

# NGHIÊN CỨU HÀNH VI TIÊU THỤ THỰC PHẨM CỦA CƯ DÂN ĐÔ THỊ TẠI QUẬN LONG BIÊN, THÀNH PHỐ HÀ NỘI DƯỚI GÓC NHÌN ĐỊA LÝ NHÂN VĂN

Phan Quỳnh Lâm<sup>1</sup>, Nguyễn Hồ Cẩm Tú<sup>2</sup>, Hoàng Thị Thu Hương<sup>3</sup>, Đặng Hữu Liệu<sup>4</sup>, Nguyễn Mạnh Khải<sup>5</sup>, Lisa-Marie Hemerijckx<sup>6</sup>

**Tóm tắt:** Tại Việt Nam, thực phẩm thường xuyên trở thành chủ đề “nóng” trên các mặt báo. Các chủ đề này thường phản ánh những lo ngại về an toàn và chất lượng trong chuỗi cung ứng thực phẩm đô thị, đặc biệt tại những khu vực có tốc độ đô thị hóa nhanh như quận Long Biên - thành phố Hà Nội. Nghiên cứu này sử dụng 164 phiếu điều tra xã hội học kết hợp với phương pháp phân tích thống kê và hệ thống thông tin địa lý (GIS), đã chỉ ra sự phân hóa trong tiêu thụ thực phẩm của cư dân tại quận Long Biên theo các đặc điểm xã hội khác nhau. Cụ thể là có sự chênh lệch đáng kể giữa các nhóm dân cư có mức thu nhập cao và nhóm người có mức thu nhập thấp về mức độ chấp nhận thực phẩm nông nghiệp đô thị. Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, mặc dù người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng thực phẩm nhưng việc tiếp cận thực phẩm sạch vẫn còn hạn chế do giá thành cao và thiếu thông tin đáng tin cậy. Những phát hiện này đóng góp vào định hướng phát triển nông nghiệp đô thị, chuỗi thực phẩm đô thị cũng như chính sách về quy hoạch đô thị tại Việt Nam.

**Từ khóa:** Địa lý nhân văn; Hành vi tiêu thụ thực phẩm; Long Biên; Thực phẩm đô thị.

## A STUDY ON FOOD CONSUMPTION BEHAVIOR OF URBAN RESIDENTS IN LONG BIEN DISTRICT, HANOI FROM THE PERSPECTIVE OF HUMAN GEOGRAPHY

**Abstract:** In Vietnam, food is often a “hot” topic in the press. These topics often reflect concerns about safety and quality in the urban food supply chain, especially in rapid urbanization areas such as Long Bien district - Hanoi city. Using 164 questionnaires combined with statistical and GIS analysis, the paper shows that there exists a differentiation in food consumption behavior of urban residents in Long Bien district according to different social characteristics. Specifically, there is a significant difference between high-income and low-income groups in the level of acceptance of urban agricultural food. The paper also releases that, despite consumers’ increasing concern about food quality, access to safe food remains limited due to high prices and a lack of reliable information.

<sup>1,2</sup> Sinh viên, Khoa Địa lý, Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, ĐHQGHN.

<sup>3</sup>PGS.TS, Khoa Địa lý, Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, ĐHQGHN, email liên hệ: huonghoangbg@yahoo.com.

<sup>4</sup>TS, Khoa Địa lý, Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, ĐHQGHN.

<sup>5</sup>GS.TS, Khoa Môi trường, Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, ĐHQGHN.

<sup>6</sup>TS., Department of Earth and Environmental Sciences, Faculty of Sciences, KU Leuven (Belgium).

*These findings contribute to the debate on urban agriculture, urban food chains as well as urban planning in Vietnam.*

**Keywords:** *Human Geography; Food Consumption Behavior; Long Bien; Urban Food.*

*Nộp bản thảo: 24/3/2025*

*Chấp nhận đăng: 15/9/2025*

*Dữ liệu điều tra xã hội học của bài báo này là kết quả của quá trình nghiên cứu và hợp tác cùng Tiến sĩ Lisa-Marie Hemerijckx, điều tra viên chính (PI) và người đứng đầu nhóm thu thập dữ liệu, cùng các cộng sự đến từ trường Đại học KU Leuven (Vương quốc Bỉ). Việc sử dụng dữ liệu đã được sự đồng ý của Tiến sĩ Lisa-Marie Hemerijckx.*

## 1. Mở đầu

Trong bối cảnh công nghệ phát triển mạnh mẽ, chuỗi cung ứng hệ thống thực phẩm - đặc biệt là tại các đô thị - vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức nghiêm trọng. Tại Việt Nam, các khu đô thị lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh thường xuyên xuất hiện trên tuyến thông với các vụ liên quan đến mất an toàn thực phẩm, thực phẩm kém chất lượng hoặc không rõ nguồn gốc. Điều này phản ánh những bất cập trong chuỗi cung ứng thực phẩm đô thị, bao gồm cả khâu sản xuất, vận chuyển, phân phối và kiểm soát chất lượng. Việc đảm bảo an toàn và truy xuất nguồn gốc thực phẩm đang trở thành yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và chất lượng sống.

Một trong những khu vực điển hình cho quá trình đô thị hóa nhanh là quận Long Biên (Hà Nội). Đây là quận có diện tích lớn nhất và duy nhất nằm ở tả ngạn sông Hồng thuộc thành phố Hà Nội. Dân số của quận năm 2023 là 351,4 nghìn người (đứng thứ 7 trong tổng số 30 đơn vị hành chính của Hà Nội), mật độ dân số 5703 người/km<sup>2</sup> (Cục thống kê thành phố Hà Nội, 2023) đứng thứ 12/30 quận huyện của Hà Nội. Với đời sống kinh tế-xã hội phát triển nhanh, Long Biên đang chứng kiến nhu cầu ngày càng cao về thực phẩm sạch, an toàn và tiện lợi. Tuy nhiên, tốc độ đô thị hóa nhanh đã tạo ra khoảng cách về khả năng tiếp cận nguồn thực phẩm an toàn giữa khu đô thị mới - nơi có hạ tầng phát triển và khu dân cư truyền - nơi hạ tầng còn yếu, đồng thời có sự khác nhau về hành vi tiêu thụ thực phẩm của cư dân ở hai khu vực này.

