



Ngành Hàng không & Du lịch

LÊ THỊ AN THÁI – DATA INSIGHT
03/2020



1. Thông tin chung về ngành hàng không

- Đặc điểm, đánh giá ngành
- Thị phần, Đặc điểm các hãng hàng không Việt Nam



3.Users' insights trên Admicro Network liên quan đến Hàng không & du lịch quý 3, quý 4 _2019



2. Hàng không & du lịch

- Sơ lược về ngành Du lịch tại Việt Nam
- Ngành hàng không kết hợp với du lịch như thế nào ?



4.Ảnh hưởng của Corona đến ngành Hàng không VN QUÝ 1/2020

01

TỔNG QUAN NGÀNH HÀNG KHÔNG



Đặc điểm, đánh giá ngành: SWOT ngành hàng không

STRENGTHS

- Tốc độ tăng trưởng hành khách thuộc nhóm nhanh nhất thế giới
- Chi phí đi lại bằng đường hàng không khá cạnh tranh
- Mạng lưới đường bay kết nối rộng khắp
- 20 năm an toàn hàng không dân dụng VN

THREATS

- Các hãng hàng không trong khu vực thâm nhập thị trường Việt Nam: *Hãng hàng không lữ hành Việt Nam (Viettravel Air)* và *Hãng hàng không Cánh Diều (Kite Air)*.
- Tốc độ tăng trưởng hành khách nội địa chậm lại
- Cơ sở hạ tầng cũng như nguồn nhân lực cần phát triển đồng bộ
- **Ảnh hưởng nghiêm trọng từ đại dịch CORONA 2020**



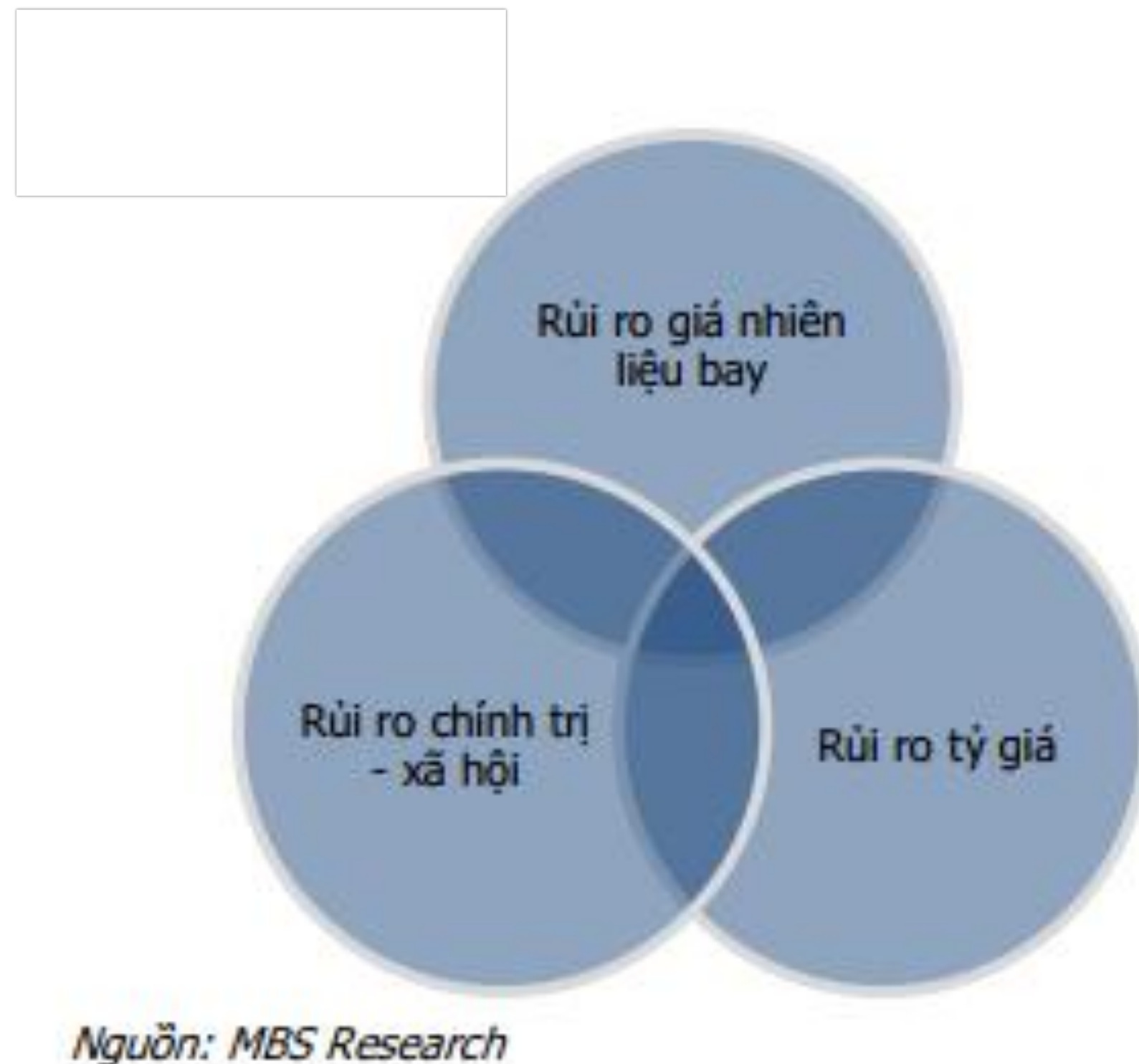
WEAKNESSES

- Cơ sở hạ tầng hàng không chưa theo kịp nhu cầu phát triển ngành hàng không.
- Thị phần hành khách quốc tế vẫn nằm trong tay các hãng hàng không ngoại.
- Quy hoạch sân bay còn yếu

OPPORTUNITIES

- Điểm đến du lịch an toàn, hấp dẫn của thế giới
- Dự án sân bay quốc tế Long Thành dự kiến hoàn thành 2025
- Thỏa thuận hợp tác hoạt động với các đơn vị quốc tế
- Thị trường Châu Á – Thái Bình Dương được dự đoán tiếp tục tăng trưởng.

Đặc điểm, đánh giá ngành: Rủi ro chính ngành hàng không



Ngành vận tải hàng không Việt Nam đang có tiềm năng tăng trưởng rất lớn, tuy nhiên cũng đang đối mặt với những rủi ro khó kiểm soát với quy mô ảnh hưởng lớn:

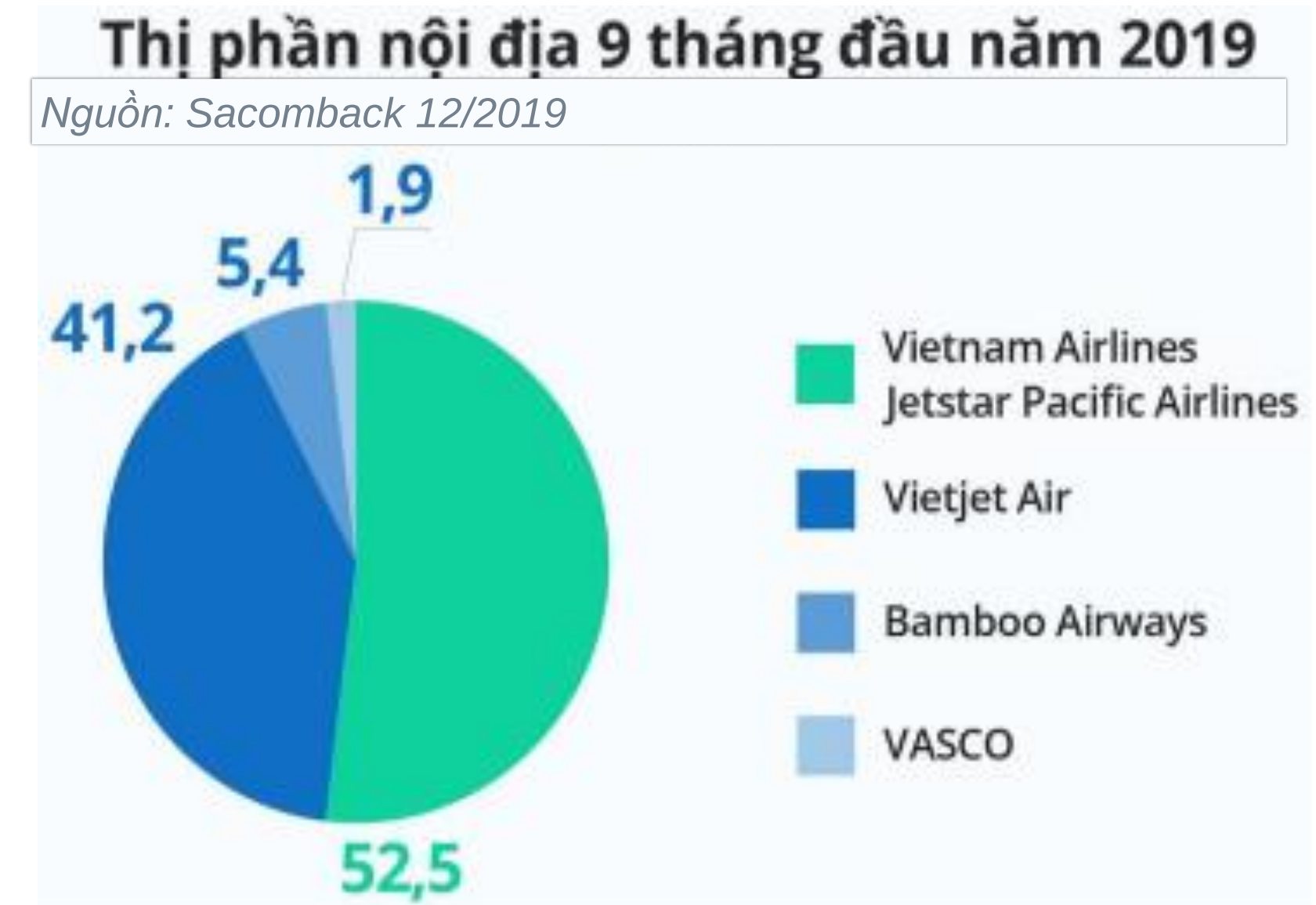
- **Rủi ro giá nhiên liệu bay** ảnh hưởng mạnh đối với các hãng vận tải hàng không nói chung, do tính biến động bất định và tỷ trọng chính chiếm khoảng 35% cơ cấu chi phí hoạt động của hãng;
- **Rủi ro bất ổn chính trị - xã hội** tác động lên tính an toàn cùng tâm lý của hành khách hàng không, bên cạnh đó thị trường du lịch là động lực cho ngành hàng không rất nhạy cảm với những bất ổn chính trị - xã hội của quốc gia đó;
- **Rủi ro tỷ giá** ảnh hưởng nhiều hơn tới những hãng hàng không vay nợ để tài trợ đội tàu bay thông qua nghiệp vụ thuê tài chính, ngoài ra các nhóm chi phí chính như nhiên liệu bay, chi phí sở hữu máy bay được thanh toán bằng USD.

Thị phần, Đặc điểm các hãng hàng không Việt Nam

VietNam Airline		VietJet Air	Bamboo
Định vị	hãng hàng không cao cấp, thương hiệu quốc gia	hãng hàng không giá rẻ	mô hình Hybrid, khách hàng sẽ được phục vụ những tiện ích như của hàng không truyền thống, nhưng với mức giá có thể cạnh tranh trực tiếp với các hãng giá rẻ LCC.
Xây dựng thương hiệu	- Hình ảnh duyên dáng, chuẩn mực với áo dài truyền thống. - Truyền thông, PR xây dựng hình ảnh “sạch”	- Hình ảnh tươi trẻ, năng động. - Hãng hàng không “sexy” đã có rất nhiều chiêu thức PR ấn tượng, gắn với hình ảnh hãng hàng không Bikini	Cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ, sự an toàn và nhiều sản phẩm mới
Đặc điểm	- Vốn có uy tín, vị thế vững chắc vì là hãng hàng không quốc gia không chỉ nội địa mà cả trên đường bay quốc tế. - Đội tàu bay trẻ, nhiều chủng loại, hiện đại. - Cơ sở hạ tầng kỹ thuật tốt.	Giá vé thấp là cách thức cạnh tranh đặc biệt để Vietjet Air thu hút khách hàng - Tập trung vào phân khúc khách hàng trẻ trung, năng động và những đối tượng đi máy bay lần đầu, những đối tượng có thu nhập tầm trung.	Cung cấp nhiều hạng vé để cạnh tranh với cả hàng không truyền thống và LCC. Hàng không – du lịch: Bamboo Airways đặc biệt kết nối khách hàng tới những khu nghỉ dưỡng hàng đầu tại Việt Nam của Tập đoàn FLC thông qua những gói combo vé máy bay – nghỉ dưỡng với mức giá hợp lý. Khách hàng của Bamboo Airways có thể nhận được những gói ưu đãi đặc biệt khi chơi golf và nghỉ dưỡng tại quần thể FLC. Đường bay thẳng đến các điểm du lịch, tập trung vào các sân bay còn vắng. thay vì tập trung vào các thành phố lớn vốn có cơ sở hạ tầng hàng không đã trong tình trạng quá tải, Bamboo Airways lại tập trung vào các tuyến bay thẳng từ quốc tế tới các điểm du lịch Việt Nam, bao gồm các địa phương có dự án của FLC, như Quy Nhơn, Quảng Ninh, Hải Phòng, Thanh Hóa, Phú Quốc, Nha Trang... Chiến lược này cũng nhằm tiết kiệm thời gian và công sức di chuyển của du khách, tránh cho họ phải đi qua các điểm trung chuyển không cần thiết. Hãng bay đúng giờ toàn ngành hàng không Việt Nam

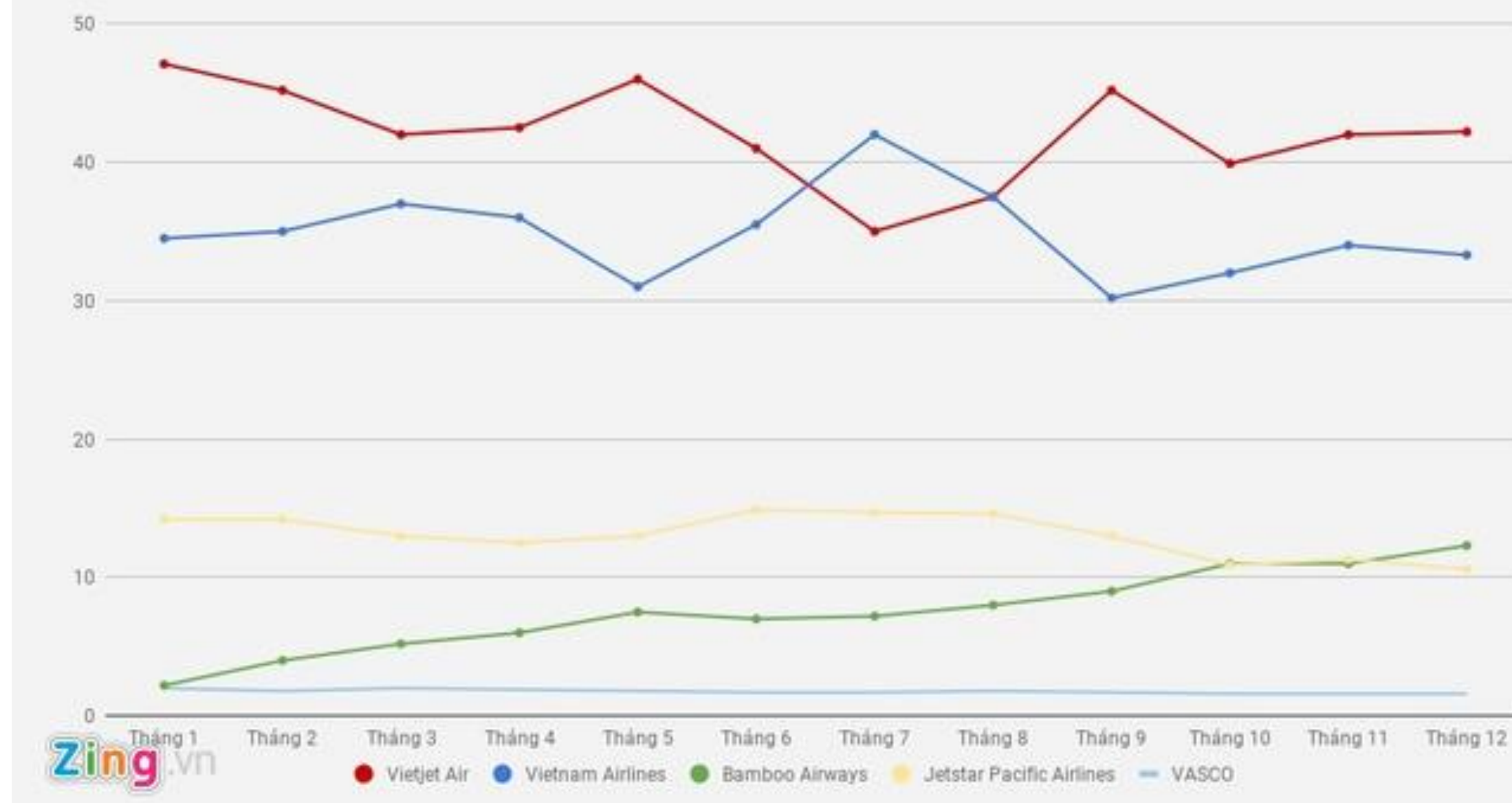
Thị phần, Đặc điểm các hãng hàng không Việt Nam

- Những năm qua **Vietnam Airlines** và **Vietjet Air** chia nhau miếng bánh lớn của thị trường, với hơn **40%** thị phần mỗi hãng. Jetstar Pacific và VASCO nắm chưa tới 20% thị phần.
- Trong khi Vietjet Air ngày càng lấn át Vietnam Airline để dẫn đầu thị trường thị sự xuất hiện của Bamboo đang tạo ra những thay đổi đáng kể.
- Cụ thể, kể từ khi chính thức cất cánh, tân binh **Bamboo Airways** là hãng duy nhất tăng trưởng về thị phần trong năm 2019 và những tháng cuối đã vượt Jetstar. Trong tháng 12/2019, Cục Hàng không ghi nhận hãng bay của ông Trịnh Văn Quyết nắm **12,3%** thị phần.



