

## CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HỖ TRỢ THUẾ TẠI CỤC THUẾ TỈNH HẬU GIANG

BÙI VĂN TRỊNH<sup>1\*</sup>, ĐÀO DUY TÂN<sup>2</sup>, LÝ PHƯƠNG THÙY<sup>1</sup>

### Tóm tắt

Nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ của cơ quan thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang. Nhóm tác giả sử dụng phương pháp tần số, thống kê mô tả, Cronbach's Alpha, nhân tố khám phá, tương quan và hồi quy tuyến tính bội để phân tích số liệu khảo sát thực tế đại diện các doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hỗ trợ thuế chịu ảnh hưởng nhiều nhất bởi nhân tố: tính minh bạch; ít chịu ảnh hưởng nhất bởi nhân tố: sự tin cậy, các nhân tố còn lại vẫn có sự ảnh hưởng nhất định giảm dần là: Năng lực phục vụ; Mức độ đáp ứng; Phương tiện hữu hình; Sự đồng cảm. Kết quả kiểm định còn cho thấy không có sự khác biệt đối với mức độ hài lòng về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn của người đại diện doanh nghiệp, ngành nghề, số năm hoạt động, loại hình của doanh nghiệp.

**Từ khóa:** Doanh nghiệp, sự hài lòng, chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế.

### Abstract

The study aims to determine the factors affecting the satisfaction of enterprises with the quality of tax support services at the Tax Department in Hau Giang province. The authors used frequency analysis, descriptive statistics, Cronbach's Alpha, EFA exploratory factor analysis, correlation analysis and multiple linear regression analysis. The research results show that the satisfaction of businesses when using tax support services is most influenced by the following factors: transparency; least affected by the following factors: reliability, the remaining factors still have a certain decreasing influence: Service capacity; The level of response; Tangible Media; Empathy. The test results also show that there is no difference in the level of satisfaction in terms of gender, age, education level of the business representative, industry, number of years of operation, and type of enterprises.

**Keywords:** Enterprise, satisfaction, tax support service quality.

<sup>1</sup> Trường Đại học Cửu Long

<sup>2</sup> Chuyên viên Cục Thuế tỉnh Hậu Giang

\*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Bùi Văn Trinh (Email: bvtrinh@ctu.edu.vn)



## Mở đầu

Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14 ngày 13/6/2019 của Quốc hội được ban hành trong thời kỳ hội nhập không chỉ đơn thuần đảm bảo cho nhu cầu chi tiêu bộ máy nhà nước và đầu tư phát triển kinh tế - xã hội mà còn là một dịch vụ hành chính công phục vụ cho các tổ chức, cá nhân sản xuất kinh doanh. Trong mối quan hệ này, người nộp thuế (NNT) trở thành “khách hàng”, cơ quan thuế (CQT) là “người phục vụ”, hỗ trợ tạo điều kiện cho NNT có nhiều thuận lợi để phát triển sản xuất kinh doanh, thực hiện tốt quyền và nghĩa vụ của mình đối với Nhà nước.

Ý thức được điều đó, ngành Thuế tỉnh Hậu Giang thời gian qua đã và đang thực hiện nhiều giải pháp để nâng cao hiệu quả công tác cải cách hành chính, phục vụ tốt hơn cho NNT. Để đạt được mục tiêu quan trọng này ngoài nỗ lực của CQT, sự hỗ trợ của các cơ quan quản lý nhà nước liên quan, thì sự tham gia đóng góp ý kiến của NNT là một yêu cầu có tính chất quyết định đến hiệu quả phục vụ của ngành Thuế thông qua việc đánh giá mức độ hài lòng từ chính những người sử dụng dịch vụ này.

Ngoài công tác tuyên truyền, Cục Thuế tỉnh Hậu Giang còn làm rất tốt công tác hỗ trợ NNT. Các chính sách thuế mới đều được Cục Thuế tỉnh Hậu Giang tập huấn và hướng dẫn tận tình để NNT hiểu và thực hiện đúng các quy định về thuế như thủ tục đăng ký thuế, kê khai thuế, nộp thuế, hoàn thuế, miễn giảm thuế, luôn đồng hành cùng doanh nghiệp, Cục Thuế tỉnh Hậu Giang đã phối hợp với các nhà cung cấp phần mềm kế toán cung cấp miễn phí cho doanh nghiệp, đồng thời công bố các số điện thoại, đường dây nóng và cử cán bộ thuế trực

để hỗ trợ NNT gọi đến khi có vướng mắc.

Xuất phát từ những vấn đề như trên, nên nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu **“Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang”**.

## 1. Lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### 1.1 Cơ sở lý thuyết

Smith (1969) cho rằng, sự hài lòng đối với dịch vụ là cảm xúc mà cá nhân có đối với dịch vụ. Theo Kotler (2003) thì sự hài lòng là cảm giác vui thích hoặc thất vọng của một người bắt nguồn từ sự so sánh cảm nhận với mong đợi về chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó. Theo Chi-Lin (2003), sự hài lòng của khách hàng được định nghĩa như là kết quả của sự cảm nhận và nhận thức, ở đó một vài tiêu chuẩn được so sánh với sự thực hiện cảm nhận được. Nếu cảm nhận về sự thực hiện cung cách phục vụ thấp hơn mong đợi, khách hàng không hài lòng. Ngược lại, nếu cảm nhận vượt quá sự mong đợi, khách hàng sẽ hài lòng. Theo Nguyễn Thị Thanh Xuân (2011), thì “sự hài lòng của người nộp thuế là cảm nhận về kết quả nhận được từ các dịch vụ hành chính thuế do cơ quan thuế cung cấp so với nhu cầu của họ”.

