

# MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG NHA KHOA TẠI MỘT SỐ CƠ SỞ CÔNG LẬP Ở HÀ NỘI NĂM 2019 - 2020

BÙI THỊ HẢI<sup>1</sup>, VÕ TRƯƠNG NHƯ NGỌC<sup>1</sup>,  
PHẠM THỊ TUYẾT ANH<sup>1</sup>, LÊ HƯNG<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Viện Đào tạo Răng Hàm Mặt - Trường Đại học Y Hà Nội  
<sup>2</sup>Bệnh viện Đa khoa Đống Đa

## TÓM TẮT

Nghiên cứu được tiến hành với mục tiêu mô tả thực trạng sự hài lòng của khách hàng nha khoa về chất lượng khám, chữa bệnh tại một số cơ sở công lập tại Hà Nội trong năm 2019-2020, qua việc phỏng vấn trực tiếp 320 người đến khám, chữa bệnh. Số liệu thu thập bằng bộ câu hỏi mở rộng dựa trên cơ sở bộ câu hỏi "Khảo sát ý kiến người bệnh ngoại trú" của Bộ Y tế. Kết quả cho thấy tỷ lệ chung người bệnh hài lòng về chất lượng khám, chữa bệnh là 91,9%. Trong đó, tỷ lệ người bệnh hài lòng về khả năng tiếp cận là 91,0%, về thủ tục hành chính là 89,1%, về cơ sở vật chất là 86,0%, về thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn là 92,2% và về kết quả cung cấp dịch vụ là 91,8%. Ngoài ra, vẫn còn một số yếu tố tồn tại khác làm ảnh hưởng đến sự hài lòng của người bệnh. Vì vậy cần đẩy mạnh công tác cải cách thủ tục hành chính, nâng cấp cơ sở hạ tầng để tăng mức độ hài lòng của người bệnh.

**Từ khóa:** Bệnh viện, dịch vụ khám, chữa bệnh, hài lòng của khách hàng.

## SUMMARY

**AN EVALUATION ON DENTAL CUSTOMER SATISFACTION AT SOME PUBLIC HOSPITALS IN HANOI DURING 2019 - 2020**

The study of dental customers' satisfaction for the quality of medical examination and treatment in some state hospitals in Ha Noi, 2019-2020 through interviews with 320 people who had finished the treatment. Data collected by the expanded questionnaire was based on the Ministry of Health questionnaire "outpatients survey". The results showed that the percentage of outpatients who generally satisfied with the quality of examination and treatment was 91.9%.

Chịu trách nhiệm: Bùi Thị Hải  
Email: bacsyhairanghammat@gmail.com  
Ngày nhận: 08/12/2020  
Ngày phản biện: 06/01/2021  
Ngày duyệt bài: 18/01/2021

Including the rate of patients who satisfied with accessibility was 91.0%, satisfied with information transparency, administrative procedure was 89.1%, satisfied with infrastructure and service facilities was 86.0%, satisfied with the attitude of the staffs and doctors and professional capability was 92.2%, and satisfied with effectiveness of health care services was 91.8%. There were still a number of other factors that affected patient satisfaction. Therefore, it is necessary to promote monitoring, administrative reform and upgrade the infrastructure to increase the level of satisfaction of patients.

**Keywords:** Hospital, medical examination and treatment service, customer satisfaction

## ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) chất lượng dịch vụ y tế tác động đến sự hài lòng của khách hàng và ngược lại sự hài lòng của khách hàng có thể đánh giá được hiệu quả của các dịch vụ do bệnh viện và ngành y tế cung cấp [1]. Sự hài lòng của khách hàng phản ánh kết quả đầu ra của các dịch vụ chăm sóc sức khỏe y tế. Chỉ số hài lòng của khách hàng giúp đo lường sự đáp ứng của các cơ sở y tế đối với những mong đợi của khách hàng khi tham gia các dịch vụ y tế, giúp cơ sở y tế cải tiến chất lượng phục vụ và chất lượng chuyên môn [2].

Tại Việt Nam, theo Quyết định 4939/QĐ-BYT ngày 15 tháng 9 năm 2016 của Bộ trưởng Bộ Y tế, thực hiện đo lường sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ y tế công lập nhằm xác định chỉ số và mức độ hài lòng của người dân đối với dịch vụ y tế công, qua đó đánh giá chất lượng và hiệu quả của dịch vụ y tế công, đồng thời nắm bắt được yêu cầu, mong muốn của người dân để xây dựng các biện pháp cải thiện chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu chăm sóc và nâng cao sức khỏe của nhân dân [3].

