CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG ISSN: 0866-7756

VIET NAM TRADE AND INDUSTRY REVIEW

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

SỐ 18 - THÁNG 10/2019

8 934602 001078

Website: <http://tapchicongthuong.vn>

TRẦN THỊ THU THỦY

Các nhân tố tác động đến phát triển nguồn nhân lực du lịch: Nghiên cứu trường hợp trong các cơ sở kinh doanh du lịch tại một số xã vùng đệm Vườn Quốc gia Phong Nha- Kẻ Bàng Quảng Bình

Factors affecting the human resource development: Case study of tourism businesses located at some communes in the buffer zone of Phong Nha - Ke Bang National Park, Quang Binh Province.....116

LÊ THỊ HƯƠNG LAN

Ảnh hưởng của khả năng hấp thụ đến sự tiếp nhận tri thức trong liên kết đào tạo quốc tế

Impact of absorptive capacity on knowledge acquisition in international joint training programs123

ĐOÀN THỊ THANH HƯƠNG

Phương pháp áp dụng và kinh nghiệm định giá doanh nghiệp vừa và nhỏ

Methods and experiences in measuring the business value of small and medium-sized enterprises130

LÊ ĐÌNH CHIỀU - ĐẶNG HUY THÁI - NGUYỄN NGỌC KHÁNH - ĐỒNG THỊ BÍCH

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến công tác kế hoạch của doanh nghiệp khai thác than thuộc Tập đoàn Công nghiệp Than – Khoáng sản Việt Nam (Vinacomin)

The model of impact factor affecting the planning of coal mining enterprises under Vietnam National Coal - Mineral Industries Holding Corporation Limited (VINACOMIN).....134

NGUYỄN THỊ THU HÀ

Đề xuất một số tiêu chí đo lường dịch vụ du lịch trong đánh giá phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam

Proposing some criteria to measure the quality of tourism services in order to assess the sustainability of Vietnam's tourism development142

HÀ NAM KHÁNH GIAO - BÙI ĐÔNG HẢI - PHẠM HỮU HÀ

Về quyết định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh Momcare24h

Decision on choosing the Momcare 24h postpartum care service.....150

PHAN ĐỨC DŨNG

Đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến chính sách định giá chuyển giao của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

Measuring factors affecting the transfer price policy of foreign - invested enterprises operating in Vietnam160

NGUYỄN VĂN HÁCH

Trí tuệ nhân tạo: Thực trạng và một số giải pháp áp dụng tại Việt Nam

Artificial intelligence in Vietnam: Current situation and some solutions.....166

VŨ THỊ LAN

Mô hình tổ chức chính quyền đô thị ở thành phố trực thuộc Trung ương

Model of organizing municipal government in central cities in Vietnam172

PHAN QUAN VIỆT - TRẦN THANH BẢO PHÚC

Nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm tại Siêu thị Lotte Mart thành phố Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận

Factors affecting the satisfaction of customers shopping at Lotte Mart supermarket in Phan Thiet City, Binh Thuan Province178

TRƯƠNG ĐỨC THAO

Nghiên cứu về một số nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên bán hàng

Factors affecting the work motivation of sales staff184

VỀ QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN DỊCH VỤ CHĂM SÓC SAU SINH MOMCARE24H

● HÀ NAM KHÁNH GIAO - BÙI ĐÔNG HẢI - PHẠM HỮU HÀ

TÓM TẮT:

Đề tài nhằm xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh Momcare24h của khách hàng tại thành phố Hồ Chí Minh, bằng việc khảo sát 273 khách hàng. Nghiên cứu sử dụng công cụ SPSS 20 để phân tích độ tin cậy thang đo qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích EFA, phần mềm AMOS 22 để phân tích CFA, kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

Kết quả nghiên cứu cho thấy 6 yếu tố tác động tích cực đến ý định lựa chọn dịch vụ Momcare24h, sắp xếp theo độ mạnh giảm dần: Phương tiện hữu hình, Lợi ích chi phí, Nhóm tham khảo, Tính kịp thời, Chất lượng chuyên môn, Năng lực kiểm soát hành vi. Đồng thời, Ý định lựa chọn tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn dịch vụ Momcare24h. Kết quả cũng giúp cho các nhà quản trị có những điều chỉnh chiến lược và hành động phù hợp trong quá trình cạnh tranh khốc liệt hiện nay.

