

Motywacja do płacenia podatków studentów z pokolenia Z

Generation Z students' motivation to pay taxes

DOMINIKA FLOREK *

Streszczenie

Cel: W artykule przedstawione zostały wyniki badania wstępnego, w którym wykorzystano kwestionariusz badawczy w formie ankiety zawierający zestaw pytań odnoszących się do czterech płaszczyzn otoczenia podatkowego – ekonomicznej, normatywnej, organizacyjnej oraz psychologicznej. Celem artykułu jest ocena i analiza czynników pochodzących z wymienionych obszarów otoczenia podatkowego w kontekście ich wpływu na motywację do płacenia podatków przez osoby z pokolenia Z w Polsce.

Metodyka/podejście badawcze: W ilościowym badaniu wstępnym wykorzystano kwestionariusz badawczy zawierający zestaw 31 pytań. Analiza otrzymanych wyników przeprowadzona została za pomocą statystyki opisowej.

Wyniki: Otrzymane wyniki przeprowadzonego badania wstępnego wskazują, iż na motywację do płacenia podatków przez podatników, należących do pokolenia Z, mają wpływ czynniki pochodzące z czterech płaszczyzn otoczenia podatkowego.


Ograniczenia/implikacje badawcze: Podstawowe ograniczenie dotyczy faktu, że przeprowadzone badanie miało charakter wstępny. W związku z tym dotyczy pewnego wycinka rzeczywistości, co nie pozwala na przełożenie jego wyników na większą zbiorowość. Natomiast stanowi podstawę do dalszych badań w tym zakresie oraz wskazuje ich kierunek.

Oryginalność/wartość: Ocena i analiza czynników pochodzących z czterech płaszczyzn otoczenia podatkowego wykazujących wpływ na motywację do płacenia podatków przyszłych podatników w Polsce oraz badanie szeregu zmiennych pochodzących z każdej płaszczyzny otoczenia podatnika.

Słowa kluczowe: płacenie podatków, moralność podatkowa, mentalność podatkowa, motywacja podatkowa, otoczenie podatnika.

Abstract

Purpose: The paper presents the results of a preliminary study in which a survey was conducted in the form of a questionnaire relating to the four platforms of tax compliance – economic, normative, organizational, and psychological. The aim of the article is to assess and analyze the factors from the above-mentioned areas of the tax environment in the context of their impact on Generation Z's motivation to pay taxes in Poland.

* Dominika Florek, doktorantka, Szkoła Doktorska na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu, Katedra Rachunkowości Finansowej, Audytu i Podatków,  <https://orcid.org/0000-0003-2185-3670>, dominika.florek@ue.wroc.pl

Methodology/approach: In a quantitative empirical study, a questionnaire containing a set of 31 questions was used. The analysis of the results was conducted using descriptive statistics.

Results: The results indicate that Generation Z's motivation to pay taxes is influenced by factors that come from four platforms of tax compliance.

Research limitations/implications: The basic limitation concerns the fact that the study was conducted as a pilot. Therefore, it illustrates and examines a certain fragment of reality, but does not allow us to make inferences about the population. However, it is the basis for further research in this area and shows what direction it will take.

Originality/Value: The article evaluates and analyzes factors from the four platforms of tax compliance that have an impact on the tax payment motivation of future taxpayers in Poland. There is a simultaneous examination of several variables derived from each plane of the taxpayer environment.

Keywords: tax compliance, tax morality, tax mentality, tax motivation, taxpayer environment.

Wprowadzenie

Decyzje podejmowane przez ludzi są częściowo konsekwencją świadomego procesu, jednak ich zdecydowana większość zależy od wypracowanych nawyków (Duhigg, 2012). Decyzją nazywa się postanowienie będące wynikiem dokonania konkretnego wyboru, zgodnie z definicją zawartą w *Słowniku języka polskiego*. Z kolei opis zawarty w *Encyklopedii PWN* nawiązuje do całego zespołu działań zmierzającego do osiągnięcia konkretnego celu, może być nim zaspokojenie potrzeby lub otrzymanie konkretnego dobra. W naukach o zarządzaniu decyzja definiowana jest jako świadomy i nielosowy wybór jednego z możliwych wariantów przyszłego działania (Koźmiński, 2002). Decydentami są również podatnicy, czyli osoby fizyczne, osoby prawne lub jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, podlegające na mocy ustaw podatkowych obowiązkowi podatkowemu (*Ordynacja podatkowa*, art. 7, § 1). Podatki są obligatoryjnym obciążeniem, podatnicy nie mają więc prawnego wyboru pomiędzy zapłatą lub jej brakiem (Konstytucja RP, 1997, art. 84). Jednak wśród zachowań osób zobligowanych do płacenia można zauważyć m.in. próby zmniejszania obowiązku podatkowego oraz całkowitego uciekania od płacenia podatków (np. za pomocą przenoszenia „centrum swojego życia do innego kraju” lub przechodząc do tzw. szarej strefy (Gwiazdowski, 2019).

Z zachowaniem podatników związane są pojęcia mentalności oraz moralności podatkowej – odpowiadające za postawy przyjmowane względem opodatkowania przez pojedyncze jednostki oraz całe grupy społeczne. Po raz pierwszy termin moralności podatkowej został zdefiniowany przez G. Schödersa w 1960 roku. W tabeli 1 przedstawione zostały definicje stosowane w literaturze polskiej oraz zagranicznej.

Tabela 1. Definicje moralności podatkowej

Definicja moralności podatkowej	Autor
Postawy grupy albo całej populacji podatników dotyczące kwestii wypełniania lub zaniedbywania swoich obowiązków jako podatników zakotwiczone w mentalności podatkowej i świadomości bycia obywatelem.	G. Schmöders (1960)

cd. tab. 1

Definicja moralności podatkowej	Autor
Postawa odnosząca się do indywidualnych reakcji na opodatkowanie, czyli sięgająca do sumienia podatnika.	A. Komar (1996)
Zinternalizowane poczucie zobowiązania podatnika wobec państwa. Obrazuje poziom przestrzegania przepisów podatkowych niezależnie od polityki podatkowej i postępowania władzy w państwie.	L. Feld i B. Frey (2002)
Wewnętrzna akceptacja obowiązku podatkowego i uznanie zwierzchności podatkowej państwa.	A. Gomulowicz, J. Małecki (2008)
Wewnętrzna motywacja do płacenia podatków mierzy gotowość jednostki do płacenia podatków, innymi słowy, moralny obowiązek płacenia podatków lub przekonanie, że płacenie podatków współtworzy społeczeństwo.	B. Torgler i in. (2009)
Wewnętrzna motywacja do płacenia podatków. Może opierać się na m.in. na regulowaniu zobowiązań z państwem w zamian za korzystanie z dóbr publicznych. Podatnicy mogą przestrzegać prawa podatkowego, aby uniknąć presji ze strony otoczenia, rodziny, współpracowników lub realizuje potrzebę społecznej akceptacji. Motywacja podatkowa jest także odbiciem kultury, tradycji oraz norm, wśród których został wychowany człowiek.	E. Luttmer i in. (2014)

Źródło: opracowanie własne.

