

Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng sẵn sàng chi trả cho thực phẩm an toàn của người tiêu dùng Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Văn Thích^(*)

Ngày nhận bài: 04/01/2022 | Biên tập xong: 02/3/2022 | Duyệt đăng: 10/3/2022

TÓM TẮT: Ngày nay, các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm đang trở nên quan trọng đối với người tiêu dùng Việt Nam, đặc biệt là khu vực thành thị, nơi có mức sống ngày càng cao. Việc lựa chọn những sản phẩm có mức độ an toàn cao thường đòi hỏi người tiêu dùng phải bỏ ra mức chi phí cao hơn so với những sản phẩm thông thường. Chính vì vậy, không phải khách hàng nào cũng sẵn sàng chi trả (SSCT) với mức giá cao đối với những sản phẩm có chất lượng cao, mức an toàn cao. Do đó, nghiên cứu này tiến hành khảo sát người tiêu dùng khu vực Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) nhằm xác định các yếu tố quyết định đến mức độ SSCT của người tiêu dùng cho những sản phẩm hữu cơ, cụ thể là sản phẩm sữa organic. Kết quả nghiên cứu cho thấy thu nhập, sự tin tưởng vào thương hiệu, và trình độ học vấn có tác động tích cực đến khả năng SSCT cho những sản phẩm thực phẩm an toàn của người tiêu dùng TP. HCM.

TỪ KHÓA: Người tiêu dùng, sẵn sàng chi trả, an toàn thực phẩm, thương hiệu, rủi ro.

Mã phân loại JEL: D0, D4, H0, H3, R1, R3.

1. Giới thiệu

Mô hình tiêu dùng thực phẩm của hộ gia đình ở Việt Nam đang chuyển dần từ thực phẩm làm từ ngũ cốc sang các mặt hàng giàu dinh dưỡng như thịt, cá và sữa. Điều này là do mức sống ngày càng cao (Mottaleb, Krupnik, & Erenstein, 2016). Đồng thời, các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm đang trở nên quan trọng đối với người tiêu dùng Việt Nam. Tuy nhiên, trong những năm gần đây đã xảy

ra nhiều sự cố về an toàn thực phẩm như sữa nhiễm melamine, thịt lợn dùng chất tạo nạc, rau có chứa quá nhiều chất bảo vệ thực phẩm đã làm xói mòn niềm tin của người tiêu dùng

^(*) Nguyễn Văn Thích - Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM; 36 Tôn Thất Đạm, Phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh; Email: thichnv@buh.edu.vn.