



# KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THỊT LỢN AN TOÀN CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG THÀNH PHỐ HUẾ

Nguyễn Văn Chung\*, Lê Thị Hoa Sen, Nguyễn Tiến Dũng, Lê Chí Hùng Cường,  
Hoàng Dũng Hà, Trần Thị Thanh Tâm

Trường Đại học Nông Lâm, Đại Học Huế

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này nhằm mục tiêu đánh giá khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của người tiêu dùng, tạo cơ sở xác định giải pháp đảm bảo an toàn thực phẩm cho người tiêu dùng. 100 người tiêu dùng ở 4 phường của thành phố Huế được chọn ngẫu nhiên để phỏng vấn bằng bản hỏi bán cấu trúc. Phỏng vấn sâu được tiến hành với 8 cán bộ các ban ngành liên quan và tiểu thương để thu thập thông tin về tình hình quản lý thịt lợn trên địa bàn thành phố. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng 100 % người tiêu dùng mong muốn được sử dụng thịt lợn an toàn và sẵn sàng chi trả thêm, nhưng chỉ 27 % số người được hỏi sẵn sàng chi trả thêm trên 20 % giá thường. Khả năng tiếp cận đến thịt lợn an toàn của người tiêu dùng rất thấp, yếu tố chính cản trở đến khả năng tiếp cận là sự sẵn có của thịt an toàn và lòng tin đối với thịt an toàn. Để đẩy mạnh khả năng tiếp cận thịt an toàn cần chú trọng đến công tác tuyên truyền về thịt lợn an toàn, xây dựng cơ chế quản lý, giám sát từ sản xuất đến cung ứng nhằm củng cố lòng tin cho người tiêu dùng, cũng như tạo ra được sản phẩm sẵn có trên thị trường.

**Từ khóa:** sự sẵn sàng chi trả, khả năng tiếp cận, thịt lợn an toàn

## 1 Đặt vấn đề

Thịt lợn là thực phẩm được người tiêu dùng (NTD) thường xuyên sử dụng trong các bữa cơm hàng ngày đối với hầu hết gia đình người Việt. Đây là thực phẩm có giá trị dinh dưỡng cao, nhiều vitamin và khoáng chất tốt cho cơ thể con người (Phạm Văn Tất, 2010). Bên cạnh nhu cầu tiêu thụ thịt lợn ngày càng tăng, xu hướng tiêu dùng thực phẩm an toàn đang được đặc biệt chú trọng. Tuy nhiên, trước tình trạng chạy theo lợi nhuận, người chăn nuôi đang lạm dụng các loại chất cấm để thúc đẩy quá trình tăng trưởng của lợn. Tồn dư của chất cấm và kháng sinh trong chăn nuôi đã và đang là vấn đề khó kiểm soát, gây ra nhiều mối lo ngại cho NTD nói riêng và toàn xã hội nói chung (Đậu Ngọc Hòa, 2016).

Thành phố Huế với dân số 354.124 người (2015), là thành phố đông dân cư và có mật độ dân cư cao, 4.910 người/km<sup>2</sup> (Thừa Thiên Huế GSO, 2016). Nơi đây là trung tâm của văn hóa – du lịch – giáo dục – y tế, thu hút lượng khách du lịch hằng năm khá lớn. Điều này làm cho nhu cầu về tất cả các mặt hàng tiêu dùng, thực phẩm tăng cao và thịt lợn là mặt hàng được quan tâm nhất. Tuy nhiên, cũng như nhiều địa phương trên cả nước vấn đề tiếp cận thực phẩm an toàn nói chung, đặc biệt là thịt lợn an toàn của NTD thành phố Huế vẫn là câu hỏi chưa được giải đáp. Để đảm bảo an toàn và sức khỏe cho NTD, vấn đề quan trọng cần phải thực hiện đó là nâng cao khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn cho NTD. Nghiên cứu này nhằm mục tiêu đánh giá khả năng tiếp cận đến thịt lợn an toàn của NTD thành phố Huế và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD thành phố Huế.

\* Liên hệ: [nguyenvanchung@huanf.edu.vn](mailto:nguyenvanchung@huanf.edu.vn)

## 2 Vật liệu và phương pháp nghiên cứu

### 2.1 Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung tại 4 phường có mật độ dân số cao nhất tại Thành Phố Huế, là nơi tập trung đông dân cư và hoạt động thương mại phát triển gồm có chợ loại 1 của thành phố và nhiều chợ lớn nhỏ đang hoạt động. Chính vì vậy phường Tây Lộc, phường An Cựu, phường Phước Vĩnh và phường Thuận Thành của thành phố Huế được chọn làm địa bàn nghiên cứu.

