

# YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP KHI SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH THUẾ TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN SAPA, TỈNH LÀO CAI

FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF ENTERPRISES WHEN USING TAX ADMINISTRATIVE SERVICES IN SAPA DISTRICT, LAO CAI PROVINCE

Nguyễn Thị Nguyệt Dung<sup>1\*</sup>, Trương Công Khải<sup>2</sup>

## TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng và đo lường mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sapa, tỉnh Lào Cai. Để thực hiện nghiên cứu, nhóm tác giả sử dụng kết luận của Lassas và cộng sự (2000), về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, kết hợp với mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự, đồng thời khảo sát 07 chuyên gia, từ đó xây dựng mô hình nghiên cứu. Thông qua khảo sát 324 doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sapa, tỉnh Lào Cai, kết quả phân tích đã chỉ ra rằng, trong 06 yếu tố được đề xuất, có đủ cơ sở để kết luận 05 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sapa, tỉnh Lào Cai. Trong đó, yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất là *Sự đồng cảm*, tiếp đến là các yếu tố *Sự tin cậy*, *Sự đáp ứng*, *Sự đổi mới* và cuối cùng là yếu tố *Phương tiện hữu hình*. Trên cơ sở kết quả của nghiên cứu, nhóm tác giả đã đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính thuế, đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai.

**Từ khóa:** Sự hài lòng; dịch vụ hành chính thuế.

## ABSTRACT

This research has two main objectives: to determine influential factors and to measure the influence of each factor on the enterprises' satisfaction when using tax administrative services in Sapa district, Lao Cai. In order to build the research model, the authors used the conclusions of Lassas et al (2000) on the relationship between service quality and customer satisfaction, in combination with service quality model of Parasuraman et al, and carried out a survey of 7 experts. The results from a survey of 324 enterprises using tax administrative services in Sapa district show that there are strong grounds to conclude that 5 out of 6 factors proposed affect the satisfaction of enterprises when using tax administrative services in Sapa district, Lao Cai province. The most influential factor is *Empathy*, followed by *Trust*, *Response*, *Innovation*, and finally *Tangible media*. Based on the results, the authors also proposed some recommendations to improve the quality of tax administrative services to meet the requirements of enterprises in Sa Pa district, Lao Cai province.

**Keywords:** Satisfaction; tax administrative services.

<sup>1</sup>Khoa Quản lý kinh doanh, Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>2</sup>Chi cục Thuế huyện Sapa, tỉnh Lào Cai

\*Email: nguyetdunghau@gmail.com

Ngày nhận bài: 15/8/2018

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 22/10/2018

Ngày chấp nhận đăng: 25/10/2018

## 1. GIỚI THIỆU

Sự hài lòng của người nộp thuế 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, phát triển của nền kinh tế. Sự hài lòng của người nộp thuế trở thành một trong những thước đo đánh giá chất lượng hiệu quả công tác quản lý thuế.

Trong những năm qua, Chi cục Thuế huyện Sapa, tỉnh Lào Cai đã nỗ lực giải quyết những vướng mắc, khó khăn của khách hàng khi thực hiện các thủ tục thuế, chú trọng đến công tác bảo vệ lợi ích của khách hàng khi chấp hành pháp luật về thuế. Tuy nhiên, cảm nhận của các khách hàng nói chung và các doanh nghiệp nói riêng về chất lượng dịch vụ hành chính của Chi cục chưa cao, nói cách khác, các doanh nghiệp chưa thực sự hài lòng khi sử dụng dịch vụ hành chính trong quá trình chấp hành pháp luật về thuế.

Xuất phát từ những khía cạnh trên, nghiên cứu này nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng các dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai, từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính thuế, đáp ứng yêu cầu chính đáng của các doanh nghiệp trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai.

## 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

### Sự hài lòng của khách hàng

Theo Tse và Wilton (1998), sự hài lòng của khách hàng là sự phản ứng của họ đối với việc ước lượng sự khác nhau giữa những mong đợi và cảm nhận của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ. Theo Oliver (1997), sự hài lòng là phản ứng trọn vẹn của khách hàng đối với một dịch vụ, sản phẩm được cung ứng, là những đánh giá về đặc tính của một dịch vụ với mức độ hài lòng thể hiện trong tất cả các vấn đề liên quan đến quá trình sử dụng dịch vụ hay tiêu dùng sản phẩm. Còn theo Kotler (2003), sự hài lòng của khách hàng chính là cảm giác thỏa mãn (hoặc thất vọng) trên cơ sở so sánh tính năng của dịch vụ thông qua sử dụng với mong đợi ban đầu của khách hàng. Khái niệm này đã tiếp cận theo cả hai khía cạnh của sự hài lòng, đó là thỏa mãn và thất vọng; đồng thời, đã chỉ ra cách thức đo lường sự hài

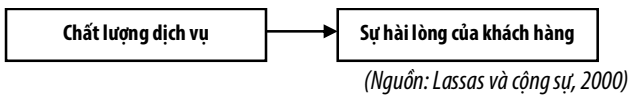
lòng bằng hiệu số giữa thực tế và mong đợi về tính năng của dịch vụ. Theo Zeithaml và Bitner (2000), sự hài lòng của khách hàng là sự đánh giá của khách hàng về một sản phẩm hay một dịch vụ đã đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của họ. Trên thực tế có nhiều khái niệm khác nhau nhưng sự hài lòng của khách hàng luôn gắn liền với những yếu tố: (i) tình cảm, thái độ của khách hàng; (ii) mong đợi của khách hàng về khả năng đáp ứng nhu cầu từ phía nhà cung cấp dịch vụ; (iii) kết quả thực hiện dịch vụ; (iv) ý định sẵn sàng tiếp tục hay không sử dụng dịch vụ.

