

SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI NỘP THUẾ ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ CỦA CHI CỤC THUẾ HUYỆN NA HANG, TỈNH TUYÊN QUANG

Đàm Thị Hường¹, Đỗ Thị Hòa Nhã¹, Phạm Bảo Dương^{2*}

¹*Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh Thái Nguyên*

²*Khoa Kinh tế và Phát triển Nông thôn, Học viện Nông nghiệp Việt Nam*

Email*: pbaoduong@gmail.com

Ngày gửi bài: 13.10.2014

Ngày chấp nhận: 05.11.2014

TÓM TẮT

Sử dụng dữ liệu thu được từ khảo sát 132 mẫu người nộp thuế và áp dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy đa biến, bài viết này thảo luận, đánh giá sự hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang. Kết quả nghiên cứu cho thấy về cơ bản chất lượng phục vụ của Chi cục thuế Na Hang đã đáp ứng được nhu cầu của người nộp thuế và khoảng 79,3% người nộp thuế hài lòng với chất lượng được phục vụ. Nghiên cứu cũng đã xác định có 7 nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người nộp thuế bao gồm: sự tin cậy; cơ sở vật chất; sự cảm thông; tính dân chủ và sự công bằng; năng lực phục vụ; sự công khai, minh bạch; mức độ đáp ứng. Bài viết cũng đề xuất các giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng phục vụ của Chi cục thuế, từ đó nâng cao mức độ hài lòng của người nộp thuế.

Từ khóa: Mức độ hài lòng, người nộp thuế, phân tích nhân tố khám phá.

Taxpayer Satisfaction with Customer Service Quality of Nahang District's Tax Bureau

ABSTRACT

Using data gathered from surveying 132 taxpayers and applying exploratory factor analysis method and regression model, the present article discusses the evaluation of tax-payers toward service quality of Na Hang District's Tax Bureau of Tuyen Quang Province. The study results showed that service quality, in general, has met the demand of tax-payers with approximately 79,3% tax-payers satisfied with service quality. The research also identified seven factors affecting the satisfactory degrees of tax-payers. Those are: trustability, infrastructure, sympathy, equity and democracy, service capability, transparency/openness and accountability and responsiveness. The article also proposed measures to improve and enhance service quality of the tax bureau, thereby to enhance the satisfaction of tax-payers.

Keywords: Exploratory factor analysis, satisfactory degree, tax-payers.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chi cục thuế huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang thực hiện công tác quản lý thuế, phí, lệ phí, các khoản thu khác của ngân sách nhà nước thuộc phạm vi nhiệm vụ của ngành thuế trên địa bàn huyện theo quy định của pháp luật. Từ năm 2007, khi Luật quản lý thuế có hiệu lực thi hành, thực hiện lộ trình cải cách hành chính

thuế, cơ chế “một cửa” và “một cửa liên thông” được triển khai vận hành tại chi cục, với mục tiêu đơn giản hóa các thủ tục, thuận tiện cho người nộp thuế. Quá trình công khai hóa các quy định về thủ tục hành chính thuế đã cập nhật nhanh, kịp thời chính sách thuế mới, chế độ miễn, giảm, giãn và hoàn thuế, tạo điều kiện cho người nộp thuế nắm bắt thông tin. Bên cạnh đó, Chi cục còn có các hình thức tuyên truyền,

hỗ trợ như tập huấn, đối thoại, lắng nghe ý kiến người nộp thuế và tuyên dương, khen thưởng người nộp thuế tiêu biểu.

