

# **Nghiên Cứu Các Yếu Tố Ảnh Hưởng Đến Sự HÀi Lòng Của Khách Hàng Doanh Nghiệp Khi Sử Dụng Dịch Vụ NỘP THUẾ ĐIỆN TỬ CỦA Ngành Thuế Tại Chi Cục Thuế Quận Ngũ Hành Sơn Thành Phố Đà Nẵng**

## **Tóm tắt :**

*Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp (sau đây gọi chung là khách hàng) đối với dịch vụ nộp thuế điện tử tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn Thành phố Đà Nẵng. Mẫu khảo sát gồm 158 khách hàng có sử dụng dịch vụ nộp thuế điện tử tại chi cục thuế quận trong thời gian vừa qua. Kết quả cho thấy Điều kiện vật chất, khả năng phục vụ của đơn vị là những yếu tố quan trọng quyết định thuận chiều đến sự hài lòng khi sử dụng các dịch vụ nộp thuế điện tử của ngành thuế bên cạnh các yếu tố về quy trình thủ tục, đội ngũ cán bộ công chức và cơ chế góp ý, phản hồi thông tin cho DN. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số gợi ý cho nhà quản trị đơn vị trong việc hoàn thiện một số các chính sách qua đó nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với các dịch vụ tại đơn vị trong thời gian đến.*

**Từ khóa :** Chi cục thuế, Quận Ngũ Hành Sơn, Chất lượng dịch vụ, Dịch vụ nộp thuế điện tử; Sự hài lòng; TP Đà Nẵng

## **1. Giới thiệu**

Ngành thuế thành phố Đà Nẵng nói chung, Chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn nói riêng được thành lập theo Quyết định số 127/QĐ-TCCB ngày 04/02/1997 của Bộ trưởng Bộ Tài chính về việc thành lập Chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn thuộc Cục Thuế thành phố Đà Nẵng. Ngày 28/10/2003 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 218/2003/QĐ-TTg quy định về chức năng, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Thuế trực thuộc Bộ Tài chính. Chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn trực thuộc Cục Thuế thành phố Đà Nẵng, chịu sự chỉ đạo song song của Ủy ban nhân dân quận Ngũ Hành Sơn, với chức năng tham mưu chuyên môn trực tiếp cho Quận ủy và Ủy ban nhân dân quận, chịu trách nhiệm về công tác quản lý, chỉ đạo thu thuế trên địa bàn quận. Trong suốt quá trình hoạt động của mình, Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn luôn đặc biệt chú trọng đến việc cải tiến và không ngừng nâng cao hơn nữa chất lượng các dịch vụ phục vụ khách hàng, đặc biệt là dịch vụ nộp thuế điện tử.

Việc nghiên cứu các đánh giá đặc biệt là sự hài lòng từ phía khách hàng doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ này tại đơn vị trong thời gian vừa qua luôn dành được sự quan tâm của các nhà quản lý tại Cục thuế TP Đà Nẵng nói chung và tại chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn nói riêng. Bởi lẽ thông qua nghiên cứu khảo sát này việc nhà quản lý của đơn vị

có thể nắm bắt được và khắc phục được các điểm hạn chế, góp ý của khách hàng trong quá trình triển khai cung cấp dịch vụ nộp thuế điện tử qua đó đưa ra những đề xuất, những giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng của dịch vụ. Đây cũng chính là mục tiêu của bài viết của tác giả.

## **2.Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu**

### *2.1.Dịch vụ và chất lượng của dịch vụ*

Dịch vụ là một loại hàng hóa kinh tế đặc biệt, vô hình khác biệt so với các sản phẩm hàng hóa hữu hình khác. Các nhà nghiên cứu có quan điểm khác nhau về dịch vụ, nghiên cứu này giới thiệu một số khái niệm được trích dẫn sử dụng bởi nhiều nhà nghiên cứu khác nhau như sau: Theo Zeithaml và Bitner (2000) dịch vụ là hành vi, quá trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo ra giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Theo Oliveira (2009) thì dịch vụ là hoạt động kinh tế tạo giá trị và cung cấp lợi ích cho khách hàng tại thời gian cụ thể và địa điểm cụ thể như là kết quả của một sự thay đổi mong muốn, hoặc thay mặt cho người nhận (sử dụng) dịch vụ. Theo Kotler và Armstrong (1999), dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng. Theo Oliveira (2009), một dịch vụ mang tính chất vô hình và chỉ đánh giá được khi kết hợp với các chức năng khác là các quá trình sản xuất và các sản phẩm hữu hình.

