

# ĐÁNH GIÁ KIẾN THỨC VÀ CÁC YẾU TỐ LIÊN QUAN ĐẾN NGƯỜI TIÊU DÙNG THỰC PHẨM BẢO VỆ SỨC KHỎE TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH VINH LONG NĂM 2022-2023

Lê Mỹ Phụng<sup>1</sup>, Nguyễn Phục Hưng<sup>2</sup>

## TÓM TẮT

**Đặt vấn đề:** Hiện nay, cùng với việc ăn uống đều độ, thường xuyên tập thể dục, người dân xem việc sử dụng thực phẩm bảo vệ sức khỏe (TPBVSK) là một trong những phương pháp hữu hiệu để bảo vệ và cải thiện sức khỏe. Những lợi ích phong phú của loại thực phẩm này được thông tin cho cộng đồng ngày càng nhiều và điều này đang được một số nhà khoa học kỳ vọng trong tương lai TPBVSK sẽ trở thành các biện pháp hỗ trợ điều trị bệnh và dự phòng bệnh. Tuy nhiên, kiến thức của người tiêu dùng về TPBVSK còn hạn chế, sử dụng TPBVSK khi chưa hiểu biết rõ hoặc một số người dân vẫn còn e ngại sử dụng TPBVSK để hỗ trợ sức khỏe. Mục tiêu: Đánh giá kiến thức và xác định các yếu tố liên quan đến người tiêu dùng TPBVSK trên địa bàn tỉnh Vinh Long năm 2022-2023. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu: nghiên cứu mô tả cắt ngang với cỡ mẫu là 385 người tiêu dùng TPBVSK bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp. Số liệu được thu thập, xử lý bằng phần mềm Excel 2016 và SPSS 20.0. Kết quả: Người sử dụng TPBVSK là nữ giới chiếm đa số với tỷ lệ 77,4%. Đa số người mua TPBVSK có trình độ từ đại học trở lên (75,3%). 93% người mua TPBVSK biết TPBVSK là thực phẩm. Tỷ lệ người mua TPBVSK có mức điểm kiến thức tốt là 48,6%. Tổng điểm trung bình kiến thức về TPBVSK của người mua TPBVSK là 5,3922 điểm/8 điểm tối đa. Nữ giới, những người từ 30 tuổi trở xuống, có thu nhập từ 3 triệu đến 10 triệu và có trình độ đại học là những nhóm người tiêu dùng tiềm năng nhất và có hiểu biết nhiều về TPBVSK. Kết luận: Ở Vinh Long, người mua TPBVSK có kiến thức ở mức tốt và trung bình về TPBVSK.

**Từ khóa:** thực phẩm bảo vệ sức khỏe, kiến thức, người tiêu dùng, Vinh Long.

## SUMMARY

### ASSESSING OF KNOWLEDGE AND FACTORS RELATED TO CONSUMERS OF HEALTH FOODS IN VINH LONG PROVINCE OVER THE PERIOD OF 2022-2023

**Background:** Along with moderate diets and regular exercises, people apparently consider the use of health supplement foods (HSF) one of the effective methods to protect and improve their health. The benefits of this food are increasingly introduced to the community and this is expected to become measures

to support the treatment and prevention of certain diseases. However, consumers' knowledge about HSF is still limited. Using HSF without an insight of their medicinal features still exists or a number of people are reluctant of using HSF to support health care. Objectives: Assessing of knowledge and identifying factors related to consumers of HSF in Vinh Long province over the period of 2022-2023. Materials and methods: a descriptive cross-sectional study was conducted on 385 consumers through direct interviews with HSF buyers. Data were collected and analyzed using Excel 2016 and SPSS 20.0 software. Results: Users of HSF are female with the high rate of 77.4%. The majority of consumers of HSF have degrees or above (75.3%). 93% of people who buy HSF know that HSF is food. The percentage of HSF buyers with a good knowledge score is 48.6%. The total average score of knowledge about HSF of buyers is 5.4/8. Female, who are 30 years of age or younger, have incomes from 3 millions to under 10 millions and have degrees or above university are the most potential consumer groups and have a lot of knowledge about health care products. Conclusion: In Vinh Long, consumer of HSF have good and average knowledge about HSF.

