

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

CHU KHÁNH LINH

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

Hà Nội - 2026

Công trình được hoàn thành tại:

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học:

Người hướng dẫn khoa học 1: PGS. TS. Lê Chí Công

Người hướng dẫn khoa học 2: PGS. TS. Đặng Thị Phương An

Phản biện: PGS. TS. Lê Anh Tuấn

Phản biện: PGS. TS. Nguyễn Thị Nguyên Hồng

Phản biện: PGS. TS. Trương Đức Thao

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia, chấm luận án tiến sĩ họp tại Phòng 302, nhà E, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, vào hồi 14 giờ ngày 30 tháng 12 năm 2025.

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin - Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

- Về mặt lý luận

Hiện nay, các nghiên cứu chưa lượng hóa những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp như niềm tin, cơ chế chính sách, quản trị rủi ro và tác động của những yếu tố đến hoạt động liên kết trong các doanh nghiệp du lịch (Tang & cộng sự, 2019). Mối quan hệ hợp tác trong ngành du lịch ngày càng trở nên quan trọng và thu hút sự chú ý của các nhà nghiên cứu hàn lâm. Tuy nhiên, theo hiểu biết của tác giả có rất ít nghiên cứu luận bàn về hành vi liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch (Tsaur & cộng sự, 2006). Đặc biệt, các nghiên cứu chưa đề cập đến mô hình và đánh giá mức độ ảnh hưởng khác nhau đến kết quả hoạt động liên kết xét trên góc độ tổng hợp nhằm đem lại lợi ích liên kết cho các doanh nghiệp du lịch. Vì vậy, việc xây dựng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết và phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến kết quả hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp.HCM góp phần lấp đầy các khoảng trống nghiên cứu về mặt lý luận.

- Về mặt thực tiễn

Về phương diện thực tiễn kinh doanh, liên kết trong phát triển du lịch là một trong những giải pháp quan trọng đang được nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng nhằm khai thác những lợi thế tương đối của nhau về tài nguyên du lịch, về hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật và nhiều nguồn lực khác, góp phần tạo ra những sản phẩm dịch vụ du lịch có tính chất tổng hợp, mang lại sự hài lòng cho du khách (Hoàng Văn Hoa, 2019).

Ở góc độ khách quan, khung pháp lý về liên kết doanh nghiệp du lịch tại Việt Nam vẫn còn thiếu và chưa đồng bộ, cụ thể: Chưa có quy định chặt chẽ trong xử lý tranh chấp, vi phạm hợp đồng; Thiếu chính sách ràng buộc liên quan đến thời gian hợp tác, phân chia lợi ích, cơ chế chia sẻ rủi ro; đồng thời chưa có hướng dẫn cụ thể để điều chỉnh các hành vi kinh doanh không công bằng trong liên kết. Những hạn chế này làm cho hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp thiếu tính ổn định và bền vững. Như vậy, có thể khẳng định rằng liên kết doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là doanh nghiệp lữ hành, đã trở thành xu thế tất yếu trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam hội nhập và phục hồi sau nhiều biến động. Liên kết không chỉ giúp doanh nghiệp khai thác tối đa lợi thế của nhau, mà còn là động lực quan trọng để thúc đẩy phát triển bền vững. Đây cũng chính là cơ sở thực tiễn quan trọng để nghiên cứu, đánh giá các yếu tố tác động đến hoạt động liên kết của doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM.

Từ yêu cầu đó, tác giả lựa chọn đề tài “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh*”. Luận án sẽ tập trung hệ thống hóa cơ sở lý thuyết, xây dựng mô hình nghiên cứu về các yếu tố tác động đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM, đồng thời phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố này đến kết quả liên kết. Trên cơ sở đó, luận án đề xuất các kiến nghị và hàm ý chính sách nhằm giúp các doanh nghiệp tập trung nguồn lực, chia sẻ quyền lợi và rủi ro, kiểm soát chất lượng sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu nhằm xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch. Từ đó, luận án xây dựng mô hình phân tích và tiến hành kiểm định các yếu tố tác động, nhằm cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn cho các nhà quản lý, nhà kinh doanh du lịch trong việc hoạch định chính sách và chiến lược tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết này.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Để giải quyết các vấn đề đặt ra và đạt được mục tiêu nghiên cứu, phạm vi được xác định cụ thể như sau:

*** Phạm vi về nội dung**

- Làm rõ cơ sở lý luận về hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp (khái niệm, bản chất); đồng thời phân biệt giữa liên kết kinh doanh và liên kết doanh nghiệp nhằm nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết trong du lịch.

- Phân tích và đánh giá thực trạng liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM.

- Đề xuất định hướng và hàm ý chính sách, hàm ý quản trị nhằm tăng cường hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM trong thời gian tới.

Trong phạm vi nghiên cứu, luận án tập trung vào hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành tại TP. HCM để đảm bảo tính tập trung và nhất quán. Doanh nghiệp lữ hành được xem là “hạt nhân” trong chuỗi giá trị du lịch, với vai trò tổ chức, kết nối và phân phối sản phẩm trực tiếp đến khách hàng. Do đó, việc phân tích hoạt động liên kết của các doanh nghiệp lữ hành có ý nghĩa quan trọng trong việc đẩy mạnh kết quả hợp tác và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành du lịch.

*** Phạm vi về không gian**

Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM. Đây là địa bàn có số lượng doanh nghiệp lữ hành lớn, đa dạng về loại hình và quy mô. Các doanh nghiệp tại Tp. HCM vừa cạnh tranh gay gắt, vừa có nhu cầu liên kết để mở rộng thị trường và nâng cao năng lực cung ứng dịch vụ. Vì vậy, việc chọn TP. HCM không chỉ mang tính điển hình cho nghiên cứu về liên kết doanh nghiệp mà còn có thể cung cấp những gợi ý và kinh nghiệm tham khảo cho các địa phương khác.

*** Phạm vi về thời gian**

Dữ liệu thứ cấp: được thu thập trong giai đoạn 2022 – 2024, phản ánh xu hướng và tình hình liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM.

Dữ liệu sơ cấp: thu thập thông qua khảo sát trực tiếp các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM trong năm 2024.

4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn nghiên cứu

Luận án đã hệ thống hóa và phát triển cơ sở lý thuyết về hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch, qua đó xây dựng mô hình nghiên cứu tổng thể nhằm làm rõ các yếu tố ảnh hưởng và mối quan hệ giữa các yếu tố trong bối cảnh phát triển du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh. Mô hình được hình thành từ quá trình khảo lược lý thuyết kết hợp với ý kiến chuyên gia và thảo luận nhóm, bảo đảm tính khoa học, tính thực tiễn và độ tin cậy.

Về mặt khoa học, luận án góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận về liên kết doanh nghiệp trong lĩnh vực du lịch thông qua việc xác định bảy nhóm yếu tố ảnh hưởng. Trong đó, yếu tố “Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp” được bổ sung mới từ kết quả nghiên cứu định tính, phản ánh đặc trưng kết nối đa chiều trong ngành du lịch.

Việc kiểm định mô hình bằng phương pháp PLS-SEM cùng các kỹ thuật thống kê hiện đại (Cronbach’s Alpha, EFA, CFA, Bootstrap...) trên dữ liệu khảo sát 346 doanh nghiệp cho thấy toàn bộ bảy giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận. Kết quả này khẳng định tính phù hợp của mô hình với dữ liệu thực tiễn và giá trị khoa học của các thang đo, đồng thời minh chứng cho độ tin cậy và khả năng giải thích cao của mô hình lý thuyết.

Về ý nghĩa thực tiễn, luận án phản ánh tương đối toàn diện thực trạng liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2022-2024, chỉ ra mức độ tác động của từng yếu tố đến kết quả liên kết. Kết quả nghiên cứu giúp các doanh nghiệp, hiệp

hội và cơ quan quản lý hiểu rõ hơn động lực và rào cản trong quá trình liên kết, từ đó có thể thiết kế chiến lược liên kết phù hợp, tối ưu hóa nguồn lực chung.

Luận án đề xuất hàm ý chính sách nhằm tăng cường liên kết trong hoạt động du lịch, bao gồm: Hoàn thiện cơ chế chính sách hỗ trợ, phát huy vai trò của hiệp hội nghề nghiệp, thúc đẩy chia sẻ thông tin và lợi ích, tăng cường đào tạo, chuyển đổi số và xây dựng quy trình tổ chức hoạt động liên kết doanh nghiệp du lịch.

Về khả năng ứng dụng, mô hình nghiên cứu có tính khái quát cao và có thể vận dụng cho nhiều địa phương khác ngoài Thành phố Hồ Chí Minh. Các yếu tố được xác lập mang tính phổ quát, phản ánh cấu trúc liên kết đặc trưng của ngành du lịch Việt Nam, có thể sử dụng làm cơ sở xây dựng kế hoạch hoặc đánh giá hiệu quả liên kết tại các trung tâm du lịch khác như Hà Nội, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Đà Lạt, Cần Thơ....

Như vậy, luận án không chỉ đóng góp giá trị học thuật, mà còn mang ý nghĩa thực tiễn sâu sắc hỗ trợ hoạch định chính sách, nâng cao kết quả liên kết và phát triển bền vững ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

5. Cấu trúc của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án được cấu trúc theo 5 chương như sau:

Chương 1. Tổng quan nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết doanh nghiệp du lịch.

Chương 2. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM.

Chương 3. Phương pháp nghiên cứu.

Chương 4. Kết quả nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp.HCM.

Chương 5. Thảo luận kết quả nghiên cứu và hàm ý chính sách, quản trị nhằm tăng cường hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp.HCM.

6. Đóng góp của nghiên cứu

Ngành du lịch có sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, thách thức đối với các doanh nghiệp là cần đổi mới phương thức và mô hình kinh doanh. Xây dựng mô hình liên kết giúp các doanh nghiệp du lịch định hướng hoạt động hợp tác, liên kết từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh, gia tăng trải nghiệm cho du khách và tối ưu hóa các nguồn lực đầu tư. Nghiên cứu có những đóng góp mới như sau:

Đóng góp về mặt lý luận

- Nghiên cứu đã khái quát và làm rõ cơ sở lý luận về liên kết doanh nghiệp trong du lịch: (1) Phân tích các yếu tố được sử dụng trong liên kết doanh nghiệp, liên kết doanh nghiệp du lịch, (2) Tổng quan các hướng nghiên cứu chính của liên kết doanh nghiệp và (3) Làm rõ các mối quan hệ giữa các yếu tố liên kết doanh nghiệp, liên kết doanh nghiệp du lịch.

- Luận án đã kế thừa các thành phần thang đo lường (biến quan sát) các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch. Từ đó, xác lập khung lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ (lĩnh vực lữ hành) tại Tp. HCM nói riêng và Việt Nam nói chung.