Hưởng ứng quyết định này của Bộ Y tế, đã có rất nhiều nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng được tiến hành theo tiêu chí của

từng bệnh viện và kết quả cũng đa dạng và phụ thuộc vào các yếu tố đánh giá của từng nghiên cứu, từ những kết quả nghiên cứu đó đã đưa ra được các giải pháp nhằm cải thiện được phần nào chất lượng bệnh viện [4-6].

Cùng nằm trong hệ thống chăm sóc y tế quốc gia, tuy nhiên hiện nay các nghiên cứu về đánh giá sự hài lòng của người bệnh trong lĩnh vực nha khoa là rất ít [7,8]. Nhằm thực hiện Quyết định 4939/QĐ-BYT và đánh giá nhận xét khách quan của khách hàng đối với các dịch vụ y tế nha khoa tại cơ sở công lập, đồng thời có giải pháp cải thiện nâng cao chất lượng khám, chữa bệnh, chúng tôi nghiên cứu đề tài: “Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng nha khoa tại một số cơ sở công lập ở Hà Nội năm 2019-2020” với mục tiêu: *Khảo sát sự hài lòng của khách hàng nha khoa tại một số cơ sở công lập ở Hà Nội năm 2019-2020.*

## **ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

### **1. Đối tượng nghiên cứu**

*Tiêu chuẩn lựa chọn:*

Tất cả khách hàng trên 18 tuổi đến khám và điều trị ngoại trú tại Khoa Răng Hàm Mặt của một số bệnh viện công lập tại Hà Nội từ tháng 6/2019 đến tháng 6/2020.

Khách hàng có đủ năng lực để trả lời các câu hỏi điều tra và đồng ý tham gia vào nghiên cứu. Đối với trẻ em đối tượng chính là thân nhân khách hàng đi kèm.

Tự nguyện tham gia nghiên cứu.

*Tiêu chuẩn loại trừ:*

Đối tượng mắc các bệnh tâm thần, tự kỷ.

Đối tượng không điền đầy đủ phiếu thu thập thông tin.

### **2. Địa điểm nghiên cứu**

Khoa Răng Hàm Mặt của một số bệnh viện công lập tại Hà Nội, cụ thể là Bệnh viện Đa khoa Đống Đa, Bệnh viện Thanh Nhàn và Bệnh viện Đa khoa Đức Giang.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

**3.1. Thiết kế nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang

#### **3.2. Cỡ mẫu**

Áp dụng công thức tính cỡ mẫu cho việc xác định một tỷ lệ trong cộng đồng trong nghiên cứu mô tả cắt ngang.

$$N = Z_{(1-\frac{\alpha}{2})}^2 \times \frac{p(1-p)}{(p.\varepsilon)^2}$$

Trong đó:

N là cỡ mẫu tối thiểu cần điều tra = 291.

$\alpha$  là mức ý nghĩa thống kê, chọn  $\alpha=0,05$  thì

$$Z_{(1-\frac{\alpha}{2})} = 1,96.$$

p là tỷ lệ khách hàng hài lòng với dịch vụ khám, chữa bệnh dựa trên một nghiên cứu trước đó của Nguyễn Thị Hà [7] bằng 0,569.

$\varepsilon$  là khoảng sai lệch tương đối, bằng 0,1.

Trên thực tế, nhóm nghiên cứu đã tiến hành nghiên cứu với cỡ mẫu là 320.

### **3.3. Phương pháp chọn mẫu**

Chọn mẫu có chủ đích, lựa chọn đối tượng thỏa mãn yêu cầu lựa chọn đối tượng nghiên cứu đến khi đủ cỡ mẫu nghiên cứu.

### **3.4. Xây dựng bộ công cụ thu thập số liệu**

#### **3.4.1. Thiết kế bảng câu hỏi**

##### **3.4.1.1 Nguyên tắc thiết kế bảng câu hỏi**

Những nguyên tắc chung được áp dụng trong nghiên cứu dạng bảng câu hỏi:

Bảng câu hỏi phải phù hợp với mục đích của nghiên cứu.

Bảng câu hỏi phải phù hợp với người trả lời.

Bảng câu hỏi phải rõ ràng, đơn giản và không chứa quá nhiều nội dung.

Thiết kế bảng câu hỏi phải hạn chế tối thiểu những phản hồi sai hay nhầm lẫn từ phía người trả lời và lập trình viên.

Mục đích của bảng câu hỏi nên gây được sự quan tâm của người tham gia nghiên cứu, khuyến khích họ hợp tác và đưa ra những câu trả lời chân thực.

Những từ ngữ được sử dụng trong bảng câu hỏi được lựa chọn cẩn thận, không nên sử dụng những từ khó hiểu.

