

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.61.51.011

Совершенствование подходов к проблеме налогового администрирования: обобщение зарубежного опыта

Анисимов Андрей Леонидович

Кандидат экономических наук, доцент
Уральский государственный экономический университет
620144, Российская Федерация, Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной воли, 62/45;
e-mail: 13051957@bk.ru

Аннотация

В статье проводится анализ существующих в ряде зарубежных стран подходов к решению определенных проблем в сфере налогового администрирования. Главная цель исследования – изучение и анализ зарубежного опыта в сфере воздействия на поведение налогоплательщиков в процессе налогового администрирования с учетом теоретических аспектов поведенческой экономики. Исходя из поставленной цели решались задачи, связанные выявлением сущности используемых в зарубежной практике подходов к проблеме налогового администрирования, изучение основных моделей (подходов), применяемых налоговыми органами ряда зарубежных стран, анализ изменений в поведении налогоплательщиков после реализации налоговыми органами соответствующих мероприятий, выявление положительных и отрицательных сторон применяемого налоговыми органами воздействия на поведение налогоплательщиков. Методологическая база исследования основана на использовании системного анализа, позволяющего исследовать свойства и структуру объекта в качестве системы, состоящей из подсистем, компонентов, элементов и связей между ними с целью подготовки и обоснования предложений по преодолению проблем в области налогового администрирования. Информационной базой послужили научные публикации современных российских и зарубежных авторов, посвященные способам воздействия налоговых органов на поведение налогоплательщиков в сфере налогообложения и налогового администрирования. Основными методами исследования послужили структурно-функциональный и системный анализ, методы индукции и дедукции.

Результатами исследования является систематизация новых подходов к преодолению проблем в сфере налогового администрирования, позволяющая сформировать основные положения информационного налогового мониторинга реакции (поведения) налогоплательщиков на основе соответствующих инструментов налогового администрирования в целях преодоления проблем, возникающих в сфере налогообложения. Проведен краткий сравнительный анализ традиционного подхода, основанного на обнаружении и исправлении ошибок налогоплательщиков уже после их совершения, и нового подхода, основанного на превентивных мерах, направленных на выявление и устранение ошибок до их возникновения. Сделан вывод о том, «сдерживание», как традиционный инструмент налогового администрирования, является важным, но недостаточным для объяснения уровня соблюдения или несоблюдения

налогового законодательства. Требуется дальнейшая разработка и тестирование новых методов воздействия на поведение налогоплательщиков в целях определения наиболее эффективных из них в качестве инструмента налогового администрирования, направленного на увеличение налоговых доходов государства.

Для цитирования в научных исследованиях

Анисимов А.Л. Совершенствование подходов к проблеме налогового администрирования: обобщение зарубежного опыта // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 4А. С. 81-89. DOI: 10.34670/AR.2023.61.51.011

Ключевые слова

Налоговое администрирование; налогоплательщики; налоговые органы; налоговое законодательство; фактор; подход; способ; поведение; воздействие.

Введение

Разработке и совершенствованию налоговой политики посвящено значительное количество российских и зарубежных научных публикаций из сферы поведенческой экономики. Изучение и анализ поведения налогоплательщиков в части соблюдения налогового законодательства в целях повышения эффективности налогового администрирования является менее изученной областью. Тем не менее, выявление и понимание мотивов налогоплательщиков, их отношений к налоговым органам, их поведения в отношении налогообложения может улучшить как добровольное соблюдение налогового законодательства, так и эффективность налогового администрирования [Анисимов, 2015, 24].

Традиционный подход к проблеме повышения эффективности налогового администрирования фокусируется [Анисимов, 2015, 24] на обнаружении и исправлении ошибок после того, как они были допущены, то есть после подачи налоговых деклараций, осуществления иных действий или уплаты налоговых платежей. Однако во многих странах наблюдается растущая тенденция к разработке налоговыми органами более превентивных подходов, направленных на предотвращение ошибок до их возникновения [Keith Walsh, 2012, с. 464]. Это связано с попытками более глубокого понимания поведения и мотивации налогоплательщиков [Ариели, 2012; Демин, 2023]. По мнению ряда авторов, налоговые органы должны учитывать изменение поведения налогоплательщиков в сфере возникновения налоговых рисков, то есть любых неблагоприятных последствий для налогоплательщика, при разработке своих стратегий управления или соблюдения установленных требований налогового законодательства.

