XU HƯỚNG LỰA CHỌN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ KHÁM, CHỮA BỆNH TẠI VIỆN Y DƯỢC HỌC DÂN TỘC THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● HÀ NAM KHÁNH GIAO - LÊ THỊ QUỲNH NGÀ

TÓM TẮT:

Đề tài nhằm xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh (KCB) tại Viện Y dược học dân tộc thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM), bằng việc khảo sát 461 bệnh nhân. Nghiên cứu sử dụng công cụ SPSS 20 để phân tích độ tin cậy thang đo qua hệ số Cronbachs Alpha, phân tích EFA, phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Kết quả nghiên cứu cho thấy 06 (sáu) yếu tố tác động tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ KCB tại Viện Y dược học dân tộc TP.HCM, sắp xếp theo độ mạnh giảm dần, bao gồm: Thương hiệu, Thuận tiện, Bảo hiểm y tế, Cơ sở vật chất, Viện phí, Nhóm tham khảo. Kết quả cũng giúp cho các nhà quản trị Viện có những điều chỉnh chiến lược và hành động phù hợp nhằm nâng cao xu hướng lựa chọn của bệnh nhân.

Từ khóa: Khám chữa bệnh, Viện Y dược học dân tộc TP.HCM, xu hướng lựa chọn.

I. Giới thiệu

Trong xu hướng toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế văn hóa thế giới hiện nay, chăm sóc và bảo vệ sức khỏe con người là một trong những lĩnh vực cung cấp dịch vụ đặc biệt, liên quan mật thiết đến đời sống con người. Đặc biệt, công tác khám chữa bệnh bằng phương pháp Y học Cổ truyền ngày càng được người tiêu dùng chú trọng, xu hướng dùng các loại thuốc có nguồn gốc thảo dược trong Đông y để điều trị bệnh ngày càng được đề cao.

Viện Y dược học dân tộc TP.HCM (HCMC TMI) là đơn vị phụ trách đầu ngành về khám bệnh, chữa bệnh bằng y dược cổ truyền của 19 tỉnh thành miền Nam (trong đó có TP.HCM) và 5 tỉnh Tây

Nguyên theo Quyết định số 4026/QĐ-BYT ngày 20/10/2010 của Bộ Y tế. Việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại HCMC TMI trở nên cần thiết.

II. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

1. Một số khái niệm chính

Dịch vụ khám chữa bệnh bao gồm các hoạt động được thực hiện bởi các nhân viên y tế như: khám, chữa bệnh phục vụ người bệnh và gia đình. Khám bệnh là việc hỏi bệnh, khai thác tiền sử bệnh, thăm khám thực thể, khi cần thiết thì chỉ định làm xét nghiệm cận lâm sàng, thăm dò chức năng để chẩn đoán và chỉ định phương pháp điều trị phù

hợp đã được công nhận. Chữa bệnh là việc sử dụng các phương pháp chuyên môn kỹ thuật đã được công nhận và thuốc đã được cấp phép lưu hành để cấp cứu, điều trị, chăm sóc, phục hồi chức năng cho người bệnh.

2. Các mô hình lý thuyết liên quan

2.1. Lý thuyết hành động hợp lý (TRA)

Mô hình thuyết hành động hợp lý (TRA) do Fishbein và Ajzen xây dựng năm 1975 quan tâm đến hành vi của người tiêu dùng cũng như xác định khuynh hướng hành vi của họ, trong khuynh hướng hành vi là một phần của thái độ hướng tới hành vi và một phần nữa là các chuẩn chủ quan (Sự tác động của người khác cũng dẫn tới thái độ của họ). Mô hình này tiên đoán và giải thích xu hướng để thực hiện hành vi bằng thái độ hướng đến hành vi của người tiêu dùng tốt hơn là thái độ của người tiêu dùng hướng đến sản phẩm hay dịch vụ.

