

THỊ HIỆU CỦA KHÁCH HÀNG SIÊU THỊ TP HCM ĐỐI VỚI SẢN PHẨM THỦY SẢN ĐÔNG LẠNH

NGUYỄN MINH ĐỨC
ĐẶNG NGUYỆT MINH
PHẠM NGUYÊN SA

KHOA THỦY SẢN - ĐẠI HỌC NÔNG LÂM TP HCM



1

NỘI DUNG

Gồm:

I. Đặt vấn đề

II. Mục tiêu đề tài

III. Phương pháp thực hiện

IV. Kết quả thảo luận

V. Kết luận và đề nghị



2

ĐẶT VẤN ĐỀ

- Thực phẩm đông lạnh và chế biến sẵn được xem là một giải pháp giải pháp tối ưu đối với những người nội trợ ít thời gian
- Các doanh nghiệp chế biến thủy sản tập trung vào xuất khẩu mà ít quan tâm đến thị trường nội địa.
- Số lượng siêu thị ở TPHCM ngày càng tăng nhưng chưa có một nghiên cứu nào để đánh giá thị hiếu của khách hàng siêu thị trong nước đối với sản phẩm thủy sản đông lạnh.

3



**“THỊ HIẾU CỦA KHÁCH HÀNG SIÊU THỊ TPHCM
ĐỐI VỚI SẢN PHẨM THỦY SẢN ĐÔNG LẠNH ”**

4



Giới thiệu siêu thị



▼ Địa chỉ: 3 - 3C, đường 3 Tháng 2, quận 10,
Thành phố Hồ Chí Minh.



5

Giới thiệu siêu thị



Địa chỉ: 34, đường 3 Tháng 2, quận 10,
Thành phố Hồ Chí Minh.



6

Giới thiệu siêu thị



Địa chỉ: 168, đường Nguyễn Đình Chiểu, quận 3
Thành phố Hồ Chí Minh.



