

Ảnh hưởng của eWOM đến ý định đặt vé máy bay trực tuyến: Vai trò trung gian và điều tiết trong mô hình cấu trúc

Hồ Phi Dũng^{1*}, Ao Thu Hoài^{2**}, Nguyễn Xuân Hiệp^{3***}

¹ Học viện Hàng không Việt Nam, ² Trường Đại học Giao thông Vận tải TP. Hồ Chí Minh, ³ Trường Đại học Tài chính – Marketing.

ORCID ID: * 0009-0003-1857-1135, ** 0000-0001-6788-3993, *** 0009-0005-9287-2459.

✉ Tác giả liên hệ: dunghp@vaa.edu.vn.

Ngày nhận bài: 12/8/2025 | Biên tập xong: 02/10/2025 | Duyệt đăng: 12/10/2025

TÓM TẮT:

Mục tiêu nghiên cứu: Nghiên cứu đánh giá tác động của truyền miệng điện tử (eWOM) đến ý định đặt vé máy bay trực tuyến (YĐĐVMBTT) tại Việt Nam, đồng thời xác định vai trò trung gian của hình ảnh thương hiệu (HATH) và vai trò điều tiết của động cơ mua hàng (ĐCMH) cùng rủi ro cảm nhận (RRCN).

Thiết kế nghiên cứu/phương pháp/tiếp cận: Phương pháp định lượng được áp dụng với dữ liệu khảo sát từ 770 khách hàng từng đặt vé máy bay trực tuyến trong 12 tháng gần nhất. Mô hình phương trình cấu trúc bình phương bé nhất (PLS-SEM) được dùng để kiểm định các mối quan hệ trực tiếp, gián tiếp và tương tác giữa các biến.

Kết quả nghiên cứu chính: Kết quả cho thấy eWOM ảnh hưởng cùng chiều đến HATH và YĐĐVMBTT. HATH là biến trung gian quan trọng, chuyển hóa tác động của eWOM thành thái độ và hành vi mua tích cực. ĐCMH làm tăng cường mối quan hệ giữa eWOM, HATH và ý định đặt vé. Trong khi đó, rủi ro cảm nhận điều tiết mối quan hệ giữa eWOM và ý định đặt vé, thể hiện xu hướng khách hàng dựa vào eWOM nhiều hơn khi mức độ bất định cao.

Giá trị đóng góp mới: Nghiên cứu mở rộng lý thuyết hành vi tiêu dùng trực tuyến bằng cách tích hợp đồng thời cơ chế trung gian và điều tiết trong một mô hình duy nhất, đồng thời mang lại hàm ý cho các hãng hàng không trong việc tối ưu hóa eWOM, cá nhân hóa thông điệp và giảm thiểu rủi ro cảm nhận nhằm gia tăng tỷ lệ đặt vé trực tuyến.

TỪ KHÓA: Truyền miệng điện tử, hình ảnh thương hiệu, động cơ mua hàng, rủi ro cảm nhận, ý định đặt vé máy bay trực tuyến.

Mã phân loại JEL: M31, M37, L93, D91.

DOI: <https://doi.org/10.63065/ajeb.vn.2025.235>.....