

BÀI BÁO NGHIÊN CỨU GỐC

Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng vắc xin và một số yếu tố ảnh hưởng tại trung tâm dịch vụ y tế thuộc viện Pasteur Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, năm 2023

Ngô Quốc Huy^{1*}, Lê Xuân Huy²

TÓM TẮT

Mục tiêu: Mô tả sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tại Trung tâm (TT) Dịch vụ y tế (DVYT), Viện Pasteur Nha Trang năm 2023.

Phương pháp nghiên cứu: Nghiên cứu (NC) cắt ngang kết hợp định lượng, định tính tại TT DVYT từ 5/2023 - 7/2023. NC định lượng sử dụng bộ câu hỏi phỏng vấn tham khảo từ bộ công cụ SWISQ 300 khách hàng, NC định tính qua 6 phỏng vấn sâu lãnh đạo, cán bộ y tế (CBYT) và 02 thảo luận nhóm khách hàng (6 người/cuộc).

Kết quả: 78,0% khách hàng hài lòng chung về chất lượng dịch vụ, tỷ lệ hài lòng về công tác tổ chức điều hành (73,7%); hỗ trợ khách hàng (77,7%); lắng nghe, tôn trọng khách hàng (85,3%). Các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp và tích cực bao gồm thái độ của NVYT; cơ sở vật chất; quy trình cung cấp dịch vụ; giá dịch vụ và tính sẵn có của vắc xin và yếu tố ảnh hưởng tích cực gián tiếp là chính sách lương, thưởng; đào tạo tập huấn; ảnh hưởng tiêu cực là công tác hỗ trợ, kiểm tra, giám sát và cơ chế mua sắm, đấu thầu, tự chủ đơn vị

Kết luận: TT cần cải thiện quy trình hướng dẫn, xây dựng đội ngũ lễ tân chuyên trách, tăng cường tư vấn trực tuyến, giám sát sau tiêm và tối ưu hóa cơ chế đấu thầu để đảm bảo nguồn cung vắc xin ổn định.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, tiêm chủng, vắc xin, hài lòng, yếu tố ảnh hưởng.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Tiêm chủng là biện pháp phòng bệnh hiệu quả nhất để làm giảm tỷ lệ mắc và tử vong do bệnh truyền nhiễm. Hiệu quả phòng bệnh của tiêm chủng phụ thuộc một phần vào chất lượng vắc xin và chất lượng dịch vụ của đơn vị cung cấp dịch vụ. Chất lượng dịch vụ y tế là những lợi ích về mặt sức khỏe của người bệnh sau khi tham gia quá trình cung cấp dịch vụ y tế (1). Tại Việt Nam có nhiều cơ sở y tế cùng tham gia cung cấp dịch vụ tiêm chủng tạo ra khó khăn trong quản lý chất lượng của ngành y tế (2). Chất lượng dịch vụ y tế không

chỉ về chuyên môn, kỹ thuật mà còn liên quan quá trình trải nghiệm của khách hàng. Tại Việt Nam, NC của Nguyễn Thị Hồng Loan cho thấy 78% khách hàng hài lòng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng (3). Một số yếu tố ảnh hưởng gồm: nhân lực y tế, cơ sở hạ tầng, yếu tố chuyên môn kỹ thuật hoặc chính sách về quản trị của các cơ sở y tế (3-6).

TT DVYT Viện Pasteur Nha Trang thực hiện tiêm chủng 60 loại vắc xin dịch vụ trung bình 100-200 lượt khách hàng/ngày (6). NC được triển khai với mục tiêu i) Mô tả sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm



Địa chỉ liên hệ: Ngô Quốc Huy

Email: huyngoquoc0510@gmail.com

¹Trường Đại Học Kinh Doanh và Công Nghệ Hà Nội

²Viện Pasteur Nha Trang.

Ngày nhận bài: 31/10/2024

Ngày phản biện: 20/12/2024

Ngày đăng bài: 30/12/2024

Mã DOI: <https://doi.org/10.38148/JHDS.0806SKPT24-124>

chủng vắc xin năm 2023, ii) Phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tại TT DVYT, Viện Pasteur Nha Trang năm 2023. Kết quả NC là cơ sở đề xuất các giải pháp tăng cường sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng tại đơn vị thông qua tăng cường chất lượng dịch vụ, cạnh tranh với các cơ sở y tế tư nhân.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thiết kế nghiên cứu: NC cắt ngang kết hợp định lượng và định tính. NC định lượng tiến hành trước để đánh giá sự hài lòng của khách hàng, NC định tính tiến hành sau nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng.