Каждое действие или письменное сообщение налоговых органов должно «резонировать» с поведенческими факторами налогоплательщиков, соответственно, налоговые органы должны быть внимательны к «общественным заблуждениям» или неточностям, которые могут повлиять на поведение конкретных плательщиков налогов. Задача налоговых органов заключается в доведении до общества мысли о том, что большинство налогоплательщиков честны, но те, кто таковыми не являются, успешно выявляются и привлекаются к ответственности. Такой подход, в том числе – по мнению автора, должен стать одним из определяющих моментов в деятельности налоговых органов. При этом, конечно, существуют возможности для вариаций в

отношении норм налогового законодательства, факторов «сдерживания», факторов «справедливости» и других факторов. Возможно, наиболее хорошо зарекомендовавшим себя примером такого превентивного подхода является модель «С самого начала», принятая Налоговой службой Швеции [Мустафаева, 2021, 464].

Модель данного налогового органа предполагает разработку более целостного представления о налогоплательщике на основе полученных знаний и проведенных исследований. Такой подход включает в себя обучение, активное взаимодействие с налогоплательщиками и их представителями, что облегчает соблюдение требований налогового законодательства, укрепляет доверие к налоговым органам и позитивным нормам [Thomas, 2013]. По мнению автора, изучение опыта других стран в реализации аналогичных стратегий, основанных на принципе «С самого начала», является для налоговых органов объективной необходимостью.

Организация Behavioral Insights в Великобритании достаточно успешно работает в области налогового администрирования, включая изучение способов облегчения соблюдения требований налогового законодательства, формирование «социальных норм» поведения налогоплательщиков и рассмотрения изменений в «архитектуре выбора» для улучшения соблюдения налоговых норм [Keith Walsh, 2012, 464].

Голландский подход «Горизонтального мониторинга» устанавливает соглашения между налогоплательщиками (в некоторых случаях - с отдельными налогоплательщиками, в других случаях - с группами налогоплательщиков) и налоговым органом [Keith Walsh, 2012, 464]. Такой подход фокусируется на сотрудничестве и взаимном доверии. В других странах, включая Ирландию, действуют аналогичные программы, хотя и не в таких масштабах [Keith Walsh, 2012, 464].

Еще один аспект, который следует учитывать, заключается в том, что сообщения об успешных мерах по борьбе с уклонением от уплаты налогов могут непреднамеренно создать впечатление, что несоблюдение требований налогового законодательства широко распространено, или может способствовать несоблюдению таких требований. Исходя из вышеизложенного, становится очевидным, что общение с налоговыми органами является ключевым инструментом воздействия на поведение налогоплательщиков. Формулировка и язык, используемые при общении с налогоплательщиками, будут оказывать значительное влияние на поведение последних. При этом даже простые изменения могут иметь значение. В целом, можно выделить два типа коммуникаций (подходов), которые следует использовать для влияния на поведение налогоплательщиков. Прямые подходы нацелены на конкретных налогоплательщиков посредством направления письменных сообщений отдельным лицам или группам налогоплательщиков. Прямой подход также может быть более пассивным, например, предоставление информации конкретным налогоплательщикам по конкретному вопросу. Косвенные подходы - это меры, которые воздействуют на большое число налогоплательщиков (или даже на всех налогоплательщиков) относительно неизбирательным образом, например, реклама, размещенная на рекламных щитах или телевидении. Чтобы полностью понять важность различных факторов, влияющих на налогоплательщиков, необходимо разработать соответствующие «пилотные проекты». Необходимо применять методы профилактики, регистрировать и измерять изменения в поведении налогоплательщиков. С точки зрения измерения воздействия на поведение, прямые и косвенные подходы создают, конечно, и

определенные различные проблемы. Эффект прямого подхода может быть измерен, если в условиях, основанных на фактических данных, будут созданы соответствующие группы налогоплательщиков для профилактики и контроля. Две выборки налогоплательщиков отбираются случайным образом, одна группа является целевой (группа профилактики), а другая - нет (контрольная). Поскольку две группы одинаковы, за исключением профилактики (применяемого вмешательства), любое последующее изменение в поведении между двумя группами может быть отнесено на счет профилактики.