Từ khóa: Dịch vụ chăm sóc sau sinh, ý định lựa chọn, quyết định lựa chọn, mô hình hồi quy tuyến tính.

1. Giới thiệu

Dịch vụ Chăm sóc trước và sau sinh là một ngành mới tại TP. Hồ Chí Minh nói riêng và Việt Nam nói chung. Theo Quyết định số 27/2018/QĐ-TTG về hệ thống ngành kinh tế Việt Nam ban hành ngày 06/07/2018, ngành dịch vụ Chăm sóc trước và sau sinh được quy định tại mã ngành 8790 với tên gọi Hoạt động Chăm sóc tập trung khác.

TP. Hồ Chí Minh hiện có hơn 30 công ty cung cấp dịch vụ Chăm sóc trước và sau sinh. Momcare24h là Dịch vụ Y tế chăm sóc trước và sau sinh của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ

Tư vấn CHT tại TP. Hồ Chí Minh từ ngày 15/5/2014 đến nay, Momcare24h đã đáp ứng hơn 10.000 KH với hơn 100.000 lượt chăm sóc. Tình hình kinh doanh của Công ty đang có xu hướng giảm sút do sự xuất hiện ngày càng nhiều đối thủ cạnh tranh. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn Dịch vụ Chăm sóc sau sinh Momcare24h trở nên cần thiết.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm chính

Chăm sóc sức khỏe sinh sản là sự phối hợp các phương pháp kỹ thuật và dịch vụ để bảo đảm sức

khỏe sinh sản và sức khỏe nói chung bằng cách phòng bệnh và giải quyết các vấn đề về sức khỏe sinh sản. Trong đó, dịch vụ Chăm sóc sức khỏe sinh sản còn bao hàm cả những vấn đề đảm bảo cuộc sống tình dục lành mạnh, an toàn và hòa hợp (Thông tư liên tịch số 04/2012/TTLT-BYT-BTC). Theo hướng dẫn quốc gia về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe sinh sản được Bộ Y tế ban hành năm 2009, các bà mẹ và sơ sinh được theo dõi sức khỏe chặt chẽ trong ngày đầu tiên. Từ ngày thứ 2 đến hết 6 tuần, nếu bà mẹ xuất viện, các cán bộ y tế thực hiện chăm sóc sau sinh cần thực hiện các quy trình: (1) Hỏi mẹ về sức khỏe mẹ và con, (2) Khám (kiểm tra sự co hồi tử cung, tăng sinh môn, sự tiết sữa, vết mổ), (3) Hướng dẫn chăm sóc mẹ và con (theo bảng hướng dẫn chăm sóc của hướng dẫn quốc gia, (4) Cảnh báo về các bất thường có thể xảy ra.

Kotler và Levy (1969) chỉ ra rằng, hành vi khách hàng là những hành vi cụ thể của cá nhân khi thực hiện các quyết định mua sắm, sử dụng và vứt bỏ sản phẩm hay dịch vụ. Kotler (2000) cho rằng, hành vi mua hàng của khách hàng gồm cá nhân, nhóm và tổ chức lựa chọn, mua, sử dụng và xử lý sản phẩm, dịch vụ, ý tưởng hay kinh nghiệm để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.2. Các mô hình lý thuyết về hành vi tiêu dùng

Thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA)

Ajzen và Fishbein (1975), cho rằng, ý định hành vi (Behavior Intention) là yếu tố quan trọng nhất dự đoán hành vi tiêu dùng. Ý định hành vi bị ảnh hưởng bởi 2 yếu tố: thái độ (Attitude) và chuẩn chủ quan (Subjective Norms).

Thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behavior - TPB)

Ajzen (1991) cho rằng ý định là động cơ dẫn đến hành vi và được định nghĩa như là mức độ nỗ lực cá nhân để thực hiện hành vi. Trong đó: (1) Thái độ (Attitude Toward Behavior - AB) được hiểu như là cảm xúc tích cực hay tiêu cực cá nhân bị ảnh hưởng bởi các yếu tố tâm lý và các tình huống đang gặp phải, (2) Chuẩn chủ quan (Subjective Norm - SN) hay cảm nhận về ảnh hưởng từ phía cộng đồng xã hội được định nghĩa là “nhận thức về áp lực xã hội đến thực hiện hoặc không thực hiện hành vi, (3) Kiểm soát hành vi nhận thức (Perceived Behavioral Control - PBC)

phản ánh việc dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi và việc thực hiện hành vi đó có bị kiểm soát, hạn chế hay không.