Địa điểm và thời gian nghiên cứu: NC từ 12/2022 - 11/2023 trong đó thời gian thu thập số liệu từ 5/2023 - 7/2023 tại TT DVYT, Viện Pasteur Nha Trang.

Đối tượng nghiên cứu: Khách hàng trưởng thành, người thân của trẻ nhỏ (<5 tuổi) sử dụng dịch vụ tiêm chủng vắc xin trong năm 2023 tự nguyện nhận dịch vụ; Giám đốc trung tâm dịch vụ y tế, trưởng phòng kế hoạch nghiệp vụ, trưởng đơn vị tiêm chủng; cán bộ trung tâm tiêm chủng công tác trên 1 năm có vai trò trong quá trình cung cấp dịch vụ tiêm chủng tại TT.

Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu:

Định lượng: Cỡ mẫu được tính theo công thức tính cỡ mẫu ước lượng một tỷ lệ:

$$n = Z^2_{(1-\alpha/2)} \frac{p(1-p)}{d^2}$$

Trong đó:

- n: Cỡ mẫu nhỏ nhất hợp lý
- α : Mức ý nghĩa thống kê. Khi $\alpha = 0,05$, độ tin cậy 95% thì hệ số tin cậy $Z = 1,96$
- $p = 0,78$ (NC của Nguyễn Thị Hồng Loan (3) đo lường tỷ lệ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng: 78%)

- $d = 0,05$ (Sai số tuyệt đối)

=> $n = 263$. Lấy 10% dự phòng, làm tròn được tổng cỡ mẫu là 300 khách hàng.

Sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện: mỗi ngày chọn 5 khách hàng chuẩn bị hoàn tất thủ tục tiêm chủng để giới thiệu và mời tham gia phỏng vấn.

Định tính: Chọn mẫu định tính có chủ đích 18 người, 06 PVS CBYT đã công tác trên 1 năm có vai trò trong quá trình cung cấp dịch vụ tiêm chủng, 02 TLN với 12 khách hàng dựa trên sự tự nguyện nhận dịch vụ vắc xin và theo 2 mức độ hài lòng và hài lòng sau khi có kết quả NC định lượng).

Biến số/chỉ số/ nội dung/chủ đề nghiên cứu

Định lượng: 1) Đặc điểm nhân khẩu học khách hàng: tuổi, giới, học vấn, hôn nhân, thu nhập trung bình, khoảng cách từ nhà tới TT DVYT, số lần đến tiêm, tiếp tục quay lại, giới thiệu cho người khác; 2) Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng vắc xin bao gồm: công tác tổ chức điều hành (5 tiêu mục); tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng (6 tiêu mục); lắng nghe và tôn trọng quyết định của khách hàng (3 tiêu mục);

Định tính: Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng vắc xin: Quy trình cung cấp dịch vụ; Nguồn nhân lực; Cơ sở vật chất, TTB; Tài chính.

Tiêu chuẩn đánh giá: Sử dụng thang đo Likert 5 mức độ (1: Rất không đồng ý – 5: Rất đồng ý) đánh giá sự hài lòng của khách hàng. Điểm hài lòng bằng tổng điểm từng tiêu mục mỗi khía cạnh. Điểm trung bình hài lòng từng khía cạnh = Tổng điểm các câu hỏi từng khía cạnh chia cho số câu hỏi. Điểm trung bình chung = Tổng điểm chung chia cho tổng số câu hỏi. Tiêu chí đánh giá “Hài lòng/Chưa hài lòng”: 56 là điểm cắt để phân biệt nhóm hài lòng và nhóm chưa hài lòng (3) tương đương điểm trung bình 4,0 (14 tiêu mục) trong đó điểm cắt của 3 tiêu mục Hài lòng về tổ chức

điều hành, về tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng, về lắng nghe và tôn trọng quyết định của khách hàng lần lượt là 20, 24 và 12 điểm.

Kỹ thuật, công cụ và quy trình thu thập số liệu

Định lượng: Sử dụng bộ câu hỏi phỏng vấn cấu trúc đã được tham khảo từ bộ công cụ SWISQ gồm 3 khía cạnh hài lòng và 14 tiêu mục.

Định tính: Sử dụng bộ công cụ PVS và TLN (30-60 phút), 12 khách hàng được chia làm 2 nhóm hài lòng và chưa hài lòng sau khi có kết quả định lượng, rồi chọn theo độ tuổi, khu vực sinh sống, số lần sử dụng dịch vụ và mức đánh giá chất lượng dịch vụ và được liên hệ qua điện thoại và mời đến tham gia thảo luận nhóm trực tiếp tại TT DVYT.

