

hàm mặt làm tăng tỉ lệ sâu răng. Cụ thể, Người không khám răng định kỳ có nguy cơ sâu răng cao gấp 2,4 lần so với người khám răng định kỳ 6tháng/1 lần. Tương tự với tác giả Phạm Minh Khuê và cộng sự năm 2018, cho thấy những học sinh có kiến thức và thực hành về vệ sinh răng miệng trung bình/kém và những học sinh không đi khám răng định kỳ có khả năng mắc sâu răng cao hơn so với nhóm còn lại<sup>9</sup>. Nghiên cứu trước cũng phát hiện ra rằng bệnh nhân thường chỉ tìm đến khám nha khoa khi họ cảm thấy đau hoặc khó chịu với răng<sup>10</sup>. Những phát hiện này nhấn mạnh sự cần thiết việc tư vấn, hướng dẫn bệnh nhân về tầm quan trọng của việc tái khám răng định kỳ để phát hiện sớm và điều trị kịp thời các tổn thương về răng miệng. Đồng thời cũng tăng cường kiến thức về dự phòng, chăm sóc và bảo vệ răng miệng cho bệnh nhân, đặc biệt với những bệnh nhân có bệnh cảnh nền kèm theo.

Nghiên cứu cho thấy đái tháo đường là yếu tố nguy cơ của sâu răng. Cụ thể, những bệnh nhân đái tháo đường làm tăng khả năng sâu răng gấp 2,6 lần so với nhóm bệnh nhân không bị đái tháo đường. Sâu răng cao có thể là do bệnh nhân tiểu đường ăn thường xuyên hơn so với bệnh nhân bình thường và việc ăn nhiều lần dù chỉ một lượng nhỏ carbohydrate có thể gây sâu răng khi kết hợp với mức đường huyết tăng cao và giảm tiết nước bọt.

## V. KẾT LUẬN

Thực trạng sức khỏe răng miệng trên bệnh nhân khám tại khoa Răng Hàm Mặt bệnh viện Bạch Mai vẫn là một vấn đề lớn, với tỉ lệ sâu răng cao đặc biệt là độ tuổi trẻ em 6-16 tuổi. Đái tháo đường, và không thăm khám định kỳ làm tăng khả năng sâu răng. Cần tuyên truyền cho bệnh nhân tái khám răng miệng định kỳ để phát hiện và điều trị kịp thời tổn thương sâu răng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Wang Y, Xing L, Yu H, Zhao L. Prevalence of dental caries in children and adolescents with type 1 diabetes: a systematic review and meta-analysis. BMC oral health. 2019;19:1-9.
2. Abbass MM, AbuBakr N, Radwan IA, et al. The potential impact of age, gender, body mass index, socioeconomic status and dietary habits on the prevalence of dental caries among Egyptian adults: a cross-sectional study. F1000Research. 2019;8
3. Shiferaw A, Alem G, Tsehay M, Kibret GD. Dental caries and associated factors among diabetic and nondiabetic adult patients attending Bichena Primary Hospital's Outpatient Department. Frontiers in Oral Health. 2022;3:938405.
4. Khahro M, Shaikh Q, Baloch M, Channa SA, Shah A. Frequency of dental caries among patients with type II diabetes mellitus. The Professional Medical Journal. 2019;26(06):865-869.
5. Costa SM, Vasconcelos M, Haddad JPA, Abreu MHN. The severity of dental caries in adults aged 35 to 44 years residing in the metropolitan area of a large city in Brazil: a cross-sectional study. BMC Oral Health. 2012;12:1-11.
6. Trịnh Đình Hải, Nguyễn Thị Hồng Minh, Trần Cao Bình. Điều tra sức khỏe răng miệng toàn quốc. Nhà xuất bản Y học; 2019.
7. Stennett M, Tsakos G. The impact of the COVID-19 pandemic on oral health inequalities and access to oral healthcare in England. British Dental Journal. 2022;232(2):109-114.
8. Matsuyama Y, Isumi A, Fujiwara T. Impacts of the COVID-19 pandemic exposure on child dental caries: difference-in-differences analysis. Caries Research. 2022;56(5-6):546-554.
9. Phạm Minh Khuê, Phạm Văn Trọng, Trần Thị Thủy Hà và cs. Một số yếu tố liên quan đến bệnh sâu răng của học sinh tại trường tiểu học Lê Văn Tám, Thành phố Hải Phòng năm 2018. Tạp chí Y học dự phòng. 2018;28(9):115-118.
10. Jiang R, Yu J, Islam R, Li X, Nie E. Dental Caries Prevention Knowledge, Attitudes, and Practice among Patients at a University Hospital in Guangzhou, China. Medicina. 2023;59(9):1559.

## MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI HIỂN MÁU TẠI BỆNH VIỆN HỮU NGHỊ VIỆT ĐỨC

Nguyễn Trọng Sơn<sup>1</sup>

### TÓM TẮT

<sup>1</sup>Bệnh viện Hữu nghị Việt Đức, Hà Nội  
 Chịu trách nhiệm chính: Nguyễn Trọng Sơn  
 Email: drnguyentrongson@gmail.com  
 Ngày nhận bài: 12.7.2023  
 Ngày phản biện khoa học: 24.8.2023  
 Ngày duyệt bài: 20.9.2023

**Mục tiêu:** Khảo sát sự hài lòng của người tham gia hiến máu tại các điểm hiến máu do bệnh viện hữu nghị Việt Đức tổ chức. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang có phân tích 420 người tham gia hiến máu do bệnh viện hữu nghị Việt Đức tổ chức tại viện và ngoại viện trong thời gian từ tháng 1/2022 đến tháng 11/2022. **Kết quả:** Hầu hết những người tham gia hiến máu đều đánh giá từ mức độ hài lòng các nội dung truyền thông, hình thức truyền thông, công tác tổ chức hiến máu và công

tác chăm sóc sau hiến máu đều từ 85% trở lên, mức điểm trung bình hầu hết đều từ 4,0/5 trở lên. Để công tác hiến máu đến với nhiều người hơn hay nhắc lại hiến máu thì cần chú ý vào hình thức tuyên truyền qua các kênh điện tử (zalo, facebook...). Về công tác tổ chức cần chú trọng vào trình độ chuyên môn, thái độ của nhân viên kỹ thuật lấy máu, trang thiết bị tiếp nhận máu. Cuối cùng, công tác chăm sóc sau hiến máu cần duy trì và phát triển hoạt động quà tặng bồi dưỡng, suất ăn bồi dưỡng và hướng dẫn nghỉ ngơi sau hiến máu. **Từ khóa:** sự hài lòng người hiến máu, người hiến máu, dịch vụ hiến máu

**SUMMARY**

**THE SATISFACTION LEVEL OF BLOOD DONORS AT VIETDUC UNIVERSITY HOSPITAL**

**Objective:** To survey on the satisfaction of blood donors at blood donation site organized by VietDuc university hospital. **The subjects and research methods:** A cross-sectional descriptive study with analysis of 420 people participating in blood donation organized by VietDuc university hospital inside and outside the hospital during the period from January 2022 to November 2022. **Results:** Most of the participants in blood donation rated their satisfaction with the content of communication, forms of communication, the organization of blood donation and the after-care of blood donation, from 50% or more, the average score is almost 4/5 or higher. In order for blood donation to reach more people or back to donating blood, it is necessary to pay attention to the form of propaganda through mass media (zalo, facebook...). Regarding to the organization, it is essential to focus on the professional qualifications and attitudes of blood collection technicians and blood-receiving equipment. Finally, the post-blood donation care needs to maintain and develop the activities of fostering gifts, nourishing meals and guiding resting after blood donation.

**Keywords:** blood donor satisfaction, blood donor, blood donation service

**I. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Máu hiện nay được coi là loại thuốc đặc biệt mà đến nay loài người vẫn chưa tạo ra chất gì có thể thay thế được. Theo Tổ chức Y tế thế giới (WHO), mỗi năm Việt Nam cần khoảng 2 triệu đơn vị máu dùng cho điều trị các chấn thương, tai nạn, phẫu thuật, cho người mắc các bệnh cần truyền máu. Cứ mỗi 2 giây lại có những yêu cầu cần thiết liên quan tới truyền máu và trung bình cứ 7 người vào bệnh viện thì có 1 người cần tiếp máu (Nguyễn Thị Nhiên, 2019). Thế nên để đảm bảo đủ máu cung cấp cho điều trị và dự phòng thảm họa thì cần có đủ nguồn máu an cho người bệnh đảm bảo cả về chất lượng và số lượng.