Kế thừa và thống nhất với các khái niệm trên, trong nghiên cứu này, tác giả cho rằng, sự hài lòng của khách hàng là trạng thái cảm xúc bên trong của khách hàng, được xác định trên cơ sở đánh giá khách quan của khách hàng về những thực tế trải nghiệm so với mong đợi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

**Chất lượng dịch vụ**

Theo Lewis và Booms (1984), chất lượng dịch vụ được thể hiện thông qua khoảng cách giữa mức độ dịch vụ được đưa đến so với mức độ mong đợi của khách hàng. Hay nói cách khác, một dịch vụ được coi là có chất lượng khi dịch vụ đó đáp ứng được sự mong đợi hay kỳ vọng của khách hàng một cách tốt nhất. Đồng quan điểm trên, Parasuraman và cộng sự (1988), cho rằng chất lượng dịch vụ là một dạng của thái độ, thể hiện sự so sánh giữa kết quả mong đợi và kết quả nhận được khi trải nghiệm. Asubonteng và cộng sự (1996), cũng cho rằng, chất lượng dịch vụ có thể được đo bằng sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và nhận thức của họ sau khi trải nghiệm dịch vụ đó.

Như vậy, sự hài lòng của khách hàng có mối quan hệ chặt chẽ với chất lượng dịch vụ, quan điểm này cũng phù hợp với kết luận của Lassas và cộng sự (2000), cho rằng tồn tại mối quan hệ chặt chẽ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, trong đó, chất lượng dịch vụ được tạo ra trước và quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Mối quan hệ này được thể hiện trên hình 1.



Hình 1. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

Bảng 1. Năm thành phần của chất lượng dịch vụ

Thành phần	Mô tả
Phương tiện hữu hình	Thể hiện thông qua ngoại hình, trang phục của nhân viên và trang thiết bị phục vụ cho khách hàng
Sự tin cậy	Thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên
Sự đáp ứng	Thể hiện sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên cung ứng dịch vụ kịp thời cho khách hàng
Năng lực phục vụ	Thể hiện thông qua trình độ chuyên môn, nghiệp vụ và cung cách phục vụ lịch sự, nhã nhặn đối với khách hàng
Sự đồng cảm	Thể hiện thông qua sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng

(Nguồn: Parasuraman và cộng sự, 1988)

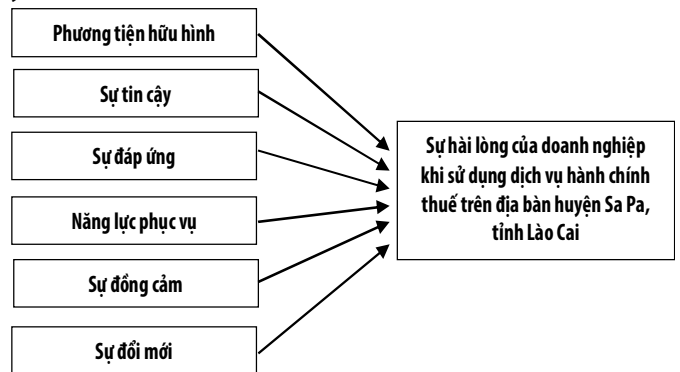
Theo Parasuraman và cộng sự (1988), chất lượng dịch vụ được thể hiện thông qua năm thành phần (bảng 1).

Kết quả các nghiên cứu trên khá phù hợp cho các loại hình dịch vụ nói chung, trong đó có dịch vụ hành chính công. Ở Việt Nam, Bộ tiêu chuẩn SIPAS (2015), của Bộ Nội vụ về bộ tiêu chí đo lường sự hài lòng của tổ chức đối với dịch vụ hành chính Nhà nước cũng được xây dựng trên cơ sở này.

**3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

**Phương pháp định tính**

Áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai. Dựa trên cơ sở lý luận và kết quả nghiên cứu của Parasuraman và cộng sự, tác giả đã tổng hợp được 05 yếu tố, bao gồm: (1) Phương tiện hữu hình; (2) Sự tin cậy; (3) Sự đáp ứng; (4) Năng lực phục vụ; (5) Sự đồng cảm. Từ đó, đề xuất mô hình nghiên cứu và bảng hỏi dự kiến để tiến hành phỏng vấn chuyên gia. Đối tượng phỏng vấn là 07 chuyên gia đang làm việc trong lĩnh vực thuế tại các Chi cục Thuế và lãnh đạo/quản lý các doanh nghiệp trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai. Các đối tượng được phỏng vấn đều cho rằng, mô hình nghiên cứu là phù hợp, những sửa chữa đối với bảng hỏi điều tra tạm thời là không đáng kể. Có 03 trên tổng số 07 chuyên gia cho rằng, cần thiết phải bổ sung yếu tố "Sự đổi mới" vào mô hình cho phù hợp với thực tế. Đổi mới đó cũng chính là một trong các giá trị cốt lõi để duy trì chính sách chất lượng với phương châm "Minh bạch - Chuyên nghiệp - Liêm chính - Đổi mới" của cơ quan thuế các cấp nhằm hướng đến sự hài lòng của khách hàng khi thực hiện thủ tục hành chính tại cơ quan thuế thông qua quá trình cải tiến, đổi mới không ngừng. Bên cạnh đó, các chuyên gia cũng khuyến nghị thêm 01 thang đo "Khi cần hỗ trợ về thuế, doanh nghiệp thường liên hệ với cơ quan thuế" thuộc biến "Sự tin cậy". Đồng thời, đề xuất 04 thang đo của biến "Sự đổi mới". Như vậy, mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 06 yếu tố (hình 2).



