

ANNA SOLTYSIK-PIORUNKIEWICZ

Wydział Informatyki i Komunikacji  
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

IWONA ZDONEK

Wydział Organizacji i Zarządzania  
Politechnika Śląska

## Model UTAUT w świetle badań społeczeństwa informacyjnego w Polsce w obszarze e-podatków

### 1. Wstęp

W sytuacji, gdy Europejska Agenda Cyfrowa stawia sobie za cel osiągnięcie trwałych korzyści ekonomicznych i społecznych z jednolitego rynku cyfrowego, można przyjąć, iż polskie społeczeństwo zmierza w kierunku społeczeństwa informacyjnego. Zmiany w tym kierunku będą tym szybsze, im szybciej i chętniej członkowie społeczeństwa będą akceptować i użytkować pojawiające się technologie IT. Problemowi akceptacji tych technologii na świecie poświęcono już liczne badania<sup>1</sup>, również w Polsce problem ten

---

<sup>1</sup> Por. M. Limayem, M. Khalifa, A. Frini, *What makes consumers buy from Internet? A longitudinal study of online shopping*, 2000, [http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs\\_all.jsp?reload=true&arnumber=852436](http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs_all.jsp?reload=true&arnumber=852436); J.F. George, *The theory of planned behavior and Internet purchasing*, 2004, <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1455229&show=abstract>; E.L. Pelling, K.M. White, *The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking Web sites*, „Cyberpsychology and Behavior” 2009, no. 12, s. 755–759; A. Lederer, D. Maupin, M. Sena, Y. Zhuang, *The Technology Acceptance Model and the World Wide Web*, „Decision Support Systems” 2009, no. 29, s. 269–282; T.S.H. Teo, V.K.G. Lim, R.Y.C. Lai, *Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage*, „Omega: The International Journal of Management Science” 1999, no. 27, s. 25–37; J.W. Moon, Y.G. Kim, *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*, „Information & Management” 2001, no. 38, s. 217–230; J.H. Wu, S.C. Wang, *What drives mobile commerce An empirical evaluation of the revised technology acceptance model*, „Information & Management” 2005, no. 42, s. 719–729; O. Sorebo, H. Halvari, V.F. Gulli, R. Kristiansen, *The role of self-determination theory in explaining teachers' motivation to continue to use e-learning technology*, „Computers & Education” 2009, no. 52, s. 1177–1187; J. Roca, C.M. Chiu, F. Martinez, *Understanding e-learning continuance intention: An extension of the Technology Acceptance Model*, „International Journal Human-Computer Studies” 2006, no. 64, s. 683–696; K. Y. Lin, H.P. Lu, *Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory*, „Computers in Human Behavior” 2011, no. 27, s. 1152–1161.

jest przedmiotem częstych dociekań. Jako przykład można podać tu raport BCG 2011 *Polska internetowa*<sup>2</sup> czy corocznie publikowany raport GUS *Społeczeństwo informacyjne w Polsce*<sup>3</sup>. Z dokumentów tych wynika, iż polskie społeczeństwo wykorzystuje Internet głównie do celów prywatnych, przede wszystkim do komunikowania się i rozrywki. Ludzie młodzi i uczący się wykorzystują go również do zdobywania wiedzy. W sferze aktywności ekonomicznej wykorzystanie Internetu wiąże się głównie z: poszukiwaniem informacji o produktach i usługach, kupowaniem, korzystaniem z płatności on-line. Raporty wskazują na rzadkie korzystanie społeczeństwa z e-administracji, co jest niepokojącym zjawiskiem i świadczy o małych nakładach sektora publicznego na ten rodzaj gospodarki. Dlatego też w ramach przyjętego Programu Zintegrowanej Informatyzacji Państwa (PZIP) możemy obserwować wzrost inwestycji i kampanii motywujących, których celem jest dążenie do upowszechnienia wśród społeczeństwa korzystania z e-usług w administracji.

