

消费者对食品安全信任度的影响因素探究

王丹丹

曲阜师范大学统计与数据科学学院, 山东 济宁

收稿日期: 2023年7月24日; 录用日期: 2023年8月14日; 发布日期: 2023年8月28日

摘要

我国经济发展迅速, 人们对待食品安全的意识随着消费观念的升级也在不断增强。食品安全问题已经成为全社会重点关注的问题, 消费者对食品的生产销售等各个环节的重视程度也正在不断提高。基于以上背景, 我们以山东省各市消费者为例, 进行了消费者对食品安全信任度影响因素的调查研究。研究人员用效度和信度检验了所得资料, 然后再进行数据分析: 通过描述性统计, 探究消费者对于购买某一类食品的原因、途径、关注的食品信息、了解食品安全问题的途径以及遇到食品安全问题时的处理态度等情况; 通过相关性分析对性别、学历、月收入等因素与遇到食品安全问题的频率、关注食品包装上的信息、了解食品安全的途径进行独立性、相关性检验; 通过构建结构方程模型, 探究对消费者食品安全信任的影响因素得出: 食品监管者、食品生产者与食品销售者对消费者食品安全信任度的影响是显著的。最后, 将结果依据价值和选题的相关性列出, 从而就现有的食品市场提出改进建议, 有助于相关部门及时准确地调整相关计划, 为净化食品市场提供有效地帮助。

关键词

消费者, 食品安全, 信任度, 结构方程模型

Exploring the Factors Affecting Consumer Trust in Food Safety

Dandan Wang

School of Statistics and Data Science, Qufu Normal University, Jining Shandong

Received: Jul. 24th, 2023; accepted: Aug. 14th, 2023; published: Aug. 28th, 2023

Abstract

As the economy in our country develops rapidly, people's awareness of food safety has been continuously strengthened along with the upgrading of consumer attitudes. Food safety issues have become a focal point of concern for the whole society, and consumers' emphasis on various aspects of food production, sales, and other processes is increasing. Based on this background, we

conducted a survey and research on the factors influencing consumer trust in food safety, using consumers from various cities in Shandong Province as an example. The researchers validated and tested the data obtained for validity and reliability, and then proceeded with data analysis. Through descriptive statistics, we explored consumers' reasons for purchasing a certain type of food, their ways of obtaining food information, their concerns about food safety, and their sources of knowledge about food safety. We also examined their attitudes towards handling food safety issues when they encounter them. Independent and correlational tests were conducted using gender, education level, monthly income, and other factors to analyze their relationship with the frequency of encountering food safety problems, attention to food packaging information, and knowledge of food safety. By constructing a structural equation model, we investigated the influencing factors on consumer trust in food safety. The results indicated that food regulators, food producers, and food sellers significantly influence consumer trust in food safety. Finally, the findings were compiled based on their value and relevance to the research topic. Suggestions for improving the existing food market were proposed, aiming to assist relevant departments in timely and accurate adjustments to their plans and provide effective help in purifying the food market.

Keywords

Consumers, Food Safety, Trust, Structural Equation Model

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 绪论

1.1. 研究背景

俗话说：民以食为天。少一份食品隐患，多一份生活平安。食品是人类正常生活和社会发展最基本的物质条件，我们的日常生活离不开食品安全的保障。生活消费水平随着经济和科技的发展不断提高，对待食品安全越来越重视。食品安全已成为社会热点问题，是全社会共同关注的焦点话题，保障食品安全的责任非常艰巨。

即使是在万众瞩目之下，食品安全问题仍然时有发生。随着网络信息的不断发展，越来越多的食品安全问题被媒体曝光，为人们所知。从 2008 年的中国奶粉污染事故(三聚氰胺事件)，“养羊大县”添加瘦肉精，问题羊肉流向多地，到“胖哥俩”隔夜死蟹假冒活蟹，餐厅被罚款 50 万，再到今年“3.15”土坑酸菜牛肉面事件……这些事件无一不在明示着我国在食品安全领域中的诚信问题已经到了谈“食”色变的原野。李一川[1]通过研究食品安全风险的具象认知与抽象认知的一致性，表明食品安全风险在公众消费者的认知中已经由具体的食品安全性顾虑上升到对整个食品领域的安全形势的担忧。

据统计，截至 2021 年 12 月，我国食品行业规模以上企业数量达到 8496 家。其中，亏损企业数量 1574 家，亏损面额达 19.96%，此外，2021 年 1 月至 12 月食品行业亏损总额 186.9 亿元，与 2020 年相比累计增长 50.6%。由此可见，食品安全正在面临信任危机，食品安全已是我国消费者的“心头大患”。那到底是什么原因引起的这场“信任危机”，是政府对企业及食品经营者的管理不到位，财政拨款不足，还是商家的经营者素质不高，消费者自我保护意识不强，这些都值得我们去探究。

