

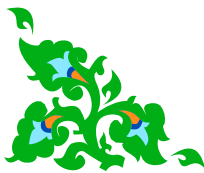
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



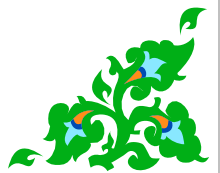
ĐOÀN NHÃ TRÚC

KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG
CỦA HÀNH KHÁCH TẠI NHÀ GA QUỐC TẾ
TÂN SƠN NHẤT

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ



TP. HỒ CHÍ MINH – Năm 2007



BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



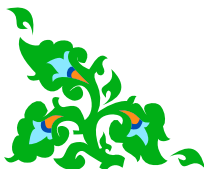
ĐOÀN NHÃ TRÚC

**KHẢO SÁT MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH
TẠI NHÀ GA QUỐC TẾ TÂN SƠN NHẤT**

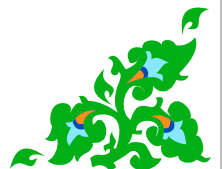
Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 60.34.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS. NGUYỄN HỮU LAM



TP. HỒ CHÍ MINH – Năm 2007



NHẬN XÉT
CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN



TS. NGUYỄN HỮU LAM

LỜI CAM ĐOAN

Tôi: Đoàn Nhã Trúc

Xin cam đoan rằng:

- Đây là công trình do chính bản thân tôi nghiên cứu và trình bày.
- Các số liệu thu thập được và kết quả nghiên cứu trình bày trong đề tài này là trung thực.
- Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung của đề tài nghiên cứu này.

Lời cảm ơn



Sau thời gian học tập và nghiên cứu, đến nay tôi đã hoàn thành luận văn tốt nghiệp của mình. Kết quả ngày hôm nay có được không chỉ từ quá trình nỗ lực của bản thân mà còn nhờ rất nhiều sự hỗ trợ, động viên của mọi người xung quanh tôi, đó là:

- Quý Thầy Cô trong Khoa Đào tạo Sau đại học của trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, những người đã truyền đạt cho tôi nhiều kiến thức và kinh nghiệm quý báu. Đây là hành trang hữu ích đã, đang và sẽ giúp tôi rất nhiều trong công việc cũng như trong cuộc sống.
- Thầy Nguyễn Hữu Lam, người đã tận tình hướng dẫn, hỗ trợ và động viên tôi trong suốt thời gian thực hiện luận văn. Tôi thật sự rất cảm kích trước sự giúp đỡ cũng như những kiến thức và kỹ năng bổ ích mà Thầy đã truyền đạt cho tôi.
- Ban lãnh đạo Cục cảng Hàng không Miền Nam đã tạo điều kiện thuận lợi giúp tôi hoàn thành đề tài nghiên cứu.
- Gia đình, bạn bè, đồng nghiệp, những người đã động viên, hỗ trợ và là chỗ dựa tinh thần, chia sẻ những vui buồn, khó khăn trong quá trình tôi thực hiện luận văn này.

Một lần nữa, xin cho phép tôi được bày tỏ lòng tri ân đến tất cả những người đã dành cho tôi sự giúp đỡ vô giá trong suốt quá trình học tập và thực hiện luận văn tốt nghiệp này.

TP. Hồ Chí Minh, ngày 28 tháng 11 năm 2007

Người thực hiện

MỤC LỤC

NỘI DUNG	TRANG
Lời cam đoan	i
Lời cảm ơn	ii
Mục lục	iii
Danh mục chữ viết tắt.....	vi
Danh mục bảng.....	viii
Danh mục hình	ix
CHƯƠNG 1: MỞ ĐẦU.....	1
1.1 CƠ SỞ HÌNH THÀNH ĐỀ TÀI.....	1
1.2 TẦM QUAN TRỌNG CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU.....	2
1.3 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	3
1.4 PHẠM VI VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	4
1.4.1 Phạm vi nghiên cứu.....	4
1.4.2 Phương pháp nghiên cứu.....	5
1.5 BỐ CỤC CỦA LUẬN VĂN.....	7
CHƯƠNG 2: TÓM LƯỢC LÝ THUYẾT LIÊN QUAN.....	8
2.1 SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TRONG DỊCH VỤ	8
2.1.1 Khái niệm.....	8
2.1.2 Vai trò của việc làm hài lòng khách hàng.....	9
2.2 ĐO LƯỜNG SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TRONG DỊCH VỤ ...	11
2.2.1 Đo lường chất lượng dịch vụ	12
2.2.2 Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng	13
TÓM TẮT CHƯƠNG.....	20
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	22
3.1 NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH	22
3.1.1 Thiết kế nghiên cứu định tính	22

3.1.2 Kết quả nghiên cứu định tính.....	23
3.2 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ THANG ĐO SỰ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH QUỐC TẾ	26
3.2.1 Mô hình nghiên cứu:	26
3.2.2 Xây dựng thang đo mức độ hài lòng của hành khách quốc tế:	26
3.3 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG.....	29
3.3.1 Thiết kế nghiên cứu định lượng	29
3.3.2 Mô tả mẫu	31
3.3.3 Kết quả kiểm định thang đo	34
TÓM TẮT CHƯƠNG.....	38
CHƯƠNG 4: THỰC TRẠNG MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH..	39
4.1 ĐỘ ĐÁP ỨNG	39
4.1.1 Đánh giá chung	40
4.1.2 Đánh giá cụ thể.....	40
4.1.3 Ý kiến đóng góp của hành khách.....	42
4.2 ĐỘ TIN CẬY	43
4.2.1 Đánh giá chung	44
4.2.2 Đánh giá cụ thể.....	44
4.2.3 Ý kiến đóng góp của hành khách.....	46
4.3 ĐIỀU KIỆN HỮU HÌNH.....	46
4.3.1 Đánh giá chung	47
4.3.2 Đánh giá cụ thể.....	47
4.3.3 Ý kiến đóng góp của hành khách.....	49
4.4 GIÁ TRỊ GIA TĂNG	51
4.4.1 Đánh giá chung	51
4.4.2 Đánh giá cụ thể.....	52
4.4.3 Ý kiến đóng góp của hành khách.....	52
4.5 DỊCH VỤ QUÁ CẢNH/NÓI CHUYỆN	53

TÓM TẮT CHƯƠNG.....	55
CHƯƠNG 5: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ	57
5.1 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 1	58
5.1.1 Cơ sở đề xuất.....	58
5.1.2 Giải pháp và kiến nghị	60
5.2 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 2	65
5.2.1 Cơ sở đề xuất.....	65
5.2.2 Giải pháp và kiến nghị	65
5.3 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 3	67
5.3.1 Cơ sở đề xuất.....	67
5.3.2 Giải pháp và kiến nghị	67
5.4 KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CỤM CẢNG HÀNG KHÔNG MIỀN NAM.....	69
TÓM TẮT CHƯƠNG.....	71
KẾT LUẬN	72

Phụ lục

Tài liệu tham khảo

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ACSI:	American Customer Satisfaction Index (Chỉ số Mức độ hài lòng của khách hàng của Mỹ)
ATM:	Automatic Teller Machine (Máy rút tiền/giao dịch ngân hàng tự động)
CACK:	Công an cửa khẩu
CIP:	Commercially Important Passenger (Hành khách hạng thương gia)
CSI:	Customer Satisfaction Index (Chỉ số Mức độ hài lòng của khách hàng)
DFS:	Duty Free Shop (Cửa hàng miễn thuế)
DV:	Dịch vụ
ĐH:	Đại học
HQ:	Hải quan
ICAO:	International Civil Aviation Organization (Tổ chức Hàng không dân dụng quốc tế)
IATA:	International Air Transportation Association (Hiệp hội Vận tải hàng không quốc tế)
IOSA:	IATA Operational Safety Audit (Kiểm tra về An toàn khai thác của IATA)
IS:	Importance – Satisfaction (Tầm quan trọng – Mức độ hài lòng)
ISO:	International Standard Organization (Tổ chức Tiêu chuẩn quốc tế)
NV:	Nhân viên
RATER:	Reliability – Assurance – Tangibles – Empathy – Responsiveness (Độ tin cậy – Sự đảm bảo – Điều kiện hữu hình – Sự thấu cảm – Độ đáp ứng)
SAGS:	Saigon Ground Services Company (Công ty Phục vụ mặt đất Sài Gòn)

SERVQUAL: Service Quality (Chất lượng dịch vụ)

TIAGS: Tansonnhat International Airport Gound Services Company (Xí nghiệp Phục vụ mặt đất Tân Sơn Nhất)

TQM: Total Quality Management (Quản trị chất lượng toàn diện)

WTO: World Trade Organization (Tổ chức Thương mại thế giới)

XNC: Xuất nhập cảnh

DANH MỤC BẢNG

Chương 3

Bảng 3. 1: Nhóm tuổi của hành khách được khảo sát.....	31
Bảng 3. 2: Trình độ học vấn của hành khách được khảo sát	31
Bảng 3. 3: Quốc tịch của hành khách được khảo sát	32
Bảng 3. 4: Quốc tịch và mục đích xuất nhập cảnh.....	32
Bảng 3. 5: Số lượt qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất trong 1 năm trở lại đây	33
Bảng 3. 6: Số lượt qua nhà ga quốc tế khác trong 1 năm trở lại đây	33
Bảng 3. 7: Lần cuối qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.....	34

Chương 4

Bảng 4. 1: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Độ đáp ứng.....	39
Bảng 4. 2: Ý kiến đóng góp về Độ đáp ứng.....	42
Bảng 4. 3: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Độ tin cậy	44
Bảng 4. 4: Ý kiến đóng góp về Độ tin cậy	46
Bảng 4. 5: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Điều kiện hữu hình.....	47
Bảng 4. 6: Ý kiến đóng góp về Điều kiện hữu hình.....	49
Bảng 4. 7: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Giá trị gia tăng.....	51
Bảng 4. 8: Ý kiến đóng góp về Giá trị gia tăng	52
Bảng 4. 9: Tổng hợp về Dịch vụ quá cảnh/nôi chuyển.....	54

Chương 5

Bảng 5. 1: Tổng hợp đánh giá của hành khách	58
Bảng 5. 2: Các yếu tố cần cải tiến theo tiêu chí 1	60
Bảng 5. 3: Các yếu tố cần cải tiến theo tiêu chí 2	65

DANH MỤC HÌNH**Chương 1**

Hình 1. 1: Quy trình nghiên cứu5

Chương 2

Hình 2. 1: Mô hình mối quan hệ giữa chất lượng nhận được, sự hài lòng và sự trung thành của khách hàng 11

Hình 2. 2: Mô hình mức độ quan trọng – mức độ hài lòng 18

Chương 3

Hình 3. 1: Kết quả nghiên cứu định tính – Quy trình đi23

Hình 3. 2: Kết quả nghiên cứu định tính – quy trình Đến.....25

Chương 4

Hình 4. 1: Đánh giá mức độ hài lòng55

Chương 5

Hình 5. 1: Định vị các nhân tố59

CHƯƠNG 1:

MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1: MỞ ĐẦU

1.1 CƠ SỞ HÌNH THÀNH ĐỀ TÀI

Trong vài thập niên gần đây, cùng với sự tăng trưởng liên tục của giao thông hàng không và quá trình tự do hóa cũng như thương mại hóa hoạt động vận tải hàng không trên toàn thế giới, tình hình cạnh tranh giữa các sân bay ngày càng thêm căng thẳng. Tại nhiều sân bay, ngoài những lựa chọn khác thì chất lượng dịch vụ đã trở thành một trong những công cụ cạnh tranh mạnh nhất trong cuộc đua nhằm thu hút và duy trì khách hàng là các hãng hàng không và hành khách. Do vậy, vấn đề đặt ra không chỉ là yêu cầu tăng cường năng lực nội tại, phát triển cơ sở hạ tầng và khả năng cạnh tranh mà còn là bài toán về chất lượng dịch vụ, cụ thể là **hiểu và đáp ứng nhu cầu khách hàng** để thu hút khách hàng, làm họ hài lòng và duy trì sự trung thành của họ. Sân bay phải xác định được điều gì là quan trọng đối với khách hàng, thông báo với khách hàng là mình sẽ mang đến những gì quan trọng cho họ và thực hiện những gì mình hứa. Nói cách khác, chìa khóa thành công của một tổ chức nói chung hay một sân bay nói riêng là làm hài lòng khách hàng.

Sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất hiện cũng đang đứng trước bài toán lớn này. Trong cơ chế bao cấp trước đây, sân bay Tân Sơn Nhất cũng như các đơn vị nhà nước khác hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của cơ quan quản lý nhà nước cấp trên theo kế hoạch được giao. Sau những năm đổi mới và trước xu thế quốc tế hóa trong lĩnh vực hàng không, hiện nay sân bay đang phải đương đầu với nhiều vấn đề cần giải quyết, trong đó chất lượng và việc làm hài lòng hành khách là yêu cầu đặt ra hàng đầu để tồn tại và phát triển.

Với 29 hãng hàng không đang khai thác mạng lưới các đường bay phục vụ hành khách quốc tế đến các nước trong khu vực và thế giới, sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất được xem là cửa ngõ quốc tế không chỉ của miền Nam Việt Nam mà còn là đầu mối giao lưu của cả nước. Theo thống kê của bộ phận Kế hoạch – Cụm cảng Hàng không Miền Nam (Xem Phụ lục 1), trong năm 2006 tổng số khách qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất là 4.864.606, tổng số lần chuyển hạ cất cánh là 35.360. So

với sản lượng 6 năm trước là năm 2000, tỷ lệ tăng số lần chuyến là 190%, số lượt hành khách cũng tăng 205%. Trong giai đoạn này, tỷ lệ tăng hàng năm đối với số lượng khách đạt trung bình là 14%, đối với số lần chuyến hạ cất cánh trung bình là 12%.

Trong tình hình cạnh tranh ngày một gay gắt giữa các sân bay quốc tế trong khu vực, đồng thời nhận thức được nhu cầu giao thông hàng không quốc tế sẽ tăng cao, đặc biệt khi Việt Nam gia nhập WTO, sân bay Tân Sơn Nhất đã lập Nghiên cứu khả thi và tiến hành đầu tư xây dựng Nhà ga Quốc tế mới để thay thế nhà ga hiện tại. Nhà ga Quốc tế mới này đã được đưa vào khai thác chính thức vào đầu tháng 9 năm 2007. Tại Nhà ga Quốc tế mới này, vấn đề chất lượng và việc làm hài lòng hành khách cần được cải tiến để xứng tầm với mức độ hiện đại của thiết bị và sự tiện nghi của nhà ga. Đây là yếu tố quan trọng hàng đầu, quyết định sự thành công của nhà ga trong việc thu hút khách hàng nhằm đạt mục tiêu doanh thu và hiệu quả kinh doanh cao. Nói cách khác, sân bay Tân Sơn Nhất cần đầu tư cho chất lượng phục vụ hành khách và nâng cao mức độ hài lòng của hành khách tại Nhà ga quốc tế mới.

Như vậy, công việc cần làm đối với sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất là ***khảo sát nhu cầu và đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng để đáp ứng tốt nhất*** các nhu cầu này. Việc xác định chính xác các nhu cầu của khách hàng và mức độ chất lượng mà họ đòi hỏi sẽ là cơ sở cho công tác cải tiến các yếu tố chất lượng quan trọng nhưng đang đạt mức độ hài lòng thấp, nâng cao mức độ hài lòng của hành khách và chất lượng phục vụ tại Nhà ga Quốc tế mới Tân Sơn Nhất.

1.2 TẦM QUAN TRỌNG CỦA VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

Dịch vụ ngày càng có vị trí quan trọng và đóng góp nhiều sản phẩm, thu nhập cho nền kinh tế quốc dân. Vì vậy, bất cứ nhà cung cấp dịch vụ nào cũng xem khách hàng là thượng đế và đặt vấn đề đáp ứng nhu cầu của họ lên hàng đầu nhằm mục tiêu sau cùng là tăng doanh thu, lợi nhuận cho chính mình. Đối với sân bay, dịch vụ hành khách là một trong những hoạt động chính thuộc về chức năng, đồng thời mang lại doanh thu cho sân bay. Theo logic vấn đề này, sân bay cần phải hiểu hành

khách để đáp ứng nhu cầu, thu hút và duy trì sự trung thành của họ nhằm tăng doanh thu, đồng thời góp phần quảng bá sân bay qua chất lượng dịch vụ. Khi hành khách hài lòng thì họ sẽ sẵn sàng quay lại. Mặt khác, thông tin truyền miệng về chất lượng dịch vụ sân bay tốt sẽ dẫn đến lượng khách gia tăng. Ngược lại, nếu chất lượng dịch vụ tại sân bay không làm họ hài lòng thì khi có sự chọn lựa, hành khách sẽ không còn muốn quay lại sân bay nữa. Điều này có ảnh hưởng nhất định đến sự chọn lựa sân bay của các hãng hàng không quốc tế cũng như quyết định mở thêm đường, tuyến bay quốc tế đến sân bay.

Trong lĩnh vực nhà ga hàng không, chất lượng đã và đang được tiêu chuẩn hóa thành các mức tiêu chuẩn dịch vụ theo diện tích các khu vực phục vụ hành khách (khu vực check-in, băng chuyền nhận hành lý, phòng chờ, khu vực kiểm tra, khu vực cho khách đi lại). Tuy nhiên, vấn đề mức độ hài lòng của hành khách chưa được nghiên cứu sâu. Vì lý do trên, đồng thời nhận thấy tính cấp bách và tầm quan trọng của vấn đề làm hài lòng khách hàng đối với nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất trong thời gian sắp tới, tôi đã mạnh dạn chọn đề tài nghiên cứu “Khảo sát mức độ hài lòng của hành khách tại Nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất” làm luận văn tốt nghiệp của mình.

1.3 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Khắc phục các tư tưởng còn sót lại từ thời kỳ trước như ỷ lại, không xem khách hàng là trọng tâm phục vụ của mình, sân bay Tân Sơn Nhất ngày càng định hướng hoạt động theo chất lượng phục vụ hành khách. Chất lượng vốn là một phạm trù trừu tượng, chất lượng dịch vụ tại nhà ga sân bay lại càng trừu tượng và khó đo lường hơn do đặc thù của ngành kinh doanh dịch vụ này. Chất lượng phục vụ hành khách cao hay thấp phần lớn tùy thuộc vào cảm nhận, so sánh của hành khách và sự hài lòng của họ. Liên quan đến nhà ga hành khách quốc tế Tân Sơn Nhất, câu hỏi đặt ra cho nhà quản lý sân bay là “Khách hàng (đặc biệt là khách quốc tế) đã thực sự hài lòng với chất lượng dịch vụ tại nhà ga quốc tế chưa? Hài lòng ở mức độ nào? Làm thế nào để nâng cao mức độ hài lòng nhằm thu hút ngày càng nhiều hành

khách đến nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và sử dụng ngày càng nhiều các dịch vụ trong nhà ga hơn nữa?”

Trên cơ sở những câu hỏi quản lý nói trên, đề tài lấy mục tiêu nghiên cứu là đánh giá thực trạng mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất hiện hữu và đề xuất các giải pháp nâng cao mức độ hài lòng, đặc biệt khi nhà ga quốc tế mới Tân Sơn Nhất được đưa vào khai thác. Các câu hỏi nghiên cứu đề tài đặt ra là:

1. *Nhu cầu của hành khách*: Những nhu cầu mà hành khách của Nhà ga Quốc tế Tân Sơn Nhất muốn được đáp ứng? Mức độ quan trọng của từng yếu tố theo quan điểm của hành khách?
2. *Đánh giá thực trạng*: Hành khách hài lòng như thế nào về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất?
3. *Giải pháp*: Sân bay Tân Sơn Nhất cần có những giải pháp gì để nâng cao mức độ hài lòng của hành khách đi qua nhà ga quốc tế?

Nói một cách khác ngắn gọn hơn, mục tiêu của nghiên cứu là hiểu nhu cầu của hành khách về dịch vụ tại một nhà ga quốc tế và mức độ hài lòng của hành khách về nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nhằm rút ngắn khoảng cách này, góp phần nâng cao mức độ hài lòng của hành khách cũng như cải tiến chất lượng dịch vụ.

Từ việc hiểu hành khách muốn gì và đang nhận được những gì, họ hài lòng như thế nào, đề tài nghiên cứu sẽ đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga Quốc tế Tân Sơn Nhất. Đề tài cũng sẽ cung cấp thông tin về khách hàng làm cơ sở cho việc đề xuất marketing mix, kế hoạch tiếp thị và chiến lược tiếp thị nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

1.4 PHẠM VI VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.4.1 Phạm vi nghiên cứu

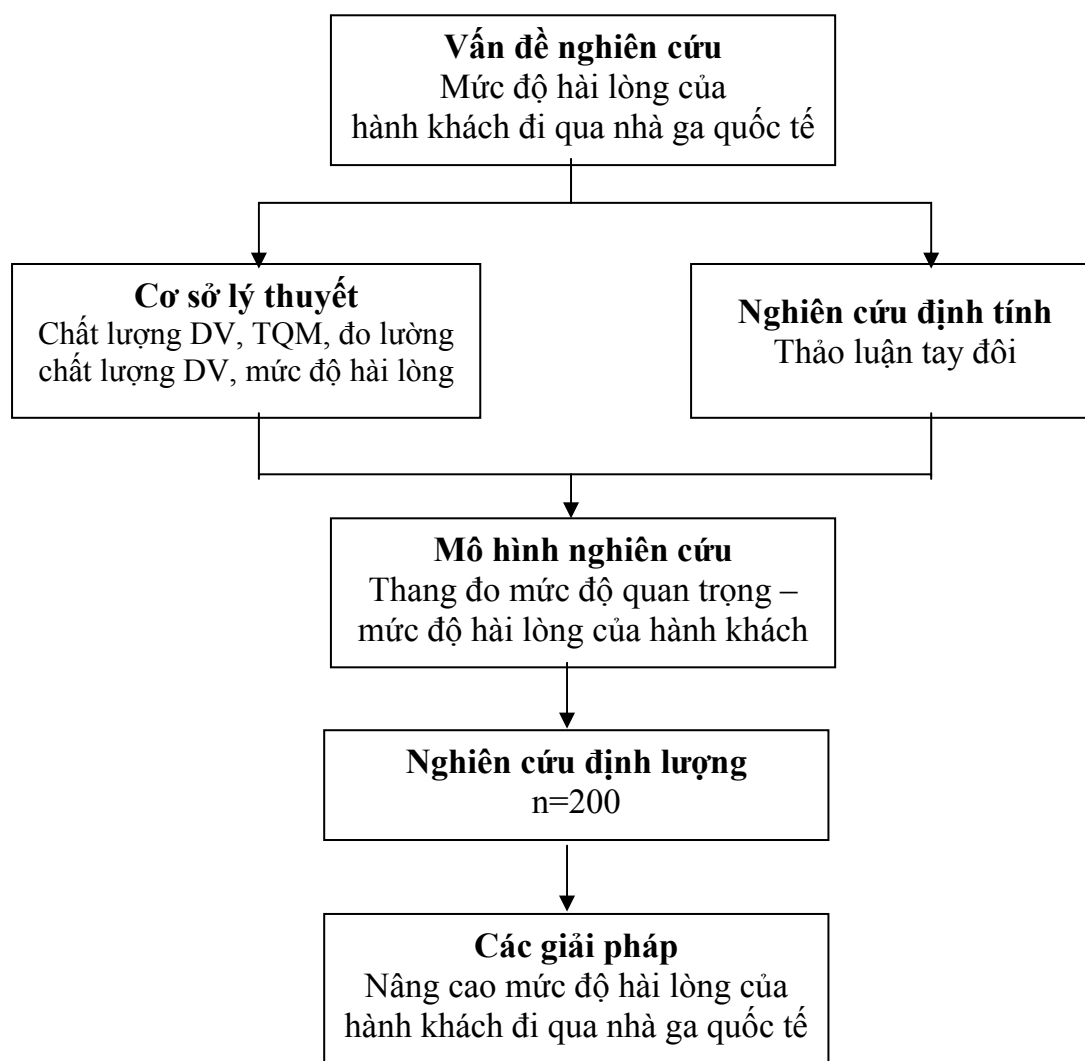
Đề tài có tên là “ Khảo sát mức độ hài lòng của hành khách tại Nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất”. Biến nghiên cứu là mức độ hài lòng của hành khách về dịch vụ hiện

tại. Do khả năng và thời gian có hạn nên đề tài không nghiên cứu tất cả các khách hàng của nhà ga Quốc tế Tân Sơn Nhất; cụ thể các khách hàng sẽ được nghiên cứu là hành khách với kinh nghiệm “quá khứ” đã đi qua nhà ga và kinh nghiệm “hiện tại” của họ khi đang đi qua nhà ga quốc tế. Thời gian khảo sát ý kiến của hành khách là tháng 8 năm 2007.

1.4.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành qua hai bước: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Bước nghiên cứu sơ bộ mang tính định tính và nghiên cứu chính thức mang tính định lượng. Thông tin cần thu thập là các tiêu chí đánh giá nhà ga quốc tế và mong muốn, đánh giá của khách hàng khi đến nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

Hình 1. 1: Quy trình nghiên cứu



Vận dụng lý thuyết về chất lượng dịch vụ, quản lý chất lượng toàn diện (TQM), đo lường chất lượng, mức độ hài lòng của khách hàng, kết hợp với đặc thù của dịch vụ tại nhà ga hàng không quốc tế, nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua kỹ thuật “thảo luận tay đôi” với các đồng nghiệp và các chuyên viên có kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực khai thác nhà ga hàng không tại Tân Sơn Nhất. Ngoài ra, tác giả cũng tham khảo các công trình nghiên cứu từ trước đến nay liên quan đến chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của hành khách trong lĩnh vực hàng không, sân bay. Bước nghiên cứu sơ bộ này giúp khám phá các thông tin định tính về các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ tại nhà ga hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất đối với hành khách. Đây là thang đo của nghiên cứu, đồng thời cũng là các thông tin trả lời một phần cho câu hỏi nghiên cứu 1: “Những nhu cầu mà hành khách của Nhà ga Quốc tế Tân Sơn Nhất mong muốn được đáp ứng?”.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng thông qua bảng câu hỏi điều tra hành khách. Mục đích của nghiên cứu này là kiểm định thang đo theo hai bước: đánh giá sơ bộ sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố. Sau khi được đánh giá sơ bộ, thang đo được sử dụng để phân tích mức độ quan trọng của từng yếu tố và mức độ hài lòng của hành khách về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Với việc sử dụng thang đo là các biến quan sát để đo lường biến tiềm ẩn (mức độ hài lòng của hành khách) như trên, tác giả hy vọng thông tin đo lường thu thập được sẽ có độ tin cậy và giá trị cao về lý thuyết cũng như thực tiễn. Thông qua bước nghiên cứu này, hai câu hỏi nghiên cứu đầu tiên sẽ được trả lời cụ thể:

1. *Nhu cầu của hành khách:* Những nhu cầu mà hành khách của Nhà ga Quốc tế Tân Sơn Nhất mong muốn được đáp ứng? Mức độ quan trọng của từng yếu tố theo quan điểm của hành khách?
2. *Đánh giá thực trạng:* Hành khách hài lòng như thế nào về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất hiện nay?

Kết quả khảo sát hành khách sẽ mang lại cái nhìn toàn diện về mong muốn của họ đối với dịch vụ mà sân bay cung cấp tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, đồng thời giúp đánh giá mức độ hài lòng của hành khách về dịch vụ tại nhà ga. Cụ thể, kết quả tính toán sẽ cho thấy mức độ quan trọng của từng yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và mức độ hài lòng của hành khách đối với từng yếu tố. Kết hợp với mô hình mức độ quan trọng – mức độ hài lòng (IS), luận văn sẽ chỉ ra các yếu tố chất lượng nào cần cải tiến để nâng cao mức độ hài lòng của hành khách và giải quyết câu hỏi nghiên cứu 3 bằng cách đề ra *giải pháp*: Sân bay Tân Sơn Nhất cần có những giải pháp gì để nâng cao mức độ hài lòng của hành khách đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất?

1.5 BỐ CỤC CỦA LUẬN VĂN

Luận văn gồm 5 chương. Chương 1 giới thiệu tổng quan về nghiên cứu. Chương 2 trình bày cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và quản trị chất lượng toàn diện (TQM), đo lường chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng. Chương 3 nêu phương pháp, kết quả nghiên cứu định tính và mô hình nghiên cứu định lượng. Chương 4 mô tả phương pháp phân tích thông tin và kết quả nghiên cứu. Chương 5 nêu những đề xuất về giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của hành khách quốc tế tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất trên cơ sở phân tích và nội dung lý thuyết đã được hệ thống ở trên. Cuối cùng là phần Kết luận tóm tắt các kết quả chính của nghiên cứu cũng như chỉ ra những hạn chế của nghiên cứu để định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo.

CHƯƠNG 2:

TÓM LƯỢC LÝ THUYẾT LIÊN QUAN

CHƯƠNG 2: TÓM LƯỢC LÝ THUYẾT LIÊN QUAN

Chương 1 đã giới thiệu tổng quát về vấn đề nghiên cứu và định hướng các bước nghiên cứu. Chương 2 sẽ tóm lược các lý thuyết liên quan về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ và đo lường sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ. Các lý thuyết này sẽ cho ta cái nhìn hệ thống về vấn đề nghiên cứu và sẽ được vận dụng trong đề tài để đánh giá mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

2.1 SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TRONG DỊCH VỤ

2.1.1 Khái niệm

2.1.1.1 Dịch vụ khách hàng

Dịch vụ bao gồm hai thành phần là dịch vụ căn bản và dịch vụ hỗ trợ. Dịch vụ căn bản là hoạt động thực hiện mục đích chính, chức năng, nhiệm vụ chính của dịch vụ. Dịch vụ hỗ trợ là hoạt động tạo điều kiện thực hiện tốt dịch vụ căn bản và làm tăng giá trị của dịch vụ căn bản. Ví dụ: Khi ta đi du lịch biển, dịch vụ căn bản là tắm biển nhưng dịch vụ hỗ trợ là ăn, ở, khách sạn, các hoạt động tham quan du lịch, vui chơi giải trí và hoạt động văn hóa.

