

SỰ THAY ĐỔI HÀNH VI TIÊU DÙNG CỦA NGƯỜI DÂN TỈNH QUẢNG NGÃI TRONG THỜI KỲ ĐẠI DỊCH COVID-19

TRẦN MINH KIÊN¹, PHẠM XUÂN GIANG²

¹Công ty Lọc Hóa dầu Bình Sơn

²Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

*Tác giả liên hệ: phamxuanguang@iuh.edu.vn

DOIs: <https://doi.org/10.46242/jstiuh.v63i03.4816>

Tóm tắt. Khủng hoảng nói chung, khủng hoảng COVID-19 nói riêng làm thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân. Sự thay đổi này là do nhiều yếu tố tác động và kết quả của nó có mặt tiêu cực nhưng cũng có mặt tích cực. Với cỡ mẫu 248, nghiên cứu đã đo lường mức độ ảnh hưởng của 05 yếu tố đến sự thay đổi hành vi tiêu dùng trong đại dịch của người dân tỉnh Quảng Ngãi. Mức độ ảnh hưởng của 05 yếu tố lần lượt là Sự sụt giảm thu nhập với beta 0,333, Giãn cách xã hội với 0,280, Sự quan tâm đến sức khỏe là 0,259, Sự thích ứng với mua sắm trực tuyến là 0,205 và cuối cùng là Sự thiếu hụt nguồn hàng với beta bằng 0,191. Trên cơ sở đó, 05 khuyến nghị cho người dân và chính quyền tỉnh Quảng Ngãi nhằm hạn chế mặt tiêu cực và phát huy mặt tích cực của sự thay đổi hành vi tiêu dùng đã được đề xuất. Các khuyến nghị này mang tính phổ quát, vì vậy không những có ý nghĩa trong khủng hoảng đại dịch COVID-19 mà còn cho cả trong các cuộc khủng hoảng khác có thể xảy ra như chiến tranh, thiên tai, mất mùa...

Từ khóa: Quảng Ngãi, COVID-19, Sự thay đổi, Hành vi tiêu dùng, Khủng hoảng, Phân tích hồi quy

1. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

Theo Coombs (2012), khủng hoảng như là “khi nhận thức về một sự kiện không thể đoán trước, đe dọa đến những kỳ vọng quan trọng của các bên liên quan và có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến hiệu suất của một tổ chức và tạo ra kết quả tiêu cực”. Với mỗi cá nhân, khủng hoảng làm thay đổi nếp sống và hành vi của con người, trong đó có hành vi tiêu dùng (HVTĐ). Đại dịch COVID-19 là một trong những cuộc khủng hoảng y tế nguy hiểm nhất trong lịch sử hiện đại của loài người, làm đảo lộn cuộc sống của hàng tỷ người và lấy đi tính mạng của hàng triệu người trên thế giới. Tính đến tháng 07/2022, Việt Nam đã ghi nhận hơn 10 triệu ca nhiễm với hơn 43 nghìn ca tử vong (nguồn: <https://www.worldometers.info/coronavirus>). Tương tự, tỉnh Quảng Ngãi có hơn 47 nghìn ca nhiễm (nguồn: <https://covid19.ncsc.gov.vn/dulieu>). Đã có nhiều nghiên cứu về HVTĐ. Đi đầu trong số đó là nghiên cứu của Philip Kotler (2001), của Wayne D.Hoyer, Deborah J. Macinnis (2008), của Peter D. Bennett (1995), của Leon Schiffman, David Bednall và Aron O’cass, 2005... Nghiên cứu về sự thay đổi HVTĐ có Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021), Cici Karaboğa, E. N. và Bilginer Özsaatçı, F. G (2021), Nils Netz và Amanda Pernald (2021)... Các nghiên cứu này đã xác định và đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến HVTĐ hoặc là sự thay đổi HVTĐ. Tuy vậy, họ nghiên cứu trong bối cảnh nước ngoài, nơi mà đại dịch COVID-19 bùng phát trước, văn hóa phòng dịch của người dân và biện pháp chống dịch của chính quyền có khác so với nước ta. Tại Việt Nam nói chung, Quảng Ngãi nói riêng trong thời kỳ đại dịch bùng phát, HVTĐ của người dân thay đổi nhiều so với trước đó. Họ cố mua hàng, nhất là hàng thiết yếu để tích trữ trong bối cảnh lượng cung hàng bị sụt giảm; việc chi tiêu được lên kế hoạch chi tiết hơn trước vì thu nhập giảm; người dân quan tâm nhiều hơn đến bảo vệ sức khỏe nên đã chuyển sang phương thức mua sắm trực tuyến nhằm tránh sự lây lan của dịch bệnh và vì sự phong tỏa của chính quyền.

Hiện nay, COVID-19 đã tạm lắng, nhưng vẫn chưa có ai hay tổ chức quốc tế nào tuyên bố là đại dịch đã chấm dứt. Sự xuất hiện nhiều loại biến thể mới vẫn làm cho đại dịch COVID phức tạp, có thể tái bùng phát. Thêm nữa, sau COVID-19 vẫn còn nguy cơ xuất hiện những cuộc khủng hoảng mới, như: chiến tranh, thiên tai, mất mùa... Bởi vậy, việc nghiên cứu sự thay đổi hành vi tiêu dùng (HVTĐ) là cần thiết với mục tiêu đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố làm cơ sở đề đạt một số hàm ý nhằm hạn chế mặt tiêu cực và phát huy mặt tích cực khi có sự thay đổi HVTĐ của người dân trong khủng hoảng nói chung và khủng hoảng COVID-19 của người dân Quảng Ngãi nói riêng.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

