

ĐÁNH GIÁ CÁC YẾU TỐ LIÊN QUAN ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ KHÁM BỆNH TẠI BỆNH VIỆN PHỤ SẢN HÀ NỘI CƠ SỞ 3 NĂM 2021

NGUYỄN TIẾN LÂM,
TRẦN THỊ THUY, TRẦN TRUNG KIẾN,
NGUYỄN THỊ THUY, NGUYỄN HOÀNG ANH
Bệnh viện Phụ sản Hà Nội

TÓM TẮT

Mục tiêu: Tìm hiểu một số yếu tố liên quan đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ khám của khách hàng đến khám tại Cơ sở 3 của Bệnh viện Phụ sản Hà Nội.

Đối tượng và phương pháp nghiên cứu: Nghiên cứu mô tả cắt ngang, kết hợp nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính trên 400 khách hàng đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 trong thời gian từ 12/2020 đến hết tháng 06/2021. Dữ liệu thu thập được qua phương pháp thu thập số liệu định lượng và phỏng vấn sâu cán bộ y tế và khách hàng.

Kết quả: Tỷ lệ hài lòng chung ở nhóm hài lòng về chi phí khám bệnh cao hơn nhóm chưa hài lòng với chi phí khám với OR (95%CI) = 4,521 (1,104 - 18,510). Sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê với $p < 0,05$. Khách hàng trong nhóm hài lòng về thời gian chờ đợi có tỷ lệ hài lòng chung cao hơn gấp 8,976 lần so với nhóm chưa hài lòng về thời gian chờ đợi ($p < 0,05$).

Kết luận: Có 2 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đến dịch vụ khám bệnh tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội, cơ sở 3 là thời gian chờ đợi các thủ tục và chi phí khám.

Từ khóa: Hài lòng, dịch vụ khám bệnh, yếu tố liên quan.

SUMMARY

Objective: Survey on customer satisfaction about the quality of examination services at Hanoi Obstetrics and Gynecology Hospital 3 in 2021.

Method: A cross-sectional descriptive study of over 400 customers who visited the Hanoi Obstetrics and Gynecology Hospital 3 during the period from 6/2021 to the end of November 2021. Data were collected through quantitative

data collection method and in-depth interviews with health workers and customers.

Results: The overall rate of dissatisfaction was higher in the group who were not satisfied with medical examination costs than in the group who were satisfied with examination costs with OR (95% CI) = 4,521 (1.104-18.510). This difference is statistically significant with $p < 0.05$. Customers in the group who are not satisfied with the waiting time have an overall dissatisfaction rate 8,976 times higher than that of the group who are satisfied with the waiting time ($p < 0.05$).

Conclusion: There are 2 factors affecting customer satisfaction with medical examination services at Hanoi Obstetrics and Gynecology Hospital 3, which are waiting time for procedures and examination costs.

Keywords: Satisfaction, medical examination service, related factors.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong hệ thống y tế của các quốc gia, bệnh viện chiếm một vị trí quan trọng trong công tác chăm sóc và bảo vệ sức khỏe của nhân dân. Theo các tài liệu của Tổ chức Y tế Thế giới thì bệnh viện là một tổ chức rất phức tạp, môi trường làm việc phức tạp. Bởi lẽ, những tiến bộ trên nhiều mặt trong xã hội đã khiến người dân ý thức rõ hơn về quyền lợi của mình. Họ ngày càng đòi hỏi cao hơn đối với hệ thống bệnh viện, vì thế trách nhiệm chức năng của bệnh viện ngày càng nhiều hơn, tính phức tạp do đó cũng tăng lên^[1], và vai trò nhiệm vụ của các cán bộ, nhân viên làm trong bệnh viện cũng trở nên nặng nề hơn. Sự hài lòng của khách hàng (KH) chính là nội dung được đề cập nhiều trong công tác quản lý chất lượng bệnh viện. Hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của ngành y tế, chất lượng chăm sóc KH tại các bệnh viện ngày càng được nâng cao, tinh thần phục vụ cũng ngày càng được quan tâm và việc đáp ứng nhu cầu, mong muốn của KH

Chịu trách nhiệm: Trần Thị Thủy
Email: tranthuy040985@gmail.com
Ngày nhận: 22/8/2021
Ngày phản biện: 16/9/2021
Ngày duyệt bài: 26/10/2021

được coi là một trong những nhiệm vụ quan trọng của toàn thể cán bộ nhân viên y tế.

Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 được thành lập tháng 2/2017 trên phương diện sáp nhập 2 Trung tâm Chăm sóc Sức khỏe Sinh sản Hà Nội và Trung tâm Chăm sóc Sức khỏe Sinh sản Hà Đông vào Bệnh viện Phụ sản Hà Nội. Lúc đầu, Bệnh viện chỉ tiếp nhận 30 KH/ngày, cung cấp các dịch vụ cơ bản như khám chữa bệnh phụ khoa đơn thuần, kế hoạch hóa gia đình. Sau hơn 3 năm hoạt động, hiện nay trung bình một ngày, Bệnh viện đón tiếp khoảng 100 KH và triển khai hoạt động đầy đủ công năng khám, điều trị sản phụ khoa, siêu âm, xét nghiệm, thực hiện các phẫu thuật, thủ thuật trong ngày. Tuy nhiên, tính đến thời điểm hiện tại, Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 cũng chưa có nghiên cứu chính thức nào phản ánh một cách tổng thể về sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động khám bệnh tại bệnh viện và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đó. Xuất phát từ đó, chúng tôi tiến hành thực hiện đề tài: *“Thực trạng sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ khám bệnh tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 năm 2021”* với mục tiêu nghiên cứu là tìm hiểu một số yếu tố liên quan đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ khám của KH đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 năm 2021”.

ĐỐI TƯỢNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1. Đối tượng nghiên cứu

Các khách hàng đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3.

- *Tiêu chuẩn lựa chọn*: Các khách hàng đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 và đồng ý tham gia nghiên cứu

- *Tiêu chuẩn loại trừ*: Khách hàng nhập viện trong tình trạng cấp cứu sản khoa; không đồng ý tham gia nghiên cứu.

2. Địa điểm và thời gian nghiên cứu

- *Địa điểm*:

Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3.

- *Thời gian*:

Tháng 12/2020 đến hết tháng 06/2021.

3. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu mô tả cắt ngang, kết hợp nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính.

4. Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu

4.1 Cỡ mẫu

- Nghiên cứu định lượng:

Cỡ mẫu được chọn là 400 khách hàng.

- Nghiên cứu định tính:

Thực hiện các cuộc phỏng vấn sâu cho đối tượng là người cung cấp dịch vụ (cán bộ y tế): Tiến hành phỏng vấn sâu khoảng 8 cán bộ y tế tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3.

Thực hiện các cuộc phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm cho đối tượng là khách hàng: Tiến hành thảo luận nhóm phỏng vấn sâu 14 KH đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 theo yêu cầu.

4.2 Phương pháp chọn mẫu

- Nghiên cứu định tính

Phương pháp chọn mẫu là phương pháp lấy mẫu thuận tiện, tất cả các đối tượng đến khám tại Bệnh viện đủ tiêu chuẩn lựa chọn đều được đưa vào nghiên cứu cho đến khi đủ cỡ mẫu.

- Nghiên cứu định lượng:

+ Đối với cán bộ y tế: Thực hiện 8 cuộc phỏng vấn sâu.

+ Đối với khách hàng: Thực hiện 01 cuộc thảo luận nhóm cho 14 khách hàng được lựa chọn.

5. Phương pháp thu thập số liệu

5.1 Bộ công cụ thu thập thông tin

Các chủ đề phỏng vấn sâu dự kiến như sau:

- Ý kiến của cán bộ y tế về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ khám tại bệnh viện.

- Nhận xét của KH về sự thuận tiện khi tiếp cận với các dịch vụ liên quan đến hoạt động khám.

- Đánh giá của KH về thái độ của nhân viên y tế (NVYT) đối với KH đến khám.

- Nhận xét của khách hàng về thời gian chờ đợi khi sử dụng dịch vụ liên quan đến khám.

- Ý kiến của khách hàng đối với cơ sở vật chất, trang thiết bị và chi phí khám bệnh liên quan đến hoạt động khám.

- Ý kiến đề xuất của khách hàng và nhân viên y tế nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng khám.

5.2. Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu viên phát cho đối tượng nghiên cứu bộ câu hỏi đã được thiết kế sẵn, đối tượng tham gia nghiên cứu tự điền vào phiếu điều tra, nghiên cứu viên có nhiệm vụ tiếp cận KH và chọn KH theo phương pháp chọn mẫu đã thống nhất bằng bộ câu hỏi đã được chuẩn bị sẵn. Nghiên cứu viên kiểm tra và làm sạch số liệu ngay sau khi đối tượng nghiên cứu đưa lại phiếu điều tra, trường hợp thông tin không đầy đủ, nghiên cứu viên gửi lại phiếu để KH bổ sung ngay trước khi ra về.