Những từ ngữ trong bảng câu hỏi nên giúp cho người tham gia nghiên cứu cảm thấy có trách nhiệm trả lời theo một cách cụ thể nào đó.

Bảng câu hỏi không nên gây hiểu nhầm cho cả người nghiên cứu và người tham gia.

Để dàng phân tích dữ liệu một cách hiệu quả và có ý nghĩa từ những thông tin thu thập được.

##### **3.4.1.2 Các bước tiến hành thiết kế bảng câu hỏi**

Thiết kế nội dung bảng câu hỏi.

Lựa chọn câu hỏi.

Sắp xếp nội dung bảng câu hỏi.

Hình thức cho bộ câu hỏi.

Lựa chọn thang đo sử dụng cho bộ câu hỏi.

Áp dụng thí điểm bảng câu hỏi.

Đánh giá độ tin cậy của bảng câu hỏi.

Hoàn thành bảng câu hỏi.

*Thiết kế nội dung bảng câu hỏi*

Nội dung được nghiên cứu dựa trên bảng câu hỏi của mẫu phiếu khảo sát ý kiến người bệnh ngoại trú của Bộ Y tế theo Quyết định 4939/QĐ-BYT - 2016. Những sửa đổi của bảng

câu hỏi để phù hợp hơn với chuyên ngành răng hàm mặt. Nội dung được chia thành ba hạng mục:

Thông tin nhân khẩu học: Tuổi, giới, dân tộc, nghề nghiệp, tình trạng học vấn, tình trạng hôn nhân, mức chi trả nha khoa trung bình hàng tháng.

Đánh giá tổng quan: Lý do đến khám, cách biết đến trung tâm, giá cả, lý do điều trị, kinh nghiệm điều trị.

Đánh giá sự hài lòng: Sự hài lòng của khách hàng về khả năng tiếp cận: sự hướng dẫn - chỉ dẫn, sự di chuyển thuận tiện khi đi khám bệnh, cách bố trí các điểm khám hợp lý, việc giải quyết các thủ tục hành chính nhanh chóng.

Sự hài lòng của khách hàng về sự minh bạch thông tin và thủ tục khám bệnh, điều trị: Khách hàng cảm thấy hài lòng về thời gian chờ đợi đăng ký khám, khám bệnh, đóng tiền viện phí, thực hiện các xét nghiệm, siêu âm, X quang, trả kết quả xét nghiệm, gặp lại bác sĩ khám bệnh ban đầu, hài lòng về chi phí khám bệnh và các chi phí xét nghiệm, siêu âm, X quang, chi phí cùng chi trả bảo hiểm y tế.

Sự hài lòng của khách hàng về cơ sở vật chất và trang thiết bị y tế: Sự hài lòng của người bệnh với cơ sở vật chất ở phòng chờ, trang thiết bị, cảnh quan của cơ sở khám chữa bệnh.

Sự hài lòng của khách hàng về thái độ, hướng dẫn của nhân viên y tế ở các bộ phận liên quan đến hoạt động khám bệnh: Tại khoa khám bệnh, tại nơi thu viện phí, tại phòng xét nghiệm, siêu âm, X quang.

Sự hài lòng với chính bác sĩ răng hàm mặt khám và điều trị: Đây là mấu chốt vấn đề, nhiều người bệnh đến khám vì sự tin tưởng tay nghề của bác sĩ.

Sự hài lòng với kết quả điều trị: Đánh giá kết quả khám chữa bệnh đã đáp ứng được nguyện vọng của bệnh nhân, mức độ hài lòng về các hóa đơn, phiếu thu, đơn thuốc và kết quả khám bệnh được cung cấp đầy đủ.

#### *Lựa chọn câu hỏi*

Sử dụng chủ yếu các câu hỏi đóng để tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Trong đó sử dụng thêm một số câu hỏi mở có đưa ra một số lựa chọn sẵn để tìm hiểu thêm thông tin về một số thông tin cá nhân.

#### *Sắp xếp cấu trúc bảng câu hỏi*

Trang 1: Tìm hiểu các thông tin chung bao gồm tuổi giới, tình trạng hôn nhân, trình độ học vấn, nghề nghiệp và thu nhập bình quân hàng tháng.

Trang 2 đến 5: Đánh giá sự hài lòng của khách hàng, gồm hai phần:

### 3.4.2. Đánh giá tổng quan

#### Đánh giá sự hài lòng

##### *Hình thức bộ câu hỏi*

Bộ câu hỏi được thiết kế dạng bảng chia cột trong đó các nội dung cùng chủ đề được sắp xếp thành từng phần riêng. Trong đó các câu hỏi đóng sẽ có năm mức độ: rất hài lòng, hài lòng, không rõ ràng, không hài lòng và rất không hài lòng. Câu hỏi mở có kèm theo các phương án lựa chọn được đưa kèm bên cạnh có hướng dẫn trả lời rõ ràng.

