

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH  
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ -**

**MARKETING**



**BÁO CÁO KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU DỰ ÁN  
MÔN HỌC: THỐNG KÊ ỨNG DỤNG TRONG KINH TẾ VÀ  
KINH DOANH**

**ĐỀ TÀI: KHẢO SÁT NHU CẦU SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE ÔM  
CÔNG NGHỆ CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH  
TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**

**Mã lớp học phần : 23D1STA508000505  
Giảng viên : PGS.TS Nguyễn Văn Sỹ  
Khóa : K48**

**TP. Hồ Chí Minh, ngày 09 tháng 05 năm 20**

# MỤC LỤC

<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>iii</b>
BẢNG BIỂU .....	iii
BIỂU ĐỒ .....	iii
<b>DANH SÁCH THÀNH VIÊN .....</b>	<b>v</b>
<b>LỜI MỞ ĐẦU.....</b>	<b>v</b>
<b>CHƯƠNG 1: TÓM TẮT DỰ ÁN .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ DỰ ÁN .....</b>	<b>1</b>
1. Tên dự án nghiên cứu.....	1
2. Đặt vấn đề .....	1
3. Lí do chọn đề tài .....	2
4. Mục tiêu nghiên cứu .....	2
5. Ý nghĩa dự án.....	2
6. Cơ sở lí thuyết.....	3
<b>CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>3</b>
1. Thời gian – Địa điểm – Phương pháp lấy mẫu khảo sát .....	3
2. Quy trình thực hiện khảo sát .....	3
<b>CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN .....</b>	<b>4</b>
<b>I. THÔNG TIN CƠ BẢN .....</b>	<b>4</b>
1. Giới tính .....	4
2. Độ tuổi.....	4
3. Niên khóa .....	5
<b>II. NHẬN DIỆN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ.....</b>	<b>5</b>
4. Nhận diện chung.....	5
5. Tình trạng sử dụng .....	5
5.1. Xu hướng chưa từng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ .....	6
<b>III. NHU CẦU VÀ HÀNH VI SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ .....</b>	<b>8</b>
6. Tần suất sử dụng dịch vụ/tuần.....	8
7. Mục đích sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của những sinh viên đã từng sử dụng dịch vụ trước đây .....	9
8. Các hãng xe công nghệ đã từng được sinh viên UEH sử dụng .....	10
9. Khoảng cách di chuyển ưu tiên .....	10
10. Số tiền trung bình một tháng sinh viên UEH chi tiêu cho dịch vụ xe công nghệ .....	11
<b>IV. CẢM NHẬN CÁ NHÂN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ.....</b>	<b>12</b>

11. Mức độ hài lòng của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh về việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ .....	13
12. Mức độ hài lòng chung của sinh viên UEH về việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.....	18
13. Những bất tiện khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ mà sinh viên UEH đã từng gặp phải.....	19
14. Các đề xuất trong tương lai .....	20
15. Ý định sử dụng trong tương lai .....	22
<b>V. THỐNG KÊ SUY DIỄN.....</b>	<b>22</b>
<b>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN – GIẢI PHÁP – HẠN CHẾ.....</b>	<b>23</b>
<b>I. Kết luận.....</b>	<b>23</b>
<b>II. Đề xuất giải pháp .....</b>	<b>24</b>
<b>III. Hạn chế của đề tài.....</b>	<b>24</b>
1. Hạn chế đối với đề tài.....	24
2. Hạn chế đối với nhóm nghiên cứu .....	24

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

### BẢNG BIỂU

- **Bảng 1:** Bảng tần số thể hiện giới tính người tham gia khảo sát.
- **Bảng 2:** Bảng tần số thể hiện năm học của sinh viên tham gia khảo sát.
- **Bảng 3:** Bảng thống kê tần số và tần suất của các lý do.
- **Bảng 4:** Bảng phân phối tần số thể hiện số lần sinh viên UEH sử dụng xe ôm công nghệ trong một tuần.
- **Bảng 5:** Bảng phân phối tần số thể hiện mục đích sử dụng dịch vụ.
- **Bảng 6:** Bảng phân phối tần số thể hiện hãng xe ôm công nghệ sinh viên UEH sử dụng.
- **Bảng 7:** Bảng phân phối tần số thể hiện khoảng cách di chuyển ưu tiên để sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ
- **Bảng 8:** Bảng phân tích dữ liệu về chỉ tiêu cho dịch vụ.
- **Bảng 9:** Bảng tần số và tần suất đánh giá của sinh viên UEH về các tiêu chí khi sử dụng dịch vụ.
- **Bảng 10:** Bảng phân phối tần số và tần suất về mức độ hài lòng của sinh viên UEH khi đề cập đến các chỉ tiêu bảo mật.
- **Bảng 11:** Bảng phân phối tần số và tần suất mức độ hài lòng của sinh viên UEH khi nói đến các chỉ tiêu về kinh tế.
- **Bảng 12:** Bảng phân phối tần số và tần suất về mức độ đánh giá chung.
- **Bảng 13:** Bảng phân phối tần số và tần suất thể hiện sự đánh giá của sinh viên về các bất tiện của dịch vụ.
- **Bảng 14:** Bảng phân phối tần số và tần suất về các đề xuất cải thiện.
- **Bảng 15:** Bảng phân phối tần số và tần suất ý định sử dụng tiếp tục sử dụng dịch vụ.
- **Bảng 16:** Bảng giá trị mức tiền sẵn lòng chi trả cho dịch vụ trong 1 tuần của người tham gia khảo sát (nghìn VNĐ).

### BIỂU ĐỒ

- **Hình 1:** Biểu đồ thể hiện tỉ lệ giới tính của người tham gia khảo sát.
- **Hình 2:** Biểu đồ thể hiện năm học của sinh viên tham gia khảo sát.
- **Hình 3:** Biểu đồ thể hiện độ tuổi của những sinh viên tham gia khảo sát.
- **Hình 4:** Biểu đồ tròn thể hiện tình hình nhận diện chung về dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 5:** Biểu đồ cột thể hiện tình trạng sử dụng dịch vụ của sinh viên UEH.
- **Hình 6:** Biểu đồ cột ngang thể hiện nhu cầu sử dụng của sinh viên trong tương lai.
- **Hình 7:** Biểu đồ thể hiện cơ cấu mục đích sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 8:** Biểu đồ thể hiện tỉ lệ các hãng dịch vụ xe công nghệ được ưu tiên chọn lựa.
- **Hình 9:** Biểu đồ thể hiện sự kỳ vọng tương lai về các hãng xe công nghệ.
- **Hình 10:** Biểu đồ Histogram thể hiện số lần sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong tuần.

- **Hình 11:** Biểu đồ thể hiện các mục đích khi sử dụng xe ôm công nghệ của sinh viên.
- **Hình 12:** Biểu đồ thể hiện hãng dịch vụ xe ôm công nghệ được sử dụng bởi sinh viên UEH.
- **Hình 13:** Biểu đồ thể hiện khoảng cách di chuyển để sinh viên UEH ưu tiên chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 14:** Biểu đồ hộp thể hiện số tiền trung bình một tháng sinh viên UEH dùng để sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 15:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố tiện lợi.
- **Hình 16:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố bảo mật của dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 17:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố kinh tế của dịch vụ xe ôm công nghệ.
- **Hình 18:** Biểu đồ tròn đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên.
- **Hình 19:** Biểu đồ cột dọc đánh giá những điều bất tiện sinh viên gặp phải khi sử dụng xe ôm công nghệ.
- **Hình 20:** Biểu đồ cột dọc thể hiện đề xuất của sinh viên để nâng cao chất lượng dịch vụ.
- **Hình 21:** Biểu đồ tròn thể hiện tỉ lệ phần trăm nhu cầu tiếp tục sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH.

## DANH SÁCH THÀNH VIÊN

STT	Tên	Mã số sinh viên
1	Nguyễn Mai Anh	31221027013
2	Trần Gia Bảo	31221025926
3	Dương Thị Như Huyền	31221022781
4	Đào Anh Minh	31221025693
5	Huỳnh Nhật Ý Như	31221026185

## LỜI MỞ ĐẦU

“Thống kê ứng dụng trong Kinh tế và Kinh doanh” là một trong những môn học nền tảng và có tính ứng dụng rất cao mà bất kỳ sinh viên kinh tế nào cũng phải ra sức học tập và thực hành trong thực tiễn. Bởi lẽ, việc ứng dụng và phân tích các dữ liệu thống kê luôn đóng một vai trò không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh và quản lý của các doanh nghiệp.

Với mong muốn có thể áp dụng những lý thuyết đã học vào thực tiễn; đồng thời, rút ra những kinh nghiệm và những thiếu sót trong quá trình tiến hành dự án, nhóm sinh viên chúng em đã quyết định lựa chọn nghiên cứu đề tài **“Khảo sát nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên đại học kinh tế TP. Hồ Chí Minh”**.

Tại Việt Nam, xe máy được xem là một trong những phương tiện đi lại phổ biến nhất, với hơn 3 triệu xe máy được tiêu thụ trong năm 2022 - theo số liệu thống kê của Hiệp hội Các nhà sản xuất Xe máy Việt Nam (VAMM). Chính vì vậy, việc tạo ra nguồn thu nhập từ đây cũng trở nên dễ dàng hơn. Đặc biệt, với sự ảnh hưởng từ cuộc cách mạng công nghệ 4.0, các ứng dụng dịch vụ lần lượt ra đời mà một trong số đó có thể kể đến: Grab, Be, Gojek,... Sự xuất hiện của các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ này tại Việt Nam đã tạo nên sự khác biệt khá lớn so với các loại xe ôm truyền thống. Nhờ những dịch vụ xe ôm công nghệ này mà người dân, đặc biệt là những người không có phương tiện di chuyển cá nhân, có thể đáp ứng được nhu cầu đi lại, sinh hoạt hằng ngày của mình. Vì lẽ đó, ngày càng có nhiều người dùng tin tưởng và ưa thích sử dụng hình thức di chuyển này, trong đó có cả các bạn sinh viên nói chung và sinh viên UEH nói riêng.

Từ đây, ta bắt đầu đặt ra những nghi vấn về mức độ sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH, về những hãng dịch vụ xe ôm công nghệ đáp ứng nhu cầu của các bạn, hay về những yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn các hãng xe ôm của các bạn sinh viên này ... Để có thể hiểu rõ hơn về những vấn đề trên và đưa ra những kết luận thực tế, chính xác nhất, nhóm chúng em đã thực hiện một cuộc khảo sát qua một bảng câu hỏi online trong khoảng thời gian từ **21/05/2023** đến **23/05/2023**, với quy mô **250 người** mà đối tượng khảo sát là các bạn sinh viên UEH từ năm 1 đến năm 4.

## CHƯƠNG 1: TÓM TẮT DỰ ÁN

Việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ vốn đã không còn quá xa lạ với người dân trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh nói riêng và cả nước nói chung. Nó giúp người sử dụng tiết kiệm rất nhiều thời gian và tiền bạc. Chỉ bằng một vài thao tác đơn giản trên các ứng dụng, khách hàng đã có thể kết nối với tài xế gần nhất cho chuyến đi của mình. Hơn thế nữa, chỉ với một chiếc điện thoại thông minh cùng với một chiếc xe gắn máy, ai cũng có thể kiếm thêm thu nhập từ công việc này. Đối tượng sử dụng của dịch vụ xe ôm công nghệ rất đa dạng, không chỉ riêng sinh viên mà còn là giáo viên, viên chức, nhân viên văn phòng... đều đã sử dụng quen thuộc dịch vụ này.

Để có một góc nhìn sâu hơn về vấn đề này và có một lời giải chính xác cho câu hỏi “Liệu nhu cầu của người dân mà ở cụ thể ở đây đối tượng là sinh viên cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ có lớn hay không?”, cùng với sự cố vấn của Giảng viên bộ môn - Thầy Nguyễn Văn Sỹ, nhóm chúng em đã quyết định lựa chọn đề tài: “Khảo sát nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh” nhằm khảo sát, nghiên cứu, phân tích và đưa ra kết quả rõ ràng về chủ đề này. Với công cụ là Google Forms và sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng với 250 mẫu khảo sát đến từ sinh viên ở các độ tuổi khác nhau, chúng em đã thấy được một góc nhìn tính cực của sinh viên trong việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhu cầu sử dụng dịch vụ trên của sinh viên là rất lớn – chiếm hơn 90% nhưng mức độ hài lòng với dịch vụ chỉ hơn 10% trong tổng số khảo sát. Từ đó, bài nghiên cứu đi vào phân tích cụ thể hơn và đưa ra những đề xuất với mong muốn cải thiện nhu cầu và mức độ hài lòng của sinh viên cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

## CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ DỰ ÁN

### 1. Tên dự án nghiên cứu

Khảo sát nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

### 2. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, khi công nghệ ngày càng phát triển, nhu cầu sử dụng các loại hình dịch vụ của người dân cũng bắt đầu thay đổi. Họ có xu hướng ưa chuộng các loại hình dịch vụ có hệ thống, hoạt động minh bạch, rõ ràng, có chính sách an ninh đảm bảo quyền lợi cho người dùng. Đặc biệt, các dịch vụ phải nhanh chóng và tiện lợi. Một trong số đó phải kể đến là sự ra đời và phát triển của dịch vụ xe ôm công nghệ. Khi dịch vụ này ra đời, nó mang lại lợi ích cho cả người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ.

