

# Studiu privind preocuparea beneficiarilor de servicii turistice persoane fizice pentru informația contabilă și cea fiscală aferente

Lect. univ. dr. Bogdan Cosmin GOMOI

Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad

## Abstract

*Selecting a touristic package by a natural person is a random issue by taking into account the fact that it aims at activities that are going to be carried out in one's spare time, when each person wishes to manifest himself/herself less conventionally. There are a series of factors of accounting and fiscal origin which manifest on a person's financial resources when he/she makes a choice in this respect. These factors depend on the person's choice and may be modelled on his/her resources and needs. From these we notice the cost-benefit ratio characteristic to each touristic package and the corresponding fiscal system, especially with regard to the value added tax implied by the inclusion or non-inclusion of certain services in the package, but also the medical travel insurance necessary for the beneficiary of the touristic offer. The article hereby aims to study the correlation between these factors and the various demographic variables which characterize a sample of respondents.*

**Key terms:** questionnaire, variables, objectives, assumptions, correlation

**Termeni-cheie:** chestionar, variabile, obiective, ipoteze, corelație

**Clasificare JEL:** L83, Z3, Z32, C12, C83

**To cite this article:** Bogdan Cosmin Gomoj, *Studiu privind preocuparea beneficiarilor de servicii turistice persoane fizice pentru informația contabilă și cea fiscală aferente*, CECCAR Business Review, N° 1/2023, pp. 19-29, DOI: <http://dx.doi.org/10.37945/cbr.2023.01.03>

## ➔ Introducere

Selectarea unui pachet turistic de către o persoană fizică este o chestiune aleatorie ținând seama de faptul că vizează activități care urmează să fie desfășurate în timpul liber, când fiecare individ dorește să se manifeste mai puțin convențional. Există o serie de factori de origine contabilă și fiscală care au impact asupra resurselor financiare ale unui individ atunci când face o alegere în acest sens. Acești factori sunt dependenți de opțiunea persoanei, putând fi modelați pe resursele și nevoile sale. Dintre aceștia remarcăm raportul cost-beneficiu al fiecărui pachet turistic și fiscalitatea aferentă, mai ales în ce privește taxa pe valoarea adăugată implicată de includerea sau neinclusiunea în pachet a anumitor servicii, dar și asigurarea medicală de călătorie necesară beneficiarului ofertei turistice. Prezentul articol își propune să studieze corelația dintre acești factori și diverse variabile demografice ce caracterizează un eșantion de respondenți.

## ➔ Revizuirea literaturii de specialitate

Cererea și oferta de bunuri și servicii reprezintă două concepte ce definesc piața, în calitatea ei de noțiune fundamentală a mediului economic. În timp ce piața anumitor bunuri și servicii este relativ stabilă și cu o evoluție parțial predictibilă, piața serviciilor turistice prezintă un grad de volatilitate extrem de ridicat, având un caracter adesea spontan.

Dacă în majoritatea cazurilor un nivel redus al prețurilor atrage după sine o amplificare a cererii și viceversa, în zona serviciilor turistice se manifestă o interconținționare deseori neregulată. Turcu și Weisz (2008) consideră că prețurile ridicate ar putea stimula cererea, din dorința beneficiarilor de a-și petrece timpul liber în condiții superioare calitativ, chiar exclusiviste, pe când un nivel redus al prețurilor ar trezi mai degrabă un sentiment de neîncredere și suspiciune în conștiința reprezentanților cererii de pachete turistice.

Desigur că actualmente comunicarea dintre cererea și oferta de servicii turistice este substanțial facilitată de mediul online. Nedelea și Bălan (2010) opinează că implementarea platformelor virtuale în domeniul turistic constituie un factor determinant în ce privește comportamentul consumatorilor de servicii turistice.

Un factor important în generarea prețurilor finale în cadrul sectorului turistic este taxa pe valoarea adăugată. Asociația Națională a Agențiilor de Turism din România (ANAT) consideră că fiscalitatea s-a manifestat excesiv în sectorul turistic autohton în toată perioada postdecembristă, cu excepția ultimilor ani, când taxa a fost redusă la cote mai rezonabile. Cu toate acestea, prețurile finale nu au înregistrat modificări majore, ofertanții sporind adaosurile comerciale ([www.anat.ro](http://www.anat.ro)).

