

TẠP CHÍ

KHOA HỌC XÃ HỘI
MIỀN TRUNG

Central Vietnamese Review of Social Sciences

Số: 02 (87) 2025
ISSN 1859-2635

VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI VÙNG TRUNG BỘ VÀ TÂY NGUYÊN

CVRSS

Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

ISSN 1859 – 2635

TỔNG BIÊN TẬP

TS. Trần Minh Đức

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TS. Bùi Đức Hùng (Chủ tịch)

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

TS. Hoàng Hồng Hiệp

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Thắng

Ủy viên Bộ Chính trị

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

GS.TS. Nguyễn Chí Bền

Viện Văn hoá Nghệ thuật Việt Nam

GS.TS. Trần Thọ Đạt

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

GS.TS. Phạm Văn Đức

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Nguyễn Xuân Kính

Viện Nghiên cứu Văn hoá

GS.TS. Eric Iksoon Im

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Đỗ Hoài Nam

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Vũ Bằng Tâm

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Nguyễn Quang Thuần

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Trần Đăng Xuyên

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

BAN BIÊN TẬP

ThS. Châu Ngọc Hoè

ThS. Nguyễn Thị Thanh Thủy

Mục lục

1. Phát triển hợp tác xã nông nghiệp tỉnh Đắk Lắk: Rào cản và giải pháp.....	3
Nguyễn Duy Thụy	
2. Thực trạng bồi dưỡng kiến thức, nghiệp vụ phổ biến, giáo dục chính sách, pháp luật về bảo vệ môi trường ở tỉnh Quảng Nam và một số vấn đề đặt ra	10
Trần Minh Đức, Vũ Thị Ngọc	
3. Hội nghị Thượng đỉnh Tương lai của Liên Hợp Quốc và những vấn đề đặt ra cho thế giới và Việt Nam.....	19
Nguyễn Văn Lịch, Phạm Thị Phương Anh	
4. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua và sử dụng xe máy điện của sinh viên trên địa bàn thành phố Hà Nội	27
Nguyễn Danh Nam, Ưông Thị Ngọc Lan	
5. Phát triển kinh tế lâm nghiệp tại các huyện miền núi phía Bắc của tỉnh Quảng Nam	37
Nguyễn Hoàng Yến	
6. Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ và eWOM đến ý định quay lại các điểm đến du lịch biển Phú Yên: Vai trò của niềm tin và giá trị cảm nhận	46
Lê Đức Tâm	
7. Nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển khách du lịch bằng taxi tại thành phố Nha Trang... ..	56
Lê Chí Công, Bùi Thị Thúy Vân	
8. Vận dụng mô hình SCP phát triển thị trường cá tra ở Đồng bằng sông Cửu Long – Nghiên cứu trường hợp tỉnh Tiền Giang	64
Mai Văn Xuân, Đỗ Đoàn Trang, Phan Phùng Phú, Mai Lệ Quyên	
9. Văn hóa doanh nghiệp và sự gắn bó của người lao động với công việc: Nghiên cứu thực nghiệm cho các doanh nghiệp FDI tại tỉnh Khánh Hòa	73
Lê Hữu Nghĩa, Nguyễn Thị Hồng Đào	
10. Xung đột xã hội về vấn đề môi trường tại tỉnh Quảng Ngãi trong bối cảnh công nghiệp hóa	81
Nguyễn Thị Thanh Xuyên	
11. Huy động, sử dụng nguồn nhân lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội vùng dân tộc thiểu số ở tỉnh Đắk Lắk	90
Đinh Như Hoài	
12. Về nhận diện và phân tích giá trị dân tộc vùng biên giới đất liền ở Việt Nam hiện nay.....	99
Trần Thị Phương Anh, Hoàng Văn Chung	
13. Biên chứng giữa văn hóa và môi trường: Nghiên cứu các giá trị và thực hành truyền thống của cộng đồng vùng đầm phá thành phố Huế	107
Trần Mai Phương, Hồ Viết Hoàng	
14. Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa vật thể trên địa bàn huyện Hòa Vang, thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn hiện nay.....	115
Trần Thị Hồng Hạnh	
15. Công tác bổ dụng đội ngũ quan lại qua thi cử dưới triều Nguyễn (1802 -1885).....	124
Nguyễn Thế Hà, Phan Thùy Giang	
16. Vùng đất Trấn Biên – Biên Hòa (Đồng Nai) từ thế kỷ XVII đến nửa đầu thế kỷ XIX.....	135
Nguyễn Đình Cơ, Nguyễn Phương Đại	
17. Khảo cứu, phê bình kịch hát trên tạp chí Bách Khoa.....	144
Phạm Ngọc Hiền	