Mô hình hành vi hướng tới mục tiêu (Model of Goal-directed Behavior - MGB)

Perigini và Bagozzi (2001) xem các thành phần cơ bản của lý thuyết hành vi có kế hoạch liên quan đến mục tiêu hơn là hành vi, trong đó, mong muốn có vai trò quan trọng. MGB kết hợp 3 yếu tố lý thuyết mới mà mô hình TPB trước đó chưa đề cập đến: mong muốn, cảm xúc và thói quen trong quá khứ.

2.3. Một số nghiên cứu trước

Grazier và cộng sự (1986) đề xuất các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn dịch vụ chăm sóc sức khỏe: (1) nhu cầu tương lai sử dụng dịch vụ chăm sóc sức khỏe, (2) khả năng tiếp cận, (3) khả năng tài chính, và (4) kinh nghiệm sử dụng dịch vụ trước đây. Wong và cộng sự (1987) nghiên cứu về khả năng tiếp cận và chất lượng dịch vụ các dịch vụ Khám trước sinh tại Philippines cho thấy: (1) chất lượng dịch vụ, (2) khả năng tiếp cận, (3) bảo hiểm.

Phạm Xuân Lan và Phùng Thị Hồng Thắm (2011) nghiên cứu các yếu tố tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân ngoại trú tại các bệnh viện đa khoa TP. HCM đưa ra: (1) Cơ sở hạ tầng và môi trường của bệnh viện, (2) Năng lực tác nghiệp của bác sĩ và điều dưỡng, (3) Sự quan tâm phục vụ của bệnh viện, (4) Kết quả khám chữa bệnh, (5) Thời gian khám chữa bệnh. Nguyễn Quốc Nghi và cộng sự (2011) nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hài lòng của bệnh nhân tại các bệnh viện công tại thành phố Cần Thơ chỉ ra: (1) Tinh thần trách nhiệm, (1) Sự quan tâm và (3) Khả năng đáp ứng. Phùng Thị Hồng Hà và Trần Thị Thu Hiền (2012) đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ y tế tại Bệnh viện Việt Nam - Cuba Đồng Hới - Quảng Bình chỉ ra: (1) Cơ sở vật chất - kỹ thuật của bệnh viện; (2) Quy trình khám chữa bệnh; (3) Đội ngũ cán bộ y tế; (4) Hiệu quả công tác khám chữa bệnh; (5) Các dịch vụ hỗ trợ và (6) Chi phí khám chữa bệnh.

2.4. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nhóm tác giả tham khảo và kế thừa có hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu và thang đo của các nghiên cứu trên và đề xuất mô hình nghiên cứu (Hình 1).

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất (2019)

H_1 : Sự hữu hình có tác động tích cực đến hành vi lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh tại Momcare24h.

H_2 : Chi phí có tác động tích cực đến hành vi lựa chọn dịch vụ Momcare24h.

H_3 : Tính kịp thời có tác động tích cực đến hành vi lựa chọn Momcare24h.

H_4 : Chất lượng chuyên môn có tác động tích cực đến hành vi lựa chọn dịch vụ Momcare24h.

H_5 : Chuẩn chủ quan có tác động cùng chiều đến hành vi lựa chọn dịch vụ Momcare24h.

H_6 : Năng lực kiểm soát hành vi có tác động cùng chiều đến hành vi lựa chọn dịch vụ Momcare24h.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô tả mẫu

Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, 273 khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ Momcare24h được phỏng vấn trực tiếp. Bảng 1 thể hiện cấu trúc mẫu khảo sát.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu

Chỉ tiêu		Số lượng	%
Độ tuổi	Dưới 30 tuổi	78	31,7
	Từ 30 đến dưới 35 tuổi	143	58,1
	Trên 35 tuổi	25	10,2
Trình độ	Dưới THPT	8	3,3
	Trung cấp, Cao Đẳng	77	31,3
	Đại học	149	60,6
	Trên đại học	12	4,9
Công việc	CBCC nhà nước	20	8,1
	Doanh nhân	103	41,9
	Cấp quản lý tại các công ty	89	36,2
	Cấp nhân viên tại các công ty	22	8,9
	Kinh doanh tự do	12	4,9
Thu nhập	Dưới 10 triệu đồng	4	1,6
	10 triệu đến dưới 20 triệu đồng	45	18,3
	20 đến dưới 30 triệu đồng	169	68,7
	Trên 30 triệu đồng	28	11,4

