

# PHÂN TÍCH MẠNG LƯỚI LIÊN KẾT DU LỊCH TẠI CÁC TỈNH NAM ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG

Nguyễn Văn Hậu

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: nvhau@neu.edu.vn

Nguyễn Thị Thu Phương

Trường Đại học Sư phạm Nghệ thuật Trung ương

Email: phuongnguyen@spnttw.edu.vn

Mã bài báo: JED-1623

Ngày nhận: 27/02/2023

Ngày nhận bản sửa: 26/04/2024

Ngày duyệt đăng: 20/05/2024

Mã DOI: 10.33301/JED.VI.1623

## Tóm tắt:

Liên kết du lịch là chủ đề được nhiều học giả quan tâm luận giải. Bài viết sử dụng phương pháp phân tích mạng cùng với mô hình nghiên cứu của Ying (2010). Tác giả khảo sát 510 chủ thể là các tổ chức, cá nhân tham gia vào các hoạt động du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng. Nghiên cứu đã đánh giá tổng thể mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh, đã xác định được những chủ thể đóng vai trò là trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng. Dựa trên kết quả nghiên cứu, các tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy các hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng trong thời gian đến.

**Từ khóa:** Các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng, phân tích các bên liên quan, liên kết du lịch.

**Mã JEL:** C6, L83.

## Analysis of the tourism linkage network in the Southern provinces of the Red River Delta

### Abstract:

Tourism linkage is a topic that many scholars are interested in discussing. The article uses the network analysis method along with the research model of Ying (2010). The author surveyed 510 organizations and individuals participating in tourism activities in the Southern Red River Delta provinces. The study has evaluated the overall tourism linkage network in the provinces and identified the subjects that play a central role in the tourism linkage network in the Southern Red River Delta provinces. Based on the research results, the authors have proposed several solutions to promote tourism linkage activities in the Southern Red River Delta provinces in the coming time.

**Keywords:** Southern Red River Delta provinces, stakeholder analysis, tourism linkages.

**JEL codes:** C6, L83.

## 1. Giới thiệu

Phương pháp phân tích mạng nghiên cứu mối liên kết giữa các bên liên quan tại điểm đến du lịch, đồng thời phân biệt được vị trí, vai trò của các bên tham gia. Lý thuyết mạng tìm cách cải thiện sự hiểu biết về các cấu trúc tổ chức trong mạng chính thức và không chính thức bao trùm các khu vực công và tư nhân, đồng thời hình thành các hành động tập thể (Dredge, 2006). Phương pháp phân tích mạng liên kết là công cụ nhằm chẩn đoán và đề xuất các tiêu chuẩn trong quản lý, phân tích sự tương tác giữa các bên liên quan trong mạng liên kết (Scott & cộng sự, 2008).

---

Cho đến nay, nghiên cứu về mạng lưới liên kết du lịch đã được thực hiện tại một số quốc gia như Ý (Presenza & Cipollina, 2010; Chiappa & Presenza, 2013), Ba Lan (Marszałek, 2018), tại Việt Nam, nghiên cứu về mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh trong một vùng vẫn còn hạn chế. Các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng có nhiều nét tương đồng về tài nguyên du lịch, hoạt động du lịch tại các tỉnh có gắn kết với nhau. Xét trong bối cảnh các hoạt động du lịch ngày càng được chú trọng, mang tính liên ngành, liên vùng (Hoàng Văn Hoa & cộng sự, 2018). Do vậy, nghiên cứu liên kết du lịch tại một vùng là thực sự cần thiết tại Việt Nam nói chung và tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng nói riêng. Nghiên cứu nhằm xác định đặc điểm đặc trưng của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Các tác giả đã sử dụng phương pháp phân tích mạng, dựa trên thang đo của Ying (2010) với 05 cấp độ thể hiện mức độ hợp tác trong liên kết du lịch để nghiên cứu mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Nghiên cứu khảo sát 510 chủ thể hoạt động trong 10 lĩnh vực du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy mức độ liên kết du lịch tại các tỉnh trong thời gian vừa qua tồn tại ở mức dưới trung bình, các hoạt động liên kết du lịch còn rời rạc, chưa đi vào chiều sâu trong phát triển du lịch. Và trong mạng lưới liên kết du lịch này đã tồn tại một số chủ thể đóng vai trò trung tâm. Bài viết đề xuất một số giải pháp khả thi đối với các cơ quan quản lý du lịch tại các địa phương nhằm phát triển các hoạt động liên kết du lịch.

## **2. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết**

### **2.1. Tổng quan nghiên cứu**

Theo Rodriguez & Fernandez (2016), du lịch là một lĩnh vực phải được tiếp cận từ góc độ hệ thống, tập trung vào cấu trúc mạng lưới của các mối quan hệ giữa các bên liên quan. Sheenan & cộng sự (2016) cho rằng, ngành du lịch sẽ tạo ra những giá trị và cung cấp cho khách du lịch thông qua một mạng lưới phức tạp gồm nhiều yếu tố tác động qua lại và phụ thuộc lẫn nhau.

Khi nghiên cứu về vai trò của mạng lưới trong hoạt động du lịch, Dredge (2006) đã điều tra các mối quan hệ giữa chính quyền địa phương và ngành để từ đó phân tích về vai trò của mạng lưới trong việc thúc đẩy hoặc ngăn cản việc xây dựng quan hệ đối tác giữa khu vực công và tư nhân trong các hoạt động du lịch của địa phương. Qua đó, tác giả đã chỉ ra rằng trong mạng lưới du lịch của địa phương, khu vực công giữ vai trò quan trọng trong các hoạt động liên kết du lịch. Nghiên cứu về hợp tác, liên kết du lịch, các nghiên cứu của Bramwell & Lane (1993), Choi & Murray (2010), Cole (2006), Macleod & Todnem (2007), Cascante & cộng sự (2010), Timur & Getz (2008, 2009), Vernon & cộng sự (2005), và nghiên cứu của Wesley & Pforr (2010) đều có đồng quan điểm và cho rằng sự tham gia và hợp tác giữa các bên liên quan đến điểm đến là thực sự cần thiết trong phát triển du lịch bền vững.

