

Роль социальных институтов в формировании поведения налогоплательщика

Тихонова Анна Витальевна

Канд. экон. наук, доц. каф. статистики и кибернетики¹, доц. департамента налогов и налогового администрирования²
ORCID: 0000-0001-8295-8113, e-mail: avtihnova@rgau-msha.ru

¹Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена оценке влияния социальных институтов семьи, образования и бизнеса на поведение налогоплательщиков физических лиц. Особое внимание уделено категории начинающих налогоплательщиков – выпускников вузов, – поскольку они наиболее подвержены воздействию социальных факторов. Основным методом исследования стал лабораторный эксперимент в форме анкетного опроса студентов российских вузов, проведенный в 2021 г. Для обработки результатов эксперимента применены корреляционно-регрессионный анализ, структурный анализ, а также табличный метод представления информации. Выявлено, что рассматриваемые институты по-разному влияют на налоговое поведение и наиболее слабо выражено воздействие семьи. Ответы респондентов свидетельствуют о том, что совместное влияние институтов бизнеса и образования имеет гораздо больший эффект. Результаты исследования могут быть использованы Федеральной налоговой службой при разработке стратегии взаимодействия с налогоплательщиками, а также при реализации политики по легализации доходов субъектов бизнеса. Перспективы развития темы исследования состоят в возможности проведения более детализированного эксперимента, включающего расширенный перечень вопросов. Подобный перечень позволит оценить влияние большего количества социальных институтов на поведенческие мотивы налогоплательщиков.

Ключевые слова

Подоходный налог, налоговая ставка, институт семьи, институт образования, институт бизнеса, поведенческие мотивы, регрессия

Финансирование. Публикация подготовлена при поддержке гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук МК-422.2021.2 «Современные трансформации системы налогообложения физических лиц».

Для цитирования: Тихонова А.В. Роль социальных институтов в формировании поведения налогоплательщика // Вестник университета. 2022. № 12. С. 237–247.



The role of social institutions in shaping taxpayer behaviour

Anna V. Tikhonova

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Statistics and Cybernetics Department¹,
Assoc. Prof. at the Department of Taxes and Tax Administration²
ORCID: 0000-0001-8295-8113, e-mail: avtikhonova@rgau-msha.ru

¹Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Moscow, Russia

²Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Abstract

The article is devoted to the assessment of the impact that the social institutions of family, education and business have on taxpayer behaviour of natural persons. Special emphasis is placed on novice taxpayers, namely graduates, as they are most exposed to the impact of social factors. A laboratory experiment in the form of a survey of Russian students, conducted in 2021, served as the main research method. In order to process the results obtained, correlation and regression analysis, structural analysis, and the method of tabular presentation of data were used. It was found that the level of influence that the institutions under study have on tax behavior is different, that of the institution of family being the weakest. Respondents' answers indicate that the joint influence of the institutions of education and business is much stronger. The results of the study can be used by the Federal Tax Service of Russia to develop a strategy for interacting with taxpayers as well as to implement the policy on legalization of business entities' income. Prospects for further exploration of the topic are linked to the possibility of conducting a more detailed experiment that would include an extended list of questions. Such list will allow to assess the impact of a larger number of social institutions on taxpayers' behavioural motives.

Keywords

Income tax, tax rate, institution of family, institution of education, institution of business, behavioural motives, regression

Funding. The publication has been supported by the grant from the President of the Russian Federation for state support for young Russian scientists – Candidates of Sciences (MK-422.2021.2 “Modern transformations of taxation of natural persons”).

For citation: Tikhonova A.V. (2022) The role of social institutions in shaping taxpayer behaviour. *Vestnik universiteta*, no. 12, pp. 237–247.



ВВЕДЕНИЕ

Большинство существующих экономических исследований уклонения от уплаты налогов направлены на установление теоретического и/или эмпирического влияния различных налоговых режимов, налоговых ставок, инструментов администрирования, санкций на поведение налогоплательщиков [1; 2]. Однако почти во всех подобных исследованиях конца XX – начала XXI вв. игнорировался один из наиболее важных факторов, определяющих соблюдение требований, – этические или моральные склонности налогоплательщика, формируемые под воздействием социальных институтов.