Nguồn: Tác giả tính toán, trích xuất từ phần mềm SPSS, phụ lục 5

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

- Cronbach's Alpha và EFA

Bảng 2 cho thấy Cronbach's Alpha của tất cả các biến lớn hơn 0,6, hệ số tương quan biến - tổng nhỏ nhất đều > 0,4, các thang đo đều đạt độ tin cậy tốt.

Phân tích EFA các biến độc lập cho thấy KMO = 0,868 > 0,6, kiểm định Bartlett's có sig = 0,000 < 5%, phương sai trích = 67,592% > 50%. Có 6 yếu tố được rút trích tại điểm trích = 1,770 > 1 đại diện cho 42 biến quan sát. (Bảng 3)

Phân tích EFA cho ý định chọn dịch vụ Momcare24h cho thấy KMO = 0,749 > 0,6, kiểm định Bartlett's có sig = 0,000 < 5%, phương sai trích = 70,765% > 50%. Tại điểm trích = 3,538 > 1, một yếu tố đại diện cho 5 biến quan sát.

Phân tích EFA cho quyết định lựa chọn dịch vụ Momcare24h cho thấy KMO = 0,799 > 0,6, kiểm định Bartlett's có sig = 0,000 < 5%, phương sai trích = 64,555% > 50%. Có 1 yếu tố được rút trích tại điểm trích = 2,258 > 1, đại diện cho 4 biến quan sát.

- Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả CFA (Hình 2) cho trọng số các biến quan sát đều đạt chuẩn cho phép ($\geq 0,5$) và có ý nghĩa thống kê = 0,000. Như vậy, các biến quan sát đạt được giá trị hội tụ.

Mô hình có 786 bậc tự do, kiểm định chi-square/df = 1,461 < 3 (đủ điều kiện) với p-value = 0,000, và các chỉ số chỉ ra mô hình phù hợp với dữ liệu (CFI = 0,943; GFI = 0,827 và RMSEA = 0,043; Pclose = 0,980). Vì vậy, các thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn dịch vụ Momcare24h đều đạt giá trị phân biệt.

Bảng 2. Đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
Nhóm thóm khảo	6	0,909	0,649 (NTK1)
Tính kịp thời	7	0,897	0,655 (TKT6)
Phương tiện hữu hình	8	0,897	0,601 (PTHH1)
Chi phí hợp lý	4	0,824	0,609 (CP1)
Chất lượng chuyên môn	4	0,891	0,721 (CLCM1)
Kiểm soát hành vi	4	0,911	0,784 (KSHV2)
Ý định lựa chọn	5	0,895	0,648 (YD1)
Quyết định lựa chọn	4	0,816	0,597 (QD2)

Nguồn: Dữ liệu thu thập

Bảng 3. Kết quả EFA

	PTHH	TKT	NTK	KCHV	CLCM	CP
PTHH ₈	0,804					
PTHH ₆	0,768					
PTHH ₇	0,764					
PTHH ₅	0,754					
PTHH ₂	0,746					
PTHH ₃	0,733					
PTHH ₄	0,730					
PTHH ₁	0,694					
TKT ₅		0,828				
TKT ₂		0,799				
TKT ₁		0,788				
TKT ₃		0,758				
TKT ₇		0,753				
TKT ₄		0,751				
TKT ₆		0,731				
NTK ₂			0,883			
NTK ₅			0,878			
NTK ₆			0,840			
NTK ₃			0,811			
NTK ₄			0,781			
NTK ₁			0,744			

Kết quả CFA của thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ Momcare24h đều có hệ số Estimate lớn hơn tiêu chuẩn cho phép ($\geq 0,5$) để thang đo đạt giá trị hội tụ (Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhất Vương, 2019) nên các thang đo của các yếu tố đều đủ tin cậy và đủ điều kiện để phân tích SEM. (Bảng 4)

3.2. Kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

- Kiểm định mô hình nghiên cứu

Kết quả SEM toàn bộ mô hình cho thấy độ phù hợp của mô hình kiểm định là khá cao: $CMIN = 1,501 < 3$; $RMSEA = 0,045 < 0,0765$; $CFI = 0,938 > 0,9$; $GFI = 0,823 > 0,8$; $PCLOSE = 0,1501 > 0,05$, Bậc tự do (df) = 792 và $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ (Hình 3).