Dựa vào tổng quan các công trình nghiên cứu trước đây, chúng tôi nhận thấy các nghiên cứu hành vi tiêu thụ thực phẩm tại Việt Nam hiện nay mới chỉ tập trung vào nghiên cứu thuần túy định lượng áp dụng các mô hình hồi quy và các lý thuyết kinh tế lượng. Các phương pháp và mô hình được sử dụng bao gồm: mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM) (Phan Thị Nhung và nnk, 2023; Hà Thị Thu Hòa và nnk, 2020), phương pháp hồi quy đa biến, phương pháp tiếp cận từ lý luận tới thực tiễn (Lê Thị Hồng Quyên và nnk, 2024). Cũng có các nghiên cứu tập trung vào các phương pháp định tính nhưng mới chỉ dừng lại ở bước tổng quan tài liệu như Lê Thị Hồng Quyên và nnk (2024) hoặc xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá như Nguyễn Hoàng Việt và nnk (2019). Các nghiên cứu theo hướng tiếp cận địa lý đô thị và xã hội học đô thị, tức là xem xét sự khác biệt về sự lựa chọn các địa điểm tiêu thụ thực phẩm giữa các nhóm người khác nhau vẫn còn hạn chế. Thêm vào đó, phần lớn các phương pháp chỉ tập trung vào một nhóm thực phẩm nhất định như thực phẩm hữu cơ, trong khi bỏ qua các loại hình thực phẩm nông nghiệp đô thị khác, tức là là các loại thực phẩm được sản xuất thông qua hoạt động nông nghiệp đô thị - tức là trồng trọt, chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản và

chế biến thực phẩm ngay trong hoặc gần khu vực thành thị (Lê Hoàng Tiến và nnk, 2020). Nghiên cứu này nhằm bổ sung một vài khoảng trống trong các nghiên cứu trước đây thông qua hai câu hỏi nghiên cứu: 1) Các nhóm xã hội khác nhau có hành vi tiêu thụ thực phẩm khác nhau như thế nào? và 2) Những yếu tố nào quan trọng nhất ảnh hưởng đến hành vi tiêu thụ thực phẩm của cư dân trên địa bàn quận Long Biên?

## 2. Phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Phương pháp điều tra xã hội học

Để thu thập các thông tin về hành vi tiêu thụ thực phẩm của cư dân ở khu vực nghiên cứu, chúng tôi đã sử dụng phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi với tổng 164 phiếu trong khoảng thời gian từ tháng 9/2024 đến tháng 1/2025.

Về cách chọn mẫu, chúng tôi áp dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất có chủ đích kết hợp phân tầng địa lý, đảm bảo mỗi nhóm dân cư tiêu biểu đều có đại diện trong mẫu khảo sát. Cụ thể, chúng tôi lựa chọn phỏng vấn đa dạng các nhóm đối tượng về mặt nhân khẩu học (tuổi, giới tính, mức thu nhập, ...) và các đặc điểm xã hội (nghề nghiệp, thu nhập,...). Đồng thời, có sự đa dạng về địa bàn cư trú, bao gồm cả khu dân cư truyền thống (như phường Thạch Bàn) và khu đô thị mới hiện đại (Vinhomes Riverside). Sự khác biệt về số lượng phiếu khảo sát giữa các khu vực phản ánh qui mô dân số và diện tích từng khu vực; và khả năng tiếp cận người dân để thu thập thông tin. Số lượng phiếu khảo sát cụ thể theo từng khu vực được trình bày trong bảng 1.

Bảng hỏi gồm 4 phần chính: Phần 1 bao gồm các thông tin nhân khẩu học của người được phỏng vấn như tuổi, trình độ học vấn, khu vực sinh sống,... Phần 2 gồm các câu hỏi liên quan đến thói quen mua sắm như tần suất mua hàng tại các loại chợ/siêu thị khác nhau, mức chi tiêu trung bình,... Phần 3 liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng bao gồm: lý do chọn địa điểm để mua thực phẩm, sự ưu tiên trong việc chọn thực phẩm, nguồn thông tin của thực phẩm, mức độ quan tâm đến yếu tố bền vững. Phần 4 tập trung vào đánh giá & ý kiến cá nhân của người dân về các giải pháp cải thiện hành vi tiêu thụ thực phẩm nông nghiệp đô thị.

BẢNG 1. SỐ LƯỢNG PHIẾU KHẢO SÁT TẠI CÁC KHU VỰC THUỘC QUẬN LONG BIÊN, HÀ NỘI

Khu vực	Số lượng (phiếu)	Tỷ lệ (%)
Giang Biên	9	5,48
Bát Khôi (phường Long Biên)	4	2,43
Sài Đồng	15	9,14
Khu 918	5	3,04
Thạch Bàn	29	17,68
Thạch Cầu (phường Long Biên)	7	4,26
May-10 (TT Sài Đồng)	4	2,43
Bồ Đề	3	1,82
Phúc Đồng	9	5,48
Phúc Lợi	11	6,70
Ngoại thành Long Biên	8	4,87

Việt Hưng	8	4,87
Vinhome riverside (phường Phúc Lợi)	2	1,21
Long Biên	27	16,4
Cự khối	21	12,8
Đức Giang	2	1,21
<b>Tổng</b>	<b>164</b>	<b>100</b>

*Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.*

## 2.2. Phương pháp GIS

Các địa điểm phỏng vấn tại Long Biên đều được xác định tọa độ và là một trong những tiêu chí rất quan trọng để phân tích không gian và đánh giá khả năng tiếp cận của người dân đến các địa điểm cung cấp thực phẩm như chợ truyền thống, siêu thị và các điểm bán hàng rong. Đề tài này đã lựa chọn phương pháp GIS để định vị không gian và xây dựng bản đồ trực quan thể hiện mối quan hệ giữa nơi cư trú của người dân và các nguồn cung cấp thực phẩm xung quanh.