- Đây là nghiên cứu đầu tiên tập trung vào các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM. Tính đặc thù của bối cảnh nghiên cứu (thời gian, địa điểm, văn hóa, điều kiện thị trường) tạo nên sự khác biệt so với các công trình trước, góp phần khẳng định giá trị khoa học và tính ứng dụng thực tiễn của luận án.

- Luận án phát hiện và bổ sung yếu tố mới “Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch” thông qua nghiên cứu định tính. Yếu tố này mở rộng phạm vi lý thuyết về liên kết doanh nghiệp du lịch, khi chỉ ra vai trò điều phối, kết nối và gia tăng hiệu quả liên kết của các hiệp hội

và mạng lưới nghề nghiệp – nội dung mà các nghiên cứu trước chưa đề cập hoặc chưa lượng hóa đầy đủ.

- Luận án đã lượng hóa mức độ tác động của từng yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết, giúp nhận diện biến số quan trọng và cơ chế tác động trong liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch; đây là điểm khác biệt so với nhiều công trình chủ yếu mô tả định tính.

- Mô hình nghiên cứu được xây dựng và kiểm định có khả năng giải thích thực tế tốt, góp phần bổ sung luận cứ học thuật cho nghiên cứu về liên kết doanh nghiệp du lịch trong điều kiện Việt Nam.

Đóng góp về mặt thực tiễn

- Luận án phản ánh bức tranh thực tế về hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM trong giai đoạn 2022 – 2024, qua đó cung cấp dữ liệu tham chiếu cho các nhà quản trị và cơ quan quản lý.

- Kết quả nghiên cứu hỗ trợ hoạch định chính sách và chiến lược liên kết doanh nghiệp, đồng thời nhấn mạnh vai trò phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước, hiệp hội nghề nghiệp và doanh nghiệp du lịch trong thúc đẩy liên kết.

- Luận án đề xuất quy trình tổ chức hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ, có thể triển khai trong thực tế, thử nghiệm và từng bước nhân rộng thành mô hình tham khảo cho các địa phương khác.

CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT DOANH NGHIỆP DU LỊCH

1.1. Thu thập tài liệu nghiên cứu

1.2. Thông tin chung về các nghiên cứu

Bộ dữ liệu phân tích bao gồm 386 bài báo/bài hội thảo/chương sách có thời gian công bố trong 30 năm, từ năm 1993 đến năm 2023. Số lượng nghiên cứu về chủ đề liên kết doanh nghiệp du lịch hàng năm trên cơ sở dữ liệu WoS và Scopus được minh họa ở Bảng 1. Ở giai đoạn đầu, số lượng công bố còn ít, chưa ổn định. Năm 1993 đến năm 1996 chỉ có 1 nghiên cứu/năm, từ năm 1997 đến năm 2006 từ 1-6 nghiên cứu. Bắt đầu từ năm 2007, số nghiên cứu tăng lên từ 10 - 20 nghiên cứu/năm, cao nhất là năm 2019 với 37 nghiên cứu. Từ đầu năm 2023 đến nay, có tất cả 24 nghiên cứu.

1.3. Tổng quan lý thuyết liên quan đến chủ đề các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch

1.3.1. Tổng quan nghiên cứu về liên kết trong kinh doanh du lịch

- Nghiên cứu về liên kết chuỗi cung ứng trong kinh doanh du lịch

- Nghiên cứu về vai trò, ý nghĩa của liên kết kinh doanh

- Nghiên cứu về liên kết du lịch với phát triển bền vững tại các điểm đến

- Tổng quan nghiên cứu về tình hình liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch

1.3.2. Tổng quan nghiên cứu về tình hình liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch

Bảng 1.1: Tổng hợp các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp

STT	Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp	Tổng hợp các nghiên cứu
1	Khai thác các nguồn lực của doanh nghiệp.	Phùng Lê Dung (2021); Jefferies (2006); Kirsten và cộng sự (2002).
2	Khả năng xây dựng lòng tin giữa các doanh nghiệp.	Blanchard (2013); Đàm Quang Thắng, Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Serrano và cộng sự (2017); Xue và cộng sự (2010); Monroy và cộng sự (2019); Koenig và Van (1992); Serrano và cộng sự (2017); Trần Thị Huyền Trang (2017); Freel (2000); Nguyễn Thành Hiếu (2022); Trần Thị Huyền Trang (2017); Robert và cộng sự (2006); Saura và cộng sự (2009); Palmatier và cộng sự (2007); Das và Teng (2001).
3	Duy trì sự công bằng	Đỗ Thị Nga và Lê Đức Niêm (2016).
4	Chia sẻ lợi ích kinh doanh	Phùng Lê Dung (2021); Đặng Huyền Trang (2018); Van Hoa Hoang và cộng sự (2018); Nguyễn Thị Thu Mai (2018).
5	Chia sẻ rủi ro	Đỗ Thị Nga và Lê Đức Niêm (2016); Phùng Lê Dung (2021); Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Nguyễn Thị Thu Mai (2018); Das và Teng (2001).
6	Hệ thống chính sách, thể chế	Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Phùng Lê Dung (2021); Đặng Huyền Trang (2018); Phí Thị Hồng Linh (2018); UNCTAD (2004); Ferrell và cộng sự (2020); Kirsten và cộng sự (2002).
7	Chia sẻ thông tin	Mark Barratt, Ruth Barratt (2011); Lee và cộng sự (2007); Singh và cộng sự (2019); Blanchard (2013); Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Phùng Lê Dung (2021); Westley và cộng sự (1997); Trần Thị Huyền Trang, 2017; Kirsten và cộng sự (2002); Nguyễn Thành Hiếu (2022); Nguyễn Thị Thu Mai (2018)

“Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2023”

Ngoài 7 yếu tố được đề cập trong bảng tổng hợp trên, tác giả nhận thấy yếu tố “Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch” chưa hoặc ít được đề cập đến trong các nghiên cứu. Theo quan điểm của tác giả, đây là yếu tố thực sự cần thiết để tạo nên sự gắn kết giữa các doanh nghiệp, phù hợp với bối cảnh và tình hình kinh doanh của Việt Nam. Trong đó, vai trò, hoạt động của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch có thể tác động đến khả năng hợp tác và gia tăng thành công của mối quan hệ kinh doanh

giữa các DN. Đây là yếu tố tác động đến quá trình hình thành và duy trì liên kết, sẽ giúp: (1) tăng giá trị của liên kết, mang lại lợi nhuận cho các doanh nghiệp khi tham gia liên kết; (2) tăng thị phần và nâng cao năng lực cạnh tranh với các đối thủ khác; (3) tăng uy tín của các doanh nghiệp khi tham gia liên kết; (4) Góp tiếng nói để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khi tham gia liên kết để ký kết vay vốn/huy động vốn với ngân hàng, nhà đầu tư; (5) Nâng cao uy tín với các đối tác kinh doanh; (4) Đơn vị trung gian giúp hòa giải, giảm thiểu xung đột, rủi ro giữa các bên tham gia liên kết. Đây chính là yếu tố mới mà tác giả đề xuất đưa vào mô hình nghiên cứu của luận án.

1.4. Khoảng trống trong nghiên cứu

Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy, đa số các tác giả tập trung phân tích bản chất, vai trò và hình thức liên kết doanh nghiệp, chủ yếu liên hệ với hiệu quả kinh doanh, lợi thế cạnh tranh hoặc phát triển bền vững. Các nghiên cứu này thường sử dụng các lý thuyết riêng lẻ như lý thuyết mạng lưới, lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết chi phí giao dịch hoặc lý thuyết dựa trên nguồn lực để giải thích hoạt động liên kết.

Tuy nhiên, các công trình trước vẫn thiếu cách tiếp cận tích hợp nhằm phản ánh đầy đủ đặc thù liên kết trong ngành du lịch – lĩnh vực đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ và phụ thuộc lẫn nhau giữa nhiều tác nhân. Các nghiên cứu mới dừng ở nhận diện các yếu tố riêng lẻ, chưa có nghiên cứu xây dựng mô hình tổng hợp đa chiều kết hợp giữa các lý thuyết quản trị và kinh tế để lý giải toàn diện bản chất của liên kết trong hệ thống doanh nghiệp du lịch.

Từ khoảng trống này, luận án kết hợp các nền tảng lý thuyết gồm: Lý thuyết thể chế kinh tế, Lý thuyết các bên liên quan, Lý thuyết dựa trên nguồn lực, Lý thuyết lợi ích giữa các bên, Lý thuyết liên kết mạng lưới để xây dựng mô hình nghiên cứu phù hợp với đặc điểm của ngành du lịch Việt Nam.

Kết quả tổng quan xác định sáu nhóm yếu tố chính ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch bao gồm: (1) Khai thác các nguồn lực của doanh nghiệp; (2) Duy trì sự công bằng; (3) Chia sẻ rủi ro; (4) Chia sẻ lợi ích kinh doanh; (5) Chia sẻ thông tin; (6) Hệ thống chính sách, thể chế.

Đáng chú ý, thông qua nghiên cứu định tính, luận án phát hiện một yếu tố mới “Vai trò của tổ chức xã hội – nghề nghiệp về du lịch”, phản ánh đặc thù của bối cảnh Việt Nam. Các tổ chức như hội nghề nghiệp, câu lạc bộ doanh nghiệp hay nhóm hợp tác tự nguyện đang trở thành hạt nhân trong điều phối quan hệ, chia sẻ thông tin và tạo môi trường liên kết hiệu quả. Yếu tố này chưa được ghi nhận trong phần lớn nghiên cứu trước, cho thấy đóng góp học thuật quan trọng của luận án. Vì vậy, mô hình nghiên cứu của luận án tích hợp 7 yếu tố, trong đó sáu yếu tố kế thừa từ tổng quan lý thuyết và một yếu tố mới được bổ sung từ kết quả định tính.

Dưới góc độ thực tiễn, các nghiên cứu hiện hành chủ yếu mô tả hiện tượng liên kết hoặc đề xuất khuyến nghị chung, trong khi chưa đưa ra quy trình tổ chức liên kết cụ thể phù hợp với doanh nghiệp nhỏ và vừa – nhóm chiếm tỷ trọng lớn trong ngành du lịch Việt Nam.

Bên cạnh đó, các nghiên cứu trước chưa phân tích sâu cách thức vận hành, phối hợp và duy trì mối liên kết trong thực tiễn, đặc biệt trong bối cảnh đô thị lớn như Tp. HCM, nơi tập trung nhiều loại hình doanh nghiệp du lịch đa dạng và có tính cạnh tranh cao. Điều này tạo nên khoảng trống quan trọng trong việc thiết kế và vận hành cơ chế liên kết thực tiễn.