При непрямых подходах часто невозможно точно измерить эффект воздействия, поскольку нет контрольной группы, с которой можно было бы сравнивать. Поведение можно измерить, например, с помощью опросов до и после (или сравнений, проведенных в разных областях). Можно предположить, что какие-либо изменения произошли в результате профилактического воздействия, но это не может быть известно с большой долей вероятности. Следует также отметить, что изменение поведения налогоплательщиков часто является долгосрочным проектом. Даже если профилактическое воздействие будет начато «сегодня», это может занять несколько лет до того, как почувствуется полное влияние на поведение налогоплательщиков.

Научный подход и важность измерения являются ключевыми в плане возможности извлекать уроки и делать соответствующие выводы из первоначального опыта и реализуемых пилотных проектов. Пилотный проект и анализ эффективности жизненно важны для проверки предложений, прежде чем они будут распространены на понимание поведения всех налогоплательщиков. В экономической терминологии прямое измерение в условиях обработки и контроля относится к контролируемым исследованиям. Более косвенные подходы, такие как сравнение людей в двух разных юрисдикциях или одних и тех же людей до и после изменений, известны как «естественные эксперименты». В дальнейшем результаты обеспечивают обратную связь для разработки новых идей и проектов в рамках, «непрерывного цикла открытия знаний».

Рассмотрим несколько аспектов, связанных с практическим применением рассмотренных выше подходов в целях положительного изменения поведения налогоплательщиков.

В ряде стран проводились эксперименты по изучению того, как предоставление налоговыми органами той или иной информации налогоплательщикам влияет на поведение последних. Несмотря на различия в сфере охвата, целью этих проектов являлось исследование и проверка «реакции налогоплательщиков» на различные виды информации, связанной с соблюдением налогового законодательства. В основном информация, предоставляемая налогоплательщикам, касается метода сдерживания (информация о проверках и штрафах), помощи (предложение помочь налогоплательщикам выполнить свои обязательства), образования (положительное использование налоговых поступлений) и социальных норм поведения (честный информация, свидетельствующая о том, что уклонение от уплаты налогов не так широко распространено, как кажется). В большинстве случаев информация доводилась до сведения налогоплательщиков посредством писем, отправленных до истечения крайних сроков подачи налоговых деклараций.

Так, в Ирландии письма с «мягким, услужливым тоном» получили самый высокий отклик – около 30 процентов. Более жесткое, авторитарное послание имело меньший эффект, но все же вызвало более высокий отклик (в районе 25 процентов), чем стандартное письмо (21 процент) [Keith Walsh, 2012, 466].

Получатели налоговых льгот на заработанный доход в США были случайным образом разделены на две группы. Первая группа получила дополнительную персонализированную

информацию от своих налоговых инспекторов, а вторая группа не получала никаких дополнительных сообщений от налогового органа. Анализ дальнейшего поведения налогоплательщиков показал эффективность подхода, применяемого к первой группе налогоплательщиков [Keith Walsh, 2012, 466]. Налоговая служба Великобритании направила письма налогоплательщикам, имеющим задолженность по налогам. Анализ показал, что большинство налогоплательщиков своевременно уплатили причитающиеся налоги [Keith Walsh, 2012, 467].

В США Министерство доходов штата Миннесота направило письма налогоплательщикам, приуроченные к крайнему сроку подачи налоговых деклараций. Типы писем были следующими: повышенная вероятность проведения налогового аудита (по сути – налоговой проверки); предложение о дополнительной помощи налогоплательщику; информационные сообщения об использовании налоговых поступлений для государственных услуг. Следует отметить, что угроза проведения налогового аудита усилила добровольное соблюдение требований для налогоплательщиков с низким и средним уровнем дохода, но было неоднозначным для налогоплательщиков с более высоким уровнем дохода. Расширенное предложение услуг не оказало никакого влияния.

Австралийское налоговое управление провело опрос группы налогоплательщиков, который показал, что люди воспринимают уклонение от уплаты налогов как более распространенное явление, чем оно есть на самом деле. Некоторым респондентам были даны отзывы о фактической распространенности несоблюдения налогового законодательства, другой группе была предоставлена возможность обратной связи (описательная обратная связь) с позиции социальной приемлемости несоблюдения налогового законодательства. Описательная обратная связь оказала незначительный эффект на дальнейшее поведение налогоплательщиков, а опрос без обратной связи не имел практически никакого эффекта.

