NGHIÊN CỨU VỀ DỊCH VỤ GIAO THỨC ĂN TRỰC TUYẾN: TỔNG QUAN TÀI LIỆU TỪ CƠ SỞ DỮ LIỆU SCOPUS

ThS. Võ Chiêu Vy* - PGS.TS. Hoàng Thị Phương Thảo**

Trong bối cảnh nền kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ, các dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến (OFD - Online Food Delivery) đã trở thành một lĩnh vực nghiên cứu ngày càng được quan tâm. Nghiên cứu này thực hiện một tổng quan có hệ thống về các tài liệu học thuật liên quan đến OFD bằng phương pháp phân tích thư mục (bibliometric analysis) dựa trên dữ liệu từ cơ sở Scopus. Thông qua việc xác định các xu hướng nghiên cứu chính, nghiên cứu này làm sáng tỏ các yếu tố công nghệ thúc đẩy, các mô hình hành vi người tiêu dùng và những thách thức của thị trường trong lĩnh vực OFD. Kết quả cho thấy có 06 cụm chủ đề chính: (1) Trải nghiệm dịch vụ; (2) Hệ sinh thái nền tảng; (3) Sự thay đổi hành vi người tiêu dùng; (4) Các yếu tố ảnh hưởng và rào cản; (5) Tác động của đại dịch COVID--19; (6) Hành vi lựa chọn thực phẩm. Những phát hiện này không chỉ định hướng cho các nghiên cứu trong tương lai mà còn cung cấp những hiểu biết giá trị về sự phát triển của thị trường giao đồ ăn trực tuyến.

• Từ khóa: *hành vi, kinh tế số, giao đồ ăn trực tuyến.*

In the context of the rapidly growing digital economy, online food delivery (OFD) services have become an increasingly prominent area of research. This study conducts a systematic review of academic literature on OFD using bibliometric analysis based on data from Scopus. By identifying key research trends, this study sheds light on technological drivers, consumer behavior models, and market challenges in OFD. The results reveal 06 main thematic clusters: (1) Service experience; (2) Platform ecosystems; (3) Consumer behavioral shifts; (4) Influencing factors and barriers, (5) The impact of the COVID--19 pandemic, (6) Food selection behavior. These findings provide directions for future research and offer valuable insights into the development of the OFD market.

• Key words: *behavior, digital economy, online food delivery.*

Ngày nhận bài: 11/6/2025
Ngày gửi phản biện: 23/10/2025
Ngày duyệt đăng: 17/12/2025

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v25.i303.16

1. Giới thiệu

Dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến (OFD) đang nổi lên như một phân khúc phát triển nhanh trong nền kinh tế số, được thúc đẩy bởi đổi mới công nghệ, sự phổ cập điện thoại thông minh và thay đổi trong sở thích tiêu dùng. Các nền tảng OFD đóng vai trò trung gian giữa người dùng và nhà cung cấp thực phẩm, cung cấp trải nghiệm đặt hàng linh hoạt với các tính năng như đề xuất cá nhân hóa, chương trình khách hàng thân thiết và thanh toán tích hợp (Kapoor & Vij, 2018; Alalwan, 2020). Theo Statista (2024), thị trường OFD toàn cầu dự kiến sẽ vượt 466 tỷ USD vào năm 2027. Tuy nhiên, lĩnh vực này cũng đối mặt với những thách thức như quản lý lực lượng giao hàng, lo ngại về an toàn thực phẩm và trải nghiệm người dùng không nhất quán (Talwar et al., 2021), làm gia tăng mối quan tâm học thuật đến các khía cạnh công nghệ, hành vi và vận hành trong OFD.

Các nghiên cứu hiện nay tập trung vào hành vi tiêu dùng, chất lượng dịch vụ, tính bền vững và quản trị nền tảng (Ray & Bala, 2021; Troise et al., 2021). Dù số lượng nghiên cứu gia tăng, lĩnh vực này vẫn còn phân tán với sự thiếu thống nhất về khung lý thuyết, cấu trúc đo lường và phương pháp tiếp cận. Do đó, nghiên cứu này nhằm cung cấp một cái nhìn tổng quan có hệ thống về OFD, xác định các xu hướng nổi bật và khoảng trống nghiên cứu, đồng thời góp phần làm rõ cách các nền tảng số đang định hình lại hành vi tiêu dùng thực phẩm trong thời đại số.

