
TÁC ĐỘNG CỦA TỶ GIÁ HỐI ĐOẠI TỚI LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ TỚI VIỆT NAM

Trần Việt Dũng

Ngân hàng Nhà nước

Email: tranvietdung.hvnh@gmail.com

Đoàn Ngọc Thắng

Khoa Kinh doanh quốc tế, Học viện Ngân hàng

Email: ngocthangdoan@hvnh.edu.vn

Nguyễn Thị Kim Trúc

Khoa Kinh doanh quốc tế - Học viện Ngân hàng

Email: n.kim.truc.234@gmail.com

Mã bài: JED - 363

Ngày nhận bài: 16/08/2021

Ngày nhận bài sửa: 30/05/2022

Ngày duyệt đăng: 31/05/2022

Tóm tắt:

Bài viết này nghiên cứu tác động của tỷ giá hối đoái tới hoạt động du lịch quốc tế thông qua việc sử dụng mô hình lực hấp dẫn với dữ liệu mảng về du lịch từ 32 quốc gia trên thế giới tới Việt Nam trong những năm 2000 – 2018. Tỷ giá được sử dụng để phân tích bao gồm: tỷ giá hối đoái danh nghĩa song phương (NER), tỷ giá hối đoái thực song phương (RER), tỷ giá hối đoái danh nghĩa đa phương (NEER) và tỷ giá hối đoái thực đa phương (REER). Kết quả ước lượng cho thấy khi đồng nội tệ của quốc gia đi du lịch tăng giá và Việt Nam đồng giảm giá là yếu tố quan trọng thu hút khách du lịch quốc tế tới Việt Nam. Kết quả này hàm ý rằng để phát triển du lịch Việt Nam, xu hướng làm cho Việt Nam đồng trở nên yếu đi sẽ là yếu tố cần được chú ý trong việc thực hiện chính sách tỷ giá.

Từ khóa: Tỷ giá hối đoái, khách du lịch quốc tế, mô hình hấp dẫn chuẩn tắc, Việt Nam

Mã JEL: C23, E03, F31

The Effects of Exchange Rate on Vietnam's International Tourism Flow

Abstract:

This paper investigates the effects of exchange rates on tourism flows by employing a gravity model with a panel data of Vietnam's tourism flows from 32 countries for the period 2000-2018. Exchange rates include four measures: bilateral nominal exchange rate (NER), bilateral real exchange rate (RER), nominal effective exchange rate (NEER), and real effective exchange rate (REER). The estimated results show that when the domestic currency of the traveling country appreciates and the Vietnam Dong depreciates, which is an important factor in attracting international tourists to Vietnam. This finding implies that in order to develop Vietnam's tourism, the tendency to weaken the Vietnamese Dong will be a factor that needs attention in the implementation of exchange rate policy.

Keywords: Exchange rate, international tourists, gravity model, Vietnam

JEL codes: C23, E03, F31

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, bên cạnh các hoạt động mang tính đặc thù, chủ chốt như ngành công nghiệp nói chung thì rất nhiều quốc gia lựa chọn du lịch là con đường để phát triển nền kinh tế, thậm chí trở thành một trong những ngành mũi nhọn ở các quốc gia như Pháp, Thụy Sĩ, Singapore,... bởi những lợi ích to lớn mà ngành này đem lại. Để khai thác được những thế mạnh, hạn chế được những điểm yếu của ngành công nghiệp không khói này, các quốc gia cần có những tính toán, nghiên cứu cụ thể vì du lịch với đặc điểm song

hành hai yếu tố: Kinh tế và Văn hoá – Xã hội, vừa có tính ổn định, vừa luôn luôn đổi mới.