Chất lượng là mức độ của một tập hợp các thuộc tính vốn có của sản phẩm, hệ thống hay quá trình để đáp ứng yêu cầu của khách hàng và các bên liên quan (TCVN ISO 9001:2015). Chất lượng dịch vụ là dịch vụ được cung cấp xuất sắc và vượt trội hơn sự mong đợi của khách hàng (Zeithaml & Bitner, 1996). Chất lượng dịch vụ là kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ của khách hàng dựa trên những tiêu chí thông qua kinh nghiệm và mong đợi của họ và



những ảnh hưởng từ hình ảnh của doanh nghiệp (Caruana & et al., 2000) và là một khái niệm đa chiều. Chất lượng dịch vụ là mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng (Lewis & Mitchell, 1990; Wisniewski & Donnelly, 1996). Edvardsson & et al. (1994) cho rằng chất lượng dịch vụ là dịch vụ đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng và làm thoả mãn nhu cầu của họ.

Theo Gronroos (1984), chất lượng dịch vụ sẽ tác động đến sự hài lòng của khách hàng và tạo nên sự trung thành của khách hàng. Hệ quả là doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp tăng, đến lượt nó, sẽ tác động trở lại doanh nghiệp có điều kiện cải thiện hơn nữa chất lượng dịch vụ khách hàng. Oliver & Bearden (1985), cho rằng chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến mức độ thoả mãn của khách hàng. Nghĩa là chất lượng dịch vụ được xác định bởi nhiều nhân tố khác nhau, là một phần nhân tố quyết định của sự hài lòng Parasuraman & et al. (1988).

### 1.2 Các nghiên cứu có liên quan

Nghiên cứu sự hài lòng của NNT đối với dịch vụ nộp hồ sơ khai thuế qua mạng của Ching - Wen Chen (2010) xem xét vai trò của chất lượng ở ba khía cạnh bao gồm: (1) chất lượng thông tin (thể hiện qua sự cần thiết và chính xác của thông tin cung cấp); (2) Chất lượng hệ thống (thể hiện qua tính tương tác, quy trình xử lý và tính dễ sử dụng) và (3) chất lượng dịch vụ (thể hiện qua sự đáp ứng, sự tin cậy và sự đồng cảm). Kết quả nghiên cứu khẳng định các yếu tố thực sự quan trọng trong giải thích sự hài lòng của NNT điện tử.

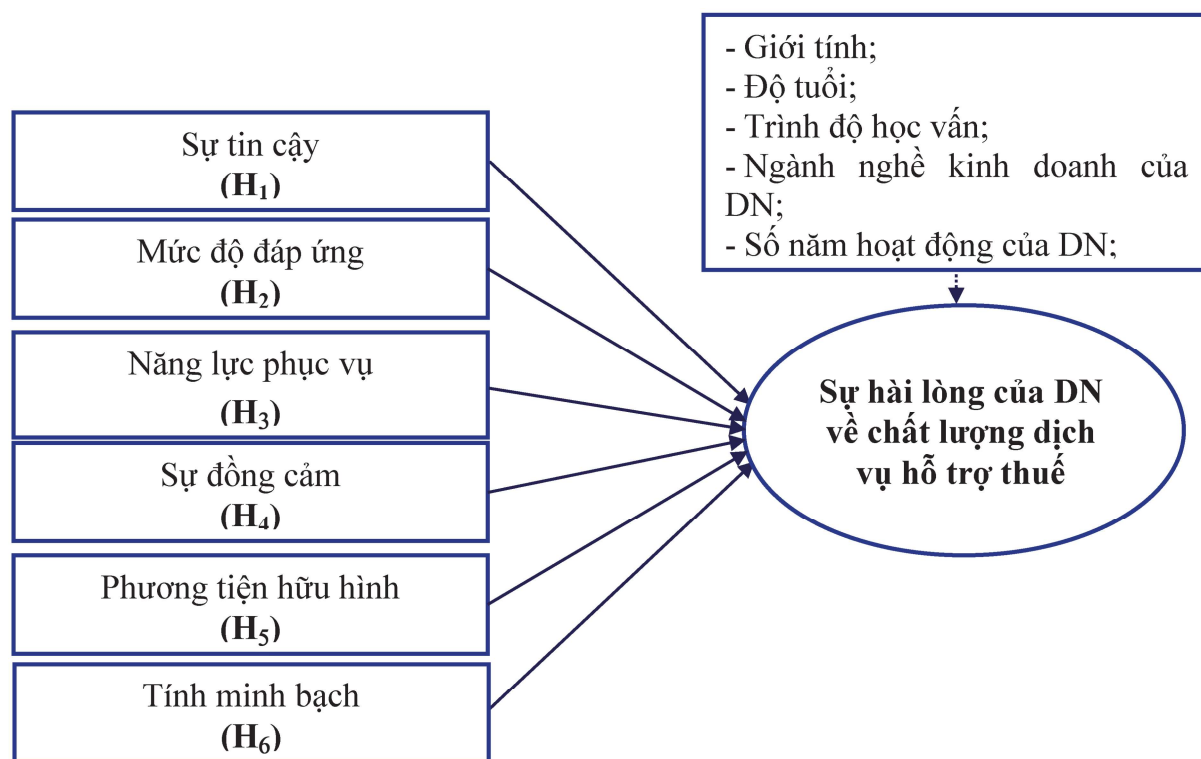
Nghiên cứu về chất lượng dịch vụ hành chính công tại quốc đảo Mauritius của Prabha Ramseook-Munhurrin & et al. (2010) đã sử