Để có dịch vụ cần có sự phối hợp chặt chẽ của các yếu tố vật chất và con người, bao gồm cả sự phối hợp với khách hàng. Cụ thể, muốn cung cấp một dịch vụ cần có các yếu tố cơ bản là khách hàng, cơ sở vật chất, nhân viên và sản phẩm đi kèm. Khách hàng là những người đang nhận dịch vụ và các khách hàng khác. Đây là yếu tố căn bản và tuyệt đối cần thiết để có dịch vụ. Không có khách hàng thì không tồn tại dịch vụ. Cơ sở vật chất bao gồm các phương tiện, thiết bị, môi trường như địa điểm, khung cảnh, ... Nhân viên nói ở đây là nhân viên phục vụ, hoạt động dịch vụ. Dịch vụ là mục tiêu của hệ thống dịch vụ và cũng chính là kết quả của hệ thống này. Cuối cùng, một dịch vụ không thể thiếu được sản phẩm đi kèm, ví dụ như dịch vụ bảo hiểm có sản phẩm đi kèm là hợp đồng bảo hiểm được soạn theo từng trường hợp cụ thể của cá nhân khách hàng tham gia bảo hiểm.

2.1.1.1 Dịch vụ khách hàng

Khách hàng có vai trò rất quan trọng trong dịch vụ. Vì vậy, khi đánh giá dịch vụ, người ta thường đề cập đến hai khái niệm “chất lượng dịch vụ” và “sự hài lòng của khách hàng”. Các nhà kinh doanh dịch vụ thường đồng nhất hai khái niệm này. Tuy nhiên, theo các nhà nghiên cứu thì đây là hai khái niệm khác nhau. Chất lượng dịch vụ chủ yếu tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ. Trong khi đó, sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát nói lên sự thỏa mãn của họ khi tiêu dùng một dịch vụ [38].

Trong một định nghĩa khác, sự hài lòng của khách hàng với một sản phẩm hay dịch vụ là sự yêu thích trong việc đánh giá chủ quan của cá nhân về những kết quả khác nhau và các kinh nghiệm liên quan đến việc sử dụng hay tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ [25]. Để đánh giá về sự hài lòng, khách hàng cần có các kinh nghiệm về dịch vụ hoặc người cung cấp trong khi cảm nhận về chất lượng không cần kinh nghiệm này. Phần lớn các nhà nghiên cứu đều đồng ý rằng đánh giá là kết quả của một quá trình so sánh. Đánh giá được dựa trên quá trình nhận thức trong đó khách hàng so sánh những mong đợi trước đó của họ về kết quả sản phẩm/dịch vụ (hiệu quả của sản phẩm/dịch vụ và những thành phần quan trọng khác) với những gì họ thực sự nhận được từ sản phẩm/dịch vụ [37]. Khách hàng sẽ hài lòng khi kết quả thực tế đáp ứng hoặc vượt các mong đợi của họ. Tương tự, nếu các mong đợi cao hơn kết quả thực tế thì sẽ dẫn đến sự không hài lòng. Ngoài ra, sự hài lòng của khách hàng còn có thể hình thành từ những yếu tố có hoặc không liên quan đến chất lượng như nhu cầu, cảm nhận về “sự công bằng”, v.v... Nói chung trong hoạt động dịch vụ, dù đề cập đến khía cạnh chất lượng dịch vụ hay mức độ hài lòng của khách hàng thì yêu cầu đặt ra đối với nhà quản lý là làm sao rút ngắn khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng và khả năng đáp ứng của doanh nghiệp.

2.1.2 Vai trò của việc làm hài lòng khách hàng

Ngày nay, để chiến thắng trong cạnh tranh và đạt lợi nhuận cao, các doanh nghiệp phải thu hút ngày càng nhiều khách hàng mới và duy trì khách hàng cũ của

mình. Muốn đạt được mục tiêu đó, doanh nghiệp phải làm hài lòng khách hàng. Khách hàng trung thành sẽ góp phần mở rộng thị phần của doanh nghiệp. Ngoài ra, khách hàng hài lòng cũng sẽ nói tốt về sản phẩm hay dịch vụ của công ty.

Trong ngành dịch vụ, người ta thống kê thấy rằng chi phí thu hút khách hàng nói chung là cao hơn chi phí duy trì khách hàng [18]. Vì vậy, theo Peterson và Wilson [28], “hầu như tất cả các hoạt động, chương trình và chính sách của công ty đều cần được đánh giá về khía cạnh làm hài lòng khách hàng”. Doanh nghiệp chỉ cần một hành động nhỏ nhằm giảm tỷ lệ lỗi đối với khách hàng là đã có thể thực hiện những cải tiến lớn, đồng thời thúc đẩy tăng thị phần cho chính mình.

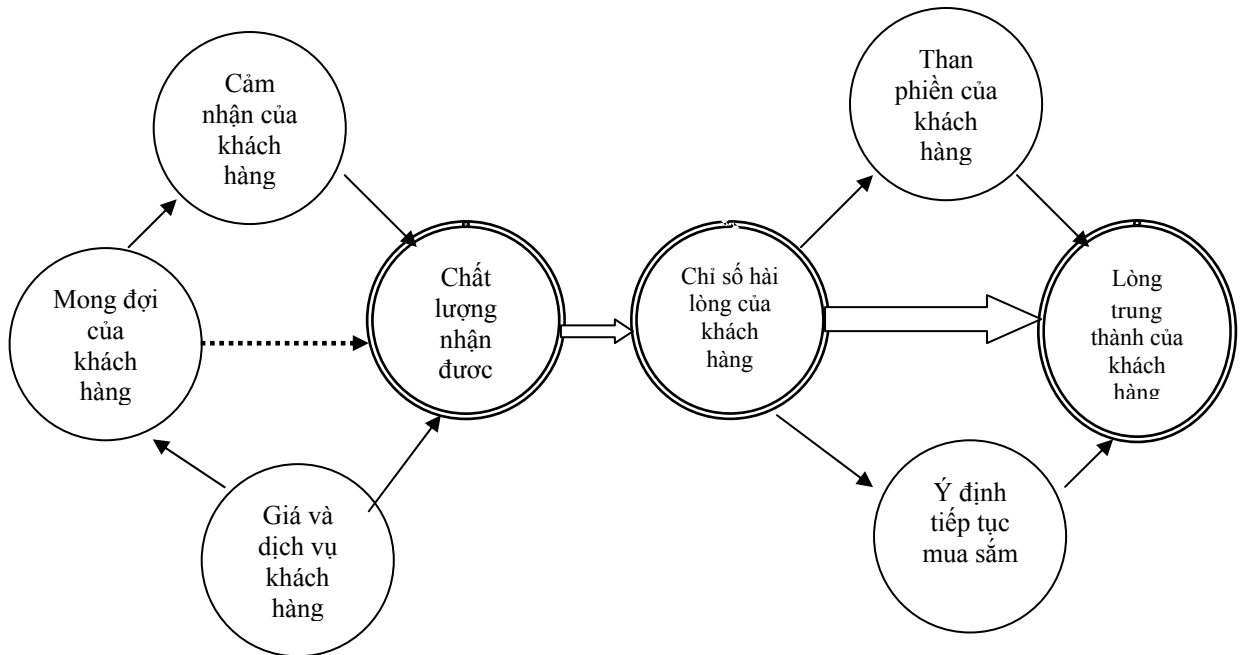
Tầm quan trọng của sự hài lòng của khách hàng cũng được thể hiện ở Các Tiêu chuẩn giải thưởng chất lượng quốc gia Malcolm Baldrige của Hoa Kỳ, trong đó tiêu chuẩn 3 và 7 công nhận tầm quan trọng của chất lượng hướng về khách hàng và các mối quan hệ của công ty với khách hàng nhằm xây dựng niềm tin và lòng trung thành.

Nâng cao sự hài lòng của khách hàng cũng là một trong những động cơ chính của Quản lý Chất lượng Toàn diện (Total Quality Management - TQM). Cùng với việc đảm bảo chất lượng và hiệu quả, công tác giảm chi phí và nâng cao sự hài lòng của khách hàng được khuyến khích thực hiện để nâng cao tính cạnh tranh của các doanh nghiệp [16, 29, 30, 36]. TQM có thể được xem như là một tập hợp các khái niệm, triết lý và các cách làm hợp nhất mà một tổ chức sử dụng để định hướng trong quá trình cải tiến liên tục mọi mặt hoạt động nhằm làm hài lòng khách hàng và tăng lợi nhuận [31, 20]. TQM nhấn mạnh việc định hướng về khách hàng; nghĩa là thông qua sự tham gia của nhân viên, việc giao quyền và làm việc theo nhóm, cải tiến liên tục để đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng [13, 24]. Trong số các cách làm TQM thì việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng và cải tiến liên tục là hai nội dung chính được nhấn mạnh. Đây cũng là bí quyết để các ngành đạt được các lợi thế cạnh tranh.

Theo lý thuyết về TQM, khảo sát sự hài lòng của khách hàng không chỉ là công cụ để hiểu mức độ hài lòng thực sự của khách hàng mà mục đích chính của nó còn là chỉ ra được những điểm mạnh và những mặt cần cải tiến từ quá trình đánh giá và nêu ra nội dung chính cho công tác cải tiến. Cải tiến cần được tiến hành như một quá trình liên tục nhằm đáp ứng, hoặc thậm chí đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của khách hàng, từ đó nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Ta có thể thấy vai trò quan trọng của việc làm hài lòng khách hàng trong mối quan hệ với chất lượng và sự trung thành của khách hàng ở Hình 2.1. Quan hệ này được xác định trong mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng của Mỹ (American Customer Satisfaction Index – ACSI) do Fornell [19] đưa ra, và sau này được hiệu chỉnh bởi các tác giả khác.

Hình 2. 1: Mô hình mối quan hệ giữa chất lượng nhận được, sự hài lòng của khách hàng và sự trung thành của khách hàng



2.2 ĐO LƯỜNG SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TRONG DỊCH VỤ

Nói chung, dịch vụ có 4 đặc tính khác biệt so với sản phẩm vật chất là vô hình, không thể tách rời, không đồng nhất và không thể tồn trữ [1]. Chính vì các đặc tính này nên chất lượng dịch vụ là một khái niệm trừu tượng, khó đo lường. “Sự hài lòng

của khách hàng” trừu tượng hơn khái niệm “chất lượng dịch vụ”, vì vậy lại càng khó đánh giá và đo lường hơn.

2.2.1 Đo lường chất lượng dịch vụ

Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ hay sự hài lòng của khách hàng đều xem dịch vụ là tập hợp những thuộc tính rõ ràng cũng như tiềm ẩn chứ không là một cấu trúc rời rạc. Về chất lượng dịch vụ, thang đo phổ biến nhất là SERVQUAL (service quality – chất lượng dịch vụ) do Zeithaml V.A. Parasuraman và L. Berry Leonard [26] đưa ra mà sau này để dễ ghi nhớ các tác giả trên gọi là **5 tiêu thức RATER** (viết tắt của các chữ cái đầu Độ tin cậy – Sự đảm bảo – Điều kiện hữu hình – Sự thấu cảm – Độ đáp ứng: Reliability – Assurance – Tangibles – Empathy - Responsiveness):

1. *Độ tin cậy (Reliability)*: Khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa hẹn một cách đáng tin cậy và chính xác
 - Thực hiện đúng những gì đã cam kết với khách hàng
 - Thể hiện sự quan tâm và giải quyết thấu đáo các vấn đề của khách hàng
 - Thực hiện dịch vụ đúng ngay từ đầu
 - Thông báo cho khách hàng biết rõ khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện
2. *Sự đảm bảo (Assurance)*: Kiến thức và tác phong của nhân viên phục vụ cũng như khả năng gây lòng tin và sự tín nhiệm của họ:
 - Sự tin tưởng, tín nhiệm của khách hàng đối với nhân viên
 - Sự an tâm của khách hàng khi giao dịch với nhân viên
 - Sự lịch sự, nhã nhặn của nhân viên
 - Trình độ, kiến thức của nhân viên
3. *Điều kiện hữu hình (Tangibles)*: Điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ

- Trang thiết bị hiện đại
 - Điều kiện vật chất có hình thức hấp dẫn, lôi cuốn
 - Nhân viên có trang phục gọn gàng, cẩn thận
 - Hình thức bề ngoài của điều kiện vật chất của doanh nghiệp phù hợp với lĩnh vực dịch vụ cung cấp
 - Sự thuận tiện về giờ giấc hoạt động đối với khách hàng
4. *Sự thấu cảm (Empathy)*: Quan tâm, lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng
- Doanh nghiệp chú ý đến từng cá nhân khách hàng
 - Nhân viên thể hiện sự quan tâm cá nhân đối với khách hàng
 - Hiểu biết của nhân viên về nhu cầu đặc biệt của khách hàng
 - Doanh nghiệp xem lợi ích khách hàng là trên hết
5. *Độ đáp ứng (Responsiveness)*: Sẵn lòng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ mau lẹ:
- Cung cấp dịch vụ nhanh chóng, đúng hạn của nhân viên
 - Sự sẵn lòng giúp đỡ khách hàng của nhân viên
 - Nhanh chóng giải quyết các yêu cầu của khách hàng

2.2.2 Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng

Mặc dù tầm quan trọng của sự hài lòng của khách hàng đã được công nhận rộng rãi, phần lớn công tác đo lường sự hài lòng của khách hàng chỉ được thiết kế đơn giản để đánh giá sự hài lòng tổng thể hay đơn thuần với một sản phẩm hay dịch vụ. Sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm phức tạp nhưng trước đây các nhà nghiên cứu thường dùng thang đo một yếu tố từ 4 đến 7 điểm giữa hai thái cực “rất không hài lòng” và “rất hài lòng”. Loại câu hỏi này dễ trả lời và phân tích nhưng thông tin có được lại không phản ánh chính xác những thành phần nào của sản phẩm/dịch vụ mà khách hàng cho là quan trọng nhất trong việc làm họ hài lòng và

thực tế họ nhận được kết quả của từng thành phần này như thế nào. Cơ sở đo lường của Hayes cũng đóng góp vào thang đo sự hài lòng của khách hàng với biến quan sát: mức độ hài lòng tổng quát của khách hàng đối với dịch vụ, đối với cung cách phục vụ và đối với trang thiết bị của dịch vụ.

2.2.2.1 Kỹ thuật đánh giá

Các phương pháp đánh giá sự hài lòng của khách hàng thường dùng là [11]:

- (1) Kỹ thuật khảo sát mẫu, kể cả khảo sát qua thư,
- (2) phương pháp nhóm tập trung,
- (3) phiếu đánh giá và đề nghị,
- (4) phương pháp Delphi và nhóm định danh,
- (5) phân tích khiếu nại, phàn nàn của khách hàng.

Trong số các phương pháp này, phương pháp khảo sát bằng bảng câu hỏi và phân tích khiếu nại, phàn nàn của khách hàng được sử dụng phổ biến hơn các phương pháp khác. Tuy nhiên, phân tích khiếu nại, phàn nàn của khách hàng là một phương pháp thụ động không thể giúp hiểu được mức độ hài lòng của khách hàng một cách hoàn toàn. Các doanh nghiệp ngày càng có xu hướng áp dụng phương pháp khảo sát bằng bảng câu hỏi. Theo phương pháp này, người ta dùng thang đo Likert để thể hiện mức độ hài lòng, thường điểm số càng cao thể hiện mức độ hài lòng càng cao. Khách hàng sẽ đánh giá chất lượng của hàng hóa hoặc dịch vụ từ nhiều thành phần hoặc yếu tố mà họ cho là quan trọng [17, 12]. Vì vậy, các thành phần cấu thành chất lượng trong bảng câu hỏi phải được thiết kế từ quan điểm của khách hàng.

2.2.2.2 Mô hình đo lường

Giả sử ta có N yếu tố trong bảng câu hỏi; c_i là chỉ số hài lòng của khách hàng đối với yếu tố thứ i ; w_i là trọng số của yếu tố thứ i . Chỉ số hài lòng của khách hàng (*Customer Satisfaction Index - CSI*) có thể được thể hiện bằng trung bình có trọng

số như sau:

$$CSI = \sum_{i=1}^N w_i c_i \quad (1)$$

Do trọng số là giá trị khó xác định nên người ta thường dùng điểm quan trọng để ước lượng nó [23]. Vì vậy, trong bảng câu hỏi điều tra khách hàng người ta thường có thêm phần đánh giá về tầm quan trọng của từng yếu tố chất lượng. Các yếu tố chất lượng này phải là những yếu tố quan trọng đối với khách hàng. Nếu một số yếu tố quan trọng bị bỏ qua hoặc trong bảng câu hỏi lại đưa các yếu tố không quan trọng vào thì kết quả khảo sát sẽ không chính xác.

Vào năm 1998 *Shin và Elliott [32]* đưa ra một *mô hình định lượng khác đo lường sự hài lòng tổng quát của khách hàng*. Mô hình được xây dựng trên cơ sở mở rộng khái niệm cơ bản của Bolton và Winchell [15] bằng cách chi tiết hóa mức độ hài lòng của khách hàng và kết hợp mức độ hài lòng của khách hàng với từng thành phần của sản phẩm. Thay vì chỉ dựa trên một đại lượng đo lường duy nhất về sự hài lòng nói chung, điểm hài lòng nói chung của khách hàng được tính trên cơ sở trung bình có trọng số khoảng cách giữa đánh giá của khách hàng về tầm quan trọng và kinh nghiệm thực tế đối với từng thành phần. Với sự kết hợp mức độ quan trọng theo cảm nhận của khách hàng đối với các thành phần của sản phẩm và mức độ hài lòng với từng thành phần này, mô hình đo lường cho phép đánh giá sự hài lòng tổng quát của khách hàng một cách khách quan và cung cấp thông tin quý báu cho việc đánh giá các nỗ lực cải tiến chất lượng liên tục của công ty nhằm làm hài lòng khách hàng.

Theo mô hình này, sự hài lòng chung của từng khách hàng được xác định bằng cách lấy trung bình có trọng số khoảng cách giữa cảm nhận, kinh nghiệm thực tế của khách hàng đối với từng thành phần và tầm quan trọng của từng thành phần mà khách hàng quan niệm theo thang đo điểm hình Likert (hoàn toàn hài lòng, ..., hoàn toàn không hài lòng). Sau đó khách hàng được phân loại thành các nhóm theo điểm hài lòng chung. Trong các nhóm này, sự hài lòng nói chung của từng khách hàng được đánh giá trên cơ sở điểm trung bình có trọng số của khoảng cách, điểm này kết hợp tất cả các đầu vào về một sản phẩm/dịch vụ thành một biến đo lường đại diện duy nhất. Điểm tổng hợp này thể hiện mức độ hài lòng của từng khách hàng. Nhiều doanh nghiệp thích biến đo lường tổng hợp này vì nó đáng tin cậy về mặt thống kê

hơn biến đơn lẻ, đặc biệt khi các công ty muốn so sánh sự hài lòng tổng quát của khách hàng qua nhiều giai đoạn.

Mô hình cho phép xác định mức độ quan trọng tương đối của từng thành phần sản phẩm, cũng như điểm đánh giá về sự hài lòng nói chung của từng khách hàng:

$$W_i = \frac{\sum_{j=1}^n I_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m I_{ij}}$$

$$\varphi_j = \sum_{i=1}^n G_{ij} W_i$$

Trong đó:

I_{ij} = Điểm quan trọng của thành phần thứ i theo đánh giá của khách hàng thứ j .

I_{ij} phản ánh mong muốn, kinh nghiệm, sở thích và nhận thức cá nhân của từng khách hàng.

W_i = Trọng số (mức độ quan trọng tương đối) của thành phần thứ i xác định trên cơ sở khảo sát khách hàng. W_i phản ánh quan điểm chung của tất cả khách hàng được điều tra.

A_{ij} = Điểm chất lượng thực tế của thành phần thứ i theo đánh giá của khách hàng thứ j .

$G_{ij} = I_{ij} - A_{ij}$, khoảng cách giữa điểm quan trọng (I_{ij}) và điểm đánh giá thực tế (A_{ij}) của thành phần thứ i theo khách hàng thứ j . G_{ij} thể hiện chất lượng khách hàng nhận được. Nếu A_{ij} bằng hoặc lớn hơn I_{ij} (nghĩa là $G_{ij} \leq 0$) thì khách hàng có được sự hài lòng, ngược lại khi $G_{ij} > 0$ thì khách hàng không hài lòng.

φ_j = Tổng điểm hài lòng của khách hàng thứ j . $\varphi_j < 0$ thể hiện khách hàng hài lòng đối với sản phẩm, ngược lại $\varphi_j > 0$ cho thấy khách hàng không hài lòng

đối với sản phẩm nói chung. φ_j âm và càng nhỏ thì khách hàng càng hài lòng nhiều, φ_j dương và càng lớn thì khách hàng càng không hài lòng. $\varphi_j = 0$ thể hiện vị trí trung lập nhưng có thể không dẫn đến sự không hài lòng. Có thể điều đó nghĩa là sản phẩm/dịch vụ chỉ đơn giản là đáp ứng mong muốn chung của khách hàng.

Phương pháp tính W_i rất có lợi vì có thể phản ánh cảm nhận và mong muốn thay đổi của khách hàng. Ngoài ra, phương pháp này có thể cung cấp các tiêu chuẩn và tiêu điểm hướng về khách hàng. Trong một môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng, W_i có được từ một cuộc điều tra thực hiện tại thời điểm này có thể khác giá trị thu được tại thời điểm khác trong quá khứ hay tương lai. Thành phần khách hàng khác nhau, cũng như những mong muốn và cảm nhận thay đổi của khách hàng có thể dẫn đến thay đổi điểm quan trọng. Khi công ty cải tiến chất lượng sản phẩm/dịch vụ (hoặc một mặt cụ thể nào đó về chất lượng) một cách đáng kể, hoặc khi họ tung ra sản phẩm được cải tiến nhiều thì khách hàng có thể nhận ra những cải tiến này và thay đổi cảm nhận và mong muốn tương ứng trong lần khảo sát tới.

Khi có sự cạnh tranh mạnh, vòng đời sản phẩm ngắn và thiết kế sản phẩm thay đổi thường xuyên thì W_i có thể được tính chỉ trên cơ sở dữ liệu hiện tại về khách hàng, vì chỉ như vậy mới phản ánh được nhu cầu thay đổi liên tục của khách hàng. Ngược lại, khi mức độ cạnh tranh thấp, vòng đời sản phẩm tương đối dài, công tác thiết kế lại và thay đổi kỹ thuật không thường xuyên thì W_i có thể được tính từ các cơ sở dữ liệu trước đây và hiện tại.

Trên cơ sở phỏng vấn ý định tiếp tục mua sắm của khách hàng, mô hình cũng cho phép tính toán tác động của hiệu quả hoạt động nói chung của công ty đối với việc nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

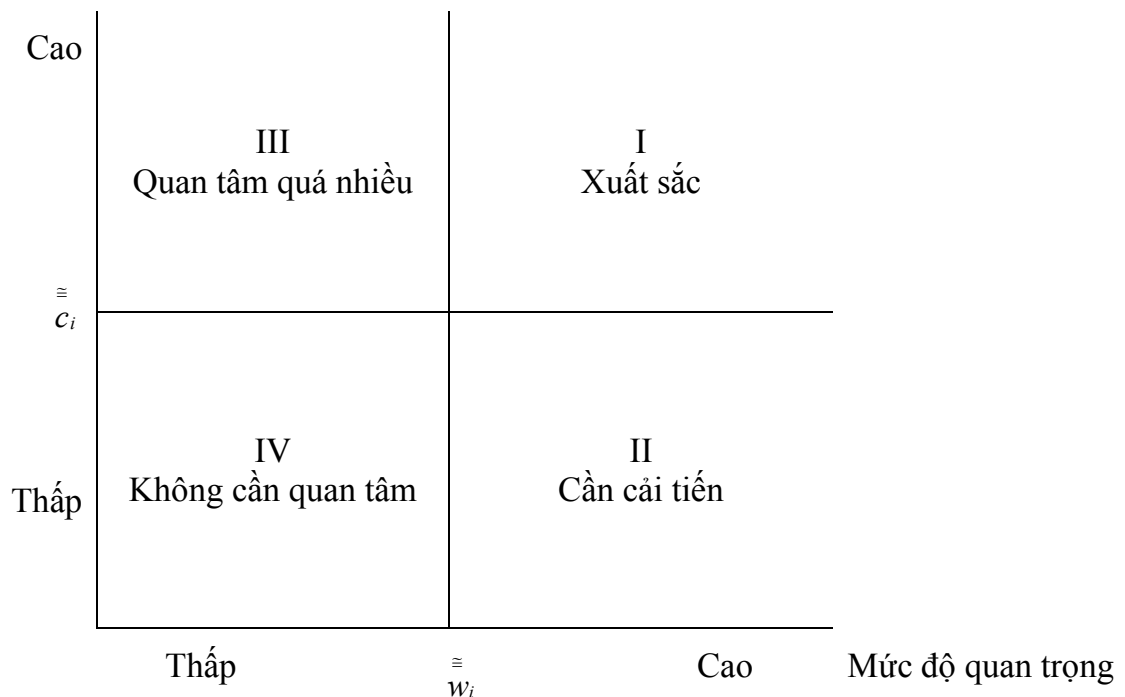
Các công ty có thể áp dụng phương pháp này để liên tục cập nhật thông tin thay đổi về khách hàng đối với sản phẩm/dịch vụ. W_i cũng cho phép họ sắp xếp các nhu cầu của khách hàng theo thứ tự ưu tiên về tầm quan trọng. Nhờ đó, các công ty có thể quyết định phân bổ các nguồn lực khai thác có giới hạn một cách hiệu quả và có

nỗ lực đồng bộ đối với những thành phần sản phẩm mà khách hàng cho là quan trọng.

Liên quan đến mục đích tăng CSI, *Ching-Chow Yang [35]* cho rằng doanh nghiệp cần thực hiện cải tiến. Tuy nhiên, họ không thể cải tiến tất cả các yếu tố chất lượng mà chỉ có thể lựa chọn một số yếu tố mà nếu cải tiến sẽ mang lại hiệu quả cao hơn. Hiệu quả của việc cải tiến một yếu tố phụ thuộc vào tầm quan trọng của yếu tố chất lượng đó và tác dụng của việc cải tiến này đối với giá trị tổng hợp là CSI. Trên cơ sở lý luận này, Yang đưa ra mô hình mới gồm hai chiều: \bar{w}_i là trục hoành và \bar{c}_i là trục tung; số trung vị \bar{w}_i và \bar{c}_i là điểm giữa để thể hiện đường thẳng và đường ngang tương ứng (Hình 2.2). Theo Yang, đồ thị chỉ ra 4 vùng như sau:

Hình 2. 2: Mô hình mức độ quan trọng – mức độ hài lòng

Mức độ hài lòng



Vùng I: *Vùng Xuất sắc*

Vùng này bao gồm tất cả các yếu tố chất lượng có tầm quan trọng cao hơn \bar{w}_i và mức độ hài lòng cao hơn \bar{c}_i .

Vùng II: *Vùng Cần cải tiến*

Đây là vùng mà các yếu tố/ thành phần chất lượng có tầm quan trọng cao hơn w_i nhưng mức độ hài lòng thấp hơn c_i . Khách hàng đã không hài lòng với các yếu tố này và điều này làm giảm giá trị CSI. Vì vậy doanh nghiệp cần có hành động cải tiến để nâng cao hiệu quả của các yếu tố này.

Vùng III: *Vùng Quan tâm quá nhiều*

Các thành phần chất lượng trong vùng này kém quan trọng hơn nhưng lại làm hài lòng khách hàng hơn. Điều này có nghĩa là khách hàng ít quan tâm đến các yếu tố này nhưng hiệu quả phục vụ của doanh nghiệp lại vượt quá sự mong đợi của khách hàng.

Vùng IV: *Vùng Không cần quan tâm*

Các thành phần chất lượng trong vùng này kém quan trọng hơn và mức độ hài lòng của khách hàng cũng thấp hơn. Doanh nghiệp không cần quan tâm nhiều đến các yếu tố này vì khách hàng ít quan tâm đến chúng.

Mô hình mức độ quan trọng – mức độ hài lòng nói trên khá đơn giản và thực tế trong việc hỗ trợ các nhà quản trị ra quyết định liên quan đến công tác cải tiến. Mục tiêu của mô hình là tìm ra những yếu tố hay thành phần chất lượng nằm trong Vùng II – Cần cải tiến. Thực tế cho thấy nhiều công ty tại Đài Loan, nơi tác giả mô hình công tác đã áp dụng mô hình này và đã đạt được những kết quả thành công đáng kể. Ngoài ra, mô hình này cũng có thể được dùng để phát hiện những yếu tố chất lượng xuất sắc mà doanh nghiệp cần duy trì. Khi cần đánh giá việc tối thiểu chi phí, doanh nghiệp cũng có thể nghiên cứu các yếu tố nằm trong Vùng Quan tâm quá nhiều.