Trên địa bàn thành phố Huế có một số cơ sở đăng ký kinh doanh thực phẩm an toàn, số lượng cơ sở kinh doanh này có sự biến động theo thời gian. Nhiều cơ sở đi vào hoạt động tốt, bên cạnh đó cũng có cơ sở còn gặp nhiều khó khăn. Sản phẩm được bày bán tại các cơ sở này đa dạng, trong đó có cả thịt lợn. Tuy nhiên, chưa có các minh chứng hay kết luận thịt lợn tại các cơ sở này đảm bảo an toàn hay không. Chính vì vậy, đối tượng chính trong nghiên cứu là sự tiếp cận đến thịt lợn an toàn của NTD thành phố Huế. Đối tượng cung cấp thông tin cho nghiên cứu bao gồm NTD, tiểu thương bán thịt lợn và cán bộ chuyên môn của Chi cục thú y tỉnh Thừa Thiên Huế.

### 2.2 Phương pháp nghiên cứu

Thông tin thứ cấp và sơ cấp là những nguồn dữ liệu được sử dụng để phân tích trong nghiên cứu này. Trong đó thông tin thứ cấp bao gồm tiêu chí sản xuất thịt lợn an toàn, quy trình kiểm tra, giám sát sản lượng thịt lợn hằng năm, kênh cung ứng thịt lợn được thu thập từ chi cục Thú y tỉnh Thừa Thiên Huế. Ngoài ra, các báo cáo liên quan về số liệu thống kê được thu thập từ chi cục thống kê tỉnh Thừa Thiên Huế và Ủy Ban Nhân Dân thành phố Huế. Thông tin sơ cấp được thu thập từ phiếu phỏng vấn NTD để tìm hiểu quan điểm, nhu cầu và mức đồng ý chi trả thêm và các yếu tố cản trở đến việc tiếp cận thịt lợn an toàn. Phỏng vấn NTD được tiến hành với 100 người được chọn ngẫu nhiên tại 4 phường (25 NTD/phường). Phỏng vấn sâu 8 người buôn bán và cán bộ chuyên môn tại chi cục thú y tỉnh Thừa Thiên Huế.

Nghiên cứu đề cập đến vấn đề tiếp cận và khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD, trong đó, khái niệm tiếp cận trong nghiên cứu này được hiểu là khả năng NTD có thể có được thịt lợn an toàn. Để đánh giá khả năng tiếp cận, nghiên cứu đã tìm hiểu các chỉ số phù hợp nhằm đáp ứng mục tiêu của đề tài. Các chỉ số phục vụ cho nghiên cứu bao gồm sự sẵn có trên thị trường, giá cả, cơ chế quản lý, nhận thức của NTD, nhu cầu của NTD và sự sẵn sàng chi trả thêm.

Nghiên cứu này đã sử dụng phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng để phân tích mức độ ảnh hưởng của một số yếu tố đến mức sẵn sàng chi trả thêm của NTD đối với thịt lợn an toàn. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định giá để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng chi trả thịt lợn an toàn của NTD. Phương pháp định giá sử dụng hàm hồi quy đa biến, với công thức:

$$Y = \beta_0 + \beta_n X_n + \alpha_m X_m + \varepsilon$$

Trong đó, Y là biến phụ thuộc,  $X_n$  là biến định tính;  $X_m$  là biến định lượng,  $\beta_n$  là hệ số hồi quy của biến định tính,  $\alpha_m$  là hệ số hồi quy của biến định lượng,  $\beta_0$  là hệ số góc,  $\varepsilon$  là sai số ngẫu

nhiên. Các biến độc lập là các yếu tố nội tại của NTD và của hộ. Biến phụ thuộc là giá của 1 kg thịt lợn nạc an toàn được NTD định giá.

