

BÀI BÁO NGHIÊN CỨU GỐC

Chất lượng dịch vụ Bệnh viện Phụ sản Mê Kông qua cảm nhận của khách hàng ngoại trú năm 2019Trần Hà Diễm^{1*}, Bùi Thị Tú Quyên²**TÓM TẮT**

Mục tiêu: Nghiên cứu thực hiện nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ Bệnh viện Phụ sản Mê Kông qua cảm nhận của khách hàng ngoại trú năm 2019 và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Bệnh viện.

Phương pháp: Nghiên cứu cắt ngang kết hợp định tính và định lượng sử dụng bộ công cụ SERVPERF gồm 22 câu hỏi qua 5 khía cạnh: Tin tưởng, đáp ứng, đảm bảo, cảm thông và yếu tố hữu hình.

Kết quả: Kết quả ghi nhận, 96,1% khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ bệnh viện ở mức cao, điểm trung bình chung về chất lượng dịch vụ là 4,34 ($\pm 0,41$) so với chuẩn điểm 5. Năng lực chuyên môn của Bệnh viện, chi phí dịch vụ phù hợp là những ảnh hưởng tốt đến chất lượng dịch vụ. Mất cân đối lượng khách hàng giữa các buổi khám là điểm nổi bật làm hạn chế chất lượng dịch vụ.

Kết luận: Chất lượng dịch vụ Bệnh viện được đánh giá ở mức cao, tuy nhiên các chính sách thể hiện sự quan tâm khách hàng và cần làm gì để nắm bắt được nhu cầu của họ là vấn đề Bệnh viện cần cải tiến để đáp ứng sự mong đợi ngày càng cao của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ bệnh viện, ngoại trú, SERVPERF

ĐẶT VẤN ĐỀ

Chất lượng dịch vụ bệnh viện (CLDV) thường được xem là sự hoàn hảo của những dịch vụ sức khỏe, thỏa mãn nhu cầu người bệnh khi đến thăm khám tại các cơ sở y tế (1). Chất lượng dịch vụ là thước đo sự phát triển của bệnh viện và cũng là sự cạnh tranh trong thị trường sức khỏe (2). Trong những năm gần đây, đời sống vật chất, tinh thần của người dân Việt Nam được cải thiện, ý thức chăm sóc và bảo vệ sức khỏe của người dân ngày càng nâng cao. Việc chọn lựa khám chữa bệnh tại các bệnh viện tiêu chuẩn cao là xu hướng tất yếu, nhất là với những người

bệnh có điều kiện về tài chính. Do vậy, chất lượng dịch vụ bệnh viện là mấu chốt quan trọng cho việc giữ chân khách hàng trong nước có nhu cầu chăm sóc chất lượng cao và sự cạnh tranh giữa các bệnh viện cả hai khối công lập và ngoài công lập.

Bệnh viện Phụ Sản Mê Kông là bệnh viện tư nhân hạng III chuyên về sản phụ khoa và sơ sinh, nằm trên địa bàn quận Tân Bình, TP. HCM. Nhóm khách hàng chủ yếu của Bệnh viện là phụ nữ trong độ tuổi sinh đẻ, họ luôn mong tìm cho mình một nơi đáng tin cậy để theo dõi sức khỏe sinh sản có thể là khám phụ khoa hay chăm sóc thai kỳ. Chất lượng dịch



*Địa chỉ liên hệ: Trần Hà Diễm

Email: hadiem@gmail.com

¹Bệnh viện Phụ sản Mê Kông

²Trường Đại học Y Tế công cộng

Ngày nhận bài: 10/02/2020

Ngày phản biện: 20/02/2020

Ngày đăng bài: 29/12/2020

vụ đảm bảo an toàn và hài lòng khách hàng là mục tiêu hướng đến của các nhà quản lý Bệnh viện. Đề tài được thực hiện với mục đích đánh giá chất lượng dịch vụ qua cảm nhận của khách hàng ngoại trú, và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ bệnh viện. Nhằm góp phần đưa ra những định hướng đúng về việc cải tiến chất lượng dịch vụ trong tương lai.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu cắt ngang kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng

Thời gian và địa điểm nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện từ tháng 01 đến tháng 8 năm 2019 tại Bệnh viện Phụ Sản Mê Kông

Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu định lượng: khách hàng đến khám tại khoa khám bệnh, không nhập viện vì bất cứ lý do nào, thỏa mãn các tiêu chuẩn: 1) trên 18 tuổi, 2) khám tại bệnh viện từ 2 lần trở lên có thực hiện các dịch vụ xét nghiệm, siêu âm, 3) khách hàng có khả năng đọc hiểu và đồng ý tham gia nghiên cứu.

Nghiên cứu định tính: chọn có chủ đích đại diện khách hàng và nhân viên các bộ phận khoa khám bệnh.

Cỡ mẫu, chọn mẫu

Chọn mẫu theo công thức:

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

Trong đó: α : 0,05 $\rightarrow Z_{(1-\alpha/2)} = 1,96$; p: ước tính tỷ lệ khách hàng đánh giá tốt về chất lượng dịch vụ là 80% (nghiên cứu của Ogunnowo năm 2015) (3); d = 0,05. Thay

các giá trị vào công thức và làm tròn số $\rightarrow n = 246$. Dự trừ 15% phiếu không hợp lệ $\rightarrow n = 246 + (246 \cdot 15\%) = 285$. Chọn mẫu ngẫu nhiên hệ thống dựa trên lượng khách số liệu cùng kỳ năm trước là 500 khách/ ngày và số mẫu cần thu thập: 13 khách hàng/ ngày $\rightarrow$ hệ số k = 39. Khách hàng số 1 được chọn ngẫu nhiên khi có đủ các tiêu chuẩn. Khách hàng đủ chuẩn kế tiếp được chọn cách khách hàng số 1 ít nhất 39 người. Thực hiện tương tự cho đến khi đủ số khách cần chọn trong ngày.

15 cuộc phỏng vấn sâu gồm 5 nhân viên bệnh viện và 10 khách hàng được chọn sau khi phân tích kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ.

Biến số nghiên cứu

- Biến độc lập: đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng nghiên cứu gồm: tuổi, trình độ học vấn, nghề nghiệp, địa chỉ, thu nhập trung bình/ tháng, số lần khám.

- Biến phụ thuộc: biến số chính đo lường chất lượng dịch vụ bệnh viện được đánh giá theo bộ công cụ SERVPERF gồm 22 câu qua năm khía cạnh đã được chuẩn hóa: Tin tưởng: khả năng thực hiện các dịch vụ (5 nội dung), Đáp ứng: thực hiện các yêu cầu của khách hàng (4 nội dung), Đảm bảo: thực hiện đúng chất lượng dịch vụ (4 nội dung), Cảm thông: hiểu được nhu cầu của khách hàng (5 nội dung), Yếu tố hữu hình: cơ sở vật chất phục vụ cho điều trị và chăm sóc, ngoại hình và trang phục của người cung cấp dịch vụ (4 nội dung).

- Các biến số trong bộ công cụ được đánh giá theo thang đo mức độ tăng dần, thấp nhất là 1 và cao nhất là 5. Điểm trung bình chung từng khía cạnh được tính tổng điểm của các câu chia cho số câu trong từng khía cạnh. Điểm trung bình chung CLDV sẽ bằng tổng điểm trung bình của 5 khía cạnh chia cho 5. Chất lượng dịch vụ được đánh giá cao: có điểm trung bình từ 3,67 đến 5 và chất lượng dịch vụ thấp có điểm từ 1 đến 2,33, khoảng điểm

còn lại cho CLDV mức trung bình (4). Chủ đề nghiên cứu định tính bao gồm: nhân lực bệnh viện và yếu tố cung cấp dịch vụ để tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng chất lượng dịch vụ bệnh viện.