Với đặc thù là một huyện miền núi của tỉnh, đồng bào dân tộc thiểu số chiếm phần lớn dân số của huyện thì các hình thức và nội dung tuyên truyền, hỗ trợ của Chi cục đã thực sự hiệu quả? Cách thức cung cấp và phục vụ các dịch vụ hành chính về thuế đã thực sự phù hợp với mong muốn và nhu cầu của người nộp thuế? Đây là những vấn đề cấp bách cần được giải quyết. Bài là sự thảo luận, đánh giá về mức độ hài lòng của người nộp thuế do Chi cục thuế huyện Na Hang quản lý, từ đó có cơ sở đưa ra các giải pháp nhằm góp phần nâng cao chất lượng phục vụ của cơ quan thuế trên địa bàn huyện.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Cách tiếp cận của nghiên cứu xuất phát từ quan điểm: người nộp thuế là “khách hàng” và cơ quan thuế là đơn vị “cung ứng dịch vụ tư vấn và các dịch vụ tiện ích” nhằm nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật về thuế và tạo điều kiện thuận lợi cho người nộp thuế thực hiện nghĩa vụ của mình. Chất lượng dịch vụ có nhiều cách định nghĩa tùy thuộc vào đối tượng nghiên cứu và môi trường nghiên cứu và việc tìm hiểu chất lượng dịch vụ là cơ sở để thực hiện các biện pháp cải thiện chất lượng dịch vụ của tổ chức, doanh nghiệp. Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), 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 của dịch vụ”. Theo Lehtinen (1982), chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh: quá trình cung cấp dịch vụ và kết quả của dịch vụ. Gronroos (1984) cũng đề nghị hai lĩnh vực của chất lượng dịch vụ đó là chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ và chất lượng chức năng nói lên chúng được phục vụ như thế nào. Chất lượng phục vụ của cơ quan thuế thể hiện qua chất lượng cung cấp thông tin dịch vụ hành chính thuế, kết quả giải quyết công việc của cơ quan thuế và sự phục vụ của công chức thuế.

Zeithaml và Bitner (2000) cho rằng sự hài lòng của khách hàng là sự đánh giá của khách hàng về một sản phẩm hay một dịch vụ đã đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của họ. Theo 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 một dịch 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.

Khác với khách hàng trong các dịch vụ tư, người nộp thuế (NNT) không được lựa chọn đơn vị cung cấp dịch vụ về thuế bởi theo sự phân công quản lý, họ chỉ có thể nhận các dịch vụ hành chính công từ phía cơ quan quản lý thuế trực tiếp của mình. Dịch vụ nhận được xứng đáng với số tiền thuế đã đóng góp sẽ khiến người nộp thuế cảm thấy hài lòng và gắn bó hơn với nơi kinh doanh mà tại đó cơ quan thuế trực tiếp đã cung cấp những dịch vụ hành chính công tốt nhất. Giữ chân được người nộp thuế, giúp họ phát triển chính là đảm bảo được nguồn thu ổn định cho ngân sách nhà nước, giúp kinh tế - xã hội tại địa phương phát triển, đồng thời nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật thuế của người nộp thuế.

Nhận thức được ý nghĩa và tầm quan trọng của việc làm hài lòng người nộp thuế, cơ quan thuế đang nỗ lực cải cách hành chính nhằm dần từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp nhằm đem lại sự thỏa mãn cho người nộp thuế; coi sự hài lòng của người nộp thuế là thước đo đánh giá chất lượng hiệu quả công tác quản lý thuế của cơ quan thuế các cấp.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), mức độ hài lòng có thể đo lường với 5-7 khoảng cách. Sử dụng thang điểm Likert để cho điểm các khoảng cách. Các học giả trên cũng đã khởi xướng và sử dụng nghiên cứu định tính và định lượng để xây dựng và kiểm định thang đo các thành phần của chất lượng dịch vụ (gọi là thang đo SERVQUAL). Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau. Cuối cùng thang đo

SERVQUAL bao gồm 22 biến để đo lường năm thành phần của chất lượng dịch vụ, đó là: độ tin cậy, tính đáp ứng, tính đảm bảo, phương tiện hữu hình và sự đồng cảm.

Theo Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa (2010), hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công phải phản ánh được các yếu tố: Mục tiêu hoạt động của các cơ quan hành chính nhà nước; yếu tố cấu thành đầu vào của cơ quan hành chính; tiêu chí về giải quyết công việc cho người dân; tiêu chí phản ánh đầu ra của dịch vụ công và tiêu chí đánh giá kết quả của đầu ra.

Bùi Văn Trinh và cộng sự (2013) đã đề xuất mô hình đánh giá sự hài lòng của người nộp thuế (doanh nghiệp) đối với chất lượng phục vụ của ngành thuế tỉnh An Giang với 5 nhân tố: Điều kiện vật chất; độ tin cậy; sự đáp ứng; năng lực phục vụ; thái độ ứng xử. Kết quả nghiên cứu đã xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng phục vụ của ngành thuế tỉnh An Giang là sự tin cậy và khách quan.