Un detaliu deloc de neglijat asociat serviciilor turistice este asigurarea medicală de călătorie. Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) atrage atenția că beneficiarii de servicii turistice nu acordă o însemnătate deosebită acestui aspect și că, adesea, ei nu cunosc clauzele acestui tip de asigurare ([www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro)). Este foarte important de menționat că această asigurare nu acoperă decât o parte din problemele care ar putea să survină pe parcursul călătoriei.

Neconstituind pentru indivizi o necesitate de bază, turismul este un sector în care promovarea joacă un rol important, transmiterea permanentă, pe diverse căi, a unor mesaje cu privire la caracteristicile produselor și serviciilor turistice oferite consolidând o imagine pozitivă și cultivând o atitudine favorabilă față de acestea și firma care le pune pe piață. Nedelea (2003) este de părere că pentru promovarea pachetelor turistice ar fi eficientă aplicarea unui marketing pozitiv agresiv.

## ➔ Metodologia cercetării

Prezentul articol își propune să studieze corelația dintre factorii de origine contabilă și fiscală care se manifestă asupra resurselor financiare ale unui individ atunci când acesta face o alegere în scopuri turistice și diversele variabile demografice care l-ar putea caracteriza. În vederea fundamentării sale am utilizat metoda chestionarului, prelucrat cu ajutorul aplicației Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), sub formă de analiză univariată și testarea ipotezelor prin prisma coeficientului de corelație Pearson. SPSS este un program specializat pentru analiza statistică a datelor. Acesta a fost creat pentru a fi aplicat în științele sociale, dar în contextul realității actuale, prin extrapolare, el este folosit și în alte domenii de interes.

Analiza univariată este încadrată în categoria metodelor de cercetare statistică întrucât conturează caracteristicile fiecărui element în mod distinct și, pe cale de consecință, utilizează indicatorii specifici statisticii descriptive, fiecare variabilă fiind studiată separat, fără a fi raportată la alta.

Coeficientul sau indicele de corelație Pearson este un indice numeric ce constituie o măsură corelativă a conexiunii dintre două variabile de tip cantitativ, continue sau, din contră, discontinue, neluând în calcul alte tipuri de variabile.

Formula pentru determinarea acestui coeficient este următoarea:

$$r = \frac{\Sigma(X - \bar{X}) \times (Y - \bar{Y})}{\sqrt{\Sigma(X - \bar{X})^2 \times \Sigma(Y - \bar{Y})^2}}$$

În contextul utilizării aplicației SPSS, coeficientul de corelație Pearson se consideră semnificativ dacă  $r < 0,05$ .

### ➤ Obiectivele, ipotezele, variabilele și subiecții cercetării

**Obiectivele** prezentei cercetări includ:

- studiul corelației care se stabilește între beneficiarii persoane fizice și furnizorii de servicii turistice persoane juridice privind informația contabilă și cea fiscală implicate;
- investigarea preocupării beneficiarilor de servicii turistice persoane fizice pentru anumite coordonate contabile și fiscale implicate;
- elaborarea unor opinii referitoare la preocuparea beneficiarilor de servicii turistice persoane fizice pentru diverse informații contabile și fiscale și identificarea caracteristicilor semnificative care diferențiază respondenții sub acest aspect;
- investigarea măsurii în care beneficiarii de servicii turistice persoane fizice recurg direct sau indirect, voluntar sau involuntar, la informațiile contabile și fiscale.

Principalele **ipoteze** ale studiului sunt următoarele:

- ✓ *H1: Există o corelație între pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*
- ✓ *H2: Există o corelație între venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*
- ✓ *H3: Există o corelație între genul respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*
- ✓ *H4: Există o corelație între ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*
- ✓ *H5: Există o corelație între vârsta respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*
- ✓ *H6: Există o corelație între pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.*
- ✓ *H7: Există o corelație între venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.*
- ✓ *H8: Există o corelație între genul respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.*
- ✓ *H9: Există o corelație între ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.*
- ✓ *H10: Există o corelație între vârsta respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.*

**Variabilele** aferente studiului, defalcate pe cele zece ipoteze predefinite, sunt reliefate în cele ce urmează. Toate tabelele din articol reprezintă prelucrare proprie.

