

spontaneous pneumothorax". Jpn J Thorac Cardiovasc Surg., 48(12), p.757-60.

9. **Cardillo G (2000):** Videothoroscopic treatment of primary spontaneous pneumothorax: a 6- year experience. Ann Thorac Surg; 69:357-361.

10. **Cheng Y.J., Kao E.L., Lee J.Y., (2007),** "Retrospective comparison of needle thoracoscopy and conventional thoracoscopic surgery to treat primary spontaneous pneumothorax". Surg Laparosc Endosc Percutan Tech, 17(2), p.104-6.

## CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIÊM NỘI NHÃN ĐIỀU TRỊ MỘT SỐ BỆNH MẠCH MÁU VỔNG MẠC TẠI BỆNH VIỆN MẮT TRUNG ƯƠNG NĂM 2020

Đặng Trần Đạt<sup>1</sup>, Vũ Thị Hoàng Lan<sup>2</sup>

### TÓM TẮT

**Mục tiêu:** Chất lượng dịch vụ có vai trò quan trọng, là một trong những nhân tố quyết định sự tồn tại, thành công cũng như góp phần xây dựng uy tín, hình ảnh thương hiệu của tổ chức. nghiên cứu của chúng tôi được thực hiện nhằm mục tiêu mô tả cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm nội nhãn điều trị một số bệnh mạch máu võng mạc và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tại BV Mắt Trung ương năm 2020. **Phương pháp:** Nghiên cứu mô tả cắt ngang, kết hợp nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính. Nghiên cứu được thực hiện tại Bệnh viện Mắt Trung ương từ tháng 10/2019 đến tháng 02/2020. Mẫu nghiên cứu gồm 88 khách hàng đã sử dụng dịch vụ tiêm nội nhãn. Chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng thang đo SERVPERF. **Kết quả:** Điểm đánh giá trung bình đạt  $4.24 \pm 0.041$  trên thang đo Likert có giá trị tối đa 5 điểm. Khả năng sự đảm bảo đạt điểm cao nhất trong các cấu phần (điểm trung bình 4.45), điểm trung bình các khía cạnh tin cậy, hữu hình, đáp ứng, cảm thông lần lượt là 4.36; 4.16; 4.12 và 4.10 điểm. **Kết luận:** Kết quả nghiên cứu cho thấy người bệnh đánh giá tốt chất lượng dịch vụ tiêm nội nhãn do Bệnh viện Mắt Trung Ương cung cấp. Bệnh viện cần tiếp tục duy trì các biện pháp tăng cường chất lượng dịch vụ

**Từ khóa:** Chất lượng dịch vụ, SERVPERF, tiêm nội nhãn

### SUMMARY

#### ASSESSMENT OF CLIENTS PERCEPTION ON QUALITY OF SERVICES FOR INTRAVITREAL INJECTION AT VIETNAM NATIONAL INSTITUTE OF OPHTHALMOLOGY IN 2019

**Objective:** Service quality is one of the determining factors in the success of any hospital, enhancing not only the reputation and brand image but also the competitiveness of the hospital, all of

which contributes largely to attracting and retaining customers, as well as improving satisfaction. This study aims to assess the perception of clients who use the intravitreal injection and analyze several factors influencing the quality of this service at Vietnam National Institute of Ophthalmology in 2019. **Methods:** Descriptive cross-sectional study combined with qualitative research. Sample included 88 clients used intravitreal injection services at VNIO during 10/2019 to 2/2020. Quality of services were assessed using SERVPERF model with 5 components of service quality. **Results:** The result for customer perception on the quality of intravitreal injection service in VNIO on SERVPERF scale reached  $4.24 \pm 0.041$  points. Customer perception is highest in terms of Assurance with 4.45 points while aspects of Reliability, Tangible, Response, Empathy gain an average score of 4.36; 4.16; 4.12; 4.10 points respectively. **Conclusions:** Overall, client's perception of quality of intravitreal injection services in VNIO was good. VNIO need to continue maintain and improve this service quality.

