

SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CỤC THUẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

PGS.TS. Lê Bảo Lâm¹

Trần Ngọc Tâm²

TÓM TẮT

Nghiên cứu “Sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM” nhằm mục đích xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp, từ đó đưa ra các gợi ý chính sách nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM và sự hài lòng của doanh nghiệp. Với dữ liệu khảo sát là 317 doanh nghiệp, kết quả nghiên cứu cho thấy, các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM gồm: (1) sự đồng cảm của công chức thuế; (2) khả năng đáp ứng của công chức thuế; (3) sự tin cậy; (4) năng lực tuyên truyền hỗ trợ; (5) dịch vụ giữ xe; và (6) năng lực cung cấp thông tin.

Từ khóa: Thuế, doanh nghiệp, hài lòng về dịch vụ thuế, Tp. Hồ Chí Minh.

ABSTRACT

Study of firms' satisfaction with service quality of the HCM City Tax Department aims to identify factors that affect the satisfaction of the business, and to recommend policy implications to improve the service quality of the HCMC Tax Department and business satisfaction. With surveyed data of 317 firms, research results show that the firms' satisfaction of service quality of the HCMC Tax Department is influenced by: (1) the empathy of tax civil servants; (2) the responsiveness; (3) the reliability; (4) the propaganda support; (5) parking service, and (6) the information provision.

Keywords: Tax, enterprise, satisfaction with services of tax, Ho Chi Minh City.

1. GIỚI THIỆU

Theo các tổ chức tài chính quốc tế (2008), tại Việt Nam DN phải tốn ít nhất khoảng 650 giờ/năm để khai thuế, mức này cao hơn rất nhiều so với các nước khác. Điển hình như Singapore DN chỉ mất 85 giờ/năm để khai thuế. Hiện nay, Việt Nam đang xếp thứ 143/183 quốc gia về thời gian khai thuế. Các tổ chức quốc tế đánh giá thủ tục hành chính trong lĩnh vực thuế của Việt Nam thuộc nhóm lạc hậu

nhất trong khu vực. Đỗ Hoàng Anh Tuấn (2008) cũng chỉ ra các thủ tục, chính sách về thuế của Việt Nam còn phải thay đổi nhiều. Thống kê cho thấy, thực tế thời gian để một doanh nghiệp kê khai và làm các thủ tục về thuế trong một năm phải mất tới là 1.050 giờ. Theo Vũ Tiến Lộc (2008) nếu như năm 2006, trên 70% doanh nghiệp coi thủ tục, chính sách thuế thiếu minh bạch, dễ nảy sinh tiêu cực thì đến 2008, con số này còn khoảng 37%. Phạm Phương Thảo

¹ Hiệu trưởng - Trường ĐH Mở TP.HCM.

² Học viên cao học chuyên ngành Kinh tế học, khóa 3 (ME3).

(2009) cho biết nguyên nhân đánh giá chất lượng dịch vụ công chưa làm người dân hài lòng là do: thủ tục quá nhiều, trình tự thủ tục quá nhiều kê; tình trạng một bộ phận cán bộ công chức ở các cơ quan công quyền nhũng nhiễu, làm khó, bắt dân phải bỏ sung giấy tờ nhiều lần còn rất phổ biến. Ngoài ra, trách nhiệm của từng cán bộ công chức chưa rõ ràng cộng thêm sức ỳ của bộ máy hành chính còn lớn, hiệu quả, năng suất lao động chưa cao.

Cải cách hành chính thuế là khâu trọng tâm đã được Bộ Tài Chính chỉ đạo và Tổng Cục Thuế xác định trong chiến lược Công nghiệp Hóa - Hiện Đại Hóa ngành thuế giai đoạn 2005 – 2010 và các năm tiếp theo. Nâng cao chất lượng dịch vụ công là một công tác không mới mẻ, tuy nhiên đến nay các cơ quan ban ngành trong cả nước đều chưa làm được bao nhiêu. Riêng Cục Thuế TP.HCM đã rất nỗ lực trong vấn đề này, nhưng chỉ số hài lòng của người dân về chất lượng dịch vụ này chưa cao. Để có cơ sở trong việc ra quyết định trong việc nâng cao sự hài lòng của người nộp thuế đối với dịch vụ của ngành thuế nói chung và Cục Thuế TP.HCM nói riêng. Đề tài “Sự hài lòng của DN đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM” nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ công tại Cục Thuế TP.HCM và đề ra các giải pháp hoàn thiện chất lượng dịch vụ tại Cục Thuế TP.HCM. Đối tượng được khảo sát là 317 DN thực hiện kê khai và nộp thuế tại văn phòng Cục Thuế TP.HCM.

Kết cấu của nghiên cứu này gồm: Phần 2 nêu tóm tắt lý thuyết, các nghiên cứu trước có liên quan và mô hình nghiên cứu. Phần 3 trình bày thiết kế nghiên cứu. Phần 4 trình bày kết quả nghiên cứu. Phần 5 trình bày kết luận và kiến nghị.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Các lý thuyết có liên quan

Theo Từ điển Tiếng Việt (2004): Dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho

những nhu cầu nhất định của số đông, có tổ chức và được trả công. Kotler (2003) định nghĩa “Dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể gắn liền hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất”. Theo World Bank (1997), dịch vụ công chủ yếu là hàng hóa và dịch vụ công không thuần khiết - mà người tham gia cung cấp có thể là nhà nước và nhiều tổ chức khác (tư nhân, các tổ chức xã hội, cộng đồng). Sự cung cấp các loại dịch vụ này rất linh hoạt, tùy thuộc vào nhu cầu người tiêu dùng, không mang tính độc quyền và có thể miễn phí hoặc trả phí. Đó là các dịch vụ như: y tế, giáo dục, giao thông đô thị, thông tin, cơ sở hạ tầng,...

Dịch vụ công cung ứng cho xã hội loại hàng hóa đặc biệt do chính nhà nước cung ứng hoặc nhà nước kết hợp với tư nhân cùng làm. Tuy nhiên trong ngành thuế tại Việt Nam, dịch vụ này hoàn toàn do nhà nước cung ứng. Dịch vụ công là các hoạt động cung ứng cho xã hội một loại hàng hóa công cộng. Loại hàng hóa này không chỉ mang lại lợi ích cho người mua và người sử dụng nó mà còn cho cả những người không phải trả tiền mua hàng hóa này. Đây là một hình thức tái phân phối thu nhập xã hội. Ví dụ: DN nộp thuế thu nhập DN khi làm ăn có lợi nhuận. Nhà nước thu thuế và dùng một phần tiền thuế đó xây dựng các công trình công cộng (đường xá, cầu cống, công viên) và mọi người đều được thụ hưởng như nhau.