Tabelul 1. Variabilele implicate, dezvoltate pe cele 10 ipoteze predefinite

Ipoteze predefinite	Variabile independente	Variabile dependente
H1	Pregătirea profesională	Elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic
H2	Venitul mediu lunar	Elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic
H3	Genul	Elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic
H4	Ultimul nivel de studii absolvit	Elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic
H5	Vârsta	Elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic
H6	Pregătirea profesională	Preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice
H7	Venitul mediu lunar	Preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice
H8	Genul	Preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice
H9	Ultimul nivel de studii absolvit	Preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice
H10	Vârsta	Preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Lotul de **subiecți** supus analizei pe baza chestionarului este format din 137 de respondenți, dintre care 71 (51,8%) cu pregătire economică din sfera contabilității, 34 (24,8%) cu pregătire economică în corelație cu domeniul contabilității, iar 32 (23,4%) cu o altă pregătire, așa cum reiese din tabelul următor.

Tabelul 2. Distribuția respondenților în funcție de pregătirea profesională

Pregătirea profesională	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Economică, din sfera contabilității	71	51,8	51,8
Economică, în corelație cu domeniul contabilității	34	24,8	76,6
Alta decât cea economică	32	23,4	100,0
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	

Structurarea în funcție de venitul mediu lunar al respondenților urmează trendul veniturilor individuale din România: un singur respondent (0,7%) obține un venit mediu lunar pe membru de familie mai mic de 1.000 lei, 40 de respondenți (29,2%) – între 1.000 și 2.000 lei, 45 (32,9%) – între 2.001 și 3.000 lei, 27 (19,7%) – între 3.001 și 4.000 lei și 24 (17,5%) – peste 4.000 lei, așa cum reiese din tabelul următor.

Tabelul 3. Distribuția respondenților în funcție de venitul mediu lunar

Venitul mediu lunar pe membru de familie	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Sub 1.000 lei	1	0,7	0,7
1.000-2.000 lei	40	29,2	29,9
2.001-3.000 lei	45	32,9	62,8
3.001-4.000 lei	27	19,7	82,5
Peste 4.000 lei	24	17,5	100,0
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	

Structurarea pe baza genului respondenților este eterogenă, înclinând puternic spre genul feminin, semn că femeile sunt mai receptive la astfel de sondaje. 27 de respondenți (19,7%) sunt de genul masculin, iar majoritatea covârșitoare, de 110 respondenți (80,3%), sunt de genul feminin, potrivit tabelului de mai jos.

Tabelul 4. Distribuția respondenților în funcție de gen

Genul	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Masculin	27	19,7	19,7
Feminin	110	80,3	100,0
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	

Configurația respondenților ținând cont de ultima formă de studii absolvită relevă preponderența studiilor superioare în rândul acestora și se prezintă astfel: 43 de respondenți (31,4%) au absolvit ca ultimă formă de educație studii medii (liceu, școală profesională), 82 (59,9%) au studii superioare (licență, masterat), 7 (5,1%) au studii postuniversitare (doctorat), iar 5 respondenți (3,6%) sunt adepții învățării pe parcursul întregii vieți, prin formare profesională continuă.

Tabelul 5. Distribuția respondenților în funcție de nivelul studiilor

Nivelul studiilor	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Studii medii	43	31,4	31,4
Studii universitare	82	59,9	91,3
Studii postuniversitare	7	5,1	96,4
Învățare pe parcursul întregii vieți	5	3,6	100,0
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	

Structurarea respondenților după etatea acestora înclină spre vârsta tânără și se prezintă astfel: 2 respondenți (1,4%) au sub 20 de ani, o majoritate de 83 de respondenți (60,6%) au vârsta cuprinsă între 20 și 35 de ani, 40 (29,2%) – între 36 și 50 de ani, iar 12 respondenți (8,8%) – între 51 și 65 de ani, așa cum reiese din tabelul următor.

Tabelul 6. Distribuția respondenților în funcție de vârstă

Vârsta	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Sub 20 de ani	2	1,4	1,4
20-35 de ani	83	60,6	62,0
36-50 de ani	40	29,2	91,2
51-65 de ani	12	8,8	100,0
<b>Total</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	

Testul, conceput în format Word (.doc), a fost încărcat în aplicația Google Forms și conține 11 întrebări, șase de opinie, de tip scală Likert, cu cinci trepte (1 – dezacord puternic; 2 – dezacord; 3 – neutru; 4 – acord; 5 – acord puternic), și cinci demografice, cu alegere multiplă (se alege o singură variantă dintre cele disponibile).

Ulterior, linkul generat a fost distribuit online, astfel încât răspunsurile să fie cât mai diversificate. În final au fost colectate 137 de răspunsuri, încărcate în mod individual într-o bază de date Excel. Acestea au fost importate în aplicația SPSS, realizându-se analiza univariată pe fiecare întrebare, analiza bivariată pe fiecare întrebare de opinie asociată cu fiecare întrebare demografică, simultan cu testarea prin intermediul coeficientului Pearson a relevanței corelației dintre fiecare întrebare demografică și fiecare întrebare de opinie.