1.2. 文献综述

围绕消费者对食品安全信任度以及研究食品安全治理方面的相关的话题，学者们进行了较为广泛的

研究：在消费者食品安全信心影响因素的探究中，荀娜[2]指出由于食品生产体系的复杂性和消费者本身在正常的消费过程中不能够准确判断食品的安全性，导致消费者只能依赖于食品链上的参与者为他们提供安全的食品依靠政府和社会的监管系统。卢菲菲、何坪华[3]等研究得出，消费者对食品安全的信任的影响因素主要来自于消费者的个体特征、家庭特征、对相关主体的信任以及信息知晓程度等方面。任燕、安玉发[4]通过二项 Logistic 模型做回归分析得出，消费者个人特征对食品安全信任程度有明显的影响，消费者的购买行为是影响对食品信心的因素之一，批发市场的卫生环境和管理措施对消费者的食品安全信心有显著影响，政府的监管措施及相关法律法规是影响消费者食品安全信心的重要因素。周洁红[5]运用 Logistic 模型和单因素分析得出，消费者比较信任具有权威性的信息发布主体，但消费者对当前政府所提供的信息、技术等服务感到不满意。

研究食品安全防范风险方面，刘艳秋[6]等通过结构方程模型(SEM)方法得出政府部门、企业应及时与消费者应进行信息交流，食品企业应不断提高企业诚信，创造食品安全诚信文化。陈有季[7]指出我国食品安全风险分析防范体系存在食品安全风险监测与信息交流机制不健全，食品安全风险管理未能充分体现“预防为主，防控结合”等问题，提出建立统一的、科学的食品安全风险监测、评估预警体系。刘录民[8]则从监管体制和监管制度两个维度对美国、欧盟等发达国家和地区的食品安全监管经验进行分析、研究，提出要按食品生产、加工、流通、消费的自然过程和监管部门履行职责的专业能力整合我国监管机构职责分工，国家应尽快建立与国际接轨的食品安全法律法规、技术法规和技术标准，用严密的监管体系增强食品安全。

1.3. 研究目的及意义

文章的研究为消费者对食品安全的信任程度的实证研究。研究消费者群体对于食品安全各个环节的信任程度，说明消费者对食品安全的信任程度。本文试图从影响消费者对食品安全信任的各因素入手，建立一个评估模型，并采用问卷调查的方式获取相关的数据，采用统计分析的方法，应用结构方程模型来探究不同的影响因素对消费者食品安全信任状况的影响程度。本文通过对影响因子的分析，来判断对消费者的食品安全信任度是否有影响以及影响程度，同时分析各影响因子各自的观察变量对自身的影响。

本文通过研讨消费者食品安全的信任度的影响因素，以达到更好理解消费者心理活动，从而满足消费者诉求，改善消费者的体验，并依据本研究结果，为政府、食品生产企业、食品经营者提供改进意见，帮助食品行业及时调整产品模式，以维持销售市场的稳定，使食品产业更平衡、快速的发展。

2. 研究设计

2.1. 研究方法

研究各阶段使用的方法如表 1 所示：

Table 1. Research method

表 1. 研究方法

调研阶段	使用方法	调研内容
前期选题	二手资料调查法	通过二手资料对该行业有更清晰的认知，了解该领域内的研究方向、主要结论等。在调研之初我们首先阅读了大量国内外相关文献和近几年影响消费者对食品安全信任度的行业报告，通过这些二手数据，我们确定了主题，即影响消费者对食品安全信任度的因素。

Continued

中期设计	辅助问卷法 预调查法 基于 ECM 确定变量	在设计调查问卷的时候采用的方法主要有辅助问卷法、预调查法及基于 ECM 确定变量。首先根据已有相关调研情况初步拟定问卷题目,对影响消费者对食品安全信任度的各种因素进行了细化分析,进一步确定变量;通过辅问卷的设计,发放 65 份辅助问卷获得消费者关注的因素,并结合 ECM 理论进一步完善问卷潜变量的设置;通过预调查法分析原问卷中存在的问题,进行问卷相关问题的修改。
后期总结	描述统计法 结构方程模型分析	描述性分析是针对问卷中的客观数据,大致了解样本人群基本情况与影响消费者食品安全观念的现状,为随后的结构方程模型分析提供信息支持。最后对所得数据进行归纳,得出结论和建议。

2.2. 问卷设计

基本信息调查:性别、年龄、文化程度、职业、月收入等。

消费者对食品安全问题的看法、处理及相关建议;处理态度:主要测量行为变量,对遇到食品安全问题的做法,选择购买某一款食品的原因及消费者吸引因素;建议对食品经营者的相关看法与建议。

