

# GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH TIÊU THỤ RAU AN TOÀN TẠI TỈNH BÌNH DƯƠNG

● NGUYỄN HÁN KHANH - QUÁCH HOÀNG PHÚC  
- NGUYỄN THỊ MAI THANH - HUỖNH HỮU THỌ

## TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng rau an toàn của người dân Bình Dương. Kết quả nghiên cứu đã xác định được các yếu tố tác động đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại tỉnh Bình Dương, gồm có: (1) Dịch vụ khách hàng và hoạt động chiêu thị, (2) Giá rau an toàn và đặc điểm rau an toàn, (3) Nguồn gốc rau an toàn và bao bì có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại tỉnh Bình Dương. Các tác giả phân tích mức độ tác động của các yếu tố này và đề xuất các giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ rau an toàn.

**Từ khóa:** tiêu thụ rau an toàn, rau sạch, giải pháp bán hàng, tỉnh Bình Dương, người tiêu dùng.

## 1. Đặt vấn đề

Dân số Việt Nam hiện có hơn 98 triệu người. Bên cạnh đó, mức sống của người dân ngày càng tăng cao, dẫn đến nhu cầu về các thực phẩm an toàn có lợi cho sức khỏe trở thành một xu thế tất yếu.

Bình Dương là tỉnh thuộc miền Đông Nam bộ, nằm trong vùng phát triển kinh tế trọng điểm phía Nam, với diện tích đất tự nhiên là 269.464 ha, trong đó diện tích đất nông lâm nghiệp là 194.799 ha, chiếm 72,29% so với tổng diện tích tự nhiên. Dân số 2.163.643 người trong đó, dân số nông thôn là 472.369 người, chiếm 21,83% (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Dương, 2020) dân số ngày càng đông, tạo sức ép đối với nhà cung cấp lương thực, thực phẩm.

Hiện nay, do nhu cầu hội nhập quốc tế và sự phát triển kinh tế - xã hội, hoạt động sản xuất và

tiêu dùng mặt hàng rau an toàn ở Việt Nam đang được triển khai rộng khắp, đáp ứng nhu cầu bảo vệ môi trường và sức khỏe cộng đồng. Để có được rau an toàn, cần phải giám sát, áp dụng theo quy trình từ khâu giống, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và đặc biệt là sử dụng phân bón hóa học, thuốc trừ sâu, chất kích thích tăng trưởng liệu có ảnh hưởng gì đến sức khỏe của người tiêu dùng. Do đó, sản xuất rau an toàn đang là vấn đề cấp thiết với sự quan tâm của toàn xã hội.

Hiện nay, việc tiếp cận và tiêu dùng rau an toàn vẫn còn hạn chế, vì đa số người tiêu dùng thường mua rau ở các chợ truyền thống. Vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng rau an toàn của người dân tỉnh Bình Dương là cần thiết. Qua đó nghiên cứu sẽ đề xuất các giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ rau an toàn tại tỉnh Bình Dương.

## 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

**Rau an toàn:** Theo quy định của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: “Rau an toàn là những sản phẩm rau tươi (bao gồm tất cả các loại rau ăn: Lá, thân củ, hoa, quả, hạt, các loại nấm thực phẩm,...) được sản xuất, thu hoạch, sơ chế bao gói, bảo quản theo quy định kỹ thuật bảo đảm tồn dư về vi sinh vật, hóa chất độc hại dưới mức giới hạn cho phép”.

**Rau sạch:** thực chất chính là rau an toàn, tuy nhiên rau sạch được canh tác theo quy trình kỹ thuật nghiêm ngặt hơn so với rau an toàn như cần tuân thủ một số tiêu chuẩn như: Hạn chế đến mức thấp nhất việc sử dụng phân hóa học, thuốc trừ sâu, thuốc kích thích tăng trưởng... nhằm giảm tối đa lượng độc tố tồn đọng trong rau như nitrat, thuốc trừ sâu, kim loại nặng và vi sinh vật gây bệnh.

