

CHẤT LƯỢNG TUYÊN TRUYỀN HỖ TRỢ NGƯỜI NỘP THUẾ: NGHIÊN CỨU TẠI CỤC THUẾ BẮC NINH

TS. CHU THỊ KIM LOAN

Thông qua số liệu điều tra từ 95 doanh nghiệp do Cục thuế Bắc Ninh quản lý, bài viết phân tích đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng công tác tuyên truyền - hỗ trợ người nộp thuế ở Cục thuế Bắc Ninh. Kết quả cho thấy, khi gặp vướng mắc về thuế thì Cục thuế là nơi doanh nghiệp tìm đến nhiều nhất. Điều này cũng thể hiện rằng, doanh nghiệp cảm nhận tốt về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ người nộp thuế ở Cục thuế Bắc Ninh.

Từ nhiều năm nay, Việt Nam đã thực hiện áp dụng cơ chế người nộp thuế (NNT) tự khai, tự nộp thuế nhằm nâng cao hiệu quả quản lý, tiết kiệm chi phí cho DN. Để đảm bảo cơ chế này triển khai hiệu quả, công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT luôn được ngành Thuế đặt lên hàng đầu. Và đây chính là bộ mặt của ngành Thuế. Tuy nhiên, công tác tuyên truyền – hỗ trợ chính sách thuế là công việc mang tính chuyên ngành và khó; những chuyên đề thuế thường rất khô khan và khó nhớ. Hơn nữa, các chủ chương chính sách pháp luật về thuế lại thường xuyên được chỉnh sửa đổi, bổ sung nên gây khó khăn cho công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT, trong khi, hình thức hoạt động của DN ngày càng phức tạp... Vì vậy, việc tìm hiểu ý kiến đánh giá của DN về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT để có ngành Thuế bao quát và chỉnh sửa là điều rất cần thiết trong bối cảnh hiện nay.

Cục thuế Bắc Ninh được đánh giá là một trong những Cục thuế dẫn đầu cả nước về công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT, thể hiện qua số lượt phát tờ rơi hay trả lời NNT trực tiếp, qua điện thoại và văn bản... tăng vượt trội. Tuy nhiên, báo cáo kết quả tổng kết hàng năm cho thấy, ở Cục Thuế Bắc Ninh vẫn còn không ít tình trạng NNT vi phạm pháp luật về thuế do không nắm bắt được chính sách thuế; một bộ phận DN khi thực hiện thủ tục hành chính về thuế vẫn phải đi lại nhiều lần, chưa được trả kết quả đúng hạn do Bộ phận tuyên truyền – hỗ trợ NNT chưa tuyên truyền, kiểm tra, hướng dẫn nộp đúng hồ sơ theo quy định. Hơn nữa, đánh giá

kết quả công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT cần được nhìn nhận cả ở phía người có nhu cầu thông tin, tức là người nộp thuế. Bài viết khái quát kết quả đánh giá của DN về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ, từ đó đề xuất khuyến nghị đối với Cục thuế Bắc Ninh nhằm góp phần nâng cao sự thỏa mãn của NNT.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu

Số liệu điều tra được thu thập từ giữa năm 2015 với đối tượng là các DN đang hoạt động do Cục thuế Bắc Ninh quản lý. Cơ mẫu điều tra được chọn theo công thức của Slovin (dẫn từ Consuelo và cộng sự, 2007).

$$N = \frac{N}{1+N e^2}$$

Các loại hình DN	Số DN đang hoạt động đến 31/12/2014	Cơ cấu (%)	Số mẫu
DN Nhà nước	211	11,4	11
DN có vốn đầu tư nước ngoài	559	30,1	29
Công ty cổ phần	253	13,6	13
Công ty trách nhiệm hữu hạn	528	28,5	27
DN tư nhân	83	4,5	4
Loại hình khác	221	11,9	11
Tổng	1.855	100,0	95