Khả năng tiếp cận được đánh giá thông qua khoảng cách địa lý từ nhà ở đến các địa điểm cung ứng thực phẩm, kết hợp với các yếu tố như mật độ điểm cung cấp trong khu vực, mức độ thuận tiện về hạ tầng giao thông và thời gian di chuyển thực tế.

Đặc biệt, nghiên cứu có xem xét đến sự khác biệt về khả năng tiếp cận giữa hai khu vực có đặc trưng phát triển khác nhau: khu dân cư truyền thống (với mật độ dân cư cao, các chợ truyền thống nhỏ, lẻ phân bố dày đặc, nhưng hạ tầng còn hạn chế) và khu đô thị mới (với cơ sở hạ tầng hiện đại hơn nhưng điểm cung cấp thực phẩm chỉ có thể tập trung tại các siêu thị hoặc trung tâm thương mại). Việc phân tích tách biệt hai nhóm khu vực này giúp làm rõ sự chênh lệch trong tiếp cận thực phẩm nông nghiệp đô thị.

## 2.3. Phương pháp phân tích thống kê

Đề tài đã sử dụng phần mềm XLSTAT – một công cụ phân tích thống kê được tích hợp trên Excel kết hợp phần mềm JASP để xử lý số liệu và kiểm định giả thuyết nghiên cứu. Kiểm định giả thuyết thống kê bằng cách áp dụng các phương pháp như phân tích bảng chéo (contingency table) và kiểm định Chi-square để đánh giá sự khác biệt giữa các nhóm xã hội về hành vi tiêu dùng thực phẩm nông nghiệp đô thị. Trong bài báo này, chúng tôi tập trung phân tích sự khác biệt về mặt giới tính, trình độ học vấn và thu nhập của người dân tới tần suất đi siêu thị, chợ và mua hàng rong.

Để phục vụ cho quá trình phân tích và kiểm định giả thuyết nêu trên, một bộ dữ liệu khảo sát đã được xây dựng dựa trên việc thu thập thông tin từ các đối tượng nghiên cứu phù hợp. Việc khái quát đặc điểm của mẫu khảo sát là cần thiết nhằm giúp người đọc hiểu rõ bối cảnh dữ liệu, đồng thời làm cơ sở cho việc giải thích các kết quả phân tích trong nghiên cứu.

Về giới tính, số lượng nữ giới tham gia phỏng vấn cao hơn nam giới (63,4% nữ so với 36,6% nam). Về trình độ học vấn, người có trình độ đại học và sau đại học chiếm đa số với khoảng 79% tổng số mẫu khảo sát. Theo sau là số người có trình độ trung cấp, cao đẳng với khoảng 15% tổng số phiếu. Số người có trình độ phổ thông chiếm khoảng 6,7% và những người không đi học chỉ chiếm khoảng 1%. Chia theo mức thu nhập hàng tháng, các hộ được phỏng vấn chủ yếu tập trung ở nhóm

có mức thu nhập dưới 25 triệu đồng (chiếm hơn 60% tổng số hộ được khảo sát) và 25 - 50 triệu đồng (hơn 20% tổng số hộ được khảo sát). Số hộ có mức thu nhập cao trên 75 triệu đồng/tháng giữ ở mức khiêm tốn, với 3.7% tổng số hộ được khảo sát (Bảng 2).

BẢNG 2. KHÁI QUÁT MỘT SỐ ĐẶC TRƯNG VỀ MẪU KHẢO SÁT

		<b>Số lượng</b>	<b>Tỷ lệ (%)</b>
Mức thu nhập	0 – 25tr	102	62,1
	25 – 50tr	36	22,0
	50 – 75tr	20	12,2
	>75tr	6	3,7
Giới tính	Nữ	104	63,4
	Nam	60	36,6
Trình độ học vấn	Không đi học	2	1,2
	Trung học phổ thông	11	6,7
	Trung cấp/ Cao đẳng	26	15,9
	Đại học/ Sau Đại học	125	76,2
<b>Tổng</b>		<b>164</b>	<b>100</b>

*Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.*

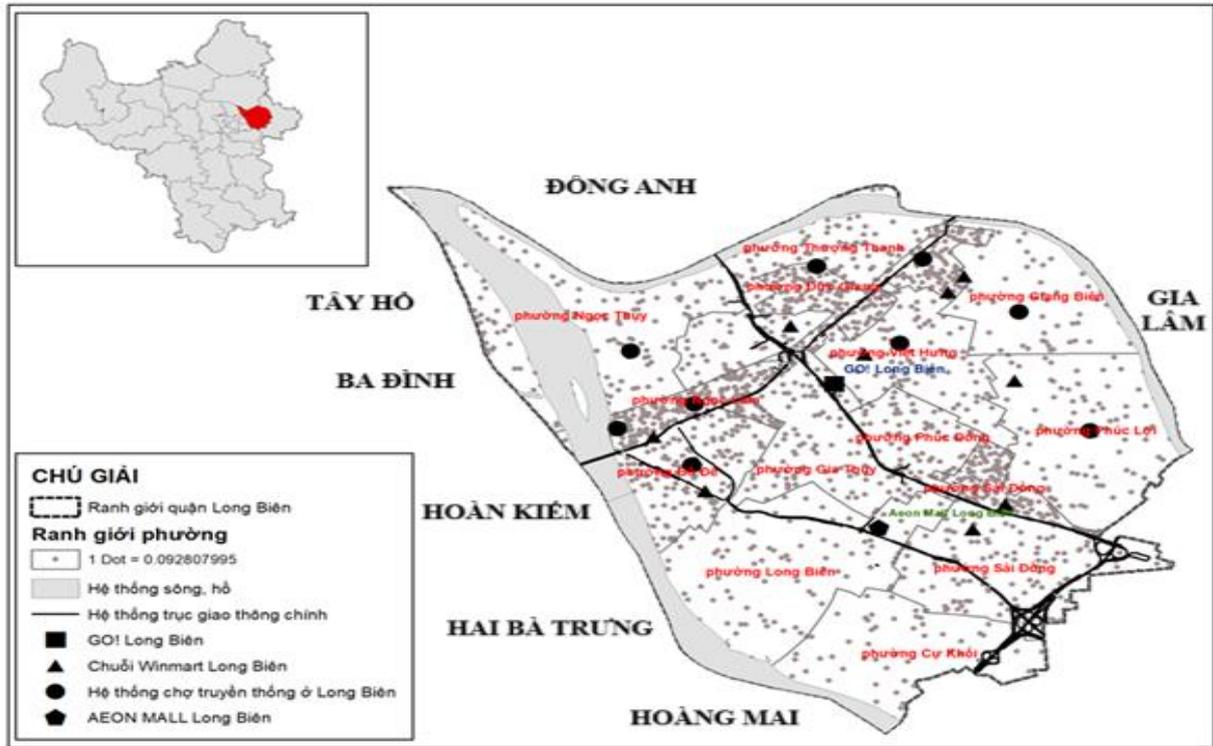
### 3. Khu vực nghiên cứu

Quận Long Biên nằm ở cửa ngõ phía đông bắc của Thủ đô Hà Nội, có vị trí chiến lược quan trọng trong sự phát triển đô thị và kinh tế của thành phố. Quận Long Biên giáp với nhiều khu vực cũng đang có xu hướng phát triển mạnh như: Phía bắc giáp huyện Gia Lâm, phía nam giáp sông Hồng và quận Hoàng Mai, phía tây giáp quận Hoàn Kiếm và quận Hai Bà Trưng qua sông Hồng, phía đông tiếp giáp tỉnh Bắc Ninh.

Với tổng diện tích khoảng 60,09km<sup>2</sup> và dân số 351,4 nghìn người (tính đến năm 2023) (Cục thống kê Thành phố Hà Nội, 2023). Long Biên là quận có diện tích lớn nhất trong các quận nội thành của Hà Nội và có tốc độ đô thị hóa nhanh. Long Biên được chia thành 14 phường, với sự kết hợp xen kẽ giữa các khu dân cư truyền thống (như phường Long Biên) và các khu đô thị mới hiện đại như khu đô thị Vinhomes Riverside (hình 1). Quận có hệ thống giao thông thuận lợi với nhiều tuyến đường huyết mạch như Quốc lộ 5, Quốc lộ 1A, cao tốc Hà Nội - Hải Phòng, cùng với các cây cầu quan trọng như cầu Chương Dương, cầu Long Biên, cầu Vĩnh Tuy và cầu Thanh Trì, giúp kết nối quận Long Biên với trung tâm thành phố và các tỉnh lân cận. Nhờ giao thông thương mại thuận tiện khiến Long Biên ngày càng trở nên phát triển về mọi mặt, đặc biệt là kinh tế, văn hóa, xã hội. Về kinh tế, Long Biên có sự phát triển mạnh mẽ của các khu thương mại, dịch vụ, điển hình là hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại lớn như Aeon Mall, Big C, Savico Megamall, cùng với hệ thống chợ dân sinh truyền thống như: Chợ 230, Chợ Cửa Đình, Chợ Gia Lâm, Chợ Kim Quan,... đáp ứng nhu

cầu tiêu dùng đa dạng của người dân. Quận Long Biên có 5 loại hình cung cấp thực phẩm bao gồm: siêu thị/cửa hàng tiện lợi, siêu thị lớn (Aeon Mall), chợ truyền thống, nhà bán buôn, nhà bán lẻ, bán hàng rong.

HÌNH 1. SƠ ĐỒ KHU VỰC NGHIÊN CỨU VÀ HỆ THỐNG CHỢ, SIÊU THỊ TẠI QUẬN LONG BIÊN

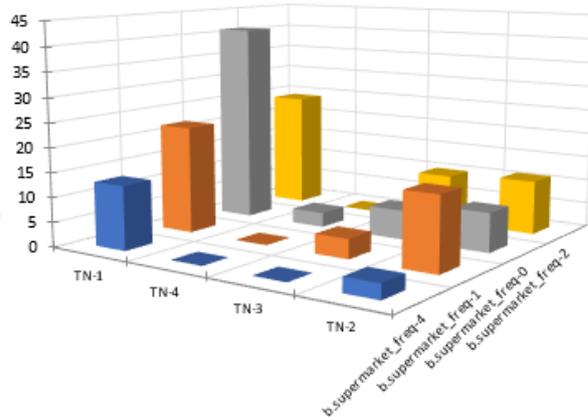


Nguồn: Các tác giả, 2025.

