



MINISTERUL EDUCAȚIEI
Universitatea Națională de Știință și Tehnologie
POLITEHNICA București

Școala Doctorală de
Inginerie Industrială și Robotică



Florin-Ștefan C. PETCU

TEZĂ DE DOCTORAT

STUDIU PRIVIND IMPLEMENTAREA UNOR SOLUȚII INOVATIVE ÎN DIGITALIZAREA SERVICIILOR PUBLICE OFERITE DE AGENȚIA NAȚIONALĂ DE ADMINISTRARE FISCALĂ

Conducător științific,
Prof.univ.habil.dr.ing.ec.mat.DHC Augustin SEMENESCU
(POLITEHNICA București)

- 2025 -

REZUMAT

Elemente generale privind managementul digitalizării serviciilor publice

Diversificarea și creșterea calității serviciilor publice oferite cetățenilor precum și dezvoltarea unor instrumente care să permită accesul liber, permanent, rapid și cu costuri cât mai reduse reprezintă imaginea gradului de civilizație al unei societăți, a creșterii standardelor de viață. În aceeași măsură, utilizarea unor mijloace automatizate de acces la aceste servicii oferă dimensiunea gradului de educație a populației, de dezvoltare a competențelor digitale. Serviciile publice, indiferent dacă vorbim despre infrastructură rutieră, feroviară, servicii medicale, educație, sănătate, protecție civilă etc trebuie să răspundă calitativ și cantitativ nevoilor tuturor cetățenilor, contribuitori prin impozitele și taxele plătite.

Digitalizarea serviciilor publice a trecut mai presus de elementul inovativ al unui discurs politic devenind o stare de fapt, o prioritate absolută în strategia națională de dezvoltare instituțională. Perioada 2019-2021 caracterizată prin ample măsuri de restricționare a liberului acces în spații publice a adus în atenția generală necesitatea urgentării măsurilor concrete de creare a unui mediu care să facă față provocărilor curente. Dacă procesul de digitalizare a activității instituțiilor publice nu era unul absolut nou (fiind deja automatizate unele servicii către populație: ghiseul.ro pentru plata taxelor și impozitelor, SPV spațiul privat virtual pentru accesul la informații specifice activității ANAF, e-guvernare pentru îndeplinirea unor obligații fiscale declarative), interconectarea instituțiilor pentru schimb de date și gestionare eficientă a datelor colectate a devenit adevărata provocare. Spun provocare pentru că nu întotdeauna a fost priorizat interesul public ci orgoliile neconstructive, lipsa capacității de dialog deschis și conciliant. Fiecare entitate care gestionează un set de informații/date consideră că este unica îndreptățită să le utilizeze invocând absolut nefiresc reglementări și proceduri depășite de realități. În tot acest amalgam de reticență la schimbare, incoerență decizională și opacitate vizionară cei care au suportat consecințele și și-au văzut limitate drepturile firești de a beneficia de servicii publice de calitate au fost cetățenii, contribuabilii.

În esență digitalizarea reprezintă răspunsul autorităților la cerințele tot mai diversificate ale societății de a crea un climat optim pentru dezvoltarea economico-socială și pentru a echilibra decalajul dintre calitatea serviciilor existente în mediul concurențial, privat și cel public.

Serviciile publice trebuie privite din două perspective complementare:

- totalitatea nevoilor economice și non-economice ale unei comunități,
- calitatea răspunsului instituțiilor publice responsabile la aceste nevoi.

Evoluția economico-socială se transpune în diversificarea mecanismelor de satisfacere a unor nevoi tot mai complexe ale cetățenilor. Fie că vorbim despre protecție socială, învățământ, servicii publice de sănătate, ordine publică, administrare taxe și impozite, toate aceste aspecte trebuie să își găsească corespondent în acțiuni concrete și eficiente ale instituțiilor centrale și/sau locale. Fiecare segment în parte din tot acest complex de nevoi își exercită influența asupra celorlalte și tocmai de aceea politica de dezvoltare și eficientizare a lor trebuie să fie una unitară care să nu creeze dezechilibre sau discrepanțe majore în relaționarea cu cetățenii.

În ansamblul lor, serviciile publice reflectă gradul de dezvoltare a unei societăți. Dintotdeauna o comunitate avansată din punct de vedere economic a fost definită de o organizare statală superioară, cu

instituții activ implicate în viața comunității, structurate riguros pe specific de activitate, cu mecanisme de funcționare și aparat administrativ construite pe principii de eficiență, eficacitate și corectitudine.

Răspunsul instituțiilor publice la nevoile comunității transpuse în servicii publice, trebuie să înglobeze eficiența utilizării resurselor disponibile și calitatea rezultatului utilizării.

Un serviciu public nu se traduce doar prin solicitarea și obținerea unui drept ci și prin permanenta informare a celor cărora se adresează în scopul constientizării individuale a legăturii indisolubile dintre drepturi și obligații. O societate informată corect și constant devine o societate educată.

Managementul acestui proces complex de regândire și reorientare a organizației către eficiența prelucrării informației, transparența decizională, eficacitatea în obținerea rezultatelor țintă și simplificarea procedurilor de lucru implica de fapt o serie de alte abordări tematic manageriale, structurate practic în etape de proces:

- managementul proiectelor,
- managementul resurselor umane,
- managementul schimbării,
- măsurarea indicelui de satisfacție al utilizatorilor.

Procesul de digitalizare trebuie să fie structurat pe principii de management riguros stabilite și adaptate unui astfel de demers:

1. viziune
2. creșterea eficienței prin stabilirea de obiective și standarde
3. orientarea către cetățean
4. alinierea organizațională
5. implicarea proactivă a tuturor structurilor
6. flexibilitate și îmbunătățire continuă
7. măsurare și răspundere.

Digitalizarea serviciilor publice trebuie să aibă la bază un proiect predictibil, cu etape și obiective clar definite. Principiile care trebuie să guverneze un astfel de demers amplu, strategic prin implicații, pornesc de la general și sunt completate cu principii aplicabile etapelor parcurse.

Astfel, Comisia Europeană în procesul de monitorizare a competitivității digitale a statelor membre (DESI) prin raportul elaborat, situează România la coada clasamentului. Gradul scăzut de utilizare a serviciilor publice digitale este efectul unei dezvoltări individuale a proceselor de digitalizare, a competențelor reduse de utilizare a echipamentelor tehnice, atât în rândul cetățenilor cât și al angajaților, conectivitatea scăzută și infrastructura tehnică inadecvată. Fiecare instituție în parte a previzionat necesarul de dezvoltare (infrastructură tehnică hardware și software, pregătire profesională în desăvârșirea competențelor digitale ale angajaților) raportându-se strict la volumul propriu de activitate, la fluxul de informație de la momentul respectiv, fără a avea o imagine de ansamblu asupra a ceea ce presupune transferul de informație interinstituțional. De aici problemele generate de incapacitatea serverelor de a susține un flux crescut de informație pe unitate de timp.

Rolul și locul marketingului în societatea modernă definesc aproape toate sectoarele de activitate. Marketingul este prin natura conceptelor, principiilor, tehnicilor și metodelor dezvoltate un element fundamental în activitatea instituțiilor publice în procesul de adaptare la evoluția socială și a înțelegerii nevoilor cetățenilor.

Marketingul reprezintă tototdată un set de reguli de conduită pe care funcționarii publici trebuie să le însușească în îndeplinirea atribuțiilor care le revin. Fiecare acțiune sau inacțiune a unui funcționar

public în timpul și chiar și în afara programului se răsfrânge asupra imaginii generale a instituției pe care o reprezintă.

Marketingul serviciilor publice trebuie să aibă în centrul preocupărilor orientarea către cetățeni, activitatea instituțiilor publice trebuie să aibă ca și finalitate satisfacerea eficientă a exigențelor comunității și performanță în administrarea interesului general. Deși sistemul public este în afara unei "piețe concurențiale directe" având pe anumite segmente de activitate monopol absolut și intangibil (ordine publică, administrare fiscală, apărare națională), se observă o amplă transformare prin reformare instituțională.

Modernizarea infrastructurii tehnice, preluarea unor modele performante de administrare fiscală și adaptarea lor specificului societății (educație, grad de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare) reprezintă în esență o politică de deschidere, de transparentizare a activității.

Marketingul reprezintă imagine - de aceea toate aceste reforme redefinesc relația instituție - cetățean în sensul redobândirii încrederii în capacitatea sectorului public de a oferi servicii publice de calitate.

În general realizarea politicii de marketing și a strategiilor de piață de concentrează pe patru componente de bază

- produsul
- promovarea
- prețul
- distribuția

Produsul pe care instituțiile publice îl pun pe piață trebuie să corespundă standardelor de calitate impuse de societate. Fiecărui serviciu trebuie să îi corespundă o cercetare de piață în vederea identificării nevoilor colective, a înțelegerii factorilor care pot influența calitatea și utilitatea produsului. În abordarea prezentă care se referă la procesul de digitalizare a serviciilor publice, produsul pe care cetățenii îl primesc trebuie în primul rând să le ofere confortul beneficiului fără costuri suplimentare transpuse în timp alocat, resurse materiale indisponibilizate sau acțiuni repetate

Promovarea serviciilor publice nou implementate sau a procedurilor simplificate de accesare trebuie să ajungă la publicul țintă. Dacă în ceea ce privește asimilarea unor concepte inovatoare și de succes în alte țări s-au făcut pași importanți (dezvoltarea unor platforme electronice destinate cetățenilor - e-rovignetă, ghișeul.ro, SPV, site-urile administrațiilor publice locale etc) campaniile de informare și de promovare a acestor concepte noi de servicii publice încă nu reușesc să își atingă scopul.

Prețul trebuie privit din perspectiva cetățenilor ca pe un raport dintre costul de accesare și beneficiul utilizării unui serviciu iar din perspectiva instituției ca plus valoare în activitatea curentă raportată la perioade anterioare implementării/dezvoltării unui serviciu public.

Prețul unui serviciu public se regăsește în reducerea costurilor de administrare a ansamblului de date care stau la baza acestuia (digitalizarea unui serviciu public va reduce costurile cu birotica, cu spațiile destinate arhivării, cu resursa umană suplimentar alocată manipulării documentelor în formă fizică și gestionarea eficientă a unei resurse neregenerabile - TIMPUL). În aceeași măsură prețul se poate traduce și prin eficientizarea activității (creșterea gradului de colectare prin conformare voluntară, colectare imediată prin utilizarea mijloacelor electronice de plată)

Distribuția serviciilor publice are în vedere simplificarea accesului cetățenilor la aceste servicii. Această componentă a marketingului serviciilor publice are rolul de a perfecționa randamentul personalului instituțiilor publice și de a eficientiza experiența cetățenilor.

În ceea ce privește principiile de marketing aplicabile în aria serviciilor publice, putem identifica:

- instituția publică este la dispoziția cetățeanului - trebuie foarte clar stabilit locul cetățeanului în cadrul preocupărilor generale prin abordarea clară a ideii că toate resursele de care dispune o instituție sunt canalizate înspre satisfacerea nevoilor comunității
- adaptabilitatea și perfecționare - serviciile publice trebuie să fie flexibile astfel încât să țină pasul cu evoluția societății. Poate cel mai elocvent exemplu este vireza cu care instituțiile publice au trebuit să își adapteze serviciile la realitățile impuse de situația pandemică de la nivel global care au presupus limitări ale dreptului de acces fizic în anumite spații sau acces condiționat de anumite criterii (vaccinare, prezentare dovadă a sănătății). Raspunsul pe care autoritățile au trebuit să îl dea a fost, sau ar fi trebuit să fie: ”suntem aici, suntem pregătiți, drepturile cetățenilor de a beneficia de serviciile publice nu sunt alterate”
- permanenta cunoștere a gradului de satisfacere a exigențelor cetățenilor și previzionarea unor noi concepte de servicii publice. Acest principiu presupune pe de o parte o profundă analiză a comunității, a modului în care aceasta percepe serviciile oferite precum și studierea tendințelor/orientărilor acelor societăți percepute ca surse de bune practici în configurarea unor aspecte noi și performante de dezvoltare a serviciilor publice.

Stadiul actual al digitalizării Agenției Naționale de Administrare Fiscală

Educație, industrie, sănătate, economie, comerț, media, viață socială, totul se transformă și se adaptează noului val: digitalizare. Dacă în urmă cu 10 ani necesitatea tehnologizării privea în mare măsură industria, în clipa de față totul se mută în on-line. Efervescența și viteza cu care societatea „se mișcă” nu mai lasă loc de secunde pierdute, totul capătă viteze uneori amețitoare, care au provocat o evoluție aproape impusă a mediului digital. Conservatorismul social, bazat pe interacțiunea directă a părților participante într-un proces de agreement a fost strivit de necesitatea unei viteze de reacție superioare.

Formarea și educația nu mai pot fi disociate de gadget, școala însăși fiind supusă aproape imperial tehnologizării. Și dacă mai existau sceptici în ceea ce privește locul online-ului în educație, realitatea imediată contracarează orice polemică pe temă, vezi măsurile impuse prin decretarea stării de urgență în contextul măsurilor de protecție și securitate a sănătății urmare a pandemiei COVID 19, respectiv „școala online”.

Timpul a devenit o monedă mult prea prețioasă pentru a fi convertită în „momente moarte” și poate mai mult ca niciodată celebra construcție lexicală „time is money” capătă valențele unei axiome. Deci, dacă timpul înseamnă bani, atunci risipa lui înseamnă pierdere economică. Iată cum nevoia de comprimare a timpului a impus adoptarea măsurilor de digitalizare.

Digitalizarea este mai mult ca oricând necesară pentru a deservi mai bine contribuabilii și mediul de business, pentru a asigura coordonarea eforturilor administrative cu modul în care contribuabilii utilizează tehnologia digitală, pentru a crește performanța serviciilor publice oferite în domeniul administrării fiscale și vamale și a reduce povara administrativă.

Procesul de digitalizare va determina atingerea obiectivelor instituției privind îmbunătățirea conformării voluntare, combaterii evaziunii fiscale și creșterii eficienței colectării, asigurând atât scăderea costului colectării (la nivelul agenției) cât și a costului conformării (la nivelul contribuabililor).

Agenția Națională de Administrare Fiscală se află în plin proces de digitalizare, derulând o serie de inițiative în scopul creșterii gradului de colectare și sprijinirii conformării fiscale, precum simplificarea și punerea la dispoziție în mediu digital a documentelor fiscale necesare contribuabililor și colaborarea

în format online cu contribuabilii, atât prin oferirea de servicii electronice cât și în domeniul controlului fiscal.

În prezent sunt în plan dezvoltarea, cu finanțare din fonduri structurale, a unui sistem integrat de administrare fiscală având două componente majore, respectiv digitalizarea fluxului proceselor de administrare și interoperabilitatea cu partenerii instituționali.

Proiectele complexe de digitalizare propuse spre finanțare prin fonduri structurale vor reduce semnificativ decalajul fiscal și vor asigura creșterea gradului de colectare, fără a pune o presiune suplimentară pe bugetul de stat prin cheltuieli.