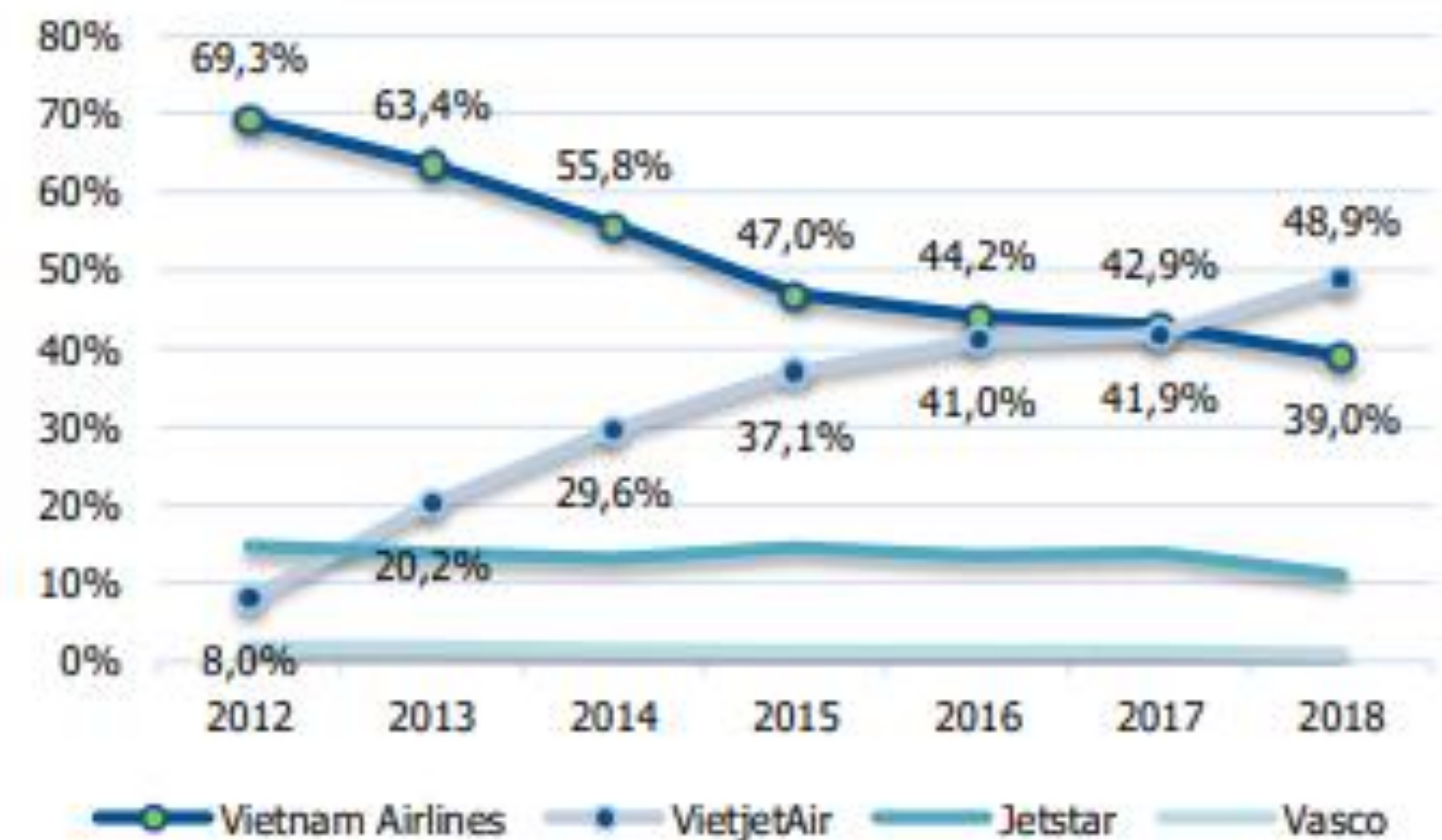
Tân binh Bamboo Airways 'lấn sân' các đối thủ

Thị phần nội địa của các hãng hàng không Việt Nam (đơn vị: phần trăm) (số liệu: Cục Hàng không)



Thị phần nội địa các hãng hàng không VN

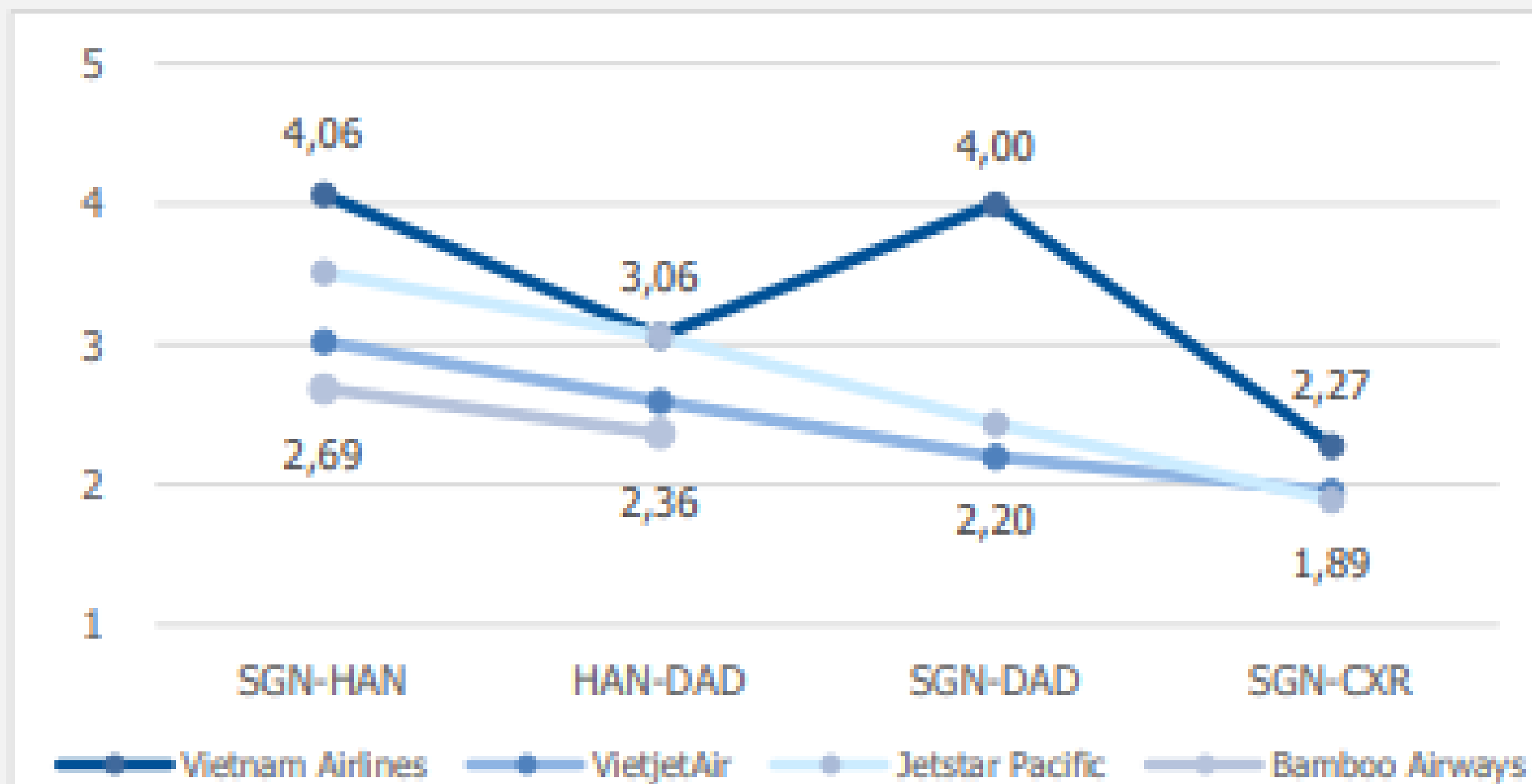
Nguồn: MBS 06/2019



Thị phần, Đặc điểm các hãng hàng không Việt Nam

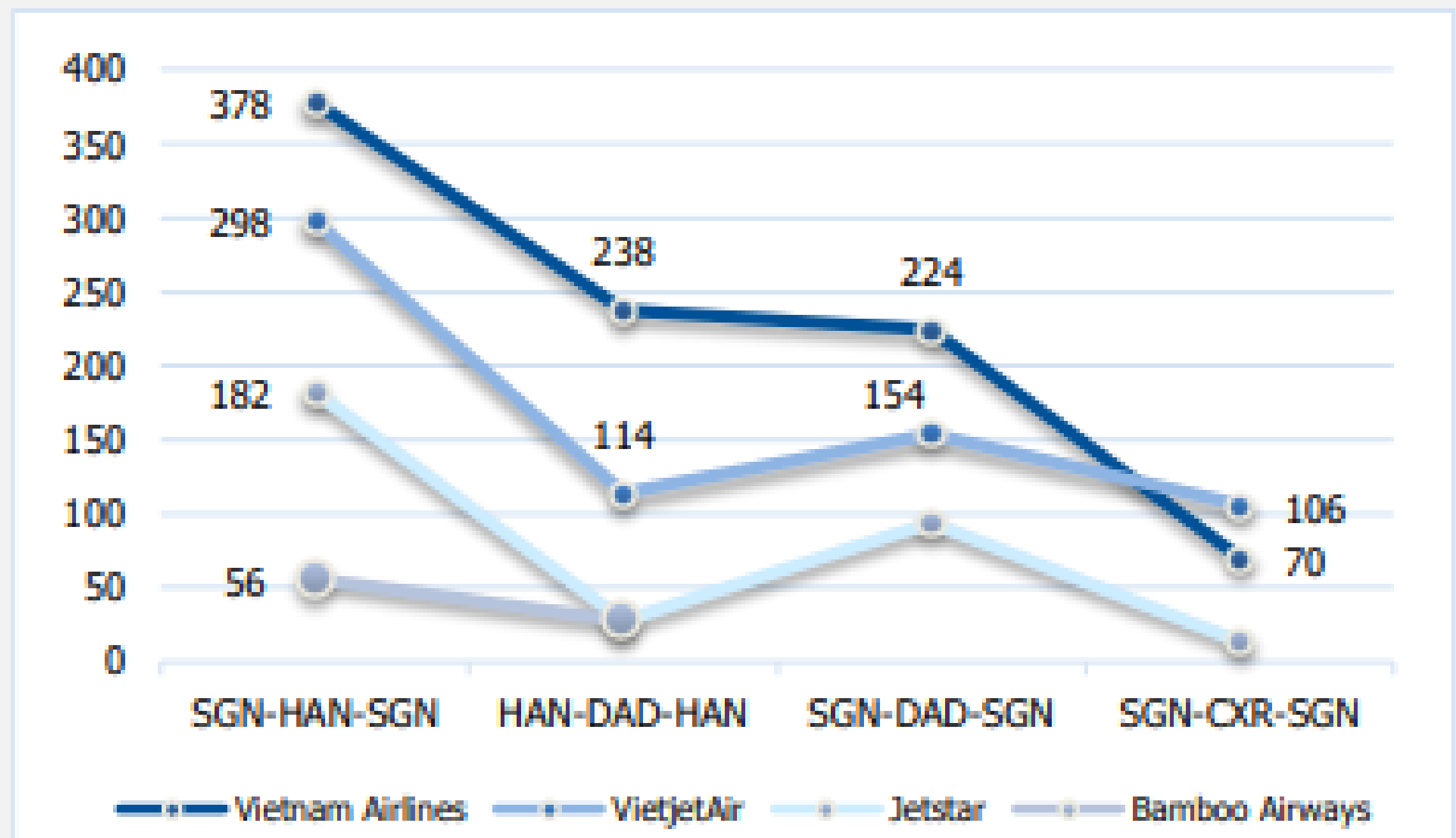
- Hành khách là nhóm đối tượng được hưởng lợi chính từ sự cạnh tranh trong ngành tăng lên, thế độc quyền được xóa bỏ.
- VietjetAir với mô hình hàng không giá rẻ, thâm nhập thị trường bằng cách cạnh tranh trực tiếp giá vé, đã hạ thấp mặt bằng giá vé, cụ thể giai đoạn 2014-2017, giá vé bình quân của Vietnam Airline và VietJet Air lần lượt giảm 7% và 16%/năm.
- Tại thị trường nội địa, trên các chặng bay vàng kết nối sân bay chính Tân Sơn Nhất – Nội Bài – Đà Nẵng, Vietnam Airlines có lợi thế hơn so với Vietjet về tần suất chuyến bay trên tuần, ghế cung ứng nhiều hơn với việc sử dụng đội tàu bay thân rộng cho chặng HAN-SGN.
- Đây cũng là 3 chặng bay có giá trị kinh tế cao nhất trên thị trường nội địa với lượt khách cao cùng tỷ lệ lấp đầy tốt. Các nhà ga nội địa sân bay trực chính vượt mức công suất thiết kế đã cản trở các hãng mở thêm đường bay nội địa mới cũng như tiếp tục tăng tần suất chuyến bay.
- Bamboo Airways tạm thời vẫn gặp khó khăn trong việc gia tăng hiện diện tại các chặng bay này do thiếu hụt slot bay.