**Keywords:** health supplement foods, knowledge, consumers, Vinh Long.

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thực phẩm bảo vệ sức khỏe (TPBVSK) là sản phẩm được chế biến dưới dạng viên nang, viên hoàn, viên nén, cao, cốm, bột, lỏng và các dạng chế biến khác có chứa một hoặc hỗn hợp của các chất sau đây: Vitamin, khoáng chất, axit amin, axit béo, enzym, probiotic và chất có hoạt tính sinh học khác; Hoạt chất sinh học có nguồn gốc tự nhiên từ động vật, chất khoáng và nguồn gốc thực vật ở các dạng như chiết xuất, phân lập, cô đặc và chuyển hóa [1]. Các nguồn tài liệu khác nhau đưa ra các định nghĩa khác nhau về TPBVSK nhưng hầu hết đều dựa trên các đặc tính về khả năng tăng cường và tạo ra các lợi ích về sức khỏe cho con người. Các sản phẩm TPBVSK được các phương tiện truyền thông nhắc đến ngày càng nhiều. Chính vì vậy cụm từ TPBVSK không còn xa lạ đối với người tiêu dùng. Mọi người bắt đầu có được một số nhận thức ban đầu về TPBVSK như thực phẩm tự nhiên, sạch và tốt cho sức khỏe là rất quan trọng trong cuộc sống hàng ngày..... Tuy phần lớn các sản phẩm này là an toàn và có lợi cho sức khỏe nhưng chúng không phải là không có những mối

<sup>1</sup>Sở Y tế Vinh Long

<sup>2</sup>Trường ĐHYD Cần Thơ

Chịu trách nhiệm chính: Nguyễn Phục Hưng

Email: nphung@ctump.edu.vn

Ngày nhận bài: 14.4.2023

Ngày phản biện khoa học: 26.6.2023

Ngày duyệt bài: 21.6.2023

nguy cơ đối với sức khỏe của người tiêu dùng. Thực tế cho thấy là một số hoặc thậm chí là nhiều thành phần trong các sản phẩm này có chứa những chất nguy hại cho sức khỏe nhưng lại không được đưa thông tin trong nhãn bao bì sản phẩm. Trong khi đó, các sản phẩm này thường được người tiêu dùng tự lựa chọn mà không cần phải theo chỉ dẫn hay đơn thuốc của bác sĩ và không ít người tiêu dùng coi các sản phẩm này như các sản phẩm có thể thay thế thuốc chữa bệnh.

Người tiêu dùng tiếp nhận thông tin về TPBVSK từ các phương tiện truyền thông chính thống và không chính thống. Điều này sẽ ảnh hưởng đến nhận thức, kiến thức về TPBVSK, ý định mua thực phẩm bảo vệ sức khỏe và nhu cầu sử dụng TPBVSK của người dân. Việc đánh giá kiến thức và phân tích các yếu tố liên quan đến người tiêu dùng thực phẩm bảo vệ sức khỏe sẽ rất hữu ích cho nhà quản lý tại tỉnh Vĩnh Long đưa ra các biện pháp quản lý và biện pháp tuyên truyền hiệu quả hơn về TPBVSK. Chính vì vậy nghiên cứu "Đánh giá kiến thức và phân tích các yếu tố liên quan đến người tiêu dùng thực phẩm bảo vệ sức khỏe trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long năm 2022-2023" được thực hiện với 2 mục tiêu:

1. Đánh giá kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long năm 2022-2023.

2. Xác định và phân tích các yếu tố liên quan đến kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long năm 2022-2023.

## II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

**2.1. Đối tượng nghiên cứu.** Người dân đã từng mua TPBVSK ở các nhà thuốc, quầy thuốc trên địa bàn 8 huyện/thị xã/thành phố trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long.

- **Tiêu chuẩn chọn mẫu:** Người đã từng dùng hoặc đang dùng TPBVSK được mua tại các nhà thuốc/quầy thuốc trên địa bàn 8 huyện/thị xã/thành phố trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long năm 2022-2023 từ đủ 18 tuổi trở lên và tự nguyện, đồng ý tham gia khảo sát. Người có khả năng nghe, nói, đọc, viết tiếng Việt.

- **Tiêu chuẩn loại trừ:** Người không hoàn thành đủ nội dung phiếu khảo sát, người không có đủ khả năng nhận thức đối với bộ câu hỏi phỏng vấn.

