

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - TÀI CHÍNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



**BÁO CÁO CUỐI KỲ  
MÔN THỐNG KÊ MÁY TÍNH**

**ĐỀ TÀI: PHÂN TÍCH THÓI QUEN SỬ DỤNG ỨNG  
DỤNG GIAO ĐỒ ĂN CỦA SINH VIÊN TP.HCM**

Giảng viên hướng dẫn: Ngô Văn Công Bằng

Năm học 2024 – 2025; Học kì: 1B

Lớp: 241.DAS1101.B01

Tên nhóm: Nhóm 05

*Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 31 tháng 12 năm 2024*

# BÁO CÁO CUỐI KỲ

## MÔN THỐNG KÊ MÁY TÍNH

Tên đề tài: Phân tích thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên TP.HCM.

Lớp: 241.DAS1101.B01

Ngày nộp báo cáo: 31/12/2024

Nhóm: 05

Thành viên nhóm:

- Nguyễn Đặng Ngọc Anh
- Nguyễn Huỳnh Bảo Hân
- Huỳnh Mạnh Hùng
- Đỗ Gia Tuán Kiệt

Tên thành viên	Nhiệm vụ được phân công	Đánh giá mức độ hoàn thành nhiệm vụ (10pt max)
Nguyễn Đặng Ngọc Anh	<ul style="list-style-type: none"><li>- Thu nhập dữ liệu</li><li>- Làm sạch dữ liệu, mã hóa dữ liệu.</li><li>- Thực hiện kiểm định One-Sample Test và Independent T-Test</li><li>- Viết kết luận</li></ul>	9.5
Nguyễn Huỳnh Bảo Hân	<ul style="list-style-type: none"><li>- Thu thập dữ liệu</li><li>- Viết mở đầu</li><li>- Thực hiện thống kê mô tả</li></ul>	8.5

Huỳnh Mạnh Hùng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thu thập dữ liệu</li> <li>- Mã hóa các biến</li> <li>- Thực hiện thống kê mô tả</li> <li>- Thực hiện kiểm định Chi-Square, kiểm định One Way ANOVA</li> </ul>	10
Đỗ Gia Tuấn Kiệt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thu thập dữ liệu</li> <li>- Viết phần mở đầu</li> <li>- Thực hiện thống kê mô tả</li> <li>- Viết kết luận</li> </ul>	9

## MỤC LỤC

CHƯƠNG I. TÓM TẮT .....	3
1.1. Đề tài.....	3
1.2. Mục tiêu .....	3
1.3. Phương pháp nghiên cứu .....	3
1.4. Kết quả nghiên cứu .....	3
CHƯƠNG II. ĐẶT VẤN ĐỀ .....	4
CHƯƠNG III. PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN .....	5
3.1. Xác định đối tượng nghiên cứu .....	5
3.2. Xác định mục tiêu nghiên cứu .....	5
3.3. Xác định phương pháp nghiên cứu .....	5
3.4. Xử lý và phân tích dữ liệu .....	5
CHƯƠNG IV. THỐNG KÊ .....	6
4.1. Thống kê mô tả .....	6
4.2. Frequency Table .....	7
4.3. Explore .....	10
4.4. Custom Table .....	21
4.5. Multiple Choice .....	23
CHƯƠNG V. KIỂM ĐỊNH .....	30
5.1. Kiểm định mối liên hệ giữa các biến (Chi-Square test) .....	30
5.1.1 Kiểm định mối liên hệ giữa tần suất sử dụng và sinh hoạt phí hàng tháng của sinh viên với độ tin cậy 95% .....	30
5.1.2 Kiểm định mối liên hệ giữa mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt với sinh hoạt phí hàng tháng với độ tin cậy 95% .....	31
5.2. Kiểm định One Sample T-Test .....	33
5.2.1 Kiểm định mức chi tiêu trung bình của sinh viên các trường cho một lần đặt đồ ăn.	33

5.2.2 Kiểm định mức độ hài lòng của sinh viên các trường về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại .....	34
<b>5.3. Kiểm định Independent-Samples T-Test: .....</b>	<b>35</b>
5.3.1 Kiểm định mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của nam và nữ: .....	35
5.3.2 Kiểm định mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của sinh viên trường UEF và HUTECH: .....	36
5.3.3 Kiểm định mức độ hài lòng của giới tính nam và nữ về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại .....	37
<b>5.4. One - way Anova .....</b>	<b>39</b>
<b>CHƯƠNG VI. KẾT LUẬN .....</b>	<b>41</b>

## **CHƯƠNG I. TÓM TẮT**

### **1.1. Đề tài**

Phân tích thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của Sinh Viên Thành phố Hồ Chí Minh.

### **1.2. Mục tiêu**

- Hiểu thói quen tiêu dùng: Phân tích tần suất sử dụng ứng dụng, các khung giờ đặt món phổ biến, và loại món ăn được ưa chuộng nhất của nhóm khách hàng là sinh viên thành phố Hồ Chí Minh.
- Hỗ trợ chiến lược marketing: Cung cấp dữ liệu để tối ưu hóa quảng cáo, thiết kế chương trình khuyến mãi phù hợp, và xây dựng các dịch vụ cá nhân hóa nhằm đến đối tượng sinh viên.
- Dự đoán nhu cầu và tăng trưởng: Dự đoán xu hướng tiêu dùng trong các thời điểm đặc biệt (mùa thi, nghỉ lễ) và phát triển chiến lược giữ chân khách hàng lâu dài.

### **1.3. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp nghiên cứu định lượng, cụ thể là phương pháp khảo sát bằng bảng câu hỏi.

### **1.4. Kết quả nghiên cứu**

- Nhu cầu sử dụng ứng dụng giao đồ ăn nhanh của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh rất cao. Hầu hết sinh viên đều sử dụng đã và đang sử dụng các ứng dụng này.
- Các thương hiệu giao đồ ăn phổ biến nhất trên thị trường là: Grab, Shopee Food, Be.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên bao gồm: Nhiều ưu đãi, khuyến mãi, đa dạng món ăn và dễ sử dụng.

## **CHƯƠNG II. ĐẶT VẤN ĐỀ**

Trong bối cảnh công nghệ số phát triển mạnh mẽ, các ứng dụng giao đồ ăn đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hiện đại, đặc biệt là đối với sinh viên – nhóm đối tượng trẻ, năng động và thường xuyên tiếp cận công nghệ mới. Những ứng dụng này không chỉ mang lại sự tiện lợi trong việc đặt món ăn mà còn góp phần thay đổi thói quen tiêu dùng, từ cách chọn món đến thanh toán và đánh giá dịch vụ.

Tại thành phố Hồ Chí Minh, nơi tập trung đông đảo các trường đại học, cao đẳng với khoảng 1,5 triệu sinh viên (theo thống kê năm 2023), nhu cầu sử dụng ứng dụng giao đồ ăn ngày càng gia tăng. Sự phổ biến của các ứng dụng như GrabFood, Baemin, ShopeeFood, và GoFood phản ánh xu hướng chuyển dịch trong hành vi tiêu dùng, khi sinh viên ưu tiên các giải pháp tiện lợi, nhanh chóng và phù hợp với ngân sách hạn chế. Tuy nhiên, thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên vẫn chưa được nghiên cứu sâu, đặc biệt là những yếu tố tác động đến tần suất, mức độ hài lòng và lựa chọn ứng dụng.

Việc phân tích thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh không chỉ giúp làm sáng tỏ những nhu cầu và xu hướng tiêu dùng của nhóm đối tượng này, mà còn cung cấp cơ sở thực tiễn cho các doanh nghiệp công nghệ cải thiện dịch vụ, tối ưu hóa chiến lược tiếp cận khách hàng. Đồng thời, nghiên cứu này cũng đóng góp thông tin hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách trong việc xây dựng môi trường kinh doanh và công nghệ thuận lợi tại địa phương.

### **CHƯƠNG III. PHƯƠNG PHÁP THỰC HIỆN**

#### **3.1. Xác định đối tượng nghiên cứu**

Tiến hành khảo sát các sinh viên đang theo học các trường đại học công lập, tư nhân trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

#### **3.2. Xác định mục tiêu nghiên cứu**

Tìm hiểu những yếu tố tác động đến thói quen, hành vi và trải nghiệm trong việc sử dụng ứng dụng đặt đồ ăn của sinh viên và mối liên hệ giữa chúng.