7

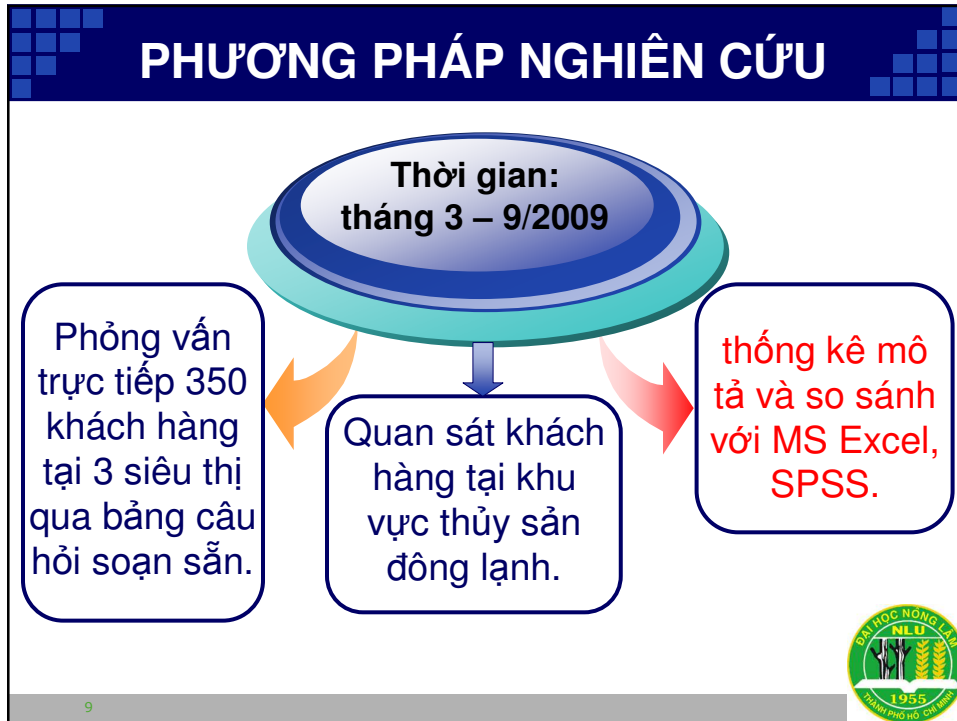
MỤC TIÊU ĐỀ TÀI

- 1 Xác định tỷ lệ người mua hàng thủy sản đông lạnh sau khi xem xét, lựa chọn.
- 2 Đánh giá thị hiếu người tiêu dùng đối với mặt hàng thủy sản đông lạnh.
- 3 Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua sản phẩm.
- 4 Xác định xu hướng tiêu dùng trong tương lai đối với sản phẩm thủy sản đông lạnh.



8

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU



9



Tỷ lệ người mua sản phẩm thủy sản đông lạnh sau khi ghé xem

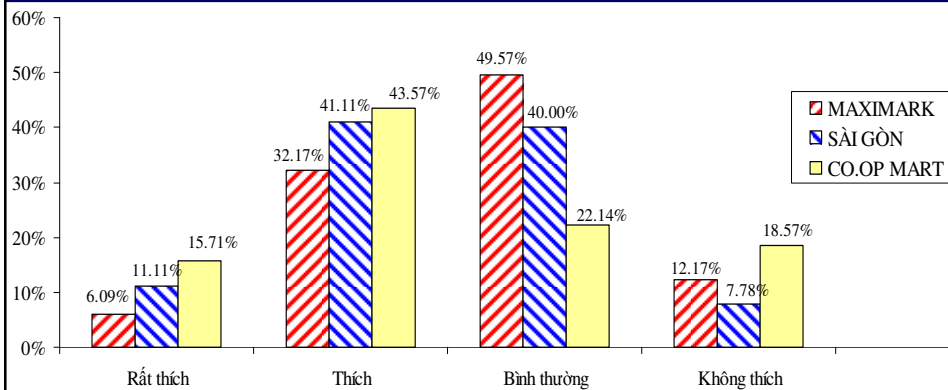
	MAXIMARK		SÀI GÒN		CO.OP MART	
	Tần suất	Tỷ lệ	Tần suất	Tỷ lệ	Tần suất	Tỷ lệ
SÁNG						
Mua	230	52,15%	146	50,87%	702	61,96%
Số người đến	441	100%	287	100%	1133	100%
CHIỀU						
Mua	222	44,40%	163	48,51%	774	62,02%
Số người đến	500	100%	336	100%	1248	100%

- số lượng khách hàng đến quầy thủy sản đông lạnh vào buổi chiều tối nhiều hơn buổi sáng
- siêu thị CoopMart NĐC có số lượng khách hàng ghé đến quầy và mua sản phẩm thủy sản đông lạnh nhiều hơn so với 2 siêu thị Maximark 3-2 và Sài Gòn.

10



Mức độ thích sản phẩm thủy sản đông lạnh



=> các doanh nghiệp chế biến thủy sản đông lạnh còn phải nỗ lực hơn rất nhiều



11

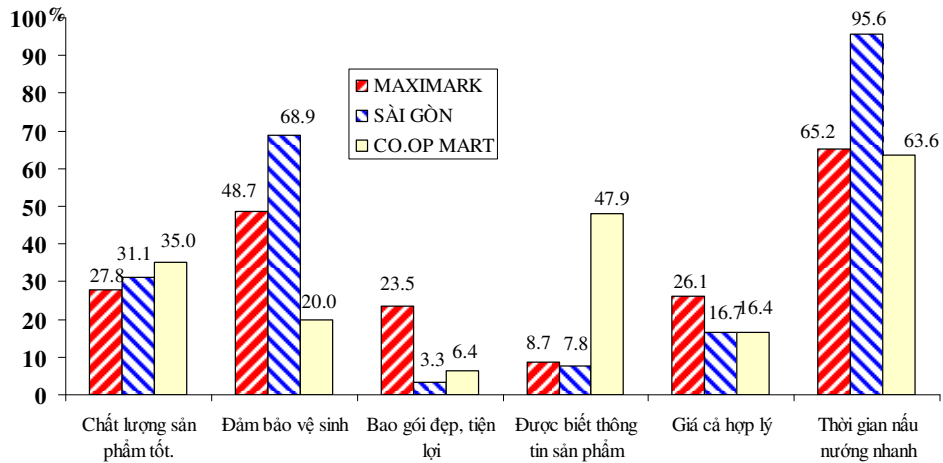
Các yếu tố ảnh hưởng đến sự ưa thích thủy sản đông lạnh