Chất lượng dịch vụ là mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả dịch vụ (Parasuraman, 1988). Chất lượng dịch vụ không được hình thành từ nhiều yếu tố khác nhau. Có thể nói nó là một khái niệm nhiều khía cạnh và nó là một chỉ tiêu tổng hợp của các nhân tố khác nhau. Trong những lĩnh vực dịch vụ khác nhau nó lại được đo lường bởi những yếu tố khác nhau.

### *2.2.Sự hài lòng của khách hàng*

Sự hài lòng khách hàng là trạng thái cảm xúc đối với sản phẩm dịch vụ đã từng sử dụng (Spreng và cộng sự., 1996). Sự hài lòng của khách hàng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của anh ta (Kotler, 1996). Nhìn chung các nhà nghiên cứu xem xét sự hài lòng là cảm giác thoải mái khi khách hàng được đáp ứng như kỳ vọng của họ về sản phẩm, dịch vụ. Sự hài lòng chung về dịch vụ được xem xét như một biến riêng trong mối quan hệ với các thành phần chất lượng dịch vụ (Durvasula và Mehta, 1999; Chow và Luk, 2005; Mostafa, 2005; Zarei và cộng sự, 2012).

### *2.3.Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng*

Các nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng có mối quan hệ mật thiết với nhau, chất lượng dịch vụ là nguyên nhân và sự hài lòng là kết quả (Spereng, 1996; Chow và Luk (2005). Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng là quan hệ cùng chiều, chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận của khách hàng. Theo Zeithaml và Bitner (2000), chất lượng dịch vụ và hài lòng

khách hàng là hai khái niệm khác nhau, trong khi chất lượng dịch vụ chỉ tập trung cụ thể vào những thành phần của dịch vụ, hài lòng khách hàng là khái niệm tổng quát. Theo Cronin và Taylor (1992), Spreng (1996) cho rằng giữa chất lượng dịch vụ và hài lòng khách hàng có mối liên hệ với nhau.

Trong lĩnh vực nghiên cứu chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng đã được các nhà nghiên cứu thực hiện một cách có hệ thống trong nhiều năm qua. Trong đó phải kể đến mô hình nổi tiếng là mô hình SERVQUAL (Parasuraman và cộng sự, 1988).

Đối với lĩnh vực công tương tự như ngành thuế, cũng đã có nhiều công bố của các tác giả kế thừa nghiên cứu trên cơ sở thang đo SERVQUAL. Tiêu biểu như mô hình của về đánh giá sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công khi ứng dụng tiêu chuẩn ISO tại UBND quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh với 5 yếu tố : Sự tin cậy; Cơ sở vật chất; Khả năng phục vụ; Quy trình thủ tục. Trong khi đó khi nghiên cứu về đánh giá mức độ hài lòng của công dân, tổ chức đối với dịch vụ hành chính công trên địa bàn TP Đà Nẵng, tác giả Lê Dân (2012) đã đề xuất mô hình với 7 yếu tố : Cán bộ, công chức; Cơ sở vật chất; Công khai công vụ; Thời gian làm việc; Thủ tục quy trình làm việc; Phí, lệ phí; Cơ chế giám sát và góp ý. Cùng thời gian đó, Viện nghiên cứu kinh tế xã hội thành phố Đà Nẵng (2012) khi đề xuất nghiên cứu về sự hài lòng của tổ chức, công dân đối với chất lượng dịch vụ công nói chung trên địa bàn thành phố đã đưa ra 4 yếu tố đó là : Mức độ thuận tiện; Khả năng đáp ứng dịch vụ; Chi phí sử dụng dịch vụ; Cơ chế phản hồi, góp ý, khiếu nại tố cáo... Ngoài các công trình trên, còn có một số các tác giả cũng đã công bố các nghiên cứu tương tự như Nguyễn Văn Ngọc và Phan Tấn Phát (2012), Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa (2010), Phan Thị Dinh (2013)...