CVRSS

Central Vietnamese Review of Social Sciences

ISSN 1859 – 2635

Quarterly Review

No. 02, 2025

The 18th Year

Contents

1. Development of Agricultural Cooperatives in Dak Lak Province: Barriers and Solutions..... **3**
Nguyen Duy Thuy
2. The current situation of training in knowledge and professional skills for disseminating and educating environmental protection policies and laws in Quang Nam province and emerging issues..... **10**
Tran Minh Duc, Vu Thi Ngoc
3. The United Nations Future Summit and its implications for the world and Vietnam..... **19**
Nguyen Van Lich, Pham Thi Phuong Anh
4. Factors influencing university students' intention to purchase and use electric motorcycles in Hanoi..... **27**
Nguyen Danh Nam, Uong Thi Ngoc Lan
5. Developing forestry-based economic activities in the northern mountainous districts of Quang Nam Province..... **37**
Nguyen Hoang Yen
6. The influence of service quality and eWOM on revisit intention to Phu Yen coastal tourism destinations: The role of trust and perceived value..... **46**
Le Duc Tam
7. Enhancing the quality of tourist taxi services in Nha Trang city **56**
Le Chi Cong, Bui Thi Thuy Van
8. Applying the SCP Model to Develop the Pangasius Market in the Mekong Delta – A Case Study of Tien Giang Province..... **64**
Mai Van Xuan, Do Doan Trang, Phan Phung Phu, Mai Le Quyen
9. Corporate culture and employees' work engagement: An empirical study in FDI enterprises in Khanh Hoa province..... **73**
Le Huu Nghia, Nguyen Thi Hong Dao
10. Environmental-Related Social conflicts in Quang Ngai province in the context of industrialization..... **81**
Nguyen Thi Thanh Xuyen
11. Mobilizing and utilizing human resources for socio-economic development in ethnic minority areas of Dak Lak province..... **90**
Dinh Nhu Hoai
12. On identifying and analyzing the ethnic values of Vietnam's land border areas today **99**
Tran Thi Phuong Anh, Hoang Van Chung
13. The dialectics of culture and environment: A study on traditional values and practices among lagoon communities in Hue city..... **107**
Tran Mai Phuong, Ho Viet Hoang
14. Preserving and promoting the value of tangible cultural heritage in Hoa Vang District, Danang City in the current period..... **114**
Tran Thi Hong Hanh
15. The Appointment of Mandarins through Examinations under the Nguyễn Dynasty (1802–1885) .. **124**
Nguyen The Ha, Phan Thuy Giang
16. The land of Trấn Biên – Biên Hòa (Đồng Nai) from the 17th century to the first half of the 19th century..... **135**
Nguyen Dinh Co, Nguyen Phuong Dai
17. Research, criticism of Vietnamese musical theater in Bach Khoa magazine **144**
Pham Ngoc Hien

Nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển khách du lịch bằng taxi tại thành phố Nha Trang

Lê Chí Công, Bùi Thị Thúy Vân

Trường Đại học Nha Trang

Email liên hệ: conglechi@ntu.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ taxi tại Nha Trang và đề xuất giải pháp cải thiện nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng của du khách. Sử dụng phương pháp định tính để xây dựng thang đo và định lượng với Cronbach's Alpha, EFA, Pair Sample T-test và mô hình IPA, nghiên cứu xác định 5 yếu tố chính ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ: (1) Chất lượng phục vụ, (2) Hiệu suất vận hành, (3) Thời gian sử dụng, (4) Chất lượng xe, (5) Giá cả. Kết quả cho thấy chất lượng phục vụ và thời gian chờ có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của du khách, trong khi giá cả vẫn là yếu tố gây tranh cãi. Dựa trên các phát hiện này, nghiên cứu đề xuất nâng cao năng lực nhân viên, tối ưu hóa vận hành và cải thiện chất lượng phương tiện nhằm nâng cao trải nghiệm du khách.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, vận chuyển, taxi, du khách

Enhancing the quality of tourist taxi services in Nha Trang city

Abstract: This study evaluates the quality of taxi services in Nha Trang and proposes solutions to enhance service performance in response to tourist demand. A qualitative approach was used to develop the measurement scale, while quantitative methods—including Cronbach's Alpha, Exploratory Factor Analysis (EFA), Paired Sample T-test, and the Importance-Performance Analysis (IPA) model—were applied to identify key service quality determinants. The analysis highlights five primary factors: (1) Employee service quality, (2) Operational efficiency, (3) Service usage time, (4) Vehicle quality, and (5) Pricing. Findings reveal that service quality and waiting time significantly impact customer satisfaction, while pricing remains a contentious issue. Based on these insights, the study recommends improving staff competency, optimizing operations, and enhancing vehicle quality to elevate the overall tourist experience.

Keywords: Service quality, transportation, taxi, tourists

Ngày nhận bài: 02/01/2025; **Ngày phản biện:** 17/02/2025; **Ngày duyệt đăng:** 18/3/2025

1. Đặt vấn đề

Nha Trang, một trong những điểm đến du lịch hàng đầu Việt Nam, đã và đang chứng kiến sự gia tăng mạnh mẽ về lượng du khách nội địa và quốc tế. Sự phát triển nhanh chóng của ngành du lịch kéo theo nhu cầu lớn về các dịch vụ hỗ trợ, trong đó vận chuyển bằng taxi đóng vai trò quan trọng, đáp ứng nhu cầu di chuyển linh hoạt và nhanh chóng của du khách. Tuy nhiên, sự quá tải hạ tầng giao thông, áp lực từ đô thị hóa và sự cạnh tranh giữa các hãng taxi truyền thống và dịch vụ xe công nghệ đã đặt ra nhiều thách thức cho ngành vận chuyển. Thực trạng này không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ mà còn tác động trực tiếp đến trải nghiệm và sự hài lòng của du khách – yếu tố then chốt trong việc duy trì và phát triển bền vững du lịch Nha Trang.

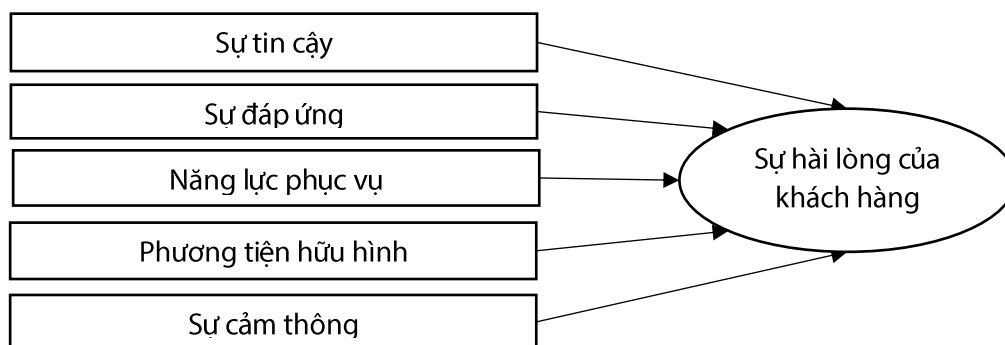
Tuy giao thông vận tải được công nhận là biến số quan trọng trong phát triển du lịch, nhưng mối quan hệ giữa hiệu quả vận chuyển và sự hài lòng của khách du lịch vẫn chưa được nghiên cứu đầy đủ. Trong bối cảnh đó, nghiên cứu “Nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển khách du lịch bằng taxi tại thành phố Nha Trang” nhằm đánh giá thực trạng, nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ và đề xuất giải pháp cải tiến, góp phần nâng cao trải nghiệm du lịch và phát triển kinh tế địa phương một cách bền vững.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