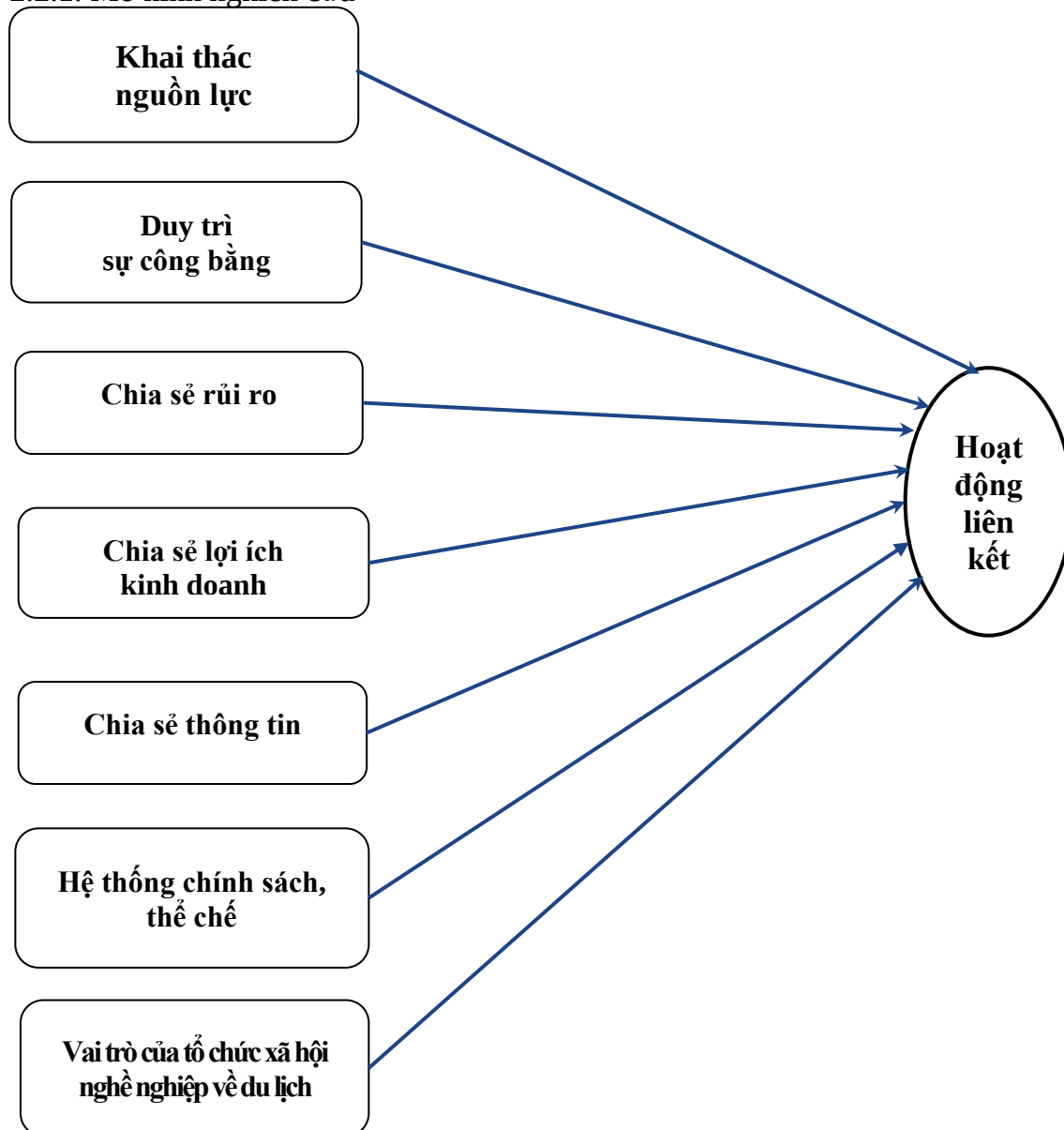
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

2.3. Các lý thuyết liên kết trong du lịch

Từ việc tổng hợp các lý thuyết sử dụng trong những nghiên cứu cùng chủ đề, NCS đề xuất những lý thuyết được sử dụng nghiên cứu về liên kết trong du lịch là: Lý thuyết thể chế; Lý thuyết các bên liên quan; Lý thuyết dựa trên nguồn lực; Lý thuyết lợi ích giữa các bên; Lý thuyết liên kết mạng lưới.

2.2. Đề xuất mô hình và giả thuyết nghiên cứu

2.2.1. Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả điều chỉnh sau buổi bảo vệ tổng thể luận án Tiến sĩ ngày 3/3/2025

Trong đó “Hoạt động liên kết” là nhân tố mục tiêu (biến phụ thuộc), đây là nhân tố trọng tâm của đề tài nghiên cứu. Các nhân tố tác động (biến độc lập), đó chính là: (1) Khai thác nguồn lực; (2) Duy trì sự công bằng; (3) Chia sẻ rủi ro; (4) Chia sẻ lợi ích kinh doanh; (5) Chia sẻ thông tin; (6) Hệ thống chính sách thể chế; (7) Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch. Đây là các nhân tố có quan hệ tương quan trực tiếp

với yếu tố mục tiêu là “Hoạt động liên kết”. Từ đó giúp tác giả đặt ra các giả thuyết nghiên cứu, nhằm xác định mối liên hệ giữa các yếu tố.

2.4.2. Phát triển các giả thuyết nghiên cứu

Bảng 2.4: Tổng hợp đề xuất các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết nghiên cứu	Ký hiệu	Mối quan hệ kỳ vọng
Yếu tố khai thác nguồn lực có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H1	+
Yếu tố duy trì sự công bằng có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H2	+
Yếu tố chia sẻ rủi ro có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H3	+
Yếu tố chia sẻ lợi ích kinh doanh có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H4	+
Yếu tố chia sẻ thông tin có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H5	+
Yếu tố hệ thống chính sách, thể chế có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H6	+
Yếu tố tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch có tác động cùng chiều đến hoạt động liên kết	H7	+

“Nguồn: Tác giả tự tổng hợp và xây dựng từ các nghiên cứu trước, 2025”

CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Phương pháp nghiên cứu định tính

Trong nghiên cứu này, NCS sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu 15 chuyên gia, trong đó: 3 chuyên gia quản lý nhà nước về du lịch và đại diện các Hiệp hội, CLB; 5 chuyên gia là nhà nghiên cứu; 7 chuyên gia đến từ doanh nghiệp du lịch vừa và nhỏ. Kết quả nghiên cứu định tính là cơ sở để NCS xây dựng bảng hỏi cho nghiên cứu định lượng sơ bộ.

3.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng

Tất cả các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu trước, nghiên cứu sinh đã tiếp thu, sàng lọc để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Tp. HCM.

Bảng 3.4. Bảng thang đo cho các biến trong mô hình nghiên cứu

STT	Mã hóa	Chỉ tiêu (thang đo) đề xuất	Nguồn
		Biến độc lập	
1.	KTNL	Khai thác các nguồn lực của doanh nghiệp	
1.1	KTNL1	Nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực, nguồn lực cơ sở vật chất, trang thiết bị, công nghệ thông tin.	Nguyễn Thị Liên Diệp và Phạm Văn Nam (2010); Nguyễn Thị Minh Tú (2023)
1.2	KTNL2	Năng lực chuyên môn, trình độ quản trị, quản lý doanh nghiệp.	Nguyễn Thị Liên Diệp và Phạm Văn Nam (2010).
1.3	KTNL3	Kinh nghiệm của doanh nghiệp trong hoạt động liên kết sản phẩm.	Kale và cộng sự (2002); Nguyễn Thị Thúy (2019).
1.4	KTNL4	Kinh nghiệm của doanh nghiệp trong hoạt động liên kết thị trường.	Kale và cộng sự (2002); Nguyễn Thị Thúy (2019).

1.5	KTNL5	Kinh nghiệm của doanh nghiệp trong hoạt động liên kết nhân lực.	Kale và cộng sự (2002); Nguyễn Thị Thúy (2019).
2	XDLT	Xây dựng lòng tin giữa các doanh nghiệp du lịch	
2.1	XDLT1	Người/Nhóm đại diện liên kết có năng lực chuyên môn, có đạo đức, tính chính trực.	Mayer và cộng sự (1995); Eisingerich và Bell (2008).
2.2	XDLT2	Người/Nhóm đại diện liên kết tạo sự tin cậy, yên tâm trong quá trình liên kết.	Eisingerich và Bell (2008). Mishra (1996); Koenig và Wijk (1992)
2.3	XDLT3	Thực hiện đúng những cam kết và các hợp đồng đã đề ra.	Trương Quốc Dũng (2022); Eisingerich và Bell (2008). Nguyễn Quý Thanh và cộng sự (2013); Kim và cộng sự (2001); Moberg và cộng sự (2002)
2.4	XDLT4	Tạo sự đồng thuận thông qua mục tiêu chung trong phát triển sản phẩm/dịch vụ để tạo sự đồng thuận.	Eisingerich và Bell (2008); Moberg và cộng sự (2002).
2.5	XDLT5	Thực hiện đúng các nghĩa vụ, quyền hạn, trách nhiệm và đáp ứng các yêu cầu của khách hàng về số lượng và chất lượng.	Eisingeri và Bell (2008); Kirsten và cộng sự (2002); Moberg và cộng sự (2002).
3	SCB	Duy trì sự công bằng	
3.1	SCB1	Đảm bảo sự công bằng trong việc phân chia lợi ích giữa các doanh nghiệp khi tham gia liên kết.	Trần Tuấn Phong (2018).
3.2	SCB2	Xây dựng quy tắc ràng buộc trong hợp đồng liên kết bao gồm: trách nhiệm và quyền lợi giữa hai bên liên kết; cần thể hiện rõ thời gian, số lượng sản phẩm, chất lượng sản phẩm, giá cả, phương thức giao nhận và toán, xử lý rủi ro và tranh chấp.	Đỗ Thị Nga và Lê Đức Niêm (2016) .
3.3	SCB3	Đối xử bình đẳng với các thành viên khi tham gia liên kết.	
3.4	SCB4	Đảm bảo các cam kết/thỏa thuận được thực thi trên thực tế.	
3.5	SCB5	Đảm bảo các cam kết/thỏa thuận được rà soát, kiểm tra theo định kỳ.	
4	CSRR	Chia sẻ rủi ro	
4.1	CSRR1	Sẵn sàng chấp nhận rủi ro trong quá trình liên kết.	Estrin và cộng sự (2009); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Nguyễn Thị Thúy (2019).