dụng thuần chất mô hình chất lượng dịch vụ của parasuraman với thang đo Servqual và 5 nhân tố đo lường bao gồm: yếu tố hữu hình, sự tin cậy, sự đáp ứng, sự đồng cảm, sự đảm bảo. Bộ 20 câu phát biểu đo lường 5 nhân tố được chia thành 2 phần đo lường hai giai đoạn: kỳ vọng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận sau khi sử dụng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng cách đo lường sự chênh lệch giữa cảm nhận và kỳ vọng của khách hàng. Nghiên cứu cho thấy, các khách hàng thụ hưởng dịch vụ công tại Mauritius hài lòng và chất lượng dịch vụ được đánh giá tốt.

Ibrahim Mamat (2011), “Municipal Service Quality and Citizen Satisfaction in Southern Thailand”, tác giả thực hiện nghiên cứu với hai mục tiêu: (1) xác định các yếu tố tác động đến sự hài lòng của người dân Miền Nam Thái Lan đối với các dịch vụ hành chính công do các cơ quan nhà nước cung cấp, (2) mức độ tác động của từng yếu tố đến sự hài lòng của người dân nơi đây. Dựa trên kết quả khảo sát từ 234 người dân địa phương vùng này, tác giả đã chỉ ra rằng, bốn trong năm yếu tố của thang đo SERVQUAL bao gồm: Phương tiện hữu hình, sự đồng cảm, mức độ tin cậy và mức độ đáp ứng tác động có ý nghĩa thống kê đối với sự hài lòng của người dân nơi đây. Kết quả nghiên cứu là hàm ý chính sách giúp các nhà quản lý hành chính địa phương này xây dựng hệ thống các giải pháp nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người dân, cải thiện sự hài lòng của người dân đối với các dịch vụ hành chính công.

### 1.3 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa vào lý thuyết, các nghiên cứu thực nghiệm có liên quan và tình hình thực tế tại địa bàn tỉnh Hậu Giang, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu (Hình 1).



**Hình 1: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của DN về chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế**

Nguồn: Nhóm tác giả, 2022

**Bảng 1: Cơ sở đề xuất các giả thuyết**

Tác giả	Nghiên cứu	Mô hình nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
Ching - Wen Chen (2010)	Sự hài lòng của NNT đối với dịch vụ nộp hồ sơ khai thuế qua mạng	- Chất lượng thông tin. - Chất lượng hệ thống. - Chất lượng dịch vụ.	(1) Khả năng đáp ứng; (2) Sự tin cậy; (3) Sự đồng cảm
Ibrahim Mamat (2011)	Sự hài lòng của người dân đối với các dịch vụ hành chính công	- Xác định các yếu tố tác động đến sự hài lòng của người dân Miền Nam Thái Lan đối với các dịch vụ hành chính công do các cơ quan nhà nước cung cấp. - Mức độ tác động của từng yếu tố đến sự hài lòng của người dân nơi đây.	(1) Phương tiện hữu hình; (2) Sự đồng cảm; (3) Mức độ tin cậy; (4) Mức độ đáp ứng



Tác giả	Nghiên cứu	Mô hình nghiên cứu	Kết quả nghiên cứu
Phan Tấn Phát (2010)	Sự hài lòng của NNT về chất lượng dịch vụ ở phòng Tuyên truyền hỗ trợ của Cục Thuế tỉnh Bến Tre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cơ sở vật chất.</li> <li>- Độ tin cậy.</li> <li>- Đáp ứng.</li> <li>- Năng lực phục vụ.</li> <li>- Sự cảm thông.</li> <li>- Tính minh bạch.</li> </ul>	(1) Năng lực quản lý và phục vụ; (2) Tin cậy - đáp ứng; (3) Cơ sở vật chất có tác động đến sự hài lòng của NNT
Nguyễn Thị Thanh Xuân (2011)	Đánh giá chất lượng công tác tuyên truyền hỗ trợ NNT tại CCT quận 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trách nhiệm nghề nghiệp được đo lường bằng 13 biến quan sát.</li> <li>- Tổ chức thông tin được đo lường bằng 4 biến quan sát.</li> <li>- Phương tiện phục vụ được đo lường bằng 5 biến quan sát.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Trách nhiệm nghề nghiệp;</li> <li>(2) Tổ chức thông tin;</li> <li>(3) Phương tiện phục vụ</li> </ul>
Đình Phi Hồ (2011)	Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với dịch vụ hỗ trợ NNT (trường hợp nghiên cứu điển hình ở Đồng Nai)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sự tin cậy của doanh nghiệp đối với cơ quan thuế.</li> <li>- Đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp.</li> <li>- Năng lực phục vụ.</li> <li>- Sự đồng cảm đối với doanh nghiệp.</li> <li>- Phương tiện vật chất của cơ quan thuế.</li> </ul>	(1) Đảm bảo; (2) Đáp ứng; (3) Hỗ trợ; (4) Phương tiện hữu hình; (5) Tiện lợi; (6) Tin cậy; (7) Cảm thông có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp

Nguồn: Nhóm tác giả, 2022

Hình 1 cho thấy:

Giả thuyết  $H_1$ : Sự tin cậy có mối quan hệ cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang;

Giả thuyết  $H_2$ : Mức độ đáp ứng tác động cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang;

Giả thuyết  $H_3$ : Năng lực phục vụ có mối quan hệ cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang;

Giả thuyết  $H_4$ : Sự đồng cảm có mối quan hệ cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang;

Giả thuyết  $H_5$ : Phương tiện hữu hình có





mối quan hệ cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang;

Giả thuyết  $H_6$ : Tính minh bạch có mối quan hệ cùng chiều và tích cực đến sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế tỉnh Hậu Giang.