Khi nghiên cứu về vai trò của một số các bên liên quan trong hoạt động liên kết du lịch. Pongponrat (2011) cho rằng phát triển du lịch cần phải dựa vào thiện chí và sự hợp tác tích cực của người dân địa phương. Do vậy, trong các hoạt động liên kết du lịch, cần khuyến khích người dân địa phương tham gia vào quy hoạch và quản lý du lịch, để từ đó có thể tăng cường sự phát triển bền vững du lịch của địa phương. Lãnh đạo địa phương có thể hỗ trợ sự hợp tác giữa các bên liên quan đến du lịch trong việc lập kế hoạch và thực hiện kế hoạch nhằm dẫn dắt cộng đồng đi theo mục tiêu phát triển du lịch bền vững. Và cộng đồng sẽ hỗ trợ nhiều hơn cho phát triển du lịch nếu họ có cơ hội tham gia vào quá trình lập kế hoạch và phát triển du lịch (Otzurk & Eraydin, 2010).

Chủ đề liên kết du lịch được đặt ra và chú trọng trong bối cảnh cạnh tranh và những thay đổi trong ngành du lịch đang có những bước phát triển mới như sự phát triển của công nghệ thông tin, internet, nhu cầu du lịch của du khách mới. Theo Mills & Law (2004), internet đang làm thay đổi cấu trúc của ngành du lịch, bằng cách thay đổi các rào cản gia nhập, thay đổi các kênh phân phối, tạo điều kiện minh bạch về giá cả và cạnh tranh, từ đó đem lại nhiều kết quả tốt và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Nhiều học giả cho rằng cơ sở lý thuyết về liên kết du lịch xuất phát từ chiến lược điểm đến, hoặc từ sự phát triển tất yếu khách quan của du lịch hoặc xuất phát từ quan niệm chuyên môn hóa và đổi mới thường xuyên (Poon, 1994). Trong lĩnh vực liên kết cụm, Anderson & cộng sự (1994) cho rằng việc hình thành các mối quan hệ hợp tác chặt chẽ hoặc liên minh giữa các chủ thể là rất quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy liên kết du lịch. Trong nghiên cứu của mình, Baggio & cộng sự (2013) coi điểm đến là một loại hình du lịch đặc thù, và có

thể đạt được mức độ liên kết cao với nhiều sản phẩm và dịch vụ khác biệt dựa trên sự đổi mới thường xuyên. Và tác giả cũng coi liên kết du lịch như là một chiến lược nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các điểm đến du lịch một cách bền vững. Gần đây, liên kết du lịch đã chuyển từ cách tiếp cận dựa trên cạnh tranh sang cách tiếp cận hợp tác (Baggio & cộng sự, 2013) theo hướng các điểm đến du lịch được quảng bá, tiếp thị và kinh doanh theo một nỗ lực chung của tất cả các bên (Wang & Shaul, 2008). Khi các công ty du lịch tham gia sâu hơn vào các mạng lưới khu vực, trong nước và quốc tế, việc hợp tác và duy trì các mối quan hệ trong mạng lưới kinh doanh trở nên cần thiết để nâng cao hiệu quả cạnh tranh (Plummer & cộng sự, 2006). Presenza & Cipollina (2010), Chiappa & Presenza (2013) và Ying (2010) đã sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm phân tích mạng lưới liên kết du lịch. Các tác giả cho rằng trong bối cảnh quản lý và quy hoạch điểm đến du lịch, lý thuyết mạng lưới cung cấp một cách tiếp cận phân tích quan trọng để nghiên cứu phát triển chính sách du lịch địa phương và từ đó giúp chúng ta hiểu thêm về mối quan hệ giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch. Nghiên cứu về liên kết du lịch vùng tại Việt Nam, các nghiên cứu của Nguyễn Văn Khánh & Nguyễn Thị Quỳnh Anh (2017), Trần Xuân Quang (2020), và Hoàng Văn Hoa & cộng sự (2018) đã luận giải các nội dung về liên kết du lịch vùng; tuy nhiên những nghiên cứu này không sử dụng phương pháp phân tích mạng. Nghiên cứu về liên kết du lịch có sử dụng phương pháp phân tích mạng, đáng chú ý là nghiên cứu của Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022) và nghiên cứu của Nguyễn Thị Bích Thủy (2017). Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022) đã phân tích liên kết du lịch tại tỉnh Quảng Bình. Tuy nhiên, nghiên cứu chưa xác định được thang đo nhằm đo lường mức độ liên kết giữa các đối tượng trong mạng lưới, và chỉ khảo sát đối với 05 chủ thể hoạt động trong 05 lĩnh vực: lễ hành, lưu trú, vận chuyển, nhà hàng và cơ sở đào tạo. Nguyễn Thị Bích Thủy (2017) nghiên cứu với 10 chủ thể, tác giả cũng đã kế thừa thang đo của Mandell (1999) với 07 cấp độ hợp tác, tuy nhiên, tác giả chưa nghiên cứu mạng lưới liên kết du lịch tại một vùng. Trong khi đó, hoạt động du lịch luôn mang tính liên ngành, liên vùng và mang tính xã hội hóa cao (Hoàng Văn Hoa & cộng sự, 2018).