4.2	CSRR2	Sẵn sàng chia sẻ khó khăn trong quá trình liên kết.	Estrin và cộng sự (2009); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Nguyễn Thị Thúy (2019).
4.3	CSRR3	Sẵn sàng chia sẻ rủi ro để cùng hài hòa lợi ích trong quá trình liên kết.	Estrin và cộng sự (2009); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Koenig và Wijk (1992); Nguyễn Thị Mai Anh, Vũ Đình Khoa (2021).
4.4	CSRR4	Các doanh nghiệp có cơ chế xử lý, giải quyết vấn đề nảy sinh/rủi ro trong quá trình liên kết.	Estrin và cộng sự (2009); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Đỗ Thị Nga và Lê Đức Niêm (2016).
4.5	CSRR5	Xây dựng cơ chế tài chính phòng ngừa rủi ro trong hợp đồng liên kết.	Estrin và cộng sự (2009); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Đỗ Thị Nga và Lê Đức Niêm (2016).
5	CSLI	Chia sẻ lợi ích kinh doanh	
5.1	CSLI1	Các doanh nghiệp chia sẻ về đào tạo, thông tin về giá cả, dịch vụ.. trong quá trình liên kết.	Jenkins và cộng sự (2008); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Nguyễn Thị Thúy (2019).
5.2	CSLI2	Các doanh nghiệp chia sẻ mục tiêu, chiến lược, thăng thấn, trung thực, công bằng.	Kiều Nguyễn Việt Hà và Mai Vũ Xuân Hoàn (2023); Jenkins và cộng sự (2008); Phạm Thị Thùy Linh (2021).
5.3	CSLI3	Các doanh nghiệp phân chia lợi nhuận hài hòa để liên kết bền vững.	Jenkins và cộng sự (2008); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Đặng Huyền Trang (2018).
5.4	CSLI4	Các doanh nghiệp phân bổ thiệt hại, các tính toán về chi phí, giá cả trên cơ sở những đóng góp của các bên tham gia liên kết.	Jenkins và cộng sự (2008); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Đặng Huyền Trang (2018).
5.5	CSLI5	Các doanh nghiệp chia sẻ kế hoạch đầu tư, thường xuyên giới thiệu sản phẩm dịch vụ du lịch mới cho nhau.	Jenkins và cộng sự (2008); Phạm Thị Thùy Linh (2021); Đặng Huyền Trang (2018).
6.	CSTT	Chia sẻ thông tin	
6.1	CSTT1	Chia sẻ thông tin liên quan đến sản phẩm, quy trình cung cấp dịch vụ.	Mark và Ruth (2011); Lee và cộng sự (2007); Blanchard (2013).

6.2	CSTT2	Chia sẻ thông tin về: sự thay đổi của môi trường kinh doanh, dự báo, lập kế hoạch, khách hàng và đối thủ cạnh tranh.	Liu và cộng sự (2010), Nguyễn Thị Thu Mai (2018).
6.3	CSTT3	Đảm bảo thông tin chia sẻ chính xác.	Ngô Kim Thanh (2012); Phạm Thế Tri (2016); Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Phạm Thế Tri (2016).
6.4	CSTT4	Đảm bảo thông tin chia sẻ kịp thời.	
6.5	CSTT5	Đảm bảo thông tin chia sẻ bảo mật.	Ngô Kim Thanh (2012).
6.6	CSTT6	Đảm bảo thông tin chia sẻ mang tính hệ thống.	Simatupang và Sridharan (2005); Nyaga và cộng sự (2010); Phạm Thế Tri (2016).
7	CSTC	Hệ thống chính sách, thể chế	
7.1	CSTC1	Nhà nước có quy định chặt chẽ về hợp đồng kinh tế, dân sự, làm cơ sở để giải quyết khi tranh chấp xảy ra.	Seow và cộng sự (2020); Klins (2014); Nelson (2006); Đàm Quang Thắng và Phạm Thị Mỹ Dung (2019); Phí Thị Hồng Linh (2018);
7.2	CSTC2	Nhà nước có các quy định riêng về liên kết, các quy định pháp lý về hình thức liên kết, quyền và nghĩa vụ các bên minh bạch, rõ ràng, đầy đủ, đồng bộ.	Seow và cộng sự (2020); Klins (2014); Nelson (2006); Phí Thị Hồng Linh (2018); Phùng Lê Dung (2021).
7.3	CSTC3	Nhà nước có vai trò thực hiện truyền thông để nâng cao nhận thức, hiểu biết và tạo ra sự đồng thuận, ủng hộ của các bên khi tham gia liên kết.	Seow và cộng sự (2020); Klins (2014); Nelson (2006); Nguyễn Thị Thúy (2019).
7.4	CSTC4	Nhà nước có vai trò trong việc thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp thông qua các Hiệp hội du lịch; Hiệp hội lữ hành; Hiệp hội khách sạn...	Nguyễn Thị Thúy (2019) UNCTAD (2001); Nelson (2006).
7.5	CSTC5	Nhà nước có chính sách khuyến khích nghiên cứu và phát triển sản phẩm đổi mới, sáng tạo.	Seow và cộng sự (2020)
7.6	CSTC6	Nhà nước có chính sách hỗ trợ đào tạo chuyên môn nghiệp vụ cho các doanh nghiệp khi tham gia liên kết.	UNCTAD (2001).
7.7	CSTC7	Nhà nước đóng vai trò là trung gian trong các cuộc đàm phán (Cử đại diện điều phối; Nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp về lợi ích của hoạt động liên kết).	

7.8	CSTC8	Nhà nước tài trợ tổ chức triển lãm, hội chợ và hội nghị cho các doanh nghiệp.	
7.9	CSTC9	Nhà nước bảo vệ pháp lý chống lại các thỏa thuận hợp đồng không công bằng và các hành vi kinh doanh không công bằng khác.	
8	TCXH	Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch	
8.1	TCXH1	Thiết lập mối quan hệ giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau.	Các thang đo này được tác giả phát triển mới dựa trên kết quả nghiên cứu định tính (phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm với doanh nghiệp lữ hành vừa và nhỏ tại Tp. HCM).
8.2	TCXH2	Chia sẻ nguồn thông tin về sản phẩm/thị trường/nguồn nhân lực...	
8.3	TCXH3	Hỗ trợ quảng bá, giới thiệu sản phẩm.	
8.4	TCXH4	Hỗ trợ tổ chức các khóa đào tạo nhân sự.	
8.5	TCXH5	Định hướng chiến lược phát triển cho các doanh nghiệp du lịch khi tham gia liên kết.	
8.6	TCXH6	Tổ chức các hoạt động chung: nghiên cứu thị trường, xây dựng sản phẩm, cung cấp thông tin về dịch vụ chuẩn.	

“Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024”

*** Thang đo cho biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu**

Bảng 3.5. Thang đo cho biến phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu

1	HDLK	Hoạt động liên kết	Nguồn
1.1	HDLK1	Liên kết phát triển sản phẩm/dịch vụ.	Nguyễn Văn Đính (2020)
1.2	HDLK2	Liên kết tiếp thị và quảng cáo.	Kết quả từ phỏng vấn sâu chuyên gia và phỏng vấn nhóm doanh nghiệp du lịch năm 2024
1.3	HDLK3	Liên kết để cung ứng các dịch vụ liên quan (lưu trú, vận chuyển, ăn uống).	Nguyễn Văn Đính (2020)
1.4	HDLK4	Liên kết đào tạo nguồn nhân lực.	Kết quả từ phỏng vấn sâu chuyên gia và phỏng vấn nhóm doanh nghiệp du lịch năm 2024
1.5	HDLK5	Liên kết mạng lưới.	Kết quả từ phỏng vấn sâu chuyên gia và phỏng vấn nhóm doanh nghiệp du lịch năm 2024

“Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024”

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH TẠI TP. HỒ CHÍ MINH

4.1. Thực trạng về hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh

Tổng quan về du lịch thành phố Hồ Chí Minh.

Tình hình liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2017-2022.

Dựa trên kết quả phỏng vấn sâu của 15 chuyên gia và 6 doanh nghiệp trong phỏng vấn nhóm, NCS đã tổng hợp các thông tin để phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh giai đoạn 2017 – 2022.

4.2. Kết quả nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh

4.2.1. Thống kê mô tả dữ liệu

Chương 4 thể hiện kết quả của đề tài gồm: thống kê mô tả mẫu, đánh giá thang đo thông qua hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Kết quả kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu được thực hiện thông qua kỹ thuật PLS-SEM. Việc thảo luận kết quả nghiên cứu cũng được đưa ra từ kết quả khảo sát chính thức.

Tác giả sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Tổng số phiếu thu về là 346 phiếu hợp lệ và được đưa vào phân tích, xử lý. Kết quả cụ thể như sau:

Về loại hình doanh nghiệp

Kết quả cụ thể được trình bày theo bảng 4.1 cho thấy doanh nghiệp tư nhân chiếm tỷ lệ 305 đơn vị (88,2%), phản ánh xu hướng phổ biến của ngành du lịch Tp. HCM, nơi phần lớn doanh nghiệp được hình thành và vận hành theo mô hình tư nhân độc lập, linh hoạt và có khả năng ra quyết định nhanh. Đây cũng là nhóm doanh nghiệp tiên phong trong đổi mới sản phẩm, khai thác thị trường ngách và chủ động tìm kiếm đối tác liên kết nhằm tối ưu hóa chi phí và năng lực cạnh tranh. Kết quả cho thấy tỷ trọng thấp của công ty cổ phần (2%) và doanh nghiệp nhà nước (0,3%), cho thấy hoạt động liên kết chủ yếu diễn ra ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Bảng 4.1: Bảng phân bố mẫu theo loại hình doanh nghiệp

STT	Số quan sát hợp lệ	Tần suất	Tỷ lệ (%)
1	Doanh nghiệp nhà nước	1	0,3
2	Doanh nghiệp tư nhân	305	88,2
3	Công ty trách nhiệm hữu hạn	33	9,5
4	Công ty cổ phần	7	2
TC		346	100

“Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2024”

Về qui mô doanh nghiệp

Bảng 4.2: Bảng phân bố mẫu theo qui mô doanh nghiệp

STT	Số quan sát hợp lệ	Tần suất	Tỷ lệ (%)
1	Dưới 10 người	7	2
2	Từ 10 đến dưới 20 người	73	21,1
3	Từ 20 đến 30 người	241	69,7
4	Trên 30 người	25	7,2
TC		346	100

“Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2024”

Về số năm hoạt động của doanh nghiệp

Bảng 4.3: Bảng phân bố mẫu theo số năm hoạt động của doanh nghiệp

STT	Số quan sát hợp lệ	Tần suất	Tỷ lệ (%)
-----	--------------------	----------	-----------

1	Dưới 5 năm	11	3,2
2	Từ 5 – 10 năm	63	18,2
3	Trên 10 năm	265	76,6
4	Khác	7	2
TC		346	100

“Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2024”

Về chức danh tại doanh nghiệp:

Bảng 4.4: Bảng phân bố mẫu theo chức vụ hoạt động tại doanh nghiệp

STT	Số quan sát hợp lệ	Tần suất	Tỷ lệ (%)
1	Giám đốc	58	16,8
2	Phó Giám đốc	111	32,1
3	Trưởng các phòng ban	160	46,2
4	Nhân viên điều hành, nhân viên sales	17	4,9
TC		346	100

“Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả, 2024”

Đánh giá tổng quát mẫu

Mặc dù nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, song cỡ mẫu 346 doanh nghiệp có cơ cấu hợp lý về loại hình, quy mô, thời gian hoạt động và chức danh công tác, phản ánh tương đối sát đặc điểm của cộng đồng các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM.

