

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP VỚI DỊCH VỤ THUẾ ĐIỆN TỬ TRÊN ĐỊA BÀN TÂY NGUYÊN

FACTORS AFFECTING ENTERPRISES' SATISFACTION WITH E-TAX SERVICE IN TAY NGUYEN REGION

Phạm Quốc Luyến

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM; pqluyen@gmail.com

Tóm tắt - Việc nâng cao sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ là điều kiện quan trọng, tiên quyết trong việc giữ chân khách hàng và phát triển dịch vụ. Kế thừa mô hình ISSM của DeLone và McLean (2003), nghiên cứu này đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố trong mô hình đến sự hài lòng của các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thuế điện tử trên địa bàn Tây Nguyên. Dữ liệu được thu thập từ 382 bảng hỏi hợp lệ của các cá nhân đại diện cho doanh nghiệp trực tiếp sử dụng dịch vụ thuế điện tử. Qua phân tích hồi quy, kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng hệ thống TĐT xếp từ mạnh tới yếu lần lượt là chất lượng thông tin của hệ thống, chất lượng hệ thống và chất lượng dịch vụ.

Từ khóa - Thuế điện tử; chất lượng thông tin; chất lượng hệ thống; chất lượng dịch vụ; sự hài lòng của doanh nghiệp

Abstract - Improving the satisfaction of service users is an important condition, a prerequisite for customer retention and service development. Inheriting the ISSM model of DeLone and McLean (2003), this study evaluates the impact of factors in the model on the satisfaction of enterprises using e-tax services in Tay Nguyen region. Data was collected from 382 valid questionnaires of individuals, representing their businesses, directly using e-tax services. Through regression analysis, the findings show that the influence level of factors on the satisfaction of enterprises using the e-tax system from high to low is the information quality, the system quality and the service quality.

Key words - E-tax; information quality; system quality; service quality; satisfaction of business

1. Giới thiệu

Thuế là nguồn thu ngân sách chủ yếu của Nhà nước, là công cụ hiệu quả để quản lý vĩ mô nền kinh tế, phân phối và phân phối lại tổng sản phẩm xã hội và thu nhập quốc dân. Ứng dụng công nghệ thông tin vào hệ thống kê khai và nộp thuế là cần thiết cho việc phát triển kinh tế xã hội ở nước ta. Từ cuối năm 2009, Tổng cục thuế bắt đầu triển khai thí điểm thuế điện tử tại bốn địa phương là TP.HCM, Hà Nội, Đà Nẵng và Bà Rịa - Vũng Tàu. Đến năm 2012, hệ thống này được triển khai thí điểm tại các tỉnh Tây Nguyên. Dự án thí điểm đã thành công và hiện được đưa vào thực hiện trên phạm vi toàn quốc. Thuế điện tử (TĐT) là hệ thống thông tin cung cấp dịch vụ thuế cho các tổ chức, cá nhân bên ngoài ngành Thuế. Các dịch vụ thuế điện tử bao gồm: cung cấp qua mạng các thông tin tham khảo liên quan đến lĩnh vực thuế, hỏi đáp trực tiếp, đăng ký thuế, kê khai, nộp thuế, hoàn thuế và giải quyết khiếu nại tố cáo của người nộp thuế... nhằm tạo thuận lợi cho người nộp thuế, giảm thiểu chi phí, thời gian, thủ tục và giấy tờ. Thuế điện tử mang lại rất nhiều lợi ích thiết thực cho cả người nộp thuế lẫn cơ quan thuế.

Việc nghiên cứu và đánh giá chất lượng dịch vụ thuế điện tử, đặc biệt là sự hài lòng từ phía khách hàng doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ này luôn dành được sự quan tâm của các cơ quan thuế tại các địa phương và các nhà nghiên cứu. Đã có nhiều công trình nghiên cứu về dịch vụ thuế điện tử được thực hiện ở trong và ngoài nước. Một số tác giả nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định kê khai thuế qua mạng (Đỗ Thị Sâm, 2013; Đỗ Lê Thuý Trang, 2013; ...). Một số khác nghiên cứu về sự hài lòng của người nộp thuế đối với dịch vụ kê khai thuế qua mạng (Puthur và cộng sự, 2016; Islam và cộng sự, 2011) hay đối với dịch vụ nộp thuế qua mạng (Nguyễn Văn Ngọc và Phan Tấn Phát, 2012). Nhìn chung, các nghiên cứu trước đây được thực hiện khá nhiều với các hướng tiếp cận khác nhau và chủ yếu sử dụng các biến thể khác nhau của mô hình

chất lượng dịch vụ do Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988) đề xuất. Tuy nhiên, chưa có nghiên cứu nào được thực hiện về sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với dịch vụ thuế điện tử (bao gồm cả kê khai và nộp thuế qua mạng) trên địa bàn Tây Nguyên. Đặc biệt, chưa có nghiên cứu tại Việt Nam nào áp dụng mô hình ISSM của DeLone và McLean (2003), mô hình xem xét nhiều khía cạnh chất lượng hơn là chỉ tập trung vào chất lượng dịch vụ (do vậy toàn diện hơn), vào nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ trên nền tảng mạng Internet. Vì vậy, bài báo này được thực hiện với mục đích nghiên cứu những yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ thuế điện tử trên địa bàn Tây Nguyên trên cơ sở mô hình ISSM. Kết quả nghiên cứu được kỳ vọng sẽ giúp cho các cơ quan quản lý thuế và nhà cung cấp dịch vụ TĐT tham khảo, qua đó đưa ra được những giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng về chất lượng và đẩy mạnh sự phát triển của dịch vụ trên địa bàn, đồng thời gợi mở hướng nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ trên nền tảng công nghệ thông tin theo mô hình mới.