Jedną z tych kampanii dotyczy promowania systemu teleinformatycznego administracji podatkowej – Portalu Podatkowego, wspierającego podatników w prawidłowym wypełnianiu obowiązków podatkowych<sup>4</sup>. Akceptacja tego systemu przez społeczeństwo jest jednak uzależniona od wielu czynników. Celem niniejszego artykułu jest analiza przedstawionych czynników oraz wskazanie luk w informatyzacji kanałów komunikacyjnych na portalu. Narzędziem badawczym, jakie wykorzystano, jest kreatywna metoda burzy mózgowi połączona z zastosowaniem map myśli. Do budowy map myśli użyto otwartego oprogramowania Freeplane 1.2. Analizując wspomniane czynniki akceptacji systemu teleinformatycznego Portalu Podatkowego, posłużono się modelem zawartym w uogólnionej teorii akceptacji i użytkowania technologii (UTAUT) oraz udostępnianymi w raporcie GUS z 2014 r. wynikami dotyczącymi społeczeństwa informacyjnego w Polsce. Celowi temu podporządkowano organizację tegoż artykułu. W punkcie drugim przedstawiono model UTAUT jako teoretyczną podstawę rozważań, w kolejnym – poszczególne zmienne tego modelu w świetle badań zawartych w raporcie GUS oraz danych udostępnianych przez Ministerstwo Finansów na Portalu Podatkowym. Główne wnioski z przeprowadzonej analizy zawarto w punkcie czwartym.

---

<sup>2</sup> *Raport Boston Consulting Group 2011: Polska internetowa*, [http://www.polskainternetowa.pl/pdf/raport\\_BCG\\_polska\\_internetowa.pdf](http://www.polskainternetowa.pl/pdf/raport_BCG_polska_internetowa.pdf).

<sup>3</sup> *Raport GUS: społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r.*, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne>.

<sup>4</sup> <http://www.finanse.mf.gov.pl/web/wp/pp>.

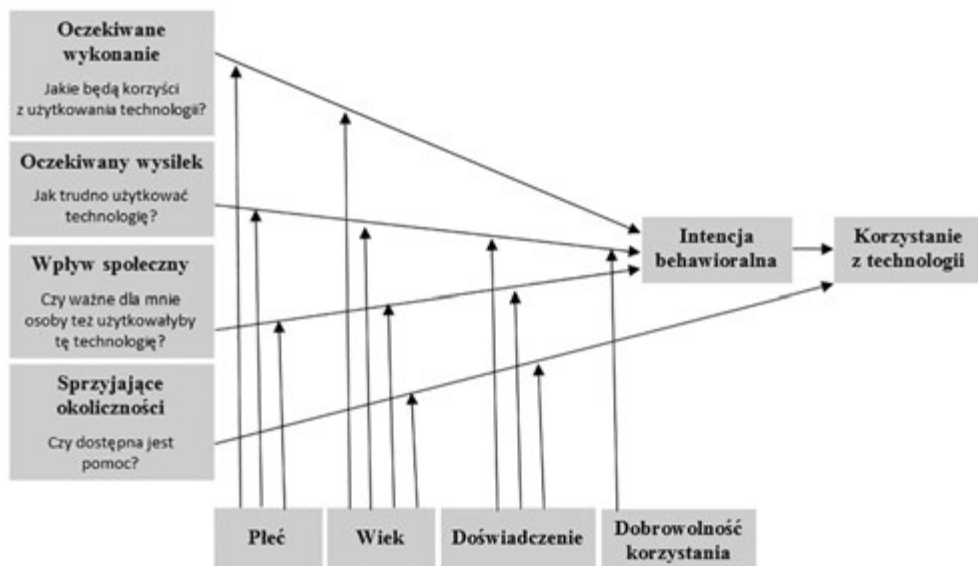
## 2. Model UTAUT

Uogólniona teoria akceptacji i korzystania z technologii (UTAUT), zaproponowana przez V. Venkatesha i jego współpracowników<sup>5</sup>, zakłada występowanie czterech zmiennych wpływających na intencję korzystania z danej technologii. Są to: oczekiwane wykonanie, oczekiwany wysiłek, wpływ społeczny oraz sprzyjające okoliczności (rysunek 1).

