



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG

-----oOo-----

NGUYỄN TUYẾT NHUNG

**ĐO LƯỜNG SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP
ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HẢI QUAN
TỈNH KIÊN GIANG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ



Khánh Hòa - 2014

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NHA TRANG**

-----oOo-----

NGUYỄN TUYẾT NHUNG

**ĐO LƯỜNG SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP
ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HẢI QUAN
TỈNH KIÊN GIANG**

Chuyên ngành : QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số : 60340102

LUẬN VĂN THẠC SĨ

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS. NGUYỄN VĂN NGỌC**

Khánh Hòa – 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu trong luận văn là trung thực, do chính tác giả thu thập và phân tích. Nội dung trích dẫn đều chỉ rõ nguồn gốc. Những số liệu và kết quả trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình khoa học nào khác.

Kiên Giang, tháng 6 năm 2014

Tác giả

Nguyễn Tuyết Nhung

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến Ban Giám hiệu, Quý thầy/cô trường Đại học Nha Trang, Quý thầy/cô các trường đại học tham gia giảng dạy lớp Cao học Quản trị kinh doanh – Khóa 5 - 2012 tại Kiên Giang đã nhiệt tình, tận tụy truyền đạt, dạy bảo những kiến thức quý giá, hỗ trợ cho tôi trong suốt thời gian theo học khóa học.

Đặc biệt tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt, sâu sắc đến thầy Tiến sĩ Nguyễn Văn Ngọc. Thầy đã ủng hộ, tận tình hướng dẫn tôi thực hiện và hoàn thành luận văn cao học này.

Xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Ban lãnh đạo Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang cũng như các bạn bè, đồng nghiệp, gia đình đã hỗ trợ, tạo mọi điều kiện thuận lợi, động viên, giúp đỡ tôi về thời gian, vật chất, tinh thần để tôi hoàn thành được luận văn này.

Luận văn này chắc chắn không thể tránh khỏi những thiếu sót, tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của Quý thầy/cô cùng toàn thể những ai quan tâm đến vấn đề nghiên cứu của đề tài.

TÁC GIẢ

Nguyễn Tuyết Nhung

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC CÁC BẢNG	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ	vii
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	9
1.1. Khái niệm về các loại dịch vụ	9
1.1.1. Khái niệm dịch vụ	9
1.1.2. Khái niệm về dịch vụ công	10
1.1.3. Các loại hình dịch vụ của ngành Hải quan	10
1.2. Chất lượng dịch vụ và thang đo chất lượng dịch vụ	12
1.2.1. Chất lượng dịch vụ	12
1.2.2. Thang đo chất lượng dịch vụ	14
1.2.3. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ công	15
1.3. Sự hài lòng	19
1.3.1. Khái niệm sự hài lòng của khách hàng	19
1.3.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng	19
1.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết	20
Tóm tắt chương 1	22
CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	23
2.1. Thiết kế nghiên cứu	23
2.1.1. Phương pháp nghiên cứu	23
2.1.2. Kích thước mẫu	24
2.2. Quy trình nghiên cứu	24
2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu	29
2.3.1. Thống kê mô tả	29
2.3.2. Thống kê suy diễn	30
2.3.3. Đánh giá độ tin cậy của thang đo	30
2.3.4. Phân tích nhân tố khám phá EFA	30
2.3.5. Xây dựng phương trình hồi quy, kiểm định giả thuyết	31
Tóm tắt chương 2	32

CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	33
3.1. Giới thiệu tổng quan về Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang.....	33
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển	33
3.1.2. Thực trạng hoạt động ngành Hải quan tỉnh Kiên Giang.....	34
3.1.3. Thực trạng về chất lượng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang.....	35
3.2. Kết quả nghiên cứu	37
3.2.1. Thông tin mẫu nghiên cứu.....	37
3.2.2. Giá trị trung bình các biến quan sát trong mô hình	40
3.2.3. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's alpha.....	44
3.2.4. Phân tích nhân tố khám phá EFA	47
3.3. Điều chỉnh mô hình và giả thuyết nghiên cứu.....	51
3.4. Kiểm định mô hình	53
3.4.1. Phân tích tương quan.....	53
3.4.2. Phân tích hồi quy	54
3.5. Kiểm định mức độ hài lòng của doanh nghiệp theo các biến nhân khẩu học.....	59
Tóm tắt chương 3.....	61
CHƯƠNG 4: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP	62
4.1. Kết luận	62
4.2. Đề xuất đối với cơ quan cung cấp dịch vụ	62
4.2.1. Cảm thông công bằng.....	63
4.2.2. Tin cậy.....	63
4.2.3. Đáp ứng	64
4.2.4. Công khai quy trình.....	65
4.2.5. Năng lực phục vụ	65
4.2.6. Cơ sở vật chất	65
4.2.7. Công khai công vụ	66
4.2.8. Đối với sự hài lòng.....	66
4.3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo.....	67
Tóm tắt chương 4.....	68
KẾT LUẬN	69
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	70
PHỤ LỤC	1

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CBHQ	: Cán bộ Hải quan
CCHQ	: Công chức Hải quan
CLDV	: Chất lượng dịch vụ
CNTT	: Công nghệ thông tin
CQHQ	: Cơ quan Hải quan
CSPL	: Chính sách pháp luật
CST	: Chính sách thuế
DN	: Doanh nghiệp
EFA	: Exploratory factor analysis
PLHQ	: Pháp luật hải quan
TTHC	: Thủ tục hành chính
TTHQ	: Thủ tục hải quan
XNK	: Xuất nhập khẩu

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Thang đo chính thức được mã hóa	26
Bảng 3.1: Thống kê mô tả mẫu theo đặc điểm nhân khẩu học	37
Bảng 3.2: Giá trị trung bình các biến quan sát.....	40
Bảng 3.3: Hệ số Cronbach alpha của mức độ hài lòng	44
Bảng 3.4: Kết quả phân tích EFA của thang đo.....	48
Bảng 3.5: Kết quả phân tích EFA.....	51
Bảng 3.6: Danh sách các thang đo CLDV sau khi hiệu chỉnh.....	52
Bảng 3.7: Kết quả phân tích tương quan Pearson	53
Bảng 3.8: Kết quả phân tích ANOVA.....	54
Bảng 3.9: Kết quả hồi quy sử dụng phương pháp Enter	55
Bảng 3.10: Kết quả phân tích ANOVA theo các biến nhân khẩu học	59

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

Hình 1.1: Mô hình chất lượng dịch vụ.....	13
Hình 1.2: Sơ đồ quá trình tạo ra dịch vụ hành chính.....	15
Hình 1.3: Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	20
Hình 2.1: Quy trình nghiên cứu.....	25
Hình 3.1: Tình hình thu thuế từ 2009 đến 2013 tại Cục Hải quan Kiên Giang.....	35
Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh.....	52
Hình 3.3: Biểu đồ Histogram.....	57
Hình 3.4: Đồ thị Scatterplot.....	58

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, nền kinh tế nước ta dần đi vào phát triển ổn định, với sự hội nhập của nhiều thành phần kinh tế, các chế độ chính sách của nước ta có nhiều thay đổi nhằm phù hợp với thực tiễn. Ngành Hải quan không ngoài xu thế chung đó, việc thực hiện đồng thời hai mục tiêu chống buôn lậu, gian lận thương mại gắn với tạo điều kiện thông thoáng cho doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu còn rất nhiều hạn chế. Những vướng mắc trong việc quản lý hải quan đối với hoạt động xuất nhập khẩu như gây phiền hà, sách nhiễu hoặc là thủ tục hải quan còn bất hợp lý, gây lãng phí tiền của và thời gian của doanh nhân, làm nản lòng hoặc mất cơ hội kinh doanh của họ, hạn chế sức cạnh tranh và thu hút đầu tư đang trở nên bức xúc đòi hỏi phải tháo gỡ. Do đó việc đánh giá sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ Hải quan là một trong những nghiên cứu không thể thiếu của các doanh nghiệp nhằm nhận biết được doanh nghiệp đánh giá chất lượng dịch vụ như thế nào? Từ đó giúp cho Hải quan Kiên Giang nhận biết được những điểm mạnh cần phát huy và những điểm yếu cần khắc phục. Trong lĩnh vực Hải quan, ngày càng nhiều doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu và các dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp ngày càng được hoàn thiện để phù hợp với xu hướng hiện tại.

Qua ý kiến phản ánh, kiến nghị của các doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu và Báo cáo 01 năm thực hiện Tuyên ngôn phục vụ khách hàng đã được trình bày tại Hội nghị Tổng kết Ngành năm 2013, nhận thấy ngành Hải quan đã đạt được những thành công nhất định trong công cuộc cải cách, phát triển, hiện đại hóa. Nhưng cũng còn một số tồn tại trong việc thực hiện hoạt động Hải quan như: Một số bộ phận cán bộ, công chức Hải quan chưa nhận thức rõ được vai trò, trách nhiệm của mình để phấn đấu thực hiện, làm việc còn cầm chừng hoặc gây phiền hà, sách nhiễu, tiêu cực làm ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín và gây cản trở quá trình thực hiện của Ngành; một số lĩnh vực Hải quan mà doanh nghiệp chưa hài lòng (Liên chính; Xử lý vi phạm và khiếu nại; Xét miễn, giảm, hoàn thuế; Tuyên truyền giải đáp pháp luật).

Trước tình hình đó, việc nghiên cứu đánh giá đúng thực trạng chất lượng dịch vụ Hải quan và đưa ra các kiến nghị, đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chế độ quản lý Nhà nước về Hải quan. Do vậy đề tài **“ĐO LƯỜNG SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HẢI QUAN TỈNH KIÊN GIANG”** được nghiên cứu nhằm đưa ra một số giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý và

tạo thuận lợi hơn cho doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính của luận văn là đánh giá mức độ hài lòng của DN đối với CLDV tại Cục Hải quan Kiên Giang. Từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của DN đối với CLDV này.

Mục tiêu cụ thể như sau:

- Xác định các yếu tố cấu tạo nên chất lượng dịch vụ trong hoạt động Hải quan.
- Xây dựng thang đo các thành phần chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực Hải quan.
- Kiểm định giả thuyết nghiên cứu về mối quan hệ giữa các thành phần chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp.
- So sánh sự khác biệt về mức độ hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang giữa các đối tượng khác nhau về giới tính, chức vụ, số năm tham gia hoạt động thủ tục hải quan, loại hình doanh nghiệp, đặc điểm doanh nghiệp, lĩnh vực hoạt động chính, phương thức thực hiện thủ tục hải quan,...
- Dựa vào kết quả phân tích, đưa ra các đề xuất, giải pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ hải quan của Cục Hải quan Kiên Giang.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Các yếu tố tạo nên chất lượng dịch vụ hải quan là gì? Mức độ quan trọng của từng yếu tố đối với sự hài lòng của doanh nghiệp như thế nào?

Câu hỏi 2: Doanh nghiệp đã hài lòng với chất lượng dịch vụ Hải quan của Cục Hải quan Kiên Giang chưa? Cần phát huy và cải thiện những yếu tố nào để nâng cao chất lượng dịch vụ hải quan?

Câu hỏi 3: Những giải pháp nào thực sự hiệu quả cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu sự hài lòng của doanh nghiệp tham gia hoạt động hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang.

- **Đối tượng nghiên cứu:** Luận văn thực hiện điều tra trực tiếp các doanh nghiệp tham gia hoạt động Hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang để nghiên cứu đối tượng doanh nghiệp tham gia trong việc đánh giá mức độ hài lòng của họ.

- **Phạm vi nghiên cứu:** Các doanh nghiệp được khảo sát là những doanh nghiệp

trực tiếp và gián tiếp tham gia hoạt động Hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang. Công tác khảo sát số liệu sơ cấp nhằm phục vụ nghiên cứu luận văn được thực hiện trong 02 tháng (tháng 11, tháng 12 năm 2013). Ngoài ra công tác thu thập số liệu thứ cấp (số liệu thống kê của Cục Hải quan Kiên Giang, Tổng cục Hải quan) được sử dụng trong thời gian phù hợp với từng thời điểm nghiên cứu của luận văn.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Nội dung của bài luận được nghiên cứu theo phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với các phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp và diễn dịch... Cụ thể:

+ Trên cơ sở nội dung đề tài đặt ra, thực hiện thu thập, thống kê số liệu từ các báo cáo tổng kết của các cơ quan, đơn vị có liên quan như: Tổng cục Hải quan, Cục Thống kê tỉnh Kiên Giang, Cục Hải quan Kiên Giang,...; tham khảo các quy định, văn bản của Nhà nước và các tài liệu, tạp chí từ các cơ quan, ban ngành, các đề tài nghiên cứu có liên quan....

+ Thảo luận đối với doanh nghiệp.

+ Thực hiện so sánh, phân tích số liệu để đưa ra các đánh giá về tình hình thực tế và tìm hiểu nguyên nhân về những kết quả đạt được cũng như những khó khăn, tồn tại trong quá trình cung cấp dịch vụ Hải quan cho các Doanh nghiệp đang hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu để từ đó đưa ra các giải pháp cụ thể.

- Bài luận cũng sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi chính thức và phân tích số liệu điều tra bằng phần mềm SPSS 16.0.

Nghiên cứu vận dụng mô hình SERVQUAL (*hoặc các mô hình phù hợp khác đã được học*). Thang đo được đánh giá bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, sau đó phân tích hồi quy bội được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu.

6. Tình hình nghiên cứu

Trên thế giới đã có rất nhiều công trình, sách giáo khoa, tài liệu nghiên cứu đề cập đến sự hài lòng của doanh nghiệp với những phương pháp nghiên cứu và cách tiếp cận vấn đề khác nhau nên đưa đến những kết luận khác nhau.

6.1. Tình hình nghiên cứu ngoài nước

Ở nước ngoài, công tác thực hiện nghiên cứu các đề tài mang tính định lượng đã xuất hiện rất lâu đời và nó được xem như là một công cụ không thể thiếu đối với

các tổ chức, đặc biệt là các tổ chức có quy mô lớn. Việc thỏa mãn khách hàng trở thành một tài sản quan trọng đối với các doanh nghiệp và tổ chức trong nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ, giữ vững sự trung thành, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp... 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 khi 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 xem như là kết quả, và chất lượng dịch vụ chính là nguyên nhân.

Năm 1989, chỉ số (barometer) đo mức độ hài lòng đầu tiên được ra đời tại Thụy Điển (Swedish Customer Satisfaction Barometer - SCSB) nhằm thiết lập chỉ số hài lòng của khách hàng đối với việc mua và tiêu dùng sản phẩm - dịch vụ nội địa. Trong những năm sau đó, chỉ số này được phát triển và ứng dụng rộng rãi tại các nước phát triển như Mỹ - ACSI, Na Uy - NCSI, Đan Mạch - DCSI và các quốc gia EU - ECSI (1998). Chỉ số này có thể thực hiện trên phương diện quốc gia (các doanh nghiệp, các ngành sẽ thỏa mãn như thế nào đối với khách hàng của họ) hoặc ở góc độ nội bộ ngành (so sánh sự thỏa mãn của các doanh nghiệp trong phạm vi một ngành) và so sánh giữa các thời điểm khác nhau (để nhận thấy sự thay đổi). Từ đó, các doanh nghiệp có thể biết được vị thế, sự đánh giá của khách hàng đối với doanh nghiệp để hoạch định các mục tiêu và chiến lược kinh doanh.

Chỉ số hài lòng của khách hàng bao gồm các nhân tố (biến), mỗi nhân tố được cấu thành từ nhiều yếu tố cụ thể (indicators, items) đặc trưng của sản phẩm hoặc dịch vụ. Sự hài lòng khách hàng (customer satisfaction) được định nghĩa như là một sự đánh giá toàn diện về sự sử dụng một dịch vụ hoặc hoạt động sau bán của doanh

nghiệp và đây chính là điểm cốt lõi của mô hình CSI. Xung quanh biến số này là hệ thống các mối quan hệ nhân quả (cause and effect) xuất phát từ những biến số khởi tạo như **sự mong đợi** (expectations) của khách hàng, **hình ảnh** (image) doanh nghiệp và sản phẩm, **chất lượng cảm nhận** (perceived quality) và **giá trị cảm nhận** (perceived quality) về sản phẩm hoặc dịch vụ kèm theo đến các biến số kết quả của sự hài lòng như **sự trung thành** (customer loyalty) hay **sự than phiền** của khách hàng (customer complaints).

Trong mô hình chỉ số hài lòng của Mỹ (ACSI), giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Trên thực tế, khi mong đợi càng cao, có thể tiêu chuẩn về chất lượng cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm càng cao hoặc ngược lại. Do vậy, yêu cầu về chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng cần phải đảm bảo và được thỏa mãn trên cơ sở sự hài lòng của họ. Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận, sự mong đợi và giá trị cảm nhận, nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo nên lòng trung thành đối với khách hàng, trường hợp ngược lại, đây là sự phàn nàn hay sự than phiền về sản phẩm mà họ tiêu dùng.

Mô hình chỉ số hài lòng châu Âu (ECSI) có một số khác biệt nhất định. So với ACSI, hình ảnh của sản phẩm, thương hiệu có tác động trực tiếp đến sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của 4 nhân tố hình ảnh, giá trị cảm nhận, chất lượng cảm nhận về cả sản phẩm hữu hình và vô hình. Thông thường, chỉ số ACSI thường áp dụng cho lĩnh vực công còn chỉ số ECSI thường ứng dụng đo lường các sản phẩm, các ngành.

Rõ ràng, điểm mạnh của cách tiếp cận này là nó làm dịch chuyển ngay tức khắc kinh nghiệm tiêu dùng, tạo điều kiện cho việc nghiên cứu mối quan hệ nhân quả đối giữa các yếu tố cấu thành sự hài lòng và sự trung thành của khách hàng. Do vậy, mục tiêu đầu tiên của việc tiếp cận theo cấu trúc CSI là việc giải thích sự trung thành của khách hàng đối với một sản phẩm nói riêng hay một doanh nghiệp, một quốc gia nói chung thông qua chỉ số hài lòng khách hàng khi chịu sự tác động trực tiếp hoặc gián tiếp bởi hình ảnh, sự mong đợi, chất lượng cảm nhận (về sản phẩm hoặc dịch vụ) và giá trị cảm nhận đối với sản phẩm và dịch vụ đó.

Với các kết quả của những năm nghiên cứu đã khám phá ra rằng một vài yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng vẫn có giá trị theo thời gian, tuy nhiên phần lớn các yếu tố được cho là quan trọng đã thay đổi theo thời gian. Trên đây là những cuộc nghiên cứu của các tác giả ngoài nước tiêu biểu qua từng thời kỳ với những điều kiện văn hóa, kinh tế, chính trị, xã hội... không giống như Việt Nam.

6.2. Tình hình nghiên cứu trong nước

Tại Việt Nam đã có một số các công trình nghiên cứu liên quan đến sự hài lòng của khách hàng như:

Nghiên cứu: “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” của Đỗ Văn Cường (2012). Thông qua số liệu sơ cấp của 305 mẫu nghiên cứu và áp dụng phương pháp kiểm định Cronbach Alpha và phân tích EFA, ANOVA. 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 07 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. Mức độ hài lòng của người nộp được đánh giá theo 5 bậc: từ 5 là rất đồng ý đến 1 là rất không đồng ý. Kết quả cho thấy tất cả 07 nhân tố đều có ý nghĩa về mặt thống kê. Đồng thời nghiên cứu cũng đã xác định mức độ hài lòng của người nộp thuế có sự khác biệt giữa các đối tượng có trình độ học vấn khác nhau, giữa các doanh nghiệp có mức vốn khác nhau. Kết quả cũng cho thấy mức độ hài lòng trung bình của từng biến quan sát trong 07 nhóm nhân tố đo lường mức độ hài lòng của người nộp thuế thì đều đạt trên mức không có ý kiến nhưng lại đạt dưới mức đồng ý, chỉ duy nhất có một số biến quan sát có mức hài lòng trung bình trên mức độ đồng ý. Và 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 tuyên truyền hỗ trợ, việc bố trí cán bộ có năng lực phù hợp, cải tiến công nghệ và hình thức tuyên truyền hỗ trợ.

Lê Dân (2011) đã đề xuất phương án đánh giá sự hài lòng về dịch vụ hành chính công của công dân và tổ chức. Tác giả đã dựa vào cơ sở lý thuyết và thực trạng TTHC trong những năm gần đây tác giả đã đề xuất mô hình đánh giá mức độ hài lòng của công dân và tổ chức đối với dịch vụ hành chính bao gồm 7 nhân tố: (1) cán bộ công chức; (2) cơ sở vật chất; (3) công khai công vụ; (4) thủ tục quy trình làm việc; (5)

thời gian làm việc; (6) phí, lệ phí; và (7) cơ chế giám sát, góp ý. Tuy nhiên, mô hình này chưa được nghiên cứu chính thức và chưa được kiểm chứng thực tế vì tác giả chỉ dừng lại ở việc đề xuất phương án, mô hình này tương đối phù hợp cho nghiên cứu độ hài lòng đối với các loại dịch vụ hành chính công nên có thể lựa chọn sử dụng đưa vào.

Phan Tấn Phát (2010) đã thực hiện nghiên cứu sự hài lòng của người nộp thuế về CLDV ở phòng tuyên truyền hỗ trợ của Cục thuế tỉnh Bến Tre. Tác giả dựa vào cơ sở lý thuyết và các kết quả nghiên cứu trước về CLDV, lý thuyết về đo lường và đánh giá thang đo, trong đó thang đo SERVQUAL làm cơ sở lý thuyết để đo lường sự hài lòng của người nộp thuế về CLDV ở Phòng TTHT của Cục thuế tỉnh Bến Tre. Tác giả nghiên cứu khám phá đưa ra các yếu tố tác động đến sự hài lòng của người nộp thuế, đề xuất mô hình nghiên cứu ban đầu của đề tài có 6 nhân tố: (1) cơ sở vật chất; (2) độ tin cậy; (3) đáp ứng; (4) năng lực phục vụ; (5) sự cảm thông; và (6) tính minh bạch. Sau khi đánh giá sơ bộ sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy để kiểm định. Kết quả nghiên cứu cuối cùng của đề tài chỉ còn 3 nhân tố: (1) năng lực quản lý và phục vụ; (2) tin cậy - đáp ứng; và (3) cơ sở vật chất có tác động đến sự hài lòng của người nộp thuế. Mô hình này tương đối phù hợp cho việc đo lường CLDV công, tuy nhiên nghiên cứu này chỉ tập trung đối tượng khách hàng là người nộp thuế tại tỉnh Bến Tre.

Đinh Phi Hồ (2011) đã thực hiện 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 người nộp thuế. Tác giả dựa vào cơ sở lý thuyết và các kết quả nghiên cứu trước về sự hài lòng và CLDV tiến hành thảo luận và khảo sát thử với các chuyên gia đưa ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng, đề xuất mô hình ứng dụng cho dịch vụ hỗ trợ đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư ban đầu của đề tài gồm có 5 nhân tố: (1) Sự tin cậy của doanh nghiệp đối với cơ quan thuế; (2) Đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp; (3) Năng lực phục vụ; (4) Sự đồng cảm đối với doanh nghiệp; và (5) Phương tiện vật chất của cơ quan thuế. Sau khi kiểm định chất lượng thang đo và các kiểm định của mô hình EFA, nhận diện có 7 nhân tố đại diện cho các yếu tố ảnh hưởng đến hài lòng với các biến đặc trưng của nhân tố được sắp xếp lại khác với mô hình lý thuyết ban đầu như: (1) Đảm bảo; (2) Đáp ứng; (3) Hỗ trợ; (4) Phương tiện hữu hình; (5) Tiện lợi; (6) Tin cậy;

và (7) Cảm thông có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Tuy nhiên do nghiên cứu này mới xuất bản nên tác giả không kế thừa để xây dựng bảng câu hỏi điều tra trên diện rộng.

Ngoài những công trình nghiên cứu đã trình bày còn có rất nhiều công trình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan đến một số vấn đề về nội dung đề tài này. Tuy nhiên các công trình nghiên cứu này đề cập đến phương pháp tiếp cận nghiên cứu chung, các kết quả nghiên cứu tình huống cụ thể ở các ngành nghề khác nhau nhưng cũng chắc chắn rằng chưa có công trình nào nghiên cứu tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang bằng phương pháp định tính kết hợp định lượng. Vì vậy, luận văn này sẽ có những điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đây về ngành nghề, thời gian và địa điểm nghiên cứu.

7. Đóng góp của đề tài

Về mặt lý luận: Vận dụng lý thuyết về phương pháp nghiên cứu, thu thập thông tin và phân tích, xử lý số liệu thực tế vào việc đánh giá chất lượng dịch vụ Hải quan tại Hải quan Kiên Giang. Qua nghiên cứu giúp cho đơn vị có nhận định khách quan về chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang hiện nay.

Về mặt thực tiễn:

+ Qua đánh giá chất lượng dịch vụ Hải quan góp phần làm căn cứ mang tính khách quan để cơ quan Hải quan xem xét hoàn thiện các văn bản pháp lý quản lý Nhà nước về Hải quan và tính thực thi của các quy định đó trong quá trình thực hiện.

+ Giúp cho Cục Hải quan Kiên Giang nhìn nhận khách quan về những điểm thực tế trong hoạt động Hải quan nhằm hoàn thiện hơn nữa công tác thực thi pháp luật Hải quan.

8. Kết cấu của đề tài

Ngoài các phần như mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, phụ lục...Luận văn được cấu thành bởi 4 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu

Chương 3: Kết quả nghiên cứu

Chương 4: Kết luận và đề xuất giải pháp.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Khái niệm về các loại dịch vụ

1.1.1. Khái niệm dịch vụ

Theo Valarie A Zeithaml và Mary J Bitner (2000) thì “Dịch vụ là những hành vi, quá trình và cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng”.