Tại bệnh viện hữu nghị Việt Đức là một trong những bệnh thuộc tuyến trung ương, năm 2020 bệnh viện sử dụng khoảng 50.000 đơn vị máu, mỗi ngày cần khoảng 200 đơn vị máu. Từ đó có

thể thấy yêu cầu của việc cấp và điều trị cần tới máu tại đây rất là cao. Để có thể đáp ứng được nhu cầu máu như vậy thì sự hài lòng của người hiến máu tại đây là một trong những điều ảnh hưởng quan trọng đến việc hiến máu trở lại. Vì vậy chúng tôi thực hiện nghiên cứu đề tài này với mục tiêu: "*Khảo sát sự hài lòng của người tham gia hiến máu tại các điểm hiến máu do bệnh viện hữu nghị Việt Đức tổ chức*".

**II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

**2.1. Đối tượng nghiên cứu (ĐTNC).** Gồm 420 người tham gia hiến máu do bệnh viện hữu nghị Việt Đức tổ chức tại viện và ngoại viện trong thời gian từ tháng 1/2022 đến tháng 11/2022.

**Tiêu chuẩn lựa chọn:**

- + Đồng ý tham gia nghiên cứu
- + Hoàn toàn khỏe mạnh, minh mẫn
- + Người đã hiến máu thành công tại điểm tổ chức

**Tiêu chuẩn loại trừ:** Người tham gia hiến máu không cung cấp đủ thông tin, không hợp tác

**2.2. Phương pháp nghiên cứu**

**Thiết kế nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang có phân tích.

**Phương pháp chọn mẫu:** Cỡ mẫu nghiên cứu được tính theo công thức tính mẫu ước lượng một tỷ lệ:

$$n = Z_{1-\alpha/2}^2 \times \frac{p \cdot (1 - p)}{(d)^2}$$

Trong đó:

Z (1-α/2) = 1,96 với mức chính xác là 95%  
 p = 0,54 (tham khảo tỷ lệ người hiến máu hài lòng với công tác tổ chức hiến máu nhân đạo tại Hà Nội năm 2009)

d=0,05 khoảng chênh lệch là ± 5%

Như vậy, cỡ mẫu tối thiểu cần thu thập là 381. Dự kiến tỉ lệ phiếu không hợp lệ là 10%. Vì vậy, cỡ mẫu nghiên cứu là tròn là 420.

**2.3. Phương pháp xử lý số liệu.** Số liệu được nhập và xử lý trên phần mềm SPSS 22

**III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

**3.1. Một số đặc trưng đối tượng nghiên cứu**

**Bảng 1. Đặc điểm chung của mẫu nghiên cứu**

Các đặc điểm		Tỷ lệ (%)	Tần suất
Giới tính	Nam	50,7	213
	Nữ	49,3	207
Nghề nghiệp	Học sinh – Sinh viên	29	122
	Cán bộ - nhân viên	37,6	158

	Nông dân	9,8	41
	Lao động tự do	23,6	99
<b>Học vấn</b>	Phổ thông (lớp 12)	39,3	165
	Đại học	55,2	232
	Sau đại học	5,5	23
<b>Nơi cư trú</b>	Thành thị	39,5	166
	Nông thôn	60,5	254
<b>Số lần hiến máu</b>	Lần đầu	35,2	148
	Trên 2 lần	64,8	272
<b>Địa điểm hiến máu</b>	Tại cộng đồng	61,7	259
	Tại cơ quan	25,5	107
	Địa điểm hiến máu cố định	12,9	54
<b>Mục đích tham gia</b>	Giao chỉ tiêu	1	4
	Tự nguyện	88	370
	Hiến máu cho người nhà	11	46

Người tham gia nghiên cứu có 50,7% là nam và 49,3% là nữ. Hơn 1 nửa có trình độ học vấn đại học trở lên (55,2% đại học và 5,5% sau đại

học), có 39,3% là trình độ trung học phổ thông. Những người có nghề nghiệp cán bộ nhân viên và học sinh, sinh viên chiếm tỷ lệ lớn hơn cả, lần lượt là 37,6% và 29%. Hầu hết họ ở nông thôn với 60,5%, còn 39,5% ở thành thị. Người đã hiến máu trên 2 lần cao hơn lần đầu là 1,8 lần (64,8% so với 35,2%). Có 61,7% hiến máu tại cộng đồng và 25,5% hiến máu tại cơ quan. Hầu hết phần lớn họ tham gia hiến máu là tự nguyện với 88%.