Xử lý và phân tích số liệu: Thông tin định lượng được kiểm tra, nhập liệu bằng Epidata 3.1 và phân tích bằng SPSS 26. Thông tin định tính gỡ băng, phân tích theo chủ đề bằng Excel.

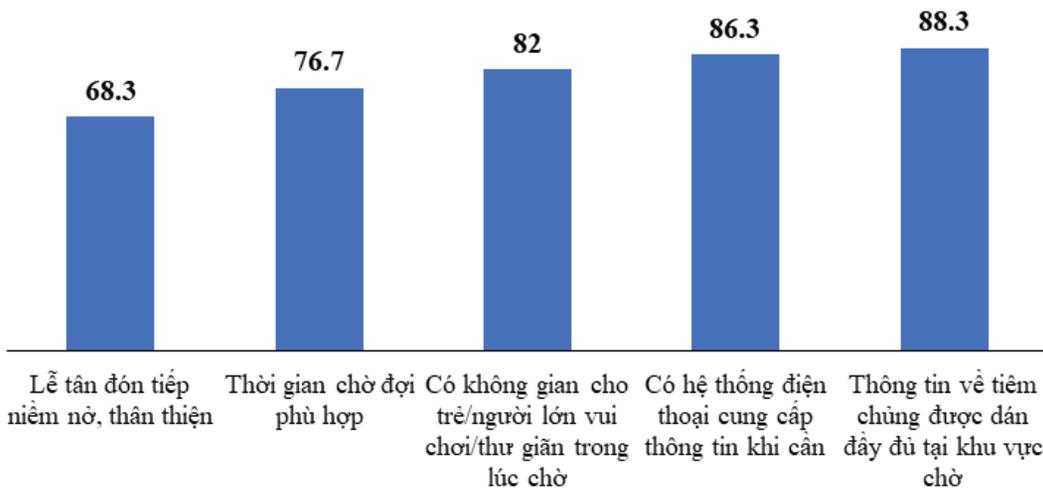
Đạo đức trong nghiên cứu: NC được triển khai với sự thông qua của Hội đồng Đạo đức Trường Đại học Y tế công cộng theo quyết định số 29/2023/YTCC-HD3 ngày 11/5/2023.

KẾT QUẢ

Thông tin chung về người tham gia nghiên cứu

Trong 300 khách hàng có 64,3% nữ, 37,3% thuộc nhóm 18-30 tuổi; 82,7% đã kết hôn, 75,3% trình độ trung cấp, cao đẳng, đại học; 36,7% công chức, viên chức; thu nhập trung bình 6-10 triệu/tháng (56,0%), 75,0% ở gần Trung tâm DVYT. Có 83,2% sử dụng dịch vụ trên 2 lần, tiêm 1 loại vắc xin (88,7%), vắc xin viêm gan B (27,3%), phế cầu (16,3%), dại (15,7%), MMR (13,7%) và 6 trong 1 (12,7%).

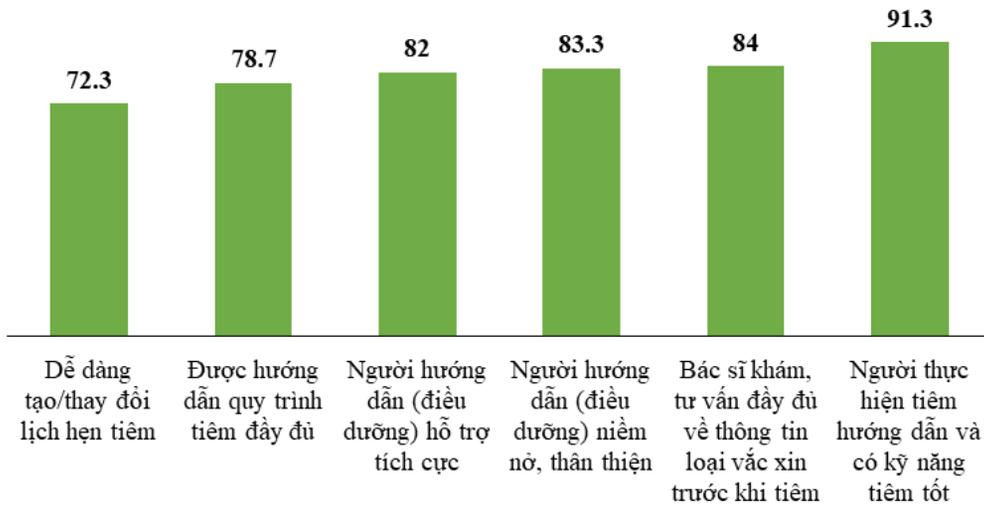
Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm chủng vắc xin



