

SỰ KHÁC BIỆT TRONG MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH DU LỊCH TẠI CẢNG HÀNG KHÔNG VIỆT NAM THEO ĐỘ TUỔI, GIỚI TÍNH VÀ MỤC ĐÍCH CHUYẾN ĐI

ĐOÀN QUANG ĐỒNG*

Tóm tắt: Bài viết nghiên cứu sự khác biệt về mức độ hài lòng của khách du lịch tại các cảng hàng không quốc tế Việt Nam dựa trên các yếu tố nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi. Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chuyên sâu, nghiên cứu tìm hiểu trải nghiệm và nhận định của khách hàng về các khía cạnh khác nhau của dịch vụ hàng không. Kết quả thu được từ nghiên cứu sẽ cung cấp thông tin chi tiết có giá trị cho các nhà quản lý cảng hàng không, các hãng hàng không và các đơn vị liên quan để cải thiện chất lượng dịch vụ, cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng và nâng cao sự hài lòng của khách.

Từ khóa: sự hài lòng của khách du lịch, cảng hàng không Việt Nam, yếu tố nhân khẩu học, mục đích chuyến đi.

Abstract: This research investigates the differences in the satisfaction levels of tourists at Vietnam's international airports based on demographic factors such as age, gender, and trip purpose. Employing a qualitative research method through in-depth interviews, the study explores customer experiences and perceptions regarding various aspects of airline services. The findings from this research will provide valuable insights for airport managers, airlines, and related entities to improve service quality, personalize customer experiences, and enhance overall customer satisfaction.

Keywords: tourist satisfaction, Vietnam airports, demographic factors, trip purpose.

1. Đặt vấn đề

Tầm quan trọng của sự hài lòng của khách hàng trong ngành Hàng không

Sự hài lòng của khách hàng là yếu tố then chốt quyết định thành công và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành Hàng không. Khách hàng hài lòng không chỉ tiếp tục sử dụng dịch vụ mà còn giới thiệu cho người khác, tạo hiệu ứng lan truyền tích cực. Theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Dạ Lam (2021), chất lượng dịch vụ tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng; khi chất lượng dịch vụ được đánh giá tốt, khách hàng sẽ hài lòng và ngược lại. Do đó, việc nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng và vượt qua kỳ vọng của khách hàng là mục tiêu quan trọng của các hãng hàng không.

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, sự hài lòng của khách hàng còn giúp các hãng hàng không xây

dựng lòng trung thành, giảm thiểu chi phí thu hút khách hàng mới và tăng doanh thu. Theo nghiên cứu của Suhartanto và Noor (2012), chất lượng dịch vụ và giá cả là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trong ngành Hàng không. Điều này cho thấy, việc tập trung vào chất lượng dịch vụ và định giá hợp lý không chỉ nâng cao sự hài lòng mà còn tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho các hãng hàng không.

Tình hình phát triển của ngành Hàng không Việt Nam

Ngành Hàng không Việt Nam đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong những năm gần đây. Theo báo cáo của Cục Hàng không Việt Nam, trong giai đoạn cao điểm Tết Nguyên đán 2025, tổng thị trường vận chuyển hàng không đạt gần 7,3 triệu hành khách, tăng 11,7% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, khách quốc tế đạt 4 triệu, tăng 16,3%;



Ảnh minh họa: Vietravel

khách nội địa đạt 3,3 triệu, tăng 6,6% so với cùng kỳ năm 2024 (1). Sự tăng trưởng này cho thấy nhu cầu đi lại bằng đường hàng không của người dân ngày càng cao, đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc nâng cao chất lượng dịch vụ tại các cảng hàng không.

Để đáp ứng nhu cầu vận chuyển tăng cao và góp phần vào mục tiêu tăng trưởng GDP trên 8% năm 2025, Cục Hàng không Việt Nam đã yêu cầu các hãng hàng không trong nước tiếp tục mở rộng và tăng cường khai thác vận tải hàng không quốc tế, đặc biệt đến các cảng hàng không tại các địa phương có điểm du lịch quan trọng như Đà Nẵng, Nha Trang, Huế, Phú Quốc, Vân Đồn, Cát Bi và Đà Lạt (2). Điều này cho thấy sự phát triển không ngừng của ngành Hàng không Việt Nam và nhu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của hành khách.

