

Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc ở TP. Thủ Đức

Nguyễn Thị Như Quỳnh

Khoa Dược, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành
quynhntn@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Dịch COVID-19 bùng nổ và lây lan trên diện rộng đã tạo nên sự quá tải trầm trọng cho hệ thống y tế. Trước tình hình đó, hoạt động tự điều trị có ý nghĩa thực tiễn và các nhà thuốc đóng vai trò quan trọng để nâng cao hiệu quả tự điều trị. Mục tiêu nghiên cứu là xây dựng bộ câu hỏi khảo sát và xác định mức độ hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc ở TP. Thủ Đức. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp nghiên cứu định lượng qua 02 giai đoạn: (1) khảo sát sơ bộ trên 30 khách hàng để đánh giá độ tin cậy của các thang đo, (2) khảo sát chính thức 400 khách hàng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng. Kết quả thu được cho thấy khách hàng hài lòng với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại 10 nhà thuốc khảo sát và cả ba nhân tố đã đề xuất đều có ảnh hưởng cùng chiều tới sự hài lòng của khách hàng. Trong đó, nhân tố “Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc” có tác động mạnh nhất.

© 2023 Journal of Science and Technology - NTTU

Nhận 07/06/2023
Được duyệt 27/07/2023
Công bố 12/09/2023

Từ khóa

COVID-19, mức độ hài lòng, cung ứng, tư vấn, yếu tố ảnh hưởng, sản phẩm điều trị COVID-19.

1 Đặt vấn đề

Việc triển khai thực hiện Thực hành tốt cơ sở bán lẻ thuốc (GPP) đã tạo ra những thay đổi tích cực cho hoạt động hành nghề dược của các nhà thuốc cộng đồng tại nhiều quốc gia, tuy nhiên, mức độ và hiệu quả cụ thể mang đến là không đồng nhất. Nhiều hạn chế vẫn tồn tại, đe dọa đến chất lượng sử dụng thuốc của người dân. Tại Ấn Độ, kết quả đánh giá 100 nhà thuốc tại cộng đồng về thực trạng thực hiện GPP, cụ thể các nhóm chỉ số về hệ thống, lưu trữ thuốc, cung ứng dịch vụ, phân phối thuốc, và sử dụng thuốc hợp lý, cho thấy tỉ lệ đạt GPP ở 13 mức độ thấp, đặc biệt đối với các chỉ số về hệ thống, cung ứng dịch vụ, và sử dụng thuốc hợp lý [1,2].

Trong bối cảnh dịch bệnh COVID-19 bùng nổ và tỉ lệ lây lan nhanh khiến cho rất nhiều người dân mắc bệnh, dẫn đến hệ thống các bệnh viện trở nên quá tải thì việc tự điều trị tại nhà là một biện pháp hữu hiệu đã được cơ quan quản lý Nhà nước đưa vào áp dụng. Tháng 12/2021, Sở Y tế TP.HCM đã có văn bản về việc huy

động hệ thống nhà thuốc tham gia công tác phòng chống dịch COVID-19, trong đó có các hoạt động cung ứng thuốc cho F0 điều trị tại nhà [3]. Để nâng cao chất lượng của hoạt động tự điều trị cho bệnh nhân COVID-19, hoạt động tư vấn và cung ứng sản phẩm điều trị COVID-19 của các dược sĩ nhà thuốc cộng đồng là hết sức quan trọng. Người bán thuốc cần thực hiện sứ mệnh nghề nghiệp của mình, tư vấn hướng dẫn sử dụng thuốc cho người bệnh, giúp bệnh nhân khỏi bệnh COVID-19 và làm hài lòng khách hàng, làm tăng khả năng cạnh tranh của các nhà thuốc. Khi triển khai hình thức tự điều trị cần quan tâm đến sự phản hồi, đánh giá của khách hàng để nâng cao chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn, khắc phục những hạn chế nếu có. Do đó, chúng tôi thực hiện đánh giá sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng thuốc và tư vấn cho bệnh nhân mắc COVID tại một số nhà thuốc TP. Thủ Đức.

2 Cơ sở lý luận

2.1 Bán lẻ thuốc

Bán lẻ thuốc là hoạt động chuyên môn của cơ sở bán lẻ thuốc, bao gồm việc cung cấp, bán lẻ thuốc trực tiếp đến người sử dụng thuốc, kèm theo việc tư vấn và hướng dẫn sử dụng thuốc an toàn và có hiệu quả cho người sử dụng [4].