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

Nhân viên hỗ trợ tiếp cận và chọn lọc khách hàng theo tiêu chuẩn chọn mẫu tại bàn hướng dẫn. Những khách hàng đồng ý tham gia nghiên cứu, ký giấy đồng thuận và được hẹn gặp khi hoàn tất các dịch vụ của buổi khám. Khách hàng trả lời bảng câu hỏi đánh giá chất lượng dịch vụ theo mức độ tăng dần từ 1 đến 5 (1: rất kém, 5: rất tốt).

Sau khi thu thập đủ 285 mẫu và kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ được phân tích, chọn ngẫu nhiên 5 khách hàng cho nhóm đánh giá CLDV cao và 5 khách hàng đánh giá CLDV thấp để phỏng vấn. Năm nhân viên bệnh viện đại diện cho các khoa ngoại trú cũng được mời phỏng vấn để đánh giá chất lượng dưới góc nhìn của người cung cấp dịch vụ.

Xử lý và phân tích số liệu

Trước khi khách hàng tự tay bỏ bảng câu hỏi vào thùng kín, nhân viên hỗ trợ kiểm tra, yêu

cầu khách hàng bổ sung các nội dung bị bỏ sót. Nghiên cứu viên thu thập phiếu vào cuối ngày. Số liệu thu thập được làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 23.0. Các phân tích thống kê mô tả, phép kiểm T- test được sử dụng để so sánh điểm trung bình về chất lượng dịch vụ giữa các nhóm khách hàng. Các cuộc phỏng vấn sâu đã được thực hiện theo giờ thuận tiện của khách hàng, sau đó gỡ băng và phân tích theo nhóm các yếu tố ảnh hưởng.

Đạo đức nghiên cứu

Nghiên cứu đã được thông qua Hội đồng đạo đức của Trường Đại học Y tế Công cộng, quyết định số 170/2019-YTCC-HD3 và cho phép của lãnh đạo Bệnh viện Phụ sản Mê Kông. Tất cả các khách hàng tự nguyện tham gia đều được ký giấy đồng thuận và hiểu rõ mục đích của nghiên cứu.

KẾT QUẢ

Những đặc điểm chung của nhóm đối tượng nghiên cứu

Đặc điểm nhóm khách hàng và điểm trung bình về chất lượng dịch vụ của từng nhóm được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 1: Điểm trung bình về chất lượng dịch vụ của từng nhóm khách hàng

Đặc điểm khách hàng		n (%)	Chất lượng dịch vụ		
			Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn	Giá trị (p)
Tuổi	18 - 30 tuổi	162 (56,8)	4,44	0,40	P = 0,001
	31 - ≥ 40 tuổi	123 (43,2)	4,23	0,40	
Trình độ học vấn	Dưới THPT	9 (3,2)	4,65	0,36	P = 0,036
	Từ THPT trở lên	276 (96,8)	4,34	0,41	
Nghề nghiệp	Nhân viên văn phòng	176 (61,8)	4,28	0,417	P = 0,001
	Khác	109 (38,2)	4,46	0,393	

Địa chỉ	TP Hồ Chí Minh	246 (86,3)	4,34	0,40	P = 0,855
	Tỉnh khác	39 (13,7)	4,36	0,41	
Thu nhập trung bình/tháng	<10 triệu	125 (43,9)	4,45	0,40	P = 0,001
	Từ 10 triệu trở lên	160 (56,1)	4,27	0,41	
Số lần khám	2-3 lần	29 (10,2)	4,40	0,39	P = 0,433
	≥ 4 lần	256 (89,8)	4,34	0,41	

Phần lớn khách hàng trong nhóm nghiên cứu nằm trong độ tuổi từ 18-30, có trình độ học vấn trên phổ thông trung học và là nhân viên