TÓM TẮT CHƯƠNG

Chương này hệ thống lại các cơ sở lý luận liên quan đến sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ và đo lường sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ. Các khái niệm về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ và tầm quan trọng của nó được trình bày để có cái nhìn khái quát về vấn đề. Sau đó, lý luận về đánh giá, đo lường chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng được nêu tóm lược. Các cơ sở lý luận này cho thấy:

- Khách hàng có vai trò rất quan trọng trong dịch vụ. Vì vậy, khi đánh giá dịch vụ, người ta thường đề cập đến hai khái niệm “chất lượng dịch vụ” và “sự hài lòng của khách hàng”. Các nhà kinh doanh dịch vụ thường đồng nhất hai khái niệm này. Tuy nhiên, theo các nhà nghiên cứu thì đây là hai khái niệm khác nhau. Chất lượng dịch vụ chủ yếu tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ. Trong khi đó, sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát nói lên sự thỏa mãn của họ khi tiêu dùng một dịch vụ.
- Nâng cao sự hài lòng của khách hàng cũng là một trong những động cơ chính của Quản lý Chất lượng Toàn diện (Total Quality Management - TQM). Cùng với việc đảm bảo chất lượng và hiệu quả, giảm chi phí và nâng cao sự hài lòng của khách hàng được khuyến khích thực hiện để nâng cao tính cạnh tranh của các doanh nghiệp.
- Sự hài lòng của khách hàng có mối quan hệ mật thiết với chất lượng dịch vụ và sự trung thành của khách hàng. Quan hệ này được xác định trong mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng của Mỹ (American Customer Satisfaction Index – ACSI) do Fornell [19] đưa ra, và sau này được hiệu chỉnh bởi các tác giả khác.
- Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ hay sự hài lòng của khách hàng đều xem dịch vụ là tập hợp những thuộc tính rõ ràng cũng như tiềm ẩn chứ không là một cấu trúc rời rạc. Về chất lượng dịch vụ, thang đo phổ biến nhất

là SERVQUAL (service quality – chất lượng dịch vụ) do Zeithaml V.A. Parasuraman và L. Berry Leonard [38] đưa ra mà sau này để dễ ghi nhớ các tác giả trên gọi là 5 tiêu thức RATER (viết tắt của các chữ cái đầu Độ tin cậy – Sự đảm bảo – Điều kiện hữu hình – Sự thấu cảm – Độ đáp ứng: Reliability – Assurance – Tangibles – Empathy - Responsiveness)

- Một trong những mô hình định lượng đo lường mức độ hài lòng của khách hàng là mô hình của Shin và Elliott. Theo mô hình này sự hài lòng chung của từng khách hàng được xác định bằng cách lấy trung bình có trọng số khoảng cách giữa cảm nhận, kinh nghiệm thực tế của khách hàng đối với từng thành phần và tầm quan trọng của từng thành phần mà khách hàng quan niệm theo thang đo điển hình Likert (hoàn toàn hài lòng, ..., hoàn toàn không hài lòng).
- Mô hình mức độ quan trọng – mức độ hài lòng do *Ching-Chow Yang [35]* đề xuất là mô hình khá đơn giản và thực tế trong việc hỗ trợ các nhà quản trị ra quyết định liên quan đến công tác cải tiến thông qua việc tìm ra những yếu tố hay thành phần chất lượng có mức độ quan trọng cao nhưng mức độ hài lòng thấp để thực thi các giải pháp cần thiết.

CHƯƠNG 3:

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trên cơ sở các lý thuyết liên quan về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ và đo lường sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ, chương 3 sẽ trình bày phương pháp, kết quả nghiên cứu định tính và mô hình nghiên cứu định lượng để khảo sát sự hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

3.1 NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

3.1.1 Thiết kế nghiên cứu định tính

Theo lý thuyết, chỉ số hài lòng của khách hàng có quan hệ chặt chẽ với chất lượng mà khách hàng nhận được và lòng trung thành của họ (Mô hình Chỉ số hài lòng của khách hàng của Mỹ - American Customer Satisfaction Index - do Fornell đưa ra). Vì vậy, để nghiên cứu định tính đối với sự hài lòng của khách hàng đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, tác giả đề xuất phương pháp gián tiếp xác định các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của hành khách dựa trên các cơ sở thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL hay RATER, thang đo chất lượng dịch vụ nhà ga hành khách do IATA công bố trên tạp chí *Airport Monitor* sau khi khảo sát 16.000 hành khách tại 34 sân bay châu Âu và Bắc Mỹ [21] và tính đặc thù trong hoạt động của một nhà ga hành khách quốc tế tại Việt Nam.

Cụ thể, tác giả xác định được các khía cạnh ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách khi đi qua một nhà ga quốc tế tại Việt Nam là: (1) Dịch vụ hàng không; (2) Đảm bảo giờ bay đúng lịch; (3) Bố trí mặt bằng nhà ga; (4) Công tác xử lý hành lý; (5) Trang thiết bị; (6) Cảnh quan, vệ sinh; (7) Dịch vụ phi hàng không và (8) Nhân viên phục vụ hành khách.

Sau khi xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách nói trên, tác giả đã thảo luận với 10 người, trong đó có 5 cán bộ có kinh nghiệm về quản lý nhà ga tại Cụm cảng Hàng không Miền Nam và 5 người là hành khách đã đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất không dưới 5 lần trong 2 năm gần đây.

(Nội dung thảo luận được trình bày ở Phụ lục 2.)

3.1.2 Kết quả nghiên cứu định tính

Kết quả nghiên cứu định tính được trình bày trên cơ sở hai quy trình phục vụ hành khách là quy trình khách đi tại nhà ga quốc tế đi và quy trình khách đến tại nhà ga quốc tế đến.

3.1.2.1 Đo lường sự hài lòng của hành khách trong quy trình đi

Tổng hợp kết quả thảo luận cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách trên quy trình đi như sau:

Hình 3. 1: Kết quả nghiên cứu định tính – Quy trình đi

<i>Quy trình đi</i>	<i>Yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của hành khách</i>
<p>Vào nhà ga QT</p> <p>↓</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biển chỉ dẫn 2. Giao thông thuận tiện 3. Hướng dẫn quy trình (sơ đồ nhà ga, bàn hướng dẫn/lấy tài liệu) 4. Xe đẩy: vị trí, số lượng, chất lượng 5. Bảng thông báo bay 6. Dịch vụ xe buýt, taxi sân bay... 7. Vệ sinh sân bay từ ngoài vào trong 8. Nhà ga rộng, ánh sáng đầy đủ 9. Kiến trúc, nội thất đẹp, ấn tượng 10. Nhà ga thoáng mát 11. Cảnh quan, cây xanh
<p>An ninh cửa vào</p> <p>↓</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soi chiếu nhanh, cho khách cảm giác đảm bảo an toàn nhưng nhanh chóng 2. Biển chỉ dẫn
<p>Quầy check-in</p> <p>↓</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thời gian/tắc nghẽn 2. Thái độ phục vụ 3. Có các dịch vụ như check-in sớm trước giờ bay (Early check-in)/ Khách có thể check-in tại bất cứ quầy nào/ Khách có thể tự làm thủ tục check-in
<p>Hải quan</p> <p>↓</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thời gian/tắc nghẽn 2. Thang máy, thang cuốn
<p>Công An Cửa Khẩu</p> <p>↓</p>	<p>Thời gian</p>

Sảnh, hành lang chờ đi



1. Cửa hàng miễn thuế, lưu niệm hấp dẫn
2. Nhà hàng
3. Thông tin liên lạc (Internet/ĐT)
4. Phòng khách hạng C (CIP lounge)
5. Dịch vụ chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp
6. Giải trí
7. Đổi tiền
8. Băng tải hành khách

An ninh cửa ra tàu bay



Thời gian kiểm thẻ

Phòng chờ ra tàu bay



1. Ghế
2. Khoảng cách đi bộ ra tàu bay bằng ống lồng
3. Khoảng cách đi bộ ra xe buýt, cầu thang bố trí hợp lý, xe buýt đủ chỗ

Tàu bay

3.1.2.2 Đo lường sự hài lòng của hành khách trong quy trình đến

Tổng hợp kết quả thảo luận cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách trên quy trình đến như sau:

Hình 3. 2: Kết quả nghiên cứu định tính – quy trình Đến

<i>Quy trình đến</i>	<i>Yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của hành khách</i>
<i>Tàu bay</i> ↓	<ol style="list-style-type: none"> 1. Khoảng cách đi bộ từ tàu bay vào nhà ga bằng ống lồng 2. Xe buýt đủ chỗ, cầu thang vào nhà ga bố trí hợp lý
<i>Sảnh đến/Kiểm dịch y tế/Công an cửa khẩu</i> ↓	Thời gian, năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên
<i>Quầy quá cảnh/nổi chuyển</i> ↓	Thời gian, năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên
<i>Băng chuyền trả hành lý/Cửa hàng miễn thuế</i> ↓	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thời gian/tắc nghẽn 2. Tỷ lệ thất lạc hành lý, thái độ phục vụ của nhân viên Hành lý thất lạc, tỷ lệ hành lý tìm lại được cho khách nguyên vẹn 3. Vị trí xe đẩy 4. Hàng hóa trong cửa hàng miễn thuế đa dạng, giá hấp dẫn
<i>Hải quan</i> ↓	<ol style="list-style-type: none"> 1. Thời gian/tắc nghẽn 2. Quầy hướng dẫn thông tin cho khách nước ngoài đến Việt Nam (du lịch, đi lại, khách sạn, v.v...)
<i>Sảnh công cộng</i> ↓	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diện tích 2. Thông báo bay cập nhật kịp thời 3. Giao thông công cộng thuận tiện
<i>Ra thành phố</i>	

3.2 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ THANG ĐO SỰ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH QUỐC TẾ

3.2.1 Mô hình nghiên cứu:

Các thông tin thu thập được ở bước nghiên cứu sơ bộ khẳng định phán đoán của tác giả về các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của hành khách quốc tế như sau:

- (1) Các dịch vụ hàng không;
- (2) Thời gian;
- (3) Bố trí mặt bằng nhà ga;
- (4) Công tác xử lý hành lý;
- (5) Trang thiết bị;
- (6) Cảnh quan, vệ sinh;
- (7) Dịch vụ phi hàng không; và
- (8) Nhân viên phục vụ hành khách

3.2.2 Xây dựng thang đo mức độ hài lòng của hành khách quốc tế:

Từ bước nghiên cứu sơ bộ, tác giả xác định được 49 yếu tố thành phần tác động đến mức độ hài lòng của hành khách quốc tế khi đi qua nhà ga Tân Sơn Nhất như sau:

◆ Các dịch vụ hàng không/quy trình:

1. An ninh, an toàn trong khu vực nhà ga được đảm bảo
2. Dịch vụ thông báo bay chính xác, cập nhật kịp thời
3. Dịch vụ thông tin về chuyến bay qua điện thoại/Internet rộng rãi, dễ tiếp cận, thuận tiện
4. Dịch vụ hướng dẫn quy trình cho hành khách (sơ đồ nhà ga, bàn hướng dẫn/lấy tài liệu)
5. Kiểm tra an ninh nhanh chóng, không gây phiền hà cho khách
6. Thủ tục check-in nhanh chóng, thuận tiện, không sai sót
7. Khách có thể check-in tại bất cứ quầy nào
8. Khách có thể tự check-in

9. Có dịch vụ gửi trước hành lý ký gửi (early check-in)
10. Thủ tục Hải quan nhanh chóng, không gây phiền hà
11. Thủ tục CACK nhanh chóng, không gây phiền hà
12. Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyến được tiến hành nhanh chóng, thuận lợi
13. Quy trình hàng không nói chung là hợp lý
14. Thông tin đầy đủ và cập nhật về các chuyến bay bị trễ/hủy
15. Dịch vụ tại nhà ga cho khách bị trễ chuyến tốt
16. Dịch vụ cho khách bị hủy chuyến tốt

◆ *Thời gian*

17. Thời gian máy bay đi/đến đúng kế hoạch

◆ *Bố trí mặt bằng nhà ga, cảnh quan, vệ sinh*

18. Hệ thống biển chỉ dẫn đầy đủ, dễ nhìn
19. Nhà ga rộng rãi, đủ ánh sáng, thoáng khí
20. Kiến trúc, nội thất nhà ga đẹp, ấn tượng về văn hóa Việt Nam
21. Hệ thống giao thông tiếp cận nhà ga được quy hoạch hợp lý, tiện lợi, an toàn cho hành khách và cả khách bộ hành
22. Đủ ghế ngồi cho khách trong sảnh chờ đi
23. Khoảng cách từ phòng chờ đi ra ống lồng để ra máy bay được quy hoạch, bố trí hợp lý
24. Khoảng cách từ phòng chờ đi ra cầu thang bộ ra xe buýt để ra máy bay được quy hoạch, bố trí hợp lý
25. Độ dốc và vị trí cầu thang đi ra xe buýt để ra máy bay được quy hoạch, bố trí hợp lý
26. Sảnh công cộng cho khách đón/tiến đủ rộng, đủ ghế cho khách

◆ *Công tác xử lý hành lý*

27. Thời gian nhận lại hành lý hợp lý
28. Trường hợp thất lạc hành lý
29. Tỷ lệ tìm lại nguyên vẹn hành lý thất lạc

◆ *Trang thiết bị*

30. Hệ thống thang cuốn hoạt động tốt

31. Có hệ thống băng tải cho khách khi cần phải đi bộ một khoảng cách dài
 32. Đủ xe đẩy cho khách trong giờ cao điểm, vị trí để xe đẩy thuận tiện cho khách sử dụng
 33. Cầu ống dẫn khách hiện đại, hoạt động tốt
 34. Xe buýt sân đỗ có đủ chỗ cho hành khách
- ◆ *Cảnh quan, vệ sinh*
 35. Nhà ga luôn tiện nghi, sạch sẽ
 - ◆ *Dịch vụ phi hàng không*
 36. Nhà hàng, quầy giải khát phục vụ nhanh chóng, thức ăn ngon, giá cả hợp lý
 37. Dịch vụ điện thoại/Internet bố trí ở nơi hợp lý, dễ sử dụng, giá cả hợp lý
 38. Dịch vụ giải trí cho khách phải chờ lâu do transit hoặc do chuyến bay bị trễ có giá cả hợp lý
 39. Dịch vụ chăm sóc sức khỏe/sắc đẹp cho khách phải chờ lâu do transit hoặc do chuyến bay bị trễ có giá cả hợp lý
 40. Có dịch vụ hướng dẫn (quầy thông tin) miễn phí cho hành khách về quy trình hàng không và các thông tin cần thiết về du lịch, đi lại cho khách nước ngoài đến Việt Nam
 41. Cửa hàng miễn thuế, quầy bán đồ lưu niệm có các mặt hàng phong phú, đa dạng, giá cả hợp lý
 42. Dịch vụ vận tải hành khách (xe buýt, taxi, ...) dễ sử dụng
 43. Dịch vụ đổi tiền bố trí ở nơi hợp lý, dễ sử dụng
 - ◆ *Nhân viên phục vụ hành khách*
 44. Nhân viên an ninh niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả
 45. Nhân viên thương vụ niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả
 46. Nhân viên Hải quan niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả
 47. Nhân viên CACK niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả
 48. Nhân viên Hành lý thất lạc (Lost & Found) niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả
 49. Nhân viên thủ tục quá cảnh/nổi chuyến (quá cảnh/nổi chuyến) niềm nở, lịch sự với khách, làm việc hiệu quả

3.3 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG

3.3.1 Thiết kế nghiên cứu định lượng

3.3.1.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là hành khách đã có kinh nghiệm đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

3.3.1.2 Mẫu nghiên cứu

Mẫu điều tra được chọn một cách ngẫu nhiên, gồm những hành khách đang đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và những người đã từng đi nước ngoài qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, bất kể là người Việt Nam hay người nước ngoài.

3.3.1.3 Thiết kế bảng câu hỏi

Nội dung bảng câu hỏi gồm 2 phần chính. Phần 1 là những câu hỏi về các yếu tố thành phần của dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và cảm giác thoải mái (hài lòng) của hành khách khi đi qua nhà ga. Phần này được chia thành 2 bên, bên trái là đánh giá của hành khách về mức độ quan trọng của từng yếu tố, bên phải là điểm số đánh giá về chất lượng của yếu tố đó (nó có khiến hành khách hài lòng không). Trong phần 1, điểm số càng cao thể hiện yếu tố đó càng quan trọng hay chất lượng càng cao. Phần 2 gồm các câu hỏi nhằm thu thập thông tin cá nhân của người được phỏng vấn.

Bảng câu hỏi được thiết kế qua các giai đoạn:

Giai đoạn 1: Xây dựng bảng câu hỏi dựa trên các yếu tố thành phần trong thang đo tác động đến mức độ hài lòng của hành khách quốc tế khi đi qua nhà ga Tân Sơn Nhất.

Giai đoạn 2: Sau khi thiết kế bảng câu hỏi, tác giả tiến hành lấy ý kiến đóng góp của đồng nghiệp và trực tiếp phỏng vấn thử 05 hành khách tại nhà ga để kiểm tra về hình thức cũng như nội dung của bảng câu hỏi.

Giai đoạn 3: Chỉnh sửa và hoàn tất bảng câu hỏi trước khi tiến hành điều tra hành khách.

(Nội dung chi tiết của bảng câu hỏi được trình bày ở Phụ lục 3.)

3.3.1.4 Phương pháp xử lý số liệu

Phần mềm SPSS 14.0 được sử dụng để xử lý và phân tích dữ liệu thu thập từ hành khách. Để thuận tiện cho việc nhập dữ liệu, phân tích và trình bày, các biến nghiên cứu được mã hóa theo Phụ lục 4.

Trước khi tiến hành phân tích đánh giá mức độ hài lòng của hành khách về thực trạng chất lượng dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, thang đo được đánh giá, kiểm định thông qua hệ số tin cậy Cronbach Alpha, phân tích nhân tố và phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Thông qua công cụ hệ số tin cậy Cronbach Alpha, các biến trong thang đo được kiểm định về mức độ tương quan chặt chẽ. Thang đo được đánh giá là có mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến phải có hệ số Alpha từ 0,6 trở lên.

Phân tích nhân tố được sử dụng để thu nhỏ số lượng biến thành một số ít hơn các nhân tố tác động đến mức độ hài lòng của hành khách. Phương pháp trích hệ số được sử dụng là Principal Component Analysis với phép xoay Varimax và điểm dừng khi trích các yếu tố có eigenvalue là 1. Các biến quan sát có trọng số factor loading nhỏ hơn 0,4 sẽ bị loại. Thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 0,5.

Sau khi phân tích nhân tố, thang đo được đưa vào phân tích hồi quy tuyến tính bội với đầu vào là số nhân tố đã xác định được nhằm xem xét mức độ ảnh hưởng của các nhân tố này đối với mức độ hài lòng của hành khách.

Sau quá trình kiểm định trên, thang đo sẽ được đưa vào phân tích đánh giá thực trạng dịch vụ hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất thông qua mô hình CSI. Các biến có mức độ quan trọng cao theo hệ số hồi quy sẽ được xem xét về mức độ hài lòng của hành khách. Những biến có mức độ quan trọng cao hơn số trung vị w_i nhưng mức độ hài lòng của hành khách chưa đạt kỳ vọng (thấp hơn số trung vị c_i) cần được ưu tiên cải tiến trước để nâng cao mức độ hài lòng của hành khách.

3.3.2 Mô tả mẫu

Tổng số bảng câu hỏi phỏng vấn hành khách thu về được là 250. Sau khi kiểm tra có 14 bảng bị bỏ trống nhiều mục hoặc trả lời có tính chiều lệch. Như vậy tổng số bảng trả lời được đưa vào xử lý là 236.

3.3.2.1 Nhóm tuổi

Đa số hành khách được điều tra nằm trong nhóm từ 25 đến 35 tuổi, chiếm 40,3%. Kế đến là nhóm trên 45 tuổi, chiếm 25,8%. Nhóm tuổi 36-45 chiếm 20,8%; nhóm tuổi dưới 25 chiếm tỷ lệ thấp nhất (13,1%).

Bảng 3. 1: Nhóm tuổi của hành khách được khảo sát

Nhóm tuổi	Số người	Tỷ lệ (%)
Dưới 25	31	13.1
25-35	95	40.3
36-45	49	20.8
Trên 45	61	25.8
Tổng	236	100.0

3.3.2.2 Trình độ học vấn

Trong tổng số 236 hành khách được điều tra thì số người có trình độ đại học, trên đại học chiếm tỷ lệ cao nhất (75,4%). Điều này chứng tỏ những đánh giá và ý kiến thu được từ mẫu điều tra này có nhiều khả năng là nhận định xác đáng, có độ tin cậy nhất định. Số hành khách được phỏng vấn có trình độ trung học, cao đẳng chiếm 14,4%; cuối cùng là hành khách có trình độ cấp 3 trở xuống chiếm 10,2%.

Bảng 3. 2: Trình độ học vấn của hành khách được khảo sát

Trình độ học vấn	Số người	Tỷ lệ (%)
Cấp 3 trở xuống	24	10.2
Trung học, cao đẳng	34	14.4
Đại học, trên ĐH	178	75.4
Tổng	236	100.0

3.3.2.3 Quốc tịch và mục đích xuất nhập cảnh

Theo kết quả thống kê, tỷ lệ khách nước ngoài đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất có quốc tịch châu Á và Úc là cao nhất (38,1%). Kế đến là người Việt Nam (26,7%), Tây Âu (19,1%), Bắc Mỹ (8,9%). Người Đông Âu, Nam Mỹ, châu Phi và quốc tịch khác chiếm tỷ lệ không đáng kể. (Xem Bảng 3.3) Kết quả này phù hợp với cơ cấu khách thực tế tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất hiện nay.

Bảng 3. 3: Quốc tịch của hành khách được khảo sát

Quốc tịch	Số người	Tỷ lệ (%)
Việt Nam	63	26.7
BDLác Mỹ	21	8.9
Nam Mỹ	4	1.7
Tây Âu	45	19.1
Đông Âu	8	3.4
Châu Phi	3	1.3
Châu Á & Úc	90	38.1
Khác	2	0.8
Tổng	236	100.0

Hành khách người Việt Nam, Bắc Mỹ, châu Phi, châu Á và Úc xuất nhập cảnh qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất chủ yếu với mục đích công tác/hội nghị. Đa số khách người Nam Mỹ và Tây Âu, Đông Âu xuất nhập cảnh qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất với mục đích du lịch. (Xem Bảng 3.4)

Bảng 3. 4: Quốc tịch và mục đích xuất nhập cảnh

			Mục đích XNC					Tổng
			Công tác/ hội nghị	Du lịch	Thăm thân	Học tập	Khác	
Quốc tịch	Việt Nam	Số người	32	19	7	11	2	59
		% cột	54.2%	32.2%	11.9%	18.6%	3.4%	120.3%
	Bắc Mỹ	Số người	10	9	1	1	1	19
		% cột	52.6%	47.4%	5.3%	5.3%	5.3%	115.8%
	Nam Mỹ	Số người	2	3				4
		% cột	50.0%	75.0%				125.0%
	Tây Âu	Số người	11	34	2	1	2	45
		% cột	24.4%	75.6%	4.4%	2.2%	4.4%	111.1%
	Đông Âu	Số người	4	5	1		1	8
		% cột	50.0%	62.5%	12.5%		12.5%	137.5%

			Mục đích XNC					Tổng
			Công tác/ hội nghị	Du lịch	Thăm thân	Học tập	Khác	
	Châu Phi	Số người	2	3				3
		% cột	66.7%	100.0%				166.7%
	Châu Á & Úc	Số người	47	36	8		9	88
		% cột	53.4%	40.9%	9.1%		10.2%	113.6%
	Khác	Số người	1			1		2
		% cột	50.0%			50.0%		100.0%

3.3.2.4 Mức độ thường xuyên sử dụng dịch vụ tại nhà ga quốc tế

Theo thống kê, đa số hành khách được phỏng vấn có số lượt qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và nhà ga quốc tế khác là 2-5 lượt trong một năm trở lại đây. Phần lớn khách (81%) qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất lần gần đây nhất trong vòng một năm nay. Với mức độ sử dụng dịch vụ thường xuyên tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất cũng như nhà ga quốc tế khác, và thời gian gần nhất qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất không quá xa (dưới một năm), mẫu hành khách được phỏng vấn có thể đưa ra những nhận xét, đánh giá tương đối chính xác, khách quan và cập nhật về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. (Xem các bảng 3.5, 3.6 và 3.7 bên dưới.)

Bảng 3. 5: Số lượt qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất trong 1 năm trở lại đây

Số lượt/năm	Số người	Tỷ lệ (%)
1 lần	87	37.0
2-5 lần	80	34.0
Trên 5 lần	68	28.9
Tổng	235	100.0
Không trả lời	1	
	236	

Bảng 3. 6: Số lượt qua nhà ga quốc tế khác trong 1 năm trở lại đây

Số lượt/năm	Số người	Tỷ lệ (%)	
Trả lời	1 lần	52	22.4
	2-5 lần	97	41.8
	Trên 5 lần	83	35.8
	Tổng	232	100.0
Không trả lời	4		
Tổng	236		

Bảng 3. 7: Lần cuối qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất

Số lượt/năm		Số người	Tỷ lệ (%)
Trả lời	Dưới 1 năm	188	81.0
	1-3 năm	25	10.8
	Trên 3 năm	19	8.2
	Tổng	232	100.0
Không trả lời		4	
Tổng		236	

3.3.3 Kết quả kiểm định thang đo

3.3.3.1 Kết quả phân tích Cronbach Alpha

Thang đo mức độ hài lòng của hành khách về chất lượng dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất được thiết kế với 49 biến quan sát. Kết quả phân tích độ tin cậy cho thấy hệ số Cronbach Alpha $\alpha = 0.9708$ (Xem Phụ lục 5). Như vậy, thang đo có mức độ tương quan cao giữa 49 biến và đáng tin cậy để sử dụng cho mục đích đánh giá, phân tích dữ liệu của đề tài.

3.3.3.2 Kết quả phân tích nhân tố

Kết quả kiểm định Barlett's cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau ($\text{sig} = 0.000$), đồng thời hệ số KMO = 0.911 chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến này lại với nhau là thích hợp (Xem Phụ lục 6).

Phương pháp trích yếu tố Principal Component Analysis với phép xoay Varimax được sử dụng cho phân tích nhân tố đối với 49 biến quan sát. Cả 49 biến đều có trọng số factor loading lớn hơn 0.4 nên được chấp nhận trong phân tích nhân tố.

Với giá trị Eigenvalue 1.088, 49 biến được nhóm lại thành 8 nhân tố. Tổng phương sai trích được là 68.887, nghĩa là khả năng sử dụng 8 nhân tố này để giải thích cho 49 biến quan sát là 68.887%.

Nhân tố thứ nhất bao gồm 13 biến: *thủ tục xuất nhập cảnh, thủ tục Hải quan, nhân viên xuất nhập cảnh, kiểm tra an ninh, nhân viên Hải quan, đúng giờ, check-in, cập nhật thông tin trễ chuyến, nhân viên an ninh, dịch vụ cho chuyến trễ, dịch vụ cho chuyến hủy, nhân viên check-in và thủ tục hợp lý*. Các biến này có nội dung liên quan đến thủ tục hàng không, khả năng đảm bảo đúng giờ, nhân viên thao tác hiệu quả, không gây phiền hà cho khách. Nhân tố này được đặt tên là **Độ đáp ứng**.

Nhân tố thứ hai cũng gồm 13 biến: *ống lồng, xe buýt sân đậu, khoảng cách ra ống lồng, đường nội bộ sân bay, thang cuốn, khoảng cách ra xe buýt, ghế ngồi, giao thông ra thành phố, thất lạc hành lý, vệ sinh, thang bộ ra xe buýt, thời gian lấy hành lý và không gian nhà ga*. Nội dung các biến liên quan đến hạ tầng nhà ga sân bay và trang thiết bị nên nhân tố được đặt tên là **Điều kiện hữu hình**.

Nhân tố thứ ba gồm 4 biến là *dịch vụ giải trí, chăm sóc sức khỏe, nhà hàng và hàng hóa trong cửa hàng miễn thuế*. Đây là các biến thể hiện các dịch vụ khác ngoài dịch vụ cơ bản, chủ yếu của nhà ga hàng không được mang lại cho hành khách nên nhân tố này được đặt tên là **Giá trị gia tăng**.

Nhân tố thứ tư gồm 7 biến: *self check-in, check-in tại mọi quầy, early check-in, nét đặc trưng văn hóa Việt Nam, băng tải hành khách, sảnh công cộng và xe đẩy hành lý*. Các biến trong nhân tố này đo lường khả năng ứng dụng các công nghệ hiện đại trong ngành hàng không cũng như tạo sự thoải mái cho hành khách, xác lập hình ảnh riêng có, đặc thù của nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nên nhân tố được đặt tên là **Độ thích ứng**.

Nhân tố thứ năm gồm 5 biến: *thông tin liên lạc, tỷ lệ tìm lại hành lý thất lạc, thông tin du lịch, nhân viên Hành lý thất lạc (Lost & Found) và dịch vụ đổi tiền*. Các biến này chủ yếu liên quan đến mức độ hiểu và đáp ứng một số nhu cầu của hành khách tại nhà ga nên nhân tố được gọi tên là **Độ tin cậy**.

Nhân tố thứ sáu gồm 3 biến: *thông tin từ xa, bảng thông báo giờ bay và hướng dẫn quy trình* và được đặt tên là **Thông tin**.

Nhân tố thứ bảy gồm 2 biến: *dịch vụ quá cảnh/nói chuyện (quá cảnh/nói chuyện), nhân viên quá cảnh/nói chuyện (quá cảnh/nói chuyện)* và được đặt tên là **Dịch vụ Quá cảnh/nói chuyện (quá cảnh/nói chuyện)**.

Nhân tố thứ tám gồm 2 biến: *biển chỉ dẫn và an ninh an toàn*. Nhân tố này mang lại an toàn cho hành khách nên được đặt tên là **An toàn**.

Như vậy, kết quả phân tích nhân tố xác định có 8 nhân tố tác động đến cảm nhận của hành khách về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Vậy 8 nhân tố này có mối tương quan như thế nào đối với mức độ hài lòng của hành khách? Từng nhân tố

có ảnh hưởng như thế nào đến mức độ hài lòng của hành khách? Vấn đề này sẽ được nghiên cứu trong phần phân tích hồi quy bội dưới đây.

3.3.3.3 Kết quả phân tích hồi quy bội

Phương trình hồi quy bội biểu diễn mối quan hệ giữa các yếu tố chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của hành khách có dạng như sau:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Trong đó:

- Y là biến phụ thuộc, thể hiện giá trị dự đoán về mức độ hài lòng của hành khách.
- a, b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆, b₇, b₈ là các hệ số hồi quy
- X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇, X₈ là các biến độc lập theo thứ tự: Độ đáp ứng, Điều kiện hữu hình, Giá trị gia tăng, Độ thích ứng, Độ tin cậy, Thông tin, Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển (quá cảnh/nổi chuyển) và An toàn.

Sau khi chạy hồi quy tuyến tính bội với phương pháp đưa vào một lượt (Enter), ta có $R^2 = 0.542$ và R^2 điều chỉnh = 0.518 (Phụ lục 7). Kết quả này cho thấy có mối tương quan tương đối mạnh giữa biến mức độ hài lòng của hành khách và các biến chất lượng dịch vụ. Biểu đồ phân tán cho thấy các mối quan hệ có xu hướng theo đường thẳng (Phụ lục 7).

Kiểm nghiệm F với $\text{Sig}_F < 0.05$ ($\text{Sig}_F = 0.000$) cho thấy việc sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính để tìm mối tương quan giữa các yếu tố trên là thích hợp (Phụ lục 7).