影响消费者对食品安全信任度的因素:探究影响食品安全信任度的因素,包括对市场监管者、生产企业、食品经营者、消费者自身的安全观念等四个变量的考察,采用 5 级顺序量表,等级分别为:“非常同意”;“同意”;“一般”;“不同意”;“非常不同意”。附值为 5 分到 1 分。

2.3. 样本设计

2.3.1. 计算样本量

对于有限总体,样本抽样的大小公式如下:

$$n \geq \frac{N}{\left(\frac{\alpha}{K}\right)^2 \times \frac{N-1}{P(1-P)} + 1} \tag{1}$$

其中 N 为样本总量, P 通常取值为 0.5,选择显著性水平 $\alpha = 0.05$,此时分位数 K 对应于 1.96,计算得出样本量为 $n = 380$ 。

根据预发放情况,估计问卷的有效率 $a = 92\%$,计算应发放的问卷数量为 $n_1 = n/a \approx 413$ 。根据一般的经验,在调研人员在场的情况下,估计问卷的回收率 $b = 95\%$,因此调整样本量为: $n_2 = n/b \approx 434$ 。为了统计和分配方便,我们最终决定发放 430 份问卷。

2.3.2. 确定抽样总体

山东省共有 16 个地级市,按照城市人口地域数量等级划分,相应的城市人口数量如图 1 所示:

确定每个城市的样本数量:我们按照城市人口数量指标,采用的抽样方法为分层抽样。具体样本设计结果如表 2、表 3 所示。

Table 2. Sample population distribution table

表 2. 抽样总体分布表

城市	总人口数(万人)	样本数	人数占比
济南市(包括莱芜市)	924	39	0.09
青岛市	1011	43	0.10
淄博市	471	20	0.05

Continued

枣庄市	386	16	0.04
东营市	219	9	0.02
烟台市	710	30	0.07
潍坊市	939	40	0.09
济宁市	836	35	0.08
泰安市	548	23	0.05
威海市	291	12	0.03
日照市	297	13	0.03
临沂市	1103	47	0.11
德州市	561	24	0.06
聊城市	595	25	0.06
滨州市	393	17	0.04
菏泽市	880	37	0.09