**Rau hữu cơ:** Là loại rau được canh tác tuân thủ theo các điều kiện gần như tự nhiên như: Rau không được sử dụng phân bón hóa học, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc kích thích nảy mầm, thuốc kích thích sinh trưởng. Không được sử dụng thuốc diệt cỏ, không sử dụng các sản phẩm biến đổi gen, không chất bảo quản. Đất trồng và nguồn nước tưới cho rau không được nhiễm các kim loại nặng, tuyệt đối không bị tác động của nguồn nước thải công nghiệp hay nước sinh hoạt chưa qua xử lý.

### 2.2. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu

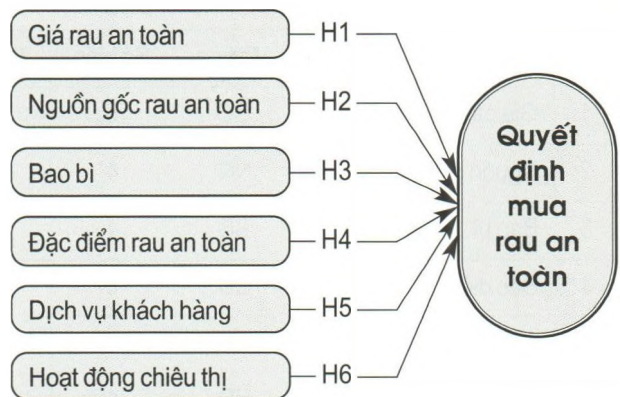
Nhóm tác giả đã kế thừa công trình nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu cho đề tài gồm 6 yếu tố tác động đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương, bao gồm: (1) Giá rau an toàn, (2) Nguồn gốc rau an toàn, (3) Bao bì, (4) Đặc điểm rau an toàn, (5) Dịch vụ khách hàng, (6) Hoạt động chiêu thị. (Hình 1)

Giả thuyết nghiên cứu:

**H1:** Giá rau an toàn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

**H2:** Nguồn gốc rau an toàn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Hồ Bạch Nhật và Lê Duy Hậu, 2020

**H3:** Bao bì có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

**H4:** Đặc điểm rau an toàn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

**H5:** Dịch vụ khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

**H6:** Hoạt động chiêu thị có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương.

## 3. Kết quả nghiên cứu

### 3.1. Độ tin cậy của các thang đo

Độ tin cậy của các thang đo được xác định bằng hệ số Cronbach's Alpha và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu. Theo đó, yêu cầu đặt ra đối với hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 (Hồ Bạch Nhật và Lê Duy Hậu, 2020). Kết quả của đánh giá độ tin cậy thang đo trước khi phân tích nhân tố khám phá: (Bảng 1)

### 3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Nhóm tác giả lần lượt loại các biến quan sát có hệ số tải nhân tố bé hơn 0,5. Kết quả có hệ số KMO = 0,942 (thỏa điều kiện  $0,5 \leq KMO \leq 1$ ) nên phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu thực tế. Kết quả kiểm định Bartlett's: Có giá trị Sig. = 0,000 < 0,05. Vì vậy, các biến quan sát có tương quan với nhau trong mỗi nhóm nhân tố. Tổng phương sai trích bằng 56,910%  $\geq$  50% đáp ứng tiêu chuẩn. Như vậy 56,910% thay đổi của các

**Bảng 1. Độ tin cậy các nhân tố trước khi phân tích nhân tố khám phá**

TT	Nhân tố	Mã hóa	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Giá cả	GC	5	0,808
2	Nguồn gốc	NG	4	0,808
3	Bao bì	BB	4	0,789
4	Đặc điểm	ĐĐ	5	0,819
5	Dịch vụ khách hàng	DV	4	0,789
6	Hoạt động chiêu thị	HD	4	0,800
7	Quyết định mua rau	QĐ	3	0,774

