



NGHIÊN CỨU VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ CỦA GRABBIKE

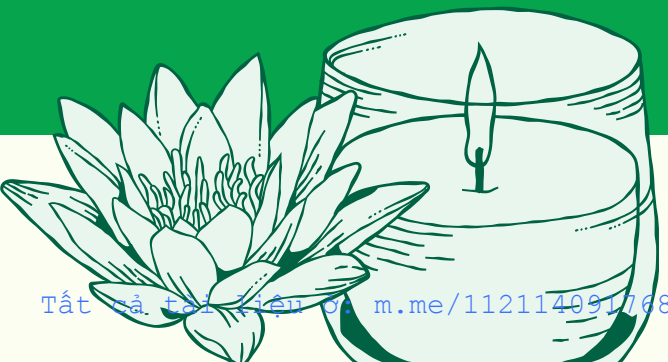
MÔN: NGHIÊN CỨU MARKETING_MAR2023_DM19313

GV: CÔ HOÀNG NGUYỆT HẰNG



THÀNH VIÊN

- | | |
|-------------------------|---------|
| 1. Nguyễn Doãn Thịnh | PH50236 |
| 2. Đỗ Văn Hưng | PH50234 |
| 3. Phạm Văn Tâm | PH50220 |
| 4. Hà Ngọc Quang | PH50249 |
| 5. Ngô Thị Thu Huệ | PH50137 |
| 6. Nguyễn Thị Thu Huyền | PH50381 |



NHỮNG NỘI DUNG CHÍNH



CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP,
XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU



CHƯƠNG 2: XÁC ĐỊNH NGUỒN, DẠNG DỮ LIỆU VÀ
PHƯƠNG PHÁP THU THẬP THÔNG TIN



CHƯƠNG 3: XÁC ĐỊNH THANG ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ,
THIẾT KẾ BẢNG HỎI, CHỌN MẪU VÀ TIẾN HÀNH KHẢO SÁT



CHƯƠNG 4: XỬ LÝ DỮ LIỆU, PHÂN TÍCH KẾT QUẢ VÀ
ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ DOANH NGHIỆP, XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ VÀ MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU



CHƯƠNG 2: XÁC ĐỊNH NGUỒN, DẠNG DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP THU THẬP THÔNG TIN



NGUỒN DỮ LIỆU



	Nguồn dữ liệu bên trong	Nguồn dữ liệu bên ngoài
Ưu điểm	• Chính xác và đáng tin cậy. • Dễ dàng truy cập và quản lý.	• Phạm vi rộng và đa dạng. • Cập nhật thường xuyên. • Cung cấp thông tin về thị trường và đối thủ cạnh tranh.
Nhược điểm	• Giới hạn về phạm vi và tính đa dạng. • Có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố nội bộ.	• Có thể không chính xác hoặc đáng tin cậy. • Khó khăn hơn trong việc truy cập và quản lý. • Tốn kém.

DẠNG DỮ LIỆU

	Dữ liệu sơ cấp	Dữ liệu thứ cấp
Ưu điểm	• Chính xác và phù hợp. • Cung cấp thông tin chi tiết và mới nhất. • Có thể kiểm soát được chất lượng dữ liệu.	• Dễ dàng thu thập, truy cập. • Tiết kiệm thời gian, chi phí. • Cung cấp thông tin tổng quan về thị trường và đối thủ cạnh tranh.
Nhược điểm	• Tốn thời gian và chi phí thu thập. • Khó khăn trong việc tiếp cận đối tượng nghiên cứu.	• Có thể không chính xác hoặc cập nhật. • Khó khăn trong việc kiểm soát chất lượng dữ liệu.

PHƯƠNG PHÁP THU THẬP THÔNG TIN ↗↖

Dữ liệu sơ cấp

- Khảo sát: Khảo sát trực tuyến, khảo sát qua điện thoại, khảo sát trực tiếp
- Phỏng vấn: Phỏng vấn chuyên sâu, phỏng vấn nhóm
- Quan sát: Quan sát trực tiếp và gián tiếp.
- Thử nghiệm: Thử nghiệm sản phẩm hoặc thử nghiệm chiến dịch

Dữ liệu thứ cấp

- Lấy từ chính bên trong doanh nghiệp: Báo cáo tài chính
- Báo cáo thị trường
- Thống kê ngành
- Bài báo, blog, mạng xã hội
- Website của chính phủ, tổ chức phi lợi nhuận