Studiul cuprinde analiza univariată pe fiecare întrebare de opinie și testarea a zece ipoteze ce asociază, pe rând, două întrebări de opinie cu fiecare întrebare demografică. Ipoteza se consideră validată în condițiile în care pragul de semnificație (p) este cuprins în intervalul -0,05-0,05, corelația fiind semnificativă.

În scopul obținerii unui grad de sinceritate cât mai mare din partea respondenților care au participat la cercetare, aceștia au fost asigurați de păstrarea confidențialității în ce privește identitatea lor. Toți subiecții supuși studiului și-au exprimat acordul de a participa la acesta, fiind extrem de cooperanți, colectarea răspunsurilor derulându-se rapid.

### ➔ Rezultatele cercetării

În cele ce urmează vom verifica cele 10 ipoteze cu ajutorul testului de corelație Pearson.

✓ **H1:** Există o corelație între pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.

Tabelul 7. Corelația dintre pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic

Corelații		Efectuarea analizei cost-beneficiu	Pregătirea profesională
Efectuarea analizei cost-beneficiu	Corelația Pearson	1	-0,061
	Pragul de semnificație		0,479
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Pregătirea profesională	Corelația Pearson	-0,061	1
	Pragul de semnificație	0,479	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic este extrem de slabă, aproape inexistentă, de -0,061. Întrucât pragul de semnificație este de 0,479, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță (pătratul indicelui Pearson) este de 0,004, ceea ce denotă că această corelație se regăsește doar la 0,4% din eșantion. În consecință, nu remarcăm o influență evidentă a pregătirii profesionale a respondenților asupra preocupării pentru efectuarea analizei cost-beneficiu a unui pachet turistic în vederea achiziționării.

✓ **H2:** Există o corelație între venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.

Tabelul 8. Corelația dintre venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic

Corelații		Efectuarea analizei cost-beneficiu	Venitul mediu lunar
Efectuarea analizei cost-beneficiu	Corelația Pearson	1	0,054
	Pragul de semnificație		0,530
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Venitul mediu lunar	Corelația Pearson	0,054	1
	Pragul de semnificație	0,530	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic este slabă, aproape inexistentă, având un rezultat de 0,054.

Întrucât pragul de semnificație este de 0,53, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță este de 0,003, ceea ce arată că această corelație se regăsește doar la 0,3% din eșantion. În consecință, nu remarcăm o influență evidentă a venitului mediu lunar al respondenților asupra preocupării pentru efectuarea analizei cost-beneficiu a unui pachet turistic în vederea achiziționării.

✓ **H3:** *Există o corelație între genul respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*

Tabelul 9. Corelația dintre genul respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic

Corelații		Efectuarea analizei cost-beneficiu	Genul
Efectuarea analizei cost-beneficiu	Corelația Pearson	1	0,015
	Pragul de semnificație		0,858
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Genul	Corelația Pearson	0,015	1
	Pragul de semnificație	0,858	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre genul respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic este slabă, infimă, cu un rezultat de 0,015. Întrucât pragul de semnificație este de 0,858, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță este de 0,000, ceea ce denotă că această corelație nu se regăsește deloc la nivelul eșantionului. În consecință, nu remarcăm o influență evidentă a genului respondenților asupra preocupării pentru efectuarea analizei cost-beneficiu a unui pachet turistic în scopul achiziționării.

✓ **H4:** *Există o corelație între ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.*

Tabelul 10. Corelația dintre ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic

Corelații		Efectuarea analizei cost-beneficiu	Ultimul nivel de studii
Efectuarea analizei cost-beneficiu	Corelația Pearson	1	0,071
	Pragul de semnificație		0,411
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Ultimul nivel de studii	Corelația Pearson	0,071	1
	Pragul de semnificație	0,411	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic este infimă, având un rezultat de 0,071. Întrucât pragul de semnificație este de 0,411, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță este de 0,005, ceea ce arată că această corelație se regăsește doar la 0,5% din eșantion. În consecință, nu remarcăm o influență a ultimului nivel de studii absolvit de respondenți asupra preocupării pentru efectuarea analizei cost-beneficiu a unui pachet turistic în vederea achiziționării.



✓ **H5:** Există o corelație între vârsta respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic.