В последнее десятилетие появляется все больше исследований по уклонению от уплаты налогов, где подробно рассматриваются индивидуальные решения о соблюдении налоговых обязательств, исследуется роль доверия и этики налогоплательщиков, предоставляются убедительные доказательства того, что налоговая мораль и качество социальных институтов являются важными факторами, обуславливающими поведение налогоплательщиков и размер налоговых обязательств.

Совсем недавно исследователи стали уделять особое внимание роли социальных институтов в формировании поведения налогоплательщиков, объясняя влияние институтов через налоговую мораль. Э.Ф.П. Латтмером и М. Сингал термин «налоговая мораль» понимается в широком смысле как нематериальные мотивы соблюдения налогового законодательства, включая факторы, не учитываемые стандартной структурой ожидаемой полезности [3]. Хотя в большей части исследований не обнаруживается влияния социальных институтов на соблюдение налогового законодательства [4; 5], в нескольких недавних работах сообщалось о влиянии социальных норм на крупномасштабные эксперименты в естественных условиях [6; 7].

Данная статья дополняет существующую литературу, предоставляя эмпирические доказательства положительной взаимосвязи социальных институтов и поведения налогоплательщиков.

О СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТАХ

В первую очередь необходимо разобраться в том, что стоит называть социальным институтом, поскольку дефиниция слова «институт» неоднозначна. Само слово было введено в научный оборот Г. Спенсером, который сравнивал социальные институты с органами человеческого тела [8]. Однако определение институтов впервые сформулировал Т. Веблен, назвав таким образом «распространенный образ мысли в том, что касается отдельных отношений между обществом и личностью и отдельных выполняемых ими функций» [9]. Впоследствии Д. Норт [10], А. Джери и Дж. Джери [11], а также отечественный экономист Л.А. Седов [12] соотнесли социальные институты с некоторыми «правилами игры», на которых основаны взаимоотношения в обществе.

Весьма распространено также представление об институте как о социальной системе, которая охватывает не только принятые «правила игры» и комплекс норм, но и совокупность реализующих их участников. Данной точки зрения придерживаются, в частности, В.В. Локосов [13], Э. Гидденс [14], О.В. Козырева [15].

Существует и иной взгляд на категорию социального института. Так, Г.В. Осипов и Л.Н. Москвичев понимают под ним «совокупность лиц, организаций, учреждений, материальных средств, обеспечивающую определенную общественную потребность посредством функционирования системы взаимосогласованных, целесообразно ориентированных стандартов поведения» [16, с. 876]. Таким образом, авторы раскрывают функциональный подход к социальным институтам, обеспечивающим удовлетворение какой-либо общественной потребности.

Однако, несмотря на то что функциональный подход подчеркивает общественную роль институтов, приоритетным является системный подход. Как отмечает О.В. Козырева, социальные «институты и совокупность лиц и организаций, воплощающих в действие принятые нормы и правила, разделены между собой, как „правила игры“ и „игроки“» [15, с. 216].

Важно отметить, что не любые «правила игры» являются социальными институтами. Развитие институциональной теории позволило сформулировать ряд критериев выделения социальных институтов, то есть некоторые качества, которыми они должны обладать (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Свойства социальных институтов, или критерии их выделения

Критерий устойчивости социального института был введен Э. Гидденсом [14] в 2005 г.: в первую очередь под устойчивостью понималась регулярность. Отечественный экономист Г.Б. Клейнер дополнил [17] этот критерий идеей независимости институтов, отметив, что изменить их могут лишь значительные группы акторов, причем использующие специальные механизмы. Критерий структуры предполагает, что любой социальный институт должен состоять из ядра, представляющего собой совокупность «правил игры», и периферии, то есть некоего защитного слоя, обеспечивающего действие правил в течение длительного периода времени [18]. Наконец, иерархичность социального института подразумевает четкое распределение статусов и ролей между игроками, а также выстраивание иерархии подчиненности.