Kế thừa có chọn lọc mô hình chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn khách hàng của Parasurama, đồng thời dựa trên cơ sở lý thuyết về tiêu chí đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ công tại các cơ quan hành chính Nhà nước, bài học rút ra từ các nghiên cứu tương tự đã tiến hành tại Việt Nam, nghiên cứu này đề xuất mô hình đánh giá mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế huyện Na Hang, cụ thể như sau:

$SHL = f(STC, SDU, DCCB, CKMB, NLPV, SCT, CSVC)$

Trong đó:

SHL là nhân tố phụ thuộc, thể hiện mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của cơ quan thuế.

Các nhân tố STC, SDU, DCCB, CKMB, NLPV, SCT, CSVC là các nhân tố độc lập.

Với mỗi nhân tố độc lập đưa ra đánh giá, một phát biểu được đưa ra dưới dạng mô tả, khẳng định và người nộp thuế được yêu cầu cho ý kiến đánh giá cá nhân theo thang đo Likert 5

điểm. Điểm đánh giá 1 có nghĩa rằng người trả lời hoàn toàn không đồng ý và điểm đánh giá 5 có nghĩa rằng người trả lời hoàn toàn đồng ý với phát biểu nêu ra.

Sau khi tham khảo các nghiên cứu chất lượng dịch vụ hành chính thuế có trước và đã được hiệu chỉnh sau nghiên cứu sơ bộ (lấy ý kiến từ Ban lãnh đạo Chi cục, các cán bộ chủ chốt tại các Đội chức năng thuộc Chi cục thuế và 10 người nộp thuế tiêu biểu do Chi cục quản lý), tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu với các biến cụ thể như ở bảng 1.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Việc định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang được tiến hành thông qua 3 bước:

Bước 1: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbachs Alpha để đánh giá mức độ chặt chẽ và sự tương quan giữa các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu.

Bước 2: Sử dụng mô hình phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp với mức độ hài lòng của người nộp thuế.

Bước 3: Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố này đến mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế.

Thông thường thì số quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải bằng 4 hay 5 lần số biến trong phân tích nhân tố. Cụ thể trong mô hình nghiên cứu này, tác giả đề xuất 32 biến quan sát có thể được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá. Do đó, số mẫu tối thiểu cần thiết của nghiên cứu là $32 \times 4 = 128$ mẫu. Thực tế, tác giả đã tiến hành lựa chọn 132 người nộp thuế là những đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp và hộ kinh doanh thường xuyên sử dụng các dịch vụ hành chính thuế tại Chi cục thuế để phỏng vấn. Cuộc điều tra được tiến hành trong khoảng thời gian từ tháng 03 năm 2014 đến tháng 04 năm 2014.

