

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

PHAN THỊ HỒNG GIANG

LIÊN KẾT TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TỈNH PHÚ THỌ

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

Hà Nội – 2026

Công trình được hoàn thành tại: Trường Đại học Khoa học Xã hội
& Nhân văn - Đại học Quốc Gia Hà Nội

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS. TS Nguyễn Phạm Hùng

Phản biện:

Phản biện:

Phản biện:

Luận án đã được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia Hà Nội,
vào hồi giờ phút ngày tháng năm 202

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. Lý do chọn đề tài

Liên kết là yêu cầu quan trọng trong phát triển du lịch nhằm huy động nguồn lực, nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo giá trị cộng hưởng giữa các chủ thể. Ở Việt Nam, các nghiên cứu về liên kết du lịch chủ yếu tập trung vào cấp độ liên vùng, liên tỉnh hoặc liên ngành; trong khi đó, liên kết du lịch nội tỉnh chưa được nghiên cứu đầy đủ như một cấp độ phân tích có cơ chế vận hành riêng.

Về lý luận, còn thiếu các nghiên cứu làm rõ khái niệm, chủ thể, nội dung, hình thức và kết quả liên kết trong phạm vi nội tỉnh, đặc biệt ở cấp độ doanh nghiệp trong mạng lưới du lịch địa phương. Về phương pháp, phân tích mạng lưới xã hội và mô hình PLS-SEM chưa được kết hợp phổ biến để đồng thời nhận diện cấu trúc liên kết và kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết.

Về thực tiễn, liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ còn thiếu ổn định; nhiều hoạt động thiên về phối hợp hành chính, chương trình ngắn hạn hoặc sự kiện; liên kết thị trường giữa các doanh nghiệp chưa bền vững. Vì vậy, nghiên cứu **“Liên kết trong phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ”** có ý nghĩa cả về lý luận, phương pháp và thực tiễn.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

a. Mục đích nghiên cứu

Luận án nhằm làm rõ cơ sở khoa học và thực tiễn của liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh; phân tích thực trạng, đặc trưng mạng lưới liên kết của doanh nghiệp với các bên liên quan; đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp tại Phú Thọ. Trên cơ sở đó, luận án đề xuất hàm ý chính

sách và hàm ý quản trị nhằm nâng cao kết quả liên kết, góp phần phát triển du lịch Phú Thọ theo hướng hiệu quả và bền vững.

b. Nhiệm vụ nghiên cứu

Luận án thực hiện bốn nhiệm vụ: (1) Hệ thống hóa cơ sở lý luận, xây dựng khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu về liên kết du lịch nội tỉnh; (2) Phân tích thực trạng chủ thể, nội dung, hình thức và cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ; (3) Xây dựng, kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết của doanh nghiệp bằng PLS-SEM; (4) Đối chiếu kết quả SNA và PLS-SEM, thảo luận kết quả, xác định đóng góp và đề xuất hàm ý chính sách, hàm ý quản trị.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh ở Phú Thọ.

b. Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu liên kết du lịch nội tỉnh theo góc độ cung; tập trung vào các chủ thể hoạch định, điều phối, cung ứng và hỗ trợ hoạt động du lịch: chính quyền cấp tỉnh và sở ngành; doanh nghiệp/hộ kinh doanh du lịch; hiệp hội, cơ sở đào tạo, đơn vị quản lý di tích/điểm đến, làng nghề, HTX và các tổ chức hỗ trợ.

Thời gian dữ liệu: thứ cấp 2020 - 2024; khảo sát sơ cấp: 10/2024 - 06/2025.

Không gian nghiên cứu: tỉnh Phú Thọ theo địa giới trước 01/7/2025 (13 huyện/thành/thị).

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng thiết kế nghiên cứu hỗn hợp theo hướng giải thích, kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng. SNA được dùng để nhận diện cấu trúc mạng lưới; PLS-SEM được dùng để kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết của doanh nghiệp.

5. Đóng góp của nghiên cứu

(1) Lý thuyết: luận án làm rõ liên kết du lịch nội tỉnh từ cấp độ doanh nghiệp trong mạng lưới. (2) Phương pháp: luận án kết hợp SNA và PLS-SEM theo hướng hỗ trợ diễn giải. (3) Thực tiễn: nghiên cứu cung cấp căn cứ cho hàm ý chính sách và quản trị nhằm nâng cao kết quả liên kết của doanh nghiệp du lịch Phú Thọ.

6. Cấu trúc luận án

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, luận án gồm 4 chương:

Chương 1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận về liên kết trong phát triển du lịch

Chương 2. Địa bàn nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Chương 3. Kết quả nghiên cứu

Chương 4. Thảo luận kết quả nghiên cứu, hàm ý chính sách và quản trị.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ LIÊN KẾT TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1.1. Tổng quan các công trình nghiên cứu liên quan

1.1.1. Thông tin chung các nghiên cứu về liên kết trong phát triển du lịch

Kết quả thống kê tài liệu nghiên cứu về liên kết phát triển du lịch đến tháng 08/2025 cho thấy phần lớn nghiên cứu tập trung ở quy mô

quốc gia, vùng hoặc liên vùng; các nghiên cứu về liên kết du lịch trong phạm vi nội tỉnh còn hạn chế.

1.1.2. Nội dung của các nghiên cứu

Các nghiên cứu về liên kết trong phát triển du lịch đã tiếp cận vấn đề từ nhiều góc độ như liên kết vùng, liên kết liên tỉnh, liên kết giữa các bên liên quan, liên kết chuỗi giá trị và mạng lưới du lịch. Tuy nhiên, phần lớn công trình tập trung vào quy mô vùng, liên vùng hoặc điểm đến nói chung; trong khi liên kết du lịch nội tỉnh, đặc biệt ở cấp độ doanh nghiệp trong mạng lưới địa phương, còn ít được nghiên cứu một cách hệ thống.

