Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế
JOURNAL OF ECONOMIC STUDIES
ISSN 0866 - 7489

Số 12 (571)
Tháng 12 năm 2025

SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ HÀNG TIÊU DÙNG VIỆT NAM TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH*

Consumer satisfaction with service quality of Vietnamese consumer goods retailers in Ho Chi Minh City

PHẠM HÙNG CƯỜNG

Nghiên cứu này phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tiêu dùng đối với chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Dựa trên kết quả khảo sát và phân tích định lượng đã xác định rõ năm nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người tiêu dùng, bao gồm: (1) chất lượng dịch vụ, (2) giá trị cảm nhận, (3) sự tiện lợi, (4) niềm tin vào doanh nghiệp, (5) chính sách bán hàng và hậu mãi. Từ đó, nghiên cứu đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của người tiêu dùng đối với chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp bán lẻ hàng tiêu dùng của Việt Nam trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa: *sự hài lòng, người tiêu dùng, chất lượng dịch vụ, doanh nghiệp bán lẻ, hàng tiêu dùng.*

The article analyzes factors affecting consumer satisfaction with the service quality of consumer goods retailers in Ho Chi Minh City. Based on the survey results and quantitative analysis, five factors affecting consumer satisfaction were clearly identified, including (1) service quality, (2) perceived value, (3) convenience, (4) trust in the retailers and (5) sales and after-sales policies. Then, the article proposes some solutions to improve consumer satisfaction with the service quality of Vietnamese consumer goods retailers in Ho Chi Minh City.

Keywords: *satisfaction, consumer, service quality, retailers, consumer goods.*

1. Đặt vấn đề

Có thể nói, cơ hội thị trường bán lẻ của Việt Nam nói chung và tại Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng không chỉ nằm ở việc đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của người dân, mà còn ở việc khám phá và tận dụng sự thay đổi của thị trường để xây dựng và phát triển thương hiệu của doanh nghiệp ngành bán lẻ. Điều này cho thấy, chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp bán lẻ đang đặt lên hàng đầu. Điều đó chứng tỏ việc nghiên cứu các yếu tố tác động tới sự hài lòng của người tiêu dùng đối với chất lượng dịch vụ là điều rất cần thiết để doanh nghiệp có cơ sở để nâng cao, cải tiến chất lượng phù hợp với thị hiếu khách hàng.

Phạm Hùng Cường, PGS.TS., Trường đại học Ngoại thương cơ sở II tại Thành phố Hồ Chí Minh.

* Bài viết là sản phẩm của đề tài nghiên cứu khoa học và công nghệ cấp cơ sở năm 2025, Mã số: NTDN2025-01.