С учетом особенностей самой категории и ее свойств предлагается проанализировать следующие социальные институты для оценки их влияния на поведение налогоплательщиков:

- институт семьи,
- институт образования,
- институт бизнеса.

Все три института характеризуются устойчивостью, структурностью и иерархичностью, а также охватывают три важнейшие сферы, в рамках которых формируется поведение налогоплательщиков: семью, образовательную среду и работу. Как отмечают М. Море, А. Мотрони и Ф. Порчелли [19], семейные узы являются важным фактором развития теневой экономики и уклонения от уплаты налогов, поскольку влияют на уровень налоговой морали. «В обществах, где власть семьи очень высока, качество государственных институтов низкое. Это оказывает серьезное воздействие на гражданские ценности налогоплательщиков, формирует их поведение в соответствии с существующими требованиями и ведет к росту теневой экономики» [19, с. 3]. И. Лаго-Пеньяс и С. Лаго-Пеньяс показывают [20], что налоговая мораль в европейских странах регулярно меняется в зависимости от личного финансового и трудового опыта. Анализируя эффективность предоставления налогового образования в Руанде, Г. Масканыи, Ф. Санторо и Д. Мукама обнаружили [21], что участие в образовательной программе по налогообложению увеличивает вероятность декларирования налогов на 10 процентных пунктов. Таким образом, обоснованность выбора социальных институтов, перечисленных ранее, подтверждается не только соображениями научной логики, но и характером авторитетных зарубежных исследований.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИНСТИТУТОВ НА ПОВЕДЕНИЕ НАЛОГОПЛАТЕЛЬЩИКА

Социальные институты, такие как образование, семья, культура поведения и т. п., влияют на налогообложение посредством воздействия на поведение и культуру налогоплательщика. Как правило, подобный эффект оказывается длительным. На первый взгляд, он в большей степени проявляется в поведении плательщиков физических лиц, однако такое суждение обманчиво. Потенциал сокрытия налогооблагаемых сумм у юридических лиц значительно выше, но ими тоже управляет социум. Можно сделать вывод, что последствия влияния социальных институтов на процесс налогообложения отражаются на всех категориях налогоплательщиков, хотя, безусловно, воздействию институтов в большей степени подвержены молодые граждане, которые становятся самостоятельными налогоплательщиками. Несмотря на то что поощрение подачи налоговой декларации и уплаты правильной суммы налога новичками имеет стратегическую актуальность для налоговой системы, эмпирических данных о поведении этой группы плательщиков недостаточно. Т. Даннинг и другие исследователи демонстрируют, что привычка платить налоги оказывает существенное и длительное влияние на налоговые платежи, и предполагают, что первоначальное поведение новых участников может иметь важные последствия для соблюдения ими обязательств в долгосрочной перспективе [22].

В качестве примера представим себе студента, который учится на экономическом факультете и вплоть до окончания вуза не является экономистом на практике. После трудоустройства и длительного пребывания выпускника на рабочем месте, с его особыми социальными «правилами игры», опыт такого человека систематически меняется: бывший студент проходит специальную подготовку; работа предъявляет уникальные требования к его способностям и даже меняет распорядок дня; происходит социализация выпускника в уникальных организационных культурах; он начинает подражать своим карьерным кумирам, в том числе через определенное экономическое поведение и реализацию собственных правил налоговой культуры, а также получает или теряет доступ к ресурсам. Подобный натиск взаимодействующих причинных сил может привести к появлению кластеров связанных свойств, в том числе новых навыков и черт личности налогоплательщика. Люди могут сохранять эти свойства, входя в ситуации, связанные с карьерой, и покидая их, а также уходя на пенсию.

Для доказательства данного тезиса стоит привести результаты лабораторного эксперимента, реализованного автором настоящей статьи в 2021 г. с участием 304 студентов вузов Российской Федерации (далее – РФ). В рамках одного из этапов эксперимента студенты должны были оценить утверждения по 5-балльной шкале Лайкерта:

- 5 баллов, или «полностью согласен»;
- 4 балла, или «согласен»;
- 3 балла, или «затрудняюсь ответить»;
- 2 балла, или «не согласен»;
- 1 балл, или «полностью не согласен».

