

**ĐÁNH GIÁ THÁI ĐỘ, HÀNH VI VÀ CÁC YẾU TỐ LIÊN QUAN CỦA  
NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI THỰC PHẨM CHỨC NĂNG  
TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ NĂM 2022 – 2023**

*Trình Quốc Thịnh, Nguyễn Phục Hưng\*, Hà Thoại Lâm, Huỳnh Minh Khôi,  
Lê Diệu Pháp, Phùng Phi Yến, Võ Thị Mỹ Hương*

*Trường Đại học Y Dược Cần Thơ*

*\*Email: nphung@ctump.edu.vn*

*Ngày nhận bài: 23/2/2023*

*Ngày phản biện: 23/7/2023*

*Ngày duyệt đăng: 31/7/2023*

**TÓM TẮT**

**Đặt vấn đề:** Người tiêu dùng sử dụng thực phẩm chức năng chủ yếu là qua sách báo của người quen, người bán hàng mà chưa có kiến thức chuyên môn về lĩnh vực này. **Mục tiêu nghiên cứu:** Đánh giá thái độ, hành vi và các yếu tố liên quan của người tiêu dùng đối với thực phẩm chức năng tại thành phố Cần Thơ năm 2022 – 2023. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** 415 người dân mua thuốc từ đủ 18 tuổi trở lên tại các nhà thuốc thuộc 9 quận/huyện trên địa bàn thành phố Cần Thơ từ tháng 05/2022 đến tháng 05/2023 theo phương pháp mô tả cắt ngang và chọn mẫu phân tầng. Khảo sát thông qua phiếu khảo sát đưa tận tay người tiêu dùng. Phân tích số liệu trên phần mềm Microsoft Excel 2016, SPSS 20 và đánh giá độ tin cậy của thang đo sử dụng chỉ số Cronbach's Alpha. **Kết quả:** Trong 415 người tiêu dùng có 54% là nữ chiếm cao nhất, độ tuổi từ 18 – 35 tuổi chiếm 66,3%, học sinh – sinh viên chiếm 37,1% và hơn 50% người tiêu dùng có địa chỉ là thành thị và có gia đình. Người tiêu dùng phân vân mua, sử dụng thực phẩm chức năng và đã có ý định sử dụng thực phẩm chức năng trong tương lai; người tiêu dùng cho rằng việc sử dụng thực phẩm chức năng là để hỗ trợ và nâng cao cuộc sống hiện tại (trung bình từ 3,41 tới 4,2 và các thành phần còn lại trong khoảng 2,61 tới 3,40). **Kết luận:** Thực phẩm chức năng hiện nay đã được người dân tiếp cận gần như là toàn diện. Thái độ, nhận thức hành vi, ảnh hưởng xã hội ảnh hưởng đến ý định mua và sử dụng thực phẩm chức năng.

**Từ khóa:** Nhà thuốc, nhận thức hành vi, thái độ, thực phẩm chức năng.

**ABSTRACT**

**EVALUATING THE ATTITUDE, BEHAVIOR, AND RELATED FACTORS  
OF CONSUMERS FOR HEALTH SUPPLEMENT  
IN CAN THO CITY IN 2022 – 2023**

*Trinh Quoc Thinh, Nguyen Phuc Hung\*, Ha Thoai Lam, Huynh Minh Khoi,  
Le Dieu Phap, Phung Phi Yen, Vo Thi My Huong*

*Can Tho University of Medicine and Pharmacy*

**Background:** Health supplement consumption behavior is essential to maintain health status. **Objectives:** To explore the intention to buy and consume health supplement consumption behavior in the Can Tho population. **Materials and methods:** The study was a cross-sectional survey and was collected by a direct questionnaire interview. The location for data collection was evenly distributed over nine districts in Can Tho city. **Results:** There were 415 participants interviewed, 44.8% were male and 54.0% were female. The participants are divided into 3 groups, in which the youngest group (age 18-35) was predominant. The variable of social influence on health supplements has Sig=0.921 > 0.05 (significant level). There is an uncorrelation between social influence and purchase intention. The average scores of the factors affecting the intention to purchase health supplements almost have values from 3.41 to 4.2 compared to the Likert scale.