Du lịch quốc tế chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố quốc tế, trong đó có tỷ giá. Những ảnh hưởng của tỷ giá là thực tế và có sức mạnh làm ảnh hưởng tới dòng du lịch quốc tế là kết quả mà Eilat & Einav (2014) và các nhà kinh tế học khác đã chỉ ra. Việt Nam - điểm đến du lịch được đánh giá là tiềm năng và hấp dẫn trong mắt bạn bè quốc tế, việc quan tâm và định hướng một cách kịp thời về các yếu tố ảnh hưởng tới du lịch, trong đó có tỷ giá là vô cùng cần thiết để đưa du lịch Việt Nam phát triển một cách bền vững hơn. Chúng ta đều biết, Việt Nam đồng là đồng tiền ít có giá trị trao đổi trong các giao dịch quốc tế, khách du lịch đến với Việt Nam được trải nghiệm các dịch vụ, sản phẩm với mức giá khiêm tốn so với tại quốc gia của họ. Liệu có phải đồng tiền của chúng ta càng mất giá, thì sẽ thu hút được càng nhiều khách du lịch? Trong khi ở rất nhiều các quốc gia, khách du lịch lại sẵn sàng chi trả số tiền lớn hơn để sử dụng những điều tương tự ở Việt Nam. Xuất phát từ những câu hỏi và lí do trên tác giả quyết định phân tích tác động của tỷ giá hối đoái đến lượng khách du lịch quốc tế tới Việt Nam.

Để nghiên cứu tác động của tỷ giá hối đoái tới du lịch Việt Nam, mô hình lực hấp dẫn được sử dụng với dữ liệu bảng về dòng khách du lịch từ 32 quốc gia trên thế giới tới Việt Nam trong giai đoạn 2000 – 2018. Bên cạnh nội dung chính là phân tích sự ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái đến dòng du lịch quốc tế của Việt Nam, trong mô hình, việc bổ sung thêm các biến liên quan đến: lạm phát, GDP, khoảng cách, mối quan hệ thuộc địa, đường biên giới chung là những biến quan trọng nhằm xác định luồng du lịch giữa các quốc gia. Điều này cũng được các nhà nghiên cứu thực hiện trong các công trình trước đây. Bài viết sử dụng kết hợp các hiệu ứng cố định theo năm, theo quốc gia và theo quốc gia và năm để kiểm soát các yếu tố có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ của tỷ giá và lượng khách du lịch.

Tỷ giá trong bài viết được xác định là giá cả của một đồng nội tệ của quốc gia tới Việt Nam du lịch được biểu thị theo USD (USD là đồng tiền định giá) khi là tỷ giá song phương và theo rổ ngoại tệ khi là tỷ giá đa phương. Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến tỷ giá đều có kết quả dương, thể hiện mối quan hệ đồng biến giữa tỷ giá và lượt khách du lịch đến Việt Nam, tức là tỷ giá càng tăng thì lượng khách quốc tế đến nước ta càng nhiều. Nghiên cứu cũng gợi ý rằng để góp phần gia tăng lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam thông qua tỷ giá, cần điều chỉnh một cách phù hợp.

Bài viết được chia làm 5 phần chính: Phần 2 tiếp theo là tổng quan nghiên cứu với ba nhóm nghiên cứu chính; Phần 3 mô tả số liệu được sử dụng và phương pháp nghiên cứu; Phần 4 phân tích kết quả nghiên cứu; và Phần 5 kết luận.

2. Tổng quan nghiên cứu

Để tiến hành bài nghiên cứu phân tích tác động của tỷ giá tới hoạt động du lịch Việt Nam, bài viết bao gồm các nhánh nghiên cứu chính là: các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động du lịch và ảnh hưởng của tỷ giá tới hoạt động du lịch.

2.1. Các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động du lịch

Nhu cầu du lịch là một đối tượng nghiên cứu quan trọng có liên quan đến các khía cạnh kinh tế, văn hóa, chính trị và xã hội. Mối quan tâm đến việc xác định và phân loại các thành phần nhu cầu du lịch ngày càng tăng trong vài thập kỷ qua. Trong các nghiên cứu gần đây, mô hình trọng lực đã được sử dụng để lập mô hình và mô tả nhu cầu du lịch quốc tế nhằm xác định các thành phần và đặc điểm chính của nó bằng cách minh họa các luồng du lịch như thương mại dịch vụ (Adeola & Evans, 2019; Fourie & cộng sự, 2019; Xu & cộng sự, 2018). Các nghiên cứu khác hầu hết ước tính các yếu tố quyết định nhu cầu du lịch thông qua mô hình tuyến tính hoặc phi tuyến tính (Dogru & cộng sự, 2017; Samitas & cộng sự, 2018; Santos & Cincera, 2018). Các phát hiện thực nghiệm khác nhau trong các nghiên cứu tùy thuộc vào việc lựa chọn mẫu, khoảng thời gian, các biến nhu cầu du lịch và kỹ thuật ước lượng.