Lehtinen và Lehtinen (1982) cho rằng: Chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh, (1) Quá trình cung cấp dịch vụ và (2) Kết quả của dịch vụ. Gronroos (1984) cũng đưa ra định nghĩa về chất lượng dịch vụ gồm hai yếu tố của chất lượng dịch vụ đó là (1) Chất lượng kỹ thuật và (2) Chất lượng chức năng. Trong đó chất lượng kỹ thuật liên quan

đến những gì được phục vụ còn chất lượng chức năng cho biết chúng được phục vụ như thế nào?. Hoắc Juran và Joseph (1995) cho rằng: Chất lượng là sự phù hợp khi sử dụng, điều này do người sử dụng đánh giá. Parasuraman và ctg (1985) là một trong những người đi tiên phong trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ một cách chi tiết và cụ thể. Parasuraman cho rằng trong bất kỳ lĩnh vực dịch vụ nào, chất lượng cảm nhận của chúng đều có thể được mô hình hóa bằng 10 thành phần như sau: (1) Tin cậy – Reliability, (2) Đáp ứng – Responsiveness, (3) Năng lực phục vụ - Competence), (4) Tiếp cận – Acces, (5) Lịch thiệp – Courtesy, (6) Thông tin – Communication, (7) Tin nhiệm – Credibility, (8) An toàn – Security, (9) Thấu hiểu khách hàng – Understanding/ Knowing the customer, (10) Phương tiện hữu hình – Tangibles). Ưu điểm của mô hình theo khái niệm này là nó bao quát được hầu hết các khía cạnh của dịch vụ nhưng nó có nhược điểm là rất phức tạp trong việc đo lường và đánh giá. Vì vậy, sau nhiều lần kiểm định, hiệu chỉnh, đến năm 1991, Parasuraman cùng các cộng sự đã rút gọn mô hình còn 5 thành phần với 21 biến nghiên cứu được gọi là thang đo chất lượng dịch vụ.

Theo Kotler (2003), sự hài lòng/sự thỏa mãn là mức độ của trạng thái cảm giác của con người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ sản phẩm hay dịch vụ với những kỳ vọng của người đó. Kỳ vọng của khách hàng được hình thành trên cơ sở kinh nghiệm, thông tin có được từ nhiều nguồn khác nhau như bạn bè, quảng cáo, marketing của chính DN cung cấp dịch vụ. Do vậy, sự hài lòng xuất hiện khi chất lượng họ nhận được bằng hoặc vượt chất lượng kỳ vọng. Sự hài lòng về dịch vụ thể được đo bằng mức độ trạng thái cảm giác của con người từ việc so sánh kết quả thu được từ dịch vụ với những kỳ vọng của người đó.

2.2. Các nghiên cứu trước

Hoàng Văn Hải và Trần Thị Hồng Liên (2010) dựa vào các khái niệm dịch vụ của Heintzman và Marson (2006) áp dụng để nghiên cứu “chuỗi giá trị dịch vụ công”. Kết quả chỉ ra rằng sự gắn kết của người lao động quyết định chất lượng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ quyết định sự thỏa mãn của công dân và khi công dân thỏa mãn thì họ có lòng tin vào các dịch vụ công. Nghiên cứu này chú trọng đến dịch vụ nội bộ nhiều hơn.

Nghiên cứu của Kenneth (2005) về các yếu tố quyết định sự thỏa mãn với dịch vụ của người dân Canada. Những dịch vụ này là xử lý rác thải, cung cấp nước sinh hoạt, dọn tuyết, bảo dưỡng đường xá. Kết quả cho thấy có năm yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của người dân gồm: Kết quả (kết quả cuối cùng mà người dân đạt được thứ họ cần); Thời gian (tổng thời gian mà người dân bỏ ra để có được dịch vụ); Tri thức (chủ yếu là trình độ của nhân viên có hiểu biết); Công bằng và chu đáo (nhân viên sẵn sàng và nhiệt tình giúp người dân đạt được thứ họ cần).

Ủy ban dịch vụ nhà nước New Zealand (2010) đã công bố kết quả cuộc điều tra “Kiwis Count 2009” với 42 dịch vụ thuộc 10 nhóm bao gồm: hộ chiếu và chứng minh; nhân thân; giáo dục - đào tạo; y tế; chính quyền; địa phương; tái tạo môi trường; trợ giúp xã hội; dịch vụ biên giới; tư pháp và an ninh; phương tiện; giao thông; đánh thuế và kinh doanh. Kết quả nghiên cứu cho thấy có các yếu tố quyết định sự hài lòng của người dân New Zealand đối với dịch vụ công như: Kỳ vọng của người dân được đáp ứng, các nhân viên giao dịch phải có năng lực, nhân viên giữ lời hứa, người dân được đối xử công bằng, các điều kiện cá nhân của người dân được tính đến và các dịch vụ xứng đáng với đồng tiền thuế mà họ nộp.

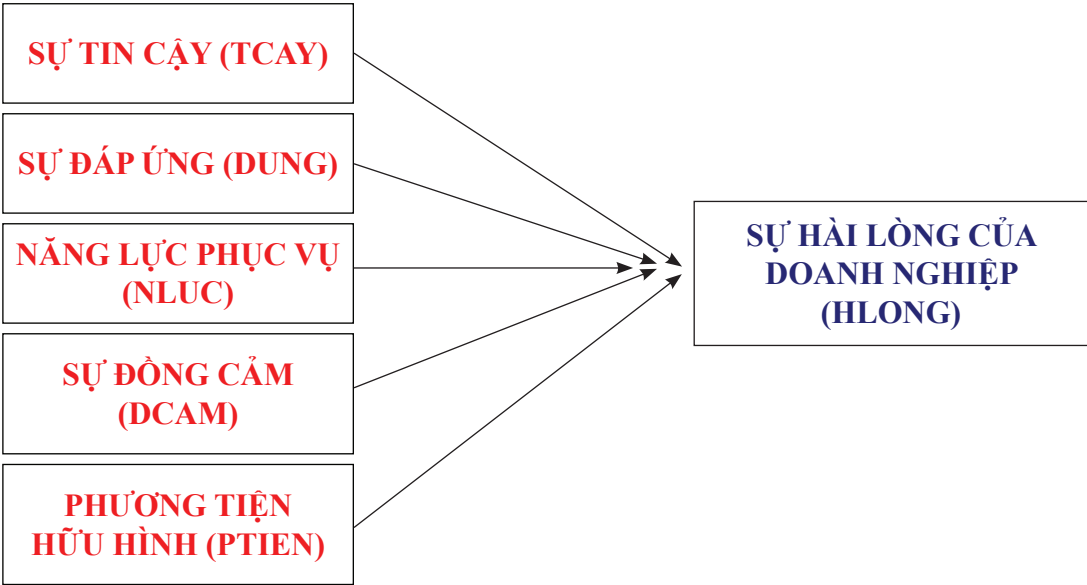
Nguyễn Thị Bích Thủy (2010) thực hiện nghiên cứu “Sự hài lòng của doanh

ng nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế Đồng Nai bằng cách tiến hành điều tra trực tiếp 222 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đang hoạt động trên địa bàn tỉnh. Kết quả cho mô hình hồi qui như sau: $(SAT) = 0,281 + 0,489$ sự đồng cảm của doanh nghiệp $+ 0,237$ phương tiện vật chất của cơ quan thuế $+ 0,097$ sự đảm bảo của cơ quan thuế $+$

$0,089$ sự tin cậy của doanh nghiệp đối với cơ quan thuế.