Giá vé nội địa các chặng bay nội địa chính (triệu đồng)



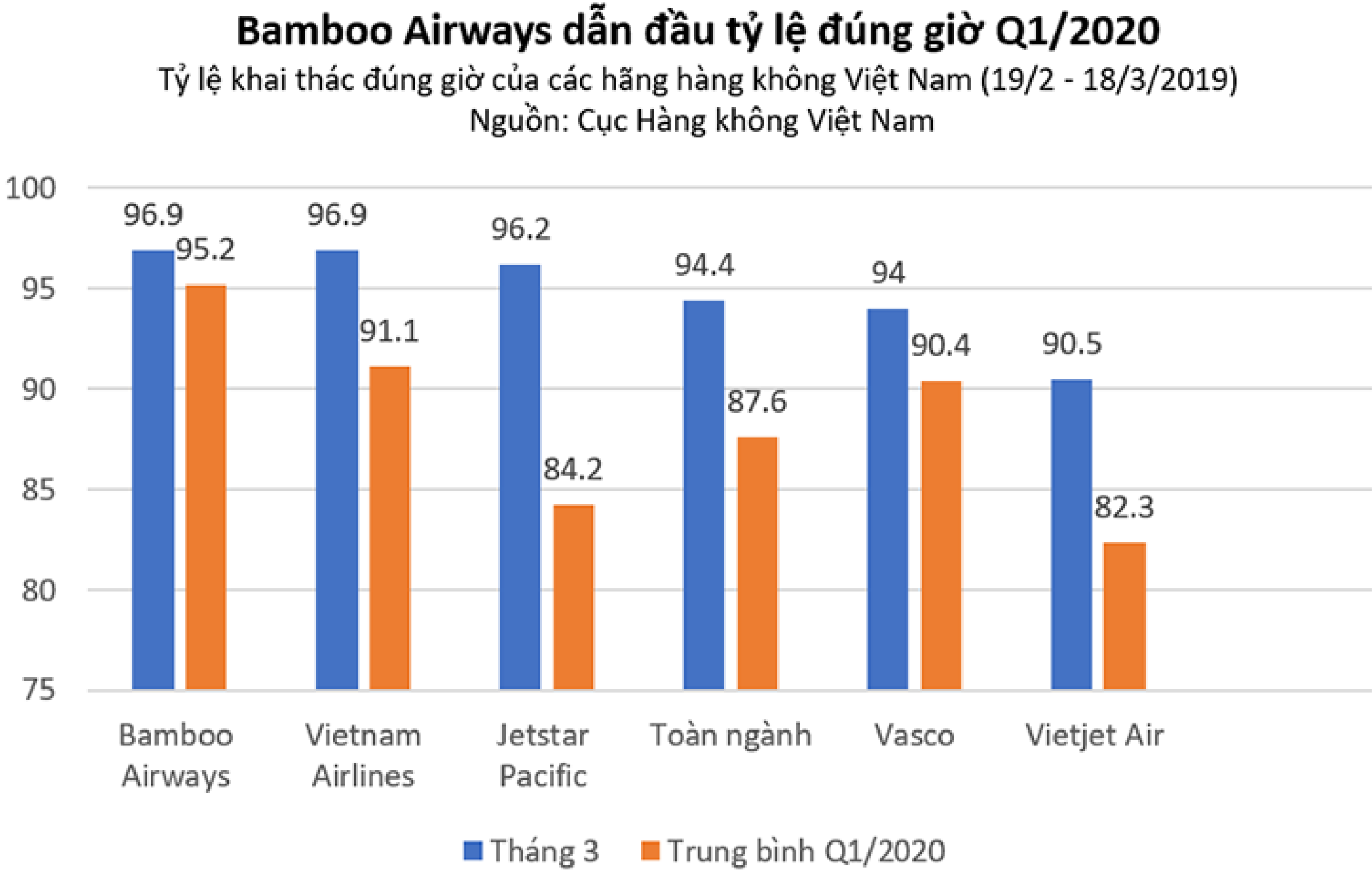
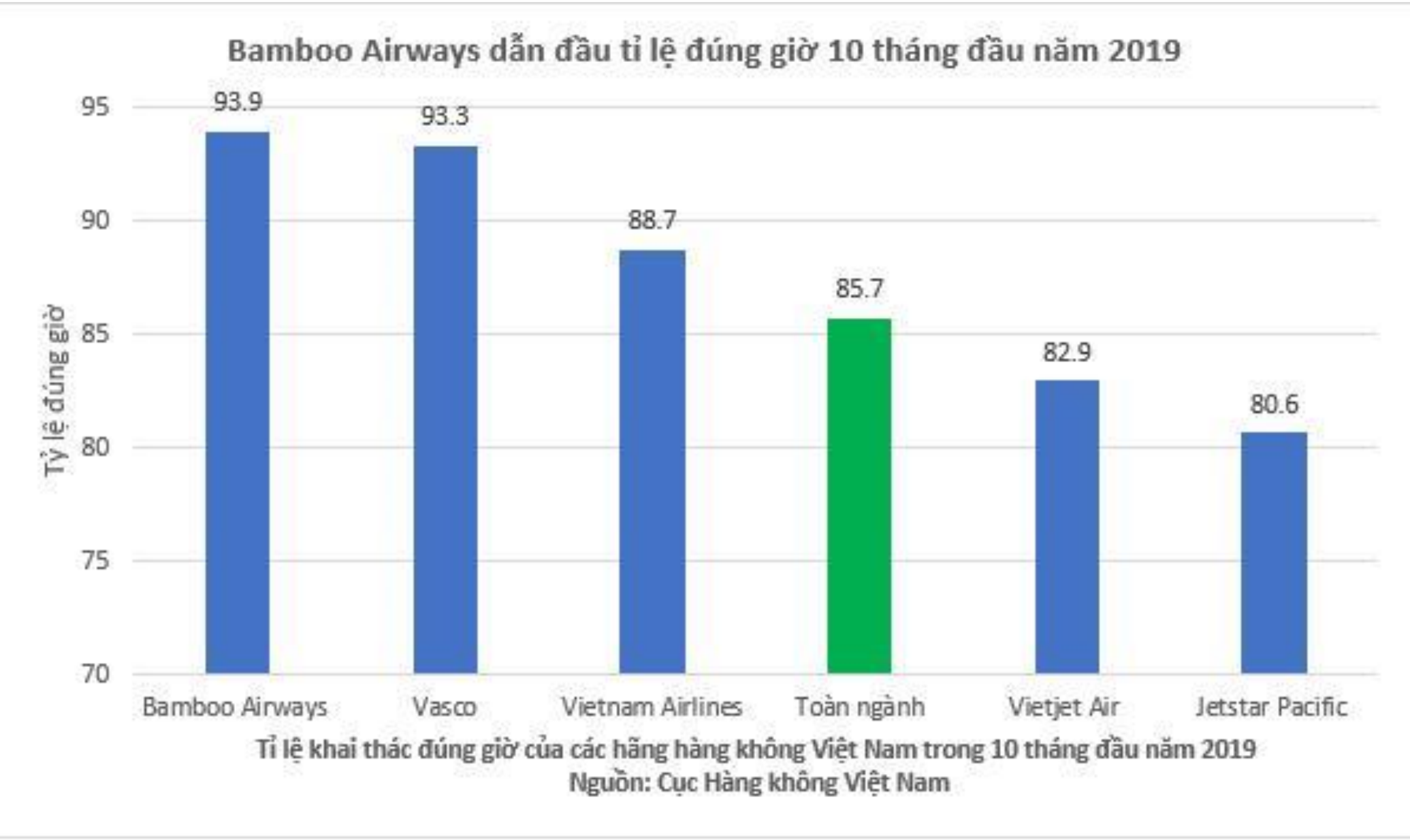
Giá vé hạng phổ thông khứ hồi 5 ngày, được xác định tại ngày 06/03/2019, đặt trước 1 tháng và 3 tháng. Giá vé của Vietjet và Jetstar đã bao gồm hành lý ký gửi 20kg cùng suất ăn trên máy bay

Tần suất các chặng bay nội địa chính (chuyến bay/tuần)



Thị phần, Đặc điểm các hãng hàng không Việt Nam

- Bamboo dẫn đầu tỉ lệ đúng giờ kể cả thời điểm xảy ra dịch Corona một phần do khai thác số chuyến bay ít hơn Vietnam Airline và VietJet
- Lý do dẫn tới tình trạng chậm chuyến nhiều nhất của các hãng là tàu bay về muộn với tỷ lệ 60-85% trong số các chuyến bay khởi hành trễ. Các nguyên nhân khác gồm trang thiết bị và dịch vụ tại sân bay; quản lý, điều hành bay; hãng hàng không; thời tiết; lý do khác.



**Những yếu tố mà
người tiêu dùng
quan tâm giữa các
hãng hàng không**



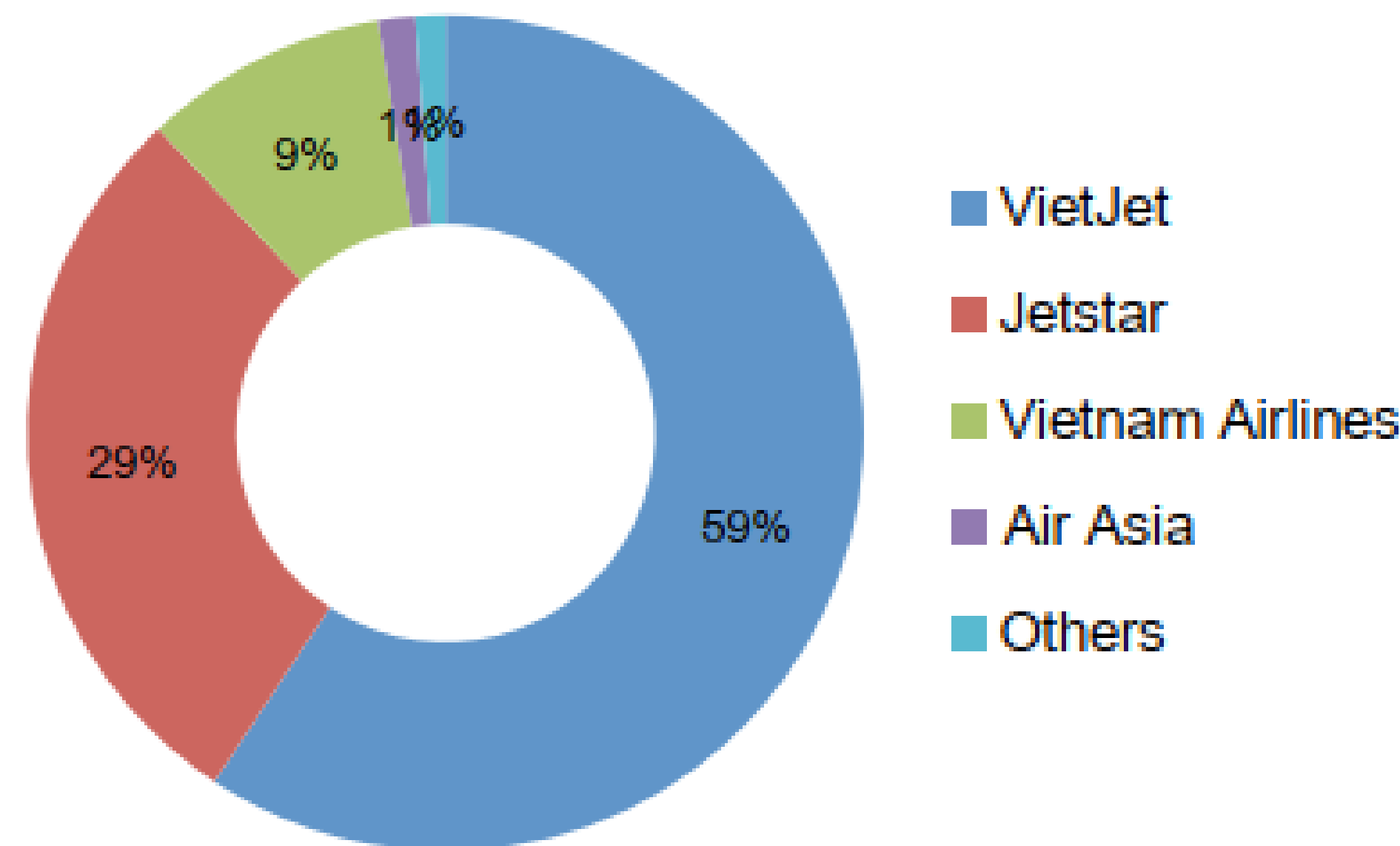
Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn Hãng hàng không nào để cất cánh của NTĐ



Vietnam Airline VS Vietjet

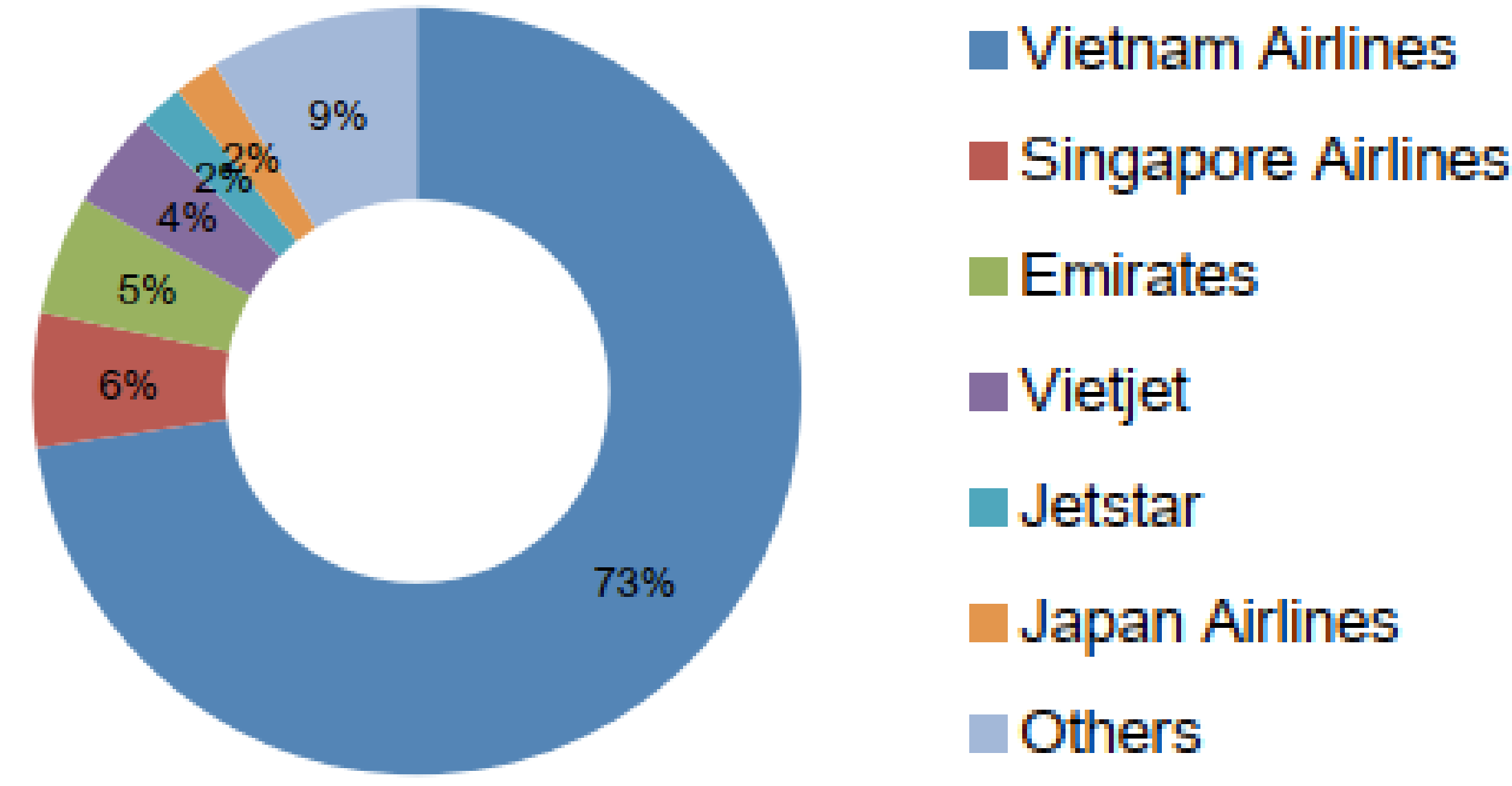
Cái tên nào sẽ xuất hiện khi bạn nói đến hãng hàng không có giá cả phải chăng? N = 378

Hơn một nửa chọn VietJet và theo sau là Jetstar



Cái tên nào sẽ xuất hiện khi bạn nói đến hãng hàng sang trọng? N = 378

Hơn 2/3 chọn Vietnam Airlines, số còn lại chọn các hãng hàng không quốc tế.