### 1.3 Phương pháp nghiên cứu

Định tính và định lượng được sử dụng để thực hiện nghiên cứu như sau:

Nghiên cứu định tính nhằm xác định mô hình nghiên cứu, thiết kế bảng câu hỏi, hiệu chỉnh thang đo và hoàn thiện các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu.

Phương pháp định lượng được thực hiện cho phân tích dữ liệu thu thập từ 200 DN, cụ thể là: Phân tích thống kê mô tả, đánh giá độ tin cậy của biến đo lường bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) để tìm ra các nhân tố đại diện cho các biến quan sát, phân tích tương quan và hồi quy tuyến tính bội để ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của các DN. Thang đo sử dụng trong nghiên cứu Likert 5 mức độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Không có ý kiến; (4) Đồng ý; (5) Hoàn toàn đồng ý.

Nhóm nghiên cứu xác định thang đo gốc trên cơ sở khoa học dựa vào các nghiên cứu thực nghiệm của Parasuraman và & et al. (1988); Phan Tấn Phát (2010); Bùi Văn Trịnh và ctv. (2013); Đặng Thanh Sơn và ctv. (2013); Hà Nam Khánh Giao và Phạm Thị Ánh Nguyệt (2016); Cảnh Chí Hoàng và Huỳnh Thị Đông Phương (2018).

## 2. Phân tích và thảo luận kết quả nghiên cứu

### 2.1 Kiểm định độ tin cậy của thang đo nghiên cứu

Cronbach's Alpha là phương pháp được sử dụng để kiểm định thang đo. Nếu Cronbach's Alpha  $> 0,6$  và hệ số tương quan biến tổng  $> 0,3$  là chấp nhận, biến nào có hệ số tương quan  $< 0,3$  là biến rác, sẽ bị loại bỏ (Slater, 1995; Nunally & Burnstein, 1994; Peterson, 1994). Về lý thuyết, Cronbach's Alpha càng cao thì thang đo nghiên cứu càng có độ tin cậy.

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo các biến của 06 nhân tố độc lập gồm: Sự tin cậy, Mức độ đáp ứng, Năng lực phục vụ, Sự đồng cảm, Phương tiện hữu hình, Tính minh bạch và 01 biến phụ thuộc Sự hài lòng có hệ số Cronbach's Alpha cao nhất là 0,930 và thấp nhất là 0,871  $> 0,6$ . Đồng thời, các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng thấp nhất là 0,679  $> 0,3$ . Như vậy, kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo nghiên cứu đạt yêu cầu để phân tích nhân tố khám phá.

### 2.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA

Hair & et al (1998) cho rằng, phân tích nhân tố khám phá (EFA – Exploratory Factor Analysis) được sử dụng nhằm tìm kết quả rút gọn một tập hợp nhiều biến quan sát thành một số nhân tố ít hơn, nhưng vẫn chứa đựng hầu hết nội dung thông tin và ý nghĩa thống kê của tập biến ban đầu.

#### 2.2.1 Phân tích nhân tố khám phá các biến thuộc nhân tố độc lập

Kết quả EFA đối với các biến của nhân tố độc lập được thể hiện qua bảng 2.



**Bảng 2: Phân tích nhân tố khám phá EFA các biến độc lập**

	Nhóm					
	1	2	3	4	5	6
DC5	0,902					
DC3	0,893					
DC2	0,884					
DC1	0,841					
DC4	0,825					
TC1		0,856				
TC3		0,838				
TC5		0,815				
TC4		0,790				
TC2		0,782				
DU3			0,860			
DU1			0,855			
DU2			0,762			
DU4			0,762			
NL3				0,881		
NL2				0,872		
NL1				0,802		
NL4				0,766		
HH2					0,848	
HH4					0,826	
HH1					0,812	
HH3					0,781	
MB4						0,830
MB1						0,810
MB3						0,809
MB2						0,795

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu 200 DN trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, 2022

Có 26 biến quan sát được đưa vào thang đo nghiên cứu, qua phân tích nhân tố theo

phương pháp trích Principal Component với phương pháp xoay Varimax. Kết quả phân tích dữ liệu từ 200 DN cho thấy, hệ số tải nhân tố (factor loading) > 0,5, kết quả 26 biến quan sát đều đạt yêu cầu.

Như vậy, 06 nhóm được hình thành sau bước phân tích nhân tố một lần nữa khẳng định 06 nhóm được tạo ra như kỳ vọng ban đầu, không phát sinh nhóm mới hay nhân tố mới.