1. Zmienna **oczekiwane wykonanie** została zdefiniowana jako stopień przekonania człowieka o tym, że użycie danej technologii pomoże mu osiągnąć korzyści w realizowaniu ważnych dla niego zadań. Stopień ten jest zależny od płci i wieku. Z przeprowadzonych badań wynika, iż jest większy u mężczyzn i osób młodszych, co oznacza, że uważają oni, iż używanie technologii czyni pracę łatwiejszą, co sprawia, że są bardziej skłonni do jej używania.
2. Zmienna **oczekiwany wysiłek** oznacza stopień trudności w użytkowaniu danej technologii. Zmienna ta też jest uzależniona od płci i wieku, a ponadto od doświadczenia. Oznacza to, iż w przypadku kobiet i ludzi starszych oraz tych z mniejszym doświadczeniem w użytkowaniu innych technologii oczekiwany wysiłek silniej wpływa na intencję użytkowania danej technologii. Wpływ oczekiwanego wysiłku na intencję korzystania z technologii zmniejsza się wraz z upływem czasu w przypadku długotrwałego użytkowania tej technologii, co można wytłumaczyć tym, iż wzrastające doświadczenie w trakcie użytkowania technologii zmniejsza wysiłek poznawczy i pozytywnie wpływa na intencję korzystania z niej.
3. Zmienna **wpływ społeczny** to stopień przekonania człowieka o tym, iż osoby dla niego ważne też korzystałyby z tej technologii. Zmienna ta wpływa na intencję korzystania z technologii tylko we wczesnym stadium doświadczeń w użytkowaniu technologii przez człowieka i maleje wraz z upływem czasu i nabywaniem przez niego doświadczenia. Ponadto, wpływ społeczny oddziałuje silniej na intencję użytkowania technologii w przypadku kobiet i ludzi starszych.
4. Zmienna **sprzyjające okoliczności** oznacza stopień, w jakim dany człowiek jest przekonany, iż istnieje odpowiednia infrastruktura techniczna i organizacyjna stanowiąca wsparcie podczas trudności w użytkowaniu technologii. Zmienna ta jest zależna od wieku, co oznacza, że ludzie starsi uzależniają korzystanie z danej technologii od otrzymanego wsparcia.

---

<sup>5</sup> V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis, F.D. Davis, *User acceptance of information technology: Toward a unified view*, „MIS Quarterly” 2003, no. 27, s. 425–478.



Rysunek 1. Model UTAUT

Źródło: opracowanie własne na podstawie: V. Venkatesh, M.G. Morris, G.B. Davis, F.D. Davis, *User acceptance of information technology: Toward a unified view*, „MIS Quarterly” 2003, no. 27, s. 425–478.

Zmienne modelu UTAUT można przedstawić w formie mapy myśli tak jak na rysunku 2.



Rysunek 2. Model UTAUT w formie mapy myśli

Źródło: opracowanie własne.

### 3. Charakterystyka zmiennych modelu UTAUT w polskim społeczeństwie

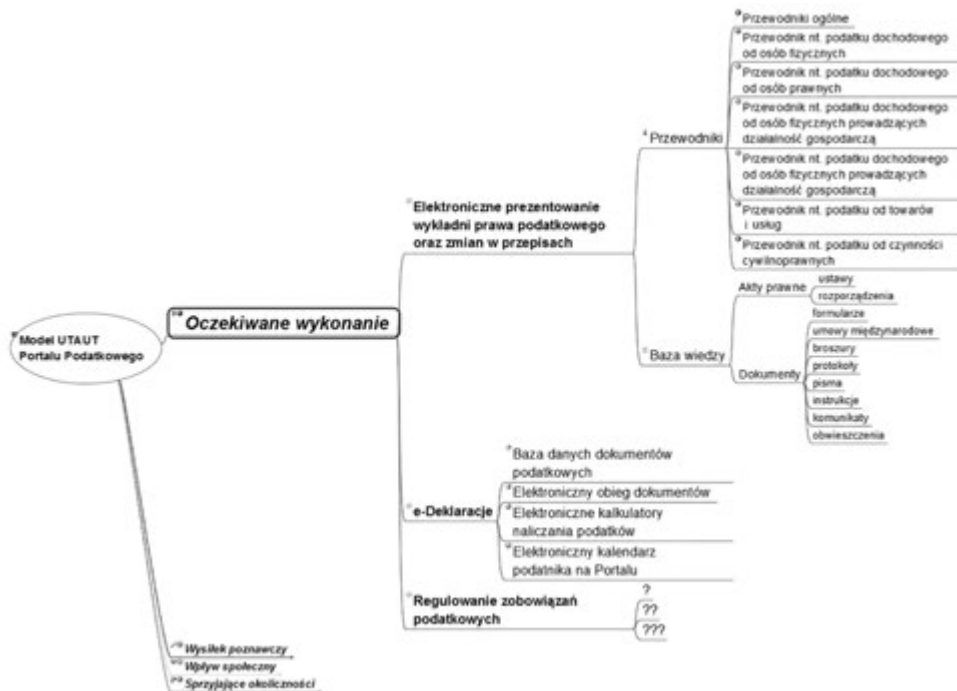
Korzystanie z Portalu Podatkowego jest związane z realizacją podstawowych zadań podatnika, do których należy:

- regulowanie zobowiązań podatkowych;
- składanie odpowiednich deklaracji dokumentujących wywiązanie się podatnika z jego zobowiązań;
- śledzenie bieżących zmian w przepisach i aktach prawnych dotyczących spraw podatkowych.

Ponieważ Portal Podatkowy został uruchomiony dopiero w lipcu 2014r., obecnie realizacja pierwszego zadania jest jeszcze w przygotowaniu, lecz podatnicy mogą wykonywać za pomocą tego systemu zadania drugie i trzecie. Składanie odpowiednich deklaracji odbywa się przez moduł e-Deklaracje, wyposażony w interaktywne formularze do składania wspomnianych dokumentów, linki do oprogramowania niezbędnego do wypełniania i przysyłania deklaracji przez Internet oraz linki do materiałów instruktażowych i pomocy technicznej. Śledzenie bieżących zmian w przepisach jest powiązane z prezentowaniem wykładni prawa na tematy podatkowe. Dostępne są zatem: baza wiedzy zawierająca sklasyfikowane zgodnie z obszarami tematycznymi akty prawne (takie jak ustawy czy rozporządzenia), a także przewodniki informujące o funkcjonowaniu systemu podatkowego oraz zasadach i trybie rozliczania podatków. W ramach ułatwiania podatnikowi wywiązania się ze zobowiązań podatkowych udostępnia się również odpowiednie kalkulatory wspomagające naliczanie podatku oraz kalendarz z zaznaczonymi datami, ważnymi w kontekście obowiązków podatkowych podatnika i płatnika. Zamieszczono także wyszukiwarkę adresów urzędów i izb skarbowych, wyszukiwarkę organizacji w Rejestrze Organizacji Pożytku Publicznego oraz wyszukiwarkę VAT UE, dzięki której można potwierdzić aktywność numeru VAT danego podmiotu. Do ważnych wyszukiwarek można również zaliczyć wyszukiwarkę SIP, umożliwiającą przeszukiwanie interpretacji podatkowych.

Korzyści związane z realizacją tych zadań są związane ze zmienną **oczekiwane wykonanie** i zostały zaprezentowane na rysunku 3. Do podstawowych korzyści należy to, że w jednym miejscu zebrano wymagane przez urzędy skarbowe dokumenty podatkowe. Portal zapewnia też elektroniczny obieg dokumentów, co generuje oszczędność czasu i nakładów finansowych. Ponadto, wspomaga wypełnianie dokumentów dzięki kalkulatorom naliczania podatków. Dzięki udostępnieniu kalendarza portal wspomaga też utrzymanie dyscypliny czasowej w wywiązaniu się z zobowiązań podatkowych. Do ważnych korzyści dla podatnika wynikających z uruchomienia portalu należy zaliczyć także elektroniczne prezentowanie wykładni prawa podatkowego oraz zmian w przepisach. Wśród nich znajdują się baza wiedzy oraz opracowane dla podatników przewodniki, które mają ułatwić im przyswojenie wiedzy w zakresie podatków. Zagadnienia podatkowe podzielono i umieszczono w dwóch rodzajach przewodników – dotyczących wiedzy ogólnej i szczegółowej (na temat podatku dochodowego od osób fizycznych, prawnych, od towarów i usług i od czynności cywilnoprawnych).