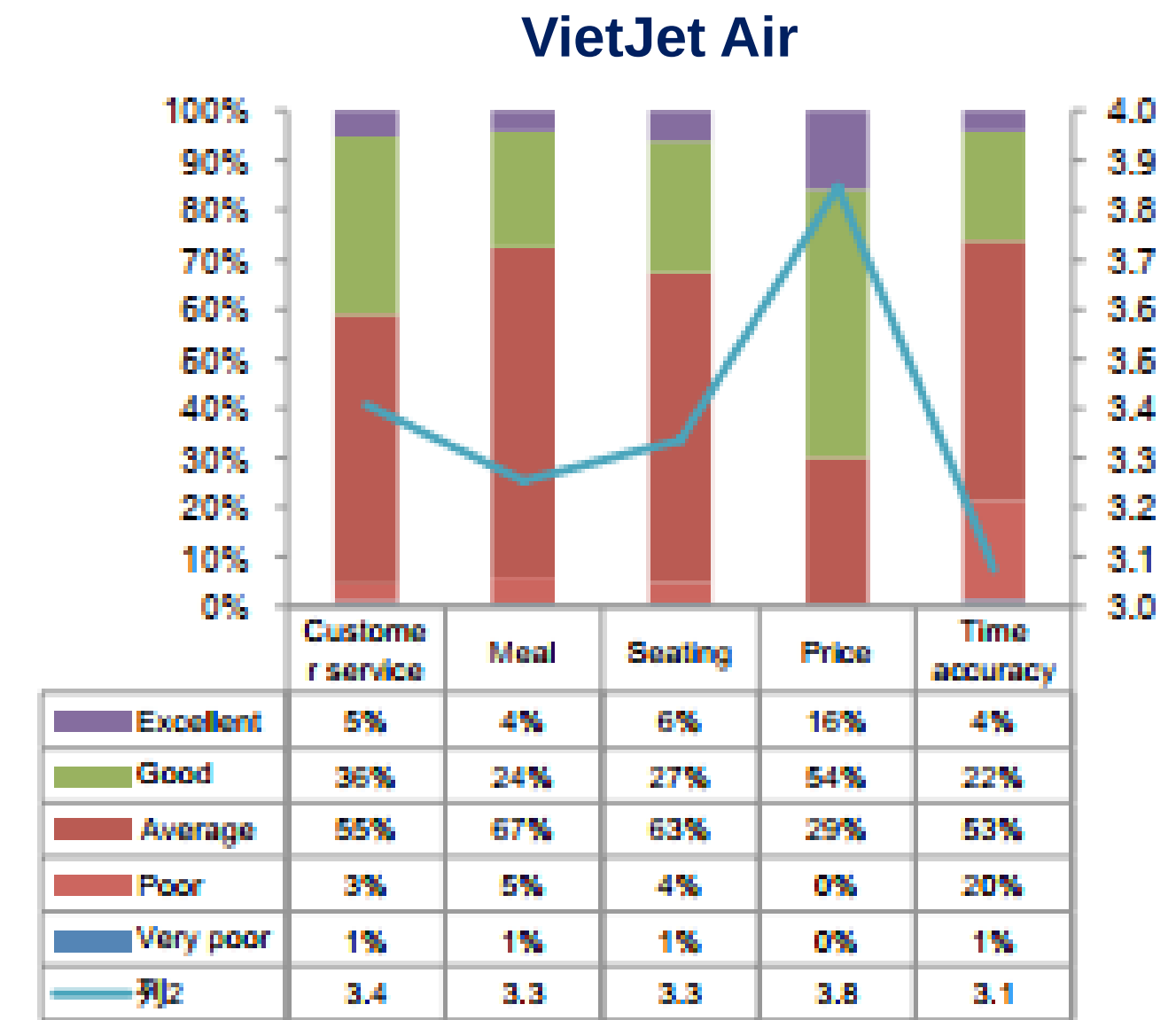
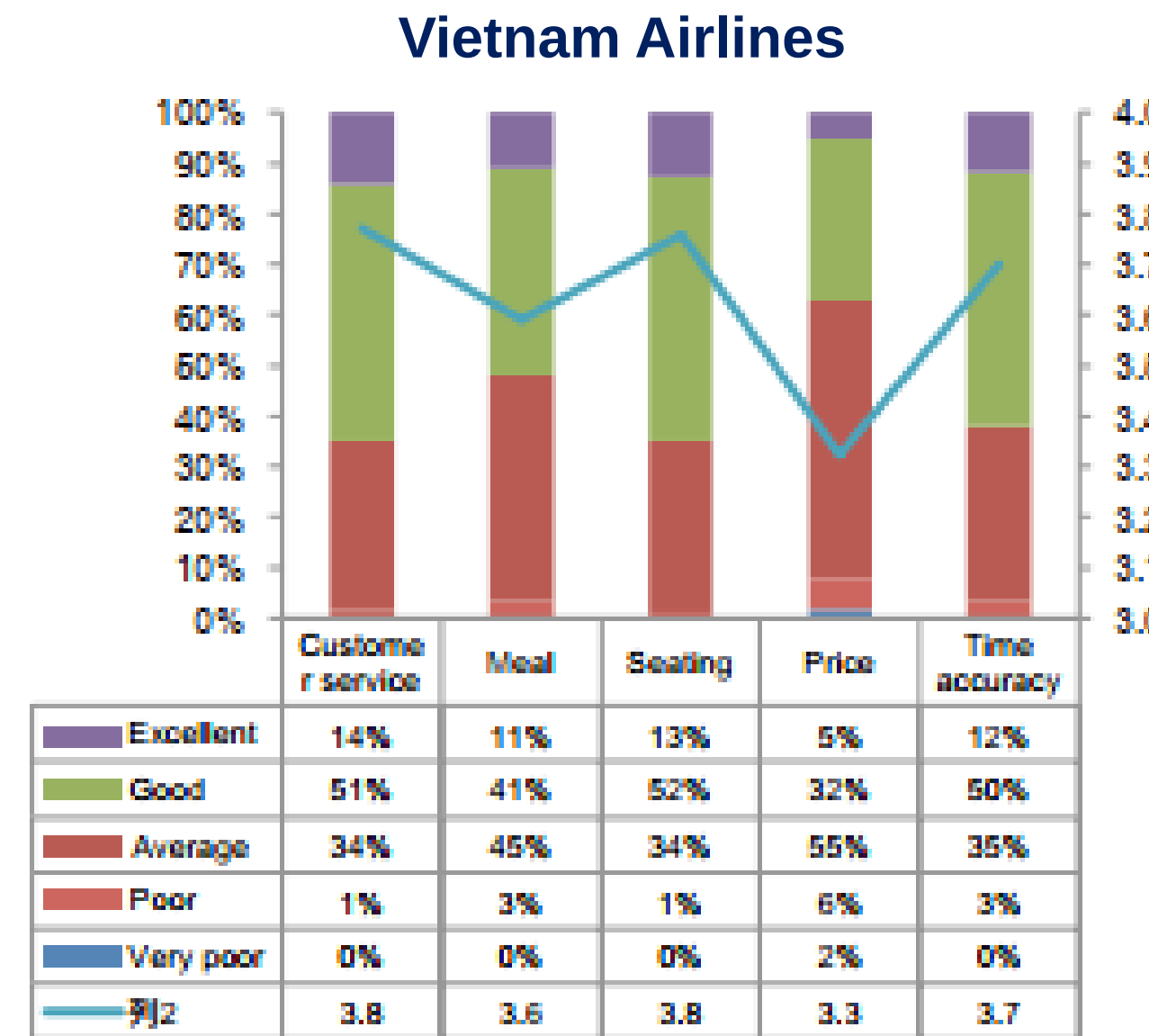


Source: Report Comparisons between Vietnam Airlines and VietJet Air 06/2017 của Q&Me

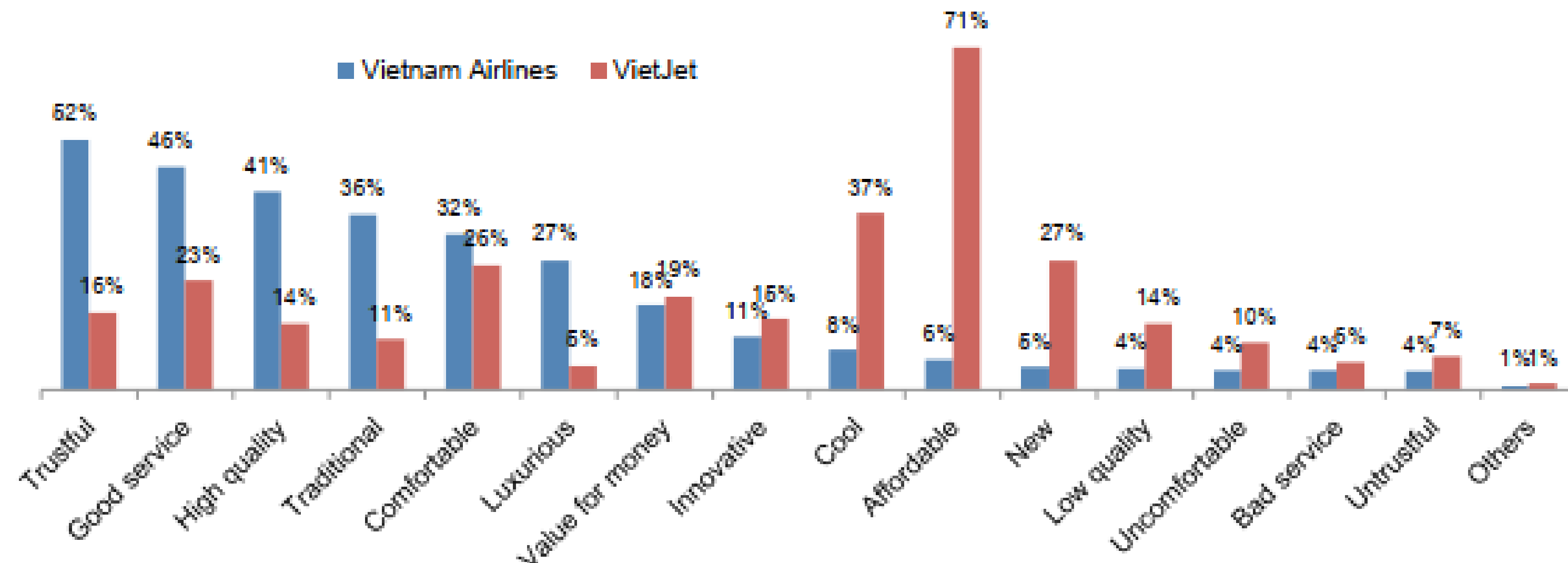
Vietnam Airline VS Vietjet

- Vietnam Airlines được đánh giá vượt trội hơn mọi mặt so với VietJet ngoại trừ **giá cả**.
- Vietnam Airlines được liên kết với hình ảnh chất lượng cao như đáng tin cậy, dịch vụ tốt. Trong khi VietJet được đánh giá theo định hướng giá cả. VietJet có hình ảnh “mát mẻ” do một số quảng cáo và chiến lược định vị thương hiệu của hãng kể từ khi ra mắt đến nay.
- Tuy nhiên, trong những năm gần đây, bên cạnh **giá vé rẻ** Vietjet Air đã không ngừng cải thiện chất lượng phục vụ và dần chiếm lĩnh thị trường bay.

Bạn đánh giá như thế nào về dịch vụ của Vietnam Airlines và VietJet? (VN=332, VJ=297)