- ∇ **Độ tuổi:** nhóm khách hàng lớn tuổi hơn (> 30 tuổi) có khuynh hướng ưa thích thủy sản đông lạnh hơn nhóm khách hàng trẻ tuổi.
- ∇ **Quy mô hộ gia đình:** hộ có quy mô trung bình (từ 3-5 người) có khuynh hướng ưa thích thủy sản đông lạnh hơn so với các nhóm khách hàng có quy mô gia đình nhỏ hơn hay lớn hơn.
- ∇ **Thu nhập:** khách hàng có thu nhập bản thân ở mức trung bình thấp (1-3 triệu đồng/tháng) ưa thích sử dụng thủy sản đông lạnh hơn các nhóm khách hàng có thu nhập thấp hơn hay cao hơn



12

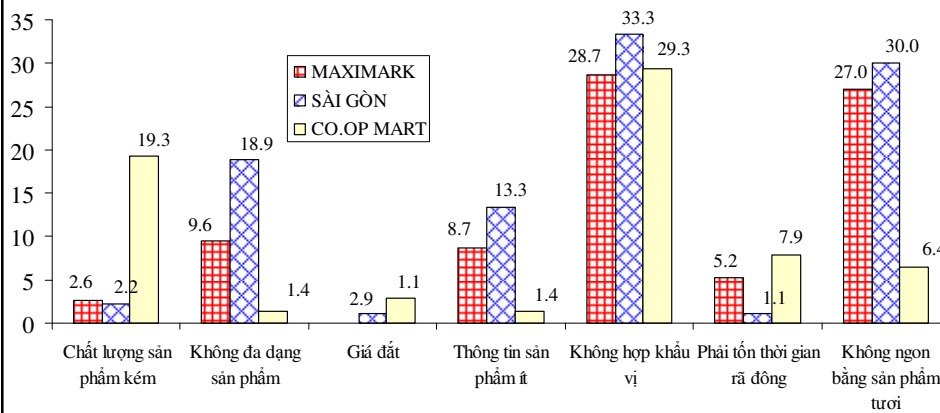
Lý do thích sản phẩm thủy sản đông lạnh



Biểu đồ 4. Lý do ưa thích sản phẩm thủy sản đông lạnh



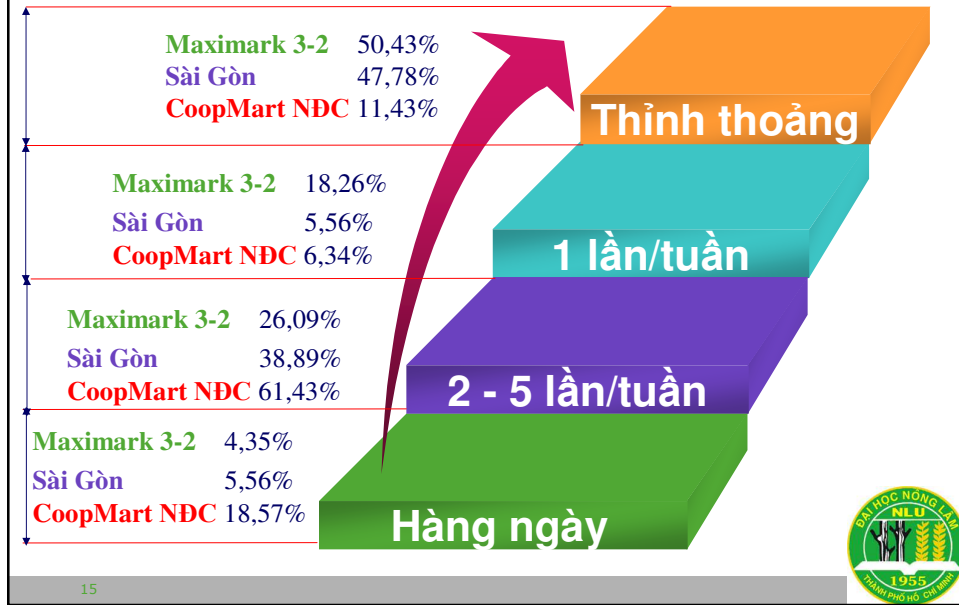
Lý do không thích sản phẩm thủy sản đông lạnh



