

## Studiu privind anumite convergențe și divergențe în comunicarea dintre instituțiile publice și mediul privat cu privire la obligațiile și declarațiile fiscale

Lect. univ. dr. Bogdan Cosmin GOMOI

Universitatea „Aurel Vlaicu” din Arad

### Abstract

*The fiscal system issue is complex and thorny due to its strong interference with the accounting in our country. At the same time, the volatility of regulations, the ambiguity or the plurivalence of many of them transform the fiscal system in an always hot issue in the context of the company's life. The article hereby aims to bring up certain convergences and divergences in the communication between the representatives of the legal persons, who submit the tax statements and pay the tax obligations, on the one hand, and the public institutions representatives, who take over those statements and collect the budgetary receivables, on the other hand. The study addresses the key points within this networking, like the clarity of the message in the bilateral communication, the utility of virtual communication, as an officially recognized form, the cultivation and respect of professional ethics principles and, last but not least, the compliance with deadlines or the payment terms of the tax obligations or of collecting the budgetary receivables and, respectively, of retrieving some amounts from the state or of returning them. We consider that the questionnaire method, based on survey, augurs well in this respect, the answers being subsequently processed by means of the SPSS application.*

**Key terms:** communication, survey, tax obligations, budgetary receivables, tax statements

**Termeni-cheie:** comunicare, sondaj, obligații fiscale, creanțe bugetare, declarații fiscale

**Clasificare JEL:** C83, D73, H30

**To cite this article:** Bogdan Cosmin Gomoï, *Studiu privind anumite convergențe și divergențe în comunicarea dintre instituțiile publice și mediul privat cu privire la obligațiile și declarațiile fiscale*, *CECCAR Business Review*, N° 11/2022, pp. 51-64, DOI: <http://dx.doi.org/10.37945/cbr.2022.11.06>

### ➔ Introducere

Pentru elaborarea studiului de față a fost selectată metoda chestionarului, care a fost prelucrat cu ajutorul interfeței SPSS, fiind supuse atenției analiza univariată, analiza bivariată, bazată pe cross-tabulare, dar și testarea ipotezelor prin intermediul indicelui de corelație Pearson. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) este un program specializat în domeniul analizei statistice a datelor și informațiilor. El a fost creat cu scopul de a fi aplicat în sfera științelor sociale, însă în realitatea actuală, pe baza extrapolării, tinde să fie utilizat în tot mai multe domenii de interes.

Analiza univariată a fost clasată în sfera metodelor de cercetare statistică ținându-se seama de faptul că pune în lumină caracteristicile fiecărui element în mod distinct. Drept urmare, în cadrul ei se utilizează indicatorii specifici statisticii descriptive, fiecare variabilă implicată fiind studiată separat, fără a fi raportată la o alta.

Analiza bivariată s-a concentrat pe realizarea unor corelații simultane între variabilele corespunzătoare informațiilor demografice și cele corespunzătoare informațiilor de opinie. Din motive pur statistice, analiza bivariată se referă la comensurarea manierei în care două variabile se pot asocia din punctul de vedere al semnificației sau al intensității. În cadrul analizei bivariate, din punct de vedere statistic sunt determinate anumite variabile considerate relevante, care la nivelul analizei univariate s-au definit printr-o semnificație limitată, punându-se accentul pe o eventuală conexiune care se stabilește între acestea.

Coeficientul (indicele) de corelație Pearson reprezintă o măsură corelativă a conexiunii existente între două variabile, definite ca fiind de tip cantitativ, continue ori discontinue, neținând seama de alte tipuri de variabile. Formula de determinare a acestui coeficient este următoarea:

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

La nivelul aplicației SPSS, indicele de corelație Pearson definește o corelație semnificativă atunci când pragul de semnificație este mai mic de 0,05 sau, în unele cazuri, de 0,01.

