

MOKESČIŲ MORALĖ LIETUVOJE

Austė Timinskaitė, dr. Agnė Ramanauskaitė, dr. Kristina Rudžionienė

Vilniaus universitetas

DOI: <https://doi.org/10.52320/svv.vliVIII.293>

Anotacija

Mokesčiai yra esminė ir neatsiejama bet kurios šalies fiskalinės sistemos dalis. Tačiau ne visų mokesčių mokėtojų požiūris į mokesčius yra vienodas, nes mokesčiai yra pinigine prievolė ir ne visi mokesčių mokėtojai yra pasirengę šią prievolę vykdyti. Tokiam elgesiui gali turėti įtakos įvairūs veiksniai, tačiau piliečių mokesstinio elgesio negalima suprasti neįvertinus moralinių aspektų, kurie kartu sudaro mokesčių moralę, kuri paprastai apibrėžiama kaip vidinė motyvacija mokėti mokesčius. Kai mokesčių moralė aukšta, mokesčių mokėtojai mokesčius moka sąžiningai ir savanoriškai, o žema mokesčių moralė siejama su sukčiavimu mokesčių srityje. Straipsnio tikslas – ištirti Lietuvos mokesčių mokėtojų mokesčių moralę ir jos veiksnius. Atlikus mokesčių mokėtojų anketinę apklausą paaiškėjo, kad mokesčių moralės lygis Lietuvoje yra vidutinis, šiek tiek daugiau nei 50 proc. mokesčių mokėtojų mokesčių moralė yra aukšta. Mokesčių moralė didėja su amžiumi ir išsilavinimu. Svarbiausi veiksniai, mažinantys mokesčių moralę, yra pernelyg didelė mokesčių našta ir nesąžininga bei neteisinga mokesčių sistema. Analizuojant veiksnius, didinančius mokesčių mokėtojų motyvaciją sąžiningai mokėti mokesčius, paaiškėjo, kad labiausiai prie mokesčių moralės prisideda informuotumo ir pasitikėjimo bei aiškumo ir paprastumo veiksniai. Siekiant padidinti mokesčių moralės lygį Lietuvoje, svarbu didinti mokesčių mokėtojų sąmoningumą ir žinias apie mokesčius.

Pagrindiniai žodžiai: mokesčių moralė, mokesčių etika, mokesčių motyvacija, veiksniai, mokesčių vengimas.

Įvadas

Temos aktualumas. Mokesčiai – esminė ir neatsiejama kiekvienos valstybės fiskalinės sistemos dalis, leidžianti užtikrinti pastovias pajamas valstybei, kurios vėliau paskirstomos ir panaudojamos valstybės ekonominiam ir socialiniam vystymuisi (Snitkienė, Senkus, ir Budrionytė, 2018, p. 98). Kadangi mokesčiai yra svarbiausias valstybės biudžeto pajamų šaltinis, labai svarbu, jog mokesčių mokėtojai mokesčius suprastų ne tik kaip pinigine prievolę ar našta, bet ir kaip savaime suprantamą ir visuomenės gerovei būtiną išteklių.

Tačiau ne visų mokesčių mokėtojų požiūris į mokesčius yra vienodas. Ne visi mokesčių mokėtojai noriai laikosi šios prievolės ir sąžiningai moka mokesčius. Mokesčių moralė paprastai yra apibrėžiama kaip vidinė motyvacija sąžiningai mokėti mokesčius (Casal, Faillo ir Mittone, 2022, p. 103). Esant aukštai mokesčių moralei, mokesčių mokėtojai mokesčius moka sąžiningai ir savo noru, o žemos mokesčių moralės asmenys yra linkę sukčiauti mokesčių srityje arba visiškai nemokėti mokesčių. Tokią elgseną gali lemti įvairūs veiksniai, tačiau piliečių mokesstinio elgesio negalima suprasti neatsižvelgiant į moralinius aspektus (Fotiadis ir Chatzoglou, 2022, p. 356).

Tyrimo problema Savickienė ir Šitkauskienė (2022, p. 2) mokesčių moralę išskyrė kaip vieną iš veiksnių, darančių įtaką šalies šešėlinei ekonomikai. Pagal Schneider (2017) atliktus tyrimus, Rytų ir Centrinės Europos šalyse šešėlinės ekonomikos mastai gana dideli, Lietuvoje šešėlinė ekonomika 2000 metais sudarė 28 proc., o 2015 metais – 21 proc. viso BVP. Europos Komisijos duomenimis, 2021 m. Lietuvoje PVM atotrūkio sumažėjimas nuo 19,3 proc. iki 14,3 proc. yra didžiausias per visą skaičiavimo laikotarpį. Nepaisant mažėjančių nesumokamų į biudžetą mokesčių mastą rodančių skaičių, jie vis tiek išlieka gana dideli, o tam didelės įtakos turi šalies gyventojų mąstysena, požiūris į valdžią, moralė. Akivaizdu, kad mokesčių moralės lygis nėra aukštas. Septyniose iš dešimties Rytų Europos šalių, 2004 arba 2007 metais įstojusių į Europos Sąjungą, 1999-2008 m. mokesčių moralė netgi sumažėjo (Torgler, 2012).

Mokesčių moralė yra svarbus veiksnys, galintis turėti reikšmingos įtakos visai mokesčių sistemai ir jos efektyvumui, tačiau OECD (2019) duomenimis, mokesčių moralės koncepcija nėra labai plačiai analizuojama mokslinėje literatūroje. Mokesčių moralė Lietuvoje nėra dažnas tyrimų objektas, kadangi mokesčių moralę Lietuvoje tyrė Kuokštis ir Bakutis (2017), Rutkauskas (2018, 2019), tačiau šie autoriai savo tyrimuose orientavosi į skirtingus mokesčių moralės problematikos aspektus ir analizei atlikti naudojo antrinius šaltinius (Pasaulio vertybių tyrimo ir Europos vertybių tyrimo apklausos ir kt.). Kuokštis ir Bakutis (2017) nustatė, jog mokesčių moralės lygis Lietuvoje yra sąlyginai neaukštas, o

mokesčių moralės didinimui reikalingos tam tikros permainos. Rutkausko (2018, 2019) atlikti tyrimai orientuoti į veiksmų, darančių didžiausią įtaką mokesčių moralei Lietuvoje, nustatymą, o ne į pačios mokesčių moralės lygį šalyje. Atlikta veiksmų analizė atskleidė, jog didžiausią įtaką mokesčių mokėtojų elgsenai, susijusiai su sukčiavimu mokesčių srityje, darantys veiksniai yra korupcijos toleravimas ir pasitikėjimas valdžia (Rutkauskas, 2019). Taigi aktualu ištirti Lietuvos mokesčių mokėtojų požiūrį į mokesčių mokėjimo prievolę bei jį lemiančius veiksmus paskutinių neapibrėžtumą keliančių rinkoje įvykių sąlygomis.

Tyrimo objektas – užimtų Lietuvos gyventojų mokesčių moralė.

Tyrimo tikslas – ištirti užimtų Lietuvos gyventojų mokesčių moralę ir ją lemiančius veiksmus.

Tyrimo metodai. Teoriniam tyrimo pagrindimui naudojama mokslinės literatūros, informacinių šaltinių analizė ir apibendrinimas. Tyrimo duomenų rinkimui naudota anketinė apklausa, kurios duomenys apdoroti naudojantis „Microsoft Excel 2016“ ir „IBM SPSS Statistics 27.0“ programomis ir išanalizuoti taikant aprašomosios statistikos metodus bei grafinio vaizdavimo priemones.

1. Mokesčių moralės samprata ir veikiančios veiksniai

Nors mokesčių mokėtojų požiūriui ir elgsenai įtakos gali turėti įvairūs veiksniai, tačiau jų visuma suformuoja vadinamąją mokesčių moralę (Rodriguez-Justicia ir Theilen, 2018, p. 19). Moralė apibrėžiama kaip „Dorovės standartas, kurio normų laikomasi vertinant, kaip asmenys turėtų elgtis, norėdami atliepti savo profesiniams, socialiniams ar kultūriniais lūkesčiams“ (Tauginienė ir kt., 2019, p. 19). Remiantis šia apibrėžtimi, moralę taip pat būtų galima apibrėžti kaip vertybių sistemą, pagrįstą etiniais principais, kurie nustato, koks elgesys moralės atžvilgiu yra teisingas (moralus) ir koks neteisingas (amoralus). Taigi, jei mokesčiai yra tam tikra prievolė mokesčio mokėtojui, nustatyta teisės aktais, o etika yra susijusi su moralinėmis vertybėmis, galima laikyti, jog mokesčių moralė yra mokesčio mokėtojo požiūris į mokestinę prievolę ir jo noras laikytis šios prievolės. Svarbu pabrėžti, jog mokesčių moralė yra tik mokesčių mokėtojo, o ne valstybės ar mokesčių administratoriaus požiūris į mokestinę prievolę, todėl mokesčių moralė gali būti įvardijama ir kaip mokesčių mokėtojo moralė. Įvairioje literatūroje mokesčių moralė gali būti įvardijama naudojant sinonimus tokius, kaip „mokestinė moralė“, „mokesčių etika“, „mokesčių kultūra“, „mokestinis sąmoningumas“ ir kt. Lietuvos ir užsienio autorių mokslinėje literatūroje sutinkami mokesčių moralės apibrėžimai pateikiami 1 lentelėje.