Lượng khách du lịch quốc tế thường được sử dụng làm đại diện cho nhu cầu du lịch quốc tế (De Vita, 2014; Eryigit & cộng sự, 2010; Khalid & cộng sự, 2019) và thường được chọn làm biến phụ thuộc trong các công trình nghiên cứu này. Mặt khác, các yếu tố tiêu chuẩn ảnh hưởng đến lượng khách du lịch hoặc doanh thu từ khách du lịch thường được chọn là GDP bình quân đầu người, CPI, tỷ giá hối đoái danh nghĩa hoặc thực tế và khoảng cách địa lý (Santos & Cincera, 2018; Xu & cộng sự, 2018). Các biến độc lập được lựa chọn khác có thể được liệt kê như chi phí vận chuyển, dân số, mối quan hệ thuộc địa, chia sẻ ngôn ngữ chung, chung biên giới, chỉ số rủi ro, chỉ số khí hậu, cơ sở hạ tầng du lịch, bất ổn chính trị và dòng chảy

thương mại song phương (Eryigit & cộng sự, 2010; Fourie & cộng sự, 2019; Saayman & cộng sự, 2016).

2.2. Tác động của tỷ giá tới hoạt động du lịch

Đã có nhiều bài viết nghiên cứu về mối quan hệ giữa tỷ giá và du lịch quốc tế. De Vita (2014) nghiên cứu tác động của chế độ tỷ giá tới lượng khách du lịch quốc tế ở 27 quốc gia từ năm 1980-2011. Sử dụng phương pháp hồi quy tổng thể GMM, tác giả đã chỉ ra rằng chế độ tỷ giá theo đó duy trì sự ổn định giá trị của nội tệ sẽ thu hút nhiều hơn khách du lịch quốc tế. Irandoust (2019) đã nghiên cứu mối quan hệ phi tuyến và bất cân xứng giữa tỷ giá và lượng khách du lịch quốc tế ở 10 quốc gia châu Âu bằng việc áp dụng phương pháp phân tích đồng liên kết ẩn. Tác giả cho thấy mối quan hệ dài hạn giữa cầu du lịch và sự biến động của tỷ giá và hơn thế nữa, dấu và độ lớn của mối quan hệ này thay đổi theo sự lên giá hay giảm giá của nội tệ.

Đứng trên góc độ của một quốc gia, Dogru & cộng sự (2019) nghiên cứu tác động của sự thay đổi tỷ giá tới thương mại du lịch song phương (đo bằng tỷ số: số lượng khách đi/số lượng khách đến) giữa Mỹ với Canada, Mexico và Vương quốc Anh bằng cách áp dụng phương pháp ARDL. Nghiên cứu của họ chỉ rằng đồng USD giảm giá sẽ cải thiện thương mại du lịch song phương giữa Mỹ với cả ba nước. Trong khi đó, khi đồng USD lên giá sẽ có tác động tiêu cực tới thương mại du lịch song phương giữa Mỹ với Canada và Vương quốc Anh. Chadeeand & Mieczkowski (1987) phân tích thực nghiệm về tác động của tỷ giá hối đoái đến du lịch Canada. bằng cách sử dụng phương pháp hồi quy bình phương nhỏ nhất và chỉ ra rằng mỗi phần trăm tỷ giá CAD/USD giảm giá, thì số lượng du khách Mỹ đến Canada sẽ tăng tương ứng 1,26%. Bên cạnh đó, Canada được coi là một điểm đến gần như là nội địa của người Mỹ. Khi mức thu nhập khả dụng tăng lên, du khách Mỹ thích các điểm đến quốc tế khác Canada, đặc biệt là Tây Âu, Mexico và Caribe. Nghiên cứu cho trường hợp của du lịch của Italia với 19 quốc gia, Quadri & Zheng (2010) cho thấy rằng giữa các cặp quốc gia với Ý, ảnh hưởng của tỷ giá tới nhu cầu du lịch là không giống nhau, thậm chí là không ảnh hưởng. Điều này có thể được giải thích rằng có nhiều biến số có ảnh hưởng tới du lịch nhiều hơn so với tỷ giá.