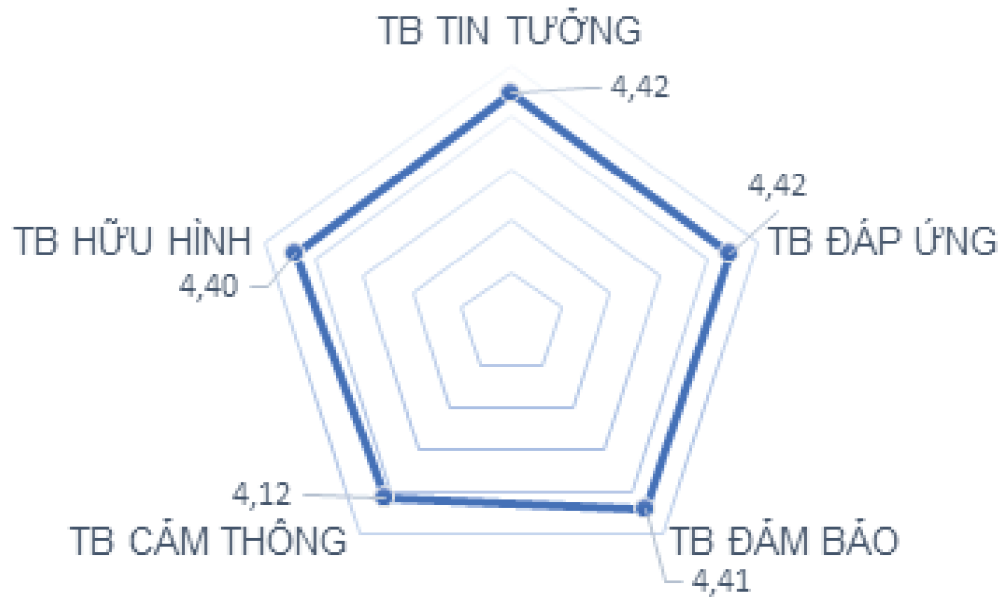
văn phòng đánh giá CLDV bệnh viện ở mức cao từ 4,28 – 4,34 điểm.

Bảng 2. Chất lượng dịch vụ bệnh viện qua 5 khía cạnh

Các khía cạnh	Chất lượng dịch vụ	
	Cao n (%)	Trung bình n (%)
Khía cạnh tin tưởng	274 (96,1)	11 (3,9)
Khía cạnh đáp ứng	269 (94,4)	16 (5,6)
Khía cạnh đảm bảo	276 (96,8)	9 (3,2)
Khía cạnh cảm thông	232 (81,4)	53 (18,6)
Khía cạnh hữu hình	265 (93,0)	20 (7,0)

Phần lớn khách hàng của Bệnh viện đánh giá chất lượng dịch vụ ở mức cao, không có mức thấp về chất lượng dịch vụ cho cả năm khía cạnh. Hai khía cạnh có trên 96% khách hàng đánh giá ở mức cao là “Đảm bảo” và “Tin

tưởng”. Khía cạnh “Cảm thông”, 81,4% khách hàng đánh giá ở mức cao, đây là tỷ lệ thấp nhất trong nhóm chất lượng dịch vụ cao. Dưới 10% khách hàng đánh giá CLDV ở mức trung bình cho khía cạnh “Hữu hình” và “Đáp ứng”.



Biểu đồ 1. Điểm trung bình chất lượng dịch vụ của 5 khía cạnh

Đa số khách hàng đánh giá cao 5 khía cạnh CLDV, cao nhất là khía cạnh *Tin tưởng* và *Đáp ứng*, thấp nhất là khía cạnh *Cảm thông*.

Một số yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ bệnh viện

Chuyên môn của Bệnh viện

Trình độ chuyên môn của NVYT đóng vai trò quan trọng trong chất lượng thăm khám và điều trị, tạo niềm tin cho khách hàng khi chọn lựa nơi để gửi gắm việc chăm sóc sức khỏe. Khách hàng có thai lần đầu tâm sự: “*Em đến khám tại bệnh viện vì em được biết các bác sĩ ở đây có chuyên môn cao, nhân viên được đào tạo bài bản, các thắc mắc của em được giải đáp khi thăm khám...*” (PVS 6 – KH 28 tuổi - khám thai).