В Израиле корпорациям были разосланы письма до истечения крайних сроков представления налоговой отчетности. Ни один из типов писем, ориентированных на устрашение или моральное убеждение, положительно не повлиял на отчет о продажах продукции, уплаченных налогах или налоговых вычетах. Имеются лишь некоторые свидетельства того, что корпорации, получившие такие письма, ориентированные на моральное убеждение, на самом деле увеличили свои отчисления.

В Швеции две группы писем от налоговых органов были разосланы налогоплательщикам – малым предприятиям также до истечения срока подачи налоговых деклараций. В первой группе писем сообщалось, что налоговые проверки будут сосредоточены на налогоплательщиках, декларирующих низкие денежные потоки (доходы). Во второй группе писем сообщалось, что налоговые проверки будут проводиться случайным образом. Результат такого подхода показал, что в представленных налоговых декларациях задекларированный доход увеличился за год на 20% для первой группы налогоплательщиков, на 11% для второй и на 9% для контрольной группы налогоплательщиков, которой письма не направлялись.

В целом, проведенные исследования показывают и доказывают, что содержание информации, предоставляемой налогоплательщикам, может положительно повлиять на их последующее поведение. Однако масштабы этих изменений в поведении налогоплательщиков весьма разнообразны, и эффективность различных факторов (норм, сдерживания и мотивов справедливости) не является однозначной. Это подтверждает дальнейшую и объективную

необходимость тестирования различных подходов и пилотных проектов, чтобы определить, какие варианты наиболее эффективны для тех или иных налогоплательщиков. Налоговые органы Швеции и Дании осуществляют деятельность, включающую своего рода маркетинговые исследования. В основном эти исследования (или кампании) касаются демонстрации и разъяснения важности налоговых поступлений для финансирования общественных благ и услуг, а также проблем, возникающих в результате вовлечения денежных средств налогоплательщиков в теневую экономику. Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что отношение и поведение в части «уровня соблюдения налогового законодательства» улучшились за период проведения такой кампании.

В Дании и Швеции особое внимание уделяется попыткам изменить отношение молодежи к проблемам уплаты налогов. Был опробован подход, заключающийся в посещении сотрудниками налоговых органов учебных заведений. Такие визиты преследовали две цели: укрепление позитивного отношения молодежи к налогообложению, а также ознакомление будущих налогоплательщиков с «работой» налоговой системы и налоговых органов. Проведенные в дальнейшем опросы и анализ показывают, что это положительно повлияло на дальнейшее поведение налогоплательщиков.

В Нидерландах расследование, проведенное налоговыми органами, было опубликовано в средствах массовой информации в качестве инструмента влияния на поведение налогоплательщиков. Значительная часть информационных сообщений в средствах массовой информации освещала налоговые риски и последствия обнаружения налоговых правонарушений, однако это не оказало значительного влияния на ожидаемый положительный результат.

Австралийское налоговое управление публикует информацию о «средней активности» налогоплательщиков в различных отраслях экономики. Эти «бизнес-ориентиры» информируют налогоплательщиков о том, что налоговые органы ожидают увидеть от предприятий, работающих в тех или иных отраслях (на основе налоговых деклараций и данных третьих сторон). Налогоплательщиков предупреждают, что, если они «выходят» за пределы этих норм (ниже или выше средних показателей по отрасли), то такие действия могут привлечь внимание налоговых органов.

Из вышеизложенного следует, что налоговые органы рассмотренных зарубежных стран осуществляют несколько своего рода «пилотных проектов», основанных на фактических данных, по различным налогам и группам налогоплательщиков. Такие проекты включают письма, поощряющие продление акцизных лицензий, погашение задолженности по налогам и соблюдение требований налогового законодательства. Результаты анализа показывают, что опробованные воздействия на налогоплательщиков улучшили, в целом, соблюдение требований налогового законодательства.