- Kiểm định các giả thuyết (Bảng 5)

Kết quả cho thấy các yếu tố CP, CLCM, KSHV, NTK, TKT, PTHH đều tác động cùng chiều đến YD, trong đó yếu tố PTHH tác động mạnh nhất với $\beta = 0,373$, kế đến là yếu tố CP (lợi ích chi phí) với $\beta = 0,306$; thứ ba là NTK với $\beta = 0,237$; thứ tư là TKT với $\beta = 0,193$, thứ năm là CLCM với $\beta = 0,176$; cuối cùng là KSHV với $\beta = 0,132$. Yếu tố YD tác động cùng chiều đến yếu tố QD, với $\beta = 0,607$ ở mức ý nghĩa là 5%, độ phù hợp 95%.

Các yếu tố CP, CLCM, KSHV, NTK, TKT, PTHH giải thích được 71,6% sự thay đổi của ý định lựa chọn dịch vụ Momcare24h. Yếu tố ý định lựa chọn dịch vụ Momcare24h giải thích được 36,8% sự thay đổi của quyết định lựa chọn dịch vụ

	PTHH	TKT	NTK	KSHV	CLCM	CP
KSHV ₃				0,875		
KSHV ₄				0,851		
KSHV ₁				0,831		
KSHV ₂				0,828		
CLCM ₂					0,851	
CLCM ₃					0,835	
CLCM ₄					0,825	
CLCM ₁					0,823	
CP ₂						0,814
CP ₃						0,795
CP ₁						0,768
CP ₄						0,743

Nguồn: Tác giả tính toán, trích xuất từ phần mềm SPSS, phụ lục 5

Hình 2: Kết quả CFA của toàn bộ mô hình nghiên cứu đã chuẩn hóa

Bảng 4. Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các thành phần của thang đo

			Estimate	S.E	C.R.	P
PTHH	<-->	TKT	0,111	0,031	30,571	***
PTHH	<-->	NTK	0,090	0,028	30,210	0,001
PTHH	<-->	KSHV	0,095	0,028	30,402	***
PTHH	<-->	CLCM	0,077	0,027	20,870	0,004
PTHH	<-->	CP	0,082	0,028	20,960	0,003
PTHH	<-->	YD	0,226	0,034	60,602	***
PTHH	<-->	QD	0,123	0,029	40,213	***
TKT	<-->	NTK	-0,028	0,032	-0,855	0,393
TKT	<-->	KSHV	0,095	0,033	20,892	0,004
TKT	<-->	CLCM	0,110	0,032	30,392	***
TKT	<-->	CP	0,136	0,034	30,962	***
TKT	<-->	YD	0,204	0,037	50,520	***
TKT	<-->	QD	0,059	0,032	10,847	0,065
NTK	<-->	KSHV	0,006	0,029	0,212	0,832
NTK	<-->	CLCM	0,025	0,028	0,863	0,388
NTK	<-->	CP	0,036	0,030	10,202	0,230
NTK	<-->	YD	0,124	0,031	30,955	***
NTK	<-->	QD	0,215	0,035	60,138	***
KSHV	<-->	CLCM	0,187	0,032	50,872	***
KSHV	<-->	CP	0,143	0,031	40,542	***
KSHV	<-->	YD	0,183	0,033	50,557	***
KSHV	<-->	QD	0,106	0,030	30,527	***
CLCM	<-->	CP	0,100	0,030	30,400	***
CLCM	<-->	YD	0,179	0,032	50,533	***
CLCM	<-->	QD	0,089	0,029	30,077	0,002
CP	<-->	YD	0,215	0,035	60,085	***
CP	<-->	QD	0,127	0,031	40,049	***
YD	<-->	QD	0,219	0,036	60,060	***

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Momcare24h, còn 63,2% sự thay đổi do các yếu tố khác ngoài mô hình tác động đến. (Hình 3)

3.3. Kiểm định sự khác biệt

Bảng 6 thể hiện kết quả phân tích ANOVA, không có sự khác biệt ý định lựa chọn dịch vụ Momcare24h giữa các nhóm độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập khác nhau, trong khi đó có sự khác nhau giữa các nhóm có vị trí công việc khác nhau.