Nguồn: Tác giả tổng hợp



BẢNG 1: CÁC MỨC ĐỘ ĐÁNH GIÁ THEO ĐIỂM BÌNH QUÂN

Khoảng điểm	Mức độ	Khoảng điểm	Mức độ
1,00 – 2,20	Rất không hài lòng	4,61 – 5,80	Hài lòng
2,21 – 3,40	Không hài lòng	5,81 – 7,00	Rất hài lòng
3,41 – 4,60	Bình thường		

Nguồn: Tác giả tổng hợp

BẢNG 2: KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC HÌNH THỨC TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ NNT (2012 – 2014)

Diễn giải	ĐVT	2012	2013	2014	So sánh (%)	
		(1)	(2)	(3)	(2)/(1)	(3)/(2)
Tổ chức tập huấn cho người nộp Thuế	Lượt người	3.933	4.700	12.000	119,5	255,3
Trả lời trực tiếp tại cơ quan Thuế	Lượt người	974	1.027	4.075	105,4	396,8
Trả lời qua điện thoại	Lượt người	1.553	1.970	5.134	126,9	260,6
Trả lời bằng văn bản	Văn bản	102	187	475	183,3	254,0
Tổ chức đối thoại	Số buổi	2	2	2	100,0	100
Phát tờ rơi	Tờ	2.700	3.500	18.000	129,6	514,3
Đăng tải trên báo, tạp chí	Bài viết	35	52	192	148,6	369,2
Chuyên mục phát truyền hình	Số buổi	24	24	24	100,0	100
Bài phát thanh trên đài phát thanh	Số buổi	405	730	1.141	180,2	156,3
Trả lời phỏng vấn	Số cuộc	26	32	40	123,1	125
Truy cập vào website của cục thuế	Số lượt	2654	3627	4.379	136,7	120,7

Nguồn: Cục thuế tỉnh Bắc Ninh

Trong đó: n là cỡ mẫu; e là sai số tiêu chuẩn; N là quy mô tổng thể. Với tổng số DN đang hoạt động do Cục thuế Bắc Ninh quản lý tính đến 31/12/2014 (N) là 1.855; mức sai số được chọn (e) là 10%, độ tin cậy 95%, số mẫu ít nhất cần thu thập là 95 DN. Căn cứ vào tỷ trọng của các loại hình DN, chúng tôi xác định số lượng DN điều tra cho từng loại hình, sau đó lựa chọn ngẫu nhiên và gửi phiếu điều tra qua địa chỉ email của DN đã đăng ký với Cục thuế.

Ngoài số liệu điều tra, bài viết còn thu thập thông tin thứ cấp từ các báo cáo của Cục thuế Bắc Ninh, sách, tạp chí đã xuất bản và website.

Phương pháp phân tích số liệu

Thống kê mô tả là phương pháp phân tích chính được sử dụng trong nghiên cứu. Các số liệu sau khi thu thập được phân tổ theo các tiêu thức khác nhau; biểu diễn bằng các bảng và biểu đồ với các số tuyệt đối và tương đối. Bên cạnh đó, để lượng hóa ý kiến đánh giá của DN về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT của Cục thuế Bắc Ninh, phương pháp điểm bình quân được sử dụng. Dựa trên thang đo Likert 7 mức độ (từ rất không đồng ý đến rất đồng ý) được sử dụng trong phiếu điều tra, tần suất của mỗi nhân tố được tính như sau:

Điểm BQ = $\{1(a) + 2(b) + 3(c) + 4(d) + 5(e) + 6(g) + 7(h)\} / \text{Tổng số người trả lời}$

Trong đó a, b, c, d, e, g và h là tần suất của mỗi thang đo Likert; 1, 2, 3, 4, 5, 6 và 7 là các điểm tương ứng của thang đo Likert (Lai Chai Hong và cộng sự, 2013). Để thuận tiện hơn cho việc đưa ra kết luận về mức độ hài lòng chung của DN, khoảng điểm được rút gọn xuống còn 5 và mức độ đánh giá tương ứng được thể hiện qua Bảng 1.