С точки зрения цели исследования наибольший интерес представляют оценки следующих утверждений:

- 1) «Я плачу налоги, потому что считаю это своей обязанностью»;
- 2) «Добропорядочный гражданин обязан платить налоги»;
- 3) «Если есть хоть малейшая возможность избежать уплаты налогов, я ей воспользуюсь»;
- 4) «Если мои родные, знакомые будут платить налоги, я буду их платить даже при высокой налоговой ставке».

После оценки утверждений участникам предлагалось заполнить короткую анкету (табл. 1).

Таблица 1

Форма для анкетирования испытуемых

Вопрос анкеты	Варианты ответа
1. Вуз, в котором Вы участвовали в эксперименте	– Финансовый университет; – РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева; – МГУ имени М.В. Ломоносова;

Вопрос анкеты	Варианты ответа
1. Вуз, в котором Вы участвовали в эксперименте	– КубГУ, КубГТУ; – РГАТУ имени П.А. Костычева; – другой
2. Профиль Вашего образования	– налоговый; – экономический или юридический; – другой (технический, аграрный, медицинский, и т. д.)
3. Уровень Вашего образования	– обучаюсь в бакалавриате; – обучаюсь в магистратуре
4. Имели ли Вы опыт работы по найму (работы по трудовому договору, договору гражданско-правового характера или иной работы)?	– да; – нет

Составлено автором по материалам исследования

Сопоставление оценки утверждений с ответами на вопросы таблицы 1 позволило выявить связь тактики, стратегии поведения налогоплательщика с влиянием семьи и друзей, уровнем и профилем образования, а также наличием личного опыта работы по найму, то есть с первым, вторым и третьим социальным институтом, соответственно. Распределение респондентов по указанным категориям представлено в таблице 2.

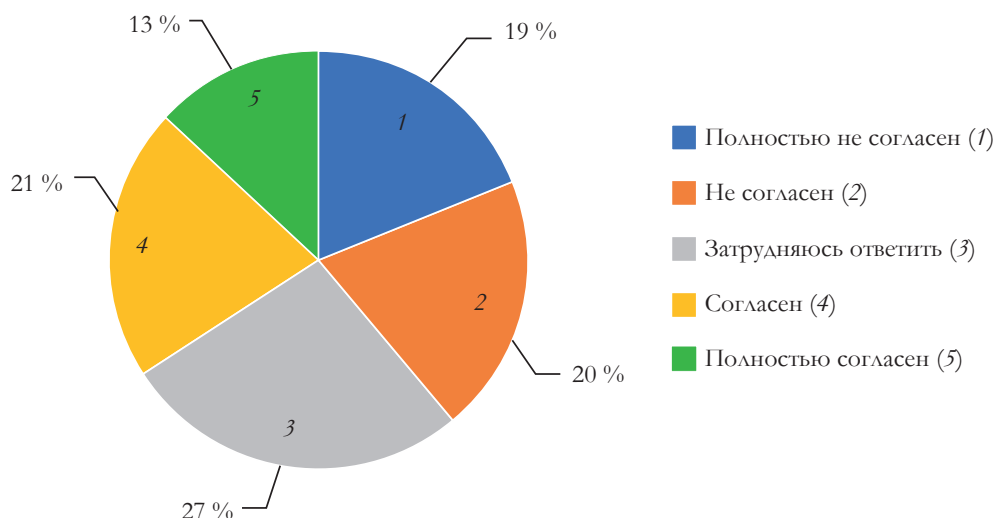
Таблица 2

Состав и распределение участников лабораторного эксперимента

Показатель	Варианты ответа	Число участников, чел.	Доля участников, %
Вуз	Финансовый университет при Правительстве РФ	170	55,9
	РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева	87	28,6
	МГУ имени М.В. Ломоносова	9	3,0
	Вузы регионов	38	12,5
	Итого	304	100,0
Профиль образования	Налоговый	85	28,0
	Экономический или юридический	152	50,0
	Другой (технический, аграрный, медицинский, биологический и т. д.)	67	22,0
	Итого	304	100,0
Уровень образования	Бакалавриат	240	78,9
	Магистратура	64	21,1
	Итого	304	100,0
Опыт работы	Не имею опыта работы	133	43,8
	Имею опыт работы	171	56,2
	Итого	304	100,0

