

# Jak wzmocnić dyscyplinę podatkową? Wpływ charakteru komunikatu perswazyjnego i moralności podatkowej na zachowanie podatników

Małgorzata Niesiobędzka

Uniwersytet Gdański, Instytut Psychologii

Celem badań było ustalenie, który rodzaj komunikatów perswazyjnych w największym stopniu podnosi dyscyplinę podatkową. Badanie przeprowadzono w planie eksperymentalnym:  $4 \times$  rodzaj argumentów wykorzystanych w komunikacie perswazyjnym (prawne, apel do poczucia obowiązku obywatelskiego, szkoda ogółu, szkoda konkretnych grup)  $\times$  2 poziomy moralności podatkowej (niski vs. wysoki). Zmienną zależną była wysokość kwoty nieuwzględnionej w formularzu podatkowym. Najskuteczniejszy okazał się komunikat, w którym badanych zniechęcano do uchylania się od opodatkowania, odwołując się do poczucia obowiązku obywatelskiego. Uzyskane wyniki stanowią obiecującą perspektywę w tworzeniu skutecznych narzędzi perswazyjnych wzmacniających dyscyplinę podatkową.

Słowa kluczowe: *uchylanie się od opodatkowania, perswazja, moralność podatkowa*

Zjawisko uchylania się od opodatkowania jest, zdaniem wielu ekspertów, jednym z najpoważniejszych problemów finansów publicznych we współczesnym świecie. Coraz częściej badacze zajmujący się ograniczaniem zjawiska uchylania się od opodatkowania podkreślają konieczność połączenia dorobku różnych dyscyplin naukowych, szczególnie włączenia do modeli ekonomicznych dorobku socjologii i psychologii – nauk poszerzających płaszczyznę analizy zachowania podatników. Płacenie podatków oznacza, po pierwsze, zgłoszenie należnej kwoty podatków, po drugie, złożenie formularza podatkowego w określonym ustawowo czasie oraz, po trzecie, zapłacenie należnej kwoty podatków w przewidzianym przez prawo podatkowe czasie. Większość przypadków uchylania się od opodatkowania, podobnie jak większość analiz badawczych, dotyczy nieujawnienia lub podania nieprawdziwego stanu faktycznego albo prawnego, z którym jest związany obowiązek podatkowy. Przejawem tego typu zachowań jest niezgłoszenie obowiązku podatkowego, zatajenie źródeł przychodów, skorzystanie z ulg, które podatnikowi nie przysługują,

przedstawianie fałszywych wydatków, odliczeń amortyzacji z tytułu nieistniejących środków trwałych, fałszowanie ksiąg podatkowych, rachunków, fikcyjny eksport (Gomułowicz, Małecki, 2008). Działania administracji skarbowej, których celem jest ograniczenie skali zjawiska uchylania się opierają się głównie na założeniach modeli oporu, akcentujących rolę takich czynników, jak surowość sankcji czy prawdopodobieństwo kontroli dokumentów. Takiemu podejściu sprzyja rozwój technologii informacyjnych, dzięki którym administracja dysponuje coraz skuteczniejszymi technikami wykrywania przypadków uchylania się od podatku. Na przykład administracja skarbową w Stanach Zjednoczonych od lat 60. ubiegłego wieku analizuje dyscyplinę podatkową za pomocą programu TCMP: *Taxpayer Compliance Measurement Program* (obecnie jego wersją zmodyfikowaną – NRP: *National Research Program*; Slemrod, 2007). W stosunku do indywidualnych podatników program określa parametry typowania osób do kontroli skarbowej w oparciu o różne metody statystyczne (modele regresji, modele logitowe, analizę dyskryminacji). Koncentracja uwagi na wykrywaniu oszustw podatkowych sprawia, że inne sposoby podnoszenia dyscypliny podatkowej są rzadko stosowane. Uzupełnieniem programów typowania mogą być kampanie reklamowe

Małgorzata Niesiobędzka, Uniwersytet Gdański, Instytut Psychologii, ul. Bażyńskiego 4, 80-952 Gdańsk,  
e-mail: psymn@ug.edu.pl

zachęcające do dobrowolnego i rzetelnego wypełnienia obowiązków podatkowych. W procesie komunikacji społecznej niezwykle ważną kwestią jest skuteczność argumentów oraz ich dostosowanie do określonych grup podatników. Tym zagadnieniom jest poświęcona niniejsza praca.

### **Podnoszenie dyscypliny podatkowej w oparciu o argumenty bazujące na modelu oporu**

Dominujące zarówno czasowo, jak i przestrzennie sposoby i formy zapobiegania uchylaniu się od opodatkowania stawiają głównie na czynniki ekonomiczne. Za najlepszą egzemplifikację tego podejścia można uznać model oporu zaproponowany przez Michaela Allinghama i Angara Sandmo na początku lat siedemdziesiątych (Allingham, Sandmo, 1972). Zgodnie z założeniami modelu dotkliwe kary oraz wysokie prawdopodobieństwo kontroli zniechęcają do uchylania się od opodatkowania, ponieważ redukują oczekiwane korzyści związane z taką decyzją. Wpływ wysokości stawki podatkowej i wysokości dochodów jest mniej jednoznaczny. Z jednej strony wysokie dochody i wysokie stawki podatkowe zachęcają do uchylania się, ponieważ kwoty potencjalnych zysków są wyższe. Z drugiej, malejąca marginalna użyteczność jednostki pieniężnej zmniejsza subiektywnie odczuwaną wartość korzyści finansowych. Wyniki badań sondażowych i eksperymentalnych na ogół potwierdzają znaczącą rolę wysokości prawdopodobieństwa kontroli, wysokości stawki podatkowej oraz wysokości dochodów (Alm, Jackson, McKee, 1992; Anderhub i in., 2001; Baldry, 1987; Bayer, Sutter, 2009; Clotfelter, 1983; Dubin, Wilde, 1988; Gërshman, Schram, 2006; Joutfain, Rider, 1996; Moser, Evans III, Kim, 1995; Niesiobędzka, 2012; Pommerehne, Frey, 1992; Slemrod, Blumenthal, Christian, 2001; Trivendi, Shehade, Lynn, 2003; Witte, Woodbury, 1985). Jedynie nieliczne badania nie potwierdziły wpływu tych czynników na zachowanie podatników (Anderhub i in., 2001; Baldry, 1987; Feinstein, 1991; Park, Hyuan, 2003).