4.2.2. Kết quả nghiên cứu định lượng mô hình nghiên cứu

4.2.2.1 Đánh giá độ giá trị hội tụ và độ tin cậy của thang đo

Để đánh giá tính tin cậy và giá trị hội tụ của mô hình đo lường, tác giả sử dụng các chỉ tiêu gồm hệ số tải ngoài (outer loading), giá trị Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (CR) để đánh giá độ tin cậy, cùng với chỉ số phương sai trích trung bình (AVE) để đánh giá tính hội tụ của thang đo. Các chỉ số này phản ánh mức độ nhất quán nội tại của thang đo, khả năng hội tụ của các biến quan sát vào cùng một khái niệm, cũng như mức độ phù hợp của mô hình đo lường. Trước khi tiến hành đánh giá mô hình đo lường trong PLS-SEM, tác giả đã thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định sơ bộ tính đơn hướng của các thang đo.

Kết quả của Bảng 4.5 cho thấy rằng giá trị Cronbach's Alpha, CR và hầu hết các hệ số tải ngoài đều lớn hơn 0,7, và giá trị AVE của các khái niệm đều > 0,5, cho thấy các thang đo lường đáng tin cậy và đáp ứng yêu cầu về tính hội tụ. Điều này chứng tỏ các biến quan sát đo lường tốt cho các khái niệm và có thể tiếp tục phân tích mô hình cấu trúc (SEM) mà không cần loại bỏ thang đo nào.

Bảng 4.5: Kết quả phân tích độ tin cậy và độ giá trị hội tụ của thang đo

Biến số	Outer loading	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
CSLI	0,892 – 0,910 (Rất tốt)	0,942	0,956	0,812
CSRR	0,905 – 0,930 (Rất tốt)	0,901	0,938	0,835
CSTC	0,853 – 0,896 (Tốt)	0,927	0,945	0,773
CSTT	0,823 – 0,902 (Tốt)	0,919	0,939	0,754
HDLK	0,942 – 0,956 (Rất cao)	0,972	0,978	0,901
KTNL	0,850 – 0,893 (Tốt)	0,93	0,946	0,779
SCB	0,884 – 0,902 (Rất tốt)	0,936	0,951	0,796

Biến số	Outer loading	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
TCXH	0,815 – 0,884 (Tốt)	0,916	0,936	0,746

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

Bảng 4.6. Các giá trị quan trọng bao gồm hệ số tải ngoài

	CSLI	CSRR	CSTC	CSTT	HDLK	KTNL	SCB	TCXH
CSLI1	0,892							
CSLI2	0,893							
CSLI3	0,906							
CSLI4	0,91							
CSLI5	0,905							
CSRR1		0,906						
CSRR2		0,93						
CSRR3		0,905						
CSTC1			0,896					
CSTC2			0,866					
CSTC3			0,892					
CSTC4			0,888					
CSTC5			0,853					
CSTT1				0,855				
CSTT2				0,823				
CSTT3				0,873				
CSTT4				0,886				
CSTT5				0,902				
HDLK1					0,942			
HDLK2					0,954			
HDLK3					0,946			
HDLK4					0,947			
HDLK5					0,956			
KTNL1						0,85		
KTNL2						0,89		
KTNL3						0,888		
KTNL4						0,893		
KTNL5						0,891		
SCB1							0,891	
SCB2							0,884	
SCB3							0,891	
SCB4							0,893	
SCB5							0,902	
TCXH1								0,815
TCXH2								0,874
TCXH3								0,883
TCXH4								0,86
TCXH5								0,884

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

4.2.1.2 Đánh giá độ giá trị phân biệt của thang đo

Bên cạnh đó, giá trị phân biệt của thang đo thông qua ma trận HTMT cũng được xem xét khi đánh giá mô hình đo lường. Theo Hair và cộng sự (2021), HTMT được khuyến nghị sử dụng thay vì tiêu chí Fornell-Larcker và Cross-Loadings vì các tiêu chí này có thể không đánh giá chính xác giá trị phân biệt của các cấu trúc nghiên cứu. Do đó, nghiên cứu sử dụng kết quả phân tích ma trận tương quan HTMT để kiểm định giá trị phân biệt của các thang đo. Kết quả cho thấy sự tương quan giữa các cấu trúc khái niệm đều $< 0,85$. Vì vậy, nghiên cứu này kết luận rằng các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt.

Bảng 4.7: Độ giá trị phân biệt của các cấu trúc khái niệm theo ma trận HTMT

	CSLI	CSRR	CSTC	CSTT	HDLK	KTNL	SCB	TCXH
CSLI								
CSRR	0,242							
CSTC	0,045	0,06						
CSTT	0,121	0,067	0,253					
HDLK	0,25	0,356	0,221	0,171				
KTNL	0,359	0,342	0,02	0,088	0,277			
SCB	0,125	0,18	0,209	0,072	0,266	0,157		
TCXH	0,039	0,043	0,215	0,081	0,125	0,103	0,074	

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025

Kết quả kiểm định giá trị phân biệt của các cấu trúc khái niệm bằng HTMT cho thấy tất cả các hệ số đều nhỏ hơn 0,85. Điều này chứng minh rằng các khái niệm trong mô hình đều khác biệt rõ ràng, không có hiện tượng chồng chéo hay đồng nhất giữa các khái niệm. Như vậy, mô hình đo lường đảm bảo được giá trị phân biệt, đáp ứng điều kiện cần thiết để tiếp tục phân tích mô hình cấu trúc.

4.3. Kiểm định mô hình cấu trúc PLS-SEM

4.3.1. Đánh giá mô hình cấu trúc

Hệ số phóng đại phương sai (VIF), hệ số đường dẫn, khoảng tin cậy để đánh giá mức ý nghĩa, hệ số R^2 , và sức mạnh dự báo thông qua thủ tục PLS_{Predict} được sử dụng để đánh giá mô hình cấu trúc.

Trong bảng 4.8, VIF phản ánh mức độ đa cộng tuyến giữa các biến độc lập, với ngưỡng chấp nhận $VIF < 5$. Trong bảng kết quả, các giá trị VIF đều < 3 , do đó có thể kết luận không xuất hiện hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra, mô hình đáng tin cậy.

f^2 đo lường mức độ ảnh hưởng của từng biến độc lập đến R^2 của biến phụ thuộc (Hoạt động liên kết). Mặc dù tất cả các biến đều có tác động tích cực và có ý nghĩa, nhưng mức độ ảnh hưởng từng biến ở mức nhỏ, trong đó Chia sẻ rủi ro có f^2 cao nhất (0,064).

Tất cả các giả thuyết đều được ủng hộ, các yếu tố Chia sẻ lợi ích, Chia sẻ rủi ro, Chính sách thể chế, Chia sẻ thông tin, Khai thác nguồn lực, Sự công bằng, Tổ chức xã hội đều có tác động tích cực đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch.

Bảng 4.8: Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc

Đường dẫn	Giả thuyết	VIF	Kết luận
CSLI $\rightarrow$ HDLK	H1	1,165	Ủng hộ
CSRR $\rightarrow$ HDLK	H2	1,147	Ủng hộ

Đường dẫn	Giả thuyết	VIF	Kết luận
CSTC → HDLK	H3	1,152	Ủng hộ
CSTT → HDLK	H4	1,082	Ủng hộ
KTNL → HDLK	H5	1,229	Ủng hộ
SCB → HDLK	H6	1,094	Ủng hộ
TCXH → HDLK	H7	1,059	Ủng hộ
Độ lớn tác động (f^2) $f^2_{CSLI \rightarrow HDLK} = 0,022$ $f^2_{CSRR \rightarrow HDLK} = 0,064$ $f^2_{CSTC \rightarrow HDLK} = 0,026$ $f^2_{CSTT \rightarrow HDLK} = 0,02$ $f^2_{KTNL \rightarrow HDLK} = 0,023$ $f^2_{SCB \rightarrow HDLK} = 0,027$ $f^2_{TCXH \rightarrow HDLK} = 0,023$			

Ghi chú: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; ^{ns}: non-significant

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

	Hệ số hồi quy(O)	Trung bình mẫu (M)	Độ lệch chuẩn (STDEV)	Thống kê T (O/STDEV)	Giá trị P
CSLI → HDLK	0,123	0,121	0,054	2,283	0,023
CSRR → HDLK	0,236	0,237	0,055	4,31	0
CSTC → HDLK	0,147	0,146	0,052	2,848	0,005
CSTT → HDLK	0,081	0,091	0,046	1,755	0,08
KTNL → HDLK	0,137	0,141	0,061	2,249	0,025
SCB → HDLK	0,15	0,15	0,056	2,673	0,008
TCXH → HDLK	0,108	0,117	0,053	2,036	0,042

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

Kết quả hồi quy tuyến tính PLS cho thấy tất cả các biến độc lập đều có ảnh hưởng dương đến hoạt động liên kết. Chia sẻ rủi ro có hệ số tác động mạnh nhất và có ý nghĩa thống kê cao nhất, đây là yếu tố quan trọng nhất trong việc thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp. Chia sẻ thông tin có hệ số hồi quy dương nhưng không đạt mức ý nghĩa thống kê, có thể do mức độ đóng góp của thông tin trong thực tế chưa đủ rõ ràng hoặc chưa được áp dụng đồng đều giữa các doanh nghiệp.

* Kết quả phân tích Bootstrap (tự lấy mẫu lặp lại) trong mô hình PLS-SEM

Bằng cách sử dụng thủ tục bootstrap, nghiên cứu đã kiểm định lại giả thuyết và tăng độ tin cậy của kết quả ước lượng.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	2,50%	97,50%
CSLI → HDLK	0,123	0,121	0,007	0,22
CSRR → HDLK	0,236	0,237	0,133	0,345
CSTC → HDLK	0,147	0,146	0,04	0,246
CSTT → HDLK	0,081	0,091	0,005	0,18

KTNL → HDLK	0,137	0,141	0,028	0,267
SCB → HDLK	0,15	0,15	0,041	0,252
TCXH → HDLK	0,108	0,117	0,02	0,226

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

Khoảng tin cậy Bootstrap 95% không chứa số 0 đối với tất cả các giả thuyết, vì vậy chúng đều có ý nghĩa thống kê. Tuy nhiên, Chia sẻ thông tin → Hoạt động liên kết có mức độ tin cậy thấp hơn các yếu tố khác. Điều này cho thấy vai trò của chia sẻ thông tin trong thực tế có thể chưa được phát huy đầy đủ hoặc chưa đồng đều giữa các doanh nghiệp. Một số lý do có thể lý giải như sau: Thông tin liên kết chỉ được chia sẻ ở mức hạn chế, mang tính “cơ hội” thay vì chia sẻ chiến lược dài hạn. Doanh nghiệp vẫn giữ tâm lý cạnh tranh trực tiếp, e ngại chia sẻ dữ liệu kinh doanh, nguồn khách, giá cả hoặc đối tác chiến lược. Chất lượng thông tin chia sẻ có thể chưa đảm bảo độ tin cậy và tính kịp thời, dẫn đến hiệu quả tác động yếu lên hoạt động hợp tác.

Trong khi đó, kết quả bootstrap khẳng định Chia sẻ rủi ro là yếu tố ảnh hưởng mạnh và ổn định nhất trong mô hình, vì khoảng tin cậy khá xa 0 và giá trị trung bình cao. Điều này phản ánh thực tiễn của ngành du lịch Tp. HCM – một môi trường biến động mạnh, chịu ảnh hưởng của yếu tố thị trường, cạnh tranh giá, biến động khách hàng, khủng hoảng dịch bệnh và tính mùa vụ đặc thù. Khi doanh nghiệp có cơ chế cùng chịu trách nhiệm và phân bổ rủi ro hợp lý, liên kết trở nên bền vững và đáng tin cậy hơn.

4.3.2. Đánh giá sức mạnh dự báo

Bảng 4.9: Kết quả sức mạnh dự báo

* Q²: Đánh giá sức mạnh dự báo

Chỉ có biến Hoạt động liên kết có giá trị Q², vì đây là biến phụ thuộc. Q² = 0,214 > 0, cho thấy mô hình có khả năng dự báo tốt với biến Hoạt động liên kết.

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
CSLI	1730	1730	
CSRR	1038	1038	
CSTC	1730	1730	
CSTT	1730	1730	
HDLK	1730	1360,356	0,214
KTNL	1730	1730	
SCB	1730	1730	
TCXH	1730	1730	

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

* PLS PREDICT: So sánh mô hình dự báo

Kết quả PLS-Predict cho thấy các chỉ số RMSE, MAE, MAPE đều thấp hơn, chứng tỏ mô hình PLS dự đoán tốt hơn mô hình hồi quy tuyến tính (LM).

Q²_predict của PLS cũng cao hơn đáng kể, xác nhận rằng khả năng dự đoán của mô hình PLS là tốt hơn và đáng tin cậy hơn.

	Sai số gốc bình phương trung bình (RMSE)	Sai số tuyệt đối trung bình (MAE)	Tỷ lệ sai số phần trăm tuyệt đối trung bình (MAPE)	Mức độ liên quan dự báo (Q ² _predict)
HDLK1	1,322	1,113	65,607	0,166
HDLK2	1,367	1,159	68,336	0,179

HDLK3	1,349	1,136	67,525	0,173
HDLK4	1,353	1,141	68,022	0,194
HDLK5	1,387	1,175	70,861	0,164

*** LM PREDICT**

	Sai số gốc bình phương trung bình (RMSE)	Sai số tuyệt đối trung bình (MAE)	Tỷ lệ sai số phần trăm tuyệt đối trung bình (MAPE)	Mức độ liên quan dự báo (Q²_predict)
HDLK1	1,382	1,176	68,409	0,09
HDLK2	1,43	1,214	70,305	0,102
HDLK3	1,411	1,188	69,819	0,095
HDLK4	1,417	1,184	69,293	0,115
HDLK5	1,445	1,222	72,438	0,093

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

Giá trị Q²_predict lớn hơn 0 cho thấy rằng sai số khi sử dụng kỹ thuật PLS tốt hơn so với mô hình dự báo thông thường. Hơn nữa, sai số ước lượng ở giá trị PLS-RMSE nhỏ hơn LM-RMSE ở tất cả các chỉ báo, cho thấy mô hình có sức mạnh dự báo cao.

*** R² : Đánh giá mức độ giải thích**

	Hệ số xác định (R²)	Hệ số xác định hiệu chỉnh (R² Adjusted)
HDLK	0,242	0,227

“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

Giá trị R² = 0,242 cho biến phụ thuộc “Hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch” cho thấy mô hình giải thích được khoảng 24,2% sự biến thiên của hoạt động liên kết. Đây là mức độ phù hợp và thường được chấp nhận trong các nghiên cứu về hành vi, tổ chức, khoa học xã hội, nơi mà hiện tượng nghiên cứu chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố phức tạp và khó kiểm soát. Đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp du lịch phần lớn là doanh nghiệp vừa và nhỏ, việc mô hình có tính chất khám phá đạt mức giải thích như vậy được xem là khả thi và có giá trị thực tiễn.

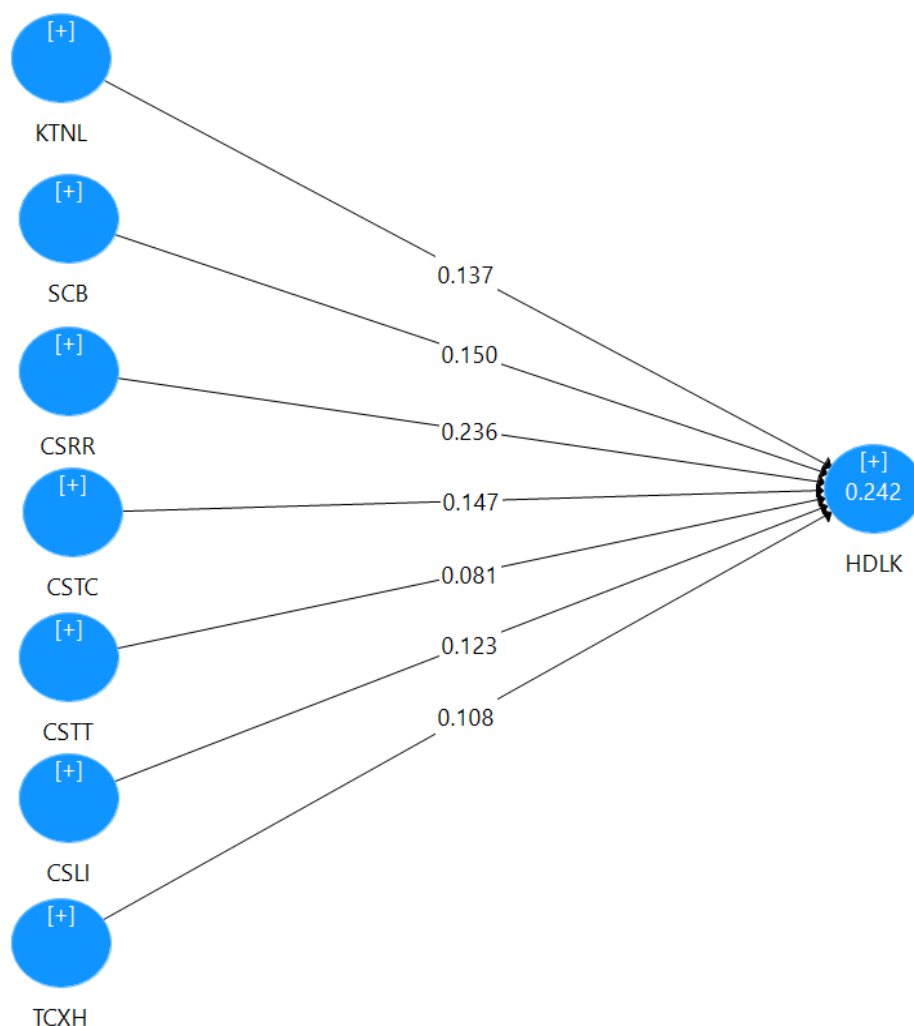
Phân tích mô hình (hình 4.1) cho thấy rằng tất cả các mối quan hệ đều có hệ số dương, khẳng định vai trò tích cực của các nhân tố đối với hoạt động liên kết. Trong đó, yếu tố “Chia sẻ rủi ro” với hệ số ảnh hưởng là 0,236 nổi lên là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất, hàm ý rằng các doanh nghiệp vừa và nhỏ khi có cam kết chia sẻ rủi ro sẽ dễ dàng tham gia liên kết hơn. Các yếu tố khác như “Sự công bằng, Chia sẻ thông tin, Chính sách thể chế, Chia sẻ lợi ích” cũng góp phần củng cố niềm tin, thúc đẩy sự cam kết trong liên kết. Bên cạnh đó, mặc dù có mức tác động thấp hơn, nhưng yếu tố vai trò của các tổ chức xã hội nghề nghiệp du lịch vẫn giữ ý nghĩa hỗ trợ quan trọng, tạo nền tảng cho sự bền vững của các mối quan hệ trong hoạt động liên kết.

Tuy nhiên, con số này cũng phản ánh còn tồn tại một số yếu tố tiềm ẩn khác như: môi trường kinh doanh cạnh tranh, văn hóa doanh nghiệp hay mạng lưới quan hệ đối tác giữa các doanh nghiệp.... Đây cũng là cơ sở quan trọng để đề xuất các nghiên cứu mở rộng trong tương lai.

Việc một số biến độc lập chỉ tạo ra tác động ở mức vừa hoặc thấp có thể được lý giải từ góc độ văn hóa kinh doanh của doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM. Nhiều doanh

nghiệp vẫn ưu tiên chiến lược cạnh tranh đơn lẻ, thiên về lợi ích ngắn hạn và duy trì tâm lý “giữ khách hàng” hơn là chia sẻ nguồn lực và liên kết cùng phát triển. Điều này làm giảm mức độ ảnh hưởng thực tế của các yếu tố như “Chia sẻ thông tin” hay “Chia sẻ lợi ích”, dù các yếu tố này vẫn thể hiện ý nghĩa thống kê trong mô hình. Đồng thời là gợi ý về nhu cầu cấp thiết hoàn thiện cơ chế quản trị, tăng cường thể chế hóa và xây dựng văn hóa hợp tác bền vững trong thời gian tới.

Mô hình 4.1. Kết quả chạy dữ liệu PLS-SEM



“Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả, 2025”

4.3.3. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Sau khi đánh giá độ tin cậy và giá trị của thang đo, mô hình cấu trúc đã được xây dựng nhằm kiểm định mối quan hệ giữa các yếu tố tác động đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch. Kết quả mô hình hồi quy PLS-SEM được trình bày trong nội dung của Chương 4 với chỉ số R^2 đạt 0,242 cho thấy các yếu tố trong mô hình giải thích được khoảng 24,2% sự biến thiên của hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp. Đây là mức độ giải thích trung bình, phù hợp với các nghiên cứu trong lĩnh vực khoa học xã hội. Mô hình bao gồm bảy biến độc lập, tất cả đều có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động liên kết. Kết quả hồi quy cho thấy yếu tố có tác động mạnh nhất là “Chia sẻ rủi ro” với hệ số là 0,236, tiếp theo là “Sự công bằng” với 0,150, sau đó là “Chính sách thể chế” với 0,147. Các yếu tố “Khai thác nguồn lực” và “Chia sẻ lợi ích” cũng có ảnh hưởng với hệ số lần lượt là 0,137 và 0,123. Yếu tố “Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về

du lịch” đạt 0,108 cho thấy vai trò hỗ trợ thúc đẩy hoạt động liên kết. Cuối cùng, “Chia sẻ thông tin” có ảnh hưởng thấp nhất với hệ số 0,081, tuy nhiên vẫn mang tác động dương đối với hoạt động liên kết.

Ngoài ra, các kiểm định Bootstrap cho thấy tất cả các mối quan hệ đều có độ tin cậy cao, với khoảng tin cậy 95% không bao gồm giá trị 0, ngoại trừ yếu tố Chia sẻ thông tin với biên độ gần ngưỡng giới hạn. Chỉ số VIF của các biến đều dưới 2, cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến. Giá trị f^2 của các biến đều nhỏ ($<0,1$), phản ánh mức độ tác động ở mức nhỏ đến trung bình.

Tóm lại, mô hình nghiên cứu đã xác định được các yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch. Trong đó, “Chia sẻ rủi ro”, “Sự công bằng”, “Chính sách thể chế” là ba yếu tố có tác động mạnh nhất. Những kết quả này có thể làm cơ sở thực tiễn cho việc xây dựng các chính sách và chiến lược tăng cường liên kết trong ngành du lịch.

CHƯƠNG 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH, QUẢN TRỊ NHẪM TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT GIỮA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

5.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu

5.2. Hàm ý chính sách và hàm ý quản trị nhằm tăng cường hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh

5.2.1. Hàm ý chính sách

Kết quả định lượng cho thấy hoạt động liên kết hiện nay đang thiếu chiều sâu và thiếu cơ chế dẫn dắt, từ đó tác giả đề xuất các hàm ý chính sách nhằm tăng cường hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM, như sau:

Thứ nhất, xác định vai trò của liên kết doanh nghiệp trong phát triển du lịch. Việc tham gia vào các quan hệ đối tác có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp nâng cấp khả năng cạnh tranh và tiếp cận mạng lưới sản xuất rộng hơn, từ đó nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh (Nelson, 2006). Bên cạnh đó, sự phát triển của dịch vụ du lịch cùng với quy mô và tăng trưởng kinh tế trong nước sẽ thúc đẩy liên kết kinh tế có lợi với các doanh nghiệp địa phương (UNCTAD, 2009).

Thứ hai, phát huy vai trò của Chính phủ trong xây dựng và hoàn thiện chính sách khuyến khích liên kết. Nhà nước cần tạo khung pháp lý minh bạch, đồng bộ và dễ tiếp cận để hỗ trợ các hình thức hợp tác trong kinh doanh dịch vụ du lịch (Phạm Thị Thùy Linh, 2021).

Thứ ba, phát huy vai trò trung gian của các tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch. Các hiệp hội du lịch, hiệp hội lữ hành và khách sạn cần trở thành “cầu nối” giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhà nước, đồng thời chủ động thực hiện các nhiệm vụ: (1) Đề xuất cơ chế tín dụng, đơn giản hóa các thủ tục vay vốn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ; (2) Đại diện doanh nghiệp tham gia kiến nghị chính sách phát triển sản phẩm du lịch tại địa phương; (3) Liên kết với cơ sở giáo dục để giải quyết nhu cầu nhân lực; (4) Đẩy mạnh truyền thông, tăng cường tuyên truyền về lợi ích của hoạt động liên kết cũng như trách nhiệm pháp lý, quyền lợi, nghĩa vụ khi tham gia liên kết; (5) Giới thiệu các điển hình, bài học kinh nghiệm, mô hình khi tham gia liên kết; (6) Tăng cường cung cấp những thông tin, dự báo về thị trường du lịch thường xuyên, kịp thời; (7) Tổ chức bồi dưỡng, nâng cao kiến thức định kỳ về liên kết kinh tế, quản trị, marketing trực tuyến; (8) Phát triển các mối quan hệ giữa doanh nghiệp trong mạng lưới liên kết. Việc thúc

đẩy các hoạt động thương lượng tập thể giữa doanh nghiệp lữ hành và nhà cung ứng dịch vụ sẽ góp phần giảm chi phí và tăng lợi thế cạnh tranh theo quy mô.

Thứ tư, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ số trong quản lý và vận hành liên kết. Chính quyền cần tạo điều kiện phát triển các nền tảng chia sẻ dữ liệu chung, bao gồm hệ thống đặt dịch vụ, thanh toán điện tử, ứng dụng di động tích hợp và công cụ hỗ trợ khách hàng. Việc áp dụng phân tích dữ liệu và trí tuệ nhân tạo sẽ giúp doanh nghiệp hiểu rõ hành vi khách hàng, dự báo nhu cầu và điều chỉnh sản phẩm phù hợp với thị trường mục tiêu.

Thứ năm, là trung tâm du lịch lớn nhất cả nước, Tp. HCM cần phát huy vai trò “đầu mối điều tiết” các hoạt động liên kết. Theo đó, các hàm ý chính sách cụ thể như: Thành lập Trung tâm hỗ trợ liên kết doanh nghiệp du lịch Tp. HCM nhằm kết nối cung – cầu, điều phối chuỗi giá trị và làm “cầu nối” cho các hoạt động hợp tác; Ban hành và áp dụng Bộ tiêu chuẩn liên kết doanh nghiệp du lịch Tp. HCM để đảm bảo minh bạch, công bằng trong phân chia lợi ích và xử lý tranh chấp; Tăng cường chính sách hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trong du lịch, khuyến khích doanh nghiệp trẻ tham gia liên kết bằng các ưu đãi về thuế, tín dụng, công nghệ.

5.2.2. Hàm ý quản trị doanh nghiệp

Để mở rộng và nâng cao hiệu quả hoạt động liên kết, các doanh nghiệp du lịch cần quan tâm đồng thời đến việc củng cố nội lực và hoàn thiện phương thức tổ chức liên kết:

Trước hết, doanh nghiệp cần nâng cao năng lực nội tại, bao gồm năng lực chuyên môn và kỹ năng quản trị của đội ngũ nhân sự, cũng như năng lực tài chính nhằm gia tăng sức mạnh vật chất trong liên kết, chủ động hơn trong khai thác thị trường và xử lý các tình huống phát sinh. Song song đó, cần xây dựng hệ thống thông tin an toàn, bảo mật và minh bạch, bảo đảm dữ liệu chia sẻ trong liên kết đầy đủ, chính xác, kịp thời, qua đó tăng cường niềm tin và hỗ trợ điều phối hoạt động giữa các bên.

Tiếp theo, doanh nghiệp cần đa dạng hóa hình thức, mức độ và phạm vi liên kết trên cơ sở từng dự án cụ thể, đồng thời tuân thủ nguyên tắc bình đẳng, dân chủ và cùng có lợi. Việc nắm vững các quy định pháp luật về hợp đồng thương mại, tính hiệu lực pháp lý và cơ chế xử lý tranh chấp là điều kiện quan trọng để hạn chế rủi ro. Ngoài việc tuân thủ hợp đồng, doanh nghiệp cần nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và duy trì trao đổi, chia sẻ thông tin, kiến thức, kinh nghiệm về bán hàng, tổ chức chương trình du lịch nhằm tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

Tinh thần hợp tác tích cực là yếu tố then chốt để duy trì sự gắn kết giữa các doanh nghiệp. Mỗi đơn vị tham gia liên kết cần xác định rõ trách nhiệm, vai trò của mình để hoàn thành tốt nhiệm vụ được phân công, đồng thời đảm bảo quyền lợi công bằng giữa các bên. Khi đưa ra quyết định trong những thời điểm quan trọng, doanh nghiệp cần cân nhắc hài hòa lợi ích chung, và linh hoạt trong việc thực thi điều khoản của hợp đồng đã ký kết giữa các bên.

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh liên kết công nghệ giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau. Thông qua việc chia sẻ dữ liệu và phối hợp hoạt động sẽ giúp khai thác tối đa tiềm năng của công nghệ để nâng cao trải nghiệm khách hàng, cá nhân hóa dịch vụ, ghi nhận phản hồi nhanh chóng về chất lượng sản phẩm đã sử dụng. Bên cạnh đó, việc liên kết công nghệ giúp quản lý dữ liệu tập trung, khoa học và bảo mật, hỗ trợ các doanh nghiệp theo dõi nhu cầu, hành vi, lịch sử giao dịch của khách hàng. Nhờ đó, việc quản lý quan hệ khách hàng trở nên hiệu quả hơn, từ đó gia tăng lòng tin và sự trung thành của khách hàng.

Cuối cùng, nhằm tăng cường hiệu quả hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. Hồ Chí Minh cần có cơ chế rõ ràng, quy trình chuẩn từ việc đàm phán hợp đồng đến quá trình phối hợp, quản lý hợp tác. Các doanh nghiệp có thể áp dụng quy trình tổ chức hoạt động liên kết với 4 bước cụ thể như: (1) Xác định mục tiêu liên kết; (2) Xác định và lựa chọn doanh nghiệp liên kết; (3) Thực hiện hoạt động liên kết; (4) Kiểm tra, đánh giá, rút kinh nghiệm và điều chỉnh liên kết.

5.3. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu trong tương lai

Tuy đạt được những kết quả cụ thể nêu trên, nhưng luận án cũng không tránh khỏi một số hạn chế nhất định cần được các nghiên cứu tiếp theo bổ sung, hoàn thiện, cụ thể là:

Thứ nhất, các thang đo trong luận án được kế thừa từ các nghiên cứu trước đây, các thang đo mới phát triển đều dựa trên các căn cứ từ nghiên cứu trước và kết quả nghiên cứu định tính; đồng thời đã được kiểm định đảm bảo độ tin cậy và tính hiệu lực trong đề tài luận án. Tuy nhiên, các thang đo này cần được tiếp tục thử nghiệm trong nhiều bối cảnh nghiên cứu khác để khám phá nội dung liên quan.

Thứ hai, tác giả sử dụng phương pháp lấy mẫu phi xác suất (phương pháp thuận tiện), điều này phần nào ảnh hưởng đến tính đại diện của mẫu, khiến kết quả nghiên cứu chưa thể hiện sự bao quát. Nghiên cứu trong tương lai có thể tiến hành kiểm định lại mô hình với phương pháp lấy mẫu xác suất.

Thứ ba, phạm vi nghiên cứu của đề tài chỉ tập trung vào việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch trong bối cảnh Tp. HCM. Đề tài chưa đề cập và đánh giá cụ thể tác động và hiệu quả của liên kết đối với ngành du lịch Tp. HCM, chưa đánh giá chất lượng và chưa có các đo lường cụ thể về hiệu quả của liên kết đối với sự phát triển của ngành du lịch thành phố. Kết quả tại địa bàn nghiên cứu cho thấy các yếu tố như chia sẻ rủi ro, sự công bằng, chia sẻ thông tin, chính sách thể chế hay chia sẻ lợi ích đều có tác động tích cực đến hoạt động liên kết. Tuy nhiên, khi mở rộng sang các địa phương khác ở Việt Nam, mức độ tác động của từng yếu tố có thể khác biệt do sự khác nhau về điều kiện phát triển du lịch, đặc điểm của thị trường, vai trò của chính quyền địa phương cũng như năng lực quản trị của các doanh nghiệp. Ví dụ, tại những trung tâm lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh hay Đà Nẵng, yếu tố chính sách, thể chế và vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch có thể nổi bật hơn do hệ thống quản trị tốt và sự tham gia mạnh mẽ của hiệp hội ngành nghề. Ngược lại, tại các địa phương có hoạt động du lịch mới phát triển hoặc quy mô nhỏ, yếu tố chia sẻ rủi ro và lợi ích lại trở thành động lực then chốt để khuyến khích doanh nghiệp tham gia liên kết, bởi họ thường đối mặt với nguồn lực hạn chế và rủi ro cao. Do đó, mặc dù kết quả nghiên cứu có tính tham khảo cao, nhưng cần có các nghiên cứu đối sánh, khảo sát bổ sung ở nhiều địa phương khác nhau để kiểm định và điều chỉnh mô hình. Việc phân tích kỹ hơn khía cạnh này không chỉ góp phần khẳng định tính khái quát của kết quả, mà còn nâng cao giá trị thực tiễn và khả năng ứng dụng vào hoạch định chính sách cũng như xây dựng chiến lược liên kết doanh nghiệp trong ngành du lịch tại Việt Nam.

Những hạn chế được nêu trên sẽ giúp gợi mở cho những hướng nghiên cứu tiếp theo trong tương lai. Cụ thể, những nghiên cứu sau này có thể mở rộng phạm vi khảo sát ra các bối cảnh/địa phương trên cả nước; hoặc mở rộng đối tượng nghiên cứu sang các doanh nghiệp khách sạn, nhà hàng với quy mô lớn hơn.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Thông qua việc khảo lược lý thuyết nền và các khái niệm nghiên cứu, luận án đã xây dựng mô hình lý thuyết có tính hệ thống nhằm làm rõ các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM. Mô hình này được phát triển trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước và được điều chỉnh phù hợp với bối cảnh thực tiễn tại Tp. HCM – một trung tâm du lịch lớn, năng động và có mật độ doanh nghiệp du lịch cao. Việc sử dụng phương pháp lấy ý kiến chuyên gia và thảo luận nhóm đã giúp mô hình và các thang đo được rà soát, hiệu chỉnh, qua đó nâng cao tính phù hợp, khả thi và giá trị ứng dụng của nghiên cứu.

Trong mô hình lý thuyết được xây dựng, “Hoạt động liên kết” được xác định là nhân tố mục tiêu (biến phụ thuộc), đóng vai trò là yếu tố trọng tâm của đề tài nghiên cứu. Các yếu tố tác động (biến độc lập), bao gồm: (1) Khai thác nguồn lực; (2) Duy trì sự công bằng; (3) Chia sẻ rủi ro; (4) Chia sẻ lợi ích kinh doanh; (5) Chia sẻ thông tin; (6) Hệ thống chính sách thể chế; (7) Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch, được xác định là những yếu tố có mối quan hệ trực tiếp và chặt chẽ với hoạt động liên kết. Việc xác lập đầy đủ các yếu tố này cho thấy hoạt động liên kết doanh nghiệp mang tính đa chiều, chịu ảnh hưởng đồng thời từ yếu tố nội tại doanh nghiệp và môi trường thể chế - xã hội bên ngoài.

Để kiểm tra và đánh giá tính chính xác của các thang đo, tác giả đã thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ. Thông qua việc sử dụng các phương pháp phân tích như hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA), các thang đo đã được kiểm tra và hiệu chỉnh để đảm bảo tính hội tụ và phân biệt của các yếu tố. Kết quả phân tích cho thấy tất cả các thang đo đạt yêu cầu và được đưa vào sử dụng trong nghiên cứu định lượng chính thức. Kết quả này chứng minh rằng mô hình lý thuyết đã được xây dựng hợp lý và có cơ sở khoa học vững chắc. Tác giả sử dụng hai phương pháp nghiên cứu định tính, định lượng, kết hợp kỹ thuật phân tích dữ liệu PLS-SEM, giúp kết quả nghiên cứu đảm bảo độ tin cậy.

Kết quả của nghiên cứu cho thấy mô hình lý thuyết phù hợp với dữ liệu thị trường tại Tp. HCM. Nghiên cứu đã đưa ra 7 giả thuyết và tất cả đều được chấp nhận, có ý nghĩa, chứng minh rằng các yếu tố đều có ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch. Mô hình lý thuyết đã bao gồm các nội dung chủ yếu như: (1) Tổng quan các công trình nghiên cứu, hệ thống những vấn đề lý luận cơ bản về liên kết, liên kết doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết doanh nghiệp, mối quan hệ giữa các yếu tố và xây dựng mô hình nghiên cứu; (2) Kiểm định mô hình nghiên cứu, khẳng định các giả thuyết về mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM; đồng thời đánh giá tác động của các yếu tố tới kết quả hoạt động liên kết; (3) Mô tả thực trạng liên kết giữa các doanh nghiệp và đánh giá hoạt động liên kết trong thời gian vừa qua, cũng như phân tích, đánh giá mức độ tác động của những yếu tố ảnh hưởng; (4) Đề xuất giải pháp và hàm ý chính sách, quản trị để thúc đẩy hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp.

Luận án xác định và lượng hóa mức độ tác động của từng yếu tố đến kết quả liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch, giúp các doanh nghiệp có cơ sở khoa học để ưu tiên nguồn lực và kiểm soát các yếu tố then chốt nhằm cải thiện hoạt động liên kết trong tương lai. Đặc biệt, trên cơ sở dữ liệu khảo sát 346 doanh nghiệp, luận án đã phát hiện và bổ sung yếu tố mới là “*Tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch*”. Yếu tố này đã được xác định thông qua kết quả nghiên cứu định tính và được bổ sung vào mô hình nghiên cứu.

cứu, góp phần làm phong phú thêm các nghiên cứu trước đây về liên kết trong ngành du lịch. “*Vai trò của tổ chức xã hội nghề nghiệp về du lịch*” bao gồm các Hiệp hội, Câu lạc bộ, nhóm... được cho là yếu tố quan trọng trong việc tạo ra môi trường liên kết thuận lợi, thúc đẩy sự tham gia của các doanh nghiệp lữ hành.

Bên cạnh đó, luận án đã phân tích thực trạng hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM trong giai đoạn 2022 đến năm 2024. Kết quả phân tích trong luận án sẽ giúp cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp du lịch có cái nhìn tổng quan về tình hình thực tiễn; đồng thời chỉ ra vai trò tích cực của các yếu tố ảnh hưởng sẽ giúp hình thành các chiến lược nhằm kết nối doanh nghiệp, mở ra nhiều cơ hội hợp tác cho doanh nghiệp du lịch trong tương lai. Cuối cùng, luận án đề xuất hàm ý chính sách, hàm ý quản trị cho các cơ quan quản lý nhà nước, hiệp hội và doanh nghiệp, nâng cao vai trò, trách nhiệm trong việc thúc đẩy, tăng cường hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch tại Tp. HCM nói riêng và Việt Nam nói chung. Đặc biệt, luận án đề xuất quy trình tổ chức hoạt động liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch, đây là gợi ý để các doanh nghiệp tham khảo và vận dụng trong quá trình liên kết với nhau nhằm đạt được kết quả liên kết cao nhất.

Mặc dù phạm vi nghiên cứu tập trung tại Tp. HCM, các yếu tố được xác lập trong mô hình và kết quả kiểm định thực nghiệm có giá trị khái quát và khả năng ứng dụng rộng hơn đối với nhiều địa phương khác của Việt Nam. Thực tế cho thấy, Tp. HCM được xem như một mô hình điển hình của thị trường năng động, nơi tập trung mật độ cao của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đa dạng về loại hình, quy mô, sản phẩm và mạng lưới liên kết. Những đặc trưng này cũng đã xuất hiện ở nhiều trung tâm du lịch khác như Hà Nội, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Đà Lạt, Cần Thơ.... Các địa phương cũng đang phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, bền vững và hội nhập quốc tế.

Trong bối cảnh đó, các vấn đề liên quan đến khai thác nguồn lực, chia sẻ lợi ích, chia sẻ thông tin, duy trì công bằng, chính sách thể chế và tổ chức xã hội nghề nghiệp đều mang tính phổ quát, phản ánh cấu trúc liên kết doanh nghiệp đặc trưng của ngành du lịch. Như vậy, mô hình nghiên cứu không chỉ giúp giải thích hành vi và động lực liên kết doanh nghiệp tại Tp. HCM, mà còn có thể vận dụng, hiệu chỉnh linh hoạt để phân tích và so sánh hoặc hoạch định chiến lược liên kết ở các địa phương khác trong nước. Điều này khẳng định tính hiệu lực bên ngoài của mô hình, cho phép mở rộng phạm vi áp dụng trong các nghiên cứu và thực tiễn quản trị du lịch tại nhiều vùng, miền khác nhau. Do đó, các kết luận và hàm ý chính sách của luận án có thể được xem như một khung tham chiếu đáng tin cậy, hỗ trợ cho việc đánh giá, xây dựng và điều chỉnh chính sách phát triển liên kết doanh nghiệp du lịch ở phạm vi rộng hơn. Qua đó khẳng định tính hiệu lực bên ngoài của mô hình nghiên cứu, đồng thời cho thấy luận án không chỉ làm sáng tỏ thực tiễn liên kết tại Tp. HCM, mà còn đóng góp bằng chứng khoa học và định hướng chính sách có thể vận dụng ở cấp quốc gia – hướng tới nâng cao hiệu quả liên kết và phát triển bền vững ngành du lịch Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh toàn cầu.

**DANH SÁCH CÔNG TRÌNH KHOA HỌC
CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Chu Khanh Linh (2023), “Overview of research on factors affecting linkages between tourism enterprises in Ho Chi Minh City”, *The 1st International Conference on Economics 2023*.
2. Chu Khanh Linh (2023), “Research overview of tourism business linkage on the web of science database”, *The 19th Asia Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism*, ISBN – 978-604-80-8008-2.
3. Chu Khanh Linh, Phan Minh Chau, Dao Minh Ngoc (2023), “Linkages between businesses in developing innovative tourism products in Ho Chi Minh City”, *The International Conference on Business and Finance 20*, University of Economics Ho Chi Minh City, September 2023.
4. Chu Khanh Linh, Phan Minh Chau, Dang Thi Phuong Anh (2024), “Business Linkage in Developing Creative Tourism Products in Ninh Thuan Province”, *The International Conference on Economics*, Hung Vuong University of Ho Chi Minh City, ISBN: 978-604-346-271-5, March 2024.
5. Chu Khanh Linh, Phan Đình Hue (2024), “Linkages to Develop Mekong Delta Agritourism”, *Nam Can Tho University – International Scientific Conference Proceedings: Enhancing Cooperation to Promote Sustainable Tourism in Response to Climate Change, the Fourth Industrial Revolution and Artificial Intelligence*; April 2024.