2. Tổng quan lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

2.1. Dịch vụ thuế điện tử và sự hài lòng của khách hàng

Dịch vụ là một loại hàng hóa kinh tế đặc biệt, vô hình khác biệt so với các sản phẩm hàng hóa hữu hình khác. Theo Zeithaml và Bitner (2000), dịch vụ là hành vi, quy trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo ra giá trị sử dụng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Trong khi đó, Oliveira (2009) thì cho rằng dịch vụ là hoạt động kinh tế tạo giá trị và cung cấp lợi ích cho khách hàng tại thời gian và địa điểm cụ thể như là kết quả của một sự thay đổi mong muốn, hoặc thay mặt cho người sử dụng dịch vụ. Kotler và Keller (2006) coi dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống

hiển cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng. Theo Oliveira (2009), dịch vụ có tính chất vô hình và chỉ đánh giá được khi kết hợp với các chức năng khác như các quá trình sản xuất và các sản phẩm hữu hình.

Dịch vụ thuế điện tử có thể được định nghĩa là hệ thống bao gồm việc sử dụng các công nghệ Internet, trang web và phần mềm thuế cho một loạt các hoạt động quản lý thuế và các mục đích tuân thủ. Dịch vụ thuế điện tử bắt đầu từ quá trình chuẩn bị khai thuế, nộp tờ khai thuế cho đến khi nộp thuế. Quá trình này bắt đầu khi người nộp thuế hoặc đại lý thuế kê khai trên tờ khai thuế và nộp chứng thông qua Internet tới một trung tâm xử lý của cơ quan thuế. Có thể nói, dịch vụ thuế điện tử là một trong những ứng dụng tiêu biểu nhất của chính phủ điện tử (egovernment).

Sự hài lòng của khách hàng là trạng thái cảm xúc đối với sản phẩm dịch vụ đã từng sử dụng (Spreng và Mackoy, 1996). Đó là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của anh ta. Nhìn chung, các nhà nghiên cứu xem xét sự hài lòng là cảm giác thoải mái khi khách hàng được đáp ứng như kỳ vọng của họ về sản phẩm, dịch vụ. Việc nâng cao sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ là điều kiện quan trọng, tiên quyết trong việc giữ chân khách hàng và phát triển dịch vụ. Điều này cũng không ngoại lệ với dịch vụ thuế điện tử.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ thuế điện tử

Một số nghiên cứu trước đây đã được thực hiện để phát triển các công cụ đo lường chất lượng dịch vụ điện tử trong các lĩnh vực bán lẻ trực tuyến, thiết kế trang web và dịch vụ trực tuyến. Parasuraman và cộng sự (2005) đã thực hiện một nghiên cứu về chất lượng dịch vụ internet dựa trên nghiên cứu trước đó của họ về chất lượng dịch vụ trong các kênh phân phối truyền thống (SERVQUAL) và phát triển thang đo E-S-QUAL dựa trên 7 yếu tố. 7 yếu tố đó được chia thành hai thang đo riêng biệt là các chiều kích cốt lõi và các chiều kích phục hồi. Trong đó thang đo ES-QUAL đề cập đến các chiều kích cốt lõi về tính hiệu quả, tính sẵn có của hệ thống, tính đáp ứng và bảo mật và thang E-RecS-QUAL đo lường các chiều kích chất lượng dịch vụ internet về sự đáp ứng, bồi thường và liên hệ (Parasurama và cộng sự, 2005). Yoo và Donthu (2001) đã phát triển thang đo chất lượng dịch vụ điện tử SITEQUAL bao gồm bốn chiều kích: dễ sử dụng, thiết kế thẩm mỹ, tốc độ xử lý và đáp ứng tương tác. Sau đó, Wolfmbarger và Gilly (2002) đã phát triển COMQ, một công cụ chất lượng dịch vụ điện tử mà sau này phát triển thành e-TailQ với các khía cạnh chất lượng về độ tin cậy, bảo mật và dịch vụ khách hàng. Ngoài ra, Loiacono và cộng sự (2002) cũng đã phát triển một công cụ chất lượng dịch vụ điện tử có tên WEBQUAL bao gồm 12 yếu tố: thông tin, tương tác, tin cậy, thời gian đáp ứng, thiết kế trang web, trực giác, lưu lượng, đổi mới, tích hợp, truyền thông, quy trình kinh doanh và tính bền vững. Bảng 1 tóm tắt về các công cụ chất lượng dịch vụ điện tử đã thảo luận ở trên.

