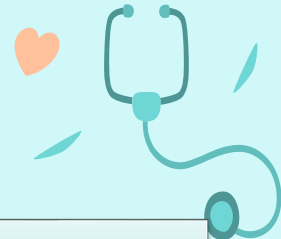


KHẢO SÁT HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ TIÊM CHỦNG TẠI PHÒNG TIÊM CHỦNG, BỆNH VIỆN QUẬN TÂN PHÚ NĂM 2024



PHÒNG KẾ HOẠCH TỔNG HỢP

NỘI DUNG



- 1 Đặt vấn đề
- 2 Mục tiêu nghiên cứu
- 3 Tổng quan y văn
- 4 Đối tượng và phương pháp nghiên cứu
- 5 Kết quả - Bàn luận
- 6 Kết luận
- 7 Kiến nghị

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

- Năm 2002, thành lập Phòng Tiêm chủng
 - Trung bình mỗi ngày có # 40 khách hàng đến tiêm chủng.
 - Hiện bối cảnh ngày càng có nhiều cơ sở tiêm chủng tư nhân mở ra.
- Phòng Tiêm chủng tiến hành đề tài: ***“Khảo sát hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại Phòng Tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú năm 2024”***.



2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU



Xác định tỷ lệ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tiêm chủng trên các khía cạnh: **Khả năng tiếp cận; Sự minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng; Cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ; Tư vấn, thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế và Kết quả cung cấp dịch vụ** tại Phòng tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú năm 2024.

3. TỔNG QUAN Y VẤN

Sự hài lòng chất lượng dịch vụ:

Định nghĩa sự hài lòng: là cảm nhận, mong đợi ở dịch vụ cung cấp. Khi dịch vụ thỏa mãn được nhu cầu hoặc vượt quá sự thỏa mãn thì người dân sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ và bản thân họ sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân của họ đến tham gia dịch vụ.



3. TỔNG QUAN Y VẤN



- Quyết định số 56/QĐ-BYT ngày 08/01/2024 của Bộ Y tế về việc ban hành hướng dẫn về phương pháp đo lường hài lòng của người dân đối với dịch vụ công giai đoạn 2024 – 2030.
- **Phiếu số 3:** Phiếu khảo sát sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ tiêm chủng mở rộng.

3. TỔNG QUAN Y VĂN

STT	5 Nhóm Chỉ số	Tiêu chí cụ thể
1	Tiếp cận với dịch vụ tiêm chủng	5 tiêu chí
2	Minh bạch thông tin, thủ tục hành chính	8 tiêu chí
3	Cơ sở vật chất, phương tiện phục vụ	12 tiêu chí
4	Tư vấn, thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn và theo dõi sau tiêm chủng của nhân viên y tế	5 tiêu chí
5	Kết quả cung cấp dịch vụ tiêm chủng	5 tiêu chí

3. TỔNG QUAN Y VẤN



Mức độ hài lòng của người sử dụng dịch vụ tiêm chủng sẽ được đo lường theo thang đo Likert 5 mức, từ mức thấp đến mức cao nhất, cụ thể:

- (1) Hoàn toàn không hài lòng
- (2) Không hài lòng
- (3) Bình thường
- (4) Hài lòng
- (5) Rất hài lòng.

3. TỔNG QUAN Y VẤN

- Tỷ lệ hài lòng chung của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại Phòng Tiêm chủng: 97,7%
- Các dịch vụ của Phòng tiêm chủng đáp ứng trung bình được 95,5% so với sự mong đợi của khách hàng.
- Có 99% số người tham gia phỏng vấn chắc chắn sẽ quay lại và/hoặc sẽ giới thiệu cho người khác.

- Nghiên cứu cho thấy để tăng thêm sự hài lòng của khách hàng đang sử dụng dịch vụ tiêm chủng, CDC Thành phố Hà Nội cần xây dựng kế hoạch cung ứng vắc xin hàng năm sát với nhu cầu của khách hàng; Cập nhật thêm hệ thống nhắc lịch tiêm cho khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại trung tâm.

Năm 2021

- TTKSBT TP Hà Nội
- N= 300
- Nghiên cứu cắt ngang

4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thiết kế nghiên cứu:

Sử dụng thiết kế nghiên cứu mô tả cắt ngang.