Implementarea proiectelor de digitalizare va presupune investiții importante în tehnologie, reingineria proceselor de activitate prin dezvoltarea și centralizarea aplicațiilor informatice și creșterea posibilităților de interoperabilitate cu alte instituții și autorități publice. Digitalizarea oferă atât îmbunătățirea performanței administrației, cât și noi modalități de interacțiune cu contribuabilii permițând administrațiilor să valorifice date care să ofere clienților servicii proactive noi, urmând a scădea atât costul colectării (la nivelul agenției) cât și costul conformării (la nivelul contribuabililor).

Agenția Națională de Administrare Fiscală se află în subordinea Ministerului Finanțelor. Este organ al administrației publice centrale, înființat prin OG 86/2003 și devenit operațional începând cu anul 2004. Agenția Națională de Administrare Fiscală a apărut ca o necesitate pe de o parte a modernizării și eficientizării activității de colectare a taxelor, impozitelor, contribuțiilor sociale și a altor sume datorate la bugetul general consolidat, iar pe de alta parte a impulsiei consolidării unei relaționări contribuabil – instituție bazate pe transparență, corectitudine, eficiență, eficacitate, legalitate și moralitate.

Agenția Națională de Administrare Fiscală funcționează în baza Hotărârii Guvernului 520/2013 privind organizarea și funcționarea Agenției Naționale de Administrare Fiscală publicată în Monitorul Oficial nr. 473 din 30 iulie 2013 – „*Agenția Națională de Administrare Fiscală, denumită în continuare Agenția, se organizează și funcționează ca organ de specialitate al administrației publice centrale, instituție publică cu personalitate juridică, în subordinea Ministerului Finanțelor Publice, finanțată din bugetul de stat, conform legii*” (HG 520/2013, Cap I, Sect.1, art.1), este condusă de un președinte cu rang de secretar de stat, numit prin Decizie a Primului – ministru și „*asigură administrarea impozitelor, taxelor, contribuțiilor și a altor venituri bugetare date prin lege în competența sa, aplicarea politicii și reglementărilor în domeniul vamal și exercitarea atribuțiilor de autoritate vamală, precum și controlul operativ și inopinat privind prevenirea, descoperirea și combaterea oricăror acte și fapte care au ca efect evaziunea fiscală și fraudă fiscală și vamală, precum a altor fapte date prin lege în competența sa*” (HG 520/2013, Cap I, Sect.1, art.4).

În structura Agenției Naționale de Administrare Fiscală sunt cuprinse:

- Direcția Generală de Administrare a Marilor Contribuabili
- Direcția Generală Antifraudă Fiscală
- Direcțiile Generale Regionale ale Finanțelor Publice (și unitățile subordonate acestora)

Conform actului normativ de înființare, Agenția Națională de Administrare Fiscală, în exercitarea activității, îndeplinește următoarele funcții:

- de strategie și management;
- de gestiune a contribuabililor și a impozitelor, taxelor, contribuțiilor și a celorlalte venituri bugetare date în competența sa, conform legii;
- de inspecție fiscală și de verificare fiscală;
- de colectare a veniturilor statului;
- de asigurare de servicii pentru contribuabili;

- de control operativ și inopinat;
 - de prevenire și combatere a evaziunii fiscale și a fraudei fiscale;
 - de suport tehnic de specialitate acordat procurorului în efectuarea urmăririi penale;
 - de supraveghere fiscală;
 - de coordonare, îndrumare și control al aplicării reglementărilor legale în domeniul de activitate, precum și al funcționării structurilor care își desfășoară activitatea în subordinea sa;
 - de suport, respectiv de management al resurselor umane, financiare și materiale, de susținere a activităților specifice prin intermediul tehnologiei informațiilor și comunicațiilor, de reprezentare juridică, de audit public intern, precum și de comunicare internă și externă;
 - de cooperare internațională,
- cu atribuții
- * generale
 - * în domeniul fiscal
 - * atribuții în domeniul prevenirii, descoperirii și combaterii evaziunii fiscale și a fraudei fiscale.

Având ca și principiu de funcționare eficiența colectării veniturilor bugetare, tehnologizarea Agenția Națională de Administrare Fiscală a devenit o prioritate absolută. Pentru a stimula îndeplinirea obligațiilor fiscale și creșterea gradului de conformare voluntară, ANAF a demarat proiecte și strategii pentru îmbunătățirea calității serviciilor oferite, modernizarea structurală, crearea unor platforme accesibile și performante destinate interacțiunii online cu contribuabilii.

Pașii pe care Agenția Națională de Administrare Fiscală i-a făcut au fost înspre crearea unui mediu pentru accesarea digitalizată a informațiilor despre proceduri, legislație, completarea de formulare online pe platforme, plata online a taxelor și impozitelor, depunerea prin Internet a declarațiilor fiscale, utilizarea e-mail-ului sau a documentelor semnate electronic în relația cu instituția, iar toate acestea nu sunt decat modalități normale de interacțiune cu o administrația publică modernă.

Digitalizarea serviciilor oferite contribuabililor, dincolo de aspectele economice (reducerea unor costuri cu consumabile, cu spații de păstrare și arhivare a documentelor, cu deplasarea fizică la sediile unităților fiscale) oferă posibilitatea accesării serviciilor oferite de instituție 24/7, consultarea legislației și accesul la asistență și îndrumare de la distanță.

Serviciile oferite de ANAF nu sunt în totalitate și exclusiv mutate în mediul online. Acestea sunt oferite:

- direct
- telefonic
- și electronic

Demersurile de modernizare ale instituției nu trebuie să creeze premisele unor politici discriminatorii față de contribuabili. Tehnologizarea trebuie să fie făcută în concordanță și cu factorul uman. A condiționa îndeplinirea obligației fiscale de capacitatea de accesare a aparatelor poate crea disconfort și indignare în cadrul unor categorii sociale, până la respingere totală. Tot acest efort de tehnologizare trebuie să aibă în vedere și tipul contribuabilului căruia se adresează. În primul rând trebuie făcută o departajare între contribuabili persoane juridice și contribuabilii persoane fizice.

Dacă în cazul persoanelor juridice ne adresăm în mare parte unor persoane avizate, în principal contabili, cu cunoștințe în domeniul fiscal și experiență de lucru, în ceea ce privește persoanele fizice, aici trebuie să avem în vedere factori care țin de

- vârstă,
- școlarizare,
- pregătire profesională.

În anul 2019, prin OPANAF 49/2019, depunerea formularului “Declarație unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice” a fost exclusiv electronică, prin platformele e-guvernare și Spațiul Privat Virtual. Deși măsura a fost una menită a facilita accesul cetățenilor la serviciile electronice oferite de ANAF și de a evita disconfortul deplasării la sediile unităților fiscale, a creat aproape în egală măsură reacții contradictorii

- pe de o parte au fost cei care au salutat inițiativa și s-au conformat,
- pe de cealaltă parte au fost conservatorii, cei care în general sunt reticenți la schimbare și vârstnicii.

Motivele invocate au fost unele obiective: cunoștințe în domeniul fiscal limitate, lipsa dotărilor tehnice, lipsa accesului la internet, lipsa cunoștințelor de operare pe calculator, dar și motive subiective generate în special de ideea de constrângere.

Asupra acestei măsuri s-a revenit, “Declarația unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice” în acest moment se poate depune atât în format electronic cât și fizic, la ghișeu sau prin poștă. Dar de remarcat este că numărul persoanelor fizice care își îndeplinesc obligațiile fiscale utilizând serviciile electronice de transmitere este în continuă creștere.

Pentru a menține și a accelera mutarea interacțiunii cu contribuabilii în mediul online, ANAF trebuie să își adapteze serviciile electronice la nevoile celor cărora se adresează, să simplifice accesul și să își modernizeze infrastructura tehnică astfel încât să limiteze momentele în care serverele cedează.

Accesibilitatea presupune existența unor mijloace de informare la îndemâna unor categorii cât mai largi, cu rezultate rapide și costuri scăzute. În acest sens au fost dezvoltate serviciile de CallCenter, portalul ANAF și corespondența prin e-mail. În acest moment serviciul telefonic cu număr unic – Call Center are acoperire națională cu ținte de performanță clare, timp de așteptare de maxim 6 minute și țarghet ca 70% din apeluri să fie preluate într-un interval de timp de așteptare de până la 6 minute, informare completă și corectă. Portalul ANAF este într-un continuu proces de adaptare la nevoile și exigentele utilizatorilor. Poate fi accesat în orice interval de timp, oferă informații complexe, de la legislație aplicabilă, ghiduri legislative, calendar al obligațiilor fiscale, până la formularistică și norme de completare. Totodată, în încercarea de apropiere față de contribuabili, sunt organizate sesiuni de informare, asistență și îndrumare prin facebook. Sunt sesiuni interactive în care, în măsura în care complexitatea întrebărilor o permite, sunt oferite răspunsuri imediate și îndrumare și asistență corespunzătoare.

Diversificarea mijloacelor de comunicare este un proces amplu, menit a stimula conformarea voluntară, a asigura transparența activității, a eficientiza colectarea și a crește calitatea serviciilor oferite. De asemenea, trebuie precizat faptul că, prin accesarea link-ului https://static.anaf.ro/static/33/Anaf/20210316192634_strategia_anaf_2021-2024.pdf, poate fi consultată Strategia ANAF 2021-2023, document ce prezintă viziunea și obiectivele strategice ale Agenției pentru următorii patru ani, inclusiv proiectele aflate în curs de implementare la nivelul instituției, dintre care:

1. Sistemul informatic One Stop Shop (OSS_RO) conform cerințelor intracomunitare, naționale și specific vamale
2. Reproiectarea și optimizarea sistemului informatic – VIES_RO (Value Added Tax Information Exchange Sistem)
3. Sistemul informatic privind conectarea aparatelor de marcat electronice fiscale pentru transmiterea de date
4. Fisierul Standard de Control Fiscal (Standard Audit File for Taxation)
5. Sistemul de facturare electronică

6. Extinderea sistemului - AEOI_RO (Automatic Exchange of Information)
7. Sistemul informatic de monitorizare a tranzacțiilor intracomunitare de bunuri (SIMTIC)
8. Sistemul informatic NOES (Nivelul Operativ al Executării Silit)
9. Servicii fiscale eficiente pentru administrație și cetățeni – SFERA
10. Administrație performantă prin informație consolidată – APIC
11. Sistem Integrat de Administrare Fiscală și Vamală - SIAFV
12. Creșterea capacității administrative a MFP și a instituțiilor subordonate în vederea îmbunătățirii interacțiunii cetățenilor și mediului de afaceri pentru obținerea de servicii electronice extinse prin portalul ANAF
13. Dezvoltarea serviciilor electronice și telefonice oferite contribuabililor prin Call-Center
14. Digitalizarea activității de valorificare - Informatizarea și eficientizarea activității de valorificare a bunurilor intrate, potrivit legii, în proprietatea privată a statului
15. Creșterea capacității administrative a Agenției Naționale de Administrare Fiscală prin gestionarea digitalizată a activității din domeniul juridic
16. MFP - ANAF o administrație fiscală colaborativă și inovativă în beneficiul contribuabililor
17. Dezvoltarea Sistemului Informatic Integrat Vamal
18. Sistem de management al flotei auto pentru mijloacele de transport din patrimoniul ANAF

Modernizarea ANAF este așadar un proces amplu, adaptat nevoilor mediului economic, realităților și situațiilor tot mai diversificate și complexe. Reorganizarea instituțională a ANAF, așa cum a declarat și președintele ANAF, doamna Mirela Călugăreanu, are ca principala țintă digitalizarea serviciilor, accesul permanent și continuu.

La momentul actual prin platformele e-guvernare și Spațiul Privat Virtual agenții economice își pot îndeplini obligațiile fiscale, pot obține informații direct sau prin formularul de contact. Următoarea țintă a ANAF o reprezintă implementarea proiectului SAF-T. Acesta reprezintă un sistem de transfer electronic de informații între persoanele juridice și ANAF. Implementarea acestui proiect are implicații pozitive atât asupra activității ANAF cât și asupra mediului de afaceri. Reprezintă o reducere de ambele părți a alocării de resursă umană și cheltuieli, scurtarea termenelor de efectuare a controalelor, eficientizează combaterea fraudelor.

Informatizarea fiscului este cerută de ani de zile de mediul de afaceri onest, care vede în implementarea unui sistem integrat pentru administrarea veniturilor din taxe și impozite o necesitate vitală pentru România.

Digitalizarea ANAF a fost întotdeauna o problemă larg dezbătută de specialiști și atent monitorizată de către mass-media și sectorul economic privat. A fost și rămâne o prioritate atât în strategia de dezvoltare națională cât și în strategia proprie – ca și parte a unui sistem național integrat de funcționalități interconectate instituțional.

În asamblul dezvoltării și implementării politicilor de automatizare a funcționalităților ANAF, trebuie să avem în vedere actele de voință fundamentale care converg înspre atingerea țăintelor propuse:

- voința politică,
- configurarea unei strategii ferme, coerente și inovative de digitalizare,
- capacitatea de implementare a noilor tehnologii software și mentenanță a infrastructurii hardware prin specialiștii proprii,
- alinierea legislației precum și a procedurilor de sistem și a procedurilor operaționale interne la realitatea digitală,
- revizuirea politicii de resurse umane în ceea ce privește recrutarea specialiștilor IT,

- participarea activă la programe de educație fiscală,
- dezvoltarea competențelor digitale ale angajaților.

În cadrul unei Conferințe pe tema digitalizării administrației^[i], George Anghel de la Asociația de Plăți Electronice din România a făcut o remarcă absolut edificatoare pentru ceea ce privește întregul proces de politică digitală a României: „*Digitalizarea României nu este un proces de achiziție publică, ci unul de cercetare/dezvoltare. Trebuie să înțelegem asta, să nu ne imaginăm că facem 1,2,10 proiecte și vom avea digitalizare. Nu, nu vom avea decât insule digitale*”.

Într-adevar, fără o politică guvernamentală coerentă întregul proces de digitalizare a instituțiilor nu ar face decât să permită accesul cetățenilor fracționat, pe anumite segmente de interes. Mai mult decât atât, statul ar fi doar administratorul unor baze de date cu informații vitale pentru dezvoltarea de politici sectoriale, fără a avea capacitatea configurării unui tablou de bord general însușind datele de interes a mai multor instituții în timp real. Și în ceea ce privește fiecare instituție în parte, este dificil de dezvoltat un sistem informatic operabil intuitiv, facil în folosul cetățenilor atâta timp cât fiecare entitate consideră că este proprietarul datelor administrate și nu permite propriului sistem informatic interconectarea, în limitele de competență, cu celelalte sisteme informatice de administrare.

Voința politică s-a dovedit a fi fundamentală în ceea ce privește derularea întregii strategii de digitalizare. Modernizarea instituțională se regăsește constant în toate proiectele cadru de politici guvernamentale trasate prin țintele programelor de guvernare.