Từ xưa đến nay, những người tài xế xe ôm truyền thống đều phải ra đường tìm kiếm những khách hàng có nhu cầu đi xe. Ngược lại, khách hàng muốn đi xe cũng phải tự tìm xe ôm để đi. Do đây là một dịch vụ tự phát nên không ai có thể kiểm soát được chi phí mà khách hàng phải chi trả cho chuyến đi. Hay nói cách khác, tài xế lái xe tự định giá và đòi khi, người khách hàng bắt buộc phải trả giá để tránh bị “hớ”. Từ đó, người dân có nhu cầu đi xe ôm ngày càng cảnh giác và có cái nhìn tiêu cực với những người lái xe. Chính vì thế, dịch vụ xe ôm công nghệ khi xuất hiện đã đáp ứng gần như hoàn toàn nhu cầu của tài xế và khách hàng.

Việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ giúp người sử dụng tiết kiệm rất nhiều thời gian và tiền bạc. Tài xế và người sử dụng dịch vụ kết nối với nhau nhanh hơn mà không cần tốn

thời gian chờ đợi như khi sử dụng dịch vụ xe ôm truyền thống. Hơn nữa, trong thời đại công nghệ phát triển, việc sở hữu một chiếc điện thoại thông minh đã trở nên thông dụng. Đó cũng là lý do việc kiếm thêm thu nhập từ việc đó trở nên dễ dàng hơn. Có thể nói, bất cứ ai cũng có thể trở thành một bác tài chính hiệu và chuyên nghiệp.

### **3. Lí do chọn đề tài**

Ngày nay, chúng ta không khó bắt gặp các tài xế chạy xe ôm công nghệ trên đường phố địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Đây là loại hình dịch vụ ngày càng được ưa chuộng không chỉ riêng ở các tỉnh thành lớn. Một ví dụ cho điều này có thể kể đến là tại Bình Phước, Đà Lạt và một số tỉnh thành khác, dịch vụ xe ôm công nghệ cũng đang phát triển nhanh chóng. Minh chứng cho điều này là các hãng dịch vụ nhỏ như ứng dụng VILL ra đời nhằm phục vụ cho nhu cầu của người dân nơi đây. Quay trở lại TP. Hồ Chí Minh, Grab, Be, Gojek và một số các hãng dịch vụ khác cũng ngày càng phổ biến hơn đối với sinh viên xa nhà, không có phương tiện đi lại, chỗ ở lại xa các trạm xe bus. Tuy nhiên, khi đưa ra quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, sinh viên nói riêng và toàn bộ người sử dụng nói chung đều ít nhiều có cân nhắc về ưu và nhược điểm của nó.

Tuy nhiên, tại đây lại nảy sinh một thắc về việc những hãng xe ôm nào sẽ đáp ứng nhu cầu, tài chính, an toàn và nhận được sự tin cậy từ các bạn sinh viên UEH nhiều hơn. Bởi vậy, nhóm chúng em đã tiến hành khảo sát từ ngày 21/05/2021 đến ngày 23/05/2023 để có thể hiểu rõ được những yếu tố ảnh hưởng đến sinh viên khi đưa ra quyết định lựa chọn dịch vụ xe ôm của các hãng. Thông qua nghiên cứu này, chúng em muốn xác định nhu cầu của sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, với đối tượng là sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

### **4. Mục tiêu nghiên cứu**

#### **a) Mục tiêu chung**

Mục tiêu của đề tài tập trung vào việc nghiên cứu, phân tích sâu vào nhu cầu, mục đích, kỳ vọng của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh nói riêng và sinh viên trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh nói chung khi quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Ngoài ra, dựa trên các kết quả thu thập được, chúng ta còn có thể biết rõ thái độ và mức độ hài lòng của sinh viên về việc sử dụng dịch vụ của các hãng vận tải thông dụng.

#### **b) Mục tiêu chi tiết**

- (1) Biết được nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH dựa trên độ tuổi/ thu nhập/ giới tính...
- (2) Biết được sinh viên UEH lựa chọn những dịch vụ xe ôm công nghệ nào.
- (3) Biết được đâu là dịch vụ xe ôm được sinh viên UEH sử dụng nhiều, ít nhất.
- (4) Biết được sinh viên năm mấy/ sinh viên có khoảng thu nhập bao nhiêu có xu hướng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ nhiều nhất.
- (5) Biết được tần suất sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH.
- (6) Biết được tỉ lệ phần trăm sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trên tổng số lần di chuyển.
- (7) Tìm hiểu lí do sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.
- (8) Tìm hiểu những tình huống/ bối cảnh sinh viên UEH sử dụng xe ôm công nghệ.
- (9) Biết được mức độ tin tưởng chất lượng bảo mật của app xe ôm công nghệ.
- (10) Biết được mức độ hài lòng khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.
- (11) Biết được những vấn đề sinh viên UEH thường gặp phải khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ và đề ra những biện pháp cải thiện.

### **5. Ý nghĩa dự án**

Dự án đề ra nhằm tìm hiểu về nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh. Hơn nữa, đề tài hy vọng thu được nhiều số liệu, bằng chứng cũng như các cơ sở lý thuyết nhằm khai thác sâu hơn, giúp mở rộng quy mô nghiên cứu đối với các thành phần dân cư khác mà không chỉ gói gọn trong sinh viên. Ngoài



ra, đề tài mong nhận được những phản hồi chân thật về chất lượng dịch vụ của xe ôm công nghệ, nhằm tìm ra những điểm mạnh cần phát huy và điểm yếu còn tồn đọng, từ đó đề xuất những biện pháp phù hợp cho tương lai.

## **6. Cơ sở lý thuyết**

### **a) Các khái niệm chung**

Dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này có thể cung cấp cho chủ thể kia. Trong đó, đối tượng cung cấp nhất định phải mang tính vô hình và không dẫn đến bất kỳ quyền sở hữu một vật nào cả. Còn việc sản xuất dịch vụ có thể, hoặc không cần gắn liền với một sản phẩm vật chất nào. (Theo định nghĩa của Philip Kotler và Kellers 2006).

Xe công nghệ là một nền tảng giúp người lái và khách hàng hay người sử dụng dịch vụ có thể dễ dàng giao tiếp hiệu quả. Dịch vụ này liên quan đến 3 bên: hành khách, tài xế và nhà cung cấp; nơi có thể đáp ứng và kiểm soát nhu cầu từ hành khách và sự sẵn sàng của tài xế bởi nhà cung cấp dịch vụ gọi xe, xe công nghệ cho phép hành khách yêu cầu và đi xe thông qua thiết bị di động và vị trí của họ sẽ được gửi đến tài xế bằng GPS – hệ thống định vị toàn cầu. (Theo He&Shen 2015).

Từ đó, ta có thể kết luận rằng, dịch vụ xe ôm công nghệ là dịch vụ vận tải chuyên chở hành khách, hàng hóa đến nơi người sử dụng dịch vụ yêu cầu. Sau chuyến đi, tài xế và người cung cấp dịch vụ sẽ nhận được khoản phí đã được đưa ra và được người sử dụng đồng ý từ trước.

### **b) Các loại thang đo**

Trong bài nghiên cứu, các thang đo được chúng em sử dụng là: Danh nghĩa, Thứ bậc, Khoảng và Tỉ lệ.

## **CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

### **1. Thời gian – Địa điểm – Phương pháp lấy mẫu khảo sát**

- a) Thời gian:** từ ngày 21/05/2023 đến ngày 23/05/2023
- b) Phạm vi khảo sát:** Trường Đại học TP. Hồ Chí Minh
- c) Đối tượng khảo sát:** sinh viên đã/đang theo học tại Trường Đại học TP. Hồ Chí Minh
- d) Số lượng:** 250 quan sát
- e) Cách lấy mẫu:** khảo sát dưới hình thức trực tuyến thông qua Microsoft Forms ( Biểu mẫu Microsoft)
- f) Phương pháp lấy mẫu:** phi ngẫu nhiên
- g) Phương pháp phân tích:** sử dụng các công cụ thống kê mô tả (trình bày dữ liệu bằng biểu, đồ thị,...) và suy diễn thống kê (ước lượng khoảng, kiểm định giả thuyết, suy diễn thống kê cho tỷ lệ của hai tổng thể)

### **2. Quy trình thực hiện khảo sát**

Bước 1: Chọn đề tài, đặt vấn đề khảo sát.

Bước 2: Đặt câu hỏi và lập bảng khảo sát bằng Microsoft Forms.

Bước 3: Thực hiện thu thập thông tin thông qua các nền tảng mạng xã hội Facebook, Messenger, Zalo,...

Bước 4: Tổng hợp thông tin.

Bước 5: Trình bày dữ liệu bằng, biểu đồ thống kê suy diễn và thống kê mô tả.

Bước 6: Sử dụng phần mềm Microsoft Excel để nhập liệu, phân tích và xử lý số liệu.

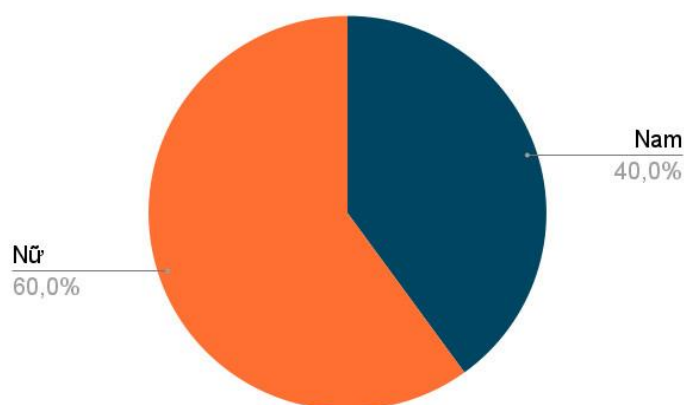
Bước 7: Sử dụng phần mềm Microsoft Word để phân tích các kết quả thu thập được và tiến hành viết báo cáo dự án.

Bước 8: Kết luận, đưa ra hạn chế, giải pháp cho dự án.

# CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

## I. THÔNG TIN CƠ BẢN

### 1. Giới tính



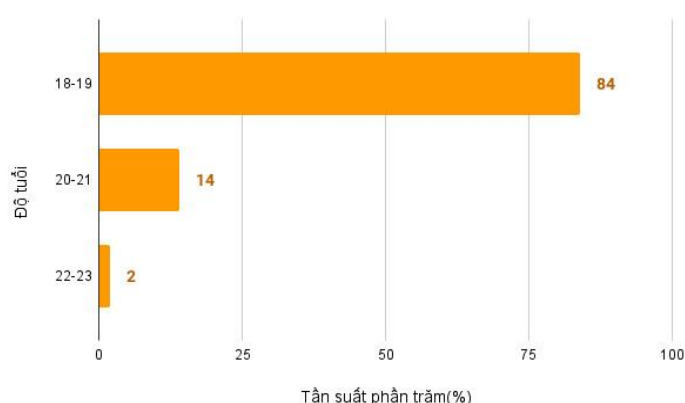
**Hình 1:** Biểu đồ thể hiện tỉ lệ giới tính của người tham gia khảo sát

Giới tính	Tần số (người)	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)
Nam	101	0,4	40
Nữ	149	0,6	60
<b>Tổng</b>	<b>250</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

**Bảng 1:** Bảng tần số thể hiện giới tính người tham gia khảo sát

Trong tổng số 250 đối tượng khảo sát, người tham gia khảo sát có giới tính nữ là 149 người chiếm 59,6%, trong khi đó, có 101 người là nam chiếm 40,4% tổng số. Số liệu này gần như tương đồng với cơ cấu giới tính sinh viên tại Đại học Kinh tế TP.HCM, vì thế mẫu khảo sát này khá đại diện cho tổng thể.

### 2. Độ tuổi



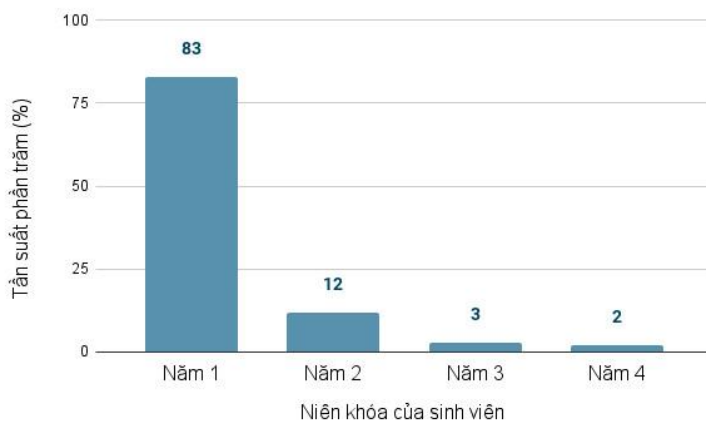
**Hình 2:** Biểu đồ thể hiện độ tuổi của những sinh viên tham gia khảo sát

Độ tuổi	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)
18-19	211	0,84	84
20-21	34	0,14	14
22-23	5	0,02	2
<b>Tổng</b>	<b>250</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

**Bảng 2:** Bảng tần số thể hiện độ tuổi người làm khảo sát

Trong tổng số 250 đối tượng được khảo sát, có 211 sinh viên thuộc độ tuổi từ 18-19 đã tham gia cuộc khảo sát. Đây cũng là độ tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất trong cuộc khảo sát với 84%, gấp 6 lần tỷ lệ những người thuộc độ tuổi từ 20-21 (14%), và gấp 42 lần nhóm sinh viên tham gia khảo sát thuộc độ tuổi từ 22-23 (chỉ chiếm 2% tổng số).

### 3. Niên khóa



Từ biểu đồ ở trên, ta thấy chiếm tỷ lệ khảo sát cao nhất là sinh viên năm 1 với tỷ lệ 83%, kế tiếp là sinh viên năm 2 với tỷ lệ 12%, và tỷ lệ thấp nhất là sinh viên năm 3 và năm 4, chỉ chiếm lần lượt là 3% và 2% tổng số.