#### 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1. Kết quả đánh giá hành vi tiêu thụ thực phẩm theo mức thu nhập

HÌNH 2. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN THU NHẬP (TN) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN SIÊU THỊ/CỬA HÀNG TIỆN LỢI (B.SUPERMARKET\_FREQ)

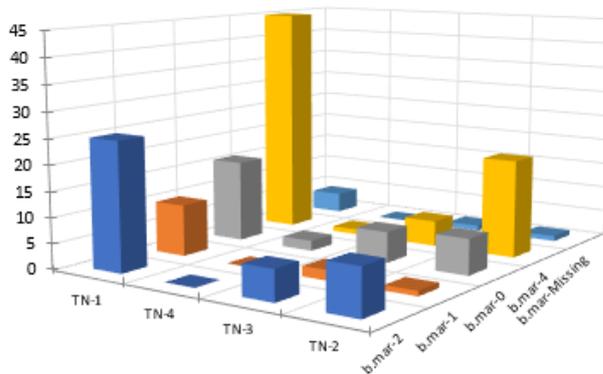


Chi-square (Observed value)	19,344
Chi-square (Critical value)	16,919
DF	9
Giá trị p	0,022
Alpha	0,05

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

Hình 2 thể hiện mối liên hệ giữa mức thu nhập (TN) và tần suất đi siêu thị/cửa hàng tiện lợi trong tháng (b.supermarket\_freq) thông qua bảng chéo và kiểm định Chi-Square. Tần suất đi siêu thị được chia thành 05 mức, từ không đi lần nào đến đi trên 30 lần/tháng. Kết quả kiểm định Chi-Square cho thấy giá trị quan sát được là 19,344, cao hơn giá trị tới hạn 16,919 và p-value đạt 0,022, nhỏ hơn 0,05, cho thấy có ý nghĩa thống kê giữa mức thu nhập và tần suất đi siêu thị. Khi phân tích biểu đồ 3D, có thể thấy rằng nhóm thu nhập cao hơn thường có xu hướng đi siêu thị ít hơn so với các nhóm có thu nhập thấp hơn. Cụ thể, nhóm có thu nhập trên 75 triệu đồng/tháng chiếm khoảng 10 - 15% số người đi siêu thị trên 20 lần/tháng, thấp hơn đáng kể so với nhóm thu nhập thấp (dưới 15 triệu đồng/tháng), trong đó khoảng 35 - 40% số người đi siêu thị với tần suất cao. Nhóm thu nhập cao nhất (trên 75 triệu đồng/tháng) có xu hướng đi siêu thị ít lần hơn nhưng lượng thực phẩm mua lại nhiều hơn và chi tiêu nhiều hơn vào ăn nhà hàng, đặt đồ online hoặc mua sắm tại các cửa hàng nhập khẩu. Điều này là bởi người dùng ở nhóm này có xu hướng tìm kiếm các chương trình khuyến mãi (điều mà thường không có ở các loại hình phân phối thực phẩm khác như chợ truyền thống hay hàng rong), tận dụng giảm giá để tối ưu hóa chi tiêu. Nhóm thu nhập cao nhất có số lần đi siêu thị ít hơn cũng có thể giải thích do đây là những gia đình giàu có, thường có người giúp việc đi siêu thị mua thực phẩm nên họ không phải là người trực tiếp đi.

HÌNH 3. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN THU NHẬP VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CHỢ TRUYỀN THỐNG (B.MAR)



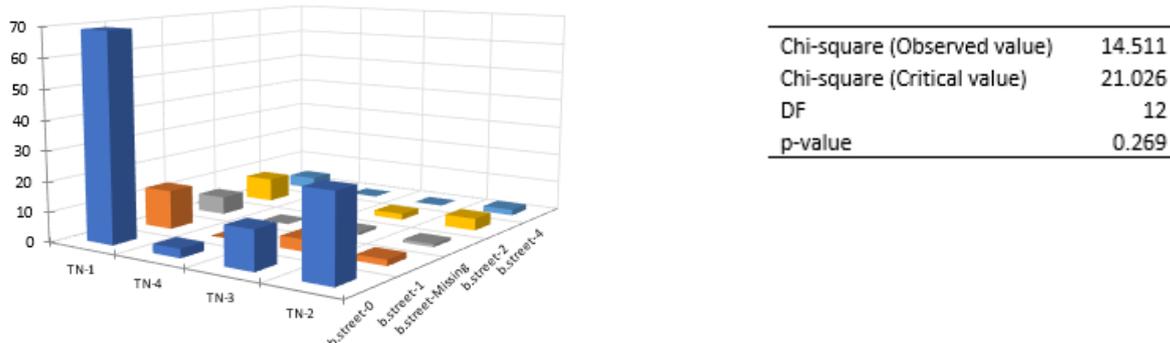
Chi-square (Observed value)	17.211
Chi-square (Critical value)	21.026
DF	12
p-value	0.142

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

Tuy nhiên, kết quả kiểm định Chi-Square giữa biến thu nhập và biến tần suất đi chợ truyền thống (Hình 3) cho thấy, giá trị quan sát được là 17,211, thấp hơn giá trị tới hạn 21,026 và p-value đạt 0,142, lớn hơn 0,05, cho thấy không có mối liên hệ giữa thu nhập và tần suất đi chợ truyền thống. Kết quả tương tự cho hai biến thu nhập và tần suất đến các quầy bán hàng rong ( $p = 0,269$ ) (Hình 4). Điều này có thể lí giải do tính truyền thống và mức độ phổ biến của chợ cũng như các quầy bán hàng rong đã quá quen thuộc với mọi tầng lớp người dân. Thêm vào đó, khả năng tiếp cận đến hai loại hình này rất thuận tiện (về tính sẵn có và tính tiện lợi cũng như không yêu cầu cao về mặt tài chính) khiến cho việc tiếp cận giữa các nhóm xã hội khác nhau không khác biệt nhiều. Thực tế điều tra của chúng tôi cũng phát hiện ra một kết quả thú vị khác giải thích cho hiện tượng này, đó là nhiều hộ gia đình chỉ lựa chọn mua thực phẩm ở các quầy bán hàng rong cho các bữa ăn phụ (chẳng hạn

bữa sáng, vì tính tiện lợi như đề cập ở trên) nên họ không quá coi trọng việc phải đi đến một địa điểm cụ thể nào.