## 2.2. Cơ sở lý thuyết

Phương pháp phân tích mạng là một cách tiếp cận mới được sử dụng để mô tả cấu trúc liên kết giữa các chủ thể nhất định (cụ thể là các nút), và áp dụng các quy trình định lượng để tính toán các chỉ số khác nhau, để đánh giá các tính năng của toàn bộ mạng và vị trí của các bên liên quan trong cấu trúc mạng. Phân tích mạng mang lại một số kết quả hữu ích. Nó cung cấp một phương tiện trực quan hóa và đơn giản hóa các mối quan hệ phức tạp, do đó nó rất hữu ích trong việc thúc đẩy sự hợp tác hiệu quả trong một nhóm (Baggio & Cooper, 2008). Nói một cách đơn giản, phương pháp phân tích mạng cung cấp một phương tiện phong phú và có hệ thống, để đánh giá mạng liên kết bằng cách xây dựng sơ đồ và phân tích mối quan hệ giữa các nút.

Ở dạng tổng quát, một mạng liên kết bao gồm một đồ thị  $G = (V, L)$ , trong đó  $V$  là số lượng các đỉnh, với một tập các đỉnh  $V = \{1, \dots, n\}$ ; và một tập hợp các đường  $L = \{1, \dots, l\}$  giữa các cặp đỉnh. Trọng số dương  $W$  chỉ ra cường độ của mối quan hệ, được liên kết với mỗi đường kết nối và ngoài ra, thông tin có thể được chứa trong hàm giá trị của đỉnh  $P$ , hàm được xác định:

$$N = (V, L, W, P) \quad (1)$$

Kích thước của mạng được biểu thị bằng số đỉnh  $n$  và số đường liên kết giữa các bên liên quan,  $l$ . Các mối quan hệ có thể tương hỗ, trong trường hợp đó, một mũi tên được sử dụng để chỉ hướng liên kết giữa các chủ thể. Hướng mũi tên này có thể là tích cực hoặc tiêu cực, và được biểu thị bằng dấu cộng hoặc dấu trừ. Một trong những ứng dụng chính của phương pháp phân tích mạng là xác định các nút “quan trọng” trong mạng (Wasserman & Faust, 1994). Các nút quan trọng hoặc nổi bật nhất thường chiếm các vị trí chiến lược trong mạng. Sự phân bố tổng thể của các mối quan hệ và sự tập trung cục bộ của chúng là các tham số và chỉ số quan trọng để chỉ tính gắn kết mạng, đó là một thuộc tính của toàn bộ mạng (Haythornthwaite, 1996).

Mật độ mô tả mức độ gắn kết toàn thể các thành viên trong mạng. Nó được xác định bởi thương số  $g = l/l_{max}$ . Trong đó:  $l$  là số lượng các mối quan hệ thực tế của một tác nhân;  $l_{max}$  là tổng số các mối quan hệ có thể có nếu tác nhân này liên kết với toàn bộ các thành viên khác trong mạng. Theo đó, một mạng hoàn chỉnh là một mạng có mật độ tối đa (Benedictis & Tajoli, 2009). Một đỉnh mạng thể hiện ý nghĩa cả mối quan hệ liên kết theo chiều hướng đến và đi. Trong một mạng, các đỉnh có thể được nhóm lại theo các độ (Degree)

---

của chúng, phân bố độ của mạng là phân bố tần số của các đỉnh có độ là:  $d = 0, 1, \dots, n - 1$ .

Độ trung tâm cấp bậc được tiêu chuẩn hóa (Cd) của một đỉnh được xác định bằng độ của nó chia cho độ lớn nhất có thể:

$$Cd = d/(n - 1) \quad (2)$$

Trong các mạng được định hướng, độ trung tâm cấp bậc có thể phân biệt giữa mức độ đi vào (Cdi) và mức độ đi ra (Cdo) của mỗi nút. Mức độ là thước đo “hoạt động” của nút. Tính trung tâm mức độ bên trong là tổng số lượng liên kết xuất phát từ các nút khác kết thúc tại mỗi nút, trong khi tính mức độ bên ngoài là tổng số các liên kết trực tiếp từ nút đó đi đến những nút khác trong mạng.

Một thước đo khác về tính trung tâm của nút là độ trung tâm cận kề (Cc) dựa trên khoảng cách. Thước đo tập trung vào mức độ gần của một nút với tất cả các nút khác trong tập hợp các nút (Wasserman & Faust, 1994). Nó là tổng nghịch đảo của khoảng cách ngắn nhất giữa mỗi nút và mọi nút khác, và được xác định:

$$Cc = \frac{1}{\sum_j dist(n_i, n_j)} \quad (3)$$

Trong đó  $dist(n_i, n_j)$  biểu thị khoảng cách giữa một nút và các nút khác. Chỉ số này nhằm đánh giá tốc độ lan truyền thông tin từ một nút đến những nút khác bằng việc sử dụng các đường đi ngắn nhất trong mạng (Wasserman & Faust, 1994).

Cuối cùng, độ trung tâm giữa (Cb) đo lường mức độ mà một nút cụ thể nằm giữa các nút khác nhau trong tập hợp các nút (Scott, 2000). Độ trung tâm giữa của một nút là cao khi có số lượng lớn các cặp nút kết nối với nhau đi qua điểm nút này. Do vậy, tại điểm nút cao này sẽ tạo sự kiểm soát mạnh đối với các nguồn lực và thông tin dữ liệu giữa các bên liên quan trong mạng lưới (Freeman, 1979).