**Hình 3:** Biểu đồ thể hiện năm học của sinh viên tham gia khảo sát.

## II. NHẬN DIỆN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ

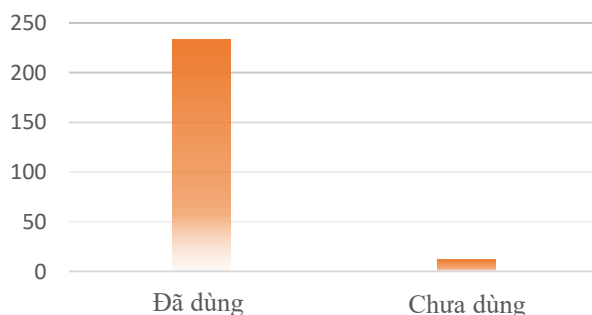
### 4. Nhận diện chung



**Hình 4:** Biểu đồ tròn thể hiện tình hình nhận diện chung về dịch vụ xe ôm công nghệ

Theo kết quả thống kê khảo sát có được, có đến 245/250 sinh viên cho biết rằng họ đã biết các hãng xe ôm công nghệ, con số này chiếm trọn 98% trên tổng thống kê. Trong khi đó, những người chưa biết về các loại hình dịch vụ này chỉ chiếm 2%, tương đương với 5/250 sinh viên được khảo sát. Từ đây, ta có thể thấy rằng, dịch vụ xe ôm công nghệ rất phổ biến với sinh viên UEH cho dù họ có sử dụng hay không. Điều này là dễ hiểu khi các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ đã tập trung thực hiện rất tốt cả công tác truyền thông trực tiếp và gián tiếp, mà kết quả là độ nhận diện thương hiệu rất cao (gần 100%) đối với người dân nói chung và sinh viên UEH nói chung.

### 5. Tình trạng sử dụng



**Hình 5:** Biểu đồ cột thể hiện tình trạng sử dụng dịch vụ của sinh viên UEH

Từ kết quả khảo sát đã được trình bày lại bằng biểu đồ cột bên dưới, ta có thể thấy trong số 245 sinh viên đã biết về các dịch vụ xe ôm công nghệ, có 233/245 sinh viên (chiếm tỉ lệ 95.1% ) đã từng sử dụng dịch vụ này. 4.9% còn lại dù biết nhưng vẫn chưa sử dụng dịch vụ, cho thấy dù có độ nhận diện cao nhưng không phải ai cũng chọn sử dụng dịch vụ, tuy nhiên con số hơn 95% người sử dụng đã áp đảo số ít còn lại này.

### 5.1. Xu hướng chưa từng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ

Sau khi khảo sát về tình trạng sử dụng các loại hình dịch vụ xe ôm công nghệ, khi nhận thấy có 12/245 sinh viên chưa từng dùng các loại hình dịch vụ trên, chúng em tiếp tục đi khảo sát nhóm sinh viên này bằng cái câu hỏi liên quan. Từ đó, chúng em đã rút ra được một số kết quả quan trọng như sau:

#### a) Lý do không sử dụng

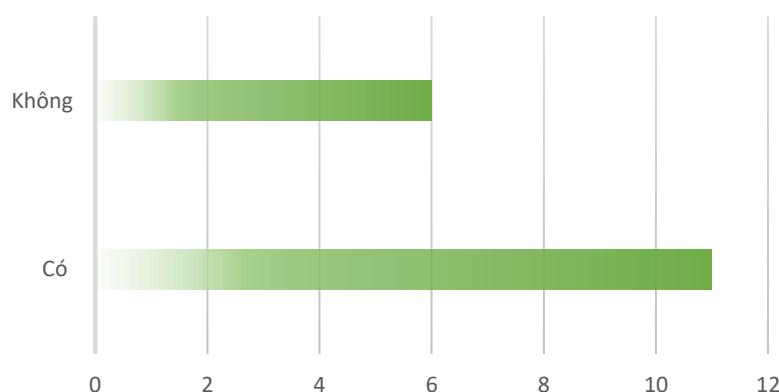
Lí do sử dụng dịch vụ	Tần số (người)	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)	Tần suất phần trăm trường hợp (%)
Gặp khó khăn đặt xe trong giờ cao điểm	3	0,215	12.5	25
Phải có kết nối Internet	4	0,167	16.67	33.33
Thời gian chờ tài xế quá lâu	3	0,215	12.5	25
Lo sợ thái độ của tài xế	1	0,042	4.17	8.33
Tài xế lái xe không đảm bảo an toàn	0	0	0	0
Có phương tiện di chuyển riêng	8	0,33	33.32	66.67
Tốn kém chi phí	4	0,167	16.67	33.33
Khác	1	0,042	4.17	8.33
<b>Tổng</b>	<b>24</b>	<b>1,00</b>	<b>100</b>	<b>199.99</b>

**Bảng 3:** Bảng thống kê tần số và tần suất của các lý do

Bảng trên cho thấy một góc nhìn chính xác nhất về các lý do mà sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh không lựa chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Lý do lớn nhất của việc sinh viên không lựa chọn việc di chuyển bằng các dịch vụ xe ôm công nghệ được 8/12 sinh viên chọn là bởi các bạn đều đã có phương tiện di chuyển riêng – xe máy. Con số này chiếm 66.67% trong tổng số khảo sát. Hai lựa chọn trên đều có 4/12 phiếu chọn lựa chiếm 33.33%.

Sau đó, lựa chọn sự bất tiện khi đặt xe trong giờ cao điểm và thời gian chờ tài xế cùng nằm ở mức 3/12 sinh viên chọn chiếm tỉ lệ 25% nhằm đưa ra lý do ví sao không chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Ngoài ra, thái độ tài xế cũng là một nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của sinh viên khi có 1 sinh viên lựa chọn rằng lý do khiến họ cân nhắc việc sử dụng dịch vụ này bởi lẽ họ lo sợ về thái độ của tài xế. Đã từng có rất nhiều sự việc xảy ra đối với người sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, đặc biệt là đối với nữ vào buổi đêm. Đó cũng là một lý do vì sao càng ngày càng có nhiều người nói chung và sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh nói riêng e ngại và không muốn sử dụng một dịch vụ không đảm bảo được tính an toàn cho họ.

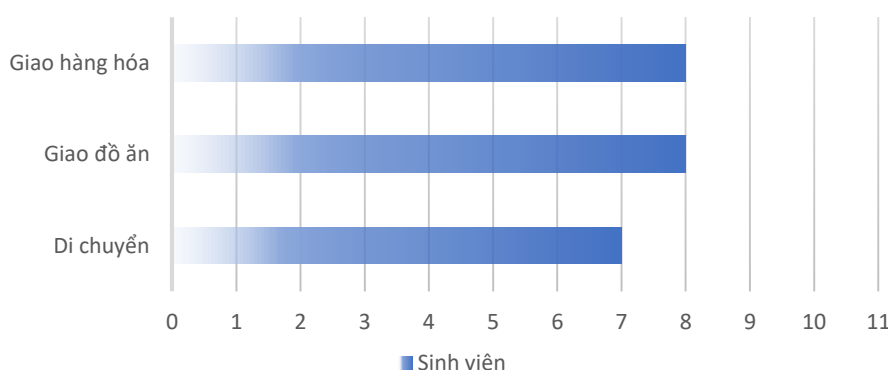
### ***b) Nhu cầu sử dụng dịch vụ***



**Hình 6:** Biểu đồ cột ngang thể hiện nhu cầu sử dụng của sinh viên trong tương lai

Khảo sát thêm về 5 sinh viên chưa biết đến dịch vụ xe ôm công nghệ và 12 sinh viên đã biết nhưng chưa từng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, như biểu đồ ở trên, thấy khoảng 2/3 (11/17 sinh viên) sẵn sàng dùng các dịch vụ này trong tương lai, đồng nghĩa 35,3% còn lại quyết định không sử dụng. Điều này thể hiện rằng luôn có một nhóm đối tượng khách hàng khó tính mà các phương thức truyền thông rất khó tiếp cận, đòi hỏi nhân hàng càng phải làm tốt hơn để đáp ứng nhu cầu nếu muốn gia tăng lượng khách hàng của mình.

### ***c) Mục đích sử dụng đối với những sinh viên có nhu cầu sử dụng dịch vụ trong tương lai***

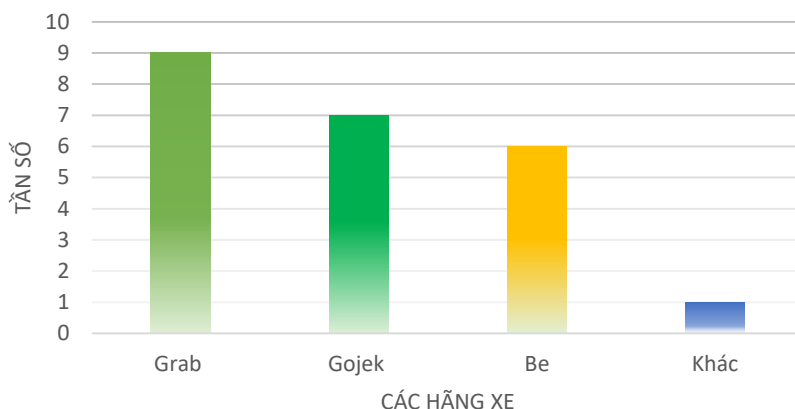


**Hình 7:** Biểu đồ thể hiện cơ cấu mục đích sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ

Dựa vào biểu đồ trên rút ra nhận xét: đối với những sinh viên hiện tại chưa sử dụng dịch vụ xe công nghệ nhưng sẽ cân nhắc sử dụng trong tương lai với những nhu cầu gần như ngang nhau về sự cần thiết: giao đồ ăn (8/11 sinh viên), giao hàng hóa (8/11 sinh viên) và di chuyển (7/11 sinh viên). Với những tỉ lệ khá cao như vậy

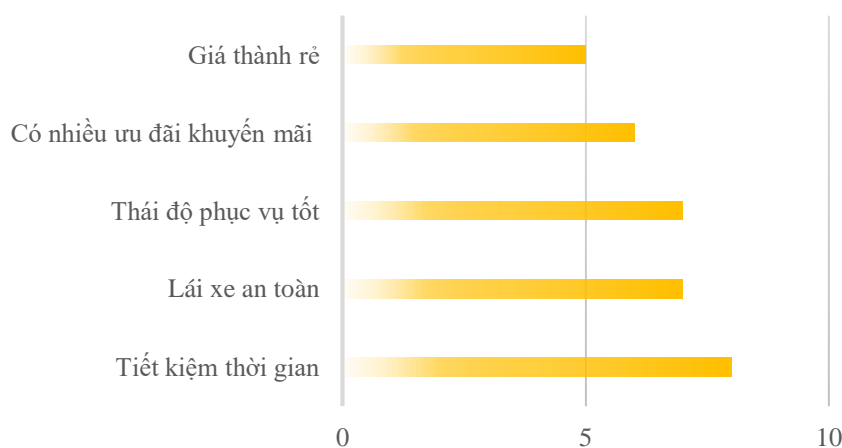
### ***d) Những hãng xe được ưa chuộng***

Từ biểu đồ dưới, dễ thấy Grab là thương hiệu chiếm thế thượng phong với 9 chọn lựa trên tổng số 11 sinh viên, chiếm 81.82%. Kế tiếp lần lượt là Gojek và Be với lần lượt 7 và 6 lựa chọn chiếm 63.64% và 54.55% trong tổng số. Điều này cho thấy Grab đang có ưu thế lớn hơn 2 đối thủ cùng ngành còn lại trong việc thu hút khách hàng mới là sinh viên UEH với độ nhận diện thương hiệu cao, tuy nhiên Gojek và Be cũng đuổi theo sát nút. Do vậy, chỉ cần một nước đi sai lệch trong chính sách hoạt động cũng có thể khiến Grab bị soán ngôi, điều này buộc những nhà điều hành của các hãng xe phải vô cùng cẩn trọng trong từng kế hoạch của mình.



**Hình 8:** Biểu đồ thể hiện tỉ lệ các hãng dịch vụ xe công nghệ được ưu tiên chọn lựa

**e) Kỳ vọng tương lai của những sinh viên UEH chưa sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ**



**Hình 9:** Biểu đồ thể hiện sự kỳ vọng tương lai về các hãng xe công nghệ

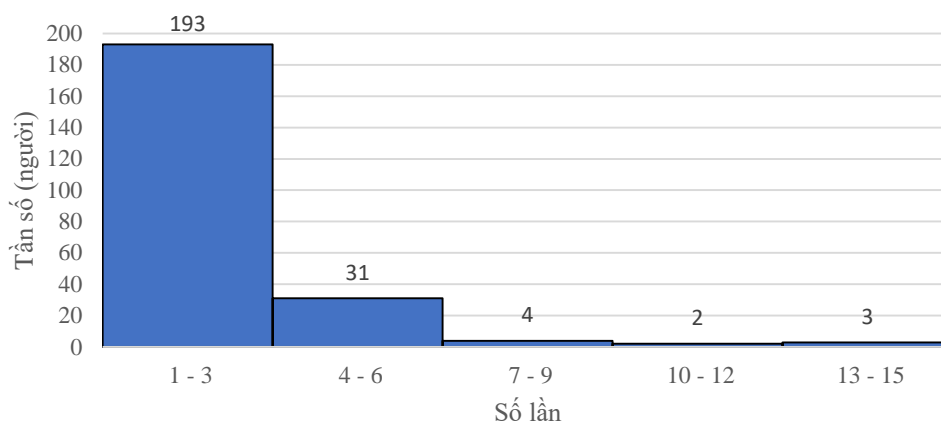
Từ biểu đồ trên, ta thấy sự kỳ vọng vào việc tiết kiệm thời gian chiếm tỉ trọng nhiều nhất khi có 8/11 phiếu lựa chọn chiếm 72.72%. Theo sau là lựa chọn về thái độ và sự an toàn trong khi lái xe lần lượt xuất hiện ở mức tỉ lệ 63.64% với 7/11 lượt chọn lựa. Sự kỳ vọng của việc có nhiều ưu đãi và giá thành rẻ nằm ở phần còn lại của biểu đồ khi 2 yếu tố này nhận được lần lượt 6 và 5 lượt bình chọn trên tổng số 11 sinh viên chiếm 54.55% và 45.45%.