2. Phương pháp nghiên cứu

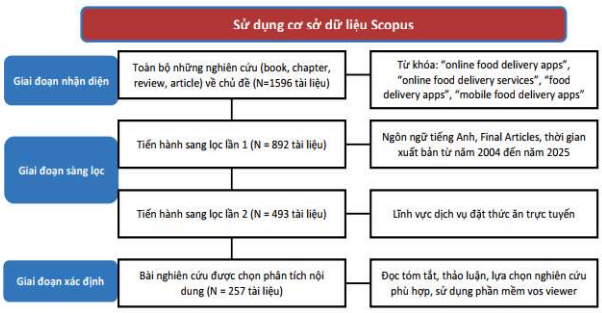
Nghiên cứu này triển khai tổng quan tài liệu nghiên cứu theo phương pháp phân tích nội dung có hệ thống (Kraus và cộng sự, 2020). Quy trình nghiên cứu thể hiện (Hình 1) gồm có 3 bước: (1) Nhận diện vấn đề nghiên cứu; (2) Sàng lọc nghiên cứu; (3) Phân tích nghiên cứu.

Bước đầu tiên của quy trình nghiên cứu, lược khảo cơ sở dữ liệu đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính chính xác và đầy đủ của tài liệu học thuật được sử dụng. Nhóm tác giả lựa chọn cơ sở dữ liệu Scopus, vì cơ sở này có số

** NCS, Trường Đại học Mở TP. HCM, Tp. Hồ Chí Minh; Tác giả liên hệ: vyvc.21ab@ou.edu.vn*
*** Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh*

lượng lớn các nghiên cứu khoa học đáng tin cậy và phù hợp với lĩnh vực nghiên cứu của đề tài (Kraus et al., 2020). Danh sách từ khóa được lựa chọn để tìm kiếm bao gồm: "online food delivery services", "online food delivery apps", "food delivery apps", "mobile food delivery apps". Những bài nghiên cứu tác giả chọn lựa theo tiêu chí: công trình học thuật và xuất bản trên các tạp chí uy tín. Bước sàng lọc tiếp theo, nghiên cứu chỉ tập trung vào các bài viết có ngôn ngữ bằng tiếng Anh về lĩnh vực dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến và thời gian xuất bản từ 2004 đến năm 2025, kết quả là 493 tài liệu được đưa vào phân tích. Cuối cùng ở bước xác định, nhóm tác giả đọc tóm tắt và tự phản biện để chọn ra những nghiên cứu phù hợp một cách có hệ thống. Kết quả sau ba bước, 257 bài nghiên cứu được xác nhận và đưa vào phân tích trắc lượng thư mục bằng phần mềm VOS Viewer.

Hình 1: Sơ đồ dòng Prisma chủ đề nghiên cứu



Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả (2025)

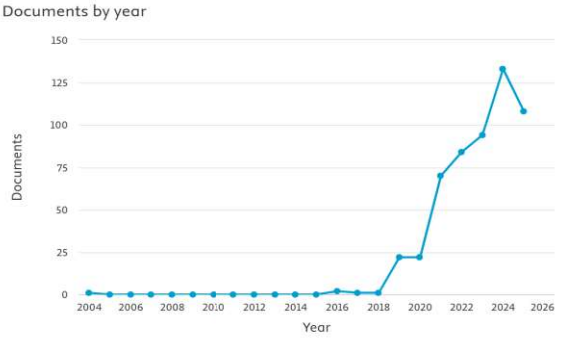
Nhóm tác giả sử dụng công cụ VOSviewer để phân tích mối liên kết giữa các công trình nghiên cứu thông qua đồng tác giả, đồng xuất hiện từ khóa và đồng trích dẫn, từ đó xác định các cụm chủ đề có nội dung và phương pháp tiếp cận tương đồng. Bản đồ trực quan do VOSviewer tạo ra giúp nhận diện các chủ đề nghiên cứu trọng tâm, các nhóm tác giả có ảnh hưởng cũng như phát hiện khoảng trống học thuật chưa được khai thác. Trên cơ sở đó, nghiên cứu tiến hành phân tích nội dung từng cụm để làm rõ các hướng tiếp cận chính, đồng thời đề xuất các định hướng nghiên cứu tiềm năng trong tương lai, phù hợp với bối cảnh phát triển hiện tại của lĩnh vực dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Thống kê mô tả