### 2.2. Phương pháp nghiên cứu

- **Thiết kế nghiên cứu:** phương pháp mô tả cắt ngang.

- **Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu:**

Công thức cỡ mẫu đối với quần thể lớn, ta có:

$$n = \frac{Z^2_{(1-\alpha/2)} \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Trong đó: n là cỡ mẫu cần nghiên cứu;  $\alpha = 0,05$  (độ tin cậy là 95%);  $Z (1-\alpha/2) = 1,96$ ; Sai số chấp nhận được ( $d=0,05$ ); p là giá trị tỷ lệ ước đoán tổng thể. Chọn  $p=0,5$  là cỡ mẫu lớn nhất để có thể đạt được độ chính xác cao nhất trong quá trình khảo sát người tiêu dùng.

Thế vào công thức, ta được cỡ mẫu tối thiểu là 385 người. Để đánh giá được khách quan và chính xác thì chúng tôi chọn mẫu khảo sát bằng hình thức chọn mẫu thuận tiện gồm 385 người tiêu dùng tại các nhà thuốc/quầy thuốc; chia đều trên 8 huyện/thị xã/thành phố trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long. Nghĩa là mỗi huyện/thị xã/thành phố sẽ chọn 48-49 người tiêu dùng.

- **Nội dung nghiên cứu:** Các đặc điểm chung của người tiêu dùng, kiến thức và các yếu tố liên quan đến kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK.

+ Đặc điểm đối tượng nghiên cứu: giới tính, tuổi, mức thu nhập, trình độ học vấn, nghề nghiệp.

+ Đánh giá kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK: Đánh giá theo bộ câu hỏi với tổng điểm kiến thức chung (8 câu), mỗi câu trả lời đúng là 1 điểm, được phân loại thành 3 mức độ:

o Kiến thức chung kém: điểm dưới 50% tổng điểm (dưới 4 điểm).

o Kiến thức chung trung bình: điểm dao động từ 50% đến 70% tổng điểm (từ 4 đến 5 điểm).

o Kiến thức chung tốt: điểm trên 70% tổng điểm (từ 6 điểm trở lên).

+ Đánh giá các yếu tố liên quan đến kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK, bao gồm các yếu tố nhóm tuổi, giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp, tình hình sức khỏe hiện tại, mục đích mua TPBVSK, hiện tại có đang sử dụng thực phẩm bảo vệ sức khỏe.

- Công cụ và phương pháp thu thập số liệu: thu thập số liệu qua phỏng vấn trực tiếp đối tượng bằng bộ câu hỏi soạn sẵn.

- Phương pháp xử lý số liệu và phân tích số liệu: số liệu được nhập bằng Excel 2016 và phân tích số liệu bằng phần mềm thống kê SPSS 20.0. Phân tích xác định các nội dung nghiên cứu về đánh giá kiến thức của người tiêu dùng đối với TPBVSK dưới dạng tỷ lệ phần trăm (%); các yếu tố liên quan đến kiến thức được xác định với tỷ số chênh (OR), khoảng tin cậy 95% của OR và kiểm định  $\chi^2$  với mức ý nghĩa  $\alpha = 0,05$  được lấy để xem xét sự khác biệt có ý nghĩa thống kê khi  $p < 0,05$ .

### III. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 3.1. Thông tin chung về khách hàng mua TPBVSK tham gia nghiên cứu

Trong 385 người mua TPBVSK cho thấy:

**Bảng 1. Thông tin chung về khách hàng mua TPBVSK đã khảo sát**

Đặc điểm mẫu nghiên cứu		Tần số (n=385)	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	87	22,6
	Nữ	298	77,4
Tuổi	Từ đủ 18 đến 30 tuổi	150	39,0
	Từ 31 đến 40 tuổi	124	32,2
	Từ 41 đến 50 tuổi	84	21,8
	Từ 50 tuổi trở lên	27	7,0
Mức thu nhập	Dưới 3 triệu	54	14
	Từ 3 triệu đến dưới 10 triệu	238	61,8
	Từ 10 triệu trở lên	93	24,2
Trình độ học vấn	Đại học trở lên	290	75,3
	Trung cấp	93	24,2