Nghiên cứu này tập trung vào việc tìm hiểu các yếu tố quyết định mức độ hài lòng của người dùng đối với dịch vụ thuế điện tử, đo lường nhận thức của người dùng về lợi ích của dịch vụ và từ đó chỉ ra các chiều kích chất lượng mà cơ

quan thuế nên tập trung vào để cải thiện sự hài lòng của người dùng trong tương lai. Tổng quan các tài liệu trước đây về các mô hình nghiên cứu có liên quan đã được xem xét để hệ thống hoá các chiều kích về chất lượng dịch vụ điện tử có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dùng, qua đó đề xuất mô hình lý thuyết cho nghiên cứu. Mô hình đề xuất cho nghiên cứu này dựa trên cơ sở Mô hình thành công của hệ thống thông tin (ISSM) cho người dùng hài lòng được phát triển bởi DeLone và McLean (2003). Mô hình ISSM bao gồm ba nhóm yếu tố chính là **chất lượng thông tin** (Information quality), **chất lượng hệ thống** (System quality) và **chất lượng dịch vụ** (Service quality) (Hình 1). Các khái niệm cơ bản trong mô hình nghiên cứu được giải thích như sau:

2.2.1. Chất lượng thông tin

Theo DeLone và McLean (2004), chất lượng thông tin của hệ thống được đo lường bằng các chiều kích cá nhân hóa, tính đầy đủ, mức độ phù hợp, dễ hiểu và chất lượng bảo mật. Trong khi đó, theo Chang và cộng sự (2005), chất lượng thông tin được xác định theo mức độ mà người dùng được cung cấp thông tin có chất lượng theo nhu cầu. Trên thực tế, hệ thống TĐT mang lại lợi ích cho người nộp thuế vì họ có thể truy cập thông tin hướng dẫn, điền và nộp tờ khai thuế, thanh toán thuế online... nhằm tiết kiệm thời gian, công sức và chi phí của người nộp thuế. Do vậy, chất lượng thông tin của hệ thống TĐT có tác động mạnh tới sự hài lòng của người nộp thuế khi sử dụng hệ thống. Từ những lập luận trên, giả thuyết được đưa ra như sau:

H₁: *Cảm nhận về chất lượng thông tin của hệ thống càng cao thì sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng hệ thống thuế điện tử càng cao.*

2.2.2. Chất lượng hệ thống

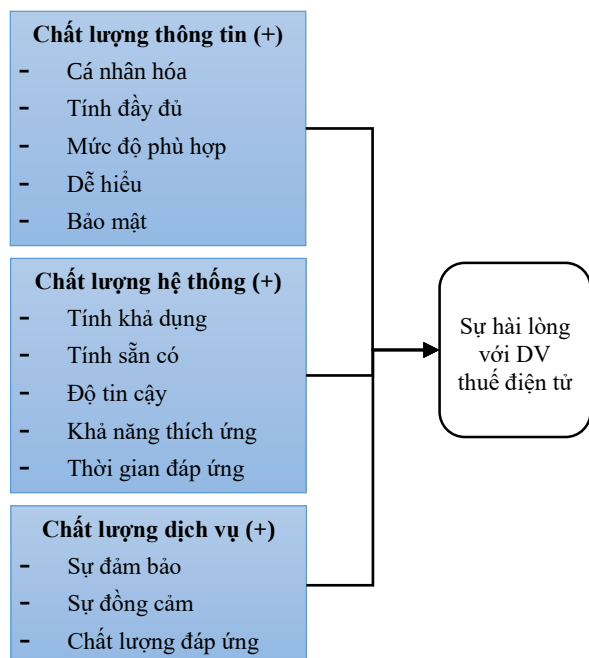
DeLone và McLean (2004) đo lường chất lượng hệ thống thông qua các chiều kích tính khả dụng, tính sẵn có, độ tin cậy, khả năng thích ứng và thời gian đáp ứng. Mặc dù việc áp dụng hệ thống TĐT có thể mang lại lợi ích cho người nộp thuế theo nhiều cách và cũng gia tăng các cam kết về hiệu quả và chất lượng cung cấp dịch vụ, tuy nhiên, sự hiểu biết và ảnh hưởng đến việc chấp nhận hệ thống TĐT của người dân vẫn rất quan trọng. Theo Alshawi và Alalwany (2009), phù hợp với thời đại của thế giới đang biến đổi nhanh chóng, các dịch vụ tốt hơn từ các cơ quan chính phủ dành cho người dân là rất cần thiết. Do đó, tạo ra một dịch vụ nhanh chóng, đáng tin cậy và an toàn nên là ưu tiên chính của bất kỳ chính phủ nào trên thế giới. Việc áp dụng công nghệ vào các hệ thống cung cấp dịch vụ công là một trong những cách để tạo ra dịch vụ an toàn nhanh chóng và đáng tin cậy. Từ những lập luận trên, giả thuyết được đưa ra như sau:

H₂: *Cảm nhận về chất lượng hệ thống càng cao thì sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng hệ thống thuế điện tử càng cao.*

2.2.3. Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ, hay hỗ trợ chung của nhà cung cấp dịch vụ đối với hệ thống TĐT, được đo lường bằng các chiều kích sự đảm bảo, sự đồng cảm và chất lượng đáp ứng (DeLone và McLean, 2004). Chất lượng dịch vụ là chìa khóa để đo lường sự hài lòng của người dùng (Pitt và cộng sự, 1995). Đối với người dùng, khía cạnh quan trọng nhất của chất lượng dịch vụ trong hệ thống TĐT là bảo mật. Từ những lập luận trên, giả thuyết được đưa ra như sau:

H3: *Cảm nhận về chất lượng dịch vụ càng cao thì sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng hệ thống thuế điện tử càng cao.*



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: kế thừa từ DeLone và McLean (2003)

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng để kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu.