Помимо реализуемых пилотных проектов, еще одним способом прямой коммуникации является предварительное заполнение определенных налоговых деклараций и форм, отправляемых налогоплательщикам, с информацией, которая уже известна налоговому органу. Основная идея заключается в том, чтобы снизить необязательные временные затраты налогоплательщиков. Это, в свою очередь, повышает качество обслуживания последних за счет снижения сложности и снижает вероятность несоблюдения требований налогового законодательства. Поведенческие исследования обеспечивают более глубокое понимание

налогоплательщика поведение. В контексте налогового администрирования «поведенческая» литература предлагает основу для воздействия на налогоплательщиков с целью улучшения соблюдения требований налогового законодательства и качественного обслуживания налогоплательщиков.

Заключение

В качестве заключения автор считает необходимым отметить следующие основные моменты. Результаты проведенных налоговыми органами исследований показывают, что сдерживание, как традиционный инструмент налогового администрирования, является важным, но недостаточным для объяснения уровня соблюдения налогового законодательства в обществе. Важны и другие факторы, в частности влияние личных норм и доверие к налоговым органам. Восприятие преобладающих социальных норм также имеет важное значение, но, по-видимому, оказывает меньшее влияние на налогоплательщиков, чем личные нормы. У налоговых органов имеется значительное количество «инструментов профилактики», доступных для изменения поведения налогоплательщиков. Однако такие инструменты, как, например, налоговый аудит, влекут за собой и значительные затраты. Понимание поведения налогоплательщиков и влияние на него предлагают достаточно эффективный подход, дополняющий другие варианты воздействия. В первую очередь это относится к методам профилактики налоговых правонарушений, направленных на повышение уровня добровольного соблюдения требований налогового законодательства. Конечно, ряд и других, относительно маломасштабных, но целенаправленных воздействий могут оказать значительное влияние на поведение налогоплательщиков. Например, статистическая сегментация предлагает выявление и разделение налогоплательщиков на определенные сегменты, дальнейшее совершенствование процедур для конкретных групп налогоплательщиков, а поведенческие исследования служат основой влияния на их (налогоплательщиков) действия. Пилотные проекты по разработке и тестированию используемых методов воздействия на поведение налогоплательщиков должны продолжаться в целях определения наиболее эффективных из них, в том числе – в качестве инструмента налогового администрирования, направленного на увеличение налоговых доходов государства.

Библиография

1. Анисимов А. Л. Эффективность налогового администрирования в налоговой системе Российской Федерации // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2015. – №1 (57) . – С.24 – 30.
2. Ариели Д. Поведенческая экономика. Почему люди ведут себя иррационально и как заработать на этом / Д. Ариели. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 296 с.
3. Демин А.В. Психологические факторы налогового комплайенса // Психология и право. – 2023. –Том 13. – № 1. – С. 170 – 178.
4. Как сформировать четкую налоговую стратегию. – URL: <https://www.fd.ru/articles/38371-plan-igry>.
5. Кобзева Т. Я. Налогоплательщик: его экономический статус, восприятие налогов и налогообложения / Т. Я. Кобзева // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. Науч. конф. – Санкт-Петербург: Свое издательство. – 2015. – С. 92 – 97.
6. Мустафаева Н. Х. Поведенческая экономика как направление современной экономической мысли. //Молодой учёный. –2021. – №14 (356) . –С.92 – 94.
7. Содержание и классификация инструментов налогового регулирования. – URL: https://studref.com/479280/ekonomika/soderzhanie_klassifikatsiya_instrumentov_nalogovogo_regulirovaniya.
8. Талер Ричард. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Ричард Талер; [пер. с. англ. А. Прохоровой]. –Москва: Издательство «Э», 2017. – 368 с.

-
9. 9. Keith Walsh. Understanding Taxpayer Behaviour – New Opportunities for Tax Administration // *The Economic and Social Review*. – 2012. – Vol. 43. – No. 3. – pp. 451 – 475.
 10. 10. Thomas K.D. Presumptive Collection: A Prospect Theory Approach to Increasing Small Business Tax Compliance // *Tax Law Review*. – 2013. – Vol. 67. – № 1. – P. 111–168. – URL: <http://ssrn.com/abstract=2316233>.