Mô hình SERVQUAL do Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985) phát triển là công cụ đo lường chất lượng dịch vụ dựa trên khoảng cách giữa kỳ vọng (Expectation - E) và cảm nhận (Perception - P)

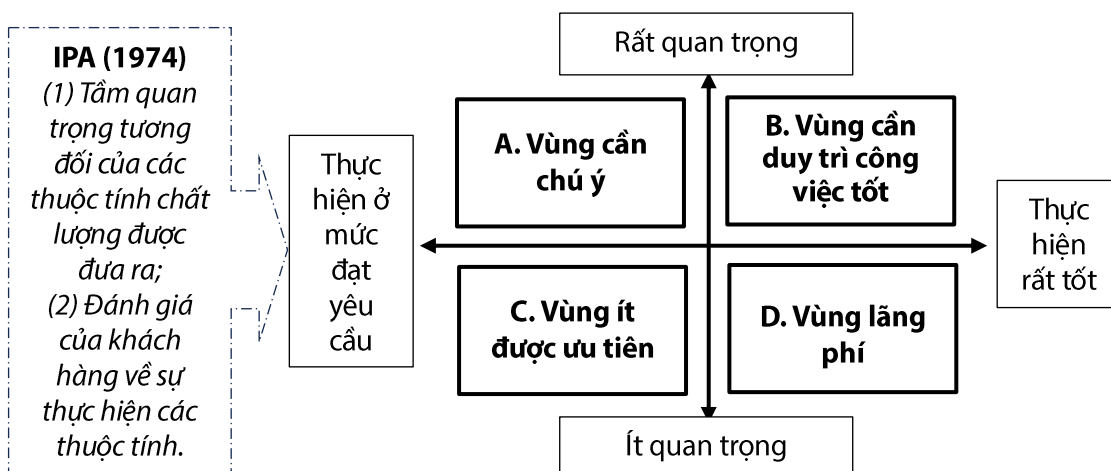
của khách hàng. Mô hình này sử dụng thang đo Likert gồm 22 cặp câu hỏi, tập trung vào 5 thành phần chính: Tin cậy (Reliability), Đáp ứng (Responsiveness), Bảo đảm (Assurance), Đồng cảm (Empathy), và Hữu hình (Tangibles). Ban đầu, SERVQUAL gồm 10 thành phần nhưng sau được tinh gọn thành 5 yếu tố cốt lõi để đảm bảo tính tập trung và ứng dụng thực tiễn cao hơn. Mô hình SERVQUAL đã trở thành một trong những phương pháp phổ biến nhất để đánh giá chất lượng dịch vụ, nhờ khả năng bao quát nhiều khía cạnh quan trọng. Tuy nhiên, khi áp dụng vào dịch vụ taxi, mô hình này gặp một số hạn chế. Đặc biệt, việc đo lường khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận có thể dẫn đến sự không nhất quán trong đánh giá của khách hàng, vì kỳ vọng có thể thay đổi theo thời gian hoặc bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác. Hơn nữa, sự phân biệt giữa các thành phần không luôn rõ ràng, gây khó khăn trong việc diễn giải kết quả. Vì vậy, trong bối cảnh nghiên cứu về dịch vụ taxi, mô hình này có thể phù hợp khi cần đánh giá tổng thể chất lượng dịch vụ nhưng không phải là lựa chọn tối ưu nếu mục tiêu là xác định chính xác tác động của từng yếu tố lên sự hài lòng của khách hàng.



Hình 1. Mô hình chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

(Nguồn: Cronin và Taylor, 1992, 1994)

Mô hình SERVPERF do Cronin và Taylor (1992) phát triển là một biến thể của SERVQUAL, tập trung vào hiệu suất thực tế thay vì so sánh kỳ vọng và cảm nhận ($Q = P$). SERVPERF loại bỏ yếu tố kỳ vọng, giúp giảm độ phức tạp trong đo lường và phân tích, đồng thời đảm bảo độ chính xác cao hơn khi đánh giá chất lượng dịch vụ. Trong nghiên cứu về dịch vụ taxi, mô hình này có ưu thế vì khách hàng thường không có kỳ vọng rõ ràng trước khi sử dụng dịch vụ, mà chủ yếu dựa vào trải nghiệm thực tế để đánh giá. Do đó, SERVPERF phù hợp hơn trong việc đo lường sự hài lòng với dịch vụ taxi, đặc biệt khi tập trung vào yếu tố hiệu suất vận hành, chất lượng xe và thái độ phục vụ của tài xế.



Hình 2. Mô hình IPA

(Nguồn: Martilla J. & James J., 1977)

Mô hình IPA (Importance-Performance Analysis) do Martilla & James (1977) phát triển giúp đo lường chất lượng dịch vụ bằng cách so sánh mức độ quan trọng của từng yếu tố theo đánh giá của khách hàng với mức độ thực hiện của nhà cung cấp dịch vụ (I-P gaps). Mô hình này có ưu điểm lớn trong việc xác định điểm mạnh và điểm yếu của dịch vụ, từ đó hỗ trợ doanh nghiệp xây

dựng chiến lược cải thiện phù hợp. Trong bối cảnh dịch vụ taxi, IPA đặc biệt hữu ích để xác định các yếu tố cần ưu tiên nâng cao, ví dụ như thời gian chờ xe, thái độ phục vụ hay giá cả. Tuy nhiên, một hạn chế của mô hình IPA là không xem xét mối quan hệ giữa các yếu tố với sự hài lòng tổng thể, mà chỉ dừng lại ở mức độ quan trọng và hiệu suất riêng lẻ của từng yếu tố.

