

Những yếu tố ảnh hưởng tới thái độ của khách hàng hạng phổ thông với việc sử dụng dịch vụ hàng không trong bối cảnh đại dịch Covid-19

Đinh Thu Quỳnh
Võ Thị Ngọc Linh

Tóm tắt: Đại dịch Covid-19 từ đầu năm 2020 đã gây ra những tổn thất nghiêm trọng đối với ngành hàng không thế giới nói chung và hàng không Việt Nam nói riêng. Mặc dù đại dịch đã ảnh hưởng không nhỏ tới khách hàng đi máy bay tại thời điểm hiện tại, tuy nhiên trong tương lai, nhất là những tháng cuối năm, khi mà tình hình dịch được kiểm soát, người dân sẽ có nhu cầu đi lại nhiều vì đây cũng là thời điểm người người nhà nhà về quê ăn tết. Vì vậy, bài viết nhằm mục đích khám phá những yếu tố tác động đến thái độ của nhóm khách hàng hạng phổ thông về việc sử dụng máy bay trong bối cảnh dịch trong 12 tháng sắp tới. Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong bài bao gồm phương pháp định tính và định lượng. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, những yếu tố như ưu đãi, tính tiện lợi có tác động yếu đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng hạng phổ thông. Nhận thức rủi ro và đảm bảo an toàn trong quá trình di chuyển được nhóm khách hàng này nhận định là quan trọng nhất. Những khám phá này đã đóng góp vào việc vẽ ra những chiến lược hiệu quả nhằm thu hút nhiều khách hàng hơn trong tương lai.

Từ khóa: Hạng phổ thông, dịch vụ hàng không, thái độ khách hàng.

Mã phân loại JEL: M10, M31, M37.

Tài liệu tham khảo:

- Anne, G., Frances, K. & Willy, K. (2020). Attitudes of ageing passengers to air travel since the coronavirus pandemic. *Journal of Air Transport Management*, 9(3), 1-12.
- Barbara, G. T. & Linda, S. F. (2007). Using Multivariate Statistics. Bản in lần thứ 7. Nhà xuất bản Wiley.
- Cơ chế lọc khuẩn của màng lọc không khí HEPA. (2020). Vietnam Airline website.
- Fernando, O. S., Valter, A. V., Claudio, H. S. & Marcelo G. P. (2016). Meta-Analysis of the Long- and Short-Term Effects of Sales Promotions on Consumer Behavior. *Journal of promotion management*, 22(3), 425-442.
- Gallego, I., & Font, X. (2020). Changes in air passenger demand as a result of the COVID-19 crisis: using Big Data to inform tourism policy. *Journal of Sustainable Tourism*, 19, 1-20.
- Giancarlos, P., Ayako, T. & Kiyoshi, T. (2020). Travel behavior changes during the COVID-19 pandemic in Japan: Analyzing the effects of risk perception and social influence on going-out self-restriction. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 31-38.
- Grace, H. K., Stephen, W.W. & Jillian, D. F. (2020). Modeling Airline Crisis Management Capability: Brand attitude, brand credibility and intention. *Journal of Air Transport Management*, 89, 30-42.
- Gudmundsson, S. V., Cattaneo, M. & Redondi, R. (2020). Forecasting recovery time in air transport markets in the presence of large economic shocks: COVID-19. *Journal of Air Transport Management*, 32(2), 312-323.
- Hoàng Thị Thanh. (2020). Nghiên cứu thái độ người tiêu dùng đối với hoạt động marketing trực tiếp của doanh nghiệp bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hà Nội. *Tạp chí công thương*, 212, 12-23.

- IATA (2020c). IATA COVID-19 Passenger Survey. <https://www.iata.org/en/publications/store/covid-passenger-survey>.
- Joseph F. H. Jr., William C. B., Barry, J. B. & Rolph, E. A. (1998). Multivariate data analysis: A Global Perspective. Bản in lần thứ 7. Nhà xuất bản Pearson.
- Michael, A. J., David, L. M. & Sharon, E. B. (2003). The effects of locational convenience on customer repurchase intentions across service types. *Journal of services marketing*, 17(7), 701-712.
- Nguyễn Hạnh. (2020). Hành vi của người tiêu dùng Việt Nam thay đổi vì dịch Covid-19. *Báo Công Thương*, 232, 23-35.
- Paul, S. & Ellen, P. (2008). Risk Perception and Affect. *Current directions in psychological science*, 15(6), 322-325.
- Pere S., Augusto V. & Natàlia C. (2020). An early assessment of the impact of COVID-19 on air transport: Just another crisis or the end of aviation as we know it?. *Journal of Transport Geography*, 86, 39-43
- Philippe, M., Aude, M., Eric, F. & Daniel, D. (2020). Impact of Covid-19 on passengers and airlines from passenger measurements: Managing customer satisfaction while putting the US Air Transportation System to sleep. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 7, 11-21.
- PV. (22/05/2020). Hành vi tiêu dùng của người Việt thay đổi ra sao trong và sau COVID-19. *Báo Công Thương*, 235, 12-15.
- Robert H. P. & Daniel M. (2010). Recommended Sample Size for Conducting Exploratory Factor Analysis on Dichotomous Data. *Journal of modern applied statistical methods*, 9(2), 359-368
- Robert, H. P. & Daniel, J. M. (2010). Recommended Sample Size for Conducting Exploratory Factor Analysis on Dichotomous Data. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 9(2), 359-368.
- Sascha, A., & Volker, R. (2020). European airlines' strategic responses to the COVID-19 pandemic. *Journal of Air Transport Management*, 87, 1-7.
- Skyscanner (2020). Weekly Travel Insights. Available from <https://www.partners.skyscanner.net/news-case-studies/latest-covid-insights>.
- Stefano, M. I., Fabrizio, N., Carlos, S., Spyridon, S. & Michele, V. (2020). Estimating and projecting air passenger traffic during the COVID-19 coronavirus outbreak and its socio-economic impact. *Safety Science*, 129, 333-345.
- Vinita, K., Durga P. & Sourabh, S. (2014). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404-422.
- Wierenga, B., & Soethoudt, H. (2010). Sales promotions and channel coordination. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(3), 383–397.