	Thấp hơn trung cấp	2	0,5
Nghề nghiệp	Học sinh/ Sinh viên	57	14,8
	Công nhân	18	2,1
	Nông dân	1	0,3
	Làm việc tự do	33	8,6
	Kinh doanh	53	13,8
	Nhân viên văn phòng	73	19,0
	Nhân viên y tế	53	13,8
	Giáo viên	86	23,3
	Khác	21	5,5

**Nhận xét:** Về giới tính, nữ giới chiếm tỷ lệ cao với 77,4% sau đó là nam giới với 22,6%. Tỷ lệ người tiêu dùng từ 18-30 tuổi chiếm 39% cao nhất, thấp nhất là trên 50 tuổi 7%. Phần lớn khách hàng có trình độ đại học (75,3%). Giáo viên chiếm tỷ lệ cao nhất trong nghề nghiệp (23,3%). Khách hàng mua TPBVSK có thu nhập từ 3 triệu đến dưới 10 triệu chiếm tỷ lệ cao nhất (61,8%).

#### 3.2. Kiến thức chung của người tiêu dùng về thực phẩm bảo vệ sức khỏe

##### 3.2.1 Tỷ lệ người có kiến thức đúng về thực phẩm bảo vệ sức khỏe

**Bảng 2: Kiến thức của người tiêu dùng về thực phẩm bảo vệ sức khỏe**

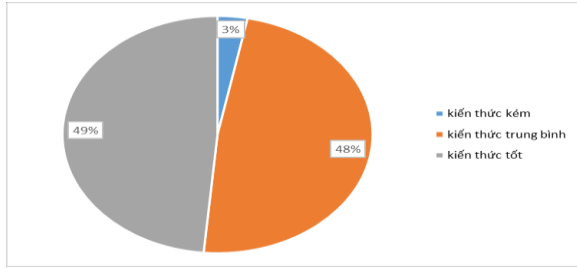
Nội dung	Tần suất (n = 385)	Tỉ lệ (%)
Theo bạn nghĩ, thực phẩm bảo vệ sức khỏe là thuốc hay chỉ là thực phẩm?	358	93,0
Theo bạn, thực phẩm bảo vệ sức khỏe có thể dùng để điều trị bệnh không?	291	75,6
Theo bạn, thực phẩm bảo vệ sức khỏe có thể giúp ngăn chặn các bệnh mãn tính không?	189	49,1
Dùng thực phẩm bảo vệ sức khỏe thường xuyên mới thấy được hiệu quả của nó. Bạn có đồng ý với ý kiến trên không?	323	83,9
Theo bạn, thực phẩm bảo vệ sức khỏe chủ yếu dành cho đối tượng nào sử dụng?	300	77,9
Thực phẩm bảo vệ sức khỏe thì an toàn vì nó được sản xuất từ các thảo dược và sản phẩm từ tự nhiên. Bạn có đồng ý với ý kiến trên?	119	30,9
Thực phẩm bảo vệ sức khỏe thì không có tác dụng phụ nên rất an toàn khi sử dụng. Bạn có đồng ý với ý kiến trên?	195	50,6
Thực phẩm bảo vệ sức khỏe có thể tương tác với thực phẩm bảo vệ sức khỏe khác hoặc thuốc khi dùng chung. Bạn có đồng ý với ý kiến trên?	301	78,2

**Nhận xét:** Từ bảng số liệu trên, ta thấy hầu hết người tiêu dùng TPBVSK là thực phẩm, không phải là thuốc (93,0%). Hầu hết mọi người cho rằng: TPBVSK không thể dùng để điều trị bệnh (75,6%), TPBVSK có thể tương tác với TPBVSK khác hoặc thuốc khi dùng chung (78,2%). Có một số người dùng TPBVSK hiểu đúng về tính an toàn và tác dụng phụ của TPBVSK với tỉ lệ thấp lần lượt là 30,9% và 50,6%.

##### 3.2.2. Điểm kiến thức chung của người

**mua về TPBVSK.** Trung bình tổng điểm kiến thức chung của người mua TPBVSK tham gia khảo sát là 5,39 điểm (SD = 1,56), trung vị 5,0 điểm. Kết quả phân loại mức điểm kiến thức chung về TPBVSK của người mua được trình bày trong hình 1.