HVTD là những hành vi cụ thể của một cá nhân khi thực hiện các quyết định mua sắm, sử dụng và vứt bỏ sản phẩm hay dịch vụ (Philip Kotler, 2009). Trong khi đó, thay đổi hành vi (cá nhân) có thể là một tác động tạm thời hoặc vĩnh viễn, được coi là sự thay đổi hành vi của một cá nhân khi so sánh với hành vi trước đó. Do vậy, ở đây có thể hiểu sự thay đổi HVTD nghĩa là dưới tác động của một sự thay đổi nào đó (khủng hoảng kinh tế, dịch bệnh, mất mùa...), người dân thay đổi thói quen tiêu dùng của mình so với chính họ trước đây. Đó có thể là thay đổi về loại hàng hóa, dịch vụ được mua, phương thức mua hàng, thời gian mua hàng... Lý thuyết làm nền cho nghiên cứu sự thay đổi HVTD của người dân tỉnh Quảng Ngãi bao gồm thuyết hành động hợp lý (TRA - Theory of Reasoned Action), thuyết hành vi dự định (TPB - Theory of Planned Behaviour) và thuyết về mô hình các giai đoạn thay đổi hành vi (TTM - Transtheoretical Model). Nghiên cứu của Cici Karaboğa và cộng sự (2021), của Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021), của Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021) đã chỉ ra yếu tố sự sụt giảm thu nhập là yếu tố hàng đầu ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTD. Lý do là trong đại dịch một số lao động phải nghỉ việc, nghỉ việc luân phiên hoặc làm việc với giờ công trong ngày ít hơn. Kết quả là mức thu nhập từ lương và các khoản khác bị giảm sút. Sự trợ giúp từ chính quyền không đủ bù số giảm sút này đã bắt buộc người dân phải thay đổi HVTD. Đồng thời với sự sụt giảm thu nhập của lao động là sự giảm sút nguồn hàng cung ứng ra thị trường của doanh nghiệp. Do đại dịch nên một số doanh nghiệp phải đóng cửa, số khác phải giảm công suất vì thiếu nguyên liệu, thiếu lao động. Sự thiếu hụt nguồn hàng, trong đó có hàng thiết yếu trong đại dịch đã ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTD của người dân. Điều đó đã được Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020), Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021), Nils Netz và Amanda Pernald (2021) khẳng định trong các nghiên cứu của mình. Để tránh lây lan trong đại dịch, chính quyền nhiều nước, trong đó có Việt Nam bắt buộc người dân phải giãn cách và thực hiện phong tỏa xã hội. Chỉ một số người đủ điều kiện mới có thể đi ra đường và đến mua hàng ở các cơ sở thương mại. Chính vì vậy, hình thức mua sắm trực tiếp trước đây của người dân được thay bằng hình thức trực tuyến. Người lớn tuổi, người không sử dụng điện thoại thông minh, laptop, máy tính bảng phải nhờ người thân giúp đỡ mua sắm. Hành vi thay đổi này đã được chỉ ra bởi Lobel Trong Thuy Tran (2020), Nils Netz và Amanda Pernald (2021) và Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum, Binh Nguyen Thi (2021). Thêm nữa, COVID-19 là đại dịch nguy hiểm, gây chết chóc cho hàng triệu người trên thế giới. Bảo vệ sức khỏe là ưu tiên hàng đầu của người dân. Họ tránh tiếp xúc, hạn chế đi ra đường và gặp gỡ. Họ ưu tiên mua sắm các hàng thiết yếu phục vụ phòng dịch, như kit xét nghiệm, khẩu trang, nước khử khuẩn, nước muối sinh lý, giấy vệ sinh... rồi đến quần, áo, tã, bím cho trẻ em. Cơ cấu tiêu dùng thay đổi do việc người dân quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe trong đại dịch đã là yếu tố tác động đến sự thay đổi HVTD. Khẳng định này đã được Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020), Adolfo Di Crosta và cộng sự (2021), rồi Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021) tuyên bố trong các nghiên cứu của họ. Để hạn chế sự lây lan của dịch bệnh, chính quyền thực hiện việc phong tỏa và giãn cách xã hội. Theo đó, người muốn đi ra đường phải hội đủ một số quy định bắt buộc. Những quy định này không dễ để có, bởi vậy người dân phải ngồi nhà với phương châm “Ở nhà là yêu nước” và “Ai ở đâu, ở yên đấy”. Trong hoàn cảnh đó, HVTD của người dân bắt buộc phải thay đổi cho phù hợp với điều kiện có dịch. Các nghiên cứu của Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020), Nils Netz và Amanda Pernald (2021) và Sonia Ndome Elangwe (2021) cũng đã chứng tỏ “Việc đóng cửa, giãn cách xã hội” có ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTD của người dân.

2.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Sự sụt giảm thu nhập

Theo Rasmussen và cộng sự (2006), Hampson & McGoldrick (2013), Kotler & Armstrong (2018): Thu nhập có thể ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm của người tiêu dùng, đặc biệt là trong thời kỳ khủng hoảng khi việc làm không được đảm bảo chắc chắn.

Theo Minh Hieu Nguyen và cộng sự (2021): Đại dịch COVID-19 đã gây ra những cú sốc chưa từng có đối với các nền kinh tế, với sự gián đoạn đáng kể. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (Geneva, Thụy Sĩ), năm 2020 có 2,7 tỷ công nhân (chiếm 81% lực lượng lao động trên thế giới) đã bị ảnh hưởng bởi các biện pháp phong tỏa, với mức giảm trung bình số giờ làm việc là 6,7%. Thời gian làm việc ít hơn cộng với môi trường

làm việc bị gián cách dẫn đến thu nhập cá nhân giảm và hệ quả là người dân phải giảm thiểu mua sắm và tiêu dùng. Điều đó có nghĩa là HVTD của họ bị thay đổi so với khi không có dịch. Bởi vậy:

Giả thuyết H1: Thu nhập sụt giảm có ảnh hưởng thuận chiều đến sự thay đổi HVTD của người dân tỉnh Quảng Ngãi.

Sự thiếu hụt nguồn hàng thiết yếu

Theo Rizwan Raheem Ahmed và cộng sự (2020), đại dịch COVID-19 đã lây lan nhanh chóng, tạo ra tình trạng mua hàng hoảng loạn bất ngờ, và mọi người tham gia rất nhiều vào việc mua hàng bốc đồng. Nhu cầu đối với các mặt hàng thiết yếu đã tăng gấp nhiều lần cộng với sự sụt giảm sản xuất nên các công ty đã không thể đáp ứng được nhu cầu. Điều này dẫn đến sự gián đoạn chuỗi cung ứng và sự thiếu hụt hàng hóa thiết yếu, khiến người tiêu dùng hoang mang hơn nữa (Kim & Su, 2020; Rajan, 2020). Theo Addo et al. (2020) và Kim (2020), sự bùng phát của COVID-19 đã tạo ra những cú sốc lớn về cung và cầu ở khắp nơi trên thế giới. Người dân hoảng loạn mua nên nhu cầu về các mặt hàng thiết yếu tăng hơn. Trong bối cảnh đó, sự lo lắng của người tiêu dùng trở nên trầm trọng hơn, vì vậy họ thay đổi HVTD bằng cách nghiêng nhiều hơn về hành vi mua hàng bốc đồng, tích trữ (Kim 2020). Bởi vậy:

Giả thuyết H2: Nguồn cung các mặt hàng thiết yếu hạn chế có ảnh hưởng thuận chiều đến sự thay đổi HVTD của người dân tỉnh Quảng Ngãi.

Sự thích ứng với mua sắm trực tuyến của người dân

Sự thuận tiện hay nói cách khác là sự dễ dàng sử dụng các dịch vụ mua sắm trực tuyến, có ảnh hưởng tích cực đến ý định của khách hàng trong việc lựa chọn phương thức mua sắm này. Điều đó đã được kết luận trong nhiều nghiên cứu trước đây (Bhatti và cộng sự, 2018; Katawetawaraks & Wang, 2011; Lee và cộng sự, 2011; Yan & Dai, 2009).

Trong thời gian chính quyền thực hiện các biện pháp giãn cách và phong tỏa, người dân không thể ra ngoài để mua sắm trực tiếp. Bhatti và cộng sự (2020) cho rằng có sự ảnh hưởng của COVID-19 đối với toàn bộ hoạt động kinh doanh trực tuyến của thế giới. Bản chất kinh doanh đã thay đổi do đại dịch. Hơn 50%, người mua hàng đang tránh mua sắm trực tiếp và tránh mua những nơi đông đúc. Điều đó có nghĩa là vì COVID-19 mà người dân phải thích ứng với mua sắm trực tuyến thay vì trực tiếp và như vậy HVTD của họ đã bị thay đổi. Người không thạo sử dụng công nghệ dùng cho mua sắm trực tuyến cũng phải tự tìm hiểu hoặc học hỏi qua người khác. Bởi vậy:

Giả thuyết H3: Sự thích ứng mua sắm trực tuyến có ảnh hưởng thuận chiều đến sự thay đổi HVTD của người dân tỉnh Quảng Ngãi.