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả xây dựng thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai (bảng 2).

Bảng 2. Thang đo các biến yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai

Biến	Thang đo	Mã hóa	Nguồn
Phương tiện hữu hình	Cơ sở vật chất luôn sẵn sàng trong việc cung cấp dịch vụ	PTHH <sub>1</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Cơ sở vật chất tiện nghi, hiện đại và hữu dụng	PTHH <sub>2</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Cách thức thiết kế cơ sở vật chất, cách bài trí ấn phẩm, ngoại hình của nhân viên thuế... khoa học, đẹp mắt	PTHH <sub>3</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Môi trường làm việc sạch sẽ, gọn gàng, ngăn nắp	PTHH <sub>4</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
Sự tin cậy	Quy trình, thủ tục hành chính thuế quy định thống nhất, dễ áp dụng	STC <sub>1</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Thủ tục hành chính thuế được tiếp nhận và trả kết quả đúng thời gian quy định	STC <sub>2</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Avkiran (1994); Bahia và Nantel (2000); Sureshchandar (2001)
	Biểu mẫu, hồ sơ thuế được cung cấp đúng quy định ngay từ đầu	STC <sub>3</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Avkiran (1994)
	Doanh nghiệp chỉ cần một lần hướng dẫn là có đầy đủ thông tin trước khi tham gia giao dịch với cơ quan thuế	STC <sub>4</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Thủ tục hành chính thuế được giải quyết rất thuận lợi	STC <sub>5</sub>	Sureshchandar (2001);
	Khi cần hỗ trợ về thuế, doanh nghiệp thường liên hệ với cơ quan thuế	STC <sub>6</sub>	Kết quả phỏng vấn chuyên gia
Sự đáp ứng	Nhân viên thuế sẵn sàng hỗ trợ vướng mắc về thuế khi có yêu cầu	SĐU <sub>1</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Bahia và Nantel (2000)
	Các cuộc điện thoại hỏi về chính sách thuế đều được nhân viên trả lời chi tiết, cụ thể, dễ hiểu	SĐU <sub>2</sub>	Robert Johnston (1997)
	Nhân viên thuế luôn có ý thức trách nhiệm khi giải quyết các thủ tục thuế cho doanh nghiệp	SĐU <sub>3</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Avkiran (1994)
	Doanh nghiệp không phải chờ lâu khi giải quyết các vấn đề về thuế	SĐU <sub>4</sub>	Robert Johnston (1997)
	Hệ thống thuế điện tử luôn đáp ứng mọi lúc, mọi nơi	SĐU <sub>5</sub>	Robert Johnston (1997)
Năng lực phục vụ	Nhân viên thuế có đầy đủ năng lực chuyên môn và nghiệp vụ	NLPV <sub>1</sub>	Robert Johnston (1997); Avkiran (1994); Sureshchandar (2001)
	Nhân viên thuế luôn tỏ ra lịch sự, nhã nhặn	NLPV <sub>2</sub>	Sureshchandar (2001); Robert Johnston (1997)
	Khách hàng luôn tin tưởng vào nhân viên thuế khi đến giao dịch tại bộ phận một cửa	NLPV <sub>3</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Avkiran (1994); Sureshchandar (2001)
	Nhân viên thuế luôn hướng dẫn, giải đáp thỏa đáng, đúng trọng tâm	NLPV <sub>4</sub>	Robert Johnston (1997); Parasuraman (1988); Bahia và Nantel (2000)
Sự đồng cảm	Nhân viên thuế luôn thông cảm chia sẻ với những khó khăn của doanh nghiệp	SĐC <sub>1</sub>	Robert Johnston (1997); Avkiran (1994); Bahia và Nantel (2000); Sureshchandar (2001)
	Nhân viên thuế luôn lắng nghe các góp ý của doanh nghiệp	SĐC <sub>2</sub>	Avkiran (1994)
	Doanh nghiệp cảm nhận có sự quan tâm của nhân viên thuế khi đến giao dịch tại bộ phận một cửa	SĐC <sub>3</sub>	Avkiran (1994); Bahia và Nantel (2000)
	Cơ quan thuế thường xuyên đối thoại với doanh nghiệp nhằm để tháo gỡ vướng mắc khó khăn	SĐC <sub>4</sub>	Robert Johnston (1997)
Sự đổi mới	Thủ tục hành chính thuế luôn được sửa đổi, cập nhật tạo thuận lợi cho doanh nghiệp	SĐM <sub>1</sub>	Ý kiến chuyên gia
	Thời gian để giải quyết các thủ tục hành chính thuế ngày càng được rút ngắn	SĐM <sub>2</sub>	Ý kiến chuyên gia
	Nhân viên thuế ngày càng có nhiều cải tiến trong cách phục vụ	SĐM <sub>3</sub>	Ý kiến chuyên gia
	Hệ thống thuế điện tử tốc độ ngày càng nhanh và các thao tác để thực hiện ngày càng dễ dàng hơn	SĐM <sub>4</sub>	Ý kiến chuyên gia

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)

### Phương pháp định lượng

Sau khi xây dựng được mô hình nghiên cứu và các biến quan sát. Nghiên cứu định lượng được thực hiện theo các bước: bước 1, thiết kế bảng khảo sát, khảo sát thử; bước 2, thiết kế bảng khảo sát chính thức; bước 3, khảo sát chính thức (đối tượng khảo sát là doanh nghiệp đã sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sapa, tỉnh Lào Cai;

mẫu được chọn theo phương pháp lấy mẫu phi xác suất; tổng số phiếu phát ra là 350, thu về 345 phiếu. Sau khi loại bỏ số phiếu trả lời không hợp lệ, có 324 phiếu trả lời chính thức được sử dụng để phân tích. Mẫu nghiên cứu được mô tả chi tiết ở bảng 3); bước 4, thống kê dữ liệu thu thập, tiến hành phân tích và xử lý dữ liệu thông qua phần mềm SPSS 20.0.