**3.2. Về nội dung tuyên truyền.** Phần lớn người tham gia hiến máu rất hài lòng về các nội dung tuyên truyền, đều chiếm tỷ lệ trên 51%. Quyền lợi của người tham gia hiến máu được công khai, rõ ràng và dễ hiểu chiếm tỷ lệ nhiều nhất với 55,2%, sau đó là ý nghĩa, mục đích của hoạt động hiến máu được cung cấp đầy đủ với 53,4%. Gần như không có ai không hài lòng. Nhìn chung tất cả các nội dung đều có điểm trung bình 4,35/5 trở lên, tức hài lòng trở lên.

**Bảng 2. Sự hài lòng về các nội dung tuyên truyền**

Nội dung tuyên truyền	Điểm trung bình	Mức độ hài lòng (%)				
		Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Quy trình hiến máu được hướng dẫn cụ thể, rõ ràng, dễ hiểu	4,37	0	0,5	13,8	34,3	51,4
Ý nghĩa, mục đích của hoạt động hiến máu được cung cấp đầy đủ	4,40	0	0	13,3	33,3	53,4
Điều kiện để tham gia hiến máu và các lưu ý trước - trong và sau được hướng dẫn cụ thể, rõ ràng, dễ hiểu	4,37	0	0,2	15,2	31,7	52,9
Quyền lợi của người tham gia hiến máu được công khai, rõ ràng và dễ hiểu	4,40	0	0,5	13,8	30,5	55,2

Người hiến máu tại cơ quan và tại cộng đồng đều đánh giá cao ở các nội dung tuyên truyền. Trong đó nội dung "quyền lợi của người tham gia hiến máu được công khai, rõ ràng và dễ hiểu" được đánh giá là cao nhất, lần lượt là 4,66/5 và 4,46/6. Đáng chú ý tại điểm hiến máu cố định không nội dung nào được đánh giá vượt quá 3,7/5, nội dung được đánh giá cao nhất là "quyền lợi của người tham gia hiến máu được công khai, rõ ràng và dễ hiểu" cũng chỉ có 3,61/5.

Những người hiến máu lần đầu và từ hai lần trở lên nhìn chung đều đánh giá cao các nội dung tuyên truyền, trong đó người đã hiến máu trên

hai lần có mức độ đánh giá nhìn hơn một chút. Một điều tích cực là ở nhóm hiến lần đầu không có nội dung nào được đánh giá dưới 4,2 điểm.

**3.3. Về hình thức tuyên truyền.** Kết quả khảo sát cho thấy duy chỉ biết đến các thông tin về hiến máu qua các kênh điện tử: zalo, facebook, website... chiếm tỷ lệ rất hài lòng cao nhất với 50,5%, các nội dung còn lại rất hài lòng không quá 50%. Xét theo điểm trung bình, đều có điểm trung bình từ 3,5/5 trở lên. Đáng chú ý, 2 nội dung có điểm trung bình thấp nhất là qua nhân viên y tế với 3,57/5 và qua các ấn phẩm in ấn như: báo in, tờ rơi, stande, bảng zone... với 3,60/5.

**Bảng 3. Sự hài lòng về hình thức tuyên truyền**

Hình thức tuyên truyền	Điểm trung bình	Mức độ hài lòng (%)				
		Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Biết đến các thông tin về hiến máu qua các kênh điện tử: zalo, facebook, website	4,19	1	0,2	28,6	19,8	50,5
Biết đến các thông tin về hiến máu qua các ấn	3,60	2,4	1,7	53,8	17,9	24,3

phẩm in ấn như: báo in, tờ rơi, stande, bảng zone...						
Biết đến các thông tin về hiến máu qua các tổ chức đoàn thể như: Hội chữ thập đỏ, Ban chấp hành Công đoàn, Đoàn thanh niên, Câu lạc bộ...	4,16	0,7	1,4	26,2	24,8	46,9
Biết đến các thông tin về hiến máu qua người thân, bạn bè...	4,15	0	0,5	31,7	20	47,9
Biết đến các thông tin về hiến máu qua nhân viên y tế	3,57	2,4	2,9	53,6	17,4	23,8

Thông tin hiến máu qua các kênh điện tử được người tham gia hiến máu tại cơ quan đánh giá cao nhất với 4,50/5, còn tại cộng đồng qua các tổ chức đoàn thể chiếm tỷ lệ cao nhất với 4,22/5. Cần lưu ý, những người hiến máu tại địa điểm cố định không đánh giá hình thức tuyên truyền nào quá 4 điểm, "biết đến các thông tin về hiến máu qua người thân, bạn bè..." được đánh giá cao nhất cũng chỉ có 3,91/5.