### III. NHU CẦU VÀ HÀNH VI SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ

#### 6. Tần suất sử dụng dịch vụ/tuần

Số lần	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)
1 - 3	193	0,83	82,83
4 - 6	31	0,13	13,3
7 - 9	4	0,02	1,72
10 - 12	2	0,01	0,86
13 - 15	3	0,01	1,29
<b>Tổng</b>	<b>233</b>	<b>1,00</b>	<b>100</b>

**Bảng 4:** Bảng phân phối tần số thể hiện số lần sinh viên UEH sử dụng xe ôm công nghệ trong một tuần



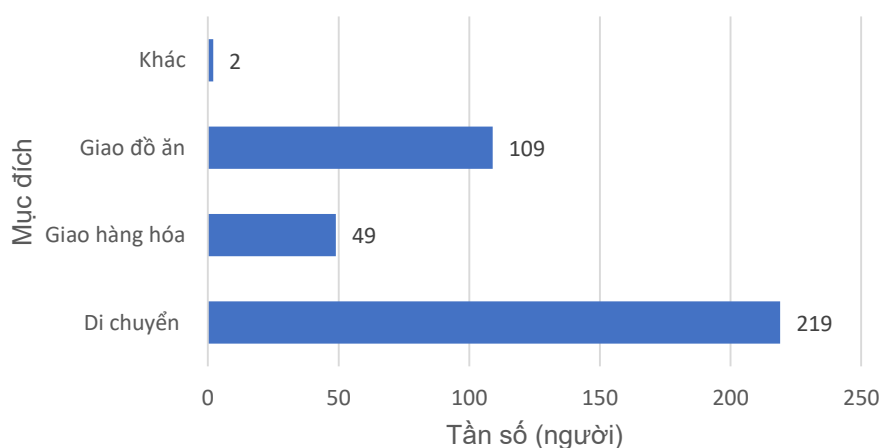
**Hình 10:** Biểu đồ Histogram thể hiện số lần sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong tuần

Có tới 193 sinh viên UEH (chiếm tỉ lệ 82,83%) sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ khoảng 1 - 3 lần/tuần và 31 sinh viên UEH (tương ứng với 13,3%) sử dụng dịch vụ này từ 4 - 6 lần/tuần, dễ thấy rằng luôn có một nhóm đối tượng lớn chỉ coi xe ôm công nghệ như một giải pháp xử lý những công việc nhất thời, đột xuất nên tần suất sử dụng dịch vụ này rất thấp. Tuy nhiên, có một số lượng đối tượng rất nhỏ có thói quen sử dụng xe ôm công nghệ với khoảng 1,72% sử dụng 7-9 lần/ tuần, 0,86% sử dụng 10-12 lần/tuần và 1,29% sử dụng 13-15 lần/ tuần.

#### 7. Mục đích sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của những sinh viên đã từng sử dụng dịch vụ trước đây

Mục đích	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)	Phần trăm trường hợp (%)
Di chuyển	219	0,58	57,78	93,99
Giao hàng hóa	49	0,13	12,93	21,03
Giao đồ ăn	109	0,29	28,76	46,78
Khác	2	0,01	0,53	0,86
<b>Tổng</b>	<b>379</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>	<b>162,66</b>

**Bảng 5:** Bảng phân phối tần số thể hiện mục đích sử dụng dịch vụ



**Hình 11:** Biểu đồ thể hiện các mục đích khi sử dụng xe ôm công nghệ của sinh viên

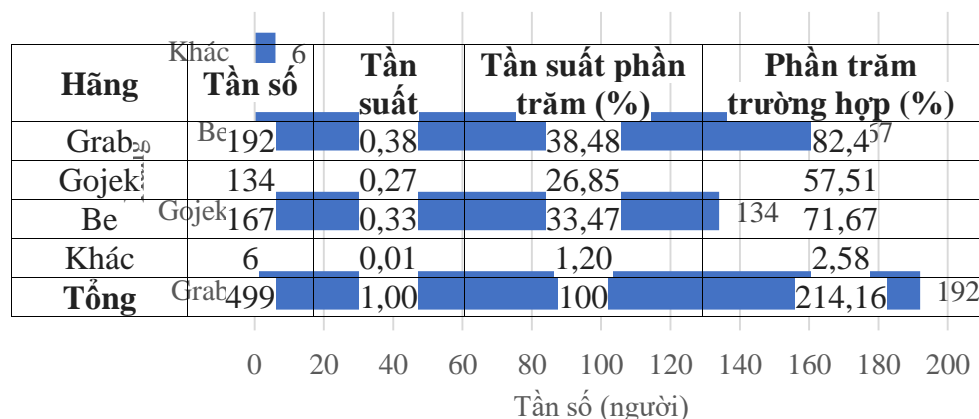
Có thể thấy mục đích chính của các bạn sinh viên khi lựa chọn sử dụng dịch vụ là mục đích di chuyển, với 219 bạn sinh viên, chiếm tới 93,99%; trong đó có những bạn có tần suất sử dụng

nhiều nhất (trên 9 lần/ tuần). Nhu cầu giao đồ ăn cũng khá lớn khi gần một nửa số người khảo sát (46,78%) chọn sử dụng xe ôm công nghệ cho mục đích này; thể hiện xu hướng mua đồ ăn ngoài nhưng không phải tốn thời gian tới quán và chờ đồ ăn của sinh viên, và xe ôm công nghệ là phương thức dịch vụ vô cùng phù hợp để đáp ứng nhu cầu này. Ngoài ra cũng có 21,03% số sinh viên được khảo sát lựa chọn xe ôm công nghệ để giao hàng hóa, chủ động được thời gian và nhanh hơn so với cách giao hàng truyền thống là bưu điện.

## 8. Các hãng xe công nghệ đã từng được sinh viên UEH sử dụng

Hãng	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)	Phần trăm trường hợp (%)
Grab	192	0,38	38,48	82,4
Gojek	134	0,27	26,85	57,51
Be	167	0,33	33,47	71,67
Khác	6	0,01	1,20	2,58
<b>Tổng</b>	<b>499</b>	<b>1,00</b>	<b>100</b>	<b>214,16</b>

**Bảng 6:** Bảng phân phối tần số thể hiện hãng xe ôm công nghệ sinh viên UEH sử dụng



**Hình 12:** Biểu đồ thể hiện hãng dịch vụ xe ôm công nghệ được sử dụng bởi sinh viên UEH

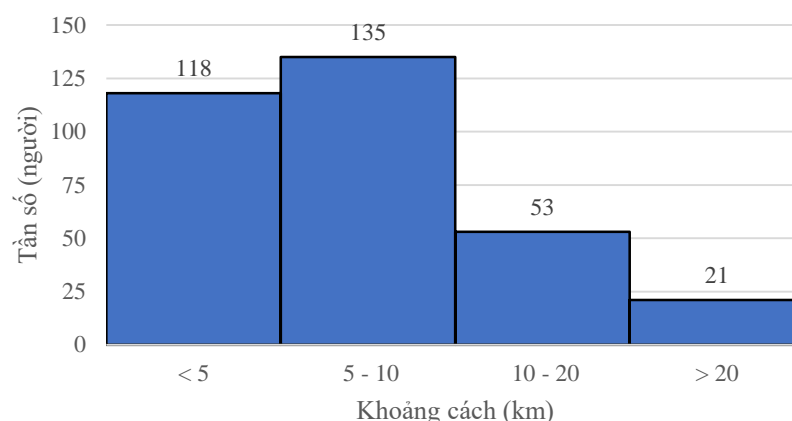
Grab là nền tảng dịch vụ xe ôm công nghệ được sinh viên UEH sử dụng nhiều nhất với 192 người từng sử dụng, chiếm tỉ lệ 82,4%, thể hiện độ nhận diện cao của Grab so với những hãng còn lại. Ngoài ra, Be và Gojek cũng có lượng khách hàng rất lớn, lần lượt là 167 và 134 người, chiếm 71,67% và 57,51%; cùng với Grab trở thành bộ 3 độc tôn ở mảng dịch vụ xe ôm công nghệ. Nhìn chung, đây đều là những hãng xe ôm công nghệ lâu đời, ra đời sớm ở Việt Nam, chiếm lĩnh một thị trường gần như không có đối thủ cạnh tranh nào khác đã khiến chúng sớm trở nên phổ biến.

## 9. Khoảng cách di chuyển ưu tiên

Khoảng cách	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)	Phần trăm trường hợp (%)
< 5	118	0,36	36,09	50,64
5 - 10	135	0,41	41,28	57,94
10 - 20	53	0,16	16,2	22,75
> 20	21	0,07	6,42	9,01
<b>Tổng</b>	<b>327</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>	<b>140,34</b>

**Bảng 7:** Bảng phân phối tần số thể hiện khoảng cách di chuyển ưu tiên để sinh viên UEH sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ





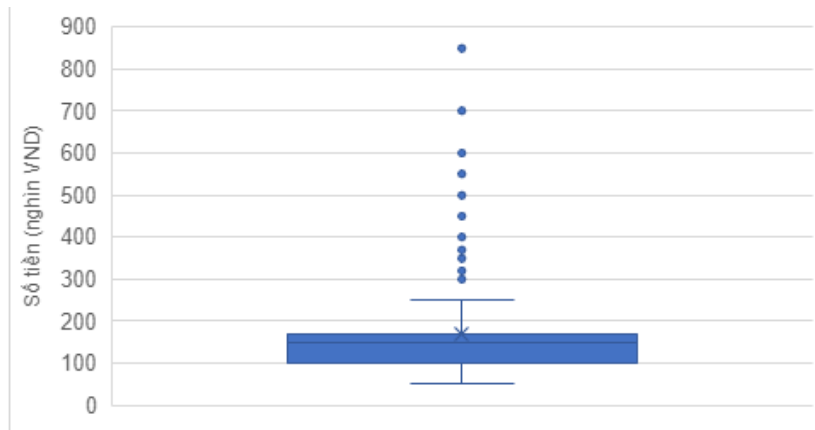
**Hình 13:** Biểu đồ thể hiện khoảng cách di chuyển để sinh viên UEH ưu tiên chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ

Phần lớn đối tượng khảo sát ưu tiên lựa chọn sử dụng xe ôm công nghệ với khoảng cách từ 5 - 10 km với số lượng 135 sinh viên, chiếm 57,94%; đây là khoảng cách mà sinh viên thường sẽ mất thời gian khi tự mình di chuyển (đi bộ, dùng xe riêng) hoặc mất nhiều chi phí hơn nếu sử dụng các dịch vụ di chuyển khác (xe taxi, xe ôm truyền thống,...). Khoảng cách dưới 5km cũng được tới 118 sinh viên ưu tiên sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ (50,64%), thường là do bản thân sinh viên không có phương tiện di chuyển riêng, cũng do xu hướng đặt đồ ăn ngoài đến tận nhà của phần lớn sinh viên hiện nay như đã đề cập. Với những khoảng cách xa hơn: từ 10-20km và trên 20km có tỷ lệ ưu tiên lựa chọn xe ôm công nghệ ít hơn, lần lượt là 53 và 21 sinh viên (tương ứng 22,75% và 9,01%), cho thấy xe ôm công nghệ không phải là lựa chọn phù hợp cho quãng đường dài do những đặc tính như chi phí đường dài lớn đối ngược với tiện nghi không đầy đủ để khách hàng thoải mái trong khoảng thời gian dài di chuyển.

#### 10. Số tiền trung bình một tháng sinh viên UEH chi tiêu cho dịch vụ xe công nghệ

Trung bình	172,70
Mốt	100
Giá trị lớn nhất	850
Tứ phân vị thứ nhất (Q1)	100
Trung vị	150
Tứ phân vị thứ ba (Q3)	180
Giá trị nhỏ nhất	50
Khoảng biến thiên	800
Độ trải giữa	80
Phương sai	15974,12
Độ lệch chuẩn	126,39
Đơn vị: nghìn VND	

**Bảng 8:** Bảng phân tích dữ liệu về chi tiêu cho dịch vụ



**Hình 14:** Biểu đồ hộp thể hiện số tiền trung bình một tháng sinh viên UEH dùng để sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ

Biểu đồ trên là biểu đồ lệch phải, cho thấy có tới 159 sinh viên (chiếm tỉ lệ 68,24%) chỉ chi 50 - 150 nghìn VND và 43 sinh viên (chiếm 18,45%) chỉ 151 - 250 nghìn VND cho việc sử dụng xe ôm công nghệ hàng tháng. Điều này cho thấy sinh viên UEH không có thói quen sử dụng xe ôm công nghệ thường xuyên hoặc chỉ sử dụng trong những trường hợp bất khả kháng. Mức chi tiêu càng cao thì số sinh viên càng giảm (từ 12 người chỉ khoảng 251 - 350 nghìn VND xuống chỉ 1 người chỉ trên 750 nghìn cho xe ôm công nghệ trong 1 tháng), cho thấy chỉ có số ít sinh viên UEH có thói quen sử dụng xe ôm công nghệ thường xuyên.