Phân tích các mô hình đánh giá cho thấy SERVQUAL phù hợp để đo lường tổng thể nhưng gặp khó khăn do chênh lệch giữa kỳ vọng và thực tế. SERVPERF đơn giản hơn, tập trung vào hiệu suất thực tế, giúp đánh giá chính xác sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ taxi. IPA hỗ trợ xác định ưu tiên cải thiện, giúp doanh nghiệp tối ưu dịch vụ. Do đó, nghiên cứu này kết hợp SERVPERF và IPA để đo lường chất lượng taxi chính xác hơn và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

2.2. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ vận chuyển khách du lịch bằng taxi

Nghiên cứu của Yeo và cộng sự (2014) với tiêu đề "Impact of Taxi Services on Tourist Satisfaction in Singapore" đã phân tích tác động của dịch vụ taxi đối với sự hài lòng của du khách tại Singapore. Tuy nhiên, do được thực hiện từ năm 2014, kết quả có thể không còn phù hợp trong bối cảnh các dịch vụ gọi xe công nghệ phát triển mạnh mẽ. Mặc dù vậy, các yếu tố như chất lượng phục vụ và giá cả được xem xét kỹ lưỡng, cung cấp một số khuyến nghị hữu ích để nâng cao trải nghiệm của du khách.

Nghiên cứu của Makienko & Tikhomirov (2015) với tiêu đề "Customer Satisfaction with Taxi Services in Moscow" đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ taxi tại Moscow, Nga. Tuy nhiên, nghiên cứu chỉ tập trung vào ba yếu tố chính là chất lượng xe, thái độ tài xế và mức độ an toàn, trong khi chưa xem xét vai trò của các chính sách minh bạch về giá cả và sự cạnh tranh giữa các hãng với nhau cũng là các yếu tố có tác động đến chất lượng dịch vụ taxi.

Nghiên cứu của Joung và cộng sự (2019) với tiêu đề "Assessing the Service Quality of Taxi Services in Seoul, South Korea" đã sử dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ taxi tại Seoul. Tuy nhiên, nghiên cứu không phân tích chi tiết tác động của giá cả và tính minh bạch cũng là một điểm hạn chế, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt. Dù vậy, nghiên cứu đã xác định các yếu tố như độ tin cậy, sự đảm bảo và phương tiện hữu hình đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ taxi.

Nghiên cứu của Nguyễn Thị Thanh Huyền, Phạm Văn An và Trần Minh Hoàng (2019) đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ xe ôm công nghệ Be tại Hà Nội, với kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ và tiện ích công nghệ là hai yếu tố có tác động mạnh mẽ nhất. Nghiên cứu chưa xem xét các yếu tố khác như mức độ an toàn hay hỗ trợ khách hàng, và việc thiếu so sánh với các đối thủ như Grab hay Gojek cũng khiến kết quả khó đánh giá tính cạnh tranh của Be.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đo lường các khái niệm

Trên cơ sở nghiên cứu các nghiên cứu trước liên quan đến đo lường chất lượng dịch vụ nói chung, dịch vụ vận chuyển và dịch vụ taxi nói riêng, một mẫu phiếu điều tra đã được xây dựng cho nghiên cứu này. Bảng câu hỏi này bao gồm các khái niệm đo lường yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ vận chuyển du khách bằng taxi. 05 chuyên gia trong ngành dịch vụ (quản lý ngành, quản lý doanh nghiệp, giảng viên) tham gia đánh giá những phát biểu trong phiếu điều tra về các giá trị nội dung trước khi thực hiện phỏng vấn chính thức.

Thang đo của khái niệm ẩn trong nghiên cứu này được phát triển từ các nghiên cứu trước và nghiên cứu định tính sơ bộ. Theo đó, dựa vào việc hệ thống hóa lý thuyết từ các nghiên cứu trước, nghiên cứu này phát triển thang đo của 05 thành phần trong mô hình đề xuất với các chỉ báo trong bảng 1.

Bảng 1. Chỉ báo đo lường các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu

Biến quan sát	Chỉ báo	Phát triển từ nghiên cứu của
Chất lượng phục vụ của nhân viên	10	Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), Nguyễn Thị Thanh Huyền và cộng sự (2019)
Mức độ thực hiện của hãng taxi	09	Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), Nguyễn Thị Thanh Huyền và cộng sự (2019)
Thời gian sử dụng dịch vụ di chuyển bằng taxi	06	Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), Nguyễn Thị Thanh Huyền và cộng sự (2019)

Chất lượng xe taxi	09	Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), Nguyễn Thị Thanh Huyền và cộng sự (2019)
Giá cả dịch vụ taxi	08	Nguyễn Thị Thanh Huyền và cộng sự (2019)

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất của tác giả)

3.2. Đối tượng nghiên cứu và phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi chi tiết với 170 du khách đã từng sử dụng ít nhất một lần xe taxi khi đi tham quan, du lịch tại thành phố Nha Trang. Thời gian thực hiện khảo sát từ tháng 9 đến tháng 10 năm 2024. Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương pháp hạn ngạch dựa trên đặc điểm giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp và trình độ học vấn. Tỷ lệ phiếu đạt yêu cầu để đưa vào phân tích là 170/170 (100%) đã được đưa vào xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Mẫu hạn ngạch được thu thập chú trọng đến các đặc điểm: giới tính và độ tuổi. Theo đó, về giới tính, tỷ lệ nam giới chiếm 49,4%, chỉ nhỉnh hơn một chút so với nữ giới (47,6%), thể hiện sự cân bằng gần như đồng đều giữa hai nhóm. Ở khía cạnh độ tuổi, nhóm du khách trẻ từ 18 – 30 tuổi áp đảo với 51,2%, trong khi nhóm trên 55 tuổi có tỷ lệ khiêm tốn nhất, chỉ 5,9%. Những con số này phản ánh xu hướng sử dụng taxi chủ yếu ở người trẻ, có lẽ do nhu cầu di chuyển linh hoạt và thường xuyên hơn. Trình độ học vấn của khách hàng nổi bật với đa số có bằng đại học (55,3%), tiếp đến là trình độ sau đại học (22,4%), và chỉ 7,1% là trình độ phổ thông. Điều này cho thấy dịch vụ taxi thu hút nhóm khách hàng có trình độ học vấn cao, có thể liên quan đến mức thu nhập và lối sống có khả năng tiếp cận và sử dụng các ứng dụng công nghệ hiện đại của nhóm du khách. Nghề nghiệp là một yếu tố đáng chú ý khi kết quả cho thấy du khách là nhân viên dẫn đầu với tỷ lệ 30%, trong khi học sinh, sinh viên chỉ chiếm 11,2%. Số liệu này nói lên rằng đối tượng sử dụng taxi chủ yếu là những người đã đi làm, có thu nhập ổn định, trong khi học sinh, sinh viên thường chọn những phương tiện khác phù hợp hơn với khả năng tài chính của họ.