**2.2.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến của nhân tố phụ thuộc**

Kết quả thực hiện bước phân tích EFA cho biến phụ thuộc sự hài lòng của doanh nghiệp cho thấy, hệ số KMO = 0,657 > 0,5, thỏa mãn tính thích hợp của phân tích nhân tố nếu  $0,5 < KMO < 1$ . Hệ số Sig. :  $0,000 < 0,005$  của kiểm định Bartlett cho biết có các biến quan sát tương quan với nhau trong tổng thể có ý nghĩa thống kê, do đó các quan sát phù hợp cho việc phân tích nhân tố.

Kết quả EFA các biến thuộc nhân tố sự hài lòng của các DN được thể hiện qua bảng 2.

**Bảng 3: Phân tích nhân tố khám phá EFA các biến thuộc nhân tố phụ thuộc**

Biến quan sát	Biến số
HL1	0,912
HL3	0,912
HL4	0,910
HL2	0,907
Eigenvalue	3,314
Phương sai trích (%)	82,851
KMO	0,657
Sig. (Bartlett's Test of Sphericity)	0,000

Nguồn: Phân tích dữ liệu 200 DN trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, 2022



Kết quả bảng 3 cho thấy, 04 biến quan sát có hệ số tải nhân tố  $> 0,5$  chứng tỏ các biến quan sát thuộc nhân tố sự hài lòng có độ tin cậy cao.

Như vậy, kết quả EFA các biến thuộc nhân tố phụ thuộc và độc lập của mô hình nghiên cứu đủ điều kiện để thực hiện phân tích mức độ ảnh hưởng của sự hài lòng của các doanh nghiệp.

Trước khi thực hiện hồi quy tuyến tính bội, thì mối tương quan giữa các biến độc lập đến sự hài lòng của các doanh nghiệp phải được thông qua ma trận tương quan với kiểm định hệ số tương quan Pearson được trình bày trong bảng 3.

**Bảng 4: Kết quả phân tích tương quan**

		HL	TC	DU	NL	DC	HH	MB
HL	Hệ số r	1	0,161*	0,368**	0,374**	0,162*	0,257**	0,496**
	Sig. (2-tailed)	0,023	0,000	0,000	0,022	0,000	0,000	
TC	Hệ số r	0,161*	1	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
DU	Hệ số r	0,368**	0,000	1	0,000	0,000	0,000	0,000
NL	Hệ số r	0,374**	0,000	0,000	1	0,000	0,000	0,000
DC	Hệ số r	0,162*	0,000	0,000	0,000	1	0,000	0,000
HH	Hệ số r	0,257**	0,000	0,000	0,000	0,000	1	0,000
MB	Hệ số r	0,496**	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1

\*. Tương quan có ý nghĩa ở mức 5%.  
 \*\*. Tương quan có ý nghĩa ở mức 1%.

*Nguồn: Phân tích dữ liệu 200 DN trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, 2022*

Kết quả mối tương quan giữa các nhân tố ảnh hưởng (biến độc lập) đến sự hài lòng (biến phụ thuộc), thông qua ma trận tương quan với kiểm định Pearson Correlation được trình bày tại bảng 4 cho thấy: Sự hài lòng có tương quan tuyến tính với 06 nhân tố độc lập (có Sig.

$< 0,05$ ) gồm: Sự tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, Sự đồng cảm, Phương tiện hữu hình và Tính minh bạch của cơ quan thuế, cấp nhân tố HL và MB có mối tương quan mạnh nhất với hệ số r là 0,496; cặp HL và TC có mối tương quan yếu nhất với hệ số r là 0,161.

**Bảng 5: Mức ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của doanh nghiệp**

Biến	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	VIF
	B	Sai số chuẩn	Beta			
(Constant)	1.678E-016	0,043		0,000	1,000	
TC	0,161	0,043	0,161	3,731	0,000	1,000
DU	0,368	0,043	0,368	8,528	0,000	1,000
NL	0,374	0,043	0,374	8,652	0,000	1,000
DC	0,162	0,043	0,162	3,744	0,000	1,000
HH	0,257	0,043	0,257	5,960	0,000	1,000
MB	0,496	0,043	0,496	11,489	0,000	1,000

*Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu 200 DN trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, 2022*





Hồi quy tuyến tính bội là phương pháp được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của các DN. Kết quả hồi quy được trình bày tại bảng 5 cho thấy, 06 nhân tố độc lập: TC (Sự tin cậy), DU (Mức độ đáp ứng), NL (Năng lực phục vụ), DC (Tính đồng cảm), HH (Phương tiện hữu hình), MB (Tính minh bạch) đều có mức ý nghĩa Sig. < 0,01, chứng tỏ các biến độc lập này đều tương quan có ý nghĩa thống kê với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 99%, các hệ số hồi quy đều >0.

Như vậy, tất cả các nhân tố độc lập đều tác động cùng chiều dương tới nhân tố phụ thuộc: MB ( $\beta = 0,496$ ) > NL ( $\beta = 0,374$ ) > DU ( $\beta = 0,368$ ) > HH ( $\beta = 0,257$ ) > DC ( $\beta = 0,162$ ) > TC ( $\beta = 0,161$ ).

- Sự tin cậy có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,161 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Sự tin cậy và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>1</sub> được chấp nhận.

- Mức độ đáp ứng có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,368 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Mức độ đáp ứng và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>2</sub> được chấp nhận.

- Năng lực phục vụ có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,374 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Năng lực phục vụ và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>3</sub> được chấp nhận.

- Sự đồng cảm có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,162 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Sự đồng cảm và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>4</sub> được chấp nhận.

- Phương tiện hữu hình có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,257 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Phương tiện hữu hình và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>5</sub> được chấp nhận.