##### *Thang đo sử dụng trong bộ câu hỏi*

Bảng câu hỏi được đánh giá sử dụng thang đo truyền thống của Likert trên một mệnh đề để người tham gia nghiên cứu có năm sự lựa chọn rất hài lòng, hài lòng, không rõ ràng, không hài lòng và rất không hài lòng.

##### *Áp dụng thí điểm bảng câu hỏi*

Việc áp dụng thí điểm bảng câu hỏi nhằm mục đích:

- Đánh giá sự phù hợp của phương pháp trong quá trình thu thập số liệu.
- Kiểm tra tính đúng đắn của bảng câu hỏi.
- Đánh giá tất cả câu hỏi có rõ ràng hay dễ hiểu với người trả lời câu hỏi.

##### *Đánh giá độ tin cậy của bảng câu hỏi*

Đánh giá tính giá trị của bảng câu hỏi: Tính giá trị của nghiên cứu là một phạm trù phản ánh khả năng quan sát và thu nhận những hiện tượng đáng lưu ý diễn ra trong thực tế. Tính giá trị chung bao gồm giá trị nội dung, giá trị mục đích và giá trị hiệu lực tức thì.

Giá trị về nội dung bao gồm khả năng đánh giá tính thực thi của quy mô có tương quan với những vấn đề đang quan tâm. Đó là một sự liên đới mà có thể được thực hiện một cách nghiêm chỉnh.

Giá trị hiệu lực liên quan tới những mối tương quan lý thuyết và khả năng thực hiện trên thực tiễn cũng như khả năng đưa những vấn đề ra để mổ xẻ phân tích.

*Độ tin cậy phải bao gồm hai loại: độ tin cậy nội suy và độ tin cậy ngoại suy.*

Độ tin cậy nội suy phản ánh những khác biệt giữa những kết quả thu được bởi cùng một người quan sát trong những tình huống khác nhau.

Độ tin cậy ngoại suy phản ánh những khác biệt giữa những kết quả thu được bởi ít nhất hai người quan sát riêng biệt.

##### *Chỉnh sửa và hoàn thiện câu hỏi*

Sau khi áp dụng thí điểm bảng câu hỏi cho một số cá nhân, loại bỏ những nội dung không liên quan và những câu hỏi không rõ ràng.

### 3.5. Biến số nghiên cứu

#### 3.5.1. Thang đánh giá mức độ hài lòng

Được sử dụng và dựa trên thang đo Likert [9]. Thang đo Likert với câu hỏi đóng một mệnh đề và năm lựa chọn.

Thang điểm phân loại mức độ hài lòng:

Rất hài lòng: 5 điểm

Hài lòng: 4 điểm

Không ý kiến: 3 điểm

Không hài lòng: 2 điểm

Rất không hài lòng: 1 điểm

Theo phân tích, suy luận logic với thang điểm của Likert, thì mức độ hài lòng của khách hàng bắt đầu từ mức bốn (4 điểm), vì thế thang điểm Likert mã hóa thành hai nhóm: nhóm chưa hài lòng (1-3 điểm) và nhóm hài lòng (4-5 điểm) đối với từng tiêu mục, từ đó tính tỷ lệ hài lòng theo từng tiêu mục.

#### 3.5.2. Các biến số, chỉ số nghiên cứu

Nhóm biến số	Biến cụ thể	Loại biến	Chỉ số/ Định nghĩa/ Phân loại/Giá trị	Phương pháp thu thập
Đặc điểm của đối tượng nghiên cứu	Tuổi	Định lượng	Lấy số năm điều tra trừ đi năm sinh (theo dương lịch)	Phỏng vấn
	Giới	Định tính nhị phân	Nam/ nữ	Quan sát, hỏi
	Dân tộc	Định tính danh mục	Kinh/ dân tộc khác	Phỏng vấn
	Tình trạng hôn nhân	Định tính danh mục	Độc thân/Đã lập gia đình/Li hôn/ Góa bụa	Phỏng vấn
	Trình độ học vấn	Định tính danh mục	Theo cấp học	Phỏng vấn
	Nghề nghiệp	Định tính danh mục	Chia theo nhóm nghề	Phỏng vấn
Mức độ hài lòng của khách hàng	Mức chi trả nha khoa trung bình hàng tháng	Định lượng	Là số tiền có thể chi trả cho dịch vụ nha khoa trung bình hàng tháng	Phỏng vấn
	Khả năng tiếp cận	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn
	Sự minh bạch thông tin và thủ tục khám bệnh, điều trị	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn
	Cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ khách hàng	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn
	Thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn
	Sự hài lòng với bác sĩ răng hàm mặt	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn
Mức độ hài lòng của khách hàng	Kết quả cung cấp dịch vụ	Định tính	Rất hài lòng, hài lòng, bình thường, không hài lòng, rất không hài lòng	Phỏng vấn

### 3.6. Xử lý và phân tích số liệu

Số liệu được nhập vào máy tính, phân tích bằng phần mềm SPSS 20.0.