Dịch vụ là một loại hàng hóa phi vật chất bởi các đặc điểm khác với các loại hàng hóa thông thường như: Tính vô hình; tính không đồng nhất; tính không thể tách rời; tính không thể cất trữ; tính không có sự chuyển giao quyền sở hữu. Những đặc điểm này làm cho dịch vụ trở nên khó định lượng và không thể nhận dạng bằng mắt thường được.

Tính vô hình: Dịch vụ không giống như những loại sản phẩm vật chất, không nhìn được, không nghe thấy được, không ngửi thấy được, không ném được trước khi người ta mua chúng.

Tính không đồng nhất: Không có chất lượng đồng nhất vì dịch vụ bắt nguồn từ sự khác nhau về tính chất tâm lý, trình độ của nhân viên. Ngoài ra dịch vụ còn chịu sự đánh giá từ cảm nhận của khách hàng.

Tính không thể tách rời: Dịch vụ thường tạo ra và sử dụng đồng thời. Điều này không đúng với hàng hóa vật chất được sản xuất ra nhập kho, phân phối thông qua nhiều nấc trung gian mua bán, rồi sau đó mới được tiêu dùng. Đối với sản phẩm hàng hóa, khách hàng chỉ sử dụng sản phẩm ở giai đoạn cuối cùng, còn đối với dịch vụ khách hàng đồng hành trong suốt hoặc một phần của quá trình tạo ra dịch vụ.

Tính không thể cất trữ: Dịch vụ không thể cất giữ và lưu hàng hóa vào kho rồi đem bán như những loại hàng hóa khác. Khi nhu cầu ổn định thì tính không cất giữ của dịch vụ sẽ không quan trọng.

Tính không có sự chuyển giao quyền sở hữu: Đối với sản phẩm là hàng hóa khi người mua sản phẩm thì người mua có quyền sở hữu sản phẩm đó, người bán đã trao quyền sở hữu cho người mua. Nhưng đối với sản phẩm dịch vụ thì người mua dịch vụ chỉ nhận được sự phục vụ của nhân viên phục vụ, không hề có việc chuyển giao quyền sở hữu.

Như vậy dịch vụ là một loại hàng hóa phi vật chất, nó không có hình dạng, còn chất lượng thì không đồng nhất, không cất trữ được. Đó là điểm khác biệt của dịch vụ với các hàng hóa thông thường khác.

Cơ cấu các ngành dịch vụ hết sức phức tạp. Ở nhiều nước, người ta chia ngành dịch vụ ra thành 3 nhóm:

- Nhóm các dịch vụ kinh doanh: Gồm vận tải, thông tin liên lạc, tài chính, bảo hiểm, kinh doanh bất động sản, các dịch vụ nghề nghiệp...

- Nhóm các dịch vụ tiêu dùng: gồm các hoạt động bán buôn, bán lẻ, du lịch, các dịch vụ cá nhân (như y tế, giáo dục, thể dục thể thao),...

- Nhóm các dịch vụ công: gồm các dịch vụ hành chính công, các hoạt động đoàn thể.

1.1.2. Khái niệm về dịch vụ công

Có nhiều quan niệm khác nhau về dịch vụ công, tuy nhiên có thể hiểu “Dịch vụ công là dịch vụ do cơ quan Nhà nước, các tổ chức phi chính phủ hay tư nhân thực hiện”. Dựa vào tính chất và tác dụng của dịch vụ được cung ứng thì dịch vụ công được chia làm 03 nhóm: dịch vụ hành chính công, dịch vụ sự nghiệp công và dịch vụ công ích.

1.1.3. Các loại hình dịch vụ của ngành Hải quan

Hiện nay, ngành Hải quan nói chung và Cục Hải quan các tỉnh, thành phố nói riêng đều triển khai dịch vụ Hải quan điện tử góp phần vào thực hiện kế hoạch cải cách, phát triển hiện đại hóa Hải quan với mục tiêu đổi mới, hiện đại hóa một cách mạnh mẽ, toàn diện các mặt công tác Hải quan nhằm nâng cao năng lực quản lý, tạo thuận lợi cho hoạt động giao lưu thương mại và thực hiện đầy đủ các cam kết Quốc tế.

Dịch vụ Hải quan điện tử: là một thành phần của ngành dịch vụ sử dụng các phương tiện điện tử nhằm thỏa mãn trực tiếp những nhu cầu của cá nhân, các tổ chức kinh tế xã hội, cộng đồng dân cư để thực hiện quyền và nghĩa vụ về lĩnh vực Hải quan. Ví dụ: khai báo hải quan điện tử, thông quan điện tử, tính thuế XNK, giám sát hải quan, tra cứu thông tin, giải đáp vướng mắc và tư vấn trực tuyến...

Do đó các loại hình dịch vụ mà cơ quan Hải quan cung cấp chủ yếu là những dịch vụ Hải quan điện tử, bao gồm những loại sau:

1.1.3.1. Tra cứu, tìm kiếm thông tin

Dịch vụ tra cứu, tìm kiếm thông tin điện tử được tìm thấy tại các cổng thông tin điện tử. Tại cổng thông tin điện tử người dân, cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức

kinh tế- xã hội, cán bộ công chức và các nhà đầu tư trong và ngoài nước đều có thể tra cứu những nội dung sau: Danh mục hàng hóa XNK; Biểu thuế XNK; Phân loại hàng hóa; Mã số HS; Thư viện văn bản điện tử; Tỷ giá hối đoái; Tình trạng nợ thuế và một số thông tin khác.

Ngoài ra, cán bộ công chức còn có thể sử dụng các chương trình ngành như: Quản lý rủi ro, Kế toán 559, Chương trình trị giá tính thuế, Chương trình xử lý vi phạm... để tra cứu, tìm kiếm thông tin trên các lĩnh vực công tác Hải quan.

1.1.3.2. Tư vấn chính sách pháp luật và giải đáp vướng mắc

Hiện nay, việc tư vấn chính sách pháp luật và giải đáp vướng mắc được thực hiện chủ yếu trên cổng thông tin điện tử và đối thoại doanh nghiệp trực tuyến thông qua các chương trình Skype và hỗ trợ thủ tục hải quan điện tử thông qua trình duyệt teamviewer.

1.1.3.3. Khai báo Hải quan điện tử

Khai báo Hải quan điện tử là việc người khai Hải quan sử dụng các chương trình khai báo do cơ quan Hải quan cung cấp hoặc được cung cấp bởi đối tác khác để tạo lập các thông điệp dữ liệu điện tử cần khai báo theo khuôn dạng định sẵn hợp với chuẩn dữ liệu mà cơ quan Hải quan đã công bố.

Khai báo Hải quan điện tử được thực hiện qua phần mềm miễn phí của Hải quan hoặc phần mềm có phí. Người khai Hải quan tiến hành tạo lập thông tin tờ khai, các chứng từ kèm theo của bộ hồ sơ như tờ khai trị giá, hóa đơn thương mại, vận đơn, hợp đồng...trên phần mềm đã được cài đặt và cấu hình kết nối đến cơ quan Hải quan. Sau khi tạo lập xong dữ liệu, người khai tiến hành khai báo đến cơ quan Hải quan. Nếu dữ liệu đúng và đủ sẽ được cơ quan Hải quan chấp nhận và trả thông tin phản hồi về cho doanh nghiệp. Còn dữ liệu không được chấp nhận cũng có phản hồi để doanh nghiệp sửa chữa và khai bổ sung.

Thuận lợi của việc sử dụng phần mềm để khai báo là dữ liệu khai báo được lưu giữ trên máy tính của doanh nghiệp, do đó doanh nghiệp có thể sử dụng lại dữ liệu doanh nghiệp đã dùng cho các lần khai báo sau. Ngoài ra, doanh nghiệp còn có thể khai thác dữ liệu đó cho công tác quản lý, báo cáo, thanh khoản...

1.1.3.4. Thủ tục thông quan điện tử đối với hàng hóa XNK

Là việc ứng dụng công nghệ thông tin vào tất cả các khâu trong quy trình nghiệp vụ hải quan, bao gồm: khai báo, tiếp nhận, kiểm tra, phân luồng, xác nhận

thông quan, giám sát hàng hóa đều được tự động hóa 100%. Mọi thông tin đều được mã hóa thông qua đường truyền internet. Mọi chứng từ điện tử đều có giá trị như chứng từ giấy để làm thủ tục Hải quan (trừ trường hợp hàng hóa thuộc diện phải kiểm tra chi tiết hồ sơ và hàng hóa thuộc diện phải kiểm tra thực tế).

1.1.3.5. Thanh toán Hải quan

Việc thanh toán Hải quan hiện nay cũng thực hiện thanh toán điện tử. Thanh toán Hải quan điện tử là việc thanh toán tiền thông qua các thông điệp điện tử thay cho trao tay tiền mặt. Việc thanh toán điện tử sẽ giúp các doanh nghiệp làm giảm các chi phí phát sinh, xử lý, phân phối, dự trữ và giảm thiểu chi phí trong thu nhận thông tin, giảm các chi phí hành chính, chi phí vô hình trong quá trình mua hàng.

Việc thanh toán điện tử còn cho phép doanh nghiệp có thể giảm mức tồn kho cũng như các chi phí quản lý đồng thời giúp giảm thời gian trong quá trình mua và bán, từ khâu thanh toán đến khâu giao hàng hóa và dịch vụ.

Ngoài ra, còn có những lợi ích khác như quảng cáo công ty, cải tiến các dịch vụ cung cấp cho khách hàng, tìm các đối tác mới, đơn giản hóa các quy trình, giảm thời gian giao hàng, tăng hiệu quả, giảm lưu trữ giấy tờ tài liệu, giảm chi phí vận tải cũng như tăng khả năng đáp ứng linh hoạt.

1.2. Chất lượng dịch vụ và thang đo chất lượng dịch vụ

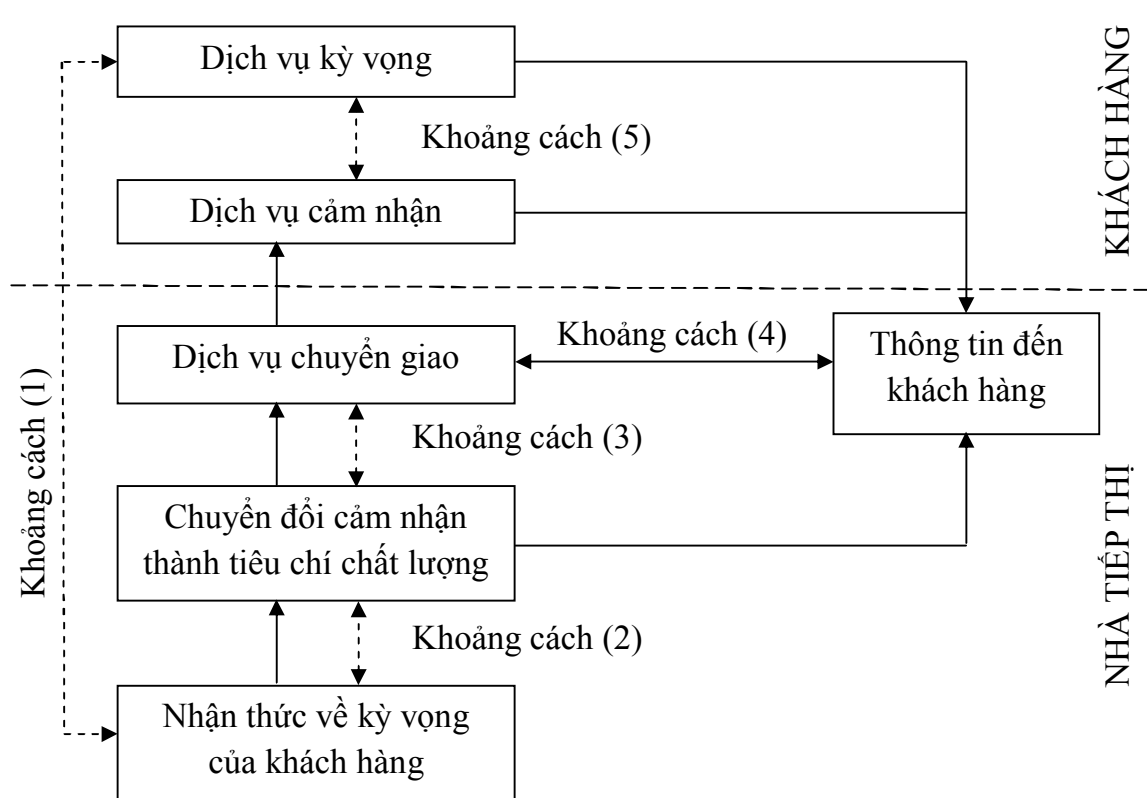
1.2.1. Chất lượng dịch vụ

Ngày nay có nhiều cách đo lường CLDV bởi do chất lượng sản phẩm vô hình có những đặc trưng khác so với những sản phẩm mang chất lượng hữu hình. Trong số những nhà nghiên cứu về chất lượng dịch vụ Parasuraman là một nhà nghiên cứu khá nổi tiếng về lĩnh vực này. Năm 1985, Parasuraman đã đưa ra mười nhân tố quyết định chất lượng dịch vụ. Và đến năm 1988, ông đã khái quát hóa thành 5 nhân tố cụ thể như sau:

- Sự tin cậy (reliability)
- Hiệu quả phục vụ (reponsiveness)
- Sự hữu hình (tangibles)
- Sự đảm bảo (assurance)
- Sự cảm thông (empathy)

Parasuraman & ctg (1985) đã đưa ra mô hình năm khoảng cách chất lượng dịch vụ và cho rằng chất lượng dịch vụ là hàm số của khoảng cách thứ năm. Khoảng cách thứ năm này phụ thuộc vào các khoảng cách trước đó (nghĩa là các khoảng cách 1, 2,

3, 4). Vì thế để rút ngắn khoảng cách thứ 5 và gia tăng chất lượng dịch vụ, nhà quản trị dịch vụ cần rút ngắn các khoảng cách này.



Hình 1.1: Mô hình chất lượng dịch vụ

Nguồn: Parasuraman et al (1985, dẫn theo Nguyễn Đình Thọ et al, 2003)

Khoảng cách 1 (Khoảng cách giữa dịch vụ kì vọng của khách hàng và Nhận thức về kỳ vọng của khách hàng): là sai biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận của nhà cung cấp dịch vụ về kỳ vọng đó. Sự diễn dịch kỳ vọng của khách hàng khi không hiểu thấu đáo các đặc trưng chất lượng dịch vụ, đặc trưng khách hàng tạo ra sự sai biệt này.

Khoảng cách 2 (Khoảng cách giữa Nhận thức về kỳ vọng của khách hàng và Chuyển đổi cảm nhận thành tiêu chí chất lượng): Đây là khoảng cách khi nhà tiếp thị không đưa ra được những tiêu chuẩn cụ thể về việc cung cấp dịch vụ, hoặc các tiêu chuẩn không rõ ràng hay không tương xứng với kì vọng của khách hàng, cho dù người ra quyết định có thể hiểu chính xác những gì mà khách hàng muốn.

Khoảng cách 3 (Khoảng cách giữa Chuyển đổi cảm nhận thành tiêu chí chất lượng và dịch vụ chuyển giao): Điều này xảy ra khi người trực tiếp cung cấp dịch vụ (những người trực tiếp làm việc với khách hàng) không có đủ khả năng cung cấp đúng

chất lượng dịch vụ được yêu cầu. Có thể là do năng lực không phù hợp, công việc không phù hợp, không được đào tạo hoặc có vấn đề trong làm việc nhóm. Ở giai đoạn này, vai trò của quản lý nhân sự và đào tạo là rất quan trọng để hạn chế rủi ro này.

Khoảng cách 4 (Khoảng cách giữa dịch vụ chuyển giao và thông tin đến khách hàng): Nguyên nhân là do thông tin, cách thức quảng cáo, marketing tới khách hàng không tương đồng với chất lượng thực sự của dịch vụ. Kỳ vọng của khách hàng bị ảnh hưởng rất lớn bởi những thông điệp quảng cáo mà nhà cung cấp đưa tới cho họ. Khách hàng sẽ dựa vào đó để so sánh với cái mình cần và cái mình thực sự nhận được.

Khoảng cách 5 (Khoảng cách giữa Dịch vụ kỳ vọng và Dịch vụ cảm nhận): Đây là việc của việc khách hàng hiểu sai chất lượng của dịch vụ. Nguyên nhân là do các yếu tố bên ngoài tác động tới kỳ vọng của khách hàng, ví dụ như kinh nghiệm bản thân đã sử dụng sản phẩm, dịch vụ tương tự, hay ảnh hưởng bởi lời khuyên, giới thiệu của bạn bè và các yếu tố tương tự khác. Những yếu tố này vô hình chung tạo nên “mường tượng” của khách hàng về dịch vụ mà họ có thể sẽ nhận được cho dù trong hoàn cảnh khác.

1.2.2. Thang đo chất lượng dịch vụ

Dựa trên định nghĩa truyền thống về chất lượng dịch vụ, Parasuraman đã xây dựng thang đo SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ gồm 22 biến thuộc 5 thành phần để đo lường chất lượng kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận. Chất lượng dịch vụ được đo lường bởi sự mong đợi và nhận định của khách hàng với 5 nhóm yếu tố sau đây:

- *Một là*, sự tin cậy (Reliability): Chất lượng dịch vụ mà doanh nghiệp được cung ứng đúng hay không đúng với những thông tin hay lời hứa với doanh nghiệp.

- *Hai là*, sự đáp ứng (Responsiveness): sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên trong việc cung ứng dịch vụ nhanh chóng.

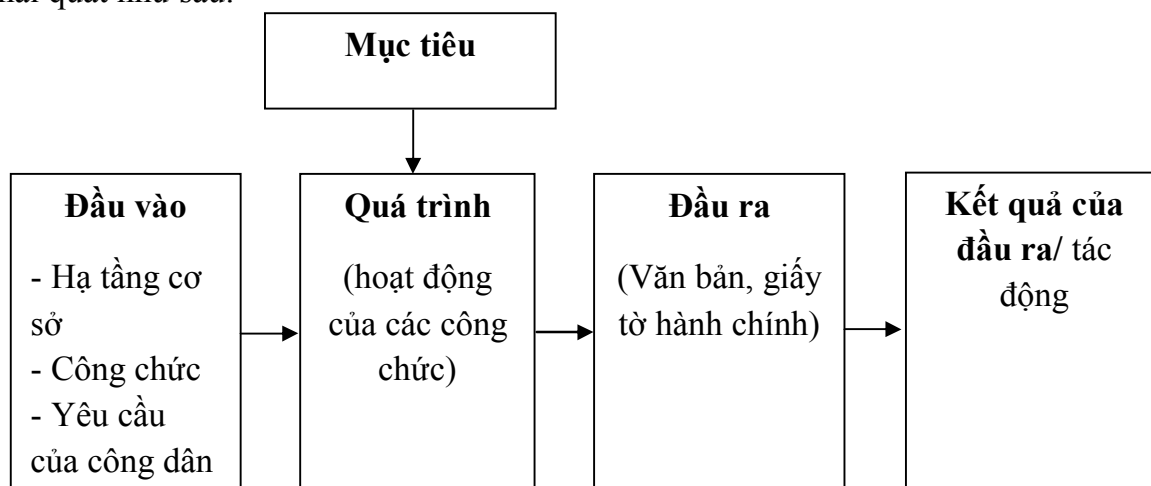
- *Ba là*, năng lực phục vụ (Assurance): thể hiện qua trình độ chuyên môn và thái độ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

- *Bốn là*, sự đồng cảm (Empathy): sự phục vụ chu đáo, sự quan tâm đặc biệt đối với khách hàng và khả năng am hiểu những nhu cầu riêng biệt của khách hàng.

- *Năm là*, yếu tố hữu hình (Tangibles): các phương tiện vật chất, trang thiết bị, tài liệu quảng cáo... và bề ngoài nhân viên của tổ chức.

1.2.3. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ công

Dựa vào phương pháp tiếp cận theo quá trình, thì hoạt động cung cấp dịch vụ hành chính công của bất kỳ một cơ quan hành chính nhà nước nào cũng có thể được khái quát như sau:



Hình 1.2: Sơ đồ quá trình tạo ra dịch vụ hành chính

Theo sơ đồ trên, quá trình tạo ra dịch vụ hành chính là quá trình chuyển hóa các yếu tố đầu vào (các yêu cầu, mong đợi của người dân, các nguồn lực và các yếu tố khác) thành các kết quả đầu ra (các dịch vụ làm thỏa mãn những nhu cầu của người dân và các yêu cầu về quản lý nhà nước).

Theo cách tiếp cận này, hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng của dịch vụ hành chính công phải phản ánh được các yếu tố: Mục tiêu, đầu vào, quá trình, đầu ra và kết quả của đầu ra (được lượng hoá).

Tiêu chí về mục tiêu hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước: Mỗi cơ quan đều có những mục tiêu cụ thể của mình đóng góp vào thực hiện mục tiêu chung của quản lý nhà nước theo sự phân cấp hoặc phân công, phù hợp với chức năng, nhiệm vụ được pháp luật qui định, nhằm đảm bảo sự ổn định, trật tự và công bằng xã hội trong phạm vi quản lý được giao; và phục vụ nhu cầu của nhân dân ngày càng tốt hơn. Tuy các mục tiêu này không trực tiếp tạo nên chất lượng của một dịch vụ hành chính công cụ thể, nhưng việc xác định đúng đắn các mục tiêu này thể hiện sự cam kết của cơ quan hành chính nhà nước trong việc phục vụ nhân dân. Mục tiêu phục vụ theo nhu cầu người dân thường được thể hiện trong chính sách chất lượng của các cơ quan hành chính nhà nước khi áp dụng tiêu chuẩn TCVN ISO 9001:2000.

Tiêu chí phản ánh các yếu tố cấu thành đầu vào của cơ quan hành chính: Yếu tố đầu vào góp phần tạo nên chất lượng của dịch vụ hành chính, thông qua năng lực

hành chính nhà nước như: Hạ tầng cơ sở gồm nhà cửa, thiết bị, công cụ thông tin và các phương tiện kỹ thuật khác...; đặc biệt là những trang thiết bị tại phòng tiếp dân - nơi người dân tiếp xúc với cơ quan công quyền thông qua các công chức hành chính. Nếu phòng tiếp dân rộng rãi, được trang bị đầy đủ các yếu tố như: ánh sáng, màu sắc, kiểm soát tiếng ồn, nhiệt độ, độ ẩm sẽ tạo cảm giác thoải mái cho người dân khi đến làm việc với cơ quan nhà nước. Như vậy, hạ tầng cơ sở là một yếu tố tạo nên chất lượng dịch vụ hành chính công và cũng là một nhóm tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ này.

- Nhân sự hành chính là tiêu chí hết sức quan trọng, thể hiện tính quyết định trong dịch vụ hành chính công. Nếu cán bộ, công chức có phẩm chất, trách nhiệm, đủ năng lực (nhất là kỹ năng, nghiệp vụ) sẽ hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Yêu cầu đối với công chức làm dịch vụ hành chính là phải biết lắng nghe, phải có kiến thức và kỹ năng giải quyết công việc, biết nhẫn nại và kiềm chế, biết diễn đạt rõ ràng, có thái độ thân thiện, giải quyết công việc kịp thời và tác phong hoạt bát... Tới kỳ thái độ thờ ơ, lãnh đạm, máy móc, nôn nóng, không tế nhị, thiếu tôn trọng dân. Vì vậy, năng lực của đội ngũ cán bộ, công chức trong giải quyết các công việc hành chính và thái độ (tôn trọng và tận tụy phục vụ nhân dân) của họ cũng là những yếu tố tạo nên sự hài lòng của người dân và cũng là những tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính.

- Yêu cầu của khách hàng (công dân và tổ chức) chính là nhu cầu hay mong đợi của người dân đối với những dịch vụ mà họ cần thụ hưởng. Yêu cầu của khách hàng tuy là thuộc về chính người dân, nhưng việc thể hiện các yêu cầu này dưới một hình thức nhất định lại do cơ quan nhà nước đặt ra (thường gọi là hồ sơ công dân). Vì vậy, nếu bộ hồ sơ này gồm nhiều loại giấy tờ và người dân khó thực hiện (thể hiện ở cách viết hoặc điền vào mẫu hoặc phải được nhiều cơ quan hành chính nhà nước khác nhau xác nhận) thì sẽ gây khó khăn cho người dân trong việc thoả mãn nhu cầu của mình. Như vậy, các yêu cầu về hồ sơ hành chính cũng là tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công.

Tiêu chí về giải quyết công việc cho người dân: Tiêu chí này phản ánh về hoạt động của đội ngũ cán bộ, công chức trong việc giải quyết những nhu cầu của dân. Yêu cầu đối với quá trình này là phải được diễn ra một cách dân chủ và công bằng, công khai, minh bạch về thông tin; cách ứng xử lịch thiệp và đồng cảm với khách hàng; tin

cậy và sẵn sàng trong phục vụ; sự hài lòng trong công việc của nhân viên, sự hài lòng của khách hàng...

- Dân chủ và công bằng là việc người dân có được đề đạt các ý kiến của mình hay không; ý kiến đó được xem xét như thế nào và người dân có nhận được phản hồi về ý kiến của mình hay không; người dân có được đối xử công bằng (không thiên vị) trong quá trình giải quyết công việc không.

- Công khai, minh bạch về thông tin là việc người dân có được thông tin về tiến trình giải quyết công việc hay không; khi có những chậm trễ nào đó có được báo trước hay không.

- Độ tin cậy là việc đảm bảo thực hiện những thỏa thuận (ứng với yêu cầu, mong đợi của dân và các yêu cầu chính đáng khác được xác định) phù hợp với các nguồn lực cần được huy động.