### 3 Kết quả nghiên cứu

#### 3.1 Thực trạng tiêu dùng thịt lợn tại thành phố Huế

Theo niên giám thống kê 2014, thịt lợn hơi xuất chuồng của thành phố Huế thấp, chỉ chiếm 39,35 % so với toàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Từ năm 2010 đến 2012 số lượng thịt hơi xuất chuồng có xu hướng giảm mạnh từ 916 tấn năm 2010 xuống còn 544 tấn trong năm 2012, do ảnh hưởng của dịch tai xanh nên số lượng và quy mô nuôi giảm. Từ năm 2012 trở đi, số lượng thịt lợn hơi xuất chuồng có xu hướng tăng trở lại, đạt mức 781 tấn trong năm 2014, sản lượng giết mổ đã tăng gần 24,43 % so với năm 2012. Sản lượng giết mổ đã được thống kê một cách rõ ràng, nhưng khối lượng tiêu thụ chưa có các số liệu thống kê cụ thể trên từng khu vực của thành phố.

Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, nguồn cung ứng lợn thịt cho các lò mổ tại địa bàn thành phố Huế gồm các phường An Tây, Hương Sơ, Thủy Biều... Ngoài ra, thịt lợn còn đến từ các huyện lân cận như huyện Phong Điền, thị xã Hương Trà, thậm chí từ các tỉnh khác như Quảng Trị, Vĩnh Phúc, Quảng Ngãi, Bình Định. Do nguồn cung ứng lợn hơi cho các lò mổ khác nhau nên công tác quản lý, kiểm soát gặp nhiều khó khăn. Lợn được giết mổ tập trung chủ yếu tại 4 lò mổ ở Bãi Dâu, Thủy Biều, Hương Sơ và Xuân Phú. Từ đây thịt lợn được phân phối đến các chợ hay điểm bán hàng lớn, nhỏ khác nhau trên địa bàn thành phố Huế.

Ngoài ra, kết quả điều tra 100 NTD ở 4 phường của thành phố Huế cho thấy, 100 % NTD chọn thịt lợn làm thực phẩm cho gia đình mình hàng tuần. Tuy nhiên, chỉ có 29,81 % NTD lựa chọn thịt lợn làm thực phẩm chính cho gia đình. Điều này thể hiện mức độ sử dụng thịt lợn của NTD cũng khác nhau, có 60 % NTD sử dụng thịt lợn từ 2 lần/tuần đến 3 lần/tuần và 40 % NTD còn lại sử dụng thịt lợn trên 4 lần/tuần. Bên cạnh đó, với đặc tính phổ biến và tiện lợi, chợ vẫn là địa điểm được NTD ưu tiên lựa chọn để mua thịt lợn chiếm tỷ lệ 94 %. Chỉ có 6 % NTD lựa chọn mua thịt tại các quán dọc đường hay siêu thị.

#### 3.2 Lòng tin của người tiêu dùng đối với thịt lợn tại thành phố Huế

Hiện nay, thông qua các kênh thông tin khác nhau như thông tin đại chúng, người thân, bạn bè, NTD đang rất lo sợ vấn đề thịt lợn chứa các chất tạo nạc, chất cấm như salbutamol, ractopamine, clenbuterol. Kết quả khảo sát cũng cho thấy 100 % NTD nghe thông tin về thịt lợn đều là những thông tin tiêu cực như không rõ nguồn gốc xuất xứ, sử dụng chất cấm, chất tạo nạc quá mức cho phép. Một số ý kiến cho rằng lò mổ với sự kiểm soát không chặt chẽ dẫn đến mất vệ sinh, gây ngộ độc thực phẩm, thịt nhập lậu trái phép, thịt lợn bị bệnh. Những thông tin này đã ảnh hưởng đến lòng tin của NTD kết quả được thể hiện ở bảng 1.

Bảng 1 cho thấy có đến 69 % NTD cho rằng thịt lợn trên thị trường không an toàn. Vấn đề này được NTD lý giải là họ được biết nhiều thông tin tiêu cực về thịt lợn trên thị trường. Bên cạnh đó có 22 % NTD phân vân về vấn đề an toàn của thịt và 9 % cho rằng thịt lợn trên thị trường an toàn. Nguyên nhân NTD phân vân vì chưa có minh chứng rõ ràng hoặc chưa thấy được sự khác biệt về thịt lợn an toàn và không an toàn trên thị trường.

**Bảng 1.** Lòng tin của người tiêu dùng với thịt lợn trên thị trường

	Số người phỏng vấn	Tỷ lệ (%)
Không an toàn	69	69
An toàn	9	9
Phân vân	22	22
<b>Tổng</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

### 3.3 Quan điểm của người tiêu dùng về thịt lợn an toàn

Quan điểm hay nhận thức của NTD có ảnh hưởng đáng kể đến sự sẵn sàng chi trả thêm (Đỗ Thị Mỹ Hạnh và cộng sự, 2015). Cách nhìn nhận, và cách tiếp cận thông tin của mỗi người khác nhau nên quan điểm về thịt lợn an toàn của NTD cũng khác nhau. Bảng 2 trình bày kết quả khảo sát quan điểm của NTD đối với thịt lợn an toàn ở địa bàn thành phố Huế.