Thời gian và địa điểm nghiên cứu:

- Thời gian NC: tháng 01/2024 - 9/2024
- Thời gian lấy mẫu: 01/4/2024 - 30/6/2024
- Địa điểm: Phòng Tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú

4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu:

Khách hàng sử dụng dịch vụ tiêm chủng (người trực tiếp tiêm chủng hoặc người chăm sóc trẻ tiêm chủng) tại Phòng Tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú từ tháng 4/2024 - tháng 6/2024.



TIÊU CHÍ CHỌN MẪU



Tiêu chí lựa chọn

- Khách hàng đủ 18 tuổi (người trực tiếp tiêm chủng hoặc người chăm sóc trẻ tiêm chủng) sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại Phòng Tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú từ ngày 01/4/2024 - 30/6/2024.
- Đồng ý tham gia nghiên cứu sau khi đã được giải thích mục tiêu nghiên cứu.



Tiêu chí loại trừ

- Khách hàng là nhân viên y tế hay người nhà nhân viên y tế đang công tác tại Bệnh viện quận Tân Phú.
- Khách hàng không hoàn thành toàn bộ câu hỏi khảo sát.

Lưu ý: Chỉ thực hiện khảo sát 01 lần duy nhất đối với khách hàng đến tiêm

CỖ MẪU

Sử dụng công thức ước lượng tỷ lệ:

$$n = Z_{(1-\frac{\alpha}{2})}^2 \times \frac{p(1-p)}{d^2} = 1,96^2 \times \frac{0.955 (1-0.955)}{0.02^2} = \mathbf{413}$$

Trong đó:

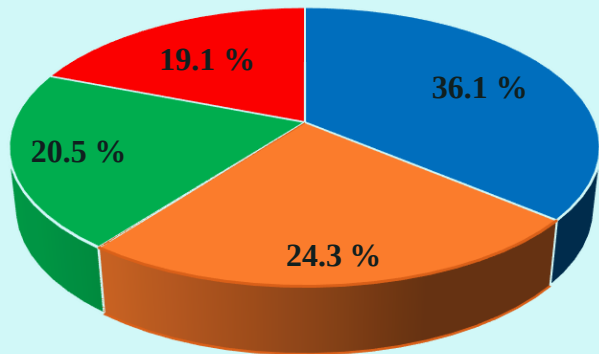
- n: Số khách hàng tối thiểu cần nghiên cứu.
- Z: giá trị phân phối chuẩn, với khoảng tin cậy 95% thì $Z(1-\alpha/2) = 1,96$
- α : xác suất sai lầm loại 1 ($\alpha = 0,05$)
- d: là sai số tuyệt đối chấp nhận được, chọn giá trị $d = 0,02$.
- $p = 0,955$ là kết quả hài lòng với dịch vụ tiêm chủng tại CDC Thành phố Hà Nội năm 2021.



5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

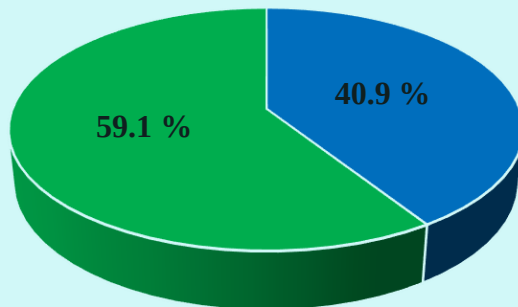
5.1. Đặc điểm chung của người bệnh (n=415)

Nhóm tuổi



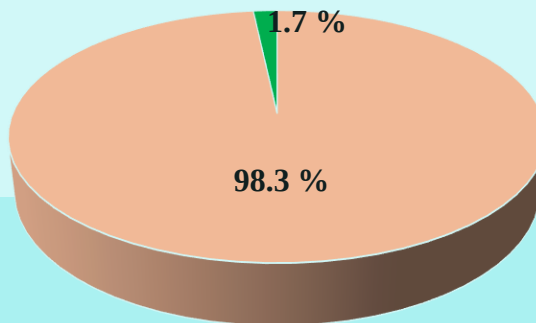
■ 18-30 ■ 31-40 ■ 41-50 ■ ≥ 51

Giới tính



■ Nam
■ Nữ

Dân tộc



■ Kinh ■ Hoa

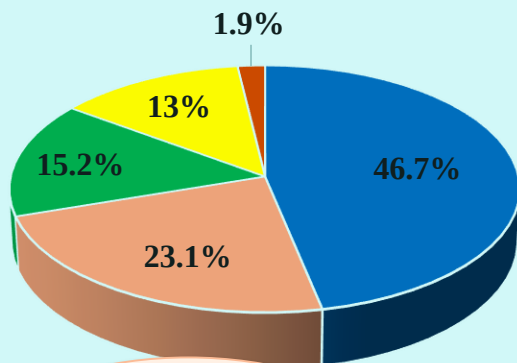
Nhóm tuổi 18-30 (36.1%) tương đồng với NC của Cao Thị Ánh Tuyết thực hiện tại TTKSBT Hà Nội 2021 (4)