Digitalizarea Ministerului Finanțelor a fost și rămâne piatra de încercare a capacității de aliniere la standardele Uniunii Europene în ceea ce privește politicile de eficientizare administrativă și de debirocratizare funcțională.

Pentru perioada 2017-2020 programul de guvernanță, în ceea ce privește sistemul public în ansamblul său, preconiza: *“informatizarea sistemului public al instituțiilor din România și interoperabilitatea sa vor fi prioritare în următorul an (n.a. 2018), pentru a atinge dezideratul (...), care include și interzicerea posibilității unei instituții publice de a cere cetățeanului sau persoanei juridice un act sau un document pe care o altă instituție publică îl are deja. Pentru ca acest lucru să se realizeze, Guvernul va prezenta, până la 1 ianuarie 2018, calendarul și modul de implementare al sistemului informatic integrat pentru toată administrația publică din România”*.

În programul de guvernare 2020-2024, secțiunea Ministerul Finanțelor – Viziunea pe termen mediu, se subliniază: *“vor fi o prioritate digitalizarea și simplificarea interacțiunii dintre instituțiile subordonate Ministerului Finanțelor Publice și contribuabili prin continuarea și extinderea proiectelor de debirocratizare la toate nivelurile”*.

Așadar voința politică în ceea ce privește standardizarea informațională a instituțiilor statului la nivelul impus de rigorile Uniunii Europene, este constant pozitivă.

Proiectele de digitalizare asumate pentru perioada imediată, cu termen de finalizare a implementării lor 2021-2025 își propun:

- crearea unui mediu colaborativ instituție – cetățean bazat pe transparență, eficiență, profesionalism și abordare proactivă a măsurilor de adaptare a politicii fiscale în funcție de realitățile economico-sociale,
- măsuri concrete de combatere a evaziunii fiscale, creșterea gradului de colectare și stimularea conformării voluntare,
- modernizarea ANAF, atât conceptual – prin deschidere spre dialog și implicare/consultare a cetățenilor cu privire la unele măsuri fiscale, cât și informațional prin redesenarea arhitecturii IT și îmbunătățirea suportului etnic.

Însă voința politică creionată la nivel central trebuie dublată și de voința factorilor de decizie locali, uneori dictată de rațiuni de ordin politic. Și aici avem în vedere capacitatea decizională la nivel local ca și rezultat al descentralizării. (*“Descentralizarea administrației publice presupune un proces de creștere a autonomiei colectivităților locale prin transferul de noi responsabilități decizionale, precum și de resurse financiare și patrimoniale, cu respectarea principiului subsidiarității, reducerea cheltuielilor curente și creșterea transparenței în relația cu cetățenii și creșterea calității și accesului la servicii publice. Altfel spus, este un proces de transfer al autorității și al responsabilităților administrative de la administrația publică centrală la cea locală în domeniile planificării, luării deciziilor, responsabilității legale și managementului serviciilor publice”*).

Un exemplu edificator în acest sens îl reprezintă ponderea instituțiilor publice care au aderat la platforma PatrimVen. Astfel din 13.458 de instituții publice (primării, unități de învățământ, spitale, direcții deconcentrate, prefecturi) au aderat la această platformă, conform ultimelor date accesate în aprilie 2021, în număr de 2.746 – aproximativ 20%.

Ce reprezintă sistemul informatic securizat PatrimVen aflat în administrarea ANAF?

Acest serviciu informatic securizat a fost implementat pentru a eficientiza activitatea instituțiilor și în egală măsură pentru a veni în sprijinul cetățenilor. Prin înrolarea instituțiilor publice pe platforma PatrimVen anumite documente necesare contribuabililor în relația cu acestea și eliberate de către ANAF, pot fi obținute direct, în format electronic (adeverințe de venit, certificate de atestare fiscală, informații despre venituri samd). În același mod, și ANAF ar putea obține de la instituțiile înrolate informațiile necesare, fără a mai fi nevoit contribuabilul să se deplaseze în vederea obținerii lor.

Protocolul de aderare la serviciile sistemului informatic PatrimVen, precum și Procedura privind aprobarea accesului la serviciile disponibile în cadrul sistemului au fost reglementate prin Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 2632/2016 pentru dezvoltarea serviciilor Ministerului Finanțelor Publice puse la dispoziția autorităților și instituțiilor publice prin sistemul informatic propriu.

Într-un studiu de caz construit tocmai pentru a sublinia necesitatea promovării acestui serviciu și de a impulsiona autoritățile publice locale să se înroleze în PatrimVen ca un gest de responsabilitate și respect pentru cetățenii pe care îi reprezintă sau cu care intra în contact, au fost centralizate datele privind adeverințele de venit solicitate la ghișeele structurilor ANAF din toată țara în perioada august – septembrie 2020 și care ulterior deserveau în relația cu terțe autorități publice (spitale, primării, școli, diferite direcții deconcentrate). Rezultatul: 519.000 de documente eliberate la ghișeu. 519.000 de cetățeni s-au deplasat pentru a obține un document pe care solicitanții lui l-ar fi obținut în câteva secunde prin înrolarea în PatrimVen.

Construirea strategiilor de digitalizare ANAF, până la acest moment, a avut ca și structură de dezvoltare și implementare aplicații, specialiștii proprii din Centrul Național de Informații Financiare (denumit în continuare CNIF).

CNIF a fost creat în scopul unificării bazelor de date din aria fiscală cu susținere din partea STS. Actul de înființare a fost Ordonanța de Urgență nr. 77 din 26 octombrie 2017 privind înființarea Centrului Național pentru Informații Financiare.

Fundamentarea actului de înființare a CNIF prevede :

” Având în vedere creșterea frecvenței evenimentelor negative generate de atacurile informatice care pot genera pierderi importante sistemului financiar-fiscal, întrucât în astfel de situații de urgență instituțiile vizate trebuie să aplice măsuri de răspuns coerente, unitare în cadrul aceluiași sistem și cu celeritate, având în vedere importanța informațiilor gestionate la nivelul sistemului finanțelor publice pentru stabilitatea sistemului financiar-fiscal, luând în considerare beneficiul public generat de

implementarea unui sistem unic de management al problematicei din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor de la nivelul sistemului finanțelor publice gestionat de Ministerul Finanțelor Publice și unitățile sale subordonate, întrucât neluarea unor măsuri în regim de urgență poate conduce în orice moment la apariția unui incident de securitate cu consecința pierderii masive de date,....”

Având în vedere complexitatea deosebită a datelor colectate, centralizate și stocate, importanța lor strategică în definirea politicilor fiscale pe termen scurt și mediu și a prognozelor economice pe termen lung și asigurarea securității și integrității informațiilor gestionate, atât din punct de vedere al protecției datelor cu caracter personal cât și al secretului fiscal, provocările sunt permanente și diverse. În continuare aparatul este subdimensionat în comparație cu prietele de digitalizare avute în vedere a fi implementate. Mai mult decât atât, CNIF coordonează și structurile de tehnologia informației din cadrul ANAF (Agenția încă nu are proprii specialiști IT). Cu toate acestea, numai în primul trimestru al anului 2021, la inițiativa direcțiilor de specialitate din cadrul ANAF, CNIF a reușit, prin resursele proprii, să digitalizeze 84 de formulare fiscale care se depuneau în format fizic, la ghișeele unităților fiscale (acum ele se pot depune cu certificat digital calificat prin e-guvernare sau prin SPV).

Întregul ansamblu de măsuri de modernizare instituțională trebuie corelat cu o nouă viziune a procedurilor de lucru și de adaptare a legislației la comunicarea electronică.

Dacă avem în vedere procedurile de lucru trebuie subliniat că în acest moment acestea sunt depășite, bazate pe depunere documente în format letric, prezența fizică a contribuabililor în sediile instituției și de cele mai multe ori prevăd situații absurde în care cetățenii sunt obligați să depună copii ale documentelor eliberate tocmai de instituția în cauză. Dincolo de opacitatea sistemului, încă ancorat în conservatorismul registrelor și celebrelor “dosare cu șină”, ne lovim și de lipsa de entuziasm în implementarea unor metode de lucru moderne. Iar acolo unde există voința intervine legislația care devine la rândul ei un factor de frânare a tehnologizării. În acest sens exemplificăm acele situații în care documentele eliberate de către o instituție în format electronic, pe baza unui certificat digital calificat nu sunt recunoscute de alte instituții în lipsa semnăturii olografe și a ștampilei conducătorului entității emitente.

Un aspect foarte important în contextul procesului de digitalizare a serviciilor ANAF îl reprezintă și revizuirea politicilor de resurse umane, în special pe segmentul IT. Automatizarea proceselor interne (colectare/prelucrare date și securizare informații) și externe (transmitere/solicitare date și securizare canale de comunicare) presupune noi forme de specializare în domeniul informatic și atragerea de resursă umană calificată. Odată cu extinderea proceselor de informatizare în toate domeniile de activitate au apărut noi meserii:

- analist securitate informațională
- analist sisteme informatice
- analist de date (data analyst)
- dezvoltator de software
- specialist în conținut digital (digital content specialist)

Având în vedere apetența pieței forței de muncă pentru specialiști în tehnologia informației, ANAF trebuie să își actualizeze politicile salariale astfel încât să fie un competitor cu șanse reale de recrutare. Procesul de digitalizare este unul care presupune atât implementare de soluții inovative de automatizare cât și politici stricte de Securitate a datelor. În spatele fiecăreia dintre etapele parcurse trebuie să fie specialiști desăvârșiți, remunerați și stimulați corespunzător.

Una dintre oportunitățile la îndemână ar fi parteneriatul cu instituțiile superioare de învățământ, dezvoltarea unui sistem de acordare burse pe baza unui protocol individual instituție – student cu clauze

clare referitoare la menținerea calificativelor performanțelor educaționale, dutata minimă de prestare a activității post-universitare (angajare) în cadrul structurilor de specialitate ale ANAF.

Un rol foarte important în asigurarea transmiterii mesajului către receptori, în cazul nostru către contribuabili, îl reprezintă diseminarea elementelor de bază ale ceea ce definește educația fiscală: totalitatea obligațiilor și drepturilor fiscale.

În practică sunt evidente carențele în materie de fiscalitate, pornind de la elemente de baza – obligații primare, respectarea termenelor și asumarea consecințelor (în caz contrar). Este foarte important ca un tânăr antreprenor să aibă cunoștințe despre ceea ce presupune conformarea fiscală, să fie informat despre sistemele de impunere, termene de declarare, cote de impozitare etc. De cele mai multe ori contribuabilii ajung în situații delicate tocmai din lipsa de informație. Este de apreciat apetența tinerei generații pentru antreprenoriat și aceasta ar trebui să fie un element catalizator în demararea unui parteneriat interministerial privind introducerea unei ore de fiscalitate, cel puțin la nivel liceal – ani terminali.

Formarea profesională este una dintre cele mai importante investiții. Tehnologizarea în sine nu este rețeta unei reușite certe în ceea ce privește asigurarea calității serviciilor oferite sau desfășurarea activității interne. Odată cu acest proces amplu de digitalizare există riscul să apară anumite disfuncționalități cauzate de o resursă umană insuficient pregătită să facă față noilor tehnologii. Trecerea de la administrația tradițională, bazată pe pix și hârtie, la comunicarea aproape totală în format electronic nu este ușor de gestionat într-un sistem îmbătrânit, subdimensionat și cu angajați plafonați.

Introducerea unor servere de testare, menite a permite familiarizarea cu noile aplicații, rularea programelor și identificarea unor erori de prelucrare date ar contribui la perfecționarea activeă atât a funcționarilor cât și a aplicațiilor în sine.

Obiectivul general din perspectiva TIC, pentru următorii 5 ani, îl reprezintă transformarea digitală a administrației fiscale, prin :

- utilizarea digitalizării ca abordare inteligentă pentru domeniile funcționale ale administrației fiscale,
- consolidarea capacității administrative necesare procesului de transformare digital,
- asigurarea cadrului tehnologic necesar tranziției către o administrație fiscală digitală.

Cele 3 obiective specifice iau în considerare recomandările Comisiei Europene de a avea o abordare care să includă atât aplicațiile informatice cât și resursele umane formate pentru a le utiliza, infrastructura necesară susținerii acestor dezvoltări informatice și nu în ultimul rând, componenta de interoperabilitate.

Acțiunile aferente strategiei vizează inclusiv fructificarea oportunităților de finanțare din fonduri structurale ce se configurează odată cu noul cadru financiar 2021-2027, prin PNRR și POCIDIF, pentru proiecte majore de digitalizare.

Romania a încercat prin politicile fiscale să reducă evaziunea fiscală și să îmbunătățească capacitatea și gradul de colectare fără a avea însă rezultatele preconizate. De aceea, implementarea proiectului SAF-T este un pas important atât în direcția modernizării cât și a eficientizării activității.

Două întrebări se nasc în legătură cu ceea ce reprezintă în acest moment ANAF în relația cu contribuabilii:

- este ANAF de astăzi ANAF pe care îl vrem și în viitor?
- platformele informatice ale ANAF se adresează tuturor?

Mediul de afaceri își dorește un altfel de ANAF – debirocratizat, eficient, modern, cu proceduri simplificate și termene scurte.

Începând cu anul 2015, Comisia Europeană monitorizează competitivitatea digitală a statelor membre (DESI).

Conform acestui raport, în anul 2019 România se situa pe locul 27 din cele 28 de state membre ale UE în cadrul Indicelui economiei și societății digitale (DESI). Indicele monitorizează performanța digitală globală din Europa și urmărește progresele înregistrate de țările UE în ceea ce privește competitivitatea digitală.

În cadrul raportului pentru Romania, la capitolul 5 – Servicii publice digitale, sunt făcute următoarele observații:

- în ceea ce privește serviciile publice digitale, România a ajuns pe ultimul loc în Uniunea Europeană,
- în cazul anumitor indicatori însă, România înregistrează evoluții performante:
- locul șapte în UE în ceea ce privește utilizatorii platformei e-guvernare (82% dintre utilizatorii de internet față de media europeană de 64%),
- Spațiul Privat Virtual – sistemul de gestionare a declarațiilor și obligațiilor fiscale ale contribuabililor nu include și modul de plată.
- sistemul informatic al administrației naționale este fragmentat, reprezentând o sarcină administrativă pentru cetățeni și mediul de afaceri,
- conexiunea informatică și transferul on-line de date între instituții sunt scăzute, consecință a faptului ca nu a existat un plan conjugat de dezvoltare digitală integrată, la nivel național, ci fiecare instituție a dezvoltat propriul plan și proiect de dezvoltare.