Cơ sở lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ được vận dụng trong nghiên cứu này. Trong nhiều năm qua, chất lượng dịch vụ đã được các nhà nghiên cứu thực hiện một cách có hệ thống. Trước tiên, phải kể đến một số mô hình nổi tiếng như: Mô hình khoảng cách chất lượng (Parasuraman và cộng sự, 1985), mô hình chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật (Gronroos, 1984), mô hình ba thuộc tính

sản phẩm của Kano (1984), mô hình SERVQUAL (Parasuraman và cộng sự, 1988). Trong đó, mô hình SERVQUAL là phổ biến hơn cả (Sayasonti, 2005). Bài viết sử dụng mô hình này để tìm hiểu ý kiến đánh giá của DN về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT trên 5 phương diện: Độ tin cậy; khả năng đáp ứng; năng lực phục vụ, sự đồng cảm; phương tiện hữu hình.

Kết quả nghiên cứu

Khái quát về công tác tuyên truyền hỗ trợ NNT của Cục thuế Bắc Ninh.

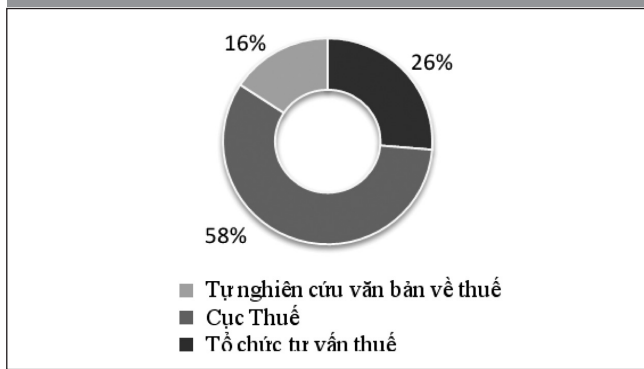
Một là, tổ chức nhân lực

Công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT tại Cục thuế Bắc Ninh có một số điểm nổi bật như sau:

- Hoạt động tuyên truyền chính sách thuế: Phòng tuyên truyền – hỗ trợ NNT chịu trách nhiệm lập kế hoạch tuyên truyền và phối hợp với các phòng chuyên môn tổ chức triển khai kế hoạch.

- Hoạt động hỗ trợ NNT được thực hiện trực tiếp tại bàn hoặc qua điện thoại. Tuy nhiên, do hoạt động sản xuất kinh doanh của DN liên quan đến thuế rất đa dạng, các quy định, chính sách về thuế lại nhiều và thay đổi liên tục, cán bộ tuyên truyền – hỗ trợ NNT nhiều lúc chưa kịp thời nắm bắt để hỗ trợ, giải đáp kịp thời, trong khi số lượng cán bộ thuế làm công tác tuyên truyền có hạn. Trong

HÌNH 2: NƠI THƯỜNG LIÊN HỆ TRƯỚC TIÊN CỦA DN



Nguồn: Tác giả tổng hợp

một số trường hợp vướng mắc của NNT, các phòng chuyên môn có trách nhiệm phối hợp hỗ trợ giải đáp, hướng dẫn cho NNT.

Như vậy, nhiệm vụ hỗ trợ NNT được Cục thuế Bắc Ninh triển khai một cách linh hoạt với sự tham gia của nhiều bộ phận trong Cục. Đây cũng chính là mẫu chốt góp phần tạo nên sự thành công của công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT ở Cục thuế Bắc Ninh.