Tỷ lệ người mua TPBVSK có mức điểm kiến thức tốt, mức trung bình và kém lần lượt là 49,0% (187/385); 48,0% (186/385) và 3% (12/385).



**Hình 1. Phân loại mức điểm kiến thức chung về TPBVSK của người mua**

**3.3. Sự ảnh hưởng của các yếu tố đến điểm kiến thức chung của người tiêu dùng về thực phẩm bảo vệ sức khỏe.** Kết quả tổng điểm kiến thức chung theo đặc điểm đối tượng khảo sát được trình bày trong bảng

**Bảng 3. Tổng điểm kiến thức chung theo đặc điểm đối tượng nghiên cứu**

Yếu tố	Phân nhóm	Trung vị tổng điểm kiến thức (IQR)	Thứ hạng trung bình*	p
<b>Nhóm tuổi</b>	Nhỏ hơn hoặc bằng 30 tuổi	6 (6)	183,64	0,014
	Từ 31 đến 40 tuổi	6 (4)	205,48	
	Từ 41 đến 50 tuổi	5 (4)	175,26	
	Trên 50 tuổi	6 (3)	242,87	
<b>Giới tính</b>	Nam	6 (5)	175,97	0,099
	Nữ	6 (3)	197,97	
<b>Trình độ học vấn</b>	Đại học trở lên	6 (4)	189,84	0,020
	Trung học	6 (2)	206,96	
	Thấp hơn trung học	0 (0)	2	
<b>Thu nhập hằng tháng</b>	Dưới 3 triệu	5 (5,25)	175,20	0,435
	Từ 3 triệu-1 0 triệu	6 (3)	195,87	
	Trên 10 triệu	6 (3)	196,20	
<b>Nghề nghiệp</b>	Học sinh/Sinh viên	6 (6,5)	163,02	0,009
	Công nhân	4 (5,5)	149,88	
	Nông dân	0 (0)	158,00	
	Làm việc tự do (freelance)	6 (3)	252,38	
	Kinh doanh	6 (3,5)	220,93	
	Nhân viên văn phòng	5 (3,5)	179,42	
	Nhân viên y tế	7 (5,5)	198,82	
	Giáo viên	5 (4)	186,91	
<b>Sức khỏe hiện tại</b>	Có bệnh	6 (4,75)	199,07	0,485
	Không bệnh	6 (3)	190,51	
<b>Hiện tại đang sử dụng thực phẩm bảo vệ sức khỏe</b>	Có	5 (4)	193,80	0,078
	không	7 (5)	189,98	
<b>Mục đích mua thực phẩm bảo vệ sức khỏe</b>	Hỗ trợ điều trị bệnh	5 (5)	157,29	0,002
	Giảm cân	6 (7)	184,83	
	Làm đẹp	7 (4)	221,67	
	Tăng cường miễn dịch	6 (3)	221,90	
	Phòng bệnh	6 (5,75)	163,60	
	Hỗ trợ tiêu hóa	4 (6,75)	138,25	
	Chống lão hóa	5 (4,25)	213,71	
	Tăng cường sinh lực	3 (4)	140,44	
	Giảm cholesterol	5 (0)	163,33	
	Hạ huyết áp	0 (0)	0	
	Dưỡng não, bổ não	5 (5)	188,81	
Khác	5 (4,5)	242,28		
<b>Địa điểm mua thực phẩm bảo vệ sức khỏe</b>	Nhà thuốc/ quầy thuốc	5 (3,75)	184,51	0,002
	Đặt mua trên mạng	6 (3,25)	230,39	
	Siêu thị, cửa hàng bán lẻ	4 (3)	174,97	
	Khác	7 (3)	260,63	

\*Thứ hạng trung bình là giá trị trung bình của các thứ hạng cho tất cả các quan sát trong mỗi mẫu. Điểm giá trị của nhóm nào cao thì nhóm đó ảnh hưởng tới kiến thức nhiều hơn.