Nie należy stawiać znaku równości pomiędzy moralnością a mentalnością podatkową. Jednak granica między nimi jest nieostra. Zasadnicza różnica polega na klasyfikowaniu danego zachowania jako dobre lub złe. Moralność podatkowa opiera się na zasadach etycznych, wskazuje na normy postępowania. Jest związana z poczuciem obowiązku wobec społeczeństwa oraz świadomością podatnika dotyczącą celu pobierania przez państwo podatków. W literaturze wskazuje się, że moralność podatkowa w znaczącym stopniu odpowiada za wewnętrzną motywację podatkową, czyli tzw. chęć płacenia podatków (*willingness to pay taxes*). Natomiast mentalność podatkowa, w odróżnieniu od moralności podatkowej, jest neutralna – nie ocenia zachowania, nie wyznacza etycznych norm postępowania – stanowi jedynie postawę, jaką przyjmują podatnicy lub grupy społeczne względem opodatkowania. Wyraża przekonania oraz nastawienie, z jakimi podatnicy podchodzą do obowiązku płacenia podatków. Definicje mentalności podatkowej przedstawione zostały w tabeli 2.

Tabela 2. Definicje mentalności podatkowej

Definicja mentalności podatkowej	Autor
Wypadkowa postaw, norm, surowości systemu podatkowego, obowiązujących sankcji, indywidualnych przekonań na temat państwa, podatków, dystrybucji i finansowanie dóbr publicznych.	G. Schmolders (1970)
Jest to postawa wobec obciążeń fiskalnych reprezentowana przez określoną grupę społeczną.	A. Komar (1996)

cd. tab. 2

Definicja mentalności podatkowej	Autor
Jest powszechną postawą czy nastawieniem wobec podatków. Stanowi obszar świadomości społecznej, stosunku do obowiązków obywatelskich. Można ją określić jako zbiorową reakcję społeczną na opodatkowanie. Odzwierciedla nastawienie wobec podatków (poczucie obowiązku podatkowego) reprezentowane przez grupę społeczną, z którą podatnik się utożsamia i do której należy.	J. Chodorowski (1997)
Mentalność podatkowa jest kształtowana przez morale podatkowe i system podatkowy, połączenie postaw i aprobatę lub zgodę na niezgodność z przepisami podatkowymi oraz postrzeganie zachowania jako normy społecznej.	E. Kirchler (2007), Nerré (2008)
Postawa, jaką przyjmuje i z jaką utożsamia się grupa społeczna lub jednostka względem opodatkowania. Uzależniona jest od sporej grupy czynników m.in. poziomu wykształcenia podatnika, historii kraju, sytuacji politycznej w państwie czy oceny systemu administracji podatkowej.	A. Gomulowicz, J. Małecki (2008)

Źródło: opracowanie własne.

Motywacja napędza do działania oraz podejmowania określonych decyzji, które umożliwiają osiągnięcie celu lub zrealizowanie potrzeby. Za zachowaniem każdej osoby stoi mnóstwo bodźców warunkujących jej postępowanie w określonych sytuacjach (Jaworska, 2014). Wyróżnić można motywację wewnętrzną oraz zewnętrzną. Pierwsza z wymienionych dotyczy tzw. *drive* (determinacja, zapad), czyli bodźców, które pojawiają się samoczynnie i powodują określone zachowania. Natomiast motywacja zewnętrzna związana jest z czynnikami zewnętrznymi, które wyzwalaają określone działania (Borkowska, 1985).

W literaturze przedmiotu wewnętrzna motywacja podatkowa jest często utożsamiana z moralnością podatkową rozumianą jako „chęć płacenia podatków” (Alm, Torgler, 2006). Z kolei V. Braithwaite wskazuje (na podstawie badań przeprowadzonych w Australii), że postawy motywacyjne łączą się z zachowaniem podatników. Wśród postaw motywacyjnych V. Braithwaite wyróżnia następujące: zaangażowanie, kapitulacja, opór, grę oraz kontestacja (Niesiołędzka, 2013). Motywacją podatkową można zatem określić zespół czynników będących siłą napędową do podejmowania określonych decyzji przez podatników. Na kształt tej siły ma wpływ zarówno mentalność podatkowa, jak i moralność podatkowa. Oprócz nich istnieje szereg bodźców, które determinują zachowanie podatnika. Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat badacze, z różnych państw na świecie, w coraz większym stopniu skupiają się na czynnikach wpływających na podatników.

W artykule przedstawiono wyniki badania wstępnego dotyczącego zmiennych wykazujących się zależnością z motywacją podatkową przyszłych polskich podatników. Badanie wstępne, nazywane również zwiadem badawczym, umożliwia pierwszą weryfikację dotyczącą zarówno dobru narzędzi badawczych, jak i samej poprawności przygotowanego kwestionariusza. Wynikiem przeprowadzanego zwiadu

badawczego jest uzyskanie pewnej, niekompletnej, wstępnej wiedzy o badanej zbiorowości. Zweryfikowanie problemu badawczego jest niezbędnym elementem przed przeprowadzeniem badania właściwego (Nowak, 2007). Wielu badaczy wskazuje, że wielkość próby w badaniu wstępnym powinna mieścić się w przedziale od 50 do 100 respondentów.

Dokonany przegląd literatury, opisany szerzej w dalszej części artykułu, pozwolił na sformułowanie luk badawczych. Z analizy publikacji dotyczących motywacji podatkowej wynika, że brakuje ilościowych badań empirycznych całościowych, które weryfikują wpływ wielu czynników pochodzących z różnych płaszczyzn na motywację podatkową. Autorka podjęła pierwsze kroki w celu zniwelowania luki badawczej, przeprowadzając w 2020 roku wstępne badanie naukowe na przyszłych podatnikach z pokolenia Z.

