**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: 9810101

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: PGS.TS. Nguyễn Phạm Hùng

Phản biện: PGS.TS. Nguyễn Viết Thái

Phản biện: PGS.TS. Trương Đức Thao

Phản biện: TS. Vũ Nam

Luận án đã được bảo vệ trước Hội đồng cấp Đại học Quốc gia Hà Nội, vào hồi 14 giờ 00 phút, ngày 4 tháng 8 năm 2026

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

Du lịch là ngành kinh tế tổng hợp, trong đó sản phẩm và năng lực cạnh tranh của điểm đến được hình thành từ sự phối hợp giữa nhiều chủ thể. Ở Việt Nam, nghiên cứu về liên kết du lịch chủ yếu tập trung ở cấp vùng, liên tỉnh hoặc liên điểm đến; trong khi liên kết du lịch nội tỉnh, đặc biệt từ góc độ doanh nghiệp trong mạng lưới các bên liên quan, chưa được nghiên cứu tương xứng.

Khoảng trống của nghiên cứu nằm ở ba phương diện: liên kết nội tỉnh chưa được làm rõ như một cấp độ có cơ chế vận hành riêng; kết quả liên kết ở cấp doanh nghiệp chưa được phân biệt rõ với kết quả phát triển điểm đến; và còn thiếu thiết kế kết hợp phân tích cấu trúc mạng lưới với kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết. Luận án vì vậy kết hợp SNA và PLS-SEM theo hướng bổ trợ diễn giải.

Phú Thọ là trường hợp phù hợp vì có tài nguyên và sản phẩm phân tán trên nhiều không gian chức năng, có tương đối đầy đủ các nhóm chủ thể trong cùng một khung quản trị cấp tỉnh, trong khi mạng lưới liên kết đã hình thành nhưng mức độ kết nối và phối hợp chưa đồng đều. Trên cơ sở đó, nghiên cứu "Liên kết trong phát triển du lịch tỉnh Phú Thọ" được thực hiện nhằm làm rõ cơ chế liên kết nội tỉnh và cung cấp luận cứ cho quản trị liên kết tại địa phương.

## 2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

### a. Mục đích nghiên cứu

Mục đích của luận án là làm rõ cơ sở lý luận, thực tiễn và cơ chế vận hành của liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh, lấy doanh nghiệp làm chủ thể trung tâm trong mạng lưới quan hệ với các bên liên quan tại Phú Thọ; từ đó đề xuất hàm ý chính sách và quản trị nhằm nâng cao kết quả liên kết của doanh nghiệp, góp phần phát triển du lịch địa phương hiệu quả và bền vững.

**b. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Luận án thực hiện bốn nhiệm vụ: (1) hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận, xác lập khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu; (2) phân tích thực trạng chủ thể, nội dung, hình thức và cấu trúc mạng lưới liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với các bên liên quan tại Phú Thọ; (3) xây dựng và kiểm định mô hình các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả liên kết; (4) đối chiếu SNA và PLS-SEM để thảo luận cơ chế hình thành kết quả liên kết và đề xuất hàm ý chính sách, 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 tại Phú Thọ, trong đó trọng tâm là quan hệ liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với các bên liên quan trong mạng lưới du lịch địa phương.

**b. Phạm vi nghiên cứu**

Về nội dung, luận án tiếp cận từ phía cung, lấy doanh nghiệp/hộ kinh doanh du lịch làm chủ thể trọng tâm trong quan hệ với cơ quan quản lý, đơn vị quản lý điểm đến, hiệp hội, cơ sở đào tạo, làng nghề, hợp tác xã/đại diện cộng đồng và các chủ thể cung ứng, hỗ trợ khác. Năm nội dung liên kết được xem xét gồm trao đổi thông tin; xây dựng và cung ứng sản phẩm; xúc tiến và phát triển thị trường; chia sẻ nguồn lực, tri thức và đào tạo; phối hợp giải quyết vấn đề phát sinh và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Về thời gian, luận án tập trung phân tích giai đoạn 2020 - 2024; dữ liệu thứ cấp được cập nhật chủ yếu trong giai đoạn này và một số thông tin năm 2025 được dùng bổ sung bối cảnh. Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 10/2024 đến hết tháng 06/2025.

Về không gian, nghiên cứu được thực hiện tại tỉnh Phú Thọ theo địa giới hành chính trước ngày 01/7/2025, gồm 13 đơn vị cấp huyện, thành

phố và thị xã; ranh giới mạng được xác định theo không gian quản trị của điểm đến, không theo dòng khách hay chuỗi cung ứng liên vùng.

**4. Phương pháp nghiên cứu**

Luận án sử dụng thiết kế nghiên cứu hỗn hợp đa giai đoạn, kết hợp định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được dùng để nhận diện bối cảnh, hiệu chỉnh mô hình, thang đo và giải thích kết quả; SNA nhận diện cấu trúc mạng lưới; PLS-SEM kiểm định tác động của các yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp đến kết quả liên kết. Hai phương pháp định lượng được đối chiếu theo hướng bổ trợ, không tích hợp thành một mô hình nhân quả chung.