Biểu đồ 5. Lý do khiến người tiêu dùng không thích thủy sản đông lạnh



Tần suất dùng thủy sản đông lạnh



15

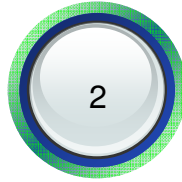


Tiêu chí lựa chọn sản phẩm của người tiêu dùng

Có 4 tiêu chí lựa chọn sản phẩm thủy sản đông lạnh mà người mua thường quan tâm nhất là:



Giá bán



Hình thức
hấp dẫn.



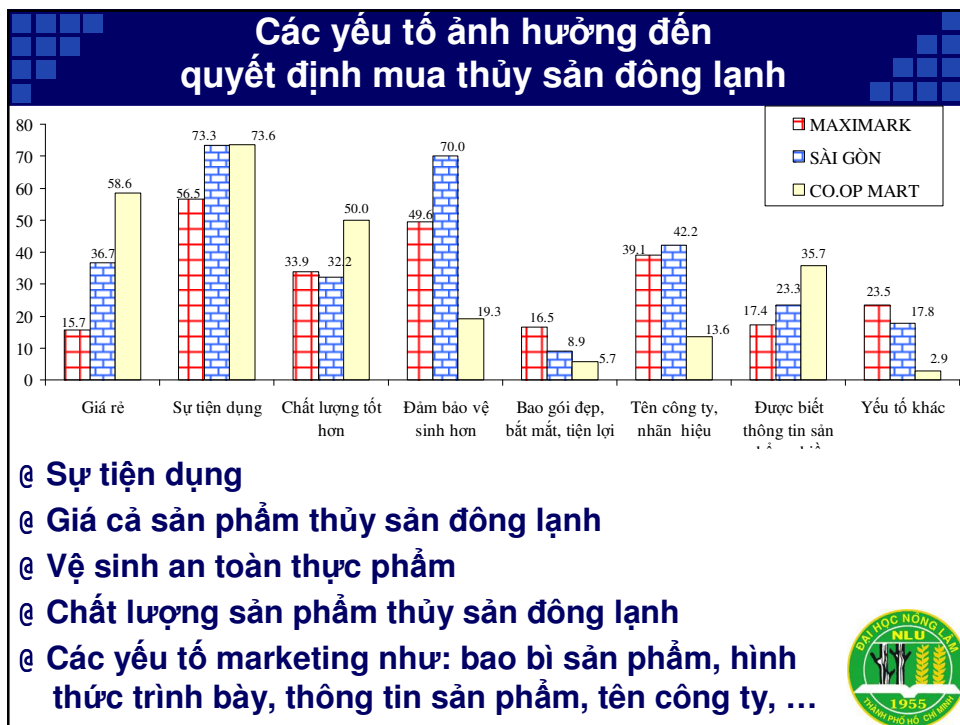
Uy tín
của
công ty



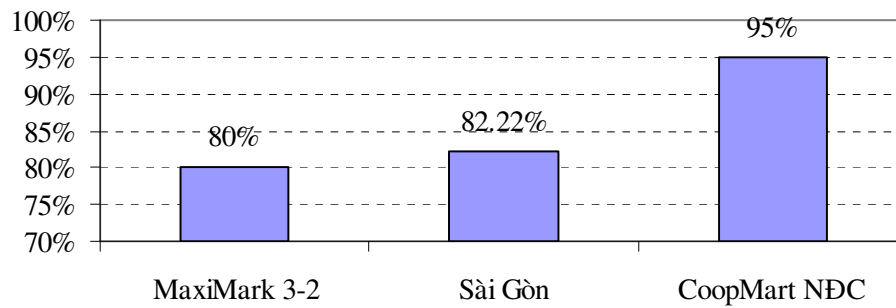
Hạn sử
dụng.

16





Tỷ lệ khách hàng sẽ dùng thủy sản đông lạnh trong tương lai



19



Lý do dùng thủy sản đông lạnh trong tương lai

1

Nhận định:
Thời gian dành cho nấu nướng trong tương lai ít hơn.

2

Hy vọng:
TS đông lạnh sẽ đa dạng hơn, đáp ứng nhu cầu tốt hơn.

3

Tin tưởng:
Thủy sản đông lạnh đảm bảo vệ sinh hơn.

20



KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

Kết quả quan sát

Tỷ lệ người mua hàng thủy sản đông lạnh khi ghé xem ở mức trung bình.

Mức độ thích

Tỷ lệ khách hàng thích sản phẩm thủy sản đông lạnh chưa cao.