Sự quan tâm nhiều hơn của người dân đến vấn đề sức khỏe

COVID-19 đã khiến mọi người có ý thức hơn về sức khỏe và vệ sinh cá nhân (Baiano và cộng sự, 2020; Hess, 2020). Rửa tay thường xuyên và đeo khẩu trang được coi là cơ chế bảo vệ bản thân khỏi vi rút của người dân. Hành động đó được xem như là một phần của việc duy trì lối sống phù hợp và lành mạnh. Ngoài ra, trong đại dịch, người dân thường chi tiêu nhiều hơn để mua các sản phẩm chăm sóc sức khỏe (Rakshit, 2020) và mua những loại thực phẩm lành mạnh, có lợi cho sức khỏe thay thế thực phẩm không lành mạnh, có hại cho sức khỏe (Renner et al., 2020). Hay nói khác đi sự quan tâm đến sức khỏe làm thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân. Bởi vậy:

Giả thuyết H4: Sự quan tâm nhiều hơn của người dân tỉnh Quảng Ngãi đến vấn đề sức khỏe có ảnh hưởng thuận chiều đến sự thay đổi HVTD của họ.

Việc phong tỏa và giãn cách xã hội

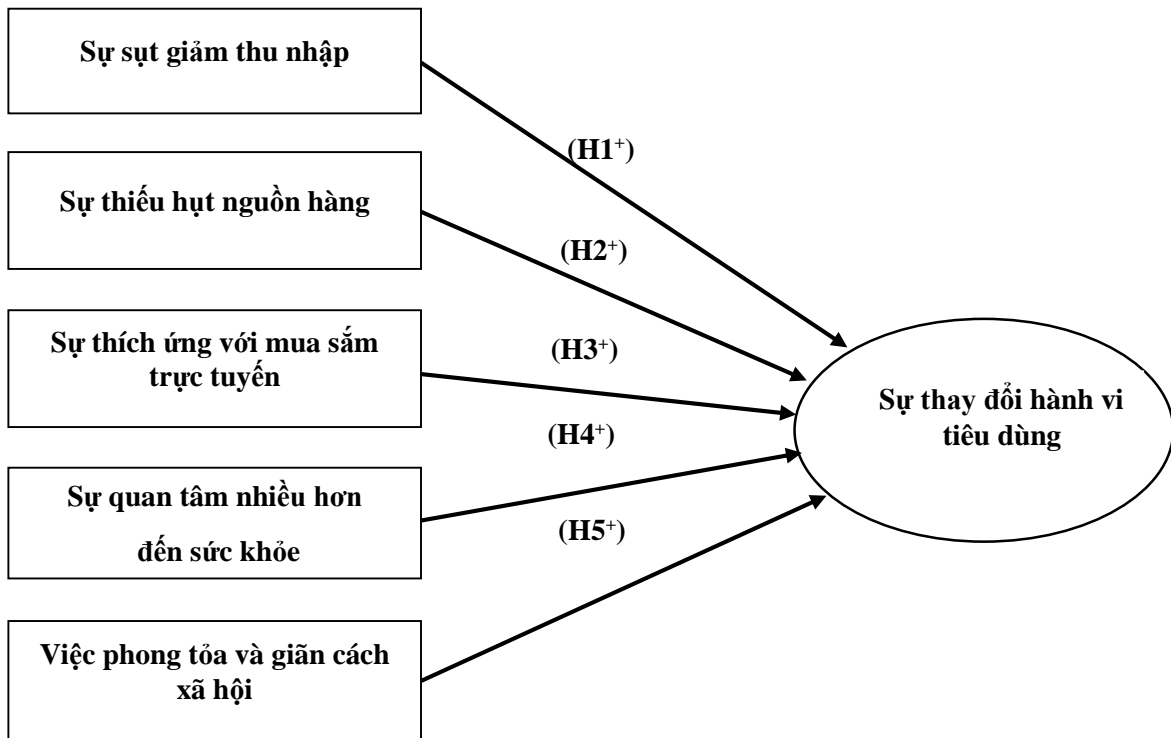
Khi diễn biến dịch bệnh ngày càng phức tạp, chính quyền các nước yêu cầu phải thực hiện các biện pháp phòng ngừa bổ sung chống lại sự lây lan của COVID-19 dưới hình thức đóng cửa một phần hoặc hoàn toàn trên toàn thế giới (Ahmed và cộng sự, 2020). Nỗi khiếp sợ COVID-19 cộng với việc bị phong tỏa và giãn cách xã hội khiến người dân lo lắng, từ đó tham gia nhiều hơn vào việc mua sắm hoảng loạn cũng như mua sắm bốc đồng (Matteo và cộng sự, 2020; Addo và cộng sự, 2020).

Tại Quảng Ngãi, ngay từ khi dịch bệnh bùng phát, lãnh đạo tỉnh cũng đã áp dụng linh hoạt các biện pháp phong tỏa theo các Chỉ thị 15/ CT-TTg, 16/ CT-TTg và 19/ CT-TTg tùy vào tình hình nguy cấp của dịch bệnh tại từng thời điểm khác nhau. Tuy nhiên, sự phong tỏa diễn ra càng lâu, người dân càng hoang mang lo lắng. Từ đó dẫn đến tình trạng, họ mua hàng để tích trữ, thậm chí mua bằng giá cao của các cơ sở đầu cơ hoặc của con buôn “tự phát”. HVTD thay đổi là kết quả của việc phong tỏa và giãn cách xã hội. Bởi vậy:

Giả thuyết H5: Việc phong tỏa và giãn cách xã hội có ảnh hưởng thuận chiều đến sự thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân tỉnh Quảng Ngãi.

SỰ THAY ĐỔI HÀNH VI TIÊU DÙNG...