Lựa chọn những từ miêu tả hình ảnh về Vietnam Airlines và VietJet? N = 378





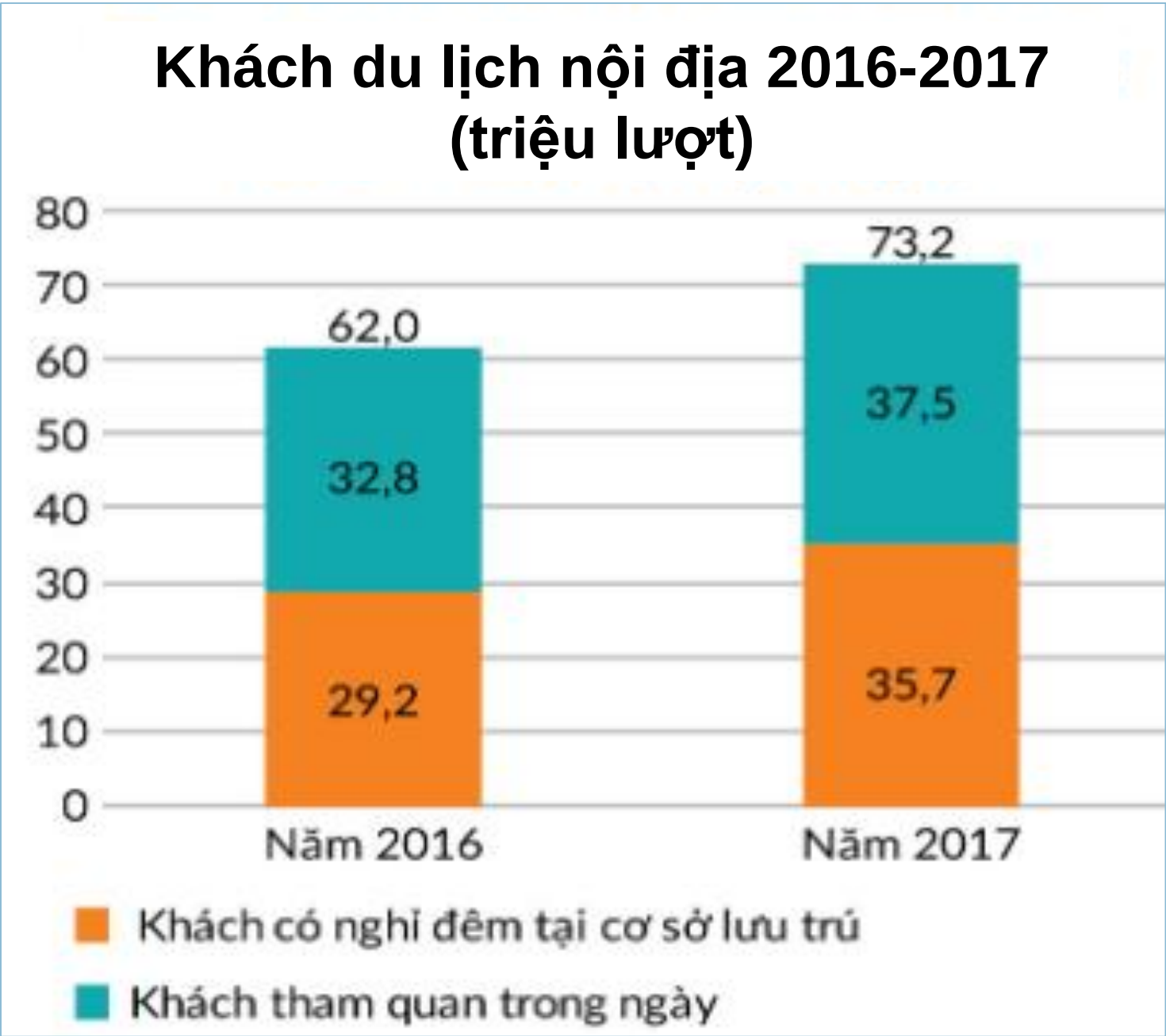
02

Hàng không và du lịch

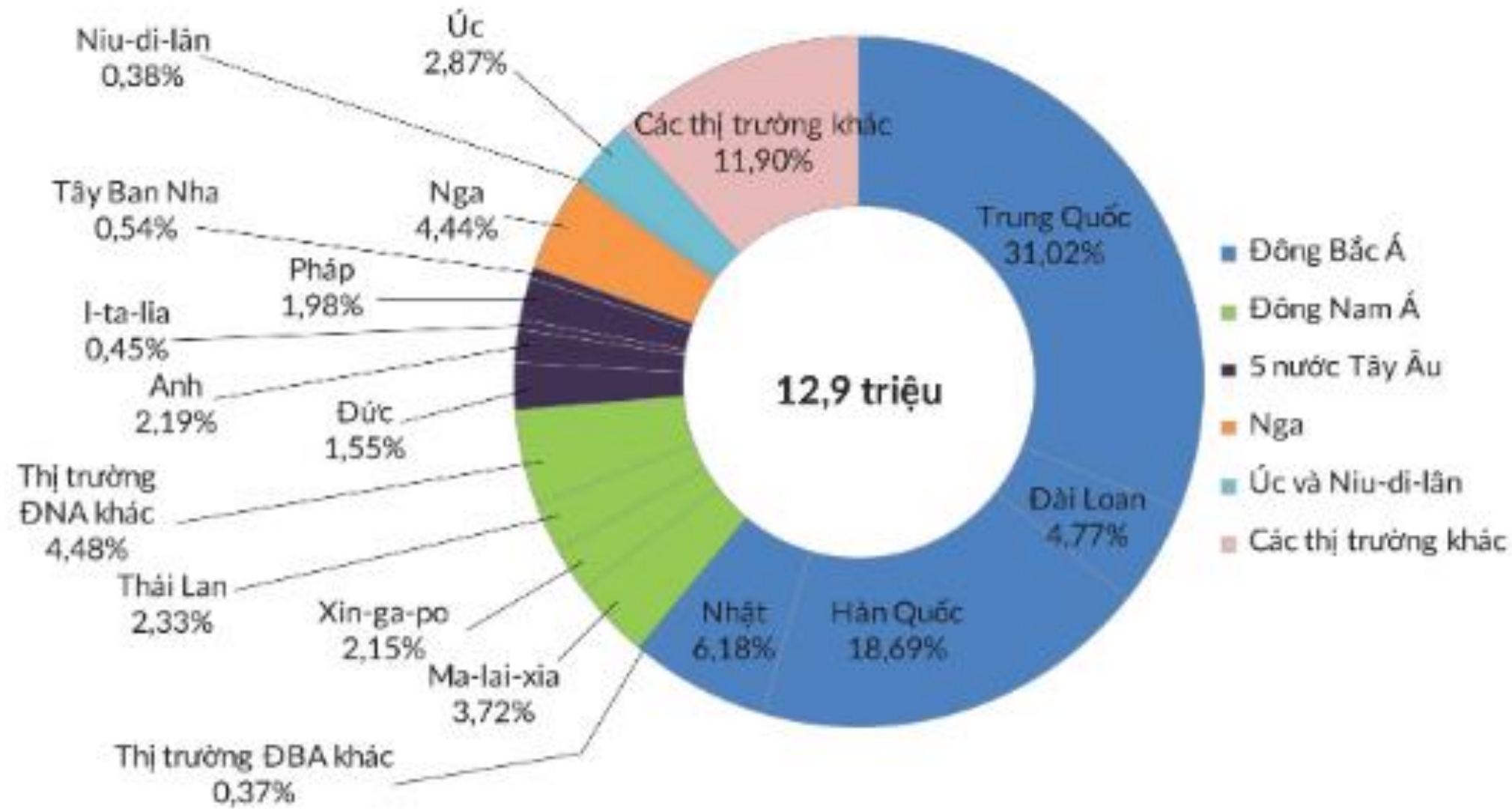


Sơ lược ngành du lịch Việt Nam

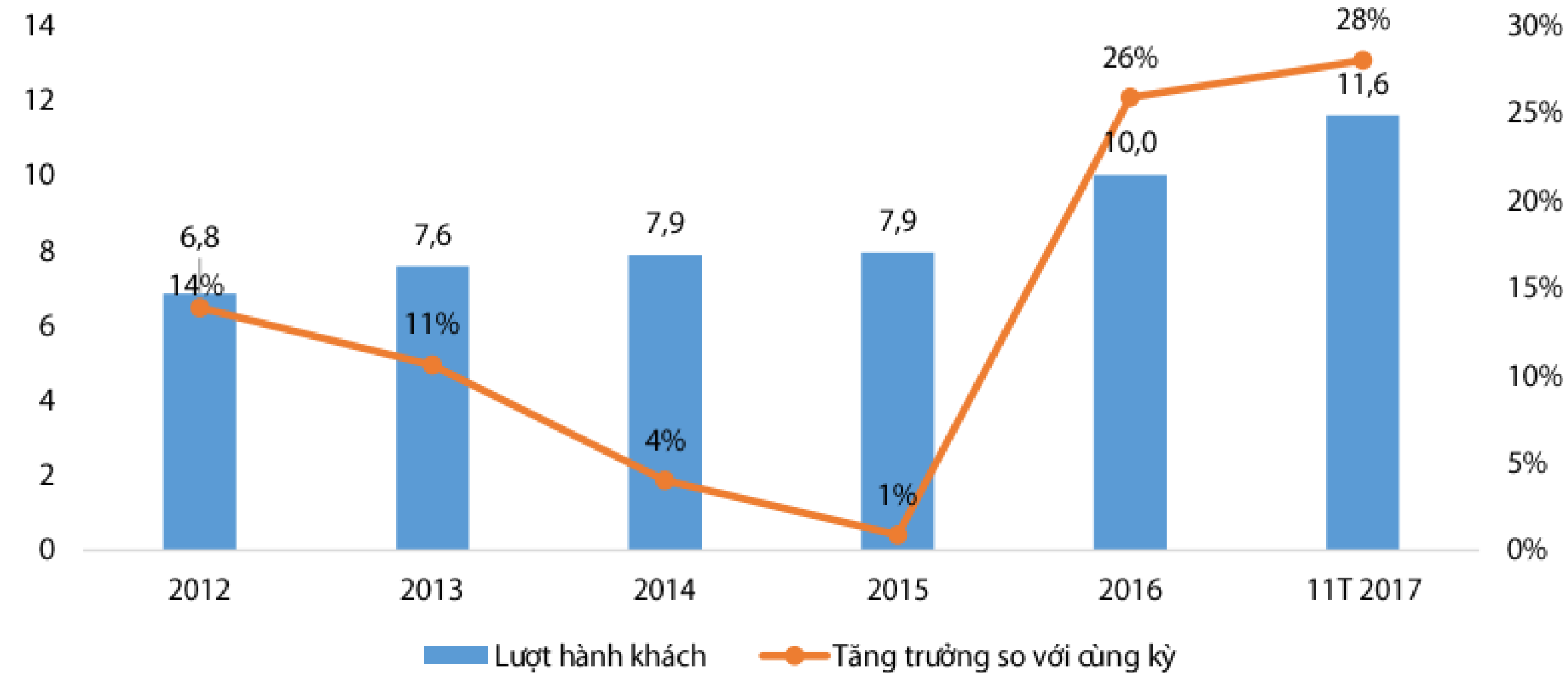
- Lượng khách du lịch của Việt Nam không ngừng tăng trưởng kể cả khách nội địa và khách quốc tế.
- Đặc biệt các thị trường khách quốc tế lớn của chúng ta là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật...



Thị phần khách du lịch quốc tế đến Việt Nam năm 2017



Hình: Lượng khách quốc tế đến Việt Nam qua từng năm (triệu lượt)



Source: Tổng cục du lịch Việt Nam



Ngành hàng không kết hợp với du lịch như thế nào ? 2018

01

Vietnam Airlines

Tổng công ty hàng không Việt Nam (Vietnam Airlines) và Tập đoàn Vingroup đã chính thức ký thỏa thuận hợp tác xây dựng các sản phẩm kết hợp hàng không và du lịch.

02

Bamboo Airways

Bamboo Airways cũng tung ra những ưu đãi song hành du lịch – hàng không, nhưng tận dụng chính hệ sinh thái của công ty mẹ là Tập đoàn FLC – doanh nghiệp đang sở hữu chuỗi khách sạn và resort tiêu chuẩn quốc tế trên khắp đất nước. VD: *Khởi tranh Bamboo Airways Takeoff Golf Tournament 2018 tại sân golf hàng đầu Việt Nam - FLC Samson Golf Links.*

03

VietJet Air

Vietjet cũng đã ký hợp tác với Tổng cục du lịch để đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu hình ảnh đất nước, con người, du lịch Việt Nam ra thế giới, mang đến cơ hội đi lại, du lịch thuận tiện cho người dân Việt Nam và du khách quốc tế, đặc biệt kết nối Việt Nam với thế giới gần với các điểm đến mà hãng này có đường bay trực tiếp.

Ngành hàng không kết hợp với du lịch như thế nào ? 2019

01

Sau khi **cung cấp dịch vụ bay chuyên cơ 8-13 chỗ đưa khách tới khu nghỉ dưỡng** từ đầu tháng 11, Six Senses Côn Đảo đã trở thành khu nghỉ dưỡng đầu tiên ở Việt Nam cung cấp sản phẩm này. Đây là sự kết hợp giữa Six Senses Côn Đảo và hãng hàng không lưỡng dụng Vietstar Airlines.

02

Công ty Trực thăng miền Nam (VNH South) đã **khai thác bốn chuyến khứ hồi mỗi tuần từ sân bay Vũng Tàu đến Côn Đảo** hồi cuối tháng 4. Động thái này đánh dấu sự chuyển mình, tham gia vào thị trường hàng không du lịch trong nước của một doanh nghiệp trước đây chuyên bay biển, chủ yếu phục vụ bay thăm dò và khai thác dầu khí.

03

Một doanh nghiệp cùng ngành VNH South là Trực thăng miền Bắc cũng bắt tay FastGo để cung cấp dịch vụ **đi chung trực thăng ngắm cảnh Hạ Long, sông Hồng... thông qua nền tảng đặt xe**. Các khu resort, khách sạn cũng liên tục bắt tay các hãng hàng không để đưa **bán combo du lịch trọn gói gồm vé máy bay, phòng nghỉ, dịch vụ giải trí... với mức giá hợp lý**.

04

So với thế giới, mô hình hàng không, du lịch đã có từ lâu. Doanh nghiệp lữ hành lớn nhất châu Âu - TUI hiện cũng là hãng hàng không **chuyên bay charter (hình thức thuê chuyên)** lớn nhất thế giới. Với đội bay 60 chiếc, TUI Airway đã phục vụ hơn 11 triệu lượt khách năm ngoái.

05

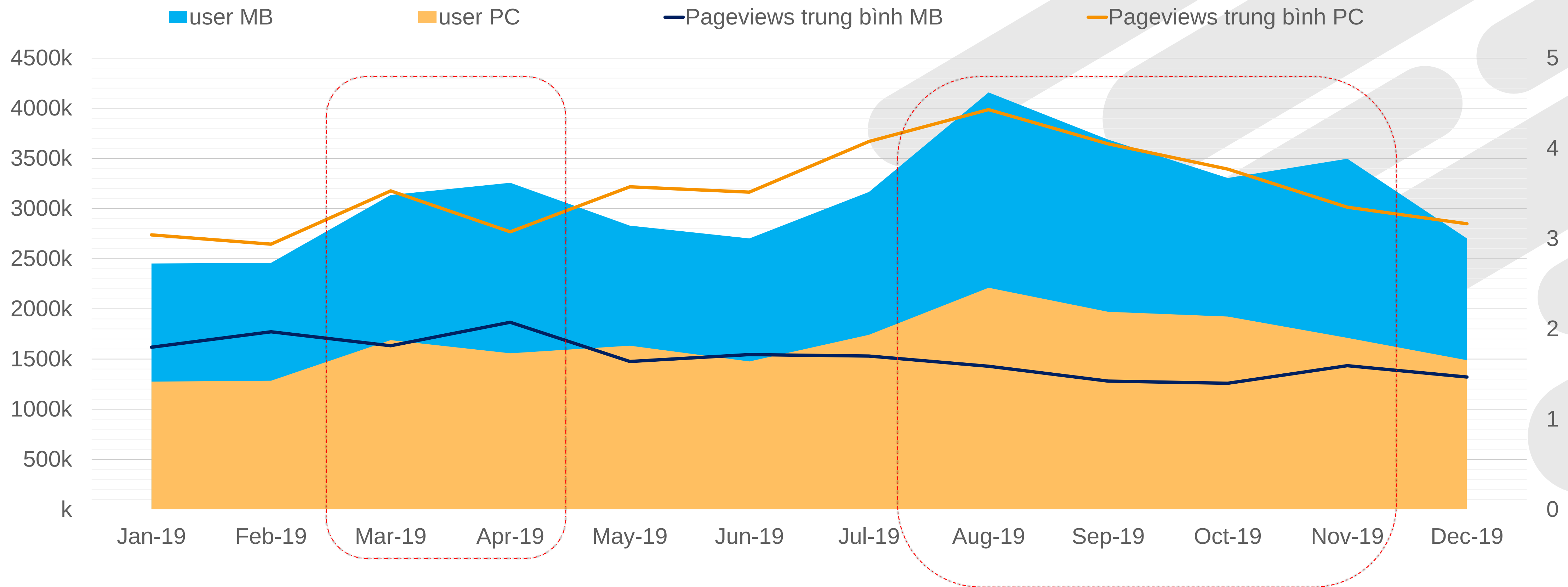
Nhiều hãng bay giá rẻ cũng đang có xu hướng **bán thêm các sản phẩm du lịch**. AirAsia đang cung cấp cả dịch vụ đặt phòng khách sạn, tour du lịch... Đây cũng là một chiêu để gia tăng doanh thu của các hãng hàng không trong bối cảnh cạnh tranh trên thị trường ngày một tăng.

03

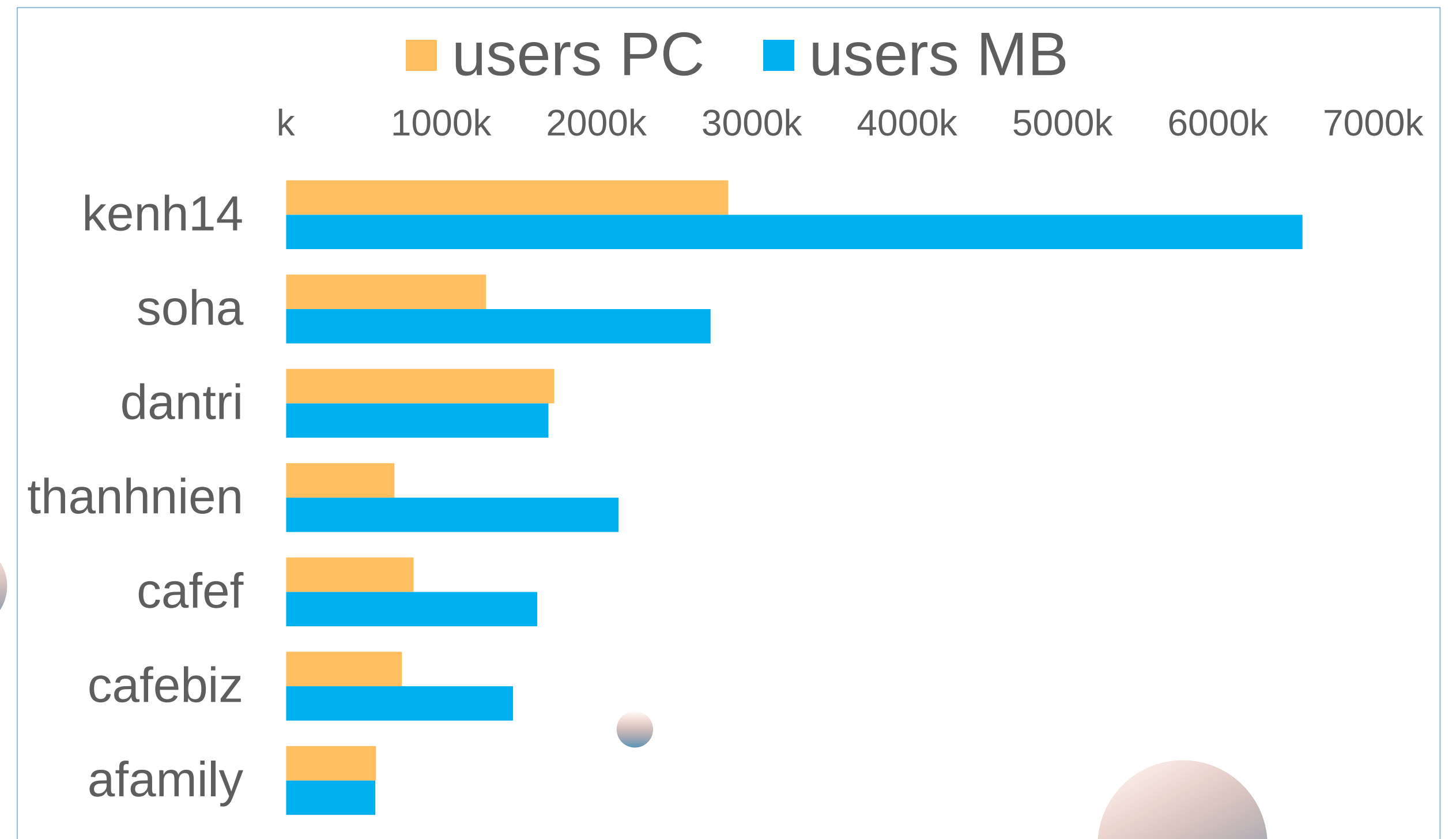
**Users' insights trên
Admicro Network**

User có xu hướng sử dụng MB để lướt web nhiều hơn

- MB có độ phủ đến TA gấp đôi so với PC nhưng số lượt tương tác (pageview trung bình) lại chỉ bằng một nửa so với PC.
- Tháng 3 – 4 và tháng 8 – 11 là 2 giai đoạn thu hút các user thích đọc các chủ đề liên quan đến du lịch, hàng không. Đây cũng là thời điểm có số lượng khách du lịch nhiều nhất trong năm cùng với thời tiết khá mát mẻ, dễ chịu.

