



HUTECH

ĐẠI HỌC KỸ THUẬT CÔNG NGHỆ TP.HCM



LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY VTGAS TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH

HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: **TS. PHAN ĐÌNH NGUYỄN**

HỌC VIÊN THỰC HIỆN: **TRẦN THỊ HƯƠNG**

BỔ CỤC LUẬN VĂN

CHƯƠNG I: GIỚI THIỆU

CHƯƠNG II: TỔNG QUAN VỀ NGÀNH GAS VÀ VTGAS

CHƯƠNG III: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

CHƯƠNG IV: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG V: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

CHƯƠNG VI: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

CHƯƠNG I

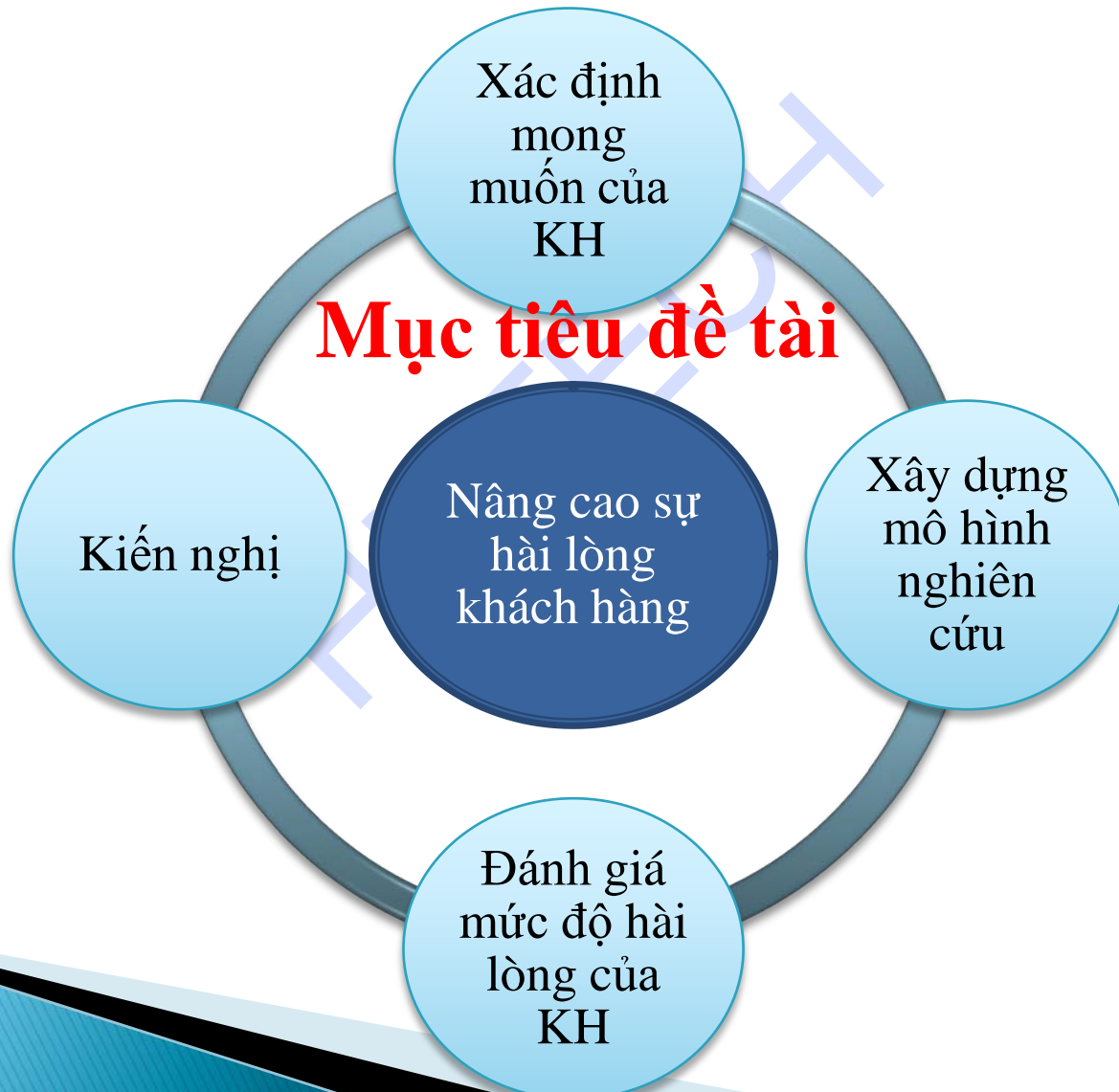
GIỚI THIỆU

Lý do chọn đề tài:

- ▶ Tìm hiểu về sự hài lòng của khách hàng với sản phẩm của VTGAS.
- ▶ Tăng thị phần, tăng doanh thu và lợi nhuận cho VTGAS.