Lý do thích

- Giảm thời gian nấu nướng
- đảm bảo vệ sinh

21



KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự ưa thích và quyết định mua

Ảnh hưởng đến sự ưa thích

- Độ tuổi
- Qui mô hộ gia đình
- Thu nhập

Ảnh hưởng đến quyết định mua

- giá sản phẩm
- an toàn thực phẩm
- chất lượng sản phẩm
- marketing

Người tiêu dùng trong nước có xu hướng dùng nhiều sản phẩm thủy sản đông lạnh hơn trong tương lai.

22



KẾT LUẬN VÀ ĐỀ NGHỊ

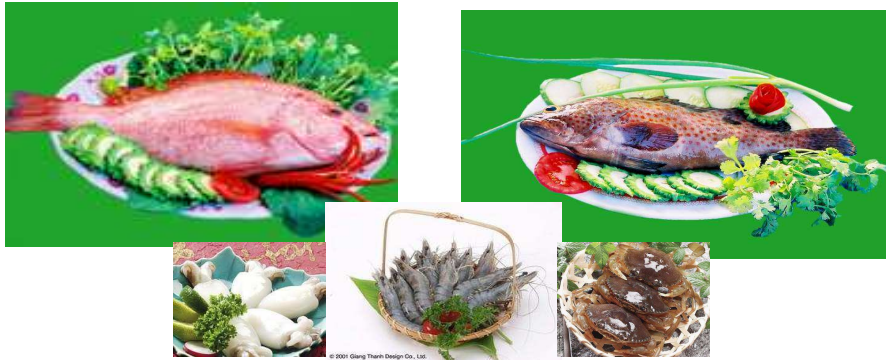
@ Đề nghị

- Mở rộng khảo sát ở những hộ gia đình ở thành phố và nông thôn để biết được những nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng đối với sản phẩm thủy sản đông lạnh.
- Điều tra thêm về tình hình tiêu thụ các sản phẩm thủy sản khác ở siêu thị để xác địnhh sức tiêu thụ sản phẩm thủy sản của người dân.

23



HỘI THẢO KHOA HỌC THỦY SẢN TOÀN QUỐC KHOA THỦY SẢN - ĐẠI HỌC NÔNG LÂM TP HCM



Cảm ơn sự theo dõi của Quý Vị!

24