Thời gian chờ thực hiện dịch vụ

Tâm lý chung của mọi người khi thực hiện bất cứ một dịch vụ nào đều mong muốn được thực hiện nhanh chóng. Do vậy, thời gian chờ khám cũng như thực hiện các dịch vụ đi kèm là vấn đề quan tâm của khách hàng. Thông tin từ khách hàng khám nhiều lần tại Bệnh

viện: “*Mất khoảng 2 giờ cho một buổi khám, chờ siêu âm hơi lâu thôi chứ khám nhanh mà. Thời gian chờ như vậy cũng không quá lâu.*” (PVS 3 -KH 30 tuổi – khám thai).

Giá dịch vụ

Bệnh viện Phụ sản Mê Kông là bệnh viện tư nhân do vậy chi phí dịch vụ phải phù hợp và mang tính cạnh tranh với các bệnh viện công và tư cùng chuyên khoa trên địa bàn TP. HCM. Khi hỏi về giá dịch vụ khách hàng nằm trong nhóm nghề nghiệp công nhân tâm sự: “*Em có tìm hiểu giá cả nhiều nơi khác, so sánh thực tế các nơi em đi qua thì thấy đây giá không cao.*” (PVS 3 -KH30 tuổi - khám thai).

Mất cân đối lượng khách giữa các buổi khám

Đặc thù của các bệnh viện chuyên khoa Sản, các thai phụ thường chọn khám vào buổi sáng nên có sự không đồng đều về lượng khách và việc sử dụng dịch vụ giữa hai thời điểm sáng và chiều. Nhân viên bộ phận tiếp nhận nêu những khó khăn khi cung cấp dịch vụ những lúc cao điểm “*Tầm 9 đến 10 giờ sáng các ngày là thời điểm khách đông, đặc biệt là*

các ngày thứ 7 nên các ghế ngồi tại sảnh chờ, trước phòng khám đều kín, kê thêm ghế ngồi cho khách lại cản trở lối đi, và khó khăn khi di chuyển.” (PVS3-NV tiếp nhận).

BÀN LUẬN

Chất lượng dịch vụ

Điểm trung bình chung về CLDV của Bệnh viện Phụ sản Mê Kông năm 2019 là 4,34 (0,41) được khách hàng đánh giá qua 5 khía cạnh *Tin tưởng, Đáp ứng, Đảm bảo, Cảm thông và Yếu tố hữu hình*. Kết quả này cao hơn so với kết quả 4,10 điểm của tác giả Byju thực hiện năm 2013 tại bệnh viện tư Pondichery ở Ấn độ (5), nghiên cứu của Ogunnowo năm 2015 tại Lagos, Nigeria là 4,20 (3). Chúng tôi chưa có được số liệu về CLDV của các bệnh viện tư nhân khác trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh hoặc ở các tỉnh thành trong nước, do các nghiên cứu về vấn đề này chưa nhiều và không sử dụng cùng bộ công cụ nên khó phù hợp để so sánh.

Khách hàng của Bệnh viện Phụ sản Mê Kông hầu hết là nữ và nằm trong độ tuổi sinh sản. Trên 60% khách hàng là nhân viên văn phòng, họ có yêu cầu cao về CLDV so với các nhóm nghề khác. Nhóm khách hàng có trình độ học vấn trên PTTH chiếm 96,8%, điểm trung bình chất lượng dịch vụ của nhóm này thấp hơn so với nhóm có trình độ dưới PTTH. Qua đây cho thấy rằng nhóm khách hàng chiếm đại đa số của Bệnh viện có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ.