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

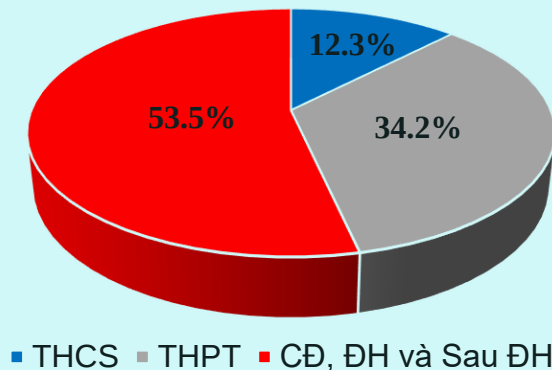
5.1. Đặc điểm chung của người bệnh (n=415)

Nghề nghiệp

- CBVC, VP
- Tự do
- Sinh viên
- Nội trợ
- Hưu trí

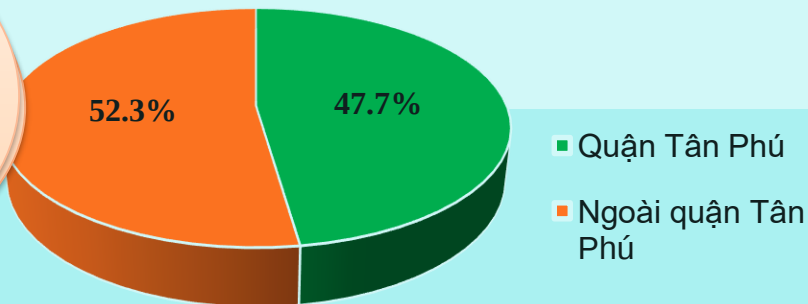


Trình độ học vấn



Nguyễn Thị Nguyệt
(2018) "Sự hài lòng dịch
vụ tiêm chủng mở rộng
và các yếu tố liên quan
của người dân đưa trẻ đi
tiêm chủng tại các trạm y
tế quận Gò Vấp Tp. Hồ
Chí Minh (3)

Nơi sống hiện tại



5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.2. Sự hài lòng của khách hàng với khả năng tiếp cận Phòng Tiêm chủng (n=415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dễ dàng tiếp cận với Phòng tiêm chủng	392	94.5
Lối đi, hành lang tại khu vực tiêm chủng bằng phẳng, di chuyển dễ dàng	399	96.1
Các lối đi trong bệnh viện, hành lang bằng phẳng, an toàn, dễ đi.	410	98.8
Hài lòng về thời gian tổ chức tiêm chủng	382	92
Có thể tìm hiểu các thông tin và đăng ký qua điện thoại, trang tin điện tử của bệnh viện (website) thuận tiện.	312	75.2
Hài lòng về tiêu chí khả năng tiếp cận	389	93.7

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.3. Sự hài lòng của khách hàng với sự minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng (n=415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Quy trình tiêm chủng, thủ tục hành chính rõ ràng, công khai, thuận tiện.	411	99
Hài lòng về thời gian chờ tới lượt tiêm chủng.	415	100
Hài lòng về việc được nhân viên y tế hỏi, khám và ghi chép thông tin về tình trạng sức khỏe, tiền sử dị ứng, tiền sử tiêm chủng	415	100
Hài lòng về việc được thông báo về loại vắc xin được tiêm chủng, nước sản xuất, năm sản xuất/hạn sử dụng	415	100
Hài lòng về việc được nhân viên y tế thông báo tác dụng, liều lượng, đường dùng của loại vắc xin trước mỗi lần tiêm	415	100