3.1. Địa bàn nghiên cứu

Nghiên cứu tương quan này được thực hiện trên địa bàn các tỉnh thuộc vùng Tây Nguyên. Đây là vùng đất gồm 5 tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng, là giao điểm khu vực kinh tế phía Nam và khu vực kinh tế ven biển miền Trung. Các tỉnh Tây Nguyên hiện có trên 21.000 doanh nghiệp, chủ yếu là doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và doanh nghiệp vừa và lớn, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm tỷ trọng rất ít. Trong đó, doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm trên 97% trong tổng số doanh nghiệp trên địa bàn (Quang Huy, 2017).

3.2. Thu thập dữ liệu

Việc hình thành thang đo được kế thừa từ mô hình của DeLone và McLean (2003). Trong đó, khái niệm **Chất lượng thông tin** bao gồm các yếu tố *Cá nhân hóa* (4 biến quan sát), *Tính đầy đủ* (4 biến quan sát), *Mức độ phù hợp* (5 biến quan sát), *Dễ hiểu* (8 biến quan sát) và *Bảo mật* (5 biến quan sát); khái niệm **Chất lượng hệ thống** bao gồm các yếu tố *Tính khả dụng* (6 biến quan sát), *Tính sẵn có* (4 biến quan sát), *Độ tin cậy* (6 biến quan sát), *Khả năng thích ứng* (3 biến quan sát) và *Thời gian đáp ứng* (3 biến quan sát); khái niệm **Chất lượng dịch vụ** bao gồm các yếu tố *Sự đảm bảo* (4 biến quan sát), *Sự đồng cảm* (5 biến quan sát) và *Chất lượng đáp ứng* (7 biến quan sát).

Bảng câu hỏi khảo sát được sử dụng để thu thập dữ liệu. Đối tượng khảo sát là đại diện của những doanh nghiệp trên địa bàn đã từng sử dụng dịch vụ TĐT. Bảng hỏi bao gồm: Phần A, các biến nhân khẩu học, được đo bằng cách sử dụng thang đo danh nghĩa; và phần B, nội dung chính của

bảng hỏi, các biến được đo bằng cách sử dụng thang đo likert 5 mức độ, từ (1) Rất không đồng ý tới (5) Rất đồng ý. Trước khi tiến hành khảo sát chính thức, bảng hỏi đã được kiểm tra và chỉnh sửa bởi các chuyên gia để tránh các lỗi diễn đạt và tăng sự rõ ràng của câu hỏi. Một đường link tới bảng hỏi trực tuyến đã được gửi tới cán bộ phụ trách mảng kê khai và nộp thuế trong các doanh nghiệp đồng ý tham gia khảo sát. Đáp viên được lựa chọn theo phương pháp ngẫu nhiên phân tầng với việc phân bổ số lượng doanh nghiệp được khảo sát tỷ lệ thuận với số doanh nghiệp ở từng tỉnh trên địa bàn, theo loại hình doanh nghiệp.

Trong trường hợp biết tổng thể nghiên cứu, công thức Slovin (1984) được sử dụng để xác định cỡ mẫu. Với tổng thể nghiên cứu là 21.000, độ tin cậy 95% và sai số cho phép 5%, cỡ mẫu dự kiến được xác định là 384. Để đảm bảo số lượng phiếu trả lời theo yêu cầu, tác giả đã mời nhiều doanh nghiệp hơn tham gia khảo sát. Đã có 436 đại diện doanh nghiệp tham gia trả lời khảo sát trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 3 năm 2019, từ đó lọc ra được 382 phiếu trả lời đạt yêu cầu và được đưa vào để phân tích dữ liệu.

3.3. Đo lường và phân tích dữ liệu

Phần mềm xử lý số liệu SPSS Ver.22 được dùng cho xử lý và phân tích thống kê. Dữ liệu hợp lệ trước hết được phân tích thống kê mô tả. Tiếp đó, công cụ hệ số tin cậy Cronbach alpha và phân tích nhân tố EFA được sử dụng để sàng lọc thang đo các khái niệm nghiên cứu. Cuối cùng, mô hình hồi quy bội được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả

Bảng 1. Thống kê mô tả kết quả khảo sát

Phân loại	Đặc điểm	Tần suất	Phần trăm
Giới tính	Nữ	203	53,1
	Nam	179	46,9
Tuổi tác	Dưới 30 tuổi	78	20,4
	Từ 30 – 40 tuổi	173	45,3
	Từ 41 – 50 tuổi	96	25,1
	Trên 50 tuổi	35	9,2
Chức vụ trong doanh nghiệp	Chủ doanh nghiệp	96	25,1
	Kế toán trưởng	92	24,1
	Nhân viên kế toán	177	46,3
	Bộ phận khác	17	4,5
Thời gian hoạt động của doanh nghiệp	Dưới 3 năm	64	16,8
	Từ 3 - 10 năm	227	59,4
	Trên 10 năm	91	23,8
Loại hình doanh nghiệp	Công ty cổ phần	41	10,7
	Công ty TNHH	203	53,1
	Doanh nghiệp tư nhân	110	28,8
	Doanh nghiệp nhà nước	23	6,0
	Công ty hợp danh	5	1,3
Quy mô vốn doanh nghiệp	Dưới 5 tỷ đồng	260	68,1
	Từ 5 - 10 tỷ đồng	87	22,8
	Từ 10 - 20 tỷ đồng	23	6,0
	Trên 20 tỷ đồng	12	3,1