**Conclusions:** *Purchasing intentions in the Can Tho population are influenced by attitudes toward health supplements. Most of the participants had the intention to use health supplement in the future.*

**Keywords:** *Health supplement, health promotion, health-related consumption behavior, Vietnam.*

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Bộ Y tế Việt Nam, Thông tư số 08/TT-BYT ngày 23/8/2004 về việc “Hướng dẫn việc quản lý các sản phẩm thực phẩm chức năng” đã đưa ra định nghĩa: “Thực phẩm chức năng là thực phẩm dùng để hỗ trợ chức năng của các bộ phận trong cơ thể người, có tác dụng dinh dưỡng, tạo cho cơ thể tình trạng thoải mái, tăng sức đề kháng và giảm bớt nguy cơ gây bệnh” [1].

Bên cạnh việc ăn uống hợp lý, tập thể dục điều độ thì bổ sung dinh dưỡng từ các loại thực phẩm chức năng (TPCN) đang được quan tâm những công dụng của TPCN là không thể bàn cãi. Không chỉ cung cấp dinh dưỡng cơ bản, TPCN còn có giúp phòng bệnh và tăng cường sức khỏe nhờ các chất chống oxy hóa, chất xơ và một số thành phần khác. Ở Việt Nam, đến năm 2015 đã có 1780 cơ sở kinh doanh TPCN với 3380 sản phẩm các loại, tỷ lệ người sử dụng TPCN đã tăng lên 40% ở người trưởng thành [2]. Cần Thơ là một trong các thành phố đông dân của cả nước, là thị trường tiềm năng để kinh doanh và phân phối các loại thực phẩm chức năng. Từ đó, nghiên cứu này đã được thực hiện với mục tiêu: Đánh giá thái độ, hành vi và các yếu tố liên quan của người tiêu dùng đối với thực phẩm chức năng tại thành phố Cần Thơ năm 2022 – 2023.

## II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1. Đối tượng nghiên cứu

Người mua thuốc từ đủ 18 tuổi trở lên tại các nhà thuốc thuộc 9 quận/huyện trên địa bàn thành phố Cần Thơ từ tháng 05/2022 đến tháng 05/2023

- **Tiêu chuẩn lựa chọn:** Người mua thuốc từ đủ 18 tuổi trở lên thuộc 9 quận/huyện trên thành phố Cần Thơ đến các nhà thuốc mua thuốc và đồng ý tham gia khảo sát.

- **Tiêu chuẩn loại trừ:** Những mẫu sai quy định như thiếu thông tin, nhiều lượt đánh giá trong cùng một câu hỏi hoặc không đánh giá hết bộ câu hỏi.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

- **Thiết kế nghiên cứu:** Nghiên cứu thực hiện theo phương pháp mô tả cắt ngang và chọn mẫu thuận tiện.

- **Cỡ mẫu:** Để đánh giá được khách quan và chính xác thì chúng tôi chọn mẫu khảo sát bằng hình thức chọn mẫu ngẫu nhiên gồm 415 người tiêu dùng chia theo mật độ dân số trên 9 quận/huyện trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

- **Phương pháp chọn mẫu:** Người đến mua hàng tại nhà thuốc/quầy thuốc tại Cần Thơ.

- **Xử lý số liệu:** Sau khi thu thập đầy đủ số liệu và kiểm tra tính hợp lý của số liệu. Tiến hành nhập và làm sạch số liệu, phân tích số liệu trên phần mềm Microsoft Excel 2016 và SPSS version 20.0.

- **Nội dung nghiên cứu gồm:**

Đặc điểm của người tiêu dùng: Giới tính (nam, nữ), vị trí địa lý (thành thị, nông thôn), tuổi, trình độ học vấn, mức thu nhập, nghề nghiệp.

Chuẩn hóa thang đo thái độ và hành vi của người tiêu dùng đối với việc mua thực phẩm chức năng: Chuẩn hóa thang đo các biến thái độ đối với thực phẩm chức năng (Biến A), ảnh hưởng của xã hội (Biến SN), nhận thức kiểm soát hành vi (Biến PBC), ý định mua (Biến I). Qua thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha.

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng: Các đặc điểm như giới tính (nam, nữ), vị trí địa lý (thành thị, nông thôn), tuổi, trình độ học vấn, mức thu nhập, nghề nghiệp ảnh hưởng đến ý định mua TPCN (Biến I).