Inaczej sytuacja przedstawia się odnośnie do czynnika oporu, jakim jest wysokość sankcji. W większości przypadków wyniki badań sondażowych i eksperymentalnych demonstrowują brak związku między surowością kary a uchylaniem się od opodatkowania (Bayer, Sutter, 2009; Elffers, Weigl, Hessing, 1987; Varma, Doob, 1998). Wyjątkiem są prace Stevena Kleppera i Daniela Nagina (1989) oraz Gregory'ego Carnesa i Teda Englebrechta (1995). Co ciekawe, ustawodawcy oraz organy stosujące prawo podatkowe, mając na uwadze redukcję skali uchylania się od opodatkowania, opierają swoje działania głównie, o ile nie wyłącznie, na polityce karania

i kontroli, i w celu podnoszenia dyscypliny podatkowej są skłonni do zaostrzania intensywności kontroli oraz surowości sankcji. Przekonanie, że te oba narzędzia są najlepszymi środkami do zmniejszania skali uchylania się od opodatkowania jest szeroko rozpowszechnione w elitach politycznych (Varma, Doob, 1998). A tymczasem zaostrzenie kar może nie przynieść spodziewanych rezultatów, więcej – przez zmiany w moralności podatkowej może nasilić opór podatkowy. Przykład Argentyny dowodzi ograniczeń polityki zaostrzania prawa podatkowego. Władze państwa w obliczu stale zmniejszających się wpływów z podatków tak zmieniły prawo podatkowe, że w części przypadków zamiast grzywny zaczęto stosować karę więzienia. Rozszerzenie zakresu oddziaływania prawa karnego przyniosło znaczący spadek oszustw podatkowych, ale na krótko. Przed zaostrzeniem sankcji odsetek osób uchylających się wynosił średnio 60%, rok po wprowadzeniu zmian już tylko 35,6%, dwa lata później 40,5%, a cztery lata po reformie wzrósł do 51% (Bergman, 1998).

Prowadzona przez państwo polityka zwiększania dyscypliny podatkowej, opierająca się wyłącznie na czynnikach ekonomicznych, ma wpływ nie tylko na opłacalność uchylania się, ale także kształtuje poglądy podatników na temat podatków, ich postrzeganie siebie w roli obywateli, na ich poczucie zobowiązania wobec państwa, tym samym istotnie kształtuje mentalność i moralność podatkową.

### **Podnoszenie dyscypliny podatkowej w oparciu o argumenty moralne**

Zgodnie z założeniami modelu oporu podstawowym kryterium podejmowania decyzji dotyczących płacenia lub uchylania się od opodatkowania jest maksymalizacja bogactwa, a głównym motywem działania troska o dobro własne. Nie zawsze jednak niskie prawdopodobieństwo kontroli formularzy czy łagodne sankcje skutkują uchylaniem się od opodatkowania. Wpływ tych czynników na zachowanie jednostki w znaczący sposób ogranicza moralność podatkowa, czyli zinternalizowane poczucie zobowiązania podatnika wobec państwa (Feld, Frey, 2005). Badania potwierdziły bezpośrednie negatywne związki łączące moralność podatkową z uchylaniem się od opodatkowania (Alm, McClelland, Schulze, 1999; Alm, Torgler, 2006; Bosco, Mittone, 1997; Braithwaite, Ahmed, 2005; Cummings i in., 2009; Dell'Anno, 2009; Eisenhauer, 2008; Feld, Frey, 2002; Frey, 2003; Henderson, Kaplan, 2005; Lewis, 1982; Torgler, 2003, 2004a, 2005a,b; Traxler, 2010). James Alm i Benno Torgler (2006), wykorzystując opracowane przez Friedricha Schneidera i Roberta Klinglmaira

(2004) estymatory szarej strefy oraz dane z WVS, ujawnili istotny negatywny związek między poziomem moralności podatkowej i wielkością szarej sfery. Rozmiar szarej strefy jest najniższy w takich krajach, jak Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Austria, czyli w państwach o wysokiej moralności podatkowej. Analiza regresji wykazała, że moralność podatkowa wyjaśnia ponad 20% wariacji zakresu szarej strefy. Podobne wyniki uzyskali Weck (1983; za: Torgler, 2005), Riahi-Belkaoui (2004) oraz Torgler (2001; za: Torgler, 2005). Ponadto moralność podatkowa zmienia siłę oddziaływania czynników o charakterze ekonomicznym. Badania wykazały, że postrzegana wysokość prawdopodobieństwa ujawnienia uchylania się od opodatkowania ma wpływ jedynie na zachowanie podatników aprobujących zaniżanie uzyskanych dochodów (niska moralność podatkowa; Ghosh, Crain, 1996). Odrzucenie tego rodzaju postępowania sprawia, że prawdopodobieństwo kontroli nie ma znaczenia – badanych potępiających uchylanie się od opodatkowania cechuje wysoka dyscyplina podatkowa zarówno w warunkach wysokiego, jak i bardzo niskiego prawdopodobieństwa kontroli dokumentów. Średnia wysokość zatajanych dochodów przez osoby o niskiej moralności podatkowej w warunkach niskiego prawdopodobieństwa kontroli była ponaddwukrotnie wyższa niż w warunkach wysokiego ryzyka kontroli. Natomiast średnia wysokość zatajanych dochodów przez osoby o wysokiej moralności podatkowej w warunkach niskiego i wysokiego ryzyka kontroli była zbliżona (Ghosh, Crain, 1996).

Związek moralności podatkowej i dyscypliny podatkowej stanowił przesłankę do badania skuteczności perswazji o charakterze moralnym. W przeprowadzonym wspólnie z urzędem skarbowym stanu Minnesota eksperymencie Joela Slemroda, Marshy Blumenthal i Charlesa Christiana (2001) wybrani podatnicy (grupa eksperymentalna) otrzymali w okresie poprzedzającym złożenie formularzy list zachęcający do uczciwego płacenia podatków, w którym podkreślono korzyści całego społeczeństwa płynące z takiego postępowania. Podatnicy z grupy kontrolnej nie otrzymali żadnego listu. Porównanie wysokości dochodów deklarowanych w obu grupach w roku sprzed i po manipulacji nie wykazało istotnej różnicy: perswazja odwołująca się do poczucia społecznej odpowiedzialności okazała się nieskuteczna. Podobne rezultaty otrzymali John T. McGraw i Kathleen Scholz (1991) oraz Benno Torgler (2004b). Torgler porównał zachowanie dwóch grup podatników ze szwajcarskiej gminy Trimbach: osób, do których wysłano list podpisany przez lokalnego komisarza podatkowego zawierający apel o rzetelne wypełnianie zobowiązań podatkowych, podkreślający korzyści takiego postępowania dla

całej społeczności, oraz osób z grupy kontrolnej, która nie otrzymała żadnego listu. Analizowano dwa aspekty zachowań podatników: terminowe złożenie formularza podatkowego oraz terminowe zapłacenie należnej kwoty podatków. Wartości średnich w przypadku obu tych aspektów zachowań były prawie identyczne w grupie eksperymentalnej i kontrolnej. Również porównanie zachowania członków grupy eksperymentalnej z okresu przed manipulacją i po niej nie wykazało znaczących zmian w terminowym wypełnianiu zobowiązań jako podatnika. Odwołanie się do sumień podatników okazało się mało skuteczne głównie dlatego, że i tak zdecydowana większość badanych składała swoje formularze (92%) oraz płaciła podatki w wyznaczonym terminie (91%; Torgler, 2004b).