Bảng 1. Thang đo chính thức được mã hóa

Mã hóa	Biến quan sát	Nguồn
Sự tin cậy (STC)	STC1	Chi cục thuế thực hiện đúng các quy trình đã được công khai (*)
	STC2	Chi cục thuế đảm bảo giờ làm việc đúng quy định, không gây lãng phí thời gian của người nộp thuế (*)
	STC3	Thủ tục hành chính thuế đơn giản (*)
	STC4	Mẫu hồ sơ có sự thống nhất, rõ ràng, dễ thực hiện (*)
	STC5	Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn (*)
	STC6	Người nộp thuế nhận được kết quả giải quyết chính xác Tác giả đề xuất
	STC7	Chi cục thuế hỗ trợ bảo mật thông tin của người nộp thuế Tác giả đề xuất
Sự đáp ứng (SDU)	SDU1	Thời gian tư vấn, hướng dẫn cho một dịch vụ hành chính thuế nhanh chóng (*)
	SDU2	Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính đúng hẹn (*)
	SDU3	Thời gian chờ đến lượt chấp nhận được (*)
Dân chủ công bằng (DCCB)	DCCB1	Người nộp thuế được đối xử công bằng trong việc tư vấn, giải quyết thủ tục hành chính thuế Tác giả đề xuất
	DCCB2	Người nộp thuế được đối xử công bằng trong việc tuyên truyền các thay đổi về chính sách, quy trình, thủ tục hành chính thuế Tác giả đề xuất
	DCCB3	Người nộp thuế được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện Tác giả đề xuất
	DCCB4	Chi cục thuế sẵn sàng giải quyết mọi khiếu nại, vướng mắc của người nộp thuế Tác giả đề xuất
Công khai, minh bạch (CKMB)	CKMB1	Nội quy, quy trình thủ tục về thuế được Chi cục thuế niêm yết công khai Tác giả đề xuất
	CKMB2	Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ được công khai tại nơi thực hiện thủ tục hành chính thuế Tác giả đề xuất
	CKMB3	Chính sách thuế mới được phổ biến đến người nộp thuế kịp thời Tác giả đề xuất
	CKMB4	Công chức Chi cục thuế đeo thẻ công chức tại nơi làm việc Tác giả đề xuất
Năng lực phục vụ (NLPV)	NLPV1	Cán bộ thuế có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng, đúng quy định (*)
	NLPV2	Cán bộ thuế có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ để tư vấn ngay cho người nộp thuế khi tiếp nhận (*)
	NLPV3	Cán bộ thuế linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó Tác giả đề xuất
	NLPV4	Cán bộ thuế có trình độ chuyên môn và kiến thức tổng hợp tốt Tác giả đề xuất
	NLPV5	Sự hướng dẫn, giải đáp của cán bộ thuế dễ hiểu, thống nhất, đúng quy định (*)
Sự cảm thông (SCT)	SCT1	Cán bộ thuế biết quan tâm, thông cảm với những khó khăn, vướng mắc của người nộp thuế (*)
	SCT2	Chi cục Thuế luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho người nộp thuế Tác giả đề xuất
	SCT3	Người nộp thuế thường không phải trả thêm các khoản chi phí không chính thức khi giao dịch với cơ quan thuế (*)
	SCT4	Vai trò của gia đình và bạn bè là không quan trọng trong thương lượng với cán bộ thuế (*)
Cơ sở vật chất (CSVC)	CSVC1	Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính thuế thuận lợi, thoáng mát (*)
	CSVC2	Nơi niêm yết thông báo thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem (*)
	CSVC3	Trang thiết bị văn phòng bàn ghế đầy đủ, máy tính, thiết bị công nghệ thông tin hiện đại (*)
	CSVC4	Nơi để xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái (*)
	CSVC5	Mức độ vệ sinh chung và công trình phụ (WC) đảm bảo yêu cầu (*)
Sự hài lòng (SHL)	SHL1	Hài lòng với việc hỗ trợ, tư vấn và cung cấp thông tin về dịch vụ hành chính thuế của Chi cục thuế huyện Na Hang Tác giả đề xuất
	SHL2	Hài lòng với cung cách phục vụ các dịch vụ hành chính thuế của Chi cục Thuế huyện Na Hang Tác giả đề xuất
	SHL3	Hài lòng khi đến thực hiện các dịch vụ hành chính thuế tại Chi cục thuế huyện Na Hang Tác giả đề xuất
	SHL4	Sẵn sàng giới thiệu bạn bè, người thân đến thực hiện thủ tục hành chính tại Chi cục thuế huyện Na Hang Tác giả đề xuất

Bảng 2. Mô tả mẫu nghiên cứu

Phân theo loại hình người nộp thuế	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Doanh nghiệp ngoài quốc doanh:		
+ Công ty cổ phần	2	1,5
+ Công ty trách nhiệm hữu hạn	30	22,7
+ Doanh nghiệp tư nhân	1	0,8
+ Hợp tác xã	5	3,8
Tổ chức chi trả thu nhập:		
+ Đơn vị hành chính, sự nghiệp	34	25,7
+ Tổ chức chính trị, xã hội	10	7,6
Hộ gia đình, cá nhân kinh doanh	50	37,9
Tổng	132	100
Phân theo ngành nghề kinh doanh chính		
Nông, lâm, ngư nghiệp và khai khoáng	16	12,1
Công nghiệp, xây dựng và vận tải	29	22,0
Thương mại, dịch vụ	53	40,1
Hoạt động trong lĩnh vực khác	34	25,8
Tổng	132	100

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Bước 1: Kiểm định thang đo

Kiểm định độ tin cậy của thang đo (kiểm định Cronbach's Alpha) mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế với 32 biến quan sát thuộc 7 nhóm nhân tố có hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6 (thấp nhất là Sự đáp ứng với hệ số Alpha = 0,702) chứng tỏ thang đo lường sử dụng phù hợp, các hệ số tương quan biến tổng đều từ 0,3 trở lên (Nunnally and Bernstein, 1994). Do đó, các biến đo lường này đều chấp nhận được về mặt tin cậy và được sử dụng trong phân tích EFA.