Bài nghiên cứu gần nhất với bài viết của tác giả là công trình của Eryigit & cộng sự (2010) và Ulucak & cộng sự (2020). Các nghiên cứu này sử dụng mô hình hấp dẫn chuẩn tắc có hiệu chỉnh để đánh giá các nhân tố tác động tới lượng khách du lịch quốc tế tới Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn 1995-2015 và 1998-2017, trong đó có nhân tố tỷ giá. Trong khi Thổ Nhĩ Kỳ là quốc gia xếp hạng thứ 6 ở châu Âu về du lịch quốc tế năm 2019 mặc dù quốc gia này có nguy cơ khủng bố khá cao, Việt Nam xếp hạng thứ 7 ở châu Á và là quốc gia nổi tiếng thân thiện, hòa bình nhất thế giới. Bên cạnh đó, Việt Nam là quốc gia có thu nhập trung bình cận dưới với chi phí sinh hoạt khá rẻ so với các quốc gia phát triển, do đó nghiên cứu về tác động của tỷ giá tới lượng khách du lịch của Việt Nam hứa hẹn mang lại những kết quả mới so với các nghiên cứu trước đây. Nghiên cứu cho trường hợp của Việt Nam, Hiệp & Hà (2019) đánh giá các nhân tố tác động tới lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam từ 20 nước giai đoạn 2010-2016, trong đó có tỷ giá song phương. Nghiên cứu của chúng tôi bên cạnh sử dụng mẫu lớn hơn gồm 32 nước, giai đoạn dài hơn từ năm 2000-2018 thì tác giả sử dụng nhiều loại tỷ giá khác nhau bao gồm danh nghĩa và thực, song phương và đa phương. Thêm nữa, chúng tôi sử dụng thêm các nhân tố mới như sự hiện diện của đại sứ quán, miễn visa du lịch và có đường bay thẳng.

3. Mô hình nghiên cứu và số liệu

Kế thừa những tổng kết của các nhà nghiên cứu, để phân tích tác động của tỷ giá tới hoạt động du lịch Việt Nam, tác giả lựa chọn “Mô hình lực hấp dẫn” để ước lượng mức ảnh hưởng của tỷ giá tới du lịch quốc tế đến Việt Nam. Bốn loại tỷ giá được phân loại theo tiêu chí tính chất tác động đến thương mại quốc tế bao gồm: Tỷ giá danh nghĩa song phương, tỷ giá danh nghĩa đa phương, tỷ giá thực đơn phương và tỷ giá thực đa phương. Những tỷ giá này sẽ được đưa vào phân tích để xác định tầm ảnh hưởng tới du lịch.

Mô hình nghiên cứu được chỉ định như sau:

$$\text{LnTourism}_{it} = \alpha_0 + \gamma_t + \lambda_i + \mu_{it} + \beta_1 \text{LnE}_{it} + \beta_2 \text{Control}_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

các chỉ số dưới i và t lần lượt biểu thị quốc gia và năm, còn γ_t , λ_i và μ_{it} lần lượt là hiệu ứng cố định theo theo năm, quốc gia và theo cả quốc gia và năm. Đầu tiên, tác giả sẽ thực hiện hồi quy lần lượt với γ_t để đánh giá tác động của tỷ giá và các nhân tố khác trong tập biến *Control*. Tiếp đó, hồi quy với γ_t và λ_i để đánh giá tác động của tỷ giá khi kiểm soát các nhân tố đặc trưng cho từng quốc gia và không đổi theo thời gian. Cuối cùng là hồi quy với cả γ_t , λ_i và μ_{it} để đánh giá tác động của tỷ giá khi hoàn toàn kiểm soát các yếu tố khác. ε_{it} là sai số của mô hình.

Các biến được định nghĩa như sau:

$Tourism_{it}$: Tổng số khách du lịch từ nước i đến Việt Nam ở năm t . Tác giả cộng thêm 1 trước khi thực hiện logarit hóa.