3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Mô hình nghiên cứu này dựa vào các nghiên cứu của của Parasuraman và thang đo SERQUAL để thực hiện. Mô hình đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố của sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM được đề xuất như sau:



4. DỮ LIỆU NGHIÊN CỨU

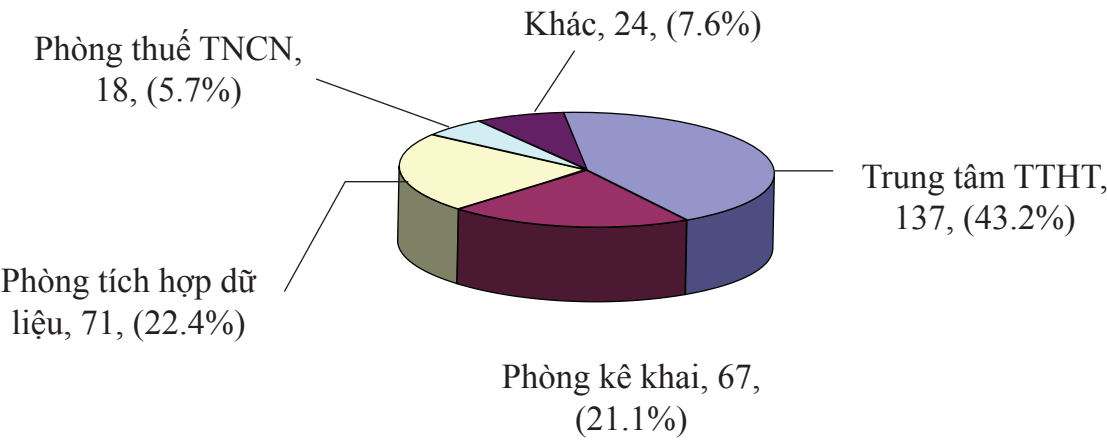
Để thu thập cho phân tích, số bảng câu hỏi đã phát ra là 1000 bản. Thu thập bằng cách phát bản câu hỏi cho đại diện doanh nghiệp đến tham gia buổi “đối thoại giữa doanh nghiệp và Cục Thuế TP.HCM” nên số lượng khách đến tham dự đông.

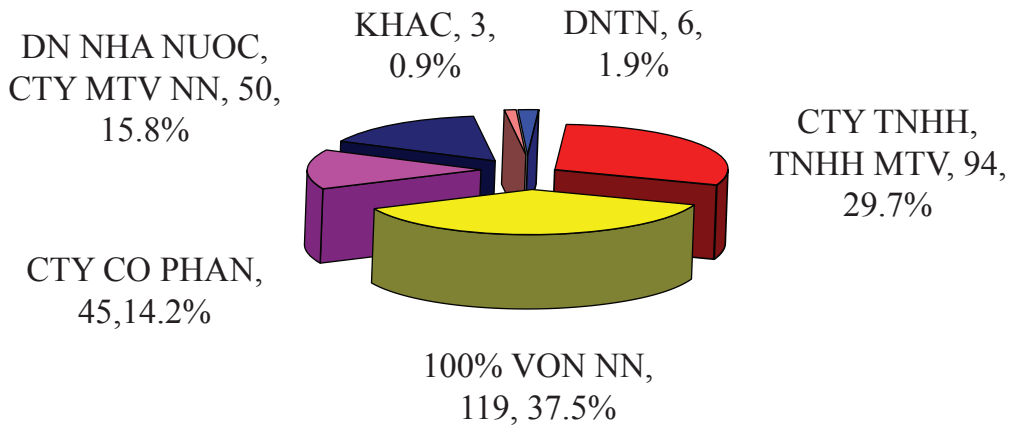
402 bản câu hỏi được thu về (đạt khoảng 40%), trong đó chỉ có 317 bản câu hỏi là thực sự được sử dụng (chiếm 78,86%), còn lại 85 bản là phải loại bỏ do thông tin không đầy đủ.

5. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

5.1. Kết quả thống kê theo các đặc tính

Hình 1: Bộ phận liên lạc nhiều nhất



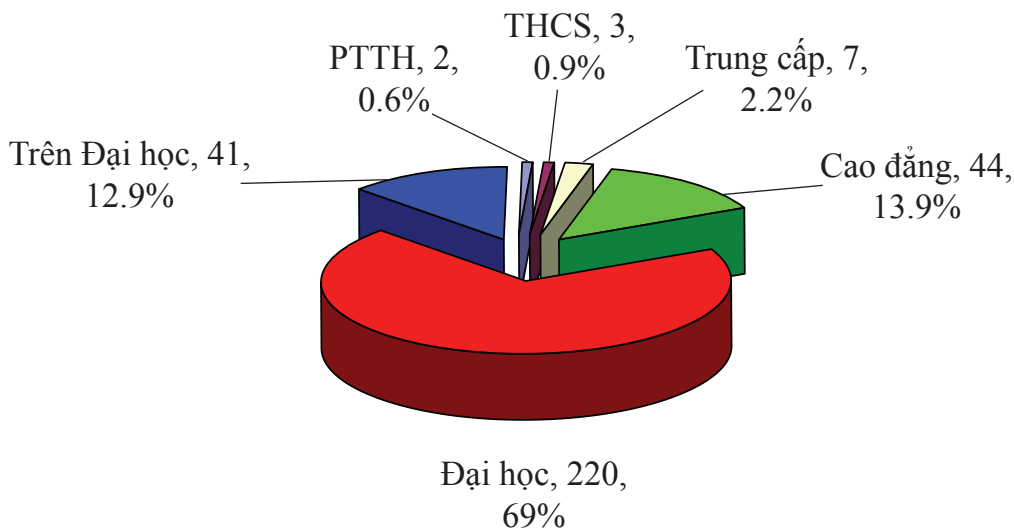
Hình 2: Loại hình doanh nghiệp

Trong 317 người tham gia cung cấp thông tin có người liên hệ Cục Thuế TP.HCM 9 và 10 lần trong một tháng, tuy nhiên đây chỉ là số lượng khá nhỏ. Phần lớn (129 người, chiếm 40,7%) các người được phỏng vấn cho biết họ có 1 lần liên hệ Cục Thuế TP.HCM trong một tháng.

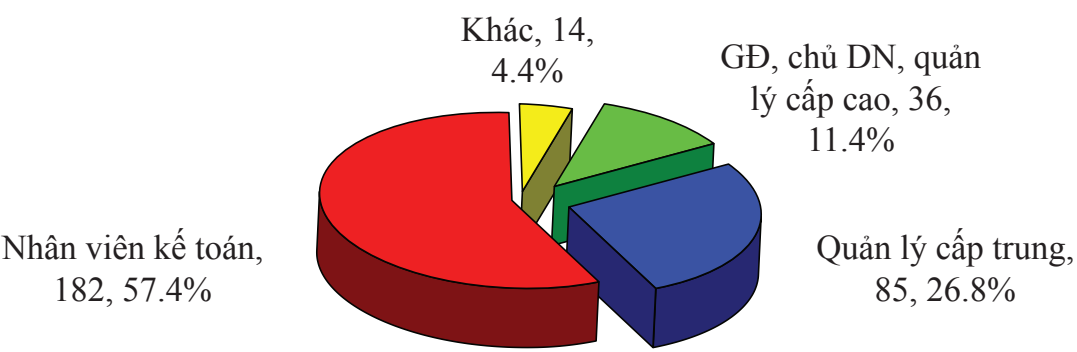
Các doanh nghiệp thường liên hệ với phòng tuyên truyền hỗ trợ là nhiều nhất, chiếm 43,2% mẫu nghiên cứu. Bên cạnh đó còn một bộ phận mà doanh nghiệp liên hệ nhiều thứ hai là trung tâm tích hợp dữ

liệu, chiếm 22,4%. Đồng thời, phòng kê khai là bộ phận có doanh nghiệp đến liên hệ nhiều thứ 3 (chiếm 21,1%).