Người nghiên cứu chính trực tiếp tiến hành phỏng vấn sâu cán bộ y tế và KH bằng cách sử dụng phương tiện máy ghi âm và ghi chép lại.

6. Phương pháp xử lý số liệu

Số liệu sau thu thập được xử lý bằng công cụ SPSS. Phân tích trong nghiên cứu là thống kê mô tả, kiểm tra thang đo Cronbach's alpha, phân tích tương quan, kiểm định hồi quy tuyến tính bội.

KẾT QUẢ

1. Sự ảnh hưởng của yếu tố đánh giá hài lòng với các yếu tố về nhân khẩu học

1.1. Yếu tố nhóm tuổi

Bảng 1. Các yếu tố đánh giá hài lòng với yếu tố nhóm tuổi

Nhóm tuổi	Sự thuận tiện khám		Chi phí khám		Thời gian chờ đợi khám		CSVC phục vụ khám		Thái độ, hướng dẫn của NVYT	
	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng
18 - 39 tuổi	369 (93,4%)	1 (50%)	304 (93,5%)	69 (92,0%)	358 (93,5%)	14 (87,5%)	371 (93,5%)	2 (66,7%)	369 (93,4%)	1 (50%)
40 - 60 tuổi	26 (6,6%)	1 (50%)	21 (6,5%)	6 (8,0%)	25 (6,5%)	2 (12,5%)	26 (6,5%)	1 (33,3%)	26 (6,6%)	1 (50%)
Tỷ suất chênh OR	14,19 (10,11-15,21)		1,259 (0,490-3,236)		2,046 (0,440-9,505)		7,135 (0,626-81,298)		14,192 (0,863-233,43)	

Nhận xét: Không có mối liên quan giữa sự hài lòng của khách hàng về sự thuận tiện khám, chi phí khám, thời gian chờ đợi khám, CSVC phục vụ khám, thái độ, hướng dẫn của NVYT với tuổi của khách hàng ($p > 0,05$).

1.2. Yếu tố hình thức đăng ký khám

Bảng 2. Các yếu tố đánh giá hài lòng với yếu tố hình thức đăng ký khám

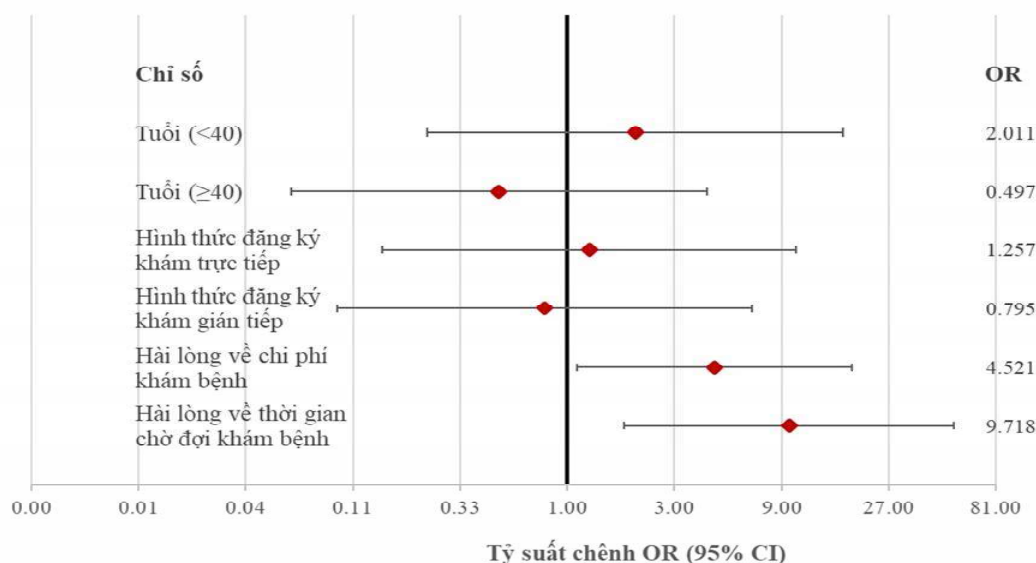
Hình thức đăng ký khám	Sự thuận tiện khám		Chi phí khám		Thời gian chờ đợi khám		CSVC phục vụ khám		Thái độ, hướng dẫn của NVYT	
	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng	Hài lòng	Chưa hài lòng
Qua điện thoại	358 (89,7%)	1 (100%)	294 (90,5%)	65 (86,7%)	345 (90,1%)	13 (81,2%)	356 (89,7%)	3 (100%)	355 (89,9%)	1 (50%)
Trực tiếp	41 (10,3%)	0 (0,0%)	31 (9,5%)	10 (13,3%)	38 (9,9%)	3 (18,8%)	41 (10,3%)	0 (0,0%)	40 (10,1%)	1 (50%)
Tỷ suất chênh OR	-		1,459 (0,681-3,125)		2,095 (0,571-7,682)		-		8,875 (0,545-144,64)	

Nhận xét: Bảng 2 cho thấy không có mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa hình thức đăng ký khám của khách hàng với sự hài lòng về 5 yếu tố đánh giá hài lòng ($p > 0,05$).