Biện luận trên đây cho thấy, cả 5 yếu tố dự kiến đưa vào mô hình nghiên cứu đều có tác động đến yếu tố phụ thuộc là sự thay đổi HVTD. Vì vậy mô hình nghiên cứu như dưới đây:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng hỗn hợp hai phương pháp là định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện qua hai vòng thảo luận với 05 chuyên gia, trong đó có 02 giảng viên và 03 cán bộ phòng kinh tế TP.Quảng Ngãi. Vòng 1, tiến hành thảo luận các yếu tố có trong mô hình nghiên cứu chính thức. Theo đó, các chuyên gia đồng ý giữ nguyên 05 yếu tố độc lập có trong mô hình, vì vậy mô hình nghiên cứu đề xuất cũng chính là mô hình nghiên cứu chính thức. Vòng 2, tiến hành thảo luận các biến quan sát dùng đo lường các yếu tố. Với 29 biến quan sát được nhóm tác giả kế thừa và Việt hóa từ các nghiên cứu có trước được đưa vào thảo luận. Kết quả thảo luận có 03 biến được các chuyên gia đề nghị loại bỏ. Cụ thể: Biến “Do các cuộc khủng hoảng trước đây, tôi đã có nhiều kinh nghiệm hơn trong việc mua hàng trong thời COVID-19” của yếu tố “Sự sụt giảm thu nhập của người dân” bị loại vì Việt Nam nói chung và tỉnh Quảng Ngãi nói riêng từ sau 30/4/1975 đến nay tuy có chịu thêm mấy cuộc khủng hoảng nhưng không trầm trọng như đại dịch COVID-19. Hơn nữa, những cuộc khủng hoảng này xảy ra trong thời kỳ mà xã hội đang mang nặng tính bao cấp, tự cung, tự cấp nên sự thay đổi hành vi tiêu dùng của người dân là không đáng kể. Tiếp theo biến “Tôi không tích trữ trong lúc đại dịch xảy ra” của yếu tố “Sự thiếu hụt nguồn hàng” bị loại với lý do có nội dung trùng lặp với các biến khác trong cùng một thang đo và cuối cùng biến “Việc phong tỏa dạy tôi mua sắm không quá quan trọng cho hạnh phúc của chúng ta” của yếu tố “Việc phong tỏa và giãn cách xã hội” cũng bị loại vì sự trừu tượng về nội dung. Biến quan sát của từng yếu tố, cách mã hóa và nguồn kế thừa được thể hiện trong bảng 1 (phần phụ lục)

Nghiên cứu định lượng với công cụ phần mềm SPSS 20 được tiến hành qua hai giai đoạn là nghiên cứu định lượng sơ bộ và nghiên cứu định lượng chính thức. Kết quả của bước nghiên cứu định lượng sơ bộ là cơ sở để đánh giá sơ bộ thang đo và biến quan sát bằng kiểm định Cronbach's Alpha, đồng thời là bước hiệu chỉnh phiếu khảo sát thông qua sự phản hồi của những người được điều tra. Kích thước mẫu của nghiên cứu sơ bộ là 30 người dân được chọn trực tiếp theo phương pháp thuận tiện. Kết quả của bước nghiên cứu định lượng chính thức dùng để đánh giá độ phù hợp của mô hình và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố độc lập đến yếu tố phụ thuộc. Công cụ thu thập dữ liệu là phiếu khảo sát 5 mức độ theo thang đo Likert. Kích thước mẫu (N) được xác định bằng nhiều cách khác nhau. Nghiên cứu này lấy theo quan điểm của

Hair & ctg (2006) (được trích bởi Nguyễn Đình Thọ & ctg, 2011) là $N = m * 5$, với m là tổng số biến quan sát của các yếu tố độc lập trong mô hình nghiên cứu.

Khảo sát chính thức được thực hiện vào tháng 5/2022 bằng hình thức trực tuyến và trực tiếp theo phương pháp thuận tiện. Hình thức trực tuyến thông qua Google docs đính kèm trong email, share link trên mạng xã hội được gửi đến các đối tượng khảo sát.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ với việc thực hiện kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, 2 biến là TNH1 của yếu tố "Sự thiếu hụt nguồn hàng" và GCXH2 của yếu tố "Việc phong tỏa và giãn cách xã hội" bị loại. TNH1 bị loại vì hệ số tương quan biến tổng khá nhỏ với 0,310 và hệ số Cronbach's Alpha của nó lại lớn hơn hệ số của cả yếu tố ($0,896 > 0,813$). Tương tự, GCXH2 cũng bị loại vì có hệ số tương quan biến tổng $< 0,3$. Kiểm định lần 2, cả 06 biến còn lại của hai yếu tố là TNH2, TNH3, TNH4 và GCXH1, GCXH3, GCXH4 đều đạt yêu cầu. Như vậy, sau kiểm định Cronbach's Alpha sơ bộ, 06 yếu tố của mô hình với 24 biến quan sát còn lại đã đạt yêu cầu, đủ điều kiện để thực hiện bước nghiên cứu định lượng chính thức

Khảo sát được thực hiện bằng hình thức trực tuyến và trực tiếp theo phương pháp thuận tiện. Hình thức trực tuyến đã thu được 130 phiếu (chiếm 52%), hình thức trực tiếp thu được 120 phiếu (chiếm 48%). Số phiếu hợp lệ là 248 (chiếm 99,2%). Cơ cấu mẫu được xác định theo năm tiêu chí là giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập và nơi sống. Theo đó, trong mẫu khảo sát nữ đông hơn nam, độ tuổi 35-50 và thu nhập từ 10-20 triệu đồng/tháng là phổ biến, trình độ đại học chiếm tỷ trọng cao nhất và nơi sống của người được khảo sát chủ yếu là ở TP. Quảng Ngãi

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha được thể hiện trong bảng dưới đây:

Bảng 2. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha (N=248)

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến – tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Sự sụt giảm thu nhập (GTN): Cronbach's Alpha = 0,811				
GTN1	10,86	4,591	0,674	0,742
GTN2	10,89	4,616	0,637	0,759
GTN3	10,91	4,923	0,550	0,800
GTN4	10,91	4,575	0,658	0,749
Sự thiếu hụt nguồn hàng (TNH): Cronbach's Alpha = 0,779				
TNH2	6,99	3,643	0,660	0,655
TNH3	7,13	3,849	0,553	0,772
TNH4	6,99	3,640	0,640	0,676
Sự thích ứng mua sắm trực tuyến (TU): Cronbach's Alpha = 0,800				
TU1	13,04	9,379	0,559	0,770
TU2	13,05	9,248	0,643	0,745
TU3	12,95	9,078	0,629	0,748
TU4	13,04	8,787	0,691	0,728
TU5	13,50	9,879	0,418	0,816
Sự quan tâm nhiều hơn của người dân đến sức khỏe (SK): Cronbach's Alpha = 0,824				
SK1	13,81	6,154	0,694	0,766
SK2	13,87	6,242	0,637	0,784

SỰ THAY ĐỔI HÀNH VI TIÊU DÙNG...

SK3	13,95	8,079	0,376	0,846
SK4	13,81	6,195	0,660	0,777
SK5	13,84	5,901	0,729	0,755
Việc phong tỏa và giãn cách xã hội (GCXH): Cronbach's Alpha = 0,750				
GCXH1	7,81	2,451	0,605	0,634
GCXH3	7,81	2,424	0,567	0,681
GCXH4	7,76	2,686	0,564	0,684
Sự thay đổi hành vi tiêu dùng (STD): Cronbach's Alpha = 0,776				
STD1	10,39	2,578	0,613	0,707
STD2	10,42	2,504	0,617	0,703
STD3	10,53	2,590	0,519	0,755
STD4	10,42	2,511	0,576	0,725

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Theo trên, cả 05 yếu tố độc lập và 01 yếu tố phụ thuộc của mô hình có hệ số Cronbach's Alpha giao động từ 0,634 đến 0,846, thỏa điều kiện Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng dao động từ 0,376 đến 0,729 thỏa điều kiện lớn hơn 0,3. Như vậy, sau bước kiểm định này, mô hình vẫn giữ nguyên 06 yếu tố với 24 biến quan sát.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho 05 yếu tố độc lập phải chạy ba lần. Lần 1, trong số 20 biến quan sát có 18 biến đạt yêu cầu, tức là hệ số tải nhân tố $> 0,5$, có 2 biến không đạt là TU1 (của yếu tố Sự thích ứng với mua sắm trực tuyến) và SK3 (của yếu tố Sự quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe) vì có hệ số tải $< 0,5$.