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.3. Sự hài lòng của khách hàng với sự minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng (n=415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Hài lòng về việc được nhân viên y tế thông báo/cho xem hộp/lọ vắc xin còn nguyên niêm phong nhãn mác (đối với lọ vắc xin đóng 1 liều/lọ) hoặc còn nguyên nhãn mác (đối với lọ vắc xin đóng nhiều liều/lọ)		100
Được công khai và cập nhật thông tin về tiêm lên phần mềm tiêm chủng quốc gia		
Được nhân viên y tế thông báo về phản ứng có thể gặp sau tiêm chủng		100
Hài lòng về tiêu chí minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng	415	100

Kết quả này tăng so với nghiên cứu tại Trung tâm kiểm soát thành phố Hà Nội năm 2021

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.4. Sự hài lòng của khách hàng với cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ (n=415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Khu vực chờ trước, trong và theo dõi sau tiêm sạch sẽ, thoáng mát.	414	99.7
Hài lòng về khu vực chờ có đủ ghế ngồi	415	100
Hài lòng về có khu vực tư vấn, khám sàng lọc	415	100
Hài lòng về có khu vực tiêm chủng.	415	100
Hài lòng về có khu vực theo dõi và xử trí phản ứng sau tiêm chủng	415	100
Hài lòng về việc vắc xin được bảo quản lạnh trong buổi tiêm chủng (phích vắc xin, tủ lạnh)	415	100
Hài lòng về việc được sử dụng bơm kim tiêm riêng cho mỗi mũi tiêm	415	100

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.4. Sự hài lòng của khách hàng với cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ (n=415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Hài lòng về việc có hộp chống sốc, phác đồ chống sốc treo tại nơi theo dõi, xử trí phản ứng sau tiêm chủng	415	100
Hài lòng về việc có thùng rác chứa chất thải y tế	415	100
Hài lòng về nhà vệ sinh thuận tiện, sử dụng dễ dàng	415	100
Hài lòng về khuôn viên cơ sở tiêm chủng đẹp	414	99
Hài lòng về đảm bảo trật tự, phòng ngừa lây nhiễm	413	98.7
Hài lòng về tiêu chí cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ	411	99

Tỷ lệ hài lòng với cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ tương đồng với kết quả nghiên cứu của Cao Thị Ánh Tuyết tại TTKSBT Hà Nội năm 2021 (4)

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.5. Sự hài lòng của khách hàng với thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế thực hiện dịch vụ tiêm chủng (n= 415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Hài lòng về nhân viên y tế (bác sĩ, điều dưỡng) tiếp đón, hướng dẫn thủ tục niềm nở, nhiệt tình	414	99.8
Nhân viên phục vụ (hộ lý, bảo vệ, kế toán...) có lời nói, thái độ, giao tiếp đúng mực.	381	91.8
Hài lòng về nhân viên y tế tư vấn tỉ mỉ, rõ ràng		100
Hài lòng về việc nhân viên y tế thao tác + thực khi thăm khám, tiêm chủng.		100
Hài lòng khi các thắc mắc của khách hàng nhân viên y tế giải thích tận tình, thông tin rõ ràng		100
Hài lòng về tiêu chí thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế	409	98.6

Cao hơn nghiên cứu của Viện Chiến lược và Chính sách Y tế (2017) với tỷ lệ hài lòng là 89.9% (8)

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

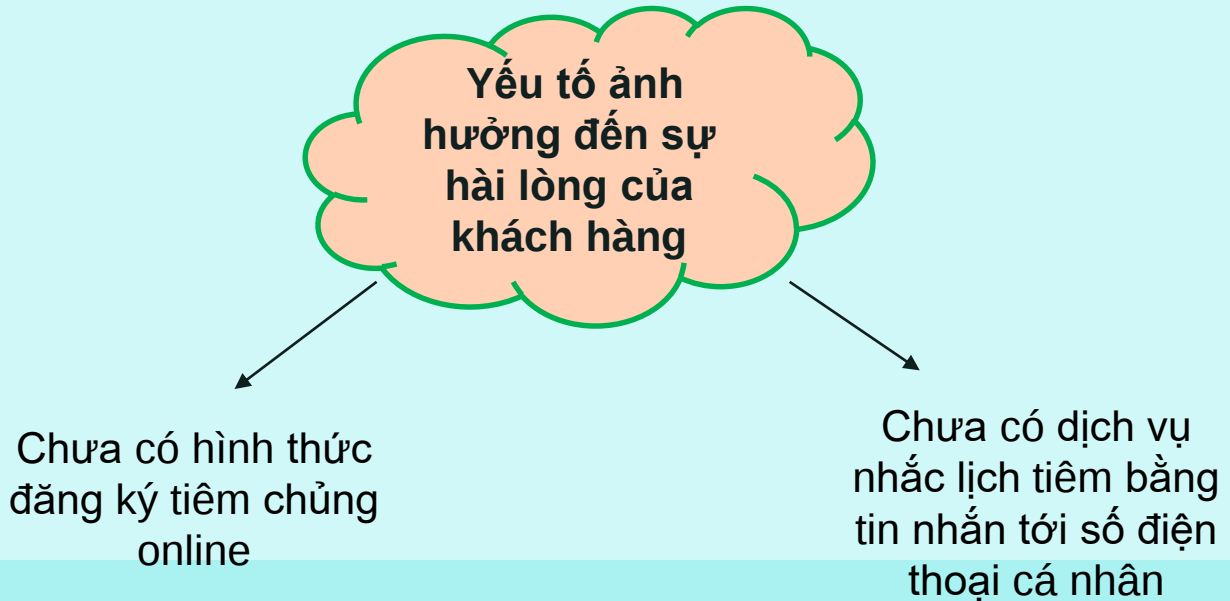
5.6. Sự hài lòng của khách hàng với kết quả cung cấp dịch vụ tiêm chủng (n= 415)

