



## ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI NỘP THUẾ ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TUYÊN TRUYỀN HỖ TRỢ TẠI CỤC THUẾ TỈNH KIÊN GIANG

Đặng Thanh Sơn<sup>1</sup>, Lê Kim Long<sup>2</sup> và Đỗ Văn Cường<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Trường Cao đẳng Cộng đồng Kiên Giang

<sup>2</sup> Trường Đại học Thủy sản Nha Trang

<sup>3</sup> Cục Thuế Tỉnh Kiên Giang

### Thông tin chung:

Ngày nhận: 12/10/2012

Ngày chấp nhận: 25/03/2013

### Title:

Evaluating satisfaction level of taxpayers for service quality of support propagation in taxation department of Kien Giang province

### Từ khóa:

Tuyên truyền, hỗ trợ, mức độ hài lòng

### Keywords:

Propagation, support, satisfaction

### ABSTRACT

The study aims to build scale for assessing the level of satisfaction of the taxpayer on the quality of supportive communication services in the Tax Department of Kien Giang province, using the Parasuraman scale. On the basis of the theory of quality public services selectively inherit the results of previous studies, legacy service quality assessment methods of Parasuraman include 7 components: facilities; transparency; service capacity; response; reliability; justice and democracy; and sympathy. Coordinating with the opinion of the tax experts, the author proposed research model consisting of seven factors affect the level of satisfaction of the taxpayer. From the initial model proposed, the author conducted a survey on 350 samples studied and applied testing methods Cronbach alpha and EFA analysis, ANOVA, results of model studies to evaluate the level of satisfaction of taxpayers for the quality of communication support services in the Tax Department of Kien Giang province consists of seven components: 1. Compassion and justice; 2. Reliability; 3. Responses; 4. Open process; 5. Service capacity; 6. Facilities; 7. Open mission. Based on study results, the authors have proposed a number of measures to improve and enhance the quality of supportive communication services to meet the increasing needs of taxpayers.

### TÓM TẮT

Nghiên cứu này đã ứng dụng thang đo của Parasuraman để đo lường mức độ hài lòng của người nộp thuế về chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang. Trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ công cộng, kế thừa phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ của Parasuraman gồm 7 thành phần: Cơ sở vật chất; Tính minh bạch; Năng lực phục vụ; Đáp ứng; Tin cậy; Sự công bằng, dân chủ; Sự cảm thông. Từ mô hình đề xuất ban đầu, tác giả tiến hành khảo sát trên 350 mẫu nghiên cứu và áp dụng phương pháp kiểm định Cronbach Alpha và phân tích EFA, ANOVA. Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang gồm 7 thành phần: 1. Cảm thông, công bằng; 2. Tin cậy; 3. Đáp ứng; 4. Công khai quy trình; 5. Năng lực phục vụ; 6. Cơ sở vật chất; 7. Công khai công vụ. Từ kết quả nghiên cứu, bài viết đưa ra các giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ cho người nộp thuế.

## 1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Công tác tuyên truyền hỗ trợ người nộp thuế (NNT) có vai trò vô cùng quan trọng, là một trong những yếu tố hàng đầu, tác động nhanh nhất đến ý thức, trách nhiệm và quyền lợi của NNT. Để NNT nhận thức đúng quyền và nghĩa vụ của mình đối với ngân sách nhà nước, từ đó tự giác tuân thủ thực hiện nghĩa vụ thuế của mình theo đúng quy định pháp luật. Đây được xem là một trong những nội dung quan trọng trong chiến lược cải cách và hiện đại hóa ngành thuế, phù hợp với tiến trình hội nhập và phát triển của nền kinh tế. Công tác tuyên truyền hỗ trợ (TTHT) chính sách thuế giữ vai trò cầu nối, làm nhiệm vụ thông tin hai chiều giữa chính sách thuế với NNT. Công tác TTHT một mặt giải đáp những vướng mắc từ chính sách đến người thực hiện, mặt khác lại thu nhận những ý kiến từ phía những người thực hiện chính sách phản hồi với các nhà hoạch định chính sách để có những sửa đổi, bổ sung phù hợp với thực tiễn.