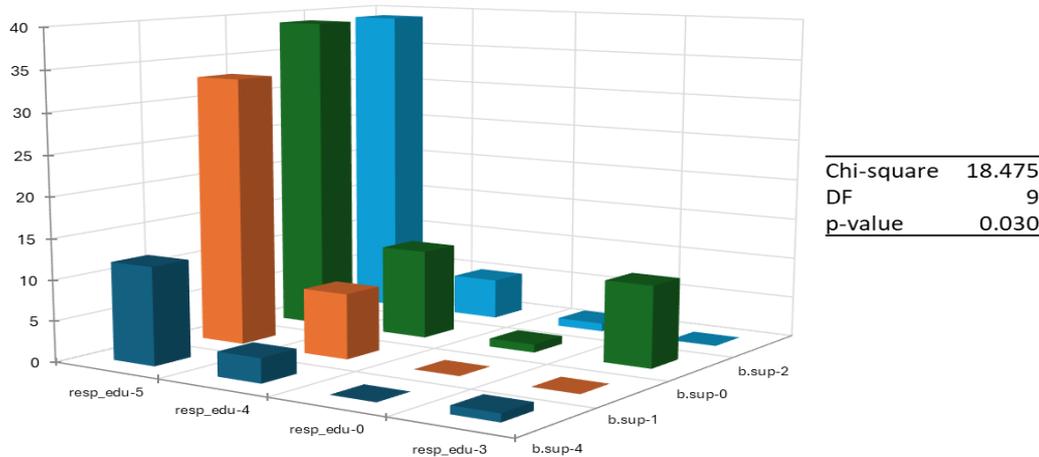
HÌNH 4. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN THU NHẬP (TN) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CÁC QUẦY HÀNG RONG (B.STREET)



Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

#### 4.2. Kết quả đánh giá hành vi tiêu thụ thực phẩm theo trình độ học vấn

HÌNH 5. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN HỌC VẤN (RESP\_EDU) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN SIÊU THỊ/CỬA HÀNG TIỆN LỢI (B.SUP)



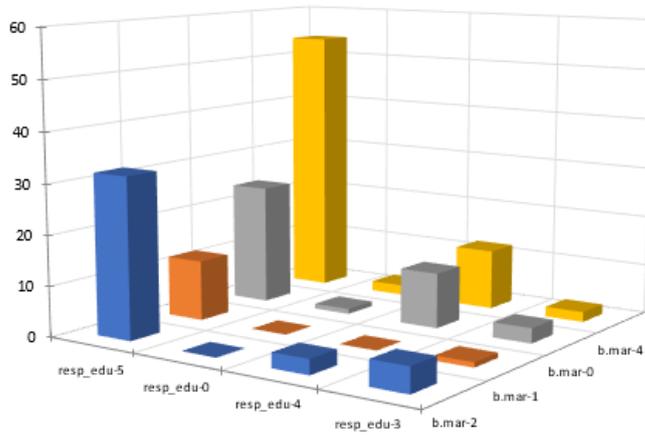
Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

Hình 5 thể hiện kết quả kiểm định Chi-square ( $p = 0,03$ ) về mối liên hệ giữa học vấn với tần suất đi siêu thị/cửa hàng tiện lợi của người được phỏng vấn. Kết quả chỉ ra rằng rằng số người có học vấn cao hơn thường là những người đi siêu thị nhiều hơn. Điều này có thể giải thích vì những người có học vấn cao thường có yêu cầu cao hơn về chất lượng cũng như nguồn gốc thực phẩm, do đó họ lựa chọn mua hàng ở siêu thị. Cụ thể, có hơn một nửa số người được hỏi đi siêu thị có trình độ đại học và sau đại học. Trong khi đó con số này ở nhóm có trình độ cao đẳng là gần 10% và ở nhóm phổ thông và dưới phổ thông chỉ chiếm 1,2% tổng số người được phỏng vấn. Về mặt tần suất, 10% số người trong nhóm có trình độ đại học và sau đại học đi trên 30 lần/tháng; khoảng 60% đi siêu thị từ 1 đến dưới 10 lần/tháng; còn lại khoảng 1/3 số người được hỏi không đi siêu thị lần nào. Ngược

lại, nhóm có trình độ cao đẳng thì có tới hơn 40% không đi siêu thị lần nào và hơn 11% đi siêu thị với tần suất trên 30 lần/tháng.

Ngược lại, chúng tôi không tìm thấy mối liên hệ giữa biến học vấn và hai biến 1) tần suất đi chợ truyền thống ( $p = 0,114$ ) và 2) tần suất đi đến các quầy bán hàng rong ( $p = 0,842$ ) (Hình 6 và 7). Tương tự như phân tích cho biến thu nhập ở trên, nguyên nhân cho điều này có thể được giải thích thông qua hai yếu tố. Thứ nhất, mức độ phổ biến của chợ và quầy bán hàng rong ở nhiều nơi khiến khả năng tiếp cận của nó ở mức rất cao. Tương tự, mức độ tiện lợi của hai loại hình này cũng khiến chúng trở thành các lựa chọn ưu tiên đối với người tiêu dùng, đặc biệt trong bối cảnh của lối sống công nghiệp đô thị đang ngày càng trở nên phổ biến ở các khu vực như quận Long Biên, thành phố Hà Nội.