Niska skuteczność perswazji bazującej na poczuciu moralności podatkowej może być efektem oddziaływania dwóch czynników: rodzaju wzbudzonej orientacji etycznej oraz znaczenia wymiaru moralnego w ocenie postępowania własnego i innych. Apel do sumienia podatników to przejaw odwołania się do argumentacji deontologicznej, opartej na pojęciu obowiązku, słuszności albo prawa: uchylanie się od opodatkowania jest samo w sobie czynem nagannym. Ten typ argumentacji powinien być skuteczny, zwłaszcza gdy przekaz perswazyjny będzie odwoływał się do poczucia lojalności i troski o państwo, do obowiązku obywatelskiego, czyli wewnętrznego przekonania jednostki o tym, jak obywatele powinni postępować wobec instytucji państwa wyznaczających zachowanie (Orviska, Hudson, 2002). W prezentowanych eksperymentach dotyczących perswazji moralnej (McGraw, Scholz, 1991; Slemrod, Blumenthal, Christian, 2001; Torgler, 2004b) badacze odwoływali się wyłącznie do konsekwencjalizmu, orientacji, zgodnie z którą wartość czynu bierze się w pełni z wartości jego konsekwencji. W badaniach tych uchylanie prezentowano jako przykład zachowania naruszającego dobro ogółu: oszukiwanie przy podatkach przynosi szkody wszystkim. Odwołanie się do ogólnej, abstrakcyjnej kategorii może znacząco obniżyć skuteczność tego rodzaju argumentacji, ponieważ przestępstwa naruszające dobro bezosobowe – organizacji, państwa – są zazwyczaj oceniane znacznie łagodniej niż przestępstwa naruszające dobro jednostkowe (Jasińska-Kania, 2002; McIntosh, Veal, 2001). Personifikacja szkody powinna wzmacniać siłę oddziaływania komunikatów perswazyjnych zgodnych z konsekwencjalizmem. Jeśli chodzi o podatki, personalizacja szkody będzie polegała na wyraźnym określeniu w komunikacie grup, które poniosą skutki braku środków w budżecie, i z którymi łatwo może identyfikować się jednostka.

Kolejną kwestią w analizie skuteczności tego podejścia jest fakt zróżnicowania poziomu moralności podatkowej w społeczeństwie. Brak kontroli rygorystycznego vs. permissywnego osób badanych w kwestii oszustw podatkowych to podstawowy mankament badań nad skutecznością perswazji moralnej jako alternatywnej strategii podniesienia dyscypliny podatkowej. Argumenty o charakterze moralnym przekonują głównie osoby, dla których wymiar moralny ma istotne znaczenie przy podejmowaniu decyzji i które ponadto znajdują się na wyższym poziomie rozwoju moralnego. Według Lawrence'a Kohlberga pełny cykl rozwoju moralnego można opisać jako następstwo sześciu stadiów połączonych w trzy poziomy. Na poziomie przedkonwencjonalnym i konwencjonalnym przestrzeganie reguł ma charakter instrumentalny oraz konformistyczny, dopiero na poziomie postkonwencjonalnym postępowaniem jednostki kierują uniwersalne zasady etyczne. Interioryzacja i aprobata zasad umowy społecznej skutecznie powstrzymują przed uchylaniem się od opodatkowania. O znaczeniu wymiaru moralnego w życiu jednostki i poziomie rozwoju moralnego pozwalają wnioskować wartości wskaźników – U (*utilizer score*) i P (*principled morality score*) w *Teście definiowania zagadnień* (*The Defining Issues Test, DIT*) Jamesa Resta (Gołąb, 1999; Doyle, Frecknall-Hughes, Summers, 2009). DIT służy do diagnozy sądów moralnych w oparciu o sposób podejścia do dylematu moralnego, w którym są sobie przeciwstawione dwie lub więcej norm społecznych. Pierwszy wskaźnik (U) odzwierciedla stopień, w jakim jednostka wykorzystuje wymiar moralny w procesie podejmowania decyzji, drugi (P) określa stopień rozwoju moralnego. Wskaźnik P ukazuje procentowy udział dwóch stadiów z poziomu postkonwencjonalnego (stadium 5: aprobata zasad umowy społecznej, stadium 6: uniwersalne zasady etyczne) w odpowiedziach udzielanych we wszystkich prezentowanych dylematach. Oba te wskaźniki zostały wykorzystane przez Stevena E. Kaplana, Kaye'a J. Newberry'ego i Philipa M. J. Reckersa (1997) w eksperymencie dotyczącym wpływu perswazji moralnej na skłonność do uchylania się od opodatkowania. W badaniach uczestniczyły wyłącznie osoby, dla których wymiar moralny miał istotne znaczenie (wysokie wartości wskaźnika U), znajdujące się na różnych poziomach rozwoju moralnego (niski, wysoki – klasyfikacja w oparciu o wartości wskaźnika P). Wyniki ujawniły, że perswazja o charakterze moralnym nie ma wpływu na skłonność do uchylania się od podatków osób o niskich wartościach współczynnika P, w przeciwieństwie do argumentacji akcentującej prawne skutki oszukiwania przy podatkach. W grupie badanych o niskich wartościach współczynnika P średnia kwota

ukrytych dochodów była znacząco niższa wówczas, gdy stosowano argumenty prawne, niż gdy odwoływano się do sumień jej członków. O ile podkreślanie wysokości kar i możliwości kontroli miało wpływ na zachowanie osób o niskim poziomie rozwoju moralnego, o tyle okazało się całkowicie nieskuteczne w stosunku do osób znajdujących się na wyższym poziomie rozwoju moralnego. Można zatem oczekiwać zróżnicowania wpływu perswazji moralnej na zachowanie osób badanych.

Celem badań własnych było ustalenie, który rodzaj komunikatów perswazyjnych w największym stopniu podnosi dyscyplinę podatkową. Na podstawie wyników dotychczasowych badań oczekiwano większej skuteczności perswazji opartej na czynnikach ekonomicznych niż perswazji moralnej (hipoteza 1). W badaniu założono, że wśród komunikatów o charakterze moralnym skuteczniejsze będą komunikaty odwołujące się do sumienia obywatelskiego oraz akcentujące spersonalizowaną szkodę niż komunikaty podkreślające szkodę ogółu (hipoteza 2). Założono także, że perswazja oparta na czynnikach ekonomicznych (sankcje, kontrola) będzie miała wpływ wyłącznie na podatników aprobujących zaniżanie uzyskanych dochodów. Natomiast badanych potępiających uchylanie się od opodatkowania powinny w większym stopniu przekonać komunikaty odwołujące się do argumentacji deontologicznej (poczucia obywatelskiego) oraz konsekwencjalizmu (komunikaty akcentujące spersonalizowaną szkodę, szkodę ogółu) niż argumenty podkreślające sankcje finansowe i karne (hipoteza 3).