Số liệu trên có tương quan với số lần sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong tuần của đối tượng khảo sát: Số lần sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH trong 1 tuần rơi vào khoảng 1 - 3 lần, do đó phần lớn trong số họ chỉ chi tiêu một phần nhỏ trong thu nhập hằng tháng của mình cho dịch vụ này (50 nghìn VND - 150 nghìn VND).

#### **Hệ số tương quan giữa Số lần sinh viên UEH sử dụng xe ôm công nghệ trong 1 tuần và Số tiền sinh viên UEH dành để sử dụng xe ôm công nghệ hàng tháng:**

Đo lường độ mạnh yếu trong mối liên hệ tuyến tính giữa Số lần sử dụng 1 tuần và Số tiền chi tiêu cho dịch vụ xe ôm công nghệ hàng tháng của một mẫu gồm 250 sinh viên tại trường đại học Kinh tế TP.HCM.

Gọi x (lần) là biến Số lần, y (nghìn VND) là biến Số tiền sử dụng hàng tháng.

Ta có:

	x	y
Trung bình	2,77	172,70
Độ lệch chuẩn	Sx = 2,02	Sy = 126,39

Hiệp phương sai mẫu:

Hệ số tương quan mẫu:

$$S_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{n-1} \Rightarrow S_{xy} = 169,58$$

$$r_{xy} = \frac{s_{xy}}{s_x s_y} \Rightarrow R_{xy} = 0,6642$$

Nhận xét: Hệ số tương quan có giá trị là 0,6642 cho ta thấy mối quan hệ đồng biến giữa hai biến Số lần và Số tiền sử dụng hàng tháng. Vì vậy, số lần sử dụng càng nhiều cho thấy số tiền chi tiêu càng lớn.

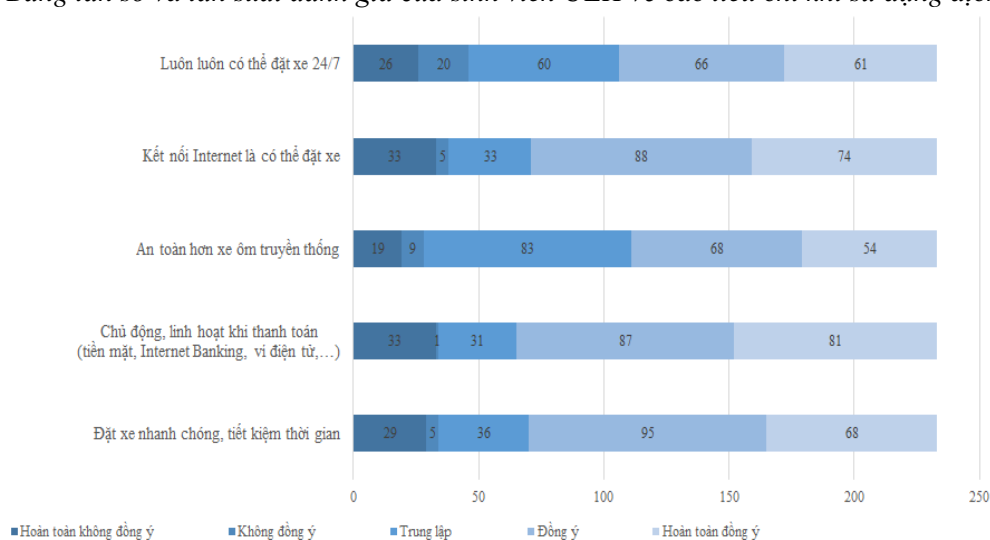
## **IV. CẢM NHẬN CÁ NHÂN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ**

**11. Mức độ hài lòng của sinh viên Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh về việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ**

**a) Yếu tố tiện lợi**

	Đặt xe nhanh chóng, tiết kiệm thời gian		Chủ động, linh hoạt khi thanh toán (tiền mặt, Internet Banking, ví điện tử,...)		An toàn hơn xe ôm truyền thống		Kết nối Internet là có thể đặt xe		Luôn luôn có thể đặt xe 24/7	
	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %
<b>Hoàn toàn không đồng ý</b>	29	12.45%	33	14.16%	19	8.15%	33	14.16%	26	11.16%
<b>Không đồng ý</b>	5	2.15%	1	0.44%	9	3.86%	5	2.15%	20	8.58%
<b>Trung lập</b>	36	15.45%	31	13.30%	83	35.63%	33	14.16%	60	25.75%
<b>Đồng ý</b>	95	40.77%	87	37.34%	68	29.18%	88	37.77%	66	28.33%
<b>Hoàn toàn đồng ý</b>	68	29.18%	81	34.76%	54	23.18%	74	31.76%	61	26.18%

**Bảng 9:** Bảng tần số và tần suất đánh giá của sinh viên UEH về các tiêu chí khi sử dụng dịch vụ



**Hình 15:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố tiện lợi

Hiện nay dịch vụ xe ôm công nghệ đang trở nên ngày càng phổ biến, đặc biệt là đối với các bạn sinh viên. Có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của sinh viên trong việc lựa chọn sử dụng dịch vụ này cho các mục đích khác nhau, và yếu tố đầu tiên mà chúng em xem xét đến đó là yếu tố tiện lợi. Nhóm chúng em đã tiến hành khảo sát các bạn sinh viên UEH trên 5 tiêu chí của yếu tố tiện lợi, bao gồm:

*Đặt xe nhanh chóng, tiết kiệm thời gian:* Từ bảng phân tích số liệu, ta thấy hầu hết các bạn sinh viên đều Đồng ý đối với tiêu chí “Đặt xe nhanh chóng, tiết kiệm thời gian” với tần suất phần trăm 40.77%. Bên cạnh đó, có 29.18% câu trả lời là Hoàn toàn đồng ý, và số lượt bình chọn mức độ đánh giá Trung lập chiếm 15.45%. Không đến 15% số lượng các bạn sinh viên được khảo sát Hoàn toàn không đồng ý và Không đồng ý với tiêu chí này. Như vậy có thể thấy phần lớn các bạn sinh viên đều cho rằng việc đặt xe của dịch vụ xe ôm công nghệ là nhanh chóng và tiết kiệm được nhiều thời gian.

*Chủ động, linh hoạt khi thanh toán (tiền mặt, Internet Banking, ví điện tử...):* Qua bảng số liệu được thu thập, có đến 37.34% sinh viên Đồng ý và 34.76% sinh viên Hoàn toàn đồng ý với tiêu chí “Chủ động, linh hoạt khi thanh toán (tiền mặt, Internet Banking, ví điện tử...)” của dịch vụ xe ôm công nghệ. Số lượng sinh viên bình chọn Trung lập chỉ chiếm 13.3%, trong khi đó, tần suất phần trăm các bạn sinh viên Hoàn toàn không đồng ý với tiêu chí này cũng chỉ đạt con số 14.16%, và có duy nhất 1 bạn sinh viên Không đồng ý với tiêu chí này (chiếm 0.44%). Từ đó cho thấy tiêu chí “Chủ động, linh hoạt khi thanh toán (tiền mặt, Internet Banking, ví điện tử...)” là rất quan trọng ảnh hưởng đến nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của phần lớn các bạn sinh viên.

*An toàn hơn xe ôm truyền thống:* Phần lớn người tham gia khảo sát Trung lập đối với tiêu chí “An toàn hơn xe ôm truyền thống” (35.63%). Ngoài ra, tần suất phần trăm sinh viên Đồng ý và Hoàn toàn đồng ý với tiêu chí này lần lượt là 29.18% và 23.18%. Đối với đánh giá Hoàn toàn không đồng ý thì có 8.15% số lượng sinh viên lựa chọn, trong khi chỉ có 3.86% sinh viên Không đồng ý với tiêu chí. Qua số liệu trên, ta có thể thấy tiêu chí “An toàn hơn xe ôm truyền thống” cũng được khá nhiều bạn sinh viên quan tâm, nhưng vẫn còn nhiều sinh viên Trung lập với tiêu chí này.

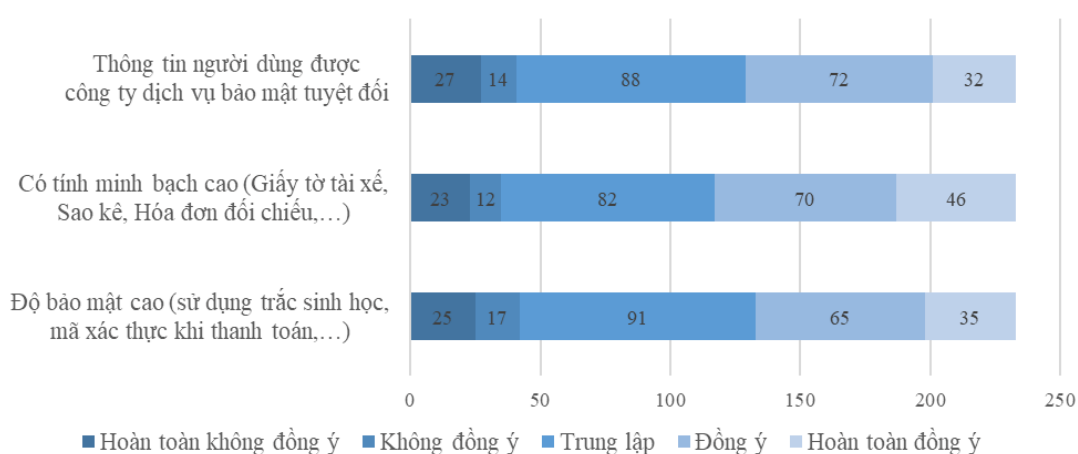
*Kết nối Internet là có thể đặt xe:* Dựa vào bảng số liệu trên, có thể thấy rõ ràng tổng số lượng sinh viên tán thành với tiêu chí “Kết nối Internet là có thể đặt xe” chiếm gần 70% số lượng sinh viên được khảo sát, cụ thể có 37.77% sinh viên lựa chọn Đồng ý và 31.76% sinh viên lựa chọn Hoàn toàn đồng ý. Bên cạnh đó, tần suất phần trăm sinh viên đánh giá Trung lập và Hoàn toàn không đồng ý là ngang bằng nhau (14.16%), và chỉ có 5 bạn Không đồng ý với tiêu chí này (chiếm 2.15%).

*Luôn luôn có thể đặt xe 24/7:* Bảng tần số được lập ở trên giúp chúng ta nhìn nhận rõ ràng rằng tần suất phần trăm người tham gia khảo sát lựa chọn Đồng ý với tiêu chí “Luôn luôn có thể đặt xe 24/7” là cao nhất (28.33%), xếp sau là đánh giá Hoàn toàn đồng ý và Trung lập với tần suất phần trăm tương ứng là 26.18% và 25.75%. Mặt khác, chưa đến 20% số lượng sinh viên Hoàn toàn không đồng ý và Không đồng ý với tiêu chí trên. Vậy có thể kết luận rằng tiêu chí “Luôn luôn có thể đặt xe 24/7” có tầm ảnh hưởng lớn nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

**b) Yếu tố bảo mật**

	Độ bảo mật cao (sử dụng trắc sinh học, mã xác thực khi thanh toán,...)		Có tính minh bạch cao (Giấy tờ tài xế, Sao kê, Hóa đơn đối chiếu,...)		Thông tin người dùng được công ty dịch vụ bảo mật tuyệt đối	
	Tần số	Tần suất phần trăm	Tần số	Tần suất phần trăm	Tần số	Tần suất phần trăm
<b>Hoàn toàn không đồng ý</b>	25	10.73%	23	9.87%	27	11.59%
<b>Không đồng ý</b>	17	7.30%	12	5.15%	14	6.01%
<b>Trung lập</b>	91	39.06%	82	35.19%	88	37.77%
<b>Đồng ý</b>	65	27.90%	70	30.04%	72	30.90%
<b>Hoàn toàn đồng ý</b>	35	15.01%	46	19.75%	32	13.73%

**Bảng 10:** Bảng phân phối tần số và tần suất về mức độ hài lòng của sinh viên UEH khi đề cập đến các chỉ tiêu bảo mật



**Hình 16:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố bảo mật của dịch vụ xe ôm công nghệ

Hầu hết các dịch vụ ngày nay đều xem yếu tố bảo mật là vô cùng quan trọng vì nó ảnh hưởng đến cả cá nhân người sử dụng dịch vụ và tổ chức, công ty... cung cấp dịch vụ. Chính vì vậy, nhóm chúng em quyết định phân tích yếu tố bảo mật đối với dịch vụ xe ôm công nghệ hiện nay. Có 3 tiêu chí được xét đến trong yếu tố này, đó là:

**Độ bảo mật cao (sử dụng trắc sinh học, mã xác thực khi thanh toán...):** Từ bảng số liệu trên, ta có thể thấy có 39.06% số lượng sinh viên được khảo sát có đánh giá Trung lập đối với tiêu chí “Độ bảo mật cao (sử dụng sinh trắc học, mã xác thực khi thanh toán...)” của dịch vụ xe ôm công nghệ, trong khi đó tổng tần suất phần trăm sinh viên lựa chọn Đồng ý và Hoàn toàn đồng ý xấp xỉ 43% (27.9% lựa chọn Đồng ý và 15.01% lựa chọn Hoàn toàn đồng ý). Số lượng sinh viên đánh giá Hoàn toàn không đồng ý chỉ chiếm 10.73%, và số ít

người tham gia cuộc khảo sát đánh giá Không đồng ý (7.3%). Qua phân tích, ta kết luận được rằng tiêu chí “Độ bảo mật cao (sử dụng sinh trắc học, mã xác thực khi thanh toán...)” chưa được nhiều sinh viên hoàn toàn quan tâm đến.