Bảng 3. Thống kê mẫu nghiên cứu

Mẫu	Số lượng (khách hàng)	Tỷ lệ (%)
<b>I. Theo loại hình doanh nghiệp</b>		
Công ty TNHH	120	37,0
Công ty cổ phần	50	15,4
Doanh nghiệp tư nhân	129	39,8
Loại hình khác	25	7,7
<b>Tổng</b>	<b>324</b>	<b>100,0</b>
<b>II. Theo loại hình kinh doanh của doanh nghiệp</b>		
Sản xuất	31	9,6
Thương mại	45	13,9
Dịch vụ	248	76,5
<b>Tổng</b>	<b>324</b>	<b>100,0</b>
<b>III. Theo đặc điểm chức danh của người trả lời phiếu khảo sát</b>		
Giám đốc	27	8,3
Trưởng phòng/ Kế toán	35	10,8
Nhân viên kế toán	240	74,1
Khác	22	6,8
<b>Tổng</b>	<b>324</b>	<b>100,0</b>

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

#### 4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

##### Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo cho thấy, độ tin cậy của phần lớn thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,6. Tuy nhiên, biến thành phần STC<sub>6</sub> có tương quan với biến tổng là 0,240 (< 0,3); biến thành phần SDU<sub>5</sub> có tương quan với biến tổng là 0,099 (< 0,3) vì vậy, biến này bị loại bỏ. Tác giả tiến hành phân tích độ tin cậy của thang đo lần hai.

Bảng 4. Độ tin cậy của thang đo chính thức

Biến đo lường	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
<b>Phương tiện hữu hình, Alpha = 0,878</b>		
PTHH <sub>1</sub>	0,724	0,849
PTHH <sub>2</sub>	0,730	0,849
PTHH <sub>3</sub>	0,727	0,849
PTHH <sub>4</sub>	0,790	0,828
<b>Sự tin cậy, Alpha = 0,855</b>		
STC <sub>1</sub>	0,734	0,808
STC <sub>2</sub>	0,703	0,816
STC <sub>3</sub>	0,680	0,822
STC <sub>4</sub>	0,662	0,827
STC <sub>5</sub>	0,567	0,850
<b>Sự đáp ứng, Alpha = 0,793</b>		
SDU <sub>1</sub>	0,566	0,760
SDU <sub>2</sub>	0,616	0,736
SDU <sub>3</sub>	0,619	0,735
SDU <sub>4</sub>	0,613	0,737
<b>Năng lực phục vụ, Alpha = 0,827</b>		
NLPV <sub>1</sub>	0,669	0,774
NLPV <sub>2</sub>	0,755	0,735
NLPV <sub>3</sub>	0,560	0,824
NLPV <sub>4</sub>	0,635	0,790

Biến đo lường	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
<b>Sự đồng cảm, Alpha = 0,852</b>		
SDC <sub>1</sub>	0,698	0,809
SDC <sub>2</sub>	0,709	0,805
SDC <sub>3</sub>	0,669	0,821
SDC <sub>4</sub>	0,693	0,811
<b>Sự đổi mới, Alpha = 0,851</b>		
SDM <sub>1</sub>	0,704	0,806
SDM <sub>2</sub>	0,704	0,806
SDM <sub>3</sub>	0,652	0,828
SDM <sub>4</sub>	0,706	0,805

Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo lần hai cho thấy, các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng đạt yêu cầu (> 0,6) (bảng 4). Vì vậy, các biến này được sử dụng để tiến hành các kiểm định tiếp theo.

##### Kiểm định giá trị của thang đo

##### Phân tích yếu tố khám phá EFA cho biến độc lập.

Để tiến hành phân tích yếu tố khám phá, dữ liệu thu được phải đáp ứng các điều kiện thông qua kiểm định KMO và Bartlett's. Kết quả kiểm định cho trị số của KMO là 0,823 (> 0,5) và Sig của Bartlett's Test là 0,000 (< 0,05) do đó, 25 biến quan sát hoàn toàn phù hợp với phân tích yếu tố. Đồng thời, tác giả thực hiện phép xoay ma trận, kết quả được thể hiện trong bảng 5.

Bảng 5. Kết quả phân tích EFA biến độc lập

Biến đo lường	Yếu tố					
	1	2	3	4	5	6
STC <sub>1</sub>	0,829					
STC <sub>2</sub>	0,790					
STC <sub>4</sub>	0,777					
STC <sub>3</sub>	0,728					
STC <sub>5</sub>	0,699					
PTHH <sub>4</sub>		0,878				
PTHH <sub>3</sub>		0,848				
PTHH <sub>1</sub>		0,840				
PTHH <sub>2</sub>		0,839				
SDM <sub>4</sub>			0,844			
SDM <sub>2</sub>			0,839			
SDM <sub>1</sub>			0,831			
SDM <sub>3</sub>			0,799			
SDC <sub>2</sub>				0,803		
SDC <sub>4</sub>				0,800		
SDC <sub>1</sub>				0,795		
SDC <sub>3</sub>				0,791		
NLPV <sub>2</sub>					0,849	
NLPV <sub>1</sub>					0,784	
NLPV <sub>3</sub>					0,764	
NLPV <sub>4</sub>					0,759	
SDU <sub>2</sub>						0,776
SDU <sub>4</sub>						0,769
SDU <sub>3</sub>						0,735
SDU <sub>1</sub>						0,706

Kết quả phân tích yếu tố khám phá cho thấy, cả 06 yếu tố đều ảnh hưởng đến Sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử

dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai. Sáu nhóm yếu tố rút trích giải thích được 68,092% sự biến động của dữ liệu nghiên cứu.