#### 4. Đạo đức trong nghiên cứu

Đây là nghiên cứu quan sát, do đó nguy cơ với đối tượng nghiên cứu là tối thiểu hoặc gần như không có. Khách quan trong đánh giá, phân loại, trung thực trong xử lý số liệu. Đảm bảo quyền riêng tư của đối tượng nghiên cứu, thông tin thu thập chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu và giúp cho công tác dự phòng, điều trị đạt kết quả tốt.

#### KẾT QUẢ

#### 1. Đặc điểm đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu đã tiến hành trên 320 đối tượng, độ tuổi tập trung chủ yếu là nhóm trên 60 tuổi chiếm 56,9%. Nhóm người từ 41 - 60 tuổi và 21-40 tuổi chỉ chiếm lần lượt 18,4 % và 21,3%. Tỷ lệ người bệnh trẻ 18-20 tuổi thấp nhất, chiếm 3,4% (Bảng 1).

Trong số đối tượng nghiên cứu, có 207 khách hàng là nữ chiếm 64,7 % và 113 khách hàng là nam chiếm 35,3%. Dân tộc chủ yếu là dân tộc Kinh chiếm 90,9%. Các dân tộc khác chiếm 9,1%. Trong đó có 258 người có gia đình (80,6%) và 62 người độc thân (19,4%) (Bảng 1).

Hầu hết các đối tượng đều có trình độ học vấn là trung học phổ thông (44,1%) và Đại học/Sau đại học (34,7%). Nghề nghiệp chủ yếu của các đối tượng là lao động tự do (34,1%), tiếp theo là cán bộ nhà nước (28,8%), các ngành nghề khác (21,9%), nông dân, công nhân (10,9%) và học sinh sinh viên (4,4%) (Bảng 1).

Bảng 1. Đặc điểm đối tượng nghiên cứu

Nội dung	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)	p
Giới	Nam	113	35,3	<0,01
	Nữ	207	64,7	
Dân tộc	Kinh	291	90,9	<0,01
	Khác	29	9,1	
Tuổi	18-20	11	3,4	<0,01
	21-40	68	21,3	
	41-60	59	18,4	
	Trên 60	182	56,9	
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	62	19,4	<0,01
	Đã lập gia đình	258	80,6	
Trình độ học vấn	Chưa đi học bao giờ	0	0,0	<0,01
	Tiểu học	14	4,4	
	Trung học cơ sở	18	5,6	
	Trung học phổ thông	141	44,1	
	Trung cấp	36	11,3	
	Cao đẳng và Đại học	92	28,8	
	Sau Đại học	19	5,9	
Nghề nghiệp	Học sinh và Sinh viên	14	4,4	<0,01
	Nông dân	10	3,1	
	Công nhân	25	7,8	
	Lao động tự do	109	34,1	
	Cán bộ nhà nước	92	28,8	
	Khác	70	21,9	

*Chi square test*

## 2. Sự hài lòng của khách hàng

Nghiên cứu thu được kết quả tỷ lệ hài lòng của khách hàng nha khoa ở các bệnh viện là cao (91,9%). Các tỷ lệ cấu thành của yếu tố hài lòng cũng ở mức cao. Trong đó tỷ lệ khách hàng hài lòng cao nhất là về thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế (92,2%) và thấp nhất là tỷ lệ hài lòng về cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ khách hàng (86%) (Bảng 2).

Sự hài lòng cũng thể hiện ở tỷ lệ đáp ứng được so với mong đợi của khách hàng khi tới khám bệnh và tỷ lệ sẽ quay trở lại rất cao là 89,75% và 98,4% (Bảng 2).