Chỉ số này phản ánh tần suất một nút nằm trên đường trắc địa giữa các nút khác của mạng và được xác định:

$$Cb = \sum_{j \neq k} \frac{G(ijk)}{G_{ijk}} \quad (4)$$

Trong đó  $G(ijk)$  là tổng số đường đi ngắn nhất nối hai đỉnh  $V_i$  và  $V_k$  bất kỳ, và  $G_{ijk}$  là số đường đi không chỉ nối từ đỉnh  $V_j$  và  $V_k$  mà còn đi qua đỉnh  $V_i$ .

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### *Nguồn thu thập dữ liệu*

Các tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng bằng phương pháp phân tích mạng lưới. Để có được nguồn thông tin dữ liệu trong nghiên cứu, tác giả thu thập dữ liệu từ: cán bộ quản lý về du lịch tại Sở Du lịch, Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch của các tỉnh, các doanh nghiệp, hộ kinh doanh tham gia vào hoạt động du lịch của địa phương đang hoạt động trong 8 lĩnh vực hoạt động theo Chiappa & Presenza (2013) và Tinsley & Lynch (2001): ăn uống, vận chuyển, lưu trú, lễ hành, vui chơi giải trí, đào tạo và nghiên cứu về du lịch, quản lý nhà nước về du lịch, hiệp hội (du lịch, khách sạn và lễ hành). Tuy nhiên, trên thực tế tại Việt Nam nói chung và tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng nói riêng, còn 02 chủ thể tồn tại, hoạt động trong lĩnh vực du lịch đó là: tổ chức sự kiện và bán sản phẩm lưu niệm, đặc sản của địa phương. Do vậy, trong nghiên cứu sẽ bổ sung thêm 2 lĩnh vực thành 10 lĩnh vực được khảo sát về nội dung liên kết du lịch giữa các bên liên quan.

#### *Cách thức thu thập dữ liệu*

Dữ liệu được thu thập với phương pháp phỏng vấn qua bảng câu hỏi cấu trúc. Các tác giả phân tích và xây dựng nội dung trong phiếu điều tra cho bảng hỏi. Nội dung của bảng hỏi gồm 2 phần, phần thứ nhất của bảng hỏi nhằm thu thập thông tin của các bên liên quan. Phần thứ hai của bảng hỏi bao gồm các nội dung nhằm đánh mức độ hợp tác giữa các bên liên quan về du lịch tại các địa phương. Trong nội dung này, theo

Ying (2010), các chủ thể có thể thực hiện 5 cấp độ thể hiện mức độ hợp tác: Với mức “0” phản ánh không hợp tác, mức “1” phản ánh hợp tác trao đổi dữ liệu, thông tin, mức “2” phản ánh hợp tác kinh doanh, mức “3” phản ánh quan hệ đối tác chiến lược, mức “4” phản ánh quan hệ đại diện/nhượng quyền.

Các tác giả thực hiện khảo sát bằng hình thức trực tuyến, thông qua hình thức gửi thư mời với phiếu được xây dựng bằng hình thức trực tuyến thông qua tạo Form biểu mẫu khảo sát trên Google. Tác giả gửi phiếu khảo sát để xin ý kiến trực tiếp từ các cán bộ, lãnh đạo các sở Du lịch/Văn hóa, Thể thao và Du lịch và cơ quan quản lý về du lịch của địa phương, từ các lãnh đạo, cán bộ quản lý tại các doanh nghiệp, hộ kinh doanh trong 10 lĩnh vực được khảo sát về nội dung liên kết du lịch như trên. Kết quả, các tác giả đã thu thập được 510 phiếu thông qua hình thức trực tuyến qua biểu mẫu khảo sát trên Google Form.

#### *Phân tích xử lý dữ liệu điều tra*

Bài viết sẽ xây dựng một ma trận đại diện cho các lựa chọn xã hội học mô tả sự hiện diện hay vắng mặt của một loại quan hệ nhất định (Degenne & Forse, 1999). Ma trận bất đối xứng của các bên liên quan, trong đó hàng (i) và cột (j) chỉ số các bên liên quan trong đồ thị. Trong ma trận, sẽ gán giá trị “1” trong ô thứ (i, j) nếu có liên kết trực tiếp từ i đến j, và gán giá trị “0” trong ô nếu không có liên kết. Liên kết, được biểu thị bằng mũi tên, di chuyển từ bên ít liên quan nhất đến bên liên quan được ưu tiên nhất. Tổng hợp ma trận của bên liên quan sẽ thu được ma trận có giá trị để đo lường các chỉ số và vẽ đồ thị của mạng.

Bài viết sử dụng phần mềm UCINET 6.03 (Borgatti & cộng sự, 2002), để phân tích, đánh giá mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

### **4. Kết quả và thảo luận**

#### **4.1. Kết quả về mẫu khảo sát**

Trong 510 chủ thể được khảo sát, thì có 109 chủ thể trong lĩnh vực lưu trú, chiếm 21,4%. Có 111 doanh nghiệp lữ hành, chiếm 21,8% tham gia vào hoạt động liên kết du lịch của các tỉnh. Chi tiết về số lượng các chủ thể được khảo sát được thể hiện qua Bảng 1.