2.2. Lý thuyết hành vi dự định - TPB

Thuyết hành vi dự định là sự phát triển và cải tiến của Thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action) của Ajzen và Fishbein (1975) và là lý thuyết được sử dụng phổ biến khi muốn dự đoán một hành vi cụ thể của cá nhân bất kỳ, có thể là hành vi chọn mua sản phẩm, dịch vụ,... Hai yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định là thái độ cá nhân và chuẩn chủ quan. Trong đó, thái độ cá nhân được đo lường bằng niềm tin và sự đánh giá đối với kết quả của hành vi đó. Ajzen (1991) định nghĩa chuẩn chủ quan (Subjective Norm) là nhận thức của những người ảnh hưởng sẽ nghĩ rằng cá nhân đó nên thực hiện hay không thực hiện hành vi nào đó.

3. Một số nghiên cứu trên thế giới

Nghiên cứu của Al-Balushi và Khan (2017) về các yếu tố ảnh hưởng đến sở thích chọn từ bệnh viện tư sang bệnh viện công ở Oman cho kết quả: (1) Nhân khẩu học, (2) Cơ sở vật chất, (3) Sự tiện lợi, (4) Chất lượng dịch vụ. Nghiên cứu của Raad-abadi et al (2016) về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của bệnh nhân trong việc lựa chọn bệnh viện chính phủ và tư nhân ở Tabriz, Iran cho ra: (1) Cơ sở vật chất, (2) Bác sĩ và đội ngũ nhân viên, (3) Môi trường bệnh viện, (4) Chất lượng dịch vụ, (5) Giá cả, (6) Khuyến mãi. Nghiên cứu của Kamra; Singh. và De (2016) về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn bệnh viện ở Miền Bắc Ấn Độ cho kết quả: (1) Tiện nghi cơ bản; (2)

Danh tiếng; (3) Chất lượng dịch vụ; (4) Cơ sở hạ tầng; (5) Sự thuận tiện; (6) Thân thiện và chia sẻ; (7) Phạm vi dịch vụ. Nghiên cứu của Bamfo (2015) về các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn bệnh viện tư nhân và công cộng tại Ghana cho kết quả: (1) Chất lượng dịch vụ; (2) Truyền miệng; (3) Chuyên khoa; (4) Bảo hiểm y tế; (5) Sự hài lòng; (6) Chi phí dịch vụ. Nghiên cứu của Saeed và Ali (2003) về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của bệnh nhân trong việc lựa chọn bệnh viện tại Riyadh, Ả Rập Saudi cho kết quả: (1) Cơ sở vật chất, (2) Chất lượng dịch vụ, (3) Sự thuận tiện, (4) Danh tiếng. (5) Thái độ nhân viên, (6) Môi trường bệnh viện. Nghiên cứu của Grazier và cộng sự (1986) các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn dịch vụ chăm sóc sức khỏe cho kết quả: (1) Nhu cầu tương lai sử dụng dịch vụ chăm sóc sức khỏe; (2) Khả năng tiếp cận; (3) Khả năng tài chính; (4) Kinh nghiệm sử dụng dịch vụ trước đây.

4. Một số nghiên cứu tại Việt Nam

Nghiên cứu của Ông Thị Mai Phương (2016) về thực trạng tiếp cận dịch vụ y tế của hộ nghèo ở thành thị cho kết quả: (1) Kinh tế hộ gia đình; (2) Thủ tục hành chính; (3) Thời gian chờ đợi; (4) Chi phí; (5) Chất lượng dịch vụ; (6) Bảo hiểm y tế. Nghiên cứu của Đặng Ngọc Giao Hy (2014) về xu hướng lựa chọn bệnh viện để sử dụng dịch vụ sản khoa tại TP.HCM cho kết quả: (1) Danh tiếng bệnh viện; (2) Chất lượng khám chữa bệnh; (3) Sự thuận tiện; (4) Lời khuyên của bác sĩ; (5) Lời khuyên của gia đình bạn bè; (6) Cơ sở vật chất trang thiết bị; (7) Thái độ phục vụ của nhân viên y tế; (8) Viện phí. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Kim Cương (2013) về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của bệnh nhân trong việc lựa chọn bệnh viện công và bệnh viện tư tại TP.HCM cho kết quả: (1) Chất lượng dịch vụ; (2) Chất lượng chuyên môn; (3) Hiệu quả công tác khám chữa bệnh; (4) Chi phí điều trị; (5) Loại hình bảo hiểm; (6) Phương thức tiếp cận; (7) Đặc điểm cá nhân khách hàng.

5. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Căn cứ vào các lý thuyết chính và các nghiên cứu đã trình bày, Mô hình nghiên cứu đề xuất như sau: *Xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại HCMC TMI = f(Cơ sở vật chất; Viện phí; Thương hiệu; Sự thuận tiện; Nhóm tham khảo; Bảo hiểm y tế).*

H1: Cơ sở vật chất ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

H2: Viện phí ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

H3: Thương hiệu ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

H4: Sự thuận tiện ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

H5: Nhóm tham khảo ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

H6: Bảo hiểm y tế ảnh hưởng lựa chọn dịch vụ khám chữa bệnh

III. Kết quả

1. Thống kê

Mẫu được thu thập dưới hình thức bảng hỏi được phát ra loại bỏ 35 kết quả quan sát hợp lệ (Bảng 1).

2. Đánh giá

Đánh giá độ tin cậy Cronbachs Alpha từ 40 biến gộp phân tích được năm (05) biến gộp trị thống kê; như kiện về độ tin cậy tương quan biến

STT	Th
01	Cơ sở vật
02	Viện phí
03	Thương
04	Thuận ti
05	Nhóm th
06	Bảo hiể
06	Xu hướng

H1: Cơ sở vật chất có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

H2: Viện phí hợp lý có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

H3: Thương hiệu có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

H4: Sự thuận tiện có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

H5: Nhóm tham khảo có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

H6: Bảo hiểm y tế có ảnh hưởng tích cực đến xu hướng lựa chọn dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện

III. Kết quả nghiên cứu

1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Mẫu được thu thập theo phương pháp thuận tiện dưới hình thức bảng câu hỏi khảo sát. 500 bảng câu hỏi được phát ra, thu về 496 bảng trả lời. Sau khi loại bỏ 35 kết quả trả lời không hợp lệ, còn lại 461 quan sát hợp lệ được sử dụng cho nghiên cứu (Bảng 1).

2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbachs Alpha

Từ 40 biến giải thích và phụ thuộc ban đầu, kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo đã loại bớt 05 biến giải thích không phù hợp về mặt giá trị thống kê; những biến còn lại thỏa mãn các điều kiện về độ tin cậy (Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến-tổng lớn hơn 0,3) (Bảng 2).

Bảng 1. Mô tả thông tin đáp viên

		Số người	%
Giới tính	Nam	241	52,3
	Nữ	220	47,7
Độ tuổi	Dưới 15	4	0,86
	Từ 15 - dưới 35 tuổi	222	48,15
	Từ 35 - dưới 65 tuổi	186	40,34
	Từ 65 tuổi	49	10,65
Thu nhập	Dưới 8 triệu đồng/tháng	86	18,65
	Từ 8 - dưới 15 triệu đồng/tháng	151	32,75
	Từ 15 - dưới 20 triệu đồng/tháng	117	25,38
	Từ 12 triệu đồng/tháng	107	23,22

Nguồn: Dữ liệu thu thập

3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích EFA những yếu tố độc lập ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn của khách hàng cho ra hệ số KMO bằng 0,958 ($0,5 \leq KMO \leq 1$) giải thích được kích thước mẫu phù hợp cho phân tích nhân tố và hệ số Bartlett's có mức ý nghĩa quan sát $0,000 < 0,05$, thỏa mãn điều kiện cho phân tích nhân tố, phương sai trích được là 59,246% ($> 50\%$) góp phần giải thích được khoảng 59,246% sự biến thiên của các biến quan sát, đạt yêu cầu. Các biến quan sát đều có trọng số nhân tố lớn hơn 0,5 (Bảng 3).