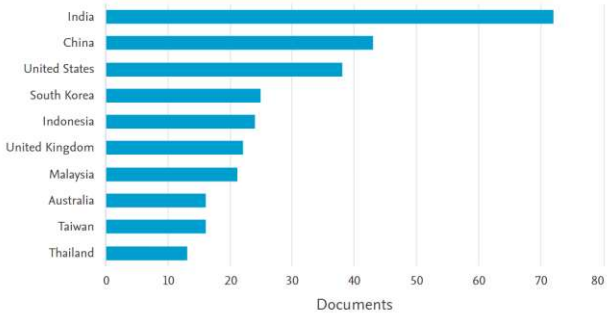
Do sự phát triển của thương mại điện tử và công nghệ điện thoại di động, những nghiên cứu về giao đồ ăn trực tuyến có sự tăng trưởng mạnh mẽ từ năm 2019, và tiếp tục tăng từ 2020 đến hết năm 2025 (Hình 2). Những nghiên cứu liên quan đến hành vi người tiêu dùng trong thị trường OFD chủ yếu diễn ra ở các quốc gia như Ấn Độ, Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc, Indonesia, Anh, Malaysia, Đài Loan và Thái Lan (Hình 3).

Hình 2: Số lượng bài báo liên quan đến dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến xuất bản từ 2004 đến năm 2025



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ trang http://scopus.com

Hình 3: Số lượng bài báo liên quan đến dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến xuất bản từ 2004 đến năm 2025



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ trang http://scopus.com

Những tác giả tạo nhiều ảnh hưởng nhất về lĩnh vực thị trường đặt thức ăn trực tuyến này bao gồm : Yeo và cộng sự (2017) với 586 trích dẫn, Ray và cộng sự (2019) với 384 trích dẫn, Li và cộng sự (2020) với 301 trích dẫn, Suhrtanto và cộng sự (2019a) với 270 trích dẫn, Lee và cộng sự (2019) với 237 trích dẫn, Kaur và cộng sự (2020) với 232 trích dẫn, cùng với những tác giả khác có lượng trích dẫn và lượng link liên kết mạnh được thể hiện cụ thể ở Bảng 1. Trong bảng này, tác giả lấy số liệu trích dẫn được tính toán trên mạng lưới trích dẫn nội bộ các bài trong danh mục scopus, không bao gồm lượng trích dẫn của các bài ngoài chỉ mục.

Bảng 1: Các tác giả có công bố tạo sự ảnh hưởng

Tên tác giả	Lượng trích dẫn	Lượng link liên kết mạnh
Yeo và cộng sự (2017)	586	289
Ray và cộng sự (2019)	384	266
Li và cộng sự (2020)	301	204
Suhrtanto và cộng sự (2019a)	270	351
Lee và cộng sự (2019)	237	382
Kaur và cộng sự (2020)	232	377
Kapoor và cộng sự (2018)	213	211
Roh và Park (2019)	210	315
Troise và cộng sự (2021)	174	671
Kumar và Shah (2021a)	167	623
Prasetyo và cộng sự (2021)	165	376
Muangnee và cộng sự (2021)	162	418