Cu toate că în ceea ce privește serviciile publice digitale, România s-a clasat pe ultimul loc în rândul statelor membre ale UE în ultimii trei ani, în ceea ce privește utilizatorii serviciilor de e-guvernare, România se situează pe locul 8 cu 82% dintre utilizatorii de internet, față de media UE de 67

Și pentru acest segment de raportare a evoluției utilizării serviciilor publice digitale, au fost identificate o serie de factori determinanți:

”Lipsa de interoperabilitate a sistemelor IT din administrația publică reprezintă o problema veche, pe care niciun guvern nu a reușit încă să o rezolve. În iunie 2019, s-a lansat o consultare publică privind proiectul de lege referitor la realizarea Cadrului național de referință pentru realizarea interoperabilității în domeniul TIC („CNRTIC”). Scopul legii este de a pune în aplicare viziunea exprimată în programul guvernului 2017-2020 (în special, în capitolul „Politici în domeniul comunicațiilor – Convergența digitală”) în vederea simplificării procedurilor și a reducerii birocrăției prin e-guvernare. Proiectul de lege ar stabili un cadru general pentru gestionarea interoperabilității sistemelor informatice ale instituțiilor publice care furnizează servicii publicului. Proiectul de lege urmează să fie votat în parlament.

Nodul eIDAS (identificare electronică) al României este încă în curs de construire, prin proiectul finanțat de FEDR („SITUE”), care ar trebui să fie finalizat până la sfârșitul anului 2020. Costul ridicat al unei semnături digitale calificate (aproximativ 40 EUR/an/utilizator) este problema principală pentru furnizarea unei identități digitale tuturor cetățenilor. Principalele bariere în calea realizării serviciilor publice digitale în România sunt:

- lipsa de coordonare dintre instituțiile publice în ceea ce privește instituirea unor astfel de servicii;
- migrarea specialiștilor în TI din sectorul public înspre sectorul privat sau în alte țări;
- lipsa generală de competențe digitale”(extras din raportul DESI 2020)

Pentru ANAF de mâine cetățeanul își dorește servicii complete, proceduri simplificate, acces permanent și stabilite. Programele de dezvoltare organizațională propun toate aceste servicii.

Platformele informatice ANAF se adresează tuturor? Sunt simplificate procedurile de accesare? Prin crearea platformei Spațiul Privat Virtual (SPV) tocmai aceasta a fost ținta: un serviciu electronic la dispoziția tuturor. SPV se adresează tuturor cetățenilor, oferă informații în timp real despre veniturile

încasate, obligațiile de plat, despre îndeplinirea de către angajator a obligațiilor de plată a contribuțiilor sociale.

Sunt într-adevăr și anumite categorii sociale pentru care mediul electronic ridică dificultăți de accesare și utilizare. Scopul modernizării serviciilor ANAF nu trebuie în nici un caz să aibă ca efect ecluderea sau limitarea intreracțiunii cu anumite categorii de contribuabili. Scopul este acela de a reduce atât timpul cât și costul conformării la obligațiile fiscale. Au fost analizate și luate măsuri pentru limitarea impactului negativ în randul cetățenilor. Mediul on-line este o alternativă nu o obligație. Au fost constant introduse noi servicii – obținerea cazierului fiscal, depunerea documentației privind stabilirea rezidenței fiscale tocmai ca răspuns la sugestiile primite.

Totodată, pentru a spori accesibilitatea, a fost introdus suportul audio la asistența privind procedurile de înrolare în SPV și de completare a declarațiilor fiscale. Un punct important și în strategia de dezvoltare ANAF este și modificarea și modernizarea site-ului ANAF astfel încât să fie mai prietenos, mai ușor de accesat și cu un conținut mai condensat, concomitent cu actualizarea informațiilor.

Datele raportului sunt elocvente pentru a conștientiza unde suntem ca și utilizatori de tehnologie digitală și pentru cadrarea ritmului de implementare a noilor mecanisme automate de primire/transmitere/procesare date. Am insistat să redau fidel concluziile pe cele cinci paliere de raportare tocmai pentru evidenția necesitatea unei politici unitare de digitalizare, interconectarea instituțiilor și crearea unui cadru intuitiv pentru cetățenii care accesează platformele instituțiilor publice. Faptul că în procent foarte ridicat românii accesează rețelele de socializare, comunică între ei prin mijloacele de videoapel denotă că societatea civilă nu este refractară la tehnologizare, nu respinge și nu refuză utilizarea tehnologiei ci că platformele dezvoltate de instituțiile publice nu sunt prietenoase cu utilizatorul, atât vizual cât și structural.

Referitor la accesarea serviciilor de e-guvernare în vederea depunerii de formulare ANAF a reușit să digitalizeze formularistica fiscală în proporție de 85%. În anul 2021 au fost digitalizate toate formularele destinate activității de evitare a dublei impuneri și acorduri fiscale internaționale și rezidență fiscală.

O atenție deosebită a fost canalizată înspre activitatea fiscală specifică persoanelor fizice. Un prim pas a fost precompletarea declarației de venit și transmiterea ei utilizatorilor înrolați în SPV (Spațiul Privat Virtual). Cu această inițiativă se dorește popularizarea platformei ANAF și totodată valorificarea datelor deja existente în bazele de date înspre facilitarea îndeplinirii obligațiilor fiscale de către contribuabili. Reforma digitală trebuie să reducă povara administrativă din sarcina contribuabililor și să optimizeze procesele de prelucrare a datelor de către instituție.

Preocuparea pentru adaptarea funcționalităților și serviciilor oferite prin platforma ANAF.ro la cerințele cetățenilor de optimizare a modului de prezentare a acestora este un must-do. În acest sens au fost regândite modul de prezentare, structura informațiilor

Digitalizarea formularisticii, cel puțin pe segmentul de activitate al persoanelor fizice, nu presupune eliminarea posibilității de interacțiune directă. Suntem conștienți ca societatea civilă încă nu este pregătită pentru acest salt. Orice proces de automatizare trebuie să fie corelat cu capacitatea utilizatorilor de a-l accesa, cu posibilitățile de utilizare a echipamentelor tehnice, conexiunea la internet. Obiectiv analizând situația de fapt, nici ANAF nu este în acest moment pregătită să ofere servicii exclusiv online, nici tehnic (servere vechi, echipamente tehnice uzate moral) și nici ca resursă umană disponibilă (personal îmbătânit, structuri de colectare subdimensionate, competențe digitale scăzute).

Serviciile oferite de ANAF sunt servicii la distanță și servicii la sediul unității fiscale. Serviciile la distanță pot fi grupate în trei categorii

- servicii prin corespondență

- servicii telefonice
- servicii electronice

Spațiul Privat Virtual (SPV) este un serviciu electronic prin care se comunică toate informațiile și înscrisurile despre situația fiscală a titularului. SPV se adresează atât persoanelor fizice cât și persoanelor juridice, înscrierea ca și utilizator se face accesând site-ul www.anaf.ro.

Avantajele utilizării acestui serviciu sunt generate de faptul că poate fi accesat de pe orice dispozitiv cu conexiune la internet, oferă suport informațional permanent, gratuit și foarte ușor de accesat. Destinat în principal pentru depunerea declarațiilor fiscale, SPV a fost permanent ajustat și i s-au introdus funcții noi, astfel încât serviciile oferite să fie cât mai complete.

Prin Spațiul privat virtual se pot obține:

- adeverințe de venit,
- certificate de atestare fiscală,
- informații privind obligațiile de plată și nota obligațiilor de plată,
- cazier fiscal,
- înscrisuri privind rezidența fiscală.

Procesele de adaptare la nevoile curente ale cetățenilor și de transpunere în practică a politicilor de digitalizare și de sincronizare cu politicile instituționale naționale, dezvoltate pe realitățile imediate (măsurile de carantinare, de restricționare a numărului de persoane concomitent prezente în același spațiu determinat, limitarea liberei circulații fără motivații temeinice – în general măsuri impuse de situații excepționale) au generat reacții prompte transpuse în proiecte cu implementare imediată. În acest sens, serviciile oferite prin SPV au fost extinse:

- plata online a obligațiilor fiscale (chiar și pentru terțe persoane)
- introducerea sistemului video de identificare a contribuabililor care își creează cont de utilizator, contribuabilii nu mai sunt nevoiți să se prezinte la sediul organului fiscal
- programarea on-line pentru asistență față în față la sediul organului fiscal. În acest mod, stabilindu-se ziua și ora întâlnirii, timpul de așteptare în sală va fi eliminat.

Proiectele imediate care vor fi alocate în procesul de îmbunătățire a calității serviciilor oferite prin Spațiul Privat Virtual vizează:

- creșterea numărului de formulare fiscale care pot fi transmise utilizând mijloace electronice de comunicare la distanță,
- introducerea unui nou serviciu din aria asistenței pentru contribuabili – chatbot.

Toate proiectele și procedurile implementate sau în curs de implementare au ca finalitate debirocratizarea instituțională, crearea unui mediu eficient de lucru, constructiv, transparent și cu diminuarea costurilor și alocarea eficientă a resursei umane.

Concluzii privind stadiul actual al digitalizării serviciilor publice oferite de către Agenția Națională de Administrare Fiscală

Digitalizarea ANAF este o cerință și o necesitate a/pentru mediul de afaceri. Acest proces trebuie să fie însă unul integrat în programul național, care să ofere operabilitate interinstituțională, facilitând schimbul rapid de date în timp real. Efectele acestui proces trebuie să se reflecte în eficientizarea colectării și reducerea criminalității economice, a evaziunii fiscale.

Creșterea calității serviciilor publice pentru firme și persoane fizice au ca efect simplificarea procedurilor de declarare, a accesului la site-ul ANAF cu rezultate în creșterea gradului de conformare.

Un sistem integrat pentru managementul veniturilor fiscale reprezintă o soluție modernă implementată în ultimii ani și de alte administrații fiscale europene. Firește, mediul de afaceri înțelege că un proiect de amploare pentru digitalizarea și reforma ANAF nu se poate face pe termen scurt, dar are așteptări legate de demararea rapidă a procesului.

Conform specialistilor în IT și managementul schimbării, un astfel de proiect poate dura 2-3 ani și presupune o investiție financiară gândită pe termen lung: software și hardware, dar și un plan de reformă a modului de operare al instituției, de pregătire a personalului, etc. Recuperarea unei astfel de investiții se va face în timp, prin creșterea procentului de declarare, plata și recuperare a creanțelor fiscale, reducerea decalajului de TVA și a evaziunii, în general.

Nu în ultimul rând, cel mai profund câștig are legătură cu încrederea stat-cetățean, prin îmbunătățirea relației cu contribuabilul, a încurajării și ușurării procesului de plată a impozitelor și a atitudinii generale a autorităților de a fi „în serviciul contribuabilului”.

Adaptarea politicii de dezvoltare și modernizare a conceptelor moderne de interacțiune dintre instituția publică și cetățeni/mediul de afaceri la politicile generale este o necesitate și o obligație.

Este o necesitate pentru reducerea costurilor activității, alocarea resursei umane responsabil, creșterea prestigiului și a imaginii în raport cu ceilalți subiecți ai interacțiunii. Tehnologizarea presupune în același timp alocarea de resurse destinate pregătirii profesionale, corelarea instrumentelor de prelucrare electronică a informațiilor cu legislația și procedurile de lucru. Costurile pe care le presupune un astfel de proces de modernizare sunt costuri suportate de fiecare cetățean, deci scopul este satisfacerea nevoilor și exigentelor celor cărora se adresează. Respectul pentru utilizator trebuie să fie principiul de la care trebuie construit un sistem eficient.

Digitalizarea nu trebuie să fie un element de discriminare, excludere și constrângere. Mediul electronic de comunicare trebuie să coexiste cu sistemele tradiționale, conservatoare însă să fie introdusă o politică de stimulare a utilizării conceptelor moderne de interacțiune prin adoptarea unui sistem de bonificatii.

Digitalizarea este o obligație în contextul diversificării nevoilor contribuabililor. Instituțiile statului trebuie să creeze un climat corect și echitabil, să protejeze mediul de afaceri onest prin combaterea evaziunii fiscale. Scurtarea perioadelor de procesare a informațiilor, schimbul de informații și valorificarea bazelor de date unificate converg înspre eficientizarea procesului de colectare.

Digitalizarea ANAF este o prioritate, constientizând faptul că ea oferă atât îmbunătățirea performanței administrației, cât și noi modalități de interacțiune cu contribuabilii, permițând valorificarea de date care să ofere servicii proactive și să reducă atât costul colectării (la nivelul agenției), cât și costul conformării (la nivelul contribuabililor).

Procesul de modernizare instituțională, atât din punct de vedere al infrastructurii tehnice, cât și din punct de vedere al orientării către transparență și parteneriat activ instituție-contribuabil este unul dinamic, adaptabil realităților economico-sociale tot mai complexe.

Astfel, obiectivul general din perspectiva TIC, pentru ANAF pentru următorii 5 ani, îl reprezintă transformarea digitală a administrației fiscale, prin:

- utilizarea digitalizării ca abordare inteligentă pentru domeniile funcționale ale administrației fiscale;
- consolidarea capacității administrative necesare procesului de transformare digitală;
- asigurarea cadrului tehnologic necesar tranziției către o administrație fiscală digitală.

Se urmărește valorificarea oportunităților oferite de fondurile structurale și în acest sens, la nivelul MF/ANAF, a fost conturat un set de reforme și investiții ambițioase. Acestea vor aduce beneficii reale la nivelul administrației fiscale și al contribuabililor din perspectiva reducerii poverii administrative și

a dezvoltării interacțiunii pe baza soluțiilor digitale. Pentru aceste proiecte de anvergură, este vizată atragerea fondurilor europene aferente PNRR și POCIDIF.

Totodată, în atingerea dezideratului de transformare digitală, ANAF se bazează foarte mult și pe capacitatea proprie de dezvoltare. Urmare a unei analize profunde a nevoilor de dezvoltare și a recomandărilor primite de la partenerii de dialog, se dorește concentrarea eforturilor și să conlucrarea la nivelul ANAF/MF pentru simplificarea fluxurilor de lucru, optimizarea aplicațiilor și dezvoltarea serviciilor electronice cu scopul de a facilita și eficientiza relația dintre ANAF și contribuabili. În acest sens, se are în vedere automatizarea unor procese de primire-eliberare documente în interacțiunea dintre contribuabili și ANAF, respectiv o tranziție către formatul digital pentru formularistica aferentă obligațiilor fiscale.

Cu certitudine acțiunile ANAF sunt ghidate de dorința de a răspunde mai rapid și mai bine nevoilor contribuabililor, de a se adapta mediului economic dinamic, puternic influențat de pandemia COVID-19 și de a se alinia tendințelor europene și internaționale în materie fiscală. An demersurile sale se bazează pe deschiderea și colaborare cu partenerii – societatea civilă, indiferent de tipul de contribuabili pe care îl reprezintă, pentru implementarea cu succes a acestor măsuri de digitalizare.

ANAF are în permanență un canal direct de comunicare deschis atât cu contribuabilii (indiferent de categorie) prin intermediul serviciului de asistență, dar și cu reprezentanți ai mediului de afaceri, feedback-ul lor fiind tratat cu importanță cuvenită, pentru a putea adapta instrumentele ce urmează a fi implementate, la nevoile actuale ale acestora.