**Nhận xét.** Về tổng điểm kiến thức chung theo đặc điểm đối tượng nghiên cứu. Ta thấy được các đặc điểm về tuổi, trình độ học vấn, nghề nghiệp, mục đích mua TPBVSK và địa điểm mua TPBVSK của người tiêu dùng đều có  $p < 0,05$  do đó có sự khác biệt của các đặc điểm này và các đặc điểm này đều ảnh hưởng đến kiến thức chung. Từ bảng 3.2.3, nhóm tuổi trên 50 tuổi (242,87), trình độ trung cấp (206,96), làm việc tự do (freelance) (252,38), mua TPBVSK với mục đích khác với trong bảng câu hỏi (242,28). Trình độ thấp hơn trung học và mua TPBVSK với mục đích hạ huyết áp có số điểm trả lời đúng thấp nhất với lần lượt là 2 và 0 điểm.

#### IV. BÀN LUẬN

Nghiên cứu chúng tôi đã chỉ ra có 79% người ở thời điểm khảo sát vẫn đang sử dụng TPBVSK và 21% số người khảo sát ở thời điểm này không sử dụng. Nghiên cứu của nhóm tác giả Đậu Thị Hương Giang và cộng sự năm 2021 cho thấy rằng có 72,3% tỷ lệ người tiêu dùng sử dụng TPBVSK [2]. Cũng trong năm 2021, nghiên cứu của Phạm Thị Huyền đã chỉ ra rằng có đến 92,5% người tham gia khảo sát biết đến TPBVSK [5]. Các kết quả trên cho thấy mọi người ngày càng biết đến và sử dụng TPBVSK nhiều hơn.

Trong nghiên cứu này cho thấy tỷ lệ người biết TPBVSK không phải là thuốc chiếm 93,0%. Tỷ lệ này hoàn toàn khác biệt với nghiên cứu của Phạm Đình Luyện năm 2009 [4] có đến 72,2% người tham gia khảo sát lầm tưởng TPBVSK là thuốc do tin tưởng vào công dụng mà nhà sản xuất nêu ghi trên bao bì sản phẩm.

Chỉ có 24,4% người tham gia khảo sát cho rằng TPBVSK có thể dùng để điều trị bệnh, còn lại 75,6% người không cùng quan điểm trên. Trái ngược với kết luận trong bài "Khảo sát sự hiểu biết về thực phẩm bảo vệ sức khỏe của người bán, người tiêu dùng và định hướng việc quản lý thông tin quảng cáo" năm 2009 của Phạm Đình Luyện và Đỗ Quang Dương: TPBVSK là loại sản phẩm cung cấp chất dinh dưỡng nhưng người sử dụng lại công nhận nó có tác dụng chữa bệnh như thuốc [4]. Bên cạnh đó có 50,9% người cho rằng thực phẩm bảo vệ sức khỏe có thể giúp ngăn chặn các bệnh mãn tính. Thấp hơn so với nghiên cứu của Nguyễn Thanh Thuận năm 2015, có đến hơn 60% người đồng ý rằng "Một vài loại thực phẩm có những lợi ích

chuyên biệt giúp giảm rủi ro gặp phải các bệnh mãn tính" [6]. Tỷ lệ trên tuy có thấp hơn nhưng vẫn còn khá cao, điều này cho thấy rằng vẫn còn nhiều người đang lầm tưởng và phóng đại về công dụng của TPBVSK.

Xét về sự hiểu biết về tác dụng phụ khi sử dụng TPBVSK, có đến 49,4% người cho rằng TPBVSK không có tác dụng phụ, an toàn khi sử dụng so với 50,6% người cho rằng TPBVSK có ý kiến ngược lại. Theo nghiên cứu của tác giả Phạm Đình Luyện và Đỗ Quang Dương năm 2009 tại Bình Dương [4] chỉ ra có 46,8% người tiêu dùng cho rằng TPBVSK không có hoặc có ít tác dụng phụ, con số trên thấp hơn so với nghiên cứu của chúng tôi. Điều này cho thấy rằng người tiêu dùng đang lầm tưởng TPBVSK giống với những loại thực phẩm thông thường nên không có tác dụng phụ và an toàn khi sử dụng. Tuy nhiên trên thực tế, không phải tất cả TPBVSK đều có chất lượng tốt và vô hại, do quy định đăng ký TPBVSK chưa được chặt chẽ nên các nhà sản xuất ít hoặc không đề cập đến tác dụng phụ của TPBVSK trên nhãn sản phẩm để có thể dễ dàng bán hơn.