**Bảng 1: Thống kê số lượng chủ thể được khảo sát tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**

<b>Chủ thể</b>	<b>Mã</b>	<b>Tổng số</b>	<b>Tỷ trọng (%)</b>
Hoạt động trong lĩnh vực lưu trú.	A1	109	21,4
Cung cấp dịch vụ ăn uống	A2	72	14,1
Hoạt động trong lĩnh vực vận chuyển	A3	56	11,0
Hoạt động trong lĩnh vực cung cấp các sản phẩm đặc sản của địa phương	A4	43	8,4
Doanh nghiệp lữ hành	A5	111	21,8
Hoạt động trong lĩnh vực vui chơi, giải trí	A6	30	5,9
Hoạt động trong lĩnh vực tổ chức sự kiện	A7	35	6,9
Hiệp hội du lịch, Hiệp Hội Khách sạn, Hiệp Hội doanh nghiệp lữ hành	A8	11	2,2
Hoạt động trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu về du lịch	A9	25	4,9
Cơ quan trực tiếp quản lý du lịch của địa phương	A10	18	3,5
<b>Tổng</b>		<b>510</b>	<b>100</b>

*Nguồn: Kết quả khảo sát của các tác giả.*

#### **4.2. Về cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng sông Hồng**

Trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng, kết quả khảo sát 510 chủ thể, thì có 2560 hình thức liên kết du lịch tồn tại trong đó. Giá trị trung bình của các mối quan hệ là 0.190.

Chỉ số mật độ tổng thể của mạng là 0,190 (khác 0), đã khẳng định rằng tồn tại hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng. Điều này khẳng định, xác xuất 2 chủ thể bất kỳ tham gia hoạt động hợp tác chỉ đạt 19%. Khoảng cách trung bình (Avg Distance) là 2,003 (> 2) cho thấy cấu trúc liên kết du lịch trong mạng lưới liên kết diễn ra lỏng lẻo, chủ yếu tồn tại ở mức phối hợp với nhau, các hoạt

**Bảng 2: Chỉ số của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**

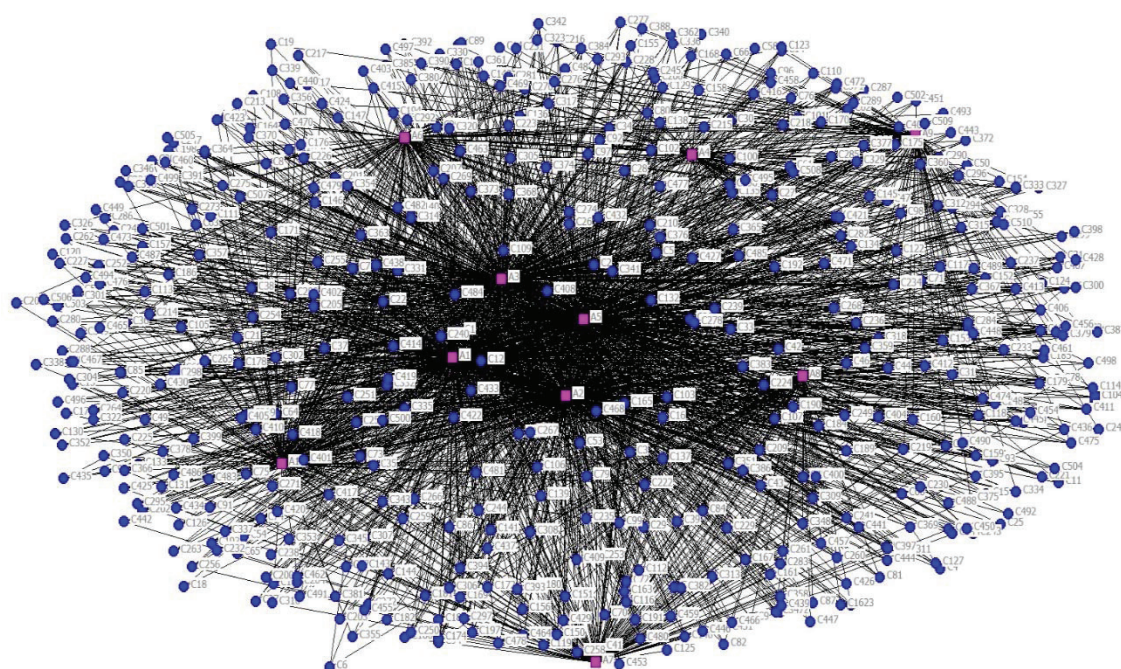
Các chỉ số của mạng lưới liên kết du lịch	Giá trị
Tổng số chủ thể (số nút trong mạng) (N of Obs.)	510
Tổng số liên kết trong mạng (Sum)	2560
Mật độ hay số liên kết trung bình (Denity)	0,190
Khoảng cách trung bình (Average Distance)	2,003

*Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

động liên kết thường không được diễn ra liên tục, và giữa các chủ yếu tồn tại dưới dạng trao đổi thông tin liên lạc (theo thang đo của Ying (2010)), trong mạng lưới liên kết này, hiện còn có nhiều chủ thể đứng bên ngoài các mối liên kết có nút tập trung cao độ. Trong cấu trúc tổng thể, nút tròn đại diện cho các chủ thể tham gia vào mạng lưới liên kết du lịch, nút vuông đại diện cho các lĩnh vực kinh doanh du lịch tại các tỉnh trong vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng. Các đường kết nối thể hiện mối quan hệ liên kết của các chủ thể đối với các lĩnh vực kinh doanh du lịch. Kết quả cho thấy, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực sau có tính hợp tác cao như: lưu trú (A1), cung cấp dịch vụ ăn uống (A2), lĩnh vực vận chuyển (A3), và lữ hành (A5). Trong khi đó, ở ngoài viền biên của mạng lưới là các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực: tổ chức sự kiện (A7), đào tạo, nghiên cứu về du lịch (A9). Nhìn chung, mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng vẫn còn rời rạc, biểu hiện còn nhiều các nút nằm ngoài vùng biên, mật độ tập trung thấp.