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

**Obiectivele** prezentei cercetări includ:

- studierea relației dintre reprezentanții sau angajații instituțiilor publice, colectoare de taxe și impozite, pe de o parte, și reprezentanții persoanelor juridice, plătitoare de taxe și impozite, pe de altă parte, sub raportul creanțelor bugetare/obligațiilor fiscale și al declarațiilor fiscale aferente;
- investigarea preocupării celor două categorii de respondenți în legătură cu comunicarea existentă;
- elaborarea unor opinii privind convergențele și divergențele dintre cele două categorii de respondenți;
- analiza punctelor nevralgice privind comunicarea existentă între cele două categorii de respondenți.

Principalele **ipoteze** ale studiului elaborat sunt următoarele:

- ✓ H1: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților ca reprezentanți ai celor două categorii luate în considerare în studiu și claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii dintre ei.
- ✓ H2: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și predilecția pentru comunicarea directă, față în față.
- ✓ H3: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță.
- ✓ H4: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și respectarea deadline-urilor.
- ✓ H5: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare.
- ✓ H6: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și respectarea anumitor principii de etică.
- ✓ H7: Se stabilește o corelație între genul respondenților și claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii cu cealaltă parte.
- ✓ H8: Se stabilește o corelație între genul respondenților și predilecția pentru comunicarea directă.
- ✓ H9: Se stabilește o corelație între genul respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță.
- ✓ H10: Se stabilește o corelație între genul respondenților și respectarea deadline-urilor.
- ✓ H11: Se stabilește o corelație între genul respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare.
- ✓ H12: Se stabilește o corelație între genul respondenților și respectarea anumitor principii de etică.

**Variabilele** implicate, dezvoltate pe cele 12 ipoteze predefinite, sunt enunțate în cele ce urmează.

Toate tabelele din studiul de față reprezintă prelucrare proprie pe baza datelor obținute ca urmare a analizării chestionarului.

Tabelul 1. Variabilele implicate, dezvoltate pe cele 12 ipoteze predefinite

Ipozeze predefinite	Variabile independente	Variabile dependente
H1	Experiența respondenților	Claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii cu cealaltă parte
H2	Experiența respondenților	Predilecția pentru comunicarea directă, față în față
H3	Experiența respondenților	Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță
H4	Experiența respondenților	Respectarea deadline-urilor
H5	Experiența respondenților	Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare
H6	Experiența respondenților	Respectarea anumitor principii de etică
H7	Genul respondenților	Claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii cu cealaltă parte
H8	Genul respondenților	Predilecția pentru comunicarea directă
H9	Genul respondenților	Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță
H10	Genul respondenților	Respectarea deadline-urilor
H11	Genul respondenților	Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare
H12	Genul respondenților	Respectarea anumitor principii de etică

Tabelul 2. Structura eșantionului de subiecți în funcție de experiența lor în calitate actuală

	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Sub 1 an	9	18	18
1-5 ani	16	32	50
5-10 ani	7	14	64
Peste 10 ani	18	36	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

Supunând eșantionul de subiecți analizei din considerentul experienței profesionale, se remarcă o distribuție sinusoidală, cu o mai bună reprezentare a experienței de 1-5 ani sau de peste 10 ani în calitate de reprezentant sau angajat al unei instituții publice colectoare sau al unei persoane juridice ce datorează statului impozite și taxe și depune declarații fiscale. Astfel, 9 respondenți (18%) declară că au experiență profesională mai mică de 1 an, 16 (32%) se poziționează în intervalul 1-5 ani, 7 (14%) se declară în plaja de 5-10 ani, iar 18 (36%) afirmă că au peste 10 ani de experiență profesională.

Tabelul 3. Structura eșantionului de subiecți în funcție de categoria din care fac parte

	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Angajat sau reprezentant al unei instituții publice	35	70	70
Reprezentant al unei persoane juridice	15	30	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

Luând în considerare categoria din care fac parte respondenții, remarcăm faptul că 35 dintre aceștia (70%) se declară ca fiind reprezentanți sau angajați ai unei instituții publice colectoare de impozite și taxe, care preiau declarațiile fiscale, în timp ce 15 respondenți (30%) sunt reprezentanți ai unei persoane juridice ce datorează statului impozite și taxe și, pe cale de consecință, depun declarații fiscale.