### **3. Mô hình nghiên cứu**

Mô hình nghiên cứu này được thiết kế dựa trên nền tảng mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) kết hợp với các nghiên cứu của Lê Dân (2012), Võ Nguyên Khanh (2011), Viện nghiên cứu KTXH Đà Nẵng (2012)... Từ mô hình nghiên cứu, tác giả đưa ra giả thuyết nghiên cứu như sau :

H1 : Điều kiện vật chất tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử

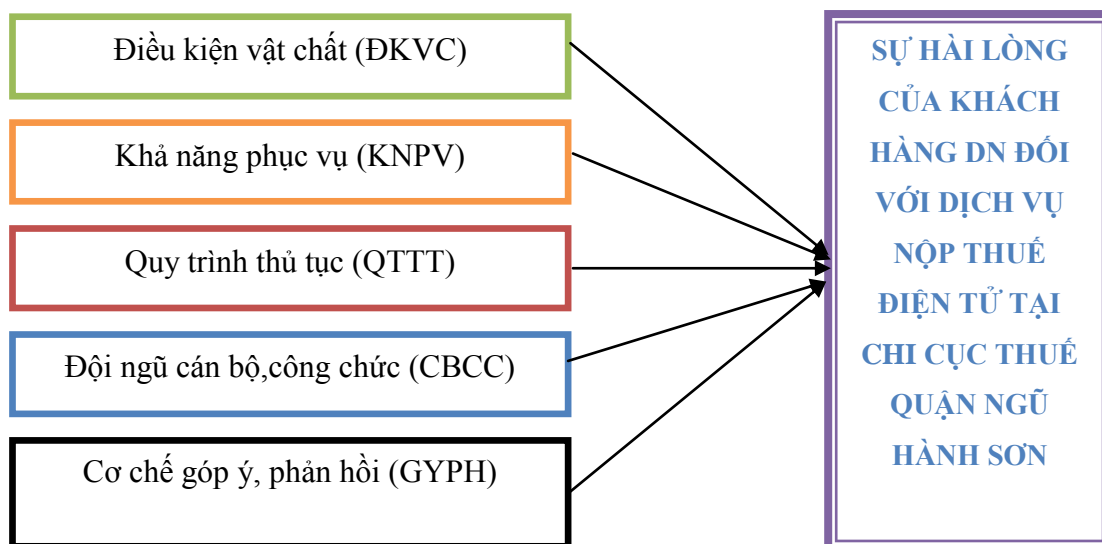
H2 : Khả năng phục vụ tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử

H3 : Quy trình thủ tục tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử

H4 : Đội ngũ cán bộ, công chức tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử

H5 : Cơ chế góp ý, phản hồi tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử

Mô hình nghiên cứu đề nghị được trình bày như sau :



**Hình 1. Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn**

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

##### **4.1. Phương pháp chọn mẫu và thu thập dữ liệu**

Nghiên cứu được thực hiện qua thông qua 01 bảng câu hỏi với thang đo cấp bậc Likert với 5 điểm bởi đây là thang đo sử dụng một dãy số dương. Các chỉ báo được đánh giá với lựa chọn số 1 là hoàn toàn không đồng ý với phát biểu, lựa chọn số 5 là hoàn toàn đồng ý với phát biểu và mức độ đồng ý phát biểu tăng dần từ 1 đến 5.

Phương pháp chọn mẫu được lựa chọn là phương pháp chọn mẫu phân tầng, sau khi xác định cỡ mẫu phù hợp sẽ được phân bổ theo từng tiêu chí khác nhau như giới tính, độ tuổi và đặc điểm nghề nghiệp, thu nhập của khách hàng.

Cỡ mẫu được xác định theo nguyên tắc tối thiểu để đạt được sự tin cậy cần thiết của nghiên cứu tuy nhiên hiện nay cỡ mẫu tối thiểu như thế nào là phù hợp vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau của các nhà nghiên cứu và chưa thống nhất được. Nghiên cứu này lấy mẫu 176 khách hàng có sử dụng dịch vụ nộp thuế điện tử trong quý IV năm 2016 thông qua phương thức gửi phiếu điều tra đến địa chỉ các khách hàng DN có đăng ký và sử dụng dịch vụ nộp thuế điện tử tại chi cục thuế Quận Ngũ Hành Sơn. Căn cứ để thực hiện việc chọn mẫu ở quy mô rộng đó là dựa trên kỹ thuật phỏng vấn sâu chuyên gia, thảo luận nhóm thử với 10 khách hàng ban đầu trình bày ở mục phương pháp nghiên cứu dưới đây đối với bảng câu hỏi được thiết lập trên nền tảng lý thuyết đề cập ở trên. Việc chọn mẫu diện rộng được thực hiện theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện, khách quan, ngẫu nhiên đối với các khách hàng có sử dụng dịch vụ nộp thuế điện tử tại chi cục thuế. Trong số 165 bảng câu hỏi tổng hợp được thì có một số bảng câu hỏi bị loại bỏ do khách hàng chưa hoàn thành toàn bộ các câu hỏi. Do đó mẫu nghiên cứu chính thức là  $n = 158$ .