2.2 Sự hài lòng của khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng là thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung cấp dịch vụ, hoặc cảm xúc phản ứng với sự khác biệt giữa những gì khách hàng dự đoán trước và những gì họ tiếp nhận, đối với sự đáp ứng một số nhu cầu, mục tiêu hay mong muốn [5].

Nghiên cứu các nhân tố tác động đến chất lượng chuỗi nhà thuốc tại TP.HCM đã xác định chất lượng nhân viên có tác động mạnh nhất, phương tiện hữu hình có tác động mạnh thứ hai, tiếp đến là đồng cảm và cuối cùng là tin cậy [6].

Sự hài lòng của khách hàng mua thuốc bị ảnh hưởng bởi chất lượng dịch vụ dược của nhà thuốc. Vì thế để nâng cao sự hài lòng thì cần tập trung vào các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ, đây là tiền đề tạo nên sự hài lòng [7].

Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự [8] đưa ra 5 nhân tố nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ gồm:

- Phương tiện hữu hình (tangibles): cơ sở vật chất, trang thiết bị, ngoại hình của nhân viên...
- Độ tin cậy (reliability): khả năng thực hiện dịch vụ một cách đáng tin cậy và chính xác.
- Khả năng đáp ứng (responsiveness): sẵn sàng giúp đỡ và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Sự đảm bảo (assurance): khả năng truyền cảm hứng và sự tin tưởng của nhân viên.
- Sự cảm thông (empathy): mức độ cung cấp dịch vụ chăm sóc dành riêng cho từng cá nhân.

2.3 Sản phẩm điều trị COVID-19

Người mắc COVID-19 điều trị tại nhà được kê đơn, cấp phát các thuốc điều trị triệu chứng, bao gồm thuốc hạ sốt, giảm đau; thuốc kháng vi rút; thuốc chống viêm corticosteroid đường uống, thuốc chống đông máu đường uống. Khi kê đơn, lưu ý kiểm tra kỹ các chống chỉ định, khai thác thông tin về các thuốc người bệnh đang sử dụng để tránh các tương tác thuốc nghiêm trọng khi kê đơn. Tư vấn cho người bệnh hoặc người chăm sóc nhận biết một số tác dụng không mong muốn quan trọng của thuốc để kịp thời phát hiện và xử trí phù hợp trong quá trình sử dụng [9]. Ngoài ra, người mắc COVID có thể sử dụng các sản phẩm hỗ trợ nâng cao

sức khỏe, tăng cường sức đề kháng, sản phẩm sát khuẩn hầu họng, cân bằng điện giải.

2.4 Mô hình nghiên cứu

Dựa trên nền tảng cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan, các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn là rất đa dạng. Đề tài chọn lọc và đề xuất 3 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng thuốc và tư vấn cho bệnh nhân mắc COVID-19 tại một số nhà thuốc TP. Thủ Đức như sau:

- Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc: bao gồm nguồn gốc, chất lượng của sản phẩm, tính sẵn có, tính đa dạng và phong phú để có thể thay thế khi cần thiết hoặc để khách hàng lựa chọn cho phù hợp với khả năng chi trả, mức giá, thời gian chờ đợi để được phục vụ.

- Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc: bao gồm trang phục của nhân viên, tính cẩn thận trong hành nghề, thái độ tốt, thân thiện, tạo cảm giác tin cậy cho khách hàng; dành đủ thời gian để trao đổi, tư vấn và hướng dẫn sử dụng thuốc, sẵn sàng lắng nghe thể hiện sự tôn trọng và lịch sự khi giao tiếp; đảm bảo sự công bằng giữa các khách hàng; nhân viên bán thuốc quan tâm khách hàng và sức khỏe khách hàng.

- Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc: bao gồm kiến thức chuyên môn, hướng dẫn/tư vấn về hiệu quả điều trị, cách sử dụng và liều dùng, những lưu ý khi dùng sản phẩm điều trị COVID-19, hướng dẫn/tư vấn bán thuốc thay thế bằng các sản phẩm điều trị COVID-19 khác (nếu có); khả năng truyền đạt, biết cách hướng dẫn và giải thích mọi vấn đề cho khách hàng theo phương thức dễ hiểu, khả năng trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc, yêu cầu của nhân viên bán thuốc.

3 Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

3.1 Đối tượng nghiên cứu

Khách hàng đã mua/đang mua sản phẩm điều trị COVID-19 tại 10 nhà thuốc ở Tp. Thủ Đức có sinh viên Trường Đại học Nguyễn Tất Thành làm việc/ làm chủ (Á Châu, Mĩ Tâm, Như Ý 2, Phúc Nguyên, Phước Long, Phước Thiện 1, Tâm Phúc, Thăng Long, Thảo Nghi, Trường Giang).