CHƯƠNG I

GIỚI THIỆU



CHƯƠNG III

CƠ SỞ LÝ THUYẾT

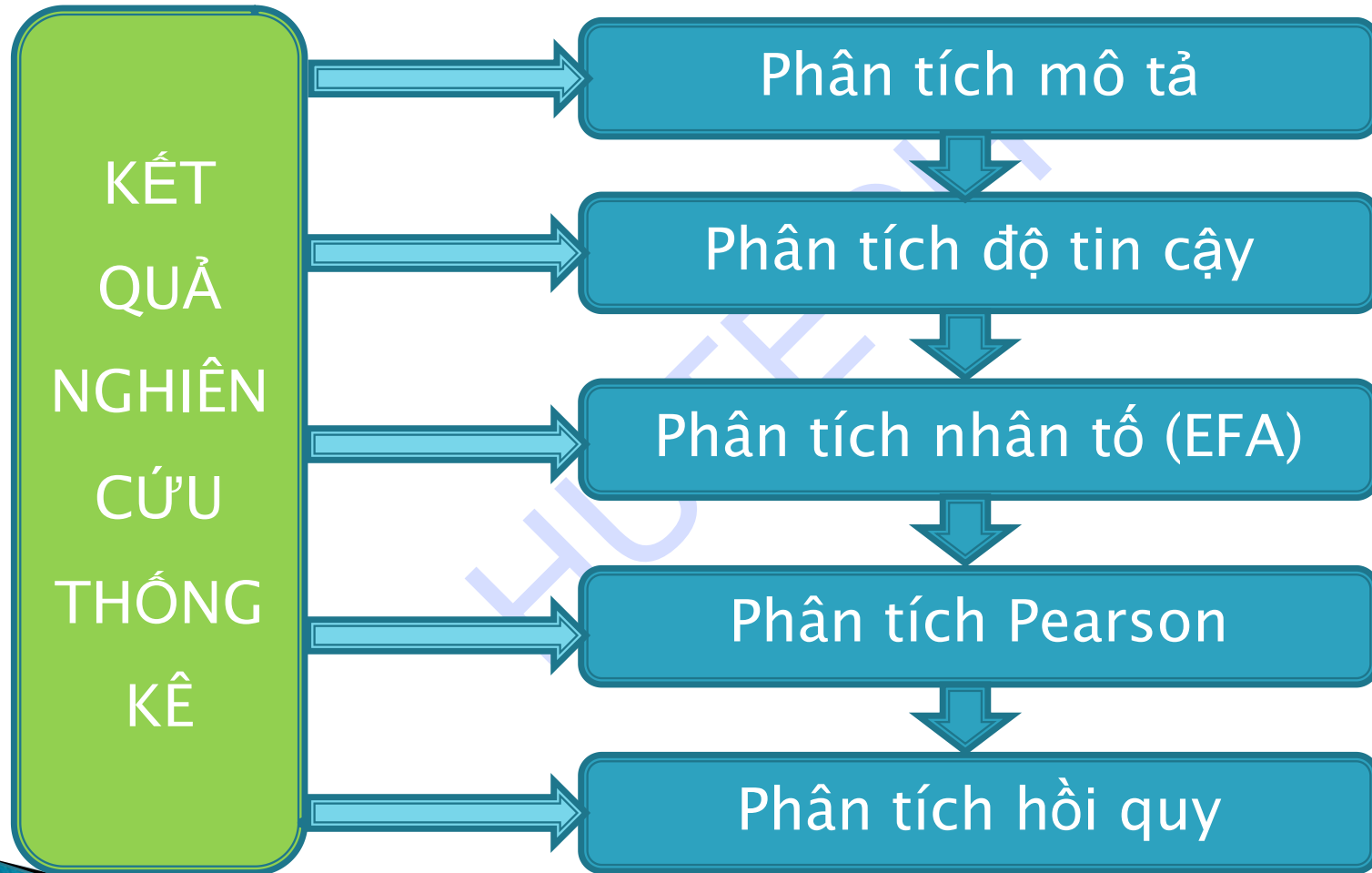


Hình 3.1: Mô hình dự kiến

Nguồn: Tác giả xây dựng sau khi nghiên cứu định tính

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN



Hình 5.1: Quy trình phân tích định lượng

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5.1. Phân tích mô tả

Bảng 5.1: Phân tích thống kê mô tả

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tiêu chuẩn sản phẩm	408	1	5	3,41	0,79
Chính sách công ty	408	1	5	3,04	0,82
Sự thuận tiện	408	1	5	3,77	0,81
Phong cách phục vụ của nhân viên	408	1	5	3,23	0,84
Tính cạnh tranh về giá	408	1	5	4,15	0,78
Sự tin cậy	408	1	5	3,31	0,74
Hình ảnh doanh nghiệp	408	1	5	3,69	0,75

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5.2. Phân tích độ tin cậy (Cronbach's alpha)

Bảng 5.2: Hệ số tin cậy của các nhân tố

Nhân tố	Hệ số tin cậy	Hệ số tương quan tổng biến phù hợp
Tiêu chuẩn sản phẩm	0,670	0,397 – 0,440
Chính sách công ty	0,627	0,399 – 0,473
Phong cách phục vụ của nhân viên	0,713	0,414 – 0,509
Sự thuận tiện	0,677	0,390 – 0,506
Tính cạnh tranh về giá	0,624	0,457 – 0,482
Sự tin cậy	0,754	0,427 – 0,476
Hình ảnh doanh nghiệp	0,675	0,434 – 0,488

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5.3. Phân tích nhân tố (*EFA*)

Qua 3 lần phân tích EFA đã loại ra 2 biến quan sát.

- Công ty có hệ thống truy cập thông tin dễ sử dụng.
- Công ty luôn đi đầu trong các cải tiến và hoạt động xã hội.
- *Vì có hệ số tải nhân tố $< 0,5$.*

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5.4. Phân tích hệ số Pearson

Qua phân tích cho thấy có hai nhân tố có *hệ số tương quan* $|r| < 0,1$.

- *Sự thuận tiện.*
- *Sự tin cậy.*

Vì vậy, hai nhân tố trên không phù hợp để *phân tích hồi quy*.