Nội dung	Hài lòng	
	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Hài lòng với chất lượng dịch vụ tiêm chủng được cung cấp	415	100
Hài lòng về lần sử dụng dịch vụ tiêm chủng này.	415	100
Các hóa đơn, phiếu thu, tên thuốc được cung cấp rõ ràng, minh bạch và được giải thích nếu cần		99
Hài lòng với lời dặn sau tiêm chủng, được tiêm tiếp theo		100
Hài lòng với quá trình xử lý phản ứng sau tiêm chủng	415	100
Hài lòng về tiêu chí kết quả cung cấp dịch vụ tiêm chủng	414	99.7

Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Cao Thị Ánh Tuyết thực hiện tại TTKSBT Hà Nội 2021 (4)

5. KẾT QUẢ- BÀN LUẬN

5.7. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ tiêm chủng tại Bệnh viện quận Tân Phú năm 2024 (n=415)



6.KẾT LUẬN

Nghiên cứu khảo sát sự hài lòng của 415 khách hàng sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại Bệnh viện quận Tân Phú từ ngày 01/4/2024 đến 30/6/2024 cho kết quả như sau:

Đặc điểm chung của người bệnh

- Nhóm tuổi 18 – 30 tuổi có tỷ lệ cao nhất với 36.1% và thấp nhất nhóm tuổi trên 51 tuổi với 19.1%. Không có sự chênh lệch giữa nam và nữ trong nghiên cứu.
- Dân tộc kinh chiếm phần lớn với 98.3%.
- Cán bộ viên chức, văn phòng chiếm tỷ lệ cao nhất với 46.7% và khách hàng trong và ngoài quận Tân Phú sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại Bệnh viện quận Tân Phú là như nhau.

6. KẾT LUẬN

Tỷ lệ hài lòng khách hàng với dịch vụ tiêm chủng tại Phòng tiêm chủng, Bệnh viện quận Tân Phú năm 2024:

- 93.7% khách hàng hài lòng với khả năng tiếp cận dịch vụ tiêm chủng.
- 100% khách hàng hài lòng với sự minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng.
- 99% khách hàng hài lòng về cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ.
- 98.6% khách hàng hài lòng với thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế.
- 99.7% khách hàng hài lòng với kết quả cung cấp dịch vụ tiêm chủng.

6. KẾT LUẬN

Nghiên cứu ghi nhận một số yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ tiêm chủng tại Bệnh viện quận Tân Phú năm 2024:

- Chưa có hình thức đăng ký tiêm chủng online
- Chưa có dịch vụ nhắc lịch tiêm bằng tin nhắn tới số điện thoại cá nhân.

7. KIẾN NGHỊ

IT/Phòng Tổ chức - Hành chính quản trị:

- Hỗ trợ bổ sung hoặc tích hợp chức năng trên phần mềm quản lý bệnh viện nhằm triển khai hệ thống nhắc lịch tiêm chủng bằng tin nhắn tới số điện thoại cá nhân của khách hàng tiêm chủng.
- Triển khai đăng ký tiêm chủng online.

