



UNIVERSITY OF CALIFORNIA
Agriculture and Natural Resources

Nutrition Policy Institute

Bảng Câu Hỏi Đánh Giá Bán Lẻ Thực Phẩm Cấp Địa Điểm

N. Phỏng Vấn Quản Lý/Chủ Sở Hữu Cửa Hàng (có thể hoàn thành riêng)

- Các cuộc phỏng vấn có thể diễn ra vào một ngày khác với đợt quan sát, đồng thời có thể thực hiện phỏng vấn thông qua một số cuộc trò chuyện nếu đó là phương án phù hợp nhất cho chủ sở hữu/quản lý cửa hàng
- Quý vị không cần đặt câu hỏi cho bất kỳ điều gì quý vị đã biết thông qua những lần tương tác hoặc quan sát trước đó
- Các câu hỏi được gắn nhãn là “(không bắt buộc)” biểu thị những câu hỏi mà chúng tôi không định sử dụng cho phân tích cấp tiểu bang
 - o Những câu hỏi đó được đưa vào vì có khả năng hữu ích đối với quá trình lên kế hoạch chương trình, tuy nhiên, quý vị có thể chọn bỏ qua nếu câu hỏi không hữu ích cho chương trình bán lẻ sản phẩm lành mạnh của mình.
- Đừng ngần ngại kết hợp hoặc thêm các câu hỏi về kế hoạch chương trình được phát triển tại địa phương của riêng quý vị

Dưới đây là “kịch bản” mà quý vị có thể sử dụng và điều chỉnh sao cho phù hợp để giới thiệu phần phỏng vấn:

Cảm ơn quý vị rất nhiều vì đã cho chúng tôi tham quan cửa hàng và nắm được những loại sản phẩm và biển hiệu mà quý vị đã có. Chúng tôi cũng có một số câu hỏi dành cho quý vị về những việc quý vị làm cho cửa hàng và cho khách hàng của mình để giúp họ đưa ra những lựa chọn lành mạnh. Chúng tôi sẽ sử dụng tất cả thông tin này để cùng quý vị lên kế hoạch về những cách thay đổi lành mạnh cần thực hiện trong cửa hàng của quý vị. Giống như với hoạt động quan sát, câu trả lời, tên và tên cửa hàng của quý vị sẽ không bao giờ được chia sẻ công khai mà không được quý vị cho phép.

1. a) Cửa hàng này đã nỗ lực hướng tới cung cấp thực phẩm hoặc đồ uống lành mạnh chưa? Có Không
(mục b và c là không bắt buộc)
 - b) Nếu không, tại sao không? (Thăm dò xem cửa hàng đã thử thực hiện chưa và để họ chia sẻ những lần thử không thành công)
 - c) Nếu có, bằng cách nào? Khi nào? Quý vị đã hợp tác với ai?
2. Cửa hàng có khuyến khích khách hàng mua thực phẩm và đồ uống lành mạnh¹ thông qua bất kỳ hoạt động nào đang diễn ra này không? (Đội ngũ bán lẻ sản phẩm lành mạnh có thể trả lời những câu hỏi này mà không cần hỏi xem họ đã biết chưa)
 - a) Chuyển tham quan cửa hàng: Có (1) Không (0)
 - b) Nếm thử: Có (1) Không (0)
 - c) Buổi trưng bày giới thiệu thực phẩm/công thức làm món ăn/buổi trưng bày giới thiệu sản phẩm trực tiếp khác: Có (1) Không (0)
 - d) Tham gia các hội chợ về sức khỏe/sức khỏe toàn diện: Có (1) Không (0)
 - e) Chỉ thông báo phát thanh thông qua hệ thống Âm Thanh Công Cộng (Public Address, PA): Có (1) Không (0)
 - f) Màn hình hiển thị hình ảnh/âm thanh: Có (1) Không (0)

g) Các loại hình quảng cáo khác (không phải biển hiệu hoặc áp phích quảng cáo): Có Không, hãy mô tả:

3. Cửa hàng có tham gia ["Fresh Creds" / _____] hoặc một chương trình có thưởng hoàn lại tiền khác (đừng ngần ngại kể tên một chương trình dollar-matching (đối ứng tiền) được áp dụng tại cộng đồng của mình) khi sử dụng CalFresh/Chương Trình Hỗ Trợ Dinh Dưỡng Bổ Sung (Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP) để mua trái cây và rau củ¹⁶ không? Có (4) Không (0)

4. Cửa hàng có để giá thấp hơn cho thực phẩm/đồ uống **lành mạnh**¹ (hoặc để giá cao hơn cho thực phẩm/đồ uống **không lành mạnh**²) để khuyến khích tăng lượng mua sản phẩm **lành mạnh**¹ hơn không? Có (4) Không (0)
Nếu có, vậy thì là thực phẩm/đồ uống nào? _____

5. Cửa hàng có thường xuyên bán hàng giảm giá, chiết khấu, cung cấp phiếu giảm giá, ưu đãi hoặc những hoạt động giảm giá khác cho...

- a) Trái cây và rau củ: Có (1) Không (0)
- b) Các loại thực phẩm **lành mạnh**¹ khác: Có (1) Không (0)
- c) Đồ uống **lành mạnh**¹ (ví dụ: nước, nước ép 100% và những loại thức uống không có đường khác): Có (1) Không (0)
- d) Thực phẩm **không lành mạnh**² (ví dụ: bánh chip, kẹo, bánh quy, v.v.): Có (0) Không (1)
- e) Thức uống có đường (ví dụ: nước xô-đa, thức uống năng lượng, v.v.): Có (0) Không (1)
- f) Đồ uống có cồn: Có (0) Không (1)
- g) Khác: _____

6. (không bắt buộc) Học sinh/sinh viên hoặc trẻ em có thường vào đây để mua thực phẩm/đồ uống không? Có Không

7. (không bắt buộc, ngoại trừ các địa điểm của chương trình Hoạt Động Thể Chất và Dinh Dưỡng Tiểu Bang (State Physical Activity and Nutrition, SPAN) Có không gian cho con bú và/hoặc hút sữa mẹ mà không phải là nhà vệ sinh không?

Có, chỉ dành cho nhân viên (1) Có, chỉ dành cho khách hàng (1) Có, dành cho cả nhân viên và khách hàng (2)
 Không (0)

8. [Thu hút cộng đồng tham gia¹⁷] Quý vị xây dựng mối quan hệ với khách hàng và cộng đồng của mình như thế nào? (mỗi câu 1 điểm)

- a) Có bất kỳ bảng thông báo cộng đồng hoặc không gian để đăng tờ rơi cho các sự kiện/buổi họp mặt cộng đồng không? Có Không
- b) Quý vị có cho phép khách hàng mua trả sau (tức là hệ thống tín dụng không chính thức, "phiếu tính tiền" khách hàng, v.v.) không? Có Không
- c) Quý vị hoặc các nhân viên thu ngân/nhân viên cửa hàng khác có biết tên khách hàng không? Có Không
- d) Quý vị hoặc những nhân viên khác có giới thiệu sản phẩm cho khách hàng hay khuyến khích họ dùng thử một số sản phẩm nhất định (không nằm trong chương trình nếm thử hoặc những hoạt động tiếp thị khác) không?
 Có Không
- e) Quý vị hoặc những nhân viên khác của cửa hàng có hỏi ý kiến đề nghị từ phía khách hàng hoặc để khách hàng đưa ra gợi ý về những loại sản phẩm nên bày bán trong cửa hàng không? Có Không
- f) Có các sự kiện hoặc cuộc vận động gây quỹ cộng đồng do cửa hàng bảo trợ không? Có Không
- g) Có những cách thức/ví dụ khác về cách cửa hàng thu hút cộng đồng tham gia không? Có Không, hãy mô tả _____

9. (không bắt buộc, đặt ra câu hỏi về những điều phù hợp nhất cho chương trình bán lẻ sản phẩm lạnh mạnh của quý vị)
Quý vị hoặc những nhân viên khác của cửa hàng đã được đào tạo hoặc mong muốn tìm hiểu thêm về...