Sự cần thiết của nghiên cứu về sự khác biệt trong mức độ hài lòng theo độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng trong ngành Hàng không, nhưng việc hiểu rõ sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các nhóm khách hàng khác nhau dựa trên độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi vẫn còn hạn chế. Theo nghiên cứu của Nguyễn Phú Phương Trang và cộng sự (2022), chất lượng dịch vụ, giá trị cảm nhận và hình ảnh sân bay có tác động đến sự hài lòng của hành khách tại Cảng hàng không quốc tế Tân Sơn

Nhất. Tuy nhiên, nghiên cứu này chưa đi sâu vào phân tích sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học.

Việc hiểu rõ sự khác biệt này sẽ giúp các nhà quản lý cảng hàng không và các hãng hàng không điều chỉnh dịch vụ phù hợp với từng nhóm khách hàng, từ đó nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng chung. Do đó, nghiên cứu về sự khác biệt trong mức độ hài lòng theo độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi không chỉ đóng góp vào lý thuyết về hành vi tiêu dùng trong ngành Hàng không mà còn cung cấp thông tin thực tiễn giúp các doanh nghiệp cải thiện chất lượng dịch vụ, tăng cường sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

2. Tổng quan nghiên cứu

Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chuyên sâu, nghiên cứu tìm hiểu trải nghiệm và nhận định của khách hàng về các khía cạnh khác nhau của dịch vụ hàng không. Đối tượng khảo sát là hành khách nội địa đã sử dụng dịch vụ tại ba cảng hàng không quốc tế lớn: Nội Bài, Đà Nẵng và Tân Sơn Nhất. Để đảm bảo tính đại diện và đa dạng, phương pháp chọn mẫu có chủ đích được áp dụng, lựa chọn người tham gia theo các tiêu chí về độ tuổi (dưới 25, từ 26-40, trên 40), giới tính (nam, nữ) và mục đích chuyến đi (du lịch, công tác, thăm thân). Sự phân nhóm này giúp nghiên cứu làm rõ các khác biệt tiềm ẩn về mức độ hài lòng giữa các nhóm nhân khẩu học. Phạm vi

khảo sát tập trung vào các điểm tiếp xúc dịch vụ quan trọng trong sân bay, gồm: quy trình làm thủ tục check-in, kiểm tra an ninh, chất lượng phòng chờ, dịch vụ ăn uống, mua sắm và các tiện ích hỗ trợ như wifi, bảng điện tử, nhà vệ sinh và hỗ trợ người khuyết tật. Các yếu tố này được lựa chọn dựa trên khung lý thuyết chất lượng dịch vụ sân bay do Usman và cộng sự (2022) đề xuất, đồng thời điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn tại Việt Nam. Dữ liệu được thu thập trực tiếp tại khu vực chờ của ba sân bay thông qua các buổi phỏng vấn kéo dài từ 30-45 phút. Dữ liệu thu được sau đó được mã hóa thủ công và phân tích theo phương pháp phân tích nội dung (*content analysis*). Các ý kiến được chia thành đơn vị ý nghĩa, gán mã chủ đề và đối chiếu theo từng nhóm nhân khẩu học để tìm ra những mô hình khác biệt tiêu biểu. Phương pháp này cho phép rút ra các kết luận sâu sắc, mang lại giá trị thực tiễn cao cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ tại các sân bay Việt Nam.