Hai khía cạnh được khách hàng đánh giá cao là *Tin tưởng* và *Đáp ứng* có điểm trung bình là 4,42 trên 5, cao hơn so với điểm trung bình ở cùng hai khía cạnh này của Byju thực hiện tại Ấn độ có điểm lần lượt là 4,06 và 4,18 (5). Khách hàng đánh giá cao về các dịch vụ của Bệnh viện, chất lượng dịch vụ sức khỏe: thăm

khám và điều trị trong lĩnh vực sản phụ khoa phần nào thỏa mãn sự mong đợi của khách hàng. Bệnh viện cũng đã thực hiện đúng cam kết về dịch vụ với khách hàng. Tuy nhiên, yếu tố thời gian thực hiện dịch vụ cận lâm sàng vào thời điểm ngày cuối tuần đôi khi chưa đảm bảo.

Mặc dù phần đông nhân viên Bệnh viện luôn sẵn sàng hỗ trợ nhưng vẫn còn một số nhân viên chưa thật sự quan tâm đến khách hàng, Từ vấn đề này, có thể dẫn đến người cung cấp dịch vụ chưa hiểu hết nhu cầu của khách hàng. Nghiên cứu của tác giả Tôn Nữ Thanh Trúc tại Bệnh viện đa khoa Bình Định năm 2012 (9) khía cạnh *Cảm thông* điểm số nhận được là 4,35. Nghiên cứu này, Bệnh viện nhận điểm trung bình chỉ là 4,12, thấp nhất trong 5 khía cạnh, và thấp hơn so với nghiên cứu của tác giả Byju tại bệnh viện tư Pondichery (5).

Khía cạnh yếu tố *hữu hình* là thể mạnh của các bệnh viện tư nhân như Bệnh viện Mê Kông từ trang thiết bị thăm khám đến trang phục nhân viên đều được đánh giá cao, điểm trung bình của khía cạnh này là 4,40. Trong khi đó tại bệnh viện công theo nghiên cứu của tác giả Tôn Nữ Thanh Trúc tại Bệnh viện đa khoa Bình Định (9) tại các bệnh viện tư nhân của Tehran là 4,42 (10). Đây là một trong những yếu tố quan trọng để khách hàng chọn lựa dịch vụ tại các bệnh viện tư cho việc chăm sóc sức khỏe vì đáp ứng được về trang thiết bị hiện đại, phòng ốc sạch sẽ các dịch vụ đi kèm thường được tiện lợi, thoải mái.

Điểm trung bình về CLDV cho khía cạnh *Đảm bảo* là 4,41 thể hiện năng lực của NVBV cung cấp các dịch vụ tạo được niềm tin cho khách hàng, ở khía cạnh này cũng được đánh giá cao hơn so với nghiên cứu của Byju - Ấn độ (5). Năng lực của nhân viên bệnh viện là một trong những yếu tố khách hàng quan tâm, tin tưởng khi trao đổi về vấn đề sức khỏe, tin

tưởng vào những thông tin được tư vấn hay các liệu trình điều trị cũng như tính bảo mật thông tin khách hàng.

Yếu tố ảnh hưởng chất lượng dịch vụ

Theo Hoàng Thị Hương Giang, đề tài “Nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh của Bệnh viện đa khoa huyện Bắc Quang, tỉnh Hà Giang, 2014” nhận thấy chất lượng chuyên môn ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ bệnh viện (12). Chất lượng chuyên môn là yếu tố đầu tiên để khách hàng chọn lựa cho việc chăm sóc sức khỏe. Khách hàng đánh giá cao năng lực chuyên môn và chọn lựa Bệnh viện là nơi thăm khám một phần dựa trên cơ sở có nhiều bác sĩ chuyên khoa đầu ngành về lĩnh vực sản phụ khoa tại TP. Hồ Chí Minh đến làm việc tại Bệnh viện.