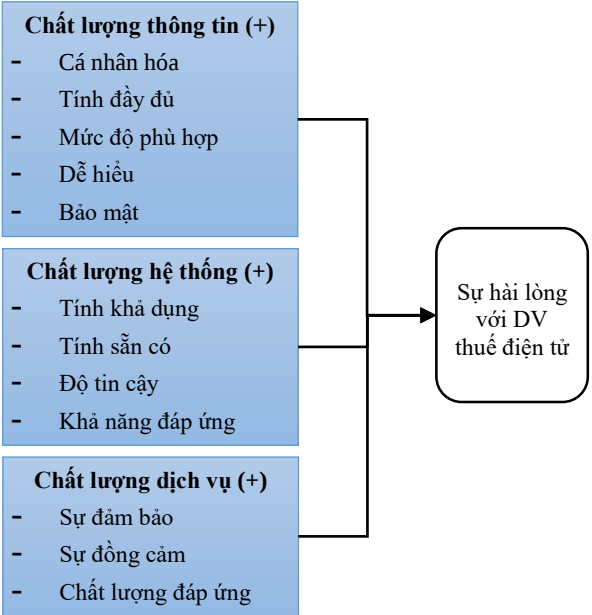
Nhìn chung, kết quả thống kê mô tả (Bảng 1) cho thấy, mẫu khảo sát khá cân bằng về giới tính, phần lớn đáp viên nằm trong độ tuổi 30-40 tuổi (chiếm 45,3%) và cân bằng về vị trí công việc trong công ty, do vậy có tính đại diện cho tổng thể. Phần lớn mẫu điều tra thuộc loại hình doanh nghiệp tư nhân (28,8%) và công ty trách nhiệm hữu hạn (53,1%) với thời gian hoạt động từ 3 năm trở lên. Đa số trong số các doanh nghiệp tham gia khảo sát thuộc diện doanh nghiệp nhỏ với quy mô vốn dưới 5 tỷ đồng (68,1%). Điều này cho thấy rõ cơ cấu doanh nghiệp trên địa bàn Tây Nguyên.

4.2. Kiểm định thang đo

Sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để đánh giá thang đo dựa theo tiêu chí: (1) Loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến-tổng nhỏ hơn 0,3; và (2) Chọn thang đo có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0,6. Nhìn chung hệ số này của các thang đo khá cao, dao động trong khoảng 0,710 – 0,855. Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3, đáp ứng được tiêu chuẩn tương quan (Nguyễn Đình Thọ, 2014). Các yếu tố đều thỏa mãn các điều kiện để thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

Thực hiện phân tích yếu tố EFA cho các thang đo với phương pháp trích principal component và phép quay varimax. Kiểm định KMO và Bartlett trong phân tích yếu tố cho giá trị KMO = 0,821 (sig. = 0,0) nên phân tích EFA là thích hợp. Với mức giá trị Eigen value = 1,628, trích được 12 yếu tố với phương sai trích là 65,234%. Thang đo biến độc lập đều có trọng số > 0,5 (đạt yêu cầu). Thống kê Chi-square của kiểm định Bartlett's đạt giá trị mức ý nghĩa là 0,000. Do vậy các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Kết quả EFA cũng làm cho hai yếu tố là SQD (Khả năng thích ứng) và SQT (Thời gian đáp ứng) nhập chung thành một yếu tố. Với ý nghĩa của từng biến quan sát trong 2 yếu tố cũ, yếu tố mới được đặt tên là Khả năng đáp ứng (Response Ability - SQRA).

Với kết quả phân tích EFA này, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng với dịch vụ TĐT được hiệu chỉnh như Hình 2.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

4.3. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy đa biến được sử dụng để phân tích mối quan hệ giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh. Phân tích được thực hiện bằng phương pháp Enter. Bảng 3 cho thấy mô hình hồi quy đưa ra tương đối phù hợp với độ tin cậy 99%. Hệ số R² hiệu chỉnh = 0,82, tức là các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 82% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Bảng 2. Tóm tắt mô hình hồi quy

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng
1	0,909 ^a	0,826	0,820	0,28242

- a. *Biến phụ thuộc: Sự hài lòng với dịch vụ thuế điện tử*
b. *Biến dự báo: (Hằng số), SEQR, SQU, SQRA, SQR, IQE, IQR, IQC, SEQA, SQA, IQP, SEQE, IQS*

Kiểm định F sử dụng trong bảng phân tích phương sai (ANOVA) là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính. Bảng 3 cho thấy giá trị F-statistic lớn (145,899) cùng với giá trị p rất nhỏ (Sig.=0,000), thể hiện rằng ít nhất một trong các biến độc lập có ảnh hưởng ý nghĩa tới biến phụ thuộc.