Bảng 2. Sự hài lòng của khách hàng

Nội dung	Hài lòng (%)	Không hài lòng (%)	p
Khả năng tiếp cận	91,0	9,0	< 0,01
Sự minh bạch thông tin và thủ tục khám bệnh, điều trị	89,1	10,1	
Cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ khách hàng	86,0	14,0	
Thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế	92,2	7,8	
Kết quả cung cấp dịch vụ	91,8	8,2	
Tỷ lệ đáp ứng được so với mong đợi của khách hàng khi tới khám bệnh.	89,8	10,2	
Tỷ lệ khách hàng sẽ quay trở lại	98,1	1,9	

*Chi square test*

## BÀN LUẬN

Các đối tượng trong nghiên cứu của chúng tôi phân bố không đồng đều theo giới tính, tỷ lệ nữ giới cao hơn nam giới, cho thấy nữ giới có lẽ quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe răng miệng. Có thể thấy rằng, trong nhóm người trưởng thành, tỷ lệ người trung tuổi có các vấn đề răng miệng đi gặp nha sỹ khá cao. Đặc biệt, theo kết quả nghiên cứu của chúng tôi, hơn một nửa số đối tượng là người trên 60 tuổi. Có thể giải thích rằng, trong số những người thường gặp các vấn đề răng miệng, nhóm trung tuổi tin tưởng vào các bệnh viện công lập và có bảo hiểm y tế tại đây. Trình độ học vấn tập trung nhiều ở đối tượng trình độ đại học và trên đại học, cũng như trung học phổ thông. Điều này có thể giải thích do tác động của phổ cập giáo dục, tỷ lệ tốt nghiệp trung học phổ thông trở lên trong cộng đồng cao. Mặt khác, những người có trình độ cao hơn, công việc ổn định hơn thường có hiểu biết và thu nhập tốt hơn nhóm còn lại, do đó, họ có điều kiện để chăm sóc sức khỏe tốt hơn khi có vấn đề về răng miệng.

Về sự hài lòng chung của khách hàng khi đến khám tại một số cơ sở nha khoa công lập ở Hà Nội, tỷ lệ khách hàng hài lòng theo nghiên cứu của chúng tôi khá cao, cao hơn đáng kể so với tỷ lệ người bệnh hài lòng khi thăm khám tại Bệnh viện Răng Hàm Mặt Trung ương theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Hà [7] năm 2014 là 56,9%, mức độ không chắc chắn về sự hài lòng chiếm 36,9% và 6,2% người bệnh không hài lòng sau khi được điều trị tại bệnh viện, và cao hơn so với nghiên cứu của Viện Chiến lược và Chính sách Bộ Y tế [10] năm 2017 là 80%. Tuy

nhiên, tỉ lệ này thấp hơn so với con số 95,4% của nghiên cứu của Tạ Thị Tuyết [8] cùng lĩnh vực năm 2018 tại Trung tâm Dịch vụ Kỹ thuật cao của Viện Đào tạo Răng Hàm Mặt. Có thể giải thích, sự khác biệt này do nghiên cứu của chúng tôi thực hiện sau báo cáo tại Viện Răng Hàm Mặt Trung ương 5 năm, trải qua một thời gian dài hưởng ứng phong trào nâng cao tinh thần thái độ về quy tắc ứng xử, đáp ứng sự hài lòng của người bệnh do Bộ Y tế khởi xướng. Mặt khác, Trung tâm Dịch vụ Kỹ thuật cao của Viện Đào tạo Răng Hàm Mặt có quy mô nhỏ hơn, dễ kiểm soát tình hình khám chữa bệnh và chất lượng dịch vụ hơn những cơ sở khác. Kết quả này cũng đã cho thấy những tác động tích cực trong việc cải cách phong cách khám chữa bệnh, hướng tới người bệnh là trung tâm. Với một môi trường làm việc chặt chẽ, áp lực công việc hàng ngày rất lớn với lưu lượng lớn khách hàng một ngày và tâm lý khách hàng luôn muốn được đòi hỏi, chăm sóc, phục vụ tốt hơn với chi phí mà họ đã phải bỏ ra nên để làm thỏa mãn và hài lòng khách hàng cũng là một thách thức không nhỏ.