Bước 2: Phân tích nhân tố khám phá

Sau khi kiểm tra độ tin cậy các thang đo, phân tích nhân tố khám phá được tiến hành. Phương pháp rút trích được chọn để phân tích nhân tố là phương pháp Principal components với phép quay vuông góc Varimax.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) sau 2 vòng với các kiểm định được đảm bảo như sau:

(1) Hệ số tương quan đơn giữa các biến và các nhân tố Factor loadings (hệ số tải nhân tố) > 0,5 hệ số này lớn cho biết nhân tố và biến có liên hệ chặt chẽ với nhau, nếu các hệ số tương quan nhỏ (< 0,30) sử dụng EFA không phù hợp (Hair et al., 2006).

(2) Kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,825 < 1$) để sử dụng EFA, KMO phải lớn hơn 0,50. Kaiser (1974) đề nghị $KMO \geq 0,90$: rất tốt; $KMO \geq 0,80$: tốt; $KMO \geq 0,70$: được; $KMO \geq 0,60$: tạm được; $KMO \geq 0,50$: xấu và $KMO < 0,50$: không thể chấp nhận được.

(3) Kiểm định Bartlett về tương quan của các biến quan sát (Sig. = 0,000 < 0,05); Các giá trị eigenvalue = 1,371 > 1 và kiểm định phương sai cộng dồn = 68,654% (lớn hơn 50%).

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy, thang đo mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục vẫn đa hướng với 7 nhân tố và 32 biến quan sát (sau khi loại biến (CKMB3). Chính sách thuế mới được phổ biến đến người nộp thuế kịp thời do có hệ số tải < 0,5)

Bảng 3. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
STC: Alpha = 0,913 (n=132)				
STC1	22,92	15,719	0,729	0,901
STC2	27,76	16,185	0,680	0,906
STC3	23,00	15,389	0,771	0,896
STC4	23,04	15,212	0,792	0,894
STC5	23,00	15,634	0,783	0,895
STC6	22,86	15,804	0,734	0,900
STC7	22,70	16,656	0,660	0,908
SDU: Alpha = 0,702 (n=132)				
SDU1	7,75	1,303	0,482	0,655
SDU2	7,64	1,348	0,542	0,587
SDU3	7,66	1,173	0,537	0,588
DCCB: Alpha = 0,856 (n=132)				
DCCB1	11,68	3,883	0,668	0,829
DCCB2	11,64	3,974	0,674	0,827
DCCB3	11,59	3,862	0,697	0,818
DCCB4	11,59	3,419	0,762	0,790
CKMB: Alpha = 0,823 (n=132)				
CKMB1	10,85	3,015	0,628	0,786
CKMB2	11,11	2,819	0,710	0,747
CKMB3	10,63	3,121	0,595	0,800
CKMB4	10,89	2,850	0,656	0,773
NLPV: Alpha = 0,801 (n=132)				
NLPV1	15,11	4,248	0,610	0,755
NLPV2	15,03	4,045	0,632	0,747
NLPV3	15,19	4,200	0,521	0,784
NLPV4	15,02	4,053	0,668	0,736
NLPV5	15,08	4,437	0,497	0,789
SCT: Alpha = 0,889 (n=132)				
SCT1	11,58	4,657	0,758	0,857
SCT2	11,53	4,953	0,748	0,860
SCT3	11,36	5,195	0,740	0,864
SCT4	11,43	4,751	0,784	0,846
CSVc: Alpha = 0,820 (n=132)				
CSVc1	15,64	3,424	0,622	0,783
CSVc2	15,84	3,585	0,622	0,783
CSVc3	15,75	3,655	0,636	0,779
CSVc4	15,65	3,878	0,538	0,806
CSVc5	15,79	3,359	0,653	0,773