1.1.3. Khoảng trống nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu

Tổng quan cho thấy còn thiếu khung tiếp cận tích hợp cho liên kết du lịch nội tỉnh; thiếu nghiên cứu làm rõ chủ thể, nội dung, hình thức và cơ chế vận hành trong phạm vi một tỉnh; thiếu cách kết hợp SNA với PLS-SEM để nhận diện cấu trúc mạng và kiểm định yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết. Từ đó, luận án xác định bốn câu hỏi nghiên cứu về nội dung, hình thức liên kết; đặc điểm mạng lưới; yếu tố ảnh hưởng; và vai trò hỗ trợ của cấu trúc mạng trong giải thích kết quả kiểm định.

1.2. Cơ sở lý luận

1.2.1. Một số khái niệm cơ bản

Luận án làm rõ hai khái niệm sử dụng xuyên suốt trong nghiên cứu: liên kết và liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh.

1.2.2 Chủ thể liên kết

Trong phạm vi luận án, chủ thể phía cung gồm: (1) chính quyền địa phương cấp tỉnh và các sở, ngành liên quan; (2) doanh nghiệp/hộ kinh doanh du lịch; (3) các bên liên quan khác như hiệp hội du lịch, cơ

sở đào tạo, đơn vị quản lý di tích/điểm đến, làng nghề, HTX và tổ chức hỗ trợ.

1.2.3. Nội dung liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh

Các nội dung liên kết gồm: cơ chế chính sách; tổ chức không gian và quy hoạch; phát triển sản phẩm; xúc tiến, quảng bá và thương hiệu; đào tạo nhân lực; huy động vốn và hạ tầng; môi trường kinh doanh; bảo vệ môi trường và ứng phó biến đổi khí hậu.

1.2.4. Hình thức liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh

Dựa trên tính chất tương tác và mục tiêu vận hành, hình thức liên kết được phân hóa thành hai hệ thống hỗ trợ là liên kết điều phối - thiết chế và liên kết thị trường. Hai hình thức này cùng tham gia triển khai các nội dung liên kết trong phạm vi nội tỉnh.

1.2.5. Đặc điểm liên kết du lịch nội tỉnh

Liên kết du lịch nội tỉnh diễn ra trong một đơn vị hành chính cấp tỉnh, có cùng khung thể chế, quy hoạch và định hướng phát triển, nhưng vẫn phân hóa về tài nguyên, địa bàn, loại hình dịch vụ, năng lực doanh nghiệp và mức độ tham gia thị trường. Vì vậy, liên kết nội tỉnh không chỉ là kết nối tuyến điểm, mà là quá trình tổ chức quan hệ phối hợp giữa chủ thể, nguồn lực, hoạt động cung ứng và không gian du lịch.

1.3. Khung lý thuyết

Luận án tích hợp sáu nền tảng lý thuyết để xây dựng khung phân tích. Lý thuyết các bên liên quan giúp nhận diện chủ thể, vai trò và lợi ích của các nhóm tham gia liên kết. Lý thuyết mạng lưới giúp giải thích cấu trúc quan hệ, vị trí tác nhân, mức độ kết nối và sự phân mảnh trong mạng lưới du lịch. Lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh làm rõ tính phụ

thuộc và đồng tạo giá trị giữa các chủ thể trong hệ thống du lịch địa phương.

Bên cạnh đó, lý thuyết phụ thuộc nguồn lực giải thích động cơ liên kết của doanh nghiệp nhằm tiếp cận nguồn lực bên ngoài; lý thuyết chuỗi giá trị làm rõ sự cần thiết của phối hợp giữa các khâu trong cung ứng sản phẩm du lịch; và lý thuyết năng lực cạnh tranh giúp lý giải vai trò của năng lực nội tại, môi trường hỗ trợ và chiến lược hợp tác trong nâng cao kết quả liên kết.

Việc tích hợp các lý thuyết này tạo cơ sở để luận án phân tích liên kết du lịch nội tỉnh trên ba phương diện: chủ thể tham gia, cấu trúc quan hệ trong mạng lưới và cơ chế hình thành kết quả liên kết của doanh nghiệp

1.4. Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch

Trên cơ sở tổng quan nghiên cứu và khung lý thuyết, luận án đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp. Biến phụ thuộc là kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp. Hai nhóm biến độc lập chính gồm yếu tố bên trong doanh nghiệp và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.

Yếu tố bên trong doanh nghiệp gồm năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp gồm chính sách của chính quyền địa phương, tài nguyên du lịch, hạ tầng và các yếu tố hỗ trợ, cùng nhu cầu thị trường. Ngoài ra, luận án xem xét vai trò của một số đặc điểm doanh nghiệp như quy mô, loại hình, số năm hoạt động và

khu vực hoạt động trong mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng và kết quả liên kết

1.5. Cơ sở lý luận về yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

1.5.1. Yếu tố bên trong doanh nghiệp

Trong nghiên cứu này, nhóm yếu tố bên trong doanh nghiệp được tiếp cận theo hướng tổng hợp, bao gồm hai thành phần cốt lõi là năng lực quản lý của doanh nghiệp và nguồn lực của doanh nghiệp.

1.5.2. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Trong bối cảnh du lịch là một ngành có mức độ phụ thuộc lẫn nhau cao giữa các chủ thể, các yếu tố bên ngoài không chỉ đóng vai trò là bối cảnh, mà còn trực tiếp định hình cấu trúc, động lực và hiệu quả của các mối liên kết.