Rozważany w artykule problem badawczy dotyczy oceny i analizy czynników wykazujących zależność z motywacją podatkową w Polsce, rozumianą jako nastawienie do płacenia podatków. Poznanie zmiennych, które powodują określone zachowania osób płacących daniny publiczne umożliwi nowe spojrzenie na problem ściągalności podatków. Aby zweryfikować problem badawczy, postawione zostały następujące pytania:

1. Czy czynniki pochodzące z otoczenia podatkowego wpływają na motywację podatkową?
2. Czy płeć podatnika przekłada się na „chęć płacenia podatków”?
3. Czy czynniki wykazujące zależność z motywacją podatkową pochodzą z różnych płaszczyzn otoczenia podatnika?

Celem artykułu jest ocena i analiza czynników pochodzących z wymienionych obszarów otoczenia podatkowego w kontekście ich wpływu na motywację do płacenia podatków przez osoby pochodzące z pokolenia Z w Polsce. W tym celu przeprowadzono ilościowe badanie empiryczne, w wersji wstępnej, na studentach należących do pokolenia Z.

Badanie jest oryginalne, ponieważ do tej pory w Polsce nie zostało przeprowadzone badanie naukowe, które jednocześnie sprawdzałoby zmienne pochodzące z każdej płaszczyzny otoczenia podatkowego. Na podstawie dotychczasowych obserwacji naukowych weryfikacji poddano zmienne pochodzące z otoczenia psychologicznego, normatywnego, organizacyjnego oraz ekonomicznego. Pytania badawcze postawione w artykule są wynikiem dokonanego przeglądu literatury oraz dotychczasowych badań w dziedzinie. W artykule wykorzystano ilościową metodę badawczą opierającą się na statystyce opisowej.

1. Przegląd literatury

Podatnicy mają wewnętrzną motywację umożliwiającą przestrzeganie prawa i regulowanie zobowiązań podatkowych. Wśród czynników odpowiadających za *drive* (siła wewnętrznej motywacji) wyróżnić można płacenie podatków rozumiane jako wymianę pieniędzy na dostęp do usług i dóbr publicznych (Bejaković, Bezeredi,

2019, za: Luttmer i in., 2014). Należy przy tym założyć wysoki poziom świadomości podatkowej, ponieważ, jak wynika z badań, nie wszyscy podatnicy zdają sobie sprawę, po pierwsze z tego, że w ogóle płacą podatki, po drugie, w jakim celu uiszczają zobowiązania publicznoprawne. Na tej podstawie można stwierdzić, że decyzje podatników są skorelowane z poziomem wiedzy podatkowej oraz kompetencji podatkowych. Potwierdzają to badania przeprowadzone przez E. Kirchlera, który wskazuje, że ogólny poziom wykształcenia jest znacząco związany z przestrzeganiem przepisów podatkowych (Newman, Nokhu, 2018, za: Kirchler, 2014). Podobne wyniki osiągnięto podczas badań z udziałem malezyjskich przedsiębiorców w kontekście moralności podatkowej – im wyższy stopień wykształcenia, tym wyższy poziom moralności podatkowej (Pui Yee i in., 2017). Natomiast badania empiryczne P. Niemirowskiego dowodzą, że niskim poziomem wiedzy na temat systemów podatkowych rodzi nieufność (Newman, Nokhu, 2018, za: Niemirowski i in., 2012).

Wśród czynników wpływających na zachowanie podatników istotna jest ocena administracji podatkowej, która w największym stopniu zależy od postrzegania instytucji pod kątem sprawiedliwości, co wynika z badań przeprowadzonych przez tureckich naukowców (Gunes i in., 2014). Zachowanie podatników warunkuje także sposób działania oraz praktyki stosowane w administracji podatkowej, które wpływają na postrzeganie instytucji oraz na subiektywne odczucia związane z wysokością obciążeń, strukturą podatkową i sposobem pobierania danin (Bejaković, Bezeredi, 2019, za: Togler i in., 2005). E. Kirchler zwraca uwagę również na fakt, iż mentalność podatkowa jest częściowo kształtowana przez moralność podatkową oraz dyscyplinę podatkową. Mentalność podatkowa jest więc wypadkową kombinacji zgody podatnika na regulowanie zobowiązań podatkowych, akceptacji systemu oraz obowiązujących i ukształtowanych norm społecznych (Bejaković, Bezeredi, 2019).

Na mentalność podatkową składa się moralność podatkowa. Badania przeprowadzone na podatnikach w Indonezji wskazują na znaczący wpływ przekonań religijnych (hinduizmu) na mentalność podatników. Osoby wierzące chętniej regulują swoje zobowiązania podatkowe (Yuniarta, Purnamawati, 2020). Wysoki stopień uduchowienia oraz utożsamiania się z wyznawanymi przez daną religię wartościami wpływa na poziom mentalności podatkowej (Dunarea, Galati, 2013). Jak wynika z przeglądu systematycznego przygotowanego przez I.A. Horodnic, badacz, próbując wyjaśnić, jakie czynniki wpływają na decyzje podejmowane przez podatników, wskazali ponad 30 różnych zmiennych. Część z nich można pogrupować w obszary powiązane ze sobą, m.in. zaufanie do instytucji publicznych oraz autorytetów, poziom emigracji, klasa społeczna czy status materialny (Horodnic, 2018).

Kolejną zmienną determinującą zachowanie podatników jest zaspokojenie potrzeby uznania oraz brak presji ze strony bliskich osób i społeczeństwa. Następną grupą czynników to normy kulturowe i społeczne, m.in. wartości, przekonania oraz ogólne zapatrywanie się na regulowanie zobowiązań publicznoprawnych w danym państwie (Bejaković, Bezeredi, 2019 za: Nichita, 2015). Położenie geograficzne również związane jest z zachowaniem podatników. W XX wieku rejon zamieszkania

miał większy wpływ. Obecnie, w czasach, gdy ludzie są bardziej mobilni oraz częściej zmieniają miejsce pobytu, położenie geograficzne nie oddziałuje tak mocno na mentalność podatników. W obrębie Europy A. Gomulowicz (2012) wyróżnia podział na mentalność podatkową południową oraz północną. Każda z nich charakteryzuje się innymi cechami – ludzie wychowani i mieszkający w południowej Europie traktują unikanie płacenia podatków jako przejaw zaradności życiowej, odwrotnie niż osoby zamieszkujące północną część kontynentu.