Hiện nay, các lần khám của khách hàng tại Bệnh viện Mê Kông thông thường kèm 2 hoặc 3 dịch vụ chỉ mất khoảng 2 – 2,5 giờ, như vậy thời gian khám kèm 3 dịch vụ tại Bệnh viện tương đương với thời gian khám kèm 2 dịch vụ của Bộ Y Tế (13). Thời gian chờ khám ngắn cũng là yếu tố tích cực ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.

Giá dịch vụ là yếu tố thứ ba sau yếu tố con người và thời gian chờ. Tuy là bệnh viện tư nhân chuyên sản phụ khoa, nằm ở vị trí không quá xa trung tâm thành phố, nhưng phí dịch vụ Bệnh viện được hầu hết khách hàng đánh giá ở mức trung bình không cao so với các bệnh viện công cùng chuyên khoa và thấp hơn so với các bệnh viện tư nhân khác. Phần lớn khách hàng cho rằng chi phí có cao hơn nhưng bù lại đỡ mất thời gian chờ đợi và nhận được sự an tâm về dịch vụ. Đây là yếu tố quan trọng trong cuộc sống hiện đại, người dân quan tâm nhiều đến vấn đề sức khỏe.

Khách hàng của Bệnh viện đa số là thai phụ, do vậy họ thường chọn khám vào buổi sáng và đặc biệt lại chuộng đến khám vào sáng thứ

7 vì lý do ngày nghỉ của nhiều công sở và các bệnh viện công. Theo số liệu thống kê của Bệnh viện năm 2018 cho thấy lượng khách các buổi sáng tăng gấp đôi số lượng khách buổi chiều và lượng khách sáng thứ 7 tăng gấp đôi các buổi sáng ngày thường (14). Đáp ứng nhu cầu khách hàng, Bệnh viện thường tăng thêm phòng khám, phòng thực hiện các dịch vụ và tăng người cung cấp dịch vụ tại tất cả các bộ phận từ người làm chuyên môn cho đến các nhân viên phục vụ. Khi lượng khách tăng bắt buộc tất cả các dịch vụ phải tăng theo nhưng quan trọng là cơ sở vật chất không thể tăng theo. Do vậy, chỗ ngồi thiếu, hành lang được tận dụng kê thêm ghế, thêm quạt cho khách và người nhà, tăng thời gian chờ đợi thực hiện các dịch vụ. Việc tăng lượng khách hàng vào từng thời điểm ảnh hưởng tới thời gian chờ thực hiện các dịch vụ.

KẾT LUẬN

Chất lượng dịch vụ Bệnh viện Phụ sản Mê Kông năm 2019 được phần lớn khách hàng ngoại trú đánh giá ở mức cao với điểm trung bình là 4.34 trên thang điểm 5. Yếu tố ảnh hưởng tích cực đến chất lượng dịch vụ bệnh viện bao gồm: chất lượng chuyên môn, giá dịch vụ hợp lý, thời gian chờ ngắn. Yếu tố làm hạn chế chất lượng dịch vụ là sự mất cân đối lượng khách giữa các buổi khám và cách tiếp cận khách hàng của một số nhân viên chưa tốt. Những thông tin về chất lượng dịch vụ bệnh viện tư nhân chuyên sản phụ khoa của đề tài bổ sung thêm nguồn tư liệu cho các nghiên cứu trong cùng lĩnh vực tại Việt Nam cũng như tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh mà hiện nay còn đang rất hiếm hoi.

KHUYẾN NGHỊ

Bệnh viện cần quan tâm phát triển chiến lược đào tạo cho nhân viên để hiểu rõ nhu cầu

khách hàng Bệnh viện cần có chính sách giảm tải lượng khách buổi sáng ngày cuối tuần để đảm bảo đúng thời gian thực hiện dịch vụ. Tăng cường chỉnh trang cơ sở vật chất để đáp ứng nhu cầu khám chữa bệnh ngày càng tăng của khách hàng. Những thông tin về chất lượng dịch vụ bệnh viện tư nhân chuyên sản phụ khoa của đề tài bổ sung thêm nguồn tư liệu cho các nghiên cứu trong cùng lĩnh vực tại Việt Nam cũng như tại địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh mà hiện nay còn đang rất hiếm hoi.