Biểu đồ 1. Sự hài lòng của khách hàng ở khía cạnh tổ chức điều hành

Ở khía cạnh tổ chức điều hành, Thông tin tiêm chủng được dán đầy đủ tại khu vực chờ có tỷ lệ khách hàng hài lòng cao nhất với 88,3% và

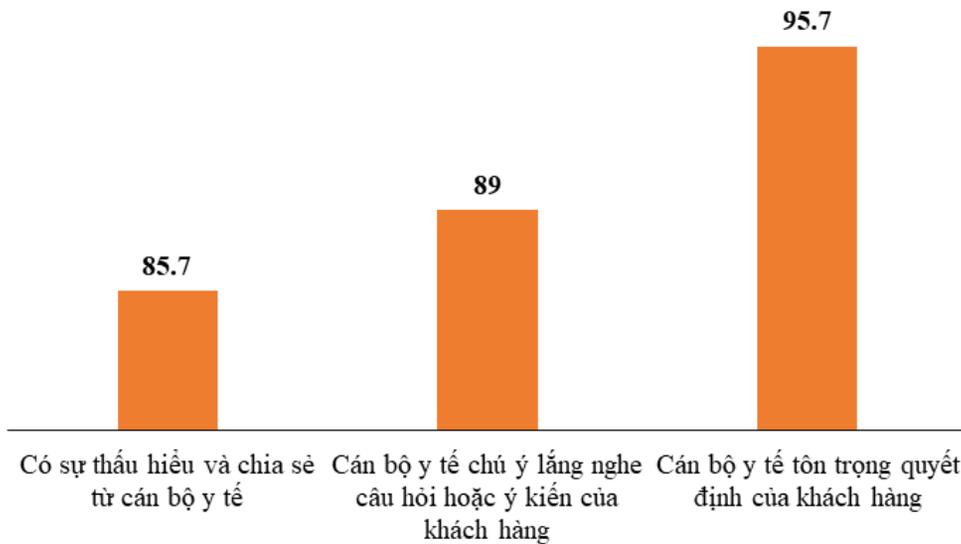
thấp nhất là về mức độ niềm nở, thân thiện của lễ tân đón tiếp chiếm tỷ lệ 68,3%.



Biểu đồ 2. Sự hài lòng của khách hàng ở khía cạnh tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng

Trong các khía cạnh tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng, người thực hiện tiêm hướng dẫn và có kỹ năng tiêm tốt là yếu tố có tỷ lệ khách hàng

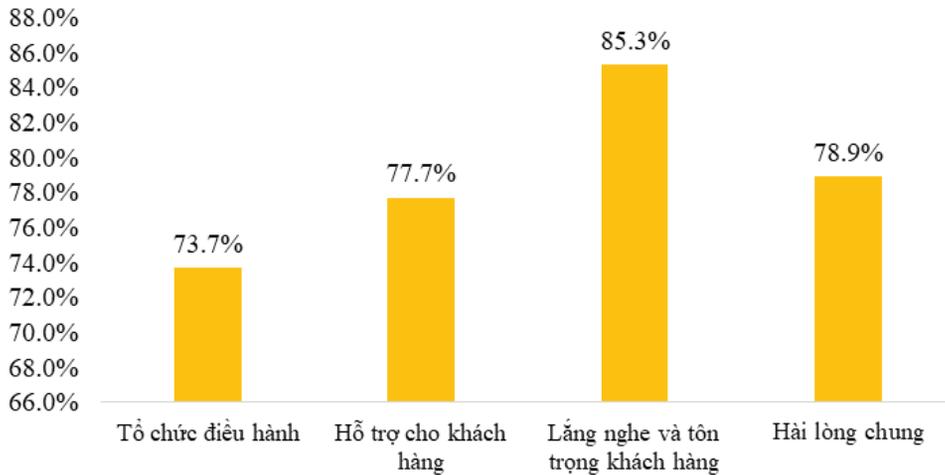
hài lòng cao nhất 91,3%; thấp nhất là việc dễ dàng tạo/thay đổi lịch hẹn tiêm 72,3%.



Biểu đồ 3. Sự hài lòng của khách hàng ở khía cạnh lắng nghe và tôn trọng quyết định khách hàng

Đối với khía cạnh lắng nghe và tôn trọng quyết định của khách hàng, khách hàng hài lòng cao nhất việc CBYT tôn trọng quyết

định của khách hàng chiếm 95,7% và thấp nhất về việc có sự thấu hiểu và chia sẻ từ CBYT chiếm 85,7%.