Hai là, các hình thức tuyên truyền - hỗ trợ NNT

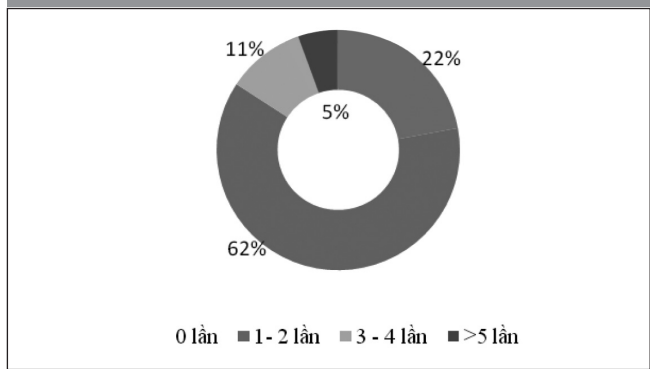
Để tuyên truyền chính sách thuế cũng như hỗ trợ giải quyết những vướng mắc về thuế của NNT, Cục thuế Bắc Ninh sử dụng nhiều hình thức khác, điển hình như: Tập huấn tập trung; đối thoại; tra cứu thông tin tại máy kiosk điện tử ở trụ sở Cục thuế; sử dụng các pano, áp phích, băng rôn, khẩu hiệu, tờ rơi, hướng dẫn; niêm yết thông tin tại trụ sở Cục Thuế; Tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng; tuyên dương người nộp thuế điển hình; hướng dẫn, giải đáp trực tiếp tại trụ sở Cục thuế, hay qua điện thoại và bằng văn bản; tra cứu thông tin thông qua website Cục thuế Bắc Ninh.

Bảng 3 cho thấy, hoạt động tuyên truyền – hỗ trợ NNT ngày càng được tăng cường; nhất là trả lời trực tiếp tại cơ quan thuế và số bài viết trên báo, tạp chí. Riêng năm 2014, công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT được Cục thuế quan tâm và đẩy mạnh ở mọi hình thức, có tốc độ tăng cao so với năm 2013, chẳng hạn tổ chức tập huấn cho NNT tăng 155%, trả lời trực tiếp tại cơ quan thuế tăng 297%...

Ba là, đánh giá của DN về chất lượng tuyên truyền – hỗ trợ NNT

Kết quả khảo sát cho thấy, khi gặp vướng mắc về thuế thì Cục thuế (trực tiếp là phòng tuyên truyền – hỗ trợ NNT) là nơi DN tìm đến nhiều nhất (55 phiếu, tương đương 57,9%), kế đến DN tự nghiên cứu văn bản về thuế (chiếm 26,3% tổng mẫu điều tra). Như vậy, Cục thuế là đầu mối quan trọng để DN hiểu về thuế.

HÌNH 3: TẦN SUẤT LIÊN HỆ BÌNH QUÂN TRONG THÁNG



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tần suất liên hệ bình quân trong tháng của DN tới Cục thuế Bắc Ninh để được tư vấn, hỗ trợ về thuế chủ yếu là từ 1 đến 2 lần với tỷ trọng 62,1% tổng số mẫu điều tra, chủ yếu rơi vào đối tượng DN có vốn đầu tư nước ngoài và công ty cổ phần, công ty TNHH.

Hình thức liên hệ trực tiếp tại Cục thuế để được tư vấn, hỗ trợ về thuế được nhiều DN lựa chọn (chiếm 35,8% tổng số mẫu điều tra), kế tiếp là gọi điện thoại.

Đánh giá của doanh nghiệp về chất lượng tuyên truyền – hỗ trợ người nộp thuế

Thứ nhất, độ tin cậy. Tin cậy là một trong năm nhân tố quan trọng tạo nên chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ về thuế và ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của NNT. Bảng 3 thể hiện công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT của Cục thuế Bắc Ninh đạt độ tin cậy của DN ở mức khá cao. Trong đó, chỉ tiêu “Nội dung, quy trình, thủ tục về thuế được niêm yết công khai, minh bạch” được DN đánh giá cao nhất với mức điểm bình quân là 5,12 điểm trong thang đo Likert 7 điểm; Tiếp đến là “Chính sách thuế mới được phổ biến kịp thời đến NNT”. Tuy nhiên, nhận định “Nội dung, hình thức tuyên truyền cụ thể, rõ ràng và dễ tiếp thu” chưa được nhiều DN đánh giá cao, mức điểm bình quân chỉ là 4,56; đặc biệt đối với các hình thức tuyên truyền như pano, áp phích, đài truyền hình.