Quan sát các hệ số beta chuẩn hóa, ta thấy các nhân tố *Độ đáp ứng*, *Điều kiện hữu hình*, *Giá trị gia tăng*, *Độ tin cậy* và *Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển (quá cảnh/nổi chuyển)* có mối quan hệ tuyến tính với Mức độ hài lòng của hành khách ($\text{Sig}_t < 0.05$).

Với mức độ tin cậy 95% thì 3 nhân tố *Độ thích ứng*, *Thông tin* và *An toàn* không có ý nghĩa thống kê ($Sig_t = 0.283$, $Sig_t = 0.07$ và $Sig_t = 0.46$) nên bị loại khỏi mô hình nghiên cứu.

Sau khi chạy lại hồi quy tuyến tính bội với 5 nhân tố, ta thấy các thông số đều đạt ý nghĩa thống kê. (Phụ lục 8) Phương trình hồi quy bội được xác định như sau:

Mức độ hài lòng = 4,33 + 0.351 (Độ đáp ứng) + 0.259 (Điều kiện hữu hình) + 0.162 (Giá trị gia tăng) + 0.314 (Độ tin cậy) + 0.145 (Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển).

Phân tích bảng ma trận tương quan ta thấy biến *Độ đáp ứng* (0.439) có tương quan mạnh hơn đối với *Mức độ hài lòng của hành khách* so với các biến độc lập còn lại như *Độ tin cậy* (0.393), *Điều kiện hữu hình* (0.325), *Giá trị gia tăng* (0.203) và *Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển* (0.182) khi được sử dụng riêng biệt để dự đoán mức độ hài lòng của hành khách.

Theo độ lớn của các hệ số beta trong phương trình hồi quy, mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đối với mức độ hài lòng của hành khách được sắp xếp theo thứ tự nhỏ dần như sau: *Độ đáp ứng* (0.351), *Độ tin cậy* (0.314), *Điều kiện hữu hình* (0.259), *Giá trị gia tăng* (0.162), *Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển* (0.145) và *Thông tin* (0.079).

Như vậy không có sự khác biệt về mức độ quan trọng của các biến độc lập khi sử dụng riêng biệt và đồng thời tất cả các biến để dự báo mức độ hài lòng của hành khách.

Thang đo mức độ hài lòng của hành khách đối với dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất được xác định gồm các nhân tố sau:

- 1/ **Độ đáp ứng**
- 2/ **Độ tin cậy**
- 3/ **Điều kiện hữu hình**
- 4/ **Giá trị gia tăng**
- 5/ **Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển**

TÓM TẮT CHƯƠNG

Chương này trình bày phương pháp nghiên cứu của đề tài nhằm mục tiêu xây dựng mô hình thang đo mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, làm cơ sở cho việc đánh giá thực trạng dịch vụ tại nhà ga này cũng như mức độ hài lòng của hành khách.

Qua nghiên cứu sơ bộ (định tính) với kỹ thuật thảo luận tay đôi dựa trên các cơ sở thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL hay RATER, thang đo chất lượng dịch vụ nhà ga hành khách do IATA (International Air Transport Association – Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế) nghiên cứu [21] và tính đặc thù trong hoạt động của một nhà ga hành khách quốc tế tại Việt Nam, tác giả xác định được mô hình nghiên cứu gồm 08 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất là: (1) Dịch vụ hàng không; (2) Đảm bảo giờ bay đúng lịch; (3) Bố trí mặt bằng nhà ga; (4) Công tác xử lý hành lý; (5) Trang thiết bị; (6) Cảnh quan, vệ sinh; (7) Dịch vụ phi hàng không và (8) Nhân viên phục vụ hành khách. Trên cơ sở này, thang đo nháp về mức độ hài lòng của hành khách đã được xây dựng với 49 biến quan sát.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện thông qua phương pháp định lượng. Tác giả đã sử dụng bảng câu hỏi để điều tra hành khách nhằm kiểm nghiệm mô hình và hình thành thang đo chính thức về mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Kết quả cho thấy có 05 nhân tố tác động đến mức độ hài lòng của hành khách với 37 biến quan sát. Cụ thể các nhân tố này là: Độ đáp ứng (gồm 13 biến), Độ tin cậy (05 biến), Điều kiện hữu hình (13 biến), Giá trị gia tăng (04 biến) và Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển (02 biến).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy 03 nhân tố Độ thích ứng, Thông tin và An toàn hiện nay chưa có mối tương quan mật thiết đến mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

CHƯƠNG 4:

**THỰC TRẠNG MỨC ĐỘ HÀI LÒNG
CỦA HÀNH KHÁCH**

CHƯƠNG 4: THỰC TRẠNG MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH KHI ĐI QUA NHÀ GA QUỐC TẾ TÂN SƠN NHẤT

Trên cơ sở mô hình đo lường mức độ hài lòng của hành khách ở chương 3, thực trạng về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất sẽ được trình bày ở chương 4 thông qua phân tích đánh giá của hành khách và các ý kiến đóng góp của họ.

Nhìn chung, hành khách được khảo sát đánh giá các dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất ở mức độ trung bình (điểm hài lòng trung bình 3.2) với các tỷ lệ cụ thể như sau:

Cảm giác thoải mái/Mức độ hài lòng

	Số người	Tỷ lệ (%)
Rất không hài lòng	16	6.8
Không hài lòng	40	17.1
Tạm hài lòng	84	35.9
Hài lòng	70	29.9
Rất hài lòng	24	10.3
Tổng	236	100.0

4.1 ĐỘ ĐÁP ỨNG

Qua thống kê điểm đánh giá của 236 hành khách, tác giả tổng hợp được kết quả về thực trạng mức độ hài lòng của hành khách đối với nhân tố Độ đáp ứng như sau:

Bảng 4. 1: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Độ đáp ứng

Mức độ đánh giá Chi tiêu	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
Thủ tục hợp lý	3.06	17.47	40.17	30.57	8.73	3.24	1.08
Nhân viên check-in	3.46	9.52	35.93	32.47	18.61	3.53	0.78
Kiểm tra An ninh	4.31	16.38	28.45	29.74	21.12	3.47	0.89
Check-in	5.96	11.91	31.49	32.34	18.30	3.45	0.90
Nhân viên An ninh	5.63	16.45	35.50	29.00	13.42	3.28	0.97
Thủ tục HQ	7.79	22.94	25.97	28.57	14.72	3.19	1.05
Thủ tục XNC	10.34	17.67	34.05	21.98	15.95	3.16	1.27
Nhân viên HQ	8.77	22.37	29.82	25.88	13.16	3.12	1.17

Mức độ đánh giá \ Chỉ tiêu	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
Nhân viên XNC	8.62	21.98	34.05	20.69	14.66	3.11	1.20
Đúng giờ	7.83	17.83	36.96	26.52	10.87	3.15	1.32
Cập nhật tin chuyến trễ	8.74	13.59	35.44	31.07	11.17	3.22	1.31
DV cho chuyến trễ	13.51	24.32	27.03	28.65	6.49	2.9	1.31
DV cho chuyến hủy	11.39	27.85	31.65	23.42	5.70	2.84	1.32
Độ đáp ứng	7.65	18.48	32.81	27.76	13.30	3.20	1.12

Ghi chú:

- Các số liệu từ cột 2 đến cột 6 của bảng 4.1 là tỷ lệ phần trăm hành khách đánh giá các chỉ tiêu theo các mức độ sau: Mức 1 – Rất tệ, mức 2 – Tệ, mức 3 – Tạm được, mức 4 – Tốt, mức 5 - Rất tốt.
- Từ bảng 4.2 đến 4.9 dưới đây, các số liệu có ý nghĩa tương tự như ở bảng 4.1.

4.1.1 Đánh giá chung

Nhìn chung, hành khách được khảo sát đánh giá tạm được đối với nhân tố Độ đáp ứng (điểm trung bình = 3.2). Về tỷ lệ, có 41.06% hành khách đánh giá cao, 32.81% đánh giá trung bình và 26.13% hành khách đánh giá thấp.

Trung bình chênh lệch giữa điểm số về tầm quan trọng và đánh giá thực trạng của hành khách dịch vụ nhân tố Độ tin cậy và đảm bảo là 1.12, cao nhất trong số 06 nhân tố thuộc thang đo. Kết quả này cho thấy đây là nhân tố mà mức độ đáp ứng kỳ vọng của hành khách thấp nhất, cần được lưu tâm nhiều nhất khi thực hiện công tác cải tiến dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

4.1.2 Đánh giá cụ thể

4.1.2.1 Các bước thủ tục và nhân viên phục vụ hành khách

Về mức độ hợp lý của thủ tục, đánh giá của hành khách là tạm được: điểm trung bình 3.24, có 39.3% hành khách đánh giá cao, 40.17% đánh giá trung bình và 20.53% còn lại đánh giá thấp.

Xét từng chỉ tiêu, hành khách đánh giá cao nhất về Nhân viên check-in (điểm trung bình 3.53): 51.07% ý kiến đánh giá cao, 35.93% đánh giá trung bình và chỉ có 12.98% đánh giá thấp. Đây có thể xem là điểm mạnh của dịch vụ tại nhà ga quốc tế

sân bay Tân Sơn Nhất hiện nay. So với các thủ tục khác mà hành khách phải đi qua tại nhà ga quốc tế, thủ tục check-in được đảm nhận bởi 02 công ty phục vụ mặt đất tại sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất là TIAGS và SAGS. Hai công ty này cung cấp dịch vụ cho các hãng hàng không khai thác bay quốc tế tại Tân Sơn Nhất, chịu sự giám sát về chất lượng của họ trong quan hệ cạnh tranh giữa các hãng với nhau nên mức độ chuyên nghiệp của nhân viên check-in phải được đặt lên hàng đầu. Kết quả là yếu tố này đạt được điểm đánh giá cao nhất của hành khách trong số các biến thuộc nhân tố Độ đáp ứng.

Kế đến lần lượt các yếu tố khác được sắp xếp theo thứ tự từ cao xuống thấp tại bảng 4.1 là *Kiểm tra an ninh, Check-in, Nhân viên An ninh, Thủ tục Hải quan, Thủ tục xuất nhập cảnh, Nhân viên Hải quan, Nhân viên xuất nhập cảnh*. Điểm số cho các khâu thủ tục kiểm tra an ninh, check-in ở mức khá tốt. Tuy nhiên, điểm số của thủ tục Hải quan và Công an cửa khẩu chưa cao chứng tỏ hành khách đánh giá hiệu quả của dịch vụ chưa đáp ứng kỳ vọng của họ. Trừ nhân viên check-in, các nhân viên như an ninh, Hải quan, xuất nhập cảnh chưa được đánh giá cao chứng tỏ trong cách nhìn của hành khách, các nhân viên này chưa thật sự chuyên nghiệp, hòa nhã với khách. Các điểm số này là có cơ sở và đã phản ánh đúng thực trạng dịch vụ hàng không tại nhà ga quốc tế sân bay Tân Sơn Nhất hiện nay. Các dịch vụ hàng không là những bước bắt buộc mà hành khách phải đi qua theo quy định của Luật Hàng không Việt Nam, họ không có chọn lựa nào khác. Mặt khác, thủ tục Hải quan và xuất nhập cảnh là những thủ tục quản lý của nhà nước Việt Nam và chỉ những cơ quan của nhà nước như Chi cục Hải quan và Đồn Công an cửa khẩu Tân Sơn Nhất mới có chức năng thực hiện công tác kiểm tra. Vì thế, có thể thấy rõ tình trạng nhân viên thường không có thái độ niềm nở với khách mà chỉ làm chức năng của những viên chức nhà nước, không cần thể hiện tư tưởng “Chúng tôi cần khách hàng.”

4.1.2.2 Vấn đề đảm bảo lịch bay

Đối với đa số hành khách, khi họ chọn phương tiện đi lại là máy bay thì thời gian là vấn đề quan tâm hàng đầu đối với họ. Họ đã chọn phương tiện vận tải có tốc độ nhanh nhất nghĩa là họ muốn rút ngắn thời gian đi lại. Tuy nhiên, theo đánh giá của

236 hành khách trong mẫu điều tra thì điểm hài lòng trung bình của họ về *mức độ đúng giờ bay* là 3.15, chỉ có 37.39% hành khách đánh giá tốt về yếu tố này, 36.96% đánh giá trung bình và đến 25.66% đánh giá thấp. Ta cũng có thể thấy trung bình chênh lệch giữa điểm số về tầm quan trọng và đánh giá thực tế của hành khách đối với yếu tố này là 1.32, cao nhất trong số các yếu tố khác thuộc nhân tố Độ đáp ứng. Chênh lệch này cho thấy đây là vấn đề cần được chú trọng nhiều nhất khi xem xét cải tiến các dịch vụ hàng không tại nhà ga để nâng cao mức độ đáp ứng đối với hành khách.

Tệ hơn nữa, công tác *cập nhật thông tin chuyến bay bị trễ, các dịch vụ cho hành khách đi các chuyến bị hủy và các chuyến bị trễ* lại được đánh giá thấp trong nhân tố này (điểm trung bình 3.22, 2.84 và 2.9). Điều này chứng tỏ ấn tượng của hành khách về vấn đề đảm bảo giờ bay đúng lịch và cập nhật thông tin, phục vụ hành khách khi có sự cố trễ/hủy chuyến hiện nay đang rất xấu.

4.1.3 Ý kiến đóng góp của hành khách

Các ý kiến đóng góp của hành khách về Độ đáp ứng được tổng hợp như sau:

Bảng 4. 2: Ý kiến đóng góp về Độ đáp ứng

Yếu tố	Số lượng
Thái độ NV	21
Thủ tục chậm	7
Tính chuyên nghiệp của NV	6
DV hành khách	5
DV cho chuyến trễ, hủy	2
Chậm, hủy chuyến thường xuyên	2
Hối lộ	1
Cần tăng số lượng quầy check-in	1
Thủ tục visa chưa thuận tiện	1
Phục vụ không theo thứ tự xếp hàng	1

4.1.3.1 Nhân viên thủ tục

Nghiên cứu các ý kiến đóng góp của hành khách, có thể thấy nổi lên vấn đề thái độ của nhân viên làm thủ tục cho khách. Thái độ của nhân viên làm thủ tục cho khách là rất quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu cũng như tạo một ấn tượng đẹp

cho hành khách. Vì thế, ngoài việc đánh giá qua điểm số, nhiều hành khách cũng nêu thêm ý kiến đóng góp về thái độ phục vụ của nhân viên. Tổng cộng có 21 hành khách đóng góp ý kiến về vấn đề này, cao nhất trong số các vấn đề được nêu ra. Ngoài ra, cũng liên quan đến nhân viên, còn có 06 ý kiến đóng góp cho rằng nhân viên chưa có tính chuyên nghiệp cao. 05 ý kiến khác cũng góp ý cần cải tiến các dịch vụ hành khách nói trên.

4.1.3.2 Thời gian làm thủ tục

Về thời gian làm thủ tục cho khách, có 07 ý kiến phàn nàn về thủ tục chậm. Vấn đề này liên quan đến thời gian xếp hàng cũng như số lượng quầy thủ tục, vì vậy cũng có 01 ý kiến cho rằng cần tăng số lượng quầy check-in tại nhà ga.

4.1.3.3 Vấn đề đảm bảo lịch bay

Phản ánh của hành khách cũng có thể thấy việc đảm bảo lịch bay được hành khách quan tâm nhiều. Có 02 ý kiến phàn nàn về tình trạng chậm, hủy chuyến xảy ra thường xuyên, 02 ý kiến đánh giá dịch vụ cho khách đi các chuyến bị trễ/hủy chưa tốt.

4.1.3.4 Ý kiến khác

01 ý kiến nhận xét thủ tục visa chưa thuận tiện cho hành khách. Khách nước ngoài còn có ý kiến bất bình về việc nhân viên thủ tục tại nhà ga phục vụ hành khách không theo thứ tự xếp hàng mà có sự ưu tiên cho khách là người quen (01 ý kiến). Đây là một ấn tượng xấu, tạo cảm giác kém văn minh tại một nhà ga quốc tế đối với khách nước ngoài.

Ngoài ra, có 01 ý kiến than phiền về tệ nạn những nhiều, hối lộ tại nhà ga quốc tế trong đó chính họ là nạn nhân.

4.2 ĐỘ TIN CẬY

Kết quả tổng hợp điểm đánh giá của 236 hành khách về thực trạng Độ tin cậy của dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như sau:

Bảng 4. 3: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Độ tin cậy

Chi tiêu	Mức độ đánh giá					Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)		
Đổi tiền	3.10	13.27	32.30	34.07	17.26	3.49	0.61
Tỷ lệ tìm lại hành lý thất lạc	2.34	13.28	37.50	33.59	13.28	3.42	0.72
NV Hành lý thất lạc	5.76	15.11	40.29	26.62	12.23	3.24	0.77
Thông tin du lịch	6.40	19.70	36.95	31.03	5.91	3.10	0.96
Thông tin liên lạc	10.89	24.26	37.62	22.28	4.95	2.86	1.19
Độ tin cậy	5.70	17.13	36.93	29.52	10.73	3.22	0.85

4.2.1 Đánh giá chung

Độ tin cậy của dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất theo đánh giá của hành khách là tạm được (điểm trung bình 3.22). Có 40.25% hành khách đánh giá tốt, 36.93% đánh giá trung bình và 22.83% đánh giá thấp.

Hành khách được khảo sát đánh giá không đồng đều về các yếu tố, điểm trung bình nằm trong khoảng từ 2.86 đến 3.49. Trong đó, hành khách đánh giá cao nhất về dịch vụ đổi tiền (dễ tiếp cận), thấp nhất ở dịch vụ thông tin liên lạc tại nhà ga.

Trung bình chênh lệch giữa điểm số quan trọng và đánh giá điểm thực trạng của hành khách đối với các yếu tố trong nhân tố Độ tin cậy là 0.85. Tuy nhiên, đối với riêng yếu tố Thông tin liên lạc và Thông tin du lịch, trung bình chênh lệch là 1.19 và 0.96. Như vậy nhìn chung, trừ yếu tố Thông tin liên lạc và Thông tin du lịch, các yếu tố trong nhân tố này tương đối đáp ứng nhu cầu của hành khách.

4.2.2 Đánh giá cụ thể

4.2.2.1 Dịch vụ đổi tiền

Khi hành khách, đặc biệt là khách người nước ngoài đến một sân bay không nằm trong lãnh thổ nước họ, vấn đề họ quan tâm là những dịch vụ đáp ứng nhu cầu hội nhập của họ như đổi tiền để chi tiêu tại địa phương đó, nhu cầu tìm hiểu thông tin về du lịch, phương tiện đi lại, khách sạn, v.v... Ngược lại, khi hành khách khởi hành từ một sân bay quốc tế, họ cũng rất cần đổi tiền từ đồng tiền tại nước sở tại thành một đồng tiền mạnh, phổ biến, dễ chuyển đổi như USD, EURO, v.v... Nhà ga

hàng không quốc tế phải cung cấp những dịch vụ tin cậy nhằm đáp ứng những nhu cầu này. Dịch vụ đổi tiền được hành khách hài lòng nhất trong số các yếu tố thuộc nhân tố này (điểm trung bình 3.49). 51.33% hành khách hài lòng với dịch vụ này, 32.3% cho rằng dịch vụ này tạm chấp nhận được và 16.37% không hài lòng.

4.2.2.2 Công tác tìm lại hành lý thất lạc

Hành khách đánh giá khá về tỷ lệ tìm lại hành lý thất lạc cho khách (điểm trung bình 3,42). Cụ thể, 46.87% hành khách đồng ý với nhận xét rằng tỷ lệ tìm lại hành lý thất lạc cao, 37.5% cho rằng tỷ lệ này tạm được và 15.62% nhận xét tỷ lệ này theo họ là thấp. Liên quan đến kết quả tìm lại hành lý thất lạc, do yếu tố tâm lý, hành khách cũng đánh giá tạm được về nhân viên Hành lý thất lạc. Điểm trung bình của yếu tố này là 3.24, trong đó 38.85% hành khách đánh giá cao, 40.29% đánh giá trung bình và 20.87% đánh giá thấp.

4.2.2.3 Thông tin du lịch

Sau yếu tố liên quan đến việc tìm kiếm hành lý thất lạc là thông tin cung cấp cho hành khách về du lịch, đi lại, khách sạn, v.v... khi đến thành phố Hồ Chí Minh thông qua cửa khẩu sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất. Điểm đánh giá trung bình của hành khách đối với yếu tố này là 3.1, trong đó 36.94% hành khách đánh giá cao, 36,95% đánh giá trung bình và 26.1% đánh giá thấp. Kết quả này cho thấy hành khách chỉ đánh giá về dịch vụ thông tin này ở mức độ tạm được.

4.2.2.4 Dịch vụ thông tin liên lạc công cộng

Dịch vụ thông tin liên lạc (điện thoại/Internet) là yếu tố được đánh giá thấp nhất trong nhân tố Sự thấu cảm và khả năng đáp ứng, với điểm trung bình 2.86. Có 27.23% hành khách đánh giá cao, 37.62% đánh giá trung bình và đến 35.15% đánh giá thấp. Kết quả này phản ánh đúng thực trạng dịch vụ thông tin liên lạc tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất hiện nay: hành khách chỉ có thể sử dụng dịch vụ điện thoại công cộng, không có dịch vụ truy cập Internet công cộng. Khách chỉ có thể sử dụng dịch vụ này khi vào nhà hàng. Có thể thấy đây là nhu cầu thực sự của hành khách khi ở nhà ga nhưng chưa được đáp ứng, bộc lộ một điểm yếu trong năng lực phục vụ hành khách.

4.2.3 Ý kiến đóng góp của hành khách

Các ý kiến đóng góp của hành khách về Độ tin cậy của dịch vụ tại nhà ga được tổng hợp như sau:

Bảng 4. 4: Ý kiến đóng góp về Độ tin cậy

Yếu tố	Số lượng
Internet	4
DV đổi tiền không hoạt động 24/24	3
Mất cắp đồ trong hành lý	1
DV hướng dẫn du lịch	1

4.2.3.1 Dịch vụ Internet công cộng

Thực tế khi phỏng vấn hành khách, việc thiếu dịch vụ Internet công cộng tại nhà ga đã được nhiều hành khách ghi nhận, thể hiện ở điểm số thấp đối với dịch vụ thông tin liên lạc này, đồng thời nhấn mạnh thêm điều này với 04 ý kiến đóng góp cần cung cấp dịch vụ này cho khách trong khu vực sảnh và phòng chờ.

4.2.3.2 Dịch vụ đổi tiền

Dịch vụ đổi tiền được đánh giá cao nhất trong nhân tố này. Tuy nhiên, việc cung cấp dịch vụ này và khả năng tiếp cận dịch vụ chưa hoàn toàn thỏa mãn hành khách. Cụ thể, có 03 ý kiến của hành khách nước ngoài nhận xét rằng dịch vụ đổi tiền tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất không hoạt động 24/24 nên chưa thực sự thuận tiện cho khách, đặc biệt là khách đi các chuyến bay đêm.

4.2.3.3 Hành lý

Liên quan đến hành lý, có hành khách phàn nàn về tình trạng mất cắp đồ trong các kiện hành lý của họ. Đây là vấn đề ảnh hưởng lớn đến uy tín, chất lượng và sau cùng là sự hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga sân bay nên cần được chú ý chấn chỉnh, cải thiện.

4.3 ĐIỀU KIỆN HỮU HÌNH

Kết quả tổng hợp điểm đánh giá của 236 hành khách về thực trạng Điều kiện hữu hình tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như sau:

Bảng 4. 5: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Điều kiện hữu hình

Mức độ đánh giá	1	2	3	4	5	Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
Chi tiêu	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
Không thất lạc hành lý	4.93	8.87	23.65	26.60	35.96	3.80	0.66
Thời gian lấy hành lý	4.91	16.07	35.71	26.79	16.52	3.34	0.95
Phương tiện GT ra thành phố	4.72	10.38	28.77	29.25	26.89	3.63	0.56
Đường nội bộ SB	16.22	20.27	35.59	20.72	7.21	2.82	1.10
Ổng lồng	2.65	11.50	35.40	33.63	16.81	3.50	0.42
Thang cuốn	4.02	16.52	33.48	34.38	11.61	3.33	0.53
Xe buýt sân đậu	5.05	14.14	38.89	29.80	12.12	3.30	0.61
Khoảng cách ra xe buýt	6.45	12.90	33.18	30.41	17.05	3.39	0.39
Khoảng cách ra ống lồng	0.88	11.06	34.07	33.63	20.35	3.62	0.26
Thang bộ ra xe buýt	2.55	8.16	47.96	30.10	11.22	3.39	0.37
Vệ sinh	5.98	17.52	33.33	26.50	16.67	3.30	0.94
Ghế ngồi	11.54	20.94	24.36	27.35	15.81	3.15	0.95
Không gian nhà ga	10.68	19.66	31.20	25.64	12.82	3.10	1.00
Điều kiện hữu hình	6.20	14.46	33.51	28.83	17.00	3.36	0.67

4.3.1 Đánh giá chung

Điểm trung bình của nhân tố Điều kiện hữu hình hay cơ sở vật chất là 3.36. Điểm số này xếp thứ hai so với các nhân tố còn lại, với 45.83% hành khách đánh giá cao, 33.51% đánh giá trung bình và 20.66% đánh giá thấp.

Điểm trung bình chênh lệch giữa tầm quan trọng và mức độ hài lòng của hành khách đối với các yếu tố trong nhân tố Điều kiện hữu hình là 0.67. Đây là mức chênh lệch thấp so với các nhân tố khác, cho thấy các điều kiện vật chất và cơ sở hạ tầng nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất đáp ứng khá tốt nhu cầu của hành khách.

4.3.2 Đánh giá cụ thể

4.3.2.1 Hệ thống xử lý hành lý

Hành khách đánh giá cao nhất hệ thống xử lý hành lý để không xảy ra tình trạng thất lạc (trung bình 3.8), với 62,56% hành khách đánh giá cao, 23.65% đánh giá trung bình và chỉ có 13.8% đánh giá thấp. Đánh giá này phản ánh đúng thực tế công tác xử lý hành lý tại nhà ga quốc tế sân bay Tân Sơn Nhất trong thời gian gần đây.

Ban lãnh đạo sân bay đã đầu tư có hiệu quả và ý nghĩa vào việc trang bị hệ thống xử lý hành lý hiện đại nhằm hạn chế ở mức thấp nhất những nhầm lẫn, sai sót trong khâu quan trọng này. Liên quan đến hệ thống này, thời gian chờ lấy hành lý cũng được hành khách đánh giá là khá (3.34 điểm) với 43.31% hành khách đánh giá cao, 35.71% đánh giá trung bình và 20.98% đánh giá thấp.

4.3.2.2 Hệ thống giao thông

Về giao thông, mức độ dễ tiếp cận của các phương tiện giao thông công cộng ra thành phố có điểm trung bình là 3.63. Trong khi đó, hệ thống đường nội bộ sân bay lại bị đánh giá thấp nhất trong nhóm các yếu tố này với điểm số trung bình 2.82: 27.93% hành khách đánh giá cao, 35.59% đánh giá trung bình và đến 36.49% đánh giá thấp về mức độ thuận tiện, an toàn cho khách đi xe cũng như khách bộ hành.

4.3.2.3 Trang thiết bị

Về trang thiết bị phục vụ bay, cầu ống dẫn khách được đánh giá khá cao trong nhóm nhân tố Điều kiện hữu hình (điểm trung bình 3.5). Thực tế cho thấy các cầu ống dẫn khách là một nét mới của nhà ga hành khách quốc tế Tân Sơn Nhất trong những năm gần đây, tạo cho nhà ga một bộ mặt hiện đại để vươn lên ngang tầm các nhà ga quốc tế khác trong khu vực. Tuy chưa thể đầu tư thiết bị này tại tất cả các bến đỗ gần nhà ga trên sân đậu, các chuyến bay quốc tế được phục vụ cầu ống dẫn khách đã và đang mang đến sự thoải mái, tiện nghi cho hành khách. Đặc biệt trong những lúc trời mưa hay nắng gắt, hành khách lên máy bay thông qua cầu ống dẫn khách vẫn không bị ảnh hưởng. Chính vì thế, đây là điểm được đánh giá khá cao trong nỗ lực phục vụ hành khách tại nhà ga này.

Sau cầu ống dẫn khách, các trang thiết bị khác như thang cuốn, xe buýt chở khách lên máy bay được đánh giá tương đối đồng đều với điểm trung bình là 3.33 và 3.30. Các điểm số này phản ánh mức độ hài lòng khá đối với các yếu tố nói trên.

4.3.2.4 Hạ tầng nhà ga

Một số vấn đề trong thiết kế, bố trí nhà ga như khoảng cách từ phòng chờ ra cầu ống để lên máy bay, khoảng cách đi bộ ra xe buýt cũng như thang bộ ra xe buýt được đánh giá khá cao với điểm trung bình từ 3.39 đến 3.61.

Bên trong nhà ga, vệ sinh được đánh giá khá với điểm số trung bình 3.3. Ghế ngồi cho khách trong sảnh chờ đi và phòng chờ ra máy bay có điểm trung bình 3.15 và không gian nhà ga (rộng rãi, thoáng mát, đủ ánh sáng) được 3.1 điểm. Điểm số chứng tỏ hành khách chưa thực sự hài lòng về các yếu tố này.

4.3.3 Ý kiến đóng góp của hành khách

Liên quan đến nhân tố Điều kiện hữu hình, có rất nhiều ý kiến đóng góp của hành khách nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng theo thống kê ở bảng dưới đây:

Bảng 4. 6: Ý kiến đóng góp về Điều kiện hữu hình

Yếu tố	Số lượng
Nhà vệ sinh	9
Cơ sở hạ tầng	2
Xe buýt sân bay	2
Thiết bị chưa hiện đại	2
Nhà ga không đủ lạnh	2
Phòng CIP không chuẩn	2
Công tác bảo trì	1
Ghế (số lượng)	1
Ghế cứng	1
Cần phòng tắm cho khách transit	1
Phòng chờ lộn xộn	1
Cải tạo sảnh đón, tiễn	1
Cải tạo sân đậu ô tô, cảnh quan	1
Ánh sáng	1
Đào nhận hành lý chưa đủ dài, rộng	1
Bố trí cửa ra máy bay không hợp lý	1
Tổ chức giao thông ngoài nhà ga	1
Giao thông vào thành phố	1

4.3.3.1 Hạ tầng nhà ga

Tuy vấn đề vệ sinh chung tại nhà ga được đánh giá khá, khu vực nhà vệ sinh lại nhận được nhiều ý kiến phê bình nhất. Ý kiến của 09 hành khách đã nêu ra một thực tế còn tồn tại ở nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất: có nhiều thời điểm trong ngày nhà vệ sinh bốc mùi rất khó chịu, đặc biệt ảnh hưởng đến ấn tượng của khách khi đi qua

cửa ngõ Tân Sơn Nhất. Có 01 hành khách cũng cho rằng cần có phòng tắm trong nhà vệ sinh để khách quá cảnh có thể sử dụng trong thời gian chờ đợi lâu.