**Phân tích yếu tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc.** Kết quả kiểm định cho trị số KMO là 0,678 ( $> 0,5$ ) và Sig của Bartlett's Test là 0,000 ( $< 0,05$ ) như vậy, 03 biến quan sát SHL<sub>1</sub>, SHL<sub>2</sub>, SHL<sub>3</sub> có tương quan với nhau và hoàn toàn phù hợp với phân tích yếu tố (bảng 6).

Bảng 6. Kết quả phân tích EFA biến độc lập

Biến đo lường	Yếu tố
	1
SHL <sub>3</sub>	0,867
SHL <sub>1</sub>	0,837
SHL <sub>2</sub>	0,781

Kết quả xoay yếu tố cho thấy, có 01 yếu tố hình thành với điểm dừng trích ở yếu tố thứ nhất có Eigenvalue là 2,061 ( $> 1$ ), do đó việc trích yếu tố là có giá trị. Phương sai trích được từ 03 biến quan sát là 68,712%. Kết quả này là phù hợp và cho thấy 01 yếu tố được hình thành và giải thích được 68,712% sự biến thiên của tập dữ liệu. Kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc cho thấy, yếu tố Sự hài lòng được hình thành và tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải cao (từ 0,781 đến 0,867). Như vậy, việc phân tích 03 biến quan sát đánh giá Sự hài lòng đạt yêu cầu và được dùng cho các nghiên cứu tiếp theo.

Bảng 7. Kết quả phân tích hồi quy đa biến lần một

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng tuyến	
	Hệ số hồi quy	Hệ số hồi quy (Beta)	Beta			Tolerance	VIF
1	Hằng số	-0,038	0,198	-0,192	0,848	-	-
	STC	0,276	0,038	0,302	7,338	0,000	0,764
	SĐU	0,279	0,040	0,286	6,887	0,000	0,751
	<b>NLPV</b>	<b>0,024</b>	<b>0,034</b>	<b>0,028</b>	<b>0,713</b>	<b>0,476</b>	<b>0,855</b>
	SĐC	0,318	0,036	0,358	8,738	0,000	0,771
	PTHH	0,074	0,030	0,091	2,463	0,014	0,947
	SĐM	0,089	0,030	0,108	2,945	0,003	0,970

Bảng 8. Kết quả phân tích hồi quy đa biến lần hai

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng tuyến	
	Hệ số hồi quy	Hệ số hồi quy (Beta)	Beta			Tolerance	VIF
1	Hằng số	0,002	0,190	0,010	0,992	-	-
	STC	0,282	0,037	0,308	7,680	0,000	0,801
	SĐU	0,284	0,040	0,290	7,100	0,000	0,771
	SĐC	0,318	0,036	0,358	8,749	0,000	0,771
	PTHH	0,077	0,030	0,095	2,590	0,010	0,966
	SĐM	0,088	0,030	0,106	2,915	0,004	0,972

Bảng 9. Đánh giá độ phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> điều chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,768 <sup>a</sup>	0,590	0,583	0,59371	1,980

Bảng 10. Phân tích ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Trung bình	F	Sig.
1	Hồi quy	161,171	5	32,234	91,447
	Phần dư	112,092	318	0,352	-
	Tổng	273,263	323	-	-

### Kiểm định tầm quan trọng của các yếu tố

Sau khi thực hiện phân tích tương quan, phân tích hồi quy được thực hiện nhằm xác định mối quan hệ tuyến tính giữa các biến độc lập (STC, SĐU, NLPV, SĐC, PTHH, SĐM) với biến phụ thuộc SHL.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy mối liên quan giữa biến NLPV với biến phụ thuộc SHL chưa có ý nghĩa thống kê, giá trị Sig bằng 0,476 ( $> 0,05$ ) (bảng 7), vì vậy biến này bị loại bỏ, tác giả tiến hành phân tích hồi quy lần hai.

Kết quả phân tích hồi quy đa biến lần hai cho thấy, giá trị Sig của tất cả các biến đều nhỏ hơn 0,05, có nghĩa là các biến đều có ý nghĩa trong mô hình; đồng thời, tất cả các yếu tố đưa vào mô hình đều không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến do có hệ số phóng đại phương sai VIF nhỏ hơn 10 (bảng 8).

Kết quả đánh giá độ phù hợp của mô hình (bảng 9) cho thấy, 05 biến độc lập đưa vào mô hình nghiên cứu giải thích được 58,3% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 41,7% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Giá trị Durbin-Watson  $d = 1,980$  ( $1 < d = 1,980 < 3$ ), vì vậy không có hiện tượng tự tương quan giữa các yếu tố độc lập.

Ngoại trừ biến NLPV có giá trị Sig lớn hơn 0,05 cho nên biến này bị loại. Có nghĩa là các yếu tố có giá trị Sig lớn hơn 0,05 không có mối tương quan tới Sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên

địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai. Còn lại 05 yếu tố có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa  $P$  nhỏ hơn 0,05 đạt độ tin cậy 95%.