Analizując czynniki wpływające na podejmowanie decyzji przez podatnika, nie sposób nie wspomnieć o założeniach ekonomii behawioralnej, które wskazują, że ludzie nie zawsze zachowują się racjonalnie, nie podejmują decyzji, jakich można od nich oczekiwać na podstawie teorii użyteczności. Należy zauważyć, że każdy podatnik ma indywidualną tolerancję na ryzyko. Decyzje podejmowane przez podatnika nie są więc tylko obiektywną kalkulacją potencjalnych korzyści i strat. (Alm i in., 1992). Z kolei D. Kahneman i A. Tversky w swojej teorii perspektywy zwracają uwagę na subiektywne szacowanie, które nie odpowiada rzeczywistym danym liczbowym, statystycznym oraz prawdopodobieństwu. Na jego podstawie ludzie dokonują subiektywnej oceny, która nie zawsze jest tożsama ze stanem faktycznym (Kahneman, Tversky, 1974).

Na podstawie badań, przeprowadzonych w Polsce, sprawdzających wpływ czynników psychologicznych oraz etycznych na motywację podatkową okazało się, że pierwsza grupa zmiennych faktycznie oddziałuje na zachowanie (Lotko, Zawadzka-Pak, 2017). Z analizy dotychczasowego dorobku naukowego wynika, że znaczący wpływ na moralność podatkową związany jest z oceną systemu podatkowego pod kątem sprawiedliwego traktowania obywateli (Niesiołędzka, 2009) oraz wysokością i rodzajem kar stosowanych przez państwo za uchylanie się od płacenia (Pasternak-Malicka, 2013).

Mówiąc o motywacji podatkowej należy wziąć pod uwagę tezę J.E. Stiglitz. Laureat Nagrody Nobla uważa, że podatnicy płacą daniny publiczne tylko dlatego, że nie mają dostatecznej wiedzy o tym, jak ich uniknąć (Niesiołędzka, 2009, za Stiglitz, 1985).

Na podstawie dokonanego przeglądu literatury można sformułować następujące wnioski:

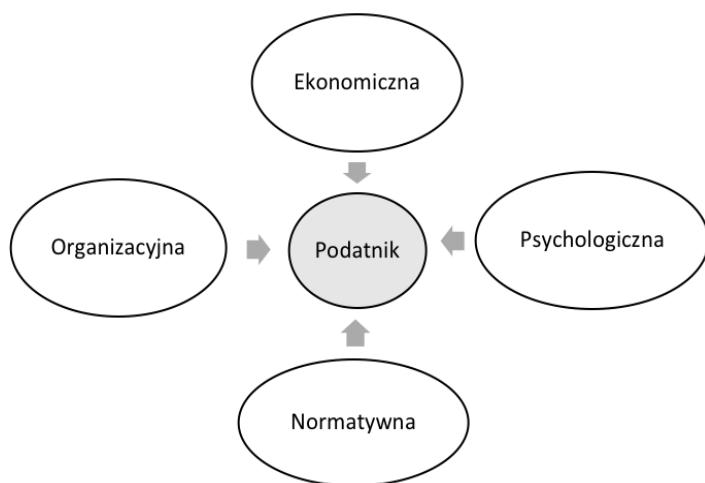
- 1) badania empiryczne przeprowadzone za granicą Polski wskazują na wpływ m.in. poziomu wykształcenia, przekonań religijnych, poziomu emigracji oraz zarobków na motywację podatkową rozumianą przez pryzmat moralności oraz mentalności;
- 2) brakuje jednolitej definicji motywacji podatkowej;
- 3) badanie przeprowadzone w Polsce wskazują na wpływ kilku czynników na motywację podatkową – m.in. stopnia oceny systemu podatkowego jako sprawiedliwego, rodzaju kar za unikanie opodatkowania.

Ponadto nie ma jednolitej systematyzacji oraz klasyfikacji zarówno definicji, mechanizmów, jak i literatury w kontekście czynników wpływających na motywację podatników. Stanowi to fundament do sformułowania taksonomicznej luki badawczej – w dotychczasowej literaturze brakuje systematyzacji zagadnień z perspektywy motywacji podatkowej. Analizując zgromadzony materiał dostrzec można

brak badań empirycznych przeprowadzanych na większą skalę pod względem weryfikowanych czynników – tzn. obejmujących zmienne pochodzące ze wszystkich płaszczyzn otoczenia podatkowego, co wskazuje na istniejącą lukę badawczą w tym obszarze.

Dokonany przegląd literatury wskazuje, że otoczenie podatnika można podzielić na wewnętrzne i zewnętrzne lub ekonomiczne i nieekonomiczne. Oprócz klasycznego rozróżnienia możliwy jest także podział opierający się na czterech aspektach: normatywnym, organizacyjnym, psychologicznym oraz ekonomicznym. Schemat klasyfikacji otoczenia według M. Poszwy (2007) został przedstawiony na rysunku 1.

Rysunek 1. Otoczenie podatnika – klasyfikacja według płaszczyzny



Źródło: opracowanie własne na podstawie M. Poszwa (2006).

Z kolei elementy otoczenia psychologicznego inaczej klasyfikuje P.M. Gaudemet, wskazując na płaszczyznę polityczną, zawierającą aspekty behawioralne, pozostałe płaszczyzny otoczenia podatkowego pozostają bez zmian. Natomiast według *theory of planned behaviour* wpływ na podatnika mają głównie zwyczaje, normy społeczne oraz subiektywny poziom kontroli (Taing, Chang, 2020).

2. Projekt badania

W celu weryfikacji hipotez przeprowadzone zostało badanie wstępne, które opierało się na metodzie ilościowej, wykorzystana została w nim technika ankietowa. Kwestionariusz ankietowy składał się z 31 pytań, w tym: siedmiu ogólnych dotyczących informacji o ankietowanym – wiek, płeć, uczelnia, kierunek, rok studiów, województwo urodzenia, status zawodowy. Kolejne dwa pytania dotyczyły osiągniętego dochodu w roku 2019 oraz wysokości zapłaconego podatku, następne 22 pytania, w których ankietowani wskazywali, w jakim stopniu zgadzają się z danym

stwierdzeniem przy wykorzystaniu skali Likerta, gdzie: 1 oznaczało „w ogóle się nie zgadzam” a 5 – „całkowicie się zgadzam”. W jednym pytaniu respondenci byli poproszeni o wskazanie preferowanej przez nich wysokości podatków, natomiast ostatnie pytanie dotyczyło „chęci płacenia podatków”, jeżeli istniałaby możliwość wyboru.