Thực tế cho thấy, do thiếu hiểu biết, chậm cập nhật về chế độ, chính sách thuế của NNT; đồng thời do công tác TTHT và các dịch vụ TTHT về thuế chưa đáp ứng được nhu cầu của NNT nên đã dẫn đến ngày càng phát sinh nhiều sai phạm trong lĩnh vực thuế.... Để dịch vụ TTHT của ngành thuế đáp ứng được yêu cầu và đòi hỏi ngày càng cao của NNT, cần có một căn cứ khoa học cụ thể để đưa ra những đề xuất, kiến nghị phù hợp.... Xuất phát từ nhu cầu thực tế, đề tài nghiên cứu ***Đánh giá sự hài lòng của người nộp thuế về chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang*** là cần thiết và cấp bách, phù hợp với thực tiễn hoạt động của công tác TTHT NNT hiện nay.

## 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1 Mức độ hài lòng và mối quan hệ giữa hài lòng với chất lượng dịch vụ (CLDV)

Một số tác giả cho rằng CLDV và sự hài lòng khách hàng là đồng nhất. Tuy nhiên, có nhiều nghiên cứu cho rằng CLDV và sự hài lòng của khách hàng là hai khái niệm khác nhau. Theo Gronroos (1984), CLDV sẽ tác động đến sự hài lòng của khách hàng và tạo nên

sự trung thành của khách hàng. Hệ quả là doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp tăng, đến lượt nó, sẽ tác động trở lại doanh nghiệp có điều kiện cải thiện hơn nữa CLDV khách hàng. Quan niệm khác của Zeithaml & Bitner (2000), sự hài lòng của khách hàng là thái độ của khách hàng khi sử dụng sản phẩm hay dịch vụ trong khi CLDV tập trung vào những thành phần cụ thể của dịch vụ. Nhiều nghiên cứu đã kiểm định và chứng minh mối quan hệ giữa CLDV và sự hài lòng của khách hàng (Cronin & Taylor, 1992). Nhưng rất ít nghiên cứu tập trung vào việc kiểm định mức độ giải thích các thành phần CLDV đối với sự hài lòng của khách hàng, đặc biệt trong những ngành dịch vụ cụ thể (Lassar & Ctg, 2000). Mức độ hài lòng của khách hàng được xem như là kết quả, và chất lượng dịch vụ chính là nguyên nhân.

### 2.2 Mô hình nghiên cứu

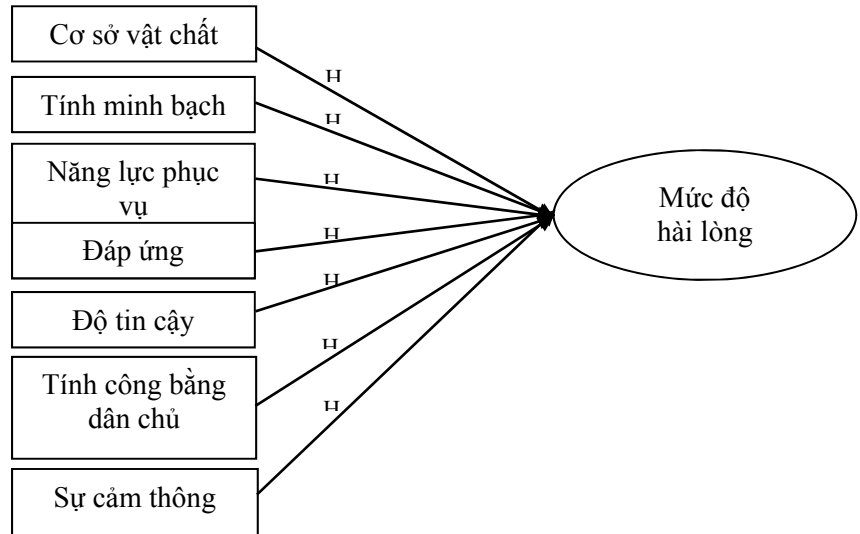
Tác giả dựa trên lý thuyết về tiêu chí đánh giá CLDV công; kết hợp kế thừa có chọn lọc mô hình CLDV và sự thỏa mãn khách hàng của Parasuraman, mô hình phương án đánh giá sự hài lòng về dịch vụ hành chính công của công dân và tổ chức của Lê Dân (2011), mô hình nghiên cứu về sự hài lòng của NNT về CLDV ở Phòng TTHT Cục Thuế tỉnh Bến Tre của Phan Tấn Phát (2010), mô hình nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với dịch vụ hỗ trợ NNT của Đinh Phi Hồ (2011) và ý kiến của các chuyên gia ngành thuế đề xuất mô hình đánh giá mức độ hài lòng của NNT đối với CLDV TTHT tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang cụ thể như sau (Hình 1).