Bảng 3. Phân tích phương sai ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
1 Hồi quy	139,644	12	11,637	145,899	0,000 ^b
Phần dư	29,432	369	0,080		
Tổng	169,076	381			

- a. *Biến phụ thuộc: Sự hài lòng với dịch vụ thuế điện tử*
b. *Biến dự báo: (Hằng số), SEQR, IQC, SQU, SEQA, SQR, SQRA, IQP, SEQE, IQR, IQE, SQA, IQS*

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy các yếu tố thành phần theo phương pháp Enter

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hoá		Hệ số chuẩn hoá	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
		B	Std. Error				Hệ số Tolerance	VIF
1	(Hằng số)	-3,350	0,185		-18,102	0,000		
	IQP	0,080	0,030	0,071	2,701	0,007	0,686	1,457
	IQC	0,125	0,023	0,131	5,433	0,000	0,806	1,241
	IQR	0,252	0,039	0,186	6,543	0,000	0,586	1,706
	IQE	0,242	0,040	0,166	6,047	0,000	0,624	1,602
	IQS	0,148	0,050	0,104	2,938	0,004	0,377	2,650
	SQU	0,136	0,032	0,103	4,289	0,000	0,819	1,221
	SQA	0,205	0,045	0,153	4,596	0,000	0,425	2,356
	SQR	0,143	0,038	0,101	3,754	0,000	0,650	1,539
	SQRA	0,095	0,037	0,063	2,551	0,011	0,778	1,285
	SEQA	0,259	0,034	0,195	7,712	0,000	0,737	1,357
	SEQE	0,165	0,030	0,145	5,437	0,000	0,660	1,514
	SEQR	0,087	0,037	0,068	2,376	0,018	0,575	1,740

- a. *Biến phụ thuộc: Sự hài lòng với dịch vụ thuế điện tử*
Kết quả phân tích hồi quy được trình bày ở Bảng 5. Các hệ số VIF đều nhỏ (<3), chứng tỏ không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005). Dựa vào giá trị t-value và giá trị p, tại mức ý

nghĩa 5%, các biến có ảnh hưởng ý nghĩa tới sự hài lòng với hệ thống TĐT là IQP, IQC, IQR, IQE, IQS, SQU, SQA, SQR, SQRA, SEQA, SEQE và SEQR.

Bảng 6. Kết quả phân tích hồi quy các biến độc lập tổng hợp theo phương pháp Enter

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hoá		Hệ số chuẩn hoá	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Hệ số Tolerance	VIF
1 (Hằng số)	-3,378	0,181		-18,623	0,000		
IQ	0,791	0,055	0,440	14,393	0,000	0,549	1,821
SQ	0,635	0,064	0,310	9,873	0,000	0,522	1,915
SEQ	0,522	0,054	0,293	9,651	0,000	0,558	1,793

R^2 hiệu chỉnh: 0,806

F-statistic: 522,926 Giá trị p (kiểm định F): 0,000

Mối quan hệ giữa các biến độc lập tổng hợp và sự hài lòng với hệ thống TĐT được thể hiện trên Bảng 6. Giá trị F-statistic lớn (522,96) cùng với giá trị p rất nhỏ (0,000) thể hiện rằng ít nhất một trong các biến độc lập có ảnh hưởng ý nghĩa tới biến phụ thuộc. Giá trị t-value và giá trị p cho thấy các biến độc lập tổng hợp có tác động ý nghĩa tới sự hài lòng với hệ thống TĐT. Các giả thuyết được kiểm chứng thể hiện ở Bảng 7.

Bảng 7. Kết quả kiểm định giả thuyết (mô hình hiệu chỉnh)

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số	Mức ý nghĩa	Kết luận
H₁	IQ → Sự hài lòng của DN	0,440	0,000	Chấp nhận
H ₁₁	Cá nhân hóa → Sự hài lòng của DN	0,071	0,007	Chấp nhận
H ₁₂	Tính đầy đủ → Sự hài lòng của DN	0,131	0,000	Chấp nhận
H ₁₃	Mức độ phù hợp → Sự hài lòng của DN	0,186	0,000	Chấp nhận
H ₁₄	Dễ hiểu → Sự hài lòng của DN	0,166	0,000	Chấp nhận
H ₁₅	Bảo mật → Sự hài lòng của DN	0,104	0,004	Chấp nhận
H₂	SQ → Sự hài lòng của DN	0,310	0,000	Chấp nhận
H ₂₁	Tính khả dụng → Sự hài lòng của DN	0,103	0,000	Chấp nhận
H ₂₂	Tính sẵn có → Sự hài lòng của DN	0,153	0,000	Chấp nhận
H ₂₃	Độ tin cậy → Sự hài lòng của DN	0,101	0,000	Chấp nhận
H ₂₄	Khả năng đáp ứng → Sự hài lòng của DN	0,063	0,011	Chấp nhận
H₃	SEQ → Sự hài lòng của DN	0,293	0,000	Chấp nhận
H ₃₁	Sự đảm bảo → Sự hài lòng của DN	0,195	0,000	Chấp nhận
H ₃₂	Sự đồng cảm → Sự hài lòng của DN	0,145	0,000	Chấp nhận
H ₃₃	Chất lượng đáp ứng → Sự hài lòng của DN	0,068	0,018	Chấp nhận