**5. Đóng góp của nghiên cứu**

Về lý thuyết, luận án làm rõ cách tiếp cận liên kết du lịch nội tỉnh từ cấp độ doanh nghiệp trong mạng lưới và phân biệt kết quả liên kết của doanh nghiệp với kết quả phát triển điểm đến. Về phương pháp, luận án kết hợp định tính, SNA và PLS-SEM theo hướng bổ trợ diễn giải. Về thực tiễn, nghiên cứu cung cấp bằng chứng về chủ thể, nội dung, hình thức, cấu trúc mạng và các yếu tố ảnh hưởng để đề xuất hàm ý chính sách và quản trị đối với 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

Việc tìm kiếm tài liệu được thực hiện đến tháng 08/2025 trên Scopus và Web of Science. Từ 409 công trình ban đầu (212 tài liệu Scopus và 197 tài liệu Web of Science), luận án sàng lọc 101 nghiên cứu quốc tế gần nhất với chủ đề; đồng thời rà soát tài liệu trong nước trên VISTA. Kết quả cho thấy nghiên cứu liên kết du lịch tập trung chủ yếu ở cấp vùng, liên tỉnh, liên quốc gia hoặc giữa các điểm đến.

### 1.1.2. Nội dung của các nghiên cứu

Các công trình trước tập trung vào năm hướng chính: liên kết du lịch nói chung; chủ thể, hình thức và nội dung liên kết; các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết; mạng lưới liên kết du lịch và ứng dụng SNA; phát triển và liên kết du lịch tại Phú Thọ. Các nghiên cứu đã tạo nền tảng quan trọng nhưng chưa giải thích đầy đủ liên kết nội tỉnh ở cấp doanh nghiệp trong một không gian quản trị cấp tỉnh.

### 1.1.3. Khoảng trống nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu

Ba khoảng trống chính được xác định: khoảng trống về bối cảnh nội tỉnh; khoảng trống về đối tượng, nội dung và mô hình lấy kết quả liên kết của doanh nghiệp làm biến cần giải thích; và khoảng trống phương pháp do phân tích cấu trúc quan hệ còn tách biệt với phân tích yếu tố ảnh hưởng. Từ đó luận án đặt bốn câu hỏi về biểu hiện của liên kết, cấu trúc mạng, tác động của yếu tố bên trong/bên ngoài và vai trò bổ 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 nền tảng: liên kết và liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh. Liên kết du lịch nội tỉnh được hiểu là quá

trình phối hợp có tổ chức giữa các chủ thể trong phạm vi một đơn vị hành chính cấp tỉnh, trên nền tảng thể chế, quy hoạch và định hướng phát triển chung, nhằm huy động nguồn lực, kết nối hoạt động cung ứng và tổ chức không gian du lịch; qua đó tạo sản phẩm tổng hợp, nâng cao trải nghiệm và cải thiện kết quả liên kết của các chủ thể tham gia.

**1.2.2 Chủ thể liên kết**

Các chủ thể được phân thành bốn nhóm chính: (1) chính quyền địa phương và cơ quan quản lý nhà nước; (2) doanh nghiệp và hộ kinh doanh du lịch; (3) các tổ chức hỗ trợ phát triển du lịch như hiệp hội, cơ sở đào tạo, đơn vị xúc tiến và quản lý điểm đến; (4) cộng đồng địa phương tham gia hoạt động du lịch, được tiếp cận chủ yếu thông qua hộ kinh doanh, làng nghề, hợp tác xã và nhóm cung ứng dịch vụ.

**1.2.3. Nội dung liên kết giữa doanh nghiệp với các bên liên quan trong phát triển du lịch nội tỉnh**

Luận án xác định năm nội dung liên kết: (1) trao đổi và chia sẻ thông tin; (2) xây dựng và cung ứng sản phẩm, chương trình du lịch; (3) xúc tiến, quảng bá và phát triển thị trường; (4) chia sẻ nguồn lực, tri thức và đào tạo; (5) giải quyết các vấn đề phát sinh trong phục vụ khách và nâng cao chất lượng dịch vụ.

**1.2.4. Hình thức liên kết giữa doanh nghiệp và các bên liên quan trong phát triển du lịch nội tỉnh**

Từ góc độ doanh nghiệp, các quan hệ được quy tụ thành hai hình thức có ý nghĩa vận hành: liên kết được điều phối bởi thiết chế và liên kết thị trường. Hình thức thứ nhất được khởi tạo hoặc duy trì thông qua vai trò của cơ quan quản lý, hiệp hội hay tổ chức trung gian; hình thức thứ hai do doanh nghiệp chủ động thiết lập trên cơ sở nhu cầu hợp tác và lợi ích kinh doanh. Hai hình thức không đối lập mà bổ sung cho nhau.

**1.2.5. Đặc điểm liên kết du lịch nội tỉnh**

Liên kết du lịch nội tỉnh có năm đặc điểm nổi bật: thống nhất tương đối về thể chế nhưng phân hóa về tác nhân và nguồn lực; có tính đa

chiều; khoảng cách địa lý gần không đồng nghĩa với mức độ liên kết cao; chịu ảnh hưởng đồng thời của năng lực thể chế địa phương và năng lực tham gia của chủ thể thị trường; và có tính mạng lưới rõ nét. Vì vậy, đây không phải sự thu hẹp giản đơn của liên kết vùng.

**1.3. Lý thuyết nền tảng của nghiên cứu**

1.3.1. Lý thuyết chính: Lý thuyết các bên liên quan được dùng để xác định ai tham gia và giữ vai trò gì; lý thuyết mạng lưới giải thích cấu trúc, vị trí và cơ hội/ràng buộc của tác nhân; lý thuyết phụ thuộc nguồn lực giải thích động cơ liên kết và cơ chế nguồn lực làm cơ sở cho sự khác biệt về kết quả liên kết.