##### **4.2. Phương pháp nghiên cứu**

###### **4.2.1. Nghiên cứu định tính**

Tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu chính, đó là nghiên cứu định tính và

nghiên cứu định lượng. Trong đó, nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua việc thu thập, tìm hiểu, đánh giá và tổng hợp tài liệu, tham khảo các thang đo và có điều chỉnh để phù hợp với điều kiện của chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn. Việc điều chỉnh thang đo được thực hiện dựa trên kết quả của các cuộc phỏng vấn sâu với chuyên gia và thảo luận nhóm với 10 khách hàng sử dụng dịch vụ. Cụ thể thang đo của mô hình bao gồm các biến quan sát với các phát biểu cụ thể như sau :

*Điều kiện vật chất* (ký hiệu : ĐKVC) với 4 biến quan sát :

- Hệ thống phần mềm quản lý số liệu kê khai thuế của cơ quan Thuế đảm bảo tính an toàn, bảo mật thông tin khách hàng.
- Hạ tầng truyền thông khai báo thuế hoạt động ổn định đảm bảo thông suốt.
- Thiết bị của cơ quan thuế được trang bị phục vụ khai báo của DN hiện đại, nhanh chóng, hiệu quả (phần mềm khai báo, đường truyền thông tin)
- Hệ thống phần mềm quản lý số liệu kê khai thuế của cơ quan Thuế cung cấp chuyên nghiệp, rõ ràng.

*Khả năng phục vụ* (ký hiệu : KNPV) với 7 biến quan sát :

- Chi cục sẵn sàng thực hiện nhiệm vụ linh động khi được yêu cầu từ phía DN kể cả ngoài giờ hành chính.
- Chi cục có khả năng phát hiện sai sót, sơ suất của hồ sơ để yêu cầu điều chỉnh ngay cho doanh nghiệp.
- Hệ thống mạng khai báo thuế của chi cục đóng/mở đúng giờ giấc phục vụ theo quy định công khai.
- Chi cục luôn có đầy đủ tư vấn viên online để tư vấn cho DN vào các thời điểm trong giờ hành chính.
- Chi cục có khả năng xử lý nhanh chóng các sự cố có liên quan đến hạ tầng mạng, phần mềm kê khai.

- Luôn cung cấp và cập nhật về các phần mềm hỗ trợ kê khai thuế
- Có khả năng tư vấn cho DN những vướng mắc khi cần thiết.

*Quy trình thủ tục* (ký hiệu : QTTT) với 5 biến quan sát :

- Thực hiện cơ chế một cửa trong thủ tục liên quan đến thuế điện tử.
- Các quy trình liên quan đến nộp thuế được công khai, niêm yết và phổ biến đến khách hàng rõ ràng, cụ thể.
- Các mẫu biểu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng theo đúng quy định.
- Thủ tục đảm bảo tính chặt chẽ, khoa học.

*Cán bộ công chức* (ký hiệu : CBCC) với 4 biến quan sát :

- CBCC chi cục không gây phiền hà, những nhiều khi giải quyết thủ tục Thuế
- CBCC chi cục giải quyết thủ tục Thuế công bằng giữa các doanh nghiệp.
- CBCC chi cục trực tiếp thực hiện chuyên nghiệp và nhanh nhẹn
- CBCC chi cục có đủ trình độ năng lực và kỹ năng phục vụ công việc

*Cơ chế góp ý, phản hồi* (ký hiệu : GYPH) với 3 biến quan sát :

- Đường dây nóng tiếp nhận các ý kiến góp ý, phản hồi của DN luôn hoạt động
- Thời gian tiếp nhận, phản hồi các góp ý, khiếu nại của DN đảm bảo đúng quy định
- Việc phản hồi, trả lời các ý kiến của DN được thực hiện công khai, minh bạch

*Thang đo về sự hài lòng của khách hàng DN đối với chất lượng dịch vụ nộp thuế điện tử tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn (Ký hiệu : SHL) gồm có 3 biến quan sát với 4 phát biểu như sau :*