- Sự sẵn sàng là việc chuẩn bị một cách chủ động những gì cần thiết để đáp ứng yêu cầu của dân khi giao tiếp, trao đổi giải quyết công việc.

- Sự cư xử thân thiện thể hiện cách cư xử, kích thích tinh thần của người dân nhằm tạo mối quan hệ gắn gũi với người dân.

- Sự đồng cảm là việc tìm kiếm những giải pháp hợp lý trong những tình huống khó xử.

- Thời gian giải quyết công việc có đúng theo quy định hay không.

Tiêu chí phản ánh đầu ra của dịch vụ hành chính: Đầu ra của dịch vụ chính là kết quả giải quyết các yêu cầu của công dân và tổ chức, thể hiện bằng những văn bản, giấy tờ hành chính mà người dân nhận được từ các cơ quan hành chính nhà nước. Để đánh giá kết quả này, cần xem xét ở ba tiêu chí sau:

Thứ nhất, kết quả trả cho người dân có kịp thời theo yêu cầu không. Điều này thuộc trách nhiệm của cơ quan giải quyết công việc hành chính.

Thứ hai, khoảng thời gian giải quyết công việc trong bao lâu. Điều này thuộc trách nhiệm của cả cơ quan ban hành qui trình, thủ tục hành chính và cơ quan giải quyết công việc hành chính.

Thứ ba, những văn bản, giấy tờ hành chính giải quyết công việc cho người dân có chính xác hay không. Nếu thiếu chính xác, sẽ gây phiền toái cho người dân khi sử dụng những giấy tờ đó vào việc thoả mãn một nhu cầu nào đó.

Tiêu chí đánh giá kết quả của đầu ra: Kết quả đầu ra thể hiện ở hai tiêu chí:

Thứ nhất, có đạt được mục tiêu của quản lý hay không. Tiêu chí này liên quan trực tiếp đến đời sống xã hội trên phương diện kết quả hành vi của chủ thể tác động trực tiếp đối với xã hội như thế nào. Ví dụ, nhiều dự án đầu tư được cấp phép trong một thời gian nhất định chưa hẳn đã đem lại kết quả tốt cho xã hội, nếu chủ thể của các dự án này không thực sự đầu tư, mà chỉ nhằm chiếm giữ tài nguyên.

Thứ hai, kết quả dịch vụ có tác dụng gì đối với người dân trong tương lai. Nếu người dân phải chi phí nhiều về thời gian, công sức, thậm chí tiền của để có được một loại một giấy tờ hành chính nào đó do cơ quan hành chính nhà nước cấp, nhưng sau này không cần dùng đến, thì đó là một việc không có ý nghĩa (ít nhất từ phía người dân).

Việc tìm kiếm các tiêu chí trên đã khó khăn phức tạp, nhưng làm thế nào để đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công theo các tiêu chí trên cũng là công việc không hề đơn giản. Theo chúng tôi, có thể sử dụng hai cách đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công sau đây:

Một là, tiến hành đo lường chất lượng dịch vụ hành chính công theo các tiêu chí trên (áp dụng đối với các tiêu chí có thể định lượng được) và so sánh nó với tiêu chuẩn đặt ra (yêu cầu chất lượng). Việc đo lường này cần sử dụng các phương pháp thống kê kinh tế- xã hội và do các cơ quan hành chính hay các tổ chức dịch vụ đánh giá thực hiện theo yêu cầu trung thực, khách quan.

Hai là, xác định mức độ thoả mãn nhu cầu của khách hàng (công dân và tổ chức). Để xác định điều này, cần sử dụng các phương pháp điều tra xã hội học như phiếu điều tra hoặc phỏng vấn, kết hợp với phương pháp đánh giá dư luận.

Như vậy, hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng một dịch vụ hành chính công cần phải phản ánh được các khía cạnh của những yếu tố cấu thành quá trình hành chính và ảnh hưởng (tác động) về sau của dịch vụ hành chính. Đồng thời phải phản ánh được mong muốn thực tế của người sử dụng (công dân và tổ chức) về một dịch vụ hành chính nào đó. Chúng tôi cho rằng, mỗi loại dịch vụ hành chính công cần có một hệ thống tiêu chí riêng phù hợp với tính chất loại dịch vụ và đặc điểm cung ứng dịch vụ đó. Chắc chắn rằng, thông qua việc xây dựng hệ thống các tiêu chí, cùng với đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công theo các tiêu chí đó sẽ cải thiện đáng kể chất lượng của dịch vụ hành chính công. Căn cứ kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ hành

chính công hàng năm, cơ quan có trách nhiệm sẽ tiến hành phân loại từ cao xuống thấp để các cơ quan biết mình đang ở đâu và nỗ lực cải tiến những gì còn yếu kém (Nguyễn Hữu Hải và Lê Văn Hòa, 2010).

1.3. Sự hài lòng

1.3.1. Khái niệm sự hài lòng của khách hàng

Có nhiều khái niệm khác nhau về sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ. Theo từ điển Webster's Dictionary, sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ là trạng thái tình cảm, phản ứng, thái độ của một người đối với chất lượng dịch vụ.

Theo định nghĩa của Smith (1969) cho rằng sự thỏa mãn đối với dịch vụ là cảm xúc mà một cá nhân có đối với dịch vụ. Theo Kotler (2003) sự hài lòng là cảm giác vui thích hoặc thất vọng của một người bắt nguồn từ sự so sánh cảm nhận với mong đợi về chất lượng một sản phẩm hoặc một dịch vụ nào đó.

Kotler và Keller (2006) cho rằng sự thỏa mãn là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ sự so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó, cụ thể sự thỏa mãn có ba cấp độ sau: (1) nếu nhận thức của khách hàng nhỏ hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận không thỏa mãn; (2) Nếu nhận thức bằng kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận thỏa mãn; (3) Nếu nhận thức lớn hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận là thỏa mãn hoặc thích thú.

Rõ ràng dù có nhiều khái niệm khác nhau nhưng khái niệm về sự hài lòng của khách hàng luôn gắn liền với những yếu tố sau: Tình cảm, thái độ đối với nhà cung cấp dịch vụ; mong đợi của khách hàng về khả năng đáp ứng nhu cầu từ phía nhà cung cấp dịch vụ; kết quả thực hiện dịch vụ, các giá trị do dịch vụ mang lại; ý định tiếp tục sử dụng hay không sử dụng dịch vụ.

1.3.2. Môi quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

- Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ tương hỗ chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái được tạo ra trước và sau đó quyết định đến sự hài lòng của khách hàng.

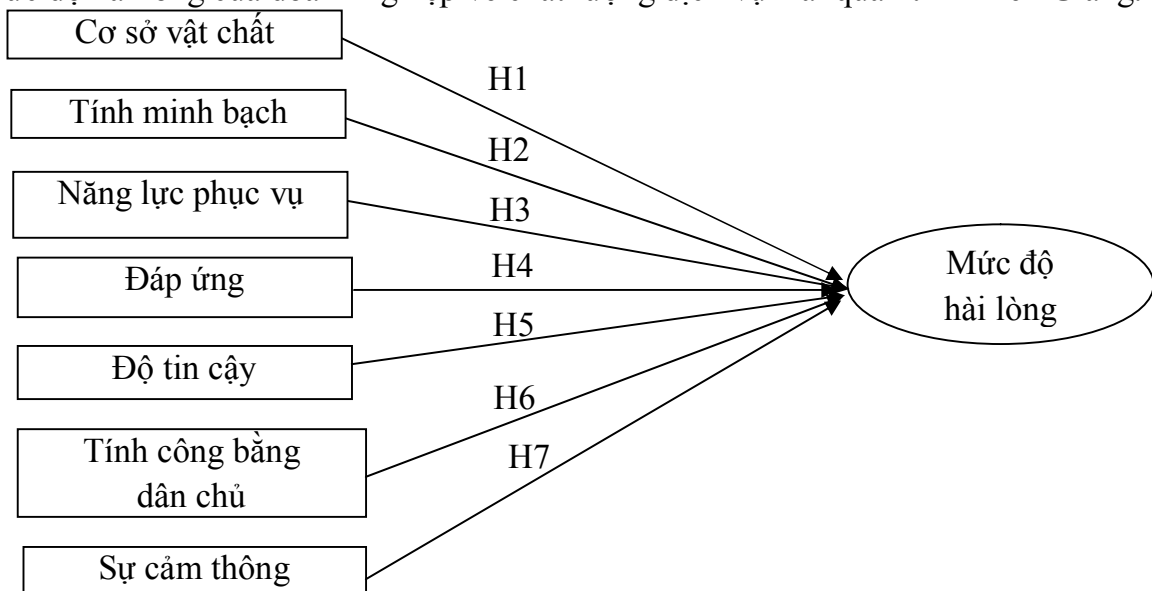
- Các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ mang tính cụ thể trong khi sự hài lòng của khách hàng có liên quan đến nhiều yếu tố khác ngoài chất lượng dịch vụ như giá cả, quan hệ khách hàng, thời gian sử dụng dịch vụ...

- Các đánh giá chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào việc thực hiện dịch vụ như thế nào trong khi sự hài lòng khách hàng lại là sự so sánh giữa các giá trị nhận được và các giá trị mong đợi đối với việc thực hiện dịch vụ đó.

- Nhận thức về chất lượng dịch vụ ít phụ thuộc vào kinh nghiệm với nhà cung cấp dịch vụ, môi trường kinh doanh trong khi sự hài lòng của khách hàng lại phụ thuộc vào yếu tố này hơn.

1.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết

Từ mô hình chỉ số quốc gia về hài lòng khách hàng của Mỹ (ACSI), mô hình chỉ số quốc gia về hài lòng khách hàng của các quốc gia EU (ECSI), mô hình lý thuyết chỉ số quốc gia về hài lòng khách hàng của Việt Nam (VCSI). Ngoài ra cũng xuất phát từ cơ sở lý thuyết với mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ của Parasuraman và mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công của PGS.TS Nguyễn Thanh Liêm và Thạc sĩ Lê Minh Nhật (2011). Bên cạnh đó căn cứ vào đặc điểm của dịch vụ hành chính công, mô hình đánh giá mức độ hài lòng đối với dịch vụ hành chính công của tỉnh Kiên Giang. Ta nhận thấy mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với dịch vụ hành chính Hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang có thể ứng dụng mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman để đo lường mức độ hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ Hải quan tỉnh Kiên Giang.



Hình 1.3: Mô hình nghiên cứu đề xuất

- **Sự cảm thông**: là sự thấu hiểu, quan tâm chia sẻ những thông tin cần thiết cho doanh nghiệp, tạo điều kiện tốt nhất cho doanh nghiệp hoạt động XNK, có lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, quan tâm tìm hiểu tâm tư nguyện vọng của doanh

nghiệp. Cơ quan hải quan càng cảm thông với doanh nghiệp thì càng dễ làm cho doanh nghiệp hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H1: *Sự cảm thông có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Độ tin cậy:** Chất lượng dịch vụ mà doanh nghiệp được cung ứng đúng hay không đúng với những thông tin hay lời hứa với doanh nghiệp như: giải quyết công việc kịp thời, chính xác, đầy đủ và đúng pháp luật; tạo được sự an tâm cho doanh nghiệp với các hoạt động giải quyết vướng mắc, tư vấn thuế XNK, dịch vụ cung cấp cho doanh nghiệp. Cơ quan Hải quan làm cho doanh nghiệp càng tin cậy thì doanh nghiệp càng hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H2: *Sự tin cậy có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Đáp ứng:** là mức độ mong muốn và sẵn sàng phục vụ của cán bộ Hải quan như: tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ đúng hạn, đáp ứng các yêu cầu của doanh nghiệp nhanh chóng, sẵn lòng hỗ trợ doanh nghiệp, kịp thời tuyên truyền các chính sách mới và công khai các thông tin cảnh báo mới cho doanh nghiệp. Sự đáp ứng của cơ quan hải quan dành cho doanh nghiệp càng cao thì doanh nghiệp càng cảm thấy hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H3: *Sự đáp ứng có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Tính minh bạch:** là việc doanh nghiệp có được những thông tin quy định về bộ thủ tục hành chính, tiến trình giải quyết công việc của cơ quan Hải quan. Tính minh bạch của cơ quan hải quan dành cho doanh nghiệp càng cao thì doanh nghiệp càng cảm thấy hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H4: *Tính minh bạch có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Năng lực phục vụ:** thể hiện khả năng trình độ kiến thức chuyên môn, phong cách phục vụ lịch sự, chu đáo của cán bộ Hải quan như: có kiến thức chuyên môn, có phong cách làm việc lịch sự chu đáo, giải quyết các thủ tục hành chính nhanh chóng. Năng lực phục vụ của cơ quan hải quan càng tốt thì làm cho doanh nghiệp càng hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H5: *Năng lực phục vụ có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Cơ sở vật chất:** bao gồm nhà cửa, trang thiết bị, công cụ thông tin và các phương tiện kỹ thuật khác. Cơ sở vật chất càng tốt thì càng làm cho doanh nghiệp hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H6: *Cơ sở vật chất có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

- **Tính công bằng, dân chủ**: là việc doanh nghiệp được bày tỏ ý kiến, tham gia, được đối xử công bằng trong quá trình giải quyết công việc, mọi nhu cầu của doanh nghiệp được xử lý đúng trình tự, thủ tục hay không. Tính công bằng, dân chủ của cơ quan hải quan càng cao thì doanh nghiệp càng hài lòng. Từ đó ta có giả thuyết H7: *Tính công bằng, dân chủ có tác động dương lên sự hài lòng của doanh nghiệp.*

Trong mô hình trên biến mức độ hài lòng phụ thuộc vào các biến độc lập như cơ sở vật chất; năng lực phục vụ; đáp ứng; độ tin cậy; tính minh bạch; tính công bằng, dân chủ; sự cảm thông. Giả thuyết đặt ra là khi các yếu tố này càng được doanh nghiệp đánh giá cao thì mức độ hài lòng của doanh nghiệp càng cao đối với chất lượng dịch vụ hải quan và ngược lại.

Tóm tắt chương 1

Chương này tập hợp tất cả các lý thuyết liên quan đến việc đo lường sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ; trên cơ sở lý thuyết tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ Hải quan tỉnh Kiên Giang gồm 7 nhân tố là cơ sở vật chất; năng lực phục vụ; đáp ứng; độ tin cậy; tính minh bạch; tính công bằng, dân chủ; sự cảm thông. Chương 2 sẽ đưa ra phương pháp nghiên cứu.

CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Thiết kế nghiên cứu

2.1.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành theo hai giai đoạn là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

2.1.1.1. Nghiên cứu sơ bộ

Giai đoạn nghiên cứu sơ bộ sử dụng cả hai phương pháp định tính và định lượng.

* Nghiên cứu sơ bộ định tính: Nghiên cứu sơ bộ định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật phỏng vấn sâu khoảng 30 công chức của Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang. Những người này đều có sự am hiểu về những yếu tố tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ Hải quan mà Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang cung cấp. Bằng cách phát phiếu câu hỏi để các công chức tham gia liệt kê các ý kiến, quan điểm của mình về những yếu tố tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ Hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang. Trong cuộc nghiên cứu tác giả giới thiệu về mô hình nghiên cứu tác giả đã đề xuất và hệ thống biến quan sát đã tổng hợp cùng với việc giải thích về cuộc nghiên cứu tác giả đang tiến hành đối với Cục Hải quan Kiên Giang cho những công chức tham gia phỏng vấn. Sau đó tiến hành thảo luận với những công chức tham gia phỏng vấn về tính hợp lý của mô hình và hệ thống biến quan sát; xin ý kiến góp ý của họ về mô hình và hệ thống biến quan sát. Các thông tin phỏng vấn sẽ được thu thập, tổng hợp làm cơ sở cho việc khám phá, bổ sung điều chỉnh các yếu tố, các biến dùng để đo lường theo mô hình nghiên cứu đã dự kiến. Thông tin thu thập được từ nghiên cứu định tính là cơ sở để thiết kế bảng câu hỏi cho nghiên cứu định lượng.

* Nghiên cứu sơ bộ định lượng: Nghiên cứu sơ bộ định lượng được thực hiện thông qua bảng câu hỏi chi tiết được sử dụng thu thập dữ liệu để đánh giá sơ bộ về độ tin cậy và các giá trị của thang đo đã thiết kế và điều chỉnh cho phù hợp với doanh nghiệp tham gia. Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp sử dụng bảng câu hỏi chi tiết với cỡ mẫu 50, lấy theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Trên cơ sở thông tin thu thập được từ kết quả nghiên cứu sơ bộ định lượng, đánh giá sơ bộ về độ tin cậy và các giá trị của thang đo điều chỉnh. Từ đó, điều chỉnh thang đo để hình thành thang đo hoàn chỉnh.

2.1.1.2. Nghiên cứu chính thức

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng thông qua bảng câu hỏi chi tiết với khoảng 300 doanh nghiệp. Dữ liệu thu thập được sàng lọc xử lý bằng phần mềm SPSS để đánh giá độ tin cậy và giá trị các thang đo, kiểm định sự phù hợp của mô hình lý thuyết.

2.1.2. Kích thước mẫu

* **Kích thước mẫu (n):** là số lượng đối tượng quan sát phải thu thập thông tin cần thiết cho nghiên cứu đạt được độ tin cậy nhất định.

Ước lượng cỡ mẫu theo công thức: $n = \Sigma \text{số biến} \times 5$ (Hair & ctg 1998).

Mô hình nghiên cứu dự kiến có 54 câu hỏi, nên kích thước mẫu tối thiểu được áp dụng trong phân tích nhân tố EFA đối với doanh nghiệp phải là $54 \times 5 = 270$ mẫu, để đảm bảo số mẫu tối thiểu dùng cho khảo sát 300 bảng hỏi được gửi phỏng vấn.

* Phương pháp chọn mẫu

Nghiên cứu này được sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

2.2. Quy trình nghiên cứu

Bước 1: Dựa vào lý thuyết, mô hình nghiên cứu trước và nghiên cứu định tính để đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất;

Bước 2: Tiến hành nghiên cứu sơ bộ định tính bằng cách phỏng vấn sâu với cỡ mẫu $n = 30$ công chức và một số chuyên gia trong lĩnh vực Hải quan;

Bước 3: Trên cơ sở thông tin thu thập được từ kết quả nghiên cứu sơ bộ định tính, điều chỉnh thang đo dự kiến để có được thang điều chỉnh;

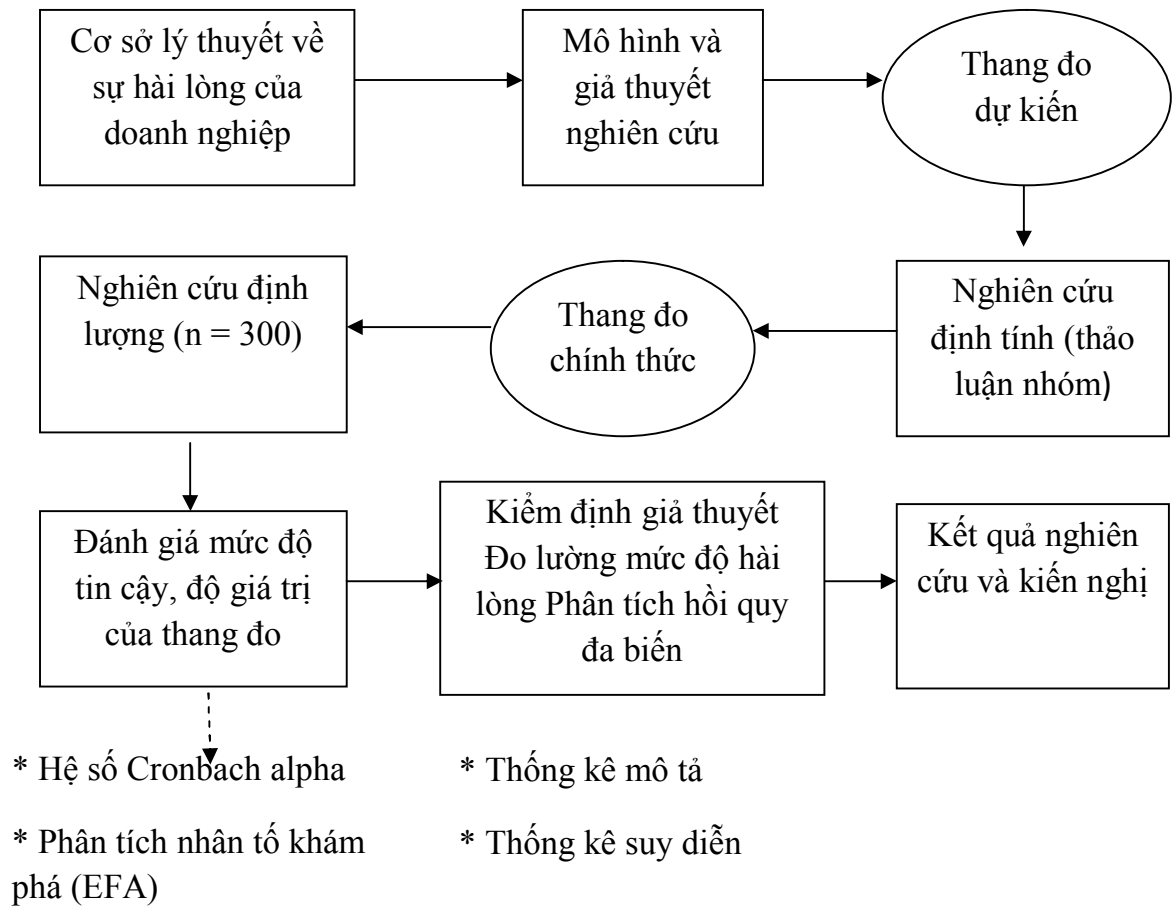
Bước 4: Tiến hành nghiên cứu sơ bộ định lượng bằng bảng câu hỏi với cỡ mẫu $n = 50$ doanh nghiệp;

Bước 5: Trên cơ sở thông tin thu thập được từ kết quả nghiên cứu sơ bộ định lượng, đánh giá sơ bộ về độ tin cậy và các giá trị của thang đo điều chỉnh. Từ đó, điều chỉnh thang đo để hình thành thang đo hoàn chỉnh;

Bước 6: Tiến hành nghiên cứu chính thức bằng bảng câu hỏi (trên cơ sở thang đo hoàn chỉnh) với cỡ mẫu $n = 300$ doanh nghiệp;

Bước 7: Phân tích dữ liệu bởi mô hình hồi quy đa biến với phần mềm SPSS 16.0 để kiểm định giả thuyết trong mô hình lý thuyết.

Các số liệu thu thập sau khi trải qua việc kiểm tra tính hợp lý và làm sạch sẽ tiến hành qua các bước sau:



Hình 2.1: Quy trình nghiên cứu

Mức độ hài lòng của doanh nghiệp được doanh nghiệp đánh giá dưới nhiều khía cạnh khác nhau. Mỗi khía cạnh được đo lường bởi thang đo Likert (Rennis Likert, 1932), gồm 5 mức độ:

Mức (1): Rất không đồng ý.

Mức (2): Không đồng ý.

Mức (3): Không ý kiến

Mức (4): Đồng ý

Mức (5): Rất đồng ý

Sau khi tham khảo các nghiên cứu CLDV từ những nghiên cứu có trước đã trình bày trong chương 1 tác giả đề xuất thang đo cho mô hình nghiên cứu như sau. Bảng câu hỏi được xây dựng và hiệu chỉnh sau nghiên cứu sơ bộ (lấy ý kiến từ các chuyên gia và doanh nghiệp) thành bảng câu hỏi chính thức, bảng câu hỏi này được phát thử kiểm tra mức độ rõ ràng của các mục hỏi và thông tin thu về sau đó tiến hành phát phiếu điều tra trên diện rộng.