În stabilirea acțiunilor viitoare trebuie avute în vedere nu doar pe analize interne și pe consultări, ci și pe rapoarte externe, precum clasamentul Doing Business, publicat anual de Banca Mondială, care măsoară indicatori privind demararea unei afaceri, înregistrarea proprietăților, plata taxelor etc. România se clasează în topul țărilor privind ușurința cu care se fac afacerile, cu un scor de 73,3 situându-se pe locul 55 (din totalul de 190) în acest clasament. Mai mult, în 2020, în ceea ce privește indicatorul privind plata taxelor s-a înregistrat o creștere de 4,9% comparativ cu 2019, iar indicatorul privind ușurința începerii unei afaceri în România arată un progres de 3,8%. Considerând că aceștia reprezintă indicatori buni, pe baza cărora se încearcă construirea și dezvoltarea mai multor servicii, în special pe partea de facilitare a îndeplinirii obligațiilor fiscale în mediul online.

Direcțiile, obiectivul principal și metodologia de cercetare-dezvoltare pentru identificarea unor soluții inovative în digitalizarea serviciilor publice oferite de Agenția Națională de Administrare Fiscală

O abordare corectă a strategiei de simplificare a accesului la serviciile publice oferite cetățenilor prin mijloacele moderne de comunicare la distanță prin intermediul diferitelor medii/canale electronice (telefonie mobilă, platforme dedicate, site-uri de specialitate etc) presupune o cunoaștere aprofundată a utilizatorilor, beneficiarii finali ai întregii arhitecturi tehnice concepute.

Digitalizarea unor procese doar pentru transferul în online a unor categorii de servicii fără o corelare cu capacitatea cetățenilor de se conforma reprezintă nu doar un eșec de viziune ci și un eșec de comunicare. Viziunea trebuie să înglobeze întreg ansamblul social, fără limitări, sau cu minime valori de limitare, determinate de nivelul de pregătire profesională, fără discriminări generate de capacitatea de a utiliza echipamentele tehnice sau de vârstă și fără excluziuni ca urmare a arealului geografic (rural sau urban).

În era digitală actuală, automatizarea proceselor a devenit o componentă esențială în dezvoltarea și optimizarea diferitelor sectoare ale societății. Acest lucru este valabil și în ceea ce privește relația dintre Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF) și contribuabili. Digitalizarea acestui proces are impact direct asupra eficienței, reducerii birocrăției și creșterii transparenței.

În acest contextul actual se disting 3 căi de acțiune având ca obiectiv țintă îmbunătățirea relației ANAF-contribuabili prin digitalizare:

- *necesitatea îmbunătățirii relației ANAF-contribuabili*: relația dintre ANAF și contribuabili este esențială pentru funcționarea corespunzătoare a sistemului fiscal. Cu toate acestea, în trecut, această relație a fost adesea afectată de probleme precum birocrăția excesivă, timpul îndelungat de procesare a documentelor și lipsa de transparență. Aceste aspecte au generat nemulțumire printre contribuabili și au creat un mediu în care compliance-ul fiscal a fost adesea dificil de realizat.

- *Digitalizarea ca soluție prin*

- automatizarea proceselor. Digitalizarea poate permite automatizarea multor procese din cadrul ANAF, cum ar fi înregistrarea și verificarea documentelor fiscale, declararea și plățile online. Aceasta poate duce la o reducere semnificativă a timpului și efortului necesare pentru îndeplinirea obligațiilor fiscale de către contribuabili.

- Acces facil la informații. Prin intermediul platformelor digitale, contribuabilii pot avea acces rapid și facil la informații relevante privind obligațiile lor fiscale, precum termenele limită pentru depunerea declarațiilor și modalitățile de plată. Această transparență poate contribui la îmbunătățirea conformității fiscale și la evitarea erorilor.

- Comunicare eficientă. Digitalizarea permite o comunicare rapidă și eficientă între ANAF și contribuabili prin intermediul canalelor digitale, cum ar fi mesageria electronică sau platformele online specializate. Aceasta facilitează schimbul de informații, întrebări și răspunsuri între cele două părți, reducând astfel necesitatea întâlnirilor fizice și a corespondenței tradiționale.

- *Promovarea inițiativelor de digitalizare în relația ANAF-contribuabili*:

- sistemul de declarații online: ANAF a dezvoltat un sistem online prin intermediul căruia contribuabilii pot depune declarațiile fiscale și pot efectua plăți electronice.

- Schimbarea la facturarea electronică: ANAF încurajează utilizarea facturilor electronice, ceea ce permite atât ANAF, cât și contribuabililor să economisească timp și resurse.

- Portaluri de informații fiscale: ANAF a dezvoltat platforme online unde contribuabilii pot accesa informații actualizate cu privire la legislația fiscală, ghiduri și informații specifice despre obligațiile fiscale.

În concluzie, raportându-ne la contextul actual, digitalizarea relației ANAF-contribuabili reprezintă o necesitate pentru îmbunătățirea eficienței și transparenței procesului fiscal. Prin automatizarea proceselor, accesul facil la informații și comunicarea eficientă, digitalizarea poate contribui la crearea unei relații mai bune între ANAF și contribuabili. Exemplele de inițiative digitale deja implementate demonstrează eforturile depuse pentru modernizarea acestui domeniu. Cu toate acestea, există în continuare provocări tehnice și de implementare pe care trebuie să le depășim pentru a realiza pe deplin potențialul digitalizării în relația ANAF-contribuabili.

Această lucrare își propune să exploreze și să evidențieze diferite tipuri de cercetare utilizate în cadrul studiilor privind comunicarea prin mijloace electronice între ANAF și cetățeni. Vom analiza trei tipuri majore de cercetare:

cercetarea cantitativă,
cercetarea calitativă

și

cercetarea mixtă,

fiecare având propriile sale caracteristici și beneficii specifice, propune o abordare comprehensivă a cercetării privind comunicarea prin mijloace electronice între ANAF și cetățeni, prin analizarea și evaluarea diferitelor tipuri de cercetare utilizate în acest domeniu. Sperăm că acest studiu va contribui la o mai bună înțelegere a nevoilor și așteptărilor cetățenilor în ceea ce privește interacțiunea cu ANAF prin mijloace electronice și va oferi sugestii pentru îmbunătățirea acestui important aspect al administrației publice.

Cercetarea statistică este o metodă științifică utilizată pentru colectarea, analizarea și interpretarea datelor cu scopul de a face înțelegeri, inferențe și generalizări relevante dintr-o populație sau un eșantion de subiecți. Pentru a asigura succesul cercetării statistice, este esențială definirea clară și precisă a obiectivelor studiului încă de la început.

Importanța stabilirii obiectivelor: Obiectivele stabilesc scopul general al cercetării statistice și oferă direcție și coerență întregului proces. Ele clarifică ceea ce cercetătorul dorește să afle, să înțeleagă sau să demonstreze și reprezintă baza pentru alegerea metodelor de colectare și analiză a datelor.

Obiective sunt: generale și specifice

- *obiectivul general* al cercetării statistice trebuie să fie o declarație concisă a ceea ce se dorește să se atingă prin studiu. De exemplu, obiectivul general al unui studiu ar putea fi de a investiga relația dintre variabila X și variabila Y într-o anumită populație,

- pe de altă parte, *obiectivele specifice* sunt mai detaliate și precise, stabilind aspectele particulare care trebuie examinate pentru a atinge obiectivul general.

În ceea ce privește formularea obiectivelor acestea trebuie să fie SMART: Specifice (specific), Măsurabile (measurable), de Atins (abordabil), Relevant (realist) și Încadrat în Timp Acestea trebuie să fie clare și fără ambiguități, astfel încât să fie ușor de înțeles și de cuantificat în procesul cercetării.

Relevanța și utilitatea obiectivelor: obiectivele statistice trebuie să fie relevante pentru domeniul de cercetare și să ofere o valoare adăugată în cunoștințele existente. Ele trebuie să răspundă la întrebări importante și să ofere informații utile pentru factorii de decizie și pentru comunitatea științifică.

Flexibilitatea și adaptabilitatea: În unele cazuri, obiectivele inițiale pot necesita ajustări pe parcursul cercetării. În funcție de datele colectate și de analizele preliminare, cercetătorul ar putea descoperi că obiectivele inițiale nu pot fi atinse în mod direct sau că pot apărea alte aspecte importante de investigat.

Limitări și restricții: este important să se recunoască și să se clarifice limitările cercetării statistice încă de la început. Acestea pot fi legate de mărimea eșantionului, de disponibilitatea datelor sau de alte factori care pot influența interpretarea rezultatelor.

În concluzie, stabilirea obiectivelor statistice reprezintă o etapă fundamentală în cercetarea statistică, asigurând că studiul are un scop bine definit și că toate eforturile sunt concentrate pentru a atinge acele obiective. Prin formularea clară și precisă a obiectivelor, cercetătorul creează o fundație solidă pentru colectarea și analiza datelor, furnizând astfel rezultate relevante și semnificative pentru dezvoltarea cunoștințelor și pentru luarea deciziilor informate

Obiectivele cercetării privind comunicarea prin mijloace electronice dintre contribuabili și ANAF

Obiectivul 1: evaluarea nivelului de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF

Acest obiectiv se concentrează pe determinarea gradului de adoptare și utilizare a mijloacelor electronice de comunicare oferite de ANAF de către contribuabili. În cadrul cercetării, se poate urmări identificarea

procentului de contribuabili care utilizează mijloacele electronice (portaluri web, aplicații mobile etc.) pentru a comunica cu ANAF în locul metodelor tradiționale (poștă, ghișee fizice etc.).

Obiectivul 2: analiza gradului de satisfacție al contribuabililor cu comunicarea electronică

Prin acest obiectiv, cercetarea urmărește evaluarea nivelului de satisfacție al contribuabililor cu comunicarea prin mijloace electronice oferită de ANAF. Se pot colecta feedback și opiniile contribuabililor referitoare la experiența lor în utilizarea mijloacelor electronice, inclusiv aspectele cu care sunt mulțumiți și aspectele care ar putea fi îmbunătățite.

Obiectivul 3: identificarea avantajelor și dezavantajelor comunicării electronice cu ANAF

Acest obiectiv se concentrează pe identificarea beneficiilor și problemelor asociate cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare. Se pot evalua avantajele, cum ar fi rapiditatea și eficiența, precum și dezavantajele, cum ar fi problemele de securitate sau dificultățile tehnice întâmpinate de contribuabili.

Obiectivul 4: analiza factorilor care influențează utilizarea mijloacelor electronice de comunicare

Prin acest obiectiv, cercetarea urmărește identificarea factorilor care influențează decizia contribuabililor de a utiliza sau nu mijloacele electronice de comunicare cu ANAF. Se pot analiza aspecte precum gradul de familiaritate cu tehnologia, nivelul de încredere în securitatea datelor sau accesibilitatea mijloacelor electronice pentru diverse grupuri de contribuabili.

Obiectivul 5: propuneri pentru îmbunătățirea comunicării electronice cu ANAF

Acest obiectiv are ca scop formularea de sugestii și măsuri pentru a îmbunătăți comunicarea prin mijloace electronice dintre contribuabili și ANAF. Se pot propune strategii pentru creșterea gradului de utilizare și satisfacție, îmbunătățirea securității și confidențialității datelor, precum și promovarea mijloacelor electronice în rândul contribuabililor.

Aceste obiective pot oferi o perspectivă amplă și structurată asupra cercetării privind utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF în România. Trebuie avut în vedere ca fiecare obiectiv să fie specific, măsurabil, realizabil, relevant și bine definit în cadrul cercetării.

Scopul cercetării

1. Evaluarea eficienței și impactului utilizării mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF în România.

Acest scop urmărește să măsoare gradul de eficiență al mijloacelor electronice de comunicare oferite de ANAF și impactul pe care acestea îl au asupra relației dintre instituție și contribuabili. Cercetarea se va concentra pe analiza modului în care utilizarea mijloacelor electronice a influențat procesele administrative și serviciile oferite de ANAF, precum și percepția și satisfacția contribuabililor.

2. Analiza nivelului de adoptare și utilizare a mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF de către contribuabili din diferite categorii (persoane fizice, persoane juridice etc.).

Acest scop vizează identificarea procentului de contribuabili din diverse categorii care utilizează mijloacele electronice de comunicare puse la dispoziție de ANAF în locul comunicării tradiționale. Cercetarea va explora motivele pentru care unii contribuabili aleg să utilizeze mijloacele electronice, în timp ce alții preferă alte metode de comunicare.

3. Identificarea avantajelor și dezavantajelor comunicării electronice cu ANAF pentru contribuabili și instituția fiscală.

Acest scop vizează evaluarea beneficiilor și problemelor asociate cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF. Se vor identifica avantajele, cum ar fi economisirea timpului și accesul facil la informații, dar și dezavantajele, cum ar fi dificultățile tehnice sau preocupările legate de securitatea datelor.

4. Studiarea factorilor care influențează decizia contribuabililor de a utiliza sau evita mijloacele electronice de comunicare cu ANAF.

Acest scop urmărește identificarea factorilor care influențează decizia contribuabililor de a utiliza sau evita mijloacele electronice de comunicare oferite de ANAF. Se vor explora aspecte precum gradul de confort cu tehnologia, nivelul de încredere în securitatea datelor sau prezența unor alternative convenabile pentru comunicarea cu ANAF.

5. Evaluarea nivelului de satisfacție al contribuabililor cu comunicarea prin mijloace electronice și identificarea aspectelor care pot fi îmbunătățite.

Acest scop se concentrează pe măsurarea gradului de satisfacție al contribuabililor cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF. Cercetarea va identifica aspectele care contribuie la nivelul de satisfacție și va propune îmbunătățiri pentru a răspunde mai bine nevoilor și așteptărilor contribuabililor.

6. Propunerea de măsuri și strategii pentru optimizarea comunicării electronice între contribuabili și ANAF.

Acest obiectiv are ca scop elaborarea de soluții și strategii concrete pentru a optimiza comunicarea prin mijloace electronice dintre contribuabili și ANAF. Cercetarea va identifica bune practici din alte țări sau instituții similare și va propune măsuri specifice pentru a crește gradul de utilizare și satisfacție în ceea ce privește comunicarea electronică.

Fiecare scop își are propria relevanță în contextul cercetării și va aduce informații valoroase pentru a înțelege și îmbunătăți relația dintre contribuabili și ANAF prin utilizarea mijloacelor electronice de comunicare. Asigură-te că aceste scopuri sunt clar definite și că cercetarea ta va aborda fiecare dintre ele în mod corespunzător.

În contextul cercetării privind îmbunătățirea relației dintre ANAF și contribuabili prin digitalizare, utilizarea focus grupurilor cu angajații ANAF și contribuabilii poate aduce multiple avantaje, poate determina o serie de factori cu influență directă și determinată asupra calității serviciilor, cantității de informații direcționate, eficienței administrării datelor colectate, receptivității la schimbare și disponibilității părților de a fi parte la acest proces.