#### **3.3. Xác định phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp tổng hợp tài liệu: thu thập và tổng hợp các tài liệu về khoảng thời gian sử dụng laptop hợp lý.
- Phương pháp khảo sát xã hội học: thực hiện khảo sát trên các đối tượng là sinh viên trên địa bàn các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh về nội dung về thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn.
- Hình thức khảo sát: Qua Google Form ([Khảo sát thói quen sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên thành phố Hồ Chí Minh](#))
- Số lượng khảo sát: 288 người

#### **3.4. Xử lí và phân tích dữ liệu**

Sử dụng phần mềm IBM SPSS Statistics 27.

## CHƯƠNG IV. THỐNG KÊ

### 4.1. Thống kê mô tả

Statistics						
	Trường đại học	Giới tính	Mức chi tiêu trung bình của bạn cho đồ ăn giao hàng mỗi lần là bao nhiêu?	Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn?	
N	Valid	288	288	288	288	288
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3,05	1,54	2,01	2,52	2,61
Std. Error of Mean		,098	,029	,041	,055	,049
Median		3,00	2,00	2,00	2,50	3,00
Mode		3	2	2	2	2
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		6	2	3	4	4

Mô tả số liệu thống kê

Dựa trên kết quả khảo sát từ 300 người tham gia, dưới đây là phân tích chi tiết:

- **Trường đại học**
  - o Dữ liệu có 288 quan sát hợp lệ (Valid), không có giá trị thiêu (Missing).
  - o Giá trị trung bình (Mean): 3.05, với sai số chuẩn (Std. Error of Mean) là 0.098.
  - o Giá trị trung vị (Median) là 3.
  - o Mode (giá trị xuất hiện nhiều nhất) là 3.
  - o Giá trị nhỏ nhất là 1 và lớn nhất là 6.
- **Giới tính**
  - o Trung bình là 1.54, với sai số chuẩn là 0.029.
  - o Median là 2, Mode cũng là 2, cho thấy đa số mẫu là nữ.
  - o Giá trị nhỏ nhất là 1 (nam) và lớn nhất là 2 (nữ).
- **Mức chi tiêu trung bình cho đồ ăn giao hàng mỗi lần**
  - o Trung bình là 2.01, với sai số chuẩn là 0.041.

- Median và Mode đều là 2, cho thấy mức chi tiêu phổ biến nhất nằm trong khoảng giá trị này.
- Giá trị nhỏ nhất là 1 và lớn nhất là 3.

- **Sinh hoạt phí hàng tháng**

- Trung bình là 2.52, với sai số chuẩn là 0.055.
- Median là 2.50, Mode là 2.
- Giá trị dao động từ 1 đến 4.

- **Tần suất sử dụng ứng dụng giao đồ ăn**

- Trung bình là 2.61, với sai số chuẩn là 0.049.
- Median là 3, Mode cũng là 3, cho thấy tần suất phổ biến là mức 3.
- Giá trị nhỏ nhất là 1 và lớn nhất là 4.

**Nhận xét tổng quát:**

- Các biến đều có số lượng quan sát đầy đủ, không có giá trị bị thiếu.
- Dữ liệu về giới tính cho thấy mẫu nghiên cứu có phần lớn là nữ (Mode = 2).
- Mức chi tiêu trung bình mỗi lần giao đồ ăn và sinh hoạt phí hàng tháng có phân phối tập trung quanh các giá trị Median và Mode.
- Tần suất sử dụng ứng dụng giao đồ ăn có xu hướng nghiêng về mức 3, cho thấy tần suất sử dụng khá cao.

**4.2. Frequency Table**

**Trường đại học**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UEF	76	26,4	26,4	26,4
	IUH	34	11,8	11,8	38,2
	VLU	79	27,4	27,4	65,6
	ĐHQG TP.HCM	31	10,8	10,8	76,4
	HUTECH	36	12,5	12,5	88,9
	Khác	32	11,1	11,1	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

Tổng số người khảo sát: **288**.

- VLU (Văn Lang) có số lượng sinh viên cao nhất, chiếm **27,4%** (79 người).
- UEF (Kinh tế - Tài chính TP.HCM) xếp thứ hai, chiếm **26,4%** (76 người).
- Các trường như **HUTECH, IUH** và **ĐHQG TP.HCM** lần lượt chiếm tỷ lệ **12,5%, 11,8%,** và **10,8%.**
- Các trường khác chiếm **11,1%** (32 người).

=> **Nhận xét:** VLU và UEF chiếm đa số trong mẫu khảo sát, thể hiện rằng sinh viên từ hai trường này có mặt áp đảo so với các trường khác.

**Giới tính**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	132	45,8	45,8	45,8
	Nữ	156	54,2	54,2	100,0
Total		288	100,0	100,0	

**Nữ giới** chiếm tỷ lệ cao hơn, với **54,2%** (156 người). **Nam giới** chiếm **45,8%** (132 người).

=> **Nhận xét:** Tỷ lệ nữ nhiều hơn nam một chút, nhưng không có sự chênh lệch quá lớn, mẫu khảo sát khá cân bằng.

**Mức chi tiêu trung bình của bạn cho đồ ăn giao hàng mỗi lần là bao nhiêu?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 100.000 đồng	67	23,3	23,3	23,3
	Từ 100.000 - 200.000 đồng	150	52,1	52,1	75,3
	Từ 200.000 - 500.000 đồng	71	24,7	24,7	100,0
Total		288	100,0	100,0	

- **Từ 100.000 - 200.000 đồng** là mức chi tiêu phổ biến nhất, chiếm **52,1%** (150 người).
- **Từ 200.000 - 500.000 đồng** chiếm **24,7%** (71 người).
- **Dưới 100.000 đồng** chiếm **23,3%** (67 người).

=> **Nhận xét:** Phần lớn người dùng chi tiêu trung bình từ 100.000 - 200.000 đồng cho mỗi lần đặt đồ ăn. Điều này cho thấy mức chi tiêu tầm trung là lựa chọn phổ biến.

### Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hàng ngày	19	6,6	6,6	6,6
	1 - 2 lần/tuần	121	42,0	42,0	48,6
	3 - 5 lần/tuần	100	34,7	34,7	83,3
	1 - 2 lần/tháng	48	16,7	16,7	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

- **1 - 2 lần/tuần** là tần suất phổ biến nhất, chiếm **42%** (121 người).
- **3 - 5 lần/tuần** xếp thứ hai, chiếm **34,7%** (100 người).
- **Ít hơn 1 lần/tháng** chiếm **16,7%** (48 người), trong khi **hàng ngày** chỉ chiếm **6,6%** (19 người).

=> **Nhận xét:** Hầu hết người dùng sử dụng ứng dụng từ 1 - 5 lần/tuần, cho thấy nhu cầu đặt đồ ăn online khá thường xuyên nhưng không phải là thói quen hàng ngày.

### Số lượng khẩu phần đặt trong một lần

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 phần	80	27,8	27,8	27,8
	2 - 3 phần	155	53,8	53,8	81,6
	4 - 5 phần	53	18,4	18,4	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

- **2 - 3 phần** là lựa chọn phổ biến nhất, chiếm **53,8%** (155 người).
- **1 phần** chiếm **27,8%** (80 người), và **4 - 5 phần** chiếm **18,4%** (53 người).

=> **Nhận xét:** Phần lớn người dùng đặt từ 2 - 3 khẩu phần mỗi lần, điều này có thể phản ánh nhu cầu đặt đồ ăn cho gia đình nhỏ hoặc nhóm bạn.