1.3.2. Các lý thuyết bổ trợ: Lý thuyết hệ sinh thái kinh doanh củng cố cách lý giải nhóm yếu tố bên ngoài; lý thuyết chuỗi giá trị giải thích cơ chế chuyển hóa liên kết thành giá trị; lý thuyết năng lực cạnh tranh làm cơ sở cho nhóm yếu tố bên trong doanh nghiệp.

1.3.3. Sự tích hợp và vai trò bổ trợ giữa các lý thuyết: Khung lý thuyết được tổ chức theo logic chủ thể - cấu trúc quan hệ - nguồn lực và kết quả, tạo sự thống nhất giữa câu hỏi nghiên cứu, nội dung phân tích và phương pháp. SNA cung cấp lớp bằng chứng cấu trúc; PLS-SEM kiểm định cơ chế tác động ở cấp 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 và lý thuyết nền tảng, luận án chuyển đơn vị phân tích từ vùng/điểm đến sang doanh nghiệp trong mạng lưới nội tỉnh và xác lập kết quả liên kết của doanh nghiệp (KQ) là biến phụ thuộc. Hai cấu trúc bậc cao giải thích KQ là yếu tố bên trong doanh nghiệp (IN) và yếu tố bên ngoài doanh nghiệp (OUT).

IN gồm năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp; OUT gồm kế hoạch/chính sách của chính quyền địa phương, tài nguyên du lịch, hạ tầng và yếu tố hỗ trợ, cùng nhu cầu thị trường. Mô hình đồng

thời xem xét sự khác biệt theo quy mô, loại hình, kinh nghiệm và khu vực hoạt động của doanh nghiệp.

### 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

Yếu tố bên trong doanh nghiệp phản ánh năng lực nội tại để thiết lập, duy trì và chuyển hóa quan hệ hợp tác thành kết quả liên kết, gồm hai cấu phần: năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp.

#### 1.5.2. Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Yếu tố bên ngoài doanh nghiệp phản ánh các điều kiện thuộc môi trường địa phương mà doanh nghiệp không hoàn toàn kiểm soát nhưng có thể tạo thuận lợi hoặc ràng buộc quá trình liên kết, gồm chính sách/kế hoạch phát triển, tài nguyên du lịch, hạ tầng và yếu tố hỗ trợ, cùng nhu cầu thị trường.

#### 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

Đặc điểm doanh nghiệp được xem xét thông qua bốn khía cạnh: quy mô, loại hình, số năm kinh nghiệm và khu vực hoạt động. Các đặc điểm này được dùng để so sánh sự khác biệt trong một số mối quan hệ của mô hình, không được đưa vào như biến mạng lưới.

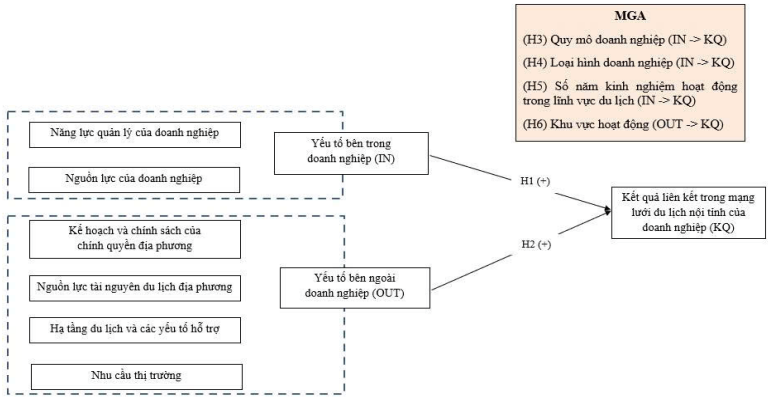
#### 1.5.4. Kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp

Kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp được hiểu là mức độ doanh nghiệp tự đánh giá đã đạt được các lợi ích về nguồn lực, quan hệ, phối hợp, thị trường và hoạt động kinh doanh thông qua việc tham gia, duy trì và khai thác các quan hệ liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh.

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

Luận án đề xuất mô hình giải thích KQ ở cấp doanh nghiệp với hai nhóm tác động chính IN và OUT; đồng thời sử dụng MGA để xem xét

tính không đồng nhất theo đặc điểm doanh nghiệp. KQ là cấu trúc phản ánh bậc một; IN và OUT là hai cấu trúc bậc cao dạng cấu thành.




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: Tác giả đề xuất trên cơ sở tổng hợp và phát triển từ các nghiên cứu trước, 2025*

### 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

Bốn giả thuyết H3–H6 kiểm định sự khác biệt về tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết theo đặc điểm doanh nghiệp, gồm quy mô, loại hình, kinh nghiệm hoạt động và khu vực hoạt động.

**Tiểu kết chương 1**

Chương 1 xác định khoảng trống nghiên cứu, làm rõ khái niệm, chủ thể, nội dung, hình thức và đặc điểm của liên kết du lịch nội tỉnh; tích hợp các lý thuyết nền tảng; đồng thời đề xuất mô hình và sáu giả thuyết nghiên cứu. Trên cơ sở đó, SNA được xác định để nhận diện cấu trúc mạng lưới và PLS-SEM để kiểm định cơ chế tác động đến kết quả liên kết ở cấp doanh nghiệp.