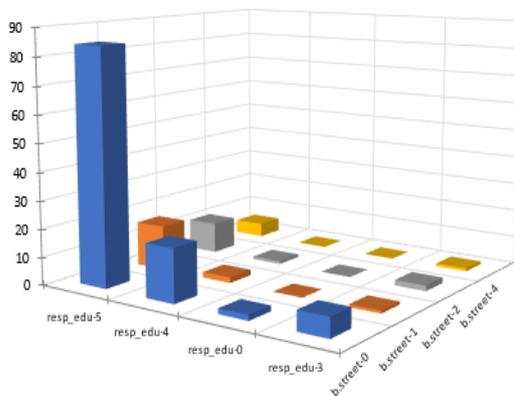
HÌNH 6. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN HỌC VẤN (RESP\_EDU) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CHỢ TRUYỀN THỐNG (B.STREET)



Chi-square (Observed value)	14.228
Chi-square (Critical value)	16.919
DF	9
p-value	0.114

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

HÌNH 7. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN HỌC VẤN VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CÁC QUẦY HÀNG RONG



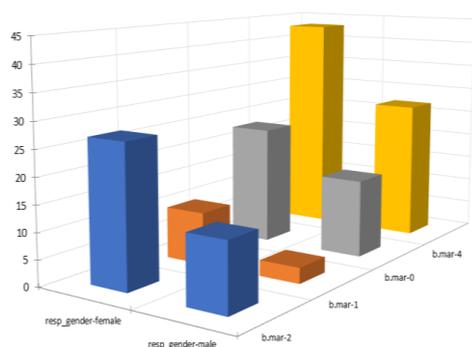
Chi-square (Observed value)	4.915
Chi-square (Critical value)	16.919
DF	9
p-value	0.842

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

### 4.3. Kết quả đánh giá hành vi tiêu thụ thực phẩm theo giới tính

Kết quả kiểm định Chi-square ( $p = 0,034$ ) cho thấy có mối liên hệ giữa biến giới tính với tần suất đi chợ của người được phỏng vấn (Hình 8). Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, số người đi chợ truyền thống là nữ giới cao gấp gần 2 lần so với nam giới (tỷ lệ cho hai giới lần lượt trên 50% và gần 28% tổng số người được phỏng vấn). Tuy nhiên, điều đáng chú ý là tỷ lệ nam giới có tần suất đi chợ trên 30 lần trong một tháng lại nhiều hơn đáng kể so với tỷ lệ này ở nữ giới (74,4% ở nam so với 47,5% nữ). Ngược lại, tỷ lệ nữ đi chợ với tần suất dưới 10 lần một tháng thì lại nhiều gấp đôi tỷ lệ này ở nam (51,5% ở nữ so với 25,5% ở nam). Sự khác biệt này cho thấy hành vi đi chợ giữa hai giới có thể phản ánh vai trò và mục đích đi chợ khác nhau. Cụ thể, một số nam giới có tần suất đi chợ rất cao (trên 30 lần/tháng) thuộc nhóm buôn bán, kinh doanh tại chợ. Điều này được xác nhận trong phần khảo sát về nghề nghiệp, khi một số người trong nhóm này cho biết đang làm việc tại các chợ dân sinh. Ngược lại, nữ giới có tỉ lệ đi chợ thường xuyên cao hơn, nhìn chung phù hợp với kết quả khảo sát về vai trò nội trợ và phụ trách chi tiêu trong hộ gia đình, khi phần lớn người được hỏi trong nhóm nữ cho biết họ là người trực tiếp đi chợ để mua sắm thực phẩm cho gia đình hằng ngày.

HÌNH 8. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN GIỚI TÍNH (RESP\_GENDER) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CHỢ TRUYỀN THỐNG (B.MAR)

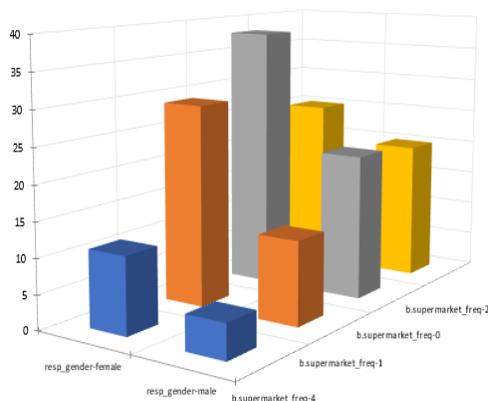


Chi-square (Observed value)	2.359
Chi-square (Critical value)	7.815
DF	3
p-value	0.501

	Value	df	p
X <sup>2</sup>	8,681	3	0,034
N	154		

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

HÌNH 9. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN GIỚI TÍNH (RESP\_GENDER) VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CÁC SIÊU THỊ (B.SUPERMARKET)

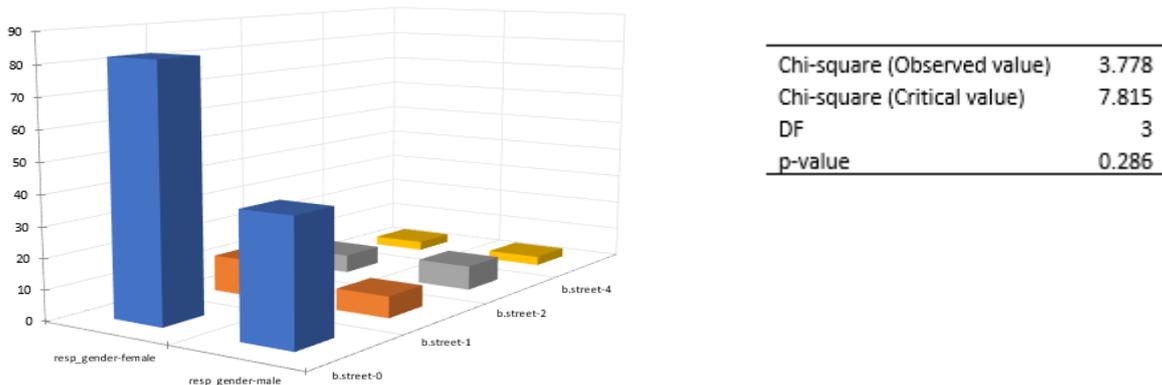


Chi-square (Observed value)	2.359
Chi-square (Critical value)	7.815
DF	3
p-value	0.501

Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

Mặt khác, chúng tôi không tìm thấy mối liên hệ giữa hai biến giới tính và tần suất đi siêu thị hoặc cửa hàng tiện lợi ( $p = 0,501$ ) cũng như giữa hai biến giới tính và tần suất đến các quầy bán hàng rong ( $p = 0,286$ ) (Hình 9, 10).