1 lentelė. Mokesčių moralės apibrėžtys

Šaltinis	Mokesčių moralės apibrėžtis
Kuokštis ir Bakutis (2017, p. 185)	Mokesčių mokėtojo noras paklusti įstatymams ir sąžiningai mokėti mokesčius, o ne mokėti mokesčius dėl baimės ar prievartos.
Rodriguez-Justicia ir Theilen (2018, p. 18)	Asmeninėmis vertybėmis, socialinėmis normomis ir požiūriu į valstybės institucijas grįstas mokesčių mokėtojo požiūris į mokesčius.
Kemme et al. (2020, p. 3)	Mokesčių mokėtojo požiūris į sąžiningumą bei socialinę stigmą, susijusią su mokesčių mokėjimu.
Risdiana, Utari ir Satyawan (2020, p. 2)	Mokesčių mokėtojo įsitikinimais ir vertybėmis grįstas požiūris į mokestinę prievolę.
Capasso, Cicatiello, De Simone et al. (2021, p. 1032)	Moralinių ir etinių vertybių rinkinys, formuojantis individualų požiūrį į mokesčių mokėjimą.
Casal et al. (2022, p. 103)	Vidinė mokesčių mokėtojo motyvacija laikytis reikalavimų ir mokėti mokesčius.
Di Gioacchino ir Fichera (2022, p. 1049)	Moralinėmis vertybėmis grįsta sistema, susijusi su vidine asmenų motyvacija mokėti mokesčius.
Savickienė ir Šitkauskienė (2022, p. 7)	Bendradarbiavimo tarp mokesčių mokėtojų ir mokesčių administratoriaus pasekmė, kuriai įtakos turi ir teisinė sistema bei konstitucinė aplinka.

Šaltinis: sudaryta autorių

Iš lentelėje pateiktų mokesčių moralės apibrėžimų, pastebima, jog daugelio autorių mokesčių moralės samprata yra aiškinama panašiai. Beveik visi autoriai pabrėžia mokesčių mokėtojo požiūrį į moralines vertybes ir motyvaciją arba norą paklusti įstatymams bei sąžiningai mokėti mokesčius (laikytis mokestinės prievolės). Tik Savickienė ir Šitkauskienė (2022, p. 7) mokesčių moralę aiškina skirtingai, nei kiti autoriai, ir mokesčių moralę apibrėžia kaip tam tikros aplinkos (reguliacinės), darančios

įtaką mokesčių mokėtojo sprendimams, poveikio rezultatą. Ši apibrėžtis mokesčių moralę aiškina ne kaip motyvaciją ar norą mokėti mokesčius, bet kaip mokesčio mokėtojo elgseną veikiančius veiksnius. Iš šių apibrėžčių galima suformuluoti bendrąmokesčių moralės apibrėžimą: „mokesčių moralė yra vidinė mokesčių mokėtojo motyvacija sąžiningai mokėti mokesčius valstybei ne dėl baimės ar prievartos, o dėl asmeninių moralinių vertybių“.

Mokesčių moralė gali būti apibūdinama kaip aukšta arba žema. Aukšta mokesčių moralė parodo, jog mokesčiai yra mokami sąžiningai ir laikantis visų įstatymų. Esant aukštai mokesčių moralei, mokesčiai mokami savo noru, o ne dėl aplinkos spaudimo (Kuokštis ir Bakutis, 2017, p. 185). Žema mokesčių moralė, pagal Kemme ir kt. (2020, p. 3), reiškia mokesčių prievolės nesilaikymo arba sukčiavimo, susijusio su mokesčių mokėjimu, pateisinimą. Be to, autoriai pažymi, jog šalys, kuriose mokesčių moralė yra žema, susiformavęs visuomenės požiūris į mokesčius skiriasi nuo tų šalių, kuriose mokesčių moralė aukšta, kadangi dėl supančios aplinkos mokesčių slėpimas suprantamas kaip visuotinai priimtinas dalykas.

Mokesčių moralę gali veikti labai daug ir įvairių veiksnių, kuriuos galima suskirstyti į dvi grupes: 1) socialiniai (sociodemografinės charakteristikos ir visuomenės požiūris) ir 2) reguliaciniai-teisiniai veiksniai (valdžios įtaka, griežtas reguliavimas). Anot Alexander ir Balavac-Orlic (2022, p. 3) sociodemografinės charakteristikos tokios, kaip lytis, amžius, išsilavinimas, pajamų lygis, šeimyninė padėtis ir kt., yra vieni iš pagrindinių kontrolinių kintamųjų, tiriant mokesčių moralę. Mokesčių morale teigiamai koreliuoja su amžiumi ir išsilavinimu (Alexander ir Balavac-Orlic, 2022), amžiumi, pajamomis (Lago-Peñas, Lago-Peñas, 2010), religija (Lago-Peñas, Lago-Peñas, 2010; Davidescu, Manta, Stoica-Ungureanu, Anton, 2022). Taip pat nustatyta, jog moterys dažnai pasižymi didesne mokesčių morale nei vyrai, o susituokę mokesčių mokėtojai – žemesne mokesčių morale (Alexander ir Balavac-Orlic, 2022, p. 13). Tačiau Davidescu ir kt. (2022) nustatė, kad vedę vyresni nei 25 metų vyrai turi aukštesnę mokesčių moralę. Pajamų lygio įtaka mokesčių morale vertinama nevienareikšmiškai, tačiau labiau tikėtina, jog žemesnes pajamasgaunantys asmenys pasižymės žemesne mokesčių morale (Alexander ir Balavac-Orlic, 2022, p. 3-6), o pilnu etatu dirbantys pasižymi aukštesne mokesčių morale, palyginus su ne pilną darbo dieną dirbančiais, individualia veikla užsiimančiais (Lago-Peñas, Lago-Peñas, 2010; Davidescu ir kt., 2022). Rodriguez-Justicia ir Theilen (2018, p. 19) tyrė tik mokesčių mokėtojų išsilavinimo sąsają su mokesčių morale ir nustatė, jog aukštesnis išsilavinimas yra teigiamai susijęs su aukštesniu mokesčių moralės lygiu, tačiau tai būdinga tik tose šalyse, kuriose veikia teisingesnė mokesčių sistema ir kokybiškesnės institucijos.

Kitas mokesčių moralės veiksnys yra susijęs su visuomenės požiūriu. Anot Kuokščio ir Bakučio (2017, p. 187), visuomenei būdinga bendra elgsena, todėl visuomenės nariai yra linkę elgtis taip, kaip elgiasi kiti jos nariai. Ši elgsena aiškinama tuo, jog jei visuomenėje susiformavęs teigiamas požiūris į mokesčius, ir dauguma mokesčius moka sąžiningai, tuomet ir kiti jaus spaudimą iš aplinkos elgtis sąžiningai ir rečiau susimąstys apie sukčiavimą mokesčių mokėjime. Kemme ir kt. (2020, p. 3) teigimu, mokesčių moralė priklauso nuo aplinkoje susiformavusio požiūrio į mokesčius, ir jei visuomenėje mokesčiai yra suprantami ne kaip našta, o kaip būtinas dalykas visuomenės gerovei, tuomet visuomenė pasižymės aukšta mokesčių morale, ir atvirkščiai – jei visuomenėje mokesčių slėpimas yra natūralus dalykas, tuomet visuomenė pasižymės žema mokesčių morale. Taigi, bendras visuomenėje susiformavęs požiūris į mokesčius turi nemažą įtaką jos narių mokesčių moralei. Risdiana ir kt. (2020), Di Gioacchino ir Fichera (2022, p. 1048) tyrimų rezultatai patvirtino, jog nuomonės formuotojų įtaka teigiamai veikia mokesčių mokėtojų norą laikytis mokesčių prievolių ir gali padidinti mokesčių moralę, tačiau atkreiptinas dėmesys į tai, jog tokios kampanijos vykdymas yra veiksmingesnis visuomenėje, kurioje pajamų nelygybė yra žema.