## 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 tài nguyên du lịch văn hóa, tín ngưỡng, sinh thái, nghỉ dưỡng và cộng đồng đa dạng nhưng phân bố ở nhiều không gian chức năng. Du lịch phục hồi rõ sau COVID-19; doanh thu tăng từ 1.120 tỷ đồng năm 2021 lên 4.100 tỷ đồng năm 2024. Sáu tháng đầu năm 2025 tỉnh đón khoảng 6,753 triệu lượt khách, trong đó 554.900 lượt khách lưu trú, doanh thu ước đạt 3.620 tỷ đồng. Sự phân tán tài nguyên và đa dạng chủ thể làm tăng yêu cầu phối hợp và liên kết nội tỉnh.

### 2.2. Cách tiếp cận và quy trình nghiên cứu

#### 2.2.1. Cách tiếp cận và quan điểm nghiên cứu

Luận án lựa chọn thiết kế nghiên cứu hỗn hợp đa giai đoạn kết hợp định tính và định lượng trong một thiết kế thống nhất. Cách tiếp cận này cho phép vừa khám phá và hiệu chỉnh công cụ, vừa phân tích cấu trúc mạng, kiểm định mô hình và giải thích các phát hiện định lượng trong bối cảnh địa phương.

#### 2.2.2. Quy trình nghiên cứu

Quy trình gồm ba giai đoạn liên kết: (1) định tính thăm dò để nhận diện bối cảnh, chủ thể, nội dung, hình thức liên kết và hiệu chỉnh mô hình, thang đo; (2) định lượng bằng SNA và PLS-SEM; (3) định tính

giải thích sau định lượng để làm rõ các phát hiện và hình thành hàm ý chính sách, quản trị.

### 2.3. Phương pháp nghiên cứu

#### 2.3.1. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính sử dụng phân tích dữ liệu thứ cấp và phỏng vấn sâu bán cấu trúc. Luận án phỏng vấn 13 chuyên gia trong tháng 11/2024 để hoàn thiện mô hình, thang đo và bảng hỏi; đồng thời thực hiện 20 cuộc phỏng vấn với 10 người cung cấp thông tin chủ chốt tại địa phương theo hai vòng, trước và sau phân tích định lượng. Dữ liệu được phân tích chủ đề và quản lý, mã hóa bằng NVivo 15.

#### 2.3.2. Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng sử dụng hai tập dữ liệu có chức năng khác nhau. SNA phân tích mạng có hướng của 438 tác nhân bằng UCINET 6.0, với cường độ quan hệ thu thập theo thang 0-4 và ma trận nhị phân dùng cho các chỉ số cấu trúc. PLS-SEM sử dụng 380 phiếu hợp lệ từ doanh nghiệp/hộ kinh doanh du lịch để kiểm định mô hình bằng SmartPLS 4.0; khảo sát thử trước đó thu 70 phiếu hợp lệ từ 73 phiếu phát ra.

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

SNA và PLS-SEM được kết hợp theo hướng bổ trợ diễn giải, không ghép thành một mô hình thống kê chung. SNA cho biết mạng lưới được cấu trúc như thế nào và tác nhân nào giữ vị trí quan trọng; PLS-SEM cho biết yếu tố nào ảnh hưởng đến KQ ở cấp doanh nghiệp. Kết quả SNA được dùng như lớp bối cảnh để diễn giải kết quả PLS-SEM, không suy diễn quan hệ nhân quả trực tiếp giữa chỉ số mạng và KQ.

### 2.4. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu

Thứ nhất, nhóm chỉ tiêu phản ánh thực trạng về nội dung và hình thức liên kết trong phát triển du lịch nội tỉnh.

Thứ hai, nhóm chỉ tiêu đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả liên kết trong mạng lưới du lịch nội tỉnh của doanh nghiệp thông qua mô hình PLS-SEM.

Thứ ba, nhóm chỉ tiêu SNA đo lường cấu trúc và vị thế trong mạng lưới, gồm mật độ, tính tương hỗ, khả năng liên thông/phân mảnh, degree, closeness, betweenness, K-core, lõi - ngoại vi, lỗ hổng cấu trúc và vai trò trung gian.

**Tiểu kết chương 2**

Chương 2 xác lập bối cảnh thực nghiệm, thiết kế nghiên cứu hỗn hợp đa giai đoạn và quy trình thu thập - xử lý dữ liệu. Nghiên cứu định tính phục vụ khám phá, hiệu chỉnh và giải thích; SNA nhận diện cấu trúc mạng lưới; PLS-SEM kiểm định các yếu tố ảnh hưởng đến KQ. Các bước chọn mẫu, thang đo, bảng hỏi, xử lý dữ liệu và kết hợp hai lớp bằng chứng được trình bày thống nhất với 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 và chính quyền địa phương giữ vai trò kiến tạo thể chế và điều phối; doanh nghiệp/hộ kinh doanh trực tiếp tổ chức sản phẩm, cung ứng dịch vụ và kết nối thị trường; các tổ chức hỗ trợ và cộng đồng bổ sung nguồn lực, tri thức, điểm đến và trải nghiệm. Khảo sát cho thấy vai trò chính quyền được đánh giá từ 4,01-4,12/5 và vai trò/hoạt động liên kết của doanh nghiệp từ 3,87-4,04/5; tuy nhiên phối hợp thường xuyên và khả năng chuyển sự tham gia thành lợi ích cụ thể còn hạn chế.

