

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



HỨA MINH TUẤN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
MUA THUỐC KHÔNG KÊ TOA CỦA
NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TỈNH BẠC LIÊU**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã ngành: 8340101

CẦN THƠ, NĂM 2022

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



HỨA MINH TUẤN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
MUA THUỐC KHÔNG KÊ TOA CỦA
NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TỈNH BẠC LIÊU**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ
Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh
Mã ngành: 8340101**

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
TS. LƯU TIẾN THUẬN**

CẦN THƠ, NĂM 2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn: **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa của người tiêu dùng tại tỉnh Bạc Liêu ”** là kết quả của quá trình nghiên cứu của riêng tôi. Ngoại trừ các nội dung tham khảo từ các công trình nghiên cứu khác được đưa ra trong phần tài liệu tham khảo của luận văn, các số liệu điều tra, kết quả nghiên cứu đưa ra trong luận văn là trung thực và chưa được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào trước đó.

Cần Thơ, ngày tháng 04 năm 2022

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu và đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn thuốc OTC của người dân, từ đó rút ra một số kiến nghị. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu đem lại ý nghĩa thực tiễn quan trọng cho doanh nghiệp dược định hướng phát triển kênh OTC này trong hiện tại và tương lai với tình hình nhà nước siết chặt quản lý thuốc tân dược nhất là thuốc kháng sinh và thuốc thuộc nhóm kê đơn và đề tài này cũng một phần giúp quản lý nhà nước (Bộ Y tế, Sở Y tế, Phòng Y tế) có cái nhìn và hướng quản lý tốt hơn.

Từ cơ sở lý thuyết nền và các nghiên cứu thực nghiệm, tác giả trình bày các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn thuốc không kê đơn của người tiêu dùng, đưa ra giả thuyết nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn thuốc OTC của người dân tại Bạc Liêu. Mô hình có sáu biến độc lập: (1) Ảnh hưởng từ nhóm tham khảo, (2) Lòng tin của khách hàng, (3) Giá thuốc, (4) Chất lượng của sản phẩm, (5) Truyền thông tại nhà thuốc, và cuối cùng là (6) Bao bì của sản phẩm. và một biến phụ thuộc là quyết định lựa chọn thuốc OTC.

Nghiên cứu định lượng được tiến hành trên mẫu khảo sát 300 người dân, nhà thuốc bán lẻ tại Bạc Liêu bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Hình thức khảo sát là phát bảng câu hỏi rồi thu lại trực tiếp từ khách hàng. Mỗi câu hỏi được đo lường dựa trên thang đo Likert 5 mức độ; phân tích dữ liệu bằng SPSS.

Sau đó, kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá được thực hiện. Kết quả từ nghiên cứu định lượng, thang đo chính thức còn lại 23 biến quan sát, quyết định mua thuốc không kê toa có 3 biến quan sát. Dữ liệu được thu thập từ 300 người tiêu dùng tại Bạc Liêu. Kết quả từ kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa. Phân tích hồi quy tuyến tính cho mô hình cho thấy có 6 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa của người tiêu dùng tác động theo thứ tự: (1) Ảnh hưởng từ nhóm tham khảo, (2) Lòng tin của khách hàng, (3) Giá thuốc, (4) Chất lượng của sản phẩm, (5) Truyền thông tại nhà thuốc, và cuối cùng là (6) Bao bì của sản phẩm.

Kết quả nghiên cứu giúp cho các doanh nghiệp dược phẩm hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa của người tiêu dùng để đưa ra được những chiến lược phù hợp, đồng thời giúp cho nhà thuốc bán lẻ nhận ra những yếu tố thu hút người tiêu dùng

MỤC LỤC

	Trang
TÓM TẮT	ix
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Tổng quan nghiên cứu trước	2
2.1 Nghiên cứu nước ngoài.....	2
2.2 Nghiên cứu trong nước	2
3. Mục tiêu nghiên cứu	3
3.1 Mục tiêu nghiên cứu chung.....	3
3.2 Mục tiêu nghiên cứu cụ thể.....	3
4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu	3
4.1 Đối tượng nghiên cứu	3
4.2 Phạm vi nghiên cứu.....	4
5. Phương pháp nghiên cứu	4
6. Ý nghĩa thực tiễn của đề tài nghiên cứu.....	4
7. Kết cấu đề tài nghiên cứu.....	4
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU.....	6
2.1. Các Khái niệm hành vi người tiêu dùng.....	6
2.2. Quyết định lựa chọn của người tiêu dùng.....	7
2.1.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sắm.....	7
2.3 KHÁI QUÁT VỀ THUỐC VÀ THUỐC KHÔNG KÊ TOA.....	14
2.3.2 Phân biệt thuốc không kê đơn và thuốc kê đơn.....	15
2.3.3 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	15
2.3.4 Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa trước đây.....	15