Kết quả phân tích EFA biến phụ thuộc cho thấy $KMO = 0,729$ đạt tiêu chuẩn $0,5 \leq KMO \leq 1$. Kiểm định Bartlett's có ý nghĩa thống kê (Sig. $< 0,05$). Giá trị Eigenvalues tại điểm dừng 2,1 > 1 đạt yêu cầu, tổng phương sai trích đạt 52,49 % $> 50\%$ đạt yêu cầu, các hệ số tải nhân tố đạt yêu cầu lớn hơn 0,5. Kết quả rút trích được 1 nhân tố XH.

Bảng 2. Kết quả tính toán độ tin cậy thang đo

STT	Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Cronbachs Alpha	Tương quan biến – tổng nhỏ nhất
01	Cơ sở vật chất	CS	9	0,906	0,642
02	Viện phí	VP	5	0,794	0,591
03	Thương hiệu	TH	6	0,859	0,603
04	Thuận tiện	TT	6	0,856	0,589
05	Nhóm tham khảo	NTK	4	0,749	0,452
06	Bảo hiểm y tế	BH	5	0,856	0,582
06	Xu hướng lựa chọn	XH	4	0,697	0,443

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA biến độc lập

Tên các thành phần	Biến quan sát	Nhân tố					
		1	2	3	4	5	6
Cơ sở vật chất (VC)	VC ²	0,709					
	VC ⁶	0,677					
	VC ⁷	0,668					
	VC ⁵	0,656					
	VC ⁹	0,651					
	VC ³	0,651					
	VC ¹	0,641					
	VC ⁸	0,608					
	VC ⁴	0,607					
Bảo hiểm y tế (BH)	BH ⁵		0,723				
	BH ⁶		0,707				
	BH ⁴		0,694				
	BH ³		0,689				
	BH ²		0,678				
	BH ¹		0,549				
Thương hiệu (TH)	TH ⁶			0,732			
	TH ³			0,687			
	TH ⁵			0,680			
	TH ¹			0,645			
	TH ⁴			0,611			
	TH ²			0,573			
Thuận tiện (TT)	TT ⁶				0,648		
	TT ⁵				0,631		
	TT ⁹				0,619		
	TT ⁷				0,600		
	TT ⁴				0,545		
	TT ³				0,513		
Viện phí (VP)	VP ¹					0,698	
	VP ⁵					0,661	
	VP ²					0,638	
	VP ⁴					0,579	
Nhóm tham khảo (NTK)	NTK ³						0,781
	NTK ⁴						0,726
	NTK ²						0,607
	NTK ⁵						0,571

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

4. Phân tích hệ số tương quan

Kết quả phân tích (Bảng 4) cho thấy hệ số tương quan Pearson giữa các biến độc lập - biến phụ thuộc và giữa các biến độc lập có ý nghĩa ở mức 1%. Qua đó, kết luận rằng biến phụ thuộc tương quan với các biến độc lập.

5. Phân tích hồi quy

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Biến độc lập	Hệ số hồi quy (B)	Hệ số Beta	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
				Tolerance	VIF
(Hằng số)	0,364		0,000		
VC	0,142	0,179	0,000	0,388	2,578
VP	0,117	0,139	0,000	0,479	2,086
TH	0,203	0,264	0,000	0,474	2,111
TT	0,187	0,227	0,000	0,376	2,661
NTK	0,102	0,125	0,000	0,605	1,653
BH	0,168	0,205	0,000	0,510	1,961
R ² hiệu chỉnh: 0,856					
Thống kê F (ANOVA): 455,264					
Mức ý nghĩa (Sig. của ANOVA): 0,000					
Durbin-Watson: 1,976					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Trị thống kê F = 455,264 với giá trị sig = 0.000 chứng tỏ mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu. Durbin-Watson là 1,976 < 3 không có sự tương quan giữa các biến trong mô hình. Hệ số VIF của các biến đều có trị < 10, chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số R² hiệu chỉnh 0,856 cho thấy 85,6% sự biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập. Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa: $XH = 0.364 + 0.142*CS + 0.117*VP + 0.203*TH + 0.187*TT + 0.102*NTK + 0.168*BH$

Các hệ số hồi quy đều mang dấu dương (+) thể hiện các biến độc lập có quan hệ thuận với biến phụ thuộc. Các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận.