**Bảng 2.** Quan điểm của người tiêu dùng về thịt lợn an toàn

Khái niệm thịt lợn an toàn	Số người phỏng vấn	Tỷ lệ (%)
Là thịt rõ nguồn gốc, lợn được nuôi đúng quy định, được kiểm dịch, kiểm định chất lượng của chi cục thú y trước khi đưa ra thị trường, giết mổ từ những con lợn hoàn toàn khỏe mạnh, công tác giết mổ và bày bán sạch sẽ đảm bảo đúng tiêu chuẩn an toàn. (A)	66/76	86,84
Là thịt từ lợn không ăn chất kích thích tăng trọng, chất cấm, chất tạo nạc, các chất tồn dư không vượt mức cho phép, không chứa chất bảo quản, được chứng nhận và đăng ký đó là thịt an toàn của chi cục thú y về vệ sinh an toàn thực phẩm. (B)	46/76	60,53
Là thịt từ lợn không ăn cám công nghiệp, chất cấm, chỉ ăn cám ngô, cám gạo, rau, không có chất tồn dư, chất cấm. (C)	30/76	39,47
Là thịt đảm bảo các tiêu chí an toàn nhưng đảm bảo mức giá phù hợp. (D)	10/76	13,16

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

Bảng 2 cho thấy quan điểm về thịt an toàn của NTD chia làm 4 nhóm khác nhau (trung ứng A, B, C và D). Tuy nhiên, hầu hết các quan điểm chú trọng đến nguồn gốc và công tác giết mổ. Có đến 86,84 % NTD đưa ra quan điểm A. Quan điểm này phù hợp với quan điểm của chuyên gia Nguyễn Xuân Dương- Cục Chăn nuôi – Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về thịt an toàn. Bên cạnh đó, NTD cũng quan tâm nhiều đến các vấn đề như thông tin của sản phẩm cần được rõ ràng; áp dụng phương thức nuôi truyền thống, những quan điểm này được thể hiện ở khái niệm B và C với tỷ lệ tương ứng là 60,53 % và 39,47 %.

### 3.4 Giải pháp đảm bảo thịt lợn an toàn cho gia đình

Nhận thức về thịt an toàn có ảnh hưởng lớn đến sự sẵn sàng chi trả. Tuy nhiên, hành vi của NTD trong việc tìm kiếm, lựa chọn thịt cho gia đình tiêu dùng thể hiện rõ hơn sự sẵn sàng

chi trả. Bảng 3 trình bày kết quả khảo sát các giải pháp NTD đang sử dụng để đảm bảo thị trường an toàn cho mình và gia đình.

**Bảng 3.** Giải pháp đảm bảo thị trường an toàn cho gia đình (tỉ lệ người trả lời)

STT	Giải pháp	Tỉ lệ (%)
1	Tự cung tự cấp (tự nuôi)	100
2	Thịt có nhãn mác an toàn được công nhận	67
3	Thịt có nguồn gốc rõ ràng	42
4	Mua thịt ở quê	85
5	Chọn địa điểm mua quen biết, uy tín	95
6	Giảm ăn thịt lợn thay thế các thực phẩm khác	30

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

Bảng 3 cho thấy NTD hiện tại sử dụng nhiều giải pháp khác nhau để lựa chọn thịt lợn đảm bảo an toàn cho mình và gia đình. Trong đó, tự cung tự cấp là giải pháp được tất cả NTD lựa chọn bởi vì họ sẽ là người trực tiếp quản lý và giám sát nên mức độ tin cậy cao. Tuy nhiên, giải pháp này không khả thi, khi NTD ở thành phố không đáp ứng được về cơ sở vật chất và thời gian chăm sóc. Chính vì vậy, có 85/100 NTD lựa chọn phương án khả thi hơn bằng cách mua thịt ở các vùng quê thay cho ở chợ. Phương pháp phổ biến hiện nay được 95/100 NTD lựa chọn là mua thịt tại chợ thông qua người bán hàng quen lâu năm, uy tín và lựa chọn thịt bằng kinh nghiệm của mình để nhận biết thịt an toàn. Ngoài ra, một số các giải pháp khác cũng được nhiều người lựa chọn là thịt có nhãn mác, có nguồn gốc rõ ràng. Có 30 % NTD hạn chế ăn thịt lợn và chọn thực phẩm khác an toàn hơn.

