

## TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ ĐẾN GIÁ TRỊ CHUYẾN BAY CỦA CÁC HÃNG HÀNG KHÔNG VIỆT NAM

### Impact of factors on domestic flight value of Vietnamese airlines

LÊ THỊ ANH

**B**ài viết này nghiên cứu tác động của các yếu tố đến giá trị bằng tiền đối với chuyến bay của các hãng hàng không nội địa Việt Nam dựa trên số liệu thu thập từ trang web của tổ chức Skytrax. Kết quả nghiên cứu cho thấy, một tỷ lệ lớn hành khách xếp hạng chất lượng dịch vụ cho chuyến bay của các hãng hàng không ở mức thấp; tỷ lệ hành khách xếp hạng chất lượng dịch vụ ở mức cao khá khiêm tốn. Trong khi đó, chất lượng dịch vụ của chuyến bay có tác động tích cực đến định giá bằng tiền đối với chuyến bay của các hãng hàng không Việt Nam. Hành khách càng đánh giá cao chất lượng và dịch vụ, mức đánh giá về giá trị bằng tiền cho chuyến bay của hãng hàng không cũng càng cao. Kết quả này có thể hữu ích cho các hãng hàng không nội địa Việt Nam trong chiến lược cải thiện chất lượng của các dịch vụ của hãng nhằm nâng cao giá trị của hãng từ đó thu hút và giữ chân khách hàng.

**Từ khóa:** hồi quy logit thứ bậc, giá trị bằng tiền, chất lượng dịch vụ.

**T**his article aims to examine the impact of various factors on the monetary value of flights operated by Vietnamese domestic airlines, based on data collected from the website of an organization named Skytrax. The research findings indicate that a large proportion of passengers rate the service quality of airline flights at a low level, while the proportion of passengers rating service quality highly is relatively modest. Meanwhile, flight service quality has a positive impact on the monetary valuation of flights operated by Vietnamese airlines. Passengers who provide higher ratings for quality and service also tend to give higher ratings for the monetary value of airline flights. These findings are expected to be useful for Vietnamese domestic airlines in their strategic efforts to improve service quality, enhance their value, and ultimately attract and retain customers.

**Keywords:** order logit regression, monetary value, service quality.

### 1. Giới thiệu

Nền kinh tế ngày càng phát triển, nhu cầu đi lại trên khắp thế giới của con người cũng gia tăng, những dịch vụ vận chuyển hành khách từ đó cũng phát triển nhanh chóng ở hầu hết các loại phương tiện. Hãng hàng không với lợi thế vận chuyển nhanh chóng, tần suất các chuyến bay cao, giá vé các hãng hàng không cũng có nhiều phân khúc khác nhau, đáp ứng nhu cầu đi lại của nhiều

tầng lớp trong xã hội. Cùng với đó, thị trường hàng không dân dụng thế giới đã nhanh chóng phục hồi và có sự tăng trưởng ngày càng nhanh về lượng khách sau đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, thị trường hàng không của Việt Nam vẫn chỉ nằm trong “vùng trũng” của phục hồi. Cụ thể, theo Cục Hàng không Việt Nam, vận chuyển

Lê Thị Anh, TS., Đại học Kinh tế Quốc dân.