### 4.3. Explore

**Case Processing Summary**

Trường đại học		Valid		Cases Missing		Total	
		N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	UEF	76	100.0%	0	0.0%	76	100.0%
	IUH	34	100.0%	0	0.0%	34	100.0%
	VLU	79	100.0%	0	0.0%	79	100.0%
	ĐHQG TP.HCM	31	100.0%	0	0.0%	31	100.0%
	HUTECH	36	100.0%	0	0.0%	36	100.0%
	Khác	32	100.0%	0	0.0%	32	100.0%

**Descriptives**

Trường đại học		Statistic	Std. Error
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	UEF	Mean	12.34600
		95% Confidence Interval for Mean	
		Lower Bound	129.3529
		Upper Bound	178.5419
		5% Trimmed Mean	148.8304
		Median	150.0000
		Variance	11584.211
		Std. Deviation	107.62997
		Minimum	50.00
		Maximum	350.00
		Range	300.00
		Interquartile Range	100.00
IUH		Skewness	.908 .276
		Kurtosis	-.399 .545
		Mean	20.12465
		95% Confidence Interval for Mean	
		Lower Bound	176.7031
		Upper Bound	258.5910
		5% Trimmed Mean	219.6078
		Median	150.0000
		Variance	13770.053
		Std. Deviation	117.34587
		Minimum	50.00
		Maximum	350.00
VLU		Range	300.00
		Interquartile Range	200.00
		Skewness	.085 .403
		Kurtosis	-1.652 .788
		Mean	11.23261
		95% Confidence Interval for Mean	
		Lower Bound	178.2705
		Upper Bound	222.9953
		5% Trimmed Mean	200.7032
		Median	150.0000
		Variance	9967.543
		Std. Deviation	99.83758
		Minimum	50.00
		Maximum	350.00

	Range	300.00	
	Interquartile Range	200.00	
	Skewness	.656	.271
	Kurtosis	-1.047	.535
ĐHQG TP.HCM	Mean	146.7742	18.24792
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound Upper Bound	109.5070 184.0414
	5% Trimmed Mean	140.8602	
	Median	150.0000	
	Variance	10322.581	
	Std. Deviation	101.60010	
	Minimum	50.00	
	Maximum	350.00	
	Range	300.00	
	Interquartile Range	100.00	
	Skewness	1.087	.421
	Kurtosis	.303	.821
HUTECH	Mean	200.0000	17.59329
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound Upper Bound	164.2837 235.7163
	5% Trimmed Mean	200.0000	
	Median	150.0000	
	Variance	11142.857	
	Std. Deviation	105.55973	
	Minimum	50.00	
	Maximum	350.00	
	Range	300.00	
	Interquartile Range	200.00	
	Skewness	.540	.393
	Kurtosis	-1.165	.768
Khác	Mean	125.0000	15.55428
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound Upper Bound	93.2768 156.7232
	5% Trimmed Mean	116.6667	
	Median	150.0000	
	Variance	7741.935	
	Std. Deviation	87.98827	
	Minimum	50.00	
	Maximum	350.00	
	Range	300.00	
	Interquartile Range	100.00	
	Skewness	1.440	.414
	Kurtosis	2.002	.809

### Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)

## **Phân tích mức chi tiêu trung bình theo trường đại học:**

### **UEF:**

- **Mean (Trung bình):** 153.95 nghìn đồng, thấp hơn so với các trường khác.
- **Median (Trung vị):** 150 nghìn đồng, cho thấy phần lớn mức chi tiêu tập trung ở mức này.
- **Khoảng dao động (Range):** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Độ lệch chuẩn (Std. Deviation):** 107.63, cho thấy sự phân tán khá lớn trong mức chi tiêu.

### **IUH:**

- **Mean:** 217.65 nghìn đồng, cao nhất trong các trường.
- **Median:** 150 nghìn đồng, mức trung vị này tương tự UEF, nhưng trung bình cao hơn do một số người chi tiêu cao hơn.
- **Range:** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Std. Deviation:** 117.35, cho thấy sự biến động lớn hơn so với UEF.

### **VLU:**

- **Mean:** 200.63 nghìn đồng, cao thứ hai trong nhóm.
- **Median:** 150 nghìn đồng.
- **Range:** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Std. Deviation:** 99.83, mức phân tán thấp hơn IUH.

### **ĐHQG TP.HCM:**

- **Mean:** 146.77 nghìn đồng, thấp hơn mức trung bình của hầu hết các trường.
- **Median:** 150 nghìn đồng.
- **Range:** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Std. Deviation:** 100.16.

### **HUTECH:**

- **Mean:** 200 nghìn đồng, tương tự VLU.
- **Median:** 200 nghìn đồng, cao hơn các trường khác.
- **Range:** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Std. Deviation:** 105.56.

### **Khác:**

- **Mean:** 125 nghìn đồng, thấp nhất trong nhóm.
- **Median:** 116.67 nghìn đồng.
- **Range:** 50 - 350 nghìn đồng.
- **Std. Deviation:** 87.98, mức phân tán thấp nhất.

### **Nhận xét chung:**

Sinh viên các trường IUH, VLU, và HUTECH có **mức chi tiêu trung bình cao hơn** (trên 200 nghìn đồng), trong khi sinh viên trường UEF, ĐHQG TP.HCM, và nhóm Khác chi tiêu thấp hơn. Mức chi tiêu trung bình của nhóm Khác là **thấp nhất** (125 nghìn đồng), có thể phản ánh sự khác biệt về thói quen chi tiêu hoặc mức sống.

Các giá trị **trung vị (Median)** trong hầu hết các trường đều tương tự nhau (150 nghìn đồng), cho thấy mức chi tiêu phổ biến nhất rơi vào khoảng này.

### **Stem-and-Leaf Plots**

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodedUni= UEF

Frequency	Stem & Leaf
27.00	0. 5555555555555555555555555555
.00	0.
.00	0.
.00	1.
.00	1.
34.00	1. 5555555555555555555555555555
15.00	Extremes (>=350)

Stem width: 100.00  
Each leaf: 1 case(s)

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodedUni= IUH

Frequency	Stem & Leaf
-----------	-------------

```

      .00      0.
      5.00    0.  55555
      .00      1.
     15.00    1.  555555555555555
      .00      2.
      .00      2.
      .00      3.
    14.00    3.  555555555555555

Stem width:    100.00
Each leaf:      1 case(s)

```

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodedUni= ĐHQG TP.HCM

Frequency	Stem & Leaf
11.00	0.  55555555555
.00	0.
.00	0.
.00	1.
.00	1.
15.00	1.  555555555555555
5.00	Extremes (>=350)

```

Stem width:    100.00
Each leaf:      1 case(s)

```

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodedUni= HUTECH

Frequency	Stem & Leaf
.00	0.
4.00	0.  5555
.00	1.
21.00	1.  5555555555555555555
.00	2.
.00	2.
.00	3.
11.00	3.  55555555555

```

Stem width:    100.00
Each leaf:      1 case(s)

```

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodeUni= Khác

Frequency	Stem & Leaf
14.00	0. 55555555555555
.00	0.
.00	0.
.00	1.
.00	1.
15.00	1. 55555555555555
3.00	Extremes (>=350)

Stem width: 100.00  
Each leaf: 1 case(s)

Dựa trên biểu đồ Stem-and-Leaf về mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt đồ ăn (nghìn đồng) theo từng nhóm trường đại học, dưới đây là một số nhận xét:

## UEF

### Phân bố chính:

- Chi tiêu tập trung nhiều nhất ở mức 100 nghìn đồng (Stem: 0, Leaf: 5).
- Ngoài ra, mức 150 nghìn đồng cũng có tần suất cao.

### Giá trị ngoại lệ (Extremes):

- Có 1 trường hợp chi tiêu vượt quá 350 nghìn đồng.

### Nhận xét:

Phần lớn sinh viên chi tiêu trong khoảng từ 100 - 150 nghìn đồng. Một vài trường hợp có chi tiêu cao hơn, tạo ra sự phân tán nhẹ.

## IUH

### Phân bố chính:

- Mức chi tiêu phổ biến nhất là 150 nghìn đồng (Stem: 1, Leaf: 5).

- Ngoài ra, mức 100 nghìn đồng cũng được ghi nhận nhiều.

#### **Giá trị ngoại lệ:**

- Không có giá trị ngoại lệ ( $\geq 350$  nghìn đồng).

#### **Nhận xét:**

Sinh viên IUH chi tiêu chủ yếu trong khoảng 100 - 150 nghìn đồng, với phân bố khá tập trung và ít biến động.

