

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



DƯƠNG THỊ MỘNG CẨM

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH
MUA THỰC PHẨM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG
TẠI THÀNH PHỐ TRÀ VINH, TỈNH TRÀ VINH**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ NGÀNH: 8340101**

Cần Thơ, tháng 10 năm 2022

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



DƯƠNG THỊ MỘNG CẨM

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH
MUA THỰC PHẨM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG
TẠI THÀNH PHỐ TRÀ VINH, TỈNH TRÀ VINH**

LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã ngành: 8340101**

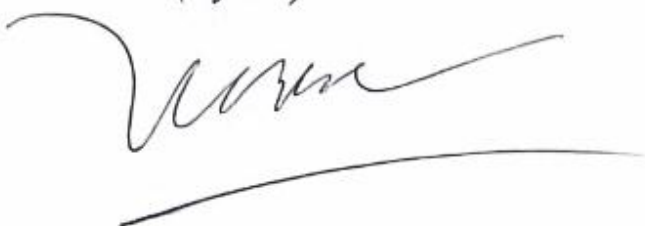
**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
TS. ĐOÀN HOÀI NHÂN**

Cần Thơ, tháng 10 năm 2022

TRANG CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận văn/Đề án này, với đề tựa là “**Cảm nhận rủi ro đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại Thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh**”, do học viên **Dương Thị Mộng Cẩm** thực hiện theo sự hướng dẫn của TS. Đoàn Hoài Nhân Luận văn/Đề án đã báo cáo và được Hội đồng chấm luận văn/đề án thông qua ngày 15/10/2022.

Ủy viên
(Ký tên)



TS. Nguyễn Hồng Gấm
Phản biện 1
(Ký tên)

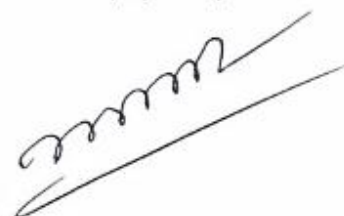
Thư ký
(Ký tên)



TS. Trần Thị Thùy
Phản biện 2
(Ký tên)



PGS-TS. Nguyễn Hải Quang
Cán bộ hướng dẫn
(Ký tên)



TS. Vũ Văn Đông
Chủ tịch Hội đồng
(Ký tên)

TS. Đoàn Hoài Nhân



PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

LỜI CẢM TẠ

Tôi xin trân trọng bày tỏ lòng biết ơn đến Ban Giám hiệu Trường, Ban Lãnh đạo, các Thầy Cô khoa Kinh tế Trường Đại học Nam Cần Thơ đã tạo mọi điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Tôi vô cùng biết ơn đến TS. Đoàn Hoài Nhân, người hướng dẫn đề tài, đã tận tình hướng dẫn, truyền đạt những tri thức bổ ích, kinh nghiệm thực tế, tác phong làm việc, tư duy khoa học, đã quan tâm và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho tôi trong suốt thời gian thực hiện và hoàn thành luận văn này.

Kính chúc Quý Thầy Cô, các Anh, Chị và các bạn được dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và thành đạt.

Xin trân trọng cảm ơn!

Cần Thơ, ngày tháng 10 năm 2022

Học viên thực hiện

Dương Thị Mộng Cẩm

TÓM TẮT

Trong bối cảnh hiện nay khi mà vấn đề về vệ sinh ATTP là vấn đề đáng quan ngại của toàn xã hội, tại Việt Nam vấn đề về vệ sinh ATTP đang trở nên phức tạp nhưng gần như chưa có các công trình nghiên cứu đề cập và phân tích đầy đủ về hành vi lựa chọn thực phẩm của người tiêu dùng. Chính vì vậy tác giả chọn đề tài **“Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Trà Vinh”**. Đề tài được xây dựng nhằm phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh.

Nghiên cứu được thực hiện với phương pháp các phương pháp phân tích dữ liệu như thống kê mô tả, hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy nhị phân.

Kết quả nghiên cứu cho thấy có các nhân tố ảnh hưởng cùng chiều đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh lần lượt là niềm tin vào cơ quan quản lý nhà nước; niềm tin vào cơ quan cấp giấy chứng nhận ATTP; niềm tin vào nhà chăn nuôi; niềm tin vào nhà giết mổ; niềm tin vào nhà bán lẻ. Riêng nhân tố cảm nhận sự rủi ro thì ảnh hưởng ngược chiều đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng trên địa bàn thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh. Theo đó, các nhân tố có tác động đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh theo mức độ giảm dần như sau: Niềm tin vào cơ quan quản lý nhà nước (có hệ số beta bằng 0,932), tiếp đến là nhân tố niềm tin vào nhà chăn nuôi (có hệ số beta bằng 0,788) và niềm tin vào cơ quan cấp giấy chứng nhận ATTP (có hệ số beta bằng 0,714), kế đến là nhân tố niềm tin vào nhà bán lẻ (có hệ số beta bằng 0,699), nhân tố niềm tin vào nhà giết mổ (có hệ số beta bằng 0,548) và cuối cùng là nhân tố cảm nhận sự rủi ro (có hệ số beta bằng -0,900).