- Dịch vụ nộp thuế điện tử tại chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn hiện tại được thực hiện đúng quy định của ngành thuế.
- Dịch vụ nộp thuế điện tử của chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn đã hỗ trợ tốt công tác thực hiện nghĩa vụ của DN anh/chị đối với Nhà nước
- Nhìn chung anh/chị hài lòng với dịch vụ nộp thuế điện tử của chi cục Thuế quận Ngũ Hành Sơn

#### 4.2.2. Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được tiến hành thông qua việc thu thập dữ liệu điều tra bằng câu hỏi và xử lý bằng phần mềm SPSS để phân tích dữ liệu bằng các kỹ thuật : phân tích mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích khám phá EFA, phân tích hồi quy bội.

### 5. Phân tích dữ liệu nghiên cứu

#### 5.1. Thống kê mô tả về mẫu nghiên cứu

Phần mềm SPSS 16.0 được sử dụng để tiến hành phân tích trong nghiên cứu. Trong số 158 khách hàng thì có Thông tin về mẫu nghiên cứu (158 khách hàng) được thể hiện chi tiết trong bảng 1 như sau :

**Bảng 1 : Thống kê mô tả mẫu điều tra**

<b>Đặc điểm</b>	<b>Tần suất</b>	<b>Tỷ lệ %</b>
<b>Đối tượng tham gia khảo sát</b>	N = 158	100%
Nhân viên doanh nghiệp	155	98.1%
Nhân viên các đại lý thuế	3	1.9%
<b>Loại hình khách hàng DN</b>	N = 158	100%
DN có vốn đầu tư nước ngoài	0	0%
DN trong nước	158	100%
DN liên doanh	0	0 %

*Nguồn : Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0*

#### 5.2. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thang đo được thể hiện tại bảng 2 cho thấy các thang đo này đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0.6 và hệ số tương quan biến tổng > 0.3. Vì vậy điều này cho thấy tất cả các thang đo và biến quan sát đều đạt độ tin cậy và được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

**Bảng 2 : Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha các thang đo**

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Ghi chú
Điều kiện vật chất (ĐKVC)	4	0.756	
Khả năng phục vụ (KNPV)	7	0.784	
Quy trình thủ tục (QTTT)	4	0.818	
Cán bộ công chức (CBCC)	4	0.718	
Cơ chế góp ý, phản hồi (GYPH)	3	0.812	
Sự hài lòng của khách hàng (SHL)	3	0.712	

*Nguồn : Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0.*

### 5.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

(a) Kết quả phân tích EFA thang đo các yếu tố:

Từ kết quả điều tra, dữ liệu được phân tích khám phá nhân tố với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS, sau khi đã loại đi các biến có hệ số factor loading nhỏ hơn 0.5, kết quả phân tích khám phá nhân tố cuối cùng thu được như sau :

**Bảng 3 : Kết quả phân tích EFA đối với thang đo các yếu tố chất lượng dịch vụ**

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
ĐKVC1	.914				
ĐKVC4	.850				
ĐKVC3	.822				
ĐKVC2	.772				
KNPV7		.863			
KNPV4		.834			
KNPV3		.791			
KNPV1		.735			
KNPV5		.915			
KNPV2		.893			
KNPV7		.886			
QTTT1			.862		
QTTT2			.839		
QTTT4			.825		
QTTT3			.781		
CBCC3				.847	
CBCC1				.816	
CBCC2				.803	
GYPB2					.803
GYPB3					.789

KMO = 0.712 > 0.5, Kiểm định Batlett's Chi-Square = 5120.671, Sig = 0.000 < 0.05  
 Phương sai trích = 74.006 % > 50%

*Nguồn : Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0*

Kết quả phân tích cho thấy hệ số KMO = 0,712 > 0,5, kiểm định Batlett có p-value bằng 0,000 < 0,05, phương sai trích bằng 74.006 % > 50% (bảng 3), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0,5, các biến quan sát hình thành 5 nhân tố. Như vậy các tiêu chuẩn khi sử dụng phân tích khám phá nhân tố đều phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu.

