

HIỂU BIẾT VỀ QUYỀN CỦA KHÁCH HÀNG TRONG CHĂM SÓC SỨC KHOẺ SINH SẢN

NGUYỄN VIỆT TIẾN

TÓM TẮT

Nghiên cứu sử dụng thiết kế nghiên cứu mô tả cắt ngang và phỏng vấn người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ chăm sóc SKSS nhằm mô tả hiểu biết về quyền khách hàng của người cung cấp dịch vụ cũng như người sử dụng dịch vụ tại 7 tỉnh trong toàn quốc. Kết quả cho thấy hiểu biết về quyền khách hàng của người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS, cán bộ quản lý chương trình DS/KHHGD và người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng là rất thấp. Tỷ lệ biết đủ cả 10 quyền khách hàng cao nhất là cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS (21,3%) và người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS (20,2%). Thấp nhất là các nhóm đối tượng trong cộng đồng (0,3%). Người cung cấp dịch vụ ở 7 tỉnh biết được 5,4 quyền và các nhóm người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng chỉ biết 1,1 quyền khách hàng. Nghiên cứu đề xuất việc cung cấp thông tin về 10 quyền khách hàng cho cả người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ.

Từ khóa: Chăm sóc sức khỏe sinh sản, quyền khách hàng.

SUMMARY

This cross sectional study with structured questionnaires was carried out to describe the knowledge of providers and users on the reproductive right in seven provinces. Results showed that knowledge of providers and users on the reproductive right in seven provinces was poor. 21.3% of managers of reproductive programme understands well about 10 reproductive rights and 20.2% of reproductive health service providers do. Only 0.3% users knows about the rights. Providers at 7 provinces know 5.4 rights while users know 1.1 rights. The study suggested the provision of information on 10 rights for both users and providers.

Keywords: reproductive.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Mười quyền của khách hàng theo quy định của Tổ chức Kế hoạch hoá gia đình thế giới đã được chính thức coi là quyền của khách hàng về CSSKSS. Đó là các quyền được cung cấp thông tin, được tiếp cận tới dịch vụ CSSK và cung cấp thông tin, tự do lựa chọn, từ chối hoặc ngừng sử dụng biện pháp tránh thai, được nhận dịch vụ an toàn, được giữ bí mật, có sự riêng tư, được thoải mái trong khi nhận dịch vụ, được tôn trọng, được tiếp nhận dịch vụ như mong muốn và được bày tỏ ý kiến về dịch vụ. Việc hiểu biết về quyền khách hàng sẽ giúp cho người cung cấp dịch vụ hiểu biết hơn về khách hàng, về chất lượng dịch vụ mà chính họ cung cấp và từ đó sẽ cải thiện dịch vụ y tế. Mặt khác người sử dụng dịch vụ biết quyền của mình cũng sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc phản hồi các thông tin về dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho khách hàng. Theo kết quả nghiên cứu của một số nghiên cứu ngoài nước, hiểu biết về 10 quyền khách hàng của người dân cũng

như của người cung cấp dịch vụ vẫn còn rất hạn chế [1,2]. Tại Việt Nam, quyền khách hàng mới được phổ biến cho người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ trong thời gian gần đây. Tuy nhiên, chưa có một nghiên cứu nào về quyền khách hàng tại Việt Nam. Do vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu mô tả hiểu biết về quyền khách hàng của người cung cấp dịch vụ cũng như người sử dụng dịch vụ tại 7 tỉnh trong toàn quốc.

