

# MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC .....	iii
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU .....	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, SƠ ĐỒ .....	vii
PHẦN 1: MỞ ĐẦU .....	viii
1. Đặt vấn đề .....	viii
2. Mục tiêu nghiên cứu .....	x
Mục tiêu chung .....	x
Mục tiêu cụ thể .....	x
3. Câu hỏi nghiên cứu .....	x
4. Đối tượng nghiên cứu .....	x
5. Phạm vi nghiên cứu .....	xi
6. Phương pháp nghiên cứu .....	xi
Thống kê mô tả .....	xi
Nghiên cứu định tính .....	xi
Nghiên cứu định lượng .....	xi
7. Ý nghĩa nghiên cứu .....	xii
Bố cục bài báo cáo .....	xii
PHẦN 2: NỘI DUNG .....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU .....	1
1.1 Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ .....	1
1.1.1 Khái niệm về dịch vụ .....	1
1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ .....	1
1.1.3 Đặc điểm về chất lượng dịch vụ .....	3
1.1.4 Khái niệm về dịch vụ hàng không .....	3
1.1.5 Chất lượng dịch vụ hàng không .....	4
1.2 Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng .....	6
1.2.1 Một số khái niệm về khách hàng .....	6
*Khái niệm khách hàng .....	6
*Tầm quan trọng của khách hàng .....	7
1.2.2 Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng .....	7
1.2.3 Vai trò về sự hài lòng của khách hàng .....	8
1.2.4 Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng CSI .....	9
1.3 Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng .....	11

1.3.1	Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng .....	11
1.3.2	Sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực hàng không.....	11
1.3.2.1	Khái niệm sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực hàng không....	12
1.3.2.2	Tính đặc thù của sự hài lòng hành khách trong thị trường hàng không giá rẻ .....	13
1.4	Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ qua sự hài lòng của khách hàng .....	14
1.4.1	Mô hình của Gronroos (1984) .....	14
1.4.2	Mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985) .....	17
1.4.3	Mô hình SERVPERF của Parasuraman và cộng sự (1988).....	19
1.4.4	Mô hình của Zeithaml và Bitner (2000) .....	21
1.5	Các nghiên cứu liên quan.....	22
1.5.1	Nghiên cứu ngoài nước.....	22
1.5.2	Nghiên cứu trong nước .....	24
1.6	Các giả thuyết liên quan/ các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng	29
1.6.1	Mối quan hệ giữa Phương tiện hữu hình và Sự hài lòng .....	29
1.6.2	Mối quan hệ giữa Độ tin cậy và Sự hài lòng .....	29
1.6.3	Mối quan hệ giữa Khả năng đáp ứng và Sự hài lòng.....	30
1.6.4	Mối quan hệ giữa Lịch trình chuyến bay và Sự hài lòng.....	30
1.6.5	Mối quan hệ giữa Tiếp viên hàng không và Sự hài lòng .....	30
1.6.6	Mối quan hệ giữa Nhân viên mặt đất và Sự hài lòng.....	31
1.7	Mô hình nghiên cứu đề xuất .....	32
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1 .....</b>		<b>33</b>
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN HÀNG KHÔNG VIETJET .....</b>		<b>34</b>
2.1	Giới thiệu về công ty.....	34
2.1.1	Tổng quan .....	34
2.1.2	Tầm nhìn sứ mệnh .....	35
	Tầm nhìn .....	35
	Sứ mệnh .....	35
2.1.3	Bộ máy tổ chức .....	36
2.1.4	Sản phẩm kinh doanh.....	36
2.2	Giới thiệu thực trạng hoạt động ngành hàng không Việt Nam .....	38
2.2.1	Tổng quan về ngành hàng không .....	38
2.2.2	Thực trạng về hãng Vietjet Air .....	40
2.3	Phân tích dữ liệu sơ cấp .....	43
2.3.1	Phương pháp nghiên cứu .....	43
2.3.2	Thu thập và phân tích dữ liệu .....	44

2.3.3 Thiết kế bảng câu hỏi (Phiếu khảo sát định tính) .....	46
*Thang đo sự hài lòng: .....	46
*Thang đo độ tin cậy: .....	47
*Thang đo lịch trình chuyến bay: .....	47
*Thang đo phương tiện hữu hình:.....	47
*Thang đo khả năng đáp ứng:.....	47
*Thang đo tiếp viên hàng không: .....	48
*Thang đo nhân viên mặt đất:.....	48
2.3.4 Diễn đạt và mã hoá thang đo .....	49
2.3.5 Phương pháp phân tích .....	52
2.3.5.1 Đối tượng khảo sát.....	52
2.3.5.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha .....	54
2.3.5.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA .....	56
2.3.5.4 Kết quả kiểm định trung bình tổng thể với các biến độc lập .....	61
2.3.5.5 Phân tích tương quan các biến độc lập và biến phụ thuộc bằng biến đại diện tạo trong dữ liệu SPSS .....	63
2.3.5.6 Phân tích hồi quy .....	65
TÓM TẮT CHƯƠNG 2 .....	68
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG.....	69
3.1 Phân tích lựa chọn các vấn đề còn đang tồn tại ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của Vietjet Air để giải quyết .....	69
3.2 Đề xuất giải pháp .....	71
3.2.1. Nâng cao trải nghiệm khách hàng tại điểm check-in.....	71
3.2.2 Nâng cao tốc độ và hiệu quả giải quyết yêu cầu.....	72
PHẦN 3: KẾT LUẬN.....	77
1. Kết luận đề tài .....	77
2. Khuyến nghị.....	78
3. Hạn chế của đề tài .....	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO .....	79
PHỤ LỤC 1 .....	80
PHỤ LỤC 2 .....	85
PHỤ LỤC 3 .....	96