Kết quả thống kê cũng cho thấy được sự phân bổ lựa chọn các hãng taxi tại Nha Trang dựa trên 170 phiếu khảo sát. Taxi Xanh SM dẫn đầu với 37,6% lượt sử dụng, gần gấp 4 lần các hãng tầm trung, nhờ chất lượng dịch vụ, độ phủ rộng, hoặc uy tín thương hiệu. Sun Taxi, Mai Linh, và Taxi Asia đều chiếm khoảng 10% mỗi hãng, phản ánh sự cạnh tranh ngang bằng. Các hãng nhỏ hơn như Vinasun, Thành Hưng, và Bình Minh chiếm tỷ lệ nhỏ (5,9%-7,1%), cho thấy khó khăn trong việc thu hút khách hàng. Nhóm "Khác" chỉ chiếm 5,3%, khẳng định sự tập trung của thị trường vào các hãng lớn, với 75,3% thị phần thuộc về các hãng phổ biến.

Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phân tích bằng hệ số Cronbach Alpha nhằm loại bỏ những mục hỏi có mối tương quan với biến tổng nhỏ hơn 0,3 (Nunnally, 1978). Sau đó, phân tích nhân tố khám phá (EFA) được áp dụng để xác định hệ số tải nhân tố đối với từng nhân tố, nếu hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 thì biến đó sẽ bị loại khỏi mô hình phân tích. Tiếp đến là tiến hành kiểm định Pair Sample T-test so sánh cặp các chỉ báo để đưa ra kết luận về mức độ chênh lệch giữa kỳ vọng của khách hàng và mức độ thực hiện của các hãng taxi mà khách hàng đã cảm nhận được khi thực tế trải nghiệm. Phân tích cuối cùng được biểu diễn trên mô hình IPA với bốn góc phần tư của biểu đồ để xác định rõ nhất các nhân tố đã tác động đến chất lượng dịch vụ vận chuyển du khách bằng taxi và đưa ra được giải pháp cho từng nhóm nhân tố nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và tránh được lãng phí tài nguyên đối với các nhân tố đã thực hiện tốt.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Đánh giá sự phù hợp của dữ liệu cho phân tích nhân tố

Bảng 2. Kết quả phân tích các nhân tố

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Chất lượng phục vụ của nhân viên (Cronbach's Alpha = 0,92)				
PV1 → PV10	35,45 → 35,87	30,36 → 32,10	0,62 → 0,75	0,91 → 0,91
Mức độ thực hiện của hãng taxi (Cronbach's Alpha = 0,91)				
TH1 → TH9	30,35 → 30,68	26,13 → 29,39	0,47 → 0,82	0,89 → 0,91

Thời gian sử dụng dịch vụ di chuyển bằng taxi (Cronbach's Alpha = 0,90)				
TG1 → TG6	18,78 → 19,10	11,33 → 12,31	0,70 → 0,76	0,88 → 0,88
Chất lượng xe taxi (Cronbach's Alpha = 0,92)				
CL1 → CL9	30,34 → 30,86	25,96 → 28,56	0,51 → 0,78	0,90 → 0,92
Giá cả dịch vụ taxi (Cronbach's Alpha = 0,93)				
GC1 → GC8	26,16 → 26,52	27,61 → 30,84	0,65 → 0,87	0,92 → 0,93

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra)

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy dữ liệu hoàn toàn phù hợp khi KMO của các nhóm biến đều > 0,8 (dao động từ 0,88 đến 0,92) và Sig Bartlett = 0,00, khẳng định tính phù hợp để thực hiện EFA. Hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5 phần lớn trên 0,7 cho thấy các biến có mối quan hệ chặt chẽ với các nhân tố tương ứng. Nhìn chung, EFA đã trích ra các nhân tố độc lập và rõ ràng, phản ánh đúng cấu trúc dữ liệu, làm cơ sở cho các bước kiểm định tiếp theo. Kiểm định giá trị tin cậy và phân biệt giữa mỗi nhân tố, các nhân tố có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,60 sẽ được giữ lại. Kết quả cho thấy các hệ số thống kê đảm bảo yêu cầu cho phân tích tiếp theo.