*Có tính minh bạch cao (Giấy tờ tài xế, Sao kê, Hóa đơn đối chiếu...)*: Bảng số liệu trên cho ta thấy được phần lớn người tham gia khảo sát lựa chọn Trung lập khi xét đến tiêu chí “Có tính minh bạch cao (Giấy tờ tài xế, Sao kê, Hóa đơn đối chiếu...)” (chiếm 35.19%). Đánh giá Đồng ý được 30.04% tổng số sinh viên lựa chọn, trong khi đó có 19.75% sinh viên được khảo sát Hoàn toàn đồng ý với tiêu chí này. Ở chiều ngược lại, số sinh viên Hoàn toàn không đồng ý với tiêu chí được đề cập chỉ chiếm 9.87%, và 5.15% tổng sinh viên Không đồng ý. Như vậy, đây cũng là tiêu chí có nhiều ảnh hưởng tới quyết định của các bạn sinh viên trong việc lựa chọn dịch vụ xe ôm công nghệ cho mục đích cá nhân của họ.

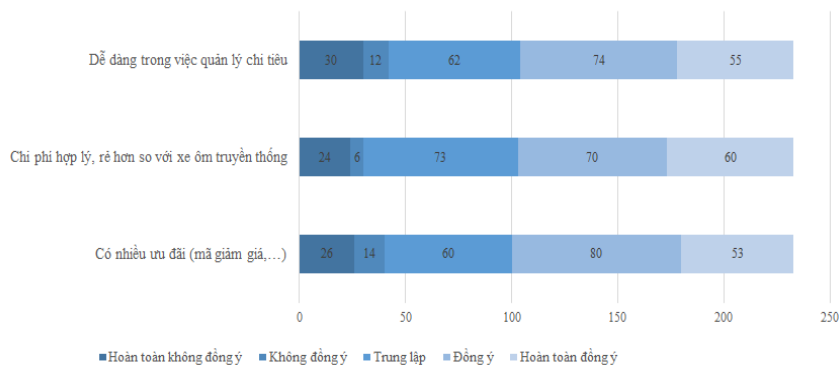
*Thông tin người dùng được công ty dịch vụ bảo mật tuyệt đối*: Dữ liệu thống kê trên cho thấy rằng phần lớn người tham gia khảo sát đã đánh giá Trung lập đối với tiêu chí “Thông tin người dùng được công ty dịch vụ bảo mật tuyệt đối”, chiếm tỷ lệ 37.77%. Đánh giá "Đồng ý" được chọn bởi 30.9% tổng số sinh viên tham gia khảo sát. Bên cạnh đó, tần suất phần trăm sinh viên lựa chọn Hoàn toàn đồng ý và Hoàn toàn không đồng ý là tương đối ngang nhau, lần lượt là 13.73% và 11.59%. Mặt khác, chỉ có 6.01% số sinh viên Không đồng ý với tiêu chí đang được xét đến.

Cuối cùng, có thể kết luận rằng không có quá nhiều sinh viên tán thành với tiêu chí “Thông tin người dùng được công ty dịch vụ bảo mật tuyệt đối” về dịch vụ xe ôm công nghệ hiện nay.

### c) Yếu tố kinh tế

	Có nhiều ưu đãi (mã giảm giá,...)		Chi phí hợp lý, rẻ hơn so với xe ôm truyền thống		Dễ dàng trong việc quản lý chi tiêu	
	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %	Tần số	Tần suất %
<b>Hoàn toàn không đồng ý</b>	26	11.16%	24	10.30%	30	12.87%
<b>Không đồng ý</b>	14	6.01%	6	2.58%	12	5.15%
<b>Trung lập</b>	60	25.75%	73	31.33%	62	26.61%
<b>Đồng ý</b>	80	34.33%	70	30.04%	74	31.76%
<b>Hoàn toàn đồng ý</b>	53	22.75%	60	25.75%	55	23.61%

**Bảng 11:** Bảng phân phối tần số và tần suất mức độ hài lòng của sinh viên UEH khi nói đến các chỉ tiêu về kinh tế



**Hình 17:** Biểu đồ thể hiện sự đánh giá của sinh viên đối với yếu tố kinh tế của dịch vụ xe ôm công nghệ

Bên cạnh 2 yếu tố tiện lợi và bảo mật, yếu tố kinh tế cũng đóng vai trò vô cùng quan trọng, ảnh hưởng đến quyết định của các bạn sinh viên trong việc lựa chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ. Trong yếu tố kinh tế của dịch vụ này, có 3 tiêu chí cần được xét đến, bao gồm:

*Có nhiều ưu đãi (mã giảm giá...):* Thông qua bảng dữ liệu trên, ta dễ dàng nhận thấy phần nhiều các bạn sinh viên đồng ý với tiêu chí “Có nhiều ưu đãi (mã giảm giá...)” của dịch vụ xe ôm công nghệ. (34.33%), đồng thời có 22.75% trong tổng số người tham gia khảo sát lựa chọn Hoàn toàn đồng ý. Đánh giá Trung lập cũng được nhiều bạn sinh viên lựa chọn, với tần suất phần trăm 25.75%, trong khi đó các đánh giá Hoàn toàn không đồng ý và Không đồng ý ít được sinh viên lựa chọn, tần suất phần trăm lần lượt là 11.16% và 6.01%. Như vậy, tiêu chí “Có nhiều ưu đãi (mã giảm giá...)” vẫn được đa phần các bạn sinh viên quan tâm.

*Chi phí hợp lý, rẻ hơn so với xe ôm truyền thống:* Có thể thấy từ bảng số liệu rằng có 31.33% sinh viên Trung lập với tiêu chí “Chi phí hợp lý, rẻ hơn so với xe ôm truyền thống” của dịch vụ xe ôm công nghệ, nhiều hơn 1.29% so với số lượng sinh viên lựa chọn đánh giá Đồng ý. Ngoài ra, có khoảng 25.75% người tham gia cuộc khảo sát Hoàn toàn đồng ý với tiêu chí được đề cập trên. Khi xét đến đánh giá Hoàn toàn không đồng ý, tần suất phần trăm đạt mức 10.3%, trong khi đó chỉ có 2.58% số sinh viên lựa chọn Không đồng ý. Từ những phân tích trên, ta đi đến kết luận rằng đa phần các bạn sinh viên đều cho rằng chi phí bỏ ra khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ là hợp lý và rẻ hơn so với xe ôm truyền thống.

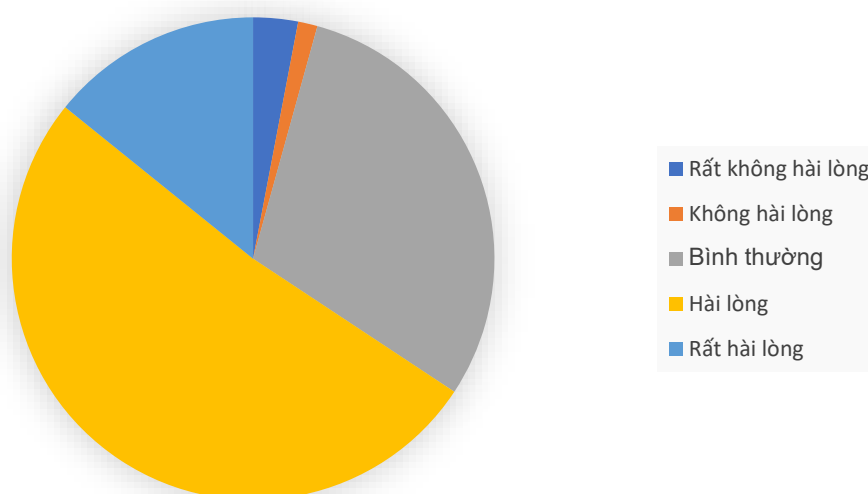
*Dễ dàng trong việc quản lý chi tiêu:* Từ bảng số liệu được tổng hợp trên, ta dễ dàng thấy được 3 đánh giá Đồng ý, Hoàn toàn đồng ý, và Trung lập vẫn được nhiều bạn sinh viên tham gia khảo sát lựa chọn, với tần suất phần trăm lần lượt là 31.76%, 23.61%, 26.61%. Đối với đánh giá Hoàn toàn không đồng ý, có khoảng 12.87% số lượng sinh viên lựa chọn, trong khi đó chỉ có vồn vẹn 12 sinh viên trong tổng số 233 sinh viên Không đồng ý với tiêu chí này, tức chiếm 5.15%. Qua đó cho thấy đa phần sinh viên cảm thấy tiêu chí “Dễ dàng trong việc quản lý chi tiêu” là quan trọng, ảnh hưởng nhiều đến nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

## 12. Mức độ hài lòng chung của sinh viên UEH về việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ

Qua các số liệu thống kê cùng với những phân phân tích, nhận xét các yếu tố tiện lợi, bảo mật, và kinh tế ở trên, chúng ta có thể kết luận được rằng phần lớn các bạn sinh viên cảm thấy hài lòng đối với dịch vụ xe ôm công nghệ, với tần suất phần trăm lên đến 51.5%. Số lượng người tham gia khảo sát đánh giá cho dịch vụ này ở mức độ Bình thường chiếm 30%, nhiều hơn 15.8% số sinh viên lựa chọn đánh giá Rất hài lòng. Trong khi đó, chưa đến 5% tổng số sinh viên được khảo sát đánh giá Không hài lòng và Rất không hài lòng đối với dịch vụ này.

Đánh giá	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)
Rất không hài lòng	7	0.03	3
Không hài lòng	3	0.01	1.3
Bình thường	70	0.3	30
Hài lòng	120	0.51	51.5
Rất hài lòng	33	0.14	14.2
<b>Tổng</b>	<b>233</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

**Bảng 12:** Bảng phân phối tần số và tần suất về mức độ đánh giá chung



**Hình 18:** Biểu đồ tròn đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên



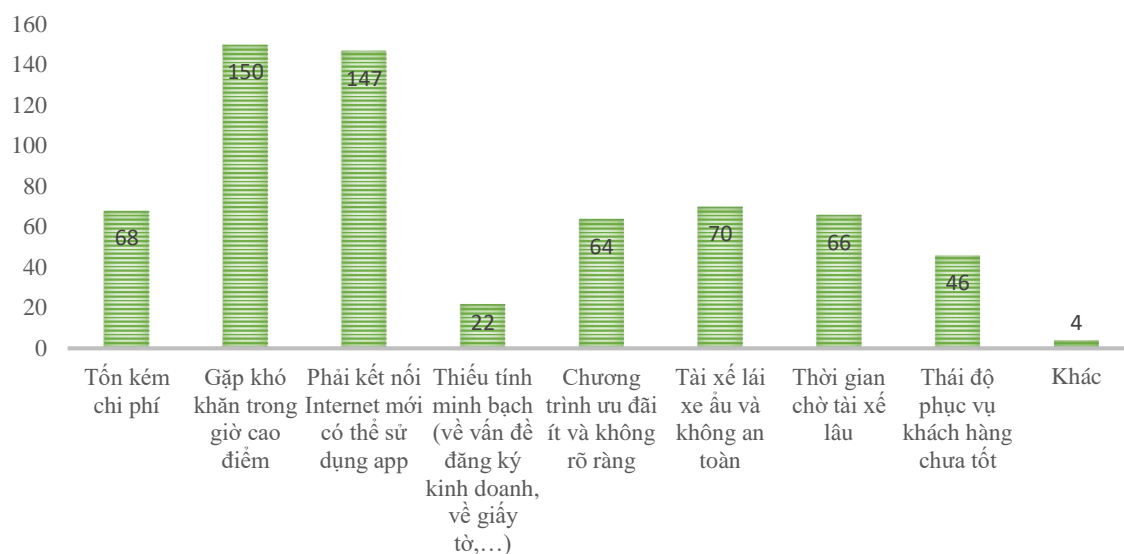
**13. Những bất tiện khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ mà sinh viên UEH đã từng gặp phải**

Đánh giá	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)	Phần trăm trường hợp (%)
Tốn kém chi phí	68	0.10	10.6	29.1
Gặp khó khăn trong giờ cao điểm	150	0.23	23.5	64.3
Phải có Internet	147	0.23	23	63
Thiếu tính minh bạch (về vấn đề đăng ký kinh doanh, về giấy tờ,...)	22	0.03	3.4	9.4
Chương trình ưu đãi ít và không rõ ràng	64	0.1	10	27.4
Tài xế lái xe ẩu và không an toàn	70	0.1	10.9	30
Thời gian chờ tài xế lâu	66	0.1	10,3	28.3
Thái độ phục vụ khách hàng chưa tốt	46	0.07	7.2	19.7
Khác	4	0.01	0.62	1.7
<b>Tổng</b>	<b>637</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Bảng 13:** Bảng phân phối tần số và tần suất thể hiện sự đánh giá của sinh viên về các bất tiện của dịch vụ

Theo số liệu qua bảng thống kê và biểu đồ được thể hiện bên dưới, chúng em thu được kết quả như sau:

Cao nhất phải nói đến “Gặp khó khăn trong giờ cao điểm”, ghi nhận 150 câu trả lời, chiếm tới 64.3% trong tổng số 233 người tham gia khảo sát lựa chọn. Sát nút là ”Phải kết nối Internet mới có thể sử dụng app” với 147 trong tổng 233 người tham gia trả lời (chiếm 63%). Các mặt hạn chế tiếp theo gần như ngang bằng “thứ hạng” lần lượt là: “Tài xế lái xe ẩu và không an toàn” (30%), “Tốn kém chi phí” (29.1%), “Thời gian chờ tài xế lâu” (28.3%), “Chương trình ưu đãi ít và không rõ ràng” (27.4%), “Thái độ phục vụ khách hàng chưa tốt” (19.7%).