Table 3. Sampling scheme results table

表 3. 抽样方案结果表

抽样总体	山东省各地市的总人口数
抽样方法	分层抽样
发放总量	430
回收数量	409
有效样本	385

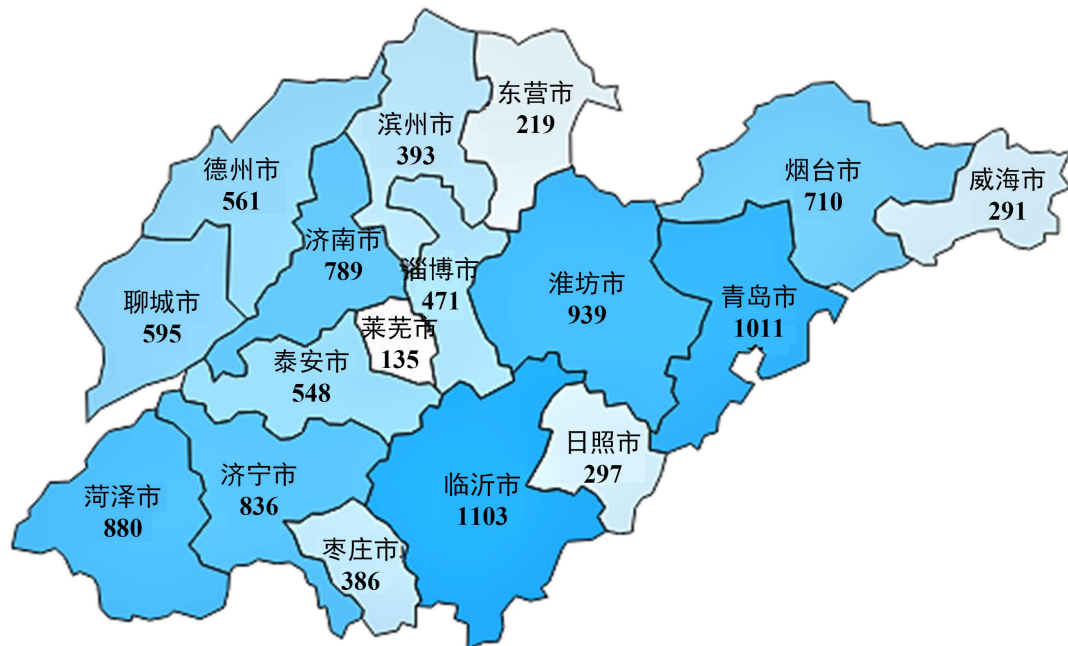


Figure 1. Classification of population by city

图 1. 各市人口等级划分

3. 数据分析与数据结果

3.1. 被调查者基本信息

通过如表 4 所示的被调查者基本信息表来初步了解此次调查中样本的分布情况。

Table 4. Basic information table

表 4. 基本信息表

基础调查项目		频数(人)	百分比(%)	描述性统计
性别	男	184	47.79	
	女	201	52.21	
	合计	385	100.00	
年龄	18 岁以下	16	4.16	
	18~28	88	22.86	
	28~38	100	25.97	
	38~48	107	27.79	
	48~58	61	15.84	
	58 岁以上	13	3.38	
	合计	385	100.00	
文化程度	高中及以下	55	14.29	
	大专	106	27.53	
	大学本科	120	31.17	
	研究生及以上	104	27.01	
	合计	385	100.00	
职业	教师	65	16.8	
	学生	55	14.29	
	农民	64	16.62	
	私营经营者	53	13.77	
	工人	53	13.77	
	公务员	68	17.66	
	其他	27	7.01	
	合计	385	100.00	
生活所在地	城镇	182	47.27	
	农村	203	52.73	
	合计	385	100.00	
平均月收入	3000 元以下	115	29.87	
	3000~5000	183	47.53	
	5000 元以上	87	22.6	
	合计	385	100.00	

3.2. 相关性分析

1) 性别与遇到食品安全问题频率的分析

男性与女性遇到食品安全问题的具体频数如表 5 所示:

Table 5. Gender and frequency of food safety problems encountered

表 5. 性别与遇到食品安全问题频率频数表

性别	频率		
	经常遇到	偶尔遇到	从来没有
男性	34	127	23
女性	43	138	20

Table 6. Gender and frequency of food safety problems encountered independence test results table

表 6. 性别和遇到食品安全问题频率独立性检验结果表

Pearson's Chi-squared test		
data: new_table		
X-squared = 0.96909	df = 2	P-value = 0.616

通过表 6, 如果选择显著性水平 $\alpha = 0.05$, Pearson 独立性检验的 P 值为 $0.616 > 0.05$, 故接受性别和遇到食品安全问题频数相互独立原假设, 即认为男性和女性在遇到食品安全问题的频数上没有显著差异。

2) 学历与遇到食品安全问题的频率

被调查者的学历与遇到的食品安全问题的频数如表 7 所示:

Table 7. Educational background and frequency of food safety problems encountered

表 7. 学历与遇到食品安全问题频率频数表

学历	频率		
	经常遇到	偶尔遇到	从来没有
高中及以下	13	37	5
大专	24	56	26
大学本科	34	65	21
研究生及以上	30	62	12

Table 8. Educational background and frequency of food safety problems encountered independence test results table

表 8. 学历和遇到食品安全问题频率独立性检验结果表

Pearson's Chi-squared test		
data: new_table		
X-squared = 52.487	df = 9	P-value = 3.656e-08

通过表 8, 如果选择显著性水平 $\alpha = 0.05$, 皮尔逊卡方检验的 P 值为 $0.0033 > 0.05$, 显著的拒绝学历和遇到食品安全问题频率独立的原假设, 即认为学历和遇到食品安全问题频率之间具有相关关系。

通过表 9 和表 10 关于 Kendall 和 Spearman 的检验, 我们看到如果选择显著性水平 $\alpha = 0.05$, Kendall 相关性检验的 P 值为 $1.312e-07$, Spearman 相关性检验的 P 值为 $2.61e-08$, 均小于显著性水平 α , 故拒绝

认为相关系数为零的原假设，认为学历与遇到食品安全问题的频率之间确实存在一定的相关关系。同时我们从表 9 和表 10 中看到，Kendall τ 相关系数为 0.2399781 和 Spearman ρ 相关系数为 0.2789173，这说明学历与遇到食品安全问题的频率之间存在正相关的关系，消费者的学历越高遇到食品安全问题的频率也就越高。

Table 9. Kendall correlation test between educational background and frequency of food safety problems encountered
表 9. 学历与遇到食品安全问题频率的 Kendall 相关检验

Kendall's rank correlation τ		
data: la_data\$gradeNum and la_data\$freqNum		
$z = 5.5134$		P-value = 1.312e-07
alternative hypothesis: true τ is not equal to 0		
sample estimates $\tau = 0.2399781$		

Table 10. Spearman correlation test between educational background and frequency of food safety problems
表 10. 学历与遇到食品安全问题频率的 Spearman 相关性检验

Spearman's rank correlation ρ		
data: la_data\$ gradeNum and la_data\$freqNum		
$S = 6858246$		P-value = 2.61e-08
alternative hypothesis: true τ is not equal to 0		
sample estimates: $\rho = 0.2789173$		