Tabela 3. Zestaw pytań w kwestionariuszu

Pierwsza pula – pytania ogólne			
1. Wiek	3. Uczelnia	5. Rok studiów	7. Jaki jest twój status zawodowy?
2. Płeć	4. Kierunek studiów	6. Województwo, w którym się urodziłeś	
Druga pula – stwierdzenia do oceny stopnia zgodności z nimi za pomocą skali Likerta			
1. W Polsce jest zbyt wiele różnych rodzajów opodatkowania.			
2. System podatkowy w Polsce jest sprawiedliwy.			
3. Wysokość podatku powinna być ustalona procentowo niezależnie od dochodu podatnika.			
4. System podatkowy w Polsce posiada preferencje dla osób wykluczonych lub znajdujących się w gorszej sytuacji finansowej (przejściowo).			
5. System podatkowy w Polsce obciąża niektóre grupy społeczne lub zawodowe bardziej od innych.			
6. Osoby osiągające wyższe dochody są relatywnie w większym stopniu obciążone podatkami.			
7. Ulgi oraz inne odliczenia od podatków i dochodu są potrzebne.			
8. Podatki są jedną z barier przy rozpoczynaniu prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.			
9. Z własnej woli nie płaciłabym/płaciłbym podatków.			
10. Podatki w Polsce powinny być niższe.			
11. Nieujawnianie części dochodów, które powinny podlegać opodatkowaniu jest przejawem zaradności.			
12. System podatkowy w Polsce troszczy się o osoby ubogie.			
13. Moje doświadczenia w kontaktach z urzędnikami pracującymi w urzędach skarbowych były pozytywne.			
14. Podczas wizyty w urzędzie mam poczucie, że zostałam/zostałem obsłużony przez kompetentnych pracowników.			

Źródło: opracowanie własne.

Ponad 99% respondentów biorących udział w badaniu wstępnym to studenci należący do pokolenia Z, czyli osoby, które dopiero weszły na rynek pracy lub przygotowują się do jej rozpoczęcia. Generacją Z określa się ludzi urodzonych po 1990 roku, czyli dorastających w latach 2000–2010 – w większości są to dzieci *baby boomersów*, osób, które rozpoczęły pracę po zmianach ustrojowych w 1989 roku (Biernacki, 2016).

Badanie wstępne przeprowadzone zostało na grupie 106 studentów pochodzących z 15 uczelni wyższych w Polsce: Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Politechniki Rzeszowskiej, Politechniki Wrocławskiej, Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie, Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Szczecińskiego, Uniwersytetu Rzeszowskiego, Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu, Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie, Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, Wyższej Szkoły Technologii Informatycznych w Katowicach oraz Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Łącznie badanie objęło studentów 28 różnych kierunków – od finansów i rachunkowości przez psychologię i zarządzanie kapitałem ludzkim po astronomię i filozofię.

Tabela 4. Charakterystyka badanej grupy

Kategoria	Udział ankietyowanych w %	Kategoria	Udział ankietyowanych w %
Wiek w latach		Płeć	
18–21	38,69	Kobieta	52,83
22–24	50,94	Mężczyzna	47,17
25–29	9,43		
Powyżej 29	0,94		
Rok studiów		Status zawodowy	
Pierwszy	11,32	Nie pracuję	33,02
Drugi	14,15	Pracuję na niepełny etat	39,62
Trzeci	20,76	Pracuję na pełny etat	27,36
Czwarty	19,81		
Piąty	33,96		

Źródło: opracowanie własne.

Wśród respondentów znajdowali się zarówno studenci, którzy pracowali na pełny etat (27,35%) lub niepełny etat (39,62%), jak i osoby niezatrudnione (33,02%).

W większości byli to studenci ostatniego roku (33,96%), znaczący odsetek ankietyowanych stanowili również studenci czwartego i trzeciego roku – odpowiednio 19,81% oraz 20,76%. W badaniu wstępnym wzięło udział łącznie 50 mężczyzn oraz 56 kobiet.

Kwestionariusz badania wstępnego dostępny był w sieci od 5 do 25 kwietnia 2020 r. Udostępniony został w za pomocą darmowego narzędzia „Formularz” oferowanego przez amerykańską firmę Google. Sondaż diagnostyczny przeprowadzony został na początku pierwszej fali pandemii COVID-19 w Europie. W tym czasie w Polsce wprowadzane były dynamiczne zmiany przepisów prawa w związku z epidemią, co mogło mieć wpływ na wyniki badania.

3. Wyniki i dyskusja

Analiza otrzymanych wyników badania wstępnego wskazuje, że stosunek ankietowanych do poszczególnych stwierdzeń zawartych w kwestionariuszu różni się w zależności od motywacji do płacenia podatków, czyli odpowiedzi udzielonej na pytanie „Jeżeli mógłbyś/mogłabyś wybrać czy płacić podatki [...] co byś zrobił/a?”. W tabeli 5 przedstawione zostały odpowiedzi ankietowanych, którzy wskazali, że gdyby mieli wybór to nie płaciliby podatków.

Tabela 5. Udział stwierdzeń osób, które wybrałyby niepłacenie podatków (dane w %)