3.2. Thời gian nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành từ tháng 09/2022 đến 05/2023.

3.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp với định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được

thực hiện bằng cách tham khảo các đề tài nghiên cứu trước đó để đề xuất phiếu câu hỏi khảo sát sơ bộ, gồm: đặc điểm của đối tượng nghiên cứu; khảo sát sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 gồm 3 nhân tố trong đó có 21 biến quan sát; ngoài ra có một câu hỏi về mức độ hài lòng chung của khách hàng. Các biến quan sát được thể hiện ở Bảng 1. Phương pháp định lượng được thực hiện

thông qua 02 giai đoạn. Giai đoạn 1 là khảo sát sơ bộ để đánh giá độ tin cậy của các thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha (tức là khảo sát 30 khách hàng ban đầu) và giai đoạn 2 là khảo sát chính thức (với cỡ mẫu là 400 khách hàng), thu thập dữ liệu và tiếp tục kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA, sau đó kiểm định mô hình bằng phân tích tương quan (kiểm định KMO và Bartlett) và phân tích hồi quy.

Bảng 1 Các nhân tố ảnh hưởng và mã hóa các biến quan sát

Stt	Tên biến	Loại biến	Kĩ thuật thu thập	Mã hóa
Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc (CT)		Biến độc lập		
1	Nguồn gốc, chất lượng của các sản phẩm điều trị COVID-19 đã mua	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	CT1
2	Các sản phẩm điều trị COVID-19 tại nhà thuốc luôn sẵn có			CT2
3	Sản phẩm điều trị COVID-19 trong nhà thuốc có tính đa dạng và phong phú.			CT3
4	Nhà thuốc bán sản phẩm điều trị COVID-19 với mức giá phù hợp			CT4
5	Thời gian anh/chị chờ đợi được phục vụ khi đến nhà thuốc			CT5
Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc (TD)		Biến độc lập		
6	Trang phục của nhân viên bán thuốc (gọn gàng, lịch sự...)	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	TD1
7	Nhân viên thể hiện tính cẩn thận trong hành nghề			TD2
8	Nhân viên có thái độ tốt, thân thiện đối với khách hàng			TD3
9	NV bán thuốc mang đến cảm giác tin cậy đối với KH			TD4
10	Nhân viên bán thuốc dành đủ thời gian để trao đổi, tư vấn, hướng dẫn sử dụng cho anh/chị			TD5
11	Nhân viên bán thuốc sẵn sàng lắng nghe khách hàng			TD6
12	Thể hiện sự tôn trọng, lịch sự khi giao tiếp với khách hàng			TD7
13	Nhà thuốc đảm bảo sự công bằng giữa các khách hàng			TD8
14	Nhân viên bán thuốc quan tâm khách hàng và sức khỏe của khách hàng			TD9
Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc (CM)		Biến độc lập		
15	Kiến thức chuyên môn của nhân viên bán thuốc	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	CM1
16	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên về hiệu quả điều trị của sản phẩm điều trị COVID-19			CM2
17	Hướng dẫn/tư vấn về cách sử dụng sản phẩm điều trị COVID-19 và liều dùng			CM3
18	Hướng dẫn/tư vấn về những lưu ý khi dùng sản phẩm điều trị COVID-19			CM4
19	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên bán thuốc về thay thế bằng các sản phẩm điều trị COVID-19 khác (nếu có)			CM5

20	Nhân viên bán thuốc có khả năng truyền đạt, biết cách hướng dẫn và giải thích mọi vấn đề cho khách hàng theo phương thức dễ hiểu			CM6
21	Khả năng trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc, yêu cầu của nhân viên bán thuốc			CM7
Đánh giá chung mức độ hài lòng đối với chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại nhà thuốc		Biến phụ thuộc Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	HLC

Cỡ mẫu cho nghiên cứu định lượng:

$$n = z_{(1-\alpha/2)}^2 p(1-p)/d^2 \quad [10]$$

Trong đó:

- n: cỡ mẫu tối thiểu cần thiết
- $z_{(1-\alpha/2)}$: hệ số tin cậy (với $\alpha = 0,05$ thì $z_{(1-\alpha/2)} = 1,96$)
- p (prevalence): giá trị tỉ lệ ước tính ($p = 0,5$)
- $q = 1 - p$
- d: sai số cho phép ($d = 0,05$)

Theo công thức trên tính được:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,05^2} = 385 \text{ (khách hàng)}$$

Cỡ mẫu tối thiểu là 385 khách hàng.