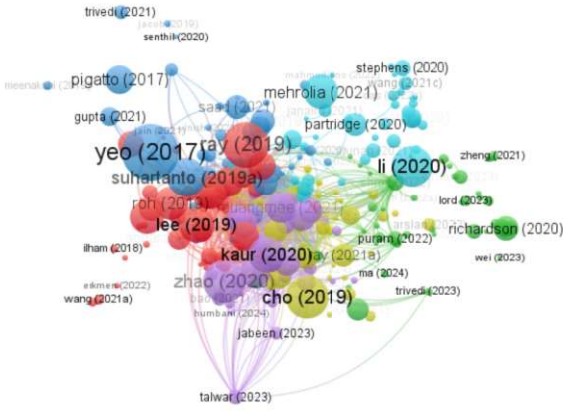
Nguồn: Tác giả thống kê từ Scopus (2025)

3.2. Phân tích trắc lượng thư mục

3.2.1. Phân tích liên kết thư mục khoa học

Tác giả tiến hành sử dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục khoa học (Bibiliometric analysis) bằng VOS Viewer để tìm ra xu hướng nghiên cứu. Tác giả tiến hành loại bỏ những bài nghiên cứu có trích dẫn dưới 5 và các bài có liên kết dưới 5, kết quả còn lại 257 bài nghiên cứu. Sau đó tác giả tiếp thực hiện phân tích nội dung để thấy rõ được sự liên kết và xu hướng của những nghiên cứu hiện nay về thị trường đặt thức ăn trực tuyến.

Hình 4: Liên kết thư mục khoa học năm 2004 đến năm 2025 từ cơ sở dữ liệu Scopus



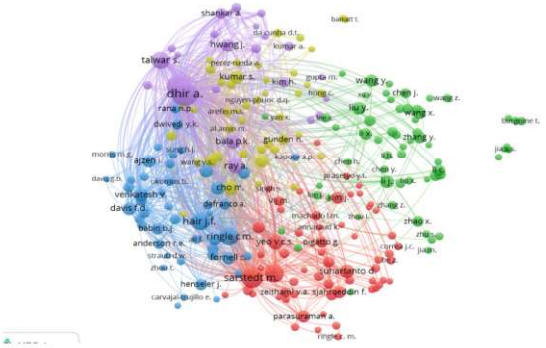
Nguồn: Kết quả từ phần mềm Vos Viewer (2025)

Dựa trên phân tích thư mục, tác giả xác định sáu định hướng nghiên cứu chính trong lĩnh vực dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến (Hình 4). Cụ thể, các chủ đề bao gồm: (1) cụm màu đỏ chủ yếu về trải nghiệm dịch vụ và công nghệ (Ray et al., 2019; Lee et al., 2019), (2) cụm màu xanh lá thể hiện hệ sinh thái nền tảng (Niu et al., 2021; Shroff et al., 2022), (3) cụm màu xanh dương tập trung vào sự thay đổi hành vi người tiêu dùng trong bối cảnh số hóa (Correa et al., 2019; Gavilan et al., 2021), (4) cụm màu vàng chủ yếu là về các yếu tố ảnh hưởng và rào cản hành vi tiêu dùng (Cho et al., 2019; Koay et al., 2022), (5) cụm màu tím với nội dung chính là tác động của đại dịch COVID-19 đến hành vi tiêu dùng (Tandom et al., 2021; Su et al., 2022), và (6) cụm màu xanh ngọc thể hiện hành vi lựa chọn thực phẩm và tiêu dùng bền vững trên nền tảng OFD (Silva et al., 2022; Verma et al., 2023). Các cụm chủ đề này phản ánh rõ rệt tính đa chiều và liên ngành trong nghiên cứu về thị trường OFD.

3.2.2. Phân tích bản đồ tác giả

Bản đồ tác giả về dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến trong Hình 5 mang đến cái nhìn sâu sắc về sự tiến bộ và mối quan hệ giữa các tác giả hoạt động trong lĩnh vực này. Bản đồ này chỉ ra các nhà nghiên cứu có sức ảnh hưởng lớn trong lĩnh vực nghiên cứu về thị trường đặt thức ăn trực tuyến tiêu biểu như Dhir (với 424 trích dẫn), Kaur (với 363 trích dẫn), Sarstedt (271 trích dẫn), Hair (với 227 trích dẫn). Mỗi liên kết giữa những tác giả với nhau được minh họa qua ác đường nối càng dày chứng tỏ có quá trình hợp tác chặt chẽ và lâu dài, điển hình như giữa tác giả Dhir và Sarstedt, giữa Kaur và Rezaei, giữa Hair và Suhartanto.