**Keywords:** quality services, SERVPERF, intravitreal injection

### I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chất lượng dịch vụ có vai trò quan trọng, là một trong những nhân tố quyết định sự tồn tại, thành công cũng như góp phần xây dựng uy tín, hình ảnh thương hiệu của tổ chức. Trong nghiên cứu của Cronnin và Taylor được tiến hành vào năm 1992 đã đề xuất mô hình SERVPERF đo lường chất lượng cung cấp dịch vụ. Theo Cronnin và Taylor thì "Chất lượng dịch vụ có thể được đo lường tốt nhất bởi kết quả của quá trình cung cấp dịch vụ được cảm nhận bởi khách hàng". Chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi khách hàng là một kiểu thái độ, một sự đánh giá mang tính lâu dài của khách hàng về chất lượng dịch vụ; trong khi đó sự hài lòng khách hàng về chất lượng dịch vụ là khái niệm liên quan đến việc đo lường một sự chuyển giao dịch vụ cụ thể[1,2].

Các bệnh lý mạch máu võng mạc như thoái hóa hoàng điểm tuổi già, bệnh võng mạc do đái tháo đường, tắc tĩnh mạch võng mạc là một trong các nguyên nhân hàng đầu đe dọa mất thị

<sup>1</sup>Bệnh viện Mắt Trung Ương

<sup>2</sup>Trường Đại học Y tế công cộng

Chịu trách nhiệm chính: Đặng Trần Đạt

Email: dangtrandat.vnio@gmail.com

Ngày nhận bài: 4.5.2021

Ngày phản biện khoa học: 25.6.2021

Ngày duyệt bài: 6.7.2021

lực trên thế giới. Các bệnh lý này khá phổ biến ở các nước phát triển cũng như ngày càng gia tăng ở các nước đang phát triển và trước đây việc điều trị gặp nhiều khó khăn[3–5]. Gần đây với việc điều trị đích bằng cách tiêm nội nhãn các thuốc ức chế tăng sinh nội mạc mạch (VEGF) trong đó có thuốc bevacizumab đã tạo ra cuộc cách mạng trong điều trị các bệnh lý nặng này. Lần đầu tiên các bệnh nhân mắc các bệnh lý này có thể cải thiện và phục hồi được thị lực, tránh nguy cơ mù lòa nâng cao chất lượng cuộc sống cho bệnh nhân. Bệnh viện Mắt Trung ương đã thực hiện thủ thuật tiêm nội nhãn cho rất nhiều bệnh nhân trong thời gian qua, tuy nhiên hiện chưa có nghiên cứu đánh giá cảm nhận của khách hàng về chất lượng của loại dịch vụ này, về những kỳ vọng của họ và các giá trị đích thực mà bệnh viện đã mang đến cho họ. Chính vì lý do trên, nghiên cứu của chúng tôi được thực hiện nhằm mục tiêu mô tả cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiêm nội nhãn điều trị một số bệnh mạch máu võng mạc và phân tích một số yếu tố ảnh hưởng tại BV Mắt Trung ương năm 2020.

## II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

**Thiết kế nghiên cứu.** Nghiên cứu mô tả cắt ngang, kết hợp nghiên cứu định lượng và nghiên cứu định tính. Nghiên cứu được thực hiện tại Bệnh viện Mắt Trung ương từ tháng 10/2019 đến đến tháng 02/2020. Mẫu nghiên cứu gồm 88 khách hàng đã sử dụng dịch vụ tiêm nội nhãn. Đồng thời, một số nhân viên y tế cũng được chọn vào nghiên cứu để tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến từ góc nhìn của nhà cung cấp dịch vụ.

Biến số/chỉ số/ nội dung/chủ đề nghiên cứu. Các biến số chính để đo lường cảm nhận của khách hàng gồm 05 khía cạnh với 22 biến theo thang đo SERVPERF đã được chuẩn hoá: 1) Khía cạnh phương tiện hữu hình với 04 tiểu mục, thể hiện qua trực quan về cơ sở vật chất, trang thiết bị, trang phục của nhân viên; 2) Khía cạnh sự tin cậy gồm 05 tiểu mục thể hiện qua khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa hẹn một cách đáng tin cậy và chính xác; 3) Khía cạnh sự đáp ứng với 04 tiểu mục thể hiện qua sự mong muốn, sẵn sàng của nhân viên cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng; 4) Khía cạnh sự đảm bảo với 04 tiểu mục thể hiện qua trình độ chuyên môn và thái độ phục vụ lịch sự, niềm nở của nhân viên làm cho khách hàng tin tưởng; 5) Khía cạnh sự cảm thông với 05 tiểu mục thể hiện qua sự quan tâm, ân cần, chăm sóc đến từng khách hàng. Chủ đề nghiên cứu định tính bao gồm các yếu tố về nhân sự, chính

sách và trang thiết bị, cơ sở vật chất có ảnh hưởng đến cảm nhận về chất lượng dịch vụ từ góc nhìn của nhà cung cấp dịch vụ.