Về loại hình doanh nghiệp tham gia trong mẫu nghiên cứu, 24,3% doanh nghiệp có mức doanh thu đạt dưới 10 tỷ đồng/năm, 27,4% doanh nghiệp có mức doanh thu trên 10 tỷ đến 50 tỷ đồng/năm, đạt tỷ lệ cao nhất. Còn khoảng 50% các doanh nghiệp còn lại có số doanh thu bình quân năm từ 50 tỷ đến trên 300 tỷ đồng/năm.

Hình 3: Trình độ học vấn của người trả lời

Hình 4: Vị trí công tác của người trả lời



Những đối tượng tham gia trả lời trong mẫu điều tra này có trình độ học chủ yếu là trình độ đại học, chiếm 69% mẫu nghiên cứu và trên đại học là 12.9% (Hình 3). Hai nhóm đối tượng có trình độ đại học và trên đại học này chiếm đến gần 82%.

5.2. Thống kê mô tả các biến

Tất cả 57 biến quan sát tập trung trong 6 nhóm nhân tố. Các biến có giá trị thấp nhất là 1 và cao nhất là 5. Tuy nhiên trong số đó có một số biến quan sát giá trị cao nhất chỉ là 4 (thang đo 5 điểm) như: NLUC3: Các biểu mẫu thuế luôn luôn có sẵn trên web của Cục Thuế; NLUC4: Cục hướng dẫn sử dụng các biểu mẫu thuế đơn

giản, dễ thực hiện; NLUC11: Cục Thuế có giải đáp, hướng dẫn những vướng mắc về thuế của DN qua điện thoại tận tình; DUNG8: Cục Thuế có sự bố trí các phòng ban dễ dàng, thuận tiện cho DN trong quá trình liên hệ công tác; DCAM1: Công chức thuế sẵn sàng lắng nghe mọi phản ánh, thắc mắc trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế của DN; DCAM2: Công chức thuế luôn quan tâm hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện nghĩa vụ về thuế; PTIEN2: Nơi tiếp nhận hồ sơ thuế được bố trí rộng rãi, thuận tiện; PTIEN9: DN có nước uống miễn phí khi đến liên hệ công tác và HLONG3: DN hài lòng về công chức thuế.

Bảng 1: Kết quả thống kê các biến định lượng

Biến	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
NLUC1: Bộ phận tiếp nhận hồ sơ thuế khoa học, thuận tiện cho DN	1.00	5.00	3.1325	.84276
NLUC2: Cục hướng dẫn sử dụng các phần mềm hỗ trợ khai báo thuế rất rõ ràng	1.00	5.00	3.0757	.90039
NLUC3: Các biểu mẫu thuế luôn luôn có sẵn trên web của Cục Thuế	1.00	4.00	2.2965	.94823
NLUC4: Cục hướng dẫn sử dụng các biểu mẫu thuế đơn giản, dễ thực hiện	1.00	4.00	2.2114	.92579
NLUC5: Nội dung các tài liệu thông tin, tuyên truyền thuế đáp ứng nhu cầu tìm hiểu về thuế của DN	1.00	5.00	3.1767	.94150
NLUC6: Các tài liệu thông tin, tuyên truyền, hướng dẫn thực hiện luật thuế của Cục Thuế đơn giản, dễ hiểu, dễ thực hiện	1.00	5.00	2.9842	.92251

NLUC7: Trang web của Cục Thuế đầy đủ thông tin về chính sách thuế cần thiết cho người nộp thuế tra cứu	1.00	5.00	2.5457	.89050
NLUC8: Cục Thuế có tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền những qui định thuế mới kịp thời cho DN	1.00	5.00	3.4574	.93909
NLUC9: Cục Thuế có tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền về thuế chu đáo, thuận lợi cho DN tham dự	1.00	5.00	3.4322	.92057
NLUC10: Cục có văn bản giải đáp, hướng dẫn những vướng mắc về thuế của DN nhanh chóng, kịp thời	1.00	5.00	2.9685	.87092
NLUC11: Cục thuế có giải đáp, hướng dẫn những vướng mắc về thuế của DN qua điện thoại tận tình	1.00	4.00	1.9369	.66260
NLUC12: Các văn bản giải đáp, hướng dẫn vướng mắc về thuế của Cục Thuế cho DN một cách rõ ràng, đúng pháp luật	1.00	5.00	3.0126	.85675
NLUC13: DN nhận kết quả đúng hẹn theo qui định của pháp luật về các thủ tục thuộc quyền lợi của người nộp thuế	1.00	5.00	2.9968	.93963
NLUC14: Cục thuế có bố trí bàn hướng dẫn thủ tục thuế cho DN	1.00	5.00	3.2366	.87738
NLUC15: Cục thuế có bố trí nhân viên trực hướng dẫn thường xuyên, tận tình, chu đáo	1.00	5.00	2.8549	.89888
NLUC16: Công chức thuế sẵn sàng giải thích, hướng dẫn DN các thủ tục về thuế	1.00	5.00	2.8707	.93066
NLUC17: Nhân viên hướng dẫn luôn nhiệt tình hướng dẫn DN thực hiện các thủ tục về thuế	1.00	5.00	2.6656	.91844
DUNG1: Công chức thuế có trình độ nghiệp vụ chuyên môn để hướng dẫn DN các thủ tục về thuế	1.00	5.00	3.0252	.89972
DUNG2: Công chức thuế được bố trí hướng dẫn DN có trình độ nghiệp vụ chuyên môn để giải đáp các thắc mắc của DN các thủ tục, chính sách về thuế	1.00	5.00	3.0978	.87506
DUNG3: Công chức thuế có thái độ nhã nhặn, văn minh, lịch sự đối với DN	1.00	5.00	2.7476	.93085
DUNG4: Khi DN trình bày các vướng mắc của mình, công chức thuế nhanh chóng nắm bắt, hiểu rõ	1.00	5.00	2.9211	.89483
DUNG5: Công chức thuế nắm rõ các qui định của pháp luật về thuế	1.00	5.00	3.1672	.88256
DUNG6: Công chức thuế có kỹ năng tốt trong quá trình hướng dẫn DN thực hiện các phần mềm hỗ trợ khai báo thuế	1.00	5.00	3.0442	.82174
DUNG7: Cục Thuế luôn làm việc đúng giờ qui định của nhà nước	1.00	5.00	2.9306	.94546
DUNG8: Cục thuế có sự bố trí các phòng ban dễ dàng, thuận tiện cho DN trong quá trình liên hệ công tác	1.00	4.00	2.2618	.85178
DUNG9: Cục Thuế có các hệ thống máy tính hỗ trợ công tác	1.00	5.00	2.2997	.80452
DCAM1: Công chức thuế sẵn sàng lắng nghe mọi phản ánh, thắc mắc trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế của DN	1.00	4.00	2.3659	.74958