Žema mokesčių morale dažnai aiškinama reguliacinės-teisinės aplinkos aspektais. Savickienė ir Šitkauskienė (2022, p. 2) nepasitikėjimą valdžia įvardijo kaip vieną iš veiksnių, mažinančių mokesčių mokėtojų moralę. Lago-Peñas, Lago-Peñas (2010) taip pat nustatė, kad mokesčių moralė susijusi su pasitenkinimu demokratija, pasitikėjimu politikais ir pritarimu pajamų perskirstymui. Mickiewicz, Rebmann ir Sauka (2019, p. 88), Fotiadis ir Chatzoglou (2022, p. 358) teigia, jog aukštai mokesčių moralei palaikyti yra labai svarbus mokesčių mokėtojų pasitikėjimas mokesčių institucijomis. Mokesčių mokėtojų ir mokesčių institucijų ryšio svarba galėtų būti aiškinama prielaida, jog mokesčių institucijos

turėtų stengtis palaikyti gerus santykius su klientais, kadangi tai padėtų padidinti pasitikėjimą mokesčių institucijomis, o pasitikėjimas galiausiai padidintų mokesčių moralę.

Tačiau kiti autoriai (Olsen, Kasper, Enachescu, Benk, Budak ir Kirchler, 2018; Di Gioacchino ir Fichera, 2020) mano, jog tam, kad būtų padidinta kai kurių mokesčių mokėtojų moralė, reikalingi pokyčiai, susiję su griežtesniu mokesčių mokėtojų reguliavimu. Iš to atsiranda dar vienas veiksnys, nuo kurio gali priklausyti mokesčių moralė. Didesnių piniginių baudų už mokesčių reikalavimų nevykdymą bei griežtesnės mokesčių mokėtojų (juridinių asmenų) priežiūros svarbą akcentuoja Olsen ir kt. (2018, p. 43) ir kaip griežtesnės priežiūros priemonę išskiria išorinį auditą. Autorių teigimu, šios priemonės yra veiksmingos, siekiant užtikrinti, jog mokesčių mokėtojai laikytųsi reikalavimų ir sąžiningai mokėtų mokesčius, o tai sąlygotų didesnę mokesčių moralę. Di Gioacchino ir Fichera (2020, p. 1-2) taip pat teigia, jog kuo didesnė galima bauda už mokesčių prievolės nesilaikymą, tuo didesnė individo vidinė motyvacija laikytis mokesčių prievolės, t. y. didesnė individo mokesčių moralė. Visgi, griežtesnio mokesčių mokėtojų reguliavimo išskyrimas kaip veiksnio, didinančio mokesčių moralę, nėra visiškai teisingas, kadangi literatūroje išryškėja tam tikrų prieštaravimų, dėl kurių toks autorių požiūris kelia abejonių. Kaip jau buvo minėta anksčiau, aukšta mokesčių morale pasižymintis individas mokesčius moka ne dėl baimės ar prievartos, bet savo noru (Kuokštis ir Bakutis, 2017, p. 185). Todėl jei mokesčių mokėtojas vykdo mokesčių prievolę, tai dar nebūtinai reiškia, jog jo mokesčių moralė yra aukšta, kadangi tokiems jo sprendimams įtakos gali turėti baimė dėl galimos piniginės baudos ar audito tikimybės (juridiniams asmenims). Taigi, griežtesnis mokesčių mokėtojų reguliavimas ir mokesčių mokėtojo gąsdinimas didesnėmis bandomis ne visais atvejais gali padidinti mokesčių moralę (Kuokštis ir Bakutis, 2017, p. 195). Visgi, kai kada griežtas reguliavimas gali ir skatinti mokėti mokesčius.

Taip pat dažnai manoma, jog mokesčių tarifų pasikeitimas turi tiesioginį ryšį su mokesčių mokėtojų elgsena ir mokesčių prievolės vykdymu, tačiau atlikti tyrimai nepatvirtina šio ryšio (Rutkauskas, 2019, p. 97). Lago-Peñas, I., Lago-Peñas, S. (2010) įrodė neigiamą mokesčių naštos ryšį su tiesioginių (ypač pajamų ir pelno) mokesčių tarifais ir jų pokyčiais trumpuoju laikotarpiu. Tačiau Miyazaki ir kt. (2022, p. 9) patvirtino, kad mokesčių tarifų didinimas arba mažinimas neturi didelės įtakos mokesčių moralei tų asmenų, kurių mokesčių moralė yra jau susiformavusi ir jei asmuo yra linkęs vengti arba slėpti mokesčius, net ir mokesčių sumažinimas neprivers jo pradėti mokėti mokesčių ir nepadidins jo mokesčių moralės. Pasak bendraautorių, kuo silpnesnis visuomenės pasipriešinimas mokesčių didinimui, tuo aukštesnė mokesčių morale, ir atvirkščiai – kuo stipresnis visuomenės pasipriešinimas mokesčių didinimui, tuo žemesnė mokesčių moralė. Vadinasi, jei mokesčių moralė yra aukšta, mokesčių mokėtojai mokės mokesčius net ir tuo atveju, jei mokesčiai bus didinami, o jei mokesčių moralė žema – mokesčių mokėtojų elgsena nepakis net jei mokesčiai bus mažinami, t. y. jie ir toliau stengsis išvengti mokesčių. Reikia atkreipti dėmesį į ryšį tarp sumokėtų mokesčių, viešųjų paslaugų ir mokesčių moralės, mokesčių sistemos sudėtingumo mokesčių mokėtojams ir skirtingą mokesčių naštos poveikį mokesčių moralei (Lago-Peñas, Lago-Peñas, 2010).

2. Mokesčių moralės Lietuvoje tyrimo metodika

Mokesčių moralės Lietuvoje **tyrimo tikslas** – ištirti ir įvertinti mokesčių moralę ir jos veiksnius Lietuvoje.

Pasirinktas kiekybinis tyrimo duomenų rinkimo metodas – apklausa. Šis tyrimo metodas pasižymi tuo, jog jis leidžia „įvertinti tiriamų asmenų nuomones, požiūrius į tam tikrus reiškinius, elgsenos ypatumus ir su elgsena susijusius veiksnius“ (Kardelis, 2016, p. 236). Be to, anot Rutkausko (2018, p. 43), apklausa yra gana efektyvus būdas, norint surinkti informaciją apie galimą nusikalstamą veiką. Tačiau autorius pažymi, jog atliekant tokio tipo apklausą, nereikėtų tikėtis, jog respondentų atsakymai bus visiškai sąžiningi, kadangi įprastai, asmenys nėra linkę atvirauti apie vykdomą nusikalstamą veiką. Tačiau siekiant surinkti kuo tikslesnius ir patikimus atsakymus, nuspręsta pasitelkti internete talpinamą apklausą, kuri labiausiai užtikrina respondentų anonimiškumą. „Google Forms“ apklausų platformoje parengtas klausimynas, kuriame po trumpo tyrimo pristatymo ir anonimiškumo užtikrinimo pateikta 10 uždaro tipo klausimų. Šių klausimų pagrindimas pateiktas 3 lentelėje. Apklausa vykdyta 2023 m. kovo ir balandžio mėnesiais.

3 lentelė. Klausimyno pagrindimas

Klausimų bloko dalis	Klausimų bloko struktūra	Šaltiniai, kuriais remiamasiformuojant klausimus	Klausimųnr.
I	Sociodemografiniaiduoomenys		1, 2, 3, 4, 5
II	Situacijų analizė	James, McGee, Benk, ir Budak(2019)	6, 7, 8
III	Sukčiavimą mokesčių srityje pateisinantys veiksniai	Maji (2017), World Values Survey (2022)	9
IV	Sąžiningą mokesčių mokėjimą lemiantys veiksniai	Cleary (2013), Olsen et al. (2018), Di Gioacchino ir Fichera (2020)	10

Šaltinis: sudaryta autorių.

I klausimų bloko dalyje pateikiami klausimai, susiję su sociodemografiniais respondentų duomenimis, kuriems klasifikuoti yra naudojamos nominalioji ir intervalinė kintamųjų matavimo skalės. Kadangi sociodemografiniai respondentų duomenys yra svarbūs mokesčių moralės veiksniai (Rodriguez-Justicia ir Theilen, 2018; Alexander ir Balavac-Orlic, 2022), anketinėje apklausoje respondentų prašoma pateikti šiuos sociodemografinius duomenis: lytis, amžius, išsilavinimas, pajamos per mėnesį („į rankas“), šeimyninė padėtis.