Biểu đồ 4. Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ theo các khía cạnh

Tỷ lệ hài lòng chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ 78,9%. Tỷ lệ hài lòng về công tác tổ chức điều hành thấp nhất với 73,7%; lắng nghe và tôn trọng quyết định của khách hàng tỷ lệ hài lòng cao nhất (85,3%).

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ

Một số yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tới sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại TT DVYT như thái độ của NVYT; cơ sở vật chất; quy trình cung cấp dịch vụ; giá dịch vụ và tính sẵn có của vắc xin và yếu tố ảnh hưởng gián tiếp là chính sách lương, thưởng; đào tạo; công tác hỗ trợ, kiểm tra, giám sát; và cơ chế mua sắm, đấu thầu và tự chủ đơn vị.

Yếu tố ảnh hưởng trực tiếp:

Thái độ của nhân viên y tế: Nhân viên y tế có thái độ niềm nở tạo được ấn tượng cho khách hàng, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng.

“Chúng tôi an tâm vì bác sỹ ở đây nhiệt tình, giải thích, tư vấn kỹ” (TLN 01).

Để đạt được điều đó, TT đã quan tâm đội ngũ nhân lực như đào tạo, tập huấn, đảm bảo chất lượng nhân lực. Từ đó đội ngũ nhân viên y tế phục vụ khách hàng tốt hơn và tạo sự hài lòng cho khách hàng.

“Việc khách hàng cảm thấy được hỗ trợ, thoải mái khi giao tiếp với cán bộ của đơn vị tiêm chủng là một trong những ưu tiên trong việc đảm bảo chất lượng. Đây là một trong những khía cạnh cốt lõi tạo nên sự hài lòng của khách hàng mà chúng tôi hướng đến” (PVS_03).

Cơ sở vật chất

Số lượng, chất lượng: ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng khách hàng do TT cung cấp đa dạng các vắc xin với chất lượng tốt, trang thiết bị bảo quản hiện đại, cơ sở hạ tầng rộng, thoáng mát, sạch sẽ tạo nên sự hài lòng của khách hàng đến sử dụng dịch vụ.

“TT có phòng ốc sạch đẹp, trang thiết bị đầy đủ nên tôi thích đến và quay lại” (TLN-01).

Tính liên hoàn, thuận tiện, cập nhật: ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng với việc phòng tiêm được bố trí phù hợp, thuận tiện; các loại vắc xin mới, giá được niêm yết rõ ràng.

“TT đảm bảo chất lượng vắc xin tốt nhất cung cấp cho khách hàng. Giá cả niêm yết để khách hàng có cơ sở lựa chọn dịch vụ phù hợp. Các thiết bị phục vụ quá trình khám, tiêm đều được bảo quản, cập nhật để có kết quả chính xác nhất” (PVS_06).

Hệ thống theo dõi, báo cáo, bảo trì: Thực hiện thường xuyên, định kỳ nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt nhất, do đó đây là yếu tố tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

“Bảo trì, bảo dưỡng trang thiết bị phục vụ tiêm chủng là hoạt động thiết yếu, được TT thực hiện thường quy. TT có hệ thống phản hồi qua hòm thư góp ý, đường dây nóng” (PVS_01).

Quy trình cung cấp dịch vụ

Tính phù hợp của quy trình ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng khách hàng vì TT đã xây dựng quy trình đầy đủ, thuận tiện, có hệ thống hỗ trợ. Khách hàng cho rằng quy trình tiêm chủng tại TT dễ thực hiện. Tuy nhiên chỗ treo quy trình bị khuất, cỡ chữ nhỏ và thay đổi lịch tiêm chưa linh hoạt cũng ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm khách hàng

“Quy trình hướng dẫn rất rõ, thuận tiện cho khách hàng. Tuy nhiên, bảng quy trình dán trên tường, bị khuất phía sau khu đăng ký” (TLN_01).

Giá dịch vụ và tính sẵn có của vắc xin: ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng khi TT có giá dịch vụ niêm yết, công khai, phù hợp với giá chung. Ngoài ra, TT cung cấp đa dạng các vắc xin tạo cơ hội cho khách hàng nhiều lựa chọn.

“Giá dịch vụ ở đây tương ứng phù hợp nhất là so với cơ sở tư nhân khác” (TLN_01).

“Vắc xin tại đây ít khi bị thiếu và có đầy đủ theo yêu cầu và lịch tiêm nên tôi yên tâm cho con đăng ký tiêm tại đây” (TLN_02).