DCAM2: Công chức thuế luôn quan tâm hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện nghĩa vụ về thuế	1.00	4.00	2.2808	.69813
DCAM3: Công chức thuế hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện các thủ tục về thuế đúng ngay từ lần đầu tiên	1.00	5.00	2.6467	.77220
DCAM4: Công chức thuế có tinh thần phục vụ tận tụy, công tâm đối với DN	1.00	5.00	2.3754	.74275
DCAM5: Cục thuế luôn luôn đồng hành cùng DN trong quá trình tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc của DN	1.00	5.00	2.7098	.84438
DCAM6: Cục thuế luôn thông báo các chính sách thuế đến các DN kịp thời, nhanh chóng	1.00	5.00	3.1167	.89775
DCAM7: Công chức của Cục thuế không gây phiền hà cho doanh nghiệp trong quá trình liên hệ công tác liên quan đến thuế	1.00	5.00	2.7823	.92432
TCAY1: Cục thuế luôn thực hiện đúng chức trách của mình đối với DN trong mọi trường hợp	1.00	5.00	2.9685	.87454
TCAY2: Cục thuế luôn quan tâm giải quyết thắc mắc của DN khi nhận được sự phản ánh có liên quan	1.00	5.00	2.9211	.86608
TCAY3: Các yêu cầu DN bổ sung hồ sơ của Cục thuế luôn cần thiết cho sự quản lý thuế	1.00	5.00	3.0789	.87697
TCAY4: Các yêu cầu DN bổ sung hồ sơ của Cục thuế luôn đúng qui định của pháp luật	1.00	5.00	3.2461	.84346
TCAY5: DN luôn tin tưởng vào các quyết định của Cục Thuế liên quan đến nghĩa vụ của người nộp thuế	1.00	5.00	3.0315	.86728
TCAY6: DN luôn tin tưởng vào các quyết định của Cục Thuế liên quan đến quyền lợi của người nộp thuế	1.00	5.00	3.0095	.84750
TCAY7: Các thông báo thuế, thông báo phạt của Cục Thuế luôn chính xác	1.00	5.00	2.8517	.87517
TCAY8: Các phòng, ban trong Cục Thuế có sự phối hợp chặt chẽ, nhất quán trong quá trình giải quyết các yêu cầu của DN	1.00	5.00	2.8423	.81542
TCAY9: Sự am hiểu về nghiệp vụ chuyên môn của công chức thuế tạo sự tin tưởng cho DN	1.00	5.00	3.0095	.80538
PTIEN1: Cục Thuế có trụ sở ở vị trí thuận tiện cho DN khi liên hệ công tác	1.00	5.00	3.5363	.90153
PTIEN2: Nơi tiếp nhận hồ sơ thuế được bố trí rộng rãi, thuận tiện	1.00	4.00	1.9779	1.02939
PTIEN3: Các phòng ban của Cục Thuế được bố trí văn minh, hiện đại	1.00	5.00	2.5205	.75707
PTIEN4: Cục Thuế có trang bị công nghệ thông tin hiện đại	1.00	5.00	2.9464	.86069
PTIEN5: DN dễ dàng đăng nhập vào Web của Cục Thuế	1.00	5.00	3.0032	1.03269
PTIEN6: Công chức thuế có trang phục gọn gàng, thanh lịch	1.00	5.00	3.3880	.76983

PTIEN7: Cục thuế có bãi giữ xe rộng rãi, thuận tiện	1.00	5.00	3.1514	.95588
PTIEN8: Dịch vụ giữ xe đáp ứng nhu cầu của DN	1.00	5.00	2.9905	.91224
PTIEN9: DN có nước uống miễn phí khi đến liên hệ công tác	1.00	4.00	2.0883	.89571
HLONG1: DN tin cậy cao đối với Cục Thuế	1.00	5.00	2.9653	.82412
HLONG2: DN hài lòng về cơ sở vật chất của Cục Thuế	1.00	5.00	2.4574	.63812
HLONG3: DN hài lòng về công chức thuế	1.00	4.00	2.6751	.79860
HLONG4: DN hài lòng về chất lượng phục vụ của Cục Thuế	1.00	5.00	2.7697	.84978
HLONG5: DN hài lòng về dịch vụ hỗ trợ, tuyên truyền	1.00	5.00	2.9716	.88365
HLONG6: Nói chung, DN hài lòng về Cục Thuế	1.00	5.00	2.8612	.82272
Giá trị mẫu = 317				

Điều này chứng tỏ các yếu tố này, doanh nghiệp chưa đồng ý với chất lượng phục vụ của Cục Thuế TP.HCM. Đây là những điểm mà Cục Thuế TP.HCM cần chú ý và phải cải thiện trong tương lai gần. Đây là lý do mà các biến này có giá trị trung bình thấp. Tổng cộng có 57 biến quan sát (51 biến độc lập và 6 biến phụ thuộc) được đưa vào phân tích bước đầu tiên – thống kê mô tả. Kết quả thống kê

cho thấy có 10 biến là NLUC3, NLUC4, NLUC11, DUNG8, DUNG9, DCAM1, DCAM2, DCAM4, PTIEN2 và PTIEN9 (xem bảng1) có giá trị trung bình thấp.

5.3. Kết quả phân tích EFA

Phân tích EFA lần 6 cho thấy các hệ số đều đạt yêu cầu thống kê, kết quả (bảng 2) như sau:

Bảng 2: Ma trận nhân tố lần cuối

	NHÂN TỐ						
	1	2	3	4	5	6	7
HLONG4: DN hài lòng về chất lượng phục vụ của Cục Thuế	.782						
HLONG3: DN hài lòng về công chức thuế	.769						
HLONG6: Nói chung, DN hài lòng về Cục Thuế	.724						

HLONG5: DN hài lòng về dịch vụ hỗ trợ, tuyên truyền	.690						
DCAM7: Công chức của Cục Thuế không gây phiền hà cho DN trong quá trình liên hệ công tác liên quan đến thuế	.660						
TCAY2: Cục thuế luôn quan tâm giải quyết thắc mắc của DN khi nhận được sự phản ánh có liên quan	.645						
HLONG1: DN tin cậy cao đối với Cục Thuế	.609						
NLUC17: NV hướng dẫn luôn nhiệt tình hướng dẫn DN thực hiện các thủ tục về thuế	.562						
DCAM4: Công chức thuế có tinh thần phục vụ tận tụy, công tâm đối với DN		.926					
DCAM1: Công chức thuế sẵn sàng lắng nghe mọi phản ánh, thắc mắc trong việc thực hiện nghĩa vụ thuế của DN		.892					
DCAM2: Công chức thuế luôn quan tâm hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện nghĩa vụ về thuế		.861					
DCAM3: Công chức thuế hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện các thủ tục về thuế đúng ngay từ lần đầu tiên		.797					
DCAM5: Cục thuế luôn luôn đồng hành cùng DN trong quá trình tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc của DN		.574					
DUNG2: Công chức thuế được bố trí hướng dẫn DN có trình độ nghiệp vụ chuyên môn để giải đáp các thắc mắc của DN các thủ tục, chính sách về thuế			.797				
DUNG1: Công chức thuế có trình độ nghiệp vụ chuyên môn để hướng dẫn DN các thủ tục về thuế			.772				
DUNG5: Công chức thuế nắm rõ các qui định của pháp luật về thuế			.770				
DUNG6: Công chức thuế có kỹ năng tốt trong quá trình hướng dẫn DN thực hiện các phần mềm hỗ trợ khai báo thuế			.599				
TCAY6: DN luôn tin tưởng vào các quyết định của Cục Thuế liên quan đến quyền lợi của người nộp thuế				.792			
TCAY5: DN luôn tin tưởng vào các quyết định của Cục Thuế liên quan đến nghĩa vụ của người nộp thuế				.739			
TCAY7: Các thông báo thuế, thông báo phạt của Cục Thuế luôn chính xác				.647			
TCAY4: Các yêu cầu DN bổ sung hồ sơ của Cục thuế luôn đúng qui định của pháp luật				.588			
NLUC8: Cục Thuế có tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền những qui định thuế mới kịp thời cho DN					.856		
NLUC9: Cục Thuế có tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền về thuế chu đáo, thuận lợi cho DN tham dự					.822		

PTIEN8: Dịch vụ giữ xe đáp ứng nhu cầu của DN						.878	
PTIEN7: Cục thuế có bãi giữ xe rộng rãi, thuận tiện						.872	
NLUC7: Trang web của Cục Thuế đầy đủ thông tin về chính sách thuế cần thiết cho người nộp thuế tra cứu							.834
NLUC15: Cục thuế có bố trí nhân viên trực hướng dẫn thường xuyên, tận tình, chu đáo							.561

Hệ số KMO đạt mức 0.898, điều này cho thấy việc phân tích nhân tố là thích hợp. Tổng phương sai trích đạt đến 70,723%. Điều này có nghĩa là tổng mức độ giải thích của 27 biến quan sát thuộc 7 nhóm nhân tố (8 biến phụ thuộc và 19 biến độc lập) này đạt mức 70,752% cho sự biến thiên của mô hình.