### III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1. Đặc điểm chung của người tiêu dùng

Bảng 1. Đặc điểm chung của người tiêu dùng

Đặc điểm		Tần số (n=415)	Tỉ lệ (%)	Đặc điểm		Tần số (n=415)	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	186	44,8	Vị trí	Thành thị	261	62,9
	Nữ	224	54,0		Nông thôn	154	37,1
	Khác	5	1,2		Phổ thông	60	14,5
Tuổi	Từ đủ 18 - 35	275	66,3	Trình độ học vấn	Trung cấp/ Cao đẳng	48	11,6
	Từ 36 – 55	120	28,9		Đại học	262	63,1
	Trên 55	20	4,8		Khác	45	10,8
Mức thu nhập	Chưa có thu nhập	103	24,8	Nghề nghiệp	Học sinh – Sinh viên	154	37,1
	<3 triệu	42	10,1		Công nhân	20	4,8
	Từ 3 triệu – <5 triệu	68	16,4		Dược sĩ/ Bác sĩ/ Điều dưỡng	135	32,5
	5 triệu - <10 triệu	125	30,1		Nhân viên văn phòng	43	10,4
	>10 triệu	77	18,6		Nông dân	14	3,4
				Khác	49	11,8	

Nhận xét: Trong 415 người tiêu dùng tham gia nghiên cứu có 54% là nữ chiếm cao nhất, đa số người tiêu dùng đồng ý tham gia khảo sát là nằm ở độ tuổi từ 18 – 35 tuổi chiếm 66,3% và đa số là học sinh – sinh viên, có trên 50% người tiêu dùng có địa chỉ là thành thị và có gia đình, tỉ lệ thu nhập cao nhất là 30,1% rơi vào mức 5 triệu đến nhỏ hơn 10 triệu. Tuy nhiên khi nhìn vào tổng quan thì ta thấy rằng nghiên cứu này trải dài ở mọi độ tuổi, nghề nghiệp, thu nhập và học vấn.

#### 3.2. Chuẩn hóa thang đo thái độ và hành vi của người tiêu dùng đối với việc mua thực phẩm chức năng

Bảng 2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Hệ số Cronbach's Alpha

(A) Độ tin cậy bên trong cấu phần thái độ của người tiêu dùng đối với thực phẩm chức năng		
Biến khảo sát	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số điều kiện loại biến
A1. Tôi nghĩ khi sử dụng thực phẩm chức năng thì sẽ đem lại nhiều lợi ích cho cơ thể.	0,798	0,895
A2. Tôi nghĩ càng sử dụng nhiều thực phẩm chức năng thì càng tốt	0,898	0,886
A3. Tôi nghĩ đã đúng khi sử dụng thực phẩm chức năng để hỗ trợ trị bệnh	0,814	0,891

**TẠP CHÍ Y DƯỢC HỌC CẦN THƠ – SỐ 62/2023**

<b>(A) Độ tin cậy bên trong cấu phần thái độ của người tiêu dùng đối với thực phẩm chức năng</b>		
<b>Biến khảo sát</b>	<b>Hệ số tương quan biến tổng</b>	<b>Hệ số điều kiện loại biến</b>
A4. Giúp nhà thuốc/quầy thuốc giữ chân khách hàng cũ hoặc có thêm khách hàng mới.		
	0,830	0,890
A5. Tôi nghĩ việc cần thiết để bảo vệ sức khỏe là sử dụng TPCN		
	0,837	0,891
A6. Tôi nghĩ dùng thực phẩm chức năng thì thuận tiện hơn các loại thức ăn		
	0,804	0,892
A7. Tôi ủng hộ việc dùng thực phẩm chức năng trong hỗ trợ điều trị bệnh		
	0,707	0,901
A8. Tôi nghĩ các thực phẩm chức năng đều đạt được lợi ích mong muốn		
	0,251	0,909
Hệ số Cronbach's Alpha (CA): 0,912		
<b>(PBC) Độ tin cậy bên trong cấu phần nhận thức kiểm soát hành vi với thực phẩm chức năng</b>		
<b>Tương quan biến - tổng</b>		
<b>Biến khảo sát</b>	<b>Hệ số tương quan biến tổng</b>	<b>Hệ số điều kiện loại biến</b>
PBC1. Tôi có thể mua và sử dụng TPCN khi tôi cần.		
	0,719	0,850
PBC2. Tôi có đủ khả năng, tài chính để mua và sử dụng TPCN.		
	0,777	0,842
PBC3. Tôi cảm thấy tự tin và đủ hiểu biết khi mua thực phẩm chức năng.		
	0,261	0,925
PBC4. Tôi biết nơi nào bán thực phẩm chức năng.		
	0,777	0,841
PBC5. Tôi sẽ so sánh nhiều loại thực phẩm chức năng trước khi mua.		
	0,718	0,850
PBC6. Khi dùng thực phẩm chức năng vẫn có thể bị các tác dụng phụ không mong muốn.		
	0,739	0,847
PBC7. Tôi ủng hộ việc dùng thực phẩm chức năng trong hỗ trợ điều trị bệnh		
	0,814	0,838
Hệ số Cronbach's Alpha (CA): 0,875		
<b>(I) Độ tin cậy của thành phần trong ý định mua với thực phẩm chức năng</b>		
<b>Biến khảo sát</b>	<b>Hệ số tương quan biến tổng</b>	<b>Hệ số điều kiện loại biến</b>
I1. Trong thời gian tới tôi dự định sẽ mua và sử dụng TPCN		
	0,720	0,816
I2. Tôi sẽ dùng TPCN để hỗ trợ và nâng cao cuộc sống hiện tại và sau này		
	0,735	0,794
I3. Tôi muốn mua và sử dụng thực phẩm chức năng		
	0,748	0,782
Hệ số Cronbach's Alpha (CA): 0,875		