Căn cứ theo mô hình nghiên cứu đề xuất, tác giả xây dựng bảng câu hỏi và hiệu chỉnh bằng cách lấy ý kiến, thang đo chính thức được mã hóa như sau:

Bảng 2.1: Thang đo chính thức được mã hóa

STT	Mã hóa	Tên biến	Nguồn
Cơ sở vật chất			
1	VC1	Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính Hải quan thuận lợi, thoáng mát.	Phát (2010)
2	VC2	Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ.	Tác giả đề xuất
3	VC3	Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem	Cường (2012)
4	VC4	Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (máy chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho doanh nghiệp.	Phát (2010)
5	VC5	Sơ đồ bố trí phòng, bàn làm việc thuận tiện.	Tác giả đề xuất
6	VC6	Nơi đậu xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái.	Phát (2010)
Tính minh bạch			
7	MB1	Các quy trình thực hiện thủ tục Hải quan đều được công khai các địa điểm làm thủ tục Hải quan rõ ràng và đầy đủ.	Phát (2010)
8	MB2	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc.	Cường (2012)
9	MB3	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn thông báo kịp thời cho doanh nghiệp khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.	Tác giả đề xuất
10	MB4	Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ cho doanh nghiệp đúng quy định.	Cường (2012)
11	MB5	Các loại phí và lệ phí được công khai đầy đủ tại nơi làm việc.	Tác giả đề xuất

12	MB6	Số điện thoại đường dây nóng, hòm thư góp ý có công khai tại nơi làm việc.	Tác giả đề xuất
Năng lực phục vụ			
13	NL1	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng đúng thời gian quy định.	Cường (2012)
14	NL2	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ chính xác.	Tác giả đề xuất
15	NL3	Công chức hải quan có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ để tư vấn ngay cho doanh nghiệp.	Tác giả đề xuất
16	NL4	Sự hướng dẫn, giải đáp của công chức hải quan dễ hiểu, thống nhất và đúng quy định.	Tác giả đề xuất
Đáp ứng			
17	DU1	Thời gian tư vấn cho một dịch vụ hành chính Hải quan nhanh chóng.	Tác giả đề xuất
18	DU2	Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính hải quan luôn đúng hẹn.	Tác giả đề xuất
19	DU3	Công chức hải quan luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của doanh nghiệp.	Cường (2012)
20	DU4	Công chức hải quan không bao giờ từ chối giải đáp vướng mắc của doanh nghiệp.	Tác giả đề xuất
21	DU5	Các thay đổi về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm về pháp luật Hải quan đều được cơ quan Hải quan tuyên truyền kịp thời.	Tác giả đề xuất
22	DU6	Hình thức tuyên truyền của cơ quan hải quan phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, panô, áp phích...	Cường (2012)
23	DU7	Doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ kịp thời của cơ quan hải quan khi gặp khó khăn trong việc thực hiện các quy định về pháp luật Hải quan.	Tác giả đề xuất
24	DU8	Trong quá trình xử lý công việc, doanh nghiệp đồng ý với kết quả xử lý công việc của cơ quan Hải quan.	Tác giả đề xuất

25	DU9	Thời gian xử lý công việc của cơ quan hải quan đối với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay là phù hợp.	Tác giả đề xuất
Tin cậy			
26	TC1	Cơ quan Hải quan luôn thực hiện đúng quy trình đã được công khai.	Phát (2010)
27	TC2	Cơ quan Hải quan đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định.	Tác giả đề xuất
28	TC3	Thủ tục hành chính Hải quan đơn giản.	Tác giả đề xuất
29	TC4	Các mẫu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng, dễ thực hiện.	Tác giả đề xuất
30	TC5	Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn, chính xác.	Tác giả đề xuất
31	TC6	Cơ quan hải quan bảo mật tốt thông tin của doanh nghiệp.	Tác giả đề xuất
32	TC7	Cơ quan Hải quan luôn quan tâm đến các vướng mắc của doanh nghiệp.	Tác giả đề xuất
33	TC8	Doanh nghiệp luôn tin tưởng vào công tác tư vấn, giải đáp vướng mắc của cơ quan Hải quan.	Tác giả đề xuất
34	TC9	Công chức hải quan luôn lưu ý để không xảy ra sai sót.	Tác giả đề xuất
Công bằng, dân chủ			
35	CB1	Cơ quan hải quan tuyên dương và tôn vinh doanh nghiệp thực hiện tốt nghĩa vụ pháp luật Hải quan một cách công bằng.	Cường (2012)
36	CB2	Doanh nghiệp được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện.	Cường (2012)
37	CB3	Doanh nghiệp được đối xử công bằng trong việc tư vấn thay đổi về chính sách pháp luật hải quan và việc giải đáp các vướng mắc.	Cường (2012)
38	CB4	Doanh nghiệp không phải đóng các khoản phí ngoài quy định.	Tác giả đề xuất

Cảm thông			
39	CT1	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn lắng nghe, tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp.	Phát (2010)
40	CT2	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tiếp thu các phản ánh, kiến nghị, góp ý của doanh nghiệp.	Tác giả đề xuất
41	CT3	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu.	Phát (2010)
42	CT4	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn có những lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, hỗ trợ.	Tác giả đề xuất
43	CT5	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan biết quan tâm và hiểu rõ những nhu cầu của doanh nghiệp.	Cường (2012)
Hài lòng			
44	HL1	Doanh nghiệp hài lòng với việc tư vấn, hỗ trợ về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	Phát (2010)
45	HL2	Doanh nghiệp hài lòng với việc giải quyết công việc, giải đáp các vướng mắc về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	Phát (2010)
46	HL3	Doanh nghiệp hài lòng với chất lượng dịch vụ trong quá trình thực hiện thủ tục hải quan của cơ quan hải quan.	Tác giả đề xuất
47	HL4	Doanh nghiệp sẵn sàng giới thiệu bạn bè là các doanh nghiệp khác đến thực hiện thủ tục hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang.	Phát (2010)

2.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

2.3.1. Thống kê mô tả

- Lập bảng tần số để mô tả mẫu thu thập theo các thuộc tính như giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn... Thông qua mô tả mẫu chúng ta có được thông tin sơ bộ về

phân loại đối tượng doanh nghiệp. Đối với thống kê mô tả các biến quan sát cho ta thấy được việc đánh giá CLDV từ doanh nghiệp thông qua hệ số mean từ thang đo Likert 5 mức độ, nếu mean của biến quan sát càng cao thì chứng tỏ doanh nghiệp đánh giá cao quan sát đó.

2.3.2. Thống kê suy diễn

Biểu diễn dữ liệu thành các bảng số liệu tóm tắt về dữ liệu: khi tóm tắt một đại lượng về thông tin người lao động (giới tính, chức vụ người được phỏng vấn, loại hình doanh nghiệp, đặc điểm doanh nghiệp,...) thường dùng các thông số thống kê như tần số, trung bình cộng, tỷ lệ, phương sai, độ lệch chuẩn và thông số thống kê khác. Những dữ liệu này biểu diễn bằng đồ họa hoặc bằng bảng mô tả dữ liệu giúp phân tích, so sánh thông tin doanh nghiệp.

2.3.3. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Phương pháp này cho phép người phân tích loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong quá trình nghiên cứu và đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach alpha. Những biến có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại. Thang đo có hệ số Cronbach alpha từ 0.6 trở lên là có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm nghiên cứu mới (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995). Thông thường, thang đo có Cronbach alpha từ 0.7 đến 0.8 là sử dụng tốt. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng khi thang đo có độ tin cậy từ 0.8 trở lên đến gần 1 là thang đo lường tốt.

2.3.4. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach alpha và loại đi các biến không đảm bảo độ tin cậy. Phân tích nhân tố khám phá là kỹ thuật được sử dụng nhằm thu nhỏ và tóm tắt các dữ liệu. Phương pháp này rất có ích cho việc xác định các tập hợp biến cần thiết cho vấn đề nghiên cứu và sử dụng để tìm mối quan hệ giữa các biến với nhau.

Trong phân tích nhân tố khám phá, trị số KMO (Kaiser Meyer Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số KMO phải có giá trị trong khoảng từ 0.5 đến 1 thì phân tích này mới thích hợp, còn nếu như trị số này nhỏ hơn 0.5 thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu. Ngoài ra, phân tích nhân tố còn dựa vào eigenvalue để xác định số lượng nhân tố. Chỉ những nhân tố có eigenvalue lớn hơn 1 thì mới được giữ lại trong mô hình (Gerbing & Anderson, 1988).

Đại lượng eigenvalue đại diện cho lượng biến thiên được giải thích bởi nhân tố. Những nhân tố có eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ không có tác dụng tóm tắt thông tin tốt hơn một biến gốc.

Một phần quan trọng trong bảng kết quả phân tích nhân tố là ma trận nhân tố (component matrix) hay ma trận nhân tố khi các nhân tố được xoay (rotated component matrix). Ma trận nhân tố chứa các hệ số biểu diễn các biến chuẩn hóa bằng các nhân tố (mỗi biến là một đa thức của các nhân tố). Những hệ số tải nhân tố (factor loading) biểu diễn tương quan giữa các biến và các nhân tố. Hệ số này cho biết nhân tố và biến có liên quan chặt chẽ với nhau. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố principal Axis factoring với phép xoay promax nên các hệ số tải nhân tố phải có trọng số lớn hơn ≥ 0.4 thì mới có ý nghĩa thực tiễn.

2.3.5. Xây dựng phương trình hồi quy, kiểm định giả thuyết

Sau khi rút trích được các nhân tố từ phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích ma trận tương quan, hồi quy tuyến tính bội, kiểm tra hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance inflation factor – VIF). Nếu các giả định về đa cộng tuyến không bị vi phạm, mô hình hồi quy tuyến tính bội được xây dựng. Và hệ số R^2 đã được điều chỉnh (adjusted R square) cho biết mô hình hồi quy được xây dựng phù hợp đến mức nào.

Từ phân tích tương quan và hồi quy, tính hệ số tương quan (r) giữa các biến phụ thuộc và các biến độc lập, xem thử chúng có mối liên hệ với nhau không, dự đoán hiện tượng đa cộng tuyến. Kiểm tra R^2 , kiểm định ANOVA, kiểm tra hệ số hồi quy, kiểm tra các giả thuyết của phân tích hồi quy. Phần dư có phân phối chuẩn, kiểm tra biểu đồ phân phối phần dư, biểu đồ P-Plot; phương sai không đổi hay phần dư không tương quan với các biến độc lập trong mô hình, nếu độ lớn của phần dư tăng hay giảm cùng với giá trị bị dự đoán thì giả định này bị vi phạm. Qua biểu đồ Scatterplot thể hiện mối quan hệ giữa các giá trị dự đoán và phần dư, các quan sát phải phân tán ngẫu nhiên. Đồng thời bằng phương pháp phân tích tương quan hạng Spearman giữa phần dư với các biến độc lập cho thấy giả thiết này không bị vi phạm (.sig > 0.05) (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

Từ mô hình hồi quy chúng ta tiến hành đánh giá độ phù hợp của mô hình và kiểm định các giả thuyết kỳ vọng.

Tóm tắt chương 2

Chương này tác giả đã đưa ra phương pháp nghiên cứu trên cơ sở lý thuyết, đưa ra mô hình và các giả thuyết nghiên cứu, xây dựng thang đo dự kiến và thảo luận nhóm đưa ra thang đo chính thức và phương pháp kiểm định cronbach alpha và phân tích EFA, ANOVA sẽ được sử dụng để phân tích trong nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu sẽ được trình bày trong chương 3.

CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Giới thiệu tổng quan về Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang

3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang được thành lập và chính thức đi vào hoạt động ngày 20/8/1975 theo Quyết định của Tổng Nha Ngoại thương (thuộc Chính phủ cách mạng lâm thời Cộng hòa Miền nam Việt Nam) với tên gọi ban đầu là Ty Hải quan tỉnh Rạch Giá.

Ngày 14/02/1997 đổi lại thành Chi cục Hải quan tỉnh Kiên Giang theo Quyết định số 48/BNgT-TCCB của Bộ trưởng Bộ Ngoại thương.

Ngày 11/5/1985 đổi lại thành Hải quan tỉnh Kiên Giang theo Quyết định số 387/TCHQ-TCCB của Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan.

Ngày 01/6/1994 Tổng cục Hải quan có Quyết định số 91/TCHQ-TCCB đổi lại thành Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang.

Trải qua 35 năm xây dựng và trưởng thành, được sự quan tâm lãnh đạo, chỉ đạo của Bộ Tài chính, Tổng cục Hải quan, Tỉnh ủy, UBND tỉnh Kiên Giang, Cục Hải quan Kiên Giang đã không ngừng lớn mạnh và trưởng thành; năng lực, trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ công chức ngày càng được nâng cao; phương tiện kỹ thuật hiện đại, đáp ứng với yêu cầu đổi mới và phát triển của đất nước.

Về tổ chức bộ máy, nhân sự:

Hơn 35 năm xây dựng và phát triển, đến nay Cục Hải quan Kiên Giang có 131 người, bộ máy tổ chức có 04 đơn vị tham mưu, 07 đơn vị trực thuộc gồm:

1. – Văn phòng Cục Hải quan;
2. – Phòng Nghiệp vụ;
3. – Phòng Tổ chức cán bộ;
4. – Phòng Chống buôn lậu và Xử lý vi phạm;
5. – Chi cục Hải quan Cửa khẩu Quốc tế Hà Tiên;
6. – Chi cục Hải quan Cửa khẩu Cảng Hòn Chông;
7. – Chi cục Hải quan Cửa khẩu Giang Thành;

8. – Chi cục Hải quan Phú Quốc;
9. – Chi cục Kiểm tra sau thông quan;
10. – Đội Kiểm soát Hải quan;
11. – Đội Kiểm soát phòng, chống ma túy.

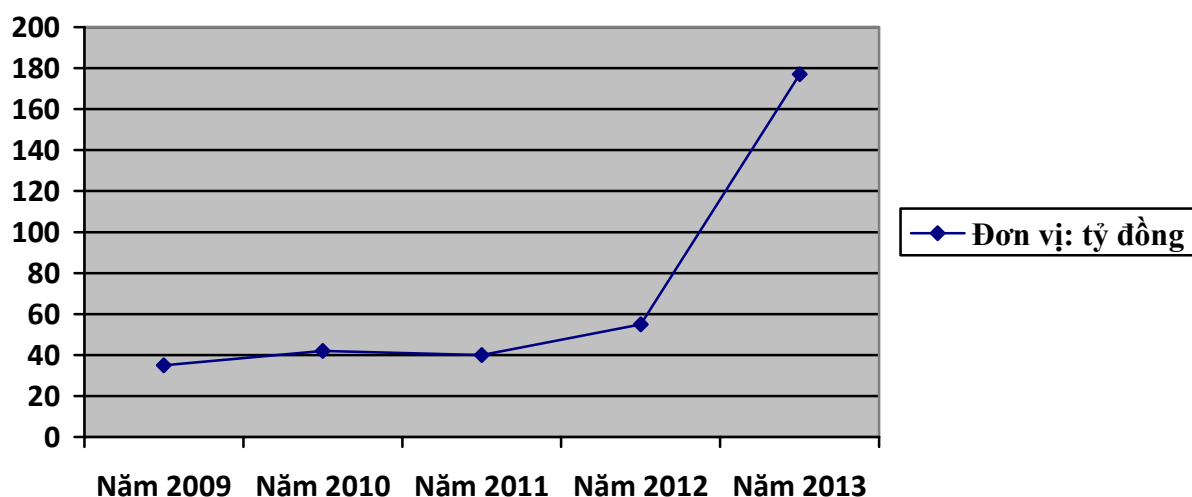
3.1.2. Thực trạng hoạt động ngành Hải quan tỉnh Kiên Giang

- Duy trì tốt khối đoàn kết nội bộ, kỷ luật kỷ cương hành chính nghiêm minh. Nhiều năm liền đơn vị không để xảy ra tham nhũng tiêu cực, hoặc có hành vi gây phiền hà, sách nhiễu doanh nghiệp, khách hàng làm ảnh hưởng đến uy tín của Ngành và đơn vị.

- Thực hiện tốt công tác cải cách thủ tục hành chính, hiện đại hóa Hải quan giai đoạn 2004-2007 và giai đoạn 2008-2010; đẩy mạnh và ứng dụng hiệu quả CNTT trong các lĩnh vực công tác; cuối năm 2007, Cục Hải quan Kiên Giang đã triển khai thực hiện khai báo hải quan từ xa qua mạng, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp XNK trên địa bàn đăng ký tham gia.

- Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang luôn tổ chức thực hiện tốt pháp luật về hải quan, về thuế và các pháp luật khác có liên quan. Tiếp nhận, giải quyết thủ tục hải quan, thông quan hàng hóa nhanh chóng, thuận lợi, không để ách tắc, chậm trễ được cộng đồng doanh nghiệp và chính quyền địa phương đánh giá cao và ủng hộ.

Từ những hoạt động trên đã giúp cho Cục Hải quan Kiên Giang luôn hoàn thành nhiệm vụ thu ngân sách hàng năm, số thu năm sau cao hơn năm trước, cụ thể: Năm 2009, số thuế thu nộp ngân sách là 35.531.897.868 đồng, vượt 22,52% so với kế hoạch trên giao (29 tỷ). Năm 2010, số thuế thu đạt 42.587.281.995 đồng, vượt 185% so với kế hoạch trên giao (23 tỷ), tăng 19,85% so với cùng kỳ năm 2009. Năm 2011, số thuế thu đạt 40.276.370.067 đồng, vượt 6% so với kế hoạch trên giao (35 tỷ). Năm 2012, số thuế thu là 55.819.335.990 đồng, đạt 139,54% so với kế hoạch trên giao (40 tỷ), tăng 38,59% so với cùng kỳ năm 2011, đạt 101,49% so với chỉ tiêu bổ sung cuối năm (55 tỷ). Năm 2013, số thu thuế là 177.555.749.428 đồng, đạt 289,1% với kế hoạch trên giao (61 tỷ); tăng 217,68% so với cùng kỳ năm 2012.



Hình 3.1: Tình hình thu thuế từ 2009 đến 2013 tại Cục Hải quan Kiên Giang

Với những thành tích đạt được trong thời gian qua, Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang đã được Nhà nước, Chính phủ, các Bộ, Ngành và Ủy ban nhân dân tỉnh tặng bằng khen.

- 01 huân chương lao động hạng ba;
- 02 bằng khen của Thủ tướng Chính phủ;
- 38 bằng khen của Bộ Tài chính;
- 40 bằng khen của Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang;

Để thực hiện mục tiêu hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế quốc tế của Việt Nam nói chung và của tỉnh Kiên Giang nói riêng. Cục Hải quan Kiên Giang đang tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Kế hoạch cải cách, phát triển và Hiện đại hóa Hải quan giai đoạn 2013-2015, định hướng đến năm 2020 nhằm tạo thuận lợi tối đa cho các hoạt động XNK, đầu tư, du lịch qua các cửa khẩu quốc tế thuộc địa bàn tỉnh Kiên Giang, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh quốc tế của nền kinh tế tỉnh nhà và đẩy nhanh tốc độ cải cách thủ tục hành chính, đấu tranh ngăn chặn tệ nạn tham nhũng, tiêu cực, tạo lập môi trường phát triển lành mạnh theo chủ trương của Đảng và Nhà nước.

3.1.3. Thực trạng về chất lượng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang

Với chức năng: Quản lý nhà nước về hải quan đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập cảnh, quá cảnh; phương tiện vận tải xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh của tổ chức cá nhân trong nước và nước ngoài trong lãnh thổ Hải quan; về tổ chức hoạt động Hải quan.

Với nhiệm vụ kiểm tra, giám sát hàng hóa, phương tiện vận tải; phòng, chống buôn lậu, vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới, kiểm soát phòng, chống ma túy; tổ chức thực hiện pháp luật về thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; thống kê hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; kiến nghị chủ trương, biện pháp quản lý nhà nước về Hải quan đối với hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh và chính sách thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.

Thời gian qua ngành Hải quan nói chung và từng Cục Hải quan các tỉnh, thành phố nói riêng đã bắt đầu áp dụng các phương tiện kỹ thuật điện tử, tin học để nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua việc tuyên truyền chính sách pháp luật Hải quan trên các phương tiện thông tin đại chúng; thông qua các buổi đối thoại trực tiếp hay tư vấn, hỗ trợ trực tiếp qua điện thoại, hay hỗ trợ, tư vấn trực tiếp tại phòng Nghiệp vụ Cục Hải quan. Từ đó giúp người dân và doanh nghiệp được nhiều thuận lợi trong việc tìm hiểu chính sách, pháp luật, dễ dàng hơn trong việc thực hiện khai báo Hải quan, nộp thuế, đồng thời sẽ giúp tiết kiệm được thời gian và chi phí cho doanh nghiệp. Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang đã triển khai rộng rãi thủ tục hải quan điện tử và công tác quản lý hải quan bằng phương thức điện tử theo Nghị định 87/2012/NĐ-CP ngày 23/10/2012 của Chính phủ và Thông tư 196/2012/TT-BTC ngày 15/11/2012 của Bộ Tài chính. Hiện nay, Hải quan Kiên Giang đã áp dụng 100% thủ tục hải quan điện tử, tổng số tờ khai, kim ngạch xuất nhập khẩu thực hiện bằng thủ tục hải quan điện tử chiếm tỷ lệ 95,26%, tỷ lệ tờ khai phân vào luồng đỏ chỉ chiếm 6,36% trong tổng số tờ khai phân luồng, hoàn thành so với mục tiêu ngành hải quan là tỷ lệ luồng đỏ dưới 10%, quản lý và cung cấp dịch vụ cho trên 500 doanh nghiệp có nhu cầu về dịch vụ hải quan và đã được cộng đồng doanh nghiệp đầu tư trên địa bàn đánh giá cao, thời gian thông quan nhanh hơn, minh bạch, công khai quy trình làm thủ tục hải quan cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay cũng còn nhiều đối tượng doanh nghiệp hoạt động xuất nhập khẩu chưa hài lòng về chất lượng dịch vụ Hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang thông qua việc nhiều đối tượng thực hiện việc khai báo Hải quan chưa đúng quy định, nhiều doanh nghiệp chưa nắm bắt kịp thời các quy định mới dẫn đến việc khai báo sai quy định, nộp thuế chậm, nhiều đơn vị cá nhân còn tìm mọi cách để tránh né việc kê khai và nộp thuế. Đặc biệt có nhiều trường hợp liên quan đến chế độ, chính sách thuế doanh nghiệp không đề nghị Cục Hải quan tư vấn nhưng hỏi qua luật sư, hay hỏi vượt cấp về

Tổng cục Hải quan, một vài trường hợp khiếu nại với cấp trên về thái độ, phong cách làm việc của cán bộ Hải quan... gây nhiều khó khăn trong việc quản lý Hải quan trên địa bàn tỉnh Kiên Giang.

3.2. Kết quả nghiên cứu

3.2.1. Thông tin mẫu nghiên cứu

Mẫu khảo sát là thuận tiện và thu thập bằng cách phát đi 320 bảng phỏng vấn, thu về 300 bảng nhưng một số bảng không có đầy đủ các thông tin theo yêu cầu, sau khi làm sạch 275 quan sát (bảng câu hỏi) được đưa vào phân tích chính thức. Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu như sau:

Do mẫu khảo sát là mẫu thuận tiện, được phỏng vấn trực tiếp và qua thư điện tử nên độ phân tán của mẫu tương đối không đồng đều và có sự chênh lệch khá rõ ràng, cụ thể:

Bảng 3.1: Thống kê mô tả mẫu theo đặc điểm nhân khẩu học

Đặc điểm mẫu (N=275)		Tần số	Phần trăm
Giới tính	Nam	190	69,1
	Nữ	85	30,9
Chức vụ	Giám đốc	9	3,3
	Phó Giám đốc	8	2,9
	Trưởng phòng	17	6,2
	Phó trưởng phòng	10	7,6
	Chuyên viên	95	34,5
	Nhân viên	136	49,5
Số năm tham gia thủ tục Hải quan	Dưới 01 năm	9	3,3
	Từ 01 năm đến dưới 05 năm	117	42,5
	Từ 05 năm trở lên	149	54,2
Loại hình doanh nghiệp	Công ty cổ phần	75	27,3
	Công ty trách nhiệm hữu hạn	170	61,8
	Doanh nghiệp tư nhân	25	9,1
	Loại hình khác	5	1,8

Đặc điểm doanh nghiệp	DN có phần vốn nhà nước trên 50%	7	2,5
	DN có phần vốn tư nhân trên 50%	254	92,4
	DN có vốn đầu tư nước ngoài	11	4,0
	DN khác	3	1,1
Lĩnh vực hoạt động chính	Công nghiệp/Chế tạo	38	13,8
	Xây dựng	29	10,5
	Dịch vụ/Thương mại	117	42,5
	Nông nghiệp/Lâm nghiệp/Thủy sản	91	33,1
	Khai khoáng	0	0
Phương thức thực hiện	Tự khai báo	225	81,8
	DN ký tên đóng dấu và thuê người ngoài DN làm thủ tục hải quan	24	8,7
	Thông qua đại lý làm thủ tục hải quan	26	9,5
	Phương thức khác	0	0

Nguồn: Số liệu khảo sát tháng 12/2013

Mẫu thu thập được phân theo hạn ngạch với các đặc điểm: giới tính, chức vụ, số năm tham gia thủ tục hải quan, loại hình doanh nghiệp, đặc điểm doanh nghiệp, các lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp, phương thức thực hiện thủ tục hải quan.

Tổng số mẫu khảo sát là 275 đáp viên. Trong đó, giới tính có 190 người được phỏng vấn là nam chiếm 69,1% và nữ là 85 mẫu chiếm 29% so trong mẫu nghiên cứu, kết quả nghiên cứu cho thấy có lẽ (do mẫu thuận tiện nên không kết luận chắc chắn) xu hướng người đến trao đổi thông tin về lĩnh vực hải quan có tỷ lệ nam cao hơn.

Về chức vụ cho thấy người được phỏng vấn chủ yếu là nhân viên 136 mẫu chiếm 49,5% mẫu nghiên cứu, chuyên viên là 95 mẫu chiếm 34,5%, cán bộ lãnh đạo cấp trung (Trưởng phòng và Phó Trưởng phòng) 27 mẫu chiếm 13,8% và cán bộ lãnh đạo cấp cao (Giám đốc và Phó Giám đốc) là 17 mẫu chiếm 6,2%. Mẫu nghiên cứu cho thấy đối tượng thường xuyên giao dịch với Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang chủ yếu là nhân viên, chuyên viên nghiệp vụ.

Xét dưới góc độ số năm tham gia thì 09 mẫu (chiếm 3,3%) trả lời phỏng vấn có số năm tham gia dưới 01 năm, 117 mẫu (chiếm 42,5%) có số năm tham gia từ 01 năm đến dưới 05 năm và từ 05 năm trở lên có 149 mẫu (chiếm 54,2%).

Xét dưới góc độ theo loại hình doanh nghiệp thì khối các doanh nghiệp ngoài nhà nước như công ty TNHH chiếm tỷ trọng lớn 170 mẫu (chiếm 61,8%), doanh nghiệp tư nhân 25 mẫu (chiếm 9,1%), đến Công ty cổ phần 75 mẫu (chiếm 27,3%), loại hình khác (Công ty liên doanh và đơn vị sự nghiệp) chiếm rất nhỏ 5 mẫu (chiếm 1,8%) trong tổng số mẫu phỏng vấn. Kết quả này cho thấy các doanh nghiệp tham gia thủ tục hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang chủ yếu là loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn và doanh nghiệp tư nhân chiếm số lượng ít, còn lại các công ty cổ phần đều là chi nhánh.