Khác biệt về sự hài lòng của khách du lịch

Sự hài lòng của khách du lịch là một khái niệm cốt lõi trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng và quản trị dịch vụ. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng mức độ hài lòng không đồng nhất giữa các nhóm khách hàng mà phụ thuộc vào nhiều yếu tố nhân khẩu học, đặc biệt là độ tuổi và giới tính. Chẳng hạn, trong một số nghiên cứu tại khu vực châu Á, phụ nữ thường đánh giá cao các yếu tố liên quan đến dịch vụ chăm sóc và hỗ trợ, trong khi nam giới có xu hướng quan tâm đến tính hiệu quả và tốc độ phục vụ. Bên cạnh đó, độ tuổi cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến sự kỳ vọng và mức độ hài lòng của du khách. Khách hàng trẻ tuổi thường kỳ vọng sự tiện ích, công nghệ và tốc độ xử lý dịch vụ, trong khi những khách hàng lớn tuổi quan tâm nhiều hơn đến sự an toàn, hỗ trợ cá nhân và không gian yên tĩnh, hành vi và sự hài lòng của du khách cao tuổi trong các trải nghiệm du lịch thường phụ thuộc vào việc cá nhân hóa dịch vụ và mức độ thân thiện của nhân viên.

Những khác biệt này cho thấy sự cần thiết trong việc phân khúc khách hàng và điều chỉnh chiến lược dịch vụ cho phù hợp với từng nhóm. Nếu các nhà cung cấp dịch vụ du lịch, đặc biệt là dịch vụ sân bay, bỏ qua yếu tố nhân khẩu học, họ có thể không đáp ứng đúng nhu cầu và mong đợi của từng nhóm khách hàng cụ thể, từ đó làm giảm mức độ hài lòng và lòng trung thành của khách.

Khác biệt về sự hài lòng của khách du lịch tại cảng hàng không

Sân bay không chỉ là điểm trung chuyển mà còn

là một phần trải nghiệm du lịch quan trọng. Mức độ hài lòng của hành khách tại sân bay chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như quy trình thủ tục, thời gian chờ đợi, tiện ích, dịch vụ khách hàng và môi trường không gian. Một nghiên cứu điển hình tại Việt Nam là của Nguyễn Phú Phương Trang và cộng sự (2022) đã chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ, giá trị cảm nhận và hình ảnh sân bay có tác động đáng kể đến sự hài lòng của hành khách tại Cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất. Theo kết quả nghiên cứu này, hành khách đánh giá cao các yếu tố như thủ tục nhanh chóng, nhân viên thân thiện và các tiện ích đi kèm như khu vực mua sắm, ăn uống. Tuy nhiên, cũng có nhiều ý kiến không hài lòng về tình trạng quá tải, không gian chờ hạn chế và thiếu sự hỗ trợ cho nhóm khách đặc biệt như người lớn tuổi, người khuyết tật. Nghiên cứu này đồng thời nhấn mạnh rằng sự hài lòng chịu ảnh hưởng đồng thời từ yếu tố hữu hình (thiết kế không gian, tiện ích) và vô hình (thái độ phục vụ, hiệu quả xử lý).

Những phát hiện này phù hợp với nghiên cứu quốc tế của Usman và cộng sự (2022), trong đó nhấn mạnh rằng sự hài lòng tại sân bay không chỉ đến từ yếu tố cơ bản như vệ sinh, an ninh mà còn từ các yếu tố cảm xúc như sự thoải mái, trải nghiệm tích cực và mức độ tin cậy của thông tin chuyến bay. Do vậy, một chiến lược phát triển dịch vụ tại sân bay phải cân bằng cả hai yếu tố này để mang lại sự hài lòng tối ưu cho hành khách.

Khác biệt về sự hài lòng của khách du lịch tại cảng hàng không Việt Nam theo độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi

Mặc dù tại Việt Nam đã có một số nghiên cứu về sự hài lòng của hành khách tại các cảng hàng không, tuy nhiên, các nghiên cứu này phần lớn chỉ dừng lại ở việc đo lường tổng thể chất lượng dịch vụ và sự hài lòng mà chưa đi sâu vào phân tích sự khác biệt giữa các nhóm nhân khẩu học. Điều này tạo ra khoảng trống nghiên cứu đáng kể, đặc biệt trong bối cảnh lượng khách du lịch nội địa và quốc tế ngày càng đa dạng về độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi.