CÁC BƯỚC THU THẬP DỮ LIỆU

- Xác định mục tiêu và phạm vi nghiên cứu
- Xác định đối tượng nghiên cứu
- Lựa chọn phương pháp thu thập dữ liệu
- Thiết kế công cụ thu thập dữ liệu
- Thu thập dữ liệu

CHƯƠNG 3: XÁC ĐỊNH THANG ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ, THIẾT KẾ BẢNG HỎI, CHỌN MẪU VÀ TIẾN HÀNH KHẢO SÁT



THANG ĐO LƯỜNG VÀ DẠNG CÂU HỎI

STT	Câu hỏi	Thang đo	Thang điểm	Dạng câu hỏi
1	● Câu hỏi sàng lọc:	-		
	- Anh/Chị đã sử dụng dịch vụ GrabBike chưa?	Biểu danh	Đối nghịch	Đóng
2	● Câu hỏi thông tin:	-		
	- Giới tính của Anh/Chị là gì?	Biểu danh	Nhiều đáp án	Đóng
	- Công việc hiện tại của Anh/Chị là gì?	Biểu danh	Nhiều đáp án	Đóng
3	● Câu hỏi về độ tuổi, thu nhập:	-		
	- Độ tuổi của Anh/Chị là bao nhiêu?	Tỷ lệ	Nhiều đáp án	Đóng
	- Vui lòng cho biết mức thu nhập trung bình 1 tháng hiện tại của Anh/Chị?	Tỷ lệ	Nhiều đáp án	Đóng
	- Tần suất sử dụng dịch vụ Grabbike của Anh/Chị là bao nhiêu lần/tuần?	Tỷ lệ	Nhiều đáp án	Đóng
	- Mức độ chi trả cho mỗi lần sử dụng dịch vụ của Anh/Chị là bao nhiêu?	Tỷ lệ	Nhiều đáp án	Đóng
	- Anh/Chị thường tìm kiếm thông tin về dịch vụ xe (nói chung) qua những kênh online nào?	Biểu danh	Nhiều đáp án	Đóng

	● Câu hỏi khai thác, đánh giá:	-		
4	- Đánh giá mức độ hài lòng của Anh/Chị về chất lượng dịch vụ của GrabBike?	Khoảng cách	Likert	Đóng
	- Đánh giá của Anh/Chị thế nào về mức giá của dịch vụ GrabBike?	Khoảng cách	Likert	Đóng
	- Đánh giá của Anh/Chị thế nào về việc phân phối của dịch vụ GrabBike?	Khoảng cách	Likert	Đóng
	- Đánh giá của Anh/Chị thế nào về xúc tiến, quảng cáo của dịch vụ GrabBike?	Khoảng cách	Likert	Đóng
5	● Ý kiến, đề xuất của khách hàng:	-		
	- Theo Anh/Chị doanh nghiệp nên làm gì để có thể cải thiện chất lượng dịch vụ Grabbike?	-	-	Mở



BẢNG HỎI



PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN CỦA KHÁCH HÀNG VỀ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ GRABBIKE

Xin chào anh/chị, chúng tôi đến từ trường Cao đẳng FPT Polytechnic với chuyên ngành là Digital Marketing. Hiện tại chúng tôi đang thực hiện khảo sát thực tế về ”*Nghiên cứu mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ GrabBike*”. Rất mong các anh/chị bỏ ra ít phút để giúp chúng tôi điền vào phiếu khảo sát. Mong anh/chị đọc kỹ câu hỏi và trả lời đúng với quan điểm của mình. Chúng tôi cam đoan những thông tin từ anh/chị sẽ chỉ sử dụng cho việc nghiên cứu lần này.

Xin chân thành cảm ơn anh/chị đã đồng ý tham gia cuộc khảo sát này. Nếu được yêu cầu, kết quả sẽ được gửi cho anh/chị.

Anh/chị vui lòng đánh một dấu “✓” vào ô thích hợp từ câu 1 đến câu 8.

Câu 1: Anh/Chị đã từng sử dụng dịch vụ GrabBike chưa?

- ☐ Đã từng (Tiếp tục khảo sát)
- ☐ Chưa từng (Mời anh/chị dừng trả lời tại đây. Xin cảm ơn!)