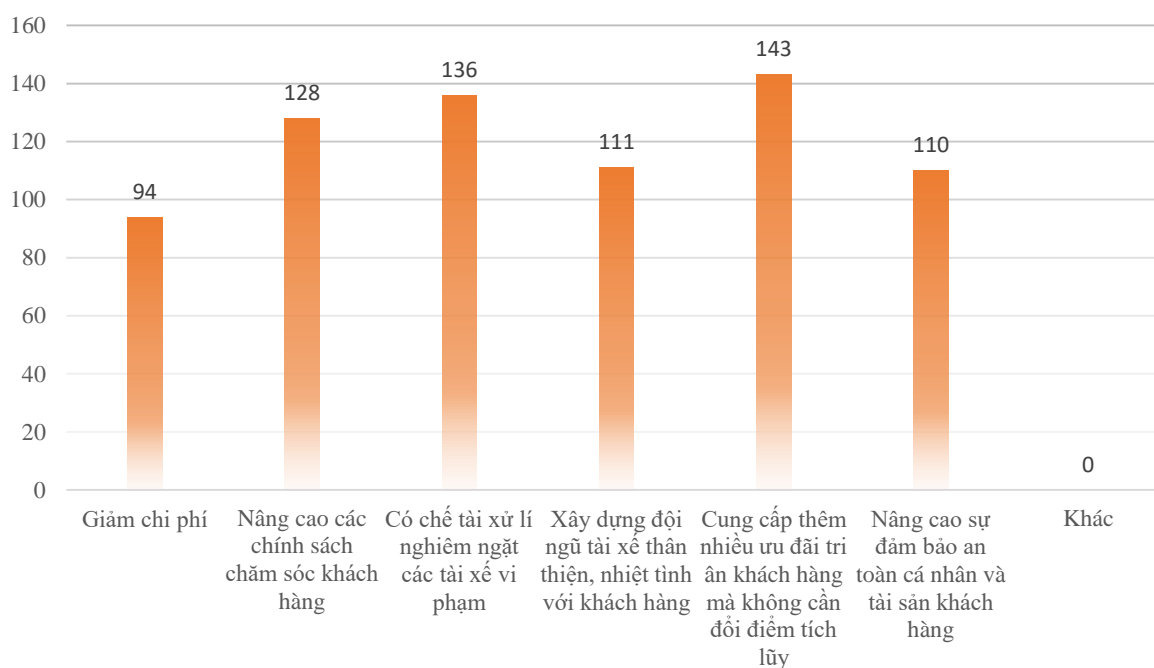


**Hình 19:** Biểu đồ cột dọc đánh giá những điều bất tiện sinh viên gặp phải khi sử dụng xe ôm công nghệ

Ngoài ra, “Thiếu tính minh bạch trong giấy tờ, đăng ký kinh doanh” là một mặt hạn chế nhưng không đáng kể (chiếm 9.4%). Điều đó cho ta thấy các công ty xe ôm công nghệ khá rõ ràng trong việc kinh doanh, mang về cho mình một điểm cộng trong mắt khách hàng.

Qua kết quả được thể hiện bằng những phân tích và biểu bảng bên trên, có rất nhiều điều mà các hãng xe ôm công nghệ cần khắc phục, đặc biệt nên hỗ trợ tính năng đặt xe mà không cần Internet cho người sử dụng, đó là điều mà công ty có thể chủ động làm được. Bên cạnh, yếu tố không thể đặt xe giờ cao điểm được lựa chọn nhiều nhất, tuy nhiên đây là vấn đề mà hãng xe ôm khó có thể kiểm soát được, hi vọng công ty sẽ sớm tìm ra giải pháp hiệu quả để khắc phục trong tương lai.

#### 14. Các đề xuất trong tương lai



**Hình 20:** Biểu đồ cột dọc thể hiện đề xuất của sinh viên để nâng cao chất lượng dịch vụ

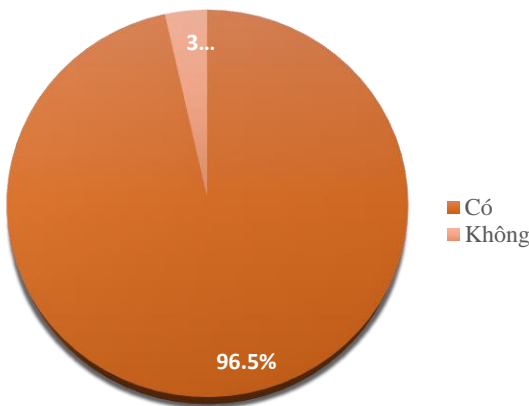
<b>Đánh giá</b>	<b>Tần số</b>	<b>Tần suất</b>	<b>Tần suất phần trăm (%)</b>	<b>Phần trăm trường hợp (%)</b>
Giảm chi phí	94	0.13	13	40.3
Nâng cao các chính sách chăm sóc khách hàng	128	0.17	17.7	54.9
Có chế tài xử lý nghiêm ngặt các tài xế vi phạm	136	0.18	18.8	58.3
Xây dựng đội ngũ tài xế thân thiện, nhiệt tình với khách hàng	111	0.15	15.3	47.6
Cung cấp thêm nhiều ưu đãi tri ân khách hàng mà không cần đổi điểm tích lũy	143	0.19	19.8	61.3
Nâng cao sự đảm bảo an toàn cá nhân và tài sản khách hàng	110	0.15	15.2	47.2
Khác	0	0	0	0
<b>Tổng</b>	<b>722</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Bảng 14:** Bảng phân phối tần số và tần suất về các đề xuất cải thiện

Để khắc phục những vấn đề bất tiện, nhóm cũng đã đưa ra một vài đề xuất cho những người tham gia khảo sát lựa chọn. Thông qua bảng thống kê và biểu đồ bên dưới, chúng em thu được kết quả khá lạc quan, các đề xuất đều có mức độ lựa chọn ngang bằng nhau. Đặc biệt, vấn đề ưu đãi và giá cả luôn được khách hàng quan tâm (Cung cấp thêm nhiều ưu đãi chiếm 61.3% và Giảm chi phí chiếm 40.3%). Ngoài ra các công ty nên đặt lợi ích khách hàng lên đầu (Nâng cao sự đảm bảo an toàn cho khách chiếm 47.2% và Nâng cao các chính sách chăm sóc khách hàng chiếm 54.9%).

Bên cạnh đó, tài xế chính là mặt mũi của cả hãng xe ô tô công nghệ, chính vì thế quý công ty nên đầu tư đào tạo đội ngũ tài xế một cách tốt nhất. Thông qua kết quả thống kê, không có câu trả lời ở lựa chọn “Khác”. Điều đó cho thấy các đề xuất khắc phục mà nhóm đưa ra hoàn toàn phù hợp với ý kiến của sinh viên cũng như thể hiện được mong muốn của người tham gia khảo sát một cách hoàn hảo.

## 15. Ý định sử dụng trong tương lai



**Hình 21:** Biểu đồ tròn thể hiện tỉ lệ phần trăm nhu cầu tiếp tục sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên UEH

	Tần số	Tần suất	Tần suất phần trăm (%)
Có	225	0.965	96.5
Không	8	0.035	3.5
<b>Tổng</b>	<b>233</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

**Bảng 15:** Bảng phân phối tần số và tần suất ý định sử dụng tiếp tục sử dụng dịch vụ

Thông qua việc khảo sát 233 người về vấn đề có ý định tiếp tục sử dụng các dịch vụ xe ôm trong tương lai nếu các đề xuất được khắc phục, kết quả đưa ra cho thấy sự áp đảo đáng kể. Cụ thể, số người chọn “Có” là 225, chiếm tới 96.5%, trong khi số người chọn “Không” là 8, chiếm chỉ vỏn vẹn 3.5% với tổng số người tham gia khảo sát. Qua đó, ta thấy được nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên trong tương lai là rất lớn. Vì vậy, các công ty nên cố gắng khắc phục các hạn chế một cách hiệu quả để phát triển nhiều hơn trong tương lai.

### V. THỐNG KÊ SUY DIỄN

50	80	100	70	70	90	140	100	100	50
70	150	80	120	110	80	70	100	130	140
250	160	180	260	190	50	200	220	170	90

**Bảng 16:** Bảng giá trị mức tiền sẵn lòng chi trả cho dịch vụ trong 1 tuần của người tham gia khảo sát (nghìn VNĐ)

Chọn mẫu ngẫu nhiên gồm mức tiền sẵn lòng chi trả cho 1 tuần (đơn vị: nghìn đồng) của 30 trên tổng số 233 sinh viên UEH đã và đang sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n} = \frac{3,670,000}{30} = 123,333 \text{ (VNĐ)}$$

$$s = \sqrt{\frac{\sum (xi - \bar{x})^2}{n-1}} = 58,771 \text{ (VNĐ)}$$

Từ một khoảng tin cậy 95%, hệ số tin cậy là  $(1-\alpha) = 0.95$  và vì vậy  $\alpha = 0.05$ . Ta sử dụng phân phối t với bậc tự do 29,  $t_{0.025} = 2.045$ . Với trung bình mẫu  $\bar{x} = 123,333$ , độ lệch chuẩn mẫu

$$s = 58,771 \text{ và cỡ mẫu } n = 30. \text{ Ta có: } 123,333 \pm 2.045 \frac{58,771}{\sqrt{30}} = 123,333 \pm 21,943$$

Ước lượng điểm của trung bình tổng thể là 123,333 VNĐ, sai số biên là 21,943 VNĐ, và khoảng tin cậy 95% là  $123,333 - 21,943 = 101,390$  VNĐ tới  $123,333 + 21,943 = 145,276$  VNĐ.

Vì vậy, ta tin tưởng ở mức 95% rằng mức tiền sẵn lòng trung bình của sinh viên trong phạm vi toàn quốc chỉ trả cho mỗi đơn hàng thời trang trên TikTok Shop nằm giữa 101,390 và 145,276 VNĐ.

**Đề xuất:** Liệu sinh viên năm 3 trở đi có sẵn lòng chi trả số lần sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong 1 tuần cao hơn so với mức tiền chi trả trung bình không?

Trung bình các sinh viên từ năm 3 trở đi chi 218,000 (VNĐ) trong 1 tuần cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ.

Gọi  $\mu$  (VNĐ) là số tiền trung bình mà sinh UEH sẵn lòng chi cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong một tuần;  $\mu_0 = 125,365$  (VNĐ) là số tiền thực tế mà sinh viên UEH sẵn lòng chi cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong 1 tuần:

$$H_0: \mu \geq 125,365$$

$$H_a: \mu < 125,365$$

(con số 125,365 được lấy ngẫu nhiên trong khoảng mức tiền sẵn lòng chi trả đã được tính ở trên, 101,390 và 145,276 VNĐ).

$$\text{Xét mẫu gồm 10 sinh viên năm 3 trở đi: } s = \sqrt{\frac{\sum (xi - \mu)^2}{n-1}} = 210,969$$

Gọi  $\bar{x} = 218,000$  (VNĐ) là trung bình mức sẵn lòng mà các sinh viên năm 3 trở đi chi cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong 1 tuần:  $t = \frac{\bar{x} - \mu}{s/\sqrt{n}} = \frac{218,000 - 125,365}{210,969/\sqrt{10}} = 1,386$

Đây là phép kiểm định khi ta biết  $n = 10$ ,  $\alpha = 0.05$ . Do đó, bậc tự do là  $n - 1 = 9$  và giá trị tới hạn (critical values) là  $t_a = t_{0.05} = 1.833$

**Vì  $t = 1.386 > -t_a = -1.833$  nên không thể bác bỏ  $H_0$ .**

Vậy với độ tin cậy là 95%, ta có thể kết luận rằng sinh viên năm 3 trở đi có sẵn lòng chi trả cho việc sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong 1 tuần cao hơn so với mức tiền chi trả trung bình.

## CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN – GIẢI PHÁP – HẠN CHẾ

### I. Kết luận

Di chuyển, có thể nói, luôn là một trong những nhu cầu thiết yếu nhất của người dân nói chung là sinh viên UEH, nói riêng. Bên cạnh đó, với sự ra đời của các dịch vụ xe ôm công nghệ như Grab, Be, Gojek... nhu cầu này của sinh viên lại càng được đáp ứng tốt hơn.

Sau khi đã thực hiện khảo sát **250** sinh viên đến từ đại học UEH về nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, nhóm đã rút ra một số kết luận về vấn đề này. Qua những số liệu khảo sát, ta thấy có rất nhiều sinh viên đã từng sử dụng loại hình dịch vụ này để phục vụ việc di chuyển, giao hàng hóa và đồ ăn; mặc dù, vẫn có những trường hợp chưa từng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, nhưng phần lớn trong số ấy vẫn có nhu cầu sử dụng dịch vụ này trong tương lai với những mục đích tương tự. Trong số các sinh viên đã tham gia khảo sát, Grab; Be và Gojek là ba hãng cung cấp dịch vụ mà được đa số các bạn sinh viên tin tưởng lựa chọn. Cũng nhờ vào những số liệu đó mà ta thấy được rằng phần lớn sinh viên tham gia khảo sát đều hài lòng và rất hài lòng về các yếu tố tiện lợi, yếu tố bảo mật và yếu tố kinh tế mà các hãng xe ôm công nghệ mang lại. Mặc dù, những

bất tiện nảy sinh trong khi sử dụng dịch vụ (như tốn kém chi phí, những khó khăn trong giờ cao điểm, thái độ phục vụ ...) là điều không thể tránh khỏi nhưng hầu hết các bạn đều hài lòng hay thậm chí là rất hài lòng khi sử dụng các dịch vụ xe ôm công nghệ. Thậm chí, họ vẫn sẽ tiếp tục sử dụng loại hình dịch vụ này trong tương lai nếu các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ khắc phục những bất tiện trên. Như vậy, thị trường sinh viên Đại học UEH là một thị trường tràn đầy tiềm năng mà các hãng xe ôm công nghệ có thể khai thác. Tuy nhiên, để chinh phục được thị trường này, các hãng xe cần thực hiện các giải pháp để có đáp ứng tốt nhu cầu của sinh viên.