## METODA

### Grupa badana i projekt badawczy

W badaniach wzięły udział 182 osoby: 69 mężczyzn i 113 kobiet w wieku 21–60 lat ( $M = 34,28$ ;  $SD = 14,61$ ) z wykształceniem średnim ( $n = 112$ ) i wyższym ( $n = 70$ ). Eksperyment przeprowadzono w projekcie badawczym porównań międzygrupowych:  $4 \times$  (rodzaj argumentów wykorzystanych w komunikacie perswazyjnym: ekonomiczne, apel do poczucia obowiązku obywatelskiego, szkoda ogółu, szkoda konkretnych grup)  $\times 2$  poziom moralności podatkowej (niski vs. wysoki). Zmienną zależną była wysokość kwoty nieuwzględnionej w formularzu podatkowym.

### Materiały i procedura

Badanie składało się z części kontrolnej, części eksperymentalnej oraz z części opartej na pomiarze kwestionariuszowym. W części kontrolnej dokonano pomiaru uchylania się przed wprowadzeniem komunikatów perswazyjnych. Potem następowały zadania buforowe, oddzielające część kontrolną od eksperymentalnej.

W części eksperymentalnej wprowadzono komunikat perswazyjny zniechęcający do uchylania się od opodatkowania, manipulując rodzajem argumentów zawartych w przekazie perswazyjnym: argumenty ekonomiczne, apel do poczucia obowiązku obywatelskiego, szkoda ogółu, szkoda konkretnych grup. Następnie ponownie dokonano pomiaru uchylania się od płacenia podatku. W części kwestionariuszowej zbadano moralność podatkową.

#### **Pomiar uchylania się w warunkach kontrolnych przed wprowadzeniem komunikatów perswazyjnych.**

Na początku badania respondentów proszono, aby zapoznali się z sytuacją opisującą postępowanie pewnej osoby, która będąc właścicielem dużej, ogólnopolskiej firmy, zaplanowała trzydniowy wyjazd z rodziną do Pragi, a następnie koszty wyjazdu (3500 zł) zaksięgowwała w całości koszty jako koszty służbowe. Po zapoznaniu się z opisem proszono badanych, aby wyobrazili sobie siebie na miejscu danej osoby i podali wysokość kwoty, którą zaksięgowaliby jako koszty służbowe.

**Zadania buforowe.** W dalszej części badania jego uczestnicy wypełniali zadania buforowe oddzielające część kontrolną od eksperymentalnej: wskazywali, kto ma największe szanse, by zostać właścicielem firmy (np. kobieta vs. mężczyzna; osoba młoda vs. w średnim wieku vs. starsza) oraz szeregowali właściwości niezbędne do odniesienia sukcesu w życiu zawodowym (np. inteligencja, kreatywność, skłonność do ryzyka).

**Manipulacja rodzajem argumentów zawartych w przekazie perswazyjnym.** Po wypełnieniu zadań buforowych proszono badanych, aby uważnie przeczytali informację o podatkach, sposobach zapobiegania uchylaniu się od opodatkowania (komunikat perswazyjny), a następnie odpowiedzieli na pytanie, dlaczego niektórzy nie płacą podatków. Każda z grup eksperymentalnych zapoznawała się z ogólnym opisem systemu podatkowego, w którym akcentowano fiskalny cel podatków („Wprowadzenie wzorowanego na krajach rozwiniętej gospodarki rynkowej systemu podatkowego stanowiło ważne doświadczenie społeczne, pokazało bowiem, iż głównym źródłem dochodów państwa są obywatele i ich aktywność. Pieniądze podatników zastąpiły państwowe pieniądze. Jednym z podstawowych źródeł wpływów budżetowych państwa są wpływy z podatków dochodowych od osób fizycznych [PIT] i osób prawnych, firm [CIT]”) oraz wybranym rodzajem komunikatu perswazyjnego zachęcającego do uczciwego płacenia podatków. W komunikacie adresowanym do pierwszej grupy

eksperymentalnej ( $n = 45$ ) akcentowano czynnik ekonomiczny („Ustawodawca wyposażył organy skarbowe w szereg instrumentów, których celem jest podniesienie dyscypliny podatkowej. Urzędy skarbowe nakładają sankcje finansowe i karne na osoby zaniżające swoje dochody czy zwyżające koszty, wysokość odpisów. Osoba, która uchylła się od opodatkowania, musi zapłacić: [a] właściwą kwotę podatków, [b] odsetki od tej kwoty, [c] karę pieniężną i [d] odsetki od kary finansowej [...]”). W drugiej grupie ( $n = 47$ ) odwołano się do poczucia obowiązku obywatelskiego, sumienia obywateli („W demokracji państwo należy do obywateli. To obywatele są odpowiedzialni za jego finansową stabilność. Osoby, które uchylają się od opodatkowania, po prostu nie płacą swojego wkładu. Takie osoby trudno uznać za odpowiedzialnych obywateli, niezależnie od sposobu wyjaśnienia zasadności takiego postępowania”). W grupie trzeciej ( $n = 45$ ) podkreślano ogólne szkody, jakie niesie za sobą uchylanie się od opodatkowania („[...] każdy taki akt podważa zaufanie do system opartego na dobrowolnej współpracy obywatela z urzędem. Uchylanie się od podatku zachęca innych do podobnego działania, do spadku odpowiedzialności za wspólne dobro, w efekcie w obliczu spadających wpływów niezbędnym krokiem może stać się podniesienie podatków wszystkim, także tym, którzy uczciwie płacą swoje podatki”). W czwartej grupie ( $n = 45$ ) wyraźnie prezentowano szkody poszczególnych grup („[...] Taki sposób postępowania sprawia, że straty ponosi każdy z nas: jako kierowcy jeździmy po gorszych drogach, jako pasażerowie jesteśmy skazani na tabor komunikacyjny niskiej jakości – przestarzałe pociągi i autobusy komunikacji miejskiej, nasze dzieci uczą się w gorszych warunkach”).