W ogóle się nie zgadzam	Częściowo się nie zgadzam	Nie wiem	Częściowo się zgadzam	Całkowicie się zgadzam
W Polsce jest zbyt wiele różnych rodzajów opodatkowania.				
4,00	13,33	16,00	30,67	36,00
System podatkowy w Polsce jest sprawiedliwy.				
20,00	48,00	21,33	10,67	0,00
Wysokość podatku powinna być ustalona procentowo niezależnie od dochodu podatnika.				
22,67	21,33	16,00	25,33	14,67
System podatkowy w Polsce posiada preferencje dla osób wykluczonych lub znajdujących się w gorszej sytuacji finansowej (przejściowo).				
10,67	25,33	33,33	25,33	5,34
System podatkowy w Polsce obciąża niektóre grupy społeczne lub zawodowe bardziej od innych.				
0,00	8,00	12,00	48,00	32,00
Osoby osiągające wyższe dochody są relatywnie w większym stopniu obciążone podatkami.				
14,67	17,33	13,34	25,33	29,33
Ulgi oraz inne odliczenia od podatków i dochodu są potrzebne.				
0,00	6,67	5,33	32,00	56,00
Podatki są jedną z barier przy rozpoczynaniu prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.				
1,33	10,67	12,00	21,33	54,67
Z własnej woli nie płaciłabym/płaciłbym podatków.				
22,67	22,67	22,67	17,33	14,66
Podatki w Polsce powinny być niższe.				
6,66	8,00	12,00	22,67	50,67
Nieujawnianie części dochodów, które powinny podlegać opodatkowaniu jest przejawem zaradności.				
46,67	24,00	18,67	8,00	2,66

cd. tab. 5

W ogóle się nie zgadzam	Częściowo się nie zgadzam	Nie wiem	Częściowo się zgadzam	Całkowicie się zgadzam
System podatkowy w Polsce troszczy się o osoby ubogie.				
29,33	40,00	18,67	12,00	0,00
Moje doświadczenia w kontaktach z urzędnikami pracującymi w Urzędach Skarbowych były pozytywne.				
6,67	17,33	37,33	32,00	6,67
Podczas wizyty w urzędzie mam poczucie, że zostałam/zostałem obsłużony przez kompetentnych pracowników.				
6,66	24,00	42,67	18,67	8,00
Korzystanie z tzw. luk w prawie podatkowym powinno być wykorzystywane przez podatników.				
8,00	16,00	16,00	34,67	25,33
Wiem i rozumiem, w jaki sposób działa finansowanie dóbr publicznych.				
10,67	1,33	16,00	38,67	33,33
Określone grupy społeczne lub zawodowe powinny mieć „przywileje podatkowe”.				
20,00	22,66	22,67	22,67	12,00
Organy i instytucje podatkowe dostarczają niezbędnych informacji przy wypełnianiu zeznań podatkowych.				
8,00	26,67	32,00	22,67	10,66
Państwo w odpowiedni sposób zarządza dochodami budżetowymi otrzymanymi z wpływów podatkowych.				
50,67	32,00	13,33	4,00	0,00
Polityka podatkowa prowadzona w Polsce jest bezpośrednio związana z poglądami przedstawionymi przez aktualnie rządzącą partię rządzącą.				
12,00	6,66	14,67	32,00	34,67

Źródło: opracowanie własne.

Ankietowani, którzy wskazali, że nie płaciliby podatków, gdyby mieli wybór w 66,67% uważają, że „w Polsce jest zbyt wiele różnych rodzajów opodatkowania” (odpowiedzi: „częściowo się zgadzam” i „całkowicie się zgadzam”). Natomiast wśród osób, które wykazały się „chęciami płacenia podatków” aż 90,31% respondentów zgadza się całkowicie lub częściowo z tym ze stwierdzeniem, że w Polsce jest za dużo form podatków.

„Wysokość podatku powinna być ustalona procentowo niezależnie od dochodu podatnika” – z przedstawionym stwierdzeniem całkowicie zgadza się 41,94% respondentów, którzy zaznaczyli, że w przypadku, gdyby mieli wybór, to płaciliby podatki. Natomiast niemal o 30 pkt. proc. mniej osób „bez chęci do płacenia podatków” określiło swój stosunek na tym samym poziomie (14,67%). Dla porównania

w tabeli 6 przedstawione zostały odpowiedzi ankietowanych, którzy wskazali, w odpowiedzi do pytania o motywację podatkową, że gdyby mieli wybór to płaciliby podatki.

Tabela 6. Stosunek do stwierdzeń osób, które wybrałyby płacenie podatków (dane w %)

W ogóle się nie zgadzam	Częściowo się nie zgadzam	Nie wiem	Częściowo się zgadzam	Całkowicie się zgadzam
W Polsce jest zbyt wiele różnych rodzajów opodatkowania.				
0,00	6,45	3,23	32,26	58,06
System podatkowy w Polsce jest sprawiedliwy.				
45,16	35,48	9,68	9,68	0,00
Wysokość podatku powinna być ustalona procentowo niezależnie od dochodu podatnika.				
19,35	12,90	9,68	16,13	41,94
System podatkowy w Polsce posiada preferencje dla osób wykluczonych lub znajdujących się w gorszej sytuacji finansowej (przejściowo).				
25,81	3,23	35,48	29,03	6,45
System podatkowy w Polsce obciąża niektóre grupy społeczne lub zawodowe bardziej od innych.				
0,00	0,00	6,45	41,94	51,61
Osoby osiągające wyższe dochody są relatywnie w większym stopniu obciążone podatkami.				
0,00	12,90	16,13	3,23	67,74
Ulgi oraz inne odliczenia od podatków i dochodu są potrzebne.				
12,90	9,68	19,36	12,90	45,16
Podatki są jedną z barier przy rozpoczynaniu prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.				
0,00	3,23	9,68	19,35	67,74
Z własnej woli nie płaciłabym/płaciłbym podatków.				
16,12	9,68	9,68	9,68	54,83
Podatki w Polsce powinny być niższe.				
0,00	9,68	9,68	6,45	74,19
Nieujawnianie części dochodów, które powinny podlegać opodatkowaniu jest przejawem zaradności.				
22,58	16,13	22,58	16,13	22,58
System podatkowy w Polsce troszczy się o osoby ubogie.				
35,48	9,68	29,03	16,13	9,68
Moje doświadczenia w kontaktach z urzędnikami pracującymi w Urzędach Skarbowych były pozytywne.				
22,58	9,68	35,48	25,81	6,45

cd. tab. 6

W ogóle się nie zgadzam	Częściowo się nie zgadzam	Nie wiem	Częściowo się zgadzam	Całkowicie się zgadzam
Podczas wizyty w urzędzie mam poczucie, że zostałam/zostałem obsłużony przez kompetentnych pracowników.				
22,58	9,68	41,93	9,68	16,13
Korzystanie z tzw. luk w prawie podatkowym powinno być wykorzystywane przez podatników.				
12,90	9,68	9,68	9,68	58,06
Wiem i rozumiem, w jaki sposób działa finansowanie dóbr publicznych.				
3,22	16,13	6,45	25,81	48,39
Określone grupy społeczne lub zawodowe powinny mieć „przywileje podatkowe”.				
45,16	9,68	16,13	25,81	3,22
Organy i instytucje podatkowe dostarczają niezbędnych informacji przy wypełnianiu zeznań podatkowych.				
16,13	32,25	25,81	25,81	0,00
Państwo w odpowiedni sposób zarządza dochodami budżetowymi otrzymanymi z wpływów podatkowych.				
74,19	12,90	9,68	0,00	3,23
Polityka podatkowa prowadzona w Polsce jest bezpośrednio związana z poglądami przedstawionymi przez aktualnie rządzącą partię rządzącą.				
3,23	3,23	19,35	29,03	45,16