LỜI CẢM ƠN

Nhóm tác giả xin chân thành cảm ơn Ban giám đốc và quý NVYT Bệnh viện Phụ sản Mê Kông đã tạo điều kiện, hỗ trợ cho việc thu thập số liệu và thực hiện nghiên cứu. Chúng tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến quý khách hàng đã tham gia trả lời bảng hỏi, một đóng góp không nhỏ cho sự hoàn thiện nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Izadi A, Jahani Y, Rafiei S, Masoud A, Vali L. Evaluating health service quality: using importance performance analysis. *International journal of health care quality assurance*. 2017;30(7):656-63.
2. Kitapci O, Akdogan C, Dortyol İT. The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014;148:161-9.
3. Ogunnowo BE, Olufunlayo TF, Sule SS. Client perception of service quality at the outpatient clinics of a General hospital in Lagos, Nigeria. *The Pan African medical journal*. 2015;22:68.
4. Narlı S. An alternative evaluation method for Likert type attitude scales: Rough set data analysis. *Scientific Research and Essays*. 2010;5:519-28.
5. K P M B. Healthcare service quality using SERVPERF scale. 2018.
6. Ogunnowo BE, Olufunlayo TF, Sule SS. Client perception of service quality at the outpatient clinics of a General hospital in Lagos, Nigeria. *Pan Afr Med J*. 2015;22:68-.
7. Al-Damen R. Health Care Service Quality and Its Impact on Patient Satisfaction “Case of Al-Bashir Hospital”. 2017.
8. AliAbbasi-Moghaddam M, Zarei E, Bagherzadeh R, Dargahi H, Farrokhi P. Evaluation of service quality from patients' viewpoint. *BMC Health Services Research*. 2019;19.
9. Tôn Nữ Thanh Trúc. Nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh tại Bệnh viện đa khoa tỉnh Bình Định. 2012.
10. Arab M, Tabatabaei S, Rashidian A, Rahimi Forushani A, Zarei E. The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran 2012. 71-7 p.
11. Arab M. The Effect of Service Quality on Patient loyalty: a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran, Vol. 41, 71-7. 2012;vol.41.
12. Nguyễn Thị Hương Giang. Nâng cao chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh của Bệnh viện đa khoa huyện Bắc Quang, tỉnh Hà Giang năm 2014.
13. Bộ Y tế Quyết định số 1313/QĐ- BYT Thời gian thăm khám bệnh của các bệnh viện 2013.
14. Bệnh viện Phụ Sản Mê Kông. Báo cáo tổng kết Bệnh viện năm 2018.

Healthcare service quality of Mekong obstetric and gynecology hospital through outpatients' perception in 2019

Tran Ha Diem¹, Bui Thi Tu Quyen²

¹MeKong Obstetric and Gynecology hospital

²Hanoi University of Public Health

Objective: The aim of study is assessing the healthcare service quality through outpatient's perception and analyzing several effects on the quality of healthcare services. **Methods:** The descriptive cross-sectional study, using quantity and qualitative method was conducted at MeKong Obstetric and Gynecology hospital. 285 selected outpatients filled the original SERVPERF questionnaire which consists 22 questions about 5 dimensions of service quality: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangible. **Main findings:** The results showed that the mean score of all the domains is 4.34 (± 0.41). The majority (96.1%) of respondents evaluated the quality of healthcare services in high level. The positive influences on healthcare service included: qualifications of medication, reasonable cost, and short waiting. The negative remarkable factor is the unequal in a mount of clients in working-times. **Conclusions:** The hospital's service quality has been evaluated very well, however the hospital needs to know how to meet clientsdemands through its policies concerning customers to improve service quality better.

Keywords: Healthcare service quality, SERVPERF, outpatient.