TÀI LIỆU THAM KHẢO



TIẾNG VIỆT

1. Bộ Y tế (2016) "Nghị định số 104/2016/NĐ-CP về Quy định tiêm chủng mở rộng, Điều 3".
2. Viện Vệ sinh Dịch tễ Trung ương (2016) "Lịch sử hình thành và phát triển Chương trình Tiêm chủng mở rộng, tcmr.html, 7/3/2018".
3. Nguyễn Thị Nguyệt (2018) "Sự hài lòng dịch vụ tiêm chủng mở rộng và các yếu tố liên quan của người dân đưa trẻ đi tiêm chủng tại các trạm y tế quận Gò Vấp Tp. Hồ Chí Minh".
4. Cao Thị Ánh Tuyết, Bùi Thị Tú Quân (2021) "Sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tiêm chủng tại trung tâm kiểm soát bệnh tật thành phố Hà Nội".

TÀI LIỆU THAM KHẢO



TIẾNG ANH

5. L. T. T. Truong, T. T. Thai, T. V. Nguyen, T. Q. Nguyen, T. A. T. Le, N. H. Le, et al. (2023) "Levels and Associated Factors of Clients' Satisfaction Toward Child Immunization at Grassroot Health Care Centers in Ho Chi Minh City, Vietnam". *Risk Manag Healthc Policy*, 16, 793-803.

6. Stanley A Plotkin (2011) "History of vaccine development, Springer Science & Business Media, 13-30."

7. Jenet manyi agbor (2011) "The Relationship between Customer Satisfaction and Service Quality: a study of three Service sectors in Umea, Masters Thesis, Umea university, pp. 1-2."

8. E. Tesfaye, A. Debie, F. Sisay, T. Z. Tafere (2023) "Maternal satisfaction on quality of childhood vaccination services and its associated factors at public health centers in Addis Ababa, Ethiopia". *BMC Health Serv Res*, 23 (1), 1315.

9. A. Thirunavukkarasu, A. Alanazi M. Falji, A. H. Al-Hazmi, ALruwaili B. Farhan, A. A. Alsaidan, M. Alruwaili TA, et al. (2023) "Maternal Perception, Hesitancy, and Satisfaction Toward Childhood Immunization in Primary Health Centers, Hafr Al-Batin: A Multicenter Cross-Sectional Study from Eastern Saudi Arabia". *Risk Manag Healthc Policy*, 16, 2357-2368.

PHỤ LỤC 1

BẢN THÔNG TIN DÀNH CHO ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ CHẤP THUẬN THAM GIA NGHIÊN CỨU

**Kính gửi: Quý khách hàng đến tiêm chủng tại Phòng Tiêm chủng/ Bệnh viện
quận Tân Phú**

Để nâng cao chất lượng dịch vụ tiêm chủng, chúng tôi xin ý kiến của Ông/Bà đối với dịch vụ tiêm chủng mà Ông/Bà đã trải nghiệm. Từ đó, đề ra các biện pháp cải thiện chất lượng dịch vụ để phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn. Vì vậy, chúng tôi xin mời Ông/Bà tham gia vào nghiên cứu này bằng cách cho chúng tôi phỏng vấn bằng câu hỏi dưới đây.

Thông tin của Ông/Bà cung cấp rất quan trọng đối với nghiên cứu của chúng tôi.

Khi tham gia vào nghiên cứu, chúng tôi đảm bảo những thông tin cá nhân cũng như các câu trả lời của Ông/Bà sẽ được giữ bí mật và chỉ sử dụng với mục đích nghiên cứu.

Chúng tôi rất vui lòng giải đáp thắc mắc của Ông/Bà (nếu có) về nghiên cứu này. Mọi chi tiết thắc mắc xin liên hệ:

Bác sĩ	Số điện thoại	Địa chỉ mail
BsCK2. Nguyễn Đức Minh	0908 170 405	bacsinguyenducminh@gmail.com
BsCK1. Vũ Văn Bảy	0865 447 846	drvuvanbay@gmail.com

Xin cảm ơn quý Ông/Bà !

XÁC NHẬN ĐỒNG Ý TRẢ LỜI PHỎNG VẤN

Nếu Ông/Bà đồng ý tham gia vào nghiên cứu này xin đánh dấu (X) vào ô bên dưới.

Tôi đồng ý tham gia cuộc nghiên cứu ☐

Ký tên:

Mã số phiếu:.....

Ngày thu thập:.....

Mã số bệnh nhân:.....