Tabelul 4. Structura eșantionului de subiecți în funcție de gen

	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Masculin	15	30	30
Feminin	35	70	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

Eșantionul cuprinde 15 persoane (30%) de gen masculin și 35 (70%) de gen feminin, situație care dovedește că genul feminin este mai receptiv la astfel de sondaje.

Tabelul 5. Structura eșantionului de subiecți în funcție de ultimul nivel de studii absolvit

	Frecvență	Procent valid	Procent cumulativ
Studii medii	5	10	10
Studii superioare și postuniversitare	45	90	100
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>	

În ce privește ultima formă de studii absolvite, balanța se înclină în mod evident înspre studiile superioare și postuniversitare, 45 de respondenți (90%) declarând că fac parte din această categorie.

Chestionarul elaborat, realizat în format Word (.doc), conține 10 întrebări, mai exact șase întrebări de opinie, de tip scală Likert, cu cinci niveluri (1 – dezacord puternic; 2 – dezacord; 3 – neutru (nici acord, nici dezacord); 4 – acord; 5 – acord puternic), și patru întrebări demografice, de tip elemente cu alegere multiplă (se selectează o singură variantă dintre cele disponibile). Acesta a fost încărcat inițial pe platforma Google Forms, iar apoi linkul generat a fost distribuit online, astfel încât să permită obținerea unei palete cât mai diversificate de răspunsuri.

Într-o bază de date Excel au fost colectate 50 de răspunsuri individuale. Ulterior, acestea au fost preluate de aplicația SPSS, rezultând analiza univariată pentru fiecare întrebare, analiza bivariată de tip cross-tabulare pentru fiecare întrebare de opinie, care se asociază pe rând cu fiecare întrebare demografică, simultan cu testarea prin intermediul indicelui Pearson a gradului de relevanță a corelației dintre fiecare întrebare demografică și fiecare întrebare de opinie.

În prezentul studiu s-au luat în calcul analiza univariată pentru fiecare întrebare demografică, analiza bivariată pe bază de cross-tabulare și testarea concomitentă a celor 12 ipoteze care realizează pe rând asocierea a două întrebări demografice cu fiecare întrebare de opinie. Ipoteza este considerată ca fiind validată în cazul în care pragul de semnificație ( $p$ ) este inclus în intervalul  $-0,05-0,05$ , în acest caz corelația fiind semnificativă.

### ➔ Rezultatele cercetării

În cele ce urmează va fi efectuată analiza bivariată, care reliefează corelația dintre două coordonate demografice, mai exact experiența profesională a respondenților, pe de o parte, și genul acestora, pe de altă parte, și fiecare coordonată de opinie, într-un mod succesiv. Totodată, pe același principiu, fiecare ipoteză va fi testată prin aplicarea indicelui de corelație Pearson.

✓ *H1: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților ca reprezentanți ai celor două categorii luate în considerare în studiu și claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii dintre ei.*

Tabelul 6. Experiența respondenților versus claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii	Dezacord	0	1	0	0	1
	Neutru	2	1	0	3	6
	Acord	3	7	6	8	24
	Acord puternic	4	7	1	7	19
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 7. Corelația dintre experiența respondenților și claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii

		Claritatea mesajului transmis la interacțiune	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii	Corelația Pearson	1	-0,012
	Pragul de semnificație		0,937
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	-0,012	1
	Pragul de semnificație	0,937	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția experienței respondenților la claritatea cu care este perceput mesajul în momentul interacțiunii dintre aceștia, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații invers proporționale (rezultat negativ, -0,012), cu un prag de semnificație  $p = 0,937 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, experiența respondenților nu influențează semnificativ claritatea mesajului transmis cu ocazia interacțiunii dintre cele două părți.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o înclinare spre acord și acord puternic a tuturor categoriilor. Aducând în prim-plan proporția de varianță sau coeficientul de determinare (pătratul indicelui Pearson), ea este de 0,000, ceea ce relevă faptul că această corelație nu este regăsită în eșantionul de respondenți. Prin urmare, nu există o influență a experienței respondenților asupra clarității cu care este perceput mesajul în momentul interacțiunii dintre cele două părți.

✓ H2: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și predilecția pentru comunicarea directă, față în față.