Na podstawie analizy narzędzi oczekiwanego wykonania wskazano obszar luki w informatyzacji regulacji zobowiązań podatkowych.



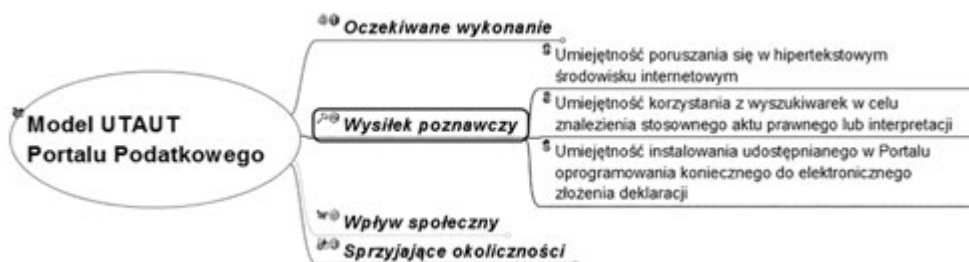
Rysunek 3. Oczekiwane wykonanie w modelu UTAUT Portalu Podatkowego

Źródło: opracowanie własne.

By jednak skorzystać z możliwości oferowanych przez Portal Podatkowy, konieczne jest wykonanie **wysiłku poznawczego** związanego z nauką obsługi tego systemu. Elementami składowymi tego wysiłku poznawczego są umiejętności: poruszania się w hipertekstowym środowisku internetowym, korzystania z wyszukiwarek w celu znalezienia stosownego aktu prawnego lub interpretacji oraz instalowania udostępnianego w portalu oprogramowania koniecznego do elektronicznego złożenia deklaracji (rysunek 4).

Czy polskie społeczeństwo ma umiejętności potrzebne do pokonania wysiłku poznawczego związanego z obsługą Portalu Podatkowego? Odpowiedź na to pytanie w świetle prezentowanego wcześniej modelu UTAUT jest związana z płcią, wiekiem i doświadczeniem. Raport GUS pozwala wnioskować jedynie o wpływie doświadczenia na intencję członków społeczeństwa do użytkowania Portalu Podatkowego. Z raportu GUS wynika, iż ok. 75% ogółu gospodarstw domowych ma dostęp do Internetu. Analizując cel korzystania z Internetu członków naszego społeczeństwa (por. tabele 1 i 2),

dostrzega się, iż przeglądanie stron internetowych oraz korzystanie z wyszukiwarek internetowych to częsta czynność, a zatem też częsta umiejętność. Z kolei pobieranie i instalowanie oprogramowania z Internetu jest już mniej popularną czynnością. Umiejętność taką deklaruje 31% internautów. Można więc wnioskować, iż konieczność instalowania specjalnego oprogramowania do wypełniania deklaracji przez Internet może ujemnie wpływać na intencję wykonywania tego typu działań i tym samym na intencję korzystania z Portalu Podatkowego.



Rysunek 4. Sprzyjające okoliczności w modelu UTAUT Portalu Podatkowego

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 1. Cel korzystania z Internetu przez osoby prywatne w Polsce

Wyszczególnienie	W % populacji	
	12-15 lat	16-74 lat
Osoby korzystające z Internetu	97,1	66,6
w celu:		
wysyłania, odbierania poczty elektronicznej	64,5	52,9
telefonowania przez Internet, odbywania wideokonferencji	42,2	27,5
udziału w czatach, grupach lub forach dyskusyjnych, korzystania z komunikatorów internetowych, tworzenia i czytania blogów oraz korzystania z serwisów społecznościowych	85,2	41,1
wyszukiwania informacji o towarach lub usługach	32,3	50,1
korzystania z serwisów dotyczących usług związanych z podróżowaniem i zakwaterowaniem	-	13,8
słuchania radia internetowego	27,3	19,0
pobierania programów komputerowych	19,0	14,9
grania w gry komputerowe, pobierania plików z grami, muzyką, filmami, grafiką	64,0	27,6
czytania on-line, pobierania plików z gazetami lub czasopismami	39,5	47,2
szukania pracy, wysyłania ofert dotyczących zatrudnienia	-	11,6
korzystania z usług bankowych	2,9	32,6
sprzedaży towarów lub usług	1,6	11,6

Źródło: Raport GUS: społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r., <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne>.