$E_{it} = \{NER_{it}, RER_{it}, NEER_{it}, REER_{it}\}$ là tập hợp các tỷ giá, tác động cụ thể tới du lịch

Control là tập hợp các biến kiểm soát khác, bao gồm:

- GDP_{it} : tổng sản phẩm quốc nội của quốc gia i ở năm t (nghìn USD).
- D_i : Khoảng cách địa lý giữa Việt Nam và quốc gia i (km)
- $Inflation_{it}$: Mức độ lạm phát của quốc gia i ở năm t (%).
- $Border_i$: Nhận giá trị bằng 1 nếu có chung biên giới với Việt Nam, bằng 0 nếu không phải.
- $Colony_i$: Nhận giá trị bằng 1 nếu từng có mối quan hệ thuộc địa với Việt Nam, bằng 0 nếu không phải.
- $Embassy_i$: Nhận giá trị bằng 1 nếu có trụ sở đại sứ quán ở Việt Nam, bằng 0 nếu không phải.
- $Visa_i$: Nhận giá trị bằng 1 nếu được miễn visa du lịch ở Việt Nam, bằng 0 nếu không phải
- $Airline_i$: Nhận giá trị bằng 1 nếu có đường bay trực tiếp đến Việt Nam, bằng 0 nếu không phải.

Để thực hiện nghiên cứu tác động của tỷ giá hối đoái tới du lịch Việt Nam, bài viết sử dụng những dữ liệu trong giai đoạn 2000 – 2018. Đây là giai đoạn phù hợp để xác định mối quan hệ này một cách khách quan, chính xác và kịp thời, đảm bảo tính mới cho kết quả. Bài viết thực hiện lấy số liệu bao gồm 32 quốc gia có lượng khách du lịch lớn nhất đến Việt Nam trên thế giới. Các số liệu về lượt khách du lịch đến Việt Nam từ Tổng cục du lịch Việt Nam, tỷ giá hối đoái và lạm phát được lấy từ Website của IMF. Thống kê về GDP , D , $Colony$, $Border$ lấy từ Trung tâm Thông tin và Dự báo Cộng hòa Pháp (CEPII) (Head & Mayer, 2014).

Tóm tắt thống kê các biến được mô tả ở Bảng 1 gồm 32 quốc gia và 19 năm trong giai đoạn 2000 – 2018, tạo nên mẫu nghiên cứu gồm 608 quan sát để phân tích.

Bảng 1: Thống kê các biến

| Tên biến | Quan sát | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Tối thiểu | Tối đa |
|------------------|----------|------------|---------------|-----------|--------|
| <i>LnTourism</i> | 608 | 8,80 | 4,91 | 0 | 15,42 |
| <i>LnNER</i> | 604 | -2,13 | 2,77 | -9,56 | 1,24 |
| <i>LnRER</i> | 532 | -1,73 | 2,40 | -9,74 | 0,67 |
| <i>LnNEER</i> | 589 | 4,60 | 0,12 | 4,06 | 5,01 |
| <i>LnREER</i> | 589 | 4,61 | 0,13 | 4,05 | 5,08 |
| <i>LnGDP</i> | 608 | 26,78 | 1,82 | 21,27 | 30,65 |
| <i>LnD</i> | 608 | 8,31 | 1,03 | 5,86 | 9,52 |
| <i>Inflation</i> | 607 | 2,83 | 4,41 | -3,69 | 57,07 |
| <i>Border</i> | 608 | 0,09 | 0,29 | 0 | 1 |
| <i>Colony</i> | 608 | 0,16 | 0,36 | 0 | 1 |
| <i>Embassy</i> | 608 | 0,81 | 0,39 | 0 | 1 |
| <i>Visa</i> | 608 | 0,59 | 0,49 | 0 | 1 |
| <i>Airline</i> | 608 | 0,38 | 0,48 | 0 | 1 |

4. Phân tích kết quả ước lượng

4.1. Mô hình ước lượng với hiệu ứng cố định theo năm

Đầu tiên chúng tôi hồi quy mô hình (1) với hiệu ứng cố định theo năm nhằm kiểm soát các yếu tố không thay đổi theo