2. Sự ảnh hưởng của các yếu tố đánh giá hài lòng với hài lòng chung

Bảng 3. Sự ảnh hưởng giữa 5 yếu tố đánh giá hài lòng với yếu tố hài lòng chung

Các yếu tố liên quan	Hài lòng chung		Tỷ suất chênh (OR)
	Hài lòng	Chưa hài lòng	
Sự thuận tiện trong khám			-
Hài lòng	391 (98,0%)	1 (100%)	
Chưa hài lòng	8 (2,0%)	0 (0,0%)	
Chi phí khám bệnh			4,521 (1,104 - 18,510)
Hài lòng	321 (98,8%)	71 (94,7%)	
Chưa hài lòng	4 (1,2%)	4 (5,3%)	
Thời gian chờ đợi khám bệnh			8,976 (1,661 - 48,495)
Hài lòng	377 (98,4%)	14 (87,5%)	
Chưa hài lòng	6 (1,6%)	2 (12,5%)	
CSVC phục vụ khám bệnh			-
Hài lòng	389 (98,0%)	3 (100,0%)	
Chưa hài lòng	8 (2,0%)	0 (0,0%)	
Thái độ, hướng dẫn của NVYT			-
Hài lòng	389 (98,5%)	0 (0,0%)	
Chưa hài lòng	6 (1,5%)	2 (100%)	



Biểu đồ 1. Sự ảnh hưởng của các yếu tố các yếu tố liên quan với đánh giá hài lòng chung

Có mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa thời gian chờ đợi khám bệnh với sự hài lòng của khách hàng. Khách hàng trong nhóm hài lòng về thời gian chờ đợi có tỷ lệ hài lòng chung cao hơn gấp 8,976 lần so với nhóm chưa hài lòng về thời gian chờ đợi ($p < 0,05$).

Tỷ lệ hài lòng chung ở nhóm hài lòng về chi phí khám bệnh cao hơn nhóm chưa hài lòng về chi phí khám bệnh với $OR(95\%CI) = 4,521 (1,104 - 18,510)$. Sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê với $p < 0,05$.

Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tỷ lệ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ khám tại bệnh viện giữa 2 nhóm hài lòng và chưa hài lòng với yếu tố đánh giá sự thuận tiện trong khám, CSVC phục vụ khám bệnh, thái độ, hướng dẫn của NVYT ($p > 0,05$).

3. Kết quả phỏng vấn sâu

Sau khi gỡ băng ghi âm và cùng điều tra viên ghi chép lại và phân tích kết quả thu được từ việc phỏng vấn sâu khách hàng và nhân viên y tế bệnh viện bằng câu hỏi đóng và câu hỏi mở, kết quả thu được tổng hợp như sau:

* Cán bộ y tế:

- Phỏng vấn được thực hiện trên 8 cán bộ y tế của Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 bao gồm: 1 phó giám đốc bệnh viện, 1 phó giám đốc cơ sở 3, 1 bác sĩ, 1 điều dưỡng, 1 kỹ thuật viên, 1 thu phí, 1 nhân viên nhà thuốc và 1 bảo vệ. Tất cả bước đầu đều có kiến thức và hiểu biết đúng về sự hài lòng của khách hàng.

- 8/8 cán bộ y tế nhận xét, cơ sở vật chất của bệnh viện phù hợp khám chữa bệnh, đầy đủ trang thiết bị, vật tư hiện đại phục vụ khám chữa bệnh; cơ sở khám chữa bệnh sạch sẽ, gọn gàng, thoáng mát, đầy đủ ghế ngồi chờ; năng lực chuyên môn cao, đội ngũ nhân viên thân thiện, nhiệt tình, chuyên nghiệp. Thời gian chờ đợi và thủ tục đã được cải thiện nhanh chóng tuy nhiên 1 cán bộ y tế vẫn đề xuất cần tiếp tục giảm thêm thời gian chờ đợi cho khách hàng hơn nữa.