(b) *Kết quả phân tích EFA thang đo các yếu tố sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ*

**Bảng 4 : Kết quả phân tích EFA đối với biến sự hài lòng của khách hàng DN**

Biến	Nhân tố
	1
HL2	.877
HL1	.834
HL3	.823

KMO = 0.663 > 0.5, Kiểm định Batlett's Chi-Square = 142.934, Sig = 0.000 < 0.05  
 Phương sai trích = 74.376% > 50%

*Nguồn : Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0*

Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO = 0.663 > 0.5, kiểm định Bartlett có p-value bằng 0,000 < 0,05, phương sai trích bằng 74.376% > 50%, các biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố (bảng 4). Như vậy sử dụng phân tích EFA là phù hợp và thang đo biến phụ thuộc (sự hài lòng của khách hàng) chỉ là thang đo đơn hướng.

*Như vậy sau khi tiến hành phân tích khám phá nhân tố từ tập hợp các biến quan sát xây dựng được, không có nhân tố nào thay đổi. Vì vậy mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu vẫn được giữ nguyên như mô hình ban đầu.*

#### 5.4. Kết quả phân tích hồi quy

**Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy**

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số đã chuẩn hóa Beta	t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
	B	Sai số chuẩn				
(Hằng số)	-4.82	.164		-2.935	.004	
1						
GYPH	.196	.039	.151	3.772	.000	1.287
QTTT	.291	.040	.228	5.353	.000	1.455
KNPV	.358	.043	.332	8.305	.000	1.288
CBCC	.261	.037	.198	4.647	.000	1.464
ĐKVC	.176	.032	.326	8.381	.000	1.214



R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	.707
F	113.696
Sig. F	0.000 <sup>a</sup>

*Nguồn : Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS 16.0*

Từ kết quả của bảng 5 ta thấy, có 5 yếu tố có ý nghĩa về mặt thống kê. Đó là yếu tố về Điều kiện vật chất (ĐKVC), Quy trình thủ tục (QTTT), Khả năng phục vụ (KNPV), Cán bộ công chức (CBCC) và Cơ chế góp ý, phản hồi (GYPH). Vì vậy phương trình hồi quy được xác định như sau:

$$HL = 0.151GYPH + 0.228QTTT + 0.332KNPV + 0.198CBCC + 0.326ĐKVC$$

Bên cạnh đó thống kê F của phân tích phương sai có p-value bằng 0,000 cho thấy kết quả ước lượng là phù hợp. Giá trị R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0.707 cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 70,7% sự biến thiên của biến phụ thuộc. Hay nói cách khác, giá trị R<sup>2</sup> hiệu chỉnh giải thích được 70,7% sự phù hợp của mô hình. Hệ số VIF của các biến phụ thuộc trong mô hình đều nhỏ hơn 10 vì vậy cho thấy không có sự tồn tại của hiện tượng đa cộng tuyến.

Cũng căn cứ vào kết quả của bảng 5, ta có thể nhận thấy các giả thuyết đều được chấp nhận do giá trị p-value đều nhỏ hơn (<) 0.05.

## **6. Thảo luận và một số hàm ý**

### *6.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu*

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu định lượng về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng DN đối với chất lượng dịch vụ nộp thuế điện tử tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn Đà Nẵng, có thể rút ra một số các kết luận như sau :

- Phương trình hồi quy tuyến tính bội được trích theo hệ số Beta chuẩn hóa cho thấy, nhân tố sự đáp ứng có hệ số Beta chuẩn hóa cao hơn nhiều so với tất cả các nhân tố còn lại. Hệ số Beta chuẩn hóa của nhân tố Khả năng phục vụ bằng 0.332 và Điều kiện vật chất bằng 0.326 trong khi hệ số Beta chuẩn hóa của tất cả các nhân tố còn lại đều nhỏ hơn 0.3. Do đó, có thể kết luận được rằng Điều kiện vật chất và Khả năng phục vụ là nhân tố ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng DN đối với chất lượng dịch vụ nộp thuế điện tử của Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn. Điều đó có thể giải thích rằng đối với dịch vụ nộp thuế điện tử, các điều kiện vật chất như hạ tầng mạng, đường truyền, phần mềm hỗ trợ kê khai cũng như khả năng cập nhật, tư vấn, luôn kịp thời giải quyết và đáp ứng các yêu cầu của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện giao dịch tại chi cục.

- Hệ số Beta chuẩn hóa của các nhân tố Quy trình thủ tục, Đội ngũ cán bộ công chức, cơ chế góp ý phản hồi lần lượt là 0.228, 0.198, 0.151. Điều đó cho thấy sau nhân tố về Điều kiện vật chất, Khả năng phục vụ thì 3 nhân tố này cũng là nhân tố có tác động mạnh đến sự hài lòng của khách hàng DN.