Từ kết quả nghiên cứu đạt được tác giả đề xuất các hàm ý quản trị như hàm ý quản trị đối với các yếu tố như: gia tăng cảm nhận sự tin tưởng đối với cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan cấp giấy chứng nhận ATTP, đối với nhà chăn nuôi, đối với nhà giết mổ và đối với nhà bán lẻ. Bên cạnh đó, tác giả còn đưa ra hàm ý quản trị giúp hạn chế cảm nhận rủi ro của người tiêu dùng khi tiêu dùng thực phẩm từ đó gia tăng ý định tiêu dùng thực phẩm của người dân trên địa bàn đề tài nghiên cứu.

ABSTRACT

In the current context when the issue of food hygiene and safety is a concern of the whole society, in Vietnam the issue of food hygiene and safety is becoming complicated, but there are almost no research works on it. and comprehensive analysis of the food choice behavior of consumers. Therefore, the author chooses the topic "Perception of risks to consumers' intention to buy food in Tra Vinh city". The study was built to analyze the perceived risk to consumers' intention to buy food in Tra Vinh city, Tra Vinh province.

The study was carried out with data analysis methods such as descriptive statistics, Cronbach's Alpha reliability coefficient, exploratory factor analysis EFA and binary regression.

The research results show that there are factors that positively affect consumers' intention to buy food in Tra Vinh city, Tra Vinh province, respectively, trust in state management agencies; trust in food safety certification bodies; belief in breeders; belief in slaughterhouses; trust and retailer. Particularly, the perceived risk factor has the opposite effect on the intention to buy food of consumers in Tra Vinh city, Tra Vinh province. Accordingly, the factors affecting the intention to buy food of consumers in Tra Vinh city, Tra Vinh province in decreasing order as follows: Confidence in state management agencies (with a beta coefficient equal to 0.932), followed by the factor of trust in farmers (with a beta coefficient of 0.788) and confidence in a food safety certification authority (with a beta of 0.714), followed by the factor of trust and retailer (with a beta of 0.699), the abattoir confidence factor (with a beta of 0.548) and finally the perceived risk factor (with a beta of -0.900).

From the research results obtained, the author proposes governance implications such as governance implications for factors such as: increasing the perception of trust in state management agencies, and certification bodies. Food safety, for breeders, slaughterhouses, and slaughterhouses. In addition, the author also provides managerial implications to help limit consumers' perception of risk when consuming food, thereby increasing the intention to consume food of people in the research area

TRANG CAM KẾT KẾT QUẢ

Tôi xin cam kết nghiên cứu **“Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh”** được hoàn thành dựa trên các kết quả nghiên cứu của tôi và các kết quả nghiên cứu này chưa được dùng cho bất cứ luận văn cùng cấp nào khác.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2022

Người thực hiện

Dương Thị Mộng Cẩm

MỤC LỤC

LỜI CẢM TẠ	i
TÓM TẮT.....	ii
ABSTRACT	iii
TRANG CAM KẾT KẾT QUẢ.....	iv
MỤC LỤC	v
DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	x
Chương 1: GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI.....	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
1.2 MỤC TIÊU VÀ CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	2
1.2.1 Mục tiêu nghiên cứu	2
1.2.2 Câu hỏi nghiên cứu.....	2
1.3 ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	3
1.3.1 Đối tượng nghiên cứu	3
1.3.2 Phạm vi nghiên cứu	3
1.4 Ý NGHĨA CỦA NGHIÊN CỨU	3
1.5 DỰ KIẾN KẾT CẤU LUẬN VĂN.....	4
Chương 2: TỔNG QUAN TÀI LIỆU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	6
2.1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	6
2.1.1 Khái niệm về thực phẩm và an toàn thực phẩm	6
2.1.2 Lý thuyết hành vi.....	7
2.1.3 Hành vi tiêu dùng thực phẩm	9
2.1.4 Lý thuyết đánh giá mang tính nhận thức của cảm xúc	11
2.1.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng thực phẩm	13
2.1.6 Cảm nhận rủi ro	15
2.2 TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU TRƯỚC	16
2.2.1 Nghiên cứu trong nước	16
2.2.2 Nghiên cứu nước ngoài	18
2.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	19
Chương 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	23
3.1 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU	23
3.2 NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH.....	24
3.3 XÂY DỰNG THANG ĐO TRONG NGHIÊN CỨU	25
3.4 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG	27
3.4.1 Phương pháp chọn mẫu và thu thập dữ liệu	27
3.4.2 Phương pháp phân tích dữ liệu	28
Chương 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	31
4.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU	31