#### **Pomiar uchylania się w warunkach eksperymentalnych po wprowadzeniu komunikatów perswazyjnych.**

Po przeczytaniu tekstu o podatkach i komunikatu perswazyjnego badani zapoznali się z opisem uchylania się od opodatkowania w sytuacji wynajmu mieszkania („Anna Dębrowicz jest menedżerem w dużej firmie, podobnie jak jej mąż Piotr. Dwa lata temu Państwo Dębrowiczowie odziedziczyli duże, dwupokojowe mieszkanie po dziadkach pani Anny. Obecnie wynajmują je za 1700 zł. Pieniądze za wynajem w całości płyną do ich kieszeni, ponieważ nie uwzględniają ich w swoim formularzu podatkowym”). Następnie badani podali kwotę (w złotych) z wynajmu, którą uwzględniliby w tej sytuacji w swoim formularzu podatkowym.

**Pomiar moralności podatkowej.** Po zapoznaniu się z komunikatem perswazyjnym i ponownym pomiarze

uchylania się od opodatkowania, na końcu badania dokonano pomiaru moralności podatkowej, korzystając z oryginalnego narzędzia zaproponowanego przez Cynthię Blanthorne i Stevena Kaplana (2008). W badaniu wykorzystano tłumaczenie pozycji skali dokonane niezależnie przez dwie osoby – psychologa i filologa. Wykonano także tłumaczenie zwrotne uzgodnionej wersji skali przez dwie niezależne osoby. Tak przygotowaną wersję narzędzia wykorzystano w badaniu. Skala składała się z czterech pozycji ocenianych na siedmiostopniowej skali Likerta, w której 1 oznacza *zupełnie się nie zgadzam*, a 7 *całkowicie zgadzam się* (np. „Zaniżanie dochodów w formularzu podatkowym jest nieetyczne”; „Zaniżanie dochodów w formularzu podatkowym kłóci się z moimi zasadami”). Eksploracyjna analiza czynnikowa ujawniła, podobnie jak w przypadku wersji oryginalnej, jednoczynnikową strukturę skali. Czynniki ten wyjaśniał 64,04% wariancji. Ładunki czynnikowe pozycji uzyskały satysfakcjonujące wartości, które zawierały się w przedziale od 0,79 do 0,91. Analiza rzetelności testem  $\alpha$  Cronbacha wskazała wysoką rzetelność polskiej wersji skali  $\alpha = 0,92$ .

### Zmienne zależne

Wskaźnikiem uchylania się w warunkach kontrolnych była wysokość kwoty zaksięgowanej jako wydatki służbowe w sytuacji wyjazdu prywatnego. Maksymalna wysokość wskaźnika uchylania się od opodatkowania w warunkach przed manipulacją wynosiła 3500 zł.

Wskaźnikiem uchylania się w warunkach eksperymentalnych (po wprowadzeniu komunikatu perswazyjnego) była różnica między wysokością rzeczywistej kwoty wynajmu (1700 zł) a kwotą deklarowaną przez jednostkę w formularzu podatkowym (np. wskaźnik uchylania się wynosił 700 zł, gdy osoba badana deklarowała kwotę z najmu w wysokości 1000 zł). Maksymalna wysokość wskaźnika uchylania się od opodatkowania w warunkach po manipulacji wynosiła 1700 zł (gdy deklarowana w formularzu podatkowym kwota z najmu mieszkania wynosiła 0 zł).

Ponieważ w warunkach kontrolnych i eksperymentalnych były różne wartości wskaźników uchylania się od opodatkowania, w celu ich ujednoczenia wartości wskaźnika uchylania się w warunkach kontrolnych podzielono przez 2,0588 (stosunek maksymalnej kwoty uchylania się w warunkach kontrolnych do maksymalnej kwoty uchylania się w warunkach eksperymentalnych: 3500/1700).

Badania miały charakter anonimowy i zostały przeprowadzone grupowo oraz indywidualnie w trakcie zjazdów studentów studiów zaocznych i podyplomowych

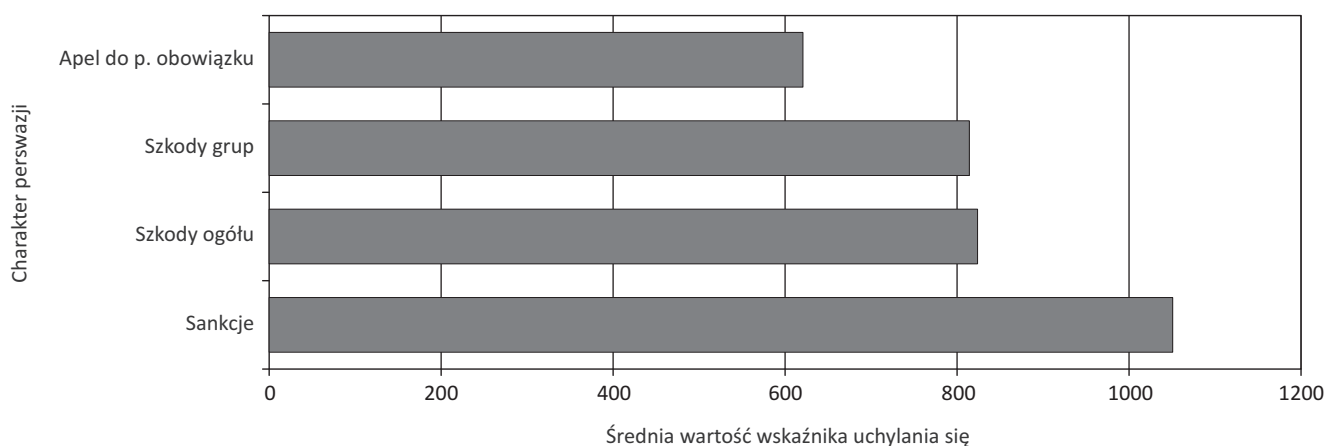
trójmiejskich uczelni. Uczestnikami badań byli studenci oraz osoby im towarzyszące w trakcie zjazdów. Na początku badacz przedstawiał cel (badania dotyczące podatków), a następnie przekazywał kopertę z właściwym dla danej grupy zestawem narzędzi badawczych. Po ich wypełnieniu zaklejone koperty były przekazywane badaczowi, który ujawniał prawdziwy cel badania oraz w razie pytań udzielał wyjaśnień.

### WYNIKI

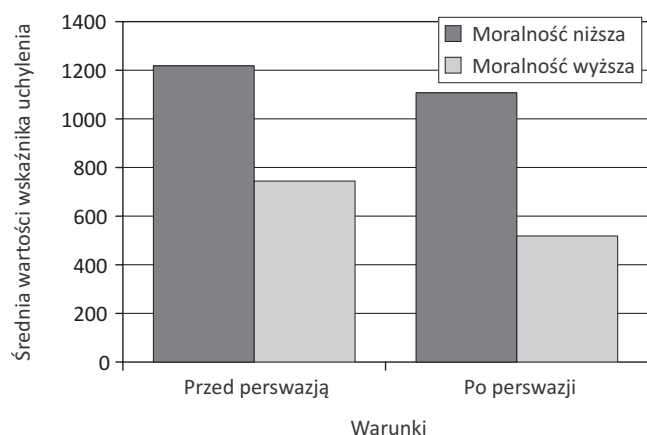
W całej badanej grupie w warunkach kontrolnych przed wprowadzeniem argumentów zniechęcających do uchylania się od opodatkowania odsetek osób uchylających się (wszystkie osoby, które zadeklarowały wydatki prywatne jako koszty służbowe niezależnie od wysokości kwoty – 79,7%) był istotnie wyższy ( $\chi^2_{(1)} = 25,35$ ;  $p < 0,001$ ) niż w warunkach eksperymentalnych (wszystkie osoby, które nie uwzględniły dochodów z najmu w formularzu podatkowym niezależnie od wysokości kwoty – 69,2%).