Cụ thể, cấu trúc tổng thể mạng lưới liên kết du lịch giữa các bên liên quan tại điểm đến các tỉnh vùng Nam Đồng bằng Sông Hồng được thể hiện qua Hình 1. Trong đó, các nút tròn biểu thị cho các chủ thể, và nút vuông biểu thị cho 10 lĩnh vực kinh doanh du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

**Hình 1: Cấu trúc tổng thể của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**



*Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

### 4.3. Tính trung tâm của mạng lưới liên kết du lịch

Kết quả mức độ đi vào và mức độ đi ra của các chủ thể đã cho thấy những chủ thể có cường độ liên kết cao như: cung cấp dịch vụ lưu trú, lữ hành, vận chuyển, và ăn uống.

Xét về chỉ số *độ trung tâm cấp bậc* cho thấy, trong 10 chủ thể hoạt động trong 10 lĩnh vực này, thì có 4 chủ thể: Lữ hành, dịch vụ vận chuyển, cung cấp dịch vụ ăn uống, và lưu trú có xu hướng tạo lập liên kết

đối với các chủ thể trong các lĩnh vực khác nhiều hơn là họ nhận được liên kết từ các chủ thể trong lĩnh vực khác. Trong khi đó, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vui chơi, giải trí; và chủ thể hoạt động trong lĩnh vực đào tạo, nghiên cứu về du lịch lại nhận được nhiều hợp tác từ các chủ thể khác hơn là số liên kết họ gửi ra ngoài. Chủ thể là cơ quan trực tiếp quản lý du lịch của địa phương và tổ chức sự kiện khó nhận được sự hợp tác.

Xét về chỉ số *độ trung tâm cận kề* cho thấy, các chủ thể là các doanh nghiệp lữ hành, các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vận chuyển, ăn uống và phục vụ lưu trú có chỉ số Đi vào (in-closeness) cao nhất, có nghĩa là các chủ thể này có thể nhanh chóng tiếp cận đến các nút khác trong mạng liên kết du lịch, và đây chính là những lĩnh vực có thể hợp tác được với hầu hết các chủ thể trong các lĩnh vực còn lại tại các điểm du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Cả 4 lĩnh vực này đóng vai trò trung tâm chính trong các hoạt động liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Nếu xét về chỉ số đi ra (Out-closeness), thì cả 4 chủ thể hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, cấp dịch vụ vận chuyển, và các doanh nghiệp lữ hành và ăn uống thuộc top có chỉ số cao nhất.

**Bảng 3: Tính trung tâm trong cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh**

Tính trung tâm của mạng (degree centrality measures)						
Độ trung tâm cấp bậc (Degree centrality)			Độ trung tâm cận kề (Closeness centrality)		Độ trung tâm giữa các bên (Flow Betweenness centrality)	
Số liên kết đi ra (OutDegree)	Số liên kết đi vào (InDegree)	Chênh lệch (In-out different)	Số liên kết đi ra (Out-closeness)	Số liên kết đi vào (In-closeness)		
A5	389	92	-297	0,968	0,886	59169,875
A3	353	84	-269	0,925	0,770	51688,59
A2	260	81	341	0,911	0,737	49487,230
A1	259	81	340	0,910	0,735	46100,426
A10	106	33	139	0,670	0,431	15771,083
A7	126	30	-96	0,655	0,420	14961,810
A6	28	120	92	0,647	0,415	16093,776
A9	23	100	77	0,623	0,399	12588,026
A8	21	90	69	0,611	0,391	11909,434
A4	17	72	55	0,590	0,379	9910,54
Mật độ trung tâm mạng (Network Centralization Index) = 20,813%						F=6,527 $p < 0,001$

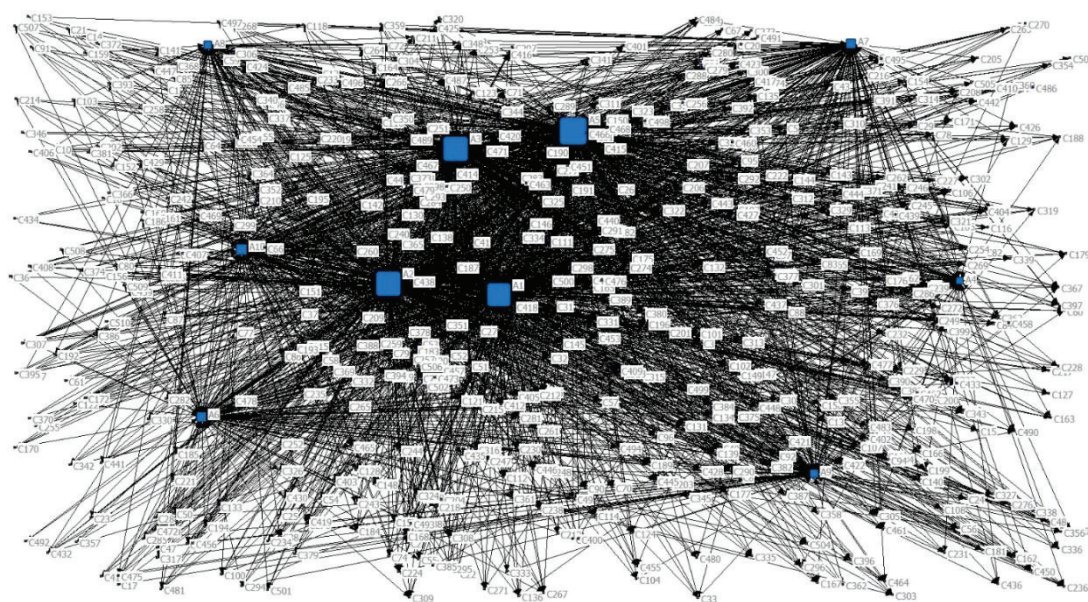
*Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