Yếu tố ảnh hưởng gián tiếp

Đào tạo nhân lực: ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng vì cán bộ y tế luôn được tập huấn, đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn giao tiếp ứng xử giúp cho việc hỗ trợ, phục vụ khách hàng tốt hơn *“Chúng em được tập huấn tiêm chủng hàng năm nên*

tư vấn, giải thích cho khách hàng tốt hơn, họ tin tưởng hơn khi sử dụng dịch vụ” (PVS_03).

Chính sách lương, thưởng, hỗ trợ ảnh hưởng tích cực đến mức độ hoàn thành công việc của NVYT giúp nâng cao chất lượng dịch vụ tác động tích cực đến sự hài lòng khách hàng.

“Chế độ lương theo quy định, thưởng, thu nhập tăng thêm theo quy chế chi tiêu nội bộ của Viện, phù hợp, đáp ứng được nhu cầu sống, làm việc của cán bộ nhân viên TT” (PVS_03).

Công tác hỗ trợ, kiểm tra, giám sát: thực hiện thường xuyên ở các khâu khám, tư vấn và tiến hành tiêm nên có chất lượng dịch vụ tốt, khách hàng cảm thấy hài lòng.

“Một trong những yêu cầu không thể thiếu trong tiêm chủng là đảm bảo nghiêm ngặt các bước thăm khám, tư vấn, kiểm tra trước trong tiêm. Chúng tôi luôn đảm bảo có người giám sát và kiểm tra liên tục các khâu trong quá trình này” (PVS_03).

Tuy nhiên, các khâu theo dõi sau tiêm, dịch vụ hỗ trợ chưa được giám sát chặt chẽ nên sự hỗ trợ khách hàng chưa tốt.

Cơ chế mua sắm, đấu thầu và tự chủ đơn vị: tốn nhiều thời gian, tiến độ triển khai chậm, giá cao, nguồn cung cấp ít ảnh hưởng đến việc cung cấp dịch vụ. Từ đó ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng của khách hàng.

“Một số vắc xin cần nhiều thời gian để rà soát, kiểm tra. Làm chỉ định thầu, các hướng dẫn chưa rõ ràng nên tiến độ rất chậm” (PVS_02).

BÀN LUẬN

Sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ

Tỷ lệ hài lòng chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại TT DVYT là 78,9%, tương

đồng với NC của Ermias Dana và Reena Titoria tại Ethiopia và Ấn Độ (dưới 80%) (8,9), và Nguyễn Thị Hồng Loan tại Bình Dương năm 2019 với tỷ lệ hài lòng 75,7% (TCMR) và 78,6% (TCDV) (3).

Ở khía cạnh tổ chức điều hành, tiêu mục về lễ tân đón tiếp niềm nở, thân thiện và thời gian chờ đợi phù hợp có tỷ lệ hài lòng chưa cao (68,3% với điểm trung bình $3,91 \pm 0,75$) và (76,7% với điểm trung bình $4,03 \pm 0,71$). Nguyên nhân vấn đề của lễ tân chủ yếu từ việc đội ngũ nhân lực tiếp đón thường là nhóm kiêm nhiệm, luân chuyển theo thời gian và chưa có sự giám sát, kiểm tra thường xuyên. Trong khi đó, vấn đề về thời gian chờ đợi lại phụ thuộc nhiều vào số lượng khách hàng và khả năng phân luồng khách hàng. Ở khía cạnh tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng, các nội dung về dễ dàng tạo/thay đổi lịch hẹn tiêm và được hướng dẫn quy trình tiêm đầy đủ có tỷ lệ hài lòng của khách hàng chưa cao (72,3% với điểm trung bình $4,22 \pm 0,85$ và 78,7% với điểm trung bình $4,39 \pm 0,82$). Nguyên nhân vấn đề liên quan đến hiệu quả của công tác lên lịch và hỗ trợ người bệnh cũng như hạn chế của phần mềm hẹn tiêm đang sử dụng. Đồng thời việc bảng hướng dẫn tiêm chủng bị che khuất sau khu vực đăng ký và tiếp đón. Đây là những điểm mà Trường đơn vị cần lưu ý để có các giải pháp phù hợp và khắc phục các vấn đề này.

Ở khía cạnh lắng nghe và tôn trọng quyết định khách hàng, tất cả các nội dung/tiêu mục đều có tỷ lệ khách hàng hài lòng cao (>85,0%). Thành công này đến từ việc đầu tư và hỗ trợ chuyên môn, văn hóa làm việc của các cán bộ tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ tiêm của đơn vị. Đây là điểm sáng cần tiếp tục duy trì trong tương lai.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ

Thái độ của nhân viên y tế: Thái độ, ứng xử giao tiếp của NVYT có ảnh hưởng tích cực

đến sự hài lòng khách hàng. Thái độ, giao tiếp ứng xử là xu thế của ngành y tế với quyết tâm nâng cao chất lượng dịch vụ với quan điểm lấy khách hàng làm trung tâm theo hướng dẫn của WHO (11).