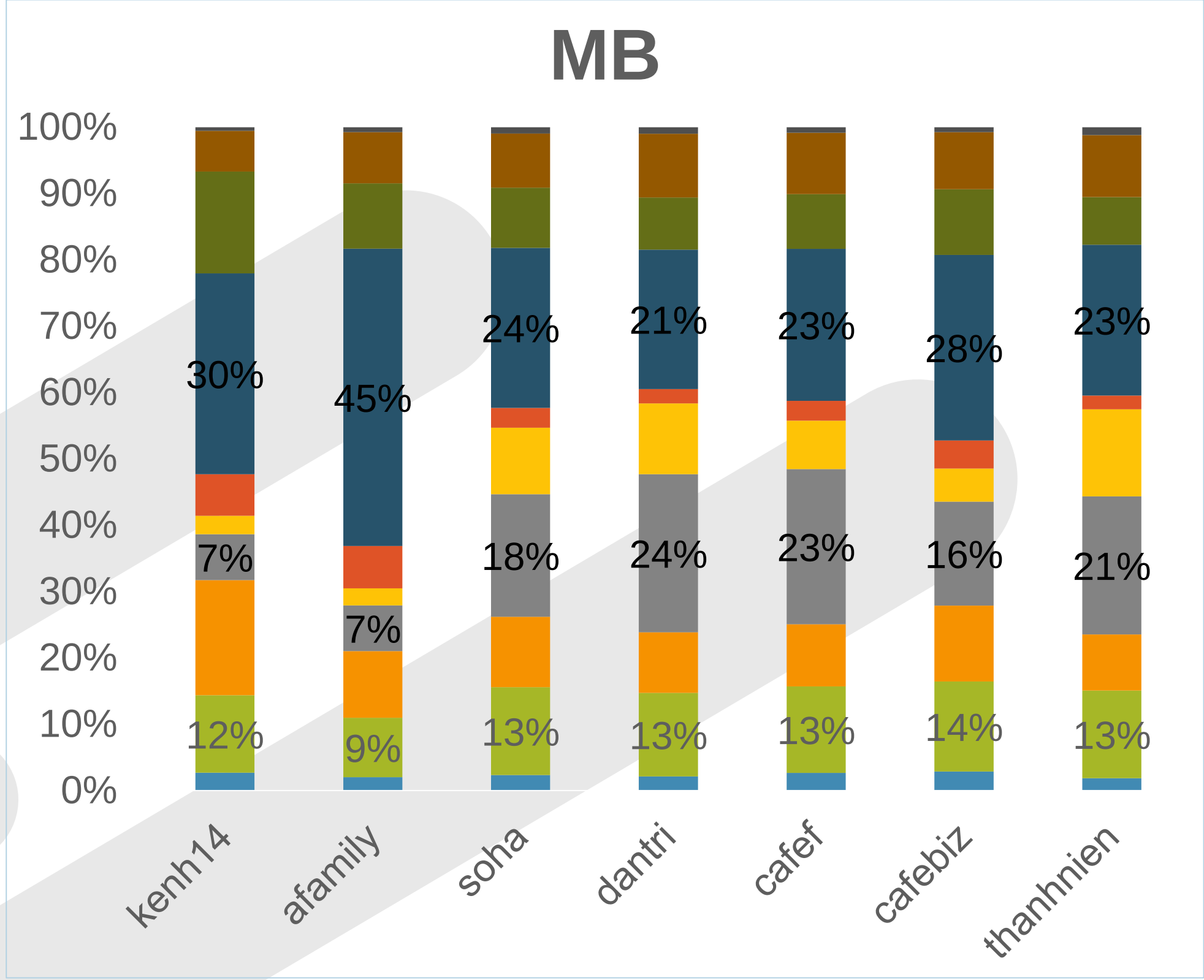
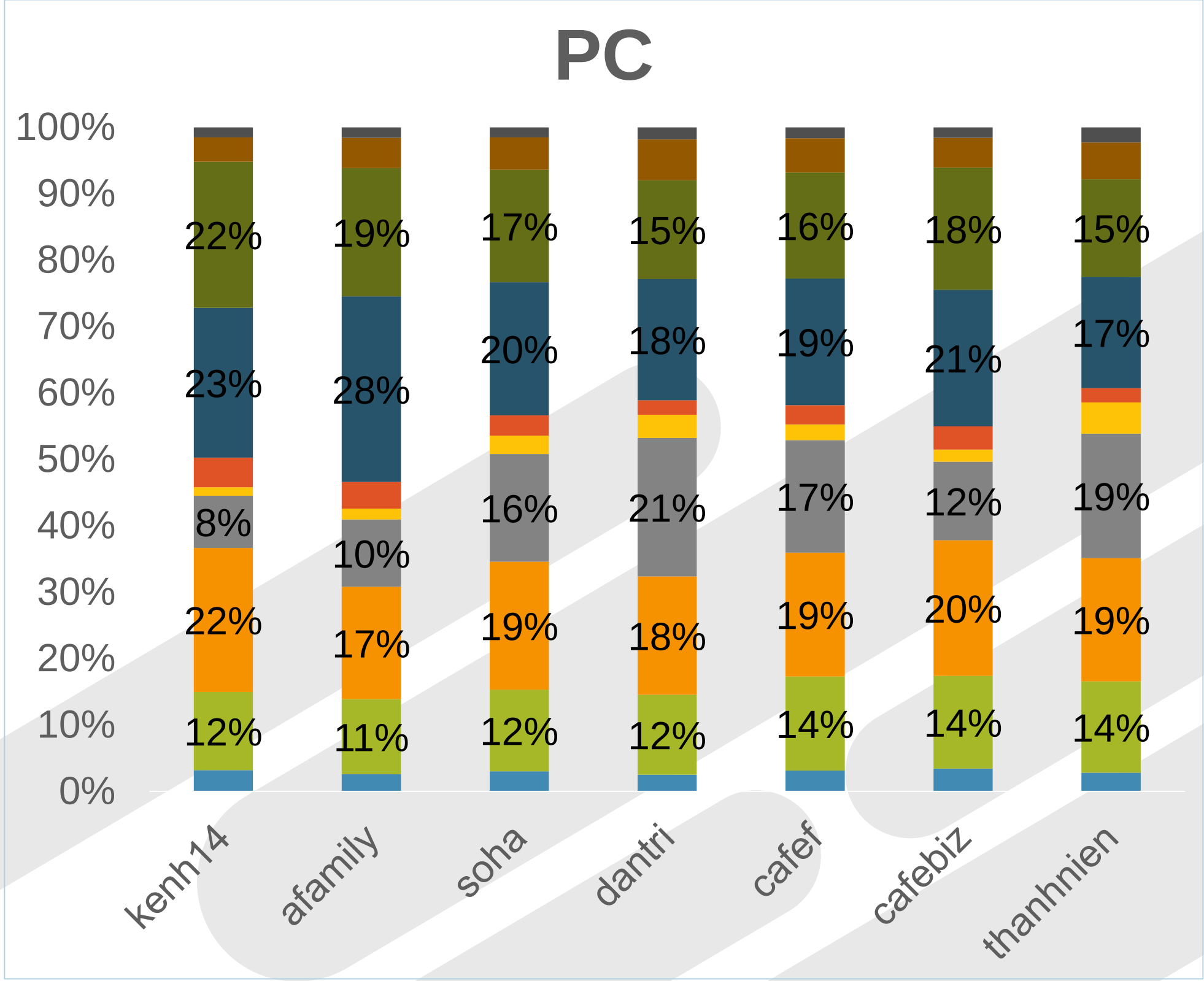


Ngoại trừ dantri và afamily,
các web còn lại có ưu thế tiếp cận với TA
trên MOBILE vượt trội hẳn so với PC.



Tỉ lệ TA thuộc Nhóm tuổi 18 – 35 chiếm phần lớn tỉ trọng mỗi web

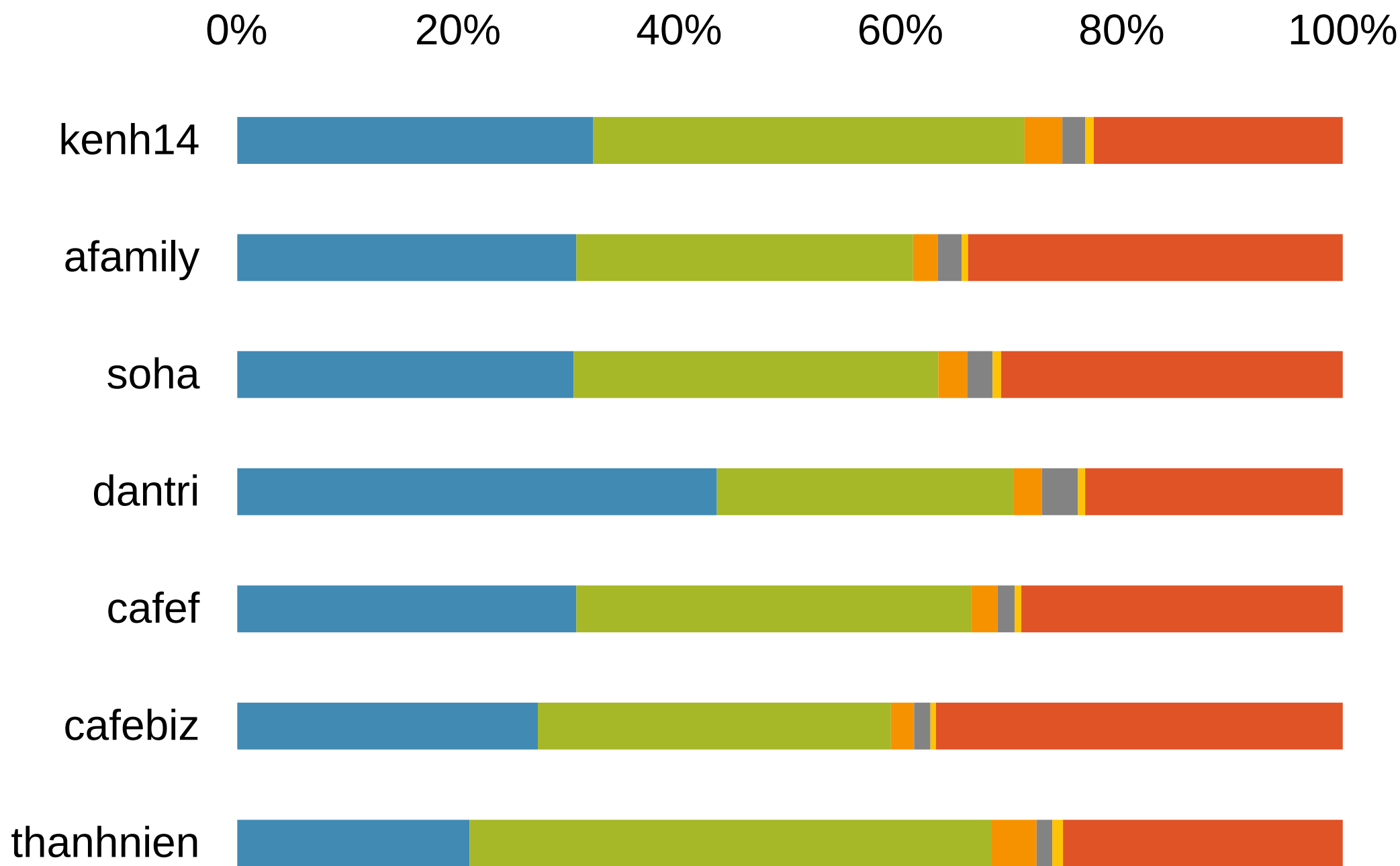
- Đây cũng là nhóm TA trẻ trung, năng động, thuộc Gen Z ưa thích cái mới, sự sáng tạo, phá cách và tất nhiên là ưa trải nghiệm;
- và có cả phần thế hệ GenY với đặc điểm kinh tế dư giả hơn nên rất sẵn sàng cho việc du lịch.
- Nhóm Male 36-50 cũng chiếm 1 phần khá đáng kể ở các web **soha**, **dantri**, **cafef**, **cafebiz**, **thanhnnien**.



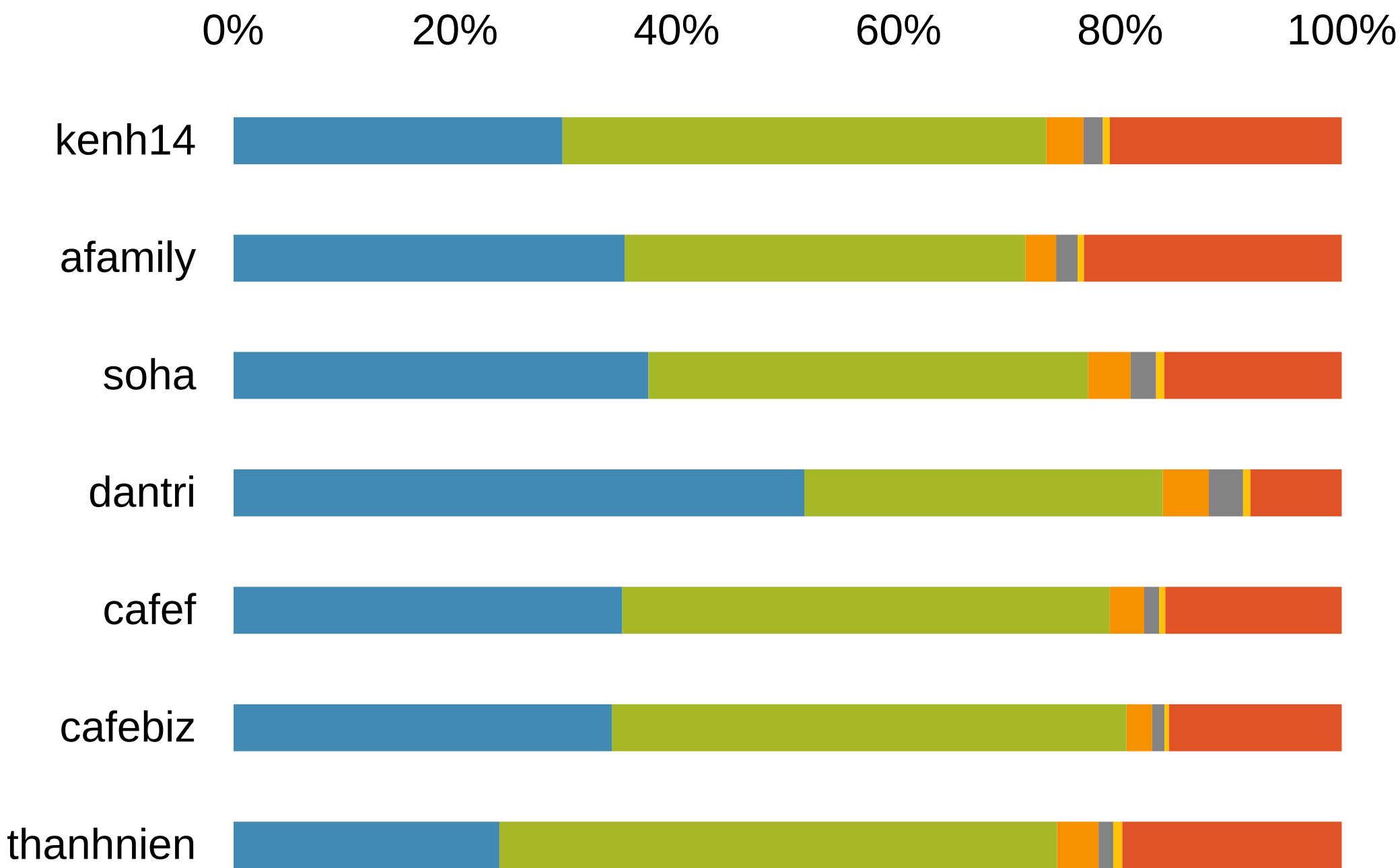
TA chủ yếu thuộc 2 thành phố lớn Hà Nội và Hồ Chí Minh