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5. 5. Phân tích hồi quy

$$SHL = 1,424 + 0,432*TC + 0,358*CS + 0,193*PC + 0,136*TG + 0,109*HA$$

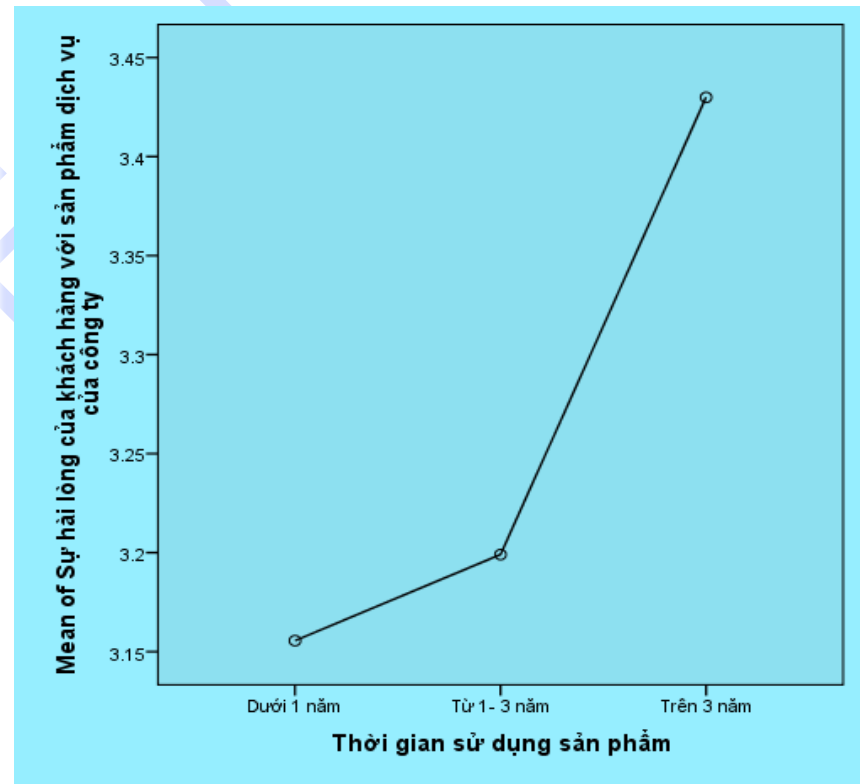
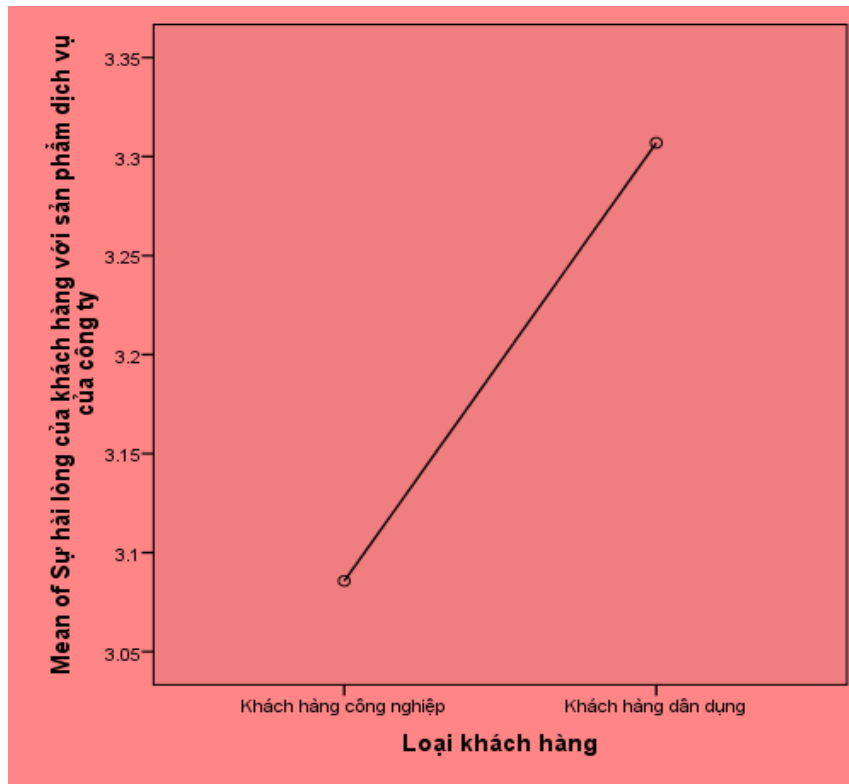


Hình 3: Mô hình sau khi phân tích thống kê

CHƯƠNG V

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

5.6 Phân tích ANOVA



Hình 5.1: Kết quả phân tích ANOVA theo nhóm khách hàng

CHƯƠNG VI

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kết luận:

- *Tiêu chuẩn sản phẩm.*
- *Chính sách công ty.*
- *Phong cách phục vụ của nhân viên.*
- *Tính cạnh tranh về giá.*
- *Hình ảnh doanh Doanh nghiệp.*

CHƯƠNG V

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kiến nghị:

➤ ***Tiêu chuẩn sản phẩm:***

Cung cấp sản phẩm đúng chất lượng và đảm bảo an toàn cho người tiêu dùng.

➤ ***Chính sách công ty:***

Công ty nên thăm hỏi, tặng quà cho khách hàng.

➤ ***Phong cách phục vụ của nhân viên:***

Giải quyết khiếu nại phải triệt để và tế nhị.

CHƯƠNG V

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kiến nghị:

➤ ***Tính cạnh tranh về giá:***

Dùng chính sách hỗ trợ giá cho khách hàng như: Chiết khấu và hỗ trợ vận chuyển.

➤ ***Hình ảnh của Doanh nghiệp:***

- Tập trung chất lượng sản phẩm.
- Tăng sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên.

ĐIỂM MỚI VÀ HƯỚNG TIẾP THEO CỦA LUẬN VĂN

Điểm mới của luận văn:

Đưa mô hình vào phân tích sự hài lòng của khách hàng vào phân tích sự hài lòng về sản phẩm Gas.

Hướng nghiên cứu tiếp theo:

- Nghiên cứu với mẫu lớn hơn.
- Xem xét thêm những nhân tố khác.

Xin chân thành cảm ơn!

Quý thầy (cô) trong hội đồng và các học viên đã lắng nghe.