**Bảng 2. Ma trận xoay**

Hoạt động và dịch vụ (X1)		Giá cả và đặc điểm (X2)		Nguồn gốc và bao bì (X3)	
Biến quan sát	Hệ số	Biến quan sát	Hệ số	Biến quan sát	Hệ số
HD2	0,775	GC5	0,703	NG4	0,805
HD3	0,732	GC4	0,688	NG2	0,709
HD1	0,731	GC2	0,644	NG1	0,594
HD4	0,612	GC1	0,620	NG3	0,591
DV3	0,600	ĐĐ1	0,605	BB2	0,545
DV4	0,591	ĐĐ3	0,596	BB3	0,527
DV2	0,519	ĐĐ5	0,551	BB1	0,511
		ĐĐ2	0,521		

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả

**Bảng 3. Độ tin cậy các nhân tố sau khi phân tích nhân tố khám phá**

TT	Nhân tố	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Hoạt động chiêu thị và Dịch vụ	7	0,864
2	Giá cả và Đặc điểm rau	8	0,876
3	Nguồn gốc rau an toàn và Bao bì	7	0,875
7	Quyết định mua rau	3	0,774

nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát. (Bảng 2)

Kết quả ma trận xoay cuối cùng cho thấy, số nhân tố tạo ra khi phân tích là 3 nhân tố tương ứng cỡ mẫu 270 quan sát, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5.

Phân tích nhân tố phụ thuộc: Thước đo KMO = 0,701 thỏa điều kiện  $0,5 \leq KMO \leq 1$  nên phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu thực tế. Kết quả kiểm định Bartlett's Test có giá trị Sig. = 0,000 < 0,05. Vì vậy, các biến quan sát có tương quan với nhau trong mỗi nhóm nhân tố. Tổng phương sai trích bằng 68,925%  $\geq$  50% đáp ứng tiêu chuẩn. (Bảng 3)

**3.2. Phân tích hồi quy đa biến (Bảng 4, Bảng 5)**

Dựa vào kết quả R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0,610 tức là các biến độc lập giải thích được 61% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

• **Kiểm định đa cộng tuyến**

Ta thấy hệ số VIF của biến X1 = 2,377, VIF của biến X2 = 3,001 và VIF của biến X3 = 2,876 (Bảng 4.26) đều lớn hơn 2 nên mô hình có hiện tượng đa cộng tuyến.

• **Phương trình hồi quy có dạng:**

$$Y = 0,308X1 + 0,302X2 + 0,252X3$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc thể hiện quyết định mua [QĐ] của người dân mua rau an toàn tại địa bàn Bình Dương. Và X1, X2, X3 là các biến độc lập theo thứ tự Nhóm nhân tố dịch vụ khách hàng và hoạt động chiêu thị; Nhóm nhân tố giá rau an toàn và đặc điểm rau an toàn; Nhóm nhân tố nguồn gốc rau an toàn và bao bì.

Bảng 4. Bảng mô hình tổng thể

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,784 <sup>a</sup>	0,615	0,610	0,486	2,106

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,226	0,184		1,227	0,221		
	X1	0,335	0,064	0,308	5,254	0,000	0,421	2,377
	X2	0,340	0,074	0,302	4,585	0,000	0,333	3,001
	X3	0,268	0,069	0,252	3,905	0,000	0,348	2,876

Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả

Kiểm định các giả thuyết của mô hình: Các nhân tố thu được đều có hệ số Sig.=0,000 nên các giả thuyết đã nêu đều được chấp nhận.

Kết quả thu được từ phân tích hồi quy cho thấy, so với mô hình nghiên cứu đã được hiệu chỉnh, 3 nhân tố độc lập gồm: (1) Dịch vụ khách hàng và hoạt động chiêu thị, (2) Giá rau an toàn và đặc điểm rau an toàn, (3) Nguồn gốc rau an toàn và bao bì có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại tỉnh Bình Dương.

#### 4. Giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ rau an toàn của người dân tại tỉnh Bình Dương

##### 4.1. Dịch vụ khách hàng và hoạt động chiêu thị

Dịch vụ khách hàng là yếu tố quan trọng trong việc mua rau an toàn của người tiêu dùng. Khi đến mua hàng, người tiêu dùng thường để ý xem thời điểm đó, cửa hàng có chương trình giảm giá, khuyến mãi nào không. Do đó, các doanh nghiệp nên coi trọng và thường xuyên cung cấp các dịch vụ tốt nhất nhằm thu hút được nhiều khách hàng đến với cửa hàng. Hơn nữa, để thuận tiện cho việc mua hàng diễn ra nhanh, các cửa hàng nên có nhiều phương thức thanh toán hiệu quả hơn cho người tiêu dùng như quét thẻ, chuyển khoản qua ngân hàng.