6. Kiểm định sự vi phạm của các giả định hồi quy

Đồ thị phân tán Scatterplot cho thấy phần dư phân tán ngẫu nhiên xung quanh đường đi qua

XH	Pearson
VC	Pearson
VP	Pearson
TH	Pearson
TT	Pearson
NTK	Pearson
BH	Pearson

tung độ 0 và dao động nhỏ, chứng tỏ rằng giả định phân phối chuẩn của phần dư là đúng. Giá trị trung bình của phần dư là 0,62E-15 và độ lệch chuẩn là 0,62E-15, thấy phân phối của phần dư là đúng. P-P plot cũng cho thấy phần dư phân tán ngẫu nhiên xung quanh đường đi qua, chứng tỏ giả thuyết phân tán ngẫu nhiên là đúng.

7. Kiểm định sự vi phạm của các giả định

Kiểm định t-test để xem hướng chọn

tại HCMC TMI

ANOVA cho thấy

IV. Kết luận và kiến nghị

1. Kết luận

Từ lý thuyết và thực tiễn, nghiên cứu và các nghiên cứu trước đã chỉ ra rằng các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ chăm sóc sức khỏe

quyết định lựa chọn mô hình nghỉ dưỡng và định lượng

thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ chăm sóc sức khỏe

tại HCMC TMI, đó là: Thương hiệu (BH), Cơ sở vật chất (VC), Thuận tiện (TT), Viện phí (VP), Nhóm tham khảo (NTK)

hiện cho thấy giới t

Bảng 4. Kết quả phân tích tương quan

		XH	VC	VP	TH	TT	NTK	BH
XH	Pearson	1	,774**	,715**	,778**	,805**	,651**	,732**
VC	Pearson	,774**	1	,655**	,653**	,696**	,501**	,542**
VP	Pearson	,715**	,655**	1	,543**	,597**	,478**	,589**
TH	Pearson	,778**	,653**	,543**	1	,651**	,508**	,539**
TT	Pearson	,805**	,696**	,597**	,651**	1	,570**	,624**
NTK	Pearson	,651**	,501**	,478**	,508**	,570**	1	,518**
BH	Pearson	,732**	,542**	,589**	,539**	,624**	,518**	1

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

trung độ 0 và dao động nhiều ở biên độ +/- 1, chứng tỏ rằng giả định liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Biểu đồ tần số Histogram cho thấy đường cong phân phối chuẩn đặt chồng lên biểu đồ tần số, giá trị trung bình rất nhỏ gần bằng 0 (Mean = 0,62E-15) và độ lệch chuẩn 0,993 gần bằng 1 cho thấy phân phối của phần dư xấp xỉ chuẩn. Biểu đồ P-P plot cũng cho thấy các điểm quan sát không phân tán quá xa đường thẳng kỳ vọng nên có thể kết luận rằng giả thiết phần dư có phân phối chuẩn không bị vi phạm. Như vậy, mô hình hồi qui tuyến tính trên là mô hình phù hợp.

7. Kiểm định sự khác biệt

Kiểm định t-test cho thấy không có sự khác biệt về xu hướng chọn sử dụng dịch vụ khám chữa bệnh tại HCMC TMI giữa nam và nữ. Kiểm định ANNOVA cho thấy không có sự khác biệt về xu hướng chọn sử dụng dịch vụ khám chữa bệnh tại HCMC TMI giữa các nhóm độ tuổi, thu nhập.

IV. Kết luận và hàm ý quản trị

1. Kết luận

Từ lý thuyết hành vi, mô hình thái độ và quá trình thông qua quyết định mua sắm của người tiêu dùng và các nghiên cứu có liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sức khỏe hay các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn bệnh viện, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu. Sau khi phân tích định tính và định lượng phù hợp, kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại HCMC TMI, theo thứ tự độ mạnh giảm dần, gồm: Thương hiệu (TH), Thuận tiện (TT), Bảo hiểm y tế (BH), Cơ sở vật chất (VC), Viện phí (VP), Nhóm tham khảo (NTK). Phân tích sự khác biệt cho thấy giới tính, độ tuổi và thu nhập không

ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn dịch vụ KCB tại HCMC TMI.