Kết quả hồi quy cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai đều có hệ số  $\beta$  lớn hơn 0 như vậy, các giả thuyết nghiên cứu đều phù hợp (giá trị của hệ số gốc  $\beta_0 = 0,002 \approx 0$ ). Phương trình hồi quy có hệ số đã chuẩn hóa được trình bày như sau:

$$SHL = 0,308STC + 0,290SDU + 0,358SDC + 0,095PTHH + 0,106SDM$$

Như vậy, kết quả nghiên cứu về các yếu tố Sự đồng cảm, Sự tin cậy, Sự đáp ứng và Phương tiện hữu hình cũng khá tương đồng với kết quả của các nghiên cứu trước đây như nghiên cứu của Benjamin (2012), Hidayat và cộng sự (2014), Đặng Thanh Sơn và cộng sự (2013)... Yếu tố Sự đổi mới có ảnh hưởng thuận chiều đến Sự hài lòng của các doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai, đồng thời cũng phù hợp với quan điểm trong quản lý hành chính thuế (đổi mới về tư duy, đổi mới trong cách thức hành động của nhân viên thuế, của cơ quan thuế mang lại sự tốt nhất cho khách hàng).

## 5. KHUYẾN NGHỊ VÀ KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu trên đã cho thấy, trong 06 yếu tố của mô hình nghiên cứu, chưa có đủ cơ sở để kết luận yếu tố Năng lực phục vụ ảnh hưởng đến Sự hài lòng của các doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai; 05 yếu tố còn lại đều ảnh hưởng thuận chiều đến Sự hài lòng của các doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế trên địa bàn huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai với mức độ ảnh hưởng mạnh nhất là yếu tố Sự đồng cảm, tiếp đến là Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự đổi mới và cuối cùng là Phương tiện hữu hình. Từ kết quả nghiên cứu thu được, áp dụng trong bối cảnh thực tiễn tại địa bàn nghiên cứu huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính thuế như sau:

### Nhóm giải pháp đối với yếu tố Sự đồng cảm

Công chức thuế cần đặt mình vào vị trí của khách hàng để hiểu và chia sẻ những vướng mắc, khó khăn của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ hành chính thuế. Do vậy, để nâng cao Sự đồng cảm với các doanh nghiệp nói riêng và khách hàng nói chung, cơ quan thuế cần quan tâm đến các vấn đề như sau: (i) Mở lớp đào tạo bồi dưỡng về văn hóa công sở, nhiệm vụ của cán bộ thuế trong việc nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đào tạo kỹ năng những việc phải làm, phải thực hiện khi phục vụ khách hàng nhằm mục đích nâng cao ý thức, đồng thời tạo kỹ năng cho công chức khi thực hiện nhiệm vụ. (ii) Thường xuyên tổ chức các hội nghị đối thoại với doanh nghiệp, tổ chức "Tuần lễ lắng nghe người nộp thuế", cùng doanh nghiệp tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện chính sách thuế của Nhà nước nhằm rút ngắn khoảng cách giữa cơ quan thuế và doanh nghiệp. Qua đó, ghi nhận những ý kiến đóng góp của doanh

ngiệp về những hạn chế, thiếu sót của công chức thuế để đề xuất các biện pháp chấn chỉnh trong quá trình quản lý và điều hành công tác thuế. Thực tiễn về quản lý thuế tại địa bàn huyện Sapa trong thời gian qua đã cho thấy, Chi cục đã thường xuyên tổ chức các hội nghị đối thoại với doanh nghiệp, tổ chức các tuần lễ lắng nghe ý kiến người nộp thuế, tuần lễ hỗ trợ quyết toán thuế, điều này đã mang lại sự hài lòng nhất định cho các doanh nghiệp. Kết quả của nghiên cứu này một lần nữa khẳng định, việc tổ chức đối thoại, lắng nghe ý kiến, hỗ trợ doanh nghiệp cần được chú trọng và phải được thực hiện thường xuyên. (iii) Quy định cụ thể chi tiết "những điều phải thực hiện" đối với công chức thuế tại các bộ phận, đặc biệt là bộ phận một cửa trong quá trình giải quyết các thủ tục hành chính thuế, trong đó cần nêu rõ: mục đích, yêu cầu, cách thức giao tiếp, thái độ và trách nhiệm, cách thức lắng nghe và hỗ trợ khách hàng. (iv) Từng bước thu thập ý kiến đánh giá của doanh nghiệp đối với công chức thuế thông qua phiếu đánh giá. Việc đánh giá cần được thực hiện độc lập với việc trả kết quả thuế cho doanh nghiệp và có thể thực hiện việc đánh giá khảo sát online. Kết quả đánh giá sẽ là một tiêu chí để đánh giá và bình xét thi đua công chức.