Về đặc điểm của doanh nghiệp: 07 mẫu (chiếm 2,5%) là doanh nghiệp có phần vốn nhà nước trên 50%; 254 mẫu (chiếm 92,4%) là doanh nghiệp có phần vốn tư nhân trên 50%, 11 mẫu (chiếm 4,0%) là Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và Doanh nghiệp khác là 03 mẫu (chiếm 1,1%). Mẫu nghiên cứu cho thấy số lượng các doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu tại cục Hải quan Kiên Giang thường có phần vốn tư nhân trên 50%.

Về lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp: ngành dịch vụ, thương mại chiếm 117 mẫu (chiếm 42,5%); ngành nông, lâm, thủy sản 91 mẫu (chiếm 33,1%) và ngành xây dựng 29 mẫu (chiếm 10,5%). Nghiên cứu cho thấy khối ngành thương mại, dịch vụ là ngành hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu nhiều nhất và có nhiều vấn đề cần đến sự hỗ trợ của Phòng Nghiệp vụ Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang.

Về phương thức thực hiện thủ tục hải quan của doanh nghiệp: doanh nghiệp tự khai báo (Doanh nghiệp ký tên, đóng dấu trên tờ khai) và tự làm TTHQ chiếm 81,8% (225 mẫu); Doanh nghiệp ký tên đóng dấu và thuê người ngoài doanh nghiệp làm TTHQ chiếm 8,7% (24 mẫu); doanh nghiệp thông qua đại lý làm TTHQ (Đại lý ký tên, đóng dấu trên tờ khai) chiếm 9,5% (26 mẫu).

Tóm lại những doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu nhập khẩu thường là những doanh nghiệp có số năm tham gia hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu từ 01 năm đến dưới 05 năm và từ 05 trở lên. Những người đến thực hiện thủ tục hải quan với cơ quan hải quan đa số là nhân viên nam thường là chuyên viên và nhân viên nghiệp vụ, chưa có nhiều kinh nghiệm trong công tác nên cần được hỗ trợ. Đa số những người này làm cho các công ty trách nhiệm hữu hạn và doanh nghiệp tư nhân có phần vốn tư nhân trên 50% thuộc ngành nghề thương mại, dịch vụ và đa số các doanh nghiệp doanh nghiệp tự khai báo (Doanh nghiệp ký tên, đóng dấu trên tờ khai) và tự làm TTHQ.

3.2.2. Giá trị trung bình các biến quan sát trong mô hình

Bảng 3.2: Giá trị trung bình các biến quan sát

Biến	Tên biến	Mean	SD	Min	Max
	Cơ sở vật chất	3.96		1	5
VC1	Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính hải quan thuận lợi thoáng mát	4.13	0.575	2	5
VC2	Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ	4.01	0.650	2	5
VC3	Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem	4.04	0.638	2	5
VC4	Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (máy chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho doanh nghiệp.	3.96	0.666	2	5
VC5	Sơ đồ bố trí phòng, bàn làm việc thuận tiện	3.80	0.715	1	5
VC6	Nơi đậu xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái	3.81	0.732	1	5
	Tính minh bạch	3.85		1	5
MB1	Các quy trình thực hiện thủ tục hải quan đều được công khai các địa điểm làm thủ tục hải quan rõ ràng và đầy đủ.	3.86	0.786	2	5
MB2	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc	3.85	0.779	1	5
MB3	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn thông báo kịp thời cho doanh nghiệp khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.	3.83	0.727	1	5
MB4	Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ cho doanh nghiệp đúng quy định	3.82	0.851	1	5
MB5	Các loại phí và lệ phí được công khai đầy đủ tại nơi làm việc	3.79	0.831	1	5
MB6	Số điện thoại đường dây nóng, hòm thư góp ý có công khai tại nơi làm việc	3.92	0.698	1	5

	Năng lực phục vụ	3.87		1	5
NLPV1	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng, đúng thời gian quy định	3.90	0.721	1	5
NLPV2	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ chính xác	3.89	0.734	1	5
NLPV3	Công chức hải quan có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ đề tư vấn ngay cho doanh nghiệp	3.77	0.774	1	5
NLPV4	Sự hướng dẫn, giải đáp của công chức hải quan dễ hiểu, thống nhất và đúng quy định	3.93	0.666	2	5
	Đáp ứng	3.82		1	5
ĐU1	Thời gian tư vấn cho một dịch vụ hành chính hải quan nhanh chóng	3.91	0.699	1	5
ĐU2	Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính hải quan luôn đúng hạn	3.92	0.643	2	5
ĐU3	Công chức hải quan luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của doanh nghiệp	3.89	0.628	2	5
ĐU4	Công chức hải quan không bao giờ từ chối giải đáp vướng mắc của doanh nghiệp	3.85	0.653	2	5
ĐU5	Các thay đổi về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm về pháp luật hải quan đều được cơ quan hải quan tuyên truyền kịp thời	3.68	0.763	2	5
ĐU6	Hình thức tuyên truyền của cơ quan hải quan phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, panô, áp phích,...	3.65	0.736	1	5
ĐU7	Doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ kịp thời của cơ quan hải quan khi gặp khó khăn trong việc thực hiện các quy định về pháp luật hải quan	3.70	0.739	1	5
ĐU8	Trong quá trình xử lý công việc, doanh nghiệp đồng ý với kết quả xử công việc của cơ quan Hải quan	3.79	0.714	1	5
ĐU9	Thời gian xử lý công việc của cơ quan hải quan đối với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay là phù hợp	3.96	0.532	2	5

	Tin cậy	3.87		1	5
TC1	Cơ quan hải quan luôn thực hiện đúng quy trình đã được công khai.	3.72	0.675	1	5
TC2	Cơ quan hải quan đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định.	3.96	0.596	2	5
TC3	Thủ tục hành chính hải quan đơn giản	3.88	0.709	2	5
TC4	Các mẫu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng, dễ thực hiện	3.81	0.705	1	5
TC5	Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn, chính xác	3.87	0.676	1	5
TC6	Cơ quan hải quan bảo mật tốt thông tin của doanh nghiệp	3.85	0.662	1	5
TC7	Cơ quan hải quan luôn quan tâm đến các vướng mắc của doanh nghiệp	4.09	0.626	2	5
TC8	Doanh nghiệp luôn tin tưởng vào công tác tư vấn, giải đáp vướng mắc của cơ quan hải quan	3.89	0.667	1	5
TC9	Công chức hải quan luôn lưu ý để không xảy ra sai sót.	3.77	0.705	1	5
	Công bằng, dân chủ	3.85		2	5
CB1	Cơ quan hải quan tuyên dương và tôn vinh doanh nghiệp thực hiện tốt nghĩa vụ pháp luật hải quan một cách công bằng.	3.92	0.634	2	5
CB2	Doanh nghiệp được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện	3.89	0.609	2	5
CB3	Doanh nghiệp được đối xử công bằng trong việc tư vấn thay đổi về chính sách pháp luật hải quan và việc giải đáp các vướng mắc	3.69	0.774	2	5
CB4	Doanh nghiệp không phải đóng các khoản phí ngoài quy định	3.88	0.694	2	5
	Cảm thông	3.78		1	5
CT1	Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn lắng nghe, tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp	3.89	0.701	1	5
CT2	Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn tiếp thu các phản ánh, kiến nghị, góp ý của doanh nghiệp	3.72	0.752	1	5

CT3	Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu	3.59	0.789	2	5
CT4	Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn có những lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, hỗ trợ	3.86	0.649	2	5
CT5	Cơ quan hải quan và công chức hải quan biết quan tâm và hiểu rõ những nhu cầu của doanh nghiệp	3.83	0.650	1	5
	Sự hài lòng	3.81		1	5
HL1	Doanh nghiệp hài lòng với việc tư vấn, hỗ trợ về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	3.83	0.650	1	5
HL2	Doanh nghiệp hài lòng với việc giải quyết công việc, giải đáp các vướng mắc về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	3.74	0.630	2	5
HL3	Doanh nghiệp hài lòng với chất lượng dịch vụ trong quá trình thực hiện thủ tục hải quan của cơ quan hải quan.	3.80	0.604	2	5
HL4	Doanh nghiệp sẵn sàng giới thiệu bạn bè là các doanh nghiệp khác đến thực hiện thủ tục hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang.	3.88	0.583	2	5

Qua bảng thống kê mô tả các biến trong mô hình với việc sử dụng thang đo Likert để đo lường các chỉ tiêu trong mô hình, kết quả cho ta thấy Doanh nghiệp đánh giá mức độ hài lòng đối với các tiêu chí của CLDV tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang từ mức hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý (min=1, max = 5) và giá trị trung bình của các biến giao động từ 3.59 đến 4.13.

Từ cột giá trị trung bình (Mean) của bảng thống kê ta thấy chỉ có 4 biến có giá trị trung bình từ 4.01 đến 4.13 bao gồm các biến: (TC7) Cơ quan hải quan luôn quan tâm đến các vướng mắc của doanh nghiệp; (VC3) Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem; (VC1) Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính hải quan thuận lợi, thoáng mát; (VC2) Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ. Còn lại các biến khác đều có giá trị trung bình chỉ từ 3.59 đến gần 3.96. Từ kết quả nghiên cứu trên ta có thể thấy Doanh nghiệp hài lòng với CLDV tại Cục Hải quan tỉnh

Kiên Giang chỉ ở mức độ trên trung bình nhưng không cao, trong đó có 4 chỉ tiêu có mức độ hài lòng cao hơn các chỉ tiêu khác.

3.2.3. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's alpha

Nhiều nhà nghiên cứu đồng ý rằng khi Cronbach's alpha từ 0.8 trở lên đến gần 1 thì thang đo lường là tốt, từ 0.7 đến gần 0.8 là sử dụng được (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Kết quả phân tích Cronbach's alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy (thỏa mãn yêu cầu hệ số Cronbach's alpha từ 0.7 đến gần 0.8, hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3). Cụ thể như sau:

Bảng 3.3: Hệ số Cronbach alpha của mức độ hài lòng

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Bình phương hệ số tương quan bội	Alpha nếu loại biến này
Cơ sở vật chất, Cronbach alpha = 0.835					
VC1	19,61	6,537	,632	,462	,806
VC2	19,73	6,498	,544	,391	,821
VC3	19,71	6,406	,592	,375	,812
VC4	19,79	6,330	,583	,372	,814
VC5	19,94	5,989	,636	,506	,803
VC6	19,93	5,791	,681	,546	,793
Tính minh bạch, Cronbach alpha = 0.818					
MB1	19,22	9,297	,327	,132	,842
MB2	19,23	7,978	,659	,552	,772
MB3	19,25	8,232	,652	,561	,775
MB4	19,26	8,083	,553	,467	,797
MB5	19,29	7,592	,699	,571	,762
MB6	19,16	8,402	,641	,430	,779
Năng lực phục vụ, Cronbach alpha = 0.855					
NL1	11,59	3,622	,625	,408	,845
NL2	11,61	3,320	,748	,574	,794
NL3	11,72	3,180	,753	,598	,792
NL4	11,56	3,692	,672	,477	,827

Đáp ứng, Cronbach alpha = 0.889					
DU1	30,45	15,869	,639	,453	,877
DU2	30,44	16,182	,642	,512	,876
DU3	30,47	16,513	,590	,454	,880
DU4	30,51	16,200	,626	,446	,878
DU5	30,68	15,328	,671	,561	,874
DU6	30,71	15,490	,671	,550	,874
DU7	30,66	15,276	,709	,598	,871
DU8	30,57	15,669	,661	,468	,875
DU9	30,41	17,089	,579	,374	,882
Độ tin cậy, Cronbach alpha = 0.887					
TC1	31,13	15,362	,619	,505	,876
TC2	30,90	15,522	,685	,540	,871
TC3	30,98	14,817	,692	,517	,870
TC4	31,04	14,940	,671	,468	,872
TC5	30,99	15,131	,667	,483	,872
TC6	31,00	14,942	,726	,561	,867
TC7	30,76	16,262	,483	,303	,886
TC8	30,96	15,520	,596	,471	,878
TC9	31,08	15,213	,616	,443	,877
Sự công bằng, dân chủ, Cronbach alpha = 0.853					
CB1	11,46	3,162	,699	,588	,811
CB2	11,49	3,222	,709	,572	,809
CB3	11,68	2,910	,617	,459	,854
CB4	11,50	2,842	,777	,612	,776
Sự cảm thông, Cronbach alpha = 0.867					
CT1	15,00	5,394	,719	,553	,831
CT2	15,17	5,184	,724	,597	,830
CT3	15,30	5,305	,634	,480	,856
CT4	15,03	5,725	,670	,674	,844
CT5	15,07	5,602	,717	,694	,833
Sự hài lòng, Cronbach alpha = 0.833					
HL1	11,42	2,289	,684	,483	,778
HL2	11,51	2,433	,624	,412	,806
HL3	11,45	2,343	,729	,537	,759
HL4	11,37	2,569	,614	,385	,809

Yếu tố cơ sở vật chất gồm 6 biến quan sát là VC1, VC2, VC3, VC4, VC5, VC6. Cả 6 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.835 (lớn hơn 0.6) nên thang đo cơ sở vật chất đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố tính minh bạch gồm 6 biến quan sát là MB1, MB2, MB3, MB4, MB5, MB6, cả 6 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.818 (lớn hơn 0.6) nên thang đo tính minh bạch đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố năng lực phục vụ gồm 4 biến quan sát là NLPV1, NLPV2, NLPV3, NLPV4 cả 4 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.855 (lớn hơn 0.6) nên thang đo năng lực phục vụ đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố đáp ứng gồm 9 biến quan sát là DU1, DU2, DU3, DU4, DU5, DU6, DU7, DU8, DU9 cả 9 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.889 (lớn hơn 0.6) nên thang đo đáp ứng đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố tin cậy gồm 9 biến quan sát là TC1, TC2, TC3, TC4, TC5, TC6, TC7, TC8, TC9 cả 9 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.887 (lớn hơn 0.6) nên thang đo đáp ứng đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố công bằng, dân chủ gồm 4 biến quan sát là CB1, CB2, CB3, CB4 cả 4 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.858 (lớn hơn 0.6) nên thang đo công bằng, dân chủ đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố sự cảm thông gồm 5 biến quan sát là CT1, CT2, CT3, CT4, CT5 cả 5 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.867 (lớn hơn 0.6) nên thang đo sự cảm thông đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

Yếu tố sự hài lòng gồm 4 biến quan sát là HL1, HL2, HL3, HL4 cả 4 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra hệ số Cronbach alpha 0.833 (lớn hơn 0.6) nên thang đo sự hài lòng đạt yêu cầu, các biến này được đưa vào phân tích nhân tố trong bước tiếp theo.

3.2.4. Phân tích nhân tố khám phá EFA

3.2.4.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA các biến độc lập

Sau khi kiểm tra độ tin cậy của 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 axis factoring với phép quay promax.

Thang đo mức độ hài lòng của Doanh nghiệp đối với CLDV của Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang gồm 7 thành phần chính và được đo bằng 43 biến quan sát. Sau khi kiểm tra mức độ tin cậy bằng hệ số Cronbach alpha, 43 biến quan sát đều đảm bảo độ tin cậy. Phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để đánh giá lại mức độ hội tụ của các biến quan sát theo các thành phần.

Qua 11 lần rút trích nhân tố, đã loại bỏ 11 biến quan sát như: (1) Thủ tục hành chính hải quan đơn giản; (2) Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính hải quan luôn đúng hẹn; (3) Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn có những lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, hỗ trợ; (4) Công chức hải quan luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của doanh nghiệp; (5) Công chức hải quan không bao giờ từ chối giải đáp vướng mắc của doanh nghiệp; (6) Công chức hải quan luôn lưu ý để không xảy ra sai sót; (7) Trong quá trình xử lý công việc, doanh nghiệp đồng ý với kết quả xử lý công việc của cơ quan hải quan; (8) Thời gian tư vấn cho một dịch vụ hành chính hải quan nhanh chóng; (9) Sự hướng dẫn, giải đáp của công chức hải quan dễ hiểu, thống nhất và đúng quy định; (10) Thời gian xử lý công việc của cơ quan hải quan đối với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay là phù hợp; và (11) Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ. Kết quả kiểm định KMO và Barlett's trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO khá cao bằng 0.919 lớn hơn 0.5 cho thấy phân tích nhân tố EFA rất thích hợp.

Tại các mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1 với phương pháp rút trích phương pháp principal axis factoring với phép quay promax, phân tích nhân tố đã trích được 7 nhóm nhân tố từ 43 biến quan sát còn 32 biến quan sát với phương sai trích là 52,792% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu.

Bảng 3.4: Kết quả phân tích EFA của thang đo

Biến quan sát	Yếu tố							Tên yếu tố
	1	2	3	4	5	6	7	
CB4	,934							Cảm thông, công bằng
CT1	,754							
CB2	,662							
CB1	,631							
CT5	,572							
TC7	,558							
CB3	,530							
CT2	,473							
TC8	,435							
DU5		,808						Đáp ứng
DU6		,748						
DU7		,650						
CT3		,555						
MB1		,522						
VC3			,716					Cơ sở vật chất
VC1			,628					
VC4			,558					
VC6			,517					
VC5			,412					
TC6				,657				Tin cậy
TC4				,632				
TC1				,581				
TC2				,481				
TC5				,474				
MB2					,812			Công khai quy trình
MB3					,764			
MB6					,559			
NLPV2						,755		Năng lực phục vụ
NLPV3						,583		
NLPV1						,445		
MB4							,721	Công khai công vụ
MB5							,588	
Eigenvalues	13,466	2,164	1,602	1,494	1,178	1,028	1,019	
Phương sai trích	10,605	9,795	6,908	8,496	5,238	6,679	5,071	

Kết quả bảng 3.4 cho thấy có 7 nhóm nhân tố với 32 biến quan sát được rút trích:

- Nhân tố thứ nhất gồm 9 biến quan sát được hình thành từ thành phần công bằng dân chủ, sự cảm thông và tin cậy. Tác giả đặt tên nhóm nhân tố mới cho phù hợp là “Cảm thông, công bằng” với các biến quan sát như sau:

CB4: Doanh nghiệp không phải đóng các khoản phí ngoài quy định.

CT1: Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn lắng nghe, tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp.

CB2: Doanh nghiệp được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện.

CB1: Cơ quan hải quan tuyên dương và tôn vinh doanh nghiệp thực hiện tốt nghĩa vụ pháp luật hải quan một cách công bằng.

CT5: Cơ quan hải quan và công chức hải quan biết quan tâm và hiểu rõ những nhu cầu của doanh nghiệp.

TC7: Cơ quan hải quan luôn quan tâm đến các vướng mắc của doanh nghiệp.

CB3: Doanh nghiệp được đối xử công bằng trong việc tư vấn, thay đổi về chính sách pháp luật hải quan và việc giải đáp các vướng mắc.

CT2: Cơ quan hải quan và công chức hải quan luôn tiếp thu các phản ánh, kiến nghị, góp ý của doanh nghiệp.

TC8: Doanh nghiệp luôn tin tưởng vào công tác tư vấn, giải đáp vướng mắc của cơ quan hải quan.

- Nhân tố thứ hai gồm 5 biến quan sát được hình thành từ thành phần đáp ứng, cảm thông và minh bạch. Căn cứ vào tính chất, nội dung của từng biến quan sát trong nhóm nhân tố. Tác giả đặt tên nhóm nhân tố mới là “Đáp ứng” với các biến quan sát như sau:

DU5: Các thay đổi về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm về pháp luật hải quan đều được cơ quan hải quan tuyên truyền kịp thời.

DU6: Hình thức tuyên truyền của cơ quan hải quan phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, panô, áp phích...

DU7: Doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ kịp thời của cơ quan hải quan khi gặp khó khăn trong việc thực hiện các quy định về pháp luật hải quan.

CT3: Thủ tục hành chính hải quan đơn giản.

MB1: Các quy trình thực hiện thủ tục hải quan đều được công khai tại các địa điểm làm thủ tục hải quan rõ ràng và đầy đủ.

- Nhân tố thứ ba gồm 5 biến quan sát được hình thành từ thành phần cơ sở vật chất. Tác giả đặt tên là “cơ sở vật chất” với các biến như sau:

VC3: Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem.

VC1: Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính hải quan thuận lợi thoáng mát.

VC4: Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (máy chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho doanh nghiệp.

VC6: Nơi đậu xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái.

VC5: Sơ đồ bố trí phòng, bàn làm việc thuận tiện.

- Nhân tố thứ tư gồm 5 biến quan sát được hình thành từ thành phần tính tin cậy. Tác giả đặt tên “Tin cậy”:

TC6: Cơ quan hải quan bảo mật tốt thông tin của doanh nghiệp.

TC4: Các mẫu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng, dễ thực hiện.

TC1: Cơ quan hải quan luôn thực hiện đúng quy trình đã được công khai.

TC2: Cơ quan hải quan đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định.

TC5: Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn, chính xác.

- Nhân tố thứ năm gồm 3 biến quan sát được hình thành từ thành phần tính minh bạch. Tác giả đặt tên lại là “Công khai quy trình”:

MB2: Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc.

MB3: Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn thông báo kịp thời cho doanh nghiệp khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.

MB6: Số điện thoại, đường dây nóng, hòm thư góp ý có công khai tại nơi làm việc.

- Nhân tố thứ sáu gồm 3 biến quan sát được hình thành từ thành phần năng lực phục vụ. Tác giả đặt tên là “Năng lực phục vụ”:

NLPV2: Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ chính xác.

NLPV3: Công chức hải quan có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ để tư vấn ngay cho doanh nghiệp.

NLPV1: Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng đúng thời gian quy định.

- Nhân tố thứ bảy gồm 2 biến quan sát được hình thành từ thành phần tính minh bạch. Tác giả đặt tên mới cho nhóm nhân tố là “Công khai công vụ”:

MB4: Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ cho doanh nghiệp đúng quy định.

MB5: Các loại phí và lệ phí được công khai đầy đủ tại nơi làm việc.

3.2.4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA nhân tố sự hài lòng

Đối với thang đo sự hài lòng của doanh nghiệp qua phân tích nhân tố kết quả kiểm định KMO và Barlett's trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO bằng 0.798 lớn hơn 0.5 cho thấy phân tích nhân tố EFA rất thích hợp với phương sai trích là 66.707% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu.

Bảng 3.5: Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	Yếu tố
	1
HL2	,861
HL1	,834
HL4	,789
HL3	,780
Eigenvalues	2,668
Phương sai trích %	66,707

Qua kết quả phân tích EFA ta thấy nhân tố sự hài lòng được bao gồm 4 biến quan sát như sau:

HL1: Doanh nghiệp hài lòng với việc tư vấn, hỗ trợ về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.

HL2: Doanh nghiệp hài lòng với việc giải quyết công việc, giải đáp các vướng mắc về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.

HL3: Doanh nghiệp hài lòng với chất lượng dịch vụ trong quá trình thực hiện thủ tục hải quan của cơ quan hải quan.

HL4: Doanh nghiệp sẵn sàng giới thiệu bạn bè là các doanh nghiệp khác đến thực hiện thủ tục hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang.

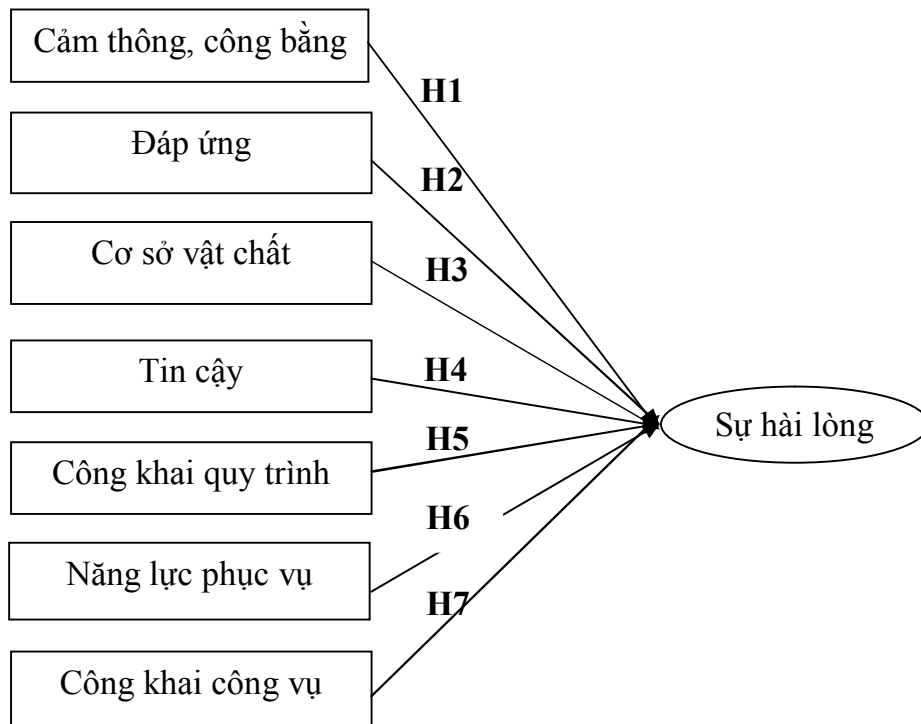
3.3. Điều chỉnh mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên kết quả phân tích EFA ở bảng 3.5 cho thấy một số biến đã được tách ra để tham gia tạo thành những nhân tố mới, do đó thang đo CLDV tại Cục Hải quan Kiên Giang sau khi phân tích và kiểm định còn 32 biến quan sát đo lường 7 nhân tố với tên gọi và danh sách biến cụ thể như sau:

Bảng 3.6: Danh sách các thang đo CLDV sau khi hiệu chỉnh

TÊN	TÊN THANG ĐO	BIẾN QUAN SÁT
X1	Cảm thông, công bằng	CB4, CT1, CB2, CB1, CT5, TC7, CB3, CT2, TC8
X2	Đáp ứng	DU5, DU6, DU7, CT3, MB1
X3	Cơ sở vật chất	VC3, VC1, VC4, VC6, VC5
X4	Tin cậy	TC6, TC4, TC1, TC2, TC5
X5	Công khai quy trình	MB2, MB3, MB6
X5	Năng lực phục vụ	NLPV2, NLPV3, NLPV1
X7	Công khai công vụ	MB4, MB5

Mô hình nghiên cứu được hiệu chỉnh như sau:

**Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh**

Với các giả thuyết nghiên cứu hiệu chỉnh:

H1: Sự cảm thông, công bằng càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H2: Sự đáp ứng càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H3: Cơ sở vật chất càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H4: Sự tin cậy càng cao thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H5: Công khai quy trình càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H6: Năng lực phục vụ càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

H7: Công khai công vụ càng tốt thì mức độ hài lòng càng cao và ngược lại.