### **HUTECH**

#### **Phân bố chính:**

- Mức chi tiêu phổ biến nhất là 200 nghìn đồng (Stem: 2, Leaf: 0).
- Các mức khác (100 - 150 nghìn đồng) có tần suất thấp hơn.

#### **Giá trị ngoại lệ:**

- Không có trường hợp nào vượt ngưỡng 350 nghìn đồng.

#### **Nhận xét:**

Sinh viên HUTECH có mức chi tiêu phổ biến cao hơn (200 nghìn đồng), cho thấy khả năng chi tiêu lớn hơn các trường khác.

### **ĐHQG TP.HCM**

#### **Phân bố chính:**

- Mức chi tiêu phổ biến nhất là 100 nghìn đồng (Stem: 0, Leaf: 5).
- Các mức khác ít phổ biến hơn.

#### **Giá trị ngoại lệ:**

- Không có giá trị ngoại lệ.

#### **Nhận xét:**

Sinh viên ĐHQG TP.HCM chi tiêu ở mức tương đối thấp, tập trung chủ yếu ở mức 100 nghìn đồng.

### **Khác**

### **Phân bố chính:**

- Mức chi tiêu phổ biến nhất là 100 nghìn đồng (Stem: 0, Leaf: 5).
- Các mức khác (150 - 200 nghìn đồng) có tần suất thấp hơn.

### **Giá trị ngoại lệ:**

- Có 1 trường hợp chi tiêu vượt ngưỡng 350 nghìn đồng.

### **Nhận xét:**

Nhóm Khác có mức chi tiêu khá thấp, phần lớn tập trung ở mức 100 nghìn đồng, nhưng vẫn có trường hợp chi tiêu cao hơn đáng kể.

### **=> Nhận xét chung:**

- Đa phần sinh viên chi tiêu ở mức 100 - 150 nghìn đồng trên mỗi lần đặt đồ ăn, ngoại trừ sinh viên HUTECH, nơi mức phổ biến là 200 nghìn đồng.
- Chỉ có nhóm UEF và Khác xuất hiện trường hợp chi tiêu trên 350 nghìn đồng, cho thấy sự khác biệt trong hành vi chi tiêu.
- IUH và HUTECH có xu hướng chi tiêu cao hơn so với các trường còn lại.

### **Case Processing Summary**

Giới tính	Valid		Cases Missing		Total		
	N	Percent	N	Percent	N	Percent	
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	Nam	132	100.0%	0	0.0%	132	100.0%
	Nữ	156	100.0%	0	0.0%	156	100.0%

Descriptives					
		Giới tính		Statistic	Std. Error
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	Nam	Mean		176.5152	9.42849
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	157.8633	
			Upper Bound	195.1670	
		5% Trimmed Mean		173.9057	
		Median		150.0000	
		Variance		11734.328	
		Std. Deviation		108.32510	
		Minimum		50.00	
		Maximum		350.00	
		Range		300.00	
		Interquartile Range		150.00	
		Skewness		.660	.211
		Kurtosis		-.872	.419
Nữ	Nữ	Mean		175.6410	8.57371
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	158.7046	
			Upper Bound	192.5774	
		5% Trimmed Mean		172.9345	
		Median		150.0000	
		Variance		11467.328	
		Std. Deviation		107.08561	
		Minimum		50.00	
		Maximum		350.00	
		Range		300.00	
		Interquartile Range		.00	
		Skewness		.685	.194
		Kurtosis		-.809	.386

### Phân tích mức chi tiêu trung bình theo giới tính:

#### NAM

- **Trung bình (Mean):** Mức chi tiêu trung bình là 176.52 nghìn đồng. Khoảng tin cậy 95% cho giá trị trung bình nằm trong khoảng 157.86 - 195.17 nghìn đồng.
- **Độ lệch chuẩn (Std. Deviation):** 108.33, cho thấy mức chi tiêu có sự biến động tương đối lớn.
- **Trung vị (Median):** 150 nghìn đồng (phân phối tập trung nhiều ở mức này).
- **Mức chi tiêu thấp nhất:** 50 nghìn đồng.
- **Mức chi tiêu cao nhất:** 350 nghìn đồng.

- Phân phối có xu hướng lệch âm nhẹ (**Skewness = -0.660**), nghĩa là có một số giá trị cao vượt trội.

## NỮ

- **Trung bình (Mean):** Mức chi tiêu trung bình là 175.64 nghìn đồng, gần tương đương với nhóm nam. Khoảng tin cậy 95% cho giá trị trung bình nằm trong khoảng 158.70 - 192.58 nghìn đồng.
- **Độ lệch chuẩn (Std. Deviation):** 107.08, cũng tương đương với nhóm nam.
- **Trung vị (Median):** 150 nghìn đồng.
- **Mức chi tiêu thấp nhất:** 50 nghìn đồng.
- **Mức chi tiêu cao nhất:** 350 nghìn đồng.
- Phân phối có xu hướng lệch dương nhẹ (**Skewness = 0.685**), nghĩa là có một số giá trị thấp hơn mức trung bình.

### So sánh giữa nam và nữ:

- Mức chi tiêu trung bình của nam (176.52 nghìn đồng) và nữ (175.64 nghìn đồng) gần như tương đương, không có sự khác biệt đáng kể.
- Biến động mức chi tiêu của cả hai nhóm là tương tự (Độ lệch chuẩn khoảng 107 - 108 nghìn đồng).
- Nhóm nam có phân phối lệch nhẹ về giá trị cao hơn (Skewness âm), trong khi nhóm nữ lệch nhẹ về giá trị thấp hơn (Skewness dương).
- Cả hai nhóm đều có mức chi tiêu thấp nhất là 50 nghìn đồng và cao nhất là 350 nghìn đồng, cho thấy hành vi chi tiêu tương tự nhau.

=> Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt đồ ăn không có sự khác biệt đáng kể giữa nam và nữ. Cả hai nhóm đều có phân phối khá giống nhau, với trung vị tập trung ở mức 150 nghìn đồng. Tuy nhiên, sự biến động trong chi tiêu của mỗi cá nhân vẫn khá lớn, với độ lệch chuẩn cao ( $>100$  nghìn đồng).

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodedGender= Nam

### Frequency Stem & Leaf

Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng) Stem-and-Leaf Plot  
for  
recodeGender= Nữ

### Frequency Stem & Leaf

Dựa trên biểu đồ Stem-and-Leaf về mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt đồ ăn (nghìn đồng) theo từng nhóm giới tính, dưới đây là một số nhận xét:

#### **Mức chi tiêu của giới tính "Nam":**

- Phần lớn dữ liệu tập trung ở giá trị thấp hơn (stem 0 và 1).
- Số lượng lớn nhất nằm ở giá trị 0.555..., có tần suất rất cao (31 trường hợp).
- Giá trị trung bình có vẻ nhỏ hơn so với giới tính "Nữ".
- Phân bố không đối xứng và bị lệch về phía các giá trị nhỏ hơn.

#### **Mức chi tiêu của giới tính "Nữ":**

- Có 36 trường hợp thuộc nhóm "Extremes" nhỏ hơn 50 nghìn đồng.
- Có 82 trường hợp trong nhóm stem 1, với giá trị chủ yếu là 1.555...
- Có 38 trường hợp thuộc nhóm "Extremes" lớn hơn 350 nghìn đồng.
- Phân bố dữ liệu rộng hơn, cho thấy mức chi tiêu của nữ trải dài hơn so với nam.

#### **=> Nhận xét chung:**

- Nữ có sự phân tán chi tiêu lớn hơn nam, với sự xuất hiện của giá trị cực đại ( $>=350$ ) và cực tiểu ( $<=50$ ).
- Nam tập trung nhiều ở mức chi tiêu thấp (0-100 nghìn đồng).
- Biểu đồ của nam có độ tập trung cao hơn ở một vài giá trị cụ thể, trong khi biểu đồ của nữ phân bố trải rộng.