Tabelul 8. Experiența respondenților versus predilecția pentru comunicarea directă

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Predilecția pentru comunicarea directă	Dezacord	1	0	0	0	1
	Neutru	3	2	1	2	8
	Acord	3	2	3	7	15
	Acord puternic	2	12	3	9	26
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 9. Corelația dintre experiența respondenților și predilecția pentru comunicarea directă

		Predilecția pentru comunicarea directă	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Predilecția pentru comunicarea directă	Corelația Pearson	1	0,176
	Pragul de semnificație		0,222
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	0,176	1
	Pragul de semnificație	0,222	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția experienței respondenților la predilecția pentru comunicarea directă, față în față, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,176), cu un prag de semnificație  $p = 0,222 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, experiența respondenților nu influențează semnificativ predilecția pentru comunicarea directă.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o înclinare spre acord și acord puternic a tuturor categoriilor. Totuși, cei care au o vechime sub un an tind să dea și răspunsuri neutre la această întrebare, neputând încă discerne care formă de comunicare asigură optimizarea atingerii obiectivelor și eficientizarea relației dintre cele două părți. Coeficientul de determinare este de 0,031, ceea ce relevă faptul că această corelație este infim regăsită în eșantionul de respondenți. Prin urmare, există o influență a experienței acestora asupra predilecției pentru comunicarea directă doar în cazul a 3% dintre ei.

✓ *H3: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță.*

Tabelul 10. Experiența respondenților versus utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Dezacord	1	1	0	0	2
	Neutru	2	1	0	1	4
	Acord	4	4	2	7	17
	Acord puternic	2	10	5	10	27
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 11. Corelația dintre experiența respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță

		Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Corelația Pearson	1	0,266
	Pragul de semnificație		0,062
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	0,266	1
	Pragul de semnificație	0,062	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția experienței respondenților la preferința utilizării e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,266), cu un prag de semnificație  $p = 0,062 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă, însă este foarte aproape de a fi. Astfel, experiența respondenților își pune, totuși, într-o măsură destul de pronunțată amprenta asupra preferinței pentru utilizarea e-mailului pentru comunicarea la distanță. Așadar, pe măsura dobândirii experienței, respondenții conștientizează rapiditatea și precizia, precum și calitatea de mijloc de probă a e-mailului.



Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o înclinare spre acord și acord puternic a tuturor categoriilor. Totuși, cei care au o vechime sub un an tind să dea și răspunsuri neutre la această întrebare, neputând încă discerne care formă de comunicare asigură optimizarea atingerii obiectivelor și eficientizarea relației dintre cele două părți. Coeficientul de determinare este de 0,031, ceea ce relevă faptul că această corelație este infim regăsită în eșantionul de respondenți. Prin urmare, există o influență a experienței acestora asupra predilecției pentru utilizarea e-mailului pentru comunicarea la distanță doar în cazul a 3% dintre ei.

✓ H4: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și respectarea deadline-urilor.

Tabelul 12. Experiența respondenților versus respectarea deadline-urilor

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Respectarea deadline-urilor	Dezacord puternic	1	1	0	0	2
	Dezacord	0	3	3	4	10
	Neutru	3	3	1	3	10
	Acord	4	3	1	7	15
	Acord puternic	1	6	2	4	13
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 13. Corelația dintre experiența respondenților și respectarea deadline-urilor

		Respectarea deadline-urilor	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Respectarea deadline-urilor	Corelația Pearson	1	0,024
	Pragul de semnificație		0,867
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	0,024	1
	Pragul de semnificație	0,867	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția experienței respondenților la respectarea deadline-urilor, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,024), cu un prag de semnificație  $p = 0,867 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, experiența respondenților nu își pune amprenta asupra respectării deadline-urilor. Așadar, deadline-urile privind depunerea și achitarea obligațiilor fiscale de către persoanele juridice (în circumstanța nerespectării existând penalități sau sancțiuni cum ar fi anularea codului de TVA) și restituirea unor sume de către stat către acestea sunt respectate de regulă de ambele părți, cazurile de nerespectare fiind accidentale și izolate.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o distribuție eterogenă a acestora, respondenții fiind influențați de întârzierile clienților în furnizarea documentației necesare elaborării și depunerii declarațiilor, dar și de birocrăția inerentă domeniului. Coeficientul de determinare este de 0,001, ceea ce relevă faptul că această corelație se regăsește în eșantionul de respondenți. Prin urmare, nu se evidențiază o influență a experienței acestora asupra respectării deadline-urilor.