Một số ý kiến góp ý chung về cơ sở hạ tầng nhà ga, về việc cần cải tạo sảnh đón, tiền sảnh tại nhà ga, cải tạo sân đậu ô tô và cảnh quan nhà ga để tạo ấn tượng tốt đẹp trong lòng hành khách. Các ý kiến này đã nêu những nhận xét xác đáng về thực trạng quá tải tại sảnh đón, tiền sảnh của nhà ga quốc tế. Do tâm lý và lối sống truyền thống của người Việt Nam, một hành khách đi từ hoặc đến sân bay thường được đón/tiền bởi rất nhiều người thân. Mặt khác, mức sống của người dân Việt Nam chưa cao nên việc đi máy bay để ra nước ngoài còn tương đối “xa xỉ” đối với người dân. Vì vậy, nhà ga sân bay, đặc biệt là nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất thường là nơi tập trung đông khách đón tiền khi họ có dịp đi “tham quan” sân bay. Điều này dẫn đến thực trạng sảnh đón, tiền sảnh thường xuyên bị quá tải trong giờ cao điểm khi có nhiều chuyến bay quốc tế đi từ và đến Tân Sơn Nhất. Sự đông đúc, chật chội, nóng bức và việc không có ghế ngồi cho khách đón tiền đã ảnh hưởng đến mỹ quan, vệ sinh nhà ga cũng như tạo ấn tượng không tốt đối với công chúng.

Về điều kiện nhà ga, có một số ý kiến góp ý về độ lạnh và ánh sáng trong nhà ga không đủ, không đủ ghế ngồi và ghế cứng nên hành khách bị trễ chuyến khó có thể ngả lưng nghỉ ngơi. Cũng có 01 ý kiến nêu rõ việc hành khách chứng kiến trần nhà ga bị thấm dột và đề nghị tăng cường công tác bảo trì.

Một vài hành khách đánh giá rằng phòng chờ còn lộn xộn, cách bố trí cửa ra máy bay chưa hợp lý, phòng CIP chưa đạt tiêu chuẩn, v.v...

4.3.3.2 Hệ thống giao thông

Trong thời gian qua, dịch vụ xe buýt từ sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất vào trung tâm thành phố Hồ Chí Minh và ngược lại đã mang lại sự tiện lợi cho hành khách. Tuy nhiên cũng có 01 ý kiến cho rằng cần nghiên cứu về thời gian chạy để đáp ứng tốt hơn nữa nhu cầu của khách hàng. 01 ý kiến khác góp ý cần cải tiến tổ chức giao thông bên ngoài nhà ga và giao thông ra thành phố.

4.3.3.3 Trang thiết bị

Liên quan đến thiết bị nhà ga, 02 ý kiến cho rằng thiết bị chưa được hiện đại. Cụ thể hơn, có 01 ý kiến nhận xét băng chuyền nhận hành lý chưa đủ dài và rộng để đáp ứng khối lượng hành lý đến.

4.4 GIÁ TRỊ GIA TĂNG

Kết quả tổng hợp điểm đánh giá của 236 hành khách về thực trạng Giá trị gia tăng tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như sau:

Bảng 4. 7: Tổng hợp mức độ hài lòng của hành khách về Giá trị gia tăng

Mức độ đánh giá Chi tiêu	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
Cửa hàng miễn thuế, đồ lưu niệm	11.87	29.68	34.25	17.35	6.85	2.78	0.96
Nhà hàng	21.63	25.96	35.10	12.98	4.33	2.52	1.31
Massage	16.57	40.00	32.00	9.14	2.29	2.41	0.79
Giải trí	29.29	33.84	22.22	11.11	3.54	2.26	1.22
Giá trị gia tăng	19.84	32.37	30.89	12.65	4.25	2.49	1.07

4.4.1 Đánh giá chung

Giá trị gia tăng là nhân tố có điểm đánh giá thấp nhất trong số các nhân tố thuộc thang đo, trung bình 2.49. Điểm số này thể hiện hành khách đánh giá các dịch vụ phi hàng không (ngoài các dịch vụ cơ bản) tại nhà ga là chưa đạt yêu cầu. Chỉ có 16.9% hành khách đánh giá cao, còn lại 30.89% đánh giá tạm được và 52.21% đánh giá tệ và rất tệ.

Các chỉ tiêu trong nhân tố Giá trị gia tăng có điểm số trung bình từ 2.26 đến 2.78. Điều này chứng tỏ mảng kinh doanh dịch vụ phi hàng không chưa được đầu tư và chú trọng đúng mức nên chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Chênh lệch giữa điểm quan trọng và mức độ hài lòng của hành khách ở nhân tố Giá trị gia tăng là 1.07, tương đối cao so với các nhân tố khác trong thang đo. Mức chênh lệch này cần được rút ngắn trong nỗ lực nâng cao mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

4.4.2 Đánh giá cụ thể

4.4.2.1 Cửa hàng miễn thuế

Trong số các biến thuộc nhân tố Giá trị gia tăng, dịch vụ tại các cửa hàng miễn thuế là khá nhất, tuy nhiên điểm trung bình của mục này chỉ là 2.78, với 24.2% đánh giá cao, 34.25% đánh giá trung bình và 41.55% đánh giá thấp.

4.4.2.2 Nhà hàng

Dịch vụ nhà hàng tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất có điểm trung bình 2.52. Điểm số này phản ánh đúng thực trạng là nhà hàng trong khu vực sảnh chờ đi chưa hấp dẫn hành khách với thực đơn đa dạng và giá cả phải chăng.

4.4.2.3 Massage

Dịch vụ massage và giải trí có điểm thấp nhất trong nhóm: 2.41 và 2.26. Điều này chứng tỏ các dịch vụ này còn quá sơ sài, chưa thực sự thu hút được nhiều hành khách sử dụng dịch vụ.

4.4.2.4 Giải trí

Riêng về giải trí, hiện nay tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất chỉ có hệ thống truyền hình phục vụ khách trong khu vực chờ đi, chưa có các hình thức dịch vụ đa dạng, hấp dẫn khác.

4.4.3 Ý kiến đóng góp của hành khách

Liên quan đến nhân tố Giá trị gia tăng, có rất nhiều ý kiến đóng góp của hành khách nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng theo thống kê ở bảng dưới đây:

Bảng 4. 8: Ý kiến đóng góp về Giá trị gia tăng

Yếu tố	Số lượng
Tính trung thực của NV	7
Giá cao (DFS, nhà hàng)	6
Thức ăn, nước uống trong nhà hàng	5
Tiếng Anh của NV phục vụ kém	2
DV gửi đồ	1
Sách báo	1
Máy bán nước uống	1
ATM (DV, biển chỉ dẫn)	1

Yếu tố	Số lượng
Bảng giá không rõ ràng	1
Cần có khu “Cấm hút thuốc” trong nhà hàng	1
Tài xế taxi gian lận	1

4.4.3.1 Nhân viên

Nhiều hành khách nhận xét không tốt về thái độ và tính trung thực của nhân viên phục vụ (07 ý kiến) (Xem bảng 4.8). Theo hành khách, một số nhân viên phục vụ còn chưa thể giao tiếp tốt với khách hàng bằng tiếng Anh. Cũng có ý kiến phản ánh về việc tài xế xe taxi tại sân bay gian lận tiền với khách. Đây thực sự là những điểm yếu trong năng lực và cung cách phục vụ hành khách của nhân viên dịch vụ khiến cho hành khách cảm thấy bức bối, không thoải mái với các dịch vụ mà họ bỏ tiền ra mua.

4.4.3.2 Cửa hàng miễn thuế

Hành khách cũng góp ý rằng giá hàng hóa trong các cửa hàng miễn thuế và bán đồ lưu niệm tại nhà ga quốc tế khá cao (06 ý kiến). Có hành khách nhận xét bảng giá trong các cửa hàng không rõ ràng.

4.4.3.3 Nhà hàng

Nhiều ý kiến hành khách cho rằng giá bán trong nhà hàng quá cao (06 ý kiến), trong khi thức ăn, nước uống lại không đa dạng và mang đến cho khách hương vị truyền thống của ẩm thực Việt Nam (05 ý kiến).

4.4.3.4 Ý kiến khác

Một số hành khách còn góp ý về những dịch vụ khác nữa như đề nghị có dịch vụ gửi đồ, có kệ sách báo đọc miễn phí, máy bán nước uống, thiết kế khu vực No Smoking trong nhà hàng, v.v... Đặc biệt, hành khách cũng phàn nàn về việc không có máy ATM trong khu vực chờ đi nên họ không thể rút tiền để chi tiêu cho các dịch vụ tại đây.

4.5 DỊCH VỤ QUÁ CẢNH/NÓI CHUYÊN

Kết quả tổng hợp điểm đánh giá của hành khách về thực trạng Dịch vụ quá cảnh/nói chuyên tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như sau:

Bảng 4. 9: Tổng hợp về Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển

Mức độ đánh giá	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Trung bình điểm	Trung bình chênh lệch
Chỉ tiêu							
NV quá cảnh/nổi chuyển	2.35	10.59	37.06	35.88	14.12	3.49	0.56
DV quá cảnh/nổi chuyển	2.99	11.98	39.52	31.14	14.37	3.42	0.72
DV quá cảnh/nổi chuyển	2.67	11.28	38.29	33.51	14.24	3.45	0.64

Nhìn chung dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển được hành khách đánh giá khá tốt với điểm trung bình 3.45. Có 47.75% hành khách đánh giá tốt về dịch vụ này, 38.29% đánh giá trung bình và 13.95% đánh giá thấp.

Trung bình chênh lệch giữa điểm quan trọng và điểm hài lòng của hành khách ở nhân tố Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển là 0.64, thấp nhất trong số các nhân tố thuộc thang đo. Như vậy, đây là nhân tố không cần phải ưu tiên trong kế hoạch cải tiến dịch vụ phục vụ hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

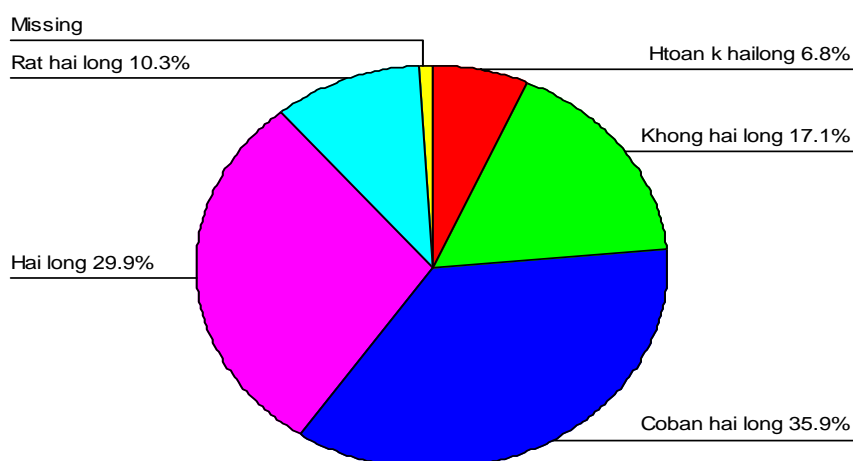
TÓM TẮT CHƯƠNG

Trên cơ sở thang đo đã được kiểm định ở chương 3, chương 4 đi sâu vào phân tích thực trạng dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất theo 06 nhân tố của thang đo để đánh giá mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga này.

Kết quả phân tích cho thấy mức độ hài lòng của hành khách đối với dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất là trung bình. Cụ thể, có 10.3% số hành khách được phỏng vấn rất hài lòng về dịch vụ tại nhà ga, 29.9% hài lòng, 35.9% tạm hài lòng, 17.1% không hài lòng và 6.8% rất không hài lòng.

Hình 4. 1: Đánh giá mức độ hài lòng

Danh gia muc do hai long



Qua phân tích đánh giá và các ý kiến nhận xét của hành khách, có thể thấy các nhược điểm trong dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như: thái độ phục vụ hành khách chưa tốt, thời gian làm thủ tục còn chậm ở một số khâu, tình trạng trễ/hủy chuyến còn xảy ra thường xuyên, dịch vụ cho hành khách trên các chuyến bay bị trễ/hủy chưa tốt. Dịch vụ thông tin liên lạc, đặc biệt là Internet công cộng chưa đáp ứng nhu cầu của khách. Về điều kiện hữu hình, hành khách chưa hài lòng với hệ thống giao thông nội bộ trong sân bay và đặc biệt phàn nàn về nhà vệ sinh

trong nhà ga. Các dịch vụ phi hàng không (nhà hàng, cửa hàng miễn thuế, quầy hàng lưu niệm, giải trí, massage) là những giá trị gia tăng mang lại thêm cho hành khách cũng chưa làm hành khách hài lòng vì giá cao, dịch vụ chưa phong phú và thái độ của nhân viên phục vụ chưa tốt.

CHƯƠNG 5:

GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

CHƯƠNG 5: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

Trên cơ sở mô hình đo lường mức độ hài lòng của hành khách, chương 4 đã phân tích đánh giá của hành khách và các ý kiến đóng góp của họ, giúp nhận diện một cách khách quan những điểm mạnh và những mặt còn hạn chế trong vấn đề phục vụ hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Chương 5 sẽ đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát huy những điểm mạnh, khắc phục các hạn chế để nâng cao mức độ hài lòng của hành khách đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

Nâng cao chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất là công tác phải thực hiện thường xuyên, liên tục để tăng cường khả năng cạnh tranh nói riêng và hiệu quả hoạt động cũng như uy tín của sân bay Tân Sơn Nhất nói chung. Tuy nhiên, ngành hàng không cũng như tất cả các ngành nghề kinh doanh khác đều có những giới hạn về nguồn lực (nhân lực, tài lực, vật lực, v.v...). Hơn nữa, theo lý thuyết về Chỉ số hài lòng của khách hàng (Customer Satisfaction Index – CSI) đã được nghiên cứu thì trong điều kiện nguồn lực hạn chế như nói trên, doanh nghiệp không cần thiết phải cải tiến tất cả các yếu tố chất lượng mới có thể nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng. Thay vào đó, vấn đề quan trọng là doanh nghiệp phải biết nhận dạng những yếu tố ảnh hưởng đáng kể đến mức độ hài lòng của khách hàng và tập trung nguồn lực cải tiến những yếu tố này. Kết quả nghiên cứu và ứng dụng lý thuyết này đã cho thấy với cách làm có chọn lọc này, doanh nghiệp có thể tối đa hóa hiệu quả sử dụng nguồn lực cho công tác cải tiến và nhờ đó đạt được thành tích cao hơn so với cách dàn trải nguồn lực cho mọi yếu tố chất lượng. Nói cách khác, doanh nghiệp vừa tiết kiệm được nguồn lực vừa thực hiện được công tác cải tiến một cách hiệu quả.

Theo quan điểm trên, tác giả đưa ra 03 nhóm giải pháp và kiến nghị dưới đây một cách chọn lọc và có thứ tự ưu tiên theo 03 tiêu chí:

1/ Kết quả định vị các nhân tố trong Mô hình Mức độ quan trọng – Mức độ hài lòng theo lý thuyết về CSI

2/ Trung bình chênh lệch giữa mức độ quan trọng của từng yếu tố và mức độ hài lòng của hành khách đối với yếu tố đó

3/ Ý kiến đóng góp của hành khách

5.1 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 1

5.1.1 Cơ sở đề xuất

Cơ sở đề xuất nhóm giải pháp 1 là Kết quả định vị các nhân tố trong Mô hình Mức độ quan trọng – Mức độ hài lòng theo lý thuyết về CSI. Theo mô hình này, các nhân tố được đề xuất cải tiến là những nhân tố chưa đáp ứng yêu cầu của hành khách, nghĩa là thỏa 02 điều kiện:

1/ Có tầm quan trọng cao hơn \bar{w}_i (số trung vị của các điểm trung bình về tầm quan trọng của các yếu tố, theo tính toán được là 4.24) (Xem Phụ lục 9)

2/ Có mức độ hài lòng thấp hơn \bar{c}_i (số trung vị của các điểm trung bình về mức độ hài lòng đối với các yếu tố, theo tính toán được là 3.24) (Xem Phụ lục 10).

Các yếu tố cần cải tiến trong mỗi nhân tố cũng sẽ là những yếu tố đáp ứng 02 điều kiện nói trên.

Dưới đây là bảng tổng hợp đánh giá của hành khách về dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất - cơ sở để chọn lọc những yếu tố cần cải tiến:

Bảng 5. 1: Tổng hợp đánh giá của hành khách về Dịch vụ tại Nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất

S T T	Chỉ tiêu	Trung bình quan trọng	Trung bình hài lòng	Trung bình chênh lệch
1	Nhân tố 1: Độ đáp ứng	4.34	3.21	1.13
2	Nhân tố 2: Độ tin cậy	4.19	3.22	0.85
3	Nhân tố 3: Điều kiện hữu hình	4.05	3.36	0.67
4	Nhân tố 4: Giá trị gia tăng	3.55	2.49	1.07
5	Nhân tố 5: Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyên	4.19	3.46	0.64

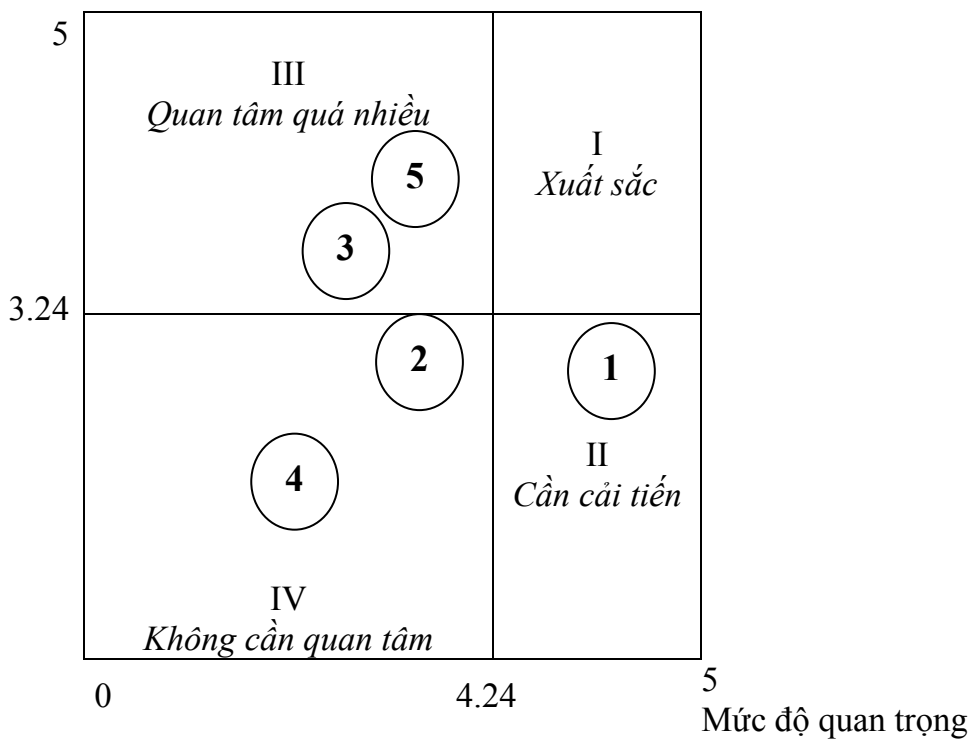
Ghi chú: Các số liệu từ cột 3 đến cột 5 của các bảng từ 5.1 đến 5.2 là điểm trung bình hành khách đánh giá về mức độ quan trọng của từng yếu tố và mức độ hài lòng đối với các yếu tố này theo các

mức độ sau: Mức 1 – Hoàn toàn không quan trọng/Rất tệ, mức 2 – Không quan trọng/Tệ, mức 3 – Tương đối quan trọng/Tạm được, mức 4 – Quan trọng/Tốt, mức 5 – Rất quan trọng/Rất tốt.

Theo kết quả ở bảng trên, ta có sự phân bố các nhân tố trong mô hình Mức độ quan trọng – Mức độ hài lòng như sau:

Hình 5. 1: Định vị các nhân tố trong mô hình Mức độ quan trọng – Mức độ hài lòng

Mức độ hài lòng



Theo kết quả ở bảng 5.1 và hình 5.1 trên, chỉ có nhân tố thứ nhất là **Độ đáp ứng** nằm trong vùng Cần cải tiến do có $\bar{w}_i = 4.34 > 4.24$, $\bar{c}_i = 3.21 < 3.24$. Trong nhân tố này tác giả xác định được 08 yếu tố có $w_i > 4.24$ và $c_i < 3.24$ là các yếu tố được in nghiêng trong bảng 5.2.

Bảng 5. 2: Các yếu tố cần cải tiến theo tiêu chí 1

S T T	Chỉ tiêu	Trung bình quan trọng	Trung bình hài lòng	Trung bình chênh lệch
	Nhân tố 1: Độ đáp ứng	4.34	3.21	1.13
1	Thủ tục hợp lý	4.33	3.24	1.08
2	NV AN	4.25	3.28	0.97
3	Check-in	4.35	3.45	0.90
4	Kiểm tra AN	4.36	3.47	0.89
5	NV check-in	4.32	3.53	0.78
6	<i>Đúng giờ</i>	<i>4.48</i>	<i>3.15</i>	<i>1.32</i>
7	<i>DV cho chuyển hủy</i>	<i>4.32</i>	<i>2.84</i>	<i>1.32</i>
8	<i>Cập nhật tin chuyển trễ</i>	<i>4.33</i>	<i>3.22</i>	<i>1.31</i>
9	<i>DV cho chuyển trễ</i>	<i>4.29</i>	<i>2.90</i>	<i>1.31</i>
10	<i>Thủ tục XNC</i>	<i>4.43</i>	<i>3.16</i>	<i>1.27</i>
11	<i>NV XNC</i>	<i>4.31</i>	<i>3.11</i>	<i>1.20</i>
12	<i>NV HQ</i>	<i>4.3</i>	<i>3.12</i>	<i>1.17</i>
13	<i>Thủ tục HQ</i>	<i>4.24</i>	<i>3.19</i>	<i>1.05</i>

5.1.2 Giải pháp và kiến nghị

Trên cơ sở tiêu chí nói trên, các giải pháp và kiến nghị đề xuất trong nhóm 1 là:

5.1.2.1 Đảm bảo giờ bay đúng lịch đã thông báo với hành khách:

Đây là một yêu cầu rất quan trọng của hành khách nhưng mức độ đáp ứng còn tương đối thấp. Vì vậy, mức độ chênh lệch giữa điểm trung bình về tầm quan trọng và mức độ hài lòng của hành khách còn rất cao (1.32). Ngoài trừ những nguyên nhân khách quan, bất khả kháng ảnh hưởng đến lịch bay như thời tiết xấu, chuyển trước trễ kéo theo chuyển sau trễ do phải chờ máy bay, v.v..., để làm được điều này cần có sự hiệp đồng, phối hợp tốt, nhịp nhàng, hiệu quả giữa các khâu phục vụ hành khách và chuyển bay:

- *Nâng cao hiệu quả và mức độ chuyên nghiệp của các dịch vụ phục vụ mặt đất:*
Các dịch vụ phục vụ máy bay như vệ sinh, cấp nước, cung cấp suất ăn, sách báo, cấp điện, tra nạp nhiên liệu, v.v... do 02 công ty phục vụ mặt đất là TIAGS và SAGS cung cấp. Công tác quản lý dịch vụ tại 02 công ty này đều

được thực hiện theo chuẩn của ISO (Tổ chức Quốc tế về Tiêu chuẩn - International Standard Organization) và IOSA (Kiểm tra về An toàn khai thác của IATA - IATA Operational Safety Audit) nên đã đạt một mức độ chuyên nghiệp nhất định và đảm bảo an toàn trên sân đỗ.

- *Kiến nghị đối với TIAGS và SAGS:* Để phối hợp tốt hơn nữa trong yêu cầu đảm bảo lịch bay, cần duy trì và nâng cao hiệu quả, tính chuyên nghiệp của các dịch vụ này.
- *Nâng cao chất lượng công tác kiểm tra đường hạ cất cánh, đường lăn, sân đỗ và công tác bảo dưỡng máy bay để hạn chế những vấn đề kỹ thuật phát sinh vào giờ bay, ảnh hưởng đến việc đảm bảo lịch bay*
 - *Kiến nghị đối với Trung tâm Khai thác Khu bay thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam và các hãng hàng không cùng Xi nghiệp sửa chữa máy bay A75:* Phối hợp tốt hơn nữa trong công tác kiểm tra kỹ thuật trước giờ bay.
- *Tăng tính linh hoạt và chủ động trong việc sắp xếp lịch khai thác máy bay để tránh ảnh hưởng dây chuyền của một chuyến bay bị trễ đối với các chuyến bay sau của cùng một hãng:* Qua quan sát, có thể thấy ngoài nguyên nhân bất khả kháng như thời tiết, phần lớn các chuyến bay khởi hành trễ đều do máy bay đến muộn. Một chuyến bay trễ có thể ảnh hưởng đến nhiều chuyến bay sau đó của cùng một hãng hàng không do họ không thể chủ động khắc phục hậu quả của việc này vì số lượng máy bay có hạn. Vì vậy, vấn đề sắp xếp lịch khai thác cần được chú trọng cải tiến.
 - *Kiến nghị đối với các hãng hàng không:* Cần tăng cường hợp lý hóa công tác sắp xếp lịch bay.
- *Đảm bảo các khâu thủ tục mà hành khách phải qua trong nhà ga được thực hiện theo đúng chuẩn đề ra, không quá chậm làm ảnh hưởng đến giờ ra máy bay của khách:* Để làm được điều này, cần chú ý đến 02 vấn đề là trang thiết bị và nhân viên. Về trang thiết bị, cần cung cấp đủ số lượng, thường xuyên kiểm tra, bảo trì bảo dưỡng để đảm bảo hoạt động liên tục, không hỏng hóc, giảm

thời gian hành khách phải xếp hàng chờ, đặc biệt trong giờ cao điểm. Về nhân viên, cần tăng cường công tác huấn luyện để nâng cao khả năng xử lý, đảm bảo phục vụ khách nhanh chóng mà không sai sót.

➤ *Kiến nghị đối với Cụm cảng Hàng không Miền Nam, các hãng hàng không, công ty phục vụ mặt đất và các cơ quan chức năng nhà nước như Hải quan và Công an cửa khẩu:*

- Tăng cường chú trọng đến công tác bảo trì trang thiết bị phục vụ bay tại nhà ga
 - Tăng cường công tác huấn luyện nhân viên để nâng cao khả năng xử lý, phục vụ hành khách
 - Áp dụng các tiêu chuẩn khuyến cáo của ICAO và IATA về tổng thời gian xử lý hành khách cũng như thời gian xếp hàng chờ tối đa ở mỗi khâu thủ tục trong nhà ga: Theo khuyến cáo của ICAO (Phụ lục 9 của ICAO, hiệu chỉnh lần 9, khuyến cáo 6.28), mục tiêu đặt ra là 45 phút cho quy trình xử lý hành khách đến thông thường tại một sân bay quốc tế từ khi xuống máy bay đến lúc rời sân bay. Về thời gian xếp hàng chờ tối đa ở mỗi khâu thủ tục (check-in, Công an cửa khẩu đi/đến, chờ lấy hành lý, kiểm tra an ninh), IATA khuyến cáo 2 cấp độ dịch vụ tương ứng là Thời gian chờ *ngắn đến mức chấp nhận được* (Short to acceptable) và Thời gian chờ *từ mức chấp nhận được đến dài* (Acceptable to long). Với nhà ga quốc tế mới và hiện đại, cần nâng dịch vụ lên mức tương xứng với thời gian chờ *từ ngắn đến mức chấp nhận được*.
- *Cải tiến công tác hướng dẫn quy trình và thông báo bay:* Trong nhiều trường hợp, chuyến bay bị khởi hành trễ chỉ vì một hành khách. Có thể người hành khách này đã vào làm thủ tục check-in nhưng lại bị chậm ở các khâu khác. Cũng có thể họ đang đi dạo ở khu vực sảnh chờ đi để ngắm hàng hóa hay mua sắm nên không vào cửa ra máy bay đúng giờ. Như vậy, 02 vấn đề nổi lên ở đây cần cải tiến là công tác thông báo bay và hướng dẫn quy trình cho hành khách. Thông báo bay cần đảm bảo hành khách nhận được những thông tin cập nhật

về giờ lên máy bay và những thay đổi nếu có về cửa ra máy bay khi họ ở bất cứ vị trí nào bên trong nhà ga. Công tác hướng dẫn quy trình, biển chỉ dẫn cần cải thiện để hành khách biết rõ các bước quy trình và yêu cầu về thời gian mà họ phải tuân thủ để không ảnh hưởng đến giờ cất cánh của chuyến bay.