4. Kết luận và hàm ý quản trị

4.1. Kết luận

Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh tại Momcare24h đã được hoàn thành bằng việc tham khảo và vận dụng có điều chỉnh các mô hình nghiên cứu trước và phương pháp phân tích định tính kết hợp phân tích định lượng, với các yếu tố có độ mạnh giảm dần: Phương tiện hữu hình, Lợi ích chi phí, Nhóm tham khảo, Tính kịp thời, Chất lượng chuyên môn, Năng lực kiểm soát hành vi. Đồng thời, ý định cũng có tác động đến quyết định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh tại Momcare24h với mức tác động là 0,607.

Ngoài ra, kết quả phân tích cũng cho thấy không có sự khác biệt ý định lựa chọn dịch vụ chăm sóc sau sinh giữa các nhóm quan sát có độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập khác nhau, trong khi đó có sự khác nhau giữa các nhóm có vị trí công việc khác nhau.

4.2. Hàm ý quản trị

- Yếu tố phương tiện hữu hình

Momcare24h cần quan tâm đến các trang thiết bị, dụng cụ chăm sóc sau sinh còn thiếu, như các máy massage y khoa cho bé, máy phục hồi chức năng cho mẹ và bé, máy thông tắc sữa, máy chiếu laser... Ngoài ra, cần phải luôn đảm bảo sự

Bảng 5. Bảng các trọng số hồi quy

Mối quan hệ			Ước lượng Estimate	Sai lệch chuẩn S.E.	Giá trị tới hạn C.R.	Mức ý nghĩa P
YD	<---	CP	0,309	0,063	4,941	***
YD	<---	CLCM	0,178	0,060	2,978	0,003
YD	<---	KSHV	0,130	0,059	2,194	0,028
YD	<---	NTK	0,222	0,048	4,624	***
YD	<---	TKT	0,171	0,049	3,457	***
YD	<---	PTHH	0,395	0,064	6,215	***
QD	<---	YD	0,588	0,078	7,549	***

Chú thích: P: Là mức ý nghĩa, *** là ở mức ý nghĩa 1% hay giá trị $P < 1\%$

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Hình 3: Mô hình kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Bảng 6. Tổng hợp phân tích ANOVA

Các chỉ tiêu	Giá trị kiểm định Levene Statistic (Sig.)	ANOVA (Sig)	Kết luận về sự khác biệt
Độ tuổi	0,518	0,976	Không có
Thu nhập	0,422	0,711	Không có
Trình độ học vấn	0,373	0,113	Không có
Vị trí công việc	0,992	0,026	Có

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

thoáng mát, sạch sẽ và tiện nghi của phòng khám, căn tin, phòng chăm sóc khách hàng bằng cách bổ sung thêm cây xanh, máy phun sương thay vì máy lạnh. Bên cạnh đó, phải đảm bảo luôn đủ giường bệnh, đủ ghế ngồi cho khách hàng cũng như người nhà đến trung tâm, thay thế các bảng chỉ dẫn không rõ chữ, hư hại, đảm bảo đủ số lượng bảng chỉ dẫn để khách hàng dễ dàng và không mất nhiều thời gian đến các phòng chuyên khoa của trung tâm.

- Yếu tố lợi ích chi phí

Momcare24h cần hạn chế tình trạng lạm dụng thuốc ngoại, bắt buộc khách hàng làm nhiều xét nghiệm không cần thiết. Đồng thời, áp dụng các đề án triển khai thí điểm và nhân rộng phương thức chi trả theo khoán định suất, nhất là thí điểm quản lý cung ứng dịch vụ cho một số dịch vụ theo quy trình chuyên môn, đã tạo tiền đề tốt cho việc nghiên cứu và mở rộng việc triển khai các phương thức chi trả mới với các hình thức khuyến khích phù hợp và hiệu quả hơn. Bên cạnh đó, cần xây dựng các chính sách giá cho khách hàng sử dụng dịch vụ lần 2, lần 3 và người nhà khách hàng đến sử dụng dịch vụ khác tại MomCare24h.