- 5/8 đề xuất cần chủ động hơn trong công tác cung cấp thông tin rõ ràng, chu đáo, giải đáp thắc mắc của khách hàng. Bên cạnh đó, 6/8 cán bộ y tế cũng đề xuất cần nâng cao thêm trình độ chuyên môn cho đội ngũ bác sĩ, điều dưỡng, hộ sinh, kỹ thuật viên đồng thời hoàn thiện các kỹ năng mềm bao gồm giao tiếp, ứng xử với khách hàng, phong cách phục vụ chuyên nghiệp, đáp ứng nhu cầu khách hàng.

- 2 cán bộ y tế cho rằng việc khám bệnh của bệnh viện cần được mở rộng, thực hiện công tác truyền thông, quảng cáo, bổ sung các gói ưu đãi để khách hàng biết đến cơ sở 3 nhiều hơn.

* Khách hàng:

- Phỏng vấn 14 khách hàng đến khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3, đa số các khách hàng đều cho rằng sự hài lòng trong dịch vụ khám chữa bệnh chính là việc được đem lại cảm giác thoải mái, gần gũi, tận tình về tinh thần và thể chất, thỏa mãn đủ nhu cầu tư

vấn, giải đáp thắc mắc trong khi sử dụng các dịch vụ của bệnh viện.

- 100% khách hàng nhận xét bản thân khá hài lòng khi sử dụng dịch vụ khám tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3.

- Có 12/14 khách hàng nhận xét các y bác sĩ, cán bộ y tế tận tình, nhẹ nhàng, cẩn thận, chu đáo với bệnh nhân. Các khách hàng đều được tư vấn, giải đáp thắc mắc và hướng dẫn nhiệt tình, cụ thể.

- Có 4 khách hàng nhận xét cơ sở vật chất của bệnh viện rất hiện đại, phòng khám sạch sẽ, thoáng mát.

- Có 2/14 khách hàng cho rằng thời gian chờ đợi tại bệnh viện hợp lý, không bị chờ đợi quá lâu. Một khách hàng đã chia sẻ điều hài lòng nhất ở bệnh viện chính là thời gian làm xét nghiệm ở đây có kết quả khá nhanh không phải đợi chờ mất thời gian nhiều như một số nơi khác.

- Hầu hết khách hàng đều không cảm thấy có điểm chưa hài lòng trong quá trình khám chữa bệnh tại bệnh viện. Chỉ có một khách hàng có góp ý là chi phí dịch vụ khám tại bệnh viện vẫn còn khá cao.

BÀN LUẬN

Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng nhận thức bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng được coi là một cách gián tiếp để đạt được sự hài lòng thực sự của khách hàng, về vấn đề này, cần xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn, hiểu biết về kỳ vọng và nhu cầu của khách hàng, loại bỏ các nguyên nhân gây ra sự không hài lòng, từ đó có thể nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, cải thiện sức khỏe thể chất và tinh thần của khách hàng hơn; và đạt được mục tiêu của hệ thống y tế đó là thúc đẩy chất lượng chăm sóc. Do đó, có thể nói việc xác định các yếu tố liên quan đến sự hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ khám theo yêu cầu tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 là hết sức cần thiết để khắc phục những hạn chế đang có từ đó cải thiện công tác thăm khám, chăm sóc khách hàng của bệnh viện từ đây đẩy mạnh và nâng cao sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ khám theo yêu cầu này.

Trong phạm vi nghiên cứu của chúng tôi, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ khám theo yêu cầu được xem xét qua việc phân tích mối liên quan về sự thuận tiện trong thăm khám, về chi phí khám, về thời gian chờ đợi, về cơ sở vật chất phục vụ khách hàng, về thái độ ứng xử, hướng dẫn của nhân viên y tế và đánh giá chung của

khách hàng sau khi kết thúc khám theo dịch vụ yêu cầu với các yếu tố nhân khẩu học và sự hài lòng chung của khách hàng.

Phần lớn các nghiên cứu được đưa vào phân tích trong tổng quan của tác giả đã đi đến kết luận người cao tuổi thường hài lòng về dịch vụ chăm sóc hơn người trẻ tuổi. Nghiên cứu những nước Liên bang Nga, dân số trẻ lại thường hài lòng hơn với dịch vụ chăm sóc so với người cao tuổi. Có 1 nghiên cứu khác cũng đưa ra bằng chứng rằng nhóm tuổi già nhất và nhóm tuổi trẻ nhất thường hài lòng với các hành vi của bác sĩ và không hài lòng với khả năng tiếp cận^[2]. Với nghiên cứu ở trong nước, tác giả Lê Thị Quỳnh Nga năm 2018 nghiên cứu trên các sản phụ sau sinh tại Bệnh viện Phụ sản Thanh Hóa cũng cho thấy ở nhóm sản phụ trên 30 tuổi có mức không hài lòng cao hơn gấp 1,7 lần nhóm có độ tuổi < 30 với $p < 0,05$ ^[3].