Trong số các yếu tố cấu thành nên tỷ lệ hài lòng chung có sự hài lòng với thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế là cao nhất. Để đạt được kết quả như vậy, cũng nhờ chủ trương của lãnh đạo các bệnh viện đã quan tâm, chú trọng đến thái độ tiếp xúc, kỹ năng giao tiếp, cách thăm khám, tư vấn bệnh tật cho khách hàng và điều này đã được Ban lãnh đạo Trung tâm quán triệt đến từng cán bộ, nhân viên. Thẩm nhuần tư tưởng này mỗi cán bộ nhân viên đều cố gắng, phấn đấu và quyết tâm thực hiện một cách nghiêm túc để mang đến sự tin tưởng cũng như sự hài lòng của khách hàng. Về chuyên môn, lãnh đạo các bệnh viện cũng rất chú trọng đến việc đào tạo, cập nhật nâng cao kiến thức chuyên môn cho cán bộ. Với lợi thế Viện - Trường với các thầy cô, các chuyên gia đầu ngành trong lĩnh vực y khoa, việc cập nhật kiến thức, sinh hoạt khoa học hàng tuần cũng giúp cho các bác sĩ, đặc biệt là các bác sĩ trẻ có nhiều cơ hội học hỏi, trao đổi kinh nghiệm từ các chuyên gia trong và ngoài nước, giúp cho kiến thức chuyên môn kỹ thuật của cán bộ bệnh viện ngày càng được nâng cao và dần dần đã tạo được thương hiệu cho bệnh viện. Chính vì vậy, các bệnh viện công lập nói chung và phòng khám răng hàm mặt nói riêng đã giành được sự tin tưởng nhất định đối với khách hàng, điều này cũng được thể hiện ở kết quả nghiên cứu của chúng tôi với tỷ lệ hài lòng của khách hàng về bác sĩ trong phòng khám đạt mức trên 90%.

Ngoài ra, nghiên cứu này được thực hiện trong khi phong trào đổi mới thái độ chất lượng chăm sóc người bệnh của ngành y tế diễn ra, do đó, các kết quả về sự hài lòng có thể đã được cải thiện đáng kể so với những nghiên cứu trước đó. Dù vậy, có thể nói rằng, yếu tố chất lượng của bác sĩ có tỷ lệ hài lòng rất tốt. Đây là một kết quả tích cực, đặc biệt trong bối cảnh nhân lực y tế chính là lực lượng nòng cốt quyết định phần lớn đến chất lượng dịch vụ y tế và tạo nên danh tiếng cho cơ sở y tế.

Với một môi trường làm việc chặt chẽ, áp lực công việc hàng ngày rất lớn với lưu lượng lớn khách hàng một ngày và tâm lý khách hàng luôn muốn được đòi hỏi, chăm sóc, phục vụ tốt hơn với chi phí mà họ đã phải bỏ ra nên để làm thỏa mãn và hài lòng khách hàng cũng là một thách thức không nhỏ. Sự hài lòng này thể hiện rõ ở tỷ lệ đáp ứng được so với mong đợi của khách hàng khi tới khám bệnh và tỷ lệ khách hàng sẽ quay trở lại là rất cao, gần như là tuyệt đối. Sự hài lòng của khách hàng là rất quan trọng trong việc đánh giá chất lượng chăm sóc tổng thể, có thể tác động làm cải thiện các dịch vụ chăm sóc y tế nói chung và nha khoa nói chung. Sự hài lòng của khách hàng có thể được coi là một kết quả của dịch vụ y tế bên cạnh các kết quả lâm sàng [11].

Lắng nghe phản hồi của người sử dụng dịch vụ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe để cải thiện chất lượng dịch vụ y tế là cách tiếp cận phù hợp với xu thế của thời đại và chủ trương xây dựng Chính phủ kiến tạo, hành động, phục vụ, liêm chính ở Việt Nam. Bộ Y tế đã là một trong những Bộ tiên phong xây dựng và thể chế hóa hệ thống đánh giá chất lượng bệnh viện nói chung, thu nhận phản hồi từ người dân sử dụng dịch vụ khám, chữa bệnh nói riêng trong những năm gần đây theo triết lý của quản trị hiện đại "Cái gì không đo được, thì không thể quản lý được" (Peter Drucker).

#### **KẾT LUẬN**

Mức độ hài lòng của khách hàng nha khoa tại một số cơ sở công lập ở Hà Nội là cao, thể hiện sự nỗ lực phấn đấu nâng cao sự hài lòng của người bệnh của lãnh đạo cũng như nhân viên y tế. Ngoài ra, vẫn còn một số yếu tố tồn tại khác làm ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Vì vậy cần đẩy mạnh công tác kiểm tra giám sát, cải cách thủ tục hành chính, nâng cấp cơ sở hạ tầng để tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. WHO. Strategic Plan for Strengthening

Health System in the WHO Western Pacific Region. 2008:1-5.

2. WHO. People at the Centre of Health Care - Harmonizing mind and body, People and systems. 2007:12.

3. Bộ Y tế. Quyết định số 4939/QĐ-BYT về việc tiến hành đánh giá sự hài lòng của khách hàng tại các cơ sở y tế.; 2016. p. 1-10.

4. **Phạm Nhật Yên.** Đánh giá sự hài lòng của người bệnh về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại Khoa Khám bệnh theo yêu cầu, Bệnh viện Bạch Mai. Luận văn Thạc sĩ Y tế Công cộng, Trường Đại học Y tế Công cộng. 2008. 5-20.