Составлено автором по материалам исследования

Согласно данным, представленным в таблице 2, большая часть испытуемых являются студентами бакалавриата (78,9 %). Информация о распределении студентов позволила на этапе обработки результатов выявить зависимость между их налоговым поведением и образовательным профилем. Наиболее равномерным оказалось распределение участников по опыту работы. Для оценки влияния института семьи и социума на поведение налогоплательщиков следует проанализировать реакцию студентов на утверждение 4 (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Распределение респондентов по оценке утверждения: «Если мои родные, знакомые будут платить налоги, я буду их платить даже при высокой налоговой ставке»

Итак, 58 человек указали, что категорически не согласны данным с утверждением, и лишь 38 респондентов отметили, что будут обращать внимание на поведение ближайшего социума. Важно подчеркнуть, что почти треть респондентов (27 %) испытывали затруднение при ответе. Однозначно утверждать, что институт семьи и ближайший социум оказывают сильное влияние на налоговое поведение граждан, не представляется возможным. Для более детального анализа следует изучить распределение респондентов с учетом профиля и уровня их образования (табл. 3).

Исходя из данных таблицы 3, можно заключить, что семья и ближайший социум оказывают наиболее серьезное воздействие на тех респондентов, у которых отсутствует опыт работы: отметили, что влияние окружающих не скажется на их налоговом поведении, 77 работающих студентов и только 42 неработающих студента. Схожую закономерность можно проследить, анализируя результаты с учетом уровня образования: менее подвержены влиянию магистранты, которые в основном обучаются по вечерней форме и в дневное время работают. Причинно-следственной связи с другими факторами не выявлено.

Поскольку оценки утверждений 1–3 позволяют охарактеризовать сформировавшуюся налоговую стратегию и тактику поведения респондентов и сопоставить ее с возможным влиянием окружающих социальных институтов, был реализован корреляционно-регрессионный анализ, где независимой переменной выступала оценка утверждения 4, а зависимыми – оценки утверждений 1–3. Результаты анализа представлены в таблице 4.

Согласно результатам регрессии (табл. 4), окружающий социум влияет на сформировавшееся налоговое поведение, однако это влияние можно оценить как умеренное – при коэффициенте корреляции 0,448 и значимости уравнения в целом. Стоит отметить, что чем сильнее человек подвержен воздействию окружающего социума, тем более рациональна его модель налогового поведения и слабее желание скрыть свои доходы. Об этом свидетельствуют однонаправленные коэффициенты регрессии в уравнении по утверждениям 1 и 2 и разнонаправленный коэффициент по утверждению 3:

$$y = 1,65 + 0,16 \times 1 + 0,3 \times 2 - 0,17 \times 3.$$

Следует подчеркнуть, что в рамках настоящего исследования используется классификация моделей поведения налогоплательщиков, представленная А.С. Адвокатовой [23]. В соответствии с классификацией можно выделить следующие модели:

- активную (рациональную, агрессивную);
- пассивную (риск-нейтральную, дискретную).

Таблица 3
 Детализированная структура оценок утверждения «Если мои родные, знакомые будут платить налоги, я буду их платить даже при высокой налоговой ставке»

Вариант ответа	Общее число респондентов, чел.	Число респондентов, чел.							
		По профилю образования			По уровню образования		По месту проживания		По наличию опыта работы
		Налоги	Экономика или право	Другое	Студенты бакалавриата	Магистранты	Москва	Регионы	
1. Полностью не согласен	58	8	41	9	44	14	47	11	40
2. Не согласен	61	19	35	7	46	15	59	2	37
3. Затрудняюсь ответить	83	24	42	17	65	18	78	5	51
4. Согласен	64	19	32	13	52	12	57	7	24
5. Полностью согласен	38	13	23	2	33	5	36	2	25