✓ H5: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/incasarea creanțelor bugetare.

Tabelul 14. Experiența respondenților versus existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Dezacord puternic	1	4	3	2	10
	Dezacord	2	1	2	3	8
	Neutru	2	3	1	3	9
	Acord	3	8	1	9	21
	Acord puternic	1	0	0	1	2
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 15. Corelația dintre experiența respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare

		Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Corelația Pearson	1	0,029
	Pragul de semnificație		0,842
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	0,029	1
	Pragul de semnificație	0,842	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând influența experienței respondenților în ce privește existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,029), cu un prag de semnificație  $p = 0,842 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, experiența respondenților nu influențează existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare. Așadar, termenele de plată/încasare sunt respectate de regulă de ambele părți, cazurile de nerespectare fiind accidentale și izolate și atrăgând sancțiuni.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o distribuție eterogenă a acestora, respondenții fiind influențați de aceiași factori ca în cazul întrebării anterioare. Coeficientul de determinare este de 0,001, ceea ce relevă faptul că această corelație este infim regăsită în eșantionul de respondenți. Prin urmare, nu se delimitează o influență a experienței lor asupra existenței abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare.

✓ H6: Se stabilește o corelație între experiența în ani a respondenților și respectarea anumitor principii de etică.

Tabelul 16. Experiența respondenților versus respectarea anumitor principii de etică

		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
Respectarea anumitor principii de etică	Dezacord puternic	1	0	0	0	1
	Dezacord	1	2	0	0	3



		Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii				Total
		Sub 1 an	1-5 ani	5-10 ani	Peste 10 ani	
	Neutru	1	3	0	2	6
	Acord	2	6	2	5	15
	Acord puternic	4	5	5	11	25
<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>18</b>	<b>50</b>

Tabelul 17. Corelația dintre experiența respondenților și respectarea anumitor principii de etică

		Respectarea anumitor principii de etică	Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii
Respectarea anumitor principii de etică	Corelația Pearson	1	0,032
	Pragul de semnificație		0,024
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Experiența respondenților ca reprezentanți ai uneia dintre cele două categorii	Corelația Pearson	0,032	1
	Pragul de semnificație	0,024	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția experienței respondenților la stabilirea și respectarea unor principii de etică profesională bine fundamentate, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,032), cu un prag de semnificație  $p = 0,024 < 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență este semnificativă. Astfel, experiența respondenților influențează stabilirea și respectarea unor principii de etică profesională bine fundamentate. Este o situație firească, etica profesională fiind cunoscută, însușită, aplicată și respectată odată cu dobândirea experienței, direct corelată cu vechimea în cadrul domeniului de activitate.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele patru trepte de vechime, se observă o înclinare pronunțată spre acord și acord puternic, ceea ce dovedește că respondenții mai puțin experimentați tind spre cultivarea și însușirea unor principii de etică, în timp ce cei experimentați urmăresc respectarea principiilor etice deja fundamentate. Coeficientul de determinare este de 0,102, ceea ce relevă faptul că această corelație este semnificativ regăsită în eșantionul de respondenți, mai exact la 10,2% dintre aceștia. Prin urmare, se identifică o influență a experienței respondenților asupra stabilirii și respectării unor principii de etică profesională bine fundamentate.