Źródło: opracowanie własne

Kolejną interesującą różnicę stanowi stosunek ankietowanych do pytania pochodzącego z płaszczyzny psychologicznej, dotyczącego moralności podatkowej. 70,76% przyszłych podatników, którzy nie wykazują się „chęciami płacenia podatków” całkowicie lub częściowo nie zgadza się z tym, że „nieujawnianie części dochodów, które powinny podlegać opodatkowaniu jest przejawem zaradności”. Dla porównania, odsetek osób, które wskazały, że gdyby miały wybór, to płaciłyby podatki jest niemal o 32% niższy – wynosi 38,71%. Wyższy poziom moralności podatkowej u osób, które wskazały, że nie płaciłyby podatków, gdyby miały możliwość wyboru potwierdza się podczas porównania odpowiedzi udzielonych odnośnie do stwierdzenia „korzystanie z tzw. luk w prawie podatkowym powinno być wykorzystywane przez podatników” – całkowicie lub częściowo zgadza się z nim 60% respondentów. Natomiast wśród osób, które płaciłyby podatki, gdyby miały wybór, odsetek osób zgadzających się z tym jest o 7,74 pkt. proc. wyższy.

Dodatkowo 88% ankietowanych studentów należących do pokolenia Z, którzy zaznaczyli, że gdyby mieli wybór, to nie płaciliby podatków, wskazuje, że „ulgi oraz inne odliczenia od podatków i dochodu są potrzebne” (suma odpowiedzi „całkowicie się zgadzam”, „częściowo się zgadzam”). Zestawiając odpowiedzi osób, które odpowiedziały, że „chciałyby płacić podatki” odsetek jest o 29,94 pkt. proc. niższy i wynosi 58,06%.

Warto zwrócić uwagę również na rozkład odpowiedzi kobiet oraz mężczyzn dotyczących dobrowolnego płacenia podatków, czyli odpowiedzi na pytanie „Jeżeli mógłbyś/mogłabyś wybrać czy płacić podatki [...] co byś zrobił/a?”. Wyniki przedstawione zostały na wykresie 1.

Wykres 1. Udziały odpowiedzi na pytanie o dobrowolne płacenie podatków z uwzględnieniem płci



Źródło: opracowanie własne.

Zdecydowanie więcej kobiet płaciłoby podatki (82,14%), jeżeli miałyby możliwość wyboru, w porównaniu do mężczyzn (62%) z tej samej próby. Różnica pomiędzy odpowiedziami kobiet i mężczyzn wynosi 20,14 pkt. proc. Na podstawie otrzymanych odpowiedzi można pokusić się o stwierdzenie, iż płeć wpływa na motywację do płacenia danin publicznych podatników z pokolenia Z.

W badaniu wstępnym respondenci zostali również zapytani o wysokość podatku, jaką uważają, że powinni płacić. Odpowiedzi udzielone przez ankietowanych przedstawione są w tabeli 7.

Tabela 7. Procentowy udział preferowanej wysokości podatku

Przedział procentowy wysokości podatku od dochodu	Odpowiedzi ankietowanych w %
1–10	44,34
10–15	35,85
15–20	14,15
20–25	4,72
25–30	0,94

Źródło: opracowanie własne.

Wśród odpowiedzi ankietowanych najczęściej wybieraną wysokością daniny publicznej jest przedział pomiędzy 1 a 10%. Wskazało na niego 44,34% osób biorących udział w badaniu. Ponad jedna trzecia respondentów uważa, że podatek powinien wynosić od 10 do 15% od dochodu (35,18%). Łącznie wyższą stawkę daniny publicznej wskazało blisko 20% ankietowanych. Zdecydowana większość podatników z pokolenia Z uważa, że wysokość podatku powinna zawierać się pomiędzy 1 a 15% od dochodu.

Wnioski

Głównym celem przeprowadzonego badania wstępnego była ocena i analiza czynników pochodzących z czterech płaszczyzn otoczenia podatkowego – ekonomicznej, organizacyjnej, normatywnej oraz psychologicznej – w kontekście ich wpływu na motywację do płacenia podatków przez osoby pochodzące z pokolenia Z w Polsce. W artykule zmienne zostały przeanalizowane za pomocą statystyki opisowej. Otrzymane wyniki badania potwierdzają istnienie czynników zawierających się w ramach wymienionych aspektów otoczenia podatnika, które warunkują motywację podatkową przyszłego pokolenia podatników w Polsce. Analiza dokonana za pomocą statystyki opisowej potwierdza, że czynniki są różne w zależności od motywacji podatkowej – ankietowani podatnicy niewykazujący „chęci płacenia podatków” wykazują się wyższym poziomem moralności podatkowej od osób, które w pytaniu o motywację podatkową zaznaczyły, że w przypadku możliwości wyboru płaciłyby podatki.

Dodatkowo wyniki przeprowadzonego badania wstępnego wskazują na istnienie zależności pomiędzy płcią podatników z pokolenia Z a motywacją do płacenia podatków. Zdecydowana większość kobiet biorących udział w badaniu (82,14%) płaciłaby podatki, gdyby miała realny wybór odnośnie do uiszczania zobowiązań publicznoprawnych. Odsetek mężczyzn, dotyczący tego samego pytania wyniósł o 20,14 pkt. proc. mniej w porównaniu do kobiet.

Przeprowadzone badanie wstępne oraz otrzymane wyniki stanowią podstawę do kontynuowania badań oraz wskazują kierunek, w którym należy podążać prowadząc dalsze badania naukowe w zakresie motywacji do płacenia podatków. Otrzymane wyniki są podstawą zarówno do przeprowadzenia badania pełnego, jak i badań jakościowych, które umożliwią określenie ciągu przyczynowo-skutkowego.