### Nhóm giải pháp đối với yếu tố Sự tin cậy

Sự tin cậy thể hiện lòng tin của doanh nghiệp vào dịch vụ của cơ quan thuế thông qua việc xử lý chính xác, nhanh chóng các vấn đề cần được giải quyết và luôn giữ lời hứa tạo cảm giác an toàn cho doanh nghiệp. Muốn thực hiện tốt điều này cơ quan thuế cần quan tâm đến các vấn đề như: (i) Xây dựng bộ thủ tục hành chính thuế đơn giản, dễ hiểu, dễ áp dụng, đặc biệt là đảm bảo tính phù hợp với điều kiện thực tế của từng địa phương. Đồng thời, thường xuyên cập nhật và công khai bộ thủ tục hành chính thuế trên nhiều phương tiện như: công khai tại bộ phận một cửa của cơ quan thuế, công khai trên trang thông tin điện tử của huyện, thông tin điện tử của Cục thuế và Tổng cục Thuế... giúp doanh nghiệp có thể dễ dàng tra cứu, kê khai các biểu mẫu hồ sơ chính xác. (ii) Công chức thuế cần theo dõi, cập nhật kịp thời sự thay đổi của các chính sách về thuế, các văn bản liên quan đến thuế, tham gia học tập, đào tạo về thuế để nâng cao kiến thức chuyên môn cho người thực thi nhiệm vụ giải quyết các thủ tục hành chính về thuế. Từ đó, có thể hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện thủ tục hành chính chính xác ngay từ lần đầu tiên đến giao dịch, tạo ấn tượng tốt đẹp và mang đến sự tin cậy cho các doanh nghiệp. (iii) Tiếp tục hoàn thiện cơ chế "Một cửa" liên thông kết hợp triển khai có hiệu quả hệ thống quản lý chất lượng giải quyết các thủ tục hành chính theo tiêu chuẩn ISO 9001:2008 cho phù hợp với các văn bản quy phạm pháp luật. Theo đó, các thủ tục hành chính về thuế được tiếp nhận, giải quyết và trả kết quả đúng theo một trình tự thủ tục được định trước, các thủ tục tiếp nhận đều phải đóng dấu và thể hiện ngày tiếp nhận, đồng thời phải có phiếu hẹn và thời hạn trả kết quả đúng theo quy định, quá thời hạn trả kết quả phải có trả lời bằng văn bản trong đó nêu rõ lý do quá hạn và phải xin lỗi doanh nghiệp nếu quá hạn do sự chủ quan của cơ quan thuế.

### Nhóm giải pháp đối với yếu tố Sự đáp ứng

Sự đáp ứng thể hiện sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên thuế trong việc cung cấp dịch vụ hành chính thuế cho khách hàng. Vì vậy, cơ quan thuế cần quan tâm đến các vấn đề như: (i) Xây dựng sổ tay nghiệp vụ nhằm tạo thuận lợi cho nhân viên thuế dễ dàng tra cứu nghiệp vụ, từ đó kịp thời hỗ trợ, giải đáp vướng mắc cho các doanh nghiệp khi có yêu cầu. Sổ tay nghiệp vụ bao gồm các câu hỏi điển hình hoặc các câu hỏi có tần suất xuất hiện cao. Tập hợp các câu hỏi và câu trả lời được lưu trên máy tính để dễ dàng tra cứu và thường xuyên được cập nhật bổ sung các tình huống mới phát sinh. Đồng thời, các tình huống và câu trả lời liên quan đến việc chấp hành pháp luật về thuế cũng nên được công khai trên trang thông tin điện tử của huyện hoặc trang thông tin điện tử của cơ quan thuế. (ii) Thực hiện phân loại doanh nghiệp để có hướng hỗ trợ chính sách thuế chuyên sâu, phù hợp với từng nhóm nhu cầu của từng nhóm đối tượng doanh nghiệp. Chẳng hạn, đối với các doanh nghiệp có quy mô lớn, có số thu nộp ngân sách Nhà nước lớn, Chi cục Thuế huyện Sa Pa cần có chế độ hỗ trợ đặc biệt như phân công những công chức có năng lực, vững về chính sách thuế, am hiểu chuyên sâu về ngành nghề, đặc thù sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp để hỗ trợ cho doanh nghiệp...

### Nhóm giải pháp đối với yếu tố Sự đổi mới

Sự đổi mới thể hiện qua việc đổi mới về tư duy, hành động của nhân viên thuế, của cơ quan thuế mang lại sự tốt nhất cho khách hàng. Sự đổi mới cũng đã được cơ quan thuế chú trọng đến trong việc xây dựng giá trị cốt lõi của việc thực hiện nhiệm vụ. Tuy nhiên, Chi cục Thuế huyện Sapa, tỉnh Lào Cai cần phải có sự đổi mới mang tính thiết thực, thống nhất, đem lại chất lượng phục vụ tốt hơn cho doanh nghiệp, cụ thể như: (i) Cải cách công tác tổ chức cán bộ: thay đổi cung cách phục vụ của nhân viên thuế, thực hiện quy chế luân chuyển, luân phiên, chuyển đổi vị trí công tác đối với nhân viên thuế giữa các đội thuế và với từng công việc được giao. (ii) Cải cách cơ chế chính sách: bộ thủ tục hành chính phải được cắt giảm, sửa đổi cho đơn giản dễ hiểu, được cập nhật và công khai thống nhất trên trang thông tin điện tử của cơ quan thuế và chính quyền địa phương cấp huyện. (iii) Cải cách phương thức quản lý: thực hiện chuyển đổi toàn bộ phương thức quản lý trước đây sang quản lý theo rủi ro và sử dụng nguồn lực một cách hợp lý. Đẩy mạnh việc áp dụng công nghệ thông tin, thực hiện số hóa trong công tác nhận và giải quyết thủ tục hành chính thuế: xác thực giữa người dân, doanh nghiệp với cơ quan thuế bằng chữ ký số; đăng ký mã số thuế mã số doanh nghiệp điện tử liên thông với Sở Kế hoạch Đầu tư; đăng ký mã số thuế cho cá nhân qua hình thức điện tử; kê khai thuế qua mạng; hoàn thuế điện tử; hóa đơn điện tử có mã xác thực của cơ quan thuế; nộp thuế điện tử qua Kho bạc, ngân hàng thương mại truyền gói chứng từ điện tử về cơ quan thuế; hỏi đáp trực tuyến trên trang thông tin điện tử của Huyện, Tỉnh và trang thông tin điện tử của Cục Thuế tỉnh Lào Cai; phát hành công văn và chính sách pháp luật

về thuế thông qua phương tiện điện tử gửi đến người nộp thuế có xác thực chữ ký số thay cho bản giấy dấu đỏ; chăm sóc khách hàng bằng tin nhắn SMS qua tổng đài nhắn tin của các nhà mạng di động...