Nhận xét: Sau khi qua đánh giá *Cronbach's Alpha*, có 2 yếu tố trong các thang đo ban đầu bị loại bỏ do không đảm bảo về độ tin cậy. Có 16 yếu tố trong các cấu phần độc lập và 3 yếu tố trong cấu phần phụ thuộc thỏa mãn các điều kiện được giữ lại (*hệ số tương quan biến tổng* > 0,3 và có *hệ số CA khi loại biến* nhỏ hơn hệ số Cronbach's Alpha hiện hành) và tiếp tục được đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA).

**3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng**

Bảng 3. Ý kiến của người dùng về ý định sử dụng TPCN để hỗ trợ sức khỏe

Yếu tố ảnh hưởng		N = 415	Ý định 1 <sup>a</sup>		Ý định 2 <sup>b</sup>		Ý định 3 <sup>c</sup>	
Yếu tố	Thành phần		Trung bình	Sai số chuẩn	Trung bình	Sai số chuẩn	Trung bình	Sai số chuẩn
Giới tính	Nam	186	3,47	0,071	3,52	0,070	3,42	0,070
	Nữ	224	3,42	0,061	3,48	0,059	3,37	0,064
	Khác	5	3,80	0,583	3,60	0,600	3,80	0,583
Vị trí địa lý	Thành thị	261	3,48	0,056	3,51	0,055	3,41	0,057
	Nông Thôn	154	3,39	0,081	3,48	0,079	3,38	0,081
Nhóm tuổi	Từ 18 đến 35 tuổi	275	3,49	0,059	3,56	0,056	3,50	0,059
	Từ 36 đến 55 tuổi	120	3,39	0,076	3,36	0,076	3,17	0,075
	Trên 55 tuổi	20	3,15	0,254	3,45	0,276	3,35	0,264
Trình độ học vấn	Phổ thông	60	3,30	0,139	3,52	0,142	3,33	0,142
	Trung cấp/cao đẳng	48	3,48	0,115	3,46	0,115	3,29	0,123
	Đại học	262	3,55	0,556	3,56	0,054	3,50	0,057
	Khác	45	3,04	0,145	3,13	0,151	3,02	0,151
Thu nhập cá nhân	Chưa có thu nhập	103	3,44	0,093	3,58	0,089	3,52	0,094
	Dưới 3 triệu đồng	42	3,45	0,161	3,45	0,161	3,55	0,153
	Từ 3 triệu đến dưới 5 triệu	68	3,25	0,112	3,34	0,112	3,21	0,114
	Từ 5 triệu đến dưới 10 triệu	125	3,43	0,081	3,43	0,080	3,28	0,085
	Trên 10 triệu	77	3,66	0,107	3,66	0,104	3,51	0,106
Nghề nghiệp	Học sinh – Sinh viên	154	3,43	0,078	3,56	0,073	3,51	0,078
	Công nhân	20	3,45	0,223	3,50	0,212	3,40	0,210
	Dược sĩ/bác sĩ/điều dưỡng	135	3,40	0,077	3,37	0,077	3,22	0,080
	Nhân viên văn phòng	43	3,98	0,085	3,91	0,093	3,86	0,097
	Nông dân	14	3,07	0,221	3,14	0,231	3,21	0,261
	Khác	49	3,29	0,162	3,41	0,165	3,18	0,156