II klausimų bloko dalyje pateikiami trys klausimai (situacijos), kurie buvo suformuluoti remiantis kitų autorių tyrimais (James et al., 2019). Pirmuoju klausimu siekiama išsiaiškinti, ar perkant prekę, kurios vertė 20 Eur, respondentas sutiktų su pardavėjo pasiūlymu įsigyti prekę su 20 proc. nuolaida, tačiau atsiskaitant grynaisiais pinigais ir be pirkimo kvito. Antruoju klausimu siekiama išsiaiškinti, ar esant tokiai pačiai situacijai, kaip pirmajame klausime, respondento elgsena pakistų, jeigu prekės vertė būtų 2000 Eur. Trečiuoju klausimu siekiama išsiaiškinti, ar respondentas sutiktų su darbdavio pasiūlymugauti didesnę atlyginimą su sąlyga, jog darbo sutartyje bus nurodytas minimalus atlyginimas, olikusi darbo užmokesčio dalis mokama grynaisiais pinigais (taip darbdavys išvengtų dalies mokesčių). Šių klausimų atsakymai pateikti naudojant intervalinę skalę, kurioje galimi trysvariantai – nuo 1 iki 3, kur 1 – *niekada nesutikčiau su tokiu pasiūlymu (tai reiškia aukštą mokesčių moralę)*, 2 – *apsvarstyčiau tokį pasiūlymą (tai reiškia vidutinę mokesčių moralę)*, 3 – *visada sutikčiau su tokiu pasiūlymu (tai reiškia žemą mokesčių moralę)*.

III klausimų bloko dalyje pateikiamas klausimas, kuriuo siekiama išsiaiškinti, ar respondentų nuomone, sukčiavimas mokesčių srityje gali būti pateisinamas. Šis klausimas susideda iš penkių situacijų, kurioms įvertinti pasitelkta ranginė (Likerto) matavimo skalė nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia *visiškai nepateisinamas*, 2 – *nepateisinamas*, 3 – *nei pateisinamas, nei nepateisinamas*, 4 – *pateisinamas*, 5 – *visiškai pateisinamas*, kur 1 reiškia aukštą mokesčių moralę, 2-4 reiškia vidutinę mokesčių moralę ir 5 – žemą mokesčių moralę. Ši skalė pasižymi tuo, jog „kintamojo reikšmės ne tik leidžia imties objektus (respondentus) suskirstyti į atskiras grupes, bet ir sudėlioti grupes į tam tikrą eilę“ (Gaižauskaitė ir Mikėnė, 2014, p. 27). Pirmosios situacijos suformulavimui įtakos turėjo 2017-2022 m. Pasaulio vertybių tyrimo (angl. *World Values Survey*) atlikta apklausa, kurios metu buvo apklausiami įvairių valstybių gyventojai (tame tarpe ir Lietuvos) apie tai, ar sukčiavimas mokesčių srityje gali būti pateisinamas. Atliktas tyrimas atskleidė, jog 45,7 proc. apklaustųjų Lietuvoje manė, jog sukčiavimas mokesčių srityje niekada negali būti pateisinamas. Kadangi sukčiavimo mokesčių srityje nepateisina tik šiek tiek mažiau nei pusė visų apklaustųjų, tikslinga iširti, kokiais atvejais respondentai pateisina sukčiavimą mokesčių srityje. Tuo tikslu, remiantis Maji(2017) atliktais tyrimais, išskirtos penkios aplinkybės ir respondentų prašyta nurodyti, ar esant tokioms aplinkybėms sukčiavimas mokesčių srityje gali būti pateisinamas: 1) nesąžininga ir neteisinga mokesčių sistema, 2) valdžioje egzistuojanti korupcija, 3) nesąžiningo mokesčių mokėjimo paplitimas visuomenėje, 4) neefektyvus lėšų, surenkamų iš mokesčių, panaudojimas, 5) per didelė mokesčių našta.

IV klausimų bloko dalyje pateikiamas klausimas, kuriuo siekiama iširti veiksnus, galinčius padidinti mokesčių mokėtojų motyvaciją sąžiningai mokėti mokesčius. Šis klausimas susideda iš kitų autorių (Cleary, 2013; Olsen et al., 2018; Di Gioacchino ir Fichera, 2020) tyrimuose naudotų dešimties veiksnių, kurie gali turėti įtakos mokesčių mokėtojų elgsenos gerinimui:

- 1) tikimybė būti patikrintam Valstybinės mokesčių inspekcijos (VMI);
- 2) didelės baudos už mokesčių nemokėjimą tikimybė;
- 3) mokesčio kaip teisės aktais nustatytos prievolės suvokimas;

- 4) mokesčių kaip pagrindinio valstybės pajamų šaltinio, būtino jos funkcijoms vykdyti, suvokimas;
- 5) pasitikėjimas mokesčių sistema;
- 6) tikėjimas, jog sąžiningai mokant mokesčius mainais kažkas gaunama iš valstybės;
- 7) žinojimas, kad kiti mokesčius moka sąžiningai;
- 8) pasitenkinimo jausmas, atlikus pilietinę pareigą;
- 9) paprastas ir aiškiai suprantamas mokesčių apskaičiavimo ir deklaravimo procesas;
- 10) švietimas apie mokesčius.

Visus šiuos veiksnius galima suklasifikuoti pagal jų pobūdį: 1-2 veiksniai susiję su baimės jausmu dėl mokestinės prievolės nevykdymo, 3-6 veiksniai susiję su mokesčių mokėtojo sąmoningumu ir pasitikėjimu mokesčių sistema, 7-8 veiksniai susiję su individualiais mokesčių mokėtojo veiksniais, 9-10 veiksniai susiję su aiškumo ir paprastumo užtikrinimu ir švietimu mokesčių srityje. Veiksnių įvertinimui naudota ranginė (Likerto) matavimo skalė, kur 1 – *visiškai nesutinku*, 2 – *nesutinku*, 3 – *nei sutinku, nei nesutinku*, 4 – *sutinku*, 5 – *visiškai sutinku*. Aukštesnė reikšmė reiškia geresnį rezultatą.

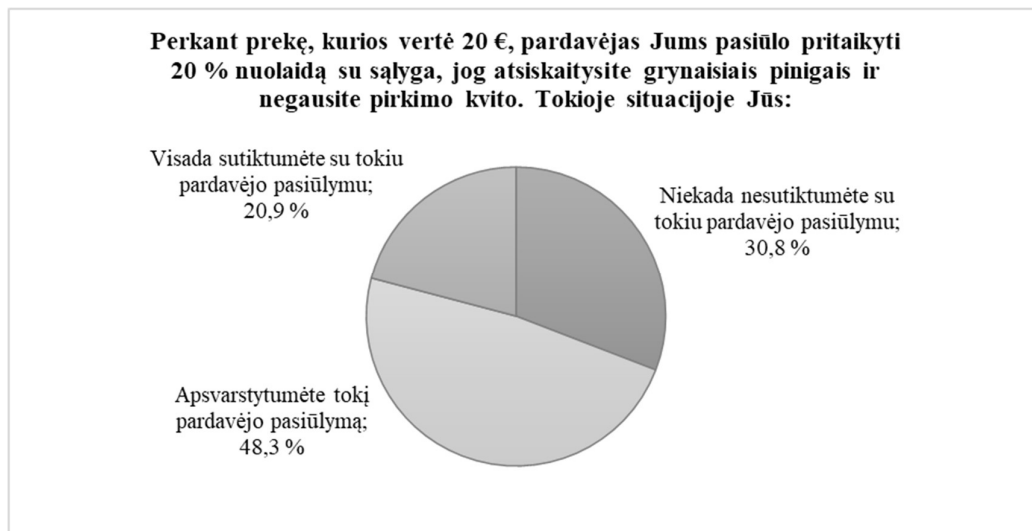
Tyrimo imtis. Šio tyrimo generalinė visuma (populiacija) yra užimti Lietuvos gyventojai, kurie apibrėžiami kaip „15 metų ir vyresni asmenys, dirbantys bet kokį darbą, gaunantys už jį darbo užmokestį pinigais ar išmoką natūra arba turintys pajamų ar pelno“ (Lietuvos statistikos departamentas, 2022), nes visiems asmenims, kurie gauna pajamas Lietuvoje, taip pat tenka ir mokestinė prievolė. Nors prievolė mokėti mokesčius tenka ne tik fiziniams, bet ir juridiniams asmenims, svarbu pabrėžti, jog šis tyrimas orientuotas į fizinius, o ne juridinius asmenis, kadangi juridinių asmenų vadovai taip pat yra fiziniai asmenys, patenkantys į tikslinę grupę. Kad tyrimo rezultatai atspindėtų generalinę užimtų 1,42 mln. gyventojų visumą (Lietuvos statistikos departamentas, 2022), tyrimo imtis turi būti reprezentatyvi (Kardelis, 2016, p. 148), todėl pritaikius tyrimo imties tūrio nustatymo formulę su 95 proc. patikimumo lygmeniu, maksimaliu leidžiamu paklaidos dydžiu 5 proc., apskaičiuota tyrimo imtis yra 384. Tai reiškia, jog norint, kad tyrimo rezultatai būtų reprezentatyvūs, reikia apklausti ne mažiau kaip 384 tyrimo respondentus – užimtus Lietuvos gyventojus.