#### **4.4. Custom Table**

Trường đại học		Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn								Total Count	Total Row N %
		Hằng ngày		1 - 2 lần/tuần		3 - 5 lần/tuần		1 - 2 lần/tháng			
		Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %		
Trường đại học	UEF	4	5.3%	27	35.5%	20	26.3%	25	32.9%	76	100.0%
	IUH	3	8.8%	14	41.2%	15	44.1%	2	5.9%	34	100.0%
	VLU	4	5.1%	44	55.7%	30	38.0%	1	1.3%	79	100.0%
	ĐHQG TP.HCM	2	6.5%	12	38.7%	10	32.3%	7	22.6%	31	100.0%
	HUTECH	3	8.3%	14	38.9%	14	38.9%	5	13.9%	36	100.0%
	Khác	3	9.4%	10	31.3%	11	34.4%	8	25.0%	32	100.0%

- Sinh viên trường IUH có tỷ lệ sử dụng hàng ngày thấp nhất (3.8%), nhưng có tỷ lệ sử dụng từ 1-2 lần/tháng cao nhất (41.2%).
- Sinh viên trường UEF có tỷ lệ sử dụng hàng ngày cao nhất (5.3%) so với các trường khác.
- Phần lớn sinh viên thuộc các trường sử dụng ứng dụng từ 1-2 lần/tuần, chiếm tỷ lệ cao nhất trong tất cả các nhóm (khoảng 30-40% tùy trường).
- Trường HUTECH có tỷ lệ sinh viên sử dụng ứng dụng 3-5 lần/tuần cao nhất (26.3%).

Laye ✓ Trường đại học UEF  
Trường đại học IUH  
Trường đại học VLU  
Trường đại học ĐHQG TP.HCM  
Trường đại học HUTECH  
Trường đại học Khác

Sinh viên của trường nào?	Giới tính					
	Nam		Nữ		Total	
	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Từ 1 đến 3 triệu	12	52.2%	11	47.8%	23	100.0%
Từ 3 đến 5 triệu	9	33.3%	18	66.7%	27	100.0%
Từ 5 đến 7 triệu	10	71.4%	4	28.6%	14	100.0%
Từ 7 đến 10 triệu	3	25.0%	9	75.0%	12	100.0%
Trên 10 triệu	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%

### Chi tiêu trung bình hàng tháng theo giới tính của sinh viên trường UEF:

#### Nam:

- Hầu hết chi tiêu ở mức từ 1 đến 3 triệu (12 bạn, chiếm 52.2%).
- Một tỷ lệ nhỏ (33.3%) chi tiêu từ 3 đến 5 triệu.
- Không có sinh viên nam chi tiêu trên 10 triệu.

#### Nữ:

- Tỷ lệ chi tiêu từ 1 đến 3 triệu cao (11 bạn, chiếm 47.8%).
- Một tỷ lệ lớn hơn nam chi tiêu từ 3 đến 5 triệu (18 bạn, chiếm 66.7%).
- Không có sinh viên nữ chi tiêu trên 10 triệu.

#### =>Nhận xét chung:

- Phần lớn sinh viên chi tiêu trong khoảng từ 3 đến 5 triệu đồng (27 bạn).
- Sinh viên nữ chi tiêu cao hơn so với sinh viên nam, đặc biệt ở mức từ 3 đến 5 triệu.
- Hai giới đều không có đại diện ở mức chi tiêu trên 10 triệu đồng.

#### 4.5. Multiple Choice

**Case Summary**

	Valid		Cases		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$thoigiansudungtrongngay <sup>a</sup>	286	99,3%	2	0,7%	288	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Có 286 người sử dụng trong 3 khung giờ trên.

Có 2 người không sử dụng đặt đồ ăn trong bất kỳ khung giờ nào trên.

**\$thoigiansudungtrongngay Frequencies**

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
thời gian hay sử dụng <sup>a</sup>	Buổi sáng (6h - 10h)	51	11,8%
	Buổi trưa (11h - 15h)	197	45,4%
	Buổi tối (18h - 22h)	186	42,9%
Total	434	100,0%	151,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Có tổng cộng 434 lựa chọn, trong đó:

- Có 51 người lựa chọn đặt đồ ăn vào buổi sáng - 11,8% sinh viên lựa chọn.
- Có 197 người lựa chọn đặt đồ ăn vào buổi trưa - 45,4% sinh viên lựa chọn.
- Có 186 người lựa chọn đặt đồ ăn vào buổi tối - 42,9% sinh viên lựa chọn.
  
- Lựa chọn buổi sáng được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 11,8%.
- Lựa chọn buổi trưa được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 45,4%.
- Lựa chọn buổi tối được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 42,9%.

### Case Summary

	Valid		Cases		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$lydosudung <sup>a</sup>	285	99,0%	3	1,0%	288	100,0%
\$vandetunggap <sup>a</sup>	286	99,3%	2	0,7%	288	100,0%
\$caithienungdung <sup>a</sup>	288	100,0%	0	0,0%	288	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

### \$lydosudung Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Lý do sử dụng ứng dụng giao đồ ăn <sup>a</sup>	Giao hàng nhanh	154	21,1%	54,0%
	Nhiều ưu đãi, khuyến mãi	215	29,4%	75,4%
	Đa dạng món ăn	190	26,0%	66,7%
	Dễ sử dụng và tiện lợi	172	23,5%	60,4%
<b>Total</b>		<b>731</b>	<b>100,0%</b>	<b>256,5%</b>

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

- Trong số 731 lựa chọn lý do tại sao sử dụng ứng dụng giao đồ ăn: Có 154 người trả lời lý do là giao hàng nhanh, Có 215 người trả lời lý do là nhiều ưu đãi và khuyến mãi, Có 190 người trả lời lý do là đa dạng món ăn, Có 172 người trả lời lý do là dễ sử dụng và tiện lợi.
  - Trong số 731 lựa chọn có 154 số lựa chọn lý do **giao hàng nhanh**- chiếm tỷ lệ 21,8%.
  - Trong số 731 lựa chọn có 215 số lựa chọn lý do **nhiều ưu đãi, khuyến mãi** - chiếm tỷ lệ 29,4%.
  - Trong số 731 lựa chọn có 190 số lựa chọn lý do **đa dạng món ăn**- chiếm tỷ lệ 26%.
  - Trong số 731 lựa chọn có 172 số lựa chọn lý do **dễ sử dụng và tiện lợi**- chiếm tỷ lệ 23,5%.
- Trong 285 sinh viên, lý do **giao hàng nhanh** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 54%.
- Trong 285 sinh viên, lý do **nhiều ưu đãi, khuyến mãi** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 75,4%.

- Trong 285 sinh viên, lý do **đa dang món ăn** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 66,7%.
- Trong 285 sinh viên, lý do **dễ sử dụng và tiện lợi** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 60,4%.

**\$vandetunggap Frequencies**

		Responses	Percent	Percent of Cases
		N		
Vấn đề từng gặp khi sử dụng ứng dụng <sup>a</sup>	Giao hàng trễ	142	19,0%	49,7%
	Món ăn không đạt chất lượng	177	23,7%	61,9%
	Giá cao hơn mong đợi	163	21,8%	57,0%
	Sai món/Sai thông tin đặt hàng	167	22,4%	58,4%
	Chỉ đặt được 1 quán 1 lần	98	13,1%	34,3%
Total		747	100,0%	261,2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

- Trong số 747 lựa chọn vấn đề nhức nhối thường gặp khi sử dụng ứng dụng giao đồ ăn: Có 142 người trả lời lý do là giao hàng trễ, Có 177 người trả lời lý do là món ăn không đạt chất lượng, Có 163 người trả lời vấn đề là giá cao hơn mong đợi, có 167 người trả lời vấn đề là sai món, sai thông tin đặt, 98 người trả lời vấn đề là chỉ đặt được 1 quán 1 lần.
  - Trong số 747 lựa chọn có 142 số lựa chọn lý do **giao hàng trễ** - chiếm tỷ lệ 19,0%.
  - Trong số 747 lựa chọn có 177 số lựa chọn lý do **món ăn không đạt chất lượng** - chiếm tỷ lệ 23,7%.
  - Trong số 747 lựa chọn có 163 số lựa chọn lý do **giá cao hơn mong đợi** - chiếm tỷ lệ 21,8%.
  - Trong số 747 lựa chọn có 167 số lựa chọn lý do **sai món, sai thông tin** - chiếm tỷ lệ 22,4%.
  - Trong số 747 lựa chọn có 98 số lựa chọn lý do **chỉ đặt được 1 quán 1 lần** - chiếm tỷ lệ 13,1%.
- Trong 142 sinh viên, vấn đề **giao hàng trễ** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 49,7%.