Các khái niệm trong hình 1 được diễn giải như sau:

– *Cơ sở vật chất (H1)*: bao gồm nhà cửa, các trang thiết bị, công cụ thông tin và các phương tiện kỹ thuật khác.

– *Tinh minh bạch (H2)*: là việc NNT có được những thông tin quy định về bộ thủ tục hành chính, tiến trình giải quyết công việc của CQT, khi có những chậm trễ trong giải quyết công việc.

**Hình 1: Mô hình đánh giá mức độ hài lòng của người nộp thuế đối với chất lượng dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang**



– *Năng lực phục vụ (H3)*: thể hiện khả năng trình độ kiến thức chuyên môn, phong cách phục vụ, lịch sự, chu đáo của cán bộ thuế như: có kiến thức chuyên môn, có phong cách làm việc lịch sự chu đáo, giải quyết các thủ tục hành chính nhanh chóng.

– *Đáp ứng (H4)*: là mức độ mong muốn và sẵn sàng phục vụ của cán bộ thuế như: tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ đúng hạn, đáp ứng các yêu cầu của NNT nhanh chóng, tiếp đón tận tình, sẵn lòng hỗ trợ NNT, kịp thời tuyên truyền chính sách thuế mới và công khai các thông tin cảnh báo mới cho NNT.

– *Độ tin cậy (H5)*: là khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và chính xác với những gì đã cam kết và hứa hẹn với NNT như: giải quyết công việc kịp thời, đầy đủ, chính xác và đúng pháp luật; tạo được sự an tâm cho NNT với các hoạt động giải quyết vướng mắc, tư vấn thuế, dịch vụ cung cấp thông tin cảnh báo cho NNT.

– *Sự công bằng, dân chủ (H6)*: là việc NNT được bày tỏ ý kiến, quan điểm, được đối xử công bằng trong quá trình giải quyết công việc, mọi nhu cầu của NNT được xử lý đúng trình tự thủ tục hay không.

– *Sự cảm thông (H7)*: là sự thấu hiểu và quan tâm chia sẻ những thông tin cần thiết cho NNT như: tạo điều kiện tốt nhất cho NNT, có những lời khuyên tốt khi NNT cần tư vấn, quan tâm tìm hiểu tâm tư nguyện vọng của NNT.

### 3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Để đánh giá sự hài lòng của NNT đối với CLDV tuyên truyền hỗ trợ tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang, nghiên cứu này sử dụng thang đo của Parasuraman năm 1985. Số liệu sử dụng trong bài viết được thu thập thông qua một cuộc điều tra bằng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp những NNT bằng bảng câu hỏi chi tiết. mẫu được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên với cỡ mẫu là 305, trong đó nữ chiếm tỷ trọng 71,1% và nam chiếm 28,9%. Cơ cấu mẫu theo loại hình doanh nghiệp được trình bày chi tiết ở Bảng 1.