Khi các cửa hàng có chương trình khuyến mãi cần thông báo kịp thời và rộng rãi đến khách hàng thông qua các trang mạng xã hội.

##### 4.2. Giá rau an toàn và đặc điểm rau an toàn

Khi mua hàng, khách hàng thường chú ý đến giá cả và chất lượng hàng hóa. Các cửa hàng bán rau an toàn cần niêm yết rõ ràng giá cho từng loại mặt hàng rau an toàn, tránh gây nhầm lẫn cho người mua hàng. Để tích hợp giá cả và thông tin của rau an toàn, trên bao bì sản phẩm cửa hàng có thể thiết kế và dán các mã Code để giúp người mua dễ dàng trong việc tìm hiểu các thông tin về nguồn gốc xuất xứ, hàm lượng các chất trong rau an toàn cũng như giá niêm yết của rau.

Nhà cung cấp và các cửa hàng kinh doanh rau an toàn cần có mức giá cạnh tranh với các đối thủ cùng kinh doanh mặt hàng này, mức giá cạnh tranh không phải là áp dụng hình thức hạ giá gây cạnh tranh không lành mạnh mà cần đề ra mức giá phù hợp cho từng mặt hàng, tạo mức giá tương xứng với chất lượng của sản phẩm, khiến cho người tiêu dùng có thể bỏ ra mức tiền cao hơn với loại rau bình thường nhưng vẫn hài lòng về chất lượng. Các cửa hàng cần đặt sức khỏe khách hàng lên hàng

đầu và lựa chọn những sản phẩm rau an toàn tươi có chất lượng tốt tại các nông trại, các nhà sản xuất uy tín với số lượng lớn và đa dạng về chủng loại để có nhiều sự lựa chọn cho người tiêu dùng.

#### **4.3. Nguồn gốc rau an toàn và bao bì**

Khi chọn mua các sản phẩm rau an toàn, người tiêu dùng rất quan tâm đến chất lượng và mức độ an toàn của sản phẩm đối với sức khỏe, do đó mà nguồn gốc của rau an toàn ảnh hưởng rất lớn đến việc quyết định mua rau an toàn của người tiêu dùng. Việc kiểm soát nguồn gốc của rau là một việc rất quan trọng. Các cửa hàng kinh doanh cung cấp sản phẩm rau an toàn cần lựa chọn nhà cung cấp nguồn hàng uy tín.

Ngoài ra, Chi cục Bảo vệ thực vật - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn của tỉnh Bình Dương phải tăng cường liên kết kiểm soát các vùng, hợp tác xã trồng rau an toàn để đảm bảo chất lượng của rau khi đến tay người tiêu dùng. Việc cung cấp rõ ràng các thông tin về nguồn gốc xuất xứ hàng hóa cũng giúp nâng cao sự tin tưởng của người tiêu dùng khi lựa chọn mua rau an toàn. Để dễ dàng cung cấp thông tin đến người tiêu dùng, cần kết hợp với việc áp dụng mã Code cho từng loại sản phẩm; Cung cấp đầy đủ thông tin về mã vùng, mã ruộng, mã ngày đóng gói, các thông tin về đặc điểm dư lượng các chất trong rau, thành phần dinh dưỡng các chất trong rau.