2.3.4.1	Nghiên cứu của Shah (2010)	15
2.3.4.2	Nghiên cứu của Zhou (2012).....	16
2.3.5	Mô hình nghiên cứu đề xuất	17
2.4	TÓM TẮT	22
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU		23
3.1	THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU.....	23
3.1.2	Phương pháp thu thập số liệu.....	23
3.2	XÂY DỰNG THANG ĐO	26
3.2.1	Thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa của người tiêu dung:.....	26
CHƯƠNG 4: CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA THUỐC KHÔNG KÊ TOA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI TỈNH BẠC LIÊU		32
4.1	KHÁI QUÁT ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU	32
4.1.1	Vị trí địa lý	32
4.1.2	Tình hình kinh tế tại tỉnh Bạc Liêu	32
4.1.3	Dân số tỉnh Bạc Liêu.....	33
4.2	THỊ TRƯỜNG DƯỢC VIỆT NAM	34
4.3	THỰC TRẠNG NHU CẦU THUỐC KHÔNG KÊ TOA TẠI THỊ TRƯỜNG BẠC LIÊU	41
4.3.1	Đặc điểm mẫu nghiên cứu	41
4.3.2	Mô tả mẫu nghiên cứu	43
4.4	CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA THUỐC KHÔNG KÊ TOA CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI BẠC LIÊU	44
4.4.3	PHÂN TÍCH HỒI QUI TUYẾN TÍNH.....	52
TÓM TẮT CHƯƠNG 4		58
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....		59

5.1 KẾT LUẬN.....	59
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP DƯỢC PHẨM, NHÀ THUỐC BÁN LẺ.....	60
5.3 HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	64
TÀI LIỆU THAM KHẢO	66
TÀI LIỆU TIẾNG ANH	67
PHỤ LỤC 1: BẢNG CÂU HỎI.....	70
PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG.....	76

DANH MỤC BẢNG BIỂU

	Trang
Bảng 2.1 Tóm tắt mô hình đề xuất	22
Bảng 4.1: Thông tin chung của đáp viên	41
Bảng 4.2 Mục đích mua thuốc không kê toa của người tiêu dùng	43
Bảng 4.3 Số tiền chi tiêu trung bình cho một lần mua thuốc.....	43
Bảng 4.4 Phân tích độ tinh cậ̣y của các nhân tố ảnh hưởng quyết định mua thuốc không kê đơn tại Tỉnh Bạc Liêu	45
Bảng 4.5 Bảng kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập	47
Bảng 4.6 Kết quả phân tích ma trận nhân tố	48
Bảng 4.7 Kết quả hệ số điểm nhân tố	49
Bảng 4.8 Bảng phân tích EFA biến phụ thuộc.....	51
Bảng 4.9 Anova.....	52
Bảng 4.10 Bảng mô tả kết quả phân tích hồi qui	53
Bảng 4.11 Hệ số hồi qui	54

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

	Trang
Hình 2.1 Các yếu tố quyết định giá trị dành cho khách hàng	8
Hình 2.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng	10
Hình 2.3 Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua thuốc không kê toa của Shah (2010)	16
Hình 2.4 Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định.....	17
Hình 2.5 Mô hình nghiên cứu đề xuất	21
Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu	25
Hình 4.1 Phân bố dân cư giữa thành thị và nông thôn qua các năm.....	34
Hình 4.2 Doanh thu dược phẩm theo dự báo của SSI.....	35
Hình 4.3 Sản lượng tiêu thụ dược phẩm theo dự báo của BMI	36
Hình 4.4 Vốn sở hữu của các doanh nghiệp dược phẩm hàng đầu Việt Nam	38
Hình 4.5 Doanh thu và kế hoạch mở rộng chuỗi nhà thuốc Long Châu, 2021	39
Hình 4.6 Phỏng vấn người tiêu dùng theo khu vực	44

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

BL	: Bạc Liêu
OTC	: Over The Counter (Thuốc bán không kê toa)
EFA	: Exploratory Factor Analysis (Phân tích nhân tố khám phá EFA)
MIMS	: Medical Information Management Systems (Hệ thống quản lý thông tin y tế)
SEM	: Structural Equation Modeling (Mô hình cấu trúc tuyến tính)
ISO	: International Organization for Standardization (Tiêu chuẩn Quốc tế)
WHO	: World Health Organization (Tổ chức y tế thế giới)
KMO	: Kaiser – Mayer Olkin (Kiểm định KMO)