### Nhóm giải pháp đối với yếu tố Phương tiện hữu hình

Phương tiện hữu hình thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên thuế, các trang thiết bị phục vụ doanh nghiệp. Để thực hiện tốt điều này, Chi cục Thuế huyện Sapa, tỉnh Lào Cai nên: (i) Trang bị không gian, nơi tiếp nhận và giải quyết các thủ tục hành chính về thuế theo hướng: trang thiết bị hiện đại, bài trí không gian sang trọng, gọn gàng, sạch đẹp, tạo sự thoải mái, thuận tiện cho doanh nghiệp đến giao dịch cũng như nhân viên thuế thực hiện nhiệm vụ. (ii) Trang bị đủ máy vi tính để các doanh nghiệp có thể tự truy cập thông tin liên quan đến thuế ngay tại nơi giao dịch, đồng thời khi có vướng mắc về các thủ tục hành chính thuế, đặc biệt là về kê khai thuế thì họ có thể thực hành ngay trên các máy tính này và nhân viên thuế có thể hướng dẫn, tư vấn ngay tại chỗ cho các doanh nghiệp. (iii) Khuôn viên cơ quan thuế có chỗ để ô tô, xe máy, bố trí người trông xe và hướng dẫn cho khách hàng khi đến giao dịch. (iv) Có hệ thống camera giám sát để đảm bảo an ninh trong cơ quan thuế, đồng thời lãnh đạo cơ quan thuế cũng có thể giám sát được nhân viên thuế khi thực hiện nhiệm vụ. (v) Hệ thống thuế điện tử (e-Tax) tốc độ nhanh, đáp ứng 24/24, đồng thời phải có trung tâm hỗ trợ 24/7 để phục vụ khách hàng khi có yêu cầu xử lý lỗi./

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Amanfi Jr., Benjamin (2012), *Service quality and customer satisfaction in Public Sector Organizations: a case study of the Commission on Human Rights and Administrative Justice*.
- [2]. Asubonteng, P., McCleary, K.J. and Swan, J.E. (1996), *SERVQUAL revisited: a critical review of service quality*, Journal of Services Marketing, Vol. 10 No. 6, pp. 62-81.
- [3]. Avkiran, Necmi Kemal (1994), *Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 12, No. 6, pp. 10-18.
- [4]. Bahia, K. and Nantel, J. (2000), *A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks*, International Journal of Bank Marketing, 18 (2), pp. 84-91.
- [5]. Đặng Ngọc Hậu (2017), *Nghiên cứu mức độ hài lòng của doanh nghiệp về việc thực hiện các giá trị tuyên ngôn ngành thuế của cơ quan thuế ảnh hưởng đến sự tuân thủ thuế của các doanh nghiệp*, Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế quốc dân.
- [6]. Lassas, W. M., C. Manolis and R.D. Winsor (2000), *Service quality perspectives and satisfaction in private banking*, Journal of Services Marketing, 18(4), pp. 181-199.
- [7]. Lewis. R.C. and Booms, B.H (1983), *The marketing aspects of service quality*, in Berry, L.L., Shostack, G. and Upah, G. (Eds), *Emerging Perspectives in Service Marketing*, American Marketing Association, Chicago, IL, 99-107.
- [8]. Oliver, Richard L (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective On the Consumer*, New York: McGraw-Hill.
- [9]. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L (1988), *SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality*,

[https://www.researchgate.net/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple\\_Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality](https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality). Truy cập ngày 20/06/2017.

[10]. Philip Kotler (2003), *Quản trị Marketing*, Nhà xuất bản Thống kê.

[11]. Robert Johnston (1997), *International Journal of Bank Marketing Emerald Article: Identifying the critical determinants of service quality in retail banking: importance and effect*, <http://www.customerdelight.nu/content/04-artikelen/02-artikel-b/banking.pdf>. Truy cập ngày 18/03/2017.

[12]. N. Rusdi Hidayat, Suhadak, Darminto, Siti Ragil Handayani, Bambang Widjanarko Otok, (2014), *Measurement Model of Service Quality, Regional Tax Regulations, Taxpayer Satisfaction Level, Behavior and Compliance Using Confirmatory Factor Analysis*, *World Applied Sciences Journal* 29 (1): 56-61.

[13]. Đặng Thanh Sơn, Lê Kim Long, Đỗ Văn Cường (2013), *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*, *Tạp chí Khoa học, Đại học Cần Thơ*, số 25 (2013): 17-23

[14]. Sureshchandar, G.S., Rajesndran, C., and Kamalanabhan, T.J. (2001), *Customer perceptions of service quality: a critique*, *Total Quality Management*, Vol. 12 No. 1, pp. 111-24.

[15]. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2012), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh.

[16]. Tse, D.K. and Wilton, P.C. (1988), *Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension*. *Journal of Marketing Research*, 25, 204-212. <http://dx.doi.org/10.2307/3172652>, truy cập ngày 27/06/2018.

[17]. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 2nd Edition, McGraw-Hill, Boston.