Așa cum am prezentat anterior, focus grupurile reprezintă o metodă de cercetare calitativă care implică discuții în grupuri mici, concentrate pe subiecte specifice, pentru a obține informații și perspective valoroase.

În acest capitol, vom explora utilitatea focus grupurilor cu angajații ANAF și contribuabilii într-o astfel de cercetare. Vor fi analizate datele obținute dintr-o dublă perspectivă:

A Obținerea perspectivelor angajaților ANAF.

1. **Identificarea provocărilor și nevoilor:** prin intermediul focus grupurilor, angajații ANAF pot să împărtășească direct provocările și dificultățile cu care se confruntă în relația cu contribuabilii. Aceste discuții pot dezvălui aspecte precum volumul mare de documente de procesat, întârzieri în verificarea și aprobarea cererilor, comunicarea dificilă și clarificarea legislației fiscale. Prin înțelegerea acestor provocări, se pot identifica soluții și îmbunătățiri care să faciliteze munca angajaților ANAF și să optimizeze procesele.

2. **Evaluarea eficienței și utilizabilității soluțiilor actuale:** angajații ANAF pot oferi feedback valoros cu privire la soluțiile digitale existente. Aceștia pot indica ce funcționează bine și ce ar putea fi îmbunătățit în sistemele și instrumentele digitale folosite. De exemplu, ar putea fi identificate funcționalități noi care să sprijine procesele de verificare sau să ofere un flux de lucru mai eficient.

Astfel, feedback-ul angajaților ANAF poate contribui la dezvoltarea unor soluții digitale mai eficiente și la optimizarea celor deja existente.

B Înțelegerea perspectivei contribuabililor:

1. **Identificarea nevoilor și așteptărilor contribuabililor:** focus grupul cu contribuabili permite obținerea unei perspective directe asupra experiențelor lor în interacțiunea cu ANAF. Participanții pot exprima frustrările legate de procesele fiscale, cum ar fi dificultatea de a completa declarațiile, confuzia în privința regulilor fiscale sau întârzierile în obținerea răspunsurilor la întrebări. Aceste informații pot fi utilizate pentru a identifica și aborda punctele slabe ale sistemului actual, adaptându-l la nevoile și așteptările reale ale contribuabililor.

2. **Evaluarea experienței utilizatorului:** Focus grupurile oferă contribuabililor o platformă pentru a-și exprima direct experiențele cu soluțiile digitale actuale sau propuse. Aceste discuții pot evidenția aspecte precum dificultățile de navigare în platforme, lipsa clarității în privința instrucțiunilor sau nevoia de asistență online. Feedback-ul contribuabililor poate fi folosit pentru a îmbunătăți interfața și experiența utilizator în soluțiile digitale, asigurându-se că acestea sunt intuitive, ușor de utilizat și satisfac nevoile reale ale utilizatorilor finali.

La constituirea grupului am avut în vedere alăturarea unor angajați ANAF care să corespundă mai multor criterii, astfel încât să obțin o imagine de ansamblu obiectivă și cuprinzătoare. Între cei 8 participanți se regăsesc angajați care interacționează direct cu contribuabilii (fizic sau prin intermediul canalelor de comunicare la distanță) prin servicii de asistentă, angajați care prelucrează direct datele primite de la contribuabili (prin toate formele de comunicare, dar fără a interacționa frecvent cu acestia, decât la cererea contribuabililor), angajați care administrează datele fără a le primi direct și fără a le prelucra. Fiecare participant va fi identificat cu un set de două inițiale, aceleași pe tot parcursul chestionarului de focus grup.

Fiecare participant a avut de răspuns la același set de întrebări:

1) *Care sunt principalele provocări pe care le-ați întâmpinat în utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu contribuabilii?*

2) *Care sunt beneficiile pe care le-ați observat în utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu contribuabilii în comparație cu metodele tradiționale? Cum credeți că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare a influențat productivitatea și eficiența dvs. în relația cu contribuabilii?*

3) *Cum considerați că mijloacele electronice de comunicare au influențat relația cu contribuabilii? Au existat schimbări semnificative?*

4) *Care sunt principalele întrebări sau nelămuriri pe care le primiți de la contribuabili în legătură cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare și cum le gestionați?*

În continuare vă voi prezenta răspunsurile tuturor în paralel, cu respondenții acronimizați

La constituirea grupului destinat contribuabililor am avut în vedere să includ contribuabili care să corespundă unor anumite caracteristici:

- să fi accesat cel puțin un serviciu public prin mijloace electronice
- să fi utilizat ambele modalități de comunicare cu ANAF (fizic și online)
- să fie diversificat în ceea ce privește sfera ocupațională

- în ceea ce privește competențele digitale să se regăsească utilizatori experimentați și mai puțin experimentați.

Având în vedere că activitatea focus grupului a fost fizică, toți participanții au fost din București iar intervalul de vârstă a fost cuprins între 25 și 51 de ani. Numarul participanților a fost tot de 8 persoane

Păstrând similitudinea cu focus grupul anterior, numărul întrebărilor a fost același și au pornit de la aceleași premise urmărite astfel încât să avem în oglindă percepția celor două grupuri, fiecare din perspectiva lui:

1) *Care au fost principalele provocări sau dificultăți întâmpinate în utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?*

2) *Aveți sugestii sau recomandări pentru a îmbunătăți experiența de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF? Ce îmbunătățiri ați dori să vedeți?*

3) *Cum apreciați nivelul de asistență și suport tehnic oferit de ANAF în ceea ce privește utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?*

4) *Cum credeți că ANAF ar putea să faciliteze și să încurajeze utilizarea mijloacelor electronice de comunicare în rândul contribuabililor?*

Ca o concluzie, un rezumat al celor extrase din discuțiile purtate în cadrul celor două grupuri, lipsa unui strategii bine definite de digitalizare a serviciilor publice se reflectă în gradul de cunoaștere în rândul cetățenilor a serviciilor electronice oferite de către instituțiile publice (ANAF nefiind un caz izolat sau singular). Implementarea/dezvoltarea unui serviciu oferit cetățenilor trebuie să aibă la bază analize ale contextului actual:

- sistemul informatic poate face față unui flux crescut de utilizatori?;
- este el raportat la nivelul mediu de înțelegere al celor cărora se adresează. Specificațiile funcționale trebuie să corespundă nivelului utilizatorilor;
- trebuie făcută o analiză de oportunitate (chiar este necesar?)
- impactul asupra utilizatorilor
- relevanța economică;
- acțiuni de mediatizare/popularizare
- sesiuni de pregătire profesională cu cei care oferă asistență (atât de natură tehnică cât și de comunicare).

Elaborarea unui chestionar eficient este o componentă esențială a cercetării statistice și științifice. Un chestionar bine conceput asigură relevanța, valabilitatea și fidelitatea datelor colectate, contribuind la obținerea de rezultate precise și înțelese corect. Prin urmare, este important a se acorda o atenție specială etapelor de planificare și elaborare a chestionarului, pentru a asigura calitatea și eficiența cercetării.

Pornind de la obiectivele stabilite pentru cercetarea statistică privind comunicarea prin mijloace electronice dintre contribuabili și ANAF:

- obiectivul 1: evaluarea nivelului de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF
 - obiectivul 2: analiza gradului de satisfacție al contribuabililor cu comunicarea electronică
 - obiectivul 3: identificarea avantajelor și dezavantajelor comunicării electronice cu ANAF
 - obiectivul 4: analiza factorilor care influențează utilizarea mijloacelor electronice de comunicare
 - obiectivul 5: propuneri pentru îmbunătățirea comunicării electronice cu ANAF,
- și pe baza unor ipoteze derivate din obiective
- ipoteza 1: Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențată de nivelul de cunoștințe tehnologice al contribuabililor.

- ipoteza 2: Motivația principală pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este eficiența și economia de timp pe care o oferă în comparație cu metodele tradiționale de comunicare.
 - ipoteza 3: Gradul de satisfacție al contribuabililor cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențat de ușurința de utilizare a platformelor și a instrumentelor disponibile.
 - ipoteza 4: Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este mai frecventă în rândul contribuabililor mai tineri și cu niveluri mai ridicate de educație.
 - ipoteza 5: Disponibilitatea și accesibilitatea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF influențează gradul de utilizare a acestora de către contribuabili,
- a fost elaborat chestionarul prezentat în continuare

Chestionarul cuprinde 28 de întrebări, închise, cu un grad de dificultate minim, având ca timp mediu de completare 15 minute.

Structura chestionarului

1. În ce măsură vă simțiți confortabil în utilizarea mijloacelor electronice de comunicare (de exemplu, platforma online, e-mail) pentru a interacționa cu ANAF?
 - Foarte confortabil
 - Confortabil
 - Neutru
 - Disconfortabil
 - Foarte disconfortabil
2. Cât de familiar sunteți cu instrumentele și platformele electronice puse la dispoziție de ANAF pentru comunicare online?
 - Foarte familiar
 - Familiar
 - Neutru
 - Ne familiar
 - Deloc familiar
3. Care dintre următoarele motive reprezintă principalul motiv pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?
 - Eficiența și economia de timp
 - Accesibilitatea și comoditatea
 - Reducerea costurilor
 - Flexibilitatea în programare
 - Altele (Vă rugăm să specificați: _____)
4. Ați considerat că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF a adus îmbunătățiri în relația dumneavoastră cu instituția?
 - Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Nu, deloc
5. Cât de ușor vi se pare să utilizați platformele electronice de comunicare oferite de ANAF?
 - Foarte ușor
 - Ușor
 - Neutru

- Dificil
 - Foarte dificil
- 6. Vă simțiți confortabil în utilizarea instrumentelor electronice disponibile pentru a trimite documente sau informații către ANAF?**
- Foarte confortabil
 - Confortabil
 - Neutru
 - Disconfortabil
 - Foarte disconfortabil
- 7. Considerați că mijloacele electronice de comunicare oferite de ANAF sunt ușor accesibile pentru dumneavoastră?**
- Da, foarte accesibile
 - Da, accesibile
 - Neutru
 - Nu foarte accesibile
 - Deloc accesibile
- 8. Ați întâmpinat dificultăți în accesarea și utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Nu, deloc
- 9. Credeți că nivelul dumneavoastră de cunoștințe tehnologice influențează capacitatea de a utiliza cu succes mijloacele electronice de comunicare cu ANAF?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 10. Ați participat la sesiuni de instruire sau formare oferite de ANAF privind utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?**
- Da, și am considerat că a fost util
 - Da, dar nu am considerat că a fost util
 - Nu am participat la astfel de sesiuni
 - Nu știu
- 11. Considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF a redus timpul necesar pentru a obține răspunsurile la solicitările dumneavoastră?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 12. Cum evaluați nivelul de transparență al informațiilor furnizate de ANAF prin intermediul mijloacelor electronice de comunicare?**

- Foarte transparente
- Transparente
- Neutru
- Puțin transparente
- Netransparente

13. Care dintre următoarele caracteristici ale mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF considerați că sunt cele mai importante pentru a vă adresa contribuabililor?

- Simplitatea și claritatea mesajelor
- Personalizarea și relevanța informațiilor
- Răspunsurile rapide și eficiente
- Securitatea și confidențialitatea datelor
- Altele (Vă rugăm să specificați: _____)

14. Cât de frecvent utilizați mijloacele electronice de comunicare cu ANAF pentru a obține informații despre legislația fiscală sau să depuneți documente?

- Foarte des
- Des
- Ocazional
- Rareori
- Deloc

15. Considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este mai comună în rândul tinerilor decât în rândul persoanelor în vârstă?

- Da, în mare măsură
- Da, într-o măsură moderată
- Nu sunt sigur
- Nu, într-o măsură moderată
- Nu, deloc

16. Cum apreciați nivelul de disponibilitate al suportului tehnic oferit de ANAF pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

- Foarte bun
- Bun
- Neutru
- Satisfăcător
- Slab

17. Ați întâmpinat dificultăți în obținerea informațiilor necesare pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

- Da, în mare măsură
- Da, într-o măsură moderată
- Nu sunt sigur
- Nu, într-o măsură moderată
- Deloc

18. Considerați că ANAF ar trebui să ofere mai multe resurse și instrucțiuni pentru a facilita utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

- Da, în mare măsură
- Da, într-o măsură moderată

- Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 19. Ați întâmpinat dificultăți în a accesa platforma online a ANAF?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 20. Ați avut nevoie să apelați la asistența telefonică a ANAF pentru a rezolva probleme legate de utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?**
- Da, în mai multe rânduri
 - Da, ocazional
 - Nu am apelat la asistența telefonică a ANAF
 - Nu sunt sigur
- 21. Cât de mult considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare a îmbunătățit eficiența comunicării cu ANAF?**
- Foarte mult
 - Mult
 - Nu știu
 - Puțin
 - Foarte puțin
- 22. Ați găsit utilitate în utilizarea serviciilor de mesagerie electronică (de exemplu, e-mail) pentru a transmite documente către ANAF?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu știu
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 23. Ați avut dificultăți în a găsi informațiile necesare pe site-ul web al ANAF?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 24. Credeți că ANAF ar trebui să ofere suport online (chat live, forumuri) pentru a rezolva întrebările și problemele legate de utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?**
- Da, în mare măsură
 - Da, într-o măsură moderată
 - Nu sunt sigur
 - Nu, într-o măsură moderată
 - Deloc
- 25. Cât de mult considerați că nivelul de venit al contribuabililor influențează utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?**

- Foarte mult
- Mult
- Nu știu
- Puțin
- Foarte puțin

26. Considerați că nivelul de educație al contribuabililor are un impact semnificativ asupra utilizării mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

- Foarte mult
- Mult
- Nu știu
- Puțin
- Foarte puțin
-

27. În ce grupă de vârstă vă încadrați?

- Sub 25 de ani
- 26-45 de ani
- 46-60 de ani
- Peste 60

28. Care dintre următoarele niveluri de educație vă reprezintă cel mai bine?

- Studii gimnaziale
- Studii liceale
- Studii universitare
- Studii postuniversitare
- Nu răspund

Ulterior stabilirii eșantionului reprezentativ și diseminării și colectării răspunsurilor chestionarului, rezultatele vor fi analizate și concluziile precum și prepuerile rezultate în urma analizei vor face obiectul unei prezentări.

În cadrul cercetării științifice, verificarea ipotezelor reprezintă un pilon fundamental în evaluarea și confirmarea sau respingerea unor afirmații sau idei. Această etapă critică a procesului de cercetare are rolul de a testa ipotezele formulate înainte de a trage concluzii sau de a face afirmații definitive despre fenomenele observate în lumea reală. Verificarea ipotezelor nu doar confirmă sau infirmă presupunerile inițiale, ci și contribuie la avansarea cunoștințelor și înțelegerii noastre despre lumea înconjurătoare.