Phương pháp lấy mẫu:

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Mỗi nhà thuốc thu thập 40 phiếu khảo sát hợp lệ để đảm bảo đáp ứng được cỡ mẫu tối thiểu theo yêu cầu.

Thời gian khảo sát từ tháng 11/2022 đến tháng 03/2023.

4 Kết quả nghiên cứu

4.1 Xây dựng bộ câu hỏi khảo sát sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc TP. Thủ Đức.

4.1.1 Kiểm định độ tin cậy của thang đo theo khảo sát định lượng sơ bộ

Nghiên cứu định lượng giai đoạn 1 thực hiện bằng cách phát phiếu khảo sát cho 30 khách hàng mua thuốc, sau đó kiểm định Cronbach's Alpha trên dữ liệu thu thập được, để loại đi các biến quan sát không phù hợp, làm giảm độ tin cậy của thang đo. Kết quả thu được như sau: Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* là 0,922 (lớn hơn 0,9), chứng tỏ thang đo lường rất tốt. Đồng thời, kết quả kiểm định cho thấy các biến quan sát CT1, CT2, CT3, CT4, CT5 có hệ số tương quan biến tổng lần lượt là 0,825; 0,708;

0,815; 0,776; 0,876 (đều phù hợp vì lớn hơn 0,3) và không có biến nào có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha tổng, chứng tỏ các biến đều đạt chất lượng tốt.

Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* là 0,748 chứng tỏ thang đo lường sử dụng tốt. Hệ số tương quan biến tổng của các biến TD1, TD3, TD5, TD6, TD7, TD8, TD9 lần lượt là 0,435; 0,390; 0,324; 0,636; 0,621; 0,507; 0,502 đều lớn hơn 0,3. Tuy nhiên, biến TD2 và TD4 có hệ số tương quan biến tổng lần lượt là 0,150 và 0,293 nhỏ hơn 0,3. Vì thế hai biến quan sát TD2 và TD4 sẽ bị loại. Như vậy thang đo *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* còn lại 7 biến quan sát là TD1, TD3, TD5, TD6, TD7, TD8, TD9.

Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* là 0,889, chứng tỏ thang đo lường sử dụng tốt. Đồng thời, kết quả kiểm định cho thấy các biến quan sát CM1, CM2, CM3, CM4, CM5, CM6, CM7 đều có hệ số tương quan biến tổng phù hợp ($> 0,3$) với hệ số tương quan biến tổng lần lượt là 0,822; 0,677; 0,639; 0,598; 0,658; 0,689; 0,722 và không có biến nào có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha tổng, chứng tỏ các biến đều đạt chất lượng tốt.

Như vậy, qua kiểm định độ tin cậy của thang đo thì thang đo được sử dụng để khảo sát định lượng giai đoạn 2 bao gồm 19 biến quan sát: *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* (5 biến quan sát, kí hiệu từ CT1 – CT5), *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* (7 biến quan sát, kí hiệu là TD1, TD3, TD5 – TD7) và *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* (7 biến quan sát, kí hiệu từ CM1 – CM7).

4.1.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo theo khảo sát định lượng chính thức

Nghiên cứu định lượng giai đoạn 2 khảo sát chính thức trên cỡ mẫu 400 khách hàng. Tiến hành kiểm định

Cronbach’s Alpha trên dữ liệu thu thập được, kết quả thu được như sau:

Hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* là 0,934 (lớn hơn 0,9), chứng tỏ thang đo lường rất tốt. Đồng thời, kết quả kiểm định cho thấy các biến quan sát CT1, CT2, CT3, CT4, CT5 có hệ số tương quan biến tổng lần lượt là 0,827; 0,860; 0,830; 0,829; 0,781 (đều phù hợp vì lớn hơn 0,3). Do đó, các biến đều đạt chất lượng tốt.

Hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* là 0,948 chứng tỏ thang đo lường sử dụng tốt. Hệ số tương quan biến tổng của các biến TD1, TD3, TD5, TD6, TD7, TD8, TD9 lần lượt là 0,820; 0,821; 0,831; 0,861; 0,802; 0,819; 0,815 đều lớn hơn 0,3. Do đó, các biến đều đạt chất lượng tốt.

Hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* là 0,956, chứng tỏ thang đo lường sử dụng tốt. Đồng thời, kết quả kiểm định cho thấy các biến quan sát CM1, CM2, CM3, CM4, CM5, CM6, CM7 đều có hệ số tương quan biến tổng lần lượt là 0,847; 0,866; 0,833; 0,845; 0,829; 0,854; 0,854 (đều lớn hơn 0,3), chứng tỏ các biến đều đạt chất lượng tốt.

Hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo bao gồm 3 biến độc lập CT, TD, CM và một biến phụ thuộc HLC là 0,954, như vậy thang đo lường sử dụng tốt. Hệ số tương quan biến tổng của CT, TD, CM, HLC lần lượt là 0,855; 0,919; 0,926; 0,878 (đều lớn hơn 0,3) và hệ số Cronbach’s Alpha nếu loại biến đều nhỏ hơn hệ số

Cronbach’s Alpha của nhóm, do đó các biến độc lập và biến phụ thuộc đều đạt chất lượng tốt.

Như vậy, qua kiểm định độ tin cậy của thang đo thì thang đo chính thức khảo sát sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 bao gồm 1 biến phụ thuộc (kí hiệu là HLC) và 3 biến độc lập: *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* (5 biến quan sát, ký hiệu từ CT1 – CT5), *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* (7 biến quan sát, ký hiệu là TD1, TD3, TD5 – TD7) và *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* (7 biến quan sát, ký hiệu từ CM1 – CM7).

4.2 Xác định mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc ở TP. Thủ Đức.

4.2.1 Đặc điểm mẫu khảo sát: Trong số 400 khách hàng tham gia khảo sát, nữ giới chiếm 56,25 %, chủ yếu mua thuốc cho bản thân (chiếm 46,25 %) và người nhà (chiếm 30,25 %). Phần lớn đối tượng nghiên cứu mua sản phẩm điều trị COVID-19 mà không có đơn thuốc (chiếm 56,00 %). Khi tự đánh giá mức độ hiểu biết về dùng thuốc, xét trên thang điểm 4 thì có 43,00 % đối tượng nghiên cứu tự đánh giá ở mức 2 điểm và 29,75 % đối tượng nghiên cứu đánh giá ở mức 1 điểm. Điều đó cho thấy, phần lớn đối tượng khách hàng rất cần đến sự tư vấn của người bán thuốc.

4.2.2 Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc ở TP. Thủ Đức.

Bảng 1 Các nhân tố ảnh hưởng và mã hóa các biến quan sát

Stt	Tên biến	Loại biến	Kĩ thuật thu thập	Mã hóa
Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc (CT)		Biến độc lập		
1	Nguồn gốc, chất lượng của các sản phẩm điều trị COVID-19 đã mua	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	CT1
2	Các sản phẩm điều trị COVID-19 tại nhà thuốc luôn sẵn có			CT2
3	Sản phẩm điều trị COVID-19 trong nhà thuốc có tính đa dạng và phong phú.			CT3
4	Nhà thuốc bán sản phẩm điều trị COVID-19 với mức giá phù hợp			CT4
5	Thời gian anh/chị chờ đợi để được phục vụ khi đến nhà thuốc			CT5
Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc (TD)		Biến độc lập		
6	Trang phục của NV bán thuốc (gọn gàng, lịch sự...)			TD1

7	Nhân viên thể hiện tính cẩn thận trong hành nghề	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	TD2
8	Nhân viên có thái độ tốt, thân thiện đối với khách hàng			TD3
9	Nhân viên bán thuốc mang đến cảm giác tin cậy đối với khách hàng			TD4
10	Người bán thuốc dành đủ thời gian để trao đổi, tư vấn, hướng dẫn sử dụng cho anh/chị			TD5
11	Nhân viên bán thuốc sẵn sàng lắng nghe khách hàng			TD6
12	Thể hiện sự tôn trọng, lịch sự khi giao tiếp với KH			TD7
13	Nhà thuốc đảm bảo sự công bằng giữa các khách hàng			TD8
14	Nhân viên bán thuốc quan tâm khách hàng và sức khỏe của khách hàng			TD9
Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc (CM)		Biến độc lập		
15	Kiến thức chuyên môn của nhân viên bán thuốc	Biến định lượng	Phát phiếu khảo sát	CM1
16	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên về hiệu quả điều trị của sản phẩm điều trị COVID-19			CM2
17	Hướng dẫn/tư vấn về cách sử dụng sản phẩm điều trị COVID-19 và liều dùng			CM3
18	Hướng dẫn/tư vấn về những lưu ý khi dùng sản phẩm điều trị COVID-19			CM4
19	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên bán thuốc về thay thế bằng các sản phẩm điều trị COVID-19 khác (nếu có)			CM5
20	Nhân viên bán thuốc có khả năng truyền đạt, biết cách hướng dẫn và giải thích mọi vấn đề cho khách hàng theo phương thức dễ hiểu			CM6
21	Khả năng trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc, yêu cầu của nhân viên bán thuốc			CM7
	Đánh giá chung mức độ hài lòng đối với chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại nhà thuốc	Biến phụ thuộc Biến ĐL	Phát phiếu khảo sát	HLC