Tabela 2. Czynności członków polskiej społeczności internetowej

Wyszczególnienie	W % osób korzystających z komputera	
	12-15 lat	16-74 lat
Osoby wykonujące wybrane czynności:		
używanie wyszukiwarki internetowej	96,8	94,9
wysyłanie e-maila z załącznikiem	71,6	72,7
branie udziału w czatach, grupach dyskusyjnych	58,2	40,5
telefonowanie za pomocą Internetu	45,0	44,5
używanie programów do wymiany plików filmowych, muzycznych itp.	17,4	18,2
tworzenie strony internetowej	9,7	9,7
umieszczanie na stronie internetowej lub serwisach społecznościowych własnych tekstów, zdjęć itp.	50,4	35,4
ustawianie w przeglądarce opcji dotyczących bezpieczeństwa	13,6	21,9
wyszukiwanie, pobieranie i instalowanie oprogramowania	24,7	30,7
Osoby niewykonyjące żadnych z powyższych czynności	24,7	3,6

Źródło: Raport GUS: społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r., <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spolczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne>.

Tabela 3. Osoby korzystające z usług administracji publicznej za pomocą Internetu

Wyszczególnienie	W % populacji
Osoby korzystające z usług administracji publicznej za pomocą Internetu	26,9
w celu:	
wyszukiwania informacji na stronach administracji publicznej	20,4
pobierania formularzy urzędowych	16,8
wysyłania wypełnionych formularzy	14,8

Źródło: Raport GUS: społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r., <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spolczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne>.

Porównując odsetek osób korzystających z usług administracji publicznej przez Internet, można zobaczyć, iż rzeczywiście jest to tylko 27% populacji korzystającej z Internetu i że tylko 15% odsyła wypełnione elektroniczne formularze (por. tabela 3).

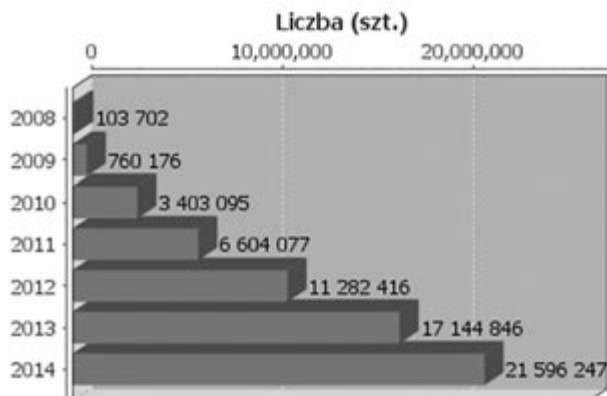
Oczekiwany wysiłek może zrównoważyć zmienna **wpływ społeczny**, która oznacza stopień przekonania jednostki o tym, iż osoby dla niej ważne też korzystałyby z elektronicznego wysyłania deklaracji. Prezentowane na stronach Ministerstwa Finansów oraz w raporcie GUS informacje wskazują na rosnącą liczbę składanych e-deklaracji.

Na wzrost w kolejnych latach liczby składanych e-deklaracji mogą mieć wpływ osoby doświadczone w tym procesie, które swoim przykładem zachęcają znajomych do podobnego postępowania, a także kampanie reklamowe Ministerstwa Finansów promujące elektroniczne składanie deklaracji, istotnie przyczyniające się do zwiększenia



korzyści finansowych państwa, np. do szybszego zwrotu podatku. Dodatkowo zauważalny staje się wzrost świadomości społecznej w zakresie usług elektronicznych w innych sferach życia, ściśle związanych ze sferą podatkową, tj. w sferach dotyczących administracji, zdrowia, gospodarki, sieci społecznych.