- So sánh với các nghiên cứu trước đây như của tác giả Lê Dân (2012), Viện nghiên cứu KTXH Đà Nẵng (2012), Nguyễn Văn Ngọc và Phan Tấn Phát (2012), Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa (2010), Phan Thị Dinh (2013) thì kết quả của nghiên cứu đối với sự hài lòng của khách hàng DN khi sử dụng dịch vụ công (nộp thuế điện tử) cho thấy có sự

tương đồng thông qua việc khẳng định các yếu tố như Cơ sở vật chất; Khả năng phục vụ; Quy trình thủ tục; Đội ngũ cán bộ, công chức; Cơ chế giám sát và góp ý đều là các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng.

### *6.2. Hàm ý cho các nhà quản trị tại các Chi cục thuế, Cục thuế thành phố, đặc biệt là đối với các nhà quản lý tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn*

Để gia tăng sự hài lòng của khách hàng DN đối với việc sử dụng dịch vụ nộp thuế điện tử thì các nhà quản trị cần phải quan tâm đến các vấn đề liên quan đến : cải thiện khả năng phục vụ khách hàng; hoàn thiện điều kiện vật chất và nâng cao hơn nữa tính hiệu quả của quy trình thủ tục, năng lực đội ngũ cán bộ công chức và chú ý đến cơ chế tiếp nhận, xử lý và phản hồi các yêu cầu của khách hàng. Cụ thể như sau :

- Nhà quản lý tại chi cục, cục thuế thành phố cần phải chú trọng hơn nữa đến việc luôn duy trì Khả năng phục vụ tối đa đối với các yêu cầu, đề nghị đặt ra của khách hàng DN ở bất kỳ thời điểm nào. Bởi dịch vụ nộp thuế điện tử luôn có những đặc thù linh hoạt về mặt thời gian. Muốn thực hiện được điều này đòi hỏi chi cục, cục thuế phải xây dựng một cách chặt chẽ kế hoạch kinh doanh, nâng cao năng lực của bộ phận tiếp nhận, phân tích và xử lý thông tin yêu cầu của khách hàng, phối hợp đồng bộ giữa các phòng ban và thông tin kịp thời nhanh chóng cho nhà quản lý để kịp thời trong việc ra quyết định cung cấp dịch vụ cho khách hàng; quyết định đến việc huy động và tận dụng tối đa nguồn lực, tái cơ cấu, sắp xếp nhân sự, đổi mới quy trình thủ tục để đáp ứng và phục vụ tốt hơn yêu cầu của khách hàng.

- Nhà quản lý tại chi cục, cục thuế thành phố cũng cần phải quan niệm rằng : dịch vụ công nói chung và dịch vụ nộp thuế điện tử nói riêng trong tình hình hiện nay không phải câu chuyện khách hàng DN phải tự tìm đến, phải chấp nhận quy trình thủ tục, tự phải chịu trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ với cơ quan thuế, với ngân sách nhà nước mà là câu chuyện của chủ thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Khách hàng có quyền được thụ hưởng một dịch vụ công tốt tương xứng với nghĩa vụ mà DN thực hiện đối với ngân sách nhà nước. Vì vậy thiết nghĩ chi cục cũng nên việc tìm các phương án khác nhau, đặc biệt là việc cải thiện, đổi mới khâu quan hệ với khách hàng DN từ việc gửi tin nhắn tự động đến DN sau khi tiếp nhận hồ sơ, tin nhắn thông báo nhắc nhở thực hiện nghĩa vụ và cảm ơn sau khi DN hoàn tất nghĩa vụ thực hiện. Việc cập nhật các thay đổi, văn bản mới mà nhà nước, UBND thành phố ban hành; việc tổ chức đối thoại, trao đổi với DN mang tính định kỳ cũng là việc làm hết sức cần thiết.

- Thêm vào đó việc không ngừng cải thiện và nâng cao tính hiệu quả của Quy trình thủ tục và cơ chế góp ý, giám sát tăng cường công tác đào tạo, huấn luyện chuyên môn, đạo đức và trách nhiệm nghề nghiệp cho đội ngũ Cán bộ công chức khi cung cấp dịch vụ công cho khách hàng phải là việc làm thường xuyên được sự đầu tư, quan tâm đúng mức từ phía các nhà lãnh đạo đơn vị. Bởi lẽ yếu tố con người luôn là yếu tố quyết định và có ảnh hưởng lớn nhất đến việc nâng cao năng lực đáp ứng cung cấp dịch vụ bên cạnh yếu tố về Điều kiện vật chất.