Bảng 4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Quan sát	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
STC3	0,810						
STC4	0,807						
STC5	0,796						
STC6	0,769						
STC1	0,754						
STC7	0,708						
STC2	0,676						
SCT4		0,834					
SCT3		0,802					
SCT1		0,773					
SCT2		0,711					
CSVC5			0,777				
CSVC3			0,733				
CSVC1			0,728				
CSVC4			0,690				
CSVC2			0,649				
DCCB4				0,830			
DCCB1				0,799			
DCCB3				0,784			
DCCB2				0,745			
NLPV4					0,787		
NLPV2					0,696		
NLPV5					0,640		
NLPV1					0,639		
NLPV3					0,612		
CKMB4						0,744	
CKMB2						0,740	
CKMB1						0,649	
SDU2							0,849
SDU3							0,627
SDU1							0,544

Bước 3: Phân tích hồi quy tuyến tính

Mô hình hồi quy tuyến tính được áp dụng để xem xét tầm quan trọng của từng nhân tố ảnh hưởng trong việc đo lường mức độ hài lòng của người nộp thuế. 7 nhân tố bao gồm: (1) X1: Sự tin cậy; (2) X2: Sự cảm thông; (3) X3: Cơ sở vật chất; (4) X4: Tính dân chủ và sự công bằng; (5) X5: Năng lực phục vụ; (6) X6: Sự đáp ứng và (7) X7: Sự công khai, minh bạch là biến độc lập trong mô

hình hồi quy giải thích mức độ hài lòng, là biến phụ thuộc (Y) trong mô hình nghiên cứu.

Kết quả phân tích hồi quy với hệ số xác định bội $R^2 = 0,804$ cho biết 80,4% sự hài lòng của người nộp thuế được giải thích bởi các biến trong mô hình hồi quy, hệ số xác định bội điều chỉnh $R^2 = 0,793$, giá trị $F = 72,778$, xác nhận mô hình hồi quy này phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Bảng 6. Kết quả hồi quy

Mô hình	Các hệ số chưa chuẩn hóa		t	Ý nghĩa thống kê	Thống kê đa cộng tuyến	
	Beta	Độ lệch tiêu chuẩn			Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai
Hằng số	-,632	,220	-2,866	,005		
Sự tin cậy (X1)	,196	,037	,258	5,237	,650	1,539
Sự cảm thông (X2)	,155	,035	,225	4,430	,615	1,627
Cơ sở vật chất (X3)	,259	,051	,240	5,093	,711	1,407
Tính dân chủ công bằng (X4)	,134	,036	,170	3,700	,745	1,342
Năng lực phục vụ (X5)	,143	,050	,143	2,889	,642	1,557
Sự đáp ứng (X6)	,146	,044	,153	3,275	,719	1,392
Công khai minh bạch (X7)	,111	,042	,131	2,668	,657	1,523

Ghi chú: R bình phương = 0,804 ; R bình phương điều chỉnh = 0,793; Độ lệch tiêu chuẩn của ước lượng = 0,22712; F = 72,778

Kết quả mô hình hồi quy cho thấy cả 7 nhân tố đều có mối tương quan với mức độ hài lòng của người nộp thuế và đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Quan sát các hệ số Beta chuẩn hóa đều mang dấu dương cho thấy 7 nhân tố đều có mối quan hệ tuyến tính cùng chiều với mức độ hài lòng của người nộp thuế.

Độ chấp nhận của biến (Tolerance) trong trường hợp này của bảy biến trong mô hình đều lớn hơn 0,5 trong khi hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor - VIF) khá thấp, đều nhỏ hơn 2. Với hệ số VIF nhỏ hơn 10 ta có thể bác bỏ giả thuyết mô hình bị đa cộng tuyến (Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Giải thích ý nghĩa của các hệ số hồi quy:

Hệ số hồi quy được chuẩn hóa cho biết tầm quan trọng của các biến độc lập trong mô hình. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy, trong các nhân tố tác động vào sự hài lòng của người nộp thuế, nhân tố “Sự tin cậy” có ý nghĩa quan trọng nhất với hệ số $\beta_1 = 0,258$, kế đến là “Cơ sở vật chất”, “Sự cảm thông”, “Tính dân chủ và sự công bằng”, “Sự đáp ứng”, “Năng lực phục vụ” và cuối cùng là “Sự công khai, minh bạch”.