Bảng 3. Kết quả EFA thang đo các nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ vận chuyển du khách bằng taxi

Biến quan sát	Nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ vận chuyển du khách bằng taxi				
	1	2	3	4	5
PV1 → PV10	0,70→0,81				
TH1 → TH9		0,72→0,87			
TG1 → TG6			0,79→0,84		
CL1 → CL9				0,60→0,84	
GC1 → GC8					0,72→0,91
Cronbach's Alpha	0,92	0,91	0,90	0,92	0,93

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra)

4.2. Kết quả kiểm định Pair Sample T-test và phân tích mô hình IPA

Trung bình Mức độ quan trọng (I) = 4,14 và trung bình Mức độ thực hiện (P) = 3,84. Phân bố các yếu tố lên mô hình chia thành bốn góc phần tư khác nhau: Góc phần tư I – Khu vực tập trung cải thiện (Quan trọng cao – Thực hiện thấp). Đây là những yếu tố khách hàng đánh giá rất quan trọng nhưng doanh nghiệp chưa đáp ứng tốt. Cần ưu tiên cải thiện ngay. Bao gồm các biến sau: PV6, PV9, PV10, TH5, TH6, TH8, TG2, TG3, TG6, CL4. CL5, CL7, GC5. GC6, GC7. Góc phần tư II – Duy trì và phát huy (Quan trọng cao – Thực hiện cao). Đây là những yếu tố đã làm tốt. Cần duy trì và tiếp tục phát huy để giữ vững lợi thế cạnh tranh. Bao gồm các biến sau: PV3, PV4, PV7, TG5, CL1, GC1, GC3, GC4. Góc phần tư III – Xem xét tài nguyên đầu tư (Quan trọng thấp – Thực hiện cao). Đây là những yếu tố doanh nghiệp đã làm tốt, nhưng không quá quan trọng với khách hàng. Có thể cân nhắc tái phân bổ nguồn lực. Bao gồm các biến sau: PV5, PV8, TH4, CL2, CL9. Góc phần tư IV – Giảm ưu tiên (Quan trọng thấp – Thực hiện thấp). Đây là những yếu tố khách hàng không đánh giá cao và doanh nghiệp cũng chưa làm tốt. Cần cân nhắc giảm ưu tiên hoặc loại bỏ nếu không cần thiết. Bao gồm các biến sau: TH1, TG4, CL6, GC8.

Bảng 4. Kết quả so sánh cặp bằng kiểm định Paired Samples Test

Cặp so sánh	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn	Giá trị t	Bậc tự do (df)	Mức ý nghĩa
PVI1 - PVP1	0,18	0,89	0,07	2,66	169	0,01
PVI2 - PVP2	0,16	0,77	0,06	2,77	169	0,01
PVI3 - PVP3	0,31	0,82	0,06	4,85	169	0,00
PVI4 - PVP4	0,33	0,87	0,07	4,94	169	0,00
PVI5 - PVP5	(0,09)	0,91	0,07	(1,36)	169	0,18
PVI6 - PVP6	0,39	0,80	0,06	6,41	169	0,00

Cặp so sánh	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn	Giá trị t	Bậc tự do (df)	Mức ý nghĩa
PVI7 - PVP7	0,34	0,79	0,06	5,52	169	0,00
PVI8 - PVP8	(0,12)	0,80	0,06	(1,92)	169	0,06
PVI9 - PVP9	0,39	0,92	0,07	5,48	169	0,00
PVI10 - PVP10	0,41	1,07	0,08	4,93	169	0,00
THI1 - THP1	0,52	3,30	0,25	2,04	169	0,04
THI2 - THP2	0,19	0,84	0,06	3,00	169	0,00
THI3 - THP3	0,25	0,83	0,06	3,89	169	0,00
THI4 - THP4	(0,22)	1,22	0,09	(2,39)	169	0,02
THI5 - THP5	0,68	1,16	0,09	7,61	169	0,00
THI6 - THP6	0,68	1,17	0,09	7,51	169	0,00
THI7 - THP7	0,52	1,03	0,08	6,57	169	0,00
THI8 - THP8	0,71	1,03	0,08	8,94	169	0,00
THI9 - THP9	0,27	0,81	0,06	4,34	169	0,00
TGI1 - TGP1	0,36	0,77	0,06	6,05	169	0,00
TGI2 - TGP2	0,48	0,87	0,07	7,13	169	0,00
TGI3 - TGP3	0,32	0,87	0,07	4,82	169	0,00
TGI4 - TGP4	0,05	0,78	0,06	0,79	169	0,43
TGI5 - TGP5	0,26	0,79	0,06	4,25	169	0,00
TGI6 - TGP6	0,56	1,03	0,08	7,10	169	0,00
CLI1 - CLP1	0,10	0,77	0,06	1,68	169	0,09
CLI2 - CLP2	(0,15)	0,74	0,06	(2,58)	169	0,01
CLI3 - CLP3	0,40	0,81	0,06	6,44	169	0,00
CLI4 - CLP4	0,44	0,81	0,06	6,98	169	0,00
CLI5 - CLP5	0,49	0,85	0,07	7,57	169	0,00
CLI6 - CLP6	(0,15)	0,89	0,07	(2,14)	169	0,03
CLI7 - CLP7	0,67	0,94	0,07	9,30	169	0,00
CLI8 - CLP8	0,28	0,84	0,06	4,40	169	0,00
CLI9 - CLP9	(0,35)	0,98	0,08	(4,61)	169	0,00
GCI1 - GCP1	0,47	0,86	0,07	7,15	169	0,00
GCI2 - GCP2	0,10	0,84	0,06	1,55	169	0,12
GCI3 - GCP3	0,51	0,99	0,08	6,72	169	0,00
GCI4 - GCP4	0,40	0,85	0,06	6,17	169	0,00
GCI5 - GCP5	0,48	0,86	0,07	7,33	169	0,00
GCI6 - GCP6	0,55	0,98	0,08	7,36	169	0,00
GCI7 - GCP7	0,59	1,16	0,09	6,66	169	0,00
GCI8 - GCP8	0,34	0,98	0,08	4,47	169	0,00

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra)

Tóm lại, ưu tiên cải thiện nhóm yếu tố quan trọng cao nhưng hiệu suất thấp (Góc phần tư I) như kỹ năng phục vụ, xử lý hành lý thất lạc và giá cả cạnh tranh. Duy trì chất lượng dịch vụ ở những yếu tố đã làm tốt (Góc phần tư II) như thái độ nhân viên, lái xe an toàn và minh bạch giá cả và chương trình khuyến mãi. Cần nhắc giảm đầu tư hoặc tái phân bổ nguồn lực ở các nhóm yếu tố ít quan trọng (Góc phần tư III và IV) để tối ưu chi phí. Có thể đẩy mạnh công nghệ, xây dựng hệ thống phản hồi khách hàng tự động, định vị hành lý thất lạc, và ứng dụng thanh toán linh hoạt trên các nền tảng số. Việc cải thiện chất lượng dịch vụ theo mô hình IPA sẽ giúp doanh nghiệp đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, gia tăng sự hài lòng và cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường.