3.4. Kiểm định mô hình

3.4.1. Phân tích tương quan

Sau khi qua giai đoạn phân tích nhân tố, có 7 nhân tố được đưa vào kiểm định mô hình. Giá trị nhân tố là trung bình của các biến quan sát thành phần thuộc nhân tố đó. Phân tích tương quan Pearson được sử dụng để xem xét sự phù hợp khi đưa các thành phần vào mô hình hồi quy. Kết quả của phân tích hồi quy sẽ được sử dụng để kiểm định các giả thuyết từ H1 đến H7.

Kiểm định hệ số tương quan Pearson dùng để kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Nếu các biến có tương quan chặt chẽ thì phải lưu ý đến vấn đề đa cộng tuyến khi phân tích hồi quy. Trong phân tích tương quan Pearson, không có sự phân biệt giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc mà tất cả đều được xem xét như nhau.

Với Y bằng sự hài lòng; (X1) Sự cảm thông, công bằng; (X2) Đáp ứng; (X3) Cơ sở vật chất; (X4) Tin cậy; (X5) Công khai quy trình; (X6) Năng lực phục vụ; (X7) Công khai công vụ.

Bảng 3.7: Kết quả phân tích tương quan Pearson

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y
X1 Pearson Correlation	1	.723**	.624**	.734**	.426**	.657**	.465**	.806**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2 Pearson Correlation	.723**	1	.624**	.668**	.370**	.619**	.458**	.660**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
X3 Pearson Correlation	.624**	.624**	1	.560**	.460**	.604**	.471**	.505**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
X4 Pearson Correlation	.734**	.668**	.560**	1	.417**	.647**	.432**	.659**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
X5 Pearson Correlation	.426**	.370**	.460**	.417**	1	.439**	.574**	.423**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
X6 Pearson Correlation	.657**	.619**	.604**	.647**	.439**	1	.425**	.548**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
X7 Pearson Correlation	.465**	.458**	.471**	.432**	.574**	.425**	1	.404**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
Y Pearson Correlation	.806**	.660**	.505**	.659**	.423**	.548**	.404**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Qua bảng trên, biến phụ thuộc “sự hài lòng” (Y) có tương quan với các biến độc lập trong mô hình, các hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê). Hệ số tương quan biến phụ thuộc là sự hài lòng với các biến độc lập tương đối khá cao, sơ bộ ta có thể kết luận các biến độc lập này có thể đưa vào mô hình để giải thích cho biến sự hài lòng của DN đối với CLDV tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang.

3.4.2. Phân tích hồi quy

3.4.2.1. Đánh giá ý nghĩa toàn diện của mô hình

Để kiểm định sự phù hợp giữa các yếu tố tạo nên sự hài lòng của Doanh nghiệp đối với CLDV tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang, tác giả sử dụng hàm hồi quy tuyến tính bội với phương pháp đưa vào một lượt (Enter). Như vậy 7 yếu tố gồm: (1) sự cảm thông, công bằng; (2) Đáp ứng; (3) Cơ sở vật chất; (4) Tin cậy; (5) Công khai quy trình; (6) Năng lực phục vụ; và (7) công khai công vụ là biến độc lập, sự hài lòng là biến phụ thuộc sẽ được đưa vào chạy hồi quy cùng 1 lúc. Kết quả nhận được cho thấy hệ số xác định bội $R^2 = 0.677$, hệ số xác định hiệu chỉnh R^2 hiệu chỉnh = 0.668.

Kiểm định F sử dụng trong phân tích phương sai là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể. Ý tưởng của kiểm định này là mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập. Trong bảng ANOVA, ta thấy giá trị sig rất nhỏ (sig = 0.000) nên mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được.

Bảng 3.8: Kết quả phân tích ANOVA

Mô hình		Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.
1	Hồi quy	46,990	7	6,713	79,803	,000 ^a
	Phần dư	22,459	267	,084		
	Tổng	69,449	274			

Bảng 3.9: Kết quả hồi quy sử dụng phương pháp Enter

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thông kê đa cộng tuyến		
	B	Std. Error	Beta			Độ chấp nhận của biến	VIF	
1	(Constant)	.606	,158		3,831	1,000		
	X1	,633	,059	,648	10,688	,000	,329	3,038
	X2	,135	,047	,162	2,839	,004	,389	2,574
	X3	-,073	,050	-,074	-1,465	,144	,481	2,079
	X4	,105	,053	,110	1,964	,051	,389	2,573
	X5	,088	,036	,111	2,464	,014	,602	1,661
	X6	-,032	,041	-,040	-,776	,438	,451	2,219
	X7	-,020	,030	-,031	-,673	,502	,585	1,709

Đồng thời từ bảng 3.9 phương trình hồi quy thể hiện mối quan hệ giữa sự hài lòng (Y) biến phụ thuộc với các biến độc lập: (X1) Sự cảm thông, công bằng; (X2) Đáp ứng; (X3) Cơ sở vật chất; (X4) Tin cậy; (X5) Công khai quy trình; (X6) Năng lực phục vụ; và (X7) Công khai công vụ được thể hiện qua biểu thức sau:

$$Y = 0.633*X1 + 0.135*X2 + 0.105*X4 + 0.088*X5$$

Diễn giải kết quả

Kết quả phân tích hồi quy có được hệ số tương quan riêng phần của các biến: X1 là quan trọng nhất do có hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.633, X2 là quan trọng thứ nhì do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.135, X4 là quan trọng thứ ba do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.105, X5 là quan trọng thứ tư do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.088, X7 là quan trọng thứ năm do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.020, X6 là quan trọng thứ sáu do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.032 và cuối cùng là X3 do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.073.

3.4.2.2. Đánh giá các giả thuyết của mô hình

Ở kiểm định F chúng ta đã kết luận mô hình toàn diện có ý nghĩa, điều này có nghĩa là có ít nhất 1 biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được một cách có ý nghĩa cho biến thiên trong biến phụ thuộc. Tuy nhiên điều này không có nghĩa là các biến độc lập được đưa vào mô hình đều có ý nghĩa, để xác định biến độc lập nào có ý nghĩa chúng ta kiểm định các giả thuyết:

H1: Sự cảm thông, công bằng tốt sẽ làm tăng mức độ hài lòng của Doanh nghiệp. Thành phần Sự công bằng, cảm thông, tin cậy có $\beta = 0.633$, giá trị $t = 10,688$, $\text{sig} = 0.000$ nên giả thuyết này được chấp nhận.

H2: Tính đáp ứng tốt sẽ làm cho mức độ hài lòng của Doanh nghiệp cao hơn. Thành phần Sự tin cậy có $\beta = 0.135$, giá trị $t = 2.893$, $\text{sig} = 0.04 (<0.05)$ nên giả thuyết này được chấp nhận.

H3: Cơ sở vật chất tốt sẽ làm cho mức độ hài lòng của Doanh nghiệp cao hơn. Thành phần cơ sở vật chất có $\beta = -0.073$, giá trị $t = -1.465$, $\text{sig} = 0.144 (>0.05)$ nên giả thuyết này không được chấp nhận.

H4: Sự tin cậy tốt sẽ làm mức độ hài lòng của doanh nghiệp cao hơn. Thành phần sự tin cậy có $\beta = 0.105$, giá trị $t = 1.964$, $\text{sig} = 0.051 (>0.05)$ nên giả thuyết này không được chấp nhận.

H5: Công khai quy trình càng tốt càng làm tăng mức độ hài lòng của Doanh nghiệp. Thành phần Công khai quy trình có $\beta = 0.088$, giá trị $t = 2.464$, $\text{sig} = 0.014 (<0.05)$ nên giả thuyết này được chấp nhận.

H6: Năng lực phục vụ càng tốt sẽ làm tăng mức độ hài lòng của Doanh nghiệp. Thành phần Năng lực phục vụ có $\beta = -0.032$, giá trị $t = -0.766$, $\text{sig} = 0.438 (>0.05)$ nên giả thuyết này không được chấp nhận.

H7: Công khai công vụ càng tốt sẽ làm tăng mức độ hài lòng của Doanh nghiệp. Thành phần Công khai công vụ có $\beta = -0.020$, giá trị $t = -0.673$, $\text{sig} = 0.502 (>0.05)$ nên giả thuyết này không được chấp nhận.

Vậy mô hình toàn diện có ý nghĩa thống kê và kết quả kiểm định các giả thuyết bằng phương pháp đánh giá ý nghĩa của từng biến độc lập riêng biệt thì chỉ 4/7 nhân tố có ý nghĩa thống kê.

3.4.2.3. Dò tìm sự vi phạm các giả định cần thiết trong hồi quy

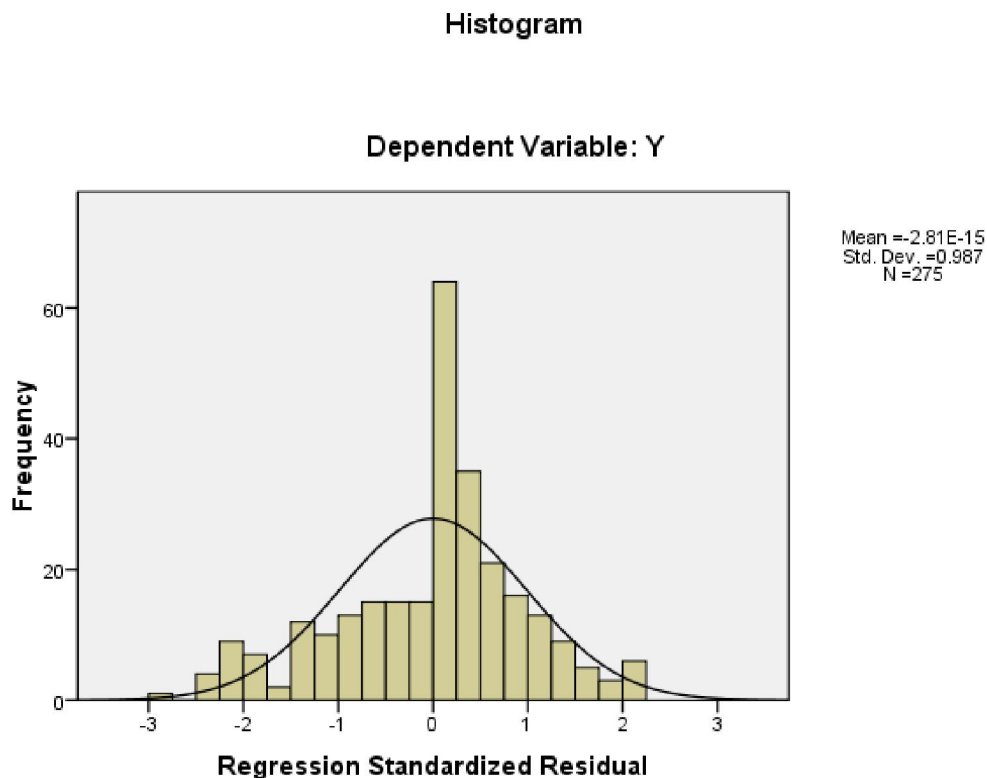
Mô hình hồi quy tuyến tính bằng phương pháp Enter được thực hiện với một số giả định và mô hình chỉ thực sự có ý nghĩa khi các giả định này được đảm bảo. Do vậy, để đảm bảo cho độ tin cậy của mô hình, chúng ta còn phải thực hiện một loạt các dò tìm sự vi phạm các giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính.

Đầu tiên là giả định *liên hệ tuyến tính*. Phương pháp được sử dụng là biểu đồ Scatterplot với giá trị phần dư chuẩn hóa trên trục tung và giá trị dự đoán chuẩn hóa

trên trục hoành. Nhìn vào biểu đồ ta thấy phần dư không thay đổi theo một trật tự nào đối với giá trị dự đoán. Vậy giả thuyết về liên hệ tuyến tính không bị vi phạm.

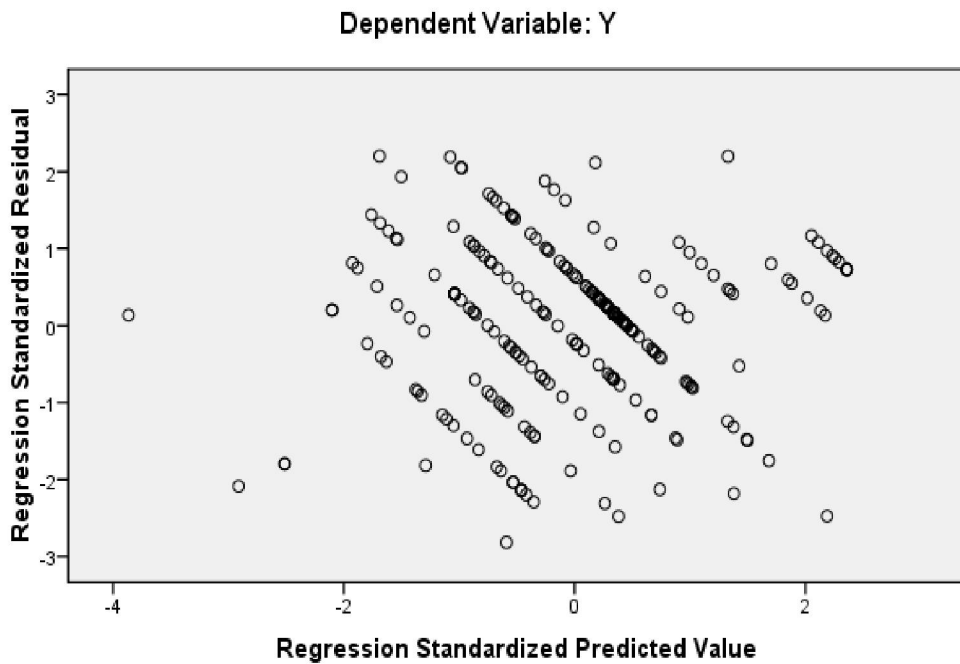
Giả định tiếp theo cần xem xét là *phương sai của phần dư không đổi*. Để thực hiện kiểm định này, chúng ta sẽ tính hệ số tương quan hạng Spearman của giá trị tuyệt đối phần dư và các biến độc lập. Giá trị sig. của các hệ số tương quan với độ tin cậy 95% cho thấy ta không đủ cơ sở để bác bỏ giả thuyết H_0 là giá trị tuyệt đối của phần dư độc lập với các biến độc lập. Như vậy, giả định về phương sai của sai số không đổi không bị vi phạm.

Để dò tìm sự vi phạm giả định phân *phối chuẩn của phần dư* ta sẽ dùng hai công cụ vẽ của phần mềm SPSS là biểu đồ Histogram và đồ thị P-P plot. Nhìn vào biểu đồ Histogram (hình 4.5) ta thấy phần dư có phân phối chuẩn với giá trị trung bình gần bằng 0 và độ lệch chuẩn của nó gần bằng 1 (= 0.987). Nhìn vào đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kỳ vọng, có nghĩa là dữ liệu phần dư có phân phối chuẩn.



Hình 3.3: Biểu đồ Histogram

Scatterplot



Hình 3.4: Đồ thị Scatterplot

Giả định tiếp theo về *tính độc lập của phần dư* cũng cần được kiểm định. Ta dùng đại lượng thống kê Durbin-Watson (d) để kiểm định. Đại lượng d này có giá trị từ 0 đến 4. Trong thực tế, khi tiến hành kiểm định Durbin- Watson người ta thường áp dụng quy tắc kiểm định đơn giản như sau: nếu $1 < d < 3$ thì kết luận mô hình không có tương quan; nếu $0 < d < 1$ thì kết luận mô hình có sự tương quan dương; nếu $3 < d < 4$ thì kết luận mô hình có sự tương quan âm. Từ kết quả $1 < d = 1.720 < 3$ như vậy ta có thể kết luận các phần dư là độc lập với nhau và tính độc lập của phần dư đã được bảo đảm.

Cuối cùng, ta sẽ xem xét sự vi phạm đa cộng tuyến của mô hình. Ở phần phân tích hệ số tương quan ở trên, ta đã thấy rằng giữa biến phụ thuộc có quan hệ tương quan khá rõ với các biến độc lập nhưng ta cũng thấy được giữa các biến độc lập cũng có tương quan với nhau. Điều này sẽ tạo ra khả năng đa cộng tuyến của mô hình. Vì vậy, ta phải dò tìm *hiện tượng đa cộng tuyến* bằng cách tính độ chấp nhận của biến (Tolerance) và hệ số phóng đại phương sai (Variance inflation factor - VIF). Độ chấp nhận trong trường hợp này của bảy biến trong mô hình khá cao, đều lớn hơn 0.5 trong khi hệ số VIF khá thấp đa số nhỏ hơn 10 (bảng 3.8). 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).

Như vậy mô hình hồi quy tuyến tính được xây dựng theo phương trình ở trên là không vi phạm các giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính.

3.5. Kiểm định mức độ hài lòng của doanh nghiệp theo các biến nhân khẩu học.

Phân tích phương sai ANOVA (Analysis of Variance) là phương pháp kiểm định giả thuyết về sự bằng nhau của hai trung bình hay nhiều hơn dựa trên đại lượng thống kê F. Mục đích sử dụng phương pháp ANOVA trong phần này là nhằm kiểm định sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các nhóm đáp viên theo các đặc điểm nhân khẩu học như: Giới tính, Chức vụ, Số năm tham gia, Loại hình doanh nghiệp, Đặc điểm doanh nghiệp, Lĩnh vực hoạt động và Phương thức thực hiện thủ tục hải quan.

Như vậy, ANOVA được sử dụng trong trường hợp này là ANOVA một nhân tố (One-Way ANOVA) với biến độc lập (nhân tố) là từng biến nhân khẩu học, còn biến phụ thuộc chính là sự hài lòng.

Khi thực hiện phân tích One-Way ANOVA cần phải lưu ý đến 3 điều kiện: i) Mẫu phải có phân phối chuẩn; ii) Các mẫu cần phải độc lập với nhau; và iii) Phương sai của các mẫu phải bằng nhau. Nếu một trong ba điều kiện trên không thỏa thì One-Way ANOVA sẽ không được thực hiện, thay vào đó có thể sử dụng phương pháp khác (có độ tin cậy thấp hơn) chẳng hạn như kiểm định phi tham số.

Kết quả phân tích được tổng hợp trong Bảng 3.10

Bảng 3.10: Kết quả phân tích ANOVA theo các biến nhân khẩu học

STT	Nhân tố	Thống kê F(sig.F)	Kết luận
1	Giới tính	F=4.357, Sig.F=0.038	Có sự khác biệt
2	Chức vụ	F=2.229, Sig.F=0.052	Có sự khác biệt
3	Số năm tham gia TTHQ	F=1.584, Sig.F=0.207	Không có sự khác biệt
4	Loại hình doanh nghiệp	F=1.310, Sig.F=0.271	Không có sự khác biệt
5	Đặc điểm doanh nghiệp	F=0.149, Sig.F=0.930	Không có sự khác biệt
6	Lĩnh vực hoạt động chính	F=1.727, Sig.F=0.162	Không có sự khác biệt
7	Phương thức thực hiện	F=0.973, Sig.F=0.379	Không có sự khác biệt

Như vậy, giữa Số năm tham gia TTHQ, Loại hình doanh nghiệp, Đặc điểm doanh nghiệp, Lĩnh vực hoạt động chính, Phương thức thực hiện thủ tục hải quan không có sự khác biệt về mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ hải quan.

Tuy nhiên, có sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa giới tính và chức vụ.

Trong nhóm Chức vụ, các đáp viên là nhân viên, chuyên viên có mức độ hài lòng cao hơn những đáp viên khác (điểm hài lòng trung bình gần 3.85). Các đáp viên là Giám đốc có điểm hài lòng thấp nhất (3.33). Các nhóm đáp viên có chức vụ khác nhau như Phó giám đốc, Trưởng phòng, Phó trưởng phòng... có điểm hài lòng trung bình từ 3.69 đến 3.8.

Trong nhóm Số năm tham gia thủ tục hải quan, các đáp viên có số năm tham gia TTHQ từ 05 năm trở lên có điểm hài lòng cao nhất (3.85), các đáp viên có số năm tham gia TTHQ từ 01 năm đến dưới 05 năm là 3.77 và các đáp viên có số năm tham gia TTHQ dưới 01 năm là 3.61.

Trong nhóm Loại hình doanh nghiệp thì các đáp viên làm trong Công ty cổ phần có mức độ hài lòng là 3.84, các đáp viên làm trong Công ty TNHH có mức độ hài lòng là 3.81, các đáp viên làm trong các DNTN có mức hài lòng là 3.67 và các đáp viên của loại hình khác có mức hài lòng là 4.1.

Trong nhóm đặc điểm doanh nghiệp, các đáp viên làm trong những doanh nghiệp có phần vốn nhà nước trên 50% có điểm hài lòng trung bình là 3.78, các đáp viên làm trong những doanh nghiệp có phần vốn tư nhân trên 50% là 3.81, các đáp viên làm trong những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 3.80 và các đáp viên làm trong DN khác có điểm hài lòng là 4.0.

Trong nhóm lĩnh vực hoạt động chính, các đáp viên làm trong lĩnh vực Công nghiệp/Chế tạo có mức độ hài lòng cao hơn những đáp viên làm trong lĩnh vực khác (điểm hài lòng trung bình gần 3.9). Các đáp viên làm trong lĩnh vực xây dựng có điểm hài lòng thấp nhất (3.67). Các đáp viên làm trong những lĩnh vực khác như Dịch vụ/Thương mại, Nông nghiệp/Lâm nghiệp/ Thủy sản,... có điểm hài lòng trung bình từ 3.77 đến 3.86.

Trong nhóm Phương thức thực hiện TTHQ, các đáp viên thực hiện phương thức tự khai báo có điểm hài lòng cao nhất là 3.83, các đáp viên thực hiện phương thức DN ký tên đóng dấu và thuê người ngoài DN làm TTHQ có điểm hài lòng trung bình là 3.8, các đáp viên thực hiện phương thức thông qua đại lý làm TTHQ có điểm hài lòng trung bình là 3.68.

Tóm tắt chương 3

Chương 3 trình bày kết quả nghiên cứu sau khi đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach Alpha, phân tích nhân tố sau khi loại bỏ các biến không đạt yêu cầu thì có 7 nhân tố được rút ra và mô hình mới được hiệu chỉnh gồm 7 nhân tố là: Sự cảm thông, công bằng; Đáp ứng; Cơ sở vật chất; Tin cậy; Công khai quy trình; Năng lực phục vụ; Công khai công vụ.

Phân tích hồi quy đa biến và kiểm định giả thuyết của mô hình toàn diện có ý nghĩa thống kê đã khẳng định: mức độ hài lòng của DN được kiểm định thông qua 7 nhóm nhân tố là sự cảm thông, công bằng; sự tin cậy; đáp ứng; công khai quy trình; năng lực phục vụ; cơ sở vật chất; công khai công vụ và kết quả kiểm định giả thuyết đối với từng biến riêng biệt thì cả 7 nhân tố đều có ý nghĩa về mặt thống kê đối với mô hình đo lường mức độ hài lòng của DN.

Kiểm định T-test và phân tích ANOVA cho kết quả mức độ hài lòng của Doanh nghiệp đối với CLDV tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang có sự khác biệt giữa các đối tượng có giới tính và chức vụ khác nhau và không có sự khác biệt giữa các đối tượng có số năm tham gia khác nhau của người được phỏng vấn, loại hình doanh nghiệp khác nhau, đặc điểm của doanh nghiệp khác nhau, giữa các doanh nghiệp có lĩnh vực hoạt động khác nhau và phương thức thực hiện thủ tục hải quan khác nhau.

CHƯƠNG 4: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

4.1. Kết luận

Trên cơ sở lý thuyết liên quan đến đánh giá mức độ hài lòng của Doanh nghiệp tác giả đã xây dựng và thông qua kết quả nghiên cứu định tính cho thấy có 7 nhân tố có thể tạo nên mức độ hài lòng của DN. Sau khi tiến hành phân tích nhân tố các thang đo lường từ nghiên cứu định lượng cho thấy mức độ hài lòng của DN được đo lường cũng bằng 7 nhân tố nhưng tên các biến quan sát cho từng nhân tố khác nhau, đó là: Sự cảm thông, công bằng; Đáp ứng; Cơ sở vật chất; Tin cậy; Công khai quy trình; Năng lực phục vụ; Công khai công vụ và mức độ quan trọng của từng nhân tố được sắp xếp theo thứ tự như sau: Sự cảm thông, công bằng có ảnh hưởng lớn nhất đến mức độ hài lòng do có hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.633; kế tiếp Tính đáp ứng do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.135; sự tin cậy do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.105; công khai quy trình do hệ số beta đã chuẩn hóa là 0.088; công khai công vụ do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.020; năng lực phục vụ do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.032; và cuối cùng là cơ sở vật chất do hệ số beta đã chuẩn hóa là -0.073. Đồng thời mức độ hài lòng trung bình của các biến quan sát thuộc yếu tố cảm thông, công bằng đều chỉ đạt mức trung bình từ 3.69 đến 4.09, biến quan sát thuộc yếu tố công khai công vụ đạt mức hài lòng trung bình đạt từ 3.79 đến 3.82, biến quan sát thuộc yếu tố cơ sở vật chất đạt mức hài lòng trung bình thấp nhất là 3.80 và cao nhất 4.13, biến quan sát thuộc yếu tố công khai quy trình đạt mức hài lòng trung bình từ 3.83 đến 3.92, biến quan sát thuộc yếu tố đáp ứng đạt mức hài lòng trung bình chỉ từ 3.59 đến 3.86, biến quan sát thuộc yếu tố năng lực phục vụ đạt mức hài lòng trung bình từ 3.77 đến 3.90, biến quan sát thuộc yếu tố tin cậy đạt mức hài lòng trung bình từ 3.72 đến 3.96. Nói chung mức độ hài lòng của các yếu tố đều chưa cao cần có sự cải tiến để nâng mức độ hài lòng.