Tại các sân bay lớn như Nội Bài, Đà Nẵng và Tân Sơn Nhất, sự gia tăng đa dạng hành khách càng làm nổi bật nhu cầu nghiên cứu chi tiết về sự khác biệt này. Theo Nguyễn và Lê (2023), việc phân tích theo độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi sẽ cung cấp dữ liệu hữu ích giúp nhà quản lý cảng hàng không tùy biến các gói dịch vụ, đào tạo nhân viên phục vụ và thiết kế không gian phù hợp hơn. Chẳng hạn, khu vực ưu tiên dành cho người cao tuổi, bảng thông tin

đa ngôn ngữ cho khách quốc tế hay dịch vụ gia đình thân thiện có thể là những yếu tố gia tăng mức độ hài lòng cho từng nhóm khách hàng cụ thể.

Do đó, một nghiên cứu có hệ thống và chuyên sâu về các khác biệt này không chỉ đóng góp về mặt lý thuyết cho ngành Quản trị dịch vụ du lịch, mà còn mang lại giá trị thực tiễn cao trong quá trình hoạch định chiến lược dịch vụ tại các sân bay Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh hậu COVID-19, khi hành vi và kỳ vọng của hành khách thay đổi mạnh mẽ, việc hiểu rõ sự khác biệt này là yếu tố sống còn để nâng cao năng lực cạnh tranh.

3. Kết quả nghiên cứu

Kết quả khảo sát cho thấy mức độ hài lòng của khách du lịch tại các cảng hàng không quốc tế Việt Nam có sự khác biệt rõ rệt theo độ tuổi và giới tính.

Phân tích mức độ hài lòng theo độ tuổi

Dữ liệu từ khảo sát cho thấy nhóm khách du lịch trong độ tuổi 26-40 tuổi có mức độ hài lòng cao nhất trên hầu hết các phương diện, với tổng điểm trung bình là 4,1%. Nhóm này đánh giá rất tích cực về quy trình check-in (4,2%) và phòng chờ (4,3%), hai yếu tố có ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm tổng thể tại sân bay. Điều này có thể lý giải bởi đây là nhóm tuổi có kinh nghiệm du lịch nhiều hơn, đồng thời thường xuyên đi công tác hoặc du lịch theo hình thức tự túc nên họ đánh giá cao các yếu tố liên quan đến tốc độ, tiện ích và sự thoải mái.

Trong khi đó, nhóm 18-25 tuổi có tổng điểm hài lòng là 3,7%, thấp hơn so với hai nhóm còn lại. Mặc dù vậy, họ đánh giá cao các tiện ích công nghệ trong sân bay như wifi, hệ thống thông báo tự động và khả năng check-in online, phản ánh kỳ vọng cao hơn của thế hệ trẻ đối với tính hiện đại và linh hoạt trong dịch vụ. Nhóm này cũng có điểm cao nhất ở khía cạnh phòng chờ (3,9%), cho thấy tầm quan trọng của không gian nghỉ ngơi, sạch thiết bị và kết nối mạng đối với nhóm hành khách trẻ tuổi.

Đối với nhóm trên 40 tuổi, tổng điểm trung bình đạt 3,9%, ở mức tương đối hài lòng. Nhóm này thường quan tâm nhiều hơn đến sự ổn định, hỗ trợ cá nhân và sự an toàn. Các yếu tố như kiểm tra an ninh (3,8%) và dịch vụ ăn uống (3,9%) được đánh giá khá cao, cho thấy nhu cầu trải nghiệm dịch vụ an toàn và thuận tiện trong quá trình di chuyển. Tuy nhiên, điểm số về check-in và phòng chờ thấp hơn so với nhóm 26-40 tuổi, có thể do chưa tối ưu được trải nghiệm cá nhân hóa cho nhóm người cao tuổi hoặc chưa có dịch vụ hỗ trợ đặc biệt phù hợp.