Ngoài ra, bao bì của sản phẩm rau an toàn cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định mua của người tiêu dùng. Bao bì là nơi khách hàng có thể tìm hiểu thông tin về sản phẩm mình định mua, từ nguồn gốc cho đến cách bảo quản sản phẩm. Do đó, những cửa hàng và những nhà sản xuất phải chú trọng trong việc thiết kế bao bì sản phẩm trước khi đem ra trưng bày. Trên bao bì của các sản phẩm rau toàn cần phải có đầy đủ thông tin cần thiết về sản phẩm như: Tên sản phẩm, tên cơ sở sản xuất, nguồn gốc xuất xứ, ngày thu hoạch đóng gói, hạn sử dụng, mã code nhận dạng. Đặc biệt là các chỉ tiêu về chất lượng, chứng nhận kiểm định của các cơ quan nông nghiệp, y tế cấp. Bao bì đẹp mắt tinh tế cũng là một yếu tố quan trọng quyết định đến việc lựa chọn mua sản phẩm của người tiêu dùng.

#### **5. Kết luận**

Trước thực trạng vệ sinh an toàn thực phẩm chưa được kiểm soát tốt, người dân ngày càng có xu hướng lựa chọn rau an toàn nhiều hơn. Lượng rau an toàn ở các chợ truyền thống và siêu thị được tiêu thụ ngày càng tăng. Nghiên cứu này đã xác định được các yếu tố tác động đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại tỉnh Bình Dương. Nghiên cứu đã phân tích mức độ tác động của các yếu tố này và đề xuất các giải pháp đẩy mạnh tiêu thụ rau an toàn, mang đến sức khỏe tốt cho người tiêu dùng ■

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Chu Nguyễn Đan Thanh, (2017). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn mua rau an toàn của người dân Thành phố Hồ Chí Minh*. Luận văn Thạc sĩ. Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Hồ Bạch Nhật và Lê Duy Hậu, (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua rau an toàn của người dân tại Bình Dương. *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật*, 37-47.
3. Hoàng Hà Dung, (2016). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua rau an toàn của người tiêu dùng tại Phường Phạm Ngũ Lão - Thành phố Hải Dương*. Khóa luận tốt nghiệp. Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
4. Lưu Thị Dị Huỳnh, (2013). *Phân tích các yếu tố tác động đến quyết định mua của khách hàng trên địa bàn Thành phố Huế đối với mặt hàng rau quả*. Khóa luận tốt nghiệp. Trường Đại học Kinh tế.
5. Nguyễn Văn Thuận và Võ Thành Danh, (2011). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng rau an toàn tại thành phố Cần Thơ. *Tạp chí khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. 17b: 113-119.

6. Trần Thủy Hương, (2017). *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua nông sản an toàn Vineco của người tiêu dùng tại hệ thống siêu thị Vinmart trên địa bàn Thành phố Hà Nội*. Luận văn Thạc sĩ. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

**Ngày nhận bài: 20/3/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/4/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 12/5/2022**

*Thông tin tác giả:*

**1. TS. NGUYỄN HÁN KHANH<sup>1</sup>**

**2. QUÁCH HOÀNG PHÚC<sup>2</sup>**

**3. NGUYỄN THỊ MAI THANH<sup>2</sup>**

**4. HUỲNH HỮU THỌ<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Giám đốc CTĐT Logistics và Quản lý Chuỗi cung ứng, Trường Đại học Thủ Dầu Một

<sup>2</sup>Khoa Kinh tế, Trường Đại học Thủ Dầu Một

## SOLUTIONS TO PROMOTE THE CONSUMPTION OF SAFE VEGETABLE IN BINH DUONG PROVINCE

● Ph.D NGUYEN HAN KHANH<sup>1</sup>

● QUACH HOANG PHUC<sup>2</sup>

● NGUYEN THI MAI THANH<sup>2</sup>

● HUYNH HUU THO<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Director, Logistics and Supply Chain Management Program,  
Thu Dau Mot University

<sup>2</sup>Faculty of Economics, Thu Dau Mot University

### ABSTRACT:

This study identifies the factors affecting the decision of consumers in Binh Duong province to buy safe vegetables. The factors of (1) Customer services and promotional activities (2) Price of safe vegetables and characteristics of safe vegetables, and (3) Origin of safe vegetables and packaging positively influence customers in Binh Duong province to buy safe vegetables. The impact level of each above-mentioned factor is analyzed and some solutions are proposed to promote the consumption of safe vegetable.

**Keywords:** safe vegetable consumption, safe vegetable, sales solution, Binh Duong province, consumer.