Các kênh truyền thông được người hiến máu đánh giá hài lòng có sự thay đổi sau khi quay trở lại hiến máu. Qua các kênh điện tử (zalo, facebook...) là 4,13/5 người tham gia hiến lần đầu tăng lên 4,22/5 người hiến từ 2 lần trở lên, tăng 0,09 điểm. Tương tự, qua các tổ chức đoàn

thể (hội chữ thập đỏ, ban chấp hành công đoàn...) là 4,03/5 người tham gia hiến lần đầu tăng lên 4,23/5 người hiến từ 2 lần trở lên, tăng 0,2 điểm.

**3.4. Về công tác tổ chức hiến máu.** Dữ liệu khảo sát từ bảng 4 cho thấy tất cả các công tác khi tổ chức hiến máu đều rất hài lòng từ 52% trở lên, trình độ chuyên môn chiếm tỷ lệ cao nhất với 59,3%. Ở mức độ hài lòng, các công tác cũng đều chiếm tỷ lệ 39% trở lên. Từ đó cho thấy hầu hết người hiến máu đều hài lòng trên 80% các công tác tổ chức hiến máu. Xét theo điểm trung bình, thấy các tiêu chí đều đạt từ 4,4/5 điểm trở lên nghĩa là người tham gia hiến máu đều rất hài lòng với các công tác tổ chức hiến máu.

**Bảng 4. Sự hài lòng về công tác tổ chức hiến máu**

Công tác tổ chức hiến máu	Điểm trung bình	Mức độ hài lòng (%)				
		Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Thời gian tổ chức chương trình	4,49	0	0	4	42,6	53,3
Địa điểm tổ chức chương trình	4,51	0	0	2,6	43,3	54
Cơ sở vật chất tại điểm lấy máu	4,53	0	0,2	3,1	40,3	56,4
Trang thiết bị tiếp nhận máu	4,55	0	0	2,9	39,3	57,9
Thời gian chờ hiến máu	4,43	0,2	1,2	6,2	40,2	52,1
Thái độ của kỹ thuật viên lấy máu	4,55	0	0	2,6	39,5	57,9
Trình độ chuyên môn (khám, tư vấn, xét nghiệm, lấy máu...)	4,56	0	0	3,6	37,1	59,3
Chăm sóc trong khi hiến máu	4,54	0	0	3,3	39	57,6
Hài lòng chung	4,52	0	0	3,1	41,4	55,5

Theo địa điểm, tại cơ quan các tiêu chí đều được đánh giá cao hơn so với tại cộng đồng và địa điểm cố định, tiêu chí "địa điểm tổ chức chương trình" được đánh giá cao nhất với 4,71/5 và cao hơn so với tại cộng đồng là 0,19 điểm (4,71 so với 4,52) và so với tại điểm cố định là 0,6 điểm (4,71 so với 4,11). Tại địa điểm cộng đồng, tiêu chí "trình độ chuyên môn" được đánh giá cao nhất với 4,59/5. Còn tại điểm cố định là "địa điểm tổ chức", "cơ sở vật chất tại điểm lấy máu" và "thời gian chờ hiến máu" được đánh giá cao nhất, đều là 4,11/5.

Một điều tích cực là những người tham gia hiến máu nhiều lần càng có mức độ hài lòng các tiêu chí tổ chức hiến máu càng tăng. Tiêu chí "trang thiết bị tiếp nhận máu" người tham gia hiến máu trên 2 lần có điểm đánh giá cao nhất với

4,60/5 và cao hơn người tham gia lần đầu là 0,13 điểm (4,60 so với 4,47). Đối với người hiến máu lần đầu, "trình độ chuyên môn" đem lại mức độ hài lòng cao nhất đối với họ với 4,51/5, sau đó là "thái độ của kỹ thuật viên lấy máu" với 4,49/5 và "chăm sóc trong khi hiến máu" với 4,48/5.