Bảng 2 Điểm hài lòng của khách hàng về *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc*

Tên biến	Tiêu chí	Điểm trung bình
CT1	Nguồn gốc, chất lượng của các sản phẩm điều trị COVID đã mua	3,92
CT2	Các sản phẩm điều trị COVID-19 tại nhà thuốc luôn sẵn có	3,91
CT3	Sản phẩm điều trị COVID-19 trong nhà thuốc có tính đa dạng và phong phú	3,96
CT4	Nhà thuốc bán sản phẩm điều trị COVID-19 với mức giá phù hợp	3,99
CT5	Thời gian anh/chị chờ đợi để được phục vụ khi đến nhà thuốc	3,95

Dựa theo giá trị khoảng cách của thang Likert 5 mức độ thì điểm trung bình của các biến từ CT1 đến CT5 đều nằm trong khoảng 3,41-4,20 như vậy đáp viên có xu hướng hài lòng với các tiêu chí có liên quan đến thuốc và hoạt động cung ứng thuốc.

Bảng 3 Điểm hài lòng của khách hàng về Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc

Tên biến	Tiêu chí	Điểm trung bình
TD1	Trang phục của nhân viên bán thuốc (gọn gàng, lịch sự...)	4,05
TD3	Nhân viên có thái độ tốt, thân thiện đối với khách hàng	4,06

TD5	Nhân viên bán thuốc dành đủ thời gian để trao đổi, tư vấn, hướng dẫn sử dụng cho anh/chị	3,96
TD6	Nhân viên bán thuốc sẵn sàng lắng nghe khách hàng	3,98
TD7	Thể hiện sự tôn trọng, lịch sự khi giao tiếp với khách hàng	4,02
TD8	Nhà thuốc đảm bảo sự công bằng giữa các khách hàng	4,00
TD9	Nhân viên bán thuốc quan tâm khách hàng và sức khỏe của khách hàng	3,98

Bảng 3 cho thấy đối tượng nghiên cứu có xu hướng hài lòng với các tiêu chí có liên quan đến *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* do điểm trung bình của các tiêu chí dao động từ 3.96-4.06, nằm trong khoảng giá trị từ 3.41-4.20, đây là khoảng giá trị hài lòng của thang đo Likert 5 mức độ. Các nhà thuốc tham gia nghiên cứu đã nắm bắt được tầm quan trọng của phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên nhà thuốc.

Bảng 4 Điểm hài lòng về Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc

Tên biến	Tiêu chí	Điểm trung bình
CM1	Kiến thức chuyên môn của nhân viên bán thuốc	4,07
CM2	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên về hiệu quả điều trị của sản phẩm trị COVID-19	4,08
CM3	Hướng dẫn/tư vấn về cách sử dụng sản phẩm điều trị COVID-19 và liệu dùng	4,11
CM4	Hướng dẫn/tư vấn về những lưu ý khi dùng sản phẩm điều trị COVID-19	4,05
CM5	Hướng dẫn/tư vấn của nhân viên bán thuốc về thay thế thuốc	3,99
CM6	Nhân viên bán thuốc có khả năng truyền đạt, biết cách hướng dẫn và giải thích mọi vấn đề cho khách hàng theo phương thức dễ hiểu	4,04
CM7	Khả năng trả lời câu hỏi, giải đáp thắc mắc, yêu cầu của nhân viên bán thuốc	4,00

Kết quả nghiên cứu ở Bảng 4 cho thấy các biến CM1-CM7 có điểm hài lòng trung bình từ 3,99-4,11, nằm trong khoảng giá trị 3,41-4,20, đây là khoảng giá trị hài lòng của thang đo Likert 5 mức độ, cho thấy khách hàng tham gia khảo sát hài lòng với các tiêu chí “*Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc*”.

4.3 Xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 tại một số nhà thuốc ở TP. Thủ Đức

4.3.1 Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Bảng 9 Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến	Hệ số tải (FL)	KMO	Giá trị Sig. của kiểm định Bartlett
CT1	0,872	0,969	0,000
CT2	0,870		
CT3	0,869		
CT4	0,863		
CT5	0,863		
TD1	0,861		
TD3	0,858		
TD5	0,858		

TD6	0,851		
TD7	0,849		
TD8	0,842		
TD9	0,840		
CM1	0,836		
CM2	0,834		
CM3	0,823		
CM4	0,819		
CM5	0,815		
CM6	0,805		
CM7	0,799		

Tác giả mong muốn chọn ra các biến quan sát chất lượng nên sẽ sử dụng ngưỡng hệ số tải là 0,5 thay vì chọn hệ số tải 0,3 tương ứng theo cỡ mẫu. Kết quả nghiên cứu ở Bảng 8 cho thấy hệ số tải nhân tố của 19 biến quan sát đều lớn hơn 0,5 chứng tỏ các biến quan sát đều tốt.

