to niekedy môže zlyhať]. In *International Conference on Computational Science and Its Applications* (pp. 141-156). Cham, CH: Springer.
- [9] John, P., & Blume T. (2017). Nudges that promote channel shift: A randomized evaluation of messages to encourage citizens to renew benefits online. [Štuchnutia, ktoré podporujú zmenu kanálov: Náhodné vyhodnotenie správ s cieľom povzbudiť občanov, aby obnovili výhody online]. *Policy & Internet*, 9(2), 168-183. <https://doi.org/10.1002/poi3.148>
- [10] Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. [Prospektová teória: Analýza rozhodovania pod rizikom]. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- [11] Kettle, S., Hernandez, M., Sanders, M., Hauser, O., Ruda, S. (2017). Failure to CAPTCHA attention: Null results from an honesty priming experiment in Guatemala. [Neschopnosť venovať pozornosť CAPTCHA: Nulové výsledky experimentu s poctivosťou v Guatemale]. *Behavioral Sciences* 7(2), 1-28. <https://doi.org/10.3390/bs7020028>
- [12] Luts, M., Roy, M. (2019). *Nudging in the Context of Taxation. Intra-European Organisation of Tax Administrations*. [Nudging v kontexte zdaňovania. Vnútroeurópska organizácia daňovej správy]. IOTA. Dostupné na https://www.iotatax.org/sites/default/files/documents/iota_paper_belgium_nudging_final.pdf
- [13] Rybošová, P., Gábik, R., Priesol, R. & Machlica, G. (2021). *Písať listy sa oplatí: ako zvýšiť daňové príjmy rýchlo a efektívne*. Dostupné na: <https://www.mfsr.sk/files/archiv/49/Komentar.pdf>

- [14] Service, O. Hallsworth, M., Halpern, D., Algate, F., Gallagher, R., Nguyen, S., Ruda, S., Sanders, M., Pelenur, M., Gyani, A., Harper, H., Reinhard, J. Kirkman, E. (2017). EAST Four simple ways to apply behavioural insights. [EAST Štyri jednoduché spôsoby aplikácie behaviorálnych poznatkov]. *Annual Review of Policy Design*, 5(1), 1-53.
- [15] Shah, B. (2019). *Civil Servant Alarm*. [Alarm štátneho zamestnanca]. *Law Review*, 94, 627-664.
- [16] Sičáková-Beblavá, E., Sloboda, M., Pavlovský, P. (2019). *Záverečná správa z realizovanej behaviorálnej intervencie: Pripomienky dlžníkom na poplatku za komunálny odpad*. Dostupné na https://www.behavioralnaverejnapolitika.sk/wp-content/uploads/2020/03/pripomienky_dlznikom_na_poplatku_za_komunalny_odpad.pdf
- [17] Sloboda, M., Pavlovský, P., & Sičáková-Beblavá, E. (2020). The effectiveness of behavioural interventions on increasing revenue from local fee. [Efektívnosť behaviorálnych zásahov na zvýšenie výnosu z miestneho poplatku]. *Review of Behavioral Finance*. 14(1), 1-15.
- [18] Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, [Nudge: Zlepšenie rozhodovania o zdraví, bohatstve a šťastí]. New Heaven, USA: Yale University Press.
- [19] The Behavioural Insights Team. (2018). Testing the Optimal Frequency of Tax Reminders in Guatemala. [Testovanie optimálnej frekvencie daňových upomienok v Guatemale]. Dostupné na <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2019/11/Guatemala-1-TR-Increase-declaration-during-a-tax-amnesty.pdf>
- [20] Wilkinson, T. M. (2013). Nudging and manipulation. [Postrčenie a manipulácia]. *Political Studies*, 61(2), 341-355. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2012.00974.x>
- [21] Zákon o správe daní č. 563/2009 Z.z. (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov

Adresa autorov:

doc. Ing. Mária Murray Svidroňová, PhD., Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovensko, maria.murraysvidronova@umb.sk

Ing. Nikoleta Jakuš Muthová, PhD., Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovensko, nikoleta.jakusmuthova@umb.sk

doc. Ing. Katarína Vitálišová, PhD., Ekonomická fakulta UMB, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica, Slovensko, katarina.vitalisova@umb.sk