**Liczba dokumentów złożonych do systemu e-Deklaracje w latach 2008–2014**



**Rysunek 5. Liczba złożonych e-deklaracji w latach 2008–2014**

Źródło: <http://www.finance.mf.gov.pl/pp/e-deklaracje/statystyka>.



**Rysunek 6. Wpływ społeczny w modelu UTAUT Portalu Podatkowego**

Źródło: opracowanie własne.

Model UTAUT wskazuje także, że na korzystanie z systemu e-deklaracji oraz innych modułów Portalu Podatkowego istotny wpływ będzie miała zmienna **sprzyjające okoliczności**, oznaczająca stopień, w jakim użytkownik Portalu Podatkowego jest

przekonany o tym, iż istnieje odpowiednia infrastruktura techniczna i organizacyjna stanowiąca wsparcie podczas trudności w użytkowaniu tego systemu. Do narzędzi wspomagających użytkownika portalu należą m.in. pomoc dostępna na portalu i instrukcje instalowania dodatkowych aplikacji. Do zmiennej sprzyjające okoliczności zalicza się pomoc dotyczącą obsługi systemu teleinformatycznego, czyli: infolinię, pytania i odpowiedzi, instrukcje do obsługi formularzy interaktywnych i aplikacji e-Deklaracje Desktop, instrukcje związane ze zwrotem podatku od danej wartości wraz z opisem, jakie błędy może zgłaszać system teleinformatyczny, przewodniki i broszury, jak wypełniać i wysyłać elektroniczne formularze.



Rysunek 7. Sprzyjające okoliczności w modelu UTAUT Portalu Podatkowego

Źródło: opracowanie własne.

#### 4. Podsumowanie i kierunki dalszych badań

Całokształt rozważań na temat modelu UTAUT dla systemu teleinformatycznego Portal Podatkowy prezentuje rysunek 8. Jak widać, portal jest przeznaczony do wykonywania dwóch zadań, jakie powinien realizować podatnik. Pierwsze z nich to składanie deklaracji dokumentujących wypełnianie zobowiązań podatnika, drugie to śledzenie przez podatnika bieżących zmian w przepisach i aktach prawnych dotyczących spraw podatkowych. Realizacja każdego z nich jest dość skomplikowana. Można przypuszczać, iż szeroko udostępniana na portalu baza wiedzy w postaci przewodników po zawłościach przepisów związanych z podatkami może pozytywnie wpłynąć na intencję korzystania z portalu przez społeczeństwo polskie. Na razie portal nie daje możliwości elektronicznego regulowania zobowiązań podatkowych. Z udostępnianych przez Ministerstwo Finansów prezentacji na temat portalu wiadomo, iż również to zadanie ma być w przyszłości realizowane przez omawiany system teleinformatyczny. Prawdopodobnie będzie to stanowić dodatkową motywacją dla członków naszego społeczeństwa

do tego, by korzystać z Portalu Podatkowego. Do osiągnięcia tego celu konieczne jest jednak, by członkowie społeczeństwa włożyli pewien wysiłek w poznanie tego systemu. Na podstawie przeprowadzonych analiz stwierdzono, iż wysiłek związany jest przede wszystkim z:

- umiejętnością poruszania się w środowisku hipertekstowym Internetu;
- korzystaniem z wyszukiwarek;
- instalowaniem dodatkowego oprogramowania.

Udostępniany raport GUS na temat społeczeństwa informacyjnego w Polsce wskazuje, iż dwie pierwsze czynności są powszechni wykonywane przez korzystających z Internetu, natomiast instalowanie dodatkowego oprogramowania jest czynnością wykonywaną przez zaledwie 31% polskich internautów. Można zatem przypuszczać, iż brak tej umiejętności może ujemnie wpływać na intencję korzystania z portalu przez polskie społeczeństwo. Model UTAUT zakłada, iż ujemny wpływ wysiłku poznawczego może zostać zneutralizowany przez zmienne – sprzyjające okoliczności i wpływ społeczny.



Rysunek 8. Model UTAUT dla systemu Portalu Podatkowy

Źródło: opracowanie własne.