Gautų duomenų įvertinimui atlikti pasitelkti aprašomosios statistikos metodai: duomenų klasifikavimas, grupavimas, vidurkių skaičiavimas ir interpretavimas bei Spirmeno ranginė koreliacinė analizė. Mokesčių moralės įvertinimui apskaičiuoti naudotas atsakymų rezultatų (nuo 1 iki 5) vidurkis.

3. Mokesčių moralės Lietuvoje tyrimo rezultatai

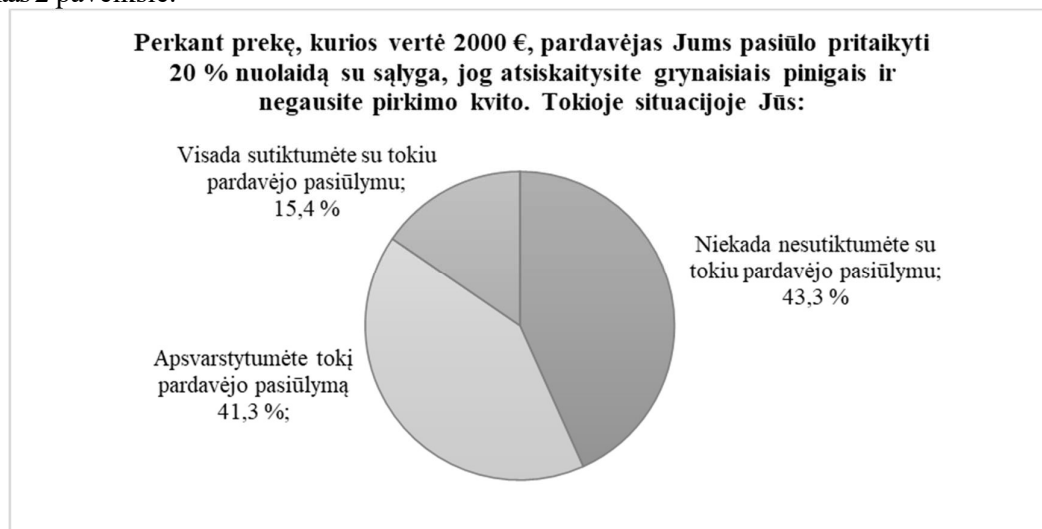
Tyrimo dalyvavo 402 Lietuvoje dirbantys asmenys, todėl gautus rezultatus galima laikyti reprezentatyviais, kadangi respondentų skaičius yra didesnis nei 384. Apklausoje aktyviausiai dalyvavo moterys (68,2 proc.), o vyrų aktyvumas buvo gerokai mažesnis (30,3 proc.). Pagal amžių respondentai pasiskirsto į 52-64 m. (35,8 proc.) ir 15-26 m. (31,8 proc.) amžiaus grupes. Mažiausiai respondentų patenka į 65 m. ir daugiau (3,5 proc.) grupę. Dauguma respondentų turi aukštąjį išsilavinimą (74,1 proc.), 1 proc. turi pagrindinį išsilavinimą. Pagal pajamas per mėnesį („į rankas“) daugiausiai (44,3 proc.) respondentų uždirba nuo 1001 Eur iki 1500 Eur per mėnesį, o respondentai, gaunantys minimalų atlyginimą (633 Eur) arba mažiau, sudaro 6,5 proc. apklaustųjų. 2001 Eur ir daugiau per mėnesį uždirbantys respondentai sudaro nedidelę dalį – 9,5 proc. Pagal šeimyninę padėtį, susituokusių ir nesusituokusių respondentų pasiskirstymas yra panašus, atitinkamai 40,3 proc. ir 39,8 proc.

Situacijų analizė. I-ojoje situacijoje, kur buvo klausama, ar respondentai pirktų 20 Eur kainuojančią prekę su nuolaida, tačiau be pirkimo kvito, respondentų atsakymų pasiskirstymas pagal elgsenas pateiktas 1 paveiksle. Šios situacijos rezultatų analizė atskleidžia, jog tik nedidelė dalis respondentų (30,8 proc.) pasižymi aukšta mokesčių morale, t. y. nepirktų prekės be pirkimo kvito pigiau, o likusieji respondentai yra vidutinės ir žemos mokesčių moralės. Apskaičiuotus mokesčių moralės įvertį, gauta 1,90 reikšmė rodo, kad bendra respondentų mokesčių moralė yra vidutinė.



1 pav. I situacija. Respondentų pasiskirstymas pagal elgseną
Šaltinis: sudaryta autorių.

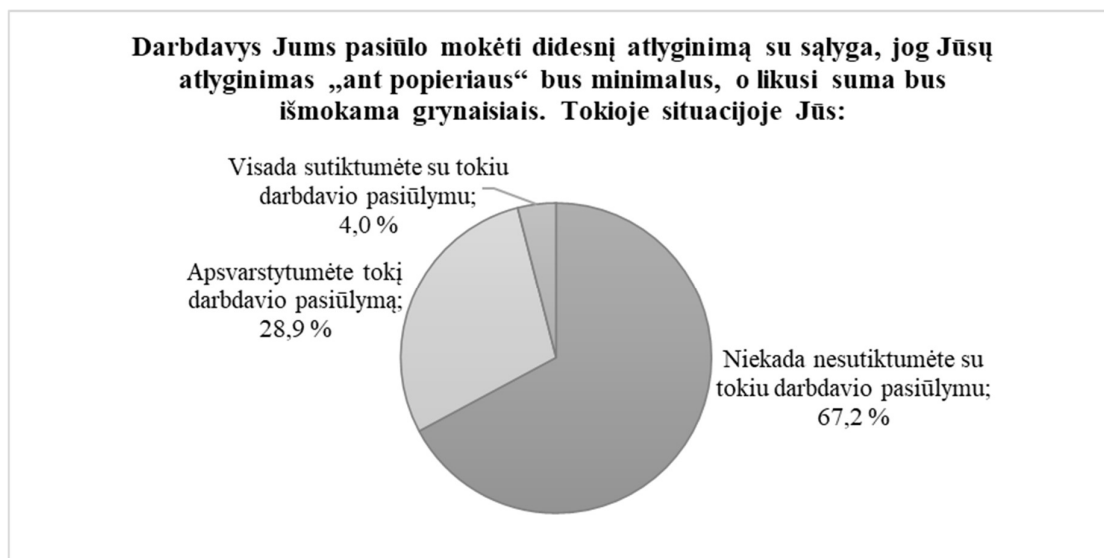
Pateikiant II-ąją situaciją buvo siekiama įvertinti, kaip pasikeistų respondentų elgsena, jei prekės vertė būtų ne 20 Eur, bet 2000 Eur. Respondentų atsakymų pasiskirstymas pagal elgsenas šioje situacijoje pateiktas 2 paveiksle.



2 pav. II situacija. Respondentų pasiskirstymas pagal elgseną
Šaltinis: sudaryta autorių.

II-osios situacijos rezultatų pasiskirstymas skiriasi nuo I-osios situacijos rezultatų, kadangi skirtingai nei I-ojoje situacijoje, didesnioji dalis respondentų (43,3 proc.) niekada nesutiktų su tokiu pardavėjo pasiūlymu ir rinktųsi mokėti pilną kainą ir gauti pirkimo kvitą. Nemažai respondentų (41,3 proc.) apsvarstytų šį pasiūlymą, o 15,4 proc. apklaustųjų visada sutiktų mokėti grynaisiais ir negauti pirkimo kvito. Apskaičiavus bendrąją respondentų mokesčių moralę II-osios situacijos atveju, gauta reikšmė yra 1,72, t. y. mokesčių moralė šiek tiek aukštesnė nei vidutinė. Taigi, galima daryti prielaidą, jog kylant prekės kainai, respondantai yra linkę elgtis sąžiningiau, o tai sąlygoja aukštesnę mokesčių moralę.

III-oje situacijoje buvo analizuojamas respondentų požiūris į atlyginimo mokėjimą „vokelyje“. Respondentų atsakymų pasiskirstymas pagal elgsenas pateiktas 3 paveiksle.