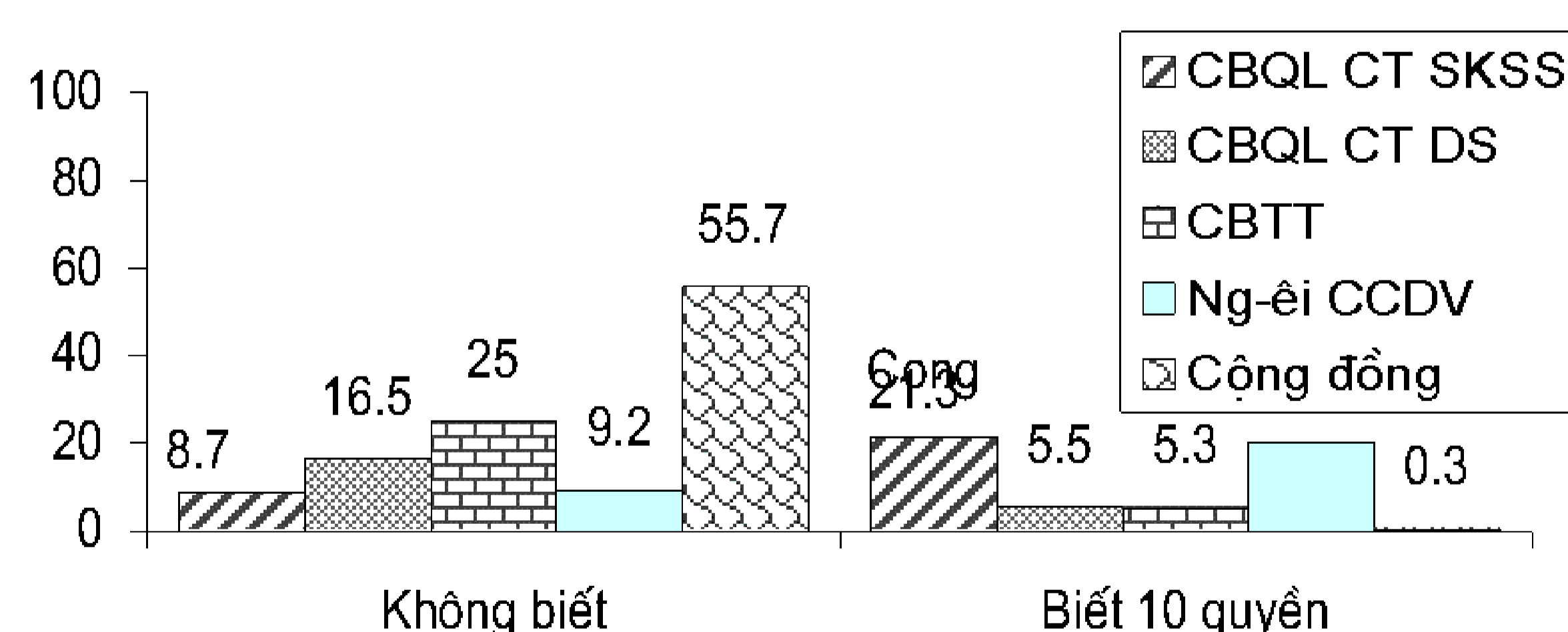
ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đối tượng trong nghiên cứu bao gồm nam giới và phụ nữ 15-49 tuổi đang nuôi con dưới 24 tháng tuổi, cán bộ quản lý chương trình chăm sóc sức khỏe sinh sản, cán bộ quản lý công tác DS/KHHGD, người làm công tác truyền thông và người cung cấp dịch vụ CSSK sinh sản. Kỹ thuật thu thập thông tin là phỏng vấn đối tượng nghiên cứu bằng bộ câu hỏi có cấu trúc. Phương pháp nghiên cứu sử dụng trong nghiên cứu này là một thiết kế nghiên cứu ngang mô tả, thiết kế KPC 2000+ với cách chọn mẫu 30 chùm ngẫu nhiên, thường được sử dụng cho các cuộc điều tra có qui mô lớn ở nhiều tỉnh. Địa điểm nghiên cứu tại 7 tỉnh: Hà Giang, Hòa Bình, Phú Thọ, Kon Tum, Ninh Thuận, Tiền Giang và Bến Tre.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Biểu đồ 1 cho thấy hiểu biết về quyền khách hàng của cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS, người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS tốt nhất và tốt hơn khá nhiều cán bộ quản lý chương trình DS/KHHGD, cán bộ trực tiếp truyền thông và các nhóm đối tượng trong cộng đồng. Tỷ lệ biết đủ cả 10 quyền khách hàng cao nhất là cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS (21,3%) và người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS (20,2%). Thấp nhất là các nhóm đối tượng trong cộng đồng (0,3%).

Ngược lại, tỷ lệ không kể được một quyền khách hàng nào cao nhất là các nhóm đối tượng trong cộng đồng (55,7%), còn thấp nhất là cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS (8,7%) và người cung cấp dịch vụ SKSS (9,2%).