Loại bỏ lần lượt từng biến và chạy lại. Kết quả chạy lần 3, là lần chạy cuối cùng được thể hiện trong bảng 4 (phụ lục). Theo đó, 05 yếu tố độc lập có hệ số KMO = 0,815 $> 0,5$; giá trị Sig. (Bartlett's test) = 0,000 $< 0,05$; 18 biến quan sát đưa vào phân tích đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và tại giá trị Eigenvalues = 1,266 > 1 của phương pháp trích Principal Components với phép xoay Varimax đã rút trích được 05 yếu tố, tổng phương sai trích bằng 66,487% $> 50\%$, chứng tỏ 66,487% biến thiên của tập dữ liệu được giải thích bởi 05 yếu tố độc lập. Kết quả lần chạy cuối cùng có trong bảng 3 dưới đây

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA lần 3 cho các yếu tố độc lập

STT	Kí hiệu biến quan sát	Nhân tố được rút trích				
		1	2	3	4	5
1	SK5	0,873				
2	SK1	0,836				
3	SK4	0,813				
4	SK2	0,742				
5	GTN2		0,804			
6	GTN4		0,803			
7	GTN1		0,794			
8	GTN3		0,718			
9	TU5			0,759		
10	TU2			0,744		
11	TU4			0,729	0,306	
12	TU3			0,716		

13	TNH2				0,832	
14	TNH4				0,825	
15	TNH3				0,735	
16	GCXH1					0,823
17	GCXH3					0,808
18	GCXH4					0,742
Phương sai trích (%): 66,487						
Eigenvalues		4,691	2,339	2,019	1,652	1,266

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Tương tự, tiến hành phân tích EFA cho yếu tố phụ thuộc “Sự thay đổi HVTD” với 04 biến quan sát được kết quả như trong bảng 4. Theo đó, yếu tố phụ thuộc có hệ số KMO = 0,767 > 0,5; giá trị Sig. (Bartlett’s test) = 0,000 < 0,05; 04 biến quan sát đưa vào phân tích đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và tại giá trị Eigenvalues = 2,404 > 1 của phương pháp trích Principal Components đã rút trích được 01 yếu tố, tổng phương sai trích bằng 60,109% > 50%, chứng tỏ 60,109% biến thiên của tập dữ liệu được giải thích bởi 01 yếu tố.

Bảng 4. Kết quả phân tích EFA yếu tố phụ thuộc “Sự thay đổi hành vi tiêu dùng”

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,767
Mô hình kiểm tra của Bartlett	Giá trị Chi – bình phương	261,058
	Bậc tự do	6
	Sig	0,000
Biến quan sát	Nhân tố	
	1	
STD2	0,807	
STD1	0,803	
STD4	0,769	
STD3	0,719	
Phương sai trích (%)	60,109	
Eigenvalues	2,404	

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Trong phân tích tương quan Pearson, cả 05 biến độc lập đều có tương quan cặp khá chặt chẽ với biến phụ thuộc (Sự thay đổi HVTD) ở mức ý nghĩa 1%, mạnh nhất là biến GTN (Sự sụt giảm thu nhập) với 56,4% và yếu nhất là biến SK (Sự quan tâm đến sức khỏe nhiều hơn) với 45,3%. Kết quả này cho thấy, mức độ của mối quan hệ tuyến tính cặp giữa từng biến độc lập với biến phụ thuộc là khá tương đồng. Điều đó thể hiện trong bảng dưới:

Bảng 5. Kiểm định hệ số tương quan Pearson

		STD	GTN	TNH	TU	SK	GCXH
STD	Pearson Correlation	1	.564**	.468**	.473**	.453**	.523**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	248	248	248	248	248	248

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Kết quả hồi quy bội trong bảng dưới đây:

SỰ THAY ĐỔI HÀNH VI TIÊU DÙNG...

Bảng 6. Hệ số xác định của mô hình

Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Hệ số Durbin - Watson
1	0,799 ^a	0,638	0,631	0,31169	1,979

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Bảng trên cho thấy 05 biến độc lập (GTN, TNH, TU, SK, GCXH) và 01 biến phụ thuộc (Sự thay đổi HVTD) có quan hệ tuyến tính bội chặt chẽ đến 79,9%, đồng thời 05 biến này giải thích được 63,8% sự biến động của biến phụ thuộc.

Bảng 7. Các hệ số hồi quy trong mô hình

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Hằng số)	0,365	0,153		2,378	0,018		
	GTN	0,245	0,031	0,333	7,917	0,000	0,842	1,187
	TNH	0,107	0,024	0,191	4,397	0,000	0,789	1,268
	TU	0,138	0,029	0,205	4,710	0,000	0,786	1,272
	SK	0,187	0,029	0,259	6,400	0,000	0,915	1,093
	GCXH	0,192	0,029	0,280	6,677	0,000	0,847	1,180
Biến phụ thuộc: Sự thay đổi HVTD (STD)								
			F = 85,460		Sig. = 0,000			

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

Hệ số beta của 05 biến độc lập dương và giá trị Sig của chúng trong bảng trên đều nhỏ hơn 0,05. Điều đó chứng tỏ, 05 biến độc lập đều có ý nghĩa trong mô hình hồi quy và tác động thuận chiều đến biến phụ thuộc. Ngoài ra, kết quả phân tích độ phù hợp của mô hình thông qua kiểm định ANOVA được giá trị thống kê F = 85,460 và Sig. < 0,05 đã khẳng định mô hình hồi quy là phù hợp với tập dữ liệu, vì vậy các biến độc lập đều đạt tiêu chuẩn. Phương trình hồi quy chuẩn hóa được viết thành:

$$STD = (0,333 * GTN) + (0,280 * GCXH) + (0,259 * SK) + (0,205 * TU) + (0,191 * TNH)$$

Như vậy, mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến sự thay đổi HVTD của người dân Quảng Ngãi theo thứ tự từ lớn đến nhỏ là sự sụt giảm thu nhập, giãn cách xã hội, sự quan tâm đến sức khỏe, sự thích ứng với mua sắm trực tuyến và cuối cùng là sự thiếu hụt nguồn hàng. Thêm nữa, vì 05 biến độc lập có hệ số beta dương và giá trị Sig. < 0 nên các giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 đều được chấp nhận.