Составлено автором по материалам исследования

Таблица 4

Результаты регрессии

Регрессионная статистика		Коэффициент	p-значение	
Множественный R	0,448	Y-пересечение	1,65	0,00
R-квадрат	0,201	Переменная X1 (вопрос 1)	0,16	0,01
Наблюдения	304	Переменная X2 (вопрос 2)	0,30	0,00
Значимость F	1,62E-14	Переменная X3 (вопрос 3)	-0,17	0,00

Составлено автором по материалам исследования

Отметим также, что у студентов, имеющих профильное налоговое образование, средняя оценка налоговой системы РФ и готовность платить налоги оказались выше, чем у прочих респондентов. Средний балл, выставленный такими студентами, оказался равен 2,8; значение того же показателя для экономистов и юристов составило 2,5; для респондентов с иным образованием – 2,4. То есть профиль образования также накладывает отпечаток на будущее поведение налогоплательщика. Аналогичные результаты были получены и зарубежными экспертами [24].

ВЫВОДЫ

В ходе исследования было выявлено и описано влияние трех социальных институтов на налоговое поведение физических лиц. Можно заключить, что данное влияние оказывается особенно сильным, очевидным при синергетическом эффекте институтов, в частности парном взаимодействии образовательной и рабочей среды. Социализация отдельных лиц в качестве членов определенной профессиональной группы знакомит их с культурой налогообложения, существующей в рамках профессии или бизнес-сектора. Представляется важным и то, что люди, принадлежащие к одной профессии, должны подчиняться схожим налоговым правилам и обязательствам, имеют представление о схожих возможностях уклонения и, вероятно, взаимодействуют и обмениваются информацией на ежедневной основе.

Что касается семьи и ближайшего социума, сильного влияния данного института на налоговое поведение граждан обнаружено не было. Вместе с тем между степенью воздействия окружающего социума и семьи и моделью налогового поведения налогоплательщика выявлена положительная корреляция, а между степенью воздействия рассматриваемого института и желанием скрыть доходы – отрицательная.

Настоящее исследование имеет ряд ограничений. Полученные результаты, демонстрирующие влияние социальных институтов, являются вторичными, поскольку основная цель эксперимента состояла в оценке воздействия налоговых ставок, штрафных санкций и вероятности проверок на поведенческие мотивы. Перспективы дальнейшего развития темы статьи заключаются в более качественной и детальной проработке вопросов нового лабораторного эксперимента, посвященного оценке роли расширенного перечня социальных институтов в формировании налогового поведения плательщиков.

Библиографический список

1. Andreoni J., Erard B., Feinstein J. Tax compliance. *Journal of economic literature*. 1998;36:818–860.
2. Eisenhauer J.G. Ethical preferences, risk aversion, and taxpayer behavior. *The journal of socio-economics*. 2008;37(1):45–63. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2007.01.030>
3. Luttmer E.F.P., Singhal M. Tax Morale. *Journal of economic perspectives*. 2014;28(4):149–168. <https://doi.org/10.1257/jep.28.4.149>
4. Blumenthal M., Christian Ch., Slemrod J. Do normative appeals affect tax compliance? Evidence from a controlled experiment in Minnesota. *National tax journal*. 2001;54(1):125–138. <https://doi.org/10.17310/ntj.2001.1.06>
5. Fellner G., Sausgruber R., Traxler Ch. Testing enforcement strategies in the field: Threat, moral appeal and social information. *Journal of the European Economic Association*. 2013;11(3):634–660. <https://doi.org/10.1111/jeea.12013>
6. Hallsworth M., List J.A., Metcalfe R.D., Vlaev I. The behavioralist as tax collector: using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of public economics*. 2017;148(C):14–31. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2017.02.003>
7. Bott K.M., Cappelen A.W., Sørensen E., Tungodden B. You've got mail: A randomized field experiment on tax evasion. *Management science*. 2020;66(7):2801–2819. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3390>
8. Спенсер Г. *Основания социологии*. Пер. с англ. СПб.: Издание И.И. Билибина; 1877. Т. 2. 898 с.