Hình 5: Bản đồ tác giả năm 2004 đến năm 2025 từ cơ sở dữ liệu Scopus



Nguồn: Kết quả từ phần mềm Vos Viewer (2025)

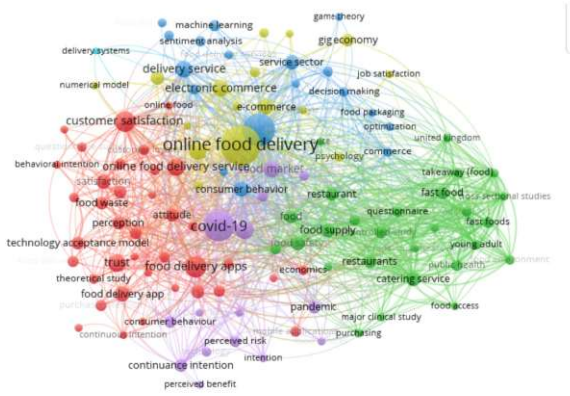
3.2.3. Phân tích sự đồng xuất hiện từ khóa

Nhóm tác giả tiếp tục thực hiện phân tích sự đồng xuất hiện của các từ khóa theo phương pháp Co-occurrence trong các bài nghiên cứu để làm rõ thêm nữa về những xu hướng của dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến. Hình 6 thể hiện những từ khóa thể hiện thành 5 cụm chính. Những từ khóa thuộc cùm màu đỏ (food delivery app, FDA, online food

delivery) là những từ khóa tập trung vào hành vi người tiêu dùng đối với ứng dụng đặt thức ăn trực tuyến. Còn những từ khóa thuộc cụm màu xanh lá (fasst food, food safety, public health) chủ yếu thể hiện xu hướng về hành vi lựa chọn thực phẩm an toàn sức khỏe của người tiêu dùng.

Với những từ khóa thuộc cụm màu xanh dương (delivery service, food packaging, online food delivery) liên quan chủ yếu đến cách thức phân phối thực phẩm từ nhà hàng đến người tiêu dùng. Cụm màu vàng (e-commerce, eletronic commerce, service quality) với những vấn đề về hành vi người tiêu dùng trong môi trường thương mại điện tử. Cuối cùng, cụm màu tím (COVID-19, pandemic, perceived risk) thể hiện về sự phát triển nhanh của dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến trong bối cảnh COVID-19).

Hình 6: Bản đồ sự đồng xuất hiện của các từ khóa từ cơ sở dữ liệu Scopus



Nguồn: Kết quả từ phần mềm Vos Viewer, 2025

Thông qua tổng quan tài liệu có hệ thống kết hợp trắc lượng thư mục, nghiên cứu xác định rằng sự phát triển của dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến (OFD) chịu ảnh hưởng đồng thời bởi trải nghiệm người dùng, tiến bộ công nghệ và cấu trúc hệ sinh thái nền tảng. Trải nghiệm khách hàng được định hình không chỉ bởi chất lượng thực phẩm mà còn bởi giao diện ứng dụng, tốc độ giao hàng và mức độ hỗ trợ. Các công nghệ như AI, học máy và blockchain góp phần tối ưu hóa quy trình vận hành và nâng cao tính minh bạch chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, thị trường OFD cũng đối mặt với nhiều rào cản như chi phí giao hàng, lo ngại an toàn thực phẩm, cạnh tranh nền tảng và chênh lệch về hành vi tiêu dùng theo nhân khẩu học. Ngoài ra, các nghiên cứu gần đây cảnh báo rằng việc tiêu thụ thực phẩm kém lành mạnh qua OFD có thể gây tác động bất lợi đến sức khỏe cộng đồng, đặt ra yêu cầu tích hợp các giá trị bền vững và dinh dưỡng vào thiết kế dịch vụ tương lai.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã tổng hợp và phân tích tài liệu học thuật về dịch vụ đặt thức ăn trực tuyến nhằm làm rõ những xu hướng chính trong lĩnh vực. Kết quả cho thấy OFD đang ngày càng trở nên phổ biến nhờ vào sự phát triển của thương mại điện tử và công nghệ di động. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích như tính tiện lợi và sự đa dạng thực phẩm, ngành này cũng đối mặt với nhiều thách thức như đảm bảo an toàn thực phẩm, tối ưu hóa quy trình giao hàng, và duy trì chất lượng dịch vụ. Việc ứng dụng công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn giúp cải thiện trải nghiệm người tiêu dùng. Ngoài ra, sự cạnh tranh giữa các nền tảng yêu cầu các doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới để duy trì vị thế trên thị trường. Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất các hướng phát triển tương lai, bao gồm nghiên cứu sâu hơn về tác động xã hội và sức khỏe của OFD, cũng như các giải pháp tối ưu hóa mô hình hoạt động của nền tảng giao thức ăn trực tuyến.