Xét về chỉ số *Độ trung tâm giữa*, thì các chủ thể kinh doanh đặc sản địa phương (A4) và các Hiệp hội (A8) có chỉ số thấp, phản ánh các chủ thể này ít hợp tác với các chủ thể khác trong mạng lưới, họ gần như tồn tại mang tính độc lập cao, họ ít tham gia vào các mối quan hệ hợp tác du lịch. Trong khi đó, chỉ số này của các chủ thể cung cấp dịch vụ vận chuyển (A3), các doanh nghiệp lữ hành (A5), và cung cấp dịch vụ ăn uống (A2) lại có chỉ số cao, điều này cũng phù hợp với thực tiễn phát triển du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng, các hoạt động du lịch đều có gắn kết trực tiếp đối với 3 chủ thể này. Vì vậy, 3 chủ thể này có mối liên kết dày đặc đối với các chủ thể trong lĩnh vực khác. Kết quả phân tích phương sai cho thấy, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về tính trung tâm của mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng với giá trị  $F = 6,527$ ;  $p < 0,001$ . Điều đó có nghĩa là có những chủ thể đóng vai trò là tác nhân trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

Cụ thể, cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch được thể hiện qua Hình 2.

Các nút có tính trung tâm cao như lữ hành (A5), dịch vụ vận chuyển (A3), dịch vụ ăn uống (A2) và dịch vụ lưu trú (A1), đây là những tác nhân có mối liên kết dày đặc với các bên liên quan khác trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng.

**Hình 2: Cấu trúc mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng**



*Nguồn: Tác giả tính toán từ kết quả khảo sát bằng phần mềm Ucinet.*

### **5. Kết luận và hàm ý đối với các nhà quản lý du lịch địa phương**

Nghiên cứu đã cho thấy mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng có hai điểm nổi bật sau:

*Thứ nhất*, mức độ liên kết du lịch tại các tỉnh trong thời gian vừa qua tồn tại ở mức dưới trung bình, các hoạt động liên kết du lịch còn rời rạc, chưa đi vào chiều sâu trong phát triển du lịch. Đây cũng là kết quả tương đồng với nghiên cứu tại nước có nền kinh tế chuyển đổi như tại Ba Lan đã được Marszałek (2018) nghiên cứu, và tương đồng với nghiên cứu của Czernek (2013), Roberts & Simpson (2000). Tại đây hệ thống liên kết, hợp tác du lịch chỉ mới manh nha hình thành trên thị trường, mức độ tham gia hợp tác liên kết giữa các chủ thể trên thị trường là khác nhau.

*Thứ hai*, tồn tại một số chủ thể đóng vai trò trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Ying (2010), Marszałek (2018). Kết quả này phản ánh thực tiễn phát triển của các nước có nền kinh tế chuyển đổi, của các nước đang phát triển. Tại các nước này, các chủ thể là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, những hộ kinh doanh du lịch hoạt động trong lĩnh vực lưu trú, lữ hành, ăn uống sẽ đóng vai trò trung tâm trong mạng lưới liên kết du lịch. Và trái ngược với thực tiễn tại các nước phát triển đã được Ying (2010), Timur & Getz (2008) nghiên cứu tại Mỹ và Canada, tại đây, chủ thể là các cơ quan quản lý du lịch của Nhà nước lại đóng vai trò trung tâm trong mạng lưới.

Do vậy, để du lịch tại các tỉnh Nam Đồng bằng Sông Hồng phát triển, thì hoạt động liên kết du lịch phải được thúc đẩy, tạo lập hình thành và phát triển. Trong đó, vai trò của các chủ thể là các cơ quan quản lý du lịch tại các địa phương, nhất là vai trò của chính quyền cấp tỉnh tại các địa phương cần được nâng cao hơn nữa, nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển của du lịch. Theo tác giả, thiết nghĩ chính quyền cấp tỉnh cần xác định đầy đủ, cụ thể, rõ ràng tầm nhìn và giá trị của chiến lược liên kết du lịch; thực hiện phân tích toàn diện, sâu sát thực tiễn khi xác định chiến lược liên kết du lịch; mục tiêu phải cụ thể và mang tính toàn diện; chiến lược liên kết du lịch cần có định hướng cụ thể về thực hiện và kiểm tra đối với chiến lược liên kết du lịch. Trong quá trình xây dựng chính sách, các tỉnh nên xây dựng phương pháp phù hợp nhằm huy động, tạo điều kiện thuận lợi cho các bên liên quan tham gia; chính sách liên kết du lịch cần tạo ra phạm vi hợp tác, các điều kiện thuận lợi để các bên liên quan có thể trao đổi thông tin về liên kết du lịch; cần xây dựng các chính sách liên kết du lịch theo hướng lấy sự đồng thuận giữa các bên làm mục tiêu để xây dựng chính sách.