Nhóm 1 gồm 8 biến, thể hiện sự hài lòng của DN đối với dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM.

Nhóm 2 gồm 5 biến, năm biến quan sát này đều được hình thành từ nhóm “sự đồng cảm” ban đầu và cả 5 biến này đều thể hiện sự quan tâm, hỗ trợ, đồng hành của công chức thuế với doanh nghiệp cho nên được đặt tên là “sự đồng cảm của công chức thuế”.

Nhóm 3 gồm 4 biến, có liên quan đến trình độ, năng lực, kỹ năng,...của công chức thuế, cho nên nhóm 2 được đặt tên mới là “*Khả năng đáp ứng của công chức thuế*”.

Nhóm 4 gồm 4 biến, hình thành từ các biến sự tin cậy và các biến đều thể hiện sự tin cậy của DN đối với các quyết định, thông báo,... của Cục Thuế TP.HCM. Do đó, tên của nhóm biến này vẫn giữ nguyên “*sự tin cậy*” của DN đối với Cục Thuế TP.HCM.

Nhóm 5 gồm 2 biến, hình thành từ 2 biến thuộc nhóm năng lực phục vụ ban

đầu. Cả hai biến này đều mang chung một nội dung là có tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền hỗ trợ cho DN cho nên nhóm này được đặt tên mới là “*năng lực tuyên truyền hỗ trợ*”.

Nhóm 6 gồm 2 biến, được hình thành từ nhóm biến năng lực phục vụ ban đầu nhưng đều mang chung một ý nghĩa là nói đến dịch vụ giữ xe tại văn phòng Cục Thuế TP.HCM. Vì thế, nhóm này được đặt tên mới là “*Dịch vụ giữ xe*”.

Nhóm 7 gồm 2 biến, được đặt tên là “*năng lực cung cấp thông tin*” vì tất cả các biến đều có liên quan đến vấn đề cung cấp thông tin hướng dẫn cho doanh nghiệp trong quá trình thực hiện các thủ tục về thuế.

5.4. Kết quả phân tích hồi qui

Bảng 3, tất cả 5 biến độc lập F_2, F_3, F_4, F_5 , và F_7 đều có Sig <0.01, tức 5 biến độc lập đưa vào mô hình đều phù hợp và có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 99%. Duy chỉ có biến F_6 đều có Sig = 0.464 (không có ý nghĩa thống kê). Do đó, ta có thể kết luận có 5 nhân tố (F_2, F_3, F_4, F_5 , và F_7) thuộc chất lượng dịch vụ trong mô hình có quan hệ với mức độ hài lòng của doanh nghiệp.

Hệ số hồi quy (B) thể hiện đúng giả thuyết kỳ vọng, các biến đều mang dấu (+), tức là có quan hệ đồng biến với sự hài lòng của doanh nghiệp.

Bảng 3: Kết quả hồi qui

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Hằng số	.046	.187		.246	.806
F2 (Sự đồng cảm của công chức thuế)	.374*	.054	.363	6.887	.000
F3 (Khả năng đáp ứng của công chức thuế)	.286*	.045	.279	6.282	.000
F4 (Sự tin cậy)	.185*	.043	.183	4.313	.000
F5 (Năng lực tuyên truyền hỗ trợ)	.110*	.037	.111	3.009	.003
F6 (Dịch vụ gửi xe)	.034	.046	.042	1.732	.464
F7 (Năng lực cung cấp thông tin)	.098*	.046	.100	2.119	.035

a Dependent Variable: F1
Ghi chú: * Mức ý nghĩa 1%

Mô hình nghiên cứu này có hệ số R² bằng 0.608. Nghĩa là 27 biến quan sát này giải thích 60.8 % sự thay đổi của chất lượng dịch vụ tại Cục Thuế TP.HCM.

Giải thích các biến trong mô hình như sau:

+ Sự đồng cảm của công chức thuế tại Cục Thuế TP.HCM là một biến có hệ số hồi quy cao nhất và dương trong 6 nhóm biến độc lập có ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM. Kết quả này phù hợp với giả thuyết ban đầu đặt ra, đồng thời cũng phù hợp với thực tế. Một số nghiên cứu trước về chất lượng dịch vụ công như dịch vụ của Cục Thuế tỉnh Đồng Nai “sự đồng cảm” đều có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Điều khác biệt của kết quả nghiên cứu này so với các nghiên cứu trước là sự đồng cảm lúc này cụ thể hơn là sự đồng cảm của công chức thuế. Công chức thuế cần có sự thông cảm, hiểu rõ hơn các nhu cầu, các khó khăn của doanh nghiệp thì doanh nghiệp càng hài lòng. Điều này không có nghĩa là công chức thuế làm sai chức trách của mình mà là thông cảm với các khó khăn của doanh nghiệp,

hướng dẫn, hỗ trợ DN thực hiện các thủ tục và nghĩa vụ về thuế cho đúng. Công chức thuế cần thực hiện điều này một cách tốt hơn để doanh nghiệp được hài lòng hơn. Sự đồng cảm của công chức thuế ở đây thể hiện ở: tinh thần phục vụ tận tụy, công tâm đối với DN; sẵn sàng lắng nghe mọi phản ánh, thắc mắc của DN; luôn hỗ trợ, hướng dẫn DN thực hiện các thủ tục và nghĩa vụ về thuế. Mọi vấn đề, khó khăn sẽ được giải quyết khi có sự thông cảm với nhau. Sự thông cảm ở đây không phải DN đòi hỏi công chức phải làm điều gì sai trái mà chỉ cần họ hướng dẫn, hỗ trợ DN tận tình, công tâm, không vụ lợi, không “sách nhiễu” là DN đã hài lòng. Nói thì dễ nhưng làm khá khó vì không phải ai cũng dễ dàng thông cảm và hiểu được khó khăn của người khác đặc biệt là những người có quyền hành trong tay. Nếu công chức làm việc tại Cục Thuế TP.HCM thực hiện được điều này thì sự hài lòng của doanh nghiệp sẽ cao hơn.