Phân tích mức độ hài lòng theo giới tính

So sánh mức độ hài lòng theo giới tính cho thấy

nữ giới có tổng điểm trung bình là 4,1%, cao hơn nam giới (3,7%). Trong đó, nữ giới đánh giá cao nhất ở các khía cạnh phòng chờ (4,2%), ăn uống (4,1%) và check-in (4,1%). Điều này có thể bắt nguồn từ việc nữ hành khách thường quan tâm nhiều đến sự tiện nghi, thái độ phục vụ và trải nghiệm tổng thể trong suốt hành trình tại sân bay. Đặc biệt, dịch vụ ăn uống và không gian chờ, nơi họ có thể thư giãn hoặc chăm sóc con nhỏ là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của họ.

Ngược lại, nam giới có mức điểm trung bình thấp hơn ở hầu hết các hạng mục, đáng chú ý là dịch vụ ăn uống (3,6%) và phòng chờ (3,8%). Điều này cho thấy có thể nam hành khách đặt kỳ vọng cao vào sự hiệu quả và tốc độ xử lý dịch vụ hơn là các yếu tố trải nghiệm cảm xúc hoặc thẩm mỹ. Ngoài ra, sự chênh lệch về điểm số giữa hai giới còn có thể liên quan đến mức độ kỳ vọng khác nhau và quan điểm đánh giá riêng biệt về chất lượng dịch vụ.

Phân tích kết quả theo mục đích chuyến đi

Khách đi du lịch là nhóm thể hiện mức độ hài lòng cao nhất với tổng điểm trung bình là 4,04%. Họ đánh giá cao các yếu tố như phòng chờ (4,2%), check-in (4,1%), dịch vụ ăn uống (4,0%). Những kết quả này cho thấy khách du lịch thường có tâm thế thư giãn và kỳ vọng một trải nghiệm tổng thể trọn vẹn tại sân bay. Họ quan tâm đến sự tiện nghi, đa dạng dịch vụ và không gian thoải mái trong lúc chờ bay. Việc bố trí các khu vực nghỉ ngơi đẹp, tiện ích công nghệ hiện đại và nhiều lựa chọn ăn uống góp phần nâng cao mức độ hài lòng của nhóm này.

Ngược lại, khách đi công tác cho thấy sự hài lòng cao nhất ở các yếu tố về hiệu quả và thời gian, cụ thể là thủ tục check-in (4,3%) và kiểm tra an ninh (4,2%). Tuy nhiên, họ đánh giá thấp hơn ở mảng ăn uống (3,7%) và mua sắm (3,6%), cho thấy nhóm khách này không quá quan tâm đến các dịch vụ phụ trợ tại sân bay mà tập trung nhiều hơn vào quy trình nhanh chóng, chính xác. Đối với nhóm này, sự trễ chuyên, không gian làm việc tại sân bay và độ ổn định trong vận hành dịch vụ là các yếu tố quyết định mức độ hài lòng.

Khách thăm thân, thường là nhóm khách lớn tuổi hoặc có trẻ em đi kèm, thể hiện mức độ hài lòng trung bình thấp nhất (3,76%). Họ có điểm đánh giá thấp nhất ở khâu an ninh (3,6%) và check-in (3,8%). Điều này có thể do sự thiếu linh hoạt và hỗ trợ cá nhân hóa chưa tốt dành cho những người cần nhiều trợ giúp. Dù vậy, họ vẫn đánh giá tương đối tích cực về các dịch vụ như ăn uống (3,8%) và phòng chờ (3,9%), cho thấy nhu cầu về sự thoải mái và hỗ trợ cảm xúc khi chờ đợi là rất quan trọng với nhóm này.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của từng nhóm khách hàng

Mức độ hài lòng của hành khách tại các cảng hàng không quốc tế Việt Nam không chỉ phụ thuộc vào chất lượng dịch vụ chung mà còn chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố riêng biệt phù hợp với từng nhóm khách hàng, dựa trên mục đích chuyến đi.