3) 学历与购买食品时关注食品包装上的信息

Table 11. Pay attention to the information independence test results table on food packaging when purchasing food
表 11. 学历与购买食品时关注食品包装上的信息独立性检验结果表

Pearson's Chi-squared test		
data: new_table		
X-squared = 12.2	df = 18	P-value = 0.8367

通过表 11，如果选择显著性水平 $\alpha = 0.05$ ，Pearson 独立性检验的 P 值为 $0.8367 > 0.05$ ，故接受性别和遇到食品安全问题频数相互独立原假设，即认为消费者的学历与购买食品时关注食品包装上的信息上没有显著差异。

4) 月平均收入与了解食品安全的途径

Table 12. Average monthly income and independence test results of ways to understand food safety
表 12. 月平均收入与了解食品安全的途径独立性检验结果表

Pearson's Chi-squared test		
data: new_table		
X-squared = 6.2232	df = 8	P-value = 0.6222

通过表 12，如果选择显著性水平 $\alpha = 0.05$ ，Pearson 独立性检验的 P 值为 $0.6222 > 0.05$ ，故接受月平均收入与了解食品安全的途径相互独立原假设，即认为月平均收入与了解食品安全的途径之间没有相关性关系。

3.3. 信度与效度分析

3.3.1. 信度分析

测试数据结果的内部一致性和稳定性可以通过信度进行测量。通过 SPSS 对整体量表、各分量表进行信度分析，结果如表 13 所示：

Table 13. Scale reliability analysis

表 13. 量表信度分析

变量	题项	变量的 α 值	总量表的 α 值
市场监督者(Mar)	5	0.803	0.889
生产企业(Com)	5	0.840	
食品经营者(Man)	5	0.854	
消费者(Con)	4	0.865	

总量表的 α 值为 0.889，比标准的 0.7 高，说明量表具有内部一致性，信度可接受。其他各变量的 α 值均高于 0.7，表示问卷的可信度高、内部一致性良好。

3.3.2. 效度分析

效度一般从内容效度、建构效度两个方面进行探究。

建构效度方面，进行 KMO 指标和 Bartlett 的球形度检验，见表 14。

Table 14. KMO and Bartlett values for the total table

表 14. 总量表的 KMO 和 Bartlett 值

KMO 测量取样适当性参数		0.888
	近似卡方	3410.886
Bartlett 的球形检验	df	406
	显著性	0.000

由表 14 可得，KMO 检验的结果为 0.888，在 0.7~0.9 之间，显著性 P 值为 0.000，适合采用因子分析法。

Table 15. KMO and Bartlett values for each factor

表 15. 各因子的 KMO 和 Bartlett 值

因子	测量项	KMO	近似卡方	球形检验	Sig
市场监督者	Mar1	0.840	492.579	10	0.000
	Mar2				
	Mar3				
	Mar4				
	Mar5				
生产企业	Com1	0.819	378.470	10	0.000
	Com2				
	Com3				
	Com4				
	Com5				

Continued

	Man1				
	Man2				
食品经营者	Man3	0.670	201.073	10	0.000
	Man4				
	Man5				
	Con1				
	Con2				
消费者	Con3	0.846	524.506	6	0.000
	Con4				
	Con5				

由表 15 可以看出, KMO 结果均高于 0.7, 并且球形检验的结果均显著, 适合因子分析, 累计解释变异量为 63%, 各变量的题项结构效度均较好。

3.4. 结构方程模型的构建

3.4.1. 模型的确立

在完成数据的信度与效度检验后, 采用 AMOS 软件对潜变量和观测变量建立结构方程模型。论文构建的模型共有 4 个潜变量: 分别为市场监督者, 生产企业, 食品经营者, 消费者; 19 个观测变量。构建的初步结构方程模型如图 2 所示:

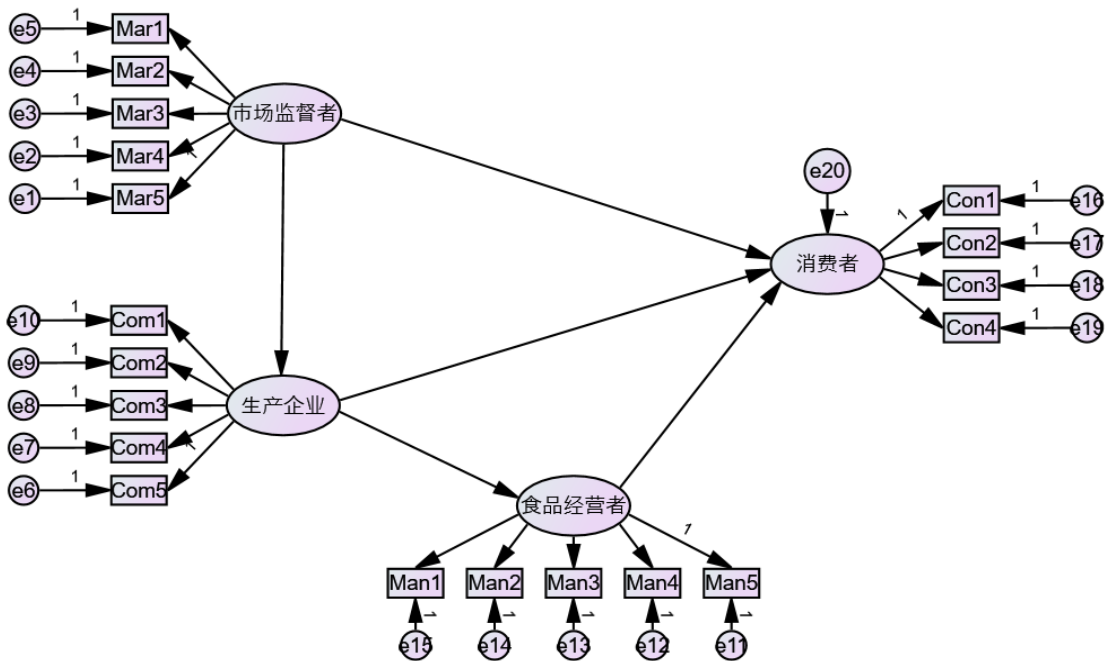


Figure 2. Research model of factors influencing consumers' trust in food safety
图 2. 影响消费者对食品安全信任度的因素探究模型

3.4.2. 模型的拟合度检验

通过对模型进行拟合度检验来度量假设的模型与收集的调查数据是否具有较强的匹配度。通过

AMOS 24.0 进行路径分析，得到如表 16 所示的模型适配度结果：

- (1) CMID/DF = 1.974，小于 5，符合适配度标准；
- (2) GFI 数值显示为 0.817，适配值可以接受；
- (3) RMSA 值为 0.066，小于 0.08，适配性良好；

(4) 增值适配度三大主要指标中：规范拟合指数 NFI 为 0.800，增值拟合指数 IFI 为 0.89，比较拟合指数 CFI 为 0.875，均大于 0.70，符合适配度标准。

Table 16. Model fit test
表 16. 模型拟合度检验

拟合优度指标	评价标准		结构模型	检验结果	
	能接受	良好			
绝对拟合指标	卡方自由度比 CMID/DF	<5	<3	2.235	接受
	适配度指数 GFI	[0.70, 0.90]	≥0.90	0.890	接受
	近似残差均方和平方根 RMSEA	<0.10	<0.08	0.045	接受
	规范拟合指数 NFI	[0.70, 0.90]	≥0.90	0.800	接受
增值拟合指标	增值拟合指数 IFI	[0.70, 0.90]	≥0.90	0.886	接受
	比较拟合指数 CFI	[0.70, 0.90]	≥0.90	0.902	接受

3.4.3. 路径的显著性检验

采用关键的拟合指标来评定模型的适配度高低从而进行路径显著性检验，确定路径显著性是否在标准区间内，并且研究路径系数数值是非常有必要的。通过 AMOS 24.0 对有效数据进行结构方程模型运算，得到的路径如图 3 所示。表 17 为整理后的结果：