- Cách bày biện và vị trí đặt thực phẩm và đồ uống lạnh mạnh¹
- Cách quảng cáo thực phẩm và đồ uống lạnh mạnh¹ bằng việc sử dụng biển hiệu và tem nhãn
- Cách quảng cáo thực phẩm/đồ uống lạnh mạnh¹ bằng cách sử dụng các chiến lược liên quan đến giá
- Tích trữ các mặt hàng lạnh mạnh¹ trong kho
- Xử lý và an toàn thực phẩm
- Xử lý sản phẩm
- Quan hệ khách hàng
- Khác: _____

10. (không bắt buộc) [Phương pháp xúc tiến thương mại¹⁸].

Các nhà cung cấp và cung ứng ảnh hưởng như thế nào đến vị trí đặt sản phẩm và cách sản phẩm được quảng cáo?
Quý vị có thường xuyên bổ sung hàng của một số công ty nhất định lên kệ không?

11. (không bắt buộc) [Chất thải thực phẩm và thu hồi¹⁹]

Chúng tôi có một số câu hỏi về điều sẽ xảy ra với lượng thực phẩm dư thừa mà quý vị không thể bán được.
Thông tin này cũng sẽ giúp chúng tôi cùng quý vị lên kế hoạch về những cách thay đổi đối với cửa hàng mà chúng ta có thể thực hiện trong năm tới.

a) Quý vị làm gì với thực phẩm hoặc đồ uống thừa mà quý vị không thể bán được? (đánh dấu vào tất cả các đáp án phù hợp)

- bỏ vào thùng rác
- ủ thành phân bón
- quyên tặng cho cơ quan từ thiện hoặc tổ chức cộng đồng
- đem cho những khách hàng mà tôi biết đang phải vật lộn để kiếm đủ thực phẩm
- để ngoài đường cho ai đó ăn
- khác: _____

b) Quý vị thấy loại thực phẩm nào dễ bị bỏ phí?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> trái cây tươi | <input type="checkbox"/> món tráng miệng đông lạnh |
| <input type="checkbox"/> rau củ tươi | <input type="checkbox"/> bánh chíp |
| <input type="checkbox"/> các loại thịt | <input type="checkbox"/> kẹo |
| <input type="checkbox"/> sản phẩm từ sữa (sữa, phô mai) | <input type="checkbox"/> thực phẩm chế biến sẵn |
| <input type="checkbox"/> bánh mì, ngũ cốc, bánh tortilla | <input type="checkbox"/> khác: _____ |

c) Nếu phải ước đoán, theo quý vị, quý vị mất bao nhiêu tiền cho số thực phẩm bị bỏ phí?

\$_____ mỗi ngày/tuần/tháng (chọn và khoanh tròn một đáp án) không rõ không muốn trả lời

Tác Động của COVID-19 & Nhận Xét Chung:

1) Cửa hàng đã thực hiện những cách thay đổi nào do đại dịch COVID-19?

- Không có thay đổi đáng kể nào do Covid (cửa hàng đã có thể duy trì các hoạt động hoặc thực hiện các thay đổi không liên quan đến Covid)
- Sau đây là những điều thay đổi:
 - Cửa hàng đã phải dừng hoặc ngừng một số hoạt động nhất định – vui lòng mô tả:

Cửa hàng hiện đang thực hiện các hoạt động mới mà trước đây chưa có – vui lòng mô tả:

Thay đổi khác? Mô tả:

2) Bất kỳ nhận xét nào khác về cửa hàng, nội dung giải thích làm rõ, chi tiết bổ sung, v.v.?