Tuy nhiên, khi chúng tôi xét mối liên quan giữa tuổi tác của khách hàng đến thăm khám với sự hài lòng với dịch vụ khám theo yêu cầu ở bảng 1, kết quả lại ghi nhận chưa tìm thấy mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa 5 yếu tố đánh giá sự hài lòng của khách hàng với yếu tố nhân khẩu học tuổi ($p > 0,05$). Kết quả này cũng tương đồng với kết quả nghiên cứu của một số tác giả khác trong và ngoài nước như Phạm Thị Kim Chi năm 2019: không có mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa tuổi với sự hài lòng của các sản phụ tại khoa sản Bệnh viện Quận Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh^[4]. Bjertnaes và cộng sự năm 2011, 2013 thấy các biến số như tuổi và giới tính ít có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng^[5]. Lý giải cho sự khác biệt giữa các nghiên cứu này có thể do số lượng và địa điểm nghiên cứu của mỗi cỡ mẫu là khác nhau, sự khác biệt về các yếu tố văn hóa, kinh tế - xã hội của cộng đồng nơi mà các nghiên cứu được tiến hành dẫn đến các mối tương quan cũng thể hiện theo đặc thù của mỗi cỡ mẫu.

Tương tự như vậy, chúng tôi cũng không tìm thấy mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa yếu tố hình thức đăng ký khám với sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ khám theo yêu cầu ($p > 0,05$). Kết quả này tương đồng với Đặng Thị Hồng Nhung năm 2019^[6].

Khi sử dụng mô hình hồi quy logistic đa biến phân tích sự ảnh hưởng của 5 yếu tố đánh giá sự hài lòng của khách hàng với kết quả hài lòng chung, chúng tôi tìm thấy mối liên quan có ý nghĩa thống kê giữa thời gian chờ đợi khám bệnh với sự hài lòng của khách hàng. Cụ thể

bệnh nhân trong nhóm hài lòng về thời gian chờ đợi có tỷ lệ hài lòng chung cao hơn gấp 8,976 lần so với nhóm chưa hài lòng về thời gian chờ đợi ($p < 0,05$). Kết quả này phù hợp với kết quả trong nghiên cứu của Saadoun F. Al-azmi và cộng sự có sự khác biệt về điểm trung bình giữa người bệnh chờ khám bệnh < 10 phút và những người bệnh có thời gian chờ khám bệnh > 10 phút ($p < 0,05$)^[7].

Tâm lý khách hàng khi đi thăm khám là cần được quan tâm kịp thời. Khi khách hàng hay người nhà phải chờ đợi quá lâu, họ thường không hài lòng và sẽ đánh giá thấp chất lượng dịch vụ được cung cấp trong bệnh viện. Thời gian chờ đợi là một nội dung mà lãnh đạo, quản lý bệnh viện cần quan tâm nhằm làm cho khách hàng hài lòng hơn với chất lượng dịch vụ được cung cấp trong bệnh.

Cũng trong mối liên quan của 5 yếu tố đánh giá sự hài lòng của khách hàng với sự hài lòng chung, chúng tôi nhận thấy tỷ lệ hài lòng chung ở nhóm hài lòng về chi phí khám bệnh cao hơn gấp 4,51 lần khi so với nhóm chưa hài lòng với chi phí khám. Sự khác biệt này có ý nghĩa thống kê với $p < 0,05$. Thực tế không phải khách hàng nào cũng có thu nhập cao và điều kiện sống thỏa mái, dễ dàng, nhiều khách hàng phải đối mặt với nhiều áp lực về thu nhập, vì vậy vấn đề chi phí khám bệnh dễ trở thành yếu tố cấu thành ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhóm khách hàng này. Điều này cũng được thể hiện qua nghiên cứu của Chu Hùng Cường năm 2012 thấy tỷ lệ hài lòng ở nhóm có thu nhập trung bình/người/tháng từ 1 triệu trở lên cao hơn gấp 2,5 lần khi so với nhóm có mức thu nhập dưới 1 triệu/người/tháng ($p < 0,05$)^[8].

Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tỷ lệ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ khám theo yêu cầu giữa 2 nhóm hài lòng và chưa hài lòng với yếu tố đánh giá sự thuận tiện trong khám, cơ sở vật chất phục vụ khám bệnh, thái độ, hướng dẫn của NVYT.

Như vậy, ngoại trừ 3 yếu tố sự thuận tiện trong khám, cơ sở vật chất phục vụ khám bệnh, thái độ, hướng dẫn của NVYT, 2 yếu tố còn lại bao gồm: yếu tố chi phí khám bệnh và thời gian chờ đợi khám bệnh là những vấn đề còn tồn đọng góp phần ảnh hưởng giảm sự hài lòng chung của bệnh nhân đối với chất lượng dịch vụ khám của Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3. Điều này sẽ giúp cho lãnh đạo Bệnh viện Phụ sản Hà Nội cơ sở 3 đề ra những giải pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ y tế cung cấp cho khách hàng.

Tổng kết lại từ các kết quả về các yếu tố liên quan đến sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ khám theo yêu cầu trên, có thể thấy rằng, sự hài lòng của khách hàng ít bị tác động bởi các yếu tố nhân khẩu học như tuổi, hình thức thăm khám. Các yếu tố có ý nghĩa, ảnh hưởng nhiều đến mức độ hài lòng của khách hàng với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh là: thời gian chờ đợi khám bệnh, chi phí khám. Có thể thấy, đây chủ yếu đều là các yếu tố liên quan đến chất lượng phục vụ, chất lượng cơ sở từ phía bệnh viện. Dựa trên những kết quả này, dễ dàng nhận thấy bệnh viện nên đầu tư, quan tâm, chú trọng hơn đến việc quan tâm, chú trọng rút ngắn thêm thời gian chờ đợi và cân bằng chi phí thăm khám, hỗ trợ các gói ưu đãi cho khách hàng để có thể nâng cao tối đa sự hài lòng từ phía khách hàng. Điều này cũng phù hợp với đề xuất nâng cao hài lòng của khách hàng từ cán bộ y tế tại bệnh viện trong kết quả phỏng vấn sâu ở trên. Khắc phục những điểm yếu, đồng thời phát huy những thế mạnh sẵn có tại các cơ sở, địa phương để đạt được mục tiêu hàng đầu của y tế là nâng cao sức khỏe toàn dân một cách tốt nhất, toàn diện nhất.

Tuy nhiên, đề tài cũng vẫn còn hạn chế do khảo sát tại một cơ sở là Bệnh viện Phụ sản cơ sở 3, và bởi đặc thù của địa bàn nghiên cứu, mẫu nghiên cứu chưa thực sự đại diện cho tất cả các KH sử dụng dịch vụ y tế.

KẾT LUẬN

Theo kết quả trong nghiên cứu của chúng tôi, có 2 yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ khám bệnh tại Bệnh viện Hà Nội cơ sở 3 là thời gian chờ đợi các thủ tục khám/xét nghiệm và chi phí khám.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **Trường Đại học Y tế Công cộng.** Tổng quan về quản lý bệnh viện, Nguyên lý quản lý bệnh viện, Nhà xuất bản Lao động xã hội: Hà Nội, 2010.
2. **Farzianpour F, Byravan R and Amirian S** (2015). Evaluation of Patient Satisfaction and Factors Affecting It: A Review of the Literature, SciRes, 7, pp. 1460 - 1465.
3. **Lê Thị Quỳnh Nga** (2018). Sự hài lòng của sản phụ sau sinh tại Bệnh viện Phụ sản Thanh Hóa năm 2018 và một số yếu tố liên quan, Luận văn thạc sỹ Y tế công cộng, Trường Đại học Thăng Long.
4. **Phạm Thị Kim Chi** (2019). Khảo sát sự hài lòng của sản phụ tại khoa sản Bệnh viện quận Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh năm 2019,

Luận văn Cử nhân Y tế Công cộng, Trường Đại học Y Dược Thành phố Hồ Chí Minh.

5. Bjertnaes. O, Ingeborg. S and Hilde. I (2011). Overall patient satisfaction with hospitals: Effects of patient-reported experiences and fulfilment of expectations, BMJ quality & safety. 21, page 39-46.

6. Đặng Thị Hồng Nhung (2019). Hải lòng của người đến khám và điều trị bệnh phụ khoa tại Bệnh viện Phụ sản Trung ương năm 2019 và một số yếu tố liên quan, Luận văn Thạc sĩ Y tế Công cộng, Trường Đại học Thăng Long.