**Xử lý và phân tích số liệu.** Số liệu nghiên cứu sau khi thu thập được tiến hành làm sạch, mã hoá, nhập liệu vào phần mềm Epidata 3.1 và phân tích bằng phần mềm SPSS 20.0. Kỹ thuật thống kê mô tả được sử dụng để tính các giá trị tần số, tần suất, trung bình, độ lệch chuẩn.

## III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Đặc điểm chung của các đối tượng nghiên cứu. Bảng 1 cho thấy nghiên cứu thực hiện khảo sát trên 88 ĐTNC đã sử dụng thủ thuật tiêm nội nhãn bằng các thuốc ức chế tăng sinh nội mạc mạch, nhóm tuổi có tỷ lệ cao nhất là nhóm > 60 tuổi (chiếm 50%) và thấp nhất là nhóm < 30 tuổi (chiếm 3,2%), nhóm tuổi từ 30 – 60 tuổi chiếm 46,6%. Về giới tính, có 63 khách hàng là nam giới trong nghiên cứu này (chiếm tỷ lệ 73,9%) và 23 khách hàng là nữ giới (chiếm 26,1%). Riêng câu hỏi với nhiều sự lựa chọn về kênh thông tin khách hàng biết đến dịch vụ thủ thuật tiêm nội nhãn bằng các thuốc ức chế tăng sinh nội mạc mạch của bệnh viện thì có đến 77 câu trả lời cho biết là được nhân viên của bệnh viện tư vấn (chiếm tỷ lệ 57,9%), 34 câu trả lời biết đến thông tin này qua người quen giới thiệu (25,6%) và 22 câu trả lời (tỷ lệ 16,5%) tìm hiểu thông tin trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, internet...

**Bảng 1. Một số đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng nghiên cứu**

	Đặc điểm	N	Tỷ lệ (%)
Nhóm tuổi	<30	3	3,4
	30 – 60	41	46,6
	>60	44	50,0
Giới tính	Nam	65	73,9
	Nữ	23	26,1
Trình độ học vấn	Tiểu học	31	35,2
	THCS	15	17,0
	THPT	9	10,2
	Trung cấp, cao đẳng	19	21,6
	Đại học, Sau Đại học	14	15,9
Nghề nghiệp	Nông dân, công nhân	20	22,7
	Công chức, viên chức	21	23,9
	Nghề tự do	20	22,7
	Hưu trí	27	30,7
Kênh tiếp nhận thông tin	Thông tin trên báo, đài, internet...	22	16,5%
	Người quen giới thiệu	34	25,6%
	Nhân viên của BV tư vấn	77	57,9%
	Nguồn khác	0	0,0

Cảm nhận của khách hàng về từng khía cạnh chất lượng cung cấp dịch vụ thủ thuật tiêm nội nhãn bằng các thuốc ứng chế tăng sinh nội mạc mạch tại Bệnh viện Mắt Trung Ương

Kết quả đánh giá cảm nhận của khách hàng về chất lượng cung cấp dịch vụ thủ thuật tiêm nội nhãn bằng các thuốc ứng chế tăng sinh nội mạc mạch tại Bệnh viện Mắt Trung Ương theo

thang đo SERVPERF đạt  $4,24 \pm 0,041$  điểm. Các khía cạnh có số điểm trung bình từ cao đến thấp lần lượt là: sự đảm bảo với mức điểm trung bình  $4,45 \pm 0,043$  điểm, sự tin cậy đạt  $4,36 \pm 0,041$  điểm, phương tiện hữu hình đạt  $4,16 \pm 0,047$  điểm, sự đáp ứng đạt  $4,12 \pm 0,054$  điểm và sự cảm thông đạt  $4,10 \pm 0,049$  điểm.