➤ *Kiến nghị đối với Cụm cảng Hàng không Miền Nam:*

- Phối hợp hiệu quả với các hãng hàng không và bảo trì tốt hệ thống mạng thông tin để đảm bảo chất lượng công tác thông báo bay
- Cải thiện công tác hướng dẫn quy trình, biển chỉ dẫn cho hành khách tại nhà ga theo các tiêu chuẩn quốc tế (khuyến cáo của ICAO)
- Bố trí các quầy Information rải đều khắp nhà ga để giải đáp ngay mọi thắc mắc về quy trình, giờ bay và những vấn đề khác của hành khách

➤ *Kiến nghị đối với các hãng hàng không và công ty phục vụ mặt đất:* Cần tăng cường phối hợp tốt với Cụm cảng Hàng không Miền Nam trong công tác cung cấp và cập nhật thông tin liên quan đến chuyến bay

5.1.2.2 Cung cấp các dịch vụ tốt hơn cho hành khách bị hủy/trễ chuyến

Đây là giải pháp cần được chú trọng, đặc biệt khi tình trạng hủy/trễ chuyến còn thường xảy ra tại nhà ga sân bay. Tâm lý chung của hành khách đi trên các chuyến bay bị trễ/hủy là bực bội, thậm chí đôi khi rất giận dữ. Vì vậy, các nhà khai thác nói chung và nhân viên trực tiếp giao dịch với hành khách cần khéo léo xoa dịu tâm lý bực bội của hành khách bằng cách mang lại cho họ cảm giác “được chiều chuộng” hơn. Nghệ thuật này cần được huấn luyện kỹ cho nhân viên để họ có thái độ ứng xử phù hợp trong những tình huống bị hành khách kêu ca. Việc chuyến bay bị trễ hay thậm chí tồi tệ hơn là bị hủy dĩ nhiên sẽ tạo ấn tượng không tốt nơi hành khách. Tuy nhiên, hành khách còn đánh giá về dịch vụ qua những khâu khác nữa, đặc biệt là sự bù đắp cho bất tiện mà hành khách phải chịu, là thái độ xin lỗi khách thông qua các công tác:

- *Liên tục cung cấp thông tin về các chuyến trễ cho hành khách:* Nếu hành khách được cập nhật thông tin thường xuyên về chuyến bay bị trễ của mình thì họ sẽ bớt có cảm giác khó chịu và bị sốc vì sự trễ nãi của chuyến bay.

- *Kiến nghị đối với Cụm cảng Hàng không Miền Nam, các hãng hàng không, các công ty phục vụ mặt đất:* Tăng cường chú trọng đến công tác cung cấp thông tin về các chuyến bay bị trễ cho hành khách
- *Nâng cao chất lượng các dịch vụ phục vụ hành khách bị trễ/hủy chuyến* như phục vụ cơm và thức uống, chỗ nghỉ ngơi hoặc ngủ lại qua đêm, v.v...
- *Kiến nghị đối với các hãng hàng không, các công ty phục vụ mặt đất:* Chú trọng nâng cao chất lượng các dịch vụ phục vụ hành khách bị trễ/hủy chuyến và huấn luyện nhân viên có thái độ ứng xử khéo léo đối với hành khách trong những trường hợp trễ/hủy chuyến

5.1.2.3 Cải tiến thủ tục xuất nhập cảnh và thủ tục Hải quan

Thủ tục xuất nhập cảnh và thủ tục Hải quan là những thủ tục quản lý bắt buộc khi hành khách đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nhưng chưa được hành khách đánh giá cao. Yêu cầu cải tiến các thủ tục này là làm sao để hành khách cảm thấy ít phiền toái và ít mất thời gian nhất.

Kiến nghị đối với Hải quan và Công an cửa khẩu Tân Sơn Nhất:

- *Về nhân viên:*
 - Tăng cường huấn luyện nghiệp vụ để đạt mục tiêu đề ra về thời gian kiểm tra hành khách
 - Xây dựng các chuẩn mực đạo đức và hành vi ứng xử của nhân viên để tạo nét văn minh trong giao tiếp. Nhân viên cần được thường xuyên huấn luyện về các tiêu chuẩn, yêu cầu chung trong phong cách và thái độ phục vụ hành khách cũng như các kỹ năng giao tiếp, ứng xử với khách để tránh các hành vi, thái độ không chuẩn mực trong giao tiếp.
 - Phát động các đợt phong trào như “Nụ cười Việt Nam” nhằm tạo cảm giác nhẹ nhõm hơn cho hành khách khi đi qua các thủ tục này và mang lại ấn tượng đẹp về nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất cũng như con người Việt Nam.
 - Chú trọng công tác kiểm tra định kỳ cũng như đợt xuất, có các hình thức khen thưởng hay phạt rõ ràng đối với nhân viên làm thủ tục cho hành khách

- *Về thiết bị*: Ngoài việc thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng máy móc thiết bị, cần có sự đầu tư phù hợp cho việc ứng dụng công nghệ hiện đại, tự động để đáp ứng yêu cầu của công tác kiểm tra

5.2 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 2

5.2.1 Cơ sở đề xuất

Tính cấp thiết của việc cải tiến một yếu tố này so với các yếu tố khác cũng được cân nhắc dựa trên tiêu chí trung bình chênh lệch giữa mức độ quan trọng của từng yếu tố và mức độ hài lòng của hành khách đối với yếu tố đó. Yếu tố có trung bình chênh lệch cao hơn sẽ cần được cải tiến sớm trước những yếu tố cần cải tiến khác. Trong khuôn khổ đề tài này, tác giả đề xuất *những yếu tố có trung bình chênh lệch lớn hơn 1.1 cần được cải tiến*.

Như vậy, trừ nhân tố thứ nhất là Độ đáp ứng đã được đề xuất các giải pháp cải tiến, các yếu tố thuộc 4 nhân tố còn lại cần cải tiến theo tiêu chí nói trên là những yếu tố được in nghiêng trong bảng sau:

Bảng 5. 3: Các yếu tố cần cải tiến theo tiêu chí 2

S T T	Chỉ tiêu	Trung bình quan trọng	Trung bình hài lòng	Trung bình chênh lệch
1	Nhà hàng	3.84	2.52	1.31
2	Giải trí	3.43	2.26	1.22
3	Thông tin liên lạc	4.08	2.86	1.19

5.2.2 Giải pháp và kiến nghị

Cả 03 yếu tố cần được cải tiến trong nhóm này đều là những dịch vụ phụ trợ ngoài những dịch vụ chính, cơ bản tại một nhà ga quốc tế. Tuy nhiên, việc đáp ứng tốt nhu cầu của hành khách ở những dịch vụ này sẽ góp phần nâng cao mức độ hài lòng của hành khách một cách đáng kể vì hiện tại khoảng cách giữa mong đợi của hành khách và chất lượng dịch vụ thực tế mà họ nhận được đang còn khá lớn. Các

dịch vụ cơ bản tại các nhà ga hành khách quốc tế đều như nhau cả nên khi đã đạt một mức độ nhất định thì việc nâng cao chất lượng các dịch vụ này thường không ảnh hưởng nhiều đến sự hài lòng của hành khách. Ngược lại, chỉ cần nỗ lực và đầu tư đúng mức cho các dịch vụ phụ trợ là những giá trị gia tăng mang lại cho hành khách, hiệu quả hay đối với mức độ hài lòng của họ sẽ rất cao.

Các giải pháp và kiến nghị đề xuất trong nhóm 2 là:

5.2.2.1 Nâng cao chất lượng dịch vụ nhà hàng

Kiến nghị đối với SASCO (Southern Airports Services Company – Công ty Dịch vụ Hàng không Sân bay Tân Sơn Nhất trực thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam):

- Tổ chức đấu thầu để tăng tính cạnh tranh trong cung cấp dịch vụ. Quản lý hoạt động của nhà hàng bằng khung giá trần để kiểm soát giá bán ở mức hợp lý
- Nghiên cứu để có các mức giá hợp lý đối với thức ăn, nước uống trong các nhà hàng, đồng thời đa dạng hóa thực đơn, nâng cao chất lượng thực phẩm để thu hút hành khách
- Thường xuyên rèn luyện kỹ năng, ngoại ngữ cũng như giáo dục, chấn chỉnh tác phong của nhân viên để mang lại sự hài lòng cho hành khách

5.2.2.2 Đa dạng hóa dịch vụ giải trí

Kiến nghị đối với Trung tâm Khai thác Ga trực thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam: Nghiên cứu khả năng đa dạng hóa dịch vụ giải trí tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất.

- Ngoài các ti vi công cộng phục vụ hành khách trong sảnh và phòng chờ đi, có thể bố trí thêm một số dịch vụ giải trí khác như các loại trò chơi điện tử, trò chơi trên máy vi tính, v.v...
- Bố trí các quầy kệ để sách báo, văn hóa phẩm kết hợp với các ấn phẩm giới thiệu về sân bay Tân Sơn Nhất cũng như về văn hóa, du lịch Việt Nam để hành khách có thể đọc trong thời gian chờ đợi. Nếu làm tốt, đây sẽ là một hình thức hiệu quả nâng cao sự hài lòng của hành khách cũng như quảng bá cho sân bay Tân Sơn Nhất nói riêng và đất nước, con người Việt Nam nói chung.

5.2.2.3 Đa dạng hóa dịch vụ thông tin liên lạc

Kiến nghị đối với Trung tâm Khai thác Ga trực thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam: Ngoài dịch vụ điện thoại, cần nghiên cứu cung cấp dịch vụ Internet công cộng cho hành khách trong khu vực chờ đi để đáp ứng nhu cầu liên lạc của họ

5.3 NHÓM GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ 3

5.3.1 Cơ sở đề xuất

Nhóm giải pháp và kiến nghị này được đề xuất trên cơ sở các ý kiến đóng góp của hành khách, thể hiện mong đợi của họ đối với dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất có sự so sánh với các nhà ga quốc tế khác trên thế giới theo kinh nghiệm của họ. Nhà ga hành khách quốc tế mới sân bay Tân Sơn Nhất với cơ sở vật chất hạ tầng (“phần cứng”) hiện đại, tiên tiến sẽ thay thế nhà ga quốc tế cũ. Nhằm mục đích nâng cao mức độ hài lòng của hành khách, theo cơ sở lý thuyết về các thành phần của dịch vụ khách hàng, cần có sự nâng cấp tương ứng về các giá trị gia tăng cũng như “phần mềm” của dịch vụ. Theo quan điểm này, các giải pháp và kiến nghị sau đây được đưa ra trên cơ sở chọn lọc các ý kiến đóng góp của hành khách về nhà ga quốc tế sân bay Tân Sơn Nhất.

5.3.2 Giải pháp và kiến nghị

5.3.2.1 Sắp xếp lại quy trình hợp lý tại sảnh đón

Kiến nghị đối với Trung tâm Khai thác Ga thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam: Đây là vấn đề cần giải quyết ngay để tạo ấn tượng tốt đẹp trong lòng hành khách. Hiện nay có thể dễ nhìn thấy tình trạng lộn xộn, mất trật tự xảy ra thường xuyên tại sảnh đến và thêm lè nhà ga quốc tế đến. Khu vực này luôn bị ùn tắc không chỉ trong giờ cao điểm mà vào nhiều thời điểm có chuyến bay đến trong ngày. Hành khách đến thường bị khách đón người nhà che hết lối ra và cũng không biết đi về hướng nào vì không có biển chỉ dẫn cho họ. Các phương tiện giao thông lại thường cập vào khu vực giữa thêm nhà ga, góp phần làm nghiêm trọng hơn tình trạng ùn tắc tại đây. Để cải tiến tình hình này, *tại nhà ga quốc tế đến mới* cần thực hiện các biện pháp sau:

- ✓ Phân luồng hành khách ngay từ khi họ còn ở trong sảnh đến theo loại phương tiện vận tải mà họ sẽ sử dụng khi ra khỏi nhà ga như taxi, xe riêng, xe buýt các loại và bố trí lối đi riêng cho các luồng này
- ✓ Quy định rõ vị trí đậu và đón khách cho từng loại xe để tận dụng hết chiều dài thêm nhà ga, tránh ùn tắc ở khu vực giữa nhà ga. Bố trí các bảng đánh số thứ tự cột và khuyến khích các hãng du lịch, khách sạn cố định vị trí đón khách của mình
- ✓ Bố trí sơ đồ giao thông, vị trí đậu các loại phương tiện và các khu vực phía trước nhà ga rõ ràng, dễ hiểu và ở nơi dễ thấy
- ✓ Thiết kế khu vực dành cho khách đón (Greeters Gallery) ở lầu 1 (hành khách đến và đi ra ở tầng trệt) với các cửa hàng, nhà hàng cùng nhiều dịch vụ hấp dẫn khác, đồng thời bố trí biển chỉ dẫn to, dễ nhìn thấy để thu hút đối tượng khách này, góp phần giảm mức độ ùn tắc tại lối ra của hành khách. Tại khu vực này, khách đón người nhà có thể theo dõi bảng thông báo chuyến bay để biết giờ máy bay đáp và thậm chí có thể nhìn thấy người thân của mình trước khi đi xuống gặp họ.
- ✓ Quy định rõ khu vực “Khách đón không được vào” để hành khách không bị che khuất lối đi

5.3.2.2 Bổ sung một số tiện ích cho hành khách

Kiến nghị đối với Trung tâm Khai thác Ga thuộc Cụm cảng Hàng không Miền Nam: Nghiên cứu, học tập cách làm của các sân bay trên thế giới để bổ sung một số tiện ích nhằm nâng cao đánh giá và mức độ hài lòng của hành khách về nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như:

- Cung cấp máy ATM trong sảnh chờ đi
- Cung cấp máy bán nước uống trong sảnh chờ đi, cung cấp nước uống miễn phí cho khách, v.v...
- Bố trí phòng tắm trong nhà vệ sinh để khách quá cảnh có thể sử dụng trong thời gian chờ đợi lâu

- Có dịch vụ khám sức khỏe tại nhà ga cho hành khách trong khu vực chờ đi. Dịch vụ này vừa phục vụ đối tượng hành khách quá bận rộn, không có thời gian đi kiểm tra sức khỏe tại các cơ sở y tế ngoài nhà ga vừa góp phần tăng doanh thu cho sân bay.

5.4 KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CỤM CẢNG HÀNG KHÔNG MIỀN NAM

Hoạt động của một nhà ga sân bay đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị liên quan trong nỗ lực cung cấp dịch vụ tốt nhất cho hành khách. Tại sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất nói chung và nhà ga quốc tế sân bay Tân Sơn Nhất nói riêng, Cụm cảng Hàng không Miền Nam trực thuộc Cục Hàng không Việt Nam là cơ quan đầu tư xây dựng và quản lý khai thác nhà ga, đồng thời chịu trách nhiệm chủ trì điều phối hoạt động của các đơn vị khai thác trên mặt bằng nhà ga bao gồm các hãng hàng không, các công ty phục vụ mặt đất, Hải quan, Công an cửa khẩu sân bay Tân Sơn Nhất và các nhà cung cấp dịch vụ khác. Trong phạm vi đề tài này, tác giả kiến nghị Cụm cảng Hàng không Miền Nam cần nâng cao vai trò điều phối của mình trong khai thác nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất thông qua các biện pháp:

- Thường xuyên rà soát và hoàn thiện quy trình xử lý hành khách tại nhà ga quốc tế
- Phát huy vai trò chủ nhà, chủ trì trong việc đôn đốc các đơn vị theo đuổi mục tiêu chung là đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của hành khách, nâng cao mức độ hài lòng của họ khi đi qua nhà ga. Cụ thể hơn, Cụm cảng Hàng không Miền Nam cần phối hợp tốt với các đơn vị này trong việc thực hiện các giải pháp nâng cao chất lượng và mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nói riêng và sân bay Tân Sơn Nhất nói chung. Qua đó, hoạt động kinh doanh của các đơn vị, của sân bay sẽ được phát triển, đồng thời uy tín của sân bay Tân Sơn Nhất sẽ được nâng cao trong khu vực và trên thế giới.
- Thành lập bộ phận chuyên trách về dịch vụ khách hàng của Cụm cảng Hàng không Miền Nam. Khách hàng ở đây ngoài hành khách còn là các đơn vị khai thác trên địa bàn nhà ga sân bay Tân Sơn Nhất. Bộ phận chuyên trách về dịch vụ khách hàng này sẽ theo dõi các khách hàng của đơn vị, kịp thời phản ánh

những nhu cầu hay khiếu nại, phàn nàn của khách hàng đến các cấp lãnh đạo để có hướng xử lý nhanh chóng và xác đáng. Đây cũng sẽ là bộ phận chịu trách nhiệm đôn đốc các cơ quan, đơn vị liên quan trong việc đảm bảo chất lượng và sự hài lòng của khách hàng khi giao dịch với Cục cảng Hàng không Miền Nam. Bộ phận này cũng sẽ khảo sát, điều tra khách hàng định kỳ hoặc theo yêu cầu thực tế để nắm bắt chính xác và cập nhật những nhu cầu của khách hàng tại từng thời điểm và báo cáo cũng như có những kiến nghị với cấp lãnh đạo nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

- Căn cứ vào kết quả khảo sát và những kiến nghị của bộ phận chuyên trách về dịch vụ khách hàng, xây dựng chương trình hành động để nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong đó thể hiện rõ vai trò của từng đơn vị và sự phối hợp giữa các đơn vị để đạt mục tiêu đề ra
- Xây dựng Marketing Mix, kế hoạch tiếp thị và chiến lược tiếp thị cho nhà ga sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất
- Áp dụng tiêu chuẩn ISO trong công tác quản lý chất lượng tại những đơn vị chưa thực hiện tiêu chuẩn này
- Tăng cường học hỏi các sân bay quốc tế khác trong công tác khai thác vận hành nhà ga hành khách sao cho hiệu quả và kinh tế
- Tăng cường giao lưu, hợp tác hàng không trong khu vực và trên thế giới thông qua các hội nghị, hội thảo quốc tế và tận dụng những điều kiện thuận lợi mà các tổ chức hàng không trên thế giới như IATA và ICAO mang lại

TÓM TẮT CHƯƠNG

Dựa trên cơ sở thực trạng dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, trong chương 5 tác giả đã dựa vào 03 tiêu chí sau để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất:

1/ Kết hợp hệ số trong phương trình hồi quy và mô hình Mức độ quan trọng – Mức độ hài lòng trong lý thuyết về CSI

2/ Trung bình chênh lệch giữa mức độ quan trọng của từng yếu tố và mức độ hài lòng của hành khách đối với yếu tố đó

3/ Ý kiến đóng góp của hành khách

Cụ thể, các giải pháp được kiến nghị là:

- Đảm bảo giờ bay đúng lịch đã thông báo với hành khách
- Cung cấp các dịch vụ tốt hơn cho hành khách bị hủy/trễ chuyến
- Cải tiến thủ tục xuất nhập cảnh và thủ tục Hải quan
- Nâng cao chất lượng dịch vụ nhà hàng
- Đa dạng hóa dịch vụ giải trí
- Đa dạng hóa dịch vụ thông tin liên lạc
- Sắp xếp lại quy trình hợp lý tại sảnh đón
- Bổ sung một số tiện ích cho hành khách

Đồng thời, tác giả cũng đề xuất một số kiến nghị đối với Cục cảng Hàng không Miền Nam về việc nâng cao vai trò điều phối của Cục cảng trong khai thác nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nói riêng và tạo uy tín cũng như ấn tượng tốt đẹp trong lòng hành khách nước ngoài về sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất – cửa ngõ giao lưu quốc tế của Việt Nam nói chung.

PHẦN KẾT LUẬN

KẾT LUẬN

Trên cơ sở lý luận về dịch vụ, chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng, tác giả đã thực hiện đề tài bằng cách ứng dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để xây dựng mô hình đo lường mức độ hài lòng của hành khách, làm cơ sở cho việc đánh giá thực trạng dịch vụ tại nhà ga này và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất trong thời gian tới.

Qua nghiên cứu sơ bộ (định tính) với kỹ thuật thảo luận tay đôi dựa trên các cơ sở thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL hay RATER, thang đo chất lượng dịch vụ nhà ga hành khách do IATA (International Air Transport Association – Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế) nghiên cứu [21] và tính đặc thù trong hoạt động của một nhà ga hành khách quốc tế tại Việt Nam, tác giả xác định được mô hình nghiên cứu gồm 08 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất là: (1) Dịch vụ hàng không; (2) Đảm bảo giờ bay đúng lịch; (3) Bố trí mặt bằng nhà ga; (4) Công tác xử lý hành lý; (5) Trang thiết bị; (6) Cảnh quan, vệ sinh; (7) Dịch vụ phi hàng không và (8) Nhân viên phục vụ hành khách. Trên cơ sở này, thang đo nháp về mức độ hài lòng của hành khách đã được xây dựng với 49 biến quan sát.

Nghiên cứu chính thức được thực hiện thông qua phương pháp định lượng. Tác giả đã sử dụng bảng câu hỏi để điều tra hành khách nhằm kiểm nghiệm mô hình và hình thành thang đo chính thức về mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Kết quả cho thấy có 05 nhân tố tác động đến mức độ hài lòng của hành khách với 37 biến quan sát. Cụ thể các nhân tố này là: Độ đáp ứng (gồm 13 biến), Độ tin cậy (05 biến), Điều kiện hữu hình (13 biến), Giá trị gia tăng (04 biến) và Dịch vụ quá cảnh/nổi chuyển (02 biến).

Qua phân tích đánh giá và các ý kiến nhận xét của hành khách, có thể thấy các nhược điểm trong dịch vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất như: thái độ phục vụ hành khách chưa tốt, thời gian làm thủ tục còn chậm ở một số khâu, tình trạng trễ/hủy chuyến còn xảy ra thường xuyên, dịch vụ cho hành khách trên các chuyến

bay bị trễ/hủy chưa tốt. Dịch vụ thông tin liên lạc, đặc biệt là Internet công cộng chưa đáp ứng nhu cầu của khách. Về điều kiện hữu hình, hành khách chưa hài lòng với hệ thống giao thông nội bộ trong sân bay và đặc biệt phàn nàn về nhà vệ sinh trong nhà ga. Các dịch vụ phi hàng không (nhà hàng, cửa hàng miễn thuế, quầy hàng lưu niệm, giải trí, massage) là những giá trị gia tăng mang lại thêm cho hành khách cũng chưa làm hành khách hài lòng vì giá cao, dịch vụ chưa phong phú và thái độ của nhân viên phục vụ chưa tốt.

Từ việc xác định rõ những điểm mạnh và những vấn đề tồn tại ảnh hưởng tiêu cực đến dịch vụ hành khách, tác giả đã đề xuất một số giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao mức độ hài lòng của hành khách đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất và một số kiến nghị đối với Cục cảng Hàng không Miền Nam về việc nâng cao vai trò điều phối của Cục cảng trong khai thác nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất nói riêng và sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất nói chung. Hy vọng đây là những giải pháp, kiến nghị thiết thực và sẽ mang lại những thay đổi tích cực trong việc làm hài lòng hành khách đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, góp phần nâng cao uy tín và hiệu quả hoạt động của sân bay Tân Sơn Nhất trong khu vực cũng như trên thế giới.

Do những hạn chế về thời gian, chi phí và khả năng tiếp cận hành khách nên kích thước của mẫu điều tra trong đề tài chưa lớn. Hơn nữa, đề tài chỉ đề xuất mô hình đo lường và đánh giá mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, không đề cập đến hành khách đi các chuyến bay nội địa và hành khách tại các nhà ga sân bay khác trong lãnh thổ Việt Nam nên chưa có tính khái quát cao.

Mặt khác, sự mong đợi hay kỳ vọng của hành khách về dịch vụ tại một nhà ga sân bay luôn thay đổi và có khuynh hướng ngày càng cao hơn theo sự phát triển của nền kinh tế. Do vậy, kết quả nghiên cứu của đề tài chỉ có giá trị trong thời điểm hiện tại và công tác nghiên cứu cần được tiến hành thường xuyên để nắm bắt nhu cầu của hành khách nhằm kịp thời cải tiến, phục vụ hành khách ngày một tốt hơn.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy 03 nhân tố Độ thích ứng, Thông tin và An toàn hiện nay chưa có mối tương quan mật thiết đến mức độ hài lòng của hành

khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Tuy nhiên, theo quan điểm cá nhân của tác giả thì trong tương lai, khi thị trường hàng không cũng như nền kinh tế Việt Nam phát triển, nâng mức sống của người dân lên cao thì nhu cầu của hành khách sẽ ngày càng cao và các nhân tố nói trên sẽ có ảnh hưởng nhất định đến mức độ hài lòng của hành khách khi đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất. Đây là vấn đề đặt ra cho các nghiên cứu, kiểm nghiệm tiếp theo đối với những ai quan tâm.

PHẦN PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1:
SỐ LƯỢNG KHÁCH VÀ SỐ LƯỢT HẠ CÁT CẢNH
CẢNG HK TÂN SƠN NHẤT TỪ NĂM 2000-2006 VÀ 6 THÁNG NĂM 2007

CHỈ TIÊU	ĐVT	TH2000	TH2001	TH2002	TH2003	TH2004	TH2005	TH2006	6Tháng 2007
1. TỔNG SỐ KHÁCH	Khách	3,876,224	4,498,756	5,318,925	5,061,774	6,243,540	7,345,326	8,472,423	4,965,400
Quốc tế	"	2,371,551	2,657,471	3,199,388	2,897,645	3,726,231	4,311,997	4,864,606	2,723,122
Quốc nội	"	1,504,673	1,841,285	2,119,537	2,164,129	2,517,309	3,033,329	3,607,817	2,242,278
Tỷ lệ tăng trưởng	%		16	18	-5	23	18	15	
a. Số khách Đi	Khách	1,961,017	2,292,304	2,688,933	2,563,688	3,152,984	3,707,948	4,275,999	2,514,851
Quốc tế	"	1,219,315	1,378,906	1,651,676	1,501,967	1,921,433	2,219,800	2,500,007	1,405,618
Quốc nội	"	741,702	913,398	1,037,257	1,061,721	1,231,551	1,488,148	1,775,992	1,109,233
b. Số khách Đến	Khách	1,915,207	2,206,452	2,629,992	2,498,086	3,090,556	3,637,378	4,196,424	2,450,549
Quốc tế	"	1,152,236	1,278,565	1,547,712	1,395,678	1,804,798	2,092,197	2,364,599	1,317,504
Quốc nội	"	762,971	927,887	1,082,280	1,102,408	1,285,758	1,545,181	1,831,825	1,133,045
2. HCC THƯƠNG MẠI	L/c	32,236	38,521	44,589	44,216	53,627	59,243	63,989	36,498
Quốc tế	"	18,574	22,262	25,469	24,413	30,340	32,740	35,360	19,480
Quốc nội	"	13,662	16,259	19,120	19,803	23,287	26,503	28,629	17,018
Tỷ lệ tăng trưởng	%		19	16	-1	21	10	8	

PHỤ LỤC 2: NỘI DUNG THẢO LUẬN (Nghiên cứu định tính)

Xin chào anh/chị. Nhằm mục đích hoàn thiện các hoạt động, phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, tôi đang tiến hành một nghiên cứu về nhu cầu và đánh giá của khách hàng đối với *dịch vụ hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất*.

Rất mong anh/chị giúp ý kiến và nhận xét về *các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của hành khách đối với dịch vụ tại nhà ga hành khách quốc tế Tân Sơn Nhất*. Xin anh/chị vui lòng đọc và bổ sung các yếu tố mà anh/chị cho là ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của hành khách tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất chưa được đề cập dưới đây.

Sự hỗ trợ của anh/chị sẽ giúp tôi có được những thông tin quý báu để thực hiện đề tài tốt hơn. Xin cảm ơn.

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA HÀNH KHÁCH ĐỐI VỚI DỊCH VỤ TẠI NHÀ GA QUỐC TẾ TÂN SƠN NHẤT

Dịch vụ hàng không (cơ bản)

17. Dịch vụ thông báo bay chính xác, cập nhật kịp thời
18. An ninh, an toàn trong khu vực nhà ga được đảm bảo
19. Có dịch vụ gửi trước hành lý ký gửi
20. Có hệ thống các đường bay quốc tế ngày càng mở rộng
21. Dịch vụ transit/transfer được tiến hành nhanh chóng, thuận lợi
22. Dịch vụ Lost & Found nhanh chóng, đáng tin cậy

Dịch vụ phi hàng không (phụ)

1. Nhà hàng, quầy giải khát phục vụ nhanh chóng, thức ăn ngon
2. Có dịch vụ truy cập Internet tại sảnh đi, tốc độ đường truyền nhanh
3. Dịch vụ điện thoại bố trí ở nơi hợp lý, dễ sử dụng
4. Có các dịch vụ giải trí, chăm sóc sức khỏe/sắc đẹp cho khách phải chờ lâu do transit hoặc do chuyển bay bị trễ
5. Có dịch vụ hướng dẫn (quầy thông tin) miễn phí cho hành khách về quy trình hàng không và các thông tin cần thiết về du lịch, đi lại cho khách nước ngoài đến Việt Nam
6. Cửa hàng miễn thuế, quầy bán đồ lưu niệm có các mặt hàng phong phú, đa dạng
7. Dịch vụ vận tải hành khách (xe buýt, taxi, ...) dễ sử dụng
8. Dịch vụ đổi tiền bố trí ở nơi hợp lý, dễ sử dụng

Quy trình

1. Kiểm tra an ninh nhanh chóng, thuận tiện cho hành khách

2. Thủ tục check-in nhanh chóng, thuận tiện, chính xác
3. Quy trình transit/transfer tiện lợi, dễ dàng cho hành khách
4. Khoảng cách từ phòng chờ đi ra ống lồng/cầu thang bộ ra xe buýt để ra máy bay được quy hoạch, bố trí hợp lý

Nhân viên

1. Nhân viên (an ninh, thương vụ, Hải quan, CACK, Lost & Found) niềm nở, lịch sự với khách
2. Nhân viên không vòi tiền của khách làm thủ tục

Trang thiết bị

50. Hệ thống thang máy, thang cuốn hoạt động tốt
51. Máy soi chiếu an ninh hoạt động tốt, ổn định
52. Có hệ thống băng tải cho khách khi cần phải đi bộ một khoảng cách dài
53. Số lượng băng chuyền trả hành lý đủ đáp ứng nhu cầu hành khách trong giờ cao điểm, băng chuyền có độ dài, độ dốc hợp lý, hoạt động tốt, ổn định
54. Đủ xe đẩy cho khách trong giờ cao điểm, vị trí để xe đẩy thuận tiện cho khách sử dụng
55. Có hệ thống check-in tự động
56. Trang bị đủ cầu ống dẫn khách cho các vị trí đỗ

Cơ sở hạ tầng

1. Nhà ga rộng rãi
2. Ánh sáng đầy đủ
3. Kiến trúc, nội thất nhà ga đẹp, ấn tượng
4. Hệ thống đường tiếp cận nhà ga được quy hoạch hợp lý
5. Hệ thống biển chỉ dẫn đầy đủ, dễ nhìn (trong nhà ga cũng như trên đường ra/vào sân bay, chỉ đường đến bãi giữ xe)
6. Bãi đậu xe ô tô, xe máy, phương tiện công cộng (taxi, xe buýt) gần, tiện lợi

Vệ sinh, môi trường

1. Nhà ga thoáng mát
2. Cảnh quan, cây xanh xung quanh nhà ga đẹp, ấn tượng
3. Nhà vệ sinh tiện nghi, sạch sẽ, không bốc mùi hôi
4. Khu vực xung quanh nhà hàng không có mùi thức ăn gây khó chịu cho khách

Quan hệ khách hàng

1. Thường xuyên thăm dò, tiếp nhận ý kiến của hành khách và cải tiến dịch vụ
2. Thường xuyên cập nhật thông tin về cơ sở vật chất cũng như dịch vụ sân bay

Theo anh/chị còn các yếu tố nào khác cần quan tâm nữa? Xin anh/chị liệt kê dưới đây:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Xin cảm ơn sự hỗ trợ của anh/chị!