**3.1.2. Hình thức liên kết trong phát triển du lịch Phú Thọ.** Từ góc độ doanh nghiệp, hai hình thức chủ yếu là liên kết được điều phối bởi thiết chế và liên kết thị trường. Hình thức thứ nhất còn nổi trội,

trong khi liên kết thị trường đã hình thành nhưng còn phân tán, thiên về giao dịch ngắn hạn và phụ thuộc vào một số tác nhân kết nối.

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

Năm nội dung liên kết đều đã xuất hiện nhưng mức độ phát triển không đồng đều: trao đổi thông tin; xây dựng và cung ứng sản phẩm/chương trình; xúc tiến, quảng bá và phát triển thị trường; chia sẻ nguồn lực, tri thức và đào tạo; phối hợp giải quyết vấn đề phát sinh và nâng cao chất lượng dịch vụ. Các hoạt động gắn với chương trình, xúc tiến và hỗ trợ công biểu hiện rõ hơn, còn quan hệ thị trường thường xuyên và quản trị chất lượng liên doanh nghiệp chưa 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. Quy mô và thành phần mạng lưới phân tích**

Mạng lưới gồm 438 tác nhân thuộc 10 nhóm chủ thể. Lưu trú có 139 tác nhân, ăn uống 77, đơn vị bổ trợ khác 79; các nhóm quản lý, đào tạo, điểm đến và tổ chức nghề nghiệp có quy mô nhỏ hơn nhưng không vì thế có vị thế cấu trúc thấp hơn.

**3.2.2. Mức độ gắn kết và khả năng liên thông của mạng lưới**

Mạng có 1.141 liên kết có hướng, mật độ 0,006; arc reciprocity 0,117 và dyad reciprocity 0,062. Có 135 weak components, thành phần lớn nhất 302 tác nhân và 132 tác nhân cô lập. Chỉ 16,3% cặp có hướng có thể tiếp cận nhau; khoảng cách bình quân 3,503, đường kính 10; fragmentation 0,837 và distance-weighted fragmentation 0,945. Transitivity đạt 0,161, clustering toàn mạng 0,108, cho thấy mức tích hợp và khép kín thấp.

**3.2.3. Cấu trúc liên kết giữa các nhóm chủ thể**

Quản lý nhà nước là nhóm nhận nhiều liên kết nhất (303), trong khi lữ hành có 296 liên kết đi và 284 liên kết đến, thể hiện vai trò kết nối hai chiều rõ. E-I Index toàn mạng đạt 0,728; 86,4% quan hệ đã hình thành là liên kết ngoại nhóm. Tuy nhiên, tính hướng ngoại cao

tồn tại đồng thời với mật độ thấp, cho thấy điểm nghẽn nằm ở độ bao phủ và tính đối ứng chứ không chủ yếu ở sự khép kín nội nhóm.

**3.2.4. Vị thế trung tâm của các nhóm và tác nhân**

Trong mạng phân mảnh, reciprocal closeness cho thấy quản lý nhà nước, đào tạo, điểm đến và tổ chức nghề nghiệp có khả năng tiếp cận thuận lợi hơn; lưu trú và ăn uống thấp hơn. Chỉ 121/438 tác nhân có betweenness > 0. N206 có betweenness cao nhất (12.276,524); các vị trí tiếp theo phân bố ở quản lý điểm đến, cơ sở đào tạo, lữ hành và tổ chức nghề nghiệp, cho thấy chức năng trung gian mang tính đa chủ thể nhưng tập trung ở số ít nút.

**3.2.5. Phân tầng lõi - ngoại vi và cấu trúc cộng đồng.** K-core tối đa bằng 9; 47 tác nhân thuộc Core, 391 thuộc Periphery. Thành phần liên thông lớn nhất 302 tác nhân được chia thành 63 cộng đồng FastGreedy, cho thấy phần mạng đã kết nối vẫn có cấu trúc đa cụm.

**3.2.6. Vai trò trung gian và mức độ phụ thuộc cấu trúc của mạng lưới.** Chỉ 237 tác nhân đủ điều kiện tính Constraint; Gould-Fernandez xác định 7.543 lượt môi giới, trong đó Liaison chiếm 57,0%. N054 có FragDiff cao nhất, còn N206 nổi bật đồng thời về betweenness, brokerage, effective size và constraint thấp.

**3.2.7. Khái quát đặc trưng cấu trúc mạng lưới.** Mạng đã hình thành nhưng tích hợp thấp, liên kết liên nhóm chưa lan tỏa rộng, lõi nhỏ - ngoại vi lớn, quy mô nhóm không đồng nghĩa với vị thế cấu trúc và khả năng liên thông phụ thuộc vào một số ít tác nhân trung gian.

**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***

Sau khảo sát và làm sạch dữ liệu, 380 bảng trả lời hợp lệ của doanh nghiệp/hộ kinh doanh du lịch được sử dụng cho PLS-SEM. Mẫu bao phủ các không gian du lịch chính và các nhóm lữ hành, lưu trú, ăn

uống, vận chuyển, dịch vụ bổ sung; hơn một nửa số đơn vị có trên 5 năm hoạt động.

***3.3.2. Đánh giá mô hình đo lường***

Các thang đo phản ánh đạt yêu cầu về chất lượng chỉ báo, độ tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt: outer loading từ 0,775 đến 0,893; CR từ 0,885 đến 0,931; AVE từ 0,629 đến 0,773; HTMT đều dưới 0,85. Các cấu phần bậc một hình thành IN và OUT đều có outer weight dương và có ý nghĩa thống kê ($p < 0,001$); VIF nằm dưới ngưỡng cảnh báo, bảo đảm điều kiện đánh giá mô hình cấu trúc.