Chú thích:

<sup>a</sup>Trong thời gian tới tôi dự định sẽ mua và sử dụng TPCN

<sup>b</sup>Tôi sẽ dùng TPCN để hỗ trợ và nâng cao cuộc sống hiện tại và sau này

<sup>c</sup>Tôi muốn mua và sử dụng thực phẩm chức năng

Nhận xét: Người tiêu dùng hiện nay đều phân vân sử dụng thực phẩm chức năng và đã có ý định sử dụng thực phẩm chức năng trong tương lai; họ cho rằng việc sử dụng thực phẩm chức năng là để hỗ trợ và nâng cao cuộc sống hiện tại; và họ cũng phân vân mua, sử dụng thực phẩm chức năng nhưng trong số đó đã có ý định sử dụng thực phẩm chức năng trong tương lai (bởi vì trung bình của các thành phần các yếu tố trong khoảng từ 3,41 tới 4,2 và các thành phần còn lại đều nằm trong khoảng 2,61 tới 3,40).

## IV. BÀN LUẬN

### 4.1. Đặc điểm chung của người tiêu dùng

Trong tổng số 415 người tiêu dùng tham gia nghiên cứu, nữ chiếm đa số với tỉ lệ 54,0%, nam chiếm 44,8% và còn lại là 1,2% thuộc giới tính khác. Điều này tương đồng với một nghiên cứu của Nguyễn Thị Hải Yến và cộng sự năm 2021, tỉ lệ nam và nữ lần lượt là 40,91% và 59,09% [3]. Do những đặc điểm tự nhiên, phụ nữ và đàn ông có những nhu cầu tiêu dùng khác nhau và cách lựa chọn hàng hóa cũng khác nhau. Xét riêng từng nhóm tuổi, nhóm từ đủ 18-35 tuổi chiếm tỉ lệ cao nhất (66,3%), nhóm tuổi trên 55 tuổi chiếm tỉ lệ khá thấp là 4,8%. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Nguyễn Nhật Hùng tại thành phố Hồ Chí Minh năm 2013 với nhóm tuổi chiếm cao nhất từ 18-30 tuổi (49%) [4]. Điều này có thể được giải thích bởi thực tế nhóm tuổi trẻ (từ 18-35 tuổi) là dân số chính tạo ra xu hướng mới và lối sống trong xã hội ngày nay, đặc biệt là trong tiêu thụ hàng hóa.

### 4.2. Chuẩn hóa thang đo thái độ và hành vi của người tiêu dùng đối với việc mua thực phẩm chức năng

Thang đo được đánh giá độ tin cậy thông qua công cụ kiểm định Cronbach Alpha. Hệ số  $\alpha$  của Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ của các biến trong thang đo với nhau (Nguyễn Đình Thọ, 2011) [5]. Thông thường một hệ số  $\alpha$  được đánh giá là tốt khi nó ở trong khoảng [0,7 - 0,8]. Tuy nhiên giá trị Cronbach's Alpha ở mức 0,6 là có thể đảm bảo độ tin cậy và được chấp nhận. Hệ số Cronbach's Alpha quá cao cũng không tốt vì nó cho thấy các biến đo lường trong thang đo cùng làm một việc [5]. Kết quả phân tích độ tin cậy ở bảng 2 cho thấy các nhóm yếu tố đều có Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và không có hai biến đo lường nào trùng lặp hoàn toàn nên thang đo được chấp nhận về mặt độ tin cậy.

### 4.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng

(I1) Trong thời gian tới tôi sẽ mua và sử dụng TPCN

Đối với thu nhập cá nhân, chỉ có người tiêu dùng có thu nhập từ 3 triệu đến dưới 5 triệu là phân vân trong việc mua và sử dụng TPCN các đối tượng còn lại đều có ý định mua TPCN. Đối với nghề nghiệp, học sinh – sinh viên và công nhân viên chức đều có ý định mua còn nông dân phân vân trong việc mua. So với những nghiên cứu trước đây, kết quả này giống nghiên cứu của Annunziata và Vecchio ở thị trường Italia [6]. Tuy nhiên, kết quả này lại khác nghiên cứu của Urala ở Phần Lan và Markovina ở Croatia. Kết quả nghiên cứu của Urala cho thấy nữ giới có động lực cá nhân đối với bệnh tật lớn hơn nam giới nên có ý định mua TPCN nhiều hơn. Nghiên cứu của Markovina cũng cho kết quả nữ giới có ý định mua TPCN lớn hơn nam giới [7] điều này có thể giải thích bởi sự khác nhau giữa thời điểm và địa điểm của các nghiên cứu.