Mặt khác, với các giá trị VIF trong bảng trên đều nhỏ hơn 2; hệ số Durbin Waston (d) = 1,979 nằm trong khoảng $dL < d < dU$ là $1,623 < 1,979 < 2,275$ (với kích thước mẫu $n = 248$, tham số $k' = 5$) thì mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến và hiện tượng tự tương quan. Thêm nữa, trong kiểm định Spearman, phần dư chuẩn hóa của các biến đều có giá trị Sig. > 0,05 nên mô hình cũng không có hiện tượng phương sai phần dư thay đổi.

Thực hiện kiểm định đối với 05 biến kiểm soát, được kết quả là không có khác nhau về sự thay đổi HVTD theo từng nhóm người dân về các tiêu chí giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập và nơi sống. Bởi vậy, các khuyến nghị được đưa ra trong phần sau sẽ mang tính phổ quát cho toàn bộ người dân Quảng Ngãi nói chung

Nghiên cứu này đo lường mức độ ảnh hưởng các yếu tố đến sự thay đổi HVTD của người dân tỉnh Quảng Ngãi trong đại dịch COVID-19. Kết quả kiểm định cho thấy có mối quan hệ tích cực giữa sự sụt giảm thu nhập với sự thay đổi HVTD ($\beta = 0,333$ và $Sig = 0,00 < 0,05$). Kết quả này phù hợp với nghiên cứu

của Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021). Theo đó, sự sụt giảm thu nhập càng lớn càng làm thay đổi HVTĐ của người dân. Giãn cách và phong tỏa xã hội là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ hai đến sự thay đổi HVTĐ với $\beta= 0,280$ và $\text{Sig}=0,00<0,05$. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020). Trong đại dịch người dân quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe, vì vậy đây là yếu tố mạnh thứ ba ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTĐ của người dân Quảng Ngãi với $\beta= 0,259$ và $\text{Sig}=0,00<0,05$. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021) nhưng lại không tương đồng với nghiên cứu của Sonia Ndome Elangwe (2021) khi cho rằng, nỗi lo sợ cho sức khỏe là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự thay đổi HVTĐ. Để tránh sự lây lan của dịch bệnh, người dân phải thích ứng với hình thức mua sắm trực tuyến thay vì trực tiếp. Đây là yếu tố mạnh thứ tư có ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTĐ với $\beta= 0,205$ và $\text{Sig}=0,00<0,05$. Kết quả này tương tự với kết quả nghiên cứu của Sonia Ndome Elangwe (2021) khi cho rằng, xu hướng mua sắm trực tuyến của khách hàng là phổ biến trong thời kỳ có dịch. Cuối cùng sự thiếu hụt nguồn hàng với $\beta= 0,191$ và $\text{Sig}=0,00<0,05$ là yếu tố mạnh thứ năm ảnh hưởng đến sự thay đổi HVTĐ của người dân Quảng Ngãi. Kết luận này được ủng hộ bởi nghiên cứu của Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020) và Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021). Theo đó, họ cho rằng sự cung hàng hạn chế và sự thiếu hụt nguồn hàng thiết yếu đã làm cho HVTĐ của cộng đồng thay đổi

Tóm lại, kết quả nghiên cứu cho thấy, các yếu tố được chọn đưa vào mô hình nghiên cứu sự thay đổi HVTĐ của người dân Quảng Ngãi là khá tương đồng với các nghiên cứu có trước. Thứ tự tác động mạnh, yếu của từng yếu tố có giống và khác nhau. Lý do của sự giống nhau là vì cùng một chủ đề nghiên cứu, có sự khác nhau là vì bối cảnh thời gian và không gian nghiên cứu không giống nhau.

5. KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ HÀM Ý

Thông qua phương pháp định tính và định lượng với cỡ mẫu 250, nghiên cứu đã đo lường được mức độ ảnh hưởng của 05 yếu tố là Sự sụt giảm thu nhập, Giãn cách xã hội, Sự quan tâm đến sức khỏe, Sự thích ứng với mua sắm trực tuyến và cuối cùng là Sự thiếu hụt nguồn hàng đến sự thay đổi HVTĐ của người dân tỉnh Quảng Ngãi. Trong đó, yếu tố Sự sụt giảm thu nhập có ảnh hưởng mạnh nhất và Sự thiếu hụt nguồn hàng có ảnh hưởng yếu nhất. Trên cơ sở đó, 05 hàm ý đã được nhóm tác giả đề xuất:

5.1 Đối với yếu tố Sự sụt giảm thu nhập

Khủng hoảng làm cho thu nhập của người dân bị sụt giảm và do đó họ phải tiết kiệm chi tiêu. Để không ảnh hưởng đến sức khỏe do phải chi tiêu tiết kiệm, từng gia đình cần có kế hoạch chi tiêu hợp lý, ưu tiên trước hết cho đủ dinh dưỡng trong mỗi bữa ăn và vật tư phòng dịch, sau đó mới đến các nhu cầu khác. Về phía chính quyền cần có nhiều hơn các biện pháp nhằm giúp đỡ người dân. Các biện pháp “nhiều hơn” bao gồm: kiểm soát chặt giá bán của các cơ sở thương mại để không còn hiện tượng một vài siêu thị tăng giá hàng hóa trong dịch, hạn chế hiện tượng “chợ đen” khi mà một số cá nhân thông đồng với cơ sở thương mại mua được một lượng hàng lớn đem bán tại nhà với mức giá cao. Việc trợ giúp bằng tiền 62 ngàn tỷ đồng của Nhà nước đến từng người dân gặp khó khăn trong dịch phải đơn giản hơn về mặt thủ tục và chính xác hơn về mặt đối tượng, tránh tình trạng yêu cầu công nhân viên phải về quê xác nhận hộ khẩu. Doanh nghiệp cần bố trí ca, kíp hợp lý và tăng cường sản xuất sản phẩm dự trữ để làm sao thu nhập của người lao động không bị giảm sâu

5.2 Đối với yếu tố Việc phong tỏa và giãn cách xã hội

Cần hợp lý hơn, tránh tình trạng “ngăn sông, cấm chợ”, tốt nhất là nên thực hiện một cách rộng rãi hơn việc các cơ sở thương mại mang hàng hóa đến bán tại nhà hoặc bán tại các khu dân cư theo một trật tự người đến mua hợp lý. Hiện nay cho dù “trạng thái bình thường mới” đã được thiết lập nhưng chính quyền vẫn nên khuyến cáo người dân không tập trung đông người khi không cần thiết, ra đường vẫn phải đeo khẩu trang và không khạc, nhổ, đại tiểu tiện tùy thích. Thêm nữa, các tổ chức, trước hết là các trường cao đẳng, đại học nên chọn ra một số môn thích hợp để dạy và học trực tuyến. Hợp cơ quan cũng nên tổ chức theo hình thức trực tuyến. Có như vậy mới đảm bảo được giãn cách xã hội trong “trạng thái bình thường mới” và hơn nữa tiết kiệm được phòng học, tiền xăng xe đi lại và quan trọng hơn là giải quyết được phân nửa nạn kẹt xe ở các thành phố

5.3 Đối với yếu tố Sự quan tâm nhiều hơn của người dân đến sức khỏe

Người dân luôn quan tâm đến vấn đề sức khỏe. Sự hoang mang lo lắng cho sức khỏe của bản thân mỗi người cũng như cho những người thân của mình càng được biểu lộ một cách mạnh mẽ trong dịch. Bởi vậy, chính quyền cần tăng cường truyền thông về dịch bệnh để người dân hiểu rõ và tự mình biết cách phòng ngừa; đồng thời có các chính sách để phát triển hệ thống y tế cơ sở, xây dựng hệ thống sản xuất và phân phối thuốc điều trị cũng như các sản phẩm vệ sinh nhằm tăng cường hơn nữa khả năng bảo vệ sức khỏe cho người dân.