**Bảng 2: Đánh giá chất lượng về khía cạnh phương tiện hữu hình**

Nội dung	Rất kém n (%)	Kém n (%)	Trung bình n (%)	Tốt n (%)	Rất tốt n (%)	Điểm trung bình $\pm$ SD
Cơ sở vật chất sạch, đẹp	0	0	17(17%)	58(65,9%)	17(17%)	$4,00 \pm 0,587$
Trang thiết bị hiện đại	0	0	6(6,8%)	58(65,9%)	24(27,3%)	$4,20 \pm 0,550$
Tài liệu truyền thông đầy đủ	0	0	16(18,2%)	56(63,6%)	16(18,2%)	$4,00 \pm 0,606$
Trang phục NVYT gọn gàng	0	0	2 (2,3%)	47(53,4%)	39(44,3%)	$4,42 \pm 0,541$

Qua kết quả tại bảng 2, điểm trung bình cảm nhận của khách hàng ở khía cạnh phương tiện hữu hình đạt  $4,16 \pm 0,047$  điểm. Tiêu mục 4 "Trang phục NVYT gọn gàng, sạch sẽ" có điểm trung bình cao nhất là  $4,42 \pm 0,541$ , tiêu mục 1 "Cơ sở vật chất sạch, đẹp" và tiêu mục 3 "Tài liệu truyền thông đầy đủ" có số điểm trung bình bằng nhau là 4,00 điểm. Tiêu mục 2 "Trang thiết bị hiện đại" đạt  $4,20 \pm 0,550$  điểm.

**Bảng 3: Đánh giá chất lượng về khía cạnh phương tiện hữu hình**

Nội dung	Rất kém n (%)	Kém n (%)	Trung bình n (%)	Tốt n (%)	Rất tốt n (%)	Điểm trung bình $\pm$ SD
Thực hiện dịch vụ đúng cam kết	0	0	2 (2,3%)	59(67%)	27(30,7%)	$4,28 \pm 0,053$
Kết quả đúng hẹn, chính xác	0	0	2 (2,3%)	59(67%)	27(30,7%)	$4,28 \pm 0,053$
Thực hiện công việc đúng hẹn, đúng giờ	0	0	7 (8%)	60(68,2%)	21(23,9%)	$4,16 \pm 0,058$
NV tư vấn tận tình, rõ ràng	0	0	2(2,3%)	36(40,9%)	50(56,8%)	$4,55 \pm 0,058$
Dịch vụ an toàn	0	0	1(1,1%)	39(44,3%)	48(54,5%)	$4,53 \pm 0,056$

Kết quả tại bảng 3 cho thấy, tiêu mục 4 "NVYT tư vấn tận tình, rõ ràng" đạt điểm trung bình cao nhất là  $4,55 \pm 0,058$  điểm cho thấy khách hàng cảm nhận rất tốt nội dung này. Mục điểm trung bình 5 "Dịch vụ an toàn" cũng nhận được sự tin tưởng và đánh giá cao với số điểm trung bình  $4,53 \pm 0,056$ . Bên cạnh đó, tiêu mục khách quan có đánh giá thấp nhất ở khía cạnh này là tiêu mục 3 "Thực hiện công việc đúng hẹn, đúng giờ" đạt  $4,16 \pm 0,058$  điểm. Hai tiêu mục đánh giá về "Thực hiện dịch vụ đúng cam kết" và "Kết quả đúng hẹn, chính xác" có kết quả bằng nhau là 4,28 điểm.

**Bảng 4: Điểm trung bình chất lượng về khía cạnh sự đáp ứng**

Nội dung	Rất kém n (%)	Kém n (%)	Trung bình n (%)	Tốt n (%)	Rất tốt n (%)	Điểm trung bình $\pm$ SD
Thông tin khách hàng cần luôn được giải quyết	0	0	8 (9,1%)	57(64,8%)	23 (26,1%)	$4,17 \pm 0,061$
Giải quyết nhanh chóng	0	0	14(15,9%)	56 (63,6%)	18 (20,5%)	$4,05 \pm 0,064$
Liên lạc, trao đổi dễ dàng với NVYT	0	0	9(10,2%)	55 (62,5%)	24 (27,3%)	$4,17 \pm 0,063$
Kết quả điều trị cập nhật thường xuyên	0	0	11(12,5%)	56 (63,6%)	21 (23,9%)	$4,11 \pm 0,063$

Ở bảng 4, điểm trung bình khía cạnh sự đáp ứng đạt  $4,12 \pm 0,054$  điểm. Có hai tiêu mục được đánh giá cao nhất ở khía cạnh này, đạt kết quả 4,17 điểm là tiêu mục "Thông tin khách hàng cần luôn được giải quyết" và "Liên lạc, trao đổi dễ dàng với NVYT".