Tabelul 11. Corelația dintre vârsta respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic

Corelații		Efectuarea analizei cost-beneficiu	Vârsta
Efectuarea analizei cost-beneficiu	Corelația Pearson	1	0,042
	Pragul de semnificație		0,627
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Vârsta	Corelația Pearson	0,042	1
	Pragul de semnificație	0,627	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre vârsta respondenților și preocuparea pentru elaborarea unei analize cost-beneficiu anterior achiziției unui pachet turistic este aproape inexistentă, cu un rezultat de 0,042. Întrucât pragul de semnificație este de 0,627, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță este de 0,002, ceea ce denotă că această corelație se regăsește doar la 0,2% din eșantion. În consecință, nu se evidențiază o influență a vârstei respondenților asupra preocupării pentru efectuarea analizei cost-beneficiu a unui pachet turistic în scopul achiziționării.

✓ **H6:** Există o corelație între pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.

Tabelul 12. Corelația dintre pregătirea profesională a respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Corelații		Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Pregătirea profesională
Pregătirea profesională	Corelația Pearson	1	0,025
	Pragul de semnificație		0,775
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Corelația Pearson	0,025	1
	Pragul de semnificație	0,775	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre pregătirea profesională a respondenților și implicarea fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic este extrem de slabă, aproape inexistentă, de 0,025. Întrucât pragul de semnificație este de 0,775, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proportia de varianță este de 0,001, ceea ce denotă că această corelație se regăsește doar la 0,1% din eșantion. În consecință, nu sesizăm o influență vizibilă a pregătirii profesionale a respondenților asupra implicării fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic.

✓ **H7:** Există o corelație între venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.



Tabelul 13. Corelația dintre venitul mediu lunar al respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Corelații		Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Venitul mediu lunar
Venitul mediu lunar	Corelația Pearson	1	-0,057
	Pragul de semnificație		0,508
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Corelația Pearson	-0,057	1
	Pragul de semnificație	0,508	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre venitul mediu lunar al respondenților și implicarea fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic este redusă, aproape inexistentă, cu un rezultat de -0,057. Întrucât pragul de semnificație este de 0,508, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proporția de varianță este de 0,003, ceea ce denotă că această corelație se regăsește doar la 0,3% din eșantion. În consecință, nu sesizăm o influență evidentă a venitului mediu lunar al respondenților asupra preocupării pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice selectate.

✓ **H8:** Există o corelație între genul respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.

Tabelul 14. Corelația dintre genul respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Corelații		Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Genul
Genul	Corelația Pearson	1	0,059
	Pragul de semnificație		0,494
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Corelația Pearson	0,059	1
	Pragul de semnificație	0,494	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre genul respondenților și implicarea fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic tinde spre nulitate, având un rezultat redus valoric, de 0,059. Întrucât pragul de semnificație este de 0,494, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proporția de varianță este de 0,003, ceea ce arată că această corelație se regăsește doar la 0,3% din eșantion. În consecință, nu remarcăm o influență evidentă a genului respondenților asupra preocupării pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice selectate.

✓ **H9:** Există o corelație între ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.

Tabelul 15. Corelația dintre ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Corelații		Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Ultimul nivel de studii absolvit
Ultimul nivel de studii absolvit	Corelația Pearson	1	-0,033
	Pragul de semnificație		0,704
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Corelația Pearson	-0,033	1
	Pragul de semnificație	0,704	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre ultimul nivel de studii absolvit de respondenți și implicarea fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic este insignifiantă, cu un rezultat extrem de redus valoric, de -0,033. Întrucât pragul de semnificație este de 0,704, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proporția de varianță este de 0,001, ceea ce denotă că această corelație se regăsește doar la 0,1% din eșantion. În consecință, nu se reliefează o influență a ultimei forme de studii absolvite de respondenți asupra preocupării pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice selectate.

✓ **H10:** Există o corelație între vârsta respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice.

Tabelul 16. Corelația dintre vârsta respondenților și preocuparea pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice

Corelații		Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Vârsta
Vârsta	Corelația Pearson	1	-0,006
	Pragul de semnificație		0,947
	Dimensiunea eșantionului	137	137
Fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice	Corelația Pearson	-0,006	1
	Pragul de semnificație	0,947	
	Dimensiunea eșantionului	137	137

Corelația dintre vârsta respondenților și implicarea fiscalității finanțelor personale în selectarea unui anumit pachet turistic tinde spre nulitate, având un rezultat foarte redus valoric, de -0,006. Întrucât pragul de semnificație este de 0,947, mai mare de 0,05, corelația nu este una semnificativă. Proporția de varianță este de 0,000, ceea ce denotă că această corelație nu este deloc prezentă la nivelul eșantionului. În consecință, nu există o influență a vârstei respondenților asupra preocupării pentru fiscalitatea și serviciile de asigurări medicale de călătorie aferente pachetelor turistice selectate.