9. Веблен Т. *Теория праздного класса*. Пер. с англ. С.Т. Сорокиной. М.: Прогресс; 1984. 367 с. <http://www.library.fa.ru/files/veblen.pdf> (дата обращения: 28.09.2022).
10. Норт Д. *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики*. Пер. с англ. А.Н. Нестеренко. М.: Фонда экономической книги «Начала»; 1997. 180 с.
11. Институт. В кн.: Джери Д. Джери Дж. *Большой толковый социологический словарь* В 2 т. Т. 1. Пер. с англ. Н.Н. Марчук. М.: Вече; 2001. С. 247.
12. Седов Л.А. Институт. В кн.: Давыдов К.Н., Ковалева М.С., Филиппов А.Ф. (сост.) *Современная западная социология: словарь*. М.: Политиздат; 1990. С. 116–118.
13. Локосов В.В. *Система социальная*. В кн.: *Политическая энциклопедия в 2 т.* Т. 2. М.: Мысль; 1999. 701 с.
14. Гидденс Э. *Устройство общества: Очерк теории структуризации*. 2-е изд. М.: Академический Проект; 2005. 528 с.
15. Козырева О.В. Феномен социального института и его теоретическое определение. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2015;42:214–223. <https://doi.org/10.15838/esc/2015.6.42.13>
16. Осипов Г.В., Москвичев А.Н. (ред.) *Социология. Основы общей теории: учебник для вузов*. М.: Норма; 2003. 912 с.
17. Клейнер Г.Б. *Эволюция институциональных систем*. М.: Наука; 2004. 240 с.
18. Ерзнкян Б.А. Социально-экономические и политико-правовые институты как крупномасштабные системы: проблемы идентификации и управления развитием. В кн.: *Управление развитием крупномасштабных систем MLSD'2015*. М.: Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН; 2015. С. 65–74.
19. Marè M., Motroni A., Porcelli F. How family ties affect trust, tax morale and underground economy. *Journal of economic behavior & organization*. 2020;174:235–252. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.02.010>
20. Lago-Peñas I., Lago-Peñas S. The determinants of tax morale in comparative perspective: Evidence from European countries. *European journal of political economy*. 2010;26(4):441–453. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.06.003>
21. Mascagni G., Santoro F., Mukama D. *Teach to comply? Evidence from a taxpayer education programme in Rwanda*. ICTD; 2019. <https://www.ictd.ac/publication/teach-comply-evidence-taxpayer-education-programme-rwanda/> (дата обращения: 28.09.2022).
22. Dunning T., Monestier F., Piñeiro R., Rosenblatt F., Tuñón G. *Is paying tax habit forming? Theory and evidence from Uruguay*. Мimeo; 2017. http://www.thaddunning.com/wp-content/uploads/2017/09/Dunning-et-al_Habit_2017.pdf (дата обращения: 28.09.2022).
23. Адвокатова А.С. Взаимосвязь моделей поведения налогоплательщиков и налогового контроля. *Экономика. Налоги. Право*. 2017;10(5):148–157.
24. Dong S.X., Sinning M. Trying to make a good first impression: A natural field experiment to engage new entrants to the tax system. *Journal of behavioral and experimental economics*. 2022;100:101900. <https://doi.org/10.1016/j.socsec.2022.101900>