- Yếu tố nhóm tham khảo

Momcare24h nên nghiên cứu tặng quà cho các khách hàng cũ giới thiệu khách hàng mới đến sử dụng dịch vụ chăm sóc sau sinh, cũng như các loại hình dịch vụ khác. Đồng thời, cần xây dựng kế hoạch tặng quà cho các bé được chăm sóc sau sinh tại Momcare nhân các ngày quan trọng như ngày sinh nhật, ngày quốc tế thiếu nhi... Ngoài ra, cần tặng quà sinh nhật cho các thành viên gia đình của khách hàng đã sử dụng dịch vụ tại Momcare bằng cách thu thập thông tin người thân khách hàng.

Mở rộng liên kết với các phòng khám sản, các bác sĩ khoa sản trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Tiếp

cận liên kết các bệnh viện tư, nhà hộ sinh... nhằm mở rộng hình ảnh và tăng độ nhận diện của Momcare24h trong mắt các bác sĩ, các hộ sinh, điều dưỡng...

- Yếu tố chất lượng chuyên môn

Momcare24h cần từng bước giải quyết việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nhất là trình độ chuyên môn và tay nghề cao cho đội ngũ bác sĩ, điều dưỡng- những người trực tiếp thực hiện dịch vụ tại Momcare24h. Trong đó, chú trọng đào tạo các chuyên khoa chăm sóc mẹ và bé để bổ sung nguồn nhân lực kỹ thuật chuyên sâu; quan tâm đến đào tạo, bồi dưỡng về kỹ năng, kỹ thuật cho các cán bộ nhân viên. Ngoài ra, cần tổ chức buổi đào tạo do các chuyên gia hàng đầu hướng dẫn. Cũng cần đặc biệt quan tâm tăng cường tuyển dụng và đãi ngộ cho đội ngũ y bác sĩ có trình độ chuyên môn tốt tại các đơn vị khác bằng các chính sách ưu đãi về lương, phụ cấp, cơ hội phát triển nghề nghiệp, thăng tiến.

Ngoài ra, cần nhất quán với y, bác sĩ tại Momcare24h luôn đưa ra các thông tin về dịch vụ cũng như thông tin bệnh án đúng ngay từ đầu. Kèm theo đó là tư vấn kỹ về phác đồ điều trị cùng các chi phí cho từng giai đoạn điều trị để khách hàng nắm rõ và yên tâm trong việc điều trị.

- Yếu tố năng lực kiểm soát hành vi

Momcare24h cần thường xuyên quan sát, quan tâm và giao tiếp với khách hàng, giải thích cặn kẽ các dịch vụ chăm sóc sau sinh cho khách hàng nắm rõ, từng bước tư vấn khách hàng về các dịch vụ chăm sóc sau sinh khác cùng các bài tập hỗ trợ cho khách hàng. Ngoài ra, cần định kỳ chăm sóc sức khỏe khách hàng. Momcare24h nên chú ý xây dựng đội ngũ quản trị khủng hoảng để xử lý các tình huống về khách hàng phàn nàn hoặc không hài lòng về dịch vụ.

- *Yếu tố tính kịp thời*

Momcare24h cần xây dựng các tiêu chí về tính sẵn sàng phục vụ khách hàng của đội ngũ nhân viên, y bác sĩ của trung tâm. Đồng thời, xây dựng lại các thủ tục, quy trình đăng ký chăm sóc sức khỏe bằng hình thức đăng ký trực tuyến, gọi điện đặt lịch chăm sóc tại trung tâm hoặc tại nhà, khuyến khích các khách hàng đặt lịch chăm sóc sức khỏe trước khi đến trung tâm. Bên cạnh đó, cần hoàn thiện quy trình xuất viện cũng như các thủ tục thanh toán viện phí cần được đơn giản hơn, cụ thể áp dụng các hình thức thanh toán bằng thẻ, bằng công điện tử Zalopay, Samsung pay... Ngoài

ra, cần xây dựng phương thức làm việc theo ca cho các điều dưỡng, y sĩ, còn với bác sĩ thì luôn có ít nhất 2 bác sĩ đảm trách dịch vụ liên quan trực đêm.