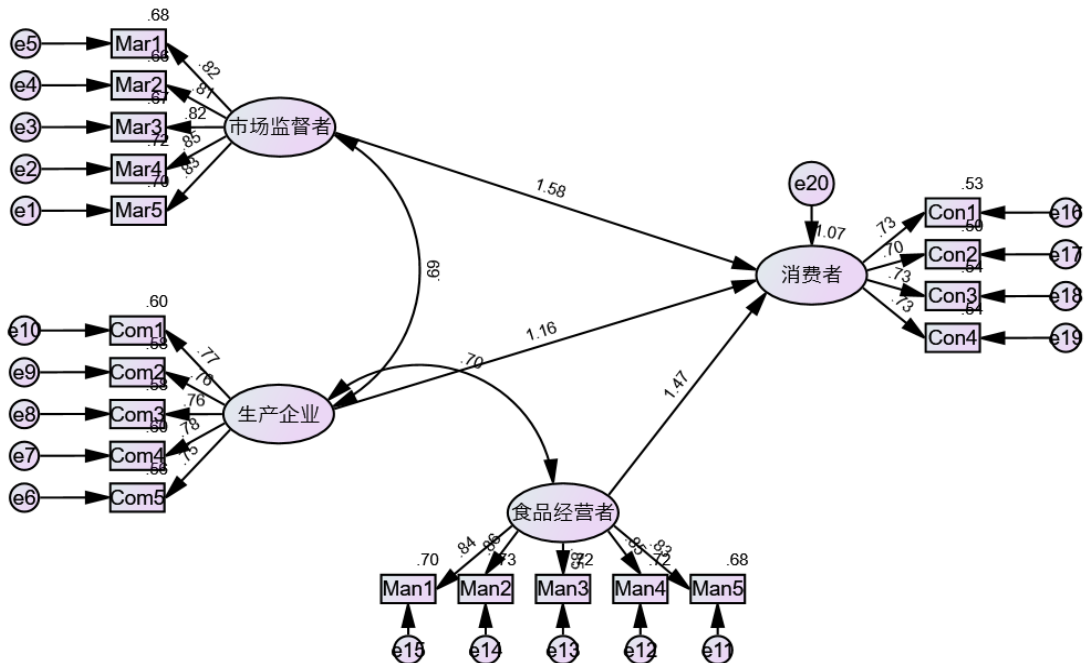


Figure 3. Structural equation model path coefficient diagram
图 3. 结构方程模型路径系数图

Table 17. Path significance test
表 17. 路径显著性检验

	Estimate	S.E.	C.R.	P
消费者<---市场监督者	2.447	2.670	0.882	***
消费者<---生产企业	1.255	1.483	0.816	***
消费者<---食品经营者	0.192	1.592	0.115	***
Mar4<---市场监督者	0.851	0.047	22.211	***
Mar3<---市场监督者	0.816	0.045	20.741	***
Mar2<---市场监督者	0.808	0.045	20.414	***
Mar1<---市场监督者	0.824	0.047	21.070	***
Com4<---生产企业	0.856	0.048	22.159	***
Com3<---生产企业	0.843	0.048	21.615	***
Com2<---生产企业	0.847	0.046	21.779	***
Com1<---生产企业	0.856	0.047	22.149	***
Man4<---食品经营者	0.846	0.046	21.551	***
Man3<---食品经营者	0.851	0.047	21.737	***
Man2<---食品经营者	0.850	0.048	21.715	***
Man1<---食品经营者	0.840	0.047	21.304	***
Con2<---消费者	0.804	0.050	19.677	***
Con3<---消费者	0.826	0.051	20.495	***
Con4<---消费者	0.828	0.049	20.568	***
市场监督者<-->生产企业	1.061	0.090	11.845	***
生产企业<-->食品经营者	1.065	0.091	11.759	***
市场监督者<-->食品经营者	1.073	0.091	11.813	***

通过表 17 的输出结果可以得知, 论文最初设定的关于影响消费者食品安全信任度的因素中, 生产企业、市场监督者、食品经营者之间的相互影响在统计上是显著的, 其 P 值均小于 0.01。对于影响消费者信任度的三个因素的潜变量中, 市场监督者, 生产企业, 食品经营者, 其对于该变量的影响的 P 值均小于 0.01, 可以认为市场监督者, 生产企业, 食品经营者对消费者的影响是显著的。我们在剔除了观察变量对于潜变量的不显著影响的题项外, 相应的观察变量对于潜变量具有显著影响的变量均列于表格中。

根据路径系数的结果可知, 市场监督者, 生产企业, 食品经营者对于消费者信任度的影响具有正向的关系, 因此可以认为市场加强对食品安全的监督, 生产企业保证对食品生产的安全, 食品经营者做到遵循市场安全规则等诸多因素都对消费者对于食品安全信任度产生正向的影响。

3.4.4. 假设检验结果

相应的假设检验结果如表 18 所示:

Table 18. Hypothesis test result
表 18. 假设检验结果

假设	变量关系	检验结果
H1	市场监督者和生产企业之间是相互影响的	显著
H2	食品经营者和生产企业之间是相互影响的	显著
H3	市场监督者和食品经营者之间是相互影响的	显著
H4	市场监督者对消费者具有正向影响	显著
H5	生产企业对消费者具有正向影响	显著
H6	食品经营者对消费者具有正向影响	显著

因此我们认为，市场监督者是否加强对食品安全的监管和生产企业是否重视食品的安全生产是相互影响的；食品经营者是否遵循市场安全规则与生产企业是否保证食品的安全是相互影响的；市场监督者是否加强对食品销售市场的监管与食品经营者是否遵循市场安全销售规则是相互影响的；市场市场监督者提高对食品市场的监管，生产企业重视食品安全生产，食品经营者遵循市场安全规则，都可以提高消费者对于食品安全的信任程度。

4. 结论与建议

4.1. 结论

通过对调查问卷所得的样本进行分析，具体了解了以下几种问题：人们对食品质量安全具有什么样的态度；由于什么因素导致了消费者对食品质量安全产生了信任危机；政府对食品安全的监管力度是否能够有效地帮助消费者。具体结论如下：