## ➔ Concluzii

În urma studiului întreprins, remarcăm o corelație slabă, aproape inexistentă, între variabilele demografice ce caracterizează respondenții și analiza cost-beneficiu, respectiv aspectele fiscale aferente unui pachet turistic.

Indiferent de pregătirea profesională a respondenților, economică, din sfera contabilității, colaterală ei sau din alt palier economic ori al pieței muncii, aceștia nu manifestă o tendință predilectă de a întocmi o analiză cost-beneficiu înainte de selecția unui pachet turistic sau pentru ce este inclus efectiv în oferta turistică și ce se achiziționează ulterior, la fața locului, eventual cu o cotă a taxei pe valoarea adăugată superioară. Așadar, nici cunoscătorii (contabilii și economiștii), nici cei mai puțin cunoscători (cu o altă pregătire) nu par prea preocupați de utilitate sau minimizarea costurilor atunci când vine vorba despre petrecerea concediului sau a timpului liber.

Deși de natură economico-financiară, nici măcar venitul mediu lunar pe membru de familie nu pare să prezinte vreo corelație cu analiza cost-beneficiu sau cu fiscalitatea aferentă pachetelor turistice. Aparent, nici persoanele cu venituri mai mici nu fac rabat când vine vorba despre plăcerea unei vacanțe atunci când selectează o anumită ofertă turistică.

Totodată, deși psihologic cele două genuri se manifestă diferit, în sensul că cel masculin este previzional, iar cel feminin, analitic, se pare că atunci când se optează pentru un anumit pachet turistic, aceștia au un comportament aleatoriu, concentrându-se pe maximizarea satisfacției, fără a ține cont de factorii de eficiență, eficacitate sau economicitate.

De asemenea, nici ultima formă de studii absolvită nu aduce diferențe în ce privește elaborarea unei analize cost-beneficiu și studierea fiscalității implicate anterior optării pentru un anumit pachet turistic. Deși ne-am aștepta ca cei cu studii superioare să aibă o aplecare spre aspectele menționate anterior, se pare că, fiind vorba despre petrecerea timpului liber, tendința firească nu se manifestă, fiind pregnanți alți factori subiectivi.

Nici măcar vârsta nu reprezintă un criteriu care să fixeze o tendință clară. Aparent, tinerii și persoanele de vârsta a doua deopotrivă răspund în moduri personale, extrem de variate și imprevizibile, nedeterminând o corelație sesizabilă între segmentul de vârstă, ce conferă un anumit grad de experiență personală și profesională, și predilecția spre realizarea unei analize cost-beneficiu și studierea fiscalității implicate anterior achiziției unui pachet turistic.

## Bibliografie

1. Dumitrana, M., Jalbă, L., Duță, O. (2008), *Contabilitatea în comerț și turism*, Editura Universitară, București.
2. Gabroveanu, E. (2009), *Contabilitate financiară în turism*, Editura Universitară, București.
3. Gomoii, B.C. (2020), *Management financiar și al performanțelor*, Editura Eurostampa, Timișoara.
4. Nedelea, A. (2003), *Politici de marketing în turism*, Editura Economică, București.
5. Nedelea, A., Bălan, A. (2010), *E-tourism și protecția consumatorilor de servicii turistice*, Amfiteatru Economic, vol. 12, nr. 28, pp. 490-501.
6. Paliu-Popa, L., Ecobici, N. (2018), *Contabilitate financiară aplicată. Ghid practic*, ediția a II-a, Editura Universitară, București.
7. Pătrașcu, C.B., Popovici, I., Popovici, A. (2005), *Contabilitatea unor operațiuni speciale*, Editura Danubius, Brăila.
8. Stănculescu, G. (2005), *Managementul operațiunilor de turism*, ediția a II-a, Editura All Beck, București.
9. Turcu, D., Weisz, J. (2008), *Economia turismului*, Editura Eurostampa, Timișoara.
10. Țigu, G. (coordonator), Țală, M., Talpeș, A., Lungu, C., Smaranda, J.S. (2011), *Resurse și destinații turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, București.
11. www.anat.ro
12. www.asfromania.ro