Về nguy cơ tương tác với TPBVSK khác hoặc thuốc khi dùng chung có đến 78,2% người trả lời đúng cao hơn rất nhiều so với nghiên cứu của Nguyễn Thanh Thuận năm 2015 (khoảng 32,5%) [3]. Sự chênh lệch có thể là do sự khác biệt về thời gian khảo sát và địa điểm thực hiện khảo sát. Trong thời kỳ 4.0 như hiện nay thì khái niệm TPBVSK đã không còn quá xa với người tiêu dùng và việc tiếp cận và tra cứu thông tin về TPBVSK cũng dễ dàng hơn nên sự khác biệt trên cũng là điều dễ hiểu.

Tỷ lệ người tiêu dùng thực phẩm bảo vệ sức khỏe có mức điểm kiến thức tốt, mức trung bình và kém lần lượt là 48,6% (187/385); 48,3 (186/385) và 3,1 (12/385). Tỷ lệ này tăng khá nhiều so với nghiên cứu của Vicky Gyselaers tại Hà Lan năm 2005 có 65,7% số người tham gia khảo sát có số điểm từ trung bình trở lên khi hỏi về lợi ích của thực phẩm bảo vệ sức khỏe [7]. Sự chênh lệch này là có thể là do thực phẩm bảo vệ sức khỏe ngày càng quen thuộc với người tiêu dùng và sự quan tâm của họ với loại thực phẩm này ngày càng cao.

#### V. KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã cho thấy đa số người tiêu dùng tham gia khảo sát đã quan tâm nhiều đến thực phẩm bảo vệ sức khỏe và đã trang bị cho mình các kiến thức liên quan đến thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Trong đó những người thuộc nhóm

tuổi trên 50 tuổi và làm việc tự do (freelance) là những nhóm người tiêu dùng tiềm năng nhất và có hiểu biết nhiều về thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Tuy nhiên, vẫn còn một số nhóm người tiêu dùng có trình độ học vấn thấp hơn trung học và công nhân có thể họ chưa tiếp xúc nhiều với thực phẩm bảo vệ sức khỏe nên họ vẫn chưa hiểu biết nhiều về thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Do đó, các nơi bán thực phẩm bảo vệ sức khỏe cần hướng dẫn và giải thích cho người tiêu dùng về lợi ích và tác hại của thực phẩm bảo vệ sức khỏe để đạt được hiệu quả nhất trong khi sử dụng.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. **Bộ Y tế (2014)**, "Thông tư quy định về quản lý thực phẩm chức năng", Thông tư số: 43/2014/TT-BYT, ban hành ngày 24/11/2014.
2. Đậu Thị Hương Giang và cộng sự (2021), Nhân tố tác động tới ý định mua thực phẩm chức năng ngoại nhập của người tiêu dùng Việt Nam, Kinh tế châu Á – Thái Bình Dương
3. **Nguyễn Thanh Thuận (2015)**, Nhận thức, thái độ và hành vi tiêu dùng thực phẩm bảo vệ sức khỏe của người dân tại thành phố Tây Ninh, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
4. **Phạm Đình Luyện, Đỗ Quang Dương (2009)**, Khảo sát sự hiểu biết về thực phẩm bảo vệ sức khỏe của người bán, người tiêu dùng và định hướng việc quản lý thông tin quảng cáo, Đại học Y Dược TP. Hồ Chí Minh.
5. **Phạm Thị Huyền, Hồ Hoài Phương và cộng sự (2021)**, Niềm tin của người tiêu dùng với thực phẩm chức năng: nghiên cứu tại một số tỉnh miền Bắc, Tạp chí Công Thương.
6. **Trần Đăng** - Bảo cáo số liệu thị trường thực phẩm bảo vệ sức khỏe Việt Nam, Hiệp hội thực phẩm bảo vệ sức khỏe Việt Nam, 2013.
7. **Gyselaers, Vicky. (2006)**, De impact van gezondheidsbeweringen op het consumentengedrag ten aanzien van functionele voeding.