**3.5. Về công tác chăm sóc sau hiến máu.** Kết quả khảo sát ở bảng 5 cho thấy các công tác chăm sóc sau hiến máu đều được đánh giá rất hài lòng đều chiếm tỷ lệ 50% trở lên, ở mức độ hài lòng cũng đều từ 39% trở lên. Như vậy nhìn chung các công tác chăm sóc sau hiến máu đều đánh giá hài lòng trở lên đều trên 89%. Một cách chung nhất, các công tác chăm sóc sau hiến máu đều được đánh giá trên 4,4 điểm có nghĩa là những người tham gia đều rất hài lòng với các công tác chăm sóc sau hiến máu.

**Bảng 5. Sự hài lòng công tác chăm sóc sau hiến máu**

Công tác chăm sóc sau hiến máu	Điểm trung bình	Mức độ hài lòng (%)				
		Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Hướng dẫn nghỉ ngơi sau hiến máu	4,51	0	0,2	4	40	55,8
Quà tặng bồi dưỡng	4,53	0	0,5	2,9	39,8	56,9
Suất ăn bồi dưỡng	4,51	0	0	2,9	43,1	54
Thông báo kết quả hiến máu	4,49	0	0	4	43,1	52,9
Tư vấn về kết quả hiến máu	4,46	0	0,2	4,3	45	50,5
Tư vấn quy trình hiến máu	4,45	0	0,2	6	41,9	51,9
Tư vấn sức khỏe sau hiến máu	4,47	0	0,2	5,2	42,1	52,4

Xét theo địa điểm hiến máu, mức độ hài lòng các công tác chăm sóc sau hiến máu tại địa điểm cơ quan cao hơn so với tại cộng đồng và điểm cố định. Tại cơ quan, hoạt động "quà tặng bồi dưỡng" có mức điểm cao nhất với 4,72/5, cao hơn so với tại cộng đồng là 0,18 điểm (4,72 so với 4,54) và tại điểm cố định là 0,61 điểm (4,72 so với 4,11).

Những người hiến máu lần đầu và từ 2 lần trở lên đều đánh giá cao các công tác, tuy nhiên những người tham gia hiến máu từ 2 lần trở lên càng đánh giá các nội dung đều cao hơn so với lần đầu. Hoạt động "quà tặng bồi dưỡng", "suất ăn bồi dưỡng" và "hướng dẫn nghỉ ngơi sau hiến máu" là 3 hoạt động chính được người hiến lần đầu và từ 2 lần trở lên đánh giá cao.

#### IV. BÀN LUẬN

Về nội dung tuyên truyền, các nội dung tuyên truyền đều được người dân đánh giá cao, đều trên 4,3/5 điểm (bảng 2). Tại các địa điểm hiến máu, cần phải chú ý nâng cao truyền thông tại điểm hiến máu cố định bởi lẽ đây là điểm quan trọng và có nhiều người tiếp cận. Bên cạnh đó các nội dung tuyên truyền hiện tại cần tiếp tục duy trì, nâng cao để những người mới hiến lần đầu có thể hiểu được một cách nhanh chóng.

Về hình thức tuyên truyền, "kênh điện tử: zalo, facebook, website" được người hiến máu đánh giá cao nhất (bảng 3), do đó cần chú trọng vào hình thức tuyên truyền này. Ở cộng đồng, cần chú ý vào cách tuyên truyền qua các tổ chức đoàn thể. Ngoài ra, cần đẩy mạnh truyền thông qua các hoạt động giới thiệu, các kênh truyền thông dễ tiếp cận ở nhóm tham gia lần đầu để họ theo dõi các hoạt động, quay trở lại hiến máu. Cần lưu ý, các hình thức truyền thông hiến máu qua các ấn phẩm in ấn như: báo in, tờ rơi, stande, băng zone và qua nhân viên y tế không được đánh giá cao do đó không cần dành nhiều chi phí cho hình thức truyền thông này.

Về công tác tổ chức hiến máu, các tiêu chí về công tác tổ chức hiến máu đều được người

hiến máu đánh giá cao đều trên 4,4/5 điểm (bảng 4). Trong đó, tiêu chí về trình độ chuyên môn, thái độ của nhân viên kỹ thuật lấy máu, trang thiết bị tiếp nhận máu cần duy trì và tiếp tục nâng cao, đây cũng là một gợi ý để làm các nội dung truyền thông để tiếp cận tới nhiều người hơn.