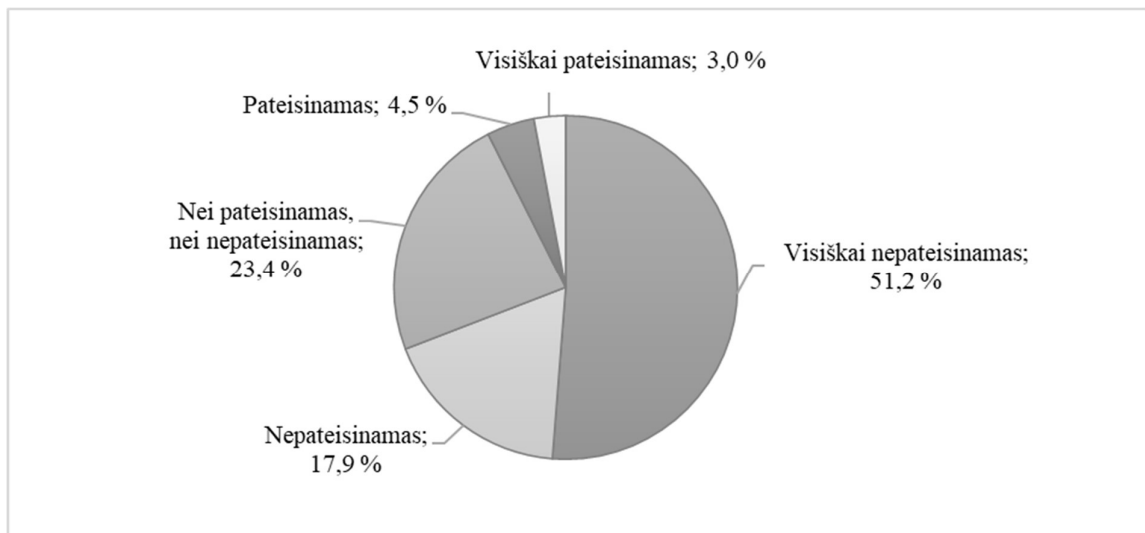
3 pav. III situacija. Respondentų pasiskirstymas pagal elgseną
Šaltinis: sudaryta autorių.

Šioje situacijoje dauguma (net 67,2 proc.) respondentų niekada nesutiktų su tokiu darbdavio pasiūlymu ir geriau gautų mažesnę atlyginimą vietoje minimalaus atlyginimo „ant popieriaus“ ir likusios dalies grynaisiais. 28,9 proc. respondentų teigė, jog apsvarstytų tokį darbdavio pasiūlymą ir tik 4 proc. – visada sutiktų su tokiu darbdavio pasiūlymu. Apskaičiavus mokesčių moralę III-iosios situacijos atveju, gauta 1,37 reikšmė parodo, jog respondentų mokesčių moralė yra ganėtinai aukšta, kai situacija susijusi su atlyginimais.

Atlikus trijų atvejų atsakymų analizės, galima teigti, jog respondentų mokesčių moralė yra vidutinė, kuomet kalbama apie situaciją, kurioje mokesčių mokėtojas gali gauti nuolaidą prekei su sąlyga, jog už prekę mokės grynaisiais pinigais ir negaus pirkimo kvito, tačiau išanalizavus analogišką situaciją su didesnės vertės preke, akivaizdu, jog kylant prekės kainai, mokesčių moralė taip pat didėja. Kai mokesčių mokėtojiui siūlomas didesnis atlyginimas su sąlyga, jog „ant popieriaus“ atlyginimas bus minimalus, didžioji dalis apklaustųjų pasižymi aukštesne mokesčių morale ir nėra linkę sutikti su tokiu darbdavio pasiūlymu.

Veiksnių analizė. Trečiajame klausimų bloke respondentų buvo klausama, ar sukčiavimas mokesčių srityje gali būti pateisinamas, jei tik tam yra galimybė. Respondentų pasiskirstymas pagal sukčiavimo mokesčių srityje pateisinimą pateiktas 4 paveiksle.

Dauguma (51,2 proc.) respondentų mano, jog sukčiavimas mokesčių srityje yra visiškai nepateisinamas, 17,9 proc. – jog sukčiavimas mokesčių srityje nepateisinamas, 23,4 proc. abejoja ir teigia, jog nei pateisinamas, nei nepateisinamas ir tik 4,5 proc. ir 3 proc. mano, jog pateisinamas arba visiškai pateisinamas. Respondentų atsakymus priskyrus reikšmėms nuo 1 iki 5, apskaičiuota bendroji respondentų mokesčių moralė, kuri lygi 1,9. Kadangi rezultatai yra vertinami penkiabalėje sistemoje, ši įvertį būtų galima apibūdinti kaip aukštą-vidutinę mokesčių mokėtojų mokesčių moralę.



4 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal sukčiavimo mokesčių srityje pateisinimą, jei tik tam yra galimybė

Šaltinis: sudaryta autorių.

Apibendrinant atlikto tyrimo rezultatus, nustatyta, kad 51,2 proc. respondentų pasižymi aukšta mokesčių morale, 17,9 proc. – vidutine mokesčių morale ir 30,8 proc. – žema mokesčių morale. Nors dauguma respondentų yra aukštos mokesčių moralės, tačiau žemos mokesčių moralės respondentai sudaro beveik trečdalį visų apklaustųjų, kas taip pat yra reikšmingas dydis.

Sociodemografiniai veiksniai. Apklausti respondentai vyrai pasižymi aukštesne mokesčių morale (1,79) nei moterys (1,91), nors daugelyje kitų tyrimų rezultatas yra priešingas – moterų mokesčių morale paprastai yra aukštesnė nei vyrų (Alexander ir Balavac-Orlic, 2022). Kadangi šiame tyrime dalyvavusių vyrų skaičius yra daugiau nei perpus mažesnis nei moterų, tvirtinti, kad vyrai pasižymi aukštesne mokesčių morale gali būti klaidinga.

Mokesčių moralės lygis didėjant amžiui taip pat yra linkęs didėti. Mokesčių moralės lygis tarp 52-65 metų respondentų yra aukščiausias (1,68), o 15-26 metų respondentų tarpe – žemiausias (2,06). Šių rezultatų patikimumą galima pagrįsti tuo, jog daugumą visų tiriamųjų sudaro 52-64 bei 15-26 metų amžiaus grupes patenkantys asmenys, todėl galima manyti, jog šių asmenų mokesčių moralės lygis yra ganėtinai tikslus. Tai atitinka Alexander ir Balavac-Orlic (2022) atliktų tyrimų rezultatus.

Žemiausia mokesčių moralė yra vidurį išsilavinimą turinčių respondentų (2,25), tai žemesnė nei vidutinė moralė. Panašaus lygio, tačiau šiek tiek aukštesne mokesčių morale pasižymi ir profesinį išsilavinimą turintys respondentai (2,18). Aukščiausią mokesčių moralę turi respondentai su aukštu išsilavinimu (1,79). Tai patvirtina ir užsienyje atlikti tyrimai (Rodriguez-Justicia ir Theilen, 2018; Alexander ir Balavac-Orlic, 2022).

Žemiausios mokesčių moralės respondentai yra minimalų ir mažesnę atlyginimą gaunantys asmenys (2,08), o didesnes už minimalų atlyginimą pajamas gaunančių asmenų mokesčių moralė didėja kartu su pajamų augimu nuo 634 Eur iki 1500 Eur. Vėliau, kai pajamų lygis pasiekia 1501 Eur, mokesčių moralės lygis vėl žemėja ir pasiekia vidutinį lygį. Apie tai, jog pajamų lygio įtaka mokesčių moralei ne visuomet vienareikšmiška, rašė Alexander ir Balavac-Orlic (2022), tačiau pasak jų, vis tiek labiau tikėtina, jog žemesnes pajamas gaunantys asmenys pasižymės žemesne mokesčių morale. Tai pastebima ir šiame tyrime.

Žemiausios mokesčių moralės respondentai yra tie, kurie neturi vedybinio statuso (2,01). Jų mokesčių moralė yra vidutinio lygio. Vedybinį statusą turintys respondentai pasižymi aukštesne mokesčių morale (1,88). Aukščiausios mokesčių moralės respondentai yra našliai (1,60) bei išsiskyrusieji (1,77), tačiau jų mokesčių moralės lygis gali būti ne visiškai tikslus dėl palyginti nedidelio atsakymų kiekio.

Spirmeno ranginės koreliacijos koeficientai (rS) tarp mokesčių moralės ir sociodemografinių veiksnių parodė, jog statistiškai reikšmingas, bet labai silpnas ryšys yra tik tarp mokesčių moralės ir amžiaus bei išsilavinimo (2 lentelė).