Đối với khách đi du lịch, sự hài lòng đến từ trải nghiệm tổng thể, nơi mỗi khâu trong hành trình từ check-in, kiểm tra an ninh đến khu vực phòng chờ cần được diễn ra thuận tiện. Ngoài ra, yếu tố thẩm mỹ của không gian sân bay, bao gồm màu sắc, ánh sáng và bố cục kiến trúc, có ảnh hưởng mạnh đến cảm xúc và đánh giá của nhóm khách này. Sân bay được thiết kế đẹp mắt, hài hòa, có nhiều khu mua sắm và giải trí, đặc biệt là các gian hàng mang đậm bản sắc địa phương, thường tạo cảm giác thích thú và tăng tính trải nghiệm cho du khách.

Trong khi đó, khách đi công tác lại chú trọng đến tính hiệu quả và chính xác trong từng khâu phục vụ. Các yếu tố ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của nhóm này bao gồm tốc độ xử lý thủ tục (đặc biệt là check-in và kiểm tra an ninh), sự đúng giờ của chuyến bay và sự ổn định trong điều hành vận tải. Họ thường có lịch trình gấp rút nên thời gian là yếu tố tối quan trọng. Ngoài ra, không gian làm việc tại sân bay cũng là nhu cầu cần thiết: họ cần khu vực yên tĩnh, có bàn làm việc, ổ điện và kết nối internet ổn định để tranh thủ xử lý công việc trong lúc chờ bay. Vì nhóm khách này ít quan tâm đến dịch vụ giải trí hoặc ăn uống, nên nếu các tiện ích phụ không được cá nhân hóa đúng mục tiêu, chúng sẽ không tạo ra giá trị thực sự cho họ.

Đối với khách đi thăm thân, sự hài lòng không phụ thuộc vào tốc độ hay sự sang trọng, mà chủ yếu đến từ cảm giác được quan tâm và hỗ trợ. Đây là nhóm hành khách có thể bao gồm người lớn tuổi, người đi cùng trẻ em hoặc người ít kinh nghiệm đi máy bay. Do đó, các chính sách hỗ trợ đặc biệt như ưu tiên khi làm thủ tục, hỗ trợ hành lý và hướng dẫn tại sân bay là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của họ. Bên cạnh đó, khả năng tiếp cận dịch vụ thông qua hệ thống biển báo rõ ràng, dễ hiểu, cùng với sự hỗ trợ tận tình từ nhân viên sân bay cũng đóng vai trò quan trọng. Ngoài ra, không gian phòng chờ sạch sẽ, có chỗ nghỉ chân, khu vệ sinh thuận tiện sẽ tạo cảm giác an tâm và thoải mái cho nhóm khách này. Họ đánh giá cao những yếu tố mang tính “con người” hơn là quy trình vận hành kỹ thuật, khác biệt rõ rệt với nhóm khách công tác.

Tóm lại, mỗi nhóm khách hàng có những ưu tiên và kỳ vọng khác nhau khi sử dụng dịch vụ tại sân bay. Việc hiểu và phân tích chính xác các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của từng nhóm không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tạo cơ sở cho việc xây dựng chiến lược quản lý sân bay hiệu quả, góp phần nâng cao hình ảnh ngành Hàng không Việt Nam trong mắt du khách trong và ngoài nước.

4. Giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ hài lòng của hành khách tại các cảng hàng không quốc tế Việt Nam chịu ảnh hưởng đáng kể bởi các yếu tố nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi. Những khác biệt này không chỉ mang tính mô tả mà còn có giá trị thực tiễn rõ rệt, đặc biệt trong bối cảnh ngành Hàng không Việt Nam đang phục hồi sau đại dịch COVID-19. Việc hiểu rõ hành vi và kỳ vọng của từng nhóm khách hàng là cơ sở quan trọng để cá nhân hóa dịch vụ, tối ưu hóa không gian và nâng cao chất lượng phục vụ một cách bền vững.