Do analizy wyników zastosowano model analizy wariancji wielozmiennej (GLM). W oparciu o wartość mediany ( $Me = 18$ ) badanych podzielono na dwie grupy różniące się natężeniem moralności podatkowej: osoby o niższej i wyższej moralności podatkowej. Wyniki analizy wariancji wskazały na efekt główny charakteru perswazji i moralności podatkowej. Rodzaj argumentów wykorzystanych w komunikatach perswazyjnych istotnie wpływał na wysokość wskaźnika uchylania się od opodatkowania jedynie w warunkach eksperymentalnych [ $F(3, 178) = 3,62$ ;  $p < 0,01$ ;  $\eta^2 = 0,06$ ], w warunkach kontrolnych ten wpływ był nieistotny [ $F(3, 178) = 0,54$ ;  $p < 0,6$ ]. W warunkach eksperymentalnych test post hoc HSD Tukeya ( $p < 0,02$ ) wskazał na istotną różnicę wyłącznie między grupą, w której zastosowano argumenty ekonomiczne ( $M = 1051,91$  zł;  $SD = 678,09$  zł) i grupą, którą zachęcano do płacenia podatków, odwołując się do poczucia obowiązku obywatelskiego ( $M = 622,98$  zł;  $SD = 684,65$  zł; rysunek 1).

Poziom moralności istotnie wpływał na wartość wskaźnika uchylania się zarówno w warunkach kontrolnych [ $F(1, 181) = 25,27$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2 = 0,13$ ], jak i eksperymentalnych [ $F(1, 181) = 40,65$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2 = 0,19$ ]; warunki kontrolne:  $M_{\text{moralność niska}} = 1213,01$  zł;  $SD = 558,17$  zł;  $M_{\text{moralność wysoka}} = 752,04$  zł;  $SD = 661,24$  zł; warunki eksperymentalne:  $M_{\text{moralność niska}} = 1108,83$  zł;  $SD = 641,93$  zł;  $M_{\text{moralność wysoka}} = 523,70$  zł;  $SD = 617,06$  zł (rysunek 2). Osoby o niższej moralności podatkowej w obu warunkach charakteryzowały się istotnie słabszą dyscypliną podatkową niż osoby o wyższej moralności podatkowej.



Rysunek 1. Średnia wartość wskaźnika uchylania się w grupach zachęcanych do płacenia podatków za pomocą argumentów o charakterze ekonomicznym i moralnym (warunki eksperymentalne).



Rysunek 2. Średnia wartość wskaźnika uchylania się w grupie osób o niższej i wyższej moralności podatkowej przed wprowadzeniem komunikatów perswazyjnych i po ich wprowadzeniu.

Analiza wariancji nie wykazała istotnych efektów interakcji w warunkach eksperymentalnych między charakterem perswazji, poziomem moralności podatkowej a uchylaniem się od opodatkowania [ $F(3, 178) = 1,25; p < 0,29; Eta^2 = 0,02$ ].

### WNIOSKI

Zjawisko uchylania się od opodatkowania ma charakter globalny, występuje w wielu regionach świata, tyle że z różnym nasileniem. Od początku lat osiemdziesiątych XX wieku ekonomiści, socjologowie i psychologowie zaproponowali szereg czynników zachęcających i zniechęcających do płacenia podatków, często ujętych w postaci

modeli. Wąskie modele ekonomiczne akcentują rolę środków przymusu, szersze modele – behawioralne – odwołują się do pojęcia dobrowolnej, uwzględniającej interes ogółu chęci współpracy, zgodnej z literą i duchem prawa. W ostatnich latach nie tylko badacze, lecz także przedstawiciele administracji podatkowej coraz częściej dostrzegają możliwość zwiększenia dyscypliny podatkowej dzięki ściślejszej współpracy obu środowisk. Dostosowanie polityki kontroli i polityki informacyjnej do mentalności i moralności podatkowej może być skutecznym środkiem podnoszenia dyscypliny podatkowej. Wyniki badań własnych potwierdzają konieczność podejmowania przez administrację skarbową działań zmierzających do ograniczania zjawiska uchylania się od opodatkowania. W warunkach przed wprowadzeniem argumentów zniechęcających do uchylania się od opodatkowania odsetek osób uchylających się był wyższy.

Wbrew przyjętym założeniom i wynikom dotychczasowych badań, skuteczniejsza od perswazji opartej na argumentach wyprowadzonych z modelu oporu – prawdopodobieństwo kontroli formularzy oraz surowości sankcji fiskalnych i prawnych – okazała się perswazja oparta na argumentach moralnych. Co ciekawe, średnia wysokość wskaźnika uchylania się była największa właśnie w grupie, której prezentowano argumenty ekonomiczne. Być może dlatego, że komunikat miał charakter ogólny, wspomniano w nim o możliwości kontroli i sankcjach skarbowych, ale nie podano szczegółowych danych dotyczących typowania do kontroli, wyników w poszczególnych grupach podatników, liczby i zakresu nałożonych sankcji itp. Najskuteczniejszy okazał się komunikat, w którym badanych zniechęcano do uchylania się,

odwołując się do poczucia obowiązku obywatelskiego. Nie potwierdziła się hipoteza 2, w której założono, że wśród komunikatów o charakterze moralnym skuteczniejsze będą komunikaty odwołujące się do sumienia obywatelskiego oraz akcentujące spersonalizowaną szkodę niż komunikaty podkreślające szkodę ogółu. Różnice między grupami, w którym zastosowano komunikaty oparte na konsekwencjalizmie i podejściu deontologicznym, były nieistotne. Personifikacja szkody nie zmieniała także siły oddziaływania komunikatów perswazyjnych zgodnych z konsekwencjalizmem.