### 3.5 Cách thức lựa chọn thịt lợn an toàn

Kết quả nghiên cứu cho thấy việc lựa chọn thực phẩm đảm bảo an toàn hay không phụ thuộc rất lớn vào kinh nghiệm của NTD và quan điểm của NTD về thị trường an toàn. Hay nói cách khác, mỗi NTD có những cách lựa chọn thịt an toàn theo các cách khác nhau. Cách thức lựa chọn dựa trên những tiêu chí được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên ở bảng 4.

Bảng 4 cho thấy NTD ưu tiên lựa chọn nhất là chất lượng của thịt lợn, đây là tiêu chí quan trọng, được yêu cầu cao với 80,46 % người lựa chọn. Tuy nhiên, chất lượng của thịt chỉ được NTD đánh giá theo kinh nghiệm của bản thân, chưa có các phương pháp mang tính khoa học. Vì vậy, gần 75 % NTD lựa chọn thịt an toàn thông qua nguồn gốc xuất xứ và dựa trên dấu xác nhận của chi cục thú y. Ngoài ra, NTD còn quan tâm đến một số tiêu chí khác như: thông tin của thịt đảm bảo không có chất cấm, chất kích thích; lựa chọn những người bán có uy tín hay siêu thị để mua sản phẩm; cũng như chọn thời điểm mua vào buổi sáng để đảm bảo thịt được tươi, ngon và giá cả phù hợp với thu nhập cũng như gia đình.

**Bảng 4.** Tiêu chí lựa chọn thịt của người tiêu dùng thành phố Huế

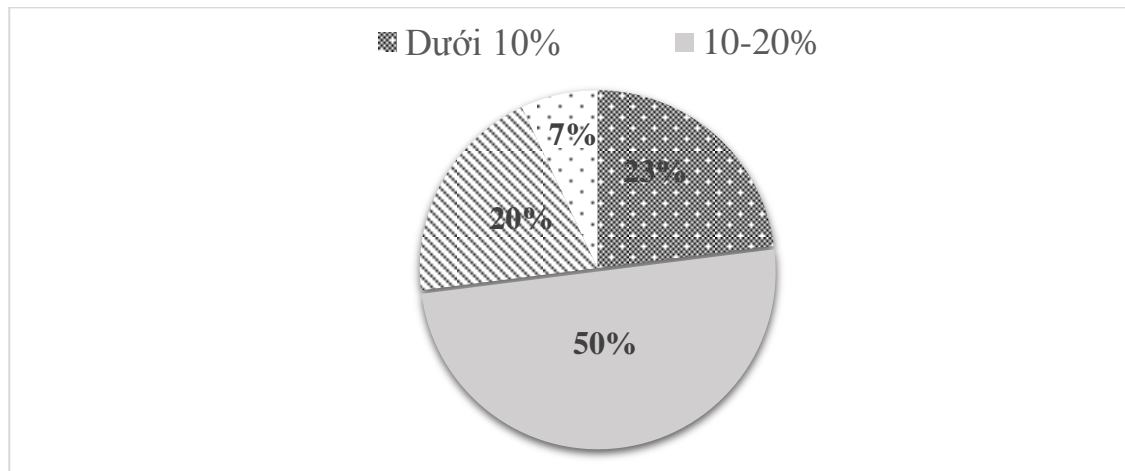
Ưu tiên	Tiêu chí	Tỷ lệ (%)	Yêu cầu
1	Chất lượng	80,46	Thịt lợn thường có màu hơi hồng, không đỏ rực, khối thịt rắn chắc, có độ đàn hồi cao, các thớ thịt đều, không có mùi lạ, không bị ra nước nhão. Lớp mỡ thịt lợn bình thường khoảng 1,5 cm đến 2 cm. Không ướp lạnh.
2	Nguồn gốc xuất xứ	74,71	Đã được kiểm định của chi cục thú y, công tác quản lý vệ sinh các lò mổ, vệ sinh khu vực bán tránh ô nhiễm thực phẩm.
3	Thông tin thịt	59,77	Lợn được nuôi quy trình khép kín, ăn uống sạch sẽ không có chất cấm, chất kích thích.
4	Nơi uy tín	57,47	Người bán hàng đã quen biết ở chợ, mua siêu thị.
5	Thời gian mua	40,23	Thời gian buổi sáng
6	Giá cả	38,74	Giá rẻ, hợp lý