4.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế: (1) Chỉ thực hiện khảo sát cho 273 khách hàng nên tính đại diện mẫu chưa cao, (2) Chỉ nghiên cứu cho các yếu tố chất lượng dịch vụ chăm sóc sau sinh, lợi ích chi phí, nhóm tham khảo, năng lực kiểm soát hành vi mà chưa nghiên cứu các yếu tố khác, như: Văn hóa doanh nghiệp, khả năng đáp ứng, sự đồng cảm, hiệu quả dịch vụ... Đó cũng là hướng cho các 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. Grazier KL, Richardson WC, Martin DP, Diehr P (1986), "Factors affecting choice of health care plans", *Health Service Research*, vol 20(6 Pt 1): pp. 659-82.
4. Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương (2019). *Giáo trình Cao học Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh- Cập nhật SmartPLS*. H Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
5. *Hướng dẫn quốc gia về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe sinh sản được Bộ Y tế ban hành năm 2009*.
6. Kotler, P. and Levy, S.J. (1969), 'Broadening the concept of marketing', *Journal of Marketing*, 33(1), pp.10-15.
7. Kotler. P (2000), *Marketing Management, Millenium Edition. Custom Edition for University of Phoenix*, Pearson Custom Publishing.
8. Nguyễn Quốc Nghi, Bùi Văn Trinh, Nguyễn Diễm Phi (2014). "Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của Trung tâm Chẩn đoán y khoa Thành phố Cần Thơ". *Tạp chí Khoa học Đại học Văn Hiến*, số 3 (2014), trang 33-40.
9. Perugini, M., & Bagozzi, R. (2001). "The Role of Desires and Anticipated Emotions in Goal-Directed Behaviours: Broadening and Deepening the Theory of Planned Behaviour". *British Journal of Social Psychology*, vol 40, pp. 79-98. <http://dx.doi.org/10.1348/014466601164704>
10. Phạm Xuân Lan và Phùng Thị Hồng Thẩm (2011). "Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của bệnh nhân ngoại trú tại các bệnh viện đa khoa TP.HCM". *Tạp chí Kinh tế phát triển*, ISSN: 1859-1124, số 245, trang 14-26.
11. Phùng Thị Hồng Hà và Trần Thị Thu Hiền (2012), "Đánh giá sự hài lòng của Khách hàng sử dụng Dịch vụ Y tế tại Bệnh viện Việt Nam - Cuba Đồng Hới - Quảng Bình", *Tạp chí Khoa học, Đại học Huế*, tập 72B, số 3.
12. *Thông tư liên tịch số 04/2012/TTLT-BYT-BTC*
13. Wong EL, Popkin BM, Guilkey DK, Akin JS (1987), "Accessibility, quality of care and prenatal care use in the Philippines", *Social Science & Medicine*, 24(11): 927-44.

Ngày nhận bài: 20/9/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 30/9/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/10/2019

Thông tin tác giả

1. PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

Trưởng Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam

2. ThS. BUI ĐÔNG HẢI

Phó Giám đốc phòng vé Công ty cổ phần Liên hiệp giáo dục

3. ThS. PHẠM HỮU HÀ

Giảng viên, Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam

DECISION ON CHOOSING THE MOMCARE 24H POSTPARTUM CARE SERVICE

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

Dean, Faculty of Air Transport, Vietnam Aviation Academy

● Master. **BUI DONG HAI**

Deputy Director, Flight Ticket Agency,
United Education Joint Stock Company

● Master. **PHAM HUU HA**

Lecturer, Faculty of Air Transport,
Vietnam Aviation Academy

ABSTRACT:

This study is to identify and measure factors affecting the decision on using the Momcare24h postpartum care service of customers in HoChiMinh City by surveying 273 customers. In this study, SPSS 20 was used to analyze the reliability of the scale through the Cronbach's Alpha EFA and AMOS 22 was used to test CFA and evaluate the structural equation modeling.

The study's results show that there are six factors positively impacting the decision on using the Momcare 24h service. These factors which are listed in descending order of influence include Tangibles, Cost of service, Reference group, Responsiveness, Assurance and Perceived behavioral control. In addition, the intention of choosing has positive impact on the decision making process of customers. The study's results are expected to help managers make appropriate strategic adjustments and actions in a fiercely competitive market.

Keywords: Postpartum care service, intention of choosing, choosing, structural equation modeling.