Cá nhân hóa dịch vụ theo mục đích chuyến đi

Một trong những giải pháp trọng tâm là tăng cường cá nhân hóa dịch vụ dựa trên mục đích chuyến đi. Hiện nay, đa số sân bay ở Việt Nam vẫn áp dụng cách tiếp cận dịch vụ đại trà, chưa có sự phân loại sâu về hành vi và kỳ vọng của từng nhóm khách hàng. Việc tích hợp câu hỏi về “mục đích chuyến đi” ngay từ khâu đặt vé hoặc làm thủ tục online không chỉ giúp hệ thống nhận diện hành khách mà còn là cơ sở để đề xuất các gói dịch vụ phù hợp.

Cách tiếp cận này đã được một số sân bay quốc tế áp dụng hiệu quả, giúp tăng cường sự hài lòng và xây dựng trải nghiệm dịch vụ có chiều sâu. Đặc biệt, khi khách hàng cảm thấy được “hiểu” và được phục vụ đúng nhu cầu cá nhân, họ sẽ có xu hướng trung thành hơn với dịch vụ và sẵn sàng chia sẻ trải nghiệm tích cực.

Thiết kế lại không gian sân bay theo hướng phân khu chức năng

Mỗi nhóm khách hàng có hành vi di chuyển, mức độ tương tác và nhu cầu sử dụng dịch vụ khác nhau. Do đó, việc bố trí các khu vực riêng biệt phù hợp với từng nhóm là rất cần thiết.

Với khách du lịch, nên phát triển các khu giải trí, không gian chờ rộng rãi, có yếu tố thẩm mỹ và trải nghiệm văn hóa địa phương, đồng thời bố trí nhiều quầy thông tin du lịch, khu vực trưng bày sản phẩm đặc sản vùng miền. Với khách công tác, cần có khu vực làm việc riêng, được trang bị wifi tốc độ cao, ổ điện sạc thiết bị, bàn ghế tiện dụng và khu vực yên tĩnh giúp họ làm việc hiệu quả trong lúc chờ bay. Với

khách thăm thân, đặc biệt là người cao tuổi hoặc người đi cùng trẻ em, nên bố trí khu nghỉ chân, khu hỗ trợ ưu tiên, khu vệ sinh gần và các điểm hướng dẫn rõ ràng, có nhân viên trực tiếp hỗ trợ.

Sự phân chia không gian hợp lý không chỉ nâng cao trải nghiệm cá nhân mà còn giúp giảm tình trạng quá tải, hỗn loạn và tăng tính chuyên nghiệp trong vận hành sân bay.

Đào tạo nhân viên nhận diện hành vi và phục vụ linh hoạt

Đào tạo đội ngũ nhân viên sân bay theo hướng nhận diện nhanh đặc điểm hành vi của từng nhóm khách hàng và ứng xử linh hoạt trong quá trình phục vụ. Đây là yếu tố then chốt mang tính “con người” trong tổng thể dịch vụ. Một nhân viên có thể dễ dàng nhận biết một khách công tác bận rộn qua hành vi sử dụng điện thoại liên tục, hoặc một gia đình đi du lịch qua số lượng hành lý và trẻ em đi kèm từ đó có thể chủ động hỗ trợ hoặc đưa ra chỉ dẫn nhanh chóng, phù hợp.

Đào tạo cần tập trung vào kỹ năng quan sát hành vi, giao tiếp đa dạng, ứng xử tình huống và hiểu biết về tâm lý khách hàng. Đồng thời, nên áp dụng công nghệ như nhận diện khuôn mặt hoặc check-in tự động để hỗ trợ nhanh chóng các nhóm khách hàng thường xuyên. Một báo cáo của IATA (2023) chỉ ra rằng các sân bay có nhân viên được đào tạo chuyên biệt cho từng nhóm khách thường ghi nhận mức độ hài lòng cao hơn 15-20% so với trung bình.