- Trong 177 sinh viên, vấn đề **món ăn không đạt chất lượng** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 61,9%.
- Trong 163 sinh viên, vấn đề **giá cao hơn mong đợi** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 57%.
- Trong 167 sinh viên, vấn đề **sai món, sai thông tin** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 58,4%.
- Trong 98 sinh viên, vấn đề **chỉ đặt được 1 quán 1 lần** được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 34,3%.

#### **Frequencies**

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Điều muốn cải thiện nhất về ứng dụng <sup>a</sup>	Tăng cường khuyến mãi	160	19,1%	55,6%
	Cải thiện thời gian giao hàng	170	20,3%	59,0%
	Đảm bảo chất lượng món ăn	207	24,8%	71,9%
	Nâng cấp giao diện ứng dụng tốt hơn	170	20,3%	59,0%
	Tạo thêm nhiều lựa chọn đặt đồ ăn trên trong 1 lần	129	15,4%	44,8%
Total		836	100,0%	290,3%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

- Trong số 836 lựa chọn điều muốn cải thiện nhất khi sử dụng ứng dụng giao đồ ăn: Có 160 người trả lời tăng cường khuyến mãi, Có 170 người trả lời cải thiện thời gian giao hàng, Có 207 người trả lời đảm bảo chất lượng món ăn, có 170 người trả lời nâng cấp giao diện ứng dụng tốt hơn, 129 người trả lời tạo thêm nhiều lựa chọn đặt đồ ăn trong 1 lần.
  - Trong số 836 lựa chọn có 170 số lựa chọn lý do **cải thiện thời gian giao hàng** - chiếm tỷ lệ 21,8%.
  - Trong số 836 lựa chọn có 215 số lựa chọn lý do **đảm bảo chất lượng món ăn** - chiếm tỷ lệ 20%.
  - Trong số 836 lựa chọn có 190 số lựa chọn lý do **nâng cấp giao diện ứng dụng tốt hơn** - chiếm tỷ lệ 24,8%.

4. Trong số 836 lựa chọn có 172 số lựa chọn lý do tăng cường khuyến mãi - chiếm tỷ lệ 20,3%.
  5. Trong số 836 lựa chọn có 172 số lựa chọn lý do tao thêm nhiều lựa chọn đặt đồ ăn trong 1 lần - chiếm tỷ lệ 15,4%.
- Trong 288 sinh viên, lý do tăng cường khuyến mãi được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 55,6%.
  - Trong 288 sinh viên, lý do cải thiện thời gian giao hàng được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 59%.
  - Trong 288 sinh viên, lý do đảm bảo chất lượng món ăn được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 71,9%.
  - Trong 288 sinh viên, lý do nâng cấp giao diện ứng dụng tốt hơn được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 59%.
  - Trong 288 sinh viên, lý do tao thêm nhiều lựa chọn đặt đồ ăn trong 1 lần được các bạn sinh viên lựa chọn đặt đồ ăn chiếm 44,8%.

#### Bạn có hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi mang lại không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rất không hài lòng	1	,3	,3	,3
	Không hài lòng	15	5,2	5,2	5,6
	Bình thường	154	53,5	53,5	59,0
	Hài lòng	90	31,3	31,3	90,3
	Rất hài lòng	28	9,7	9,7	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

Sự hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi của ứng dụng giao đồ ăn:

- **Bình thường** chiếm tỷ lệ cao nhất với **53,5%** (154 người).
- **Hài lòng** chiếm **31,3%** (90 người), và **Rất hài lòng** chiếm **9,7%** (28 người).
- **Không hài lòng** chỉ chiếm **5,2%** (15 người), trong khi **Rất không hài lòng** gần như không đáng kể (**0,3%**, 1 người).

=> **Nhận xét:** Đa số người dùng có mức độ hài lòng trung bình, với một số người cảm thấy tích cực về các khuyến mãi và ưu đãi. Tuy nhiên, vẫn có một số ít chưa hài lòng, điều này có thể là cơ hội để cải thiện.

**Theo bạn, chất lượng món ăn khi qua ứng dụng giao hàng so với ăn tại quán như thế nào?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rất kém	2	,7	,7	,7
	Kém	25	8,7	8,8	9,5
	Tương đương	151	52,4	53,4	62,9
	Tốt	85	29,5	30,0	92,9
	Rất tốt	20	6,9	7,1	100,0
	Total	283	98,3	100,0	
Missing	System	5	1,7		
	Total	288	100,0		

Chất lượng món ăn qua ứng dụng giao hàng so với ăn tại quán:

- **Tương đương** chiếm tỷ lệ cao nhất với **53,4%** (151 người).
- **Tốt** và **Rất tốt** chiếm **29,5%** (85 người) và **9,7%** (28 người) tương ứng.
- **Kém** và **Rất kém** chiếm tỷ lệ nhỏ, lần lượt là **8,7%** (25 người) và **0,7%** (2 người).

=> **Nhận xét:** Phần lớn người dùng cho rằng chất lượng món ăn giao hàng tương đương với ăn tại quán, với một số đánh giá tích cực. Tuy nhiên, vẫn có một bộ phận nhỏ chưa hài lòng về chất lượng.

**Bạn đã bao giờ sử dụng tính năng “theo dõi đơn hàng” của các ứng dụng giao đồ ăn chưa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có, thường xuyên	149	51,7	51,7	51,7
	Có, nhưng hiếm khi	130	45,1	45,1	96,9
	Không bao giờ	9	3,1	3,1	100,0
	Total	288	100,0	100,0	

Sử dụng tính năng "theo dõi đơn hàng"

- Có, thường xuyên chiếm tỷ lệ cao nhất với 51,7% (149 người).
- Có, nhưng hiếm khi chiếm 45,1% (130 người).
- Không bao giờ chiếm 3,1% (9 người).

=> **Nhận xét:** Hầu hết người dùng đã sử dụng tính năng "theo dõi đơn hàng", trong đó hơn một nửa sử dụng thường xuyên. Đây là một tính năng hữu ích và cần tiếp tục cải thiện để đáp ứng nhu cầu người dùng.

## CHƯƠNG V. KIỂM ĐỊNH

### 5.1. Kiểm định mối liên hệ giữa các biến (Chi-Square test)

#### 5.1.1 Kiểm định mối liên hệ giữa tần suất sử dụng và sinh hoạt phí hàng tháng của sinh viên với độ tin cậy 95%

**Giả thuyết:**

- H0: Tần suất sử dụng ứng dụng giao đồ ăn và sinh hoạt phí hàng tháng độc lập với nhau.
- H1: Tần suất sử dụng ứng dụng giao đồ ăn và sinh hoạt phí hàng tháng có mối liên hệ với nhau.

**Case Processing Summary**

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu? * Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn?	288	100.0%	0	0.0%	288	100.0%

**Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu? \* Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn?**  
Crosstabulation

		Tần suất bạn sử dụng ứng dụng giao đồ ăn?					Total
		Hàng ngày	1 - 2 lần/tuần	3 - 5 lần/tuần	1 - 2 lần/tháng		
Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	Dưới 3 triệu	Count	1	20	6	16	43
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	2.3%	46.5%	14.0%	37.2%	100.0%
	Từ 3 đến 5 triệu	Count	5	43	27	26	101
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	5.0%	42.6%	26.7%	25.7%	100.0%
	Từ 5 đến 7 triệu	Count	9	41	40	6	96
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	9.4%	42.7%	41.7%	6.3%	100.0%
	Từ 7 đến 10 triệu	Count	4	17	27	0	48
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	8.3%	35.4%	56.3%	0.0%	100.0%
Total		Count	19	121	100	48	288
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	6.6%	42.0%	34.7%	16.7%	100.0%

Chi-Square Tests		df	Asymptotic Significance (2-sided)
	Value		
Pearson Chi-Square	48.737 <sup>a</sup>	9	<.001
Likelihood Ratio	56.094	9	<.001
Linear-by-Linear Association	8.753	1	.003
N of Valid Cases	288		

a. 2 cells (12.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.84.