Efektywność argumentów odwołujących się do wewnętrznego przekonania jednostki o tym, jak powinno się postępować wobec instytucji państwa oraz akcentujących spersonalizowane szkody nie była dotąd przedmiotem badań. Uzyskane wyniki stanowią obiecującą perspektywę w tworzeniu skutecznych narzędzi wzmacniania dyscypliny podatkowej. W świetle wyników przeprowadzonego badania, działania egzekutorów prawa podatkowego winny koncentrować się na kampaniach wzmacniających poczucie obowiązku obywatelskiego. Wyniki badań dowodzą także, że wbrew przekonaniom większości twórców i egzekutorów prawa podatkowego akcje i komunikaty demonstrujące siłę władz skarbowych nie są najskuteczniejszym sposobem podnoszenia dyscypliny podatkowej. Co więcej, akcentowanie czynników podkreślających siłę władz skarbowych może przynieść efekt odwrotny do zamierzonego, a to w przypadku osób cechujących się wysoką moralnością podatkową. Polityka zaostrzenia sankcji i intensyfikacji kontroli może bowiem zostać uznana za przejaw podejrzliwości i postrzegania podatników jako „złodziei, oszustów”, a administracji jako „policjantów”. W efekcie, zgodnie z zaproponowanym przez Ericha Kirchlera (2007) modelem równi pochyłej (*slippery slope model*), spada zaufanie uczciwych obywateli do władz skarbowych, ale także poczucie wewnętrznego zobowiązania wobec państwa. Dobrą praktyką winno być zatem różnicowanie komunikatów perswazyjnych adresowanych do osób o wysokiej i niskiej moralności podatkowej.

Uzyskane wyniki nie potwierdziły efektu interakcji między charakterem perswazji, poziomem moralności podatkowej a uchylaniem się od opodatkowania (hipoteza 3). Zarówno w grupie o niższej, jak i wyższej moralności podatkowej średnia wartość wskaźnika uchylania się była najwyższa, gdy zastosowano perswazję opartą na czynnikach ekonomicznych (sankcje, kontrola), a najniższa, gdy wykorzystano komunikaty stosujące argumentację deontologiczną. Oznacza to, że podstawową strategią podnoszenia dyscypliny podatkowej w obu grupach może być odwołanie się do poczucia wewnętrznego

zobowiązania obywateli wobec państwa, podkreślanie etycznego aspektu ich zachowań.

Przykładem implementacji strategii różnicowania oddziaływania opartej na analizie mentalności podatkowej jest responsywny model płacenia podatków, opracowany i wdrożony do praktyki przez australijski urząd skarbowy. Model ów powstał w ścisłej współpracy z badaczami zajmującymi się problematyką podatków i karania (Job, Stout, Smith, 2007). Zgodnie z założeniami jego twórców, administracja skarbowa powinna dopasować swoje działania do typu regulacji i motywacyjnych postaw wobec płacenia podatków (zaangażowanie, kapitulacja, opór, kontestacja, gra). Model można przedstawić w postaci piramidy, której jedna strona reprezentuje motywacyjne postawy wobec płacenia podatków, druga typ regulacji stosowany przez administrację skarbową, a trzecia opcje postępowania w stosunku do osób uchylających się od opodatkowania. Możliwości postępowania są zróżnicowane: u podstawy tej ściany piramidy znajdują się takie środki, jak edukowanie, perswazja, listy ostrzegawcze, a na szczycie sankcje o charakterze finansowym oraz karnym. U podstawy ściany odnoszącej się do typu regulacji mamy do czynienia z samoregulacją, wraz z zaostrzeniem się sankcji regulacja ma charakter wymuszony, na szczycie jest wyraźnie nakazowa. Dopasowanie poszczególnych płaszczyzn piramidy w spójną całość powinno, zadaniem twórców modelu, stanowić podstawę działania administracji skarbowej. Ze względu na powszechność występowania postawy zaangażowania, wysiłki administracji nie tyle zmierzały w kierunku zaostrzenia sankcji i regulacji nakazowej, ile raczej miały na celu umacnianie zachowań zgodnych z prawem. Większość podatników wymagała jedynie minimalnej kontroli zewnętrznej, w postaci monitoringu oraz przede wszystkim pomocy i zrozumienia w sytuacji, gdy pojawiały się problemy z wypełnianiem zobowiązań. Skutki implementacji praktyk wypływających z modelu wykroczyły poza sferę finansową: reforma zaowocowała zarówno wzrostem dyscypliny podatkowej, jak i poprawą relacji obywatel–urząd skarbowy (Job, Stout, Smith, 2007).

#### LITERATURA CYTOWANA

- Allingham, M. G., Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1, 323–338.
- Alm, J., Jackson, B. R., McKee, M. (1992). Estimating the determinants of taxpayer compliance with experimental data. *National Tax Journal*, 45, 107–114.
- Alm, J., McClelland, G. H., Schulze, W. D. (1999). Changing the social norms of tax compliance by voting. *Kyklos*, 52, 141–171.