4.2 PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH MUA THỰC PHẨM CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ TRÀ VINH, TỈNH TRÀ VINH	33
4.2.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu	33
4.2.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo	35
4.2.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA	45
4.2.6 Phân tích hồi quy nhị phân	48
4.3 Thảo luận kết quả nghiên cứu	51
4.3.1 Kiểm định giả thuyết nghiên cứu	51
4.3.2 So sánh kết quả nghiên cứu đạt được với thực tế và các nghiên cứu trước có liên quan	52
Chương 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	54
5.1 KẾT LUẬN	54
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	54
5.2.1 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của cơ quan quản lý nhà nước đối với người tiêu dùng	55
5.2.2 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của nhà chăn nuôi đối với người tiêu dùng	56
5.2.3 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với cơ quan chứng nhận ATTP	58
5.2.4 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với nhà bán lẻ	59
5.2.4 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với nhà giết mổ.....	60
5.2.5 Hàm ý quản trị về gia tăng niềm tin của người tiêu dùng đối với nhà giết mổ.....	61
5.2.6 Hàm ý quản trị về hạn chế cảm nhận rủi ro của người tiêu dùng nhằm gia tăng ý định tiêu dùng thực phẩm.....	62
5.3 HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO.....	63
5.3.1 Hạn chế của đề tài.....	63
5.3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo	64
TÀI LIỆU THAM KHẢO	65

DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng</i>	<i>Trang</i>
Bảng 3.1. Thang đo trong nghiên cứu	25
Bảng 4.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu về giới tính, tình trạng hôn nhân.....	32
Bảng 4.2 Đặc điểm mẫu nghiên cứu về độ tuổi người tiêu dùng	33
Bảng 4.3 Đặc điểm mẫu nghiên cứu về thu nhập hàng tháng	33
Bảng 4.4 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha thang đo niềm tin vào cơ quan quản lý nhà nước	34
Bảng 4.5 Tiêu chí niềm tin vào cơ quan quản lý nhà nước	35
Bảng 4.6 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha thang đo niềm tin vào Cơ quan chứng nhận vệ sinh ATTP.....	35
Bảng 4.7 Tiêu chí niềm tin vào việc chứng nhận VSATTP của cơ quan quản lý nhà nước	36
Bảng 4.8 Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha thang đo niềm tin vào nhà chăn nuôi	37
Bảng 4.9 Tiêu chí niềm tin vào nhà chăn nuôi	38
Bảng 4.10 Hệ số Cronbach's Alpha thang đo yếu tố niềm tin vào nhà giết mổ	38
Bảng 4.11 Tiêu chí niềm tin vào nhà giết mổ.....	39
Bảng 4.12. Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha thang đo niềm tin vào nhà bán lẻ	40
Bảng 4.13 Tiêu chí niềm tin vào nhà bán lẻ.....	40
Bảng 4.14 Kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha thang đo cảm nhận rủi ro	41
Bảng 4.15 Tiêu chí mức độ cảm nhận rủi ro	42
Bảng 4.16 Tổng hợp các biến đưa vào phân tích nhân tố khám phá.....	42
Bảng 4.17 Kiểm định KMO and Bartlett's Test	44
Bảng 4.18 Kiểm định Total Variance Explained	45
Bảng 4.19 Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm của người tiêu dùng tại thành phố Trà Vinh, tỉnh Trà Vinh.....	47
Bảng 4.20 Mô tả đặc điểm dữ liệu phân tích hồi quy nhị phân.....	48
Bảng 4.21 Dự đoán kết quả sử dụng dịch vụ Smartbanking của khách hàng	48
Bảng 4.22 Kiểm định sự phù hợp của mô hình hồi quy.....	49
Bảng 4.23 Bảng Model Summary cho kết quả tóm tắt của mô hình.....	49
Bảng 4.24 Kết quả hồi quy	49

DANH MỤC HÌNH

<i>Hình</i>	<i>Trang</i>
Hình 2.1 Quá trình ra quyết định của khách hàng.....	8
Hình 2.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	20
Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu.....	23

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Viết tắt	Nguyên nghĩa
ATTP	An toàn thực phẩm
CNRR	Cảm nhận rủi ro
EFA	Phân tích nhân tố khám phá
FAO	Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên Hiệp Quốc
NTCQCNATTP	Cơ quan chứng nhận vệ
NTCQNN	Cơ quan quản lý nhà nước
NTNBL	Niềm tin nhà bán lẻ
NTNCN	Niềm tin nhà chăn nuôi
NTNGM	Niềm tin nhà giết mổ
UBND	Ủy ban nhân dân
VSATTP	Vệ sinh an toàn thực phẩm
YDMTP	Ý định mua thực phẩm