**3.3.3. *Đánh giá mô hình cấu trúc tuyến tính SEM***

Kết quả bootstrapping 5.000 mẫu cho thấy IN tác động tích cực đến KQ với $\beta = 0,460$, $t = 13,683$, $p < 0,001$; OUT tác động tích cực với $\beta = 0,508$, $t = 15,612$, $p < 0,001$. OUT có mức tác động lớn hơn IN, nhưng hai nhóm cùng có vai trò quan trọng. Mô hình đạt $R^2 = 0,601$, $R^2$ hiệu chỉnh = 0,599; $f^2$ của IN = 0,488 và OUT = 0,596; $Q^2$predict của KQ = 0,595.

Kết quả cho thấy điều kiện bên ngoài tạo lập cơ hội và nền tảng liên kết, còn năng lực quản lý và nguồn lực nội tại quyết định khả năng doanh nghiệp nhận diện, duy trì và chuyển hóa các cơ hội đó thành lợi ích về nguồn lực, quan hệ, phối hợp, thị trường, hiệu quả kinh doanh và khả năng thích ứng.

***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***

Trong sáu giả thuyết, H1, H2, H4 và H5 được chấp nhận; H3 và H6 không được chấp nhận. MGA cho thấy IN → KQ mạnh hơn ở doanh nghiệp lữ hành so với các loại hình khác (Difference = 0,196; $p = 0,023$) và ở nhóm hoạt động trên 3 năm so với dưới 3 năm (Difference = 0,219; $p = 0,030$).

Không ghi nhận khác biệt có ý nghĩa theo quy mô doanh nghiệp đối với IN → KQ (Difference = 0,002; p = 0,996) và theo khu vực hoạt động đối với OUT → KQ. Kết quả cho thấy lợi thế liên kết gắn nhiều hơn với vai trò chức năng, kinh nghiệm và khả năng khai thác quan hệ hơn là quy mô hay vị trí địa lý đơn thuần.

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

SNA và PLS-SEM cung cấp hai lớp bằng chứng bổ trợ: OUT tạo lập điều kiện và cơ hội liên kết; cấu trúc mạng định hình khả năng tiếp cận, truyền dẫn các cơ hội đó; IN quyết định khả năng chuyển hóa cơ hội thành KQ. Việc đối chiếu không nhằm chứng minh quan hệ nhân quả trực tiếp giữa chỉ số mạng và KQ, mà làm rõ bối cảnh cấu trúc của cơ chế tác động ở cấp doanh nghiệp. Vì vậy, vấn đề cốt lõi không chỉ là tăng số quan hệ mà là tăng khả năng tiếp cận và chuyển hóa nguồn lực qua mạng lưới.

### Tiểu kết chương 3

Chương 3 cho thấy liên kết tại Phú Thọ đã hình thành nhưng chưa vận hành ổn định trên toàn mạng. Mạng 438 tác nhân có mật độ 0,006, fragmentation 0,837, 132 tác nhân cô lập, 47 tác nhân Core và 121 tác nhân có vai trò trung gian. PLS-SEM trên 380 quan sát xác nhận OUT và IN cùng tác động tích cực đến KQ, trong đó OUT mạnh hơn; sự khác biệt chỉ xuất hiện theo loại hình và kinh nghiệm. Hai lớp kết quả tạo cơ sở cho thảo luận ở Chương 4.

## 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*

Kết quả cho thấy liên kết đã hiện diện ở năm nội dung nhưng chiều sâu và tính ổn định chưa đồng đều. Liên kết được điều phối bởi thiết chế biểu hiện rõ qua chương trình xúc tiến, đào tạo, hỗ trợ và kết nối chủ thể; liên kết thị trường giữa doanh nghiệp và các nhà cung ứng đã xuất hiện nhưng còn ngắn hạn, phụ thuộc mùa vụ, sự kiện và quan hệ sẵn có. Vấn đề trung tâm là chuyển từ "liên kết được tổ chức" sang một mạng lưới có khả năng tự liên kết, trong đó Nhà nước kiến tạo điều kiện còn doanh nghiệp chủ động duy trì quan hệ dựa trên lợi ích tương hỗ và phối hợp chuỗi giá trị.

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

(1) Mạng lưới không thiếu chủ thể nhưng thiếu khả năng tích hợp: quan hệ ngoại nhóm chiếm ưu thế song mật độ thấp, phân mảnh cao và vùng ngoại vi lớn.

(2) Cấu trúc lõi - ngoại vi cho thấy sự bất cân xứng giữa vai trò cung ứng và vị thế mạng: quản lý nhà nước, lữ hành, điểm đến và một số tổ chức trung gian hiện diện rõ hơn ở lõi, trong khi phần lớn lưu trú và ăn uống ở ngoại vi.

(3) Mạng thể hiện hai trung tâm chức năng: khu vực quản lý nhà nước nổi bật ở khả năng tiếp nhận/điều phối quan hệ, còn doanh nghiệp lữ hành nổi bật ở kết nối các nhóm và trung gian giữa các nguồn lực phân tán.