**Bảng 5: Điểm trung bình chất lượng về khía cạnh sự đảm bảo**

Nội dung	Rất kém n (%)	Kém n (%)	Trung bình n (%)	Tốt n (%)	Rất tốt n (%)	Điểm trung bình $\pm$ SD
NVYT có trình độ, kinh nghiệm	0	0	0	31(35,2%)	57(64,8%)	$4,65 \pm 0,051$

NVYT thân thiện, cởi mở	0	0	3(3,4%)	51(58%)	34(38,6%)	4,35±0,058
NVYT trả lời được và rõ ràng những thắc mắc	0	0	2(2,3%)	60(68,2%)	26(29,5%)	4,27±0,053
Cảm thấy an tâm	0	0	1(1,1%)	39(44,3%)	48(54,5%)	4,53±0,056

Nhìn vào bảng 5, điểm trung bình đánh giá ở khía cạnh sự đảm bảo đạt  $4,45 \pm 0,043$  điểm, kết quả cho thấy khách hàng cảm nhận rất tốt ở khía cạnh này khi điểm trung bình đạt kết quả khá cao theo thang Likert tối đa 5 điểm.

**Bảng 6: Điểm trung bình chất lượng về khía cạnh sự cảm thông**

Nội dung	Rất kém n (%)	Kém n (%)	Trung bình n (%)	Tốt n (%)	Rất tốt n (%)	Điểm trung bình ± SD
NVYT luôn thể hiện sự quan tâm	0	0	3 (3,4%)	66(75,0%)	19(21,6%)	4,18±0,050
Khách hàng luôn nhận được sự tôn trọng	0	0	2 (2,3%)	57(64,8%)	29(33,0%)	4,31±0,054
Thấu hiểu, thông cảm những khó khăn của khách hàng	0	0	11 (12,5%)	54(61,4%)	23(26,1%)	4,14±0,065
BV có những dịch vụ hỗ trợ	0	3(3,4%)	25(28,4%)	49(55,7%)	11(12,5%)	3,77±0,075
Thời gian thuận tiện, phù hợp	0	0	10 (11,4%)	58(65,9%)	20(22,7%)	4,11±0,061

Điểm cảm nhận ở khía cạnh sự cảm thông có điểm trung bình đạt  $4,10 \pm 0,049$  điểm. Có 4/5 tiêu mục có mức điểm trung bình đạt từ 4,0 trở lên. Tiêu mục duy nhất có mức điểm trung bình < 4,0 là tiêu mục "Bệnh viện có những dịch vụ hỗ trợ", đạt  $3,77 \pm 0,075$  điểm. Điểm trung bình cao nhất đạt  $4,31 \pm 0,054$  điểm là tiêu mục "Khách hàng luôn nhận được sự tôn trọng". Các tiêu mục còn lại có điểm trung bình lần lượt từ thấp đến cao: "Thời gian thuận tiện, phù hợp" đạt  $4,11 \pm 0,061$  điểm; "Thấu hiểu, thông cảm những khó khăn của khách hàng" đạt  $4,14 \pm 0,065$  điểm; "NVYT luôn thể hiện sự quan tâm" đạt  $4,18 \pm 0,050$  điểm.

Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng cung cấp dịch vụ thủ thuật tiêm nội nhãn bằng các thuốc ứng chế tăng sinh nội mạc mạch tại Bệnh viện Mắt Trung Ương.

Trong kết quả phân tích định tính từ những NVYT, nghiên cứu cho thấy các yếu tố về nhân sự, chính sách và trang thiết bị, cơ sở vật chất có ảnh hưởng đến cảm nhận về chất lượng dịch vụ từ góc nhìn của nhà cung cấp dịch vụ. Bệnh viện có đội ngũ nhân viên y tế đủ năng lực, trình độ, nhiều kinh nghiệm, tư vấn tận tình và rõ ràng những thông tin cần thiết. Bệnh viện có chính sách rõ ràng góp phần định hướng mọi công tác, hoạt động cung cấp dịch vụ đảm bảo chất lượng, tuy nhiên chưa có mục tiêu riêng biệt trong từng năm và trong từng giai đoạn. Về cơ sở vật chất, bệnh viện chưa đáp ứng được chất lượng như mong đợi của khách hàng; về trang thiết bị, phòng thủ thuật đảm bảo an toàn cao.