Literatura

- Alm J., McClelland G.H., Schulze W.D. (1992), *Why do people pay taxes?*, „Journal of Public Economics”, 48 (1), s. 21–38, DOI: 10.1016/0047-2727(92)90040-M.
- Alm J., Torgler B. (2006), *Culture differences and tax morale in the United States and in Europe*, „Journal of Economic Psychology”, 27, s. 224–346, DOI: 10.1016/j.joep.2005.09.002.
- Bejaković P., Bezeredi S. (2019), *Determinants of Tax Morale in Croatia: An Ordered Logit Model*, „Business Systems Research”, 10 (2), s. 37–48, DOI: 10.2478/bsrj-2019-016.

- Biernacki M. (2016), *Oczekiwania zawodowe studentów rachunkowości z pokolenia Z*, „Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis”, 327 (83/2), s. 15–16, DOI: 10.2100-5/oe.2016.83.2.02.
- Borkowska S. (1985), *System motywowania w przedsiębiorstwie*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Duhigg C. (2013), *Siła nawyku*, Dom Wydawniczy PWN, Warszawa.
- Feld L., Frey B.S. (2002), *Trust breeds trust: How taxpayers are treated*, „Economics of Governance”, 3, s. 87–99, DOI: 10.1007/s101010100032.
- Gaudemet P. (1990), *Finanse publiczne*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Gerger G.C., Gercek A., Taskin C., Bakar F., Guzel S. (2014), *Determining the factors that affect taxpayers' perspective on tax administration: reasearch in Turkey*, „International Journal of Economics and Finance Studies”, 6 (1), s. 18–28, DOI: 10.3929/ethz-a-00437-4800.
- Gomułowicz A., Małecki J. (2008), *Podatki i prawo podatkowe*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Gomułowicz A., Mączyński D. (2012), *Podatki i prawo podatkowe*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Gwiazdowski R. (2019), *O reakcjach podatników na opodatkowanie i o przyczynach podatków*, „Ius Novum”, 2, s. 168–171, DOI: 10.26399/iusnovum.v13.2.2019.21/r.gwiazdowski.
- Horodnic I.A. (2018), *Tax morale and institutional theory: a systematic review*, „International Journal of Sociology and Social Policy”, 38 (9–10), s. 868–886, DOI: 10.1108/IJSSP-03-2018-0039.
- Jaworska W. (2014), *Perspektywa behawioralna w rachunkowości w świetle wybranych teorii psychologii motywacji*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 830, s. 49–58, DOI: 10.18276/frfu.
- Jung C.G. (2016), *Archetypy i nieświadomość zbiorowa*, Wydawnictwo KR, Warszawa.
- Kahneman D., Tversky A. (1974), *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*, „Science”, 185, s. 1124–1131, DOI: 10.31219/osf.io/j47df.
- Komar A. (1996), *Finanse publiczne w gospodarce rynkowej*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz.
- Koźmiński A.K., Piotrowski W. (2002), *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Lotko E., Zawadzka-Pak U.K. (2017), *Psychologiczne i etyczne aspekty w kształtowaniu motywacji podatkowej*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, 18 (9.2), s. 333–344.
- Luttmer E., Singhal M. (2014), *Tax morale*, „Journal of Economic Perspectives”, 28 (4), s. 149–168.
- Newman W., Nokhu M. (2018), *Evaluating the impact of tax knowledge on tax compliance among small medium enterprises in a developing country*, „Academy of Accounting and Financial Studies Journal”, 22 (6), s. 1–14, DOI: 10.4337/9781781007990.
- Niesiobędzka M. (2009), *Relacje podatnik – państwo jako predyktory moralności podatkowej*, „Psychologia Społeczna”, 3 (11), s. 123–132, DOI: 10.7366/1896180020174205.
- Niesiobędzka M. (2013), *Dlaczego nie płacimy podatków*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Nerre B. (2008), *Tax Culture: A Basic Concept for Tax Politics*, „Economic Analysis and Policy”, 38 (1), s. 153–167, DOI: 10.1016/S0313-5926(08)50011-7.
- Nowak S. (2007), *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Pasternak-Malicka M. (2013), *Mentalność i moralność podatkowa a reakcje gospodarstw domowych na obowiązek podatkowy*, „Modern Management Review”, 18 (20/1), s. 87–98, DOI: 10.7862/rz.2013.mmr.8.
- Pasternak-Malicka M. (2017), *Istota sprawiedliwości podatkowej pionowej i poziomej w kontekście linowej oraz progresywnej stawki podatku dochodowego od osób fizycznych*, „Finanse. Rynki Finansowe. Ubezpieczenia”, 3 (87, cz. 2), s. 17–28, DOI: 10.18276/frfu.2017.87/2-02.

- Poszwa M. (2007), *Zarządzanie podatkami w małej i średniej firmie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Pui Yee C., Moorthy K., Choo Keng Soon W. (2017), *Taxpayers' perceptions on tax evasion behaviour: an empirical study in Malaysia*, „International Journal of Law and Management”, 59 (3), s. 413–429, DOI: 10.1108/IJLMA-02-2016-0022.
- Taing H.B., Chang Y. (2020), *Determinants of Tax Compliance Intention: Focus on the Theory of Planned Behavior*, „International Journal of Public Administration”, 44 (1), s. 1–12, DOI: 10.1080/01900692.2020.1728313.
- Thúc N.T. (2013), *A Review of Factors Impacting Tax Compliance*, „Australian Journal of Basic and Applied Sciences”, 7 (7), s. 476–479, DOI: 10.7392/openaccess.70081964.
- Torgler B., Martinez-Vazquez J. (2009), *The Evolution of Tax Morale in Modern Spain*, „Journal of Economic Issues”, XLIII (1), s. 1–28, DOI: 10.2753/JEI0021-3624430101.
- Yuniarta G.A., Purnamawati I.G.A. (2020), *Spiritual, psychological and social dimensions of taxpayers compliance*, „Journal of Financial Crime”, 27 (3), s. 995–1007, DOI: 10.1108/JFC-03-2020-0045.

Akty prawne

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej* z dnia 2 kwietnia 1997 roku, Dz.U.1997.78.483.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. *Ordynacja podatkowa*, Dz.U.2020.1325.
- Ustawa w dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, Dz.U.2020.1426.

Źródła internetowe

- Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/decyzja.html> (dostęp 12.12.2020).
- Encyklopedia PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/decyzja;4007951.html> (dostęp 12.12.2020).