Về công tác chăm sóc sau hiến máu, các hoạt động chăm sóc sau hiến máu đều được người tham gia hiến máu đánh giá cao, đều trên 4,4/5 điểm (bảng 5). Để có thể thu hút nhiều người tham gia hiến máu hoặc nâng cao tỷ lệ hiến máu nhắc lại cần tiếp tục tập trung các hoạt động đó là "quà tặng bồi dưỡng", "suất ăn bồi dưỡng" và "hướng dẫn nghỉ ngơi sau hiến máu".

#### V. KẾT LUẬN

Hầu hết những người tham gia hiến máu đều đánh giá từ mức độ hài lòng các nội dung truyền thông, hình thức truyền thông, công tác tổ chức hiến máu và công tác chăm sóc sau hiến máu đều từ 85% trở lên, mức điểm trung bình hầu hết đều từ 4,0/5 trở lên. Để công tác hiến máu đến với nhiều người hơn hay nhắc lại hiến máu thì cần chú ý vào hình thức tuyên truyền qua các kênh điện tử (zalo, facebook...). Về công tác tổ chức cần chú trọng vào trình độ chuyên môn, thái độ của nhân viên kỹ thuật lấy máu, trang thiết bị tiếp nhận máu. Cuối cùng, công tác chăm sóc sau hiến máu cần duy trì và phát triển nội dung quà tặng bồi dưỡng, suất ăn bồi dưỡng và hướng dẫn nghỉ ngơi sau hiến máu.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **Ngô Mạnh Quân và cs** (2010), "Khảo sát sự hài lòng của người hiến máu đối với công tác tổ chức hiến máu tại Hà Nội năm 2009"; Kỷ yếu các công trình nghiên cứu khoa học – Chuyên ngành Huyết học – Truyền máu năm 2010. Tạp chí Y học Việt Nam, tập 373, số 2/2010, 447.
2. **Nguyễn Thị Nhiên** (2019), Việt Nam cần 2 triệu đơn vị máu mỗi năm. Bộ Y tế. Truy cập 1/5/2021, từ: <https://rgl.one/Jxenro>
3. **Nguyễn Thị Bình** (2001), "Hiến máu cứu người - Một việc làm vô cùng nhân đạo và cao cả", Tạp chí Y học Việt Nam, Số 2 - 2001, Hà Nội, 4.

4. **Trương Thị Kim Dung, Nguyễn Phước Hạnh, Võ Thị Thu Ba, Trần Thị Hân, Hoàng Thị Kim Cúc** (2012): "Nhận thức, thái độ, hành vi về hiến máu tình nguyện của nhân viên y tế tại TP Hồ Chí Minh năm 2012", Tạp chí Y học Việt Nam (Số đặc biệt/2012-Tập 396), tr. 432.
5. **Viện Huyết học – Truyền máu TW** (2021). Khảo sát qua mạng về sự hài lòng của người tham gia hiến máu
6. **Lê Nga** (04/02/2021). Bệnh viện Việt Đức hết máu, truy cập tại: <https://vnexpress.net/benh-vien-viet-duc-het-mau-4231608.html>
7. **Ana Carolina Garcia BrazTrovãoab, Miriane LucindoZucolotoc, Edson ZangiacomiMartinez** (2020): Development of a blood donor satisfaction questionnaire (BDSQ).

## TỶ LỆ ĐÁI THÁO ĐƯỜNG TYP 2 CÓ BIẾN CHỨNG THẬN VÀ THỰC TRẠNG PHÒNG, CHỐNG BIẾN CHỨNG THẬN Ở BỆNH NHÂN ĐÁI THÁO ĐƯỜNG TYP 2 TẠI BỆNH VIỆN ĐA KHOA CÁI NƯỚC NĂM 2022-2023

Trịnh Quốc Khởi<sup>1</sup>, Dương Phúc Lam<sup>2</sup>, Phạm Thị Nhã Trúc<sup>3</sup>