4.2. Đề xuất đối với cơ quan cung cấp dịch vụ

Đối với Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang nói riêng và ngành thuế nói chung, nghiên cứu này có một số ý nghĩa nhất định. Trước hết mức độ hài lòng đạt mức trung bình 3.81 là tương đối thấp nên cơ quan hải quan cần có nhiều biện pháp nhằm làm tăng mức độ hài lòng của DN, khi Doanh nghiệp hài lòng cao với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan thì họ sẽ tin tưởng hơn vào các dịch vụ do ngành Hải quan nói riêng và các loại dịch vụ công nói chung cung cấp. Với kết quả phân tích hồi quy cho thấy

mức độ hài lòng của doanh nghiệp được đo lường bởi yếu tố sự cảm thông, công bằng; Đáp ứng; Cơ sở vật chất; Tin cậy; Công khai quy trình; Năng lực phục vụ; Công khai công vụ. Mức độ tác động của từng yếu tố được thể hiện qua hệ số hồi quy của các biến trong phương trình giúp cơ quan hải quan thấy được mình nên tác động vào yếu tố nào để cải thiện mức độ hài lòng của Doanh nghiệp.

4.2.1. Cảm thông công bằng

Mức độ hài lòng của DN đối với yếu tố sự cảm thông, công bằng đạt cao hơn mức độ hài lòng, tuy nhiên mức độ hài lòng chỉ đạt dưới mức đồng ý, do đó cơ quan thuế cần tiếp tục tăng cường tạo điều kiện tốt nhất và có lời khuyên tốt nhất cho DN, lắng nghe tìm hiểu nguyện vọng của DN, đối xử công bằng, biết quan tâm đến DN (trong điều kiện có thể).

Trước hết cần tăng cường lắng nghe tìm hiểu nguyện vọng của DN theo hướng: tại bộ phận nghiệp vụ của Cục Hải quan và các Chi cục Hải quan cần có hộp thư góp ý; mỗi cuộc đối thoại, tập huấn, triển khai và hội thảo với DN tại Cục Hải quan và các Chi cục Hải quan cần phát phiếu thăm dò ý kiến của DN; hàng tháng tổ chức ít nhất một buổi tiếp DN tại Cục Hải quan và các Chi cục Hải quan trực thuộc; trong tháng tổ chức ít nhất một buổi đối thoại trực tiếp trên truyền hình do Cục Hải quan tổ chức. Qua hộp thư góp ý và tiếp thu các ý kiến của DN trong các buổi gặp mặt nêu trên sẽ giúp Cục Hải quan và các Chi cục Hải quan trực thuộc có những giải pháp nhằm đáp ứng được một phần nào nguyện vọng của DN.

Công chức làm công tác Nghiệp vụ cần biết tăng cường quan tâm đến DN, muốn công chức quan tâm đến DN cơ quan hải quan cần thường xuyên rèn luyện, giáo dục, tư tưởng, đạo đức và tác phong của cán bộ làm công tác Nghiệp vụ; phải thường xuyên uốn nắn, chấn chỉnh kịp thời đối với cán bộ làm công tác này có thái độ không nhã nhặn và lịch sự với DN.

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 DN thực hiện tốt pháp luật hải quan phải được thực hiện một cách công bằng.

4.2.2. Tin cậy

Tin cậy là yếu tố thứ hai có ý nghĩa quan trọng đối với việc đánh giá mức độ hài lòng của DN, tuy nhiên mức độ hài lòng của yếu tố này còn thấp hơn mức độ hài

lòng vì vậy cần phải tăng cường tính tin cậy theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua các nội dung như không để xảy ra sai sót trong công tác nghiệp vụ, tạo sự tin tưởng cho DN, tạo điều kiện cho DN luôn nhận được kết quả giải quyết chính xác, kịp thời, thông tin của DN luôn được bảo mật và thời gian xử lý công việc phải phù hợp.

Để tránh xảy ra sai sót ngành hải quan nói chung và Cục Hải quan Kiên Giang nói riêng phải thường xuyên đào tạo, tập huấn cho cán bộ làm công tác chuyên môn nghiệp vụ. Đồng thời 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 DN.

Mức độ hài lòng của DN về thời gian xử lý công việc của công chức phòng TTHT đối với yêu cầu của DN hiện nay là còn thấp, do đó cần xem lại thời gian xử lý công việc của quy trình xử lý hồ sơ cho DN, từ đó sẽ có giải pháp 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 DN.

4.2.3. Đáp ứng

Tính đáp ứng là yếu tố thứ ba có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của DN, kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ hài lòng của yếu tố này hiện nay đạt ở mức thấp nhất so với các yếu tố khác vì vậy cần phải tăng cường cải thiện yếu tố đáp ứng theo hướng tập trung vào việc bộ phận nghiệp vụ cần hiểu rõ nhu cầu DN, về hình thức tuyên truyền phải được đổi mới, phù hợp, hình thức tuyên truyền phải phong phú, đa dạng.

Để tăng cường mức độ hài lòng đối với yếu tố công chức làm công tác nghiệp vụ hiểu rõ những nhu cầu của DN thì trong công tác bố trí, lựa chọn cán bộ làm công tác nghiệp vụ cần chọn những cán bộ 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. Từ đó công chức làm ở bộ phận này sẽ chịu khó hiểu rõ và đáp ứng được yêu cầu của DN.

Hình thức tuyên truyền, hỗ trợ của Phòng Nghiệp vụ cần luôn được đổi mới, đa dạng, phong phú và phù hợp với DN nhằm giúp DN dễ nắm và dễ hiểu nội dung về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm pháp luật hải quan. Từ đó sẽ giúp DN chấp hành tốt các chính sách pháp luật thuế, hạn chế được các sai phạm về thuế trong hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu. Để công tác tuyên truyền luôn đổi mới đáp ứng được yêu cầu của DN cần phải đa dạng theo hướng tuyên truyền về các chính sách

thuế xuất khẩu, nhập khẩu trên phát thanh, truyền hình dưới dạng tiểu phóng sự truyền thanh, truyền hình; tuyên truyền bằng các cuộc thi tìm hiểu CST trong lực lượng đoàn viên thanh, học sinh, sinh viên, ...

4.2.4. Công khai quy trình

Mức độ hài lòng của DN đối với yếu tố công khai quy trình đạt cao hơn mức độ hài lòng, tuy nhiên mức độ hài lòng chỉ đạt dưới mức đồng ý, do đó cơ quan hải quan cần tiếp tục tăng cường công khai theo hướng tất cả các quy định liên quan đến thời gian tiếp nhận và trả kết quả, quy trình tiếp nhận hồ sơ, bộ TTHC luôn được công khai tại cửa ra vào và bất cứ nơi nào thuận tiện cho DN nghiên cứu nhằm giúp DN dễ dàng thấy được và thực hiện tốt.

4.2.5. Năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ là yếu tố thứ năm có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của DN, đạt cao hơn mức độ hài lòng, tuy nhiên mức độ hài lòng chỉ đạt dưới mức đồng ý, do đó cơ quan hải quan cần tiếp tục tăng cường cải thiện yếu tố đáp ứng theo hướng tập trung vào việc công chức làm công tác nghiệp vụ phải biết linh hoạt trong xử lý công việc, có đủ kiến thức để xử lý công việc một cách chuyên nghiệp.

Để công chức của Cục Hải quan biết linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó khăn: Đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ, công chức về kiến thức chuyên môn thì rà soát, phân loại đối tượng cán bộ cần tập huấn theo các trình độ khác nhau để có các kế hoạch tập huấn, nâng cao trình độ; về ý thức, tư tưởng thì tổ chức phổ biến, thấm nhuần cho cán bộ làm công tác nghiệp vụ về ý thức phục vụ, đạo đức cán bộ, về nhiệm vụ cải cách, hiện đại hóa của ngành; về kỹ năng công tác thì đào tạo các kỹ năng giao tiếp, ứng xử, kỹ năng khai thác thông tin, trình bày... phục vụ công tác hỗ trợ DN; các hình thức đào tạo thì thảo luận tay đôi, trao đổi nghiệp vụ, làm việc theo nhóm hoặc những người đã làm việc lâu năm có kinh nghiệm hướng dẫn, giúp đỡ những người mới làm tác nghiệp; 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 Hải quan khác.

4.2.6. Cơ sở vật chất

Trong các yếu tố đo lường mức độ hài lòng của DN thì yếu tố cơ sở vật chất có mức độ hài lòng cao nhất và đạt trên mức độ đồng ý. Tuy nhiên trong yếu tố cơ sở vật chất thì nhân tố thiết bị công nghệ chưa đạt mức độ hài lòng cao cần phải cải thiện

theo hướng cục thuế nên đầu tư thêm trang thiết bị tin học như đèn chiếu, đặt thêm máy vi tính để DN có thể tự truy cập thông tin liên quan ngay tại Cục Hải quan hay các nơi mà NNT cần được tư vấn, hỗ trợ.

Thường xuyên nâng cấp trang web dành riêng cho Cục Hải quan tỉnh và DN cập nhật ngay khi có văn bản mới có liên quan đến chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu cho DN.

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 DN nhanh chóng và hiệu quả.

Phải thường xuyên nâng cấp phần mềm hỗ trợ việc khai báo hải quan, kê khai thuế của DN.

4.2.7. Công khai công vụ

Đối với chất lượng dịch vụ công thì vấn đề công khai công vụ là yếu tố cần thiết và bắt buộc phải thực hiện, tuy nhiên với kết quả khảo sát thì mức độ hài lòng của DN đối với yếu tố này còn thấp, cả hai biến trong yếu tố đều đạt dưới mức đồng ý vì vậy việc tăng cường yếu tố này là cần thiết và nên thực hiện theo hướng:

Công chức làm công tác nghiệp vụ luôn thông báo kịp thời cho DN khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định, để nâng cao mức độ hài lòng đối với việc này thì phòng Nghiệp vụ phải có văn bản hoặc thông báo nêu rõ lý do chưa giải quyết kịp thời gửi cho DN; trường hợp đối thoại trực tiếp với DN trên truyền hình thì phải thông báo nêu rõ lý do chưa trả lời được cho DN.

Cần tăng cường giáo dục ý thức nhằm giúp công chức làm công tác nghiệp vụ luôn đeo thẻ công chức và đặt bảng tên nơi làm việc, việc chấp hành đeo thẻ công chức là một trong những tiêu chí đánh giá việc chấp hành nội quy, quy chế cơ quan. Từ việc cán bộ công chức thường xuyên theo thẻ công chức và đặt bảng tên tại nơi làm việc giúp DN có thể có những nhận xét, đánh giá thái độ phục vụ và trình độ chuyên môn nghiệp vụ của công chức làm công tác này để tạo tiền đề điều động, luân chuyển công tác theo quy định. Đồng thời tạo điều kiện cho DN cảm thấy an tâm và hài lòng khi làm việc với những cán bộ công chức dù chưa quen nhưng vẫn có thể biết tên và cảm thấy được tôn trọng.

4.2.8. Đối với sự hài lòng

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ hài lòng vẫn còn ở mức thấp, đặc biệt qua phân tích mức độ hài lòng và không có sự khác biệt rõ rệt giữa các nhóm có giới

tính khác nhau, chức vụ khác nhau của người được phỏng vấn, số năm tham gia khác nhau, loại hình doanh nghiệp khác nhau, đặc điểm của doanh nghiệp khác nhau, giữa các doanh nghiệp có lĩnh vực hoạt động khác nhau khác nhau và phương thức thực hiện thủ tục hải quan khác nhau. Tuy nhiên mức độ khác nhau không rõ rệt. Trong yếu tố sự hài lòng trước tiên 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 CST, hoạt động tư vấn.

Nhìn chung các nội dung của công tác nghiệp vụ hải quan đều phải được cải tiến nhằm nâng cao mức độ hài lòng, nhưng vấn đề quan trọng cần phải tăng cường cung cấp thông tin cảnh báo giúp cho mọi đối tượng, mọi thành phần kinh tế đều có thể nắm bắt và hiểu các vấn đề liên quan đến chính sách thuế xuất khẩu, nhập khẩu. Tiếp theo quan trọng là vấn đề cử cán bộ thực hiện công tác nghiệp vụ phải lựa chọn người có tâm, có đức, có trình độ và có khả năng giải quyết vấn đề tốt.

4.3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo

Kết quả nghiên cứu dựa trên sự khảo sát các doanh nghiệp tham gia thực hiện thủ tục hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang và chưa có sự đối chiếu so sánh với các Cục Hải quan khác trong vùng, miền; thêm vào đó do giới hạn về địa giới hành chính, về thái độ nhận thức, trình độ hiểu biết, phong tục mỗi địa phương khác nhau sẽ có sự đánh giá khác nhau, nên cần có thêm các nghiên cứu để có thể so sánh hoàn thiện hơn.

Kết quả nghiên cứu thuộc phạm vi hẹp, chỉ dừng lại ở việc đo lường, tìm hiểu mối quan hệ giữa sự hài lòng và các thành phần CLDV và có kèm đánh giá mức độ ở các đối tượng khác nhau, nhưng nghiên cứu chỉ là một trong những thông tin hỗ trợ cho quyết định cải cách hiện đại hóa tại Cục Hải quan, cần có nghiên cứu đối với các ngành khác thuộc lĩnh vực dịch vụ công nhằm đưa ra mô hình hoàn chỉnh để đo lường mức độ hài lòng đối với CLDV công nói chung.

Từ hạn chế của đề tài đã gợi ý cho quá trình nghiên cứu tiếp theo theo hướng:

Vận dụng kết quả nghiên cứu mà đề tài đã hoàn thành tiếp tục thực hiện các nghiên cứu định tính, nghiên cứu sơ bộ theo các phương pháp chuyên gia, thảo luận nhóm nhằm bổ sung các thang đo mới và sát với tình hình thực tế.

Mở rộng nghiên cứu trong ngành hải quan ở các địa phương khác nhau; các lĩnh vực khác nhau có liên quan đến dịch vụ công nhằm hoàn thiện mô hình nghiên cứu mang tính khái quát chung.

Tóm tắt chương 4

Chương này đã kết luận về vấn đề nghiên cứu và đề xuất một số hướng cải tiến các nội dung liên quan nhằm nâng cao mức độ hài lòng của DN đối với CLDV theo hướng tập trung vào cải tiến các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của DN.

KẾT LUẬN

Việc đánh giá mức độ hài lòng của người dân đối với CLDV công hiện nay đang là vấn đề được mọi người quan tâm nghiên cứu; dịch vụ tại Cục Hải quan là một trong những loại dịch vụ công và việc nghiên cứu mức độ hài lòng của DN đối với CLDV tại Cục Hải quan Kiên Giang là cần thiết. Nghiên cứu đã đưa ra được thang đo mức độ hài lòng của DN về CLDV tại Cục Hải quan Kiên Giang bao gồm 7 nhân tố với 32 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 DN không khác nhau ở các nhóm đối tượng là các doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu lại 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 DN 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 nghiệp vụ, việc bố trí cán bộ có năng lực phù hợp, cải tiến công nghệ và hình thức tuyên truyền các chính sách pháp luật hải quan.

Kết quả nghiên cứu dựa trên sự khảo sát các doanh nghiệp doanh nghiệp tham gia thực hiện thủ tục Hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang, kết quả nghiên cứu chỉ ở phạm vi hẹp, chỉ dừng lại ở việc đo lường, chỉ là một trong những thông tin hỗ trợ cho Kế hoạch cải cách hiện đại hóa tại Cục Hải quan tỉnh Kiên Giang. Cần phải mở rộng nghiên cứu trong ngành Hải quan ở các địa phương khác nhau; các lĩnh vực khác nhau có liên quan đến dịch vụ công nhằm hoàn thiện mô hình nghiên cứu mang tính khái quát chung.

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

A. Tiếng việt

1. Cục Hải quan Kiên Giang (2010), *Kế hoạch cải cách, phát triển và hiện đại hóa Hải quan giai đoạn 2011-2015*.
2. Cục Hải quan Kiên Giang (2009, 2010, 2011, 2012, 2013), *Báo cáo công tác năm*.
3. Đỗ Văn Cường (2012), *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*, Luận văn thạc sĩ, Đại học Nha Trang.
4. 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.
5. Nguyễn Hữu Hải & Lê Văn Hoà (2010), *Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ công tại các cơ quan hành chính nhà nước*, Tạp chí tổ chức nhà nước số 03/2010.
6. 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.
7. Lê Minh Nhật (2011), *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng doanh nghiệp đối với dịch vụ hành chính thuế tại văn phòng Cục Thuế tỉnh Kon Tum*, Luận văn Thạc sĩ, Đại học Đà Nẵng.
8. Luc De Wulf và Jose B. Sokol (2007), *Sổ tay hiện đại hóa Hải quan*, NXB Lý luận chính trị, Hà Nội.
9. Luc De Wulf và Jose B. Sokol (2005), *Kinh nghiệm hiện đại hóa Hải quan của một số nước*, NXB Thế giới, Hà Nội.
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. Phillip Kotler (2003), *Quản trị Marketing*, NXB Thống kê, Hà Nội.
12. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS – Tập 1 và 2*, Nhà xuất bản Hồng Đức, TP Hồ Chí Minh.
13. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nghiên cứu khoa học Marketing*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.

14. Nguyễn Quang Thủy (2011), *Nghiên cứu sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công tại thành phố KonTum*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Đà Nẵng, Đà Nẵng.

15. Tạp chí Nghiên cứu Hải quan (2011, 2012, 2013).

16. Tổng cục Hải quan (2009, 2010, 2011, 2012, 2013), *Báo cáo công tác năm*, Hà Nội.

B. Tiếng Anh

17. Cronin, J.J., & Taylor, S. A. (1992), Measuring service quality: A reexamination and extension, *Journal of Marketing*, Vol 56 (July): 55-68.

18. Carman JH (1990), *Consumer perceptions of service quality: An assessment of SERVQUAL dimension*, J Retail 66(1): 33-35.

19. Dalrymple JF, Donnelly M, Wisniewski M, Curry AC (1995), *Measuring service quality in local government*. In: proceeding of the First World Congress on TMQ Chapman and Hall, Londres, pp 263-266.

20. Gronroos, C. (1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*.

21. Kotler, P., & Keller, K.L. (2006), *Marketing Management*, Pearson Prentice Hall, USA.

22. 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.

23. Parasuraman, A., et al (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for future Research", *Journal of Marketing*, Fall 1985.

24. Smith PC, Kendall LM, Hulin CL. *The Measurement of Satisfaction in Work and Retirement*. Chicago: Rand McNally; 1969.

25. Zeithaml, V.A & Bitner, M.J (2000), *Service Marketing*, Boston: Mc Graw-Hill.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: BẢNG CÂU HỎI NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

Kính chào Quý ông/bà!

Tôi là Nguyễn Tuyết Nhung, học viên Trường Đại học Nha Trang- Phân hiệu Kiên Giang. Hiện tôi đang nghiên cứu về “Đo lường về sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ Hải quan tỉnh Kiên Giang”, để hoàn thành luận văn tôi rất mong nhận được sự giúp góp ý của Quý ông/bà về chủ đề này.

Xin lưu ý rằng không có quan điểm nào đúng hoặc sai cả, các quan điểm của ông/bà đều có giá trị cho đề tài nghiên cứu. Đồng thời giúp cho cơ quan Hải quan có những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ.

Xin ông/bà cho ý kiến về những câu hỏi sau:

Bảng câu hỏi dùng để thảo luận liên quan đến các yếu tố chất lượng như sau:

I	CƠ SỞ VẬT CHẤT
1	Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính Hải quan thuận lợi thoáng mát.
2	Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ.
3	Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem.
4	Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (máy chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho doanh nghiệp.
5	Sơ đồ bố trí phòng, bàn làm việc thuận tiện.
6	Nơi đậu xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái.
II	TÍNH MINH BẠCH
1	Các quy trình thực hiện thủ tục Hải quan đều được công khai các địa điểm làm thủ tục Hải quan rõ ràng và đầy đủ.
2	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc.
3	Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn thông báo kịp thời cho doanh nghiệp khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.
4	Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ cho doanh nghiệp đúng quy định
5	Các loại phí và lệ phí được công khai đầy đủ tại nơi làm việc.
6	Số điện thoại đường dây nóng, hòm thư góp ý có công khai tại nơi làm việc.

III	NĂNG LỰC PHỤC VỤ
1	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng đúng thời gian quy định
2	Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ chính xác.
3	Công chức hải quan có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ để tư vấn ngay cho doanh nghiệp.
4	Sự hướng dẫn, giải đáp của công chức hải quan dễ hiểu, thống nhất và đúng quy định.
IV	SỰ ĐÁP ỨNG
1	Thời gian tư vấn cho một dịch vụ hành chính Hải quan nhanh chóng.
2	Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính hải quan luôn đúng hạn.
3	Công chức hải quan luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của doanh nghiệp.
4	Công chức hải quan không bao giờ từ chối giải đáp vướng mắc của doanh nghiệp.
5	Các thay đổi về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm về pháp luật Hải quan đều được cơ quan Hải quan tuyên truyền kịp thời.
6	Hình thức tuyên truyền của cơ quan hải quan phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, panô, áp phích...
7	Doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ kịp thời của cơ quan hải quan khi gặp khó khăn trong việc thực hiện các quy định về pháp luật Hải quan
8	Trong quá trình xử lý công việc, doanh nghiệp đồng ý với kết quả xử lý công việc của cơ quan Hải quan
9	Thời gian xử lý công việc của cơ quan hải quan đối với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay là phù hợp.
V	ĐỘ TIN CẬY
1	Cơ quan Hải quan luôn thực hiện đúng quy trình đã được công khai.
2	Cơ quan Hải quan đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định.
3	Thủ tục hành chính Hải quan đơn giản.
4	Các mẫu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng, dễ thực hiện.
5	Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn, chính xác.
6	Cơ quan hải quan bảo mật tốt thông tin của doanh nghiệp.

VI	SỰ CÔNG BẰNG, DÂN CHỦ
1	Cơ quan hải quan tuyên dương và tôn vinh doanh nghiệp thực hiện tốt nghĩa vụ pháp luật Hải quan một cách công bằng.
2	Doanh nghiệp được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện.
3	Doanh nghiệp được đối xử công bằng trong việc tư vấn thay đổi về chính sách pháp luật hải quan và việc giải đáp các vướng mắc.
4	Doanh nghiệp không phải đóng các khoản phí ngoài quy định.
VII	SỰ CẢM THÔNG
1	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn lắng nghe, tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp.
2	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tiếp thu các phản ánh, kiến nghị, góp ý của doanh nghiệp.
3	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu.
4	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn có những lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, hỗ trợ.
5	Cơ quan Hải quan và công chức hải quan biết quan tâm và hiểu rõ những nhu cầu của doanh nghiệp.
VIII	SỰ HÀI LÒNG
1	Doanh nghiệp hài lòng với việc tư vấn, hỗ trợ về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.
2	Doanh nghiệp hài lòng với việc giải quyết công việc, giải đáp các vướng mắc về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.
3	Doanh nghiệp hài lòng với chất lượng dịch vụ trong quá trình thực hiện thủ tục hải quan của cơ quan hải quan.

Phụ lục 2: BẢNG CÂU HỎI ĐỊNH LƯỢNG

Xin chào Quý doanh nghiệp!

Tôi là Nguyễn Tuyết Nhung, học viên Trường Đại học Nha Trang- Phân hiệu Kiên Giang. Hiện tôi đang nghiên cứu về “Đo lường về sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ Hải quan tỉnh Kiên Giang”, để hoàn thành luận văn tôi rất mong nhận được sự giúp đỡ của Quý doanh nghiệp trong việc tham gia bảng câu hỏi này.

Trước khi bắt đầu trả lời, mong Quý doanh nghiệp đọc những chú ý dưới đây:

- ❖ Trả lời tất cả câu hỏi (đánh dấu “X” vào cột theo những chỉ dẫn trong bảng câu hỏi).
- ❖ Tôi xin cam kết thông tin của Quý doanh nghiệp chỉ được sử dụng với mục đích nghiên cứu của đề tài luận văn nói trên, không nhằm mục đích thương mại. Tất cả những thông tin này sẽ được giữ bí mật và chỉ cung cấp cho thầy cô để kiểm chứng khi có yêu cầu.
- ❖ Bảng câu hỏi gồm 06 trang.

Phần 1: NỘI DUNG KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP

Xin vui lòng cho biết ý kiến đánh giá của Quý doanh nghiệp về mức độ đồng ý đối với những phát biểu dưới đây.