## CHẨN ĐOÁN VÀ ĐIỀU TRỊ HỘI CHỨNG CHẬM RỖNG DẠ DÀY SAU CẮT DẠ DÀY BÁN PHẦN DO UNG THƯ DẠ DÀY

Thái Nguyên Hưng<sup>1</sup>, Phan Văn Linh<sup>2</sup>

### TÓM TẮT

**Mục tiêu nghiên cứu:** 1. Mô tả triệu chứng lâm sàng (LS), cận lâm sàng (CLS) và các yếu tố nguy cơ của hội chứng chậm rỗng dạ dày sau cắt bán phần dạ dày do ung thư dạ dày (UTDD). 2. Kết quả điều trị các trường hợp chậm rỗng dạ dày. **Đối tượng và phương pháp nghiên cứu:** + Đối tượng nghiên cứu: Những BN sau cắt dạ dày bán phần (DDBP) do UTDD xuất hiện hội chứng chậm rỗng dạ dày, được chẩn đoán và điều trị tại khoa ngoại bụng 2, BV K. + Phương pháp NC: Mô tả các ca lâm sàng (hồi cứu). + Thời gian: 2021-T4/2023. **Kết quả NC:** Có 4 BN có CRDD sau cắt BPDD do UTDD, nam 2, nữ 2, tuổi TB 65,5 T; Thời gian TB xuất hiện CRDD 10,75 ngày sau cắt DDBP (từ 10-12 ngày), 3 BN có ĐTD, 1 BN có tiền sử lo lắng, rối loạn tâm lý (trước mổ); 1 BN có hẹp môn vị (HMOV), 3 BN khác có khối UTDD ở vị trí thân vị hoặc góc bờ cong nhỏ (BCN). Các BN được cắt DDBP triệt căn, nạo vét hạch D2, nối DD-hồng tràng Finstere (Billroth 2). Biểu hiện CRDD: Đau thượng vị, bụng chướng, buồn nôn, nôn. XQ bụng: không có mức nước hơi. Chụp CLVT: không có dấu hiệu tắc ruột. Chụp DD sau 6 h (Telebrix): Mòm dạ dày giãn, thuốc còn ở DD sau 6h, thuốc xuống hết qua miệng nối sau 12h, thuốc

xuống đại tràng (không có tắc ruột). Bốn BN được điều trị nội khoa: Hút dạ dày, PPI, bồi phụ nước, điện giải, dùng erythromycine liều thấp; 3 BN đáp ứng tốt, BN thứ 4 dùng phối hợp với KT điện cơ đáp ứng tốt sau 12 ngày. Thời gian điều trị CRDD trung bình 6,75 ngày (từ 5-12 ngày). **Kết luận:** Chậm rỗng dạ dày sau cắt BPDD do UTDD xuất hiện sau mổ 10-12 ngày (TB 10,75 ngày); Tuổi TB 65,5 T. Triệu chứng LS đau thượng vị, buồn nôn, nôn. Tỷ lệ mắc bệnh cao ở nhóm ĐTD (NC này là 75%), hẹp môn vị, UTDD ở bờ cong nhỏ dạ dày hay thân vị (thể tích DD còn lại nhỏ). Chẩn đoán cần loại trừ tắc ruột cơ giới. Chụp dạ dày với thuốc cản quang sau 6h thuốc còn ở dạ dày, thuốc lưu thông chậm. Điều trị Erythromycin liều nhỏ (uống) có kết quả tốt. Có thể kết hợp với châm cứu và/hoặc kích thích điện cơ.

### SUMMARY

#### RISK FACTORS, DIAGNOSIS AND TREATMENT OF DELAYED GASTRIC EMPTYING POST SUBTOTAL GASTRECTOMY FOR GASTRIC CANCER

**Study aim:** 1. Clinical and paraclinical feature and risk factors of delayed gastric emptying post subtotal gastrectomy for gastric cancer. 2. Diagnosis, treatment of delayed gastric emptying. **Patient and method:** +Retrospective study. +Case report (rare diseases). **Result:** There were 4 patients; 2 male, 2 female, mean age: 65,5 Y (Range: 60-72 Y), the average onset time post gastrectomy 10,75 day (range 10-12 day); of them, 3 patients had diabetes, one had emotional stress and anxiety preoperation. The lesion per operation: 1 had pyloric obstruction, 3 patient had

<sup>1</sup>Bệnh viện K

<sup>2</sup>Trường Đại học Y Hà Nội

Chịu trách nhiệm chính: Thái Nguyên Hưng

Email: thainguyenhung70@gmail.com

Ngày nhận bài: 14.4.2023

Ngày phản biện khoa học: 25.5.2023

Ngày duyệt bài: 19.6.2023