Ngoài ra, chính quyền và các doanh nghiệp taxi cần ứng dụng công nghệ trong quản lý dịch vụ, như phát triển các ứng dụng đặt xe trực tuyến, tích hợp các tính năng theo dõi chuyển đi và thanh toán minh bạch, đồng thời xây dựng hệ thống phản hồi khách hàng qua nền tảng số để nâng cao sự tiện lợi và hiệu quả. Hơn nữa, chính quyền cần đầu tư cải thiện cơ sở hạ tầng giao thông, giảm thiểu tình trạng ùn tắc tại các khu vực du lịch, đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp taxi sử dụng các phương tiện thân thiện với môi trường, như xe điện hoặc xe hybrid, để tạo ấn tượng tích cực với du khách và đáp ứng xu hướng phát triển du lịch bền vững. Cuối cùng, các chương trình khuyến mãi và quảng bá dịch vụ chất lượng cao cần được triển khai, đặc biệt trên các nền tảng trực tuyến, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và lựa chọn dịch vụ taxi đáng tin cậy. Những chính sách này không chỉ thúc đẩy sự cạnh tranh lành mạnh trong ngành mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại Nha Trang, đồng thời cải thiện hình ảnh thành phố trên bản đồ du lịch quốc tế.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Bài nghiên cứu còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục trong các nghiên cứu tương lai. Thứ nhất, dữ liệu nghiên cứu chủ yếu được thu thập tại thành phố Nha Trang, dẫn đến kết quả có thể chưa phản ánh đầy đủ tình hình chất lượng dịch vụ taxi tại các địa phương khác có đặc điểm du lịch tương tự. Thứ hai, mặc dù các phương pháp phân tích như Cronbach's Alpha, EFA và IPA đã được sử dụng để đánh giá chất lượng dịch vụ, nhưng việc kết hợp thêm các phương pháp phân tích hiện đại như SEM (Structural Equation Modeling) có thể giúp hiểu rõ hơn về mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng. Thứ ba, nghiên cứu chủ yếu tập trung vào nhận thức của khách hàng mà chưa xem xét đầy đủ quan điểm từ các doanh nghiệp taxi và các bên liên quan khác như cơ quan quản lý, cộng đồng địa phương (Lê và cộng sự, 2023).

Hướng nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi khảo sát sang các điểm du lịch khác để so sánh và tổng quát hóa kết quả. Đồng thời, các nghiên cứu sau nên kết hợp phân tích đa chiều, bao gồm ý kiến của cả khách hàng, doanh nghiệp, và chính quyền để đưa ra giải pháp toàn diện hơn. Ngoài ra, cần xem xét các yếu tố tác động mới như ảnh hưởng của công nghệ và xu hướng sử dụng phương tiện giao thông thân thiện với môi trường, nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch bền vững và nâng cao chất lượng dịch vụ taxi trong bối cảnh hiện đại.

Tài liệu tham khảo

- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), pp. 125-131. Doi: 10.1177/002224299405800110.
- Joung, H.-Y., Lee, Y.-B. & Kim, S.-J. (2019). Assessing the service quality of taxi services in Seoul, South Korea. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1), pp. 52-64. Doi: 10.1177/1467358417715677.
- Le, C. C., Dao, A. T., & Doan, N. K. T. (2023). The role of social factors and community attachment in the intention to reduce plastic bag consumption and pro-environmental behaviors. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 34(5), 752-767. <https://doi.org/10.1080/10911359.2023.2202695>.
- Makienko, I. & Tikhomirov, A. (2015). Customer satisfaction with taxi services in Moscow. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 9(1), pp. 1-10. Doi: 10.4102/jtscm.v9i1.179.
- Martilla, J.A. & James, J.C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), pp. 77-79. Doi: 10.1177/002224297704100112.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.), McGraw-Hill.
- Nguyễn Thị Thanh Huyền, Phạm Văn An và Trần Minh Hoàng (2019). Đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ taxi công nghệ tại Việt Nam, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, tập 264, số 2, trang 35-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), pp. 41-50. Doi: 10.1177/002224298504900403.
- Yeo, G.T., Tan, J.M. & Goh, S.K. (2014). Impact of taxi services on tourist satisfaction in Singapore. *Tourism Management*, 42, pp. 161-170. Doi: 10.1016/j.tourman.2013.11.002.

THẺ LỆ GỬI BÀI CHO TẠP CHÍ KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG

1. Bài viết gửi đăng trên Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung phải là bài viết chưa từng được gửi đăng, đăng tải trên bất kỳ các sách, báo, tạp chí khác.
2. Bài viết gửi đăng có dung lượng từ 5.000-8.000 từ, được đánh máy vi tính trên khổ giấy A4, sử dụng font chữ Times New Roman, cỡ chữ 14, cách dòng Single, các đoạn 6 pt. Trang đầu tiên của bài viết bao gồm các thông tin về tác giả: họ và tên, học hàm, học vị, cơ quan công tác, số điện thoại, địa chỉ email liên hệ (nếu có từ 02 tác giả trở lên, đều phải đảm bảo đầy đủ thông tin trên).
3. Tiêu đề bài viết, tóm tắt (khoảng 100-200 từ), từ khoá phải được trình bày cả bằng tiếng Việt và tiếng Anh ngay sau trang thông tác giả.
4. Kết cấu bài viết được chia thành các mục, tiểu mục và cần đánh theo số thứ tự: 1. Đặt vấn đề; 2.; 2.1.; 2.1.1.; ...; n. Kết luận; Tài liệu tham khảo. Tên của mục và tiểu mục cần viết ngắn gọn, thể hiện bản chất của nội dung trình bày và không có dấu chấm ở cuối dòng.
5. Tên riêng của người, địa phương, thuật ngữ tiếng nước ngoài để nguyên văn, không phiên âm sang tiếng Việt, trừ những tên, thuật ngữ đã được Việt hoá (như Trung Quốc, Thái Lan, ...).
6. Bài viết phải đảm bảo trích dẫn đầy đủ các thông tin, số liệu, nội dung, đại ý, kết luận... (nếu tham khảo từ các tài liệu khác). Đối với các đoạn trích dẫn trong bài viết nếu trích dẫn nguyên văn thì phần trích dẫn phải được để trong dấu ngoặc kép, nếu là trích dẫn nội dung, đại ý (bao gồm cả số liệu, thông tin, kết luận, phát hiện, ... không dùng nguyên văn) thì không phải để trong dấu ngoặc kép. Cả 2 loại trích dẫn này đều được trích nguồn đầy đủ và ở dạng chữ thường.
7. Tài liệu trích dẫn được trình bày trong dấu ngoặc đơn và viết theo thứ tự sau:
 - Là tác giả Việt Nam: Họ và tên tác giả, năm xuất bản, số trang (nếu có). Ví dụ (Nguyễn Văn A, 2011, 10).
 - Là tác giả nước ngoài: Họ tác giả, năm, số trang (nếu có). Ví dụ (Stiglitz, 1986).
8. Chú thích được trình bày trong dấu ngoặc đơn và đánh số thứ tự 1, 2, 3. Nội dung của chú thích được trình bày ở cuối bài viết bằng mục Chú thích và đặt trên tài liệu tham khảo. Ví dụ: Vùng Nam Trung Bộ⁽¹⁾. Cuối bài viết trình bày:

Chú thích:

(1) Vùng Nam Trung Bộ bao gồm 8 tỉnh/thành phố Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi, Bình Định, Phú Yên, Khánh Hoà, Ninh Thuận, Bình Thuận.

9. Tài liệu tham khảo được trình bày theo chuẩn quốc tế APA và được sắp xếp theo thứ tự Alphabet.

+ Đối với tài liệu là bài báo trong các tạp chí:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). Tiêu đề bài viết. *Tên tạp chí*, số quyển (số phát hành), số trang.

Ví dụ: Nguyễn Văn A, Nguyễn Văn B (2024). Phát triển kinh tế Việt Nam. *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, 1(82), 3-10.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). Tiêu đề bài viết. *Tên tạp chí*, số quyển (số phát hành), số trang. Ví dụ: Wang, S., Wang, J., Shen, W., & Wu, H. (2023). The evaluation of tourism service facilities in Chinese traditional villages based on the living protection concept: Theoretical framework and empirical case study. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 22(1), 14-31.

+ Đối với tài liệu là sách:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). *Tiêu đề sách (phiên bản)*. Nhà xuất bản. Nơi xuất bản.

Ví dụ: Nguyễn Văn A (chủ biên). (2024). *Giáo trình kinh tế phát triển*. Nxb Giáo dục. Hà Nội.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). *Tiêu đề sách (phiên bản)*. Nhà xuất bản. Nơi xuất bản. Ví dụ: Chang, H. J. (Ed.). (2003). *Rethinking development economics* (Vol. 1). Anthem Press.

+ Đối với tài liệu là bài đăng trên kỷ yếu hội thảo:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). Tiêu đề tham luận. *Tên kỷ yếu hội thảo* (Số trang). Nơi xuất bản.

Ví dụ: Nguyễn Văn A (2024). Điều chỉnh tỷ giá thị trường. *Hội thảo phát triển kinh tế miền Trung* (10-20). Đà Nẵng.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). Tiêu đề tham luận. *Tên kỷ yếu hội thảo* (số trang). Nơi xuất bản. Ví dụ: Kremer, M., Rao, G., & Schilbach, F. (2019). Behavioral development economics. In *Handbook of behavioral economics: applications and foundations 1* (Vol. 2, pp. 345-458). North-Holland.

+ Đối với tài liệu là bài đăng trên internet:

- *Tác giả người Việt Nam:* Họ và tên tác giả (năm xuất bản). *Tiêu đề bài viết*. Truy xuất từ đường dẫn trang web, ngày/tháng/năm truy cập.

Ví dụ: Minh Ngọc (2024). *FDI tháng 5/2024: Vốn điều chỉnh đạt mức tăng ấn tượng*. Truy xuất từ <https://baochinhphu.vn/fdi-thang-5-2024-von-dieu-chinh-dat-muc-tang-an-tuong-102240528083927875.htm>, ngày 10/5/2024.

- *Tác giả người nước ngoài:* Họ tác giả, tên viết tắt. (năm xuất bản). *Tiêu đề bài viết*. Truy xuất từ đường dẫn trang web, ngày/tháng/năm truy cập. Ví dụ: Lund, C. (2023). *The Effects of Mental Health Interventions on Labor Market Outcomes in Low- and Middle-Income Countries*. Truy xuất tại <https://www.nber.org/papers/w32423>, ngày 10/5/2024.

10. Xin gửi bản thảo bài viết qua địa chỉ email: tckhxmientrung@gmail.com

Lưu ý: Toà soạn Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung chỉ nhận bài viết đáp ứng đúng thể lệ gửi bài trên.

Thông tin liên hệ:

Toà soạn Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

Địa chỉ: Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng.

Điện thoại: 0236.3962.510

Website: <https://isscr.vass.gov.vn> hoặc <https://vjol.info.vn/index.php/isscr/index>

GIÁ: 30.000 đồng

CVRSS

Central Vietnamese Review of Social Sciences

TẠP CHÍ KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG

Địa chỉ: Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phường Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng

Điện thoại: 0236.3962.510

Email: tckhxmientrung@gmail.com