Các hệ số chưa chuẩn hóa là 0,196; 0,155; 0,259; 0,134; 0,143; 0,146 và 0,111 cho biết khi người nộp thuế đánh giá các nhân tố “Sự tin cậy”, “Sự cảm thông”, “Cơ sở vật chất”, “Tính

dân chủ và sự công bằng”, “Năng lực phục vụ”; “Sự đáp ứng” và “Sự công khai minh bạch” tăng thêm 1 điểm thì mức độ hài lòng của họ tăng thêm lần lượt là 0,196; 0,155; 0,259; 0,134; 0,143; 0,146 và 0,111 điểm.

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ CỦA CHI CỤC THUẾ

Như vậy, mức độ hài lòng của người nộp thuế được xác lập và đo lường bởi 7 nhân tố là sự tin cậy, sự cảm thông, cơ sở vật chất, tính dân chủ và sự công bằng, năng lực phục vụ, sự công khai minh bạch, sự đáp ứng. Mức độ tác động của từng nhân tố được thể hiện qua hệ số hồi quy của các biến trong phương trình trên cơ sở đó Chi cục có lựa chọn phù hợp trong việc nên tác động vào yếu tố nào để cải thiện mức độ hài lòng của người nộp thuế.

Sự tin cậy:

Tin cậy là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đối với mức độ hài lòng của người nộp thuế do Chi cục quản lý. Vì vậy, Chi cục cần tăng cường tính tin cậy theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua các nội dung như: tránh mọi sai sót trong khi xử lý hồ sơ của người nộp thuế, đảm bảo người nộp thuế luôn nhận được kết quả chính xác, kịp thời để từ đó tạo được sự tin tưởng với người nộp thuế.

Khuyến khích cán bộ phát huy sáng kiến, cải tiến, ứng dụng tin học để rút ngắn thời gian xử lý công việc, đảm bảo thời gian xử lý hồ sơ nhanh gọn, kết quả chính xác; tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và thẩm định các hồ sơ, thủ tục và các văn bản trả lời người nộp thuế trước khi trả kết quả để giảm thiểu sai sót, đính chính lại các văn bản đã ban hành.

Cơ sở vật chất:

Qua nghiên cứu, tại Chi cục, nơi niêm yết thủ tục hành chính chưa đạt mức độ hài lòng cao. 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 Chi cục có thể nhanh chóng tìm hiểu các thông tin về thủ tục hành chính thuế nếu có nhu cầu.

Bên cạnh đó, cần trang bị thêm máy tính để người nộp thuế có thể tự truy cập thông tin liên quan đến thuế ngay tại nơi giao dịch.

Sự cảm thông:

Đây cũng là yếu tố có ảnh hưởng lớn đến mức độ hài lòng của người nộp thuế, tuy nhiên tiêu chí cán bộ biết quan tâm, thông cảm với khó khăn, vướng mắc của người nộp thuế chưa được người nộp thuế đánh giá cao.

Giải pháp 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; kết hợp giữa biện pháp uốn nắn, chấn chỉnh kịp thời với hoạt động khen thưởng, động viên. 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 Chi cục quản lý vẫn còn nghi 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 Chi cục, lãnh đạo đội, 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.

Năng lực phục vụ:

Yếu tố năng lực phục vụ của cán bộ, công chức thuế tại Chi cục chưa tạo được sự hài lòng của người nộp thuế, điều này cho thấy họ mong muốn nhiều hơn ở người cán bộ thuế.

Vì vậy, bên cạnh việc thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng thêm nghiệp vụ để nâng cao năng lực cho cán bộ công chức, cần động viên, tạo điều kiện thuận lợi cho cán bộ tự học tập nâng cao trình độ của bản thân cũng như trau dồi phẩm chất chính trị và đạo đức nghề nghiệp. Bố trí vị trí làm việc của cán bộ thực sự phù hợp với năng lực, trình độ và phẩm chất đạo đức, đặc biệt là các vị trí công tác có tiếp xúc, giao dịch thường xuyên với người nộp thuế.