Prin explorarea acestor concepte și a practicilor metodologice în verificarea ipotezelor, ne propunem să aducem lumină asupra procesului riguros și necesar de evaluare a ideilor în domeniul științific, subliniind astfel importanța verificării empirice și a validării teoriilor în baza evidențelor empirice obținute.

În urma studiului documentar și în funcție de obiectivele cercetării privind utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu Administrația Financiară (ANAF) în România, ipotezele ar putea fi formulate astfel:

- **ipoteza 1:** Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențată de nivelul de cunoștințe tehnologice al contribuabililor.

- **ipoteza 2:** Motivația principală pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este eficiența și economia de timp pe care o oferă în comparație cu metodele tradiționale de comunicare.
- **ipoteza 3:** Gradul de satisfacție al contribuabililor cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențat de ușurința de utilizare a platformelor și a instrumentelor disponibile.
- **ipoteza 4:** Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este mai frecventă în rândul contribuabililor mai tineri și cu niveluri mai ridicate de educație.
- **ipoteza 5:** Disponibilitatea și accesibilitatea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF influențează gradul de utilizare a acestora de către contribuabili.

Aceste ipoteze pot fi utilizate ca puncte de plecare pentru a testa relațiile și variabilele relevante în cadrul chestionarului și pentru a colecta datele necesare în vederea efectuării unor analize ulterioare. Înainte de a explora importanța verificării ipotezelor, trebuie clarificat ce se înțelege prin ipoteză. O ipoteză este o afirmație sau presupunere pe care o facem în legătură cu o anumită situație sau fenomen. În procesul de luare a deciziilor, ipotezele ne ajută să formulăm o idee sau o presupunere despre relația dintre variabilele pe care le studiem.

Verificarea ipotezelor ne permite să evaluăm validitatea acestor presupuneri și să obținem dovezi statistice solide pentru a susține sau respinge ipotezele noastre. Această etapă este crucială în procesul de luare a deciziilor, deoarece ne ajută să luăm decizii bazate pe date concrete.

Pentru verificarea ipotezelor au fost centralizate răspunsurile la chestionar, (grupate pe ipoteze), astfel:

Pentru ipoteza 1 "Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențată de nivelul de cunoștințe tehnologice al contribuabililor".

1. În ce măsură vă simțiți confortabil în utilizarea mijloacelor electronice de comunicare (de exemplu, platforma online, e-mail) pentru a interacționa cu ANAF?

Graficul 5.1 reprezintă răspunsuri la întrebarea 1

2. Cât de familiar sunteți cu instrumentele și platformele electronice puse la dispoziție de ANAF pentru comunicare online?

9. Credeți că nivelul dumneavoastră de cunoștințe tehnologice influențează capacitatea de a utiliza cu succes mijloacele electronice de comunicare cu ANAF?

10. Ați participat la sesiuni de instruire sau formare oferite de ANAF privind utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

19. Ați întâmpinat dificultăți în a accesa platforma online a ANAF?

Pentru ipoteza 2 "Motivația principală pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este eficiența și economia de timp pe care o oferă în comparație cu metodele tradiționale de comunicare".

3. Care dintre următoarele motive reprezintă principalul motiv pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

4. Ați considerat că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF a adus îmbunătățiri în relația dumneavoastră cu instituția?

11. Considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF a redus timpul necesar pentru a obține răspunsurile la solicitările dumneavoastră?

12. Cum evaluați nivelul de transparență al informațiilor furnizate de ANAF prin intermediul mijloacelor electronice de comunicare?

20. Ați avut nevoie să apelați call center ANAF pentru a rezolva probleme legate de utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

Pentru ipoteza trei: "Gradul de satisfacție al contribuabililor cu utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențat de ușurința de utilizare a platformelor și a instrumentelor disponibile".

5. Cât de ușor vi se pare să utilizați platformele electronice de comunicare oferite de ANAF?

6. Vă simțiți confortabil în utilizarea instrumentelor electronice disponibile pentru a trimite documente sau informații către ANAF?

13. Care dintre următoarele caracteristici ale mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF considerați că sunt cele mai importante pentru a vă adresa contribuabililor?

14. Cât de frecvent utilizați mijloacele electronice de comunicare cu ANAF pentru a obține informații despre legislația fiscală sau să depuneți documente?

21. Cât de mult considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare a îmbunătățit eficiența comunicării cu ANAF?

22. Ați găsit utilitate în utilizarea serviciilor de mesagerie electronică (de exemplu, e-mail) pentru a transmite documente către ANAF?

Pentru ipoteza patru: "Utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este mai frecventă în rândul contribuabililor mai tineri și cu niveluri mai ridicate de educație".

15. Considerați că utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este mai comună în rândul tinerilor decât în rândul persoanelor în vârstă?

16. Cum apreciați nivelul de disponibilitate al suportului tehnic oferit de ANAF pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

25. Cât de mult considerați că nivelul de venit al contribuabililor influențează utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

26. Considerați că nivelul de educație al contribuabililor are un impact semnificativ asupra utilizării mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

27. În ce grupă de vârstă vă încadrați

28. Care dintre următoarele niveluri de educație vă reprezintă cel mai bine?

Pentru ipoteza cinci: "Disponibilitatea și accesibilitatea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF influențează gradul de utilizare a acestora de către contribuabili".

7. Considerați că mijloacele electronice de comunicare oferite de ANAF sunt ușor accesibile pentru dumneavoastră?

8. Ați întâmpinat dificultăți în accesarea și utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

17. Ați întâmpinat dificultăți în obținerea informațiilor necesare pentru utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF?

18. Considerați că ANAF ar trebui să ofere mai multe resurse și instrucțiuni pentru a facilita utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

23. Ați avut dificultăți în a găsi informațiile necesare pe site-ul web al ANAF?

24. Credeți că ANAF ar trebui să ofere suport online (chat live, forumuri) pentru a rezolva întrebările și problemele legate de utilizarea mijloacelor electronice de comunicare?

Această cercetare și-a propus să analizeze factorii care influențează utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF, având la bază trei ipoteze fundamentale: nivelul de cunoștințe tehnologice, motivația utilizării și gradul de satisfacție al contribuabililor. Prin aplicarea testelor statistice Chi-pătrat

și Kolmogorov-Smirnov (KS), rezultatele obținute au oferit o perspectivă clară asupra relațiilor dintre acești factori și utilizarea platformelor digitale fiscale.

Rezultatele cercetării indică necesitatea unor măsuri specifice pentru a crește gradul de utilizare a platformelor electronice ANAF și pentru a asigura incluziunea digitală a tuturor categoriilor de contribuabili. Printre principalele concluzii se numără:

Necesitatea unor campanii de educație digitală – Contribuabilii cu un nivel educațional mai scăzut și persoanele în vârstă au nevoie de programe de instruire pentru a putea accesa eficient serviciile electronice. ANAF ar putea implementa tutoriale online, ghiduri interactive și sesiuni de asistență pentru a reduce barierele tehnologice.

Optimizarea interfeței platformelor digitale – Dacă platformele sunt dificil de utilizat, chiar și persoanele cu competențe digitale ridicate pot întâmpina dificultăți. O interfață mai intuitivă, instrucțiuni clare și un design prietenos pentru toate categoriile de utilizatori ar putea îmbunătăți experiența contribuabililor.

Extinderea accesului la suport tehnic – Un centru de asistență online mai eficient și un serviciu de suport în timp real ar ajuta persoanele care întâmpină probleme în utilizarea platformei ANAF, reducând astfel frustrarea și creșterea gradului de satisfacție.

Îmbunătățirea accesibilității pentru persoanele în vârstă – Rezultatele au arătat că utilizatorii peste 60 de ani folosesc rar platformele electronice. Aceasta ar putea fi rezultatul lipsei de familiarizare cu tehnologia sau unei preferințe pentru interacțiunea directă. Prin implementarea unor soluții alternative, cum ar fi ghiduri video explicative sau asistență telefonică dedicată, această categorie de contribuabili ar putea fi mai bine integrată în ecosistemul digital.

Deși analiza oferă informații valoroase, există câteva limitări care trebuie menționate:

- Eșantionul utilizat – deși reprezentativ, studiul se bazează pe un chestionar aplicat unui număr limitat de contribuabili, ceea ce poate influența extrapolarea rezultatelor la întreaga populație.
- Factorii subiectivi – percepția utilizatorilor asupra platformelor digitale poate varia în funcție de experiențele anterioare, nivelul de încredere în tehnologie și alte variabile individuale.
- Alți factori care pot influența utilizarea platformelor – studiul s-a concentrat pe vârstă și nivelul educațional, dar factori precum nivelul veniturilor, accesul la internet sau disponibilitatea dispozitivelor tehnologice pot juca, de asemenea, un rol important.

Studiul a confirmat că nivelul de cunoștințe tehnologice, motivația utilizării și ușurința platformelor influențează semnificativ utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF. Rezultatele au arătat că persoanele cu competențe digitale ridicate și nivel educațional superior sunt mai active în utilizarea acestor servicii.

De asemenea, eficiența și economia de timp reprezintă principalii factori motivaționali pentru utilizatori, indicând necesitatea unei optimizări continue a platformelor digitale. În plus, satisfacția utilizatorilor depinde de claritatea informațiilor și suportul tehnic oferit.

Pentru cercetări viitoare, se recomandă extinderea studiului prin analizarea unor eșantioane mai mari și includerea altor variabile care ar putea influența utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF. De asemenea, ar fi utilă compararea rezultatelor la nivel internațional, analizând modul în care alte state au implementat și optimizat digitalizarea serviciilor fiscale.

Digitalizarea administrației fiscale este un proces inevitabil, dar succesul său depinde de gradul de acceptare și accesibilitate pentru toți contribuabilii. Studiul realizat demonstrează că vârsta și nivelul educațional influențează semnificativ utilizarea platformelor ANAF, ceea ce impune strategii de îmbunătățire și incluziune digitală.

Prin optimizarea platformelor digitale, creșterea nivelului de educație digitală și extinderea suportului tehnic, ANAF poate asigura o utilizare mai largă și eficientă a mijloacelor electronice, reducând astfel sarcina administrativă și îmbunătățind experiența contribuabililor. În acest fel, digitalizarea nu doar că facilitează accesul la servicii, dar contribuie și la modernizarea administrației publice și la creșterea încrederii cetățenilor în sistemul fiscal.

Propuneri privind implementarea tehnologiilor moderne în accesarea serviciilor publice oferite de ANAF

Într-o eră caracterizată prin digitalizare accelerată, interacțiunea dintre contribuabili și Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF) a fost profund influențată de evoluția tehnologiilor informației și comunicațiilor. Acest capitol își propune să analizeze rezultatele unei cercetări statistice menite să investigheze utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF, evidențiind impactul cunoștințelor tehnice, motivației și satisfacției utilizatorilor asupra acestui proces. Verificarea ipotezelor formulate în cadrul studiului va oferi o înțelegere clară a dinamicii interacțiunii între contribuabili și autoritățile fiscale, în contextul implementării tehnologiilor moderne.

Cercetarea își propune să răspundă la întrebarea fundamentală: „În ce măsură utilizarea mijloacelor electronice de comunicare cu ANAF este influențată de vârstă și nivelul educațional al contribuabililor?”. Aceasta este esențială în contextul transformării digitale a administrației publice, unde succesul depinde de gradul de acceptare și adaptabilitate al populației. Prin analiza datelor colectate dintr-un chestionar aplicat unui eșantion reprezentativ, cercetarea va evidenția tendințele de utilizare a platformelor digitale ale ANAF și va identifica factorii determinanți care influențează interacțiunea contribuabililor cu instituția fiscală.

Din perspectiva metodologică, studiul se bazează pe teste statistice riguroase, precum testul Chi-pătrat și testul Kolmogorov-Smirnov, pentru a evalua relațiile dintre variabilele analizate. Rezultatele obținute vor oferi informații valoroase despre gradul de utilizare a mijloacelor electronice de comunicare, motivația contribuabililor și satisfacția acestora față de serviciile ANAF. În plus, analiza va sublinia importanța accesibilității și disponibilității acestor instrumente digitale, luând în considerare nevoile specifice ale diverselor categorii de utilizatori, cum ar fi persoanele în vârstă sau cele cu competențe digitale reduse.

Prin această abordare, capitolul va contribui la o mai bună înțelegere a modului în care digitalizarea serviciilor fiscale poate influența relația dintre contribuabili și ANAF, precum și la formularea unor propuneri concrete pentru îmbunătățirea accesului și utilizării acestor platforme. Într-o societate în care eficiența administrativă și accesul rapid la informații sunt priorități, acest studiu se dovedește a fi un instrument important pentru factorii de decizie, în vederea optimizării serviciilor publice și asigurării unei interacțiuni mai eficiente între cetățeni și administrația fiscală.

În contextul evoluției rapide a tehnologiilor informației și comunicației, integrarea soluțiilor digitale în administrarea publică devine o necesitate imperativă pentru creșterea eficienței și a transparenței serviciilor oferite cetățenilor. Agenția Națională de Administrare Fiscală (ANAF) se confruntă cu provocări semnificative în gestionarea proceselor de declarare a veniturilor și în interacțiunea cu contribuabilii. În acest sens, adoptarea tehnologiilor moderne, cum ar fi inteligența artificială (AI) și asistenții vocali, poate transforma radical modul în care ANAF își desfășoară activitatea, facilitând accesul la servicii fiscale mai eficiente și mai accesibile pentru toți cetățenii, inclusiv pentru persoanele cu dizabilități.

OCR permite convertirea documentelor fizice, cum ar fi formularele, cererile și alte tipuri de documente scrise, în formate digitale care pot fi ușor accesibile, editabile și căutate. Această tehnologie a evoluat semnificativ în ultimele decenii, trecând de la simple aplicații de citire a textului la soluții avansate care integrează inteligența artificială și învățarea automată. Astfel, OCR nu doar că facilitează digitalizarea, ci și îmbunătățește acuratețea și viteza procesării informațiilor.

Un aspect esențial al tehnologiei OCR este că aceasta nu beneficiază doar persoanele cu competențe digitale avansate, ci și cele care nu au abilități tehnice dezvoltate. Prin automatizarea procesului de introducere a datelor, OCR reduce necesitatea ca utilizatorii să fie familiarizați cu software-uri complexe sau să aibă cunoștințe tehnice avansate. De exemplu, cetățenii care depun cereri pentru servicii publice pot să completeze formulare fizice, care ulterior sunt scanate și procesate automat, fără a necesita intervenția lor în procesul digital. Aceasta le oferă o experiență mai accesibilă și mai prietenoasă, încurajându-i să utilizeze serviciile publice fără teama de a se confrunta cu tehnologia.

Totuși, în ciuda avantajelor evidente, implementarea tehnologiei OCR în serviciile publice nu este lipsită de provocări. Calitatea documentelor originale, competențele digitale ale personalului și riscurile de securitate cibernetică sunt doar câteva dintre aspectele care trebuie luate în considerare. De asemenea, integrarea eficientă a sistemelor OCR cu infrastructura IT existentă este esențială pentru a asigura o tranziție fluidă și un flux de lucru eficient.