---

## Tài liệu tham khảo

- Anderson, J.C., Hakansson, H. & Johanson, J. (1994), 'Dyadic business relationships within a business context', *Journal of Marketing*, 58(4), 1-15.
- Baggio, R. & Cooper, C. (2008), 'Knowledge management and transfer in tourism: an Italian case', presentation at *IASK Advances in Tourism Research (ATR2008)*, Aveiro, Portugal, May 26<sup>th</sup> - 28<sup>th</sup>.
- Baggio, R., Scott, N. & Cooper, C. (2013), 'Improving tourism destination governance: A complexity science approach', *Tourism Review*, 65(4), 51-60.
- Benedictis, D.L. & Tajoli, L. (2009), 'The world trade network', *PUE@PIEC Working Paper 2009/03*, PUE@PIEC.
- Borgatti, S.P., Everett, M.G. & Freeman, L.C. (2002), *Ucinetfor Window: Software for Social Network Analysis, Analytic Technologies*, Harvard, MA.
- Bramwell, B. & Lane, B. (1993), 'Sustainable tourism: An evolving global approach', *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Cascante, M.D., Brennan, M.A. & Luloff, A.E. (2010), 'Community agency and sustainable tourism development: The case of La Fortuna, Costa Rica', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 735-756.
- Chiappa, G. & Presenza, A. (2013), 'The use of network analysis to assess relationships among stakeholders within a tourism destination: an empirical investigation on costa smeralda-gallura, Italy', *Tourism Analysis*, 18, 1-13.
- Choi, H.C. & Murray, I. (2010), 'Real attitudes toward sustainable community tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594.
- Cole, S. (2006), 'Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism', *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629-644.
- Czernek, K. (2013), 'Determinants of cooperation in a tourist region', *Annals of Tourism Research*, 40(1), 83-104.
- Degenne, A. & Forse, M. (1999), *Introducing Social Networks*, Sage Publications, London.
- Dredge, D. (2006), 'Policy networks and the local organization of tourism', *Tourism Management*, 27(2), 269-280.
- Freeman, L.C. (1979), 'Centrality in social network: Conceptual clarification', *Social Networks*, 1, 215-239.
- Haythornthwaite, C. (1996), 'Social network analysis: an approach and technique for the study of information exchange', *Library & Information Science Research*, 18(4), 323-342.
- Hoàng Văn Hoa, Trần Hữu Sơn & Trần Thị Vân Hoa (2018), *Liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch ở vùng Tây Bắc*, Nhà xuất bản Lao động xã hội.
- Lê Đức Trọng & Nguyễn Văn Phát (2022), 'Liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch và các bên liên quan trong phát triển du lịch tỉnh Quảng Bình: Tiếp cận phân tích mạng lưới', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 131(5A), 23-38.
- Macleod, C. & Todnem, R. (2007), 'Performance, conformance and change: Towards a sustainable tourism strategy for Scotland', *Sustainable Development*, 15(6), 329-342.
- Mandell, M.P. (1999), 'The impact of collaborative efforts: Changing the face of public policy through networks and network structures', *Policy Studies Review*, 16(1), 4-17.
- Marszałek, C.K. (2018), 'Cooperation evaluation with the use of network analysis', *Annals of Tourism Research*, 72(2018), 126-139.
- Mills, J.E. & Law, R. (2004), *Handbook of consumer behavior, tourism and the internet*, Haworth Hospitality Press, N.Y.
- Nguyễn Thị Bích Thủy (2017), 'Hợp tác giữa các bên liên quan trong mạng lưới du lịch để phát triển bền vững tại điểm đến Đà Nẵng', *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 126(5C), 45-59.
- Nguyễn Văn Khánh & Nguyễn Thị Quỳnh Anh (2017), 'Liên kết vùng, tiểu vùng trong phát triển du lịch vùng Tây Bắc: Từ lý luận đến thực tiễn', *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Nghiên cứu chính sách và Quản lý*, 33(4), 12-23.
- Ozturk, E.H. & Eraydin, A. (2010), 'Tourist destination governance: practice, theory and issues', *Annals Tourism Research*, 38(4), 1300-1321.
- Plummer, M., Best, N., Cowled, K. & Vines, K. (2006), 'CODA: Convergence diagnosis and output analysis for MCMC', *R News*, 6(1), 7-10.

- 
- Pongponrat, K. (2011), 'Participatory management process in local tourism development: a case study on fisherman village on Samui island, Thailand', *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(1), 57-73.
- Poon, A. (1994), 'The new tourism revolution', *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Presenza, A. & Cipollina, M. (2010), 'Analysing tourism stakeholders networks', *Tourism Review*, 65(4), 17-30.
- Roberts, L. & Simpson, F. (2000), 'Developing partnership approaches to tourism in central and Eastern Europe', *Journal of sustainable tourism*, 7(3&4), 314-330.
- Rodriguez, M.R. & Fernandez, P.J.I. (2016), 'Analysing relationships in tourism: A review', *Tourism Management*, 54, 122-135.
- Scott, J. (2000), *Social Network Analysis: A Handbook*, Sage Publications, London.
- Scott, N., Cooper, C. & Baggio, R. (2008), 'Destination networks: Theory and practice in four Australian cases', *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188.
- Sheenan, L., Varggas-Sanchez, A., Presenza, A. & Abbate, T. (2016), 'The use of intelligence in tourist destination management: An emerging role for DMOs', *International Journal of Tourism Research*, 23, 101-136.
- Timur, S. & Getz, D. (2008), 'A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(4), 445-461.
- Timur, S. & Getz, D. (2009), 'Sustainable tourism development: How do destination stakeholders perceive sustainable urban tourism?', *Sustainable Development*, 17, 220-232.
- Tinsley, R. & Lynch, P. (2001), 'Small tourism business networks and destination development', *International Journal of Hospitality Management*, 20 (4), 367-378.
- Trần Xuân Quang (2021), 'Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ', Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Hàn Lâm khoa học xã hội Việt Nam, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội.
- Vernon, J., Essex, S., Pinder, D. & Curry, K. (2005), 'Collaborative policymaking: Local sustainable projects', *Annals of Tourism Research*, 32(2), 325-345.
- Wang, Y. & Shaul, K. (2008), 'Destination marketing: Competition, cooperation or cooptation', *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 126-141.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994), *Social Network Analysis: Methods and Application*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Wesley, A. & Pforr, C. (2010), 'The governance of coastal tourism: Unravelling the layers of complexity at Smiths Beach, Western Australia', *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 773-792.
- Ying, T. (2010), 'Social networks in the tourism industry: An investigation of Charleston, South Carolina', doctoral dissertation, Clemson University.