Sự đáp ứng:

Để nâng cao mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với yếu tố sự đáp ứng, cán bộ, công chức Chi cục cần hiểu rõ nhu cầu, vướng mắc của người nộp thuế để có thể tư vấn, giải quyết đúng nội dung mà người nộp thuế cần tìm hiểu với thời gian nhanh nhất. Muốn đạt được như vậy, trong công tác bố trí, lựa chọn cán bộ, đặc biệt là các cán bộ ở bộ phận tuyên truyền, hỗ trợ phải chọn những cán bộ có nghiệp vụ chuyên môn sâu, có khả năng xử lý linh hoạt các tình huống giao tiếp và ứng xử tốt.

Sự công khai, minh bạch:

Kết quả khảo sát, mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với vấn đề công khai công vụ của Chi cục thuế còn thấp, vì vậy việc tăng cường yếu tố này là cần thiết và nên thực hiện theo hướng:

- Nâng cao ý thức cho cán bộ, công chức của Chi cục thuế trong việc chấp hành việc đeo thẻ công chức tại nơi làm việc, có thể đưa việc chấp hành đeo thẻ công chức vào tiêu chí đánh giá xếp loại lao động hàng tháng và quý.

- Tuyên truyền kịp thời các chính sách thuế mới đến người nộp thuế. Bên cạnh các cách thức truyền thống cần bổ sung các hình thức khác như gửi qua thư điện tử, quảng bá rộng rãi địa chỉ website của Cục thuế tỉnh Tuyên Quang, tăng cường viết tin bài trên các chuyên mục của đài phát thanh tại địa phương...

5. KẾT LUẬN

Thông qua số liệu khảo sát thực tế và ứng dụng các phương pháp nghiên cứu định lượng, kết quả nghiên cứu đã xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng phục vụ của Chi cục thuế huyện Na Hang, tỉnh Tuyên Quang, trong đó nhân tố sự tin cậy có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của người nộp thuế, đồng thời nghiên cứu cũng cho thấy về cơ bản chất lượng phục vụ của Chi cục thuế huyện Na Hang nói chung, sự phục vụ của công chức Chi cục thuế nói riêng đã đáp ứng được nhu cầu của người nộp thuế, tuy nhiên mức độ hài lòng của người nộp thuế với dịch vụ hỗ trợ, tư vấn và cung cấp thông tin về dịch vụ hành chính thuế của Chi cục thuế chỉ đạt ở mức độ từ không có ý kiến đến đồng ý. Trên cơ sở đó, tác giả đã đưa ra một vài giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ của Chi cục thuế từ đó cải thiện mức độ hài lòng của người nộp thuế do Chi cục quản lý.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ahmad, J., and Kamal, N. (2002). "Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking", *International Journal of Bank Marketing*, 20(4/5): 61-146.
- Bùi Văn Trinh, Nguyễn Quốc Nghi, Vũ Thị Phương Huệ (2013). Đánh giá chất lượng phục vụ của ngành Thuế An Giang: mức độ hài lòng của doanh nghiệp, *Tạp chí Thuế Nhà nước*, 41: 8-11.
- Cronin, JJ and Taylor, SA (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56(3): 55-68.
- Đinh Phi Hồ, Nguyễn Thị Bích Thủy (2011). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với dịch vụ hỗ trợ thuế (Trường hợp nghiên cứu điển hình ở Đồng Nai), *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 244. (<http://tcptkt.ueh.edu.vn/modules.php?name=Viewart&bvid=17>).
- Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, Nhà xuất bản Hồng Đức.
- Kaiser HF (1974). "An index of factorial simplicity", *Psychometrika*, 39: 31-36.
- Lin, Chia chi (2003). "A critical appraisal of customer satisfaction and commerce", *Management Auditing Journal*, 18(3): 202.
- Nguyễn Đình Thọ (2012). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh thiết kế và thực hiện, Nhà xuất bản Lao động xã hội.
- Nguyễn Hữu Hải, 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*, 3. (<http://www.caicachanhchinh.gov.vn/Uploads/TapChiToChucNhaNuoc/Nam2010/t4-2010/bai11.doc>).
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H (1994). "Psychometric theory" (3rd ed.), New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49: 41-50.
- Parasuraman, A.V.A, Zeithaml & Berry, LL (1998). "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality", *Journal of Retailing*, 64(1): 12-37.
- Zeithaml and Bitner (2000). "Services marketing: Integrating customer focus across the firm", McGraw-Hill, Boston.