- Alm, J., Torgler, B. (2006). Culture differences and tax morale in the United States and in Europe. *Journal of Economic Psychology*, 27, 224–346.
- Anderhub, V., Geese, S., Güth, W., Hoffman, A., Otto, T. (2001). Tax evasion with earned income: An experimental study. *Finanz Archiv*, 2, 188–206.
- Bayer, R. C., Sutter, M. (2009). The excess burden of tax evasion – An experimental detection-concealment contest. *European Economic Review*, 53, 527–543.
- Baldry, J. C. (1987). Income tax evasion and tax schedule: Some experimental results. *Public Finance*, 3, 357–383.
- Bergman, M. (1998). Criminal law and tax compliance in Argentina: Testing the limits of deterrence. *International Journal of the Sociology of Law*, 26, 55–74.
- Blanthorne, C., Kaplan, S. (2008). An egocentric model of the relations among the opportunity to underreport, social norms, ethical beliefs, and underreporting behavior. *Accounting, Organizations and Society*, 33, 684–703.
- Blumenthal, M., Christian, Ch., Slemrod, J. (2001). Do normative appeals affect tax compliance? Evidence from a controlled experiment in Minnesota. *National Tax Journal*, 1, 125–138.
- Bosco, L., Mittone, L. (1997). Tax evasion and moral constraints: Some experimental evidence. *Kyklos*, 50, 297–324.
- Braithwaite, V., Ahmed, E. (2005). A threat to tax morale: The case of Australian higher education policy. *Journal of Economic Psychology*, 26, 523–540.
- Carnes, G. A., Englebrecht, T. D. (1995). An investigation of the effect of detection risk perceptions, penalty sanctions, and income visibility on tax compliance. *The Journal of the American Taxation Association*, 1, 26–41.
- Clotfelter, C. (1983). Tax evasion and tax rates: An analysis of individual returns. *The Review of Economic and Statistics*, 3, 363–373.
- Cummings, R. G., Martinez-Vazquez, J., McKee, M., Torgler, B. (2009). Tax morale affects tax compliance: Evidence from surveys and artefactual field experiment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, 447–457.
- dell'Anno, R. (2009). Tax evasion, tax morale and policy maker's effectiveness. *The Journal of Socio-Economics*, 38, 988–997.
- Doyle, E., Frecknall-Hughes, J., Summers, B. (2009). Research methods in taxation ethics: Developing the Defining Issues Test (DIT) for a tax-specific scenario. *Journal of Business Ethics*, 88, 35–52.
- Dubin, J. A., Wilde, L. L. (1988). An empirical analysis of federal income tax auditing and compliance. *National Tax Journal*, 1, 61–74.
- Eisenhauer, J. G. (2008). Ethical preferences, risk aversion, and taxpayer behavior. *The Journal of Socio-Economics*, 37, 45–63.
- Elffers, H., Weigel, R. H., Hessing, D. J. (1987). The consequences of different strategies for measuring tax evasion behavior. *Journal of Economic Psychology*, 8, 311–337.
- Feinstein, J. (1991). An econometric analysis of income tax evasion and its detection. *Journal of Economy*, 1, 14–35.
- Feld, L., Frey, B. S. (2005). *Tax compliance as the result of a psychological tax contract: The role of incentives and responsive regulation*. Canberra: CFRSI Working Paper, 76.
- Frey, B. S. (2003). A constitution for knaves crowds out civic virtues. *Economic Journal*, 107, 1043–1053.
- Gërkhani, K., Schram, A. (2006). Tax evasion and income source: A comparative experimental study. *Journal of Economic Psychology*, 27, 402–422.
- Ghosh, D., Crain, T. L. (1996). Experimental investigation of ethical standards and perceived probability of audit on intentional noncompliance. *Behavioral Research in Accounting*, 8, 22–242.
- Gołąb, A. (1999). *Selektywne zapamiętywanie informacji jako wskaźnik postaw moralnych*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Gomułowicz, A., Małecki, J. (2008). *Podatki i prawo podatkowe*. Warszawa: LexisNexis.
- Henderson, Ch., Kaplan, S. E. (2005). An examination of the role of ethics in tax compliance decisions. *Journal of the American Taxation Association*, 1, 39–72.
- Jasińska-Kania, A. (2002). Indywidualizacja i uspołecznienie: przekształcenia moralności w Polsce i w Europie. W: A. Jasińska-Kania, M. Marody (red.), *Polacy wśród Europejczyków. Wartości społeczeństwa polskiego na tle innych krajów* (s. 212–235). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Job, J., Stout, A., Smith, R. (2007). Culture change in three taxation administrations: From command-and-control to responsive regulation. *Law & Policy*, 1, 84–101.
- Joutfain, D., Rider, M. (1996). Tax evasion in the presence of negative income tax rates. *National Tax Journal*, 4, 553–570.
- Kaplan, S. E., Newberry, K. J., Reckers, P. M. J. (1997). The effect of moral reasoning and education communications on tax evasion intentions. *Journal of the American Taxation Association*, 2, 38–54.
- Klepper, S., Nagin, D. (1989). The anatomy of tax evasion. *Journal Law, Economic and Organization*, 1, 1–24.
- McGraw, K. M., Scholz, J. T. (1991). Appeals to civic virtue versus attention to self-interest: Effects on tax compliance. *Law and Society Review*, 3, 471–498.
- McIntosh, R. K., Veal, J. A. (2001). Tax evasion and New Zealander's attitudes towards it. *New Zealand Journal of Taxation Law and Policy*, 6, 80–110.
- Moser, H., Evans III, J. H., Kim, C. K. (1995). The effects of horizontal and exchange inequity on tax reporting decisions. *Accounting Review*, 70, 619–634.
- Niesiołędzka, M. (2012). Wpływ perspektywy w warunkach niskiego i wysokiego prawdopodobieństwa kontroli: moderacyjna rola moralności podatkowej (złożone do druku).
- Park, C. G., Hyuan, J. K. (2003). Examining the determinants of tax compliance by experimental data: A case of Korea. *Journal of Policy Modeling*, 8, 673–684.
- Pommerehne, W., Frey, B. S. (1992). *The effects of tax administration on tax morale*. Vienna: Springer.
- Reckers, P. M. J., Sanders, D. L., Roark, S. J. (1994). The influence of ethical attitudes on taxpayer compliance. *National Tax Journal*, 47, 825–835.

- Riahi-Belkaoui, A. (2004). Relationship between tax compliance internationally and selected determinants of tax morale. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 13, 135–143.
- Schneider, F., Klinglmair, R. (2004). *Shadow economies around the world: What do we know?* CREMA: Working Paper, 3, 1–59.
- Slemrod, J. (2007). Cheating ourselves: The economics of tax evasion. *Journal of Economic Perspectives*, 1, 25–48.
- Torgler, B. (2003). Tax morale, rule-governed behavior and trust. *Constitutional Political Economy*, 14, 119–140.
- Torgler, B. (2004a). Tax morale in Asian countries. *Journal of Asian Economics*, 15, 237–266.
- Torgler, B. (2004b). Moral suasion: An alternative tax policy strategy? Evidence from a controlled field experiment in Switzerland. *Economic Government*, 5, 235–253.
- Torgler, B. (2005a). Tax morale and direct democracy. *European Journal of Political Economy*, 21, 525–531.
- Torgler, B. (2005b). Tax morale in Latin America. *Public Choice*, 122, 133–157.
- Traxler, Ch. (2010). Social norms and conditional cooperative taxpayers. *European Journal of Political Economy*, 26, 89–103.
- Trivendi, V. U., Shehade, M., Lynn, B. (2003). Impact of personal and situational factors on taxpayers compliance – An experimental analysis. *Journal of Business Ethics*, 47, 175–197.
- Varma, K. N., Doob, A. (1998). Detering economic crimes: The case of tax evasion. *Canadian Journal of Criminology*, 4, 721–746.
- Witte, A. D., Woodbury, D. F. (1985). The effect of tax laws and tax administration on tax compliance: The case of the US individual income tax. *National Tax Journal*, 1, 1–13.

## How to enhance fiscal discipline? The impact of nature of persuasive message and tax morale on taxpayers' behavior

Małgorzata Niesiobędzka

*University of Gdańsk, Institute of Psychology*

### ABSTRACT

The purpose of the study was to determine which type of persuasive messages enhances fiscal discipline. The study was conducted in an experimental plan: 4 kinds of arguments used in a persuasive communicate (legal sanctions, appeal to a sense of civic duty, the damage of one and all, the damage of specific groups) × 2 levels of tax morale (low vs. high). The dependent variable was the amount not included in the tax return. The most effective message was the message appealing to the sense of civic duty. The results are a promising prospect in developing effective persuasive tools to enhance fiscal discipline.

Keywords: *tax evasion, persuasion, tax morale*

Złożono: 8.09.2012

Złożono poprawiony tekst: 9.12.2012

Zaakceptowano do druku: 23.11.2013