**Bảng 1: Cơ cấu mẫu theo loại hình doanh nghiệp**

Loại hình doanh nghiệp	Tổng số	Tỷ lệ %
Công ty nhà nước	9	3,0
Công ty có vốn đầu tư nước ngoài	2	0,7
Công ty trách nhiệm hữu hạn	139	45,6
Công ty cổ phần	44	14,4
Doanh nghiệp tư nhân	105	34,4
Đơn vị sự nghiệp	6	2,0
<b>Cộng</b>	<b>305</b>	<b>100,0</b>

#### 3.1 Kết quả nghiên cứu

Sau khi thu thập dữ liệu, tác giả tiến hành phân tích nhân tố và đã trích được 7 nhóm nhân tố ảnh hưởng từ 41 biến quan sát còn 30 biến quan sát với phương sai trích là 68,791% (lớn

hơn 50%) (Bảng 1) và 5 biến liên quan đến mức độ hài lòng (Bảng 2).

Nội dung từng nhân tố ảnh hưởng như sau:

(i) Nhân tố “Cảm thông, công bằng” gồm 7 biến quan sát: (CT2) Phòng TTHT luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho NNT; (CT3) Phòng TTHT luôn có những lời khuyên tốt khi NNT cần tư vấn; (CT1) Phòng TTHT luôn lắng

nghe tìm hiểu nguyện vọng của NNT; (CB4) NNT được đối xử công bằng trong việc tuyên truyền các thay đổi về chính sách, quy trình và quy định nộp thuế; (CB3) NNT được đối xử công bằng trong việc tư vấn nộp thuế; (CT4) Công chức Phòng TTHT biết quan tâm đến NNT; (CB1) Phòng TTHT tuyên dương và tôn vinh NNT thực hiện tốt nghĩa vụ nộp thuế một cách công bằng.

**Bảng 2: Kết quả phân tích EFA của nhân tố ảnh hưởng**

Biến quan sát	Nhân tố							Tên nhân tố
	1	2	3	4	5	6	7	
CT2	0,778							Cảm thông, công bằng
CT3	0,705							
CT1	0,636							
CB4	0,618							
CB3	0,614							
CT4	0,593							
CB1	0,533							
TC2		0,690						Tin cậy
TC5		0,686						
TC7		0,686						
TC6		0,620						
TC3		0,578						
DU8		0,524						
DU5			0,729					Đáp ứng
VC7			0,647					
DU7			0,645					
DU6			0,634					
CT5			0,570					
MB1				0,820				Công khai quy trình
MB2				0,811				
MB5				0,627				
NL3					0,675			Năng lực phục vụ
NL2					0,653			
NL4					0,578			
VC3						0,789		
VC1						0,701		Cơ sở vật chất
VC4						0,597		
VC2						0,520		
MB3							0,773	Công khai công vụ
MB4							0,573	
Phương sai trích	13,791	12,498	10,753	9,439	8,269	8,209	5,832	

(ii) Nhân tố “Tin cậy” gồm 6 biến quan sát như: (TC2) Phòng TTHT luôn lưu ý không để xảy ra sai sót; (TC5) NNT luôn tin tưởng vào công tác tư vấn cảnh báo của Phòng TTHT; (TC7) NNT luôn nhận được kết quả giải quyết chính xác; (TC6) NNT luôn nhận được kết quả trả lời, giải đáp vướng mắc kịp thời; (TC3) Phòng TTHT bảo mật tốt thông tin của NNT;

(DU8) Thời gian xử lý công việc của công chức Phòng TTHT đối với yêu cầu của NNT hiện nay là phù hợp.

(iii) Nhân tố “Tính đáp ứng” gồm 5 biến quan sát như: (DU5) Hình thức tuyên truyền của Phòng TTHT phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, pano, tờ rơi, tiêu phẩm, thi viết...;

(VC7) Nơi để xe cho NNT an toàn; (DU7) Hình thức tuyên truyền của Phòng TTHT là phù hợp; (DU6) Hình thức tuyên truyền của Phòng TTHT luôn được đổi mới; (CT5) Công chức Phòng TTHT hiểu rõ những nhu cầu của bạn.