PHỤ LỤC 2

BỘ CÂU HỎI KHẢO SÁT

KHẢO SÁT HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ TIÊM CHỨNG TẠI PHÒNG TIÊM CHỨNG/ BỆNH VIỆN QUẬN TÂN PHÚ NĂM 2024

Ông/Bà khoanh tròn vào số tương ứng với phương án trả lời trong các câu hỏi dưới đây:

Mã	Câu hỏi	Câu trả lời	Mã hóa	Ghi chú
PHẦN 1. THÔNG TIN CỦA NGƯỜI TRẢ LỜI				
1.1	Ông/Bà là	Người được tiêm chủng	1	
		Người nhà của người được tiêm chủng	2	
1.2	Ông/Bà sinh năm	Ghi cụ thể:		
1.3	Giới tính	Nam	1	
		Nữ	2	
		Khác	3	
1.4	Dân tộc	Kinh	1	
		Hoa	2	
		Khác	3	
1.5	Nghề nghiệp của Ông/Bà	Cán bộ viên chức	1	
		Nội trợ	2	
		Sinh viên	3	
		Hưu trí	4	
		Khác: ghi rõ	5	
1.6	Trình độ học vấn	Không biết chữ	1	
		Tiểu học	2	
		Trung học cơ sở	3	
		Trung học phổ thông	4	
		Cao đẳng, đại học và sau ĐH	5	
1.7	Nơi sinh sống hiện tại	Quận Tân Phú	1	
		Ngoài quận Tân Phú	2	

PHẦN II. MỨC ĐỘ HÀI LONG VỀ DỊCH VỤ TIÊM CHỨNG ĐƯỢC CUNG CẤP

Ông/Bà đánh dấu gạch chéo vào một số từ 1 đến 5, tương ứng với mức độ hài lòng hoặc nhận xét từ rất kém đến rất tốt cho từng câu hỏi dưới đây. Nếu không sử dụng dịch vụ hoặc không có ý kiến thì đánh dấu gạch chéo vào số 0.

① là: Rất không hài lòng Hoặc: Rất kém	② là: Không hài lòng Hoặc: Kém	③ là: Bình thường Hoặc: Trung bình	④ là: Hài lòng Hoặc: Tốt	⑤ là: Rất hài lòng Hoặc: Rất tốt
--	--	--	------------------------------------	--

A. Khả năng tiếp cận

A1.	Ông bà dễ dàng tiếp cận với Phòng tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
A2.	Lối đi, hành lang tại khu vực tiêm chủng bằng phẳng, di chuyển dễ dàng	① ② ③ ④ ⑤
A3.	Các lối đi trong bệnh viện, hành lang bằng phẳng, an toàn, dễ đi.	① ② ③ ④ ⑤
A4.	Hài lòng về thời gian tổ chức tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
A5.	Có thể tìm hiểu các thông tin và đăng ký qua điện thoại, trang tin điện tử của bệnh viện (website) thuận tiện.	① ② ③ ④ ⑤

B. Sự minh bạch thông tin và thủ tục tiêm chủng

B1.	Quy trình, thủ tục hành chính rõ ràng, công khai, thuận tiện.	① ② ③ ④ ⑤
B2.	Hài lòng về thời gian chờ tới lượt tiêm chủng.	① ② ③ ④ ⑤
B3.	Hài lòng về việc được nhân viên y tế hỏi, khám và ghi chép thông tin về tình trạng sức khỏe, tiền sử dị ứng, tiền sử tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
B4.	Hài lòng về việc được thông báo về loại vắc xin được tiêm chủng, nước sản xuất, năm sản xuất/hạn sử dụng	① ② ③ ④ ⑤
B5.	Hài lòng về việc được nhân viên y tế thông báo tác dụng, liều lượng, đường dùng của loại vắc xin trước mỗi lần tiêm	① ② ③ ④ ⑤
B6.	Hài lòng về việc được nhân viên y tế thông báo/cho xem hộp/loại vắc xin còn nguyên niêm phong nhãn mác (đối với lọ vắc xin đóng 1 liều/lọ) hoặc còn nguyên nhãn mác (đối với lọ vắc xin đóng nhiều liều/lọ)	① ② ③ ④ ⑤