- Tính minh bạch có Sig. = 0,000 < 0,01 do đó có ý nghĩa tác động với Sự hài lòng ở mức ý nghĩa 1%, độ tin cậy 99%. Hệ số Beta chuẩn hóa = 0,496 cho thấy, mối quan hệ giữa yếu tố Tính minh bạch và Sự hài lòng có tác động cùng chiều dương. Vì vậy, giả thuyết H<sub>6</sub> được chấp nhận.

Qua quá trình phân tích, mô hình hồi quy gồm 6 nhân tố độc lập tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại tỉnh Hậu Giang được thể hiện qua phương trình sau:

**Sự hài lòng** = 0,496 Tính minh bạch + 0,374 Năng lực phục vụ + 0,368 Mức độ đáp ứng + 0,257 Phương tiện hữu hình + 0,162 Sự đồng cảm + 0,161 Sự tin cậy.

### 3. Kết luận và hàm ý chính sách

Qua phân tích dữ liệu thu thập từ 200 DN trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, nghiên cứu xác định được mức độ ảnh hưởng 06 nhân tố đến Sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ của CQT, đó là: (1) Sự tin cậy; (2) Khả năng đáp ứng; (3) Năng lực phục vụ; (4)



Sự đồng cảm; (5) Phương tiện hữu hình và (6) Tính minh bạch.

Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất 06 hàm ý chính sách liên quan đến Sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ của CQT trên địa bàn nghiên cứu là tỉnh Hậu Giang như sau:

### 3.1 Hàm ý về Tính minh bạch

Tính minh bạch có tác động mạnh nhất tới sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,496$ ), mặt khác theo đánh giá về thang đo Tính minh bạch của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,44 nằm trong khoảng từ 3,41 – 4,2 cho thấy mức độ Tính minh bạch đạt ở mức độ “hài lòng”.

Vì vậy, cần duy trì tốt hơn nữa nhân tố này là cần thiết và nên thực hiện theo hướng: Quy định các thủ tục về thuế có sự thống nhất và tập trung trong văn bản pháp luật.

### 3.2 Hàm ý về Năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ có tác động đứng thứ 2 với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,374$ ), ảnh hưởng đến sự hài lòng của DN, mặt khác theo đánh giá về thang đo Năng lực phục vụ của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,49 nằm trong khoảng từ 3,41 – 4,2 cho thấy mức độ Năng lực phục vụ đạt ở mức độ “hài lòng”. Ngành thuế là một ngành khá nhạy cảm, trong cơ chế kinh tế thị trường hiện nay, cán bộ thuế rất dễ bị cám dỗ, sa sút phẩm chất, có tư tưởng vụ lợi nên thiếu tu dưỡng, rèn luyện thường xuyên. Do đó, để nâng cao năng lực phục vụ, tính công tâm, khách quan của cán bộ thuế trong thực thi nhiệm vụ, Cục Thuế cần tập trung thực hiện một số giải pháp sau:

- Quan tâm bồi dưỡng nâng cao ý thức trách nhiệm, đạo đức công chức thuế không

những ở các khoá bồi dưỡng cơ bản mà quan trọng là giáo dục chính trị, tư tưởng, đạo đức công chức một cách thường xuyên thông qua các buổi họp cơ quan định kỳ, họp Chi bộ, phong trào thi đua “học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh” trong đơn vị.

- Việc phân công viên chức làm việc với DN phải được bố trí luân phiên hàng ngày, đảm bảo tính khách quan; định kỳ tổ chức đánh giá phân loại cán bộ công chức và luân chuyển đúng quy định.

- Bồi dưỡng cán bộ thuế nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm, phương pháp giao tiếp ứng xử văn minh lịch sự với người nộp thuế. Doanh nghiệp sẽ tin cậy và hài lòng vào chất lượng dịch vụ của Cục Thuế khi cán bộ thuế biết quan tâm, thông cảm với khó khăn của doanh nghiệp, cư xử với doanh nghiệp với thái độ tôn trọng và lịch sự.

### 3.3 Hàm ý về Mức độ đáp ứng

Khả năng đáp ứng có tác động mạnh thứ 3 tới sự hài lòng của doanh nghiệp với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,368$ ), mặt khác theo đánh giá về thang đo Khả năng đáp ứng của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,39 nằm trong khoảng từ 2,61 – 3,40 cho thấy mức độ Khả năng đáp ứng đạt ở mức độ “trung bình”. Khả năng đáp ứng dịch vụ hỗ trợ thuế một cách đầy đủ, nhanh chóng của Cục Thuế, do đó để tăng mức độ đáp ứng chất lượng dịch vụ ngành thuế trong thời gian tới cần tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau:

- Hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu về danh bạ doanh nghiệp đầy đủ, chính xác làm cơ sở thực hiện kiểm tra nhu cầu và cung cấp, giải quyết các dịch vụ về thuế được nhanh chóng, chính xác, đúng thời gian theo quy định của pháp luật.



- Ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý thuế; cung cấp đầy đủ thông tin về thuế và dịch vụ kê khai thuế qua mạng giúp cho doanh nghiệp hiểu và thực hiện một cách nhanh chóng, thuận lợi nhất; Cải tiến nội dung trang website của Cục Thuế trên Internet, cập nhật thông tin thiết thực các dịch vụ. Phát triển, hoàn thiện ứng dụng công nghệ thông tin vào việc trao đổi và cung cấp các dịch vụ trực tuyến cho “người nộp thuế” như: Đăng ký thuế, khai thuế điện tử, gửi hồ sơ thuế qua mạng,...