(iv) Nhân tố “Công khai quy trình” gồm 3 biến quan sát như: (MB1) Các quy trình về tiếp nhận, trả kết quả, giải đáp, giải quyết các vướng mắc về thuế đều được công khai ngay cửa ra vào của Phòng TTHT; (MB2) Bộ thủ tục hành chính thuế liên quan đến xác nhận thuế, hoàn thuế và miễn giảm thuế đều được công khai ngay cửa ra vào của Phòng TTHT; (MB5) Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ được công khai ngay cửa ra vào của Phòng TTHT.

(v) Nhân tố “Năng lực phục vụ” gồm 3 biến quan sát như: (NL3) Công chức của Phòng TTHT biết linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó; (NL2) Công chức của Phòng TTHT có đủ kiến thức để giải đáp các vướng mắc của NNT; (NL4) Công chức của Phòng TTHT luôn hướng dẫn NNT hoàn thành các thủ tục hành chính về thuế một cách chuyên nghiệp.

(vi) Nhân tố “Cơ sở vật chất” gồm 4 biến quan sát như: (VC1) Phòng TTHT thoáng mát; (VC2) Phòng TTHT được bố trí tại vị trí dễ nhìn thấy; (VC3) Phòng TTHT có đủ chỗ ngồi cho NNT trong thời gian chờ đợi được hỗ trợ; (VC4) Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (đèn chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho NNT.

(vii) Nhân tố “Công khai công vụ” gồm 2 biến quan sát như: (MB3) Công chức Phòng TTHT luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc; (MB4) Công chức Phòng TTHT luôn thông báo kịp thời cho NNT khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.

**Nhân tố sự hài lòng được bao gồm 5 biến quan sát như sau:** NNT hài lòng với việc tư vấn thuế của Phòng TTHT; NNT hài lòng với việc giải quyết vướng mắc về chính sách thuế; NNT hài lòng với hoạt động dịch vụ cung cấp các thông tin cảnh báo; NNT hài lòng với hoạt

động tuyên truyền của Phòng TTHT; NNT sẵn sàng giới thiệu bạn bè người thân đến tư vấn tại Phòng TTHT.

**Bảng 3: Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố mức độ hài lòng**

Biến quan sát	Yếu tố
	1
HL2	0,859
HL1	0,830
HL4	0,812
HL3	0,758
HL5	0,720
Phương sai trích %	63,559

### 3.2 Phân tích hồi quy

Tác giả tiến hành phân tích hồi quy với biến phụ thuộc là mức độ hài lòng và 7 biến độc lập là: cảm thông, công bằng; tin cậy; tính đáp ứng; công khai quy trình; năng lực phục vụ; cơ sở vật chất; công khai công vụ. Kết quả phân tích hồi quy nhằm giúp cho người đọc thấy được tầm quan trọng của từng nhân tố ảnh hưởng trong việc đo lường mức độ hài lòng của NNT. Kết quả phân tích hồi quy với hệ số xác định bội  $R^2=0,660$ , giá trị  $F = 82,272$  và mức ý nghĩa  $Sig.=0,000$  có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê, xác nhận mô hình hồi quy này phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Hệ số hồi quy (beta) chuẩn hóa được dùng để xác định tầm quan trọng của mỗi biến độc lập đối với biến phụ thuộc, căn cứ vào hệ số hồi quy ta thấy  $X1$  là nhân tố có mức ảnh hưởng quan trọng nhất (hệ số 0,52), nhân tố có mức quan trọng thứ hai là  $X2$  do hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,411,  $X3$  là nhân tố quan trọng thứ ba do hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,306, tiếp theo là nhân tố  $X4$  (hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,266),  $X5$  là nhân tố quan trọng thứ năm do hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,177,  $X6$  là quan trọng thứ sáu do hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,122 và nhân tố có mức ảnh hưởng cuối cùng là  $X7$  do hệ số hồi quy đã chuẩn hóa là 0,097.

**Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy**

Nhân tố ảnh hưởng	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá (Unstandardized Coefficients)		Hệ số hồi quy đã chuẩn hoá (Standardized Coefficients)		giá trị thống kê t	Mức ý nghĩa
	Hệ số (B)	Ước lượng sai số chuẩn	Hệ số (Beta)			
Hằng số	-1,651E-16	0,034			0,000	1,000
X1	0,520	0,034	0,520		15,373	0,000
X2	0,411	0,034	0,411		12,155	0,000
X3	0,306	0,034	0,306		9,032	0,000
X4	0,266	0,034	0,266		7,847	0,000
X5	0,177	0,034	0,177		5,232	0,000
X6	0,122	0,034	0,122		3,615	0,000
X7	0,097	0,034	0,097		2,874	0,004

**4 ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TUYÊN TRUYỀN HỖ TRỢ NNT**

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

– **Cảm thông công bằng:** Trước hết cần tăng cường lắng nghe tìm hiểu nguyện vọng của NNT; cán bộ, công chức TTHT cần tăng cường quan tâm đến NNT; tăng cường sự công bằng trong việc tuyên truyền các thay đổi về chính sách, quy trình, quy định nộp thuế và việc tuyên dương tôn vinh NNT.

– **Tin cậy:** Thường xuyên đào tạo, tập huấn cho cán bộ làm công tác TTHT về chuyên môn nghiệp vụ; luôn kiểm tra, giám sát và thẩm định lại các hồ sơ, thủ tục và các văn bản trả lời chính sách theo hướng tạo sự kiểm tra chéo trước khi trao trả kết quả cho NNT; rút ngắn thời gian xử lý công việc của quy trình nhằm làm giảm thời gian xử lý công việc phù hợp với yêu cầu của NNT.

– **Đáp ứng:** Đổi mới hình thức tuyên truyền theo hướng đa dạng hóa về nội dung, phong phú về mặt hình thức; bố trí, lựa chọn cán bộ làm công tác TTHT có nhiệt huyết, yêu ngành, yêu nghề, có chuyên môn nghiệp vụ sâu, có khả năng xử lý công việc nhanh và giao tiếp

ứng xử tốt.

– **Công khai quy trình:** Tăng cường công khai quy trình, thủ tục hành chính về thuế tại cửa cơ quan thuế và nơi công cộng.

– **Năng lực phục vụ:** Đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ tuyên truyền, hỗ trợ NNT; xây dựng kế hoạch đào tạo ngắn hạn, dài hạn; tổ chức đào tạo thường xuyên, định kỳ; tổ chức học hỏi kinh nghiệm tại các Cục Thuế khác.

– **Cơ sở vật chất:** Đầu tư thêm trang thiết bị tin học như đèn chiếu, đặt thêm máy vi tính để NNT có thể tự truy cập thông tin liên quan đến thuế ngay tại Cục Thuế hay các nơi mà NNT cần được tư vấn, hỗ trợ; thường xuyên nâng cấp trang web dành riêng cho Cục Thuế tỉnh và NNT cập nhật ngay khi có văn bản mới có liên quan đến thuế cho NNT; tận dụng các phương tiện như hộp thư điện tử truyền tải kịp thời các văn bản, chế độ có liên quan về thuế đến NNT nhanh chóng và hiệu quả; phải thường xuyên nâng cấp phần mềm hỗ trợ việc kê khai, quyết toán thuế của NNT.

– **Công khai công vụ:** Công khai và thông báo cho NNT khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết, nêu rõ lý do chưa giải quyết kịp thời gửi cho NNT; tăng cường giáo dục ý thức nhằm giúp công chức Phòng TTHT luôn đeo thẻ công chức và đặt bảng tên nơi làm việc.

– **Đối với sự hài lòng:** Cần tăng mức độ hài lòng đối với dịch vụ cung cấp các thông tin cảnh báo; tiếp theo là hoạt động tuyên truyền, giải quyết vướng mắc về chính sách thuế, hoạt động tư vấn; cử cán bộ thực hiện công tác TTHT phải lựa chọn người có tâm, có đức, có trình độ và có khả năng giải quyết vấn đề tốt.