5. **Bùi Thị Thu Hương.** Đánh giá sự hài lòng của người bệnh về chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại Khoa khám bệnh, Bệnh viện Đa khoa huyện Tiên Du, Bắc Ninh năm 2009. Luận văn Thạc sĩ Y tế công cộng, Trường Đại học Y tế Công cộng; 2009. 10-40.

6. **Trịnh Thị Thúy Hằng.** Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ khám bệnh tại Khoa Khám bệnh theo yêu cầu, Bệnh viện Phụ sản Trung ương năm 2014. Luận văn Thạc sĩ Quản lý Bệnh viện, Trường Đại học Y Hà Nội; 2014. 20-40.

7. **Nguyễn Thị Hà.** Đánh giá sự hài lòng của bệnh nhân tại bệnh nhân tại Bệnh viện Răng Hàm Mặt Trung ương Hà Nội năm 2014. Luận văn Bác sĩ Y khoa Răng Hàm Mặt, Trường Đại học Y Hà Nội, Hà Nội; 2014. 36-44.

8. **Tạ Thị Tươi.** Khảo sát sự hài lòng của bệnh nhân đối với một số dịch vụ chăm sóc răng miệng tại Trung tâm Kỹ thuật cao Răng Hàm Mặt, Viện Đào Tạo Răng Hàm Mặt năm 2018-2019 và một số yếu tố liên quan. Luận văn Thạc sĩ Quản lý Bệnh viện, Trường Đại học Y Hà Nội; 2019. 40-50.

9. Wikipedia Likert Scale, truy cập ngày 19 - 01 - 2016, tại trang web [https://en.wikipedia.org/wiki/Likert\\_scale](https://en.wikipedia.org/wiki/Likert_scale). 2016.

10. Viện Chiến lược và Chính sách y tế. Báo cáo mức độ hài lòng của người bệnh đối với tinh thần thái độ phục vụ của cán bộ y tế. 2017:20-23.

11. **Al-MudafBA, Moussa MA, Al-Terky MA, Al-Dakhil GD, El-Farargy AE, Al-Ouzairi SS.** Patient satisfaction with three dental speciality services: a centre-based study. *Med Princ Pract.* 2003;12(1):39-43.

## HIỆU QUẢ ĐIỀU TRỊ VẾT TRẮNG TRÊN RĂNG BẰNG PHƯƠNG PHÁP VI MÀI MÒN PHỐI HỢP VECNI FLUOR SAU CHỈNH NHA

CAO THỊ HẰNG, TRỊNH THỊ THÁI HÀ, NGUYỄN THANH HUYỀN  
Viện Đào tạo Răng Hàm Mặt, Trường Đại học Y Hà Nội

### TÓM TẮT

Nghiên cứu thử nghiệm lâm sàng có nhóm chứng trên răng cửa trên của 30 đối tượng có tổn thương vết trắng và đánh giá kết quả điều trị của phương pháp vi mài mòn phối hợp với vecni fluor trên nhóm răng cửa sau 1 tuần và 3 tháng. Kết quả: nghiên cứu cho thấy: Ở nhóm điều trị: Với 48 răng cửa, hiệu quả điều trị vết trắng D2 qua khám lâm sàng trực quan là giảm số lượng vết trắng D2 xuống còn 10,42% sau lần khám lại thứ nhất và còn 2,08% ở lần khám lại thứ 2;

đánh giá trên sự thay đổi chỉ số Diagnodent cho kết quả là giá trị thang điểm Diagnodent ở lần hẹn 1 và 2 là giảm so với ban đầu, sự khác biệt có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 99%; đánh giá qua tỷ lệ diện tích tổn thương cho thấy tỷ lệ diện tích tổn thương giảm ở L2 so với L1 và, L1 so với ban đầu, sự khác biệt có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 99%. Ở nhóm chứng: với 44 răng cửa, hiệu quả điều trị vết trắng D2 qua khám lâm sàng trực quan là giảm số lượng vết trắng D2 xuống còn 86,36%, đánh giá trên sự thay đổi chỉ số Diagnodent cho kết quả là giá trị thang điểm Diagnodent ở lần hẹn sau là tương tự ban đầu, sự khác biệt không có ý nghĩa thống kê với độ tin cậy 95%, đánh giá qua tỷ lệ diện tích tổn thương cho thấy tỷ lệ diện tích tổn thương không khác biệt ở L2 so với ban đầu.

Chịu trách nhiệm: Cao Thị Hằng  
Email: caohang285@gmail.com  
Ngày nhận: 24/11/2020  
Ngày phản biện: 25/12/2020  
Ngày duyệt bài: 15/01/2021