Xin đánh dấu “X” vào cột Quý doanh nghiệp chọn:

I. CƠ SỞ VẬT CHẤT	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Nơi thực hiện các dịch vụ hành chính Hải quan thuận lợi thoáng mát.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Trang thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy tính đầy đủ.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nơi niêm yết thông báo, thủ tục hành chính dễ nhận thấy, dễ xem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Thiết bị công nghệ thông tin hiện đại được dùng (máy chiếu, máy vi tính...) phục vụ việc tập huấn và triển khai chính sách cho doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Sơ đồ bố trí phòng, bàn làm việc thuận tiện.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Nơi đậu xe và ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
II. TÍNH MINH BẠCH	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Các quy trình thực hiện thủ tục Hải quan đều được công khai các địa điểm làm thủ tục Hải quan rõ ràng và đầy đủ.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn đeo thẻ công chức và có bảng tên tại nơi làm việc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Công chức tại nơi làm thủ tục hải quan luôn thông báo kịp thời cho doanh nghiệp khi nhu cầu của họ chưa được giải quyết đúng quy định.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Thời gian tiếp nhận và trả kết quả hồ sơ cho doanh nghiệp đúng quy định	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Các loại phí và lệ phí được công khai đầy đủ tại nơi làm việc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Số điện thoại đường dây nóng, hòm thư góp ý có công khai tại nơi làm việc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
III. NĂNG LỰC PHỤC VỤ	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng đúng thời gian quy định	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Công chức hải quan có khả năng giải quyết hồ sơ chính xác.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Công chức hải quan có khả năng phát hiện sơ suất của hồ sơ để tư vấn ngay cho doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sự hướng dẫn, giải đáp của công chức hải quan dễ hiểu, thống nhất và đúng quy định.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. SỰ ĐÁP ỨNG	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Thời gian tư vấn cho một dịch vụ hành chính Hải quan nhanh chóng.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Thời gian giải quyết xong một dịch vụ hành chính hải quan luôn đúng hẹn.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Công chức hải quan luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Công chức hải quan không bao giờ từ chối giải đáp vướng mắc của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Các thay đổi về chính sách thuế, quy trình và các văn bản quy phạm về pháp luật Hải quan đều được cơ quan Hải quan tuyên truyền kịp thời.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Hình thức tuyên truyền của cơ quan hải quan phong phú, đa dạng: báo, đài, văn bản, panô, áp phích...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ kịp thời của cơ quan hải quan khi gặp khó khăn trong việc thực hiện các quy định về pháp luật Hải quan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Trong quá trình xử lý công việc, doanh nghiệp đồng ý với kết quả xử lý công việc của cơ quan Hải quan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Thời gian xử lý công việc của cơ quan hải quan đối với yêu cầu của doanh nghiệp hiện nay là phù hợp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V. ĐỘ TIN CẬY	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Cơ quan Hải quan luôn thực hiện đúng quy trình đã được công khai.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Cơ quan Hải quan đảm bảo giờ giấc làm việc đúng quy định.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Thủ tục hành chính Hải quan đơn giản.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Các mẫu hồ sơ có sự thống nhất rõ ràng, dễ thực hiện.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn, chính xác.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Cơ quan hải quan bảo mật tốt thông tin của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Cơ quan Hải quan luôn quan tâm đến các vướng mắc của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Doanh nghiệp luôn tin tưởng vào công tác tư vấn, giải đáp vướng mắc của cơ quan Hải quan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Công chức hải quan luôn lưu ý để không xảy ra sai sót.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VI. SỰ CÔNG BẰNG, DÂN CHỦ	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Cơ quan hải quan tuyên dương và tôn vinh doanh nghiệp thực hiện tốt nghĩa vụ pháp luật Hải quan một cách công bằng.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Doanh nghiệp được đề bạt ý kiến bằng mọi phương tiện.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Doanh nghiệp được đối xử công bằng trong việc tư vấn thay đổi về chính sách pháp luật hải quan và việc giải đáp các vướng mắc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Doanh nghiệp không phải đóng các khoản phí ngoài quy định.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VII. SỰ CẢM THÔNG	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn lắng nghe, tìm hiểu nguyện vọng của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tiếp thu các phản ánh, kiến nghị, góp ý của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn tạo điều kiện tốt nhất có thể cho doanh nghiệp hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Cơ quan Hải quan và công chức hải quan luôn có những lời khuyên tốt khi doanh nghiệp cần tư vấn, hỗ trợ.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Cơ quan Hải quan và công chức hải quan biết quan tâm và hiểu rõ những nhu cầu của doanh nghiệp.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VIII. SỰ HÀI LÒNG	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
1. Doanh nghiệp hài lòng với việc tư vấn, hỗ trợ về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Doanh nghiệp hài lòng với việc giải quyết công việc, giải đáp các vướng mắc về pháp luật hải quan của cơ quan hải quan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Doanh nghiệp hài lòng với chất lượng dịch vụ trong quá trình thực hiện thủ tục hải quan của cơ quan hải quan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Doanh nghiệp sẵn sàng giới thiệu bạn bè là các doanh nghiệp khác đến thực hiện thủ tục hải quan tại Cục Hải quan Kiên Giang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Phần 2: THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Giới tính: Nam Nữ

2. Chức vụ người được phỏng vấn:

Giám đốc

Phó Giám đốc

Trưởng phòng

P.Trưởng phòng

Chuyên viên

Nhân viên

3. Số năm doanh nghiệp tham gia thủ tục Hải quan:

Dưới 1 năm

Từ 1 năm đến dưới 5 năm

Từ 5 năm trở lên

4. Loại hình doanh nghiệp:

Công ty cổ phần

Công ty trách nhiệm hữu hạn

Doanh nghiệp tư nhân

Loại hình khác

5. Đặc điểm của doanh nghiệp:

- Doanh nghiệp có phần vốn nhà nước trên 50%
- Doanh nghiệp có phần vốn tư nhân trên 50%
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
- Doanh nghiệp khác

6. Các lĩnh vực hoạt động chính của doanh nghiệp:

- Công nghiệp/chế tạo Xây dựng Dịch vụ/Thương mại
- Nông nghiệp/Lâm nghiệp/Thủy sản Khai khoáng

7. Doanh nghiệp thực hiện thủ tục Hải quan bằng phương thức nào:

- Tự khai báo (Doanh nghiệp ký tên, đóng dấu trên tờ khai) và tự làm thủ tục Hải quan
- Doanh nghiệp ký tên đóng dấu và thuê người ngoài doanh nghiệp làm thủ tục Hải quan
- Thông qua đại lý làm thủ tục Hải quan (Đại lý ký tên, đóng dấu trên tờ khai)
- Phương thức khác

Nếu ông/bà có những ý kiến đóng góp khác, xin ghi vào khoảng trống dưới đây:

.....

.....

.....

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn ông/bà đã trả lời những câu hỏi trên!

Phụ lục 3: THỐNG KÊ MẪU NGHIÊN CỨU

GIỚI TÍNH

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	190	69,1	69,1	69,1
	Nu	85	30,9	30,9	100,0
	Total	275	100,0	100,0	

CHỨC VỤ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Giam doc	25	9,1	9,1	9,1
	P. Giam doc	24	8,7	8,7	17,8
	Truong phong	32	11,6	11,6	29,5
	P. Truong phong	21	7,6	7,6	37,1
	Chuyen vien	71	25,8	25,8	62,9
	Nhan vien	102	37,1	37,1	100,0
	Total		275	100,0	100,0

SỐ NĂM DOANH NGHIỆP THAM GIA THỦ TỤC HẢI QUAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Duoi 1 nam	9	3,3	3,3	3,3
	Tu 1 nam den duoi 5 nam	117	42,5	42,5	45,8
	Tu 5 nam tro len	149	54,2	54,2	100,0
	Total	275	100,0	100,0	

LOẠI HÌNH DOANH NGHIỆP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cong ty Co phan	75	27,3	27,3	27,3
	Cong ty TNHH	170	61,8	61,8	89,1

SỐ NĂM DOANH NGHIỆP THAM GIA THỦ TỤC HẢI QUAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Duoi 1 nam	9	3,3	3,3	3,3
	Tu 1 nam den duoi 5 nam	117	42,5	42,5	45,8
	Tu 5 nam tro len	149	54,2	54,2	100,0
	Doanh nghiep tu nhan	25	9,1	9,1	98,2
	Loai hinh khac	5	1,8	1,8	100,0
	Total	275	100,0	100,0	

ĐẶC ĐIỂM DOANH NGHIỆP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Doanh nghiep nha nuoc co phan von nha nuoc tren 50%	7	2,5	2,5	2,5
	Doanh nghiep co phan von tu nhan tren 50%	254	92,4	92,4	94,9
	Doanh nghiep co von dau tu nuoc ngoai	11	4,0	4,0	98,9
	Doanh nghiep khac	3	1,1	1,1	100,0
	Total	275	100,0	100,0	

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG CHÍNH CỦA DOANH NGHIỆP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cong nghiep, che tao	38	13,8	13,8	13,8
	Xay dung	29	10,5	10,5	24,4
	Dich vu, thuong mai	117	42,5	42,5	66,9
	Nong nghiep, lam nghiep, thuy san	91	33,1	33,1	100,0
	Total	305	100,0	100,0	

PHƯƠNG THỨC THỰC HIỆN THỦ TỤC HẢI QUAN CỦA DOANH NGHIỆP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tu khai bao	225	81,8	81,8	81,8
	DN ky ten dong dau va thue nguoi ngoai DN lam TTHQ	24	8,7	8,7	90,5
	Thong qua dai ly lam TTHQ	26	9,5	9,5	100,0
	Total	275	100,0	100,0	

Phụ lục 4: THỐNG KÊ MÔ TẢ

Statistics

	VC1	VC2	VC3	VC4	VC5	VC6
N Valid	275	275	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	4.13	4.01	4.04	3.96	3.80	3.81
Std. Error of Mean	.035	.039	.038	.040	.043	.044
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.575	.650	.638	.666	.715	.732
Variance	.330	.423	.407	.443	.511	.536
Minimum	2	2	2	2	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5
Sum	1135	1104	1110	1088	1045	1047

Statistics

	MB1	MB2	MB3	MB4	MB5	MB6
N Valid	275	275	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	3.86	3.85	3.83	3.82	3.79	3.92
Std. Error of Mean	.047	.047	.044	.051	.050	.042
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.786	.779	.727	.851	.831	.698
Variance	.619	.607	.529	.724	.690	.487
Minimum	2	1	1	1	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5
Sum	1061	1060	1053	1051	1043	1079

Statistics

		NLPV1	NLPV2	NLPV3	NLPV4
N	Valid	275	275	275	275
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.90	3.89	3.77	3.93
Std. Error of Mean		.043	.044	.047	.040
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.721	.734	.774	.666
Variance		.520	.538	.599	.444
Minimum		1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5
Sum		1073	1069	1038	1081

Statistics

		DU1	DU2	DU3	DU4	DU5	DU6	DU7	DU8	DU9
N	Valid	275	275	275	275	275	275	275	275	275
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.91	3.92	3.89	3.85	3.68	3.65	3.70	3.79	3.96
Std. Error of Mean		.042	.039	.038	.039	.046	.044	.045	.043	.032
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation		.699	.643	.628	.653	.763	.736	.739	.714	.532
Variance		.489	.414	.394	.427	.582	.542	.546	.510	.283
Minimum		1	2	2	2	2	1	1	1	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum		1076	1079	1071	1059	1013	1004	1018	1042	1088

Statistics

	TC1	TC2	TC3	TC4	TC5	TC6	TC7	TC8	TC9
N Valid	275	275	275	275	275	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	3.72	3.96	3.88	3.81	3.87	3.85	4.09	3.89	3.77
Std. Error of Mean	.041	.036	.043	.043	.041	.040	.038	.040	.042
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.675	.596	.709	.705	.676	.662	.626	.667	.705
Variance	.456	.356	.503	.497	.457	.439	.392	.445	.496
Minimum	1	2	2	1	1	1	2	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum	1024	1088	1066	1048	1064	1060	1126	1071	1038

Statistics

	CB1	CB2	CB3	CB4
N Valid	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0
Mean	3.92	3.89	3.69	3.88
Std. Error of Mean	.038	.037	.047	.042
Median	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.634	.609	.774	.694
Variance	.402	.370	.600	.481
Minimum	2	2	2	2
Maximum	5	5	5	5
Sum	1078	1069	1016	1066

Statistics

	CT1	CT2	CT3	CT4	CT5
N Valid	275	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.89	3.72	3.59	3.86	3.83
Std. Error of Mean	.042	.045	.048	.039	.039
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.701	.752	.789	.649	.650
Variance	.492	.566	.622	.421	.422
Minimum	1	1	2	2	1
Maximum	5	5	5	5	5
Sum	1070	1024	988	1061	1052

Statistics

	HL1	HL2	HL3	HL4
N Valid	275	275	275	275
Missing	0	0	0	0
Mean	3.83	3.74	3.80	3.88
Std. Error of Mean	.039	.038	.036	.035
Median	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.650	.630	.604	.583
Variance	.422	.397	.365	.340
Minimum	1	2	2	2
Maximum	5	5	5	5
Sum	1052	1029	1045	1067

Phụ lục 5: PHÂN TÍCH CRONBACH ALPHA

NHÓM NHÂN TỐ VẬT CHẤT:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,835	,836	6

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,957	3,800	4,127	,327	1,086	,017	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VC1	19,61	6,537	,632	,462	,806
VC2	19,73	6,498	,544	,391	,821
VC3	19,71	6,406	,592	,375	,812
VC4	19,79	6,330	,583	,372	,814
VC5	19,94	5,989	,636	,506	,803
VC6	19,93	5,791	,681	,546	,793

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,74	8,725	2,954	6

TÍNH MINH BẠCH:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,818	,821	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MB1	3,86	,786	275
MB2	3,85	,779	275
MB3	3,83	,727	275
MB4	3,82	,851	275
MB5	3,79	,831	275
MB6	3,92	,698	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,847	3,793	3,924	,131	1,035	,002	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MB1	19,22	9,297	,327	,132	,842
MB2	19,23	7,978	,659	,552	,772
MB3	19,25	8,232	,652	,561	,775
MB4	19,26	8,083	,553	,467	,797
MB5	19,29	7,592	,699	,571	,762
MB6	19,16	8,402	,641	,430	,779

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,08	11,483	3,389	6

NĂNG LỰC PHỤC VỤ:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,855	,855	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NL1	3,90	,721	275
NL2	3,89	,734	275
NL3	3,77	,774	275
NL4	3,93	,666	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,874	3,775	3,931	,156	1,041	,005	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NL1	11,59	3,622	,625	,408	,845
NL2	11,61	3,320	,748	,574	,794
NL3	11,72	3,180	,753	,598	,792
NL4	11,56	3,692	,672	,477	,827

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,49	5,857	2,420	4

SỰ ĐÁP ỨNG:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,889	,889	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DU1	3,91	,699	275
DU2	3,92	,643	275
DU3	3,89	,628	275
DU4	3,85	,653	275
DU5	3,68	,763	275
DU6	3,65	,736	275
DU7	3,70	,739	275
DU8	3,79	,714	275
DU8	3,96	,532	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,818	3,651	3,956	,305	1,084	,013	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DU1	30,45	15,869	,639	,453	,877
DU2	30,44	16,182	,642	,512	,876
DU3	30,47	16,513	,590	,454	,880
DU4	30,51	16,200	,626	,446	,878
DU5	30,68	15,328	,671	,561	,874
DU6	30,71	15,490	,671	,550	,874
DU7	30,66	15,276	,709	,598	,871
DU8	30,57	15,669	,661	,468	,875
DU9	30,49	17,089	,579	,374	,882

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34,36	19,918	4,463	9

SỰ TIN CÂY:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,887	,887	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TC1	3,72	,675	275
TC2	3,96	,596	275
TC3	3,88	,709	275
TC4	3,81	,705	275
TC5	3,87	,676	275
TC6	3,85	,662	275
TC7	4,09	,626	275
TC8	3,89	,667	275
TC9	3,77	,705	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,873	3,724	4,095	,371	1,100	,012	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TC1	31,13	15,362	,619	,505	,876
TC2	30,90	15,522	,685	,540	,871
TC3	30,98	14,817	,692	,517	,870
TC4	31,04	14,940	,671	,468	,872
TC5	30,99	15,131	,667	,483	,872
TC6	31,00	14,942	,726	,561	,867
TC7	30,76	16,263	,483	,303	,886
TC8	30,96	15,520	,596	,471	,878
TC9	31,08	15,213	,616	,443	,877

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34,85	19,096	4,370	9

SỰ CÔNG BẰNG, DÂN CHỦ:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,853	,853	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CB1	3,92	,634	275
CB2	3,89	,609	275
CB3	3,69	,774	275
CB4	3,88	,694	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,845	3,695	3,920	,225	1,061	,010	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CB1	11,46	3,162	,699	,588	,811
CB2	11,49	3,222	,709	,572	,809
CB3	11,68	2,910	,617	,459	,854
CB4	11,50	2,842	,777	,612	,776

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,38	5,141	2,267	4

SỰ CẢM THÔNG:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,867	,870	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CT1	3,89	,701	275
CT2	3,72	,752	275
CT3	3,59	,789	275
CT4	3,86	,649	275
CT5	3,83	,650	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,778	3,593	3,891	,298	1,083	,015	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CT1	15,00	5,394	,719	,553	,831
CT2	15,17	5,184	,724	,597	,830
CT3	15,30	5,305	,634	,480	,856
CT4	15,03	5,725	,670	,674	,844
CT5	15,07	5,602	,717	,694	,833

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18,89	8,229	2,869	5

SỰ HÀI LÒNG:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,833	,833	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HL1	3,83	,650	275
HL2	3,74	,630	275
HL3	3,80	,604	275
HL4	3,88	,583	275

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,812	3,742	3,880	,138	1,037	,003	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HL1	11,42	2,289	,684	,483	,778
HL2	11,51	2,433	,624	,412	,806
HL3	11,45	2,343	,729	,537	,759
HL4	11,37	2,569	,614	,385	,809

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,25	4,055	2,014	4

Phụ lục 6: PHÂN TÍCH NHÂN TỐ

Lần 12

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.919
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5.705E3
	df	496
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Factor	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings ^a
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	13.466	42.080	42.080	13.080	40.876	40.876	10.605
2	2.164	6.762	48.843	1.798	5.618	46.494	9.795
3	1.602	5.008	53.850	1.169	3.654	50.148	6.908
4	1.494	4.670	58.520	1.098	3.431	53.579	8.496
5	1.178	3.680	62.200	.795	2.486	56.065	5.238
6	1.028	3.213	65.414	.677	2.117	58.182	6.679
7	1.019	3.185	68.598	.621	1.941	60.123	5.071
8	.838	2.619	71.218				
9	.746	2.333	73.550				
10	.718	2.244	75.795				
11	.677	2.115	77.909				

12	.645	2.016	79.925			
13	.592	1.849	81.774			
14	.520	1.624	83.399			
15	.498	1.557	84.956			
16	.465	1.454	86.410			
17	.443	1.385	87.796			
18	.420	1.312	89.108			
19	.371	1.161	90.268			
20	.357	1.116	91.384			
21	.346	1.081	92.465			
22	.309	.967	93.432			
23	.295	.921	94.353			
24	.285	.891	95.244			
25	.254	.793	96.037			
26	.249	.779	96.816			
27	.204	.639	97.455			
28	.198	.619	98.074			
29	.185	.578	98.652			
30	.162	.505	99.157			
31	.155	.486	99.643			
32	.114	.357	100.000			

Extraction Method: Principal Axis

Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Factor						
	1	2	3	4	5	6	7
CB4	.934						
CT1	.754						
CB2	.662	.308					-.301
CB1	.631						-.347
CT5	.572						
TC7	.558	-.333					
CB3	.530						
CT2	.473	.430					
TC8	.435						
DU5		.808					
DU6		.748					
DU7		.650					
CT3		.555					
MB1		.522					
VC3			.716				
VC1			.628				
VC4			.558				
VC6		.400	.517				
VC5			.412				
TC6				.657			
TC4				.632			
TC1				.581			
TC2				.481			
TC5				.474			
MB2					.812		
MB3					.764		
MB6					.559		
NLPV2						.755	
NLPV3						.583	
NLPV1			.438			.445	
MB4							.721
MB5					.355		.588

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Hài lòng

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.798
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	412.444
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.668	66.707	66.707	2.668	66.707	66.707
2	.555	13.883	80.590			
3	.440	11.002	91.592			
4	.336	8.408	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	
HL3		.861
HL1		.834
HL2		.789
HL4		.780

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Variables Entered/Removed^b

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X7, X6, X5, X2, X3, X4, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.677	.668	.29002952	1.720

a. Predictors: (Constant), X7, X6, X5, X2, X3, X4,

X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.990	7	6.713	79.803	.000 ^a
	Residual	22.459	267	.084		
	Total	69.449	274			

a. Predictors: (Constant), X7, X6, X5, X2, X3, X4, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.606	.158		3.831	.000		
X1	.633	.059	.648	10.688	.000	.329	3.038
X2	.135	.047	.162	2.893	.004	.389	2.574
X3	-.073	.050	-.074	-1.465	.144	.481	2.079
X4	.105	.053	.110	1.964	.051	.389	2.573
X5	.088	.036	.111	2.464	.014	.602	1.661
X6	-.032	.041	-.040	-.776	.438	.451	2.219
X7	-.020	.030	-.031	-.673	.502	.585	1.709

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2106757E0	4.7886457E0	3.8118182E0	.41412038	275
Residual	-8.17020297E-1	.63829833	-8.06274239E-16	.28630079	275
Std. Predicted Value	-3.866	2.359	.000	1.000	275
Std. Residual	-2.817	2.201	.000	.987	275

a. Dependent Variable: Y

Phụ lục 8: KIỂM ĐỊNH ANOVA

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Nam	190	3.8539474E0	.51567770	.03741119	3.7801502	3.9277445	2.00000	5.00000
Nu	85	3.7176471E0	.46417527	.05034688	3.6175268	3.8177673	2.25000	5.00000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.658	1	273	.418

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.091	1	1.091	4.357	.038
Within Groups	68.358	273	.250		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Giam doc	9	3.3333 333E0	.55901699	.18633900	2.9036348	3.7630318	2.25000	4.00000
Pho giam doc	9	3.6944 444E0	.52704628	.17568209	3.2893208	4.0995681	3.00000	4.75000
Truong phong	17	3.6764 706E0	.66593863	.16151384	3.3340765	4.0188646	2.25000	5.00000
Pho Truong phong	10	3.8000 000E0	.59860950	.18929694	3.3717806	4.2282194	3.00000	4.75000
Chuyen vien	95	3.8421 053E0	.48659235	.04992332	3.7429813	3.9412292	2.25000	5.00000
Nhan vien	135	3.8481 481E0	.46830145	.04030497	3.7684319	3.9278644	2.00000	5.00000
Total	275	3.8118 182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.397	5	269	.226

ANOVA

Y					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.763	5	.553	2.229	.052
Within Groups	66.686	269	.248		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
duoi 01 nam	9	3.6111111E0	.37730771	.12576924	3.3210867	3.9011355	3.00000	4.00000
tu 01 nam den duoi 05 nam	117	3.7735043E0	.50534098	.04671879	3.6809718	3.8660367	2.25000	5.00000
Tu 05 nam tro len	149	3.8540268E0	.50596165	.04144999	3.7721166	3.9359371	2.00000	5.00000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.381	2	272	.683

ANOVA

Y					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.800	2	.400	1.584	.207
Within Groups	68.649	272	.252		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					Cong ty co phan	75		
Cong ty TNHH	170	3.8102941E0	.48692663	.03734557	3.7365702	3.8840180	2.25000	5.00000
Doanh nghiep tu nhan	25	3.6700000E0	.49328829	.09865766	3.4663806	3.8736194	2.75000	5.00000
Loai hinh khac	5	4.1000000E0	.54772256	.24494897	3.4199126	4.7800874	3.50000	5.00000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.052	3	271	.984

ANOVA

Y					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.993	3	.331	1.310	.271
Within Groups	68.456	271	.253		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Doanh nghiep co phan von nha nuoc tren 50%	7	3.7857143E0	.39339790	.14869043	3.4218819	4.1495467	3.00000	4.00000
Doanh nghiep co phan von tu nhan tren 50%	254	3.8110236E0	.51192937	.03212131	3.7477644	3.8742828	2.00000	5.00000
Doanh nghiep co von dau tu nuoc ngoai	11	3.7954545E0	.40028399	.12069016	3.5265401	4.0643690	3.00000	4.50000
Doanh nghiep khac	3	4.0000000E0	.50000000	.28867513	2.7579311	5.2420689	3.50000	4.50000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.459	3	271	.711

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.114	3	.038	.149	.930
Within Groups	69.335	271	.256		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Cong nghiep/Che tao	38	3.9078947E0	.37856884	.06141198	3.7834623	4.0323272	3.25000	5.00000
Xay dung	29	3.6724138E0	.43866400	.08145786	3.5055549	3.8392727	2.75000	4.25000
Dich vu/Thuong mai	117	3.7756410E0	.47839600	.04422773	3.6880424	3.8632396	2.25000	5.00000
Nong nghiep/Lam nghiep/Thuy san	91	3.8626374E0	.58602206	.06143180	3.7405924	3.9846824	2.00000	5.00000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.301	3	271	.078

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.302	3	.434	1.727	.162
Within Groups	68.147	271	.251		
Total	69.449	274			

Descriptives

Y

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Tu khai bao va tu lam TTHQ	225	3.8277778E0	.51273465	.03418231	3.7604177	3.8951378	2.00000	5.00000
DN tu dong dau va thue nguoi ngoai DN lam TTHQ	24	3.8020833E0	.55647946	.11359089	3.5671027	4.0370640	3.00000	5.00000
Thong qua dai ly lam TTHQ	26	3.6826923E0	.34320324	.06730769	3.5440695	3.8213151	3.00000	4.25000
Total	275	3.8118182E0	.50345192	.03035929	3.7520511	3.8715853	2.00000	5.00000

Test of Homogeneity of Variances

Y

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.102	2	272	.334

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.493	2	.247	.973	.379
Within Groups	68.956	272	.254		
Total	69.449	274			