

# YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA HÀNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG TẠI CÁC CHUỖI CỬA HÀNG TIỆN LỢI Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Factors influencing consumers' purchase decisions at convenience store chains  
in Ho Chi Minh City, Vietnam

LÊ ĐÌNH NGHI  
NGUYỄN NGỌC LAN  
NGUYỄN TRẦN HÀ MY

*Bài báo phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của người tiêu dùng tại các chuỗi cửa hàng tiện lợi tại Thành phố Hồ Chí Minh. Sử dụng phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng, thông qua mẫu khảo sát gồm 600 khách hàng có sử dụng dịch vụ và mua hàng tại Circle K, Family Mart, 7-Eleven và GS25, kết quả chỉ ra các yếu tố tác động đến quyết định mua hàng bao gồm chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm, giá trị cảm nhận, sự tiện lợi và bố trí cửa hàng. Từ đó, bài báo đề xuất các hàm ý phù hợp, giúp nhà quản trị tại các cửa hàng tiện lợi gia tăng hiệu quả kinh doanh.*

**Từ khóa:** quyết định mua, cửa hàng tiện lợi, chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm, giá trị cảm nhận, sự tiện lợi, bố trí cửa hàng.

*The paper analyzes the factors affecting consumers' purchasing decisions at convenience store chains in Ho Chi Minh City. Using a mixture of qualitative and quantitative research methods, a survey of 600 customers who used services and purchased goods at Circle K, Family Mart, 7-Eleven, and GS25 revealed that the factors affecting purchasing decisions include service quality, product quality, perceived value, convenience, and store layout. From there, the article proposes managerial implications to help convenience store managers increase business efficiency.*

**Keywords:** purchasing decisions, convenience stores, service quality, product quality, perceived value, convenience, store layout.

## 1. Đặt vấn đề

Trong hai thập niên gần đây, hệ thống bán lẻ Việt Nam đã chứng kiến sự phát triển nhanh chóng của các loại hình bán lẻ hiện đại, trong đó cửa hàng tiện lợi nổi lên như một mô hình tiêu biểu của xu hướng “tiêu dùng nhanh - tiện lợi - trải nghiệm gần gũi”. Đến cuối năm 2022, Việt Nam có khoảng 6.740 cửa hàng tiện lợi, trong đó Thành phố Hồ Chí Minh dẫn đầu với hơn

2.600 cửa hàng, tiếp theo là các thành phố lớn như Hà Nội và Đà Nẵng. Các cửa hàng tiện lợi đang dần trở nên phổ biến hơn với những thương hiệu như Circle K (Mỹ), GS25 (Hàn Quốc), Family Mart (Nhật Bản), 7-Eleven (Mỹ) (Q&Me's Vietnamese

Lê Đình Nghi, TS. (tác giả liên hệ, nghiledinh@sgu.edu.vn); Nguyễn Ngọc Lan, ThS.; Nguyễn Trần Hà My, ThS., Trường đại học Sài Gòn.