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

### 3.6 Mức sẵn sàng chi trả thêm của người tiêu dùng đối với thịt lợn an toàn

Những kết quả nghiên cứu ở trên đã làm rõ những hiểu biết, khả năng tiếp cận và sự lựa chọn của NTD đối với thịt lợn an toàn. Từ đó có thể nhận thấy rằng việc tìm được một thực phẩm an toàn không phải là điều dễ dàng khi khách hàng thiếu thông tin và cách nhận biết. Nhưng sự sẵn sàng chi trả và mức sẵn sàng chi trả thêm là yếu tố rất quan trọng đối với khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD. Khảo sát đã chia ra 4 mức độ sẵn sàng chi trả thêm nhằm xác định chính xác khả năng chi trả thêm của NTD, bao gồm: dưới 10 %, 10 % đến 20 %, 20 – 30 % và mức cao hơn và được thể hiện qua số liệu ở biểu đồ 1.

Biểu đồ 1 cho thấy nếu giá thịt lợn an toàn cao hơn khoảng 10 % đến 20 % giá thịt lợn thường thì sẽ có 77 % NTD tiếp cận được. Trong đó, 27 % NTD sẵn sàng chi trả thêm cao hơn mức 20 % mức giá thường.



**Biểu 1.** Mức sẵn sàng chi trả thêm của NTD đối với thịt lợn an toàn  
(Nguồn: phòng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

### 3.7 Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của người tiêu dùng thành phố Huế

#### Các yếu tố ảnh hưởng đến mức sẵn sàng chi trả thêm

Mức sẵn sàng chi trả thêm thường có liên quan chặt chẽ đến khả năng tiếp cận thực phẩm an toàn. Mức sẵn sàng chi trả thêm càng cao thì khả năng tiếp cận càng cao, hay nói cách khác mức sẵn sàng chi trả thêm cao thể hiện nhu cầu sử dụng cao và ngược lại (Đỗ Thị Mỹ Hạnh và cộng sự, 2015). Mức sẵn sàng chi trả thêm cao hay thấp phụ thuộc nhiều yếu tố kinh tế và xã hội của NTD. Các yếu tố ảnh hưởng đến mức sẵn sàng chi trả thêm cho thịt lợn an toàn của NTD ở thành phố Huế được thể hiện ở bảng 5.

**Bảng 5.** Các yếu tố ảnh hưởng đến mức chi trả thêm cho thịt lợn an toàn của NTD thành phố Huế

Biến độc lập	Tên biến	Giá trị t	Sig
Thu nhập	Thu nhập	1,446	0,152
Nhân khẩu	Số khẩu	-0,652	0,516
Giới tính	Nam	0,239	0,811
	Nữ (Biến tham chiếu)	0	0
Nghề nghiệp	Hưu trí	-0,759	0,450
	Cán bộ nhân viên	0,025	0,980
	Kinh doanh buôn bán	-1,236	0,220
	Tự do (Biến tham chiếu)	0	0
Tuổi	Tuổi NTD điều tra	1,016	0,312
Nghe hiểu thịt an toàn	Nghe đến thịt an toàn	2,087	0,040

Biến độc lập	Tên biến	Giá trị t	Sig
	Hiểu biết thịt an toàn	1,599	0,113
	Chưa nghe, chưa hiểu (Biến tham chiếu)	0	0
Mức độ sử dụng thường xuyên	Vài lần (2 lần đến 3 lần) (biến tham chiếu)	0	0
	Thỉnh thoảng (4 lần đến 5 lần)	-2,003	0,048
	Thường xuyên	-1,844	0,069
Mức độ quan tâm	Không biết, không quan tâm (Biến tham chiếu)	0	0
	Có biết, có quan tâm	0,091	0,928
	Lo lắng	1,108	0,271
	Rất lo lắng	5,587	0,000
Constant		3,475	0,001
R square	63,40 %		

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

Giá trị R<sup>2</sup> bằng 63,40 % đã cho thấy rằng, các biến được đưa vào mô hình có khả năng dự đoán 63,40 % mức độ sẵn sàng chi trả thêm của khách hàng cho thịt lợn an toàn. Mức độ ước lượng (Sig.) bằng 0 chính là các biến dùng để so sánh giữa các mức độ của cùng một biến định tính.