## 5 KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã đưa ra được thang đo mức độ hài lòng của NNT về CLDV TTHT tại Cục Thuế tỉnh Kiên Giang bao gồm 7 nhân tố với 30 biến quan sát đó là nhân tố sự cảm thông, công bằng; sự tin cậy; tính đáp ứng; công khai quy trình; năng lực phục vụ; cơ sở vật chất; công khai công vụ và cả 7 nhân tố đều có ý nghĩa về mặt thống kê. Đồng thời nghiên cứu cũng đã xác định mức độ hài lòng của NNT có khác nhau ở các nhóm đối tượng là các doanh nghiệp có mức vốn khác nhau. Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ hài lòng trung bình của từng biến quan sát trong 7 nhóm nhân tố đo lường mức độ hài lòng của NNT thì đều đạt trên mức không có ý kiến nhưng lại đạt dưới mức đồng ý, chỉ duy nhất có nhóm các biến cơ sở vật chất một số biến quan sát có mức hài lòng trung bình trên mức độ đồng ý. Vì vậy, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm tăng mức độ hài lòng trung bình của các biến quan sát trong cơ sở tác động vào việc ban hành các chuẩn mực dành cho cán bộ làm công tác TTHT, việc bố trí cán bộ có năng lực phù hợp, cải tiến công nghệ và hình thức TTHT.

Tuy nhiên, để có thể hoàn thiện mô hình nghiên cứu đối với loại dịch vụ công cần có nhiều nghiên cứu trên các lĩnh vực dịch vụ công khác nhau, mỗi loại dịch vụ nên nghiên cứu trên diện rộng ở nhiều vùng miền khác nhau có như thế mới có khả năng đạt hiệu quả như mong đợi.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Marla Royne Stafford, Thomas F. Stafford, Brenda P. Wells (1998) "Determinants of service quality and satisfaction in the auto casualty claims process". *The Journal Of Services Marketing*, Volume 12 NO. 6, pp. 426-440.
2. Kotler, P., & Keller, K.L. (2006), *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, USA.
3. Zeithaml, V.A & Bitner, M.J (2000), *Service Marketing*, Boston: Mc Graw-Hill.
4. Cronin, J.J., & Taylor, S. A. (1992), Measuring service quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing*, Vol 56 (July): 55-68.
5. Smith PC, Kendall LM, Hulin CL. *The Measurement of Satisfaction in Work and Retirement*. Chicago: Rand McNally; 1969.
6. Lassar, W.M., Manolis, C. & Winsor, R.D. (2000), Service quality perspectives and satisfaction in private banking, *International Journal of Bank Marketing*, 18/4: 181-199.
7. Gronroos, C. (1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*.
8. Nguyễn Hữu Hải & Lê Văn Hoà (2010), *tiêu chí đánh giá CLDV công tại các cơ quan hành chính nhà nước*, <http://caicachhanhchinh.gov.vn/uploads/Tapchitochucnhanuoc/nam2010/t4-2010.doc>, tải ngày 04/11/2011.
9. Lê Dân & Nguyễn Thị Trang (2011), *xây dựng mô hình đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo tại trường đại học kinh tế, đại học Đà Nẵng*, Báo cáo hội nghị sinh viên nghiên cứu khoa học lần thứ 7 đại học Đà Nẵng năm 2010.
10. Phan Tấn Phát (2010), *sự hài lòng của người nộp thuế về chất lượng dịch vụ ở phòng tuyên truyền hỗ trợ của Cục Thuế tỉnh Bến Tre*, luận văn thạc sĩ, Đại học Nha Trang.
11. 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 (44) 2011, trang 163 – 168.
12. Đinh Phi Hồ (2011), *Yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đối với dịch vụ hỗ trợ người nộp thuế*, Nhà xuất bản Phương Đông (2011), trang 126 – 139.