5. Thảo luận và hàm ý

Kết quả phân tích EFA đã điều chỉnh mô hình nghiên cứu đề xuất khi nhập hai yếu tố *Khả năng thích ứng* và *Thời gian đáp ứng* thành một yếu tố *Khả năng đáp ứng* đồng thời giữ nguyên các biến quan sát ban đầu. Kết quả kiểm định cho thấy mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng hệ thống TĐT xếp từ mạnh tới yếu lần lượt là chất lượng thông tin của hệ thống, chất lượng hệ thống và chất lượng dịch vụ. So sánh với nghiên cứu của Ali và Khan (2010), kết quả nghiên cứu có sự tương đồng về thứ tự các yếu tố ảnh hưởng, chỉ khác ở mức độ ảnh hưởng. Trong khi đó, nghiên cứu của Islam và cộng sự (2012) lại cho kết quả yếu tố chất lượng dịch vụ có mức độ ảnh hưởng cao nhất, kế tiếp là chất lượng thông tin và cuối cùng là chất lượng hệ thống. Điều này cho thấy, tại địa bàn Tây Nguyên, điều mà các doanh nghiệp quan tâm nhất khi sử dụng dịch vụ TĐT chính là nội dung các tiện ích mà bản thân hệ thống mang lại cho họ. Nếu hệ thống TĐT cung cấp đầy đủ, kịp thời các thông tin có chất lượng theo nhu cầu người dùng, giúp tiết kiệm thời gian, công sức và chi phí của người nộp thuế thì mức độ hài lòng của họ sẽ cao. Như vậy, cơ quan quản lý thuế và nhà cung cấp dịch vụ TĐT cần quan tâm cung cấp đầy đủ, chính xác các thông tin được cập nhật, có chất lượng cho người dùng, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho người dùng tiếp cận hệ thống một cách hữu ích nhất.

Chất lượng hệ thống TĐT là yếu tố được quan tâm thứ hai đối với người nộp thuế trên địa bàn Tây Nguyên. khi sử dụng hệ thống. Các nghiên cứu của Ali và Khan (2010), Islam và cộng sự (2012) và Puthur và cộng sự (2016) đều xếp yếu tố này có mức độ ảnh hưởng đứng thứ hai. Nếu hệ thống TĐT luôn luôn khả dụng, sẵn sàng, có độ tin cậy và khả năng đáp ứng cao thì người sử dụng dịch vụ càng hài lòng với hệ thống. Như vậy, nhà cung cấp dịch vụ TĐT cần quan tâm bảo dưỡng và nâng cấp hệ thống thường xuyên, đảm bảo cho người dùng dễ dàng tiếp cận hệ thống một cách ổn định mọi lúc mọi nơi.

Do đặc thù của hệ thống TĐT là khách hàng giao dịch trực tiếp trên mạng máy tính, ít khi gặp mặt trực tiếp hoặc trao đổi từ xa với nhân viên hỗ trợ, nên chất lượng dịch vụ có mức độ ảnh hưởng yếu hơn so với 2 yếu tố nêu trên. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Ali và Khan (2010) và trái ngược với nghiên cứu của Islam và cộng sự (2012), vốn xếp yếu tố này có mức độ ảnh hưởng cao nhất. Chất lượng dịch vụ được đo lường thông qua sự đảm bảo, sự đồng cảm và chất lượng đáp ứng của hệ thống. Nếu cơ quan quản lý thuế và nhà cung cấp dịch vụ TĐT quan tâm, chú ý cho các chiều cạnh trên được đảm bảo thì sự hài lòng của người dùng sẽ tăng cao.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu này góp phần xác nhận lại các kết quả nghiên cứu trước đây của DeLone và McLean (2003), Ali và Khan (2010), Islam và cộng sự (2012) và Puthur và cộng sự (2016) ở bối cảnh Việt Nam. Đó là, các yếu tố chất lượng thông tin, chất lượng hệ thống và chất lượng dịch vụ của hệ thống TĐT có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dùng hệ thống. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra một số thay đổi trong các chiều kích của khái niệm

ngghiên cứu và một số khác biệt nhỏ trong mức độ ảnh hưởng của các yếu tố. Như vậy, bên cạnh các yếu tố chất lượng dịch vụ, các nhà cung cấp dịch vụ trên nền tảng công nghệ còn cần phải chú trọng đến chất lượng thông tin, chất lượng của hệ thống hỗ trợ dịch vụ. Cơ quan thuế và các nhà cung cấp dịch vụ TĐT nên sử dụng kết quả nghiên cứu để nâng cao sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ, cụ thể là các doanh nghiệp kê khai và nộp thuế. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mô hình ISSM có điều chỉnh có thể sử dụng để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ trên nền tảng điện tử trong bối cảnh Việt Nam.