5.4 Đối với yếu tố Sự thích ứng của người dân đối với mua sắm trực tuyến

Thương mại điện tử làm thay đổi HVTD của người dân, nhất là trong thời kỳ có dịch. Mua sắm trực tuyến là hình thức tiên tiến, chính trong thời kỳ có dịch người dân đã chuyển mạnh sang hình thức mua sắm này để hạn chế tiếp xúc đông người. Để phát triển hình thức này, các cơ sở thương mại cần xây dựng trang Web đơn giản, rõ ràng và đẹp mắt, thuận tiện cho việc chọn hàng và mua hàng. Về phía cơ quan quản lý và các doanh nghiệp cần thúc đẩy chuyển đổi số, xây dựng hạ tầng mạng, hệ thống cung ứng hàng hóa, logistics đủ mạnh để có thể đáp ứng được nhu cầu giao nhận hàng hóa trong thời kỳ đại dịch. Ngoài ra các cơ sở thương mại cần có những chính sách mạnh mẽ hơn nhằm khuyến khích người dân sử dụng rộng rãi hình thức mua sắm trực tuyến. Các trang TMĐT cần có hướng dẫn bằng hình ảnh về cách mua hàng trên trang của mình nhằm giúp người tiêu dùng dễ dàng hơn trong mua sắm trực tuyến

5.5 Đối với yếu tố Sự thiếu hụt nguồn hàng thiết yếu

Trong thời kỳ đại dịch, đóng cửa xã hội, chuỗi cung ứng bị đứt gãy, việc sản xuất bị giảm sút, từ đó dẫn tới nguồn hàng thiết yếu cho người dân cũng sụt giảm. Cơ quan quản lý ngoài các biện pháp kiểm chế dịch bệnh, còn cần có các biện pháp nhanh chóng khôi phục sản xuất, khôi phục chuỗi cung ứng hàng hóa, tạo điều kiện cho hàng hóa được thông suốt, nhanh chóng kịp thời, từng bước đưa nền kinh tế vượt qua khủng hoảng do đại dịch và phát triển bền vững trong tương lai. Mặt khác cần khuyến cáo người dân không nên quá lo lắng thiếu hàng mà tích trữ nhiều, dẫn đến tại một thời điểm nào đó trong dịch, lượng cung hàng càng thiếu hụt. Và hệ quả tai hại là tạo ra tâm lý bất an, người dân chạy đua tích trữ và rất có thể gây rối loạn xã hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Rolle, J-A, & Duc, P. A. (2020). The COVID-19 Pandemic and the Antecedents for the Impulse Buying Behavior of US Citizens. *Journal of Competitiveness*, 12(3), 5–27. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.03.01>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2), 177-188.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision*, 50(2), 179-211.
- Bennett, P.D. (1995) Dictionary of Marketing Terms. 2nd Edition, American Marketing Association, Chicago, 115.
- Cici Karaboğa, E. N. & Bilginer Özsaatçı, F. G. (2021). The Impact of Crisis Perception on Consumer Purchasing Behaviors During the COVID-19 (Coronavirus) Period: A Research on Consumers in Turkey. *Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(3), 727 – 754. DOI: 10.17153/oguiibf.923025.
- Coronavirus (2022). Access from: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar & Arindam Debroy (2021). Impact of COVID-19 on changing consumer behaviour: Lessons from an emerging economy. *Int J Consum Stud*. 2022;00:1–24. DOI: 10.1111/ijcs.12786.
- Di Crosta A, Ceccato I, Marchetti D, La Malva P, Maiella R, Cannito L, et al. (2021). Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. *PloS ONE* 16(8): e0256095. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256095>.
- Dữ liệu COVID-19 (2022). Truy xuất từ: <https://covid19.ncsc.gov.vn/dulieu>
- Elangwe, S. N. (2021). The effect of COVID 19 pandemic on consumer buying behavior in the retail sector in Germany. <https://opus4.kobv.de/opus4-haw/frontdoor/index/index/docId/1154>
- Hampson, Daniel P. & McGoldrick, Peter J., 2013. "A typology of adaptive shopping patterns in recession," *Journal of Business Research*, Elsevier, vol. 66(7), pages 831-838.
- Hoàng Trọng – Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. TP. HCM: NXB Hồng Đức.

- Hoyer, Wayne D & MacInnis, Deborah J & Pieters, Rik & Chan, Eugene & Northey, Gavin. (2018). Consumer behaviour / Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis, Rik Pieters, Eugene Chan, Gavin Northey.
- Kavya Satish, Abhishek Venkatesh & Anand Shankar Raja Manivannan (2021). Covid-19 is driving fear and greed in consumer behaviour and purchase pattern. *Emerald Publishing Limited*. DOI 10.1108/SAJM-03-2021-0028.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2001). Principles of Marketing, 2nd edition. Corporate Communications: An International Journal, 6(3), 164–165. <https://doi.org/10.1108/ccij.2001.6.3.164.1>
- Lê Kim Dung (2020), *Nghiên cứu hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng Việt Nam* (Luận văn tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Viện hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam).
- Lobel Trong Thuy Tran (2020). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58 (2021) 102287.
- Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021). Factors Affecting the Growth of E-Shopping over the COVID-19 Era in Hanoi, Vietnam. *Sustainability 2021*, 13, 9205. <https://doi.org/10.3390/su13169205>
- Nils Netz & Amanda Pernald (2021). *Consumer behaviour changes during COVID-19*. (Master's thesis, Department of Technology Management and Economics Chalmers University of Technology. SE-412 96 Gothenburg Sweden).
- Nguyen, M. H., Armoogum, J., & Nguyen Thi, B. (2021). Factors Affecting the Growth of E-Shopping over the COVID-19 Era in Hanoi, Vietnam. *Sustainability*, 13(16), 9205. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su13169205>
- Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Hà Nội: NXB Lao động xã hội.
- Nguyễn Thu Hà và Hoàng Đàm Lương Thúy (2020). Hành vi mua sắm trực tuyến của người tiêu dùng trên các website doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh dịch COVID-19. *VNU Journal of Science: Economics and Business*, Vol. 36, No. 3 (2020) 11-21.
- Rasmussen, S., Andersen, K., Svensson, A., Steffensen, J., Vinther, B., Clausen, H. B., Siggaard-Andersen, M.-L., Johnsen, S. J., Larsen, L. B., Dahl-Jensen, D., Bigler, M., & Röthlisberger, R. (2006). A new Greenland ice core chronology for the Last Glacial termination. *Journal of Geophysical Research*, 111. <https://doi.org/10.1029/2005JD006079>
- Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020). The COVID-19 pandemic and the antecedents for the impulse buying behaviour of US citizens. *Journal of Competitiveness*, 12(3), 5–27.
- Schiffman, Leon G.; Bednall, David; O'Cass, Aron; Paladino, Angela; Ward, Steve; Kanuk, Leslie. (2005). *Consumer Behaviour*. Pearson Education Australia.
- Sonia Ndome Elangwe (2021). *The Effect of COVID 19 Pandemic on Consumer buying Behavior in the Retail Sector in Germany*. (Master's thesis, Technische Hochschule Ingolstadt Business School).
- Tran, L. T. T. (2020). Online reviews and purchase intention: A cosmopolitanism perspective. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100722. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100722>
- Yong Taek Lim, Md. Abu Rashel & Su-Chan You (2022). Impact of Pandemic Covid-19 on Consumer Buying Behavior Intention on life. *Journal of Positive School Psychology*. 2022, Vol. 6, No. 4, 952-967.