Các biến về đặc điểm nhân khẩu học như: thu nhập, nhân khẩu, giới tính, nghề nghiệp, tuổi đều không có ý nghĩa trong việc giải thích sự ảnh hưởng đến sự sẵn sàng chi trả khi giá trị Sig. lớn hơn 0,05. Trong khi đó các biến nghe đến thịt an toàn, mức độ sử dụng thỉnh thoảng và mức độ rất lo lắng có ý nghĩa chặt chẽ khi giá trị Sig. nhỏ hơn 0,05. Điều này có nghĩa là những NTD nghe đến thông tin thịt lợn an toàn nhưng chưa hiểu đến thịt an toàn sẽ sẵn sàng trả giá cao hơn những người chưa nghe, chưa hiểu đến thịt an toàn. Những người nghe nhiều thông tin về các vấn đề không an toàn của thịt lợn nên cảm thấy lo lắng và hy vọng sẽ có thịt lợn an toàn để sử dụng và tâm lý sẽ sẵn sàng trả thêm cao hơn. Đối với những người có hiểu biết cho rằng, các loại thịt lợn được cho là an toàn trên thị trường hiện tại chưa đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng, công tác quản lý chưa đảm bảo nên họ không sẵn sàng chi trả thêm. Ngoài ra, kết quả phân tích cũng cho thấy mức độ sử dụng thịt lợn càng ít và sự lo lắng càng cao đến vấn đề an toàn của sản phẩm thì sự sẵn sàng chi trả của NTD càng cao.

### Các yếu tố cản trở đến khả năng tiếp cận

Việc NTD có sử dụng được thịt lợn an toàn hay không phụ thuộc rất lớn vào khả năng tiếp cận của họ. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng vẫn đang còn tồn tại một khoảng cách lớn giữa việc cung ứng thịt lợn an toàn và khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD. Khoảng cách này được tạo ra bởi các yếu tố trong bảng 6.

Kết quả bảng 6 cho thấy yếu tố gây cản trở lớn nhất đến khả năng tiếp cận của NTD đối với thịt an toàn là lòng tin. 91 % NTD cho rằng dù có thịt an toàn trên thị trường, nhưng nếu không có lòng tin thì không mua. Theo ý kiến của NTD, để tạo dựng được lòng tin cho khách



hàng, thứ nhất, phải đảm bảo chất lượng thịt; thứ hai, cơ chế quản lý nghiêm ngặt từ khâu chăn nuôi đến khâu giết mổ; thứ ba, bày bán phải bảo đảm vệ sinh an toàn. Ngoài ra, sự sẵn có của thịt lợn an toàn là yếu tố thứ hai cản trở đến khả năng tiếp cận; 90 % số NTD cho rằng họ không biết thịt lợn an toàn bán ở đâu. Hơn nữa, nhu cầu và khả năng chi trả của NTD thấp đã gây cản trở trong việc tiếp cận với tỷ lệ NTD cho ý kiến tương ứng 70 % và 60 % người được phỏng vấn. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra, mặc dù sẵn sàng chi trả nhưng do không có lòng tin, hoặc khả năng chi trả cao, NTD tiếp cận thịt lợn an toàn với mức độ thấp. Chính vì vậy, khi thịt an toàn được quản lý tốt, sẵn có trên thị trường và gây được lòng tin thì nhu cầu của NTD sẽ tăng và điều này sẽ kích thích sự sẵn sàng chi trả thêm dẫn đến khả năng tiếp cận đến thịt lợn an toàn cũng có thể được cải thiện.

**Bảng 6.** Đánh giá của NTD về các yếu tố cản trở đến khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn

Các yếu tố	Tỷ lệ (%)
Sự sẵn có	90
Lòng tin	91
Khả năng chi trả	60
Nhu cầu	70

(Nguồn: phỏng vấn NTD thành phố Huế, 2016)

## 4 Kết luận và kiến nghị

### 4.1 Kết luận

Có khoảng 29,81 % NTD ở thành phố Huế lựa chọn thịt lợn làm thực phẩm chính hàng tuần cho gia đình và tất cả NTD đều khẳng định họ chủ yếu nghe các thông tin cực về thịt lợn, điều này tạo cho họ có cảm giác lo lắng khi sử dụng.

100 % NTD có mong muốn sử dụng thịt an toàn, trong đó, 77 % NTD sẵn sàng mua sản phẩm thịt lợn an toàn với giá cao hơn so với giá thịt lợn thường từ 10 % đến 20 %. Mức sẵn sàng chi trả thêm phụ thuộc rất lớn vào mức độ nghe hiểu, mức độ sử dụng và mức độ lo lắng về thịt lợn an toàn của NTD.

Khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD bị hạn chế bởi, lòng tin của NTD, sự sẵn có của thịt lợn an toàn trên thị trường và nhu cầu của NTD.

Kết quả nghiên cứu chỉ mới đề cập đến các yếu tố nội tại của NTD ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn, nhưng chưa có các phân tích ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài.

### 4.2 Kiến nghị

Cần có cơ chế hỗ trợ, đầu tư phát triển sản xuất thịt lợn an toàn, cũng như cơ chế trợ giá nhằm giảm giá thành sản phẩm, nâng cao cơ hội tiếp cận của NTD.

Hoàn thiện cơ chế giám sát, quản lý chặt chẽ về thịt lợn an toàn; xử lý triệt để các trường hợp vi phạm về vệ sinh an toàn thực phẩm nhằm củng cố lòng tin cho NTD.

Đẩy mạnh công tác tuyên truyền thông qua nhiều kênh thông tin khác nhau như trực tiếp, gián tiếp nhằm nâng cao nhận thức cho NTD về thực phẩm an toàn.

Cần cung cấp thông tin rõ ràng về địa chỉ của các cơ sở sản xuất và điểm bán thịt lợn an toàn nhằm nâng cao khả năng tiếp cận của NTD.

Cần có thêm những nghiên cứu về ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài đến khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của NTD.

### Tài liệu tham khảo

1. Trang Bùi (2015), *Cách phân biệt thịt lợn sạch và thịt lợn bẩn, người tiêu dùng*, <http://tieudungplus.vn/cach-phan-biet-thit-lon-sach-va-thit-lon-ban-2691.html>.
2. GSO-Cục thống kê Thừa Thiên Huế (2016), *Thống kê kinh tế, xã hội và môi trường tỉnh Thừa Thiên Huế*.
3. Đậu Ngọc Hào (2016), *Tồn dư kháng sinh vật nuôi và nguy cơ kháng kháng sinh. Hội thú y Việt Nam*, truy cập tại <http://baodatviet.vn/dien-dan-tri-thuc>.
4. Lê Thị Hương (2012), *Nhu cầu tiêu dùng thịt lợn và mức độ sẵn sàng chi trả cho thịt lợn an toàn của người dân trên địa bàn thành phố Huế*, Khóa luận tốt nghiệp, Khoa quản trị kinh doanh, trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.
5. Lê Thị Hoa Sen & Hồ Thị Hồng (2012), *Một số yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất và tiêu thụ rau an toàn ở tỉnh Thừa Thiên Huế*, *Tạp Chí Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn*, (7), 42-48.
6. Phạm Văn Tất (2010), *Vai trò của thịt và nhu cầu cơ thể*, Liên hiệp các hội khoa học và kỹ thuật Việt Nam, Truy cập tại <http://www.vusta.vn/vi/news/Thong-tin-Su-kien-Thanh-tuu-KH-CN>.
7. Châu Thị Thấy (2015), *Khả năng tiếp cận thịt lợn an toàn của người tiêu dùng thành phố Huế*, Khóa luận tốt nghiệp 2015, Khoa Khuyến nông và PTNT, Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế.

## CONSUMERS' POSIBILITY TO ACCESS SAFE PORK IN HUE CITY

Nguyen Van Chung\*, Le Thi Hoa Sen, Nguyen Tien Dung, Le Chi Hung Cuong,  
Hoang Dung Ha, Tran Thi Thanh Tam

College of Agriculture and Forestry, Hue University

**Abstract:** This paper aimed to assess consumers' possibility to access safe pork and identify measures to ensure food safety for the community. 100 consumers in 4 wards of Hue city were randomly selected to be interviewed with a semi-structured questionnaire. In-depth interviews were undertaken with 8 officers and traders to collect information about the current situation of pork management at the studied site. The results indicated that all the consumers wanted to consume safe pork and were willing to pay more; however, only 27 % of respondents were willing to pay over 20 % more than the market price. The accessibility to safe pork for consumers in Hue city was low, and the availability of safe pork and consumers' trust were the main factors limiting their access. In order to promote the accessibility to safe pork, there should be a focus on promoting propaganda to improve consumer awareness, development of management and monitoring mechanisms from production to supply to improve consumers' trust, as well as increasing the availability of safe pork products on the market.

**Keywords:** willing to pay, accessibility, safe pork