Câu 2: Giới tính của anh/chị là gì?

- ☐ Nam ☐ Nữ ☐ Khác

Câu 3: Độ tuổi của anh/chị là bao nhiêu?

- ☐ Dưới 18 tuổi ☐ 18-25 tuổi
- ☐ 25-35 tuổi ☐ Trên 35 tuổi

Câu 4: Nghề nghiệp của anh/chị là gì?

- ☐ Học sinh/Sinh viên ☐ Nhân viên văn phòng
- ☐ Người làm tự do ☐ Công việc khác

Câu 5: Mức thu nhập trung bình 1 tháng hiện tại của anh/chị là bao nhiêu?

- ☐ Dưới 5 triệu ☐ Từ 5 triệu – 10 triệu
- ☐ Từ 10 triệu -15 triệu ☐ Trên 15 triệu

Câu 6: Tần suất sử dụng dịch vụ Grabbike của anh/chị là bao nhiêu lần/tuần?

- ☐ Hàng ngày ☐ 3-4 lần
- ☐ 1-2 lần ☐ Ít hơn 2 lần

Câu 7: Anh/Chị thường tìm kiếm thông tin về dịch vụ xe (nói chung) qua những kênh nào?

- ☐ Mạng xã hội (Facebook, tiktok,...) ☐ Ứng dụng di động
- ☐ Quảng cáo ☐ Nguồn khác (hội nhóm, báo,...)

Câu 8: Đánh giá mức độ hài lòng của anh/chị về hoạt động Marketing của chất lượng dịch vụ GrabBike?

(1) Rất không hài lòng – (2) Không hài lòng – (3) Bình thường – (4) Hài lòng – (5) Rất hài lòng

STT	NỘI DUNG	MỨC ĐỘ				
	Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố Dịch vụ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Thao tác dễ dàng khi đặt xe					
2	Chất lượng/tình trạng xe tốt					
3	An toàn trong quá trình di chuyển					
4	Kỹ năng lái xe của tài xế tốt					
	Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố Giá	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Giá cước GrabBike hợp lý hơn so với các dịch vụ xe công nghệ khác					
6	Các hình thức thanh toán đa dạng và tiện lợi					
	Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố Phân phối	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Độ phủ sóng của tài xế Grabbike cao					
8	Thời gian chờ đợi xe hợp lý					
9	Hệ thống đặt xe dễ dàng và tiện lợi					
	Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố Xúc tiến	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Các chương trình khuyến mãi của GrabBike hấp dẫn					
11	Nội dung quảng cáo, thông điệp quảng cáo hay và ý nghĩa					
12	Hình thức quảng cáo đa dạng					
13	Bán hàng cá nhân tốt					
14	Chăm sóc khách hàng tốt					

Câu 9: Theo anh/chị doanh nghiệp nên làm gì để có thể cải thiện chất lượng dịch vụ Grabbike? (thái độ tài xế, sự an toàn khi di chuyển, thời gian chờ đợi xe...) hãy đóng góp để chúng tôi cải thiện chất lượng dịch vụ, giúp anh chị có trải nghiệm tốt nhất nhé!

.....

.....

.....

Cảm ơn Anh/Chị đã tham gia khảo sát!!!

CHỌN MẪU

Sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất và lấy mẫu đánh giá.

Kích thước mẫu tối thiểu: $N = 5 * M$

$N = 5 * 20 = 100$ phần tử

Kích thước mẫu thực của nhóm là: 150 phần tử



TIẾN HÀNH KHẢO SÁT

- Hình thức khảo sát: Offline
- Giới tính: Mọi giới tính
- Độ tuổi: Trên 14 tuổi
- Nghề nghiệp: Học sinh, sinh viên, nhân viên văn phòng
- Khu vực: Trường học, bến xe, chung cư



Ảnh nhóm thực hiện khảo sát offline



CHƯƠNG 4: XỬ LÝ DỮ LIỆU PHÂN TÍCH KẾT QUẢ VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP



PHÂN TÍCH BÁO CÁO

Sàng lọc dữ liệu

TỔNG SỐ PHIẾU THU ĐƯỢC	TỔNG SỐ PHIẾU HỢP LỆ	TỔNG SỐ PHIẾU KHÔNG HỢP LỆ
150	142	8

Bảng sàng lọc phiếu khảo sát

THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU NGHIÊN CỨU

(Tổng số phiếu hợp lệ: 142 phần tử) Đặc điểm		Tần số	% Tổng số (Tần suất)
Giới tính	Nam	64	45.1%
	Nữ	70	49.3%
	Khác	8	5.6%
Nhóm tuổi	Dưới 18 tuổi	26	18.3%
	18-25 tuổi	81	57%
	25-35 tuổi	25	17.6%
	Trên 35 tuổi	10	7%
Nghề nghiệp	Học sinh/Sinh viên	88	62%
	Nhân viên văn phòng	28	19.7%
	Lao động tự do	18	12.7%
	Khác	8	5.6%

Thu nhập	Dưới 5 triệu	74	52.1%
	Từ 5-10 triệu	34	23.9%
	Trên 10-15 triệu	18	12.7%
	Trên 15 triệu	15	11.3%
Tần suất	Hàng ngày	22	15.5%
	1-2 lần	72	50.7%
	2-3 lần	36	25.4%
	3-4 lần	12	8.4%
Nơi biết đến	Qua mạng xã hội: Facebook, Tiktok...	80	56.3%
	Qua quảng cáo TV, tạp chí	36	25.4%
	Ứng dụng di động	19	13.4%
	Khác	7	4.9%

PHÂN TÍCH KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

	Tổng số phiếu hợp lệ	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình
Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố dịch vụ				
Thao tác dễ dàng khi đặt xe	142	1	5	3.65
Chất lượng/tình trạng xe tốt	142	1	5	2.74
An toàn trong quá trình di chuyển	142	1	5	2.72
Kỹ năng lái xe của tài xế tốt	142	1	5	2.66
Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố giá				
Giá cước GrabBike hợp lý hơn so với các dịch vụ xe công nghệ khác	142	1	5	3.57
Các hình thức thanh toán đa dạng và tiện lợi	142	1	5	3.75

PHÂN TÍCH KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG

Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố phân phối				
Độ phủ sóng của tài xế Grabbike cao	142	1	5	3.93
Anh/Chị không mất nhiều thời gian đợi tài xế đến đón.	142	1	5	2.99
Hệ thống đặt xe dễ dàng và tiện lợi	142	1	5	3.65
Mức độ hài lòng của anh/chị về yếu tố xúc tiến				
Các chương trình khuyến mại của GrabBike hấp dẫn (Giảm giá trực tiếp, mã ưu đãi, hoàn tiền,...)	142	1	5	3.33
Nội dung quảng cáo, thông điệp quảng cáo hay và ý nghĩa	142	1	5	3.32
Phương tiện quảng cáo đa dạng (Facebook, Tiktok, Banner,...)	142	1	5	3.51
Tổng đài phản hồi, xử lý khiếu nại của khách hàng kịp thời	142	1	5	3.16

SO SÁNH CHÉO

		Tần suất sử dụng dịch vụ Grabbike				Tổng số
		Hàng ngày	1-2 lần	2-3 lần	3-4 lần	
Độ tuổi	Dưới 18 tuổi	5	12	6	5	26
	18-25 tuổi	8	45	22	6	81
	25-35 tuổi	5	10	7	3	25
	Trên 35 tuổi	4	5	1	0	10
Tổng số		22	72	36	12	142

So sánh chéo giữa độ tuổi và tần suất sử dụng dịch vụ Grabbike

SO SÁNH CHÉO

		Giá cước GrabBike hợp lý hơn so với các dịch vụ xe công nghệ khác					Tổng số
		Rất không hài lòng	Không hài lòng	Bình thường	Hài lòng	Rất hài lòng	
Thu nhập	Dưới 5 triệu	1	5	28	19	21	74
	5-10 triệu	2	1	16	10	5	34
	10-15 triệu	1	3	9	4	1	18
	Trên 15 triệu	0	2	5	5	4	16
Tổng số		4	11	58	38	31	142

So sánh chéo giữa thu nhập và tiêu chí “Giá cước GrabBike hợp lý hơn so với các dịch vụ xe công nghệ khác”

ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Tích cực



Hạn chế



ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP



Mở rộng phạm vi hoạt động



Tăng cường các hoạt động marketing và truyền thông



Cải thiện về chất lượng dịch vụ

**Xin cảm ơn
thầy cô và
các bạn đã
lắng nghe**