Bên cạnh những đóng góp kể trên, nghiên cứu còn tồn tại một số hạn chế có thể được khắc phục ở những nghiên cứu trong tương lai. Thứ nhất, địa bàn nghiên cứu mới chỉ hạn chế trên địa bàn các tỉnh Tây Nguyên. Các nghiên cứu trong tương lai có thể sử dụng khung phân tích với cỡ mẫu lớn hơn, địa bàn nghiên cứu đa dạng hơn như ở vùng kinh tế trọng điểm Đông Bắc bộ, Đông Nam bộ, khu vực Trung Trung bộ... cũng như phân tích sâu hơn các ảnh hưởng của các biến kiểm soát như quy mô doanh nghiệp, loại hình doanh nghiệp, địa bàn hoạt động... Thứ hai, dữ liệu dùng trong nghiên cứu chủ yếu dựa vào nhận thức chủ quan của các đáp viên, do đó có thể tồn tại sự chênh lệch và thiên vị. Các nghiên cứu tiếp theo có thể đo lường chia sẻ tri thức theo dữ liệu chủ quan và khách quan để đưa ra những kết quả nghiên cứu thú vị hơn. Cuối cùng, các nghiên cứu mới nên bổ sung thêm các biến số nghiên cứu mới như: quyết định sử dụng hệ thống TĐT, cảm nhận lợi ích của hệ thống TĐT... vào mô hình để nghiên cứu được đầy đủ và toàn diện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Alshaw, S., & Alalwany, H., "E-Government evaluation: Citizen's perspective in developing countries", *Information Technology for Development*, 2009, 15(3), pp.193–208.
- [2] Chang, I. C., Li, Y. C., Hung, W. F., & Hwang, H. G., "An empirical study on the impact of quality antecedents on tax payers' acceptance of internet tax-filing systems", *Government Information Quarterly*, 2005, 22(3), pp.389–410.
- [3] DeLone W. H., & McLean E. R., "Measuring e-Commerce success: Applying the DeLone and McLean information system success model", *International Journal of Electronics*, 2004, 9(1), pp.31–47.
- [4] DeLone, W. H., & McLean, E. R., "The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update", *Journal of Management Information Systems*, 2003, 19(4), pp.9–30.
- [5] Đỗ Lê Thuý Trang, *Nghiên cứu sự chấp thuận kê khai thuế qua mạng Internet của các doanh nghiệp tại Cục thuế tỉnh Khánh Hoà*, Luận văn Thạc sĩ QTKD, Trường Đại học Nha Trang, 2013.
- [6] Đỗ Thị Sâm, *Những yếu tố quyết định lựa chọn khai thuế qua mạng: nghiên cứu tình huống tại Chi cục thuế Quận 7*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, 2013.
- [7] Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C., *Multivariate Data Analysis (5th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1998.
- [8] Hoàng Trọng, & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức, 2005.
- [9] Hoelter, J. W., "The analysis of covariance structures: Goodness-of-fit indices", *Sociological Methods and Research*, 1983, 11, pp.325–344.
- [10] Islam, A., Dayang, H. Y., Wan, S. Y., & Atikah, N. B. J., "Factors affecting user satisfaction in the Malaysian income tax e-filing system", *African Journal of Business Management*, 2012, 6(21), pp.201–220.
- [11] Kotler, P., & Keller, K.L., *Marketing Management*, NJ: Pearson Prentice Hall, 2006.
- [12] Loiacono, E. T., Watson, R. T., & Hoodhue, D. L., "WEBQUAL: Measure of web site quality", *2002 Marketing Conference: Marketing Theory and Applications*, 2002, 13, pp.161–176.
- [13] Nguyễn Đình Thọ, *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh – thiết kế và thực hiện*. NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội, 2014.
- [14] Nguyễn Văn Ngọc, & Phan Tấn Phát, *Sự hài lòng của người nộp thuế đối với dịch vụ ở phòng tuyên truyền hỗ trợ Cục Thuế tỉnh Bến Tre*. Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Nha Trang, 2012.
- [15] Oliveira, O. J. D., "Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education", *POMA 20th Annual Conference*. Orlando Florida, USA, 2009.
- [16] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., "Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 1988, 64(1), pp.12–40.
- [17] Pitt L. F., Watson R. T., & Kavan C. B., "Service quality: a measure of information systems effectiveness", *MIS Quarterly*, 1995, 19(2), pp.173–187.
- [18] Puthur, J. K., Mahadevan, L., & George, A. P., "Tax payer satisfaction and intention to re-use government site for e-filing", *Editorial Team Editorial Advisory Board*, 8 (1). 2016, 46–58.
- [19] Quang Huy, "Tây Nguyên phát triển doanh nghiệp phù hợp từng vùng", *Báo điện tử Đảng Cộng sản Việt Nam*, 2017, Truy cập ngày 12 tháng 05 năm 2018, từ <http://dangcongsan.vn/preview/newid/434562.html>
- [20] Spreng, R. A., & Mackoy, R. D., "An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction", *Journal of Retailing*, 1996, 72(2), pp.201–214.
- [21] Wolfinbarger, M. F., & Gilly, M. C., "COMQ: Dimensionalizing, measuring and predicting quality of the e-tailing experience", *Journal of Retailing*, 2002, 79(3), pp.183–198.
- [22] Yoo, B. & Donthu, N., "Developing a scale to measure perceived quality of an internet shopping site (SITEQUAL)", *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 2001, 2(1), pp.31–46.
- [23] Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J., *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, NJ: Irwin McGraw- Hill, 2000.

(BBT nhận bài: 19/7/2019, hoàn tất thủ tục phản biện: 25/8/2019)