### Nhận xét:

- Ở bảng Chi-Square Test, chỉ có 12.5% số ô có giá trị  $< 5 \Rightarrow$  bộ dữ liệu có ý nghĩa thống kê. Do giá trị Sig. = 0.001  $< 0.05 \Rightarrow$  bác bỏ H0. Với độ tin cậy 95%, có thể nói sinh hoạt phí hàng tháng và tần suất sử dụng ứng dụng đặt đồ ăn có mối liên hệ với nhau.
- Phân tích bảng crosstab của tần suất sử dụng ứng dụng đặt đồ ăn của các nhóm:
  - Nhóm có sinh hoạt phí dưới 3 triệu: đa số sử dụng ứng dụng 1-2 lần/tuần (tỉ lệ 46.5%). Tần suất sử dụng 1-2 lần/tháng xếp thứ 2 (tỉ lệ 37.2%).
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 3 - 5 triệu: Tần suất sử dụng cao nhất là 1-2 lần/tuần (tỉ lệ 42.6%), theo sau đó là sử dụng 3-5 lần/tuần (tỉ lệ 26.7%).
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 5-7 triệu: Tỉ lệ sử dụng 1-2 lần/tuần và 3-5 lần/tuần gần như bằng nhau, lần lượt là 42.7% và 41.7%. Đặc biệt nhóm này có sự tăng mạnh ở tần suất sử dụng ứng dụng đặt đồ ăn 3-5 lần/tuần.
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 7-10 triệu: Tỉ lệ sử dụng cao nhất ở nhóm này là 3-5 lần/tuần (tỉ lệ 56.3%) và tỉ lệ sử dụng 1-2 lần/tháng là 0.

### 5.1.2 Kiểm định mối liên hệ giữa mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt với sinh hoạt phí hàng tháng với độ tin cậy 95%

#### Giả thuyết

- H0: Mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn và sinh hoạt phí hàng tháng là độc lập với nhau.
- H1: Mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn và sinh hoạt phí hàng tháng có mối liên hệ với nhau.

### Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu? * Mức chi tiêu trung bình của bạn cho đồ ăn giao hàng mỗi lần là bao nhiêu?	288	100.0%	0	0.0%	288	100.0%

**Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu? \* Mức chi tiêu trung bình của bạn cho đồ ăn giao hàng mỗi lần là bao nhiêu? Crosstabulation**

		Mức chi tiêu trung bình của bạn cho đồ ăn giao hàng mỗi lần là bao nhiêu?			
		Dưới 100.000 đồng	Từ 100.000 - 200.000 đồng	Từ 200.000 - 500.000 đồng	Total
Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	Dưới 3 triệu	Count	21	22	0 43
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	48.8%	51.2%	0.0% 100.0%
	Từ 3 đến 5 triệu	Count	31	53	17 101
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	30.7%	52.5%	16.8% 100.0%
Từ 5 đến 7 triệu	Từ 5 đến 7 triệu	Count	11	56	29 96
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	11.5%	58.3%	30.2% 100.0%
	Từ 7 đến 10 triệu	Count	4	19	25 48
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	8.3%	39.6%	52.1% 100.0%
Total		Count	67	150	71 288
		% within Sinh hoạt phí hàng tháng của bạn trong khoảng bao nhiêu?	23.3%	52.1%	24.7% 100.0%

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	55.964 <sup>a</sup>	6	<.001
Likelihood Ratio	63.020	6	<.001
Linear-by-Linear Association	51.048	1	<.001
N of Valid Cases	288		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.00.

## Nhận xét:

- Ở bảng Chi-Square Test, không có ô có giá trị  $< 5 \Rightarrow$  bộ dữ liệu có ý nghĩa thống kê. Do giá trị Sig. = 0.001  $< 0.05 \Rightarrow$  bác bỏ H0. Với độ tin cậy 95%, có thể nói sinh hoạt phí hàng tháng và mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn có mối liên hệ với nhau.
- Phân tích bảng crosstab của mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn và sinh hoạt phí, ta thấy:
  - Nhóm có sinh hoạt phí dưới 3 triệu: nhóm này đa số chi từ 100.000 - 200.000 đồng cho một lần đặt (tỉ lệ 51.2%), và không có ai chi từ 200.000 - 500.000 đồng (tỉ lệ 0%).
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 3 - 5 triệu: Mức chi tiêu từ 200.000 - 500.000 đồng cho một lần chiếm đa số (tỉ lệ 52.5%), mức chi tiêu dưới 100.000 đồng chiếm vị trí thứ hai (tỉ lệ 30.7%).
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 5-7 triệu: Mức chi tiêu từ 100.000 - 200.000 đồng cho một lần đặt chiếm đa số (tỉ lệ 58.3%), mức chi tiêu từ 200.000 - 500.000 chiếm vị trí thứ hai (tỉ lệ 30.2%).
  - Nhóm có sinh hoạt phí từ 7-10 triệu: Nhóm này có sự thay đổi lớn trong mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt với mức chi tiêu từ 200.000 - 500.000 chiếm đa số (tỉ lệ 52.1%), mức chi tiêu dưới 100.000 đồng có vị trí thấp nhất (tỉ lệ 8.3%).

## 5.2. Kiểm định One Sample T-Test

### 5.2.1 Kiểm định mức chi tiêu trung bình của sinh viên các trường cho một lần đặt đồ ăn Giả thuyết

- H0: Mức chi tiêu trung bình của sinh viên các trường cho một lần đặt đồ ăn là 150.000 đồng.

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	288	176.0417	107.46829	6.33263

## One-Sample Test

Mức chi tiêu  
trung bình  
cho 1 lần đặt  
(nghìn đồng)

Test Value = 150	t	4.112
	df	287
	Sig. (2-tailed)	<.001
	Mean Difference	26.04167
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower      13.5774 Upper      38.5060

### Nhận xét:

- Mức độ chi tiêu trung bình của sinh viên các trường là 176.042 đồng.
- Nhận thấy Sig. (2-tailed) có giá trị là  $0.001 < 0.05$  nên bác bỏ giả thuyết  $H_0$ . Điều này nghĩa là mức chi tiêu trung bình của sinh viên các trường cho một lần đặt **khác 150 nghìn đồng** với mức ý nghĩa 5%.
- Mức chi tiêu trung bình thực tế cao hơn giá trị kiểm định (150 nghìn đồng) là **26.04167 nghìn đồng** (Mean Difference: 26.04167 và Khoảng tin cậy dương: [13.5774; 38.5060]).

### 5.2.2 Kiểm định mức độ hài lòng của sinh viên các trường về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại

#### Giả thuyết:

- $H_0$ : Mức độ hài lòng của sinh viên các trường về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại là trung lập.

## One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Bạn có hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi mang lại không?	288	3.45	.754	.044

### One-Sample Test

Bạn có hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi mang lại không?

Test Value = 3	t	10.080
	df	287
	Sig. (2-tailed)	<.001
	Mean Difference	.448
95% Confidence Interval of the Difference	Lower	.36
	Upper	.54

#### Nhận xét:

- Mức độ hài lòng của sinh viên các trường về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại là 3.45 điểm
- Nhận thấy Sig. (2-tailed) có giá trị là  $0.001 < 0.05$  nên bác bỏ giả thuyết H0. Điều này cho thấy mức độ hài lòng trung bình với mức độ khuyến mãi và ưu đãi là cao hơn đáng kể so với mức độ trung lập với mức ý nghĩa 5%.
- Với Mean Difference là 0.448 và khoảng tin cậy dương [0.36; 0.54], có thể kết luận rằng mức độ hài lòng trung bình thực tế **cao hơn** mức trung lập.

### 5.3. Kiểm định Independent-Samples T-Test:

#### 5.3.1 Kiểm định mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của nam và nữ:

##### Giả thuyết:

- H0-a: Phương sai của 2 của nam và nữ là như nhau.
- H0-b: Mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của nam và nữ là như nhau.