+ Khả năng đáp ứng của công chức thuế có hệ số hồi quy mang dấu dương, nghĩa là tác động cùng chiều đến sự hài lòng của DN. Kết quả này phù hợp với giả thuyết ban đầu. Trong nghiên cứu về hài

lòng của DN FDI đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế tỉnh Đồng Nai có mức tương đồng nhưng hệ số hồi qui ở đây cao hơn và biến này tập trung vào khả năng đáp ứng của công chức thuế chứ không nói chung chung như nghiên cứu ở Đồng Nai (sự đảm bảo của cơ quan thuế). Nội dung của nhóm biến này tập trung vào các vấn đề như: trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của công chức thuế; công chức thuế nắm rõ các qui định của pháp luật về thuế; có kỹ năng hướng dẫn DN kê khai thuế, có trình độ giải đáp thắc mắc cho DN. Đòi hỏi này của DN hoàn toàn chính đáng vì nếu công chức không nắm luật, không có trình độ thì làm sao quản lý, hướng dẫn cho DN thực hiện các nghĩa vụ, thủ tục về thuế hoặc khi DN thắc mắc thì giải đáp không chính xác, không đúng làm cho DN phiền hà, mất thời gian nhiều hơn. Trước đây, tình trạng công chức thuế có trình độ yếu là có nhưng hơn 10 năm gần đây, đội ngũ công chức thuế của Cục Thuế TP.HCM được tuyển vào có trình độ từ đại học trở lên (thuộc chuyên ngành luật và tài chính). Bên cạnh đó, hàng năm Tổng Cục Thuế và Cục Thuế TP.HCM vẫn thường xuyên, liên tục đưa cán bộ đi học, tập huấn,... để nâng cao trình độ của công chức. Điều này cho thấy trong tương lai gần, sự hài lòng của DN sẽ được nâng lên nhờ khả năng đáp ứng của công chức thuế nâng cao hơn.

+ Sự tin cậy của doanh nghiệp đối với Cục Thuế TP.HCM có mối quan hệ tỷ lệ thuận với sự hài lòng của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy giả thuyết ban đầu là phù hợp. Nhân tố “sự tin cậy” là nhóm có mức độ ảnh hưởng đến sự hài lòng cũng phù hợp với nghiên cứu trước tại Cục Thuế tỉnh Đồng Nai. Tuy các biến trong nhân tố có sự thay đổi do đặc điểm của từng ngành nghề, từng địa phương khác nhau nhưng đều thể hiện sự tin cậy. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của doanh nghiệp sẽ được nâng lên nếu Cục Thuế TP.HCM tạo cho doanh nghiệp

sự tin cậy. Sự tin cậy của doanh nghiệp thể hiện trong nội dung này là: Cục Thuế TP.HCM khi đưa ra các quyết định, các thông báo thuế, các yêu cầu bổ túc hồ sơ... luôn chính xác để doanh nghiệp yên tâm, tin tưởng vào cơ quan thuế. Điều này dễ dàng thực hiện nếu như pháp luật về thuế, các nghị định, quyết định, thông tư hướng dẫn luôn rõ ràng, dễ hiểu để thực hiện và sử dụng các văn bản này để đưa ra các quyết định như: quyết định nộp, phạt, kiểm tra, thanh tra thuế luôn luôn chính xác. Trên thực tế, việc này cũng khó lòng thực hiện được tốt vì nhiều các văn bản, qui định vẫn không thuộc thẩm quyền của Cục Thuế TP.HCM. Tuy nhiên, Cục Thuế TP.HCM vẫn có thể thực hiện được phần nào nếu nắm rõ luật làm căn cứ để đưa ra các căn cứ quyết định, thông báo cho DN một cách chính xác. Cơ quan thay mặt quản lý nhà nước về thuế mà đưa ra các quyết định, thông báo thuế thiếu chính xác thì không thể được. Nếu trình độ của công chức thuế cao sẽ giải quyết các vấn đề một cách hợp lý, chính xác hơn.

+ Năng lực tuyên truyền hỗ trợ có mối quan hệ dương với sự hài lòng. So với kết quả nghiên cứu về sự hài lòng của doanh nghiệp FDI đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế tỉnh Đồng Nai thì nhóm biến này thuộc về nhóm “năng lực phục vụ” nhưng lại không có ảnh hưởng đến sự hài lòng của DN FDI. Kết quả ở đây cụ thể hơn, doanh nghiệp quan tâm đến năng lực của phòng tuyên truyền hỗ trợ bởi vì phòng này là một bộ phận mà doanh nghiệp cần liên hệ nhiều nhất. Năng lực phục vụ của phòng này được doanh nghiệp đánh giá dựa vào việc có “tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền những qui định thuế mới kịp thời cho DN” và “tổ chức các cuộc hội thảo tuyên truyền về thuế chu đáo, thuận lợi cho DN tham dự” hay không. Do đó, khi có các qui định mới về thuế thì Cục Thuế TP.HCM phải tiến hành triển khai tập

huấn, tuyên truyền, hướng dẫn cho doanh nghiệp sớm, điều này giúp cho doanh nghiệp đánh giá cao về chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM, từ đó sự hài lòng của doanh nghiệp đối với cơ quan quản lý thuế cao hơn.

+ Nhóm “năng lực cung cấp thông tin”. Hệ số hồi quy của nhóm nhân tố này đạt mức ý nghĩa 1% và mỗi quan hệ đồng biến. Kết quả phù hợp với giả thuyết nghiên cứu. Cục Thuế TP.HCM càng có nhiều kênh cung cấp thông tin, việc cung cấp thông tin cho doanh nghiệp càng nhiều, càng rõ ràng thì doanh nghiệp càng hài lòng. Trên thực tế, thông tin là một điều vô cùng cần thiết cho tất cả mọi đối tượng, đặc biệt là các thông tin về chính sách thuế, các thủ tục về thuế, các qui định mới,... là điều DN quan tâm. Thông tin nhanh, chính xác, rõ ràng là yêu cầu mà doanh nghiệp cần ở Cục Thuế TP.HCM. Cục Thuế TP.HCM có thể cung cấp thông tin cho doanh nghiệp qua các phương tiện như: web, thông báo bằng văn bản, bằng đội ngũ nhân viên hướng dẫn,... để doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận thông tin và đảm bảo thông tin kịp thời, chính xác giúp cho doanh nghiệp thực hiện nghĩa vụ của mình đúng theo qui định của pháp luật.

+ Nhân tố không ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp (trái với giả thuyết nghiên cứu) là “dịch vụ gửi xe”. Do đặc thù Cục Thuế TP.HCM được đặt tại trung tâm của thành phố Hồ Chí Minh (Quận 3) nên có bị giới hạn về diện tích văn phòng và chỗ để xe cho nên doanh nghiệp quan tâm đến điều này như Cục Thuế TP.HCM có lợi thế là văn phòng nằm đối diện công viên Tao Đàn, cạnh bên Sở Tài Chính nên có thể tận dụng dịch vụ thêm dịch vụ gửi xe tại hai địa điểm trên, từ đó doanh nghiệp sẽ yên tâm về dịch vụ gửi xe khi đến liên hệ với Cục Thuế TP.HCM. Tuy nhiên, Cục Thuế TP.HCM phải luôn quan tâm, củng cố điểm này.

6. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ MỘT SỐ GỢI Ý CHÍNH SÁCH

6.1 Kết luận

Tổng cộng có 57 biến (51 biến độc lập và 6 biến phụ thuộc) được đưa vào phân tích bước đầu tiên – thống kê mô tả. Kết quả thống kê cho thấy có 10 biến là NLUC3, NLUC4, NLUC11, DUNG8, DUNG9, DCAM1, DCAM2, DCAM4, PTIEN2 và PTIEN9 có giá trị trung bình nhỏ hơn 2.5. 57 biến quan sát được đưa vào đánh giá độ tin cậy của thang đo. Sau khi phân tích độ tin cậy đã loại đi 10 biến: DUNG8, DUNG9, NLUC3, NLUC4, NLUC11, PTIEN1, PTIEN2, PTIEN3, PTIEN9 và HLONG2, vì thế chỉ còn 47 biến đưa vào phân tích nhân tố EFA. Sau 6 lần thực hiện phân tích EFA đã loại bỏ 20 biến, còn lại 27 biến thuộc 7 nhóm nhân tố (nhóm biến phụ thuộc có 8 biến quan sát và 19 biến còn lại thuộc 6 nhóm biến độc lập). Sau khi phân tích EFA, mô hình nghiên cứu được hiệu chỉnh và đặt lại các giả thuyết nghiên cứu theo mô hình mới. Các nhân tố: Sự đồng cảm của công chức thuế; Khả năng đáp ứng của công chức thuế; sự tin cậy của doanh nghiệp; năng lực tuyên truyền hỗ trợ; năng lực cung cấp thông tin là những nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của Cục Thuế TP.HCM.

6.2. Khuyến nghị

Từ kết quả nghiên cứu, Cục Thuế TP.HCM cần xem xét để kiến nghị lên Tổng Cục Thuế để thực hiện các biểu mẫu kê khai thuế rõ ràng, dễ thực hiện hơn vì doanh nghiệp cho rằng các biểu mẫu hiện nay chưa tốt, chưa rõ ràng và còn khá nhiều điểm quá rườm rà.

Cục Thuế TP.HCM chỉ cần đưa các biểu mẫu vào Web và phải đưa đầy đủ, thường xuyên, cập nhật kịp thời hoặc tạo đường dẫn cho doanh nghiệp vào trang web của Tổng Cục Thuế để lấy về các biểu mẫu khi họ cần.

DN không đánh giá cao cơ sở vật chất của Cục Thuế TP.HCM thể hiện qua việc họ cho là sự bố trí các phòng ban dễ dàng, thuận tiện cho DN trong quá trình liên hệ công tác; hệ thống máy tính hỗ trợ công tác chưa cao; nơi tiếp nhận hồ sơ thuế được bố trí rộng rãi, thuận tiện. Cục Thuế TP.HCM đã triển khai thực hiện kê khai thuế qua mạng nhiều hơn nhằm giảm quá tải vào thời gian nộp báo cáo thuế, báo cáo quyết toán,...Đồng thời, nhanh chóng đưa văn phòng mới vào sử dụng nhằm giải quyết triệt để vấn đề này.

Sự đồng cảm của công chức thuế. Công chức phải thông cảm, phải hiểu được sự khó khăn của DN mới có thể cùng DN đưa ra hướng tháo gỡ, giải quyết vấn đề đúng pháp luật. Doanh nghiệp có tồn tại và phát triển thì Cục Thuế mới đảm bảo “nuôi dưỡng được nguồn thu”; nếu doanh nghiệp không phát triển, DN phá sản,... thì khoản thu trong tương lai sẽ giảm dần. Đồng thời, công chức thuế phải hiểu được đâu là khó khăn thực sự của DN chứ không nên chỉ xem xét qua loa thì dễ dẫn đến tình trạng DN lợi dụng “sự đồng cảm” của công chức thuế mà làm những điều không đúng qui định của pháp luật.

Lãnh đạo Cục Thuế phải thường xuyên nhắc nhở các cán bộ rèn luyện đạo

đức, nâng cao đạo đức nghề nghiệp và phải luôn luôn nhắc công chức thuế nhớ là ngành thuế hiện nay cũng là một cơ quan cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp (dù là dịch vụ công). Đồng thời, tiến hành minh bạch thông tin hơn nữa để đảm bảo “sự công tâm”. Đồng thời, lãnh đạo Cục Thuế TP.HCM phải luôn luôn nhắc nhở về thái độ phục vụ của công chức thuế theo hướng là phục vụ chứ không phải quản lý. Nâng cao tinh thần phục vụ vì lợi ích chung của đất nước, xã hội.

Muốn nâng cao chỉ số hài lòng của DN, lãnh đạo Cục Thuế TP.HCM cần phải nâng cao trình độ của công chức thuế bằng cách cử đi học ở trình độ cao hơn, bồi dưỡng kiến thức pháp luật thường xuyên, tập huấn thường xuyên,... Công chức nắm rõ, nắm kỹ các qui định của pháp luật, có trình độ chuyên môn nghiệp vụ tốt và được trao dồi thường xuyên thì mới có thể tư vấn, hướng dẫn hỗ trợ cho DN chính xác, đúng từ lần đầu và vì thế không làm phiền hà, mất thời gian của DN.

Ngoài đào tạo chuyên môn, lãnh đạo Cục Thuế TP.HCM cần phải chú trọng đào tạo “văn hóa ứng xử” trong công việc vì chính điều này ảnh hưởng đến cách hành xử của công chức thuế đối với các đối tượng khác, đặc biệt là DN.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Các tổ chức tài chính quốc tế (2008), thủ tục thuế Việt Nam lạc hậu nhất khu vực đăng tại <http://dantri.com.vn>.
2. Đỗ Hoàng Anh Tuấn (2008), Thủ tục thuế thủ tục thuế Việt Nam lạc hậu nhất khu vực đăng tại <http://dantri.com.vn>.
3. Gronroos, C. (1984), Strategic management and marketing in the Service Sector, Bromley, Chartwell Bratt.
4. Hoàng Văn Hải và Trần Thị Hồng Liên (2010), Chuỗi giá trị dịch vụ công: Kinh nghiệm từ Canada và New Zealand, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh 26 (2010) 218-231.
5. Juran and Joseph (1995) M., A History of Managing for Quality, ASQC Quality Press, Milwaukee, Wisconsin.

6. Kenneth, K. (2005), Political Science and Management at Brock University, Canada, Phase 5 Consulting Group Inc. for The Institute for Citizen-Centred Service & The Institute of Public Administration of Canada, Citizen First 4. 2005: Toronto.
7. Kiwis Count 2009 (2010), New Zealand State Services Commission, New Zealanders' Satisfaction with Public Services. Đăng tại <http://www.ssc.govt.nz/sites/all/files/Kiwis-Count-2009-summary-report.pdf>.
8. Lehtinen, U. and Lehtinen, JR. (1982), Service quality: a study of quality imensions. Unpublished working paper, Service management Institute, Helsinki.
9. Nguyễn Thị Bích Thủy (2010), nghiên cứu “Sự hài lòng của doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ thuế tại Cục Thuế Đồng Nai (2010).
10. Parasuraman, A.; Berry, L.L.; Zeithaml, V.A. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research, Journal of Marketing.
11. Phạm Phương Thảo (2009) đánh giá chất lượng dịch vụ công do phóng viên Quốc Thanh đưa tin, đăng tại <http://www.tuoiitre.com.vn/TIANXON>.
12. Kotler, P. (2003), Quản trị Marketing, NXB Thống kê, Hà Nội. , 2003, tr: 49 - 522
13. Từ điển Tiếng Việt (2004), NXB Đà Nẵng, tr256.
14. Vũ Tiến Lộc (2008), Chủ tịch Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), thủ tục thuế Việt Nam, đọc tại http://www_vinasme.jcapt.com (Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam).
15. World Bank (2007), World Development Report 1997.

(Ngày nhận bài: 10/09/2012; Ngày chấp nhận đăng: 05/10/2012).