PHỤ LỤC 3a: BẢNG CÂU HỎI

Số:

Xin chào anh/chị. Nhằm mục đích hoàn thiện các hoạt động, cung cấp cho khách hàng các dịch vụ tốt nhất khi đưa nhà ga Quốc tế mới Tân Sơn Nhất vào khai thác, chúng tôi đang tiến hành một nghiên cứu về nhu cầu và đánh giá của hành khách đối với nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất hiện hữu. Xin anh/chị vui lòng trả lời các câu hỏi dưới đây bằng cách khoanh tròn số điểm mà anh/chị đánh giá.

Ghi chú: <u>Đối với mức độ quan trọng:</u>	<u>Đối với đánh giá về nhà ga QT TSN:</u>
Điểm 1: Hoàn toàn không quan trọng	Điểm 1: Hoàn toàn không đồng ý
Điểm 2: Không quan trọng	Điểm 2: Không đồng ý
Điểm 3: Tương đối quan trọng	Điểm 3: Có thể đồng ý
Điểm 4: Quan trọng	Điểm 4: Cơ bản là đồng ý
Điểm 5: Rất quan trọng	Điểm 5: Hoàn toàn đồng ý

(Anh/chị có thể bỏ trống những yếu tố mà nhà ga QT TSN chưa có hoặc anh/chị chưa có kinh nghiệm.)

(1: Hoàn toàn không quan trọng → 5: Rất quan trọng)

(1: Hoàn toàn không đồng ý → 5: Hoàn toàn đồng ý)

Mức độ quan trọng của dịch vụ					Yếu tố	Chất lượng dịch vụ tại Nhà ga QT TSN				
1	2	3	4	5	1. Tôi cảm thấy an tâm về an ninh an toàn của nhà ga.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	2. Tôi hài lòng với dịch vụ thông tin về chuyến bay qua điện thoại hoặc Internet vì dịch vụ này rộng rãi, dễ tiếp cận và thuận tiện.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	3. Tôi thấy các biển chỉ dẫn bên trong nhà ga là đầy đủ, dễ hiểu, đặt tại các vị trí dễ thấy.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	4. Tôi thấy các bảng thông tin về giờ cất/hạ cánh được cập nhật chính xác.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	5. Theo tôi dịch vụ hướng dẫn quy trình cho hành khách (sơ đồ nhà ga, bản hướng dẫn/lấy tài liệu) tại nhà ga là tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6. Tôi chưa bao giờ thấy tình trạng thiếu xe đẩy hành lý hay xe đẩy bị hỏng.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	7. Tôi cảm thấy kiểm tra an ninh nhanh chóng, không gây phiền hà.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	8. Tôi thấy nhân viên an ninh luôn hòa nhã, tác nghiệp tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	9. Tôi thấy thủ tục check-in nhanh chóng và tiện lợi, không có sai sót.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	10. Tôi có thể làm thủ tục check-in tại bất cứ quầy nào.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	11. Tôi có thể tự làm thủ tục check-in.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	12. Tôi có thể làm thủ tục check-in trước chuyến bay khá lâu (dịch vụ early check-in).	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	13. Tôi thấy nhân viên check-in luôn hòa nhã, tác nghiệp tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	14. Tôi thấy thủ tục Hải quan nhanh chóng, không gây phiền hà.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	15. Tôi thấy nhân viên Hải quan luôn hòa nhã, tác nghiệp tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	16. Tôi thấy thủ tục xuất/nhập cảnh nhanh chóng, không gây phiền hà.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	17. Tôi thấy nhân viên xuất/nhập cảnh luôn hòa nhã, tác nghiệp tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	18. Tôi thấy dịch vụ transit/transfer nhanh chóng, dễ dàng.	1	2	3	4	5

(Anh/chị có thể bỏ trống những yếu tố mà nhà ga QT TSN chưa có hoặc anh chị chưa có kinh nghiệm.)

(1: Hoàn toàn không quan trọng → 5: Rất quan trọng) (1: Hoàn toàn không đồng ý → 5: Hoàn toàn đồng ý)

Mức độ quan trọng của dịch vụ					Yếu tố	Chất lượng dịch vụ tại Nhà ga QT TSN				
1	2	3	4	5	19. Tôi thấy nhân viên transit/transfer luôn hòa nhã, tác nghiệp tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	20. Nói chung tôi cảm thấy các bước thủ tục trong nhà ga là hợp lý và tiện lợi.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	21. Tôi thấy giờ bay đi/đến đúng lịch.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	22. Tôi thấy khách luôn được cập nhật đầy đủ thông tin về chuyến bay bị trễ.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	23. Tôi thấy dịch vụ tại nhà ga dành cho khách bị trễ chuyến tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	24. Tôi thấy dịch vụ dành cho khách bị hủy chuyến tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	25. Tôi thấy sảnh chờ đi và phòng chờ ra máy bay có đủ ghế cho khách.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	26. Tôi thấy khoảng cách đi bộ ra xe buýt để lên máy bay hợp lý.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	27. Tôi thấy khoảng cách đi bộ ra máy bay bằng cầu ống dẫn khách hợp lý.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	28. Tôi thấy cầu thang bộ ra xe buýt để lên máy bay được bố trí hợp lý về độ dốc cũng như vị trí.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	29. Tôi thấy sảnh công cộng đủ rộng và bố trí ghế ngồi hợp lý cho khách đón/tiến người thân.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	30. Tôi thấy hệ thống đường nội bộ trong khu vực sân bay thuận tiện, an toàn cho khách đi xe cũng như người đi bộ.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	31. Tôi không mất nhiều thời gian chờ nhận lại hành lý tại băng chuyền.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	32. Hành lý của tôi chưa bao giờ bị thất lạc khi tôi đi từ TSN hoặc đến TSN.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	33. Tôi thấy nhân viên Lost & Found luôn hòa nhã với khách.	1	2	3	4	5

(Anh/chị có thể bỏ trống những yếu tố mà nhà ga QT TSN chưa có hoặc anh chị chưa có kinh nghiệm.)

(1: Hoàn toàn không quan trọng → 5: Rất quan trọng) (1: Hoàn toàn không đồng ý → 5: Hoàn toàn đồng ý)

Mức độ quan trọng của dịch vụ					Yếu tố	Chất lượng dịch vụ tại Nhà ga QT TSN				
1	2	3	4	5	34. Tôi thấy tỷ lệ tìm lại hành lý nguyên vẹn cho khách cao.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	35. Tôi thấy xe buýt chờ khách ra máy bay/vào nhà ga luôn có đủ chỗ cho khách.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	36. Tôi thấy cầu ông dẫn khách hiện đại, hoạt động tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	37. Tôi thấy thang cuốn hiện đại, an toàn, hoạt động tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	38. Tôi không phải tự đi bộ trên một khoảng cách quá dài nhờ băng tải hành khách hoạt động tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	39. Tôi thấy nhà ga rộng rãi, thoáng mát, ánh sáng đầy đủ.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	40. Tôi thấy nhà ga luôn sạch sẽ.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	41. Tôi có thể dễ dàng đón xe buýt hay taxi ngay khi ra khỏi nhà ga quốc tế đến.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	42. Kiến trúc, nội thất nhà ga và cây xanh, cảnh quan xung quanh tạo cho tôi một ấn tượng về văn hóa VN.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	43. Tôi thấy dịch vụ tại quầy hướng dẫn thông tin cho khách nước ngoài về du lịch, đi lại, khách sạn, v.v... tốt.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	44. Tôi dễ dàng sử dụng các dịch vụ thông tin liên lạc (Điện thoại/Internet) với giá cả hợp lý tại nhà ga.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	45. Tôi có thể dễ dàng nhìn thấy quầy đổi tiền.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	46. Tôi thấy hàng hóa tại các cửa hàng miễn thuế, quầy hàng lưu niệm hấp dẫn, giá cả hợp lý.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	47. Tôi thấy dịch vụ nhà hàng bên trong sảnh chờ tốt, giá hợp lý.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	48. Tôi thấy dịch vụ giải trí tốt, giá cả hợp lý.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	49. Tôi thấy dịch vụ chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp tốt, giá cả hợp lý.	1	2	3	4	5

(Anh/chị có thể bỏ trống những yếu tố mà nhà ga QT TSN chưa có hoặc anh chị chưa có kinh nghiệm.)

(1: Hoàn toàn không quan trọng → 5: Rất quan trọng) (1: Hoàn toàn không đồng ý → 5: Hoàn toàn đồng ý)

Mức độ quan trọng của dịch vụ					Yếu tố	Chất lượng dịch vụ tại Nhà ga QT TSN				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					50. Nói chung tôi cảm thấy thoải mái, hài lòng khi đi qua nhà ga QT TSN.					

Đối với các câu hỏi dưới đây, xin anh/chị vui lòng đánh dấu tick (✓) vào ô chọn đúng với trường hợp của mình.

51. Độ tuổi của anh/chị:

Dưới 25	
Từ 25 đến 35	
Từ 36 đến 45	
Trên 45	

52. Trình độ học vấn của anh/chị:

Cấp 3 trở xuống	
Trung học, cao đẳng	
Đại học, trên đại học	

53. Quốc tịch của anh/chị:

Việt Nam	
Bắc Mỹ	
Nam Mỹ	
Tây Âu	
Đông Âu	
Châu Phi	
Châu Á & Úc	
Khác	

54. Số lượt chuyến đi qua nhà ga quốc tế

55. Số lượt chuyến đi qua các nhà ga quốc tế khác trong 1 năm trở lại đây:

1 lần	
Từ 2 đến 5 lần	
Trên 5 lần	

56. Mục đích của những lần xuất/nhập cảnh tại Tân Sơn Nhất:

Công tác/hội nghị	
Du lịch	
Thăm thân nhân	
Học hành	
Khác	

57. Anh/chị đã đi những hạng vé máy bay nào khi xuất/nhập cảnh tại TSN?

Hạng thường	
Hạng C	

Tân Sơn Nhất trong 1 năm trở lại đây:

1 lần	
Từ 2 đến 5 lần	
Trên 5 lần	

58. Lần cuối cùng anh/chị đi qua nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất cách nay:

Dưới 1 năm	
Từ 1 đến 3 năm	
Trên 3 năm	

Nếu anh/chị có ý kiến đóng góp nào khác để nâng cao chất lượng phục vụ tại nhà ga quốc tế Tân Sơn Nhất, xin vui lòng nêu dưới đây:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của anh/chị!

PHỤ LỤC 3b: QUESTIONNAIRE

No.:

Hello! In order to improve our operations and provide customers with the best services at Tan Son Nhat New International Terminal, we are doing a survey on passenger needs and their evaluation of services at the existing International Passenger Terminal. It would be very much appreciated if you could spare your time and answer the following questions by circling the blanks which best suit your opinion.

Note: *For significance level:*

- 1: *Totally unimportant*
- 2: *Unimportant*
- 3: *Relatively important*
- 4: *Important*
- 5: *Very important*

Your evaluation of TSN Int'l Terminal:

- 1: *Totally disagree*
- 2: *Disagree*
- 3: *Agreeable*
- 4: *Basically agree*
- 5: *Totally agree*

(You can leave blanks for factors that TSN Int'l Terminal does not have or of which you have no experience.)

(1: Totally unimportant → 5: Very important)

(1: Totally disagree → 5: Totally agree)

Significance level of service					Factor	Satisfaction at TSN Int'l Terminal				
1	2	3	4	5	1. I feel secure about the terminal security and safety.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	2. I am satisfied with flight information service through telephone and Internet as it is widespread, easily accessible and convenient.	1	2	3	4	5

(You can leave blanks for factors that TSN Int'l Terminal does not have or of which you have no experience.)

(1: Totally unimportant → 5: Very important)

(1: Totally disagree → 5: Totally agree)

<i>Significance level of service</i>					<i>Factor</i>	<i>Satisfaction at TSN Int'l Terminal</i>				
1	2	3	4	5	3. I find that indoor signs are adequate, comprehensible and easily seen.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	4. I find that all departure/arrival information displayed on the boards is accurate and updated.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	5. In my opinion, the guidance service (terminal floor plan, information counter) is good.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	6. I have never seen baggage cart shortage or bad quality.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	7. I feel that security check is fast and not troublesome.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	8. In my opinion, security staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	9. I feel that check-in formality is fast, convenient and error-free.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	10. I can check-in at any counter.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	11. I can check-in by myself.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	12. I can ask for an early check-in.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	13. In my opinion, check-in staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	14. I feel that Customs check is fast and not troublesome.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	15. In my opinion, Customs staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	16. I feel that Immigration check is fast and not troublesome.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	17. In my opinion, Immigration staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	18. I feel that transit/transfer service is fast and easy.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	19. In my observation, transit/transfer staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	20. In general I feel that the whole formality process is reasonable and convenient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	21. I observe that departure/arrival flights are punctual.	1	2	3	4	5

(You can leave blanks for factors that TSN Int'l Terminal does not have or of which you have no experience.)

(1: Totally unimportant →5: Very important)

(1: Totally disagree →5: Totally agree)

Significance level of service					Factor	Satisfaction at TSN Int'l Terminal				
1	2	3	4	5	22. I find that there is full and updated information on delayed flights.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	23. I find that service at the terminal for delayed passengers is good.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	24. I find that service for passengers on cancelled flights is good.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	25. I see that there are adequate seats/benches in the waiting lounge and boarding lounge.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	26. In my opinion, walking distance to the bus gate for boarding is reasonable.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	27. I find that the walking distance to the aircraft through the boarding bridge is reasonable.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	28. I find that the slope and position of the stairs to the bus for boarding is appropriate.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	29. I feel that public hall for greeters/wavers is spacious enough with adequate seats/benches.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	30. I find that departure/arrival curbside traffic is convenient and safe for both passengers on their vehicle and pedestrians.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	31. It does not take much time for me to get my baggage back at the baggage claim conveyor.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	32. My baggage has never been lost when I depart from/arrive at TSN.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	33. In my opinion, Lost & Found staff are courteous and efficient.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	34. In my opinion, the rate of lost baggage which are found intact later is high.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	35. In my opinion, shuttle buses (between the terminal and the aircraft) have enough space for passengers.	1	2	3	4	5

(You can leave blanks for factors that TSN Int'l Terminal does not have or of which you have no experience.)

(1: Totally unimportant → 5: Very important)

(1: Totally disagree → 5: Totally agree)

Significance level of service					Factor	Satisfaction at TSN Int'l Terminal				
1	2	3	4	5	36. I find that boarding bridges are modern and in good working condition.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	37. I find that escalators are modern, safe and in good working condition.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	38. I do not have to walk a very long distance thanks to the moving sidewalk in good working condition.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	39. In my opinion, the terminal is spacious, ventilated with adequate lighting.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	40. I find that the terminal is always clean.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	41. I can easily take a bus or a taxi right after getting out of the International Arrival Terminal.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	42. The terminal architecture, furniture, green area and landscaping creates an impression on me of the Vietnamese culture.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	43. I find that information service for foreigners on tourism, travel, hotels, etc. is good.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	44. I can easily access communication service (telephone/Internet) with reasonable prices at the terminal.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	45. I can easily see the Foreign exchange counter.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	46. I find that commodities in Duty Free Shops and souvenir shops are attractive with reasonable prices.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	47. I find that restaurant service inside the departure concourse is good with reasonable prices.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	48. I find that entertainment service is good with reasonable prices.	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	49. I find that healthcare and beauty service is good with reasonable prices.	1	2	3	4	5

(You can leave blanks for factors that TSN Int'l Terminal does not have or of which you have no experience.)

(1: Totally unimportant →5: Very important)

(1: Totally disagree →5: Totally agree)

Significance level of service					Factor	Satisfaction at TSN Int'l Terminal				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					50. In general I feel comfortable departing from/arriving at TSN International Terminal.					

For the questions below, please tick (✓) on the blanks that best suit your situation.

51. Your age:

Under 25	
From 25 to 35	
From 36 to 45	
Over 45	

52. Your education:

High school certificate or lower	
Higher school diploma	
University degree or higher	

53. Your nationality:

Vietnamese	
North American	
South American	
West European	
East European	
African	
Asian & Australian	
Others	

54. Number of times departing from/arriving at Tan Son Nhat International Terminal within one year:

Once	
Twice to 5 times	
More than 5 times	

55. Number of times departing from/arriving at other international terminals within one year:

Once	
Twice to 5 times	
More than 5 times	

56. Purpose(s) of your trip(s):

Business/conference	
Travel	
Family visit	
Study	
Others	

57. Class(es) of tickets that you have bought for trips departing from/arriving at Tan Son Nhat International Terminal?

Economy class	
Business class	

58. How long ago is the last time you departed from/arrived at Tan Son Nhat International Terminal?

Less than 1 year	
1 to 3 years	
More than 3 years	

If you have any other comments about Tan Son Nhat International Terminal service quality, please do not hesitate to mention below:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you very much for your kind assistance!

PHỤ LỤC 4:
BẢNG MÃ HÓA BIẾN

MÃ BIẾN	TÊN BIẾN	NỘI DUNG
c1	ANAT	An ninh an toàn nhà ga
c2	ttin tu xa	Dịch vụ thông tin về chuyến bay từ xa
c3	bien chi dan	Biển chỉ dẫn trong nhà ga
c4	bang gio bay	Bảng thông tin về giờ cất/hạ cánh
c5	hdan quy trình	Dịch vụ hướng dẫn quy trình nhà ga
c6	xe day	Xe đẩy hành lý
c7	ktra AN	Công tác kiểm tra an ninh
c8	NV AN	Nhân viên kiểm tra an ninh
c9	check-in	Thủ tục check-in
c10	check-in tai moi quay	Thủ tục check-in tại bất cứ quầy nào
c11	self check-in	Thủ tục check-in do khách tự thao tác
c12	early check-in	Thủ tục check-in thực hiện trước chuyến bay khá lâu
c13	NV check-in	Nhân viên check-in
c14	ttuc HQ	Thủ tục Hải quan
c15	NV HQ	Nhân viên Hải quan
c16	ttuc XNC	Thủ tục xuất nhập cảnh
c17	NV XNC	Nhân viên xuất nhập cảnh
c18	DV transit/transfer	Dịch vụ quá cảnh/nối chuyến
c19	NV transit/transfer	Nhân viên dịch vụ quá cảnh/nối chuyến
c20	thu tuc hop ly	Quy trình thủ tục hợp lý
c21	dung gio	Đảm bảo giờ bay đi/đến đúng lịch
c22	cap nhat tin chuyen tre	Cập nhật thông tin về chuyến bay bị trễ
c23	DV cho chuyen tre	Dịch vụ cho khách bị trễ chuyến
c24	DV cho chuyen huy	Dịch vụ cho khách bị hủy chuyến
c25	Ghe ngoi	Ghế ngồi trong sảnh chờ đi và phòng chờ ra máy bay
c26	Khoang cach ra xe buyt	Khoảng cách đi bộ ra xe buýt để lên máy bay
c27	Khoang cach di ong long	Khoảng cách ra máy bay bằng cầu ống dẫn khách

MÃ BIẾN	TÊN BIẾN	NỘI DUNG
c28	Thang bo ra xe buyt	Thang bộ ra xe buýt
c29	Sanh cong cong	Sảnh công cộng
c30	Duong noi bo SB	Đường nội bộ sân bay
c31	Thoi gian lay hanh ly	Thời gian lấy hành lý
c32	That lac hanh ly	Trường hợp thất lạc hành lý
c33	NV Lost&Found	Nhân viên Lost & Found (Tìm kiếm hành lý thất lạc)
c34	Ty le tim lai hanh ly	Tỷ lệ tìm lại hành lý thất lạc
c35	Xe buyt san dau	Xe buýt sân đậu (chờ khách ra máy bay/vào nhà ga)
c36	Ong long	Cầu ống dẫn khách
c37	Thang cuon	Thang cuốn
c38	bang tai hanh khach	Băng tải hành khách
c39	Khong gian nha ga	Không gian nhà ga, ánh sáng
c40	ve sinh	Vệ sinh nhà ga
c41	GT ra thanh pho	Xe buýt/taxi ra thành phố
c42	Net dac trung VHAVN	Nét đặc trưng văn hóa VN trong kiến trúc nhà ga
c43	Ttin du lich	Dịch vụ hướng dẫn thông tin cho khách đến
c44	TTLL	Dịch vụ thông tin liên lạc
c45	Doi tien	Dịch vụ đổi tiền
c46	Hang hoa	Hàng hóa tại cửa hàng miễn thuế, hàng lưu niệm
c47	Nha hang	Nhà hàng trong nhà ga
c48	Giai tri	Dịch vụ giải trí
c49	Cham soc suc khoe	Dịch vụ spa
c50	Cam giac thoai mai	Cảm giác thoải mái, hài lòng

PHỤ LỤC 5:**KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH CRONBACH ALPHA****Reliability statistics**

N of Cases = 165.0
N of Items = 49
Alpha = .9708

Item statistics

		<i>Mean</i>	<i>Std Dev</i>	<i>Cases</i>
1.	C1	4.5212	.7374	165.0
2.	C2	4.0667	.8563	165.0
3.	C3	4.1333	.8521	165.0
4.	C4	4.3939	.7045	165.0
5.	C5	3.9879	.8624	165.0
6.	C6	3.9576	.8859	165.0
7.	C7	4.3515	.7474	165.0
8.	C8	4.3030	.7524	165.0
9.	C9	4.3697	.7508	165.0
10.	C10	3.7697	1.0219	165.0
11.	C11	3.5758	1.2054	165.0
12.	C12	3.6303	1.0431	165.0
13.	C13	4.3273	.7584	165.0
14.	C14	4.2485	.8145	165.0
15.	C15	4.2848	.7871	165.0
16.	C16	4.4242	.7170	165.0
17.	C17	4.3455	.7462	165.0
18.	C18	4.1818	.8060	165.0
19.	C19	4.1333	.8080	165.0
20.	C20	4.3333	.7353	165.0
21.	C21	4.4545	.7687	165.0
22.	C22	4.2788	.8380	165.0
23.	C23	4.2424	.7975	165.0
24.	C24	4.2727	.8217	165.0
25.	C25	4.0970	.9121	165.0
26.	C26	3.8000	.9703	165.0
27.	C27	3.9394	.9416	165.0
28.	C28	3.8182	.8784	165.0
29.	C29	3.7697	.9148	165.0
30.	C30	3.9333	.9182	165.0
31.	C31	4.2848	.7474	165.0
32.	C32	4.4909	.7700	165.0
33.	C33	4.2667	.8705	165.0
34.	C34	4.3636	.8489	165.0
35.	C35	3.9333	.9824	165.0
36.	C36	3.8909	1.0062	165.0
37.	C37	3.8061	1.0175	165.0
38.	C38	3.9394	.8882	165.0
39.	C39	4.0788	.8337	165.0
40.	C40	4.2303	.8455	165.0
41.	C41	4.2303	.8011	165.0
42.	C42	3.8121	.9914	165.0
43.	C43	4.1152	.7918	165.0
44.	C44	4.1030	.8946	165.0
45.	C45	4.1697	.8739	165.0
46.	C46	3.7455	.8880	165.0
47.	C47	3.8545	.7906	165.0
48.	C48	3.4242	.9183	165.0
49.	C49	3.1455	.9322	165.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	195.3091	725.5563	.5168	.9706
C2	195.7636	728.8767	.3681	.9711
C3	195.6970	721.0540	.5430	.9705
C4	195.4364	721.3206	.6557	.9702
C5	195.8424	719.8775	.5620	.9704
C6	195.8727	717.4410	.5985	.9703
C7	195.4788	720.2877	.6427	.9702
C8	195.5273	718.8605	.6742	.9701
C9	195.4606	719.4695	.6603	.9702
C10	196.0606	719.2768	.4800	.9708
C11	196.2545	730.9714	.2179	.9722
C12	196.2000	716.3927	.5220	.9707
C13	195.5030	719.0564	.6638	.9701
C14	195.5818	716.1350	.6843	.9701
C15	195.5455	716.2373	.7067	.9700
C16	195.4061	719.7061	.6865	.9701
C17	195.4848	719.2391	.6705	.9701
C18	195.6485	718.3513	.6395	.9702
C19	195.6970	715.0418	.7159	.9700
C20	195.4970	718.9832	.6874	.9701
C21	195.3758	719.3823	.6464	.9702
C22	195.5515	716.8098	.6489	.9702
C23	195.5879	717.2316	.6733	.9701
C24	195.5576	716.1262	.6783	.9701
C25	195.7333	709.1967	.7534	.9698
C26	196.0303	709.4442	.7012	.9700
C27	195.8909	708.1953	.7492	.9698
C28	196.0121	711.1096	.7417	.9699
C29	196.0606	712.7036	.6774	.9701
C30	195.8970	710.1296	.7286	.9699
C31	195.5455	717.5299	.7128	.9700
C32	195.3394	717.7865	.6847	.9701
C33	195.5636	711.4792	.7406	.9699
C34	195.4667	716.6285	.6442	.9702
C35	195.8970	707.6296	.7277	.9699
C36	195.9394	708.5695	.6916	.9700
C37	196.0242	705.1945	.7476	.9698
C38	195.8909	718.2929	.5786	.9704
C39	195.7515	713.3708	.7312	.9699
C40	195.6000	713.6195	.7149	.9700
C41	195.6000	716.8024	.6804	.9701
C42	196.0182	718.0545	.5193	.9707
C43	195.7152	719.5952	.6217	.9703
C44	195.7273	717.2971	.5954	.9703
C45	195.6606	712.8231	.7081	.9700
C46	196.0848	717.2732	.6006	.9703

C47	195.9758	719.0482	.6358	.9702
C48	196.4061	724.2305	.4361	.9709
C49	196.6848	720.4732	.5053	.9707

PHỤ LỤC 6: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.911
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6787.207
	df	1176
	Sig.	.000

Communalities

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
ANAT	1.000	.665
ttin tu xa	1.000	.594
bien chi dan	1.000	.696
bang gio bay	1.000	.674
hdan quy trinh	1.000	.584
xe day	1.000	.515
ktra AN	1.000	.649
NV AN	1.000	.646
check-in	1.000	.694
check-in tai moi quay	1.000	.647
self check-in	1.000	.625
early check-in	1.000	.668
NV check-in	1.000	.629
ttuc HQ	1.000	.704
NV HQ	1.000	.729
ttuc XNC	1.000	.732
NV XNC	1.000	.683
DV transit/transfer	1.000	.761
NV transit/transfer	1.000	.795
thu tuc hop ly	1.000	.648

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
dung gio	1.000	.663
cap nhat tin chuyen tre	1.000	.737
DV cho chuyen tre	1.000	.715
DV cho chuyen huy	1.000	.646
Ghe ngoi	1.000	.704
Khoang cach ra xe buyt	1.000	.728
Khoang cach ra ong long	1.000	.785
Thang bo ra xe buyt	1.000	.713
Sanh cong cong	1.000	.732
Duong noi bo SB	1.000	.752
Thoi gian lay hanh ly	1.000	.619
That lac hanh ly	1.000	.694
NV Lost&Found	1.000	.750
Ty le tim lai hanh ly	1.000	.730
Xe buyt san dau	1.000	.762
Ong long	1.000	.789
Thang cuon	1.000	.735
bang tai hanh khach	1.000	.616
Khong gian nha ga	1.000	.725
ve sinh	1.000	.664
GT ra thanh pho	1.000	.640
Net dac trung VHVN	1.000	.639
Ttin du lich	1.000	.639
TTLL	1.000	.698
Doi tien	1.000	.638
Hang hoa	1.000	.684
Nha hang	1.000	.693
Giai tri	1.000	.829
Cham soc suc khoe	1.000	.701

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>			<i>Rotation Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	21.592	44.065	44.065	21.592	44.065	44.065	9.167	18.709	18.709
2	3.539	7.223	51.288	3.539	7.223	51.288	7.179	14.650	33.359
3	1.965	4.010	55.298	1.965	4.010	55.298	3.794	7.743	41.102
4	1.696	3.461	58.759	1.696	3.461	58.759	3.616	7.381	48.483
5	1.411	2.880	61.639	1.411	2.880	61.639	2.919	5.958	54.440
6	1.295	2.643	64.282	1.295	2.643	64.282	2.510	5.123	59.563
7	1.169	2.385	66.667	1.169	2.385	66.667	2.509	5.121	64.684
8	1.088	2.220	68.887	1.088	2.220	68.887	2.059	4.203	68.887
9	.947	1.933	70.820						

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
10	.919	1.876	72.696						
11	.872	1.779	74.475						
12	.841	1.717	76.191						
13	.770	1.572	77.763						
14	.757	1.545	79.308						
15	.696	1.421	80.729						
16	.672	1.372	82.101						
17	.595	1.215	83.316						
18	.538	1.098	84.414						
19	.518	1.057	85.471						
20	.472	.963	86.435						
21	.460	.938	87.373						
22	.451	.920	88.292						
23	.438	.895	89.187						
24	.424	.866	90.053						
25	.412	.841	90.894						
26	.370	.756	91.650						
27	.353	.720	92.370						
28	.333	.679	93.048						
29	.325	.663	93.711						
30	.293	.599	94.310						
31	.272	.555	94.865						
32	.263	.537	95.401						
33	.224	.458	95.859						
34	.222	.452	96.312						
35	.207	.422	96.734						
36	.182	.372	97.105						
37	.177	.361	97.467						
38	.158	.323	97.790						
39	.149	.305	98.094						
40	.135	.276	98.371						
41	.133	.272	98.642						
42	.124	.254	98.896						
43	.112	.229	99.126						
44	.093	.189	99.315						
45	.084	.171	99.486						
46	.079	.160	99.646						
47	.065	.133	99.779						
48	.064	.131	99.910						
49	.044	.090	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ANAT	.555	-.303	-.175	.308	-.007	.147	-.101	.328
ttin tu xa	.384	-.104	.072	.207	.562	-.013	.043	.264
bien chi dan	.568	-.128	.109	.249	.115	.203	-.146	.455
bang gio bay	.676	-.190	.132	.162	.306	.039	-.005	.206
hdan quy trinh	.575	-.026	.283	.163	.304	-.233	.009	-.006
xe day	.616	.022	.229	.223	-.038	-.086	-.069	-.140
ktra AN	.685	-.334	.081	-.032	-.075	.194	-.102	-.086
NV AN	.708	-.252	.170	-.095	-.115	-.041	.161	.045
check-in	.694	-.254	.270	.034	-.187	.047	.088	.172
check-in tai moi quay	.474	.283	.447	.223	.055	.066	.218	-.195
self check-in	.200	.603	.288	.178	.128	-.072	.121	-.264
early check-in	.510	.358	.372	.064	.238	-.054	.279	-.019
NV check-in	.694	-.226	.214	.037	-.108	-.123	.146	-.022
ttuc HQ	.718	-.225	.181	-.013	-.174	.209	-.100	-.146
NV HQ	.734	-.150	.231	.060	-.213	.203	-.131	-.078
ttuc XNC	.721	-.253	.260	-.066	-.201	.131	-.108	-.084
NV XNC	.705	-.236	.177	-.202	-.191	.094	.035	-.109
DV transit/transfer	.668	-.067	-.059	-.035	-.241	-.267	.399	.130
NV transit/transfer	.744	-.113	.098	-.068	-.247	-.231	.290	.126
thu tuc hop ly	.716	-.148	.085	.133	-.208	-.025	-.202	-.054
dung gio	.687	-.377	.031	-.121	.105	.144	.042	-.003
cap nhat tin chuyen tre	.685	-.298	-.025	-.214	.264	.094	-.069	-.221
DV cho chuyen tre	.701	-.210	.072	-.214	.271	.190	.107	-.082
DV cho chuyen huy	.712	-.228	.061	-.252	.107	.073	.047	.038
Ghe ngoi	.775	-.032	-.204	.018	.102	.174	.072	-.119
Khoang cach ra xe buyt	.714	.192	-.252	.233	-.134	.171	.131	-.002
Khoang cach ra ong long	.759	.193	-.301	.113	-.011	.098	.165	-.177
Thang bo ra xe buyt	.741	.325	-.034	.199	-.114	.020	-.040	-.038
Sanh cong cong	.674	.395	.008	.149	-.102	.258	.100	.110
Duong noi bo SB	.739	.171	-.297	.143	-.009	.171	.193	.039
Thoi gian lay hanh ly	.745	-.179	-.117	.002	.069	-.087	-.015	-.074
That lac hanh ly	.721	-.260	-.171	-.090	.100	-.097	.139	-.178
NV Lost&Found	.767	-.133	.016	-.086	.027	-.365	-.051	.005
Ty le tim lai hanh ly	.679	-.196	-.087	.102	-.054	-.406	-.128	.169
Xe buyt san dau	.753	-.067	-.416	.057	.077	.027	.024	-.081
Ong long	.721	-.109	-.440	-.002	.175	.006	.011	-.181
Thang cuon	.757	.131	-.288	.093	.164	.095	-.082	-.104
bang tai hanh khach	.573	.447	.055	.180	-.040	-.153	-.164	-.008
Khong gian nha ga	.740	.218	-.125	.212	-.186	-.060	-.124	.124
ve sinh	.730	.158	-.182	.068	-.158	-.194	-.077	.011
GT ra thanh pho	.696	.133	-.241	-.036	-.020	-.271	.025	-.059
Net dac trung VHVN	.509	.511	.120	.122	.045	.027	-.292	-.041
Ttin du lich	.627	.184	.189	-.071	.128	-.083	-.345	-.168

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
TTL	.613	.048	.065	-.408	.162	-.220	-.260	.081
Doi tien	.723	.107	-.106	-.154	-.006	-.197	-.170	.041
Hang hoa	.604	.348	-.009	-.270	-.166	.160	-.252	.089
Nha hang	.635	.381	-.104	-.354	-.021	.026	.042	.070
Giai tri	.427	.575	.027	-.445	.002	.206	.084	.260
Cham soc suc khoe	.499	.460	.059	-.419	.071	.031	.123	.200

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 8 components extracted.