✓ *H7: Se stabilește o corelație între genul respondenților și claritatea mesajului transmis ca urmare a interacțiunii cu cealaltă parte.*

Tabelul 18. Genul respondenților versus claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii

		Genul respondenților		Total
		Masculin	Feminin	
Claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii	Dezacord	0	1	1
	Neutru	3	3	6
	Acord	8	16	24
	Acord puternic	4	15	19
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>35</b>	<b>50</b>

Tabelul 19. Corelația dintre genul respondenților și claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii

		Claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii	Genul respondenților
Claritatea mesajului transmis în cadrul interacțiunii	Corelația Pearson	1	0,138
	Pragul de semnificație		0,340
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Genul respondenților	Corelația Pearson	0,138	1
	Pragul de semnificație	0,340	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția genului respondenților la claritatea cu care este perceput mesajul în momentul interacțiunii dintre cele două părți, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,138), cu un prag de semnificație  $p = 0,340 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, genul respondenților nu influențează semnificativ claritatea mesajului transmis cu ocazia interacțiunii cu cealaltă parte.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, se observă o înclinare pronunțată spre acord și acord puternic a ambelor categorii de respondenți. Coeficientul de determinare este de 0,019, ceea ce relevă faptul că această corelație este regăsită doar în cazul a 1,9% din eșantionul de respondenți. Pe cale de consecință, nu se remarcă o influență a genului acestora asupra clarității cu care este perceput mesajul în momentul interacțiunii dintre cele două părți.

✓ H8: Se stabilește o corelație între genul respondenților și predilecția pentru comunicarea directă.

Tabelul 20. Genul respondenților versus predilecția pentru comunicarea directă

		Genul respondenților		Total
		Masculin	Feminin	
Predilecția pentru comunicarea directă	Dezacord	0	1	1
	Neutru	3	5	8
	Acord	5	10	15
	Acord puternic	7	19	26
Total		15	35	50

Tabelul 21. Corelația dintre genul respondenților și predilecția pentru comunicarea directă

		Predilecția pentru comunicarea directă	Genul respondenților
Predilecția pentru comunicarea directă	Corelația Pearson	1	0,043
	Pragul de semnificație		0,767
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Genul respondenților	Corelația Pearson	0,043	1
	Pragul de semnificație	0,767	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția genului respondenților la predilecția pentru comunicarea directă, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,043), cu un prag de semnificație  $p = 0,767 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, genul respondenților nu influențează semnificativ predilecția pentru comunicarea directă.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, observăm că ambele înclină semnificativ spre comunicarea directă în vederea optimizării activității. Coeficientul de determinare este de 0,002, relevând faptul că această corelație este nesemnificativ regăsită în eșantionul de respondenți. Prin urmare, se identifică o influență a genului acestora asupra predilecției pentru comunicarea directă doar în cazul a 0,2% dintre ei.

✓ H9: Se stabilește o corelație între genul respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță.

Tabelul 22. Genul respondenților versus utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță

		Genul		Total
		Masculin	Feminin	
Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Dezacord	1	1	2
	Neutru	3	1	4
	Acord	4	13	17
	Acord puternic	7	20	27
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>35</b>	<b>50</b>

Tabelul 23. Corelația dintre genul respondenților și utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță

		Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Genul respondenților
Utilizarea e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță	Corelația Pearson	1	0,203
	Pragul de semnificație		0,158
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Genul respondenților	Corelația Pearson	0,203	1
	Pragul de semnificație	0,158	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția genului respondenților la preferința utilizării e-mailului ca modalitate de comunicare la distanță, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, remarcăm prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,203), cu un prag de semnificație  $p = 0,158 > 0,05$ , arătând că interdependența nu este semnificativă. Astfel, genul respondenților nu își pune semnificativ amprenta asupra predilecției pentru utilizarea e-mailului.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, se observă o înclinare spre acord și acord puternic atât a persoanelor de gen masculin, cât și a celor de gen feminin, ambele categorii susținând eficiența acestei forme de comunicare. Coeficientul de determinare este de 0,041, ceea ce relevă faptul că această corelație este relativ redusă în cadrul eșantionului, existând o influență doar în cazul a 4% dintre respondenți.

✓ H10: Se stabilește o corelație între genul respondenților și respectarea deadline-urilor.