#### IV. BÀN LUẬN

Các bệnh võng mạc mạch máu là một trong

các nguyên nhân hàng đầu gây mù lòa trên thế giới và tại Việt Nam.[3] Bệnh võng mạc mạch máu có thể được điều trị bằng các phương pháp khác nhau như laser hay tiêm nội nhãn. Tiêm nội nhãn bằng các chất ức chế tăng sinh nội mạc mạch như thuốc bevacizumab là một biện pháp điều trị có hiệu quả với các bệnh này, giúp cải thiện thị lực và dự phòng mù lòa[6–8]. Tuy nhiên, tiêm nội nhãn cần được thực hiện định kỳ, nhiều lần và đòi hỏi sự cam kết của bệnh nhân về tài chính cũng như thời gian. Chất lượng dịch vụ là một trong các yếu tố quan trọng để giúp bệnh nhân tuân thủ điều trị[2]. Đây là nghiên cứu đầu tiên tiến hành về chất lượng dịch vụ này với mục đích đánh giá một cách tổng quan về thực trạng chất lượng cung cấp dịch vụ qua góc nhìn, cảm nhận của khách hàng sử dụng dịch vụ.

Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cho thấy ngoài kết quả điều trị chuyên môn, Bệnh viện Mắt Trung Ương cũng đã thực hiện khá tốt việc cung ứng các dịch vụ trong thời gian điều trị, điều này được thể hiện qua kết quả đánh giá trung bình đạt 4,24 điểm trên thang đo Likert có giá trị tối đa 5 điểm và cả 05 khía cạnh đều cho kết quả > 4,0 điểm, trong 22 tiêu mục quan sát có 21 tiêu mục đạt > 4,0 điểm, duy nhất 01 tiêu mục có số điểm < 4,0 (đạt 3,77 điểm). Điểm CLDV TB chung trong nghiên cứu của chúng tôi cao hơn so với những nghiên cứu khác như trong nghiên cứu của Al-Damen (2017) tại Jordan là  $3,06 \pm 0,82$ . [9] Nghiên cứu của Kitapei tại Thổ Nhĩ Kỳ có điểm CLDV hữu hình cao nhất tương tự như nghiên cứu chúng tôi. Các nghiên cứu khác tiến hành trong nước của Lê Thị Kim Ngân và Lê Thị Thu Trang, Nguyễn Đăng Minh tiến hành trên các bệnh viện

cấp độ khác nhau đều cho thấy CLDV yếu tố hữu hình là thấp nhất.

Trong số 10 tiêu chí khách hàng đánh giá cao hơn điểm trung bình chung (4,24 điểm) thì có 06 yếu tố thuộc về nhân viên y tế, kết quả này cho thấy bệnh viện đã rất quan tâm đến việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên y tế, thực hiện tốt chủ trương của ngành Y tế trong việc đổi mới phong cách, thái độ phục vụ của nhân viên y tế hướng đến sự hài lòng người bệnh.

## V. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy người bệnh đánh giá tốt chất lượng dịch vụ tiêm nội nhãn do Bệnh viện Mắt Trung Ương cung cấp. Trong các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ, yếu tố thuộc về NVYT được đánh giá cao từ người bệnh. Bệnh viên cần tiếp tục duy trì các biện pháp tăng cường chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **J. Joseph Cronin JaSAT.** Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*. 1992;56:55-68.
2. **P Tan Le, G Fitzgerald (2014)** 'Applying the SERVPERF Scale to Evaluate Quality of Care in Two