2 lentelė. Mokesčių moralės ir sociodemografinių charakteristikų ryšys

	Amžius	Išsilavinimas	Mokesčių moralė
rS	-0,108	-0,182	
p	0,02	<0,00	

Šaltinis: sudaryta autorių.

Respondentų atsakymų apie sukčiavimo mokesčių srityje pateisinimą esant papildomoms sąlygoms analizė pateikta 3 lentelėje.

3 lentelė. Sukčiavimą mokesčių srityje pateisinančių sąlygų vertinimo rezultatai

Sukčiavimo mokesčių srityje pateisinimo sąlyga	Vidurkis	rS (su mokesčių morale) (p<0,05)
Jei mokesčių sistema nėra sąžininga ir teisinga	2,82	0,59
Jei valdžioje egzistuoja korupcija	2,72	0,61
Jei ir kiti visuomenės nariai mokesčius moka nesąžiningai	2,37	0,64
Jei lėšos, surenkamos iš mokesčių, yra naudojamos neefektyviai	2,68	0,56
Jei mokesčių našta yra per didelė	2,83	0,53

Šaltinis: sudaryta autorių.

Atlikti vidurkių skaičiavimai rodo, jog nors bendruoju atveju sukčiavimo mokesčių srityje nepateisina didžioji dauguma respondentų, tačiau esant papildomoms sąlygoms, sukčiavimas mokesčių srityje tampa vis labiau pateisinamu reiškiniu. Kaip ir Lago-Peñas, Lago-Peñas (2010) tyrimu, taip ir Lietuvoje sukčiavimą mokesčių srityje respondentai labiausiai pateisina, jei yra per didelė mokesčių našta (2,83) ir nesąžininga bei neteisinga mokesčių sistema (2,82). Mažiausiai sukčiavimą pateisinti sąlyga yra kitų visuomenės narių nesąžiningas mokesčių mokėjimas (2,37). Nustatyti ryšiai tarp mokesčių moralės ir sukčiavimą mokesčių srityje pateisinančių sąlygų rodo, jog visi ryšiai yra statistiškai reikšmingi ir stiprūs, tačiau stipriausias ryšys yra tarp mokesčių moralės ir sąlygos, kuomet kiti visuomenės nariai mokesčius moka nesąžiningai. Tai reiškia, jog mokesčių moralei didėjant – ši sąlyga tampa vis labiau nepateisinama, ir atvirkščiai. Silpniausias ryšys yra tarp mokesčių moralės ir didelės mokesčių naštos, tačiau šis ryšys vis tiek yra pakankamai stiprus, kad būtų galima teigti, jog jis veikia mokesčių moralę.

Respondentų atsakymų apie mokesčius sąžiningai mokėti motyvuojančius veiksniai rezultatai (vidurkiai) pateikti 4 lentelėje.

4 lentelė. Mokesčių moralę gerinančių veiksnių vertinimo rezultatai

Veiksnių grupė	Veiksny	Vidurkis
Baimės veiksniai	Tikimybė būti patikrintam VMI	3,42
	Didelės baudos tikimybė	3,60
Sąmoningumo ir pasitikėjimo veiksniai	Mokesčių kaip teisės aktais nustatytos prievolės suvokimas	3,66
	Mokesčių kaip pagrindinio valstybės pajamų šaltinio, būtino jos funkcijoms vykdyti, suvokimas	3,71
	Pasitikėjimas mokesčių sistema	3,61
	Tikėjimas, kad sąžiningai mokėdami mokesčius mainais kažką gausite iš valstybės	3,65
Individualūs veiksniai	Žinojimas, kad kiti mokesčius moka sąžiningai	3,49
	Pasitenkinimo jausmas atlikus pilietinę pareigą	3,33
Aiškumo ir paprastumo užtikrinimo veiksniai	Paprastas ir aiškiai suprantamas mokesčių apskaičiavimo ir deklaravimo procesas	3,82
	Švietimas apie mokesčius	3,64

Šaltinis: sudaryta autorių.

Visi veiksniai gana panašiai (apie 3,65 balo) prisideda prie mokesčių moralės gerinimo, kadangi visų šių veiksnių įverčiai yra didesni už 3. Tai reiškia, jog mokesčių mokėtojai mano, jog jie padidina

motyvaciją sąžiningai mokėti mokesčius. Mažiausiai motyvuojantys veiksniai yra pasitenkinimo jausmas atlikus pilietinę pareigą (3,33), tikimybė būti patikrintam VMI (3,42) ir žinojimas, kad kiti mokesčius moka sąžiningai (3,49), labiausiai motyvuojantis veiksnys yra paprastas ir aiškiai suprantamas mokesčių apskaičiavimo ir deklaravimo procesas (3,82). Tai parodo, jog mokesčių sistema ne visiems mokesčių mokėtojams yra suprantama, kas yra didelis mokesčių sistemos trūkumas.

Išvados

1. Išanalizavus mokesčių moralės sampratą, prieita prie bendros mokesčių moralės koncepcijos, pagal kurią mokesčių moralę galima paaiškinti kaip mokesčių mokėtojo vidinę motyvaciją sąžiningai ir sąmoningai mokėti mokesčius. Veiksniai, darantys įtaką mokesčių moralei, gali būti suskirstyti į dvi grupes: sociodemografinės charakteristikos (lytis, amžius, išsilavinimas, pajamos ir kt.) ir reguliaciniai-teisiniai (pasitikėjimas valdžia ir mokesčių institucijomis; bendras visuomenėje susiformavęs požiūris į mokesčius).

2. Mokesčių moralės Lietuvoje tyrimui atlikti pasirinkta užimtų Lietuvos gyventojų anketinė apklausa, kurios klausimai apėmė respondentų sociodemografines charakteristikas, situacijų analizę, sukčiavimą mokesčių srityje pateisinančių bei sąžiningą mokesčių mokėjimą lemiančių veiksnių analizę.

3. Atlikus mokesčių moralės tyrimą, paaiškėjo, jog mokesčių moralės lygis Lietuvoje yra vidutinis, o aukšta mokesčių morale pasižymi tik šiek tiek daugiau nei 50 proc. mokesčių mokėtojų. Sociodemografinių veiksnių įtakos mokesčių moralei analizė parodė, jog mokesčių moralė didėja su mokesčių mokėtojų amžiumi ir išsilavinimu. Kitų sociodemografinių veiksnių ir mokesčių moralės ryšys pripažintas statistiškai nereikšmingas. Labiausiai mokesčių moralę mažinantys veiksniai yra per didelė mokesčių našta bei nesąžininga ir neteisinga mokesčių sistema, todėl svarbu užtikrinti, jog šalyje egzistuotų sąžininga ir teisinga mokesčių sistema. Labiausiai prie mokesčių moralės didinimo prisideda sąmoningumo ir pasitikėjimo veiksniai bei aiškumo ir paprastumo užtikrinimo veiksniai, iš kurių svarbiausias yra paprastas ir aiškiai suprantamas mokesčių apskaičiavimo ir deklaravimo procesas. Todėl norint padidinti mokesčių moralės lygį Lietuvoje, svarbu ugdyti mokesčių mokėtojų supratingumą ir plėsti jų žinias apie mokesčius.

Literatūra

1. Alexander, P., ir Balavac-Orlic, M. (2022). Tax morale: Framing and Fairness. *Economic Systems*, 46(1), 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2021.100936>
2. Capasso, S., Cicatiello, L., De Simone, E., Gaeta, G. L., ir Mourão, P. R. (2021). Fiscal Transparency and Tax Ethics: Does Better Information Lead to Greater Compliance? *Journal of Policy Modelling*, 43(5), 1031–1050. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.06.003>
3. Casal, S., Faillo, M., ir Mittone, L. (2022). I Want to Pay!-Identifying the Unconditional Tax Propensity (UTP). *Journal of Economic Behavior & Organization*, 197, 103–114. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2022.02.023>
4. Cleary, D. (2013). A Survey on Attitudes and Behaviour Towards Tax and Compliance. *Irish Tax and Customs*, 1–56. Prieiga: <https://www.revenue.ie/en/corporate/documents/research/survey-attitudes-behaviours-dec2013.pdf>
5. Davidescu, A.A., Manta, E.M., Stoica-Ungureanu, A.T., Anton (Musat), M. (2022). Could Religiosity and Religion Influence the Tax Morale of Individuals? An Empirical Analysis Based on Variable Selection Methods. *Mathematics*, 10, 4497. <https://doi.org/10.3390/math10234497>
6. Di Gioacchino, D., ir Fichera, D. (2020). Tax Evasion and Tax Morale: A Social Network Analysis. *European Journal of Political Economy*, 65(C), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2020.101922>
7. Di Gioacchino, D., ir Fichera, D. (2022). Tax Evasion and Social Reputation: The Role of Influencers in a Social Network. *Metroeconomica*, 73(4), 1048–1069. <https://doi.org/10.1111/meca.12391>
8. Fotiadis, K., ir Chatzoglou, P. (2022). The Tax Morale of Exhausted Taxpayers. The Case of Greece. *Constitutional Political Economy*, 33(3), 354–377. <https://doi.org/10.1007/s10602-021-09349-3>
9. Gaižauskaitė, I., ir Mikėnė, S. (2014). *Socialinių tyrimų metodai: apklausa: vadovėlis*. Vilnius:

Mykolo Romerio universitetas.