CHANGES OF CONSUMER BEHAVIOR IN QUANG NGAI PROVINCE IN THE PERIOD OF COVID-19 PANDEMIC

TRAN MINH KIEN¹, PHAM XUAN GIANG²

¹*Binh Son Refining and Petrochemical Joint Stock Company*

²*Faculty of Business Administration, Industrial University of Ho Chi Minh City*

*Corresponding author: phamxuanguang@iuh.edu.vn

Abstract. The crisis in general, the COVID-19 pandemic in particular has changed the consumers' behavior. There are a lot of factors affecting this change which has negative sides but also positive side. With a sample size of 248, the study measured the influence of 05 factors on the change in consumer behavior during the pandemic in Quang Ngai province. The coefficients of 05 factors respectively impact on changes of consumer behavior that are Decreasing income with beta 0,333, Social distancing 0,280, Health concern 0,259, Adaptation to online shopping 0,205 and finally, Shortage of goods 0,191. As respect to this study, 05 recommendations for the people and authorities of Quang Ngai province to limit the

negative side and promote the positive side of the change in consumer behavior have been proposed. These recommendations are universal, so they are not only meaningful during the COVID-19 crisis but also for other possible crisis such as war, natural disaster, crop failure...

Keywords. Quang Ngai, COVID-19, Change, Consumer Behavior, Crisis, Regression Analysis

Ngày nhận bài: 13/09/2022

Ngày chấp nhận đăng: 16/11/2022

PHỤ LỤC

Bảng 1. Biến quan sát, cách mã hóa và nguồn kế thừa

STT	Mã hóa	Các yếu tố và biến quan sát	Nguồn
I	GTN	Sự sụt giảm thu nhập của người dân	
1	GTN1	Do dịch COVID-19, tôi phải chi tiêu cẩn thận hơn, nghĩ về tương lai nhiều hơn	Cici Karaboga và cộng sự (2021); Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021); Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021)
2	GTN2	Hoạt động kinh tế hạn chế do COVID-19 làm giảm thu nhập của tôi	
3	GTN3	Đã có nhiều thay đổi trong việc tiêu dùng của tôi trong thời kỳ đại dịch	
4	GTN4	Tôi bắt buộc tiêu dùng không đáp ứng đầy đủ nhu cầu do hạn chế về tài chính	
II	TNH	Sự thiếu hụt nguồn hàng	
1	TNH1	Việc mua hàng tích trữ làm tôi cảm thấy được làm chủ	Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Pham Anh Duc (2020); Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021); Nils Netz và Amanda Pernald (2021)
2	TNH2	Việc mua hàng tích trữ làm tôi cảm thấy ít lo lắng hơn	
3	TNH3	Việc mua hàng tích trữ làm tôi cảm thấy dễ chịu	
4	TNH4	Tôi cảm thấy khó khăn hơn trong việc mua các mặt hàng thiết yếu trong lúc đại dịch	
III	TU	Sự thích ứng với mua sắm trực tuyến	
1	TU1	Tôi có thể tiết kiệm tiền khi mua hàng online trong thời kỳ COVID-19 do các website bán giá thấp hơn	Lobel Trong Thuy Tran (2020); Nils Netz và Amanda Pernald (2021); Minh Hieu Nguyen, Jimmy Armoogum and Binh Nguyen Thi (2021).
2	TU2	Mua hàng online tiện lợi vì các website có nhiều ưu đãi về giao nhận hàng hóa	
3	TU3	Mua hàng online dễ dàng vì các website cung cấp nhiều lựa chọn hàng hóa	
4	TU4	Tôi cảm thấy tin tưởng khi mua hàng online do các website cung cấp chính sách bảo vệ khách hàng	
5	TU5	Mua hàng online an toàn hơn vì giúp tôi hạn chế tiếp xúc đông người trong mùa dịch	
IV	SK	Sự quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe	
1	SK1	COVID-19 làm tăng nhận thức của tôi về sức khỏe của chính tôi và người thân	Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021); Nils Netz và Amanda Pernald (2021); Sonia Ndome Elangwe (2021).
2	SK2	COVID-19 làm tăng nhận thức của tôi và người thân về việc đeo khẩu trang và dùng nước khử khuẩn	
3	SK3	COVID-19 làm tôi nhạy cảm hơn với những thức ăn nên dùng	
4	SK4	COVID-19 làm tăng nhận thức của tôi về việc giữ vệ sinh sạch sẽ	

5	SK5	Tôi cảm thấy lo lắng cho sức khỏe của mình trong suốt thời kỳ đại dịch	
V	GCXH	Việc phong tỏa và giãn cách xã hội	
1	GCXH1	Việc phong tỏa làm tôi nhận ra cần tiết kiệm tiền và hạn chế mua sắm không cần thiết	Rizwan Raheem Ahmed, Dalia Streimikiene, Jo-Ann Rolle, Anh Duc (2020); Nils Netz và Amanda Pernald (2021); Sonia Ndome Elangwe (2021).
2	GCXH2	Tôi thích mua các sản phẩm có thể tái sử dụng và tái chế	
3	GCXH3	Phong tỏa giúp tôi nhận ra việc mua các sản phẩm sức khỏe, vệ sinh quan trọng hơn thời trang	
4	GCXH4	Việc giãn cách và phong tỏa trong thời kỳ COVID-19 làm tôi mua sắm ít hơn thường lệ	
	STD	Sự thay đổi hành vi tiêu dùng	Lobel Trong Thuy Tran (2020); Nils Netz và Amanda Pernald (2021); Debadyuti Das, Ashutosh Sarkar và Arindam Debroy (2021).
1	STD1	Do COVID-19, tôi có một nhu cầu mới và nhiều hơn liên quan đến các sản phẩm về sức khỏe	
2	STD2	Tôi sẽ mua hàng từ các nền tảng thương mại điện tử nhiều hơn trong thời kỳ đại dịch như là COVID-19	
3	STD3	Tôi sẽ mua tích trữ hàng hóa trong các thời kỳ khủng hoảng như là COVID-19	
4	STD4	Sự bất ổn kinh tế do COVID-19 khiến tôi tiết kiệm hơn, tập trung vào những nhu cầu thiết yếu	

Nguồn: tổng hợp và hiệu chỉnh