Thứ hai, khả năng đáp ứng. Đánh giá của DN về việc đáp ứng nhu cầu của hoạt động tuyên truyền – hỗ trợ NNT ở Cục thuế Bắc Ninh không cao như phương diện “độ tin cậy”: 3/5 chỉ tiêu được DN đánh giá ở mức hài lòng, với số điểm bình quân từ 4,77 - 4,98. Tuy nhiên, một số lớn DN không đồng tình với nhận định “Nhân viên hướng dẫn đầy đủ các thủ tục về thuế trong cùng một lần” và “Nhân viên thuế nhanh chóng tìm hướng giải quyết những vấn đề khó và hướng dẫn ngay cho NNT”, nên điểm bình quân chỉ ở mức trung bình (từ 4,42 - 4,51).


BẢNG 3: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ ĐỘ TIN CẬY CỦA CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ NNT

Nội dung đánh giá	Điểm Bình quân	Mức độ
Nội dung, quy trình, thủ tục về thuế được niêm yết công khai, minh bạch	5,12	Hài lòng
Chính sách thuế mới được phổ biến kịp thời đến NNT	4,98	Hài lòng
Đội ngũ tuyên truyền viên giàu kinh nghiệm, nắm vững pháp luật về thuế	4,81	Hài lòng
Các vướng mắc về thuế được hướng dẫn, giải quyết rõ ràng, đúng hạn, đúng quy định	4,75	Hài lòng
Nội dung, hình thức tuyên truyền cụ thể, rõ ràng, dễ tiếp thu	4,56	Bình thường

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

BẢNG 4: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ MỨC ĐỘ ĐÁP ỨNG NHU CẦU CỦA CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ NNT

Nội dung đánh giá	Điểm Bình quân	Mức độ
Nhân viên luôn sẵn sàng hướng dẫn, hỗ trợ NNT khi gặp vướng mắc về thuế	4,95	Hài lòng
Nhân viên đảm bảo giờ giấc làm việc theo quy định, không gây lãng phí thời gian của NNT	4,77	Hài lòng
Nhân viên làm việc có trình tự, đúng quy trình	4,98	Hài lòng
Nhân viên hướng dẫn đầy đủ các thủ tục về thuế trong cùng một lần	4,42	Bình thường
Nhân viên nhanh chóng tìm hướng giải quyết những vấn đề khó và hướng dẫn ngay cho NNT	4,51	Bình thường

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

Thứ ba, năng lực phục vụ. Đánh giá của DN về năng lực phục vụ của nhân viên tuyên truyền – hỗ trợ đối với NNT ở mức khá tốt khi 4 trên 5 chỉ tiêu được DN cảm nhận là hài lòng (Bảng 5); tuy nhiên, mức điểm bình quân chỉ giao động trong khoảng 4,6- 4,9 trong thang đo 7 điểm, đặc biệt cách thức giải quyết công việc của nhân viên còn chưa đáp ứng được kỳ vọng của DN. Điều đó có thể do một số nghiệp vụ, vướng mắc của DN còn chậm được xử lý hay giải đáp chưa thỏa đáng...

Thứ tư, sự đồng cảm. Bảng 6 cho thấy, DN đánh giá khá cao mức độ đồng cảm của cán bộ, nhân viên tuyên truyền – hỗ trợ ở Cục thuế Bắc Ninh, đặc biệt là việc Cục thuế đã tổ chức tập huấn, tuyên truyền chính sách thuế riêng cho từng loại hình, ngành nghề kinh doanh, với mức điểm bình quân

lên đến 5,27. Tuy nhiên, vẫn có đến gần 1/4 số DN được hỏi không đồng ý với nhận định “Nhân viên hướng dẫn luôn đặt mình ở vị trí của NNT để giải quyết những khó khăn, vướng mắc về thuế”, do đó điểm bình quân của chỉ tiêu này chỉ là 4,4.

Thứ năm, phương tiện hữu hình. Điểm đánh giá bình quân của DN về các yếu tố cơ sở vật chất phục vụ tuyên truyền – hỗ trợ tương đối đồng đều và ở mức cao (từ 5,01 đến 5,57 điểm). Đây có thể là một trong những thành phần quan trọng tạo nên sự hài lòng của DN về công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT ngay từ lần tiếp xúc đầu tiên của DN với Cục thuế Bắc Ninh.