Zmienna sprzyjające okoliczności obejmuje wiele narzędzi pomocy związanych z instalacją i obsługą Portalu Podatkowego. W portalu została zrealizowana w postaci przewodników i instrukcji, które prezentują informacje na temat tego:

- jak wypełniać i wysyłać elektroniczne formularze?
- jak radzić sobie z błędami zgłaszanymi przez system teleinformatyczny?

Wpływ społeczny Portalu Podatkowego przejawia się przede wszystkim we wzroście zainteresowania społeczeństwa informacyjnego elektroniczną formą usług, głównie administracyjnych, zdrowotnych, w bankowości, handlu i w sieciach społecznych. Jednym z kierunków dalszych badań nad modelem UTAUT w zakresie funkcjonowania Portalu Podatkowego będzie weryfikacja wniosków powyższej analizy, a także określenie wymiarów tegoż modelu.

## Bibliografia

- Lederer A., Maupin D., Sena M., Zhuang Y., *The Technology Acceptance Model and the World Wide Web*, „Decision Support Systems” 2009, no. 29, s. 269–282.
- Lin K. Y., Lu H. P., *Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory*, „Computers in Human Behavior” 2011, no. 27, s. 1152–1161.
- Moon J. W., Kim Y. G., *Extending the TAM for a World-Wide-Web context*, „Information & Management” 2001, no. 38, s. 217–230.
- Pelling E. L., White K. M., *The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking Web sites*, „Cyberpsychology and Behavior” 2009, no. 12, s. 755–759.
- Roca J., Chiu C. M., Martinez F., *Understanding e-learning continuance intention: An extension of the Technology Acceptance Model*, „International Journal Human-Computer Studies” 2006, no. 64, s. 683–696.
- Sorebo O., Halvari H., Gulli V. F., Kristiansen R., *The role of self-determination theory in explaining teachers' motivation to continue to use e-learning technology*, „Computers & Education” 2009, no. 52, s. 1177–1187.
- Teo T. S. H., Lim V. K. G., Lai R. Y. C., *Intrinsic and extrinsic motivation in Internet usage*, „Omega: The International Journal of Management Science” 1999, no. 27, s. 25–37.
- Venkatesh V., Morris M. G., Davis G. B., Davis F. D., *User acceptance of information technology: Toward a unified view*, „MIS Quarterly” 2003, no. 27, s. 425–478.
- Wu J. H., Wang S. C., *What drives mobile commerce An empirical evaluation of the revised technology acceptance model*, „Information & Management” 2005, no. 42, s. 719–729.

## Źródła sieciowe

- George J. F., *The theory of planned behavior and Internet purchasing*, 2004, <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1455229&show=abstract> (data odczytu: 10.11.2014).
- <http://www.finanse.mf.gov.pl/pp/e-deklaracje/statystyka> (data odczytu: 10.11.2014).
- <http://www.finanse.mf.gov.pl/web/wp/pp> (data odczytu: 10.11.2014).

Limayem M., Khalifa M., Frini A., *What makes consumers buy from Internet? A longitudinal study of online shopping*, 2000, [http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs\\_all.jsp?reload=true&arnumber=852436](http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs_all.jsp?reload=true&arnumber=852436) (data odczytu: 10.11.2014).

*Raport Boston Consulting Group 2011: Polska internetowa*, [http://www.polskainternetowa.pl/pdf/raport\\_BCG\\_polska\\_internetowa.pdf](http://www.polskainternetowa.pl/pdf/raport_BCG_polska_internetowa.pdf) (data odczytu: 10.11.2014).

*Raport GUS: społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2014 r.*, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne> (data odczytu: 10.11.2014).

\* \* \*

## **E-taxes area in UTAUT model in view of the research of information society in Poland**

### **Summary**

The aim of this paper is to discover the UTAUT model in the area of e-taxes. Authors describe the characteristics of the four main criteria of UTAUT model in view of information society behaviour in the case of e-tax: 1) the expected execution, 2) cognitive effort, 3) social impact and 4) favourable circumstances.

**Keywords:** e-tax, UTAUT model, information society behaviour