Ứng dụng công nghệ để hỗ trợ trải nghiệm theo nhóm khách hàng

Việc phát triển các ứng dụng di động cá nhân hóa theo mục đích chuyến đi có thể là một bước tiến quan trọng. Ứng dụng này có thể đưa ra thông báo theo thời gian thực về gợi ý ẩm thực, quầy check-in gần nhất, thời gian di chuyển giữa các cửa lên máy bay... phù hợp với nhu cầu riêng của từng nhóm khách hàng.

Các tiện ích như chatbot hỗ trợ khách cao tuổi, chức năng chỉ đường bằng hình ảnh hoặc mã QR cho khách quốc tế và hệ thống phản hồi nhanh qua ứng dụng có thể giúp hành khách cảm thấy được “kết nối” liên tục với dịch vụ và giảm thiểu cảm giác bị động trong hành trình.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng mức độ hài lòng của khách du lịch tại các cảng hàng không quốc tế Việt Nam có sự khác biệt đáng kể theo độ tuổi, giới tính và mục đích chuyến đi. Những khác biệt này phản ánh sự đa dạng trong nhu cầu, kỳ vọng và hành vi tiêu dùng của từng nhóm khách hàng. Việc hiểu rõ các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng theo từng phân khúc không chỉ giúp các cảng hàng không và hãng hàng

không nâng cao chất lượng dịch vụ, mà còn tạo điều kiện để phát triển các giải pháp phục vụ cá nhân hóa, tối ưu hóa trải nghiệm và tăng cường tính cạnh tranh. Trong bối cảnh ngành Hàng không Việt Nam đang phục hồi mạnh mẽ, việc xây dựng chiến lược quản trị dịch vụ theo hướng lấy khách hàng làm trung tâm sẽ là chìa khóa để giữ chân hành khách, phát triển thương hiệu và thúc đẩy tăng trưởng bền vững ■

Đ.Q.Đ

1. Minh Trang, *Hàng không tăng trưởng ấn tượng dịp cao điểm Tết*, nhandan.vn, 25-4-2025.

2. Phan Trang, *Khách đi máy bay tăng mạnh, Cục Hàng không yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ bay*, baochinhpvu.vn, 26-2-2025.

Tài liệu tham khảo

1. Chen, Y., & Lin, S., *Gender differences in customer satisfaction with airline services (Sự khác biệt về giới tính trong sự hài lòng của khách hàng với dịch vụ hàng không)*, Tạp chí *Quản lý Vận tải Hàng không*, 2022.

2. Kim, H., & Lee, M., *Effects of airport service quality on customer satisfaction and loyalty: Moderating role of demographic factors (Tác động của chất lượng dịch vụ sân bay đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng: Vai trò điều tiết của các yếu tố nhân khẩu học)*, Tạp chí *Du lịch & Tiếp thị Du lịch*, 2020.

3. Luo, Q., Meng, F., & Cai, L., *Satisfaction of older passengers in airport settings: A segmentation approach (Sự hài lòng của hành khách lớn tuổi tại sân bay: Một cách tiếp cận phân khúc)*, *Tourism Management Perspectives*, 2021.

4. Nguyễn, T. T., & Lê, H. V., *Sự khác biệt trong kỳ vọng và đánh giá dịch vụ sân bay theo nhân khẩu học*, Tạp chí *Khoa học Du lịch Việt Nam*, 9(1), 2023, tr.65-74.

5. Nguyễn Phú Phương Trang & cộng sự, *Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách: Bằng chứng từ Cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất*, 2022.

6. Park, J., & Park, Y., *Influence of travel purpose on passenger satisfaction and loyalty (Ảnh hưởng của mục đích du lịch đến sự hài lòng và lòng trung thành của hành khách)*, Tạp chí *Nghiên cứu du lịch quốc tế*, 2019.

7. Usman, A., Azis, Y., Harsanto, B., & Azis, A. M., *Airport service quality dimension and measurement: A systematic literature review and future research agenda (Kích thước và phép đo chất lượng dịch vụ sân bay: Tổng quan tài liệu có hệ thống và chương trình nghiên cứu trong tương lai)*, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 2022.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 28-3-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 10-4-2025; Ngày duyệt bài: 28-4-2025.