2. Hàm ý quản trị

Về thương hiệu

Thương hiệu ảnh hưởng mạnh nhất đến xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện với mean dao động từ 4,00 - 4,18. Nhà quản trị cần phải tuyên truyền cho mọi nhân viên, khách hàng đến sử dụng dịch vụ tại đơn vị hiểu được tầm quan trọng của các hoạt động xã hội nhân văn trong ngành Y, qua đó tuyên truyền và phổ biến rộng rãi các hoạt động này. Một bệnh viện có thương hiệu tốt, ngoài việc thu hút thêm khách hàng còn thu hút thêm nhiều nhân viên giỏi, có năng lực chuyên môn nghiệp vụ cao sẽ góp phần nâng cao hình ảnh về chất lượng. Bên cạnh đó, thương hiệu bệnh viện sẽ đi sâu vào trong tiềm thức của khách hàng và sẽ trở thành lựa chọn ưu tiên khi họ cần sử dụng dịch vụ KCB nhằm chăm sóc sức khỏe của họ.

Về sự thuận tiện

Sự thuận tiện là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ hai với mean dao động từ 4,11 - 4,26, nhà quản trị cần cập nhật các thông báo, niêm yết thông tin ở những nơi thuận tiện nhằm giúp khách hàng dễ dàng nắm được thông tin góp phần tăng sự lựa chọn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ KCB.

Về bảo hiểm y tế

Bảo hiểm là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ ba với mean dao động từ 4,08 - 4,36. Nhà quản trị cần cung cấp đầy đủ thông tin về số lượng thẻ, cũng như hạn mức, số lượng thẻ cụ thể để đảm bảo khách hàng dễ dàng mua được thẻ bảo hiểm khi có nhu cầu và đảm bảo lợi ích của khách hàng được hưởng khi dùng thẻ bảo hiểm y tế. Trong các loại hình bảo hiểm có bảo hiểm y tế nhà nước bắt

buộc, bảo hiểm y tế nhà nước tự nguyện, bảo hiểm y tế tư nhân và không có sử dụng bảo hiểm khi điều trị bệnh thì đối với những khách hàng có bảo hiểm y tế chi trả họ có khuynh hướng chọn những nơi có chất lượng KCB tốt, những bệnh viện đầu ngành theo diện bệnh và hạn mức được hưởng cao. Do đó, bảo hiểm ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn dịch vụ KCB tương đối mạnh.

Về cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ tư với mean dao động từ 4,14 - 4,39. Nhà quản trị cần đầu tư nhiều hơn về cơ sở hạ tầng, phòng ốc rộng rãi thoáng mát nhằm phục vụ tốt nhu cầu bệnh nhân cũng như người nhà bệnh nhân. Đồng thời, cần kiểm tra định kỳ về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm tại Căn tin, bổ sung đầy đủ các nhu yếu phẩm cần thiết để đáp ứng nhu cầu của bệnh nhân.

Về viện phí

Viện phí là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ năm với mean dao động từ 4,18 - 4,38. Khách hàng quan tâm đến viện phí vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng chi trả của họ, trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hiện nay, viện phí là một nhân tố tương đối quan trọng ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn dịch vụ KCB. Vì thế, nhà quản trị cần cập nhật chi phí của các phương pháp điều trị bệnh

(châm cứu, vật lý trị liệu, các xét nghiệm cận lâm sàng,...) theo quy định của Bộ Y tế và điều chỉnh sao cho phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng nhằm tăng sự lựa chọn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ KCB.

Về nhóm tham khảo

Nhóm tham khảo là yếu tố ảnh hưởng yếu nhất đến xu hướng lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Viện, với mean dao động từ 4,02 - 4,20. Tại Việt Nam, khách hàng thường ít nhiều chịu ảnh hưởng từ những người xung quanh. Dịch vụ KCB cũng nằm trong số đó, vì thế những người thân trong gia đình, những bạn bè đồng nghiệp và cộng đồng xã hội luôn đóng vai trò quan trọng trong đời sống hằng ngày. Họ lắng nghe và tin tưởng vào lời khuyên hoặc tư vấn từ mọi người, kết quả là ý định của họ thường bị chi phối và ảnh hưởng bởi ý kiến của người khác.

Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo

Đề tài vẫn còn tồn tại một số hạn chế sau: (1) Nghiên cứu chọn mẫu thuận tiện nên khả năng khái quát cho tổng thể chưa cao, (2) Có thể còn nhiều yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn dịch vụ KCB nhưng chưa được đề cập đến trong nghiên cứu. Đó cũng chính là đề xuất cho các hướng nghiên cứu tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
2. Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. MA: Addison-Wesley.
3. Al-Balushi, S., and Khan, M. F. (2017). *Factors influencing the preference of private hospitals to public hospitals in Oman*. *International Journal of Management, Innovation & Entrepreneurial Research*, 3(2), 67-77. <https://doi.org/10.18510/ijmier.2017.323>
4. Bamfo B. Abeeku and Courage Simon Kofi Dogbe (2017). *Factors influencing the choice of private and public hospitals: empirical evidence from Ghana*. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 11(1), 80-96. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-11-2015-0054>
5. Đặng Ngọc Giao Hy (2014), *Nghiên cứu xu hướng lựa chọn bệnh viện để sử dụng dịch vụ sản khoa tại TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh.
6. Grazier, K. L., Richardson, W. C., Martin, D. P. & Diehr, P. (1986). *Factors affecting choice of health care plans*. *Health Services Research*, 20(6), 659-682.
7. Kamra, V, Singh. H and De. K. K. (2016). *Factors affecting hospital choice decisions: An exploratory study of healthcare consumers in Northern India*. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 11(1), 76-86.
8. Nguyễn Thị Kim Cương (2013), *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của bệnh nhân trong việc lựa chọn bệnh viện công và tư nhân trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

9. Ông Thị Mai Phương (2016). *Thực trạng tiếp cận dịch vụ y tế của hộ nghèo ở thành thị. Tạp chí Khoa học - Công nghệ Nghệ An*, số 9, trang 24-25, 2016.
10. Raadabadi Mehdi, Mohammadkarim Bahadori, Ramin Ravangard & Seyed Masood Mousavi (2016). *Comparing the quality of nursing services between two public and private hospitals. International Journal of Healthcare Management*, 10(4), 252-258.
11. Saeed, A. and Ali, M. (2003). *Factors influencing patient choice of hospitals in Riyadh, A.Saudi Arabia. The journal of the Royal Society for the Fromotion of Health*, 123(2), pp. 105-109.

Ngày nhận bài: 9/10/2018

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/10/2018

Ngày chấp nhận đăng bài: 29/10/2018

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

**Viện trưởng Viện Nghiên cứu Kinh tế ứng dụng,
Trường Đại học Tài chính - Marketing, Việt Nam**

2. LÊ THỊ QUỲNH NGÀ

Viện Y dược dân tộc Thành phố Hồ Chí Minh

PATIENT'S INTENTION TO USE HEALTHCARE SERVICES AT THE TRADITIONAL MEDICINE INSTITUTE OF HO CHI MINH CITY

● Assoc. Prof, Ph.D **HA NAM KHANH GIAO**

Director, Institute of Applied Economics, University of Finance and Marketing

● **LE THI QUYNH NGA**

Traditional Medicine Institute of Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

The study is to identify and measure factors affecting patient's intention to use healthcare services at the Traditional Medicine Institute of Ho Chi Minh City by surveying 461 patients. The SPSS 20 tool was used to analyze the reliability of the scale through the Cronbach's Alpha, EFA analysis and the multiple linear regression analysis. The research results show that there are six factors positively impacting on the patient's intention to use health care services at the Traditional Medicine Institute of Ho Chi Minh City. These factors, in descending order of priority, include the brand name, the convenience, the health insurance, the facilities, the fee for healthcare services and the reference group. These results are expected to help the management board of the Traditional Medicine Institute of Ho Chi Minh City to work out appropriate strategies and steps to attract more patients.

Keywords: Healthcare services, Traditional Medicine Institute of Ho Chi Minh City, intention to use.