1.5.3. Vai trò của đặc điểm doanh nghiệp trong mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng và kết quả liên kết

Theo lý thuyết mạng lưới, hệ sinh thái kinh doanh và phụ thuộc nguồn lực, kết quả liên kết của doanh nghiệp có thể khác nhau theo quy mô, loại hình, số năm hoạt động và khu vực hoạt động. Việc xem xét các đặc điểm này giúp làm rõ sự khác biệt trong khả năng chuyển hóa các yếu tố ảnh hưởng thành kết quả liên kết.

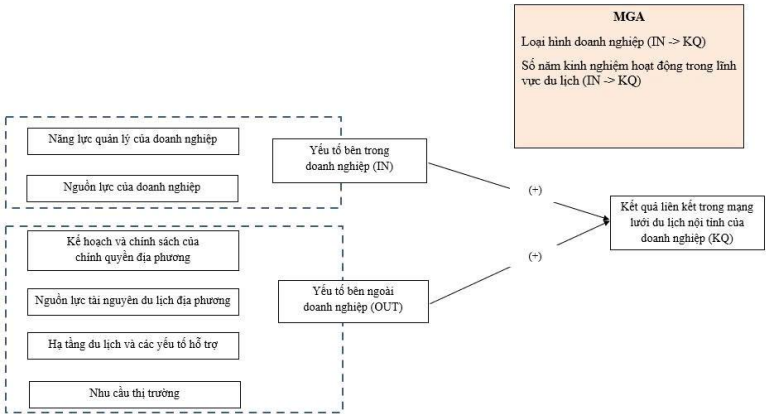
1.5.4. Kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp là một khái niệm đa chiều, mang tính vi mô và gắn trực tiếp với

doanh nghiệp, phản ánh mức độ mà doanh nghiệp khai thác được giá trị từ mạng lưới liên kết mà mình tham gia

1.6. Tổng hợp cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu đề xuất

Luận án tiếp cận liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh từ góc độ mạng lưới doanh nghiệp, coi doanh nghiệp du lịch là chủ thể trung tâm và kết quả liên kết là kết quả đầu ra của quá trình tương tác trong mạng lưới. Luận án đề xuất mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp.



Hình 1.10. Mô hình nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Nguồn: Kế thừa và phát triển từ tác giả Trần Xuân Quang, 2020

1.6.1. Tác động của các yếu tố độc lập

Giả thuyết H1: Yếu tố bên trong doanh nghiệp có tác động tích cực đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Giả thuyết H2: Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp có tác động tích cực đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp.

1.6.2. Sự khác biệt của đặc điểm doanh nghiệp trong mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng và kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Giả thuyết H3: Có sự khác biệt về mức độ tác động của yếu tố bên trong doanh nghiệp đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh giữa các nhóm doanh nghiệp có quy mô khác nhau.

Giả thuyết H4: Có sự khác biệt về mức độ tác động của yếu tố bên trong doanh nghiệp đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh giữa các loại hình doanh nghiệp khác nhau.

Giả thuyết H5: Có sự khác biệt về mức độ tác động của yếu tố bên trong doanh nghiệp đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh giữa các nhóm doanh nghiệp có số năm kinh nghiệm hoạt động khác nhau.

Giả thuyết H6: Có sự khác biệt về mức độ tác động của yếu tố bên ngoài doanh nghiệp đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh giữa các khu vực hoạt động khác nhau.

Tiểu kết chương

Chương 1 không chỉ cung cấp cơ sở lý luận cho nghiên cứu mà còn xác định rõ hướng tiếp cận phân tích. Đây là tiền đề để tác giả xây dựng phương pháp nghiên cứu, phân tích đặc điểm, tính chất hoạt động liên kết du lịch nội tỉnh ở các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2. ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Địa bàn nghiên cứu

2.1.1. Vị trí địa lý và điều kiện phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ

2.1.2. Tình hình phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ.

Phú Thọ có lợi thế kết nối và tài nguyên văn hóa - tự nhiên đa dạng. Du lịch tăng trưởng: năm 2024 đạt 6,63 triệu lượt khách, 830 nghìn lượt lưu trú, 4.100 tỷ đồng doanh thu; 6 tháng đầu năm 2025 đạt 6,753 triệu lượt khách. Hạn chế chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ, năng lực liên kết và đổi mới sản phẩm chưa đồng đều, nhân lực thiếu chuẩn, hạ tầng đang hoàn thiện, thời gian lưu trú còn ngắn. Bốn trung tâm trọng điểm gồm Việt Trì, Thanh Thủy, Hạ Hòa và Tân Sơn.

2.2. Cách tiếp cận và quy trình nghiên cứu

2.2.1. Cách tiếp cận và quan điểm nghiên cứu

Luận án kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng trong thiết kế nghiên cứu hỗn hợp theo hướng giải thích, phù hợp với mục tiêu vừa nhận diện cấu trúc mạng lưới vừa kiểm định cơ chế tác động đến kết quả liên kết.

2.2.2. Quy trình nghiên cứu

Tác giả xây dựng quy trình nghiên cứu đề tài, với 6 bước

2.3. Phương pháp nghiên cứu

2.3.1. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính gồm tổng hợp và phân tích dữ liệu, phỏng vấn chuyên sâu bán cấu trúc, mã hóa và đối chiếu dữ liệu nhằm hiệu chỉnh thang đo, nhận diện bối cảnh và hỗ trợ diễn giải kết quả nghiên cứu.

2.3.2. Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được sử dụng để lượng hóa dữ liệu khảo sát, phân tích cấu trúc mạng lưới bằng UCINET 6.0 và kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết bằng SmartPLS 4.0.