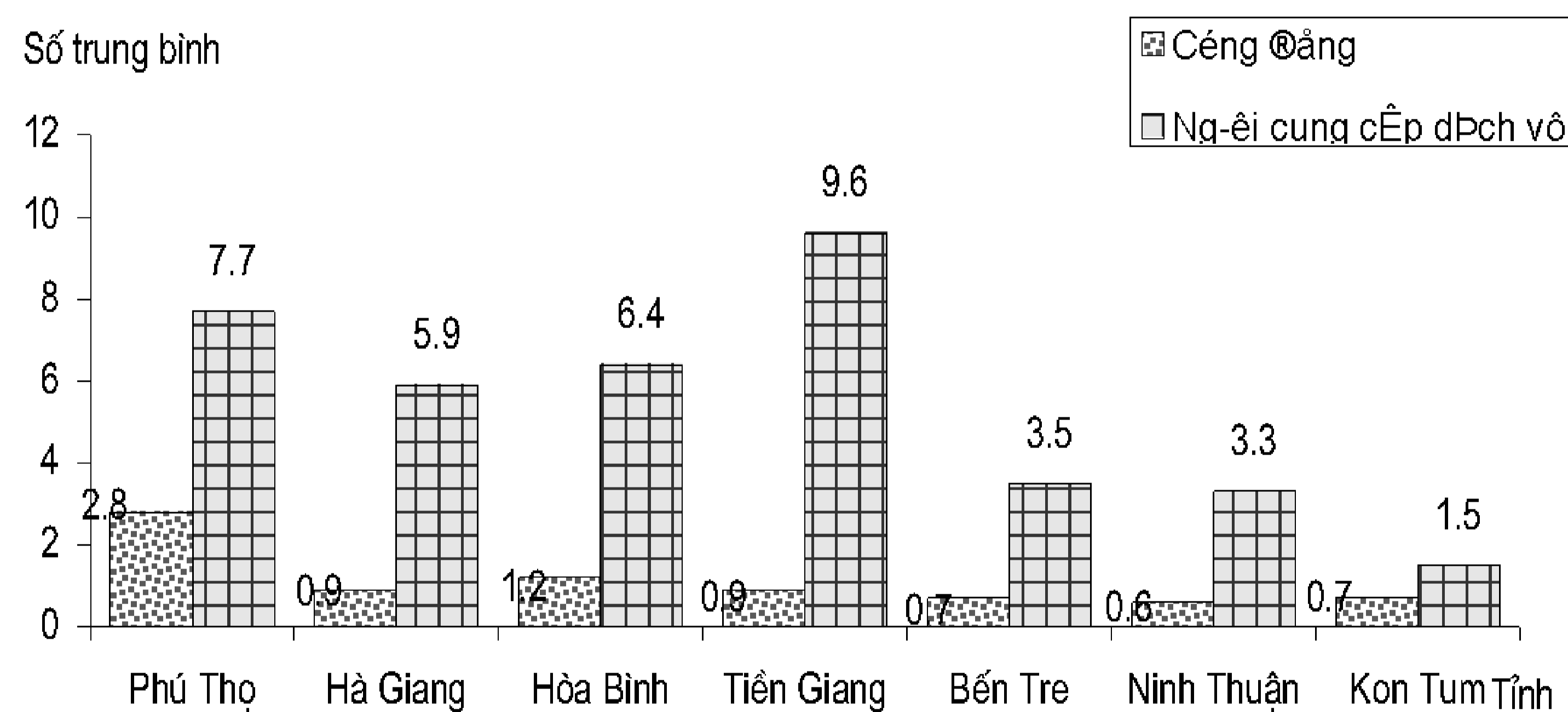


Biểu đồ 1. Số trung bình quyền khách hàng được các đối tượng biết đến

Bảng 1 cho thấy số quyền khách hàng được hơn một nửa số người phỏng vấn kể được nhiều nhất thuộc nhóm cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS và người cung cấp dịch vụ SKSS (7/10 quyền), tiếp đến là cán bộ quản lý chương trình DS/KHHGD (2/10 quyền).