Cơ sở vật chất: Kết quả NC chỉ ra rằng tất cả các yếu tố về cơ sở vật chất, trang thiết bị đều ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng. Kết quả NC tương tự của Cao Thị Ánh Tuyết về chất lượng tiêm chủng dịch vụ tại Trung tâm Kiểm soát bệnh tật Hà Nội năm 2022 (12).

Quy trình cung cấp dịch vụ: Ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng, tuy nhiên một số khách hàng khó tiếp cận do địa điểm đặt quy trình hướng dẫn bị che khuất, cỡ chữ nhỏ. Vấn đề trên cũng gặp ở NC của Janmesh Shah (10) và Nguyễn Thị Hồng Loan (3).

Giá dịch vụ và tính sẵn có của vaccin: Giá dịch vụ, khuyến mãi là yếu tố ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng. Kết quả này cũng được tìm thấy trong các NC trước đó (3,12). Cơ chế mua sắm đấu thầu hiện vẫn khó khăn, ảnh hưởng không tốt đến cung ứng một số loại vắc xin nhưng TT luôn cố gắng để duy trì tính sẵn có của vắc xin tại đơn vị. Đây là vấn đề chung của toàn quốc và giải pháp là cần nghiên cứu, ban hành cơ chế đặc thù, ưu tiên, ưu đãi cho NC, sản xuất vắc xin tại Việt Nam (13).

Các yếu tố ảnh hưởng gián tiếp như đào tạo nhân lực; chính sách lương, thưởng, hỗ trợ; công tác hỗ trợ, kiểm tra, giám sát và cơ chế mua sắm, đấu thầu và tự chủ của đơn vị cần được tiếp tục duy trì những điểm tích cực để tạo những ảnh hưởng gián tiếp tới sự hài lòng của khách hàng. Đào tạo nhân lực là cần thiết, nội dung tập huấn là yếu tố quan trọng tăng cường trình độ chuyên môn, giao tiếp ứng xử của NVYT.

Đặc biệt TT cần tăng cường giám sát và kiểm tra khu theo dõi sau tiêm, tiếp đón ban đầu cũng là một ưu tiên để cải thiện chất lượng

dịch vụ tại đơn vị. Việc tăng cường giám sát phản ứng sau tiêm chủng để phát hiện sớm và xử trí các tai biến xảy ra sẽ góp phần làm giảm diễn biến nặng các trường hợp phản ứng sau tiêm.

Hạn chế của nghiên cứu: Chỉ thực hiện tại một đơn vị tiêm chủng nên chỉ có giá trị khuyến nghị cho đơn vị.

KẾT LUẬN

Tỷ lệ khách hàng hài lòng với chất lượng dịch vụ là 78,9%, cao nhất ở khía cạnh lắng nghe và tôn trọng quyết định của khách hàng (85,3%), tiếp theo là khía cạnh hỗ trợ cho khách hàng (77,7%), thấp nhất là khía cạnh công tác tổ chức điều hành (73,7%). Một số yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tích cực tới sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại TT DVYT như thái độ của NVYT; cơ sở vật chất; quy trình cung cấp dịch vụ; giá dịch vụ và tính sẵn có của vắc xin và yếu tố ảnh hưởng gián tiếp là chính sách lương, thưởng; đào tạo; môi trường làm việc; công tác hỗ trợ, kiểm tra, giám sát

Khuyến nghị: Cải thiện quy trình hướng dẫn thủ tục: Thiết kế bảng hướng dẫn quy trình dễ nhìn, bố trí địa điểm phù hợp, dễ tiếp cận, dễ hiểu; xây dựng đội ngũ lễ tân đủ để đón tiếp, hướng dẫn, đảm bảo quy trình thuận lợi, nhanh chóng. Cải thiện hệ thống tư vấn trực tuyến: xây dựng đội ngũ tư vấn trực tuyến; sử dụng các ứng dụng công nghệ trong hẹn/đổi lịch tiêm cho khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nông Diệu Thuần, Lê Thị Thanh Hoa. Thực trạng tiêm chủng mở rộng đầy đủ, đúng lịch ở trẻ em dưới 12 tháng tuổi tại huyện Bảo Lâm, tỉnh Cao Bằng năm 2021. Tạp chí Y học Việt Nam. 2021;520(2):83-7.
2. Nguyễn Thị Diễm. Chất lượng dịch vụ điều trị nội trú và một số yếu tố ảnh hưởng tại khoa Chấn thương chỉnh hình, bệnh viện Chợ Rẫy,