References

1. Andreoni J., Erard B., Feinstein J. Tax compliance. *Journal of economic literature*. 1998;36:818–860.
2. Eisenhauer J.G. Ethical preferences, risk aversion, and taxpayer behavior. *The journal of socio-economics*. 2008;37(1):45–63. <https://doi.org/10.1016/j.socsec.2007.01.030>
3. Luttmer E.F.P., Singhal M. Tax Morale. *Journal of economic perspectives*. 2014;28(4):149–168. <https://doi.org/10.1257/jep.28.4.149>
4. Blumenthal M., Christian Ch., Slemrod J. Do normative appeals affect tax compliance? Evidence from a controlled experiment in Minnesota. *National tax journal*. 2001;54(1):125–138. <https://doi.org/10.17310/ntj.2001.1.06>
5. Fellner G., Sausgruber R., Traxler Ch. Testing enforcement strategies in the field: threat, moral appeal and social information. *Journal of the European Economic Association*. 2013;11(3):634–660. <https://doi.org/10.1111/jeea.12013>
6. Hallsworth M., List J.A., Metcalfe R.D., Vlaev I. The behavioralist as tax collector: using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of public economics*. 2017;148(C):14–31. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2017.02.003>
7. Bott K.M., Cappelen A.W., Sørensen E., Tungodden B. You've got mail: A randomized field experiment on tax evasion. *Management science*. 2020;66(7):2801–2819. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3390>
8. Spencer H. *Principles of sociology*. Trans. from Eng. St. Petersburg: I.I. Bilibin Publishing House; 1877. Vol. 2. (In Russian).
9. Veblen T. *The theory of the leisure class*. Trans. from Eng. S.T. Sorokina. Moscow: Progress; 1984. <http://www.library.fa.ru/files/veblen.pdf> (accessed 28.09.2022).
10. North D. *Institutions, institutional change and economic performance*. Trans. from Eng. A.N. Nesterenko. Moscow: Fund of the Economic Book “Beginnings”; 1997. (In Russian).
11. Institute. In: Jary D., Jary J. *Dictionary of sociology. In 2 volumes. Vol. 1*. Trans. from Eng. N.N. Marchuk. Moscow: Vechе; 2001. P. 247. (In Russian).
12. Sedov L.A. Institute. In: Davydov K.N., Kovaleva M.S., Filippov A.F. (comps.) *Modern Western sociology: Dictionary*. M.: Politizdat; 1990. P. 116–118. (In Russian).

13. Lokosov V.V. Social system. In: *Political encyclopedia in 2 volumes. Vol. 2*. Moscow: Mysl; 1999. (In Russian).
14. Giddens A. *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. 2nd ed. Moscow: Academic Project; 2005. (In Russian).
15. Kozyreva O.V. The phenomenon of social institution and its theoretical definition. *Economic and social changes: facts, trends, forecast*. 2015;42:214–223. <https://doi.org/10.15838/esc/2015.6.42.13>
16. Osipov G.V., Moskvichev L.N. (eds.) *Sociology. Basics of general theory: a textbook for universities*. Moscow: Norma; 2003. (In Russian).
17. Kleiner G.B. *Evolution of institutional systems*. M.: Nauka, 2004. (In Russian).
18. Erznkyan B.A. Socio-economic and political and legal institutions as large-scale systems: problems of identification and development management. In: *Management of large-scale systems' development MLSD'2015*. Moscow: V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of RAS. P. 65–74.
19. Marè M., Motroni A., Porcelli F. How family ties affect trust, tax morale and underground economy. *Journal of economic behavior & organization*. 2020;174:235–252. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.02.010>
20. Lago-Peñas I., Lago-Peñas S. The determinants of tax morale in comparative perspective: Evidence from European countries. *European journal of political economy*. 2010;26(4):441–453. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2010.06.003>
21. Mascagni G., Santoro F., Mukama D. *Teach to comply? Evidence from a taxpayer education programme in Rwanda*. ICTD; 2019. <https://www.ictd.ac/publication/teach-comply-evidence-taxpayer-education-programme-rwanda/> (accessed 28.09.2022).
22. Dunning T., Monestier F., Piñeiro R., Rosenblatt F., Tuñón G. *Is paying tax habit forming? Theory and evidence from Uruguay*. Mimeo; 2017. http://www.thaddunning.com/wp-content/uploads/2017/09/Dunning-et-al_Habit_2017.pdf (accessed 28.09.2022).
23. Advocatova A.S. The interrelation of the tax payer behavior and tax control models. *Economy, taxes & law*. 2017;10(5):148–157.
24. Dong S.X., Sinning M. Trying to make a good first impression: A natural field experiment to engage new entrants to the tax system. *Journal of behavioral and experimental economics*. 2022;100:101900. <https://doi.org/10.1016/j.socrec.2022.101900>