Bảng 1. Tỷ lệ các đối tượng kể được các quyền khách hàng trong chăm sóc SKSS

| Quyền khách hàng | Cán bộ quản lý chương trình SKSS | Cán bộ quản lý DS/KHHGD | Người truyền thông | Người cung cấp dịch vụ SKSS | Người sử dụng dịch vụ |
|--|----------------------------------|-------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------|
| | n=635 | n=848 | n=1066 | n=655 | n=4379 |
| Được cung cấp thông tin | 71,7 | 52,8 | 48,9 | 71,8 | 24,4 |
| Được tiếp cận tới dịch vụ CSSK và cung cấp thông tin | 57,5 | 38,6 | 32,7 | 55,4 | 17,0 |
| Tự do lựa chọn, từ chối hoặc ngừng sử dụng BPTT | 77,6 | 58,0 | 45,1 | 71,6 | 12,9 |
| Được nhận dịch vụ an toàn | 49,3 | 30,8 | 27,4 | 50,5 | 9,5 |
| Được giữ bí mật | 60,5 | 37,7 | 32,4 | 61,4 | 11,1 |
| Có sự riêng tư | 44,4 | 26,2 | 22,6 | 39,5 | 2,9 |
| Được thoải mái trong khi nhận dịch vụ | 56,2 | 30,7 | 30,2 | 39,5 | 6,4 |
| Được tôn trọng | 37,2 | 19,3 | 17,8 | 52,4 | 9,6 |
| Được tiếp tục nhận dịch vụ như mong muốn | 46,1 | 24,2 | 22,7 | 40,3 | 5,4 |
| Được bày tỏ ý kiến về dịch vụ | 62,4 | 40,6 | 28,8 | 59,5 | 10,9 |
| Không biết 10 quyền trên | 8,7 | 16,5 | 25,0 | 9,2 | 55,7 |
| Biết 1 quyền | 4,7 | 10,6 | 10,9 | 4,4 | 14,2 |
| Biết 2 quyền | 9,0 | 17,8 | 13,6 | 11,6 | 13,8 |
| Biết 3 quyền | 11,3 | 10,8 | 14,2 | 8,5 | 7,5 |
| Biết 4 quyền | 8,2 | 9,0 | 9,1 | 7,9 | 3,9 |
| Biết 5 quyền | 6,5 | 9,8 | 8,1 | 9,3 | 2,2 |
| Biết 6 quyền | 6,3 | 8,3 | 5,6 | 9,2 | 1,4 |
| Biết 7 quyền | 9,0 | 5,9 | 4,0 | 8,2 | 0,6 |
| Biết 8 quyền | 8,2 | 4,0 | 2,9 | 6,9 | 0,2 |
| Biết 9 quyền | 6,9 | 1,9 | 1,5 | 4,6 | 0,2 |
| Biết 10 quyền | 21,3 | 5,5 | 5,3 | 20,2 | 0,3 |



Biểu đồ 2. Số trung bình quyền khách hàng được các đối tượng biết

Biểu đồ 2 và bảng 2 cho biết tính trung bình, người cung cấp dịch vụ ở 7 tỉnh biết được 5,4 quyền và các nhóm người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng chỉ biết 1,1 quyền khách hàng. Người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS biết số quyền khách hàng nhiều nhất là ở tỉnh Tiền Giang (9,6 quyền), Phú Thọ (7,7 quyền) và ít nhất là ở tỉnh Kon Tum (1,5 quyền). Người dân biết số quyền khách hàng nhiều nhất là ở tỉnh Phú Thọ (2,8 quyền), còn ít nhất là ở tỉnh Ninh Thuận (0,6 quyền), Bến Tre và Kon Tum (0,7 quyền).