Thứ sáu, đánh giá chung. Nhìn chung, DN cảm thấy hài lòng đối với công tác tuyên truyền – hỗ trợ của Cục Thuế tỉnh Bắc Ninh ở mức điểm bình quân

BẢNG 5: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ NĂNG LỰC PHỤC VỤ CỦA NHÂN VIÊN TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ NNT

Nội dung đánh giá	Điểm Bình quân	Mức độ
Nhân viên có kiến thức chuyên môn và kiến thức tổng hợp tốt	4,76	Hài lòng
Nhân viên nắm bắt tốt yêu cầu, nhu cầu của NNT	4,73	Hài lòng
Nhân viên ứng dụng thành thạo công nghệ thông tin trong quá trình giải quyết công việc	4,90	Hài lòng
Cách thức giải quyết công việc nhanh chóng, hiệu quả, hợp lý	4,58	Bình thường
Cung cách phục vụ lịch sự, ân cần, hòa nhã, nhiệt tình	4,89	Hài lòng

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

BẢNG 6: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ SỰ ĐỒNG CẢM CỦA CỤC THUẾ VÀ NHÂN VIÊN TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ

Nội dung đánh giá	Điểm bình quân	Mức độ
Cục Thuế biết lắng nghe và hiểu được những khó khăn, vướng mắc về thuế của NNT	4,74	Hài lòng
Cục Thuế luôn ghi nhận ý kiến đóng góp cũng như vướng mắc về thuế của NNT và có hướng giải quyết hợp lý	4,78	Hài lòng
Tổ chức tập huấn, tuyên truyền chính sách thuế riêng cho từng loại hình, ngành nghề kinh doanh	5,27	Hài lòng
Nhân viên hướng dẫn luôn đặt mình ở vị trí của NNT để giải quyết những khó khăn, vướng mắc về thuế	4,40	Bình thường

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

BẢNG 7: ĐÁNH GIÁ CỦA DN VỀ PHƯƠNG TIỆN PHỤC VỤ TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ NNT

Nội dung đánh giá	Điểm Bình quân	Mức độ
Trang phục của nhân viên gọn gàng, lịch sự và có đeo thẻ ngành	5,57	Hài lòng
Khu vực hướng dẫn, hỗ trợ về thuế thoáng mát, rộng rãi	5,37	Hài lòng
Trang thiết bị phục vụ cho công tác TT - HT về thuế hiện đại	5,01	Hài lòng
Sử dụng công nghệ thông tin (email, web, kiosk điện tử...) trong TT - HT về thuế	5,13	Hài lòng

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

BẢNG 8: ĐÁNH GIÁ CHUNG CỦA DN VỀ CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN – HỖ TRỢ CỦA CỤC THUẾ

Nội dung đánh giá	Điểm Bình quân	Mức độ
Hài lòng với nội dung hướng dẫn, giải đáp vướng mắc về thuế của Cục Thuế Bắc Ninh	4,81	Hài lòng
Hài lòng với cung cách phục vụ trong hướng dẫn, hỗ trợ về thuế của Cục Thuế Bắc Ninh	4,91	Hài lòng
Nhìn chung, hài lòng khi yêu cầu tư vấn, hỗ trợ về thuế tại Cục Thuế Bắc Ninh	4,96	Hài lòng

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2015

khoảng 4,9 trong thang đo Likert 7 mức độ (bảng 9). Theo kết quả điều tra, công tác tuyên truyền – hỗ trợ đã đem lại nhiều lợi ích cho DN, chẳng hạn giúp giảm thiểu được nhiều sai phạm không cố ý của NNT (57,8% tổng số DN điều tra đồng ý với nhận định này); ngăn ngừa rủi ro trong giao dịch (58,9% tổng số DN phỏng vấn đồng ý); tạo lập mối quan hệ bình đẳng và thân thiện với cơ quan thuế (57,8% tổng số DN điều tra đồng ý)...