Tabelul 24. Genul respondenților versus respectarea deadline-urilor

		Genul respondenților		Total
		Masculin	Feminin	
Respectarea deadline-urilor	Dezacord puternic	2	0	2
	Dezacord	5	5	10
	Neutru	5	5	10
	Acord	2	13	15
	Acord puternic	1	12	13
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>35</b>	<b>50</b>

Tabelul 25. Corelația dintre genul respondenților și respectarea deadline-urilor

		Respectarea deadline-urilor	Genul respondenților
Respectarea deadline-urilor	Corelația Pearson	1	0,482*
	Pragul de semnificație		0,000
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Genul respondenților	Corelația Pearson	0,482*	1
	Pragul de semnificație	0,000	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

\* Corelație semnificativă pentru un prag de semnificație poziționat sub valoarea de 0,01, conform SPSS.

Analizând contribuția genului respondenților la respectarea deadline-urilor, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct proporționale (rezultat pozitiv, 0,482), cu un prag de semnificație  $p = 0,000 < 0,01$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență este semnificativă. Astfel, genul respondenților își pune amprenta asupra respectării deadline-urilor. Respondenții de gen feminin tind să-și deruleze activitatea fluctuant, cu o intensitate foarte ridicată înaintea deadline-urilor, în timp ce cei de gen masculin pledează, în măsura posibilităților, pentru o activitate graduală, uniformă, fără presiune sporită înaintea deadline-urilor.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, se observă o distribuție eterogenă, cu o înclinare mai evidentă spre riscul de nerespectare a deadline-urilor din partea persoanelor de gen feminin. Coeficientul de determinare este de 0,232, ceea ce relevă faptul că această corelație este regăsită substanțial în cadrul eșantionului. Pe cale de consecință, se evidențiază o influență a genului respondenților asupra respectării deadline-urilor în cazul a 23,2% dintre aceștia.

✓ *H11: Se stabilește o corelație între genul respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare.*

Tabelul 26. Genul respondenților versus existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare

		Genul respondenților		Total
		Masculin	Feminin	
Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Dezacord puternic	2	8	10
	Dezacord	4	4	8
	Neutru	1	8	9
	Acord	7	14	21
	Acord puternic	1	1	2
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>35</b>	<b>50</b>

Tabelul 27. Corelația dintre genul respondenților și existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare

		Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Genul respondenților
Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Corelația Pearson	1	-0,067
	Pragul de semnificație		0,644
	Dimensiunea eșantionului	50	50

		Existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare	Genul respondenților
Genul respondenților	Corelația Pearson	-0,067	1
	Pragul de semnificație	0,644	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând influența genului respondenților asupra existenței abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații invers proporționale (rezultat negativ, -0,067), cu un prag de semnificație  $p = 0,644 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, genul respondenților nu influențează existența abaterilor de la termenele stabilite pentru achitarea obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, observăm o distribuție eterogenă, unii respondenți recunoscând că se confruntă cu riscul de nerespectare sau chiar cu nerespectarea termenelor pentru plata obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare, respectiv restituirea unor sume/încasarea sumelor restituite. Există și o pondere semnificativă a respondenților care nu declară că se confruntă sau că s-ar fi confruntat cu astfel de situații. Coeficientul de determinare este de 0,004, ceea ce relevă faptul că această corelație este infim regăsită în cadrul eșantionului. Pe cale de consecință, nu se delimitează o influență a genului respondenților asupra existenței abaterilor de la termenele stabilite pentru onorarea obligațiilor fiscale.

✓ H12: Se stabilește o corelație între genul respondenților și respectarea anumitor principii de etică.

Tabelul 28. Genul respondenților versus respectarea anumitor principii de etică

		Genul respondenților		Total
		Masculin	Feminin	
Respectarea anumitor principii de etică	Dezacord puternic	1	0	1
	Dezacord	1	2	3
	Neutru	3	3	6
	Acord	3	12	15
	Acord puternic	7	18	25
<b>Total</b>		<b>15</b>	<b>35</b>	<b>50</b>

Tabelul 29. Corelația dintre genul respondenților și respectarea anumitor principii de etică

		Respectarea anumitor principii de etică	Genul respondenților
Respectarea anumitor principii de etică	Corelația Pearson	1	0,175
	Pragul de semnificație		0,225
	Dimensiunea eșantionului	50	50
Genul respondenților	Corelația Pearson	0,175	1
	Pragul de semnificație	0,225	
	Dimensiunea eșantionului	50	50