Improving approaches to the problem of tax administration: generalization of foreign experience

Andrei L. Anisimov

PhD in Economics, Associate Professor,
Ural State University of Economics,
620144, 62/45, st. March 8/Narodnaya Volya,
Ekaterinburg, Russian Federation;
e-mail: 13051957@bk.ru

Abstract

The article analyzes the approaches existing in a number of foreign countries to solving certain problems in the field of tax administration. The main purpose of the study is to study and analyze foreign experience in the field of influencing the behavior of taxpayers in the process of tax administration, taking into account the theoretical aspects of behavioral economics. Based on this goal, the tasks related to identifying the essence of approaches to the problem of tax administration used in foreign practice, studying the main models (approaches) used by tax authorities of a number of foreign countries, analyzing changes in the behavior of taxpayers after the implementation of relevant measures by tax authorities, identifying the positive and negative sides of the impact applied by tax authorities on the behavior of taxpayers were solved. The methodological basis of the study is based on the use of system analysis, which allows to study the properties and structure of an object as a system consisting of subsystems, components, elements and connections between them in order to prepare and substantiate proposals to overcome problems in the field of tax administration. The information base was the scientific publications of modern Russian and foreign authors devoted to the ways of influence of tax authorities on the behavior of taxpayers in the field of taxation and tax administration. The main research methods were structural-functional and system analysis, induction and deduction methods. The results of the study are the systematization of new approaches to overcoming problems in the field of tax administration, which makes it possible to form the main provisions of information tax monitoring of the reaction (behavior) of taxpayers on the basis of appropriate tax administration tools in order to overcome problems arising in the field of taxation. A brief comparative analysis of the traditional approach based on the detection and correction of taxpayer errors after they have been committed, and a new approach based on preventive measures aimed at identifying and eliminating errors before they occur. It is concluded that "deterrence", as a traditional tool of tax administration, is important, but insufficient to explain the level of compliance or non-compliance with tax legislation. Further development and testing of new methods of influencing the behavior of taxpayers is required in order to determine the most effective of them as a tool of tax administration aimed at increasing the tax revenues of the state.

For citation

Anisimov A.L. (2023) Sovershenstvovanie podkhodov k probleme nalogovogo administrirovaniya: obobshchenie zarubezhnogo opyta [Improving approaches to the problem of tax administration: generalization of foreign experience]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (4A), pp. 81-89. DOI: 10.34670/AR.2023.61.51.011

Keywords

Tax administration; taxpayers; tax authorities; tax legislation; factor; approach; method; behavior; impact.

References

1. Anisimov A. L. Efficiency of tax administration in the tax system of the Russian Federation // *Izvestiya Ural State University of Economics*. – 2015. – №1 (57). – Pp.24 – 30.
2. Arieli D. Behavioral economics. Why people behave irrationally and how to make money on it / D. Arieli. – M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2012. – 296 p.
3. Demin A.V. Psychological factors of tax compliance // *Psychology and law*. – 2023. – Volume 13. – No. 1. – pp. 170 – 178.
4. How to form a clear tax strategy. – URL: <https://www.fd.ru/articles/38371-plan-igry>.
5. Kobzeva T. Ya. Taxpayer: his economic status, perception of taxes and taxation / T. Ya. Kobzeva // *Problems and prospects of economics and management: materials of the IV International. Scientific Conference – St. Petersburg: Its publishing house*. – 2015. – pp. 92-97.
6. Mustafaeva N. H. Behavioral economics as a direction of modern economic thought. // *Young scientist*. -2021. – №14 (356). – Pp.92 – 94.
7. Content and classification of tax regulation instruments. – URL: https://studref.com/479280/ekonomika/soderzhanie_klassifikatsiya_instrumentov_nalogovogo_regulirovaniya.
8. Thaler Richard. The New behavioral Economy: why people violate the rules of the traditional economy and how to make money on it / Richard Thaler; [translated from English by A. Prokhorova]. –Moscow: Publishing House «E», 2017. – 368 p.
9. Keith Walsh. Understanding Taxpayer Behaviour – New Opportunities for Tax Administration // *The Economic and Social Review*. –2012. – Vol. 43. – No. 3. – pp. 451 – 475.
10. Thomas K.D. Presumptive Collection: A Prospect Theory Approach to Increasing Small Business Tax Compliance // *Tax Law Review*. – 2013. – Vol. 67. – № 1. – P. 111–168. – URL: <http://ssrn.com/abstract=2316233>.