Đề xuất và khuyến nghị

Điều tra về công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT tại Cục Thuế tỉnh Bắc Ninh cho thấy, sự linh hoạt trong tổ chức nguồn lực cho hoạt động tuyên truyền – hỗ trợ NNT, có thể nói kết quả công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT ở Cục Thuế có sự góp sức của tất cả các phòng, ban trong Cục Thuế, không phải là kết quả của riêng Phòng tuyên truyền – hỗ trợ NNT. Đây là yếu tố góp phần tạo nên sự hài lòng của DN đối với công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT của Cục thuế Bắc Ninh. Điều tra DN cho thấy, khi gặp vướng mắc về thuế thì Cục Thuế (trực tiếp là phòng tuyên truyền – hỗ trợ NNT) vẫn là nơi DN tìm đến nhiều nhất với tần suất liên hệ bình quân là 1-2 lần/tháng. Hình thức liên hệ trực tiếp tại Cục Thuế để được tư vấn, hỗ trợ về thuế được nhiều DN lựa chọn, kế tiếp là gọi điện thoại. Trong 05 thành phần chất lượng dịch vụ, cơ sở vật chất hữu hình phục vụ tuyên truyền – hỗ trợ NNT được DN đánh giá cao hơn cả, khi tất cả 4 chỉ tiêu đo lường đều có mức điểm bình quân trên 5 trong thang đo Likert 7 điểm. Những nội dung đánh giá khác trong các thành phần còn lại chủ yếu có mức điểm bình quân từ 4,4 - 5,0. Điều này chứng tỏ, DN cảm nhận tốt về chất lượng công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT ở Cục thuế Bắc Ninh. Tuy nhiên, kết quả điều tra cũng cho thấy, trong tổng số 23 chỉ tiêu đánh giá, chưa có một chỉ tiêu nào được các DN đánh giá ở mức

điểm bình quân cao trên 5,8; nói cách khác DN chưa cảm nhận là “rất hài lòng” với bất cứ thành phần chất lượng nào của công tác tuyên truyền – hỗ trợ NNT ở Cục thuế Bắc Ninh. Chính vì vậy, để hỗ trợ NNT tốt nhất, đem lại sự thỏa mãn cho NNT ở mức độ cao hơn, Cục thuế Bắc Ninh cần nỗ lực hơn trong tương lai. Những vấn đề trước mắt cần tập trung cải thiện là: Hướng dẫn đầy đủ các thủ tục về thuế trong cùng một lần giải đáp, tránh tình trạng hướng dẫn nửa vời để DN phải đi lại nhiều lần; Khẩn trương hỗ trợ DN khi được yêu cầu, không để tình trạng DN phải chờ đợi lâu làm họ nản lòng; Đặt mình ở vị trí của NNT để hiểu và thông cảm với họ, từ đó có thái độ phục vụ tốt hơn nữa. Đặc biệt là chú ý nâng cao năng lực của cán bộ nhân viên tuyên truyền – hỗ trợ về thuế nhằm giúp giải đáp những vướng mắc của DN một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn nữa.

Tài liệu tham khảo:

1. Consuelo G. S., Jesus A.O, Twila G.P, Bella, P. R., and G.U. Gabriel. (2007). *Research methods*. Rex Printing Company, Inc;
2. Gronroos, C. (1984). *A service quality model and its marketing implications*. *European Journal of Marketing*, Vol.18 (4), 36-44;
3. Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F. và Tsuji, S. (1984). *Attractive quality and must-be quality*. *The Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14 (2), 39 – 48;
4. Lai Chai Hong, Nik Intan Norhan Abd Hamid and Norliza Mohd Salleh. (2013). *A Study on the Factors Affecting Job Satisfaction amongst Employees of a Factory in Seremban, Malaysia Business Management Dynamics*, Vol.3, No.1, 26-40;
5. Parasuraman, A., Zeithaml, V. và Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 22 – 37;
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. và Berry, L.L. (1985). *A conceptual model of service quality and implications for future research*. *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50;
7. Sayasonti, S. (2005). *Service Quality in the Insurance Industry*. Doctor Thesis, University of South Australia.