7. Saadoun F. Al-Azmi, et al (2006). Patients'satisfaction with primary health care in Kuwait after electronic medical record implementation. J Egypt Public Health Assoc. Vol 81, pp.279 - 30.

8. Chu Hùng Cường, Phạm Trí Dũng (2013). Đánh giá sự hài lòng của người bệnh về dịch vụ khám, chữa bệnh tại Khoa Khám bệnh, Bệnh viện Đa khoa huyện Ninh Giang, tỉnh Hải Dương, năm 2012. Tạp chí Y học thực hành, số 01/2013 tr 5 - 8.

NHẬN XÉT GIÁ TRỊ CỦA CỘNG HƯỞNG TỪ 1.5T TRONG CHẨN ĐOÁN UNG THƯ CỔ TỬ CUNG TẠI BỆNH VIỆN PHỤ SẢN HÀ NỘI

NGUYỄN ĐĂNG TÂN¹, NGUYỄN XUÂN CHƯỜNG¹,
TRẦN THANH HẢI¹, NGUYỄN KHẮC HƯNG^{1,2}

¹Bệnh viện Phụ sản Hà Nội

²Bộ môn Chẩn đoán Hình ảnh, Đại học Y Hà Nội

TÓM TẮT

Mục tiêu: Mô tả đặc điểm hình ảnh và giá trị của cộng hưởng từ 1.5Tesla trong chẩn đoán ung thư cổ tử cung tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội.

Phương pháp nghiên cứu: Nghiên cứu mô tả cắt ngang 42 bệnh nhân (BN) ung thư cổ tử cung (UTCTC) được phẫu thuật có chụp CHT 1.5 Tesla trước mổ và có kết quả giải phẫu bệnh sau mổ tại Bệnh viện Phụ sản Hà Nội.

Kết quả: Tuổi thấp nhất 31, cao nhất 78, trung bình $51,2 \pm 11,4$. UTBM vảy 88,1%, UTBM tuyến 11,9%. 100% UTCTC tăng tín hiệu trên T2WI, 93,1% đồng tín hiệu trên T1WI, 96,5% giảm khuếch tán trên DWI (b1000), 96,6% ngấm thuốc đối quang từ kém cơ tử cung, 65,5% ngấm không đồng nhất. Đánh giá kích thước khối u CHT 1.5T có Acc 85,3%. Đánh giá xâm lấn âm đạo: Sp 97,2%, Acc 95,2%, NPV 97,2%. Đánh giá xâm lấn dây chằng rộng: Sp 97,2%, Acc 97,6% và NPV 100%. Chẩn đoán hạch di căn: Sp 97,2%, Acc 97,6% và NPV 100%. Phân loại GĐ UTCTC trên CHT 1.5T có Acc 97,6%, chỉ đánh giá các trường hợp thấy được u trên phim, CHT 1.5T có Acc 96,5%.

Kết luận: Hình ảnh UTCTC trên CHT 1.5T có thể quan sát rõ nét trên T2WI, DWI trước tiêm và T1FS sau tiêm thuốc đối quang từ. CHT 1.5T có giá trị cao trong phân loại GĐ.

Từ khóa: Ung thư CTC, CHT cổ tử cung, phân loại GĐ UTCTC.

SUMMARY

Objective: To describe imaging characteristics and the value of 1.5T MRI in the diagnosis of cervical cancer at Hanoi obstetrics and gynecology hospital.

Methods: Cross sectional descriptive study on 42 cervical cancer patients, were taken 1.5T MRI before surgery, and has result pathology after surgery in the Hanoi obstetrics and gynecology hospital.

Results: The min and max ages are 31 and 78, the average age is 51.2 ± 11.4 . Squamous-cell carcinoma 88.1%, Adenocarcinoma 11.9%. 100% mass shows a slightly hyperintense in T2-weighted MR image, 93.1% shows a isointense in T1W, 96.5% shows a hyperintense in Diffusion (b1000), 96.6% T1FS-weighted MR image shows poorly absorbed drugs for muscle fiber uterus after injection, 65.5% heterogeneous infiltration strong enhancement of the tumor. Assess tumor size has Acc 81.8%. The rating invasive vaginal has Sp 100%, Acc 100%, NPV 100%. Invasive parametre has Sp 97.2%, Acc 95.2%, NPV

Chịu trách nhiệm: Nguyễn Đăng Tân

Email: bstannhan@gmail.com

Ngày nhận: 22/8/2021

Ngày phản biện: 13/9/2021

Ngày duyệt bài: 18/10/2021