10. James, S., McGee, R. W., Benk, S., ir Budak, T. (2019). How Seriously do Taxpayers Regard Tax Evasion? A Survey of Opinion in England. *Journal of Money Laundering Control*, 22(3), 563–575. <http://doi.org/10.1108/JMLC-09-2018-0056>
11. Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai: edukologija ir kiti socialiniai mokslai: vadovėlis*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
12. Kemme, D. M., Parikh, B., ir Steigner, T. (2020). Tax Morale and International Tax Evasion. *Journal of World Business*, 55(3), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2019.101052>
13. Kuokštis, V., ir Bakutis, R. (2017). Mokestinės moralės reikšmė, situacija Lietuvoje ir būdai ją pagerinti. In R. Bakutis et al., *Pasitikėjimas valstybe: prielaidos iššūkiai, sprendimai* (p. 183–230). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
14. Lago-Peñas, I., Lago-Peñas, S. (2010). The Determinants of Tax Morale in Comparative Perspective: Evidence from European Countries, *European Journal of Political Economy*, 26(4), 441–453, <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.06.003>.
15. Lietuvos statistikos departamentas. (2022). *Užimti gyventojai ir užimtumo lygis pagal amžiaus grupes ir lytį*. Prieiga: https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=5ab5f098-85a0-41dd-a961-6953f9db9da5#
16. Maji, S. K. (2017). Can Tax Evasion be Justified? *A Behavioural Study*, 1–19. <http://doi.org/10.2139/ssrn.3024959>
17. Miyazaki, T., Tamaoka, M., Tomita, A., Kameda, K., Kawase, A., Nakazawa, K., Yokoyama, N. (2022). *Tax Morale and Tax Resistance: Evidence from an Internet Survey in Japan* (1-asis leid.). Singapore: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-19-0478-3>
18. Mickiewicz, T., Rebmann, A., ir Sauka, A. (2019). To Pay or Not to Pay? Business Owners' Tax Morale: Testing a Neo-Institutional Framework in a Transition Environment. *Journal of Business Ethics*, 157(1), 75–93. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3623-2>
19. OECD. (2019). *Tax Morale: What Drives People and Businesses to Pay Tax?* <https://doi.org/10.1787/f3d8ea10-en>
20. Olsen, J., Kasper, M., Enachescu, J., Benk, S., Budak, T., ir Kirchler, E. (2018). Emotions and Tax Compliance Among Small Business Owners: An Experimental Survey. *International Review of Law and Economics*, 56, 42–52. <https://doi.org/10.1016/j.irl.2018.05.004>
21. Risdiana, N., Utari, P., ir Satyawan I. A. (2020). Gaining Voluntary Tax Compliance through Social Media Influencers: a Descriptive Analysis of the Meaning of Hashtag Usage #PajakProfesi on Instagram Account of Directorate General of Taxes. Proceedings. *The Proceedings of the 4th International Conference of Social Science and Education*. Yogyakarta: EAI. <https://doi.org/10.4108/eai.4-8-2020.2302419>
22. Rodriguez-Justicia, D., ir Theilen, B. (2018). Education and Tax Morale. *Journal of Economic Psychology*, 64(C), 18–48. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2017.10.001>
23. Rutkauskas, V. (2018). *Mokesčių moralė ir jos įtaka viešojo sektoriaus pajamoms* (daktaro disertacija). Prieiga: <http://talpykla.elaba.lt/elaba-fedora/objects/elaba:32454900/datastreams/MAIN/content>
24. Rutkauskas, V. (2019). Tax Morale and Public Sector Revenues in Baltic Countries. *Socialinė Teorija, Empirija, Politika Ir Praktika*, 19, 26–43. <https://doi.org/10.15388/STEPP.2019.9>
25. Savickienė, J., ir Šitkauskienė, J. (2022). Mokesčių sistemos įtaka šešėlinei ekonomikai. *Laisvalaikio tyrimai*, 1(19), 1–14. <https://doi.org/10.33607/elt.v1i19.1226>
26. Schneider, F. (2017). Shadow Economies Around the World: New Results for 158 Countries over 1991-2015. Working Paper No. 1710. Department of Economics, Johannes Kepler University of Linz. Prieiga <http://hdl.handle.net/10419/183248>
27. Snitkienė, K., Senkus, K., ir Budrionytė, R. (2018). Pelnų mokesčio surinkimą lemiantys veiksniai: Baltijos šalių atvejo analizė. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, 0(17-18), 97–115. <https://doi.org/10.15388/batp.v0i1.11956>
28. Tauginienė, L., Gaižauskaitė, I., Glendinning, I., Kravjar, J., Ojsteršek, M., Ribeiro, L., Foltýnek, T. (2019). *Aiškinamasis akademinio sąžiningumo terminų žodynas*. (L. Tauginienė ir I. Gaižauskaitė,

- Vert.). Vilnius: Mykolo Romerio universitetas. (Originalas publikuotas 2018 m.). Prieiga https://academicintegrity.eu/wp/wp-content/uploads/2022/07/Glossary_Lithuanian_07_10.pdf
29. Torgler, B. (2012). Tax Morale, Eastern Europe and European Enlargement. *Communist and Post-Communist Studies*, 45(1–2), 11-25. <https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2012.02.005>
30. World Values Survey. (2022). *Data & Documentation*. Prieiga per <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>

TAX MORALE IN LITHUANIA

Austė Timinskaitė, dr. Agnė Ramanauskaitė, dr. Kristina Rudžionienė

Summary

Taxes play a vital role within a nation's financial system, enabling the government to maintain a consistent revenue stream that can be distributed and used for the nation's economic and social progress. As taxes are the most important source of revenue for the state budget, it is essential that taxpayers understand taxes not only as a monetary obligation or burden, but also as a resource that is self-evident and necessary for the well-being of society. However, not all taxpayers are willing to comply with this obligation and pay their taxes in good faith. Tax morale is usually defined as the intrinsic motivation to pay taxes honestly (Casal, Faillo and Mittone, 2022). With high tax morale, taxpayers pay taxes honestly and willingly, while those with low tax morale are prone to tax fraud or to not paying taxes at all. This behaviour may be due to a variety of factors, but citizens' tax behaviour cannot be understood without taking into account moral considerations (Fotiadis and Chatzoglou, 2022). **The aim of the article** – to identify the tax morale of the occupied Lithuanian taxpayers and its determinants.

The analysis of the concept of tax morale has led to the general concept of tax morale, according to which tax morale can be explained as a taxpayer's intrinsic motivation to pay taxes honestly and deliberately. The factors influencing tax morale can be divided into two groups: socio-demographic characteristics (gender, age, education, income, etc.) and regulatory-legal (trust in government and tax authorities; general attitudes towards tax in society). A questionnaire survey of the occupied population of Lithuania was chosen to conduct the study of tax morale in Lithuania, the questions of which included socio-demographic characteristics of the respondents, analysis of the situations, analysis of the factors justifying tax fraud and factors influencing fair tax payment. The tax morale survey showed that the level of tax morale in Lithuania is average, with just over 50% of taxpayers having high tax morale. The analysis of the influence of socio-demographic factors on tax morale showed that tax morale increases with the age and education of taxpayers. The relationship between other socio-demographic factors and tax morale was found to be statistically insignificant. The most significant factors that reduce tax morale are excessive tax burden and an unfair and unjust tax system, which is why it is important to ensure that the country has a fair and just tax system. The factors that contribute most to tax morale are awareness and trust, and clarity and simplicity, the most important of which is a simple and clearly understandable tax assessment and declaration process. Therefore, in order to increase the level of tax morale in Lithuania, it is important to raise taxpayers' awareness and knowledge of taxes, but as this is a time-consuming process, more attention should be paid not only to taxpayers but also to educating younger people who are not yet in employment, thus developing their tax morale.

Keywords: tax morale, tax ethics, tax motivation, determinants, tax evasion.