Tỉ lệ user theo tỉnh thành

PC



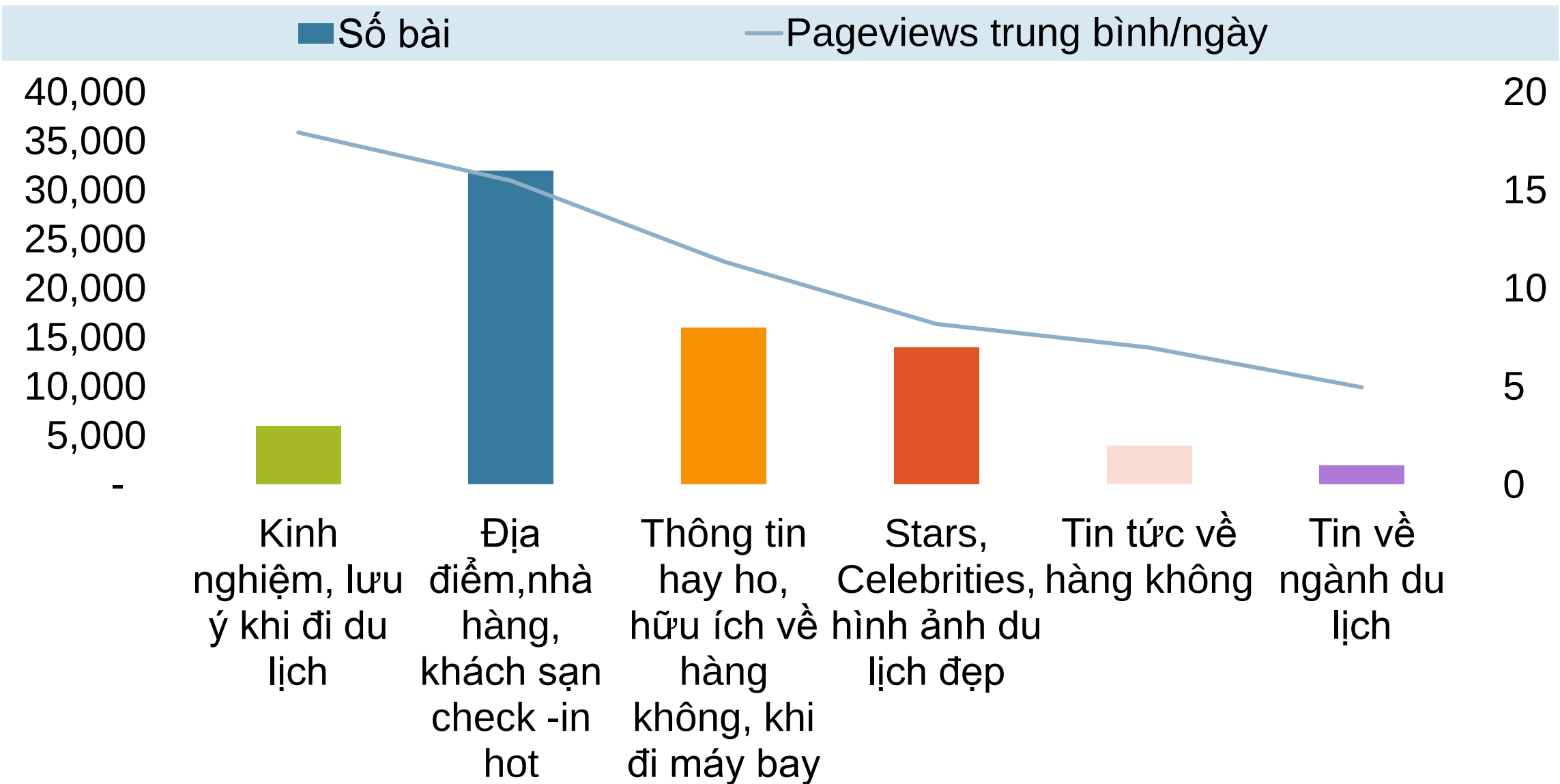
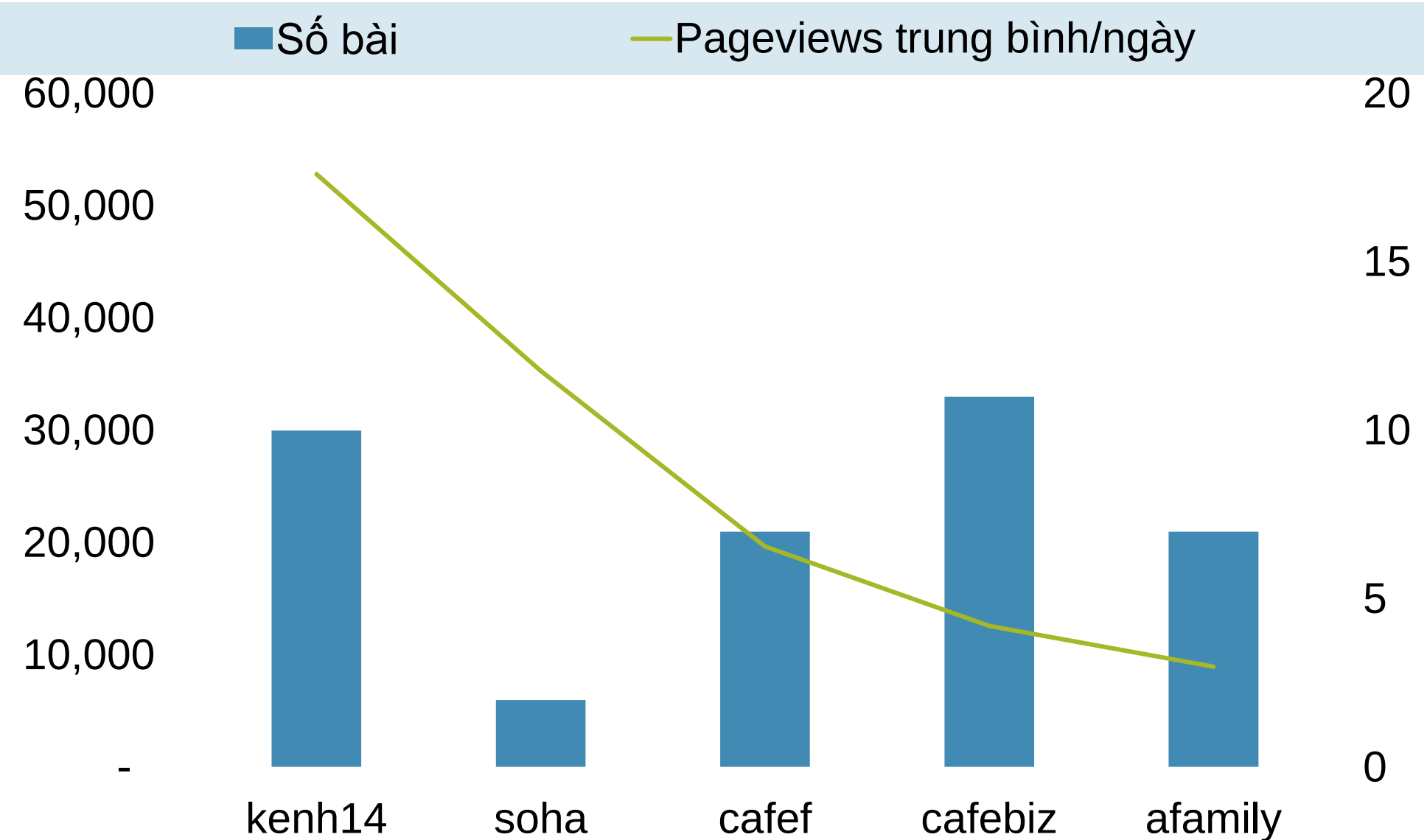
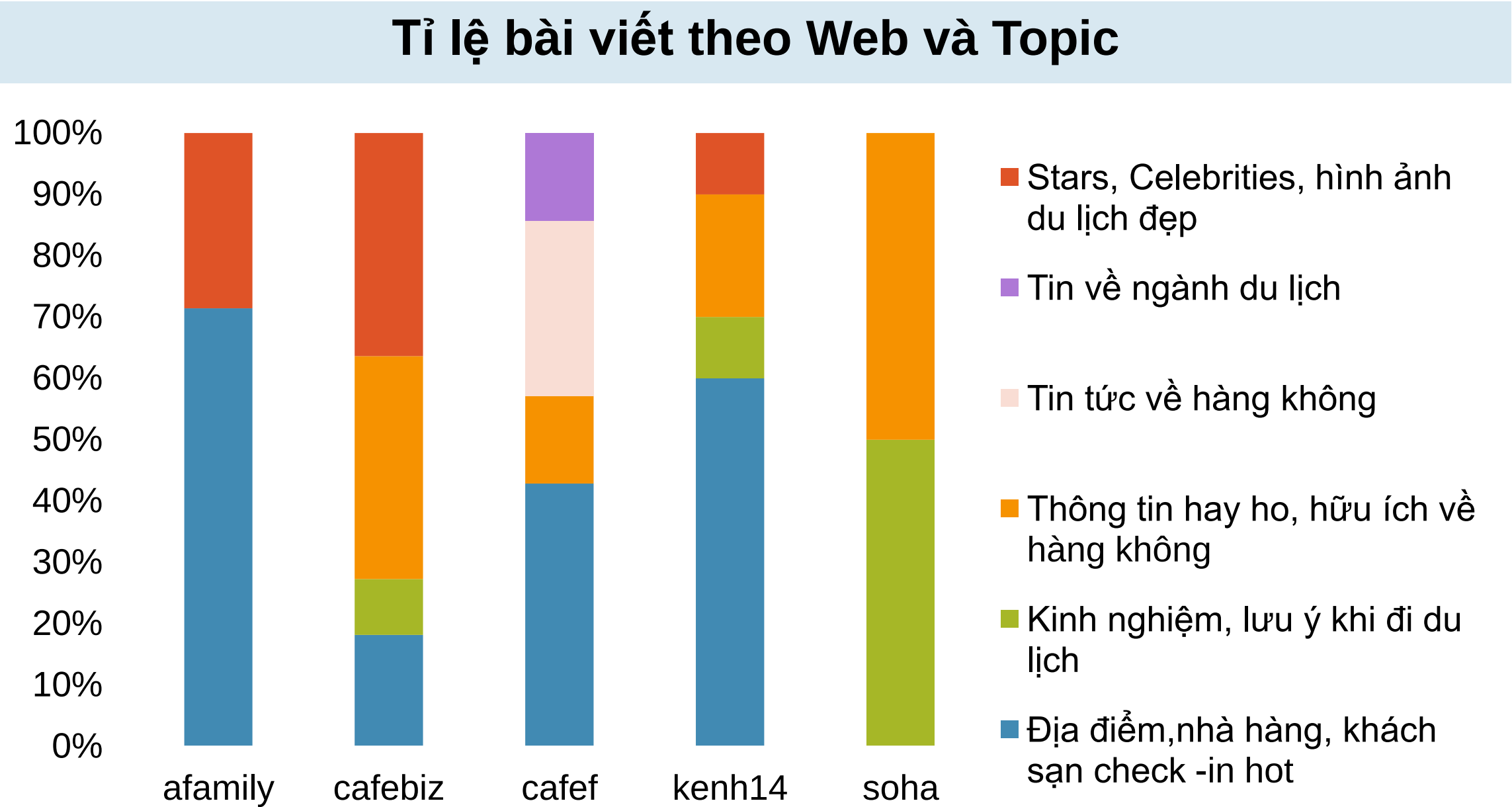
MB



Website và content phù hợp với ngành hàng không, du lịch

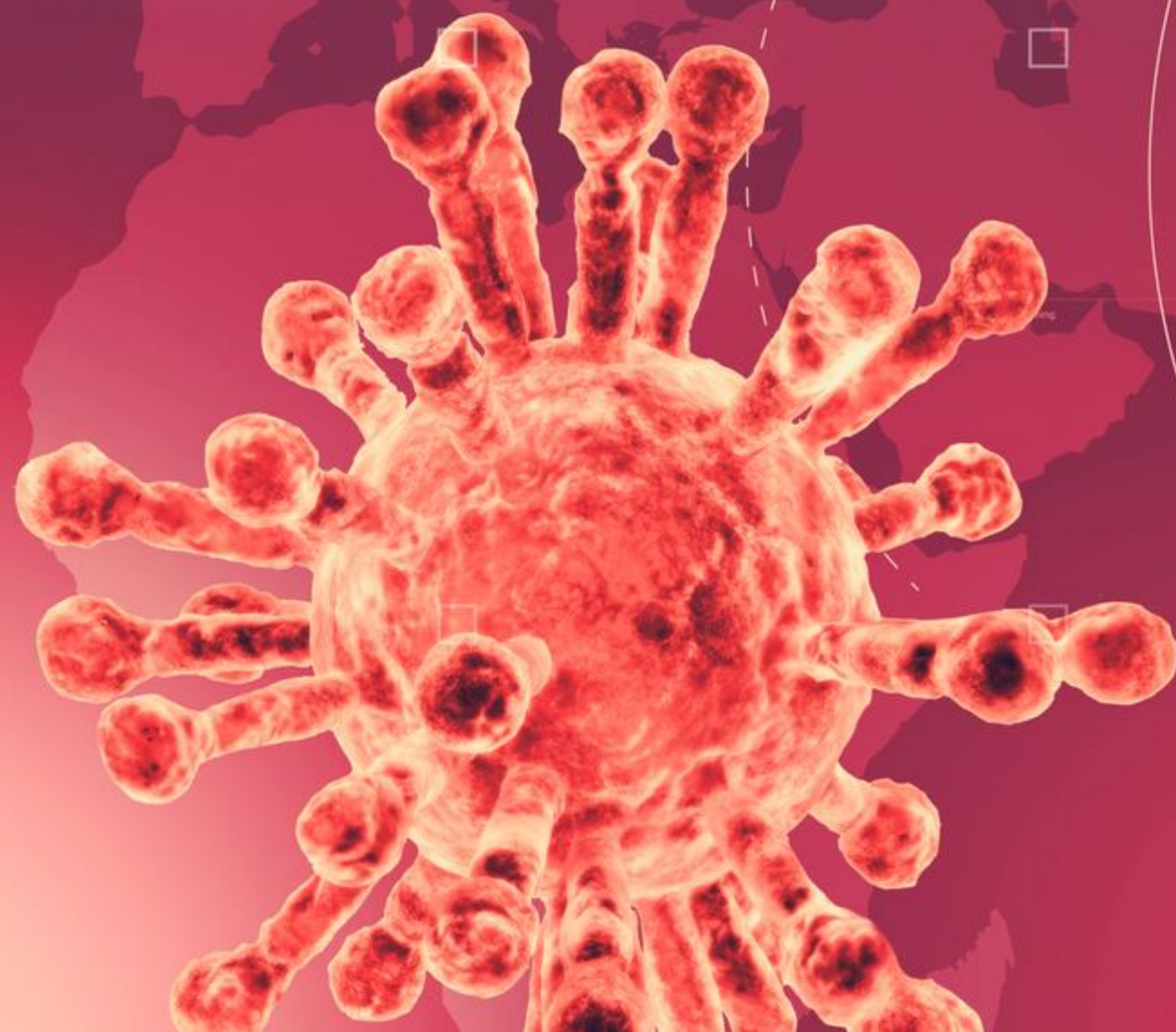
Trong TOP 40 bài viết có nội dung tích cực, phù hợp với ngành hàng không, du lịch:

- **Kenh14** phù hợp nhất với các bài viết đa dạng thể loại; số bài lọt TOP và pageviews trung bình mỗi bài đều rất cao, đứng đầu trong các web. Web site này cũng phù hợp với TA khách hàng trẻ trung **18 - 24**, thích bay nhảy.
- Các website còn lại hoặc là có số bài lọt TOP ít (**soha**) hoặc pageviews TB còn thấp (**cafef, cafebiz, afamily**) chủ yếu do hạn chế thể loại và phù hợp hơn với TA **24 – 45**, những người đã có kinh tế khá vững vàng, sử dụng dịch vụ hàng không vì thích du lịch nghỉ dưỡng hoặc phục vụ công tác.
- Ngoài ra, các content về **Kinh nghiệm du lịch, tip trên máy bay, Địa điểm hay đẹp** rất phù hợp với ngành hàng không và du lịch.