Bảng 2. Số trung bình quyền khách hàng (trong số 10 quyền) được các đối tượng biết

| Tỉnh | Cộng đồng | | | | Người i CCD V |
|----------|-----------|----------|-----|-------|---------------|
| | Phụ nữ | Nam giới | VTN | Chung | |
| Phú Thọ | 2,7 | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 7,7 |
| Hà Giang | 1,0 | 1,0 | 0,7 | 0,9 | 5,9 |
| Hòa Bình | 1,0 | 1,1 | 1,5 | 1,2 | 6,4 |

| | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Tiền Giang | 1,1 | 0,5 | 1,0 | 0,9 | 9,6 |
| Bến Tre | 1,4 | 0,0 | 0,7 | 0,7 | 3,5 |
| Ninh Thuận | 0,2 | 0,9 | 0,6 | 0,6 | 3,3 |
| Kon Tum | 0,3 | 0,4 | 1,3 | 0,7 | 1,5 |
| Tổng số | 1,1 | 1,0 | 1,2 | 1,1 | 5,4 |

BÀN LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hiểu biết về quyền khách hàng của người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS, cán bộ quản lý chương trình DS/KHHGD và người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng là rất thấp. Tỷ lệ biết đủ cả 10 quyền khách hàng cao nhất là cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS (21,3%) và người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS (20,2%). Thấp nhất là các nhóm đối tượng trong cộng đồng (0,3%). Người cung cấp dịch vụ ở 7 tỉnh biết được 5,4 quyền và các nhóm người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng chỉ biết 1,1 quyền khách hàng. Đây là nghiên cứu đầu tiên về hiểu biết quyền khách hàng tại Việt Nam nên chúng tôi không có

tài liệu tham khảo để so sánh. Tuy nhiên, cũng có thể khẳng định rằng hiểu biết về quyền khách hàng ở Việt Nam không chỉ cho chăm sóc sức khỏe mà cả trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe nói chung cũng rất thấp. Điều này ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cung cấp do khách hàng không biết quyền của mình nên không đòi hỏi chất lượng dịch vụ cao hơn, mặt khác người cung cấp dịch vụ cũng không biết các thông tin phản hồi từ khách hàng để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Một số nghiên cứu ở nước ngoài cho thấy ở các nước phát triển hiểu biết về quyền khách hàng của cả người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ là rất cao, trên 90% và ở các nước đang phát triển thì lại rất thấp như ở Việt Nam (<30%) [3,4,5]. Tại nhiều nước trên thế giới việc thực hiện quyền khách hàng trong chăm sóc SKSS được coi là một trong những chuẩn mực để đánh giá chất lượng dịch vụ CSSKSS. Tại Việt Nam, quyền khách hàng cũng đã được qui định trong Chuẩn Quốc gia về Chăm sóc Sức khỏe Sinh sản [6], nhưng vẫn còn khoảng cách lớn giữa thực hành và các quy định.

KẾT LUẬN

Hiểu biết về quyền khách hàng của người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS, cán bộ quản lý chương trình DS/KHHGD và người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng là rất thấp. Tỷ lệ biết đủ cả 10 quyền khách hàng cao nhất là cán bộ quản lý chương trình chăm sóc SKSS (21,3%) và người cung cấp dịch vụ chăm sóc SKSS (20,2%). Thấp nhất là các nhóm đối tượng trong cộng đồng (0,3%). Người cung cấp dịch vụ ở 7 tỉnh biết được 5,4 quyền và các nhóm người sử dụng dịch vụ tại cộng đồng chỉ biết 1,1 quyền khách hàng. Việc cung cấp thông tin về 10 quyền khách hàng cho cả người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ là rất quan trọng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mathibe-Neke JM (2008). The expectations of pregnant women regarding antenatal care Curationis.; 31(3):4-11.
2. Morgan M, Fenwick N, McKenzie C (1998). Quality of midwifery led care: assessing the effects of different models of continuity for women's satisfaction. Qual Health Care.;7(2):77-82.
3. Khan-Neelofur D, Gülmezoglu M, Villar J (1998). Who should provide routine antenatal care for low-risk women, and how often? A systematic review of randomised controlled trials. WHO Antenatal Care Trial Research Group. Paediatr Perinat Epidemiol.;12 Suppl 2:7-26.
4. Hundley V, Penney G, Fitzmaurice A (2002). A comparison of data obtained from service providers and service users to assess the quality of maternity care. Midwifery.;18(2):126-35.
5. Hundley V, Rennie AM, Fitzmaurice A (2000). A national survey of women's views of their maternity care in Scotland. Midwifery.;16(4):303-13.
6. Bộ Y tế (2003). Chuẩn Quốc gia về Chăm sóc Sức khỏe Sinh sản. Nhà Xuất bản Y học. Hà Nội, 2003.