Kiểm định KMO và Bartlett cho kết quả hệ số KMO bằng 0,969 lớn hơn 0,5 chứng tỏ rằng phân tích nhân tố là phù hợp. Giá trị Sig. của kiểm định Bartlett là 0,000 (< 0,05) cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

4.3.2. Phân tích hồi quy: qua phân tích hồi quy cho kết quả hệ số xác định R có giá trị 0,885 thể hiện mối quan hệ giữa các biến trong mô hình có mối tương quan rất chặt chẽ. Báo cáo kết quả hồi quy của mô hình cho thấy hệ số xác định R² bằng 0,784, điều này nói lên độ thích hợp của mô hình là 78,4 % hay nói cách khác là 78,4 % sự biến thiên của Sự hài lòng chung của khách hàng được giải thích bởi 3 thành phần của biến độc lập. Hệ số xác định R² hiệu chỉnh (0,782) phản ánh chính xác hơn sự phù hợp của mô hình đối với tổng thể, có sự tồn tại mô hình hồi quy tuyến tính ở mức độ phù hợp là 78,2 % giữa Sự hài lòng chung của khách hàng và 3 biến độc lập *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc, Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc, Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc.*

Phân tích phương sai ANOVA cho thấy giá trị Sig. của kiểm định F bằng 0,000 (nhỏ hơn 0,05), có nghĩa là mô hình hồi quy tuyến tính với dữ liệu thu thập được và các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê.

Kết quả phân tích các hệ số hồi quy cho thấy, giá trị Sig. của kiểm định t ở 3 yếu tố CT, TD và CM lần lượt là 0,012; 0,000 và 0,000 (đều nhỏ hơn 0,05). Do đó, có thể nói rằng các biến độc lập đều có tác động đến Sự hài lòng chung của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19. Ngoài ra, hệ số β chuẩn hóa của yếu tố *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* (CT) là 0,115, của *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* (TD) là 0,287, của *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* (CM) là 0,515. Tất cả các yếu tố đều mang dấu dương, nên đều có ý nghĩa trong mô hình và tác động cùng chiều đến Sự hài lòng chung của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19.

Phương trình hồi quy về sự ảnh hưởng của các yếu tố *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* (CT), *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* (TD), *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* (CM) đối với Sự hài lòng chung của khách hàng trong hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 như sau:

$$HLC = 0,115 * CT + 0,287 * TD + 0,515 * CM + \epsilon$$

Các yếu tố đều làm tăng sự Sự hài lòng chung của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19. Trong ba yếu tố làm tăng sự hài lòng chung của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 thì nhân tố *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* có mức

ảnh hưởng mạnh nhất. Do đó, công tác đào tạo có ý nghĩa vô cùng quan trọng, vừa giúp đảm bảo cung cấp cho người học kiến thức chuyên môn vững chắc và có thể vận dụng vào thực tiễn ngay sau khi ra trường, từ đó làm tăng sự hài lòng của khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh cho nhà thuốc.

5 Kết luận

Trước yêu cầu thực tiễn, bệnh nhân mắc COVID-19 điều trị tại nhà là điều không thể tránh khỏi. Chất lượng hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 sẽ giúp ích cho quá trình điều trị. Khảo sát được tiến hành trên 400 khách hàng. Các nội dung chính của phiếu khảo sát bao gồm 19 biến quan sát, trong đó có 5 biến quan sát về *Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc* (CT1-CT5), 7 biến quan sát về *Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc* (TD1, TD3, TD5-TD7) và 7 biến quan sát về *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc* (CM1-CM7).

Từ kết quả phân tích thống kê trung bình (mean) cho thấy, khách hàng cảm thấy “Hài lòng” với 3 nhân tố. Tất cả 3 nhân tố đề xuất đều có ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng về hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19, trong đó, nhân tố “*Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc*” có ảnh hưởng mạnh nhất, được thể hiện qua hệ số β chuẩn hóa lớn nhất (0.515). Nhân tố có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của khách hàng đứng thứ hai là “*Phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc*” với hệ số β chuẩn hóa là 0.87, và cuối cùng là “*Thuốc và hoạt động cung ứng thuốc*” với hệ số β chuẩn hóa là 0.115.