- thành phố Hồ Chí Minh năm 2022 [Thạc sĩ QLBV]. Hà Nội: Trường ĐH YTCC; 2022.
3. Nguyễn Thị Hồng Loan. Sự hài lòng về dịch vụ tiêm chủng của người dân tại một số cơ sở y tế thành phố Thủ Dầu Một tỉnh Bình Dương năm 2019: Trường Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh; 2019.
4. Chính phủ. Nghị định 43/2006/NĐ-CP ngày 25/4/2006 quy định quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm về thực hiện nhiệm vụ, tổ chức bộ máy, biên chế và tài chính đối với đơn vị sự nghiệp công lập. Hà Nội 2006.
5. Lê Thị Thu Hà. Thực trạng công tác khám chữa bệnh và sự hài lòng của người bệnh đối với chất lượng khám chữa bệnh tại khoa khám bệnh, Bệnh viện huyện Thanh Miên, tỉnh Hải Dương năm 2009 [Thạc sĩ Y tế công cộng]. Hà Nội: Trường Đại học Y tế công cộng; 2009.
6. Trần Thị Mến. Thực trạng khám chữa bệnh và sự hài lòng của người bệnh ngoại trú tại khoa khám bệnh, bệnh viện đa khoa Đông Hưng, Thái Bình năm 2014 [Thạc sĩ Quản lý bệnh viện]. Hà Nội: Trường Đại học Y tế công cộng; 2014.
7. Viện Pasteur Nha Trang. Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2022. Nha Trang, Khánh Hòa; 2022.
8. Dana E, Asefa Y, Hirigo AT, Yitbarek K. Satisfaction and its associated factors of infants' vaccination service among infant coupled mothers/caregivers at Hawassa city public health centers. Human vaccines & immunotherapeutics. 2021;17(3):797-804.
9. Titoria R, Upadhyay M, Chaturvedi S. Quality of routine immunization service: Perception of clients. Indian journal of public health. 2020;64(1):44-9.
10. Janmesh Shah, Medhavi Agarwal, Jaimin Patel, Atul Trivedi. Quality Assessment of Immunization Services: A Cross Sectional Study at UHCs of Ahmedabad Municipal Corporation. International Journal of Health Sciences and Research. 2015;5(7):21-5.
11. WHO. WHO global strategy on people-centred and integrated health services: interim report. Geneva: World Health Organization; 2015 2015. Contract No.: WHO/HIS/SDS/2015.6.
12. Tuyết CTÁ. Sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại trung tâm kiểm soát bệnh tật thành phố Hà Nội năm 2021. Tạp chí Khoa học Nghiên cứu Sức khỏe và Phát triển. 2022;06(05).
13. Thủ tướng Chính phủ. Quyết định số 1286/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chương trình bảo đảm nguồn cung ứng vắc xin cho tiêm chủng đến năm 2030. Hà Nội 2022.

Customer satisfaction with the quality of vaccination services and some influencing factors at the Pasteur Nha Trang medical service center, Khanh Hoa province, 2023

Ngô Quốc Huy¹, Lê Xuân Huy²

¹Hanoi University of Business and Technology

²Pasteur Institute of Nha Trang

ABSTRACT

Objective: To describe customer satisfaction with the quality of vaccination services and analyze some influencing factors at the Medical Services Center, Pasteur Institute Nha Trang in 2023. **Methods:** A mixed method study (both quantitative and qualitative methods) was conducted at the Vaccination Service Center from May 2023 to July 2023. The quantitative research used from the SWISQ tool, involving over 300 customers. The qualitative research included 6 in-depth interviews with leaders and healthcare staff (HCWs) of the vaccination unit and 2 focus group discussions with customers. **Results:** 78.0% of customers were generally satisfied with the service quality. The satisfaction rates for aspects such as the organization and management of the service (73.7%), customer support (77.7%), and listening to and respecting customer decisions (85.3%). Several factors directly and positively affecting satisfaction included the attitude of healthcare staff (HCWs), facilities, service delivery process, service cost, and vaccine availability. Indirect factors influencing satisfaction included salary and bonus policies, training, and support, inspection, and supervision activities and procurement mechanism, bidding, and unit autonomy. **Conclusion:** The center needs to improve vaccination procedures, enhance the online consultation system for customers, strengthen monitoring of the registration process, and improve bidding mechanisms to ensure a reliable vaccine supply.

Keywords: *Service quality, vaccination, vaccines, satisfaction, influencing factors.*