(I2) Tôi sẽ dùng TPCN để hỗ trợ và nâng cao cuộc sống hiện tại và sau này

Đối với thu nhập cá nhân, chỉ có đối tượng thu nhập từ 3 triệu đến dưới 5 triệu là phân vân, các đối tượng còn lại đều có ý định. Kết quả này tương tự với I1. Đối với nghề nghiệp, học sinh – sinh viên và công nhân viên chức đều có ý định, nông dân và dược sĩ/bác sĩ/điều dưỡng phân vân. Đối tượng thuộc dược sĩ/bác sĩ/điều dưỡng có mức lương ổn định tuy nhiên vẫn còn phân vân trong việc lựa chọn là do họ biết cách chăm sóc bản thân, chế

độ dinh dưỡng một cách hợp lý và có hiểu biết về TPCN nên ở đối tượng này có mức điểm ý định sử dụng TPCN không quá cao.

(I3) Tôi muốn mua và sử dụng TPCN

Đối với thu nhập cá nhân, đối tượng thu nhập từ 3 triệu đến dưới 10 triệu phân vân mua và sử dụng, các đối tượng còn lại đều có ý định. Đối với nghề nghiệp, chỉ có học sinh-sinh viên và nhân viên văn phòng có ý định, các đối tượng còn lại phân vân mua và sử dụng TPCN.

## V. KẾT LUẬN

Hiện nay, đa số các tầng lớp trong xã hội đều có nhu cầu sử dụng TPCN. Nữ giới, độ tuổi từ 18 – 35 và người sống ở thành thị có nhu cầu sử dụng TPCN chiếm cao nhất. Mọi người hiện nay đều có ý định phân vân sử dụng thực phẩm chức năng và cũng đã có ý định sử dụng thực phẩm chức năng trong tương lai trong đó đối tượng là nhân viên văn phòng, đối tượng thuộc giới tính khác và thu nhập trên 10 triệu có điểm ý định mua và sử dụng TPCN cao nhất.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Y tế. Hướng dẫn việc quản lý các sản phẩm thực phẩm chức năng, Thông tư số 08/TT-BYT ngày 23 tháng 8 năm 2004. <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/The-thao-Y-te/Thong-tu-08-2004-TT-BYT-huong-dan-quan-ly-san-pham-thuc-pham-chuc-nang-52383.aspx> Truy cập 23/06/2023. 2004.
  2. Trần Đáng. Số liệu thị trường TPCN 2000 – 2013, *Hiệp hội Thực Phẩm Chức Năng*. 2014. Doi: <https://doi.org/10.51298/vmj.v502i1.591>.
  3. Nguyễn Thị Thu Sương, Nguyễn Thị Thu Phương, Trần Thoại Khanh, Trương Văn Đạt, Đặng Thị Kiều Nga, và Nguyễn Thị Hải Yến. Phân tích hành vi mua thực phẩm chức năng của người tiêu dùng tại thành phố Hồ Chí Minh, *Tạp chí Y học Việt Nam*. 2021. 502(1), 196-202. Doi: <https://doi.org/10.51298/vmj.v502i1.591>.
  4. Nguyễn Nhật Hùng. Các yếu tố tác động đến ý định mua thực phẩm chức năng của khách hàng: nghiên cứu trường hợp tại thành phố Hồ Chí Minh, *Luận văn Thạc sỹ kinh tế*, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh. 2013.
  5. Nguyễn Đình Thọ. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh - Thiết kế và thực hiện, *NXB Lao động xã hội*. 2011.
  6. Azzurra Annunziata, Riccardo Vecchio. Factors Affecting Italian Consumer Attitudes Toward Functional Foods, *AgBioForum*. 2011. 14(1), 20-32. Doi: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12202>
  7. Markovina, J., Cacic, J., Kljusuric, J.G. & Kovacic, D. Young consumers perception of functional foods in Croatia, *British food journal*. 2011. 113(1), 7-16. Doi: 10.1108/00070701111097303.
-