- Public Hospitals at Khanh Hoa Province, Vietnam'. *Asia Pacific Journal of Health Management* 9(2).
3. **Advances in the Medical Treatment of Diabetic Retinopathy** | *Diabetes Care* [Internet]. [cited 2021 May 12]. Available from: <https://care.diabetesjournals.org/content/32/8/1556.short>
  4. **Multicenter trial of cryotherapy for retinopathy of prematurity.** Preliminary results. Cryotherapy for Retinopathy of Prematurity Cooperative Group. *Arch Ophthalmol*. 1988 Apr;106(4):471-9.
  5. **Watkins PJ. Retinopathy. BMJ. 2003 Apr 26;326(7395):924-6.**
  6. **Mason JO, Nixon PA, White MF.** Intravitreal Injection of Bevacizumab (Avastin) as Adjunctive Treatment of Proliferative Diabetic Retinopathy. *American Journal of Ophthalmology*. 2006 Oct 1;142(4):685-8.
  7. **Arab M Ghazi Tabatabaei S Rashidian A Rahimi Forushani A Zarei E (2012)** 'The Effect of Service Quality on Patient loyalty a Study of Private Hospitals in Tehran, Iran-annotated-annotated'. *Iranian Journal of Public Health*, 41 (9) 71-77.
  8. **The CATT research group (2011)** 'Ranibizumab and bevacizumab for Neovascular Aged-Related Macular Degeneration' *The New England Journal of Medicine*; 364:1897-1908.
  9. **Rula Al-Damen (2017)** "Health Care Service Quality and Its Impact on Patient Satisfaction - Case of Al-Bashir Hospital". *International Journal of Business and Management*, 12 (9).

## KẾT QUẢ ĐIỀU TRỊ CHỮA SẸO MỔ LẤY THAI TẠI BỆNH VIỆN SẢN NHI NGHỆ AN TỪ NĂM 2018 ĐẾN 2020

Trần Thị Ngọc Hà<sup>1</sup>, Phạm Thị Thanh Hiền<sup>2</sup>, Hồ Giang Nam<sup>1</sup>

### TÓM TẮT

**Mục tiêu:** Mô tả kết quả các phương pháp xử trí chữa sẹo mổ lấy thai tại Bệnh viện Sản Nhi Nghệ An từ năm 2018 đến 2020. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** Bệnh nhân được chẩn đoán chữa sẹo mổ lấy thai dưới 12 tuần điều trị tại Bệnh viện Sản Nhi Nghệ An từ 1/1/2018 đến 31/12/2020. Nghiên cứu theo phương pháp hồi cứu. **Kết quả:** có 88 Bệnh nhân (BN) được chẩn đoán chữa sẹo mổ lấy thai có 19 ca hút thai đơn thuần, tỷ lệ thành công là 84.2%; 51 bn đặt bóng sau 24h hút thai tỷ lệ thành công là 98%. BN điều trị nội khoa có 5 bệnh nhân và tỷ lệ thành công 100%, BN phẫu thuật có 12 bệnh nhân, tỷ lệ thành công 83.3%. Số BN điều trị < 5 ngày là nhóm thực hiện hút thai đơn thuần hoặc hút thai sau đó đặt bóng. Thời gian điều trị > 5 ngày ở nhóm BN điều trị

MTX kết hợp và bệnh nhân phẫu thuật. **Kết luận:** Phương pháp đặt bóng sau đó hút thai thực hiện tuổi thai 6-7 tuần chiếm 59.1% tỷ lệ thành công 98%, giảm lượng máu mất, giảm chi phí. Phương pháp MTX kết hợp chiếm 5.5% thành công 100%, thời gian nằm viện kéo dài > 5 ngày, dài nhất 2 tháng. Phương pháp phẫu thuật chiếm 13.6%, tỷ lệ thành công 83.3%, chủ yếu bệnh nhân đủ con, tuổi >35 có tuổi thai >8 tuần, tăng sinh mạch.

### SUMMARY

#### RESULT OF METHODS FOR THE TREATMENT OF CESAREAN SECTION SCAR PREGNANCY IN NGHE AN MATERNITY-PEDIATRIC HOSPITAL FROM 2018 TO 2020

**Objectives:** To describe the result of methods for the treatment of pregnancies implanted into a lower uterine segment Cesarean section scar in Nghe An Maternity - Pediatric Hospital from 2018 to 2020. **Patients and Methods:** This was a retrospective study including women diagnosed with Cesarean section scar pregnancy less than 12 weeks of pregnancy treatment in Nghe An Maternity - Pediatric Hospital from 1st of January, 2018 to 31th of December, 2020. **Results:** This study included 88

<sup>1</sup>Bệnh Viện Sản Nhi Nghệ An

<sup>2</sup>Trường Đại Học Y Hà Nội

Chịu trách nhiệm chính: Trần Thị Ngọc Hà  
Email: Drngocha1984@gmail.com

Ngày nhận bài: 5.5.2021

Ngày phản biện khoa học: 24.6.2021

Ngày duyệt bài: 7.7.2021