(4) Chức năng trung gian tập trung vào số ít tác nhân, vừa duy trì liên thông vừa tạo tính dễ tổn thương. Vì vậy, nâng cao hiệu quả mạng cần mở rộng các đường kết nối thay thế và tăng khả năng tham gia của các tác nhân 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 PLS-SEM cho thấy yếu tố bên ngoài tác động mạnh hơn yếu tố bên trong, phản ánh vai trò của môi trường thể chế, tài nguyên,

hạ tầng - hỗ trợ và thị trường trong việc tạo "không gian cơ hội" cho liên kết. Tuy nhiên, yếu tố bên trong giữ vai trò chuyển hóa: cơ hội bên ngoài chỉ trở thành kết quả khi doanh nghiệp có năng lực quản lý, nguồn lực và khả năng duy trì quan hệ hợp tác.

Cơ chế "cơ hội - chuyển hóa" không đồng nhất giữa các doanh nghiệp. Loại hình và kinh nghiệm làm thay đổi khả năng chuyển hóa IN thành KQ; trong khi quy mô và khu vực hoạt động chưa tạo khác biệt có ý nghĩa. Điều này cho thấy lợi thế liên kết phụ thuộc nhiều hơn vào chức năng của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng, kinh nghiệm tích lũy và chất lượng quan hệ hơn là quy mô hay địa bàn đơn thuần.

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

Cấu trúc mạng được xem là bối cảnh quan hệ của quá trình hình thành KQ, không phải biến nguyên nhân đã được kiểm định trong PLS-SEM. Mạng thưa, phân mảnh, lõi - ngoại vi và phụ thuộc vào số ít trung gian làm cho cơ hội tiếp cận thông tin, đối tác và nguồn lực phân bố không đều. Do đó, kết quả liên kết mang tính "nhúng" trong mạng: OUT tạo cơ hội, IN quyết định năng lực chuyển hóa, còn cấu trúc mạng quy định khả năng tiếp cận và huy động các nguồn lực cần thiết cho quá trình chuyển hóa đó.

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

Luận án xác định bốn đóng góp: (1) về khái niệm, làm rõ liên kết du lịch nội tỉnh và KQ ở cấp doanh nghiệp; (2) về mô hình, xây dựng hai cấu trúc bậc cao IN và OUT và kiểm định tính không đồng nhất bằng MGA; (3) về phương pháp, tích hợp định tính - SNA - PLS-SEM theo hướng bổ trợ diễn giải; (4) về bối cảnh Việt Nam, chỉ ra quan hệ giữa điều phối công và năng lực tự tổ chức thị trường tại địa phương đang phát triển. Từ kết quả thực nghiệm, luận án đề xuất khung nghiên cứu gồm nền tảng vận hành liên kết (chủ thể - hình thức - nội dung),

yếu tố hình thành KQ, bối cảnh cấu trúc mạng và KQ ở cấp doanh nghiệp.

**4.3. Hàm ý chính sách**

Bốn nhóm hàm ý chính sách gồm: (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 quản trị tập trung vào năm phương diện: nâng cao nhận thức quản trị về liên kết; củng cố năng lực quản trị nội tại và khả năng duy trì liên kết; xây dựng chiến lược liên kết và cấu trúc quan hệ hợp tác; cải thiện vị thế doanh nghiệp trong mạng lưới và năng lực tự chủ; tăng khả năng thích ứng với bối cảnh chính sách, thị trường và thay đổi không gian quản trị địa phương.

**Tiểu kết chương 4**

Chương 4 chuyển từ kết quả sang giải thích và đề xuất. Các phát hiện khẳng định vấn đề của Phú Thọ không phải thiếu chủ thể hay hoạt động liên kết, mà là năng lực vận hành mạng lưới: liên kết còn dựa đáng kể vào thiết chế, trong khi quan hệ thị trường và năng lực tự tổ chức chưa đủ mạnh. Trên cơ sở đó, luận án xác định đóng góp và đề xuất hàm ý nhằm giảm phân mảnh, tăng liên kết lõi - ngoại vi, nâng năng lực doanh nghiệp và cải thiện điều kiện phối hợp.

## KẾT LUẬN

**1. Tóm tắt kết quả nghiên cứu chính**

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 bổ 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 du lịch nội tỉnh là một cấp độ liên kết có cơ chế vận hành riêng. Trong cùng một không gian hành chính cấp tỉnh, liên kết không chỉ là sự phối hợp của cơ quan quản lý hay kết nối các điểm, tuyến du lịch, mà là mạng lưới quan hệ đa chủ thể, trong đó doanh nghiệp trực tiếp thiết lập và thực hiện các quan hệ hợp tác với cơ quan quản lý nhà nước, điểm đến, cơ sở đào tạo, hiệp hội, làng nghề/hợp tác xã, cộng đồng và các chủ thể cung ứng, hỗ trợ khác. Chính quyền giữ vai trò kiến tạo và điều phối; doanh nghiệp là chủ thể trực tiếp chuyển hóa các điều kiện liên kết thành hoạt động và kết quả.