Thông qua dự án này, nhóm chúng em đã đưa ra nhận xét bao quát về mức độ hài lòng của sinh viên đối với loại hình dịch vụ xe ôm công nghệ cũng như những lý do lựa chọn, mức độ hài lòng của sinh viên khi sử dụng loại hình dịch vụ này rồi từ đó có thể đưa ra những kết luận, hạn chế, và kiến nghị dành cho các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ.

## **II. Đề xuất giải pháp**

Bằng những số liệu thực tế và phân tích cụ thể, qua khảo sát nhóm chúng em đã nhận thấy được mức độ hài lòng và không hài lòng của sinh viên về những tiện ích cũng như hạn chế mà các dịch vụ xe ôm công nghệ mang lại. Từ đó, nhóm khảo sát chúng em quyết định đề xuất những kiến nghị sau:

Để có thể thu hút thêm sinh viên UEH, các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ cần tiếp tục phát huy các yếu tố tích cực như thời gian đặt dịch vụ nhanh chóng, khả năng đặt xe ở mọi khung giờ, độ an toàn của dịch vụ, giá thành rẻ hơn xe ôm truyền thống, có những ưu đãi giảm giá, và khả năng linh động trong việc thanh toán...

Bên cạnh đó, mô hình này cũng cần tập trung khắc phục các yếu tố chưa thật sự thỏa mãn nhu cầu của sinh viên như sự tốn kém về chi phí, khó khăn khi đặt xe trong giờ cao điểm, thời gian chờ đợi tài xế còn lâu, thái độ phục vụ đôi khi còn chưa tốt, chương trình ưu đãi còn ít và không rõ ràng, thiếu minh bạch trong đăng ký kinh doanh, và vẫn còn những trường hợp chưa thực sự đảm bảo an toàn về tốc độ xuyên suốt chuyến đi...

Để khắc phục những nhược điểm nêu trên, các nhà quản lý có thể tiến hành nâng cao các chính sách chăm sóc khách hàng, thực hiện các chế tài nhằm xử lý nghiêm ngặt các trường hợp tài xế vi phạm các chuẩn mực đạo đức và pháp luật, xây dựng đội ngũ tài xế nhiệt tình, thân thiện với khách hàng; bên cạnh đó, các nhà quản lý cũng nên cân nhắc về việc giảm chi phí, cung cấp thêm nhiều ưu đãi tri ân khách hàng; đồng thời, nâng cao sự đảm bảo về an toàn cho khách hàng. Đây đều là những yếu tố quan trọng để thu hút nhiều khách hàng, đặc biệt là sinh viên UEH cho các hãng dịch vụ xe ôm công nghệ trong tương lai.

## **III. Hạn chế của đề tài**

### **1. Hạn chế đối với đề tài**

Do nguồn lực và thời gian có hạn nên nhóm chúng em không thể làm một cuộc khảo sát rộng hơn và kĩ hơn. Vì vậy, nhóm chúng em vẫn chưa thể tiếp cận nhiều anh chị năm 3 và năm 4.

Do không có sự giám sát của nhóm trong khảo sát trực tuyến, một số người tham gia không trung thực trong việc trả lời câu hỏi. Xuất hiện những trường hợp đánh lừa hoặc trả lời câu hỏi không phù hợp với yêu cầu, gây nhiễu dữ liệu và mất thời gian cho việc xử lý.

Các câu hỏi và câu trả lời trong khảo sát đề tài của nhóm chúng em chưa thật sự đầy đủ và đa dạng. Chúng em vẫn chưa bao quát được tất cả các khía cạnh và còn mắc một số lỗi khiến việc xử lý dữ liệu gặp khó khăn.

### **2. Hạn chế đối với nhóm nghiên cứu**

Đây là dự án thông kê đầu tiên của nhóm chúng em. Do bởi còn nhiều sự ngỡ ngàng và chưa rõ ràng về các bước cần thiết để hoàn thiện dự án một cách tốt nhất, cùng với sự thiếu hụt về kiến thức, chuyên môn và kinh nghiệm, nên việc mắc sai sót là điều khó tránh khỏi. Hơn nữa, nhóm chúng em vẫn chưa thể vận dụng hết các loại bảng biểu, và các phương pháp suy diễn thống kê đã được học trong chương trình.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, (2016), Sách Thống kê trong Kinh Tế và Kinh doanh.
- [2] Thành Đăng, (2019), Cuộc chiến giữa các hãng xe ô tô công nghệ hiện nay: Khách hàng được lợi gì?. Được truy cập ngày 22/05/2023 tại: <https://blog.viecngay.vn/khach-huong-loi-tu-xe-om-cong-nghe/>
- [3] Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, (2023), Slide bộ môn Thống kê ứng dụng trong Kinh tế và Kinh doanh.
- [4] Theo Thời Báo Ngân Hàng, (2022), Thị trường gọi xe công nghệ: Thiết lập môi trường cạnh tranh bình đẳng. Được truy cập ngày 24/05/2023 tại: <https://thoibaonganhang.vn/thi-truong-goi-xe-cong-nghe-thiet-lap-moi-truong-can-phanh-binh-dang-126479.html>
- [5] VnEconomy, (2023), Thị trường xe máy Việt năm 2022 tăng trưởng dương nhưng đang dần bão hòa. Được truy cập ngày 26/05/2023 tại: <https://vneconomy.vn/automotive/thi-truong-xe-may-viet-nam-2022-tang-truong-duong-nhung-dang-dan-bao-hoa.htm>

## PHỤ LỤC

### BẢNG CÂU HỎI

#### I. THÔNG TIN CƠ BẢN

1. Giới tính của bạn là:
  - Nam
  - Nữ
2. Bạn là sinh viên năm mấy?
  - Năm 1
  - Năm 2
  - Năm 3
  - Năm 4
3. Bạn bao nhiêu tuổi?  
.....

#### II. NHẬN DIỆN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ

4. Bạn có biết đến xe ôm công nghệ không?
  - Đã biết → Chuyển sang 5
  - Chưa biết → Chuyển sang câu 7
5. Bạn đã từng sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ chưa?
  - Đã từng → Chuyển sang mục III
  - Chưa từng → Chuyển sang câu 6
6. Vì sao bạn không lựa chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ?
  - Tốn kém chi phí
  - Gặp khó khăn đặt xe trong giờ cao điểm
  - Phải có kết nối Internet để có thể sử dụng app
  - Thời gian chờ tài xế lâu
  - Lo sợ thái độ của tài xế
  - Lo sợ lái xe không đảm bảo an toàn
  - Bạn có phương tiện di chuyển riêng
  - Khác\_\_\_\_\_
7. Bạn có nhu cầu tìm hiểu và sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ trong tương lai không?
  - Có
  - Không → Kết thúc form
8. Trong tương lai, nếu có nhu cầu sử dụng xe ôm công nghệ, bạn sẽ sử dụng dịch vụ này cho mục đích gì? *(có thể chọn nhiều đáp án)*
  - Di chuyển
  - Giao hàng hóa
  - Giao đồ ăn
  - Khác
9. Trong tương lai, nếu chọn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ, bạn sẽ ưa chuộng những hãng xe ôm công nghệ nào? *(có thể chọn nhiều đáp án)*
  - Grab
  - Gojek
  - Be
  - Now
  - Khác\_\_\_\_\_



10. Trong tương lai, bạn kỳ vọng điều gì ở những hãng dịch vụ xe ôm công nghệ này? *(có thể chọn nhiều đáp án)*

- Giá thành rẻ
- Có nhiều ưu đãi, khuyến mãi
- Tiết kiệm thời gian
- Lái xe an toàn
- Thái độ phục vụ tốt
- Khác \_\_\_\_\_

→ Kết thúc form.

### **III. NHU CẦU VÀ HÀNH VI SỬ DỤNG DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ CỦA SINH VIÊN UEH**

11. Một tuần bạn sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ bao nhiêu lần?

.....

12. Bạn thường sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ cho mục đích gì? *(có thể chọn nhiều đáp án)*

- Di chuyển
- Giao hàng hóa
- Giao đồ ăn
- Khác \_\_\_\_\_

13. Bạn đã sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của những hãng nào? *(có thể chọn nhiều đáp án)*

- Grab
- Gojek
- Be
- Khác \_\_\_\_\_

14. Bạn sẽ ưu tiên sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ với khoảng cách di chuyển như thế nào? *(có thể chọn nhiều đáp án)*

- Dưới 5 km
- 5-10 km
- 11-20 km
- Trên 20 km

15. Số tiền trung bình một tháng mà bạn dành để sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ là bao nhiêu? (VD: nếu là 100.000 VND, vui lòng điền 100)

.....

### **IV. CẢM NHẬN CÁ NHÂN VỀ DỊCH VỤ XE ÔM CÔNG NGHỆ**

Đánh giá những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của bạn

16. Yếu tố tiện lợi

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Đặt xe nhanh chóng, tiết kiệm thời gian	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chủ động, linh hoạt khi thanh toán (tiền mặt, Internet banking, ví điện tử,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
An toàn hơn xe ôm truyền thống	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kết nối Internet là có thể đặt xe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luôn luôn có thể đặt xe 24/7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Yếu tố bảo mật

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Độ bảo mật cao (sử dụng sinh trắc học, mã xác thực khi thanh toán,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Có tính minh bạch cao (Giấy tờ tài xế, Sao kê, Hóa đơn đối chiếu ,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Thông tin người dùng được công ty dịch vụ bảo mật tuyệt đối	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Yếu tố kinh tế

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
Có nhiều ưu đãi (mã giảm giá,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chi phí hợp lý, rẻ hơn so với xe ôm truyền thống	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dễ dàng trong việc quản lý chi tiêu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Đánh giá chung về MỨC ĐỘ HÀI LÒNG của bạn khi sử dụng các dịch vụ xe ôm công nghệ trên:

	Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng
Mức độ hài lòng	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Những điều bất tiện bạn đã gặp phải khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ? (có thể chọn nhiều đáp án)

- ☐ Tốn kém chi phí
- ☐ Gặp khó khăn đặt xe trong giờ cao điểm
- ☐ Phải kết nối Internet mới có thể sử dụng app
- ☐ Thời gian chờ tài xế lâu
- ☐ Thái độ phục vụ khách hàng chưa tốt
- ☐ Thiếu tính minh bạch (về vấn đề đăng ký kinh doanh, thiếu giấy tờ...)
- ☐ Chương trình ưu đãi ít và không rõ ràng
- ☐ Tài xế lái xe ẩu, không an toàn
- ☐ Khác\_\_

21. Đề xuất của bạn trong tương lai để nâng cao chất lượng phục vụ của các hãng xe ôm công nghệ là gì? (có thể chọn nhiều đáp án)

- ☐ Giảm chi phí
- ☐ Nâng cao các chính sách chăm sóc khách hàng
- ☐ Có chế tài xử lý nghiêm ngặt các trường hợp tài xế thực hiện hành vi vi phạm chuẩn mực đạo đức và pháp luật
- ☐ Xây dựng đội ngũ tài xế thân thiện, nhiệt tình với khách hàng
- ☐ Cung cấp thêm nhiều ưu đãi tri ân khách hàng mà không cần đổi điểm tích lũy
- ☐ Nâng cao sự đảm bảo an toàn cá nhân và tài sản khách hàng
- ☐ Khác\_\_

22. Nếu những đề xuất của bạn được khắc phục trong tương lai, vậy bạn sẽ có ý định tiếp tục sử dụng những dịch vụ xe ôm công nghệ không?

- Có
- Không

## LỜI CẢM ƠN

Để có thể hoàn thành dự án nghiên cứu **“Khảo sát nhu cầu sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ của sinh viên đại học kinh tế TP. Hồ Chí Minh”**, bên cạnh sự cố gắng và nỗ lực hết mình của các thành viên trong nhóm. Chúng em xin được gửi lời cảm ơn sâu sắc đến thầy **Nguyễn Văn Sĩ** - giảng viên môn “Thống kê ứng dụng trong Kinh tế và Kinh doanh” vì đã tận tình hướng dẫn, cũng như đưa ra nhiều lời gợi ý định hướng, giúp cho dự án của nhóm hoàn thiện hơn.

Bên cạnh đó, nhóm chúng em xin gửi lời cảm ơn đến 250 anh/chị và các bạn sinh viên UEH đã dành thời gian trả lời các câu hỏi khảo sát của nhóm, nhờ đó nhóm mới có thể thu thập được nguồn dữ liệu cần thiết nhằm hoàn thành dự án này.

Vì đây là lần đầu nhóm chúng em làm khảo sát, nghiên cứu và đánh giá, nên không thể tránh khỏi những sai sót. Chính vì vậy, nhóm chúng em rất mong được sự nhận xét, góp ý, đánh giá từ thầy Nguyễn Văn Sĩ để có thể rút kinh nghiệm và thực hiện tốt hơn trong những dự án về sau.

Một lần nữa, chúng em xin chân thành cảm ơn thầy đã đọc và nhận xét cho chúng em tiến bộ hơn ạ!