2.3.2.6. Quy trình kết hợp SNA và PLS-SEM theo hướng hỗ trợ diễn giải

SNA và PLS-SEM không được sử dụng như hai hướng phân tích tách rời. SNA nhận diện bối cảnh cấu trúc mạng lưới, còn PLS-SEM kiểm định cơ chế tác động ở cấp doanh nghiệp; các chỉ số SNA không đưa trực tiếp vào mô hình SEM mà được dùng để hỗ trợ diễn giải.

2.4. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu

Thứ nhất, nhóm các chỉ tiêu phản ánh thực trạng liên kết trong phát triển du lịch

Thứ hai, nhóm chỉ tiêu đánh giá yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Thứ ba, nhóm chỉ tiêu đo lường mức độ liên kết giữa các bên liên quan trong mạng lưới du lịch

Tiểu kết chương 2

Chương 2 xác lập nền tảng thực tiễn và phương pháp luận cho nghiên cứu thông qua phân tích bối cảnh phát triển du lịch Phú Thọ và quy trình nghiên cứu hỗn hợp theo hướng giải thích. Chương trình bày nghiên cứu định tính, khảo sát định lượng, phân tích mạng lưới xã hội bằng UCINET 6.0 và kiểm định mô hình bằng SmartPLS 4.0, qua đó bảo đảm sự thống nhất giữa dữ liệu, phương pháp và mục tiêu nghiên cứu.

CHƯƠNG 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Chủ thể, hình thức và nội dung liên kết du lịch nội tỉnh tại Phú Thọ

3.1.1. Chủ thể liên kết trong phát triển du lịch

Cơ quan quản lý nhà nước (đặc biệt Sở VHTTDL) giữ vai trò trung tâm trong hoạch định–điều phối, được đánh giá cao (4,01 - 4,12/5) nhưng còn hạn chế về tính chủ động, cơ chế thực thi và phối hợp liên cấp. Doanh nghiệp là lực lượng nòng cốt thiết kế–triển khai sản phẩm và kết nối các bên; tự đánh giá tích cực (3,87 - 4,04/5) song thiếu nền tảng tin cậy và phân chia lợi ích ổn định, nhất là với DN nhỏ và vừa. Hộ kinh doanh cung ứng dịch vụ tại chỗ quan trọng nhưng liên kết mỏng do hạn chế quy mô, kỹ năng, nguồn lực - cần tổ/nhóm, HTX và cơ chế hỗ trợ. Các tổ chức hỗ trợ (hiệp hội, cơ sở đào tạo, xúc tiến, truyền thông) và cộng đồng góp vai trò kết nối - đào tạo - quảng bá, song thiếu cơ chế phối hợp và bảo đảm quyền lợi dài hạn.

3.1.2. Hình thức liên kết trong phát triển du lịch Phú Thọ

3.1.3. Các nội dung liên kết phát triển du lịch nội tỉnh Phú Thọ

Liên kết phát triển du lịch Phú Thọ đã có chuyển biến tích cực nhưng còn phân tán. Tỉnh đã ban hành chính sách, định hướng không gian điểm đến thống nhất, phối hợp xây dựng sản phẩm đặc thù và đẩy mạnh xúc tiến – thương hiệu, song thực thi thiếu hướng dẫn, điều phối và nguồn lực ổn định.

3.2. Cấu trúc mạng lưới liên kết giữa doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan tại Phú Thọ

3.2.1. Thành phần chủ thể trong mạng lưới khảo sát

Kết quả phân tích mạng lưới liên kết của doanh nghiệp với các bên liên quan trong phát triển du lịch nội tỉnh Phú Thọ được thực hiện trên cơ sở dữ liệu khảo sát 438 tác nhân

3.2.2. Cấu trúc tổng thể của mạng lưới liên kết

Các chỉ số cho thấy mạng lưới liên kết du lịch của doanh nghiệp với các bên liên quan nội tỉnh Phú Thọ có đặc trưng là quy mô lớn nhưng cường độ liên kết thấp, phân mảnh cao, thiếu các cụm hợp tác bền vững và phụ thuộc vào một lõi tác nhân tương đối nhỏ.

3.2.3. Vai trò trung tâm của các nhóm chủ thể trong mạng lưới

Phân tích tính trung tâm cho thấy mạng lưới có sự phân tầng rõ về vai trò của các nhóm chủ thể. Cơ quan quản lý nhà nước và chính quyền địa phương giữ vị trí trung tâm về điều phối thể chế; một số doanh nghiệp lữ hành, đơn vị vận chuyển, cơ sở đào tạo và tổ chức hỗ trợ có vai trò kết nối giữa các nhóm tác nhân; trong khi nhiều cơ sở lưu trú, ăn uống, hộ kinh doanh và dịch vụ bổ trợ vẫn ở vị trí ngoại vi.

Kết quả này cho thấy liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ còn phụ thuộc đáng kể vào khu vực công và một số tác nhân trung gian. Trong khi đó, liên kết ngang giữa các doanh nghiệp và liên kết thị trường tự thân chưa đủ mạnh để tạo thành các cụm hợp tác ổn định.

3.2.4. Lỗ hổng cấu trúc và năng lực môi giới trong mạng lưới

Phân tích lỗ hổng cấu trúc cho thấy mạng lưới liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ tồn tại sự phân tầng rõ rệt về năng lực môi giới và khai thác cơ hội cấu trúc. Một số nhóm tác nhân trung tâm như cơ sở đào tạo, cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức xã hội nghề nghiệp và đơn vị quản lý điểm đến có khả năng khai thác lỗ hổng cấu trúc tương đối tốt, góp phần duy trì tính liên thông của mạng lưới.