Tài liệu tham khảo:

Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. International Journal of Information Management, 50, 28-44.

Gavilan, D., Balderas-Cejudo, A., Fernández-Lores, S., & Martinez-Navarro, G. (2021). Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19. International Journal of Gastronomy and Food Science, 24, 100330.

Kapoor, A. P., và Vij, M. (2018). Technology at the dinner table: Ordering food online through mobile apps. Journal of retailing and consumer services, 43, 342-351.

Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Chang, Y. X. (2022). A model of online food delivery service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A combination of PLS-SEM and NCA approaches. British Food Journal, 124(12), 4516-4532.

Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. International Entrepreneurship and Management Journal, 16, 1023-1042.

Kumar, S., & Shah, A. (2021). Revisiting food delivery apps during COVID--19 pandemic? Investigating the role of emotions. Journal of Retailing and Consumer Services, 62, 102595.

Lee, S. W., Sung, H. J., & Jeon, H. M. (2019). Determinants of continuous intention on food delivery apps: extending UTAUT2 with information quality. Sustainability, 11(11), 3141.

Li, H. C., & Liang, J. K. (2022). Service pricing strategy of food delivery platform operators: A demand-supply interaction model. Research in Transportation Business & Management, 45, 100904.

Ray, A., & Bala, P. K. (2021). User-generated content for exploring factors affecting intention to use travel and food delivery services. International Journal of Hospitality Management, 92, 102730.

Ray, A., Dhir, A., Bala, P. K., & Kaur, P. (2019). Why do people use food delivery apps (FDA)? A uses and gratification theory perspective. Journal of retailing and consumer services, 51, 221-230.

Shah, A. M., Yan, X., & Qayyum, A. (2021). Adoption of mobile food ordering apps for O2O food delivery services during the COVID--19 outbreak. British Food Journal, 124(11), 3368-3395.

Silva, G. M., Dias, Á., & Rodrigues, M. S. (2022). Continuity of use of food delivery apps: An integrated approach to the health belief model and the technology readiness and acceptance model. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(3), 114.

Statista. (n.d.). Mobile device and app usage change by generation. Retrieved August 4, 2024, from Statista.

Suhartanto, D., Helmi Ali, M., Tan, K. H., Sjahroeddin, F., & Kusdibyo, L. (2019). Loyalty toward online food delivery service: The role of e-service quality and food quality. Journal of Foodservice Business Research, 22(1), 81-97.

Talwar, S., Dhir, A., Scuotto, V., & Kaur, P. (2021). Barriers and paradoxical recommendation behavior in online to offline (O2O) services: A convergent mixed-method study. Journal of Business Research, 131, 25-39.

Troise, C., O'Driscoll, A., Tani, M., & Prisco, A. (2021). Online food delivery services and behavioural intention-a test of an integrated TAM and TPB framework. British food journal, 123(2), 664-683.

Verma, A., Chakraborty, D., & Verma, M. (2023). Barriers of food delivery applications: A perspective from innovation resistance theory using mixed method. Journal of Retailing and Consumer Services, 73, 103369.