1) 政府加强监管能提高消费者的信任度

只有在政府加强监管的成本与不诚信食品企业所获得的违规收益都小于所受处罚的期望值时，政府才能建立最有效的监管政策，来维持食品销售市场的稳定性与食品安全性的真实有效程度，从而提高消费者对食品安全的信任度。

2) 食品企业的透明度影响消费者的信任度

食品安全问题直接关系到消费者自身的利益，是食品安全风险的最终承担者，因此食品企业的透明度不够高，使消费者对食品生产流程是否合格、使用的原材料是否安全等产生质疑，从而影响信任度。

3) 食品经营者能否做到遵循市场安全销售规则对信任度有显著影响

由结构方程模型可知，食品经营者是否遵循市场安全销售规则与生产企业是否保证食品的安全、市场监督者是否加强对食品销售市场的监管是相互影响的，食品经营者遵循市场安全销售规则有利于增强消费者对食品安全的信任度。

4) 消费者遇到食品安全问题频率较高

不同年龄、不同学历的被调查者遇到食品安全问题的频率有所不同，样本结果显示约有 89% 的消费者遇到过食品安全问题，“从来没有”遇到过食品安全问题的人群，学历多为高中以下、家庭所在地为农村、无稳定收入的人群，食品安全问题仍是当今社会人们所必须关注的热点问题。

4.2. 建议

针对以上得出的结论，为增强消费者对食品安全的信任度，我们对食品市场监管部门、食品生产厂家、食品销售者等方面提出以下建议：

1) 监管部门加强对食品销售市场的监管力度

第一, 市场监管部门应增加对食品企业的处罚, 严厉打击制造、销售假货等非法活动, 加强处罚力度, 形成对造假者的有效威慑。第二, 政府应优化食品安全监管机制, 充分利用市场机制、大数据等现代信息技术, 降低监管成本, 提高监管效率。第三, 政府应整合各种资源, 协调各主体的利益, 发挥各主体的优势, 构建全方位、立体式、网络化治理模式, 提高治理效率和治理水平, 促进食品安全治理体系和治理能力。

2) 食品企业应加强企业自律

首先, 食品生产厂应建立理性的经营理念, 而在企业文化中, 管理者要以食品安全为第一要务。其次, 企业建立食品监控机制及严格的供应商质量管理评审制度, 建立供应商种植基地备案管理, 成立食品安全管理领导小组, 制定相应的奖惩措施, 确保食品卫生安全机制的正常运行。最后, 企业要对员工进行安全意识、食品安全知识、操作程序等方面的培训, 并采用相关的教育方式。

3) 食品经营者必须严格按照市场要求进行销售

一是食品经营者加强进货记录, 如实记录查验数据。二是食品经营者需要严格遵守社会公德, 诚信经营, 认真虚心地听取和接纳消费者对服务或商品的意见, 接受消费者监督, 保障消费者合法权益。三是经营者要确保自己所提供的商品、服务能确保人身、财产安全。当发现所经营食品与《食品安全法》相关规定不符时, 应立即予以制止, 并告知有关生产经营者、消费者等。

4) 提高消费者对食品安全监督的参与度

食品安全是全体人民的安全, 必须动员群众参与, 消费者应协助政府和企业进行食品安全监管并对其进行监督, 多方合作, 充分发挥新闻媒体的作用, 利用微信、微博、短视频 APP 等新媒体, 扩大消费者报道渠道, 引导消费者积极参与食品安全监督, 共同解决日益严重的食品安全问题, 提高人民的生活质量, 保障人民的生命财产安全。

参考文献

- [1] 李一川. 风险认知与信任视角下的消费者食品安全风险行为研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2012.
- [2] 荀娜. 基于结构方程模型的消费者食品安全信心评价研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2011.
- [3] 卢菲菲, 何坪华, 闵锐. 消费者对食品质量安全信任影响因素分析[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2010, 10(1): 72-77.
- [4] 任燕, 安玉发. 消费者食品安全信心及其影响因素研究——来自北京市农产品批发市场的调查分析[J]. 消费经济, 2009, 25(2): 45-48.
- [5] 周洁红. 生鲜蔬菜质量安全问题研究——以浙江省为例[D]: [博士学位论文]. 杭州: 浙江大学, 2005.
- [6] 刘艳秋, 周星. QS 认证与消费者食品安全信任关系的实证研究[J]. 消费经济, 2008, 24(6): 76-80.
- [7] 陈有季. 试论我国食品安全风险分析防范体系建设[J]. 中国公共卫生管理, 2011, 27(3): 227-229.
- [8] 刘录民. 我国食品安全监管体系研究[D]: [博士学位论文]. 咸阳: 西北农林科技大学, 2009.