HÌNH 10. HÌNH ẢNH 3D CỦA BẢNG CHÉO VÀ KIỂM ĐỊNH CHI-SQUARE CHO BIẾN GIỚI TÍNH VÀ TẦN SUẤT ĐẾN CÁC QUẦY HÀNG RONG



Nguồn: Dữ liệu thực địa, 2025.

### 5. Kết luận

Nghiên cứu này đã xác định được hai yếu tố ảnh hưởng đến tần suất đi siêu thị tại quận Long Biên bao gồm thu nhập và trình độ học vấn. Kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của các tác giả Hà Thị Thu Hòa và nnk (2020) khi chỉ ra thu nhập là một trong các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hành vi tiêu thụ thực phẩm hữu cơ tại Thành phố Hồ Chí Minh. Đối với thói quen đi chợ, nghiên cứu này chỉ ra rằng sự khác biệt về biến giới tính đã tạo ra sự khác biệt rõ rệt trong việc tiêu thụ thực phẩm ở Long Biên. Kết quả của chúng tôi ngược với nghiên cứu của Hà Thị Thu Hòa và nnk (2020) khi cho rằng giới tính không ảnh hưởng đến hành vi tiêu thụ thực phẩm hữu cơ ở Thành phố Hồ Chí Minh.

Tóm lại, kết quả của nghiên cứu này góp phần làm rõ sự khác biệt trong hành vi mua sắm thực phẩm giữa các nhóm xã hội khác nhau (chủ yếu liên quan đến giới tính, học vấn và thu nhập). Đồng thời chúng tôi cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của tính truyền thống, tính tiện lợi, tính phổ biến và khả năng tiếp cận của các loại hình khác nhau trong mạng lưới thực phẩm đô thị cũng là những yếu tố cần được xem xét. Tuy nhiên, hạn chế của nghiên cứu này là số lượng phiếu khảo sát chưa nhiều và người được phỏng vấn có sự chênh lệch về giới tính với tỷ lệ nữ giới nhiều hơn nam giới, có thể ảnh hưởng đến tính đại diện của kết quả nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu chủ yếu dựa vào bảng hỏi và kiểm định thống kê, chưa khai thác sâu các yếu tố văn hóa, tâm lý, hoặc động lực cá nhân ảnh hưởng đến hành vi tiêu dùng.

### 6. Khuyến nghị

Nghiên cứu về hành vi tiêu thụ thực phẩm của cư dân đô thị tại quận Long Biên, Hà Nội đã đưa ra một số phát hiện quan trọng, từ đó nhóm nghiên cứu đề xuất một số khuyến nghị sau:

Cần nâng cao chất lượng và độ tin cậy của thực phẩm tại siêu thị, đồng thời mở rộng mạng lưới siêu thị đến các khu dân cư truyền thống để tăng khả năng tiếp cận nguồn thực phẩm tin cậy, có nguồn gốc rõ ràng.

Chợ truyền thống vẫn là kênh phân phối phổ biến và dễ tiếp cận với mọi tầng lớp dân cư nên cần đầu tư cải thiện hạ tầng, vệ sinh và quản lý chất lượng thực phẩm tại các chợ và điểm bán hàng rong.

Nữ giới đóng vai trò nội trợ chính trong gia đình và là người thường xuyên đi chợ nhất nên các chương trình giáo dục tiêu dùng nên hướng đến phụ nữ như đối tượng chính, đồng thời hỗ trợ họ tiếp cận thông tin về thực phẩm an toàn và bền vững. Đồng thời cũng cần có chính sách hỗ trợ người bán hàng trong việc nâng cao chất lượng và nguồn gốc thực phẩm.

Phân tích không gian cho thấy sự khác biệt rõ rệt giữa khu dân cư truyền thống và khu đô thị mới về khả năng tiếp cận thực phẩm vì vậy cần sử dụng công nghệ GIS để quy hoạch mạng lưới phân phối thực phẩm hợp lý, đảm bảo công bằng trong tiếp cận thực phẩm giữa các khu dân cư.

### Tài liệu tham khảo

1. Cục thống kê thành phố Hà Nội (2023). *Niên giám thống kê năm 2023*. NXB Thống kê, Hà Nội
2. Phan Thị Nhung và nnk (2023). Các nhân tố ảnh hưởng tới hành vi mua thực phẩm hữu cơ trực tuyến: nghiên cứu trên thị trường Đà Nẵng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Đà Nẵng*, số 21, tr. 1 - 11.
3. Hà Thị Thu Hòa và nnk (2020). Hành vi của người tiêu dùng đối với thực phẩm hữu cơ: Trường hợp nghiên cứu ở Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển*, số 19(2): tr 9-16.
4. Lê Thị Hồng Quyên, Đỗ Quang Giám, và Lê Thanh Hà (2024). Hành vi tiêu dùng thực phẩm nông nghiệp hữu cơ tại Việt Nam: tổng quan và những vấn đề lí luận thực tiễn. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, số 22(3), tr. 410-419.
5. Nguyễn Hoàng Việt và nnk (2019). Mô hình nghiên cứu các yếu tố thúc đẩy và cản trở hành vi mua thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Thương Mại, Trường Đại học Thương Mại*, số 129, tr. 49 - 56.
6. Le Hoang Tien, Vo Thi Huong Ly, và Chau Ngoc Han (2020). The role of urban agriculture for a resilient city. *Journal of Vietnamese Environment*, số 12(2), tr. 148-154.