B7.	Được công khai và cập nhật thông tin về thuốc đã tiêm lên phần mềm tiêm chủng quốc gia	① ② ③ ④ ⑤
B8.	Được nhân viên y tế thông báo về phản ứng có thể gặp sau tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
C. Cơ sở vật chất và phương tiện phục vụ		
C1.	Khu vực chờ trước, trong và theo dõi sau tiêm sạch sẽ, thoáng mát.	① ② ③ ④ ⑤
C2.	Hài lòng về khu vực chờ có đủ ghế ngồi	① ② ③ ④ ⑤
C3.	Hài lòng về có khu vực tư vấn, khám sàng lọc	① ② ③ ④ ⑤
C4.	Hài lòng về có khu vực tiêm chủng.	① ② ③ ④ ⑤
C5.	Hài lòng về có khu vực theo dõi và xử trí phản ứng sau tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
C6.	Hài lòng về việc vắc xin được bảo quản lạnh trong buổi tiêm chủng (phích vắc xin, tủ lạnh)	① ② ③ ④ ⑤
C7.	Hài lòng về việc được sử dụng bơm kim tiêm riêng cho mỗi mũi tiêm	① ② ③ ④ ⑤
C8.	Hài lòng về việc có hộp chống sốc, phác đồ chống sốc treo tại nơi theo dõi, xử trí phản ứng sau tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
C9.	Hài lòng về việc có thùng rác chứa chất thải y tế	① ② ③ ④ ⑤
C10.	Hài lòng về nhà vệ sinh thuận tiện, sử dụng tốt, sạch sẽ	① ② ③ ④ ⑤
C11.	Hài lòng về khuôn viên cơ sở tiêm chủng xanh, sạch, đẹp	① ② ③ ④ ⑤
C12.	Hài lòng về đảm bảo trật tự, phòng ngừa trộm cắp tại điểm tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
D. Thái độ ứng xử, năng lực chuyên môn của nhân viên y tế		
D1.	Hài lòng về nhân viên y tế (bác sĩ, điều dưỡng) tiếp đón, hướng dẫn thủ tục tiêm nỏ, nhiệt tình	① ② ③ ④ ⑤
D2.	Nhân viên phục vụ (hộ lý, bảo vệ, kế toán...) có lời nói, thái độ, giao tiếp đúng mực.	① ② ③ ④ ⑤
D3.	Hài lòng về nhân viên y tế tư vấn tỉ mỉ, rõ ràng.	① ② ③ ④ ⑤
D4.	Hài lòng về việc nhân viên y tế thao tác thành thạo, thuần thục khi thăm khám, tiêm chủng.	① ② ③ ④ ⑤
D5.	Hài lòng khi các thắc mắc của khách hàng (nếu có) được nhân viên y tế giải thích tận tình, thông tin rõ ràng, đầy đủ.	① ② ③ ④ ⑤

E. Kết quả cung cấp dịch vụ		
E1.	Hài lòng với chất lượng dịch vụ tiêm chủng được cung cấp	① ② ③ ④ ⑤
E2.	Hài lòng về lần sử dụng dịch vụ tiêm chủng này.	① ② ③ ④ ⑤
E3.	Các hóa đơn, phiếu thu, tên thuốc được cung cấp đầy đủ, rõ ràng, minh bạch và được giải thích nếu có thắc mắc	① ② ③ ④ ⑤
E4.	Hài lòng với lời dặn sau tiêm chủng, được nhắc lịch cho lần tiêm tiếp theo	① ② ③ ④ ⑤
E5.	Hài lòng với quá trình xử lý phản ứng sau tiêm chủng	① ② ③ ④ ⑤
G	Nếu bản thân hoặc người thân có nhu cầu tiêm chủng, Ông/Bà có quay trở lại hoặc giới thiệu cho người khác đến không?	1. Chắc chắn không bao giờ quay lại 2. Muốn chuyển sang cơ sở khác 3. Chắc chắn sẽ quay lại hoặc giới thiệu cho người khác 4. Khác (ghi rõ):
H	Ông/Bà có ý kiến khác, xin ghi rõ	

Xin chân thành cảm ơn Quý Ông (Bà)!

A rustic-themed photograph featuring a light brown, rectangular card with the words "Thank you!" written in a black, cursive script. The card is positioned in the center, slightly tilted. Above the card, two vibrant flowers are placed: one with bright orange petals and a dark brown center, and another with bright yellow petals and a dark brown center. A red and white checkered ribbon is tied around the left side of the card. The entire scene is set against a background of dried wheat stalks and scattered wheat grains, creating a warm, autumnal atmosphere. The lighting is soft and natural, highlighting the textures of the flowers, the card, and the wheat.

Thank you!