Cercetarea de față își propune să exploreze în detaliu funcționarea, avantajele și provocările asociate utilizării tehnologiei OCR în serviciile publice. Prin analiza acestor aspecte, ne dorim să evidențiem nu doar importanța acestei tehnologii, ci și modul în care poate contribui la crearea unei administrații publice mai eficiente, mai transparente și mai responsabile față de cetățeni. De asemenea, vom include studii de caz relevante, date tehnice și referințe din literatura de specialitate pentru a oferi o imagine cuprinzătoare asupra impactului și potențialului OCR în transformarea digitală a serviciilor publice.

Integrarea inteligenței artificiale (AI) în procesele de servicii publice, în special în domeniul declarării veniturilor, a devenit o necesitate strategică pentru modernizarea administrației fiscale. Această abordare nu doar că optimizează eficiența operațională, dar și îmbunătățește experiența utilizatorilor și crește gradul de conformitate în rândul contribuabililor.

În prezent, sistemele tradiționale de declarare a veniturilor se confruntă cu numeroase provocări care limitează eficiența și eficacitatea acestora. Printre aceste provocări se numără:

1. complexitatea procesului: procesul de declarare a veniturilor este adesea perceput ca fiind complicat și consumator de timp, ceea ce duce la neconformități și întârzieri. Un studiu realizat de Comisia Europeană a arătat că aproximativ 30% dintre contribuabili întâmpină dificultăți în completarea declarațiilor fiscale din cauza complexității regulamentelor.
2. Erorile umane: procesarea manuală a declarațiilor fiscale este predispusă la erori, care pot duce la penalizări financiare pentru contribuabili sau la pierderi pentru stat. Statistica arată că erorile de introducere a datelor pot ajunge la 20% din totalul declarațiilor, afectând grav acuratețea colectării veniturilor.
3. Resurse umane limitate: autoritățile fiscale se confruntă cu o lipsă de personal instruit capabil să gestioneze volumul tot mai mare de declarații și să răspundă solicitărilor contribuabililor. Aceasta duce la o acumulare a muncii și la o creștere a timpului de așteptare pentru serviciile fiscale.
4. Deficiențe tehnologice: multe instituții nu dispun de infrastructura necesară pentru a sprijini procesele digitale moderne. Aceasta include servere performante, sisteme de stocare a datelor și software de gestionare a relațiilor cu clienții, toate fiind cruciale pentru o gestionare eficientă a declarațiilor fiscale.

✓ Beneficiile utilizării tehnologiilor AI

Integrarea AI în procesul de declarare a veniturilor poate aborda aceste provocări printr-o serie de beneficii semnificative:

1. automatizarea proceselor: AI permite automatizarea verificărilor de date și procesarea declarațiilor, reducând timpul necesar pentru completarea acestora. De exemplu, sistemele de învățare automată pot analiza datele în timp real, identificând erorile și inconsecvențele înainte ca declarațiile să fie trimise.
2. Îmbunătățirea acurateței: algoritmi de AI pot reduce semnificativ ratele de eroare prin aplicarea unor modele predictive de analiză a datelor. Aceștia pot identifica tipare de comportament fiscal și pot semnaliza posibile fraude pe baza datelor istorice, îmbunătățind astfel acuratețea procesului de colectare a impozitelor.
3. Reducerea timpului de procesare: utilizarea AI pentru a automatiza sarcinile repetitive permite angajaților să se concentreze pe activități mai complexe, cum ar fi analiza strategică și consultanța fiscală. Timpul de procesare a declarațiilor poate fi redus de la săptămâni la câteva zile sau chiar ore.
4. Experiența contribuabilului: tehnologiile AI, cum ar fi chatbotii și asistenții virtuali, pot oferi suport 24/7 pentru contribuabili, răspunzând la întrebările frecvente și ghidându-i prin procesul de declarație. Aceasta nu doar că îmbunătățește satisfacția utilizatorului, dar și reduce volumul de muncă pentru personalul fiscal.
5. Analiza predictivă: algoritmi de învățare automată pot analiza datele din declarații anterioare pentru a prezice comportamentele viitoare ale contribuabililor. Aceasta poate ajuta autoritățile fiscale să dezvolte strategii mai eficiente de colectare a impozitelor și să identifice zonele cu risc ridicat de fraudă.

✓ Perspectivele viitoare ale administrării fiscale

Pe măsură ce tehnologia avansează, se preconizează că integrarea AI va continua să evolueze. Autoritățile fiscale vor trebui să investească în infrastructuri inteligente care să permită un schimb de date mai eficient între instituții, facilitând astfel colaborarea și transparența. De asemenea, se așteaptă ca reglementările fiscale să se adapteze la noile realități tehnologice, asigurându-se că noutățile în domeniul AI sunt integrate în mod corespunzător în cadrul legislativ existent.

În concluzie, integrarea inteligenței artificiale în procesul de declarare a veniturilor reprezintă o oportunitate majoră de a transforma administrația fiscală, îmbunătățind eficiența, acuratețea și experiența utilizatorilor. Această schimbare va necesita angajament și investiții, dar beneficiile pe termen lung vor depăși cu mult provocările inițiale.

✓ Provocări curente în declararea veniturilor

În România, procesul de declarare a veniturilor se confruntă cu o serie de provocări semnificative care afectează eficiența, acuratețea și satisfacția contribuabililor. Aceste provocări includ competențele digitale limitate, resursele umane insuficiente, timpul îndelungat de procesare și deficiențele tehnologice. Fiecare dintre aceste aspecte contribuie la un sistem fiscal care nu reușește să răspundă nevoilor actuale ale contribuabililor și ale autorităților fiscale.

1. Competențe digitale limitate

Conform unui studiu realizat de Uniunea Europeană, aproximativ 42% din populația României nu are competențele digitale necesare pentru a utiliza eficient sistemele online de declarare a veniturilor. Această lipsă de competențe se traduce prin diverse probleme:

- utilizarea inadecvată a tehnologiei: mulți contribuabili nu reușesc să completeze formularele electronice corect, ceea ce duce la erori de raportare. De exemplu, o analiză a datelor din 2022 a arătat că 30% dintre declarațiile depuse conțineau informații incorecte sau incomplete, afectând astfel procesul de evaluare fiscală.

- Frica de tehnologie: un alt aspect important este teama de utilizarea tehnologiei, în special în rândul persoanelor în vârstă sau a celor cu un nivel scăzut de educație. Aceasta duce la o reticență în adoptarea sistemelor online, iar mulți contribuabili preferă să utilizeze metodele tradiționale, care sunt mai consumatoare de timp și mai predispuse la erori.
- Lipsa de formare: există o absență generalizată a programelor de formare care să ajute contribuabilii să se familiarizeze cu platformele digitale de declarare. Acest lucru subliniază necesitatea unor inițiative educaționale din partea autorităților fiscale pentru a îmbunătăți competențele digitale ale cetățenilor.

2. Resurse umane insuficiente

Autoritățile fiscale române se confruntă cu un deficit de personal calificat, ceea ce duce la întârzieri semnificative în procesarea declarațiilor. Această problemă poate fi detaliată astfel:

- numărul limitat de angajați: potrivit datelor oficiale, numărul angajaților din cadrul ANAF (Agenția Națională de Administrare Fiscală) a scăzut cu 15% în ultimii cinci ani, în timp ce volumul de muncă a crescut semnificativ. Aceasta a dus la o creștere a timpului de așteptare pentru contribuabili, care pot aștepta până la două săptămâni pentru a obține răspunsuri la întrebările lor.
- Lipsa de specializare: chiar și în rândul angajaților existenți, există o lipsă de specializare în utilizarea tehnologiilor moderne de analiză a datelor. Aceasta limitează capacitatea autorităților de a detecta și preveni fraudele, lăsând sistemul vulnerabil la abuzuri.
- Îmbătrânirea forței de muncă: o mare parte din personalul fiscal se apropie de pensionare, iar atragerea de tineri specialiști din domeniul IT sau al analizei datelor se dovedește a fi o provocare. Aceasta necesită nu doar un mediu de lucru atractiv, ci și politici salariale competitive.

3. Timp îndelungat de procesare

Procesele manuale de declarare a veniturilor sunt adesea lente și ineficiente, ceea ce afectează atât contribuabilii, cât și veniturile statului. Aceasta se manifestă prin:

- procese manuale: multe dintre declarațiile fiscale sunt procesate manual, ceea ce crește timpul necesar pentru validarea și aprobarea acestora. De exemplu, o declarație standard poate dura până la 10 zile lucrătoare pentru a fi procesată, ceea ce reprezintă o provocare majoră în cazul în care contribuabilii au întrebări sau necesită asistență.
- Întârzieri în comunicarea informațiilor: în cazul în care un contribuabil depune o declarație incompletă sau eronată, procesul de corectare poate dura săptămâni, ceea ce crește gradul de frustrare. Aceasta duce la o percepție negativă asupra autorităților fiscale și la o scădere a încrederii în sistemul fiscal.
- Impactul asupra veniturilor statului: întârzierile în procesarea declarațiilor afectează veniturile statului, deoarece colectarea impozitelor este întârziată. Aceasta poate afecta în mod direct finanțarea serviciilor publice esențiale.

4. Deficiențe tehnologice

Multe instituții nu dispun de infrastructura tehnologică necesară pentru a sprijini procesele digitale moderne. Aceste deficiențe pot fi detaliate astfel:

- infrastructura IT inadecvată: multe dintre serverele utilizate de autoritățile fiscale sunt învechite și nu pot gestiona volumul crescut de date. Aceasta duce la timpi de răspuns lent și la o experiență negativă a utilizatorului.
- Lipsa de software specializat: autoritățile fiscale nu dispun de software modern de gestionare a relațiilor cu clienții (CRM) sau de sisteme de analiză a datelor care să le permită să analizeze comportamentele contribuabililor în timp real. Aceasta limitează capacitatea de a identifica fraudele și de a răspunde rapid la nevoile contribuabililor.

- Securitatea datelor: o altă provocare majoră o reprezintă securitatea datelor. Fără măsuri adecvate de protecție, informațiile sensibile ale contribuabililor sunt expuse riscurilor de breșă de securitate, ceea ce poate afecta grav încrederea în sistemul fiscal.

Provocările curente întâmpinate în procesul de declarare a veniturilor în România sunt complexe și interconectate. Abordarea acestor probleme necesită o strategie cuprinzătoare care să includă investiții în tehnologie, formarea personalului și educarea contribuabililor. Prin adoptarea acestor măsuri, autoritățile fiscale pot îmbunătăți considerabil eficiența procesului de declarare a veniturilor, crescând astfel satisfacția contribuabililor și asigurând o colectare mai eficientă a impozitelor.

Implementarea eficientă a AI în procesul de declarare a veniturilor este un demers complex care necesită o abordare structurată. Prin evaluarea nevoilor, selectarea tehnologiilor potrivite, formarea personalului și monitorizarea continuă, autoritățile fiscale pot transforma procesul de declarare a veniturilor într-unul mai eficient, mai precis și mai accesibil. Această integrare nu doar că îmbunătățește experiența contribuabililor, dar și sprijină dezvoltarea unei administrații fiscale moderne, capabile să facă față provocărilor actuale și viitoare.

În concluzie, implementarea tehnologiilor de inteligență artificială (AI) în procesul de declarare a veniturilor reprezintă o oportunitate semnificativă pentru îmbunătățirea eficienței și acurateței sistemului fiscal. Printre aceste tehnologii, asistentul vocal se distinge prin capacitatea sa de a transforma interacțiunea contribuabililor cu autoritățile fiscale, facilitând un mediu mai accesibil și mai prietenos.

Prin utilizarea asistentului vocal, contribuabilii beneficiază de un proces simplificat de completare a declarațiilor fiscale, eliminând necesitatea de a naviga prin interfețe complexe. Aceasta este deosebit de valoroasă pentru persoanele cu dizabilități, care se pot confrunta cu dificultăți în utilizarea tehnologiilor tradiționale. Asistentul vocal nu doar că îmbunătățește experiența utilizatorilor, dar și crește rata de conformitate, deoarece contribuabilii sunt mai predispuși să interacționeze cu un sistem accesibil și ușor de utilizat.

Impactul asistentului vocal asupra accesibilității este considerabil. Prin furnizarea unei interfețe vocale, se elimină barierele tehnologice, permițând astfel persoanelor cu dizabilități să își gestioneze obligațiile fiscale într-un mod independent. Aceasta promovează autonomia și încrederea, esențiale pentru o viață activă și integrată în societate. Funcționalitățile personalizabile ale asistentului vocal contribuie la adaptarea sistemului la nevoile individuale ale utilizatorilor, asigurând o experiență optimizată.

Privind spre viitor, se anticipează că tehnologiile AI vor continua să evolueze, aducând soluții și mai inovatoare care vor transforma modul în care contribuabilii interacționează cu autoritățile fiscale. Integrarea asistentului vocal cu alte tehnologii emergente va permite furnizarea de servicii de consultanță personalizată și va spori eficiența proceselor fiscale. Este crucial ca autoritățile fiscale să monitorizeze impactul acestor soluții și să facă ajustări în funcție de feedback-ul utilizatorilor, asigurându-se astfel că sistemele rămân aderente cerințelor de accesibilitate.

În concluzie, asistentul vocal reprezintă un pas important spre crearea unui sistem fiscal mai transparent, mai eficient și mai incluziv, care răspunde nevoilor tuturor cetățenilor, în special persoanelor cu dizabilități. Această transformare digitală nu doar că îmbunătățește serviciile fiscale, dar contribuie și la construirea unei societăți mai echitabile și mai accesibile.

Importanța practică a prezentei teze de doctorat rezidă în aceea că reduce excluziunea pe criterii de competențe digitale reduse (România fiind codașă în statisticile de la nivel european), stimulează o deschidere a cetățenilor către mediul online, facilitează o alocare eficientă a resursei umane a instituției

în sensul alocării specialiștilor din activitatea de colectare date și inserare mecanică în bazele de date înspre activități de analiză date și proiectare măsuri de prevenție și politici fiscale predictibile.

Problematica identificării unor soluții inovative în digitalizarea serviciilor publice oferite de Agenția Națională de Administrare Fiscală privind comunicarea prin mijloace electronice dintre contribuabili și ANAF reclamă o activitate de cercetare - dezvoltare continuă și analitică, îndreptată înspre:

1. Optimizarea și automatizarea proceselor administrative și fiscale
2. Creșterea securității cibernetice a sistemelor ANAF
3. Integrarea tehnologiilor emergente
4. Îmbunătățirea experienței utilizatorilor platformelor electronice
5. Eficientizarea procesului de colectare a taxelor și impozitelor
6. Integrarea cu alte instituții și armonizarea datelor
7. Evaluarea impactului managerial asupra implementării soluțiilor digitale
8. Analiza comparativă a sistemelor electronice fiscale internaționale