04

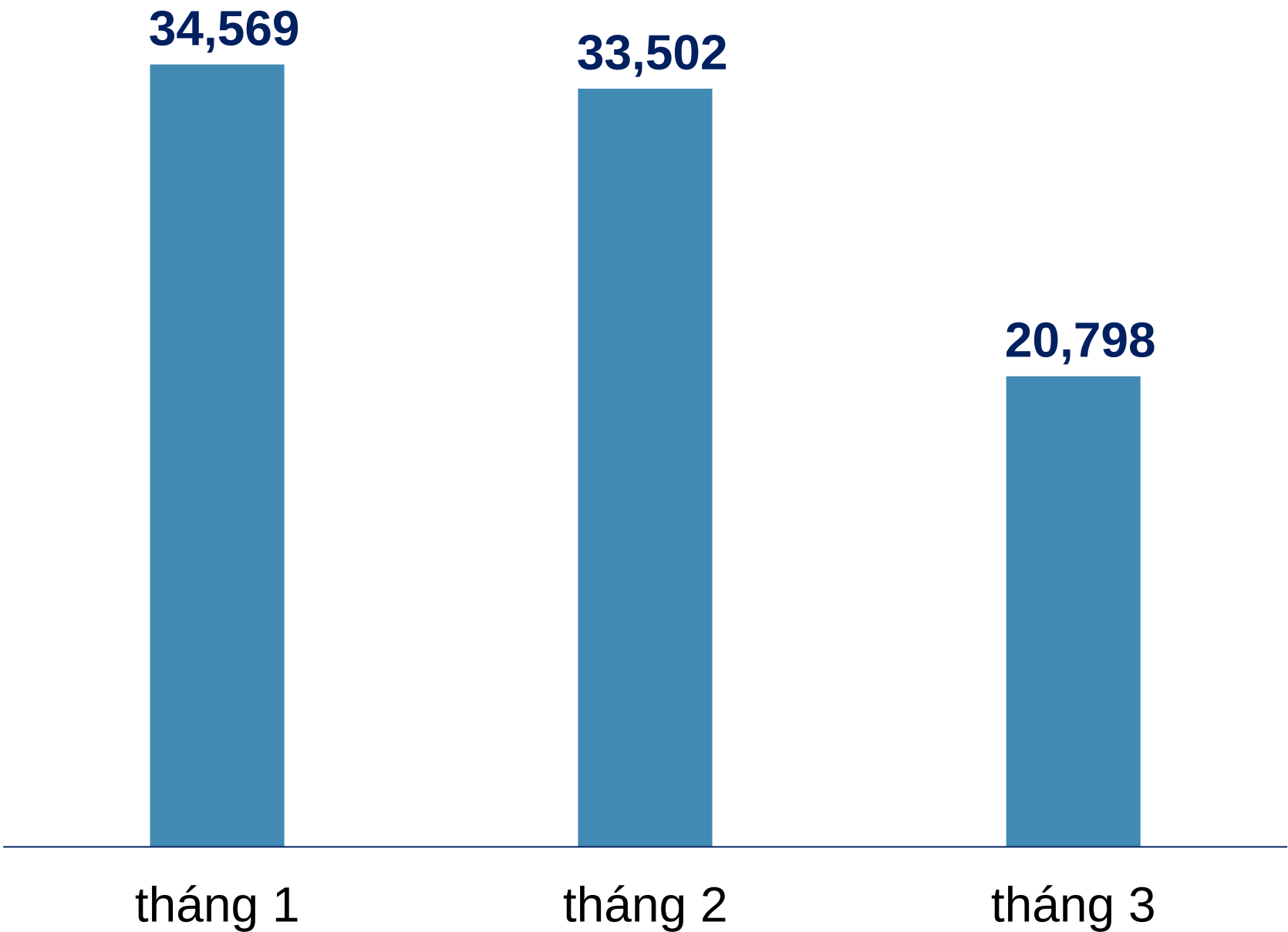
Ảnh hưởng của đại dịch Corona đến ngành hàng không_Quý 1/2020



Số chuyến bay của hàng không Việt giảm mạnh vì Covid – 19

- Theo thống kê của Cục Hàng không, số lượng chuyến bay mà các hãng hàng không Việt Nam thực hiện trong tháng 3/2020 đã giảm mạnh so với cao điểm Tết và so với cùng kỳ 2019.
- Đến tháng 3, khi dịch bệnh thực sự tác động rõ rệt, số chuyến bay thực hiện của các hãng hàng không Việt đã giảm 25,6% so với cùng kỳ, mức giảm kỷ lục trong nhiều năm trở lại đây.

Số chuyến bay thực hiện của các hãng hàng không Việt Nam 3 tháng đầu năm 2020



Số chuyến bay thực hiện của các hãng hàng không Việt Nam trong tháng 3/2020 (19/02 – 18/03)

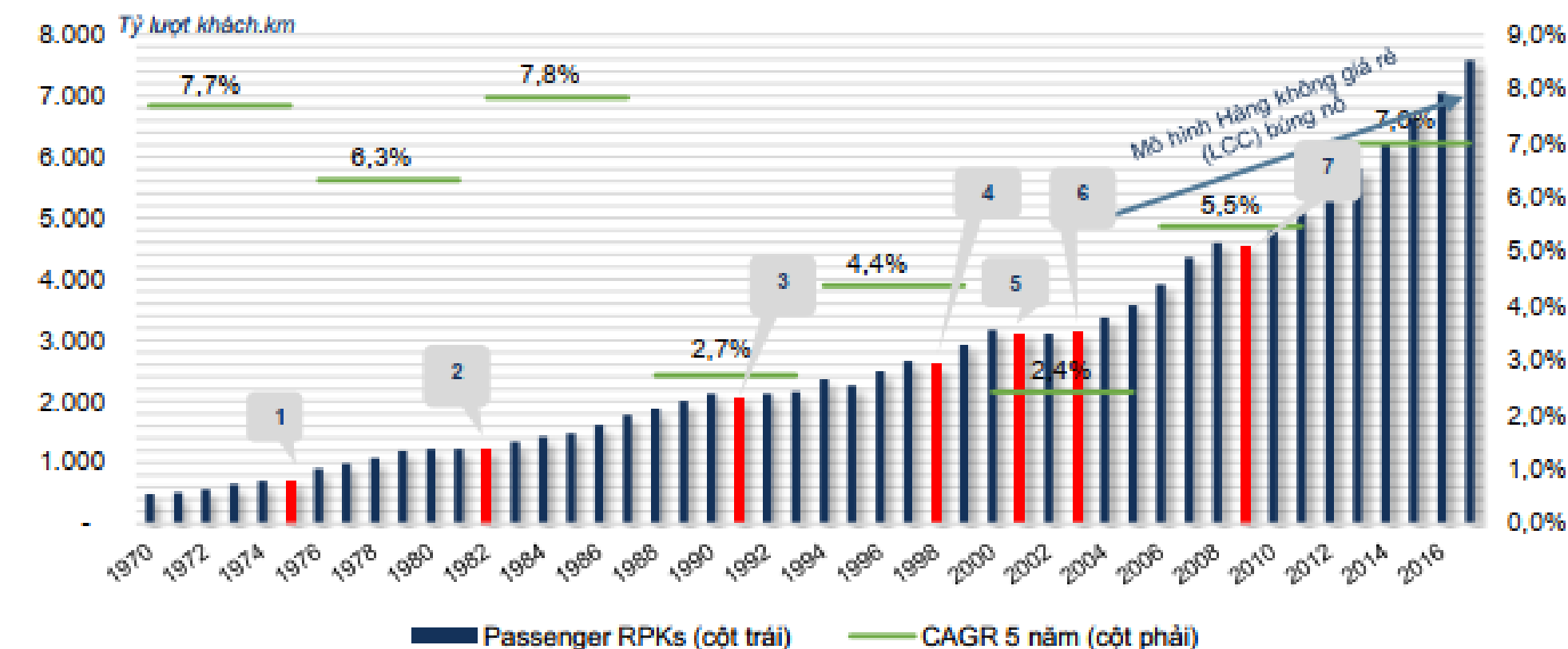
	Vietnam Airlines	VietJet Air	Jetstar Pacific	VASCO	Bamboo Airways	Tổng
CHUYẾN BAY KHAI THÁC	7.244	7.556	1.599	1.128	3271	20.798
Tăng/giảm so cùng kỳ	-32,0%	-39,3%	-51,4%	6,4%	545,2% *	-25,6%
Tăng/giảm so tháng trước	-39,8%	-40,3%	-55,9%	8,6%	-21,2%	-37,9%

Source: Cục Hàng Không Việt Nam

Mất khoảng 1 năm để ngành hàng không du lịch phục hồi hoàn toàn

- Dịch virus corona chủng mới (Covid-19) gây viêm phổi cấp có thể khiến ngành du lịch toàn cầu hứng mức tổn thất doanh thu lên đến 80 tỉ đô la Mỹ, trong đó ASEAN là khu vực thiệt hại nặng nhất và mất ít nhất một năm để hồi phục hoàn toàn. *Nhận định từ một báo cáo mới công bố của các nhà phân tích ở tổ chức nghiên cứu Economist Intelligence Unit (EIU) thuộc hãng truyền thông The Economist Group (Anh).*
- Ngành Hàng không cũng sẽ mất một khoảng thời gian tương ứng để phục hồi, tương tự với kịch bản sau **Đại dịch SARS 2003** và **Khủng hoảng tài chính toàn cầu 2009**.
- Tuy vậy, tính đến tháng 3/2020, Việt Nam được đánh giá là một trong những nước kiểm soát tốt dịch bệnh và vẫn là một quốc gia rất an toàn. Theo một số kịch bản về thời gian dịch Corona suy yếu vào khoảng tháng 4, tháng 5 hoặc hết mùa hè, thời điểm này sẽ thích hợp cho việc quảng bá.

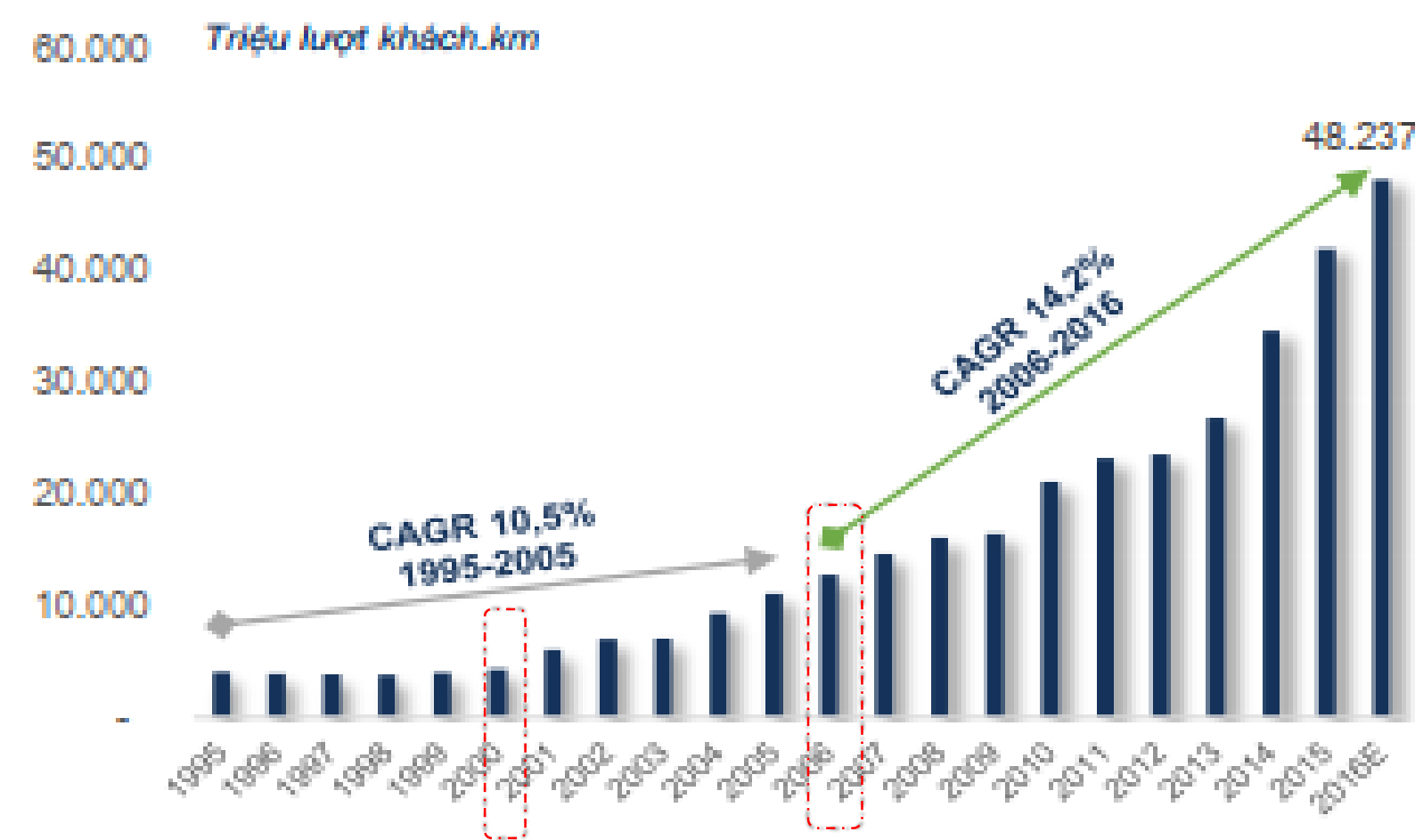
BIỂU ĐỒ 1: Lượng hành khách luân chuyển bằng đường hàng không (RPKs)



Nguồn: Economic Performance of the Airline Industry IATA 2017, FPTs Research

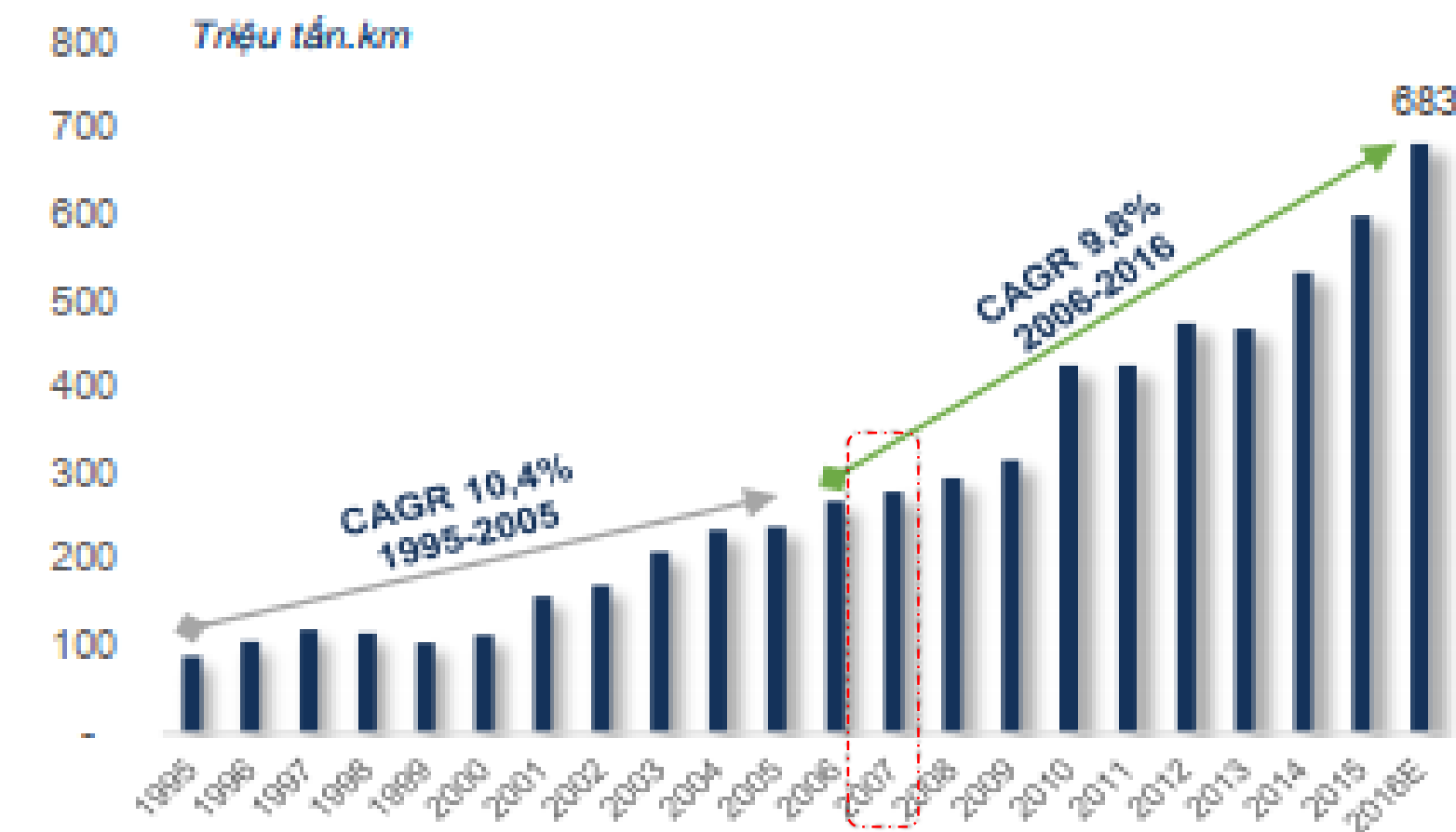
1. Khủng hoảng dầu mỏ
2. Chiến tranh Iran-Iraq
3. Chiến tranh vùng Vịnh
4. Khủng hoảng tiền tệ Châu Á
5. Khủng bố 9/11/2001
6. Đại dịch SARS
7. Khủng hoảng tài chính toàn cầu

BIỂU ĐỒ 73: Lượng hành khách luân chuyển (RPK) tại Việt Nam 1995-2016



Nguồn: Tổng cục thống kê, FPTs Research

BIỂU ĐỒ 74: Sản lượng hàng hóa luân chuyển (RTK) tại Việt Nam 1995-2016



Nguồn: Tổng cục thống kê, FPTs Research

Thank You

Data Insight – Strategic Solution Department

Tầng 20, Center Building Hapulico Complex, Số 1 Nguyễn Huy Tưởng, Thanh Xuân, Hà Nội

Website: <https://insight.admicro.vn>

Email: data-insight@admico.vn