### *6.3. Những hạn chế của nghiên cứu và gợi ý cho nghiên cứu tiếp theo :*

Nghiên cứu này được thực hiện theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện nên kết quả mang lại mang nặng yếu tố chủ quan của tác giả nghiên cứu, giảm đi tính khách quan và khái quát hóa. Vì vậy các nghiên cứu sau nên xem xét đến việc sử dụng phương pháp chọn mẫu xác suất bởi nó đảm bảo được tính đại diện cao hơn và gia tăng kích cỡ của mẫu nghiên cứu để có kết quả phân tích chính xác hơn, khái quát hóa hơn.

Phạm vi nghiên cứu chỉ được thực hiện tại Chi cục thuế quận Ngũ Hành Sơn với một thời gian điều tra ngắn nên kết quả nghiên cứu chỉ mới thực sự đưa ra được một số các kết luận và kiến nghị cho chính đơn vị. Các nghiên cứu kế tiếp có thể mở rộng phạm vi khảo sát cho các chi cục thuế khác trong phạm vi Cục thuế thành phố Đà Nẵng để có cách nhìn, phương pháp đánh giá toàn diện, đầy đủ hơn./.

### **Tài liệu tham khảo**

- Cronin & Taylor. (1992), 'Measuring service quality : A reexamination an extention', *Journal of Marketing*, tập 56 số 3, trang 55-68.
- Durvasula.S và Lysonski.S. (2010), 'Diagnosing service quality in retailing : The case of Singapore', *Journal of international business entrepreneurship development*, tập 5 số 1, trang 1-17.
- Mostafa.M.M. (2005), 'An empirical study of patients expectations and satisfactions in Egyptian hospitals', *International journal of health care quality assurance*, tập 18 số 7, trang 516-532.
- Nguyễn Văn Ngọc và Phan Tấn Phát (2012), *Sự hài lòng của người nộp thuế đối với dịch vụ ở phòng tuyên truyền hỗ trợ Cục Thuế tỉnh Bến Tre*. Luận Văn Thạc sỹ. Trường Đại học Nha Trang.
- Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa (2010), "*Tiêu chí đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ công tại các cơ quan hành chính nhà nước*". Tạp chí Tổ chức nhà nước, số 3, trang 57.
- Oliveira.O.J.D. (2009), *Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education*. POMA 20<sup>th</sup> Annual Conference. Orlando Florida USA.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. và Berry, L.L. (1988), 'SERVQUAL : a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality', *Journal of Retailing* , tập 64 số 1, trang 12-40.
- Phan Thị Dinh (2013), "*Nghiên cứu sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công tại UBND quận Ngũ Hành Sơn*", Luận văn Thạc sĩ, Đại học Đà Nẵng.
- Lê Dân (2011), "*Phương án đánh giá sự hài lòng về dịch vụ hành chính công của công dân và tổ chức*". Tạp chí khoa học và công nghệ Đại học Đà Nẵng, số 3, trang 163-168.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (1999), '*Principles of Marketing*', PrenticeHall Upper Saddle River, New Jersey, USA, trang 258-260.

- Srinivas Durvasula, Steven Lysonski và Subhash C. Mehta. (1999), 'Testing the SERVQUAL scale in the business-to-business sector: The case of ocean freight shipping service', *The journal of services marketing*, tập 13 số 2, trang 132-151.
- Spreng, R. A., và Mackoy, R. D. (1996), 'An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction', *Journal of Retailing*, tập 72 số 2, trang 201-214.
- Viện NCKTXH Đà Nẵng (2012), "Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của tổ chức, công dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công tại thành phố Đà Nẵng", Đề tài NCKH cấp viện.
- Võ Nguyên Khanh (2011), "Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công khi ứng dụng tiêu chuẩn ISO tại UBND quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh", Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP HCM.
- Zarei.A, Arab.M, Froushani.A.R, Rashidian.A và Tabatabaei.S.M.G. (2012), 'Service quality of private hospitals: The Iranian patients` perspective', *BMC Health service Research*, trang 1 -7.
- Zeithaml, V.A., và Bitner, M.J. (2000), '*Services Marketing; integrating customer focus across the Firm*' Số 2, Mc Graw Hill. New York.