#### Group Statistics

	Giới tính	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	Nam	132	176.5152	108.32510	9.42849
	Nữ	156	175.6410	107.08561	8.57371

### Independent Samples Test

		Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	.055	
	Sig.	.814	
t-test for Equality of Means	t	.069	.069
	df	286	277.092
	Sig. (2-tailed)	.945	.945
	Mean Difference	.87413	.87413
	Std. Error Difference	12.73156	12.74382
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower Upper	-24.18532 25.93357
		-24.21288	25.96113

Nhận xét:

- Kiểm định Levene: Sig. = 0.814 > 0.05, chấp nhận H0-a, vậy phương sai giữa 2 giới tính không khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định ở phần **Equal variances assumed**.
- Ở phần **Equal variances assumed**, nhận thấy giá trị Sig. (2-tailed) = 0.945 > 0.05 nên có thể chấp nhận giả thuyết H0-b với mức ý nghĩa 5%. Điều này chứng tỏ không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức chi tiêu trung bình giữa nam và nữ.
- Tuy có sự chênh lệch giữa mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn giữa nam và nữ (Mean Difference: 0.87413), tuy nhiên chênh lệch này không quá lớn.

### 5.3.2 Kiểm định mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của sinh viên trường UEF và HUTECH:

Giả thuyết:

- H0-a: Phương sai của 2 trường đại học UEF và HUTECH là như nhau.
- H0-b: Mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn của sinh viên UEF và HUTECH là như nhau.

### Group Statistics

	Trường đại học	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	UEF	76	153.9474	107.62997	12.34600
	HUTECH	36	200.0000	105.55973	17.59329

### Independent Samples Test

		Mức chi tiêu trung bình cho 1 lần đặt (nghìn đồng)	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	1.093	
	Sig.	.298	
t-test for Equality of Means	t	-2.128	-2.143
	df	110	70.033
	Sig. (2-tailed)	.036	.036
	Mean Difference	-46.05263	-46.05263
	Std. Error Difference	21.64391	21.49297
95% Confidence Interval of the Difference	Lower	-88.94578	-88.91864
	Upper	-3.15948	-3.18662

#### Nhận xét:

- Kiểm định Levene: Sig. = 0.298 > 0.05, chấp nhận H0-a  $\Rightarrow$  phuong sai giữa sinh viên hai trường là không khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định ở phần **Equal variances assumed**.
- Ở phần **Equal variances assumed**, nhận thấy giá trị Sig. (2-tailed) = 0.036 < 0.05  $\Rightarrow$  bác bỏ giả thuyết H0-b với mức ý nghĩa 5%. Điều này chứng tỏ có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa mức độ chi tiêu cho một lần đặt đồ ăn giữa sinh viên hai trường.
- Mức chi tiêu trung bình cho một lần đặt đồ ăn giữa sinh viên HUTECH có xu hướng thay đổi lớn hơn một cách có ý nghĩa thống kê so với mức chi tiêu trung bình của sinh viên UEF, với chênh lệch trung bình là 46 nghìn đồng (Mean Difference: -46.05363).

#### 5.3.3 Kiểm định mức độ hài lòng của giới tính nam và nữ về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại

#### Giả thuyết:

- H0-a: Phương sai của 2 của nam và nữ là như nhau.
- H0-b: Mức độ hài lòng của giới tính nam và nữ về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại là như nhau.

### Group Statistics

	Giới tính	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Bạn có hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi mang lại không?	Nam	132	3.51	.805	.070
	Nữ	156	3.40	.706	.057

### Independent Samples Test

		Bạn có hài lòng với mức độ khuyến mãi và ưu đãi mang lại không?	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	3.700	
	Sig.	.055	
t-test for Equality of Means	t	1.236	1.223
	df	286	262.901
	Sig. (2-tailed)	.217	.223
	Mean Difference	.110	.110
	Std. Error Difference	.089	.090
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower -.065 Upper .286	

### Nhận xét:

- Kiểm định Levene:  $\text{Sig.} = 0.055 > 0.05 \Rightarrow$  Chấp nhận H0-a thì phương sai giữa 2 giới tính không khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định ở phần **Equal variances assumed**.
- Ở phần **Equal variances assumed**, nhận thấy giá trị  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.217 > 0.05 \Rightarrow$  chấp nhận giả thuyết H0-b với mức ý nghĩa 5%. Điều này chứng tỏ không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ hài lòng của giới tính nam và nữ về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại.
- Mức độ hài lòng của giới tính nam và nữ về mức độ khuyến mãi và ưu đãi mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại là như nhau, tuy có chênh lệch nhưng không đáng kể (Mean Difference: 0.110)

## 5.4. One - way Anova

Kiểm định mức độ hài lòng về dịch vụ chăm sóc khách hàng giữa sinh viên các trường với nhau.

**Giả thuyết:**

- H0-a: Phương sai của các trường là như nhau.
- H0-b: Không có sự khác biệt giữa mức độ hài lòng về dịch vụ chăm sóc khách hàng giữa các trường.

Descriptives								
Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
UEF	76	3.63	.950	.109	3.41	3.85	1	5
IUH	34	4.00	.778	.134	3.73	4.27	3	5
VLU	79	3.71	.879	.099	3.51	3.91	1	5
ĐHQG TP.HCM	31	3.55	.961	.173	3.20	3.90	2	5
HUTECH	36	3.25	1.079	.180	2.88	3.62	1	5
Khác	32	3.72	.888	.157	3.40	4.04	1	5
Total	288	3.65	.936	.055	3.54	3.76	1	5

### Tests of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt	Based on Mean	1.463	5	.282
	Based on Median	.944	5	.282
	Based on Median and with adjusted df	.944	5	.267769
	Based on trimmed mean	1.548	5	.282

### ANOVA

#### Dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.696	5	2.139	2.504	.031
Within Groups	240.884	282	.854		
Total	251.580	287			

**Nhận xét:**

- Ở bảng Tests of Homogeneity of Variances, giá trị Sig của kiểm định Levene là 0.202 > 0.05 ⇒ Chấp nhận H0-a, vậy không có sự khác biệt giữa phương sai của các trường, chúng ta có thể sử dụng kết quả ở bảng kiểm định ANOVA.

- Giá trị Sig. là  $0.031 < 0.05$ , ta bác bỏ H<sub>0</sub>-b, có thể nói mức độ hài lòng về dịch vụ chăm sóc khách hàng giữa các trường có sự khác biệt với nhau với độ tin cậy 95%.
- Ở bảng Descriptive, hầu hết các trường đều có trung bình mức độ hài lòng từ 3 trở lên, có thể thấy sinh viên các trường cảm thấy trung lập về mức độ chăm sóc khách hàng.

## CHƯƠNG VI. KẾT LUẬN

Bên cạnh những lợi ích mà các ứng dụng giao đồ ăn mang lại, các vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng cũng ảnh hưởng không nhỏ đến trải nghiệm của sinh viên. Việc sử dụng ứng dụng giao đồ ăn một cách hiệu quả, cân đối với khả năng tài chính cần được chú ý nhiều hơn. Đồng thời, mối liên hệ chặt chẽ giữa sinh hoạt phí và hành vi tiêu dùng cho thấy nhu cầu cá nhân hóa dịch vụ là rất cần thiết để đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của người dùng.

Kết quả nghiên cứu này cung cấp cái nhìn sâu hơn về thói quen và các yếu tố tác động đến hành vi sử dụng ứng dụng giao đồ ăn của sinh viên TP.HCM. Từ đây, các nền tảng cung cấp dịch vụ giao thức ăn có thể điều chỉnh các chiến dịch quảng bá và các kế hoạch hợp lý nhằm đến nhóm đối tượng này. Bên cạnh đó, nghiên cứu này cũng đưa ra những dữ liệu cụ thể cho các doanh nghiệp tại từng khu vực trường đại học có thể có những điều chỉnh kế hoạch kinh doanh phù hợp với thói quen của các sinh viên trong khu vực đó.

Ngoài ra, nghiên cứu còn đóng vai trò quan trọng trong việc bổ sung dữ liệu và phân tích mới vào lĩnh vực hành vi tiêu dùng số. Những kết quả này không chỉ hỗ trợ các doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược giá cả và dịch vụ, mà còn cung cấp thông tin hữu ích cho các nhà nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách trong việc xây dựng các giải pháp nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ và đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng trẻ.