Thứ hai, liên kết tại Phú Thọ đã hình thành nhưng mức độ vận hành giữa các nội dung và hình thức chưa đồng đều. Từ góc độ doanh nghiệp, liên kết được thực hiện theo hai hình thức chủ yếu: liên kết được điều phối bởi thiết chế và liên kết thị trường; tập trung vào năm nội dung: trao đổi và chia sẻ thông tin; xây dựng và cung ứng sản phẩm, chương trình du lịch; xúc tiến, quảng bá và phát triển thị trường; chia sẻ nguồn lực, tri thức và đào tạo; và phối hợp giải quyết vấn đề phát sinh trong phục vụ khách và nâng cao chất lượng dịch vụ. Trong đó, liên kết được điều phối bởi thiết chế biểu hiện rõ hơn, trong khi liên kết thị trường còn thiếu tính thường xuyên và khả năng tự duy trì. Vì vậy, hạn chế của liên kết là khả năng chuyển từ liên kết được kích hoạt bởi thiết chế sang quan hệ hợp tác ổn định giữa các chủ thể thị trường.

Thứ ba, cấu trúc mạng lưới xác nhận rõ hạn chế này. Mạng gồm 438 tác nhân và 1.141 liên kết có hướng nhưng mật độ chỉ đạt 0,006; 132 tác nhân cô lập và fragmentation đạt 0,837. Mạng đồng thời thể hiện lõi nhỏ – ngoại vi rộng, với 47 tác nhân thuộc Core và chỉ 121 tác nhân có vai trò trung gian. Cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp lữ hành, điểm đến và một số tổ chức hỗ trợ giữ vị trí cấu trúc nổi bật; ngược lại, phần lớn cơ sở lưu trú và ăn uống nằm ở ngoại vi. Như vậy, quan hệ trong mạng lưới liên kết còn thưa, phân bố bất cân xứng và khả năng liên thông phụ thuộc vào một số ít đầu mối chiến lược.

Thứ tư, kết quả liên kết của doanh nghiệp được quyết định đồng thời bởi năng lực nội tại và điều kiện bên ngoài, nhưng điều kiện bên ngoài có tác động mạnh hơn. Yếu tố bên trong doanh nghiệp tác động tích cực đến kết quả liên kết ($\beta = 0,460$), trong khi yếu tố bên ngoài có tác động mạnh hơn ($\beta = 0,508$); mô hình giải thích 60,1% biến thiên của kết quả liên kết. Kết quả cho thấy chính sách/kế hoạch phát triển, tài nguyên du lịch, hạ tầng và hỗ trợ, nhu cầu thị trường tạo lập điều kiện và cơ hội liên kết; còn năng lực quản lý và nguồn lực doanh nghiệp quyết định khả năng nhận diện, khai thác và chuyển hóa các cơ hội đó thành kết quả.

Thứ năm, khả năng chuyển hóa nguồn lực nội tại thành kết quả liên kết không đồng nhất giữa các doanh nghiệp. Sự khác biệt có ý nghĩa được ghi nhận theo loại hình doanh nghiệp và kinh nghiệm hoạt động, trong khi chưa có bằng chứng thống kê về sự khác biệt theo quy mô và khu vực hoạt động. Phát hiện này cho thấy lợi thế liên kết không mặc nhiên thuộc về doanh nghiệp lớn hoặc doanh nghiệp hoạt động tại khu vực trung tâm, mà gắn nhiều hơn với chức năng của doanh nghiệp

trong chuỗi cung ứng, kinh nghiệm tích lũy và khả năng tham gia, duy trì quan hệ hợp tác.

Thứ sáu, việc kết hợp SNA và PLS-SEM làm rõ cơ chế hình thành kết quả liên kết ở hai cấp độ bổ trợ nhau. PLS-SEM xác định các yếu tố tạo ra kết quả liên kết ở cấp doanh nghiệp, còn SNA cho thấy bối cảnh quan hệ mà quá trình đó diễn ra. Trong một mạng lưới thưa, phân mảnh và phụ thuộc vào một số tác nhân trung tâm, các điều kiện bên ngoài có vai trò quan trọng trong việc kích hoạt và mở rộng cơ hội hợp tác; nhưng cơ hội chỉ trở thành kết quả khi doanh nghiệp có đủ năng lực để khai thác. Cấu trúc mạng vì vậy là lớp bối cảnh giúp giải thích cơ chế chuyển hóa từ điều kiện liên kết đến kết quả liên kết của doanh nghiệp.

Các phát hiện cho thấy vấn đề cốt lõi của liên kết du lịch nội tỉnh Phú Thọ không phải là thiếu chủ thể, nội dung hay hoạt động liên kết, mà là năng lực vận hành mạng lưới. Liên kết vẫn dựa đáng kể vào sự kiến tạo và điều phối của thiết chế, trong khi liên kết thị trường và năng lực tự tổ chức của doanh nghiệp chưa đủ mạnh để làm dày và duy trì mạng lưới. Do đó, để nâng cao hiệu quả liên kết đòi hỏi đồng thời cải thiện môi trường và cơ chế điều phối, tăng năng lực liên kết của doanh nghiệp, mở rộng các quan hệ hợp tác thực chất và giảm sự phụ thuộc của mạng vào một số ít tác nhân trung tâm.

Trên cơ sở đó, luận án đóng góp ở bốn phương diện: làm rõ khái niệm và cơ chế vận hành của liên kết du lịch nội tỉnh; xây dựng và kiểm định mô hình kết quả liên kết ở cấp doanh nghiệp; kết hợp định tính – SNA – PLS-SEM để nối cấu trúc mạng với cơ chế tạo kết quả; và cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho quản trị liên kết du lịch tại các địa phương đang phát triển ở Việt Nam.

**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. 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.

7. Phan Thị Hồng Giang (2026), "Liên kết trong phát triển du lịch văn hóa gắn với tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương ở Phú Thọ", *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, Số 648, tr. 84–89.