6 Kiến nghị

Nghiên cứu chỉ dừng lại ở phương pháp lấy mẫu thuận tiện và khảo sát 10 nhà thuốc trên địa bàn TP. Thủ Đức. Điều này gây ra hạn chế của đề tài. Do đó, tác giả đề xuất trong thời gian tới, mở rộng phạm vi nghiên cứu để có thể áp dụng kết quả cho quần thể nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu cho thấy trong 3 yếu tố ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với hoạt động cung ứng và tư vấn sản phẩm điều trị COVID-19 thì yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng là *Trình độ chuyên môn của nhân viên bán thuốc*. Do đó, việc nâng cao chất lượng đào tạo là một việc làm hết sức cần thiết, cần nhanh chóng triển khai các hoạt động đào tạo chuyên môn gắn liền với hoạt động gắn kết với các doanh nghiệp để sinh viên có

những trải nghiệm thực tế trong quá trình học, đảm bảo sau khi ra trường sinh viên có thể đáp ứng được các yêu cầu của công việc, tư vấn giúp đỡ người bệnh trong quá trình điều trị. Ngoài ra phong cách bán hàng và thái độ phục vụ của nhân viên bán thuốc cũng là yếu tố rất quan

trọng, cần phải định hướng về thái độ và đạo đức hành nghề cho sinh viên trong quá trình đào tạo.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu được tài trợ bởi Quỹ phát triển Khoa học và Công nghệ – Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, mã đề tài 2022.01.115/HĐ-KHCN.

Tài liệu tham khảo

1. Srinivasa Reddy Tiyyagura, A. Purnanand and Mohan Raj Rathinavelu (2014). Assessment of Good Pharmacy Practice (GPP) in Pharmacies of Community Settings in India. *IOSR Journal of Pharmacy*, 4(12).
2. Vũ Thanh Bình (2015). Nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng mua thuốc tại các nhà thuốc trên địa bàn tỉnh Phú Thọ. Luận văn Thạc sĩ Dược học, Trường Đại học Dược Hà Nội.
3. Sở Y tế TP.HCM (2021). Công văn số 9297/SYT-NVD về việc huy động hệ thống nhà thuốc tham gia công tác phòng, chống dịch COVID-19, ban hành ngày 13/12/2021.
4. Bộ Y tế (2018). Thông tư số 02/2018/TT-BYT quy định về thực hành tốt cơ sở bán lẻ thuốc, ban hành ngày 22 tháng 01 năm 2018.
5. Mohamud, A. I., Shire, F. A., Hussain, K. S., Mahmoud, A. N., & Taha, L. O. (2021). Assessing Patient Satisfaction with the Service Quality Provided in Community Pharmacies: Khartoum Locality, Sudan. *Journal of Young Pharmacists*, 13(4), pp. 405
6. Hà Nam Khánh Giao và Trần Ngọc Thi (2020), Các nhân tố tác động đến chất lượng chuỗi nhà thuốc tại TP.HCM. *SSRN Electronic Journal*.
7. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L., (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (fall): 41-50.
8. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L., (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1): 12-40.
9. Bộ Y tế (2022), Quyết định số 261/QĐ-BYT về việc ban hành “Hướng dẫn quản lý người mắc COVID-19 tại nhà”, ban hành ngày 31/01/2022.
10. Đào Thị Minh An (2019). Giáo trình dịch tễ học một số bệnh phổ biến. NXB Y Học, tr 120.

Evaluate the customer satisfaction of supply and consultation activities of COVID-19 treatment products at some pharmacies in Thu Duc city.

Nguyen Thi Nhu Quynh - quynhntn@ntt.edu.vn

Faculty of Pharmacy, Nguyen Tat Thanh University

Abstract The outbreak of COVID-19 and its widespread spread has created a serious overload for the health system. In such situation, self-treatment has practical significance and its effectiveness is mainly determined by pharmacies. The research objective is to build a survey questionnaire and determine the level of customer satisfaction on the supply and consultation of COVID-19 treatment products at a number of pharmacies in Thu Duc, Ho Chi Minh City. The study used qualitative method (by referring to previous research topics to build preliminary survey questionnaires) combined with quantitative research through 02 phases: (1) a preliminary survey on 30 customers to assess the reliability of the scales, (2) an official survey of 400 customers to assess the customer satisfaction. The obtained results showed that customers were satisfied with the supply and consultation of COVID-19 treatment products at 10 surveyed pharmacies and all three proposed factors had a positive influence on customer satisfaction, among which the factor “Professional qualification of drug salesperson” had the strongest impact.

Keywords COVID-19, satisfaction, supply, consultation, influencing factors, COVID-19 treatment products.