Rotated Component Matrix(a)

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ttuc XNC	.777	.148	.109	.139	.169	.030	.113	.178
ttuc HQ	.749	.250	.083	.156	.117	.016	.039	.182
NV XNC	.738	.202	.191	.087	.111	-.007	.201	.030
ktra AN	.719	.284	.045	.014	.116	.122	.032	.140
NV HQ	.716	.213	.102	.224	.137	.023	.055	.296
dung gio	.667	.311	.105	-.052	.062	.301	.115	-.007
check-in	.650	.094	.113	.125	.056	.190	.349	.271
cap nhat tin chuyen tre	.631	.396	.118	.004	.211	.275	-.057	-.211
NV AN	.629	.194	.142	.097	.097	.159	.381	.057
DV cho chuyen tre	.615	.339	.248	.088	.027	.354	.027	-.161
DV cho chuyen huy	.610	.271	.280	-.006	.134	.277	.159	-.054
NV check-in	.586	.190	.022	.209	.150	.154	.392	.072
thu tuc hop ly	.566	.283	.005	.160	.325	.028	.146	.307
Ong long	.325	.764	.085	-.023	.219	.189	.068	-.056
Xe buyt san dau	.321	.745	.118	.000	.190	.172	.133	.084
Khoang cach ra ong long	.263	.744	.211	.281	.063	.036	.151	.103
Duong noi bo SB	.232	.687	.267	.201	-.030	.147	.189	.238
Thang cuon	.273	.684	.208	.191	.234	.203	-.028	.129
Khoang cach ra xe buyt	.241	.649	.194	.255	-.007	.036	.176	.337
Ghe ngoi	.447	.631	.191	.142	.073	.191	.060	.061
GT ra thanh pho	.191	.533	.215	.151	.383	.056	.316	.022
That lac hanh ly	.501	.530	.045	.019	.187	.187	.253	-.159
ve sinh	.239	.490	.207	.183	.389	.002	.286	.239
Thang bo ra xe buyt	.247	.475	.247	.431	.229	.024	.140	.327
Thoi gian lay hanh ly	.471	.473	.069	.066	.278	.215	.197	.028
Khong gian nha ga	.228	.460	.216	.247	.316	.053	.222	.449
Giai tri	.042	.134	.874	.194	.000	.024	.045	.074
Cham soc suc khoe	.100	.150	.756	.218	.106	.104	.160	-.035
Nha hang	.197	.363	.657	.169	.199	.005	.147	.012
Hang hoa	.298	.242	.601	.143	.278	-.095	-.053	.255
self check-in	-.132	.074	.165	.751	.070	-.029	-.024	-.059
check-in tai moi quay	.287	.081	.097	.722	-.050	.108	.107	.050

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
early check-in	.161	.096	.293	.644	.019	.295	.202	-.057
Net dac trung VHVN	.074	.222	.327	.498	.356	.042	-.148	.280
bang tai hanh khach	.058	.289	.247	.477	.390	.032	.096	.280
Sanh cong cong	.221	.414	.409	.420	-.042	.075	.101	.388
xe day	.410	.209	-.029	.418	.262	.106	.135	.173
TTL	.352	.125	.447	.012	.544	.214	.086	-.099
Ty le tim lai hanh ly	.319	.299	-.014	-.015	.510	.239	.423	.206
Ttin du lich	.370	.188	.240	.354	.504	.114	-.118	.043
NV Lost&Found	.441	.308	.125	.106	.493	.214	.381	-.011
Doi tien	.308	.375	.333	.095	.475	.107	.191	.093
ttin tu xa	.099	.162	.013	.132	.071	.730	.029	.046
bang gio bay	.430	.242	.067	.156	.140	.580	.123	.175
hdan quy trinh	.304	.121	-.007	.394	.304	.442	.186	-.016
DV transit/transfer	.329	.344	.177	.104	.073	.054	.692	.066
NV transit/transfer	.485	.245	.200	.147	.142	.079	.633	.103
bien chi dan	.346	.137	.132	.041	.066	.512	.053	.519
ANAT	.344	.361	-.065	-.146	.057	.370	.129	.484

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 11 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8
1	.592	.520	.288	.260	.286	.229	.247	.182
2	-.541	.092	.546	.569	.077	-.212	-.114	.117
3	.381	-.748	.006	.530	-.023	.119	.018	-.007
4	-.206	.192	-.665	.386	-.101	.187	.009	.532
5	-.188	.099	.006	.106	.055	.791	-.350	-.439
6	.291	.121	.221	-.043	-.657	-.010	-.589	.265
7	-.069	.146	.032	.186	-.679	.065	.599	-.337
8	-.212	-.281	.356	-.361	-.070	.473	.311	.541

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Score Coefficient Matrix

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ANAT	-.034	.023	-.031	-.149	-.053	.179	-.007	.316
ttin tu xa	-.117	-.022	-.004	.016	-.024	.470	-.026	.006
bien chi dan	-.024	-.112	.071	-.100	-.054	.301	-.053	.353
bang gio bay	-.018	-.050	-.008	.003	-.024	.305	-.022	.067
hdan quy trinh	-.038	-.074	-.100	.150	.119	.213	.045	-.094
xe day	.048	-.030	-.138	.159	.084	-.041	-.017	.019
ktra AN	.166	-.004	-.028	-.031	-.033	-.058	-.128	.034
NV AN	.090	-.069	.020	-.005	-.072	-.013	.160	-.029

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
check-in	.103	-.131	.023	-.011	-.095	.018	.138	.135
check-in tai moi quay	.062	-.039	-.083	.324	-.151	-.003	.014	-.081
self check-in	-.041	.016	-.068	.337	-.010	-.032	-.025	-.144
early check-in	-.033	-.061	.031	.249	-.118	.155	.101	-.140
NV check-in	.073	-.061	-.064	.065	-.026	-.023	.169	-.035
ttuc HQ	.195	-.026	-.035	.031	-.042	-.137	-.128	.047
NV HQ	.178	-.059	-.032	.043	-.030	-.125	-.114	.126
ttuc XNC	.196	-.089	-.012	.014	-.001	-.125	-.071	.054
NV XNC	.180	-.051	.033	-.003	-.054	-.143	.008	-.052
DV transit/transfer	-.055	.007	.019	-.015	-.104	-.050	.432	-.037
NV transit/transfer	.004	-.065	.028	-.005	-.058	-.052	.364	-.010
thu tuc hop ly	.087	-.032	-.094	.009	.123	-.115	-.041	.133
dung gio	.113	.008	.024	-.061	-.086	.077	-.051	-.062
cap nhat tin chuyen tre	.119	.070	-.010	-.016	.033	.047	-.191	-.224
DV cho chuyen tre	.108	.031	.071	.004	-.126	.121	-.108	-.186
DV cho chuyen huy	.089	-.030	.100	-.068	-.044	.076	-.011	-.094
Ghe ngoi	.029	.161	-.009	.006	-.108	.008	-.093	-.064
Khoang cach ra xe buyt	-.038	.168	-.022	.031	-.165	-.063	.023	.124
Khoang cach ra ong long	-.033	.225	-.042	.066	-.123	-.084	-.008	-.063
Thang bo ra xe buyt	-.031	.060	-.029	.095	.016	-.074	-.013	.112
Sanh cong cong	-.014	.041	.094	.071	-.191	-.005	-.013	.176
Duong noi bo SB	-.060	.181	.026	.000	-.193	.017	.036	.060
Thoi gian lay hanh ly	.011	.072	-.058	-.021	.067	.018	.007	-.070
That lac hanh ly	.029	.127	-.066	-.008	-.005	-.010	.054	-.210
NV Lost&Found	-.029	-.041	-.038	-.023	.228	.025	.148	-.091
Ty le tim lai hanh ly	-.090	-.046	-.079	-.091	.267	.065	.194	.086
Xe buyt san dau	-.047	.213	-.045	-.065	-.009	.002	-.035	-.042
Ong long	-.036	.243	-.065	-.053	.021	.007	-.085	-.143
Thang cuon	-.042	.179	-.027	.004	.023	.034	-.154	-.019
bang tai hanh khach	-.082	-.011	-.028	.113	.178	-.031	-.013	.100
Khong gian nha ga	-.069	.029	-.014	-.015	.091	-.046	.047	.224
ve sinh	-.068	.057	-.026	-.021	.148	-.091	.093	.071
GT ra thanh pho	-.092	.099	-.022	-.012	.143	-.053	.126	-.086
Net dac trung VHVN	-.030	-.027	.021	.118	.169	-.014	-.193	.114
Ttin du lich	.052	-.058	-.013	.085	.273	-.021	-.216	-.053
TTLL	.000	-.118	.158	-.109	.297	.076	-.046	-.102
Doi tien	-.040	-.007	.061	-.072	.218	-.015	.018	-.008
Hang hoa	.050	-.055	.216	-.088	.085	-.115	-.142	.133
Nha hang	-.025	.013	.234	-.059	-.003	-.041	.027	-.058
Giai tri	-.027	-.073	.392	-.076	-.126	.040	.007	.029
Cham soc suc khoe	-.043	-.074	.317	-.042	-.056	.069	.077	-.064

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
Component Scores.

Component Score Covariance Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1.000	3.383E-16	.000	.000	.000	3.055E-16	3.025E-16	2.036E-16
2	3.383E-16	1.000	.000	-1.792E-16	-2.926E-16	.000	-3.979E-16	-1.021E-16
3	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
4	.000	-1.792E-16	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
5	.000	-2.926E-16	.000	.000	1.000	.000	3.347E-16	.000
6	3.055E-16	.000	.000	.000	.000	1.000	1.762E-16	.000
7	3.025E-16	-3.979E-16	.000	.000	3.347E-16	1.762E-16	1.000	.000
8	2.036E-16	-1.021E-16	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
Component Scores.

PHỤ LỤC 7:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY LẦN 1

Correlations

		Cam giac hai long	Do dap ung	Dieu kien huu hinh	Gia tri gia tang	Do thich ung	Do tin cay	Thong tin	Transit/ transfer	An toan
Pearson Correlation	Cam giac hai long	1.000	.439	.325	.203	.058	.393	.099	.182	-.040
	Do dap ung	.439	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Dieu kien huu hinh	.325	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Gia tri gia tang	.203	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Do thich ung	.058	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
	Do tin cay	.393	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
	Thong tin	.099	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
	Transit/transfer	.182	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
	An toan	-.040	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
Sig. (1-tailed)	Cam giac hai long	.	.000	.000	.005	.228	.000	.104	.010	.304
	Do dap ung	.000	.	.500	.500	.500	.500	.500	.500	.500
	Dieu kien huu hinh	.000	.500	.	.500	.500	.500	.500	.500	.500
	Gia tri gia tang	.005	.500	.500	.	.500	.500	.500	.500	.500
	Do thich ung	.228	.500	.500	.500	.	.500	.500	.500	.500
	Do tin cay	.000	.500	.500	.500	.500	.	.500	.500	.500
	Thong tin	.104	.500	.500	.500	.500	.500	.	.500	.500
	Transit/transfer	.010	.500	.500	.500	.500	.500	.500	.	.500
	An toan	.304	.500	.500	.500	.500	.500	.500	.500	.
N	Cam giac hai long	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Do dap ung	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Dieu kien huu hinh	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Gia tri gia tang	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Do thich ung	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Do tin cay	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	Thong tin	165	165	165	165	165	165	165	165	165

	Transit/transfer	165	165	165	165	165	165	165	165	165
	An toan	165	165	165	165	165	165	165	165	165

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736(a)	.542	.518	.555	1.827

a Predictors: (Constant), An toan, Transit/transfer, Thong tin, Do tin cay, Do thich ung , Gia tri gia tang, Dieu kien huu hinh, Do dap ung

b Dependent Variable: Cam giac hai long

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.690	8	7.086	23.041	.000(a)
	Residual	47.977	156	.308		
	Total	104.667	164			

a Predictors: (Constant), An toan, Transit/transfer, Thong tin, Do tin cay, Do thich ung , Gia tri gia tang, Dieu kien huu hinh, Do dap ung

b Dependent Variable: Cam giac hai long

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.333	.043		100.371	.000
	Do dap ung	.351	.043	.439	8.108	.000
	Dieu kien huu hinh	.259	.043	.325	5.991	.000
	Gia tri gia tang	.162	.043	.203	3.736	.000
	Do thich ung	.047	.043	.058	1.076	.283
	Do tin cay	.314	.043	.393	7.245	.000
	Thong tin	.079	.043	.099	1.821	.070
	Transit/transfer	.145	.043	.182	3.352	.001
	An toan	-.032	.043	-.040	-.740	.460

a Dependent Variable: Cam giac hai long

Coefficient Correlations(a)

Model			An toan	Transit/transfer	Thong tin	Do tin cay	Do thich ung	Gia tri gia tang	Dieu kien huu hinh	Do dap ung
1	Correlations	An toan	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		Transit/transfer	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		Thong tin	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
		Do tin cay	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
		Do thich ung	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
		Gia tri gia tang	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
		Dieu kien huu hinh	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
		Do dap ung	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000
	Covariances	An toan	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		Transit/transfer	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		Thong tin	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
		Do tin cay	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
		Do thich ung	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
		Gia tri gia tang	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
		Dieu kien huu hinh	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
		Do dap ung	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002

a Dependent Variable: Cam giac hai long

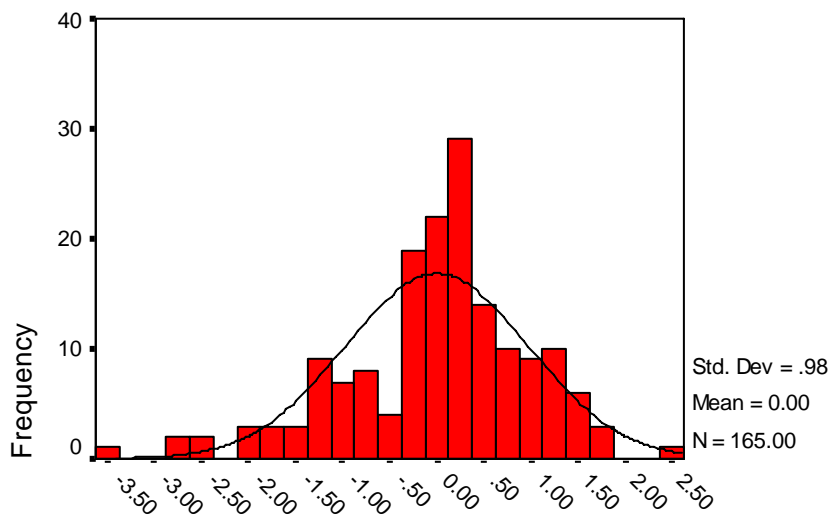
Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.71	5.19	4.33	.588	165
Std. Predicted Value	-2.757	1.449	.000	1.000	165
Standard Error of Predicted Value	.057	.337	.123	.040	165
Adjusted Predicted Value	2.91	5.20	4.33	.587	165
Residual	-1.89	1.41	.00	.541	165
Std. Residual	-3.407	2.548	.000	.975	165
Stud. Residual	-3.482	2.730	-.001	1.015	165
Deleted Residual	-1.97	1.62	.00	.588	165
Stud. Deleted Residual	-3.614	2.788	-.003	1.025	165
Mahal. Distance	.722	59.665	7.952	7.273	165
Cook's Distance	.000	.232	.010	.027	165
Centered Leverage Value	.004	.364	.048	.044	165

a Dependent Variable: Cam giac hai long

Histogram

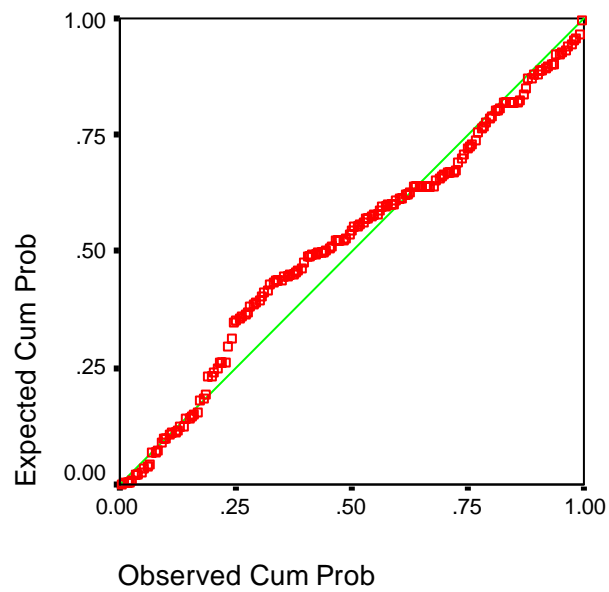
Dependent Variable: Cam giac hai long



Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot

Cam giac hai long



PHỤ LỤC 8:
KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY LẦN 2
(Sau khi loại 3 nhân tố Độ thích ứng, Thông tin và An toàn)

Correlations

		Cam giac hai long	Do dap ung	Dieu kien huu hinh	Gia tri gia tang	Do tin cay	Transit/ transfer
Pearson Correlation	Cam Giac hai long	1.000	.439	.325	.203	.393	.182
	Do dap ung	.439	1.000	.000	.000	.000	.000
	Dieu kien huu hinh	.325	.000	1.000	.000	.000	.000
	Gia tri gia tang	.203	.000	.000	1.000	.000	.000
	Do tin cay	.393	.000	.000	.000	1.000	.000
	Transit/transfer	.182	.000	.000	.000	.000	1.000
	Sig. (1-tailed)	Cam Giac hai long	.	.000	.000	.005	.000
	Do dap ung	.000	.	.500	.500	.500	.500
	Dieu kien huu hinh	.000	.500	.	.500	.500	.500
	Gia tri gia tang	.005	.500	.500	.	.500	.500
	Do tin cay	.000	.500	.500	.500	.	.500
	Transit/transfer	.010	.500	.500	.500	.500	.
N	Cam Giac hai long	165	165	165	165	165	165
	Do dap ung	165	165	165	165	165	165
	Dieu kien huu hinh	165	165	165	165	165	165
	Gia tri gia tang	165	165	165	165	165	165
	Do tin cay	165	165	165	165	165	165
	Transit/transfer	165	165	165	165	165	165
		Transit/transfer	165	165	165	165	165

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.726(a)	.527	.512	.558	1.814

a Predictors: (Constant), Transit/transfer, Do tin cay, Gia tri gia tang, Dieu kien huu hinh, Do dap ung

b Dependent Variable: Cam Giac hai long

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.145	5	11.029	35.411	.000(a)

	Residual	49.522	159	.311		
	Total	104.667	164			

a Predictors: (Constant), Transit/transfer, Do tin cay, Gia tri gia tang, Dieu kien huu hinh, Do dap ung
b Dependent Variable: Cam giac hai long

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	4.333	.043		99.739	.000	4.248	4.419
	Do dap ung	.351	.044	.439	8.057	.000	.265	.437
	Dieu kien huu hinh	.259	.044	.325	5.953	.000	.173	.346
	Gia tri gia tang	.162	.044	.203	3.712	.000	.076	.248
	Do tin cay	.314	.044	.393	7.199	.000	.228	.400
	Transit/transfer	.145	.044	.182	3.331	.001	.059	.231

a Dependent Variable: Cam giac hai long

Coefficient Correlations(a)

Model			Transit/ transfer	Do tin cay	Gia tri gia tang	Dieu kien huu hinh	Do dap ung
1	Correlations	Transit/transfer	1.000	.000	.000	.000	.000
		Do tin cay	.000	1.000	.000	.000	.000
		Gia tri gia tang	.000	.000	1.000	.000	.000
		Dieu kien huu hinh	.000	.000	.000	1.000	.000
		Do dap ung	.000	.000	.000	.000	1.000
	Covariances	Transit/transfer	.002	.000	.000	.000	.000
		Do tin cay	.000	.002	.000	.000	.000
		Gia tri gia tang	.000	.000	.002	.000	.000
		Dieu kien huu hinh	.000	.000	.000	.002	.000
		Do dap ung	.000	.000	.000	.000	.002

a Dependent Variable: Cam giac hai long

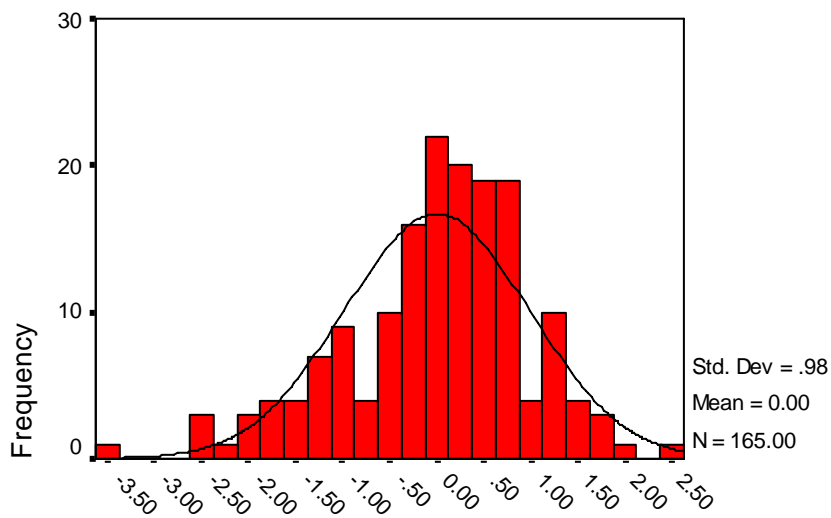
Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.82	5.22	4.33	.580	165
Std. Predicted Value	-2.614	1.526	.000	1.000	165
Standard Error of Predicted Value	.052	.301	.101	.032	165
Adjusted Predicted Value	2.79	5.22	4.34	.577	165
Residual	-2.00	1.35	.00	.550	165
Std. Residual	-3.581	2.418	.000	.985	165
Stud. Residual	-3.639	2.582	-.002	1.011	165
Deleted Residual	-2.06	1.54	.00	.580	165
Stud. Deleted Residual	-3.789	2.629	-.004	1.021	165
Mahal. Distance	.441	46.814	4.970	4.822	165
Cook's Distance	.000	.276	.010	.028	165
Centered Leverage Value	.003	.285	.030	.029	165

a Dependent Variable: Cam giac hai long

Histogram

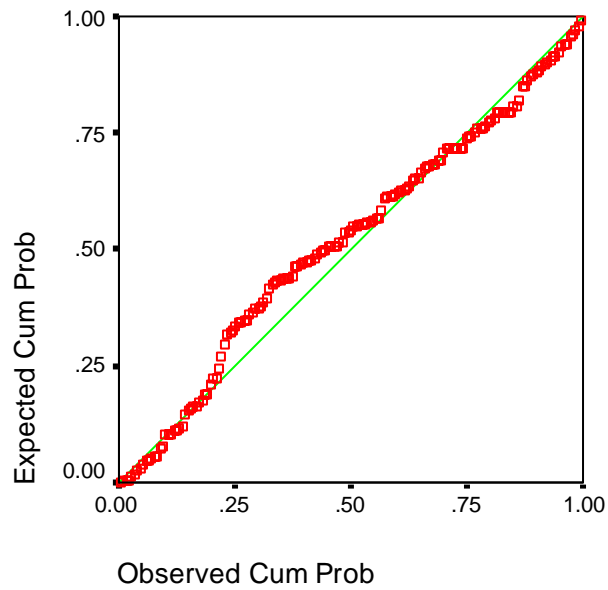
Dependent Variable: Cam giac hai long



Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot

Cam giac hai long



**PHỤ LỤC 9:
ĐIỂM TRUNG BÌNH VỀ TÂM QUAN TRỌNG**

	Trung bình
ktra AN	4.36
NV AN	4.25
check-in	4.35
NV check-in	4.32
ttuc HQ	4.24
NV HQ	4.30
ttuc XNC	4.43
NV XNC	4.31
DV transit/transfer	4.23
NV transit/transfer	4.14
thu tuc hop ly	4.33
dung gio	4.48
cap nhat tin chuyen tre	4.33
DV cho chuyen tre	4.29
DV cho chuyen huy	4.32
Ghe ngoi	4.10
Khoang cach ra xe buyt	3.79
Khoang cach ra ong long	3.89

Thang bo ra xe buyt	3.78
Duong noi bo SB	3.94
Thoi gian lay hanh ly	4.29
That lac hanh ly	4.50
NV Lost&Found	4.27
Ty le tim lai hanh ly	4.38
Xe buyt san dau	3.96
Ong long	3.93
Thang cuon	3.86
Khong gian nha ga	4.11
ve sinh	4.24
GT ra thanh pho	4.24
Ttin du lich	4.10
TTLL	4.08
Doi tien	4.12
Hang hoa	3.73
Nha hang	3.84
Giai tri	3.43
Cham soc suc khoe	3.18

Số trung vị (Median)	4.24
---------------------------------	-------------

**PHỤ LỤC 10:
ĐIỂM TRUNG BÌNH ĐNH GỈ CỦA HÌNH KỊCH**

	Trung bình
dgia ktra AN	3.47
dgia NV AN	3.28
dgia check-in	3.45
dgia NV check-in	3.53
dgia ttuc HQ	3.19
dgia NV HQ	3.12
dgia ttuc XNC	3.16
dgia NV XNC	3.11
dgia DV transit/transfer	3.42
dgia NV transit/transfer	3.49
dgia thu tuc hop ly	3.24
dgia dung gio	3.15
dgia cap nhat tin chuyen tre	3.22
dgia DV cho chuyen tre	2.90
dgia DV cho chuyen huy	2.84
dgia Ghe ngoi	3.15
dgia Khoang cach ra xe buyt	3.39
dgia Khoang cach ra ong long	3.62

dgia Thang bo ra xe buyt	3.39
dgia Duong noi bo SB	2.82
dgia Thoi gian lay hanh ly	3.34
dgia That lac hanh ly	3.80
dgia NV Lost&Found	3.24
dgia Ty le tim lai hanh ly	3.42
dgia Xe buyt san dau	3.30
dgia Ong long	3.50
dgia Thang cuon	3.33
dgia Khong gian nha ga	3.10
dgia ve sinh	3.30
dgia GT ra thanh pho	3.63
dgia Tin du lich	3.10
dgia TTLL	2.86
dgia Doi tien	3.49
dgia Hang hoa	2.78
dgia Nha hang	2.52
dgia Giai tri	2.26
dgia Cham soc suc khoe	2.41

Số trung vị (Median)	3.24
---------------------------------	-------------