Analizând contribuția genului respondenților la stabilirea și respectarea unor principii de etică profesională bine fundamentate, folosindu-ne de testul de corelație Pearson, putem remarca prezența unei corelații direct

proporționale (rezultat pozitiv, 0,175), cu un prag de semnificație  $p = 0,225 > 0,05$ , ceea ce reliefează faptul că această interdependență nu este semnificativă. Astfel, genul respondenților nu influențează semnificativ stabilirea și respectarea unor principii de etică profesională bine fundamentate. Se pare că însușirea unor principii etice nu este condiționată de gen, ambele categorii fiind preocupate în mod similar de acest aspect.

Dacă supunem analizei distribuția răspunsurilor pe cele două genuri, se observă necesitatea existenței unor principii de etică profesională. Coeficientul de determinare este de 0,301, ceea ce relevă faptul că această corelație nu este semnificativ regăsită în cadrul eșantionului, ci doar în cazul a 3% dintre respondenți. Pe cale de consecință, se remarcă o influență a genului asupra stabilirii și respectării unor principii de etică profesională bine fundamentate.

### ⇒ Concluzii

Potrivit studiului întreprins, experiența respondenților are o influență directă asupra cultivării și respectării unor principii de etică profesională bine delimitate. Experiența profesională, dată de vechime, este decisivă în acest sens, contribuind deopotrivă la dobândirea de competențe profesionale și transversale, categorie în care se regăsesc și coordonatele etice.

Totodată, având în vedere profilul psihologic distinct al celor două genuri, respondenții de gen masculin, cu o structură psihologică mai puțin fluctuantă, tind să fie mai puțin presați de deadline-uri, în timp ce cei de gen feminin, cu o structură psihologică mai senzitivă, sinusoidală, sunt mai adesea în situații de criză de timp. O cauză ar fi și statutul social distinct al celor două genuri. Spre exemplu, un individ de gen masculin se poate impune mult mai bine în fața clienței spre a-i furniza documentația necesară elaborării declarațiilor fiscale decât o persoană de gen feminin.

În România, birocrăția pentru depunerea declarațiilor fiscale, respectiv pentru plata obligațiilor fiscale/încasarea creanțelor bugetare este consistentă, motiv pentru care survin inadvertențe. Totuși, ea a fost redusă mult prin implementarea comunicării online, pe bază de semnătură electronică, sau a comasării unor declarații, spre exemplu, formularul 112, aferent sarcinilor sociale și impozitului pe salarii.

### Bibliografie

1. Avram, A., Avram, C.D., Avram, M. (2016), *Comunicare financiară. Forme, principii, tehnici*, Editura Universitaria, Craiova.
2. Babbie, E. (2010), *Practica cercetării sociale*, Editura Polirom, Iași.
3. Cauc, I. (2007), *Metodologia cercetării sociologice. Metode și tehnici de cercetare*, ediția a IV-a, Editura Fundației „România de Mâine”, București.
4. Cernușca, L., Gomoj, B.C. (2020), *Declarația unică*, Editura Eurostampa, Timișoara.
5. Chelcea, S. (2001), *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, Editura Economică, București.
6. Coverlay, A., *The Uses of SPSS Software*, <https://sciencing.com>.
7. Deaconu, S.C. (2021), *Contabilitate și gestiune fiscală*, Editura C.H. Beck, București.
8. Gomoj, B.C. (2014), *Raportările financiare ale entității – între ameliorare și valorificare*, Editura Eurostampa, Timișoara.
9. Gomoj, B.C. (2017), *Incursiune aplicativă în contabilitatea entităților economice*, Editura Eurostampa, Timișoara.
10. Gomoj, B.C. (2020), *Management financiar și al performanțelor*, Editura Eurostampa, Timișoara.
11. Paliu-Popa, L., Ecobici, N. (2018), *Contabilitate financiară aplicată*, Editura Universitară, București.
12. Popescu, M. (2016), *Comunicare și negociere în afaceri*, Editura Pro Universitaria, București.