- Tiếp tục hoàn thiện các phần mềm ứng dụng trong việc tiếp nhận và xử lý hồ sơ tại bộ phận “một cửa”. Qua đó, ngành thuế có thể kiểm tra được việc xử lý hồ sơ của cán bộ phụ trách có nhanh chóng, chính xác và đúng thời gian quy định.

### 3.4 Hàm ý về Phương tiện hữu hình

Phương tiện hữu hình có tác động mạnh thứ 4 tới sự hài lòng của doanh nghiệp với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,257$ ), mặt khác theo đánh giá về thang đo Phương tiện hữu hình của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,64 nằm trong khoảng từ 3,41 – 4,2 cho thấy mức độ Phương tiện hữu hình đạt ở mức độ “hài lòng”. Doanh nghiệp đánh giá tích cực về yếu tố Phương tiện hữu hình của Cục Thuế, đánh giá sự hài lòng của họ, cảm nhận về dịch vụ của họ cũng được đánh giá cao hơn. Với kỳ vọng phương tiện hữu hình có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế thì cần thực hiện:

- Cần bố trí một cách hợp lý hơn nơi niêm yết các thủ tục hành chính thuế để người nộp thuế khi đến giao dịch tại Cục Thuế có thể nhanh chóng tìm hiểu các thông tin về thủ tục hành chính thuế.

- Trang bị hệ thống thiết bị máy tính hiện đại, được nối mạng để cán bộ thuế có thể truy cập nhanh chóng kho dữ liệu dịch vụ hỗ trợ, giải quyết yêu cầu của doanh nghiệp.

- Cần thiết lập đa dạng hóa các kênh thông tin liên quan đến thuế dành cho doanh nghiệp. Thường xuyên nâng cấp trang Website, phần mềm hỗ trợ việc kê khai quyết toán thuế của doanh nghiệp.

### 3.5 Hàm ý về Sự đồng cảm

Sự đồng cảm có mức tác động thứ 5, với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,162$ ), ảnh hưởng đến sự hài lòng của DN, mặt khác theo đánh giá về thang đo Sự đồng cảm của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,65 nằm trong khoảng từ 3,41 – 4,2 cho thấy mức độ Sự đồng cảm đạt ở mức độ “hài lòng”.

Đây cũng là nhân tố có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của doanh nghiệp, tuy nhiên cán bộ thuế phải có thái độ cư xử lịch sự, tôn trọng doanh nghiệp, biết quan tâm, thông cảm với khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp. Trước hết cần tăng cường lắng nghe tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp; cán bộ, công chức cần tăng cường quan tâm đến doanh nghiệp; tăng cường sự công bằng trong việc tuyên truyền các thay đổi về chính sách, quy trình, quy định nộp thuế và việc tuyên dương tôn vinh doanh nghiệp. Vì vậy trong thời gian tới là cần tăng cường giáo dục đạo đức, tư tưởng và kỹ năng ứng xử, giao tiếp với người nộp thuế cho cán bộ công chức trong đơn vị. Từ đó, khuyến khích những cá nhân vừa có sáng kiến, cải tiến trong công tác, vừa có thái độ, kỹ năng phục vụ người nộp thuế, được chính người nộp thuế đánh giá cao. Tính dân chủ và sự công bằng: Qua kết quả phân tích cho thấy, người nộp thuế do Cục Thuế quản lý vẫn còn



ngại ngại khi đánh giá tiêu chí người nộp thuế được đối xử công bằng trong việc tư vấn, giải quyết thủ tục hành chính thuế và trong việc tuyên truyền, phổ biến các chính sách thuế. Do đó, cần tiếp tục đa dạng hóa hơn nữa các loại hình, phương pháp và hình thức tuyên truyền, hỗ trợ để phù hợp với từng đối tượng người nộp thuế, đồng thời công khai các hình thức tiếp nhận và giải quyết ý kiến phản hồi của người nộp thuế, công khai tên và trách nhiệm của lãnh đạo Cục Thuế, lãnh đạo phòng, cán bộ trực tiếp làm công tác tư vấn, hỗ trợ và giải quyết hồ sơ của người nộp thuế để người nộp thuế có thể xác định đúng bộ phận cần liên hệ đồng thời cũng hỗ trợ giám sát hoạt động của cơ quan thuế.

### 3.6 Hàm ý về Sự tin cậy

Sự tin cậy có tác động mạnh cuối cùng, với hệ số beta chuẩn hóa ( $\beta = 0,161$ ), mặt khác theo đánh giá về thang đo Sự tin cậy của các đáp viên có giá trị trung bình là 3,62 nằm trong khoảng từ 3,41 – 4,2 cho thấy mức độ Sự tin cậy đạt ở mức độ “hài lòng”. Sự tin cậy là khả năng thực hiện dịch vụ hỗ trợ thuế một cách đáng tin cậy và chính xác của Cục Thuế. Do đó, để tăng độ tin cậy của chất lượng dịch vụ ngành thuế trong thời gian tới cần tập trung vào một số giải pháp chủ yếu sau:

Nâng cao kỷ cương, kỷ luật công tác, chống mọi hành vi hách dịch cửa quyền sách nhiễu, tùy tiện khi thi hành công vụ, vi phạm pháp luật thuế. Thường xuyên tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc chấp hành chủ trương chính sách pháp luật thuế và quy trình nghiệp vụ của cán bộ thuế. Cần có sự tham gia giám sát định kỳ việc thực thi chính sách pháp luật thuế của cán bộ thuế của các cơ quan chức năng nhà nước. Đồng thời, vai trò kiểm

tra, giám sát của nhân dân, trong đó chủ yếu là doanh nghiệp là hết sức quan trọng. Thông qua các đường dây nóng của ngành thuế, UBND các cấp,... các doanh nghiệp có thể phản ánh kịp thời những trường hợp cán bộ thuế không thực hiện đúng các quy trình công khai, cố ý làm trái hay những nhiễu, gây khó khăn cho người nộp thuế.

Đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định là vấn đề ngành thuế các cấp phải đặc biệt quan tâm. Thực tế cho thấy cán bộ ngành thuế nói riêng và cán bộ công chức nhà nước nói chung thường không đảm bảo giờ giấc làm việc đúng qui định (sáng đúng 7 giờ, chiều đúng 13 giờ). Do vậy, việc khắc phục tình trạng trên chưa hẳn là một chuyện dễ dàng khi thói quen và tác phong làm việc cũ đã ăn sâu. Vì thế, cần có sự quyết tâm cải biến mạnh mẽ của người lãnh đạo đơn vị thông qua các qui định, quy chế làm việc cụ thể và các biện pháp kiểm tra giám sát, chấm công công khai, minh bạch, kết hợp với việc xử lý nghiêm các vi phạm giờ giấc làm việc theo từng mức độ.

Tăng cường xây dựng đội ngũ cán bộ công chức thuế có kiến thức chuyên sâu chuyên nghiệp, quản lý thuế hiện đại. Cán bộ thuế không chỉ đơn thuần chỉ biết chính sách pháp luật thuế mà còn phải có kiến thức về kế toán, đánh giá phân tích tài chính doanh nghiệp, quản lý kinh tế, kiến thức về hội nhập quốc tế... đồng thời phải am hiểu tin học, có khả năng ứng dụng công nghệ hiện đại vào công tác quản lý. Có như vậy, cán bộ thuế mới đem lại sự tin cậy cho doanh nghiệp trong chất lượng dịch vụ, hỗ trợ, giúp đỡ, hướng dẫn, tư vấn cho doanh nghiệp kịp thời khi hồ sơ giao dịch có sơ suất hay chưa đúng quy định. Nâng cao năng lực cán bộ công chức cần định kỳ tổ chức thi sát



hạch tay nghề cán bộ hàng năm, thông qua kết quả thi có thể xác định những lỗ hổng về chuyên môn nghiệp vụ trong cán bộ để có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng.

Để nâng cao sự hài lòng doanh nghiệp về sự hướng dẫn, giải đáp chính sách thuế của cán bộ thuế, cần thực hiện tốt chức năng tuyên truyền, hỗ trợ của ngành thuế. Đây là chức năng quan trọng, là tuyến đầu của ngành thuế trong quy trình cải cách quản lý thuế theo hướng hiện đại. Tuy nhiên, xét trên góc độ lý thuyết, việc tư vấn hỗ trợ, việc trả lời văn bản chính sách thuế vẫn do cơ quan có thẩm quyền thực hiện trên cơ sở chức năng nhiệm vụ và địa vị pháp lý của mình, dẫn đến chưa thực sự khách quan, đôi lúc do trình độ cán bộ chưa đồng đều dẫn đến sự hướng dẫn giải đáp chưa thống nhất.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bùi Văn Trịnh và ctv. (2013). *Đánh giá chất lượng phục vụ ngành thuế An Giang*, <http://www.vtca.vn/vtca.nsf/0/Danh-gia-chat-luong-phuc-vu-cua-nganh-thue-An-Giang-Muc-do-hai-long-cua-DN-dat-599-22.htm>;
- [2] Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction-the moderating role of value. *European Journal of marketing*, 34(11/12), 1338-1353;
- [3] Donnelly, M., Shiu, E., Dalrymple, J. F., & Wisniewski, M. (1996). Adapting the SERVQUAL scale and approach to meet the needs of local authority services. In *Total quality management in action* (pp. 263-266). Springer Netherlands;
- [4] Đặng Thanh Sơn, Lê Kim Long và Đỗ Văn Cường (2013), “*Đánh giá mức độ hài lòng của NNT đối với chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại cục thuế tỉnh Kiên Giang*”, *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ* (25), tr.17-23.
- [5] Đinh Phi Hồ (2011), *Yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với dịch vụ hỗ trợ NNT (Trường hợp nghiên cứu điển hình ở Đồng Nai)*, Nhà xuất bản Phương Đông;
- [6] Lewis, B. R., & Mitchell, V. W. (1990). Defining and measuring the quality of customer service. *Marketing intelligence & planning*, 8(6), 11-17;
- [7] Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of retailing*, 67(4), 420;
- [8] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- [9] Quốc Hội (2019), Luật Quản lý thuế số 38/2019/QH14 ngày 13/06/2019;
- [10] Nguyễn Thị Thanh Xuân (2011), *Đánh giá chất lượng công tác tuyên truyền hỗ trợ NNT tại CCT quận 1*, Luận văn thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh;
- [11] Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the academy of marketing science*, 25(1), 67-85.

Ngày nhận bài: 17/10/2022

Ngày gửi phản biện: 19/10/2022

Ngày duyệt đăng: 25/12/2022