### TÓM TẮT

**Đặt vấn đề:** Biến chứng thận ở bệnh nhân đái tháo đường là một trong những biến chứng mạn tính hay gặp nhất và là nguyên nhân hàng đầu của suy thận. Việc dự phòng biến chứng thận cũng như phát hiện sớm biến chứng thận ở bệnh nhân đái tháo đường typ 2 là việc làm hết sức cấp thiết. **Mục tiêu nghiên cứu:** Xác định tỷ lệ đái tháo đường typ 2 có biến chứng thận và thực trạng phòng, chống biến chứng thận ở bệnh nhân đái tháo đường typ 2 tại Bệnh viện Đa khoa Cái Nước năm 2022-2023. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang trên 399 bệnh nhân đái tháo đường typ 2 đến khám, điều trị ngoại trú tại Khoa khám bệnh, Bệnh viện Đa khoa Cái Nước từ tháng 7 năm 2022 đến tháng 2 năm 2023. **Kết quả:** Tỷ lệ bệnh nhân đái tháo đường typ 2 có biến chứng thận là 28,57%. Phân loại các giai đoạn bệnh thận mạn ở bệnh nhân đái tháo đường typ 2 theo KDIGO (2012) chủ yếu là giai đoạn 3 (giai đoạn 3a: 60,53% và giai đoạn 3b: 24,56%). Tỷ lệ bệnh nhân thực hành đúng cả 5 nội dung của phòng chống biến chứng thận (hút thuốc lá, chế độ ăn, uống rượu bia, vận động thể lực, tuân thủ thuốc điều trị) là 14,04%. **Kết luận:** Tỷ lệ bệnh nhân đái tháo đường typ 2 có biến chứng thận tại Bệnh viện Đa khoa Cái Nước năm 2022-2023 khá cao (28,57%), chủ yếu là giai đoạn 3 theo phân loại KDIGO năm 2012. Tỷ lệ bệnh nhân thực hành đúng về phòng chống biến chứng thận là khá thấp (14,04%).

**Từ khóa:** Đái tháo đường typ 2, biến chứng thận, phòng chống.

### SUMMARY

#### PREVALENCE AND STATUS OF

<sup>1</sup>Bệnh viện Đa khoa Cái Nước

<sup>2</sup>Trường Đại học Y Dược Cần Thơ

<sup>3</sup>Trường Cao đẳng Y tế Bạc Liêu

Chịu trách nhiệm chính: Trịnh Quốc Khởi

Email: [trinhquockhoi778899@gmail.com](mailto:trinhquockhoi778899@gmail.com)

Ngày nhận bài: 10.7.2023

Ngày phản biện khoa học: 23.8.2023

Ngày duyệt bài: 15.9.2023

### PREVENTION AND CONTROL OF RENAL COMPLICATIONS IN PATIENTS WITH TYPE 2 DIABETES AT CAI NUOC GENERAL HOSPITAL IN 2022-2023

**Background:** Renal complication in patients with diabetes is one of the most common chronic complications and the leading cause of kidney failure. The early prevention as well as detection of renal complications in patients with type 2 diabetes is extremely essential. **Objective:** Determining the prevalence of type 2 diabetes with renal complications and the status of prevention and control of renal complications in patients with type 2 diabetes at Cai Nuoc General Hospital in 2022-2023. **Materials and methods:** Cross-sectional descriptive study on 399 patients with type 2 diabetes who came for outpatient examination and treatment at the Outpatient Department, Cai Nuoc General Hospital between July 2022 and February 2023. **Results:** The rate of patients with type 2 diabetes having renal complications was 28.57%. Classification of chronic kidney disease stages in patients with type 2 diabetes according to KDIGO (2012) was mainly stage 3 (stage 3a: 60.53% and stage 3b: 24.56%). The percentage of patients who correctly practiced all 5 contents of renal complication prevention (smoking, diet, alcohol consumption, physical activity, medication adherence) was 14.04%. **Conclusion:** The rate of type 2 diabetes patients with renal complications at Cai Nuoc General Hospital in 2022-2023 was quite high (28.57%), mainly stage 3 according to KDIGO classification in 2012. The rate of patients with correct practice on prevention of renal complications was quite low (14.04%). **Keywords:** type 2 diabetes, renal complications, prevention

### I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bệnh đái tháo đường (ĐTĐ) và những biến chứng của nó đã và đang trở thành một vấn đề sức khỏe của toàn cầu, với tỷ lệ mắc bệnh ngày càng có khuynh hướng gia tăng không những ở các nước phát triển mà ngay ở các nước đang hay chậm phát triển. Ước tính của Liên đoàn Đái