3.3. Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

3.3.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

380 bảng trả lời hợp lệ được đưa vào phân tích, xử lý dữ liệu

3.3.2. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả đánh giá mô hình đo lường cho thấy các thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Các biến quan sát phản ánh phù hợp các khái niệm nghiên cứu; các cấu phần bậc một có vai trò hình thành các biến bậc hai là yếu tố bên trong doanh nghiệp và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp. Kết quả kiểm định đa cộng tuyến cho thấy mô hình không gặp vấn đề nghiêm trọng, bảo đảm điều kiện để tiếp tục đánh giá mô hình cấu trúc.

3.3.3. Đánh giá mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Kết quả PLS-SEM cho thấy yếu tố bên trong doanh nghiệp và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp đều có tác động tích cực đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp. Trong đó, yếu tố bên ngoài doanh nghiệp có vai trò nổi bật hơn, phản ánh tầm quan trọng của chính sách địa phương, tài nguyên du lịch, hạ tầng, hệ thống hỗ trợ và nhu cầu thị trường đối với khả năng doanh nghiệp khai thác lợi ích từ liên kết.

Yếu tố bên trong doanh nghiệp, gồm năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp, cũng có tác động tích cực đến kết quả liên kết. Điều này cho thấy doanh nghiệp chỉ có thể chuyển hóa cơ hội liên kết thành kết quả cụ thể khi có đủ năng lực tổ chức, nguồn lực, khả năng phối hợp và năng lực duy trì quan hệ hợp tác

3.3.4. Kết quả kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Kết quả kiểm định giả thuyết cho thấy các giả thuyết về tác động tích cực của yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp đến kết quả liên kết đều được chấp nhận. Phân tích đa nhóm cho thấy

tác động của năng lực nội tại doanh nghiệp đến kết quả liên kết không hoàn toàn đồng nhất giữa các nhóm doanh nghiệp. Những doanh nghiệp có đặc điểm hoạt động phù hợp, có kinh nghiệm tích lũy và vị trí chức năng rõ hơn trong chuỗi giá trị du lịch thường có khả năng khai thác liên kết hiệu quả hơn.

3.4. Đối chiếu kết quả SNA và PLS-SEM trong giải thích kết quả liên kết của doanh nghiệp

Việc đối chiếu SNA và PLS-SEM cho thấy liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ là quá trình chịu tác động đồng thời của cấu trúc mạng, bối cảnh thể chế và năng lực tác nhân. SNA cho thấy mạng lưới còn thưa, phân mảnh và phụ thuộc vào một số tác nhân trung tâm; trong khi PLS-SEM chỉ ra vai trò của yếu tố bên ngoài và yếu tố bên trong doanh nghiệp trong hình thành kết quả liên kết. Cách kết hợp này giúp giải thích vì sao điều kiện bên ngoài có ý nghĩa nền tảng nhưng cần năng lực doanh nghiệp để chuyển hóa thành kết quả cụ thể.

Tiểu kết chương 3

Chương 3 trình bày kết quả nghiên cứu về chủ thể, hình thức, nội dung liên kết du lịch nội tỉnh tại Phú Thọ; cấu trúc mạng lưới liên kết của doanh nghiệp với các bên liên quan; và các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới thông qua SNA và PLS-SEM.

CHƯƠNG 4. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU, HÀM Ý CHÍNH SÁCH VÀ QUẢN TRỊ

4.1. Thảo luận kết quả nghiên cứu của luận án

4.1.1. Nội dung, hình thức liên kết trong liên kết phát triển du lịch nội tỉnh

Liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ diễn ra trên nhiều phương diện: quy hoạch không gian, phát triển sản phẩm, xúc tiến thương hiệu, đào tạo nhân lực, đầu tư hạ tầng - với sự tham gia của chính quyền, doanh nghiệp và các thiết chế trung gian. Tuy vậy, cơ chế điều phối ổn định, phối hợp liên ngành và nguồn lực dài hạn còn thiếu, dẫn tới hiệu quả phân tán. Vai trò được phân định: nhà nước giữ vai trò điều phối trung tâm; doanh nghiệp tổ chức thực thi và kết nối thị trường; tổ chức trung gian hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo, xúc tiến, song mức độ tham gia và cam kết bền vững còn hạn chế.

4.1.2. Mạng lưới liên kết của doanh nghiệp với các bên liên quan trong phát triển du lịch nội tỉnh

(1) Quy mô mạng lớn nhưng cường độ liên kết thấp và phân mảnh cao, chứng minh một hệ sinh thái du lịch mang tính hình thức

(2) Cấu trúc phân tầng chức năng rõ rệt, mạng lưới phụ thuộc vào khu vực công và các tác nhân tri thức

(3) Vai trò trung gian nổi bật của cơ sở đào tạo trong nghiên cứu mạng lưới du lịch nội tỉnh

(4) Doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương với đại diện là hộ kinh doanh ở vị trí ngoại vi

4.1.3. Yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Kết quả kiểm định cho thấy kết quả liên kết của doanh nghiệp chịu tác động đồng thời của yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp. Yếu tố bên ngoài giữ vai trò nổi bật hơn, cho thấy trong bối cảnh mạng lưới du lịch Phú Thọ còn phân mảnh, các điều kiện thể chế, tài nguyên, hạ tầng, hệ thống hỗ trợ và nhu cầu thị trường có ý nghĩa nền tảng đối với khả năng hình thành và duy trì liên kết.

Yếu tố bên trong doanh nghiệp vẫn có vai trò quan trọng, đặc biệt ở năng lực quản lý, nguồn lực và khả năng phối hợp với đối tác. Tuy nhiên, năng lực nội tại chỉ phát huy hiệu quả khi doanh nghiệp có khả năng tiếp cận môi trường liên kết thuận lợi và tham gia vào các quan hệ mạng lưới có giá trị. Kết quả cũng cho thấy sự khác biệt có chọn lọc theo đặc điểm doanh nghiệp, trong đó loại hình doanh nghiệp và số năm kinh nghiệm có ý nghĩa rõ hơn so với quy mô và khu vực hoạt động.

4.1.4. Vai trò bồi cảnh của cấu trúc mạng trong hình thành kết quả liên kết

Kết quả nghiên cứu cho thấy hai lớp phân tích SNA và PLS-SEM không tồn tại như hai mảng tách rời, mà bổ trợ trực tiếp cho nhau. Theo cách tiếp cận này, SNA đóng vai trò bản đồ cấu trúc mô tả điều kiện vận hành của liên kết; còn PLS-SEM đóng vai trò mô hình cơ chế lượng hóa mức độ tác động của các nhóm yếu tố giải thích lên KQ.

4.2. Đóng góp của nghiên cứu và khung nghiên cứu liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh

Mục này làm rõ bốn đóng góp chính của luận án về khái niệm, mô hình nghiên cứu, phương pháp và bối cảnh Việt Nam; đồng thời đề xuất khung nghiên cứu liên kết du lịch nội tỉnh gồm bốn hợp phần: yếu

tổ bên trong doanh nghiệp, yếu tố bên ngoài doanh nghiệp, mạng lưới liên kết giữa các chủ thể và kết quả liên kết của doanh nghiệp.

4.3. Hàm ý chính sách

Một số hàm ý chính sách về liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh: (1) Hoàn thiện thiết chế điều phối liên kết du lịch nội tỉnh; (2) Định hướng phát triển không gian du lịch theo cụm liên kết chức năng; (3) Hoàn thiện khung chính sách cho liên kết phát triển sản phẩm và xúc tiến du lịch; (4) Đầu tư hạ tầng và thúc đẩy liên kết công – tư theo hướng bền vững

4.4. Một số hàm ý quản trị đối với doanh nghiệp du lịch

Hàm ý về nhận thức quản trị; Hàm ý về năng lực quản trị nội tại và khả năng duy trì liên kết; Hàm ý về chiến lược liên kết và thiết kế cấu trúc quan hệ hợp tác; Hàm ý về vị thế doanh nghiệp trong mạng lưới và năng lực tự chủ; Hàm ý về khả năng thích ứng bối cảnh

Tiểu kết chương 4

Chương 4 thảo luận kết quả nghiên cứu, xác định đóng góp của luận án và đề xuất hệ thống hàm ý chính sách, hàm ý quản trị nhằm nâng cao kết quả liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ. Các hàm ý tập trung vào thiết chế điều phối, cụm liên kết chức năng, liên kết sản phẩm - xúc tiến, hạ tầng, hợp tác công - tư và năng lực quản trị liên kết của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Luận án đã hoàn thành mục tiêu nghiên cứu về liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh Phú Thọ từ góc độ cung, với trọng tâm là doanh nghiệp du lịch trong mạng lưới quan hệ với các bên liên quan. Kết quả nghiên cứu trả lời bốn câu hỏi đặt ra: liên kết được biểu hiện

qua những chủ thể, nội dung và hình thức nào; mạng lưới liên kết có cấu trúc ra sao; các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng như thế nào đến kết quả liên kết; và cấu trúc mạng lưới hỗ trợ thế nào cho việc giải thích kết quả kiểm định mô hình.

Thứ nhất, luận án đã hệ thống hóa và làm rõ nội hàm của liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh. Liên kết nội tỉnh được xác định là quá trình phối hợp có tổ chức giữa các chủ thể trong phạm vi một đơn vị hành chính cấp tỉnh, gắn với thể chế, quy hoạch, tài nguyên, hoạt động cung ứng và quan hệ thị trường địa phương. Cách tiếp cận này giúp phân biệt liên kết nội tỉnh với liên kết vùng, liên tỉnh hoặc liên quốc gia. Ở cấp nội tỉnh, vấn đề không chỉ nằm ở kết nối tuyến điểm hay phối hợp hành chính, mà còn ở cách doanh nghiệp, chính quyền, điểm đến, cộng đồng, cơ sở đào tạo, hiệp hội, làng nghề, hợp tác xã và các tổ chức hỗ trợ cùng tham gia vào một mạng lưới liên kết.

Thứ hai, kết quả phân tích thực trạng cho thấy liên kết du lịch nội tỉnh tại Phú Thọ đã hình thành trên nhiều nội dung và hình thức khác nhau. Các nội dung liên kết gồm cơ chế chính sách, tổ chức không gian, phát triển sản phẩm, xúc tiến, đào tạo nhân lực, hạ tầng, môi trường kinh doanh và bảo vệ môi trường. Hai hình thức liên kết chính cùng tồn tại là liên kết điều phối - thiết chế và liên kết thị trường. Trong đó, liên kết điều phối - thiết chế thể hiện rõ hơn qua chính sách, quy hoạch, chương trình xúc tiến, đào tạo và hỗ trợ phát triển; liên kết thị trường giữa các doanh nghiệp, hộ kinh doanh, điểm đến và đơn vị cung ứng dịch vụ đã có nhưng chưa ổn định, chưa tạo được cơ chế phối hợp thường xuyên ở cấp doanh nghiệp.

Thứ ba, kết quả phân tích mạng lưới xã hội cho thấy mạng lưới liên kết giữa doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan tại Phú Thọ có

tính đa chủ thể nhưng còn thưa và phân mảnh. Mạng lưới khảo sát gồm 438 tác nhân, trong đó có 132 tác nhân không có liên kết; tổng số liên kết ghi nhận là 1.141, số liên kết bình quân đạt 2,605 và mật độ mạng chỉ đạt 0,006. Các chỉ số này cho thấy phần lớn các quan hệ tiềm năng chưa được hình thành, khả năng lan tỏa thông tin và phối hợp trong mạng còn hạn chế. Một số tác nhân thuộc khu vực công, cơ sở đào tạo, lễ hành, điểm đến và tổ chức hỗ trợ giữ vai trò kết nối đáng chú ý; trong khi nhiều cơ sở lưu trú, ăn uống, vận chuyển, làng nghề, hợp tác xã và hộ kinh doanh vẫn nằm ở vị trí ngoại vi. Kết quả này phản ánh khoảng cách giữa sự hiện diện của nhiều chủ thể trong hệ thống du lịch và mức độ gắn kết thực tế giữa các chủ thể đó.

Thứ tư, kết quả PLS-SEM cho thấy cả yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp đều tác động tích cực đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh. Yếu tố bên trong doanh nghiệp có hệ số tác động $\beta = 0,460$, phản ánh vai trò của năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp trong việc tham gia, duy trì và khai thác quan hệ liên kết. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp có hệ số tác động $\beta = 0,508$, cho thấy chính sách, tài nguyên, hạ tầng, yếu tố hỗ trợ và nhu cầu thị trường là những điều kiện có ảnh hưởng mạnh đến kết quả liên kết. Mô hình giải thích được 60,1% biến thiên của kết quả liên kết, cho thấy các nhóm yếu tố được lựa chọn có khả năng giải thích tương đối tốt đối với biến phụ thuộc của luận án.

Thứ năm, kết quả phân tích đa nhóm cho thấy tác động của yếu tố bên trong doanh nghiệp đến kết quả liên kết có sự khác biệt theo loại hình doanh nghiệp và số năm kinh nghiệm hoạt động. Nhóm doanh nghiệp lễ hành và nhóm doanh nghiệp có thời gian hoạt động trên 3 năm có khả năng chuyên hóa năng lực nội tại thành kết quả liên kết tốt

hơn. Trong khi đó, luận án chưa ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo quy mô doanh nghiệp và khu vực hoạt động. Kết quả này cho thấy lợi thế liên kết không chỉ phụ thuộc vào quy mô hay vị trí địa lý, mà gần nhiều hơn với vai trò chức năng trong chuỗi giá trị, kinh nghiệm tích lũy quan hệ và khả năng tham gia mạng lưới.

Thứ sáu, việc đối chiếu kết quả SNA và PLS-SEM giúp làm rõ hơn cơ chế hình thành kết quả liên kết của doanh nghiệp. SNA cho thấy mạng lưới còn thưa, phân mảnh và phụ thuộc vào một số tác nhân trung tâm. Trong bối cảnh đó, kết quả PLS-SEM cho thấy yếu tố bên ngoài doanh nghiệp có vai trò nổi bật vì chính sách, tài nguyên, hạ tầng, hỗ trợ và nhu cầu thị trường tạo điều kiện để doanh nghiệp tiếp cận cơ hội liên kết. Tuy nhiên, các điều kiện bên ngoài chỉ được chuyển hóa thành kết quả khi doanh nghiệp có năng lực quản lý, nguồn lực phù hợp, kinh nghiệm hoạt động và quan hệ hợp tác đủ ổn định. Do đó, kết quả liên kết của doanh nghiệp cần được hiểu trong quan hệ giữa điều kiện bên ngoài, năng lực bên trong và vị trí của doanh nghiệp trong mạng lưới.

Từ các kết quả trên, luận án xác định một số đóng góp chính. Về lý luận, luận án làm rõ liên kết du lịch nội tỉnh như một cấp độ liên kết có cơ chế vận hành riêng, trong đó doanh nghiệp được đặt trong mạng lưới quan hệ với các bên liên quan. Về mô hình nghiên cứu, luận án xây dựng và kiểm định mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết ở cấp doanh nghiệp, với hai cấu trúc tổng hợp là yếu tố bên trong và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp. Về phương pháp, luận án kết hợp nghiên cứu định tính, SNA và PLS-SEM theo hướng bổ trợ diễn giải, qua đó vừa nhận diện cấu trúc mạng lưới, vừa kiểm định cơ chế tác động đến kết quả liên kết. Về thực tiễn, kết quả nghiên cứu cung cấp

căn cứ để hoàn thiện thiết chế điều phối, phát triển cụm liên kết chức năng, tăng cường liên kết sản phẩm - xúc tiến, đầu tư hạ tầng, thúc đẩy hợp tác công - tư và nâng cao năng lực quản trị liên kết của doanh nghiệp du lịch Phú Thọ

2. Hạn chế của nghiên cứu

Mặc dù đã hoàn thành mục tiêu nghiên cứu, luận án vẫn có một số hạn chế cần được nhận diện rõ.

Thứ nhất, phạm vi không gian nghiên cứu được xác định theo địa giới hành chính tỉnh Phú Thọ trước ngày 01/7/2025. Sau thời điểm này, địa giới và mô hình quản lý địa phương có sự thay đổi. Vì vậy, các kết quả nghiên cứu phản ánh cấu trúc liên kết trong bối cảnh địa giới cũ và cần được cập nhật nếu áp dụng cho không gian Phú Thọ mới.

Thứ hai, dữ liệu nghiên cứu tập trung vào phía cung du lịch, gồm chính quyền địa phương, doanh nghiệp, hộ kinh doanh và các bên liên quan trong mạng lưới cung ứng. Nhóm khách du lịch chưa được khảo sát như một đơn vị phân tích độc lập. Điều này giúp luận án giữ được trọng tâm doanh nghiệp trong mạng lưới nội tỉnh, nhưng cũng giới hạn khả năng đánh giá liên kết từ phía cầu.

Thứ ba, dữ liệu sử dụng trong mô hình PLS-SEM được thu thập từ một đại diện của mỗi doanh nghiệp hoặc hộ kinh doanh, tại cùng một thời điểm và bằng cùng một bảng hỏi. Vì vậy, dữ liệu có thể chịu ảnh hưởng của sai lệch do phương pháp chung, xu hướng đánh giá chủ quan và khả năng người trả lời muốn duy trì sự nhất quán giữa các câu trả lời. Luận án đã thực hiện một số biện pháp kiểm soát về thủ tục và sử dụng kiểm định một nhân tố Harman để đánh giá sơ bộ nguy cơ này; tuy nhiên, các biện pháp trên không thể loại trừ hoàn toàn CMB. Bên cạnh đó, KQ phản ánh kết quả liên kết theo đánh giá của doanh nghiệp, chưa

thay thế cho các chỉ tiêu khách quan được ghi nhận theo thời gian. Thiết kế nghiên cứu cắt ngang vì vậy chủ yếu cho phép xác định quan hệ thống kê và khả năng dự báo giữa các cấu trúc, chưa đủ để khẳng định đầy đủ quan hệ nhân quả hoặc sự biến đổi của kết quả liên kết theo thời gian.

Thứ tư, dữ liệu SNA phụ thuộc vào quan hệ liên kết do các chủ thể khai báo trong phạm vi khảo sát. Một số quan hệ thực tế có thể chưa được ghi nhận nếu người trả lời không nhớ, không nêu tên hoặc không tham gia khảo sát. Do đó, mạng lưới được phân tích trong luận án cần được hiểu là mạng lưới được nhận diện từ dữ liệu khảo sát, không phải toàn bộ quan hệ liên kết tuyệt đối của du lịch Phú Thọ.

Thứ năm, luận án sử dụng SNA như lớp bằng chứng cấu trúc để diễn giải kết quả PLS-SEM, chưa đưa trực tiếp các chỉ số vị trí mạng của từng doanh nghiệp vào mô hình kiểm định. Đây là lựa chọn phù hợp với thiết kế nghiên cứu hiện tại, nhưng cũng mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm kiểm định trực tiếp tác động của vị trí mạng đến kết quả liên kết của doanh nghiệp.

3. Hướng nghiên cứu trong tương lai

Từ các hạn chế trên, các nghiên cứu tiếp theo có thể phát triển theo một số hướng.

Một là, tiếp tục khảo sát liên kết du lịch trong không gian Phú Thọ mới sau thay đổi địa giới hành chính, qua đó so sánh sự biến đổi về cấu trúc mạng lưới, vai trò tác nhân trung tâm và mức độ phân mảnh của mạng liên kết.

Hai là, bổ sung dữ liệu từ phía cầu, đặc biệt là khách du lịch, để đánh giá mức độ liên kết giữa các chủ thể cung ứng có được chuyển hóa

thành trải nghiệm, mức chi tiêu, thời gian lưu trú và ý định quay lại của du khách hay không.

Ba là, phát triển thiết kế nghiên cứu theo chuỗi thời gian hoặc nghiên cứu lặp lại để theo dõi sự thay đổi của mạng lưới liên kết trước và sau các chính sách, chương trình xúc tiến, đầu tư hạ tầng hoặc thay đổi quản trị địa phương.

Bốn là, tích hợp các chỉ số vị trí mạng của doanh nghiệp như degree, betweenness, closeness, k-core hoặc vị trí lõi - ngoại vi vào mô hình kiểm định, nhằm đánh giá trực tiếp tác động của vị trí mạng đến kết quả liên kết.

Năm là, so sánh Phú Thọ với các địa phương du lịch đang phát triển khác để kiểm tra mức độ tương đồng và khác biệt trong cơ chế vận hành của liên kết du lịch nội tỉnh.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH LIÊN QUAN LUẬN ÁN

1. Phan Thị Hồng Giang (2025), “Social network analysis of linkages among travel enterprises in Phu Tho province”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế PUBEC lần thứ 3 “Quản trị vận hành và chuỗi cung ứng trong thời kì mới”*, tr. 847–856.

2. Nguyễn Phạm Hùng, Phan Thị Hồng Giang (2025), “The role of stakeholders in tourism human resource training and development linkages in Phu Tho province”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Nâng cao hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ quốc tế trong bối cảnh hội nhập”*, tr. 16–22.

3. Phan Thị Hồng Giang (2024), “Phu Tho (Vietnam) tourism development linkage toward sustainability”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Thúc đẩy các nghiên cứu đa ngành về xu hướng và những đổi mới trong giáo dục nhằm đạt được mục tiêu phát triển bền vững”*, Tập 1, tr. 552–563.

4. Phan Thị Hồng Giang (2025), “Hoạt động liên kết trong phát triển du lịch Phú Thọ”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo* (5), tr. 239–242.

5. Phan Thị Hồng Giang, Phạm Thị Phương Loan, (2025), “Kinh nghiệm liên kết trong phát triển du lịch và định hướng liên kết du lịch tỉnh Phú Thọ”, *Tạp chí Giáo dục và Xã hội*, Số đặc biệt (5/2025), tr. 547–552.

6. Phan Thị Hồng Giang (2024), “Liên kết phát triển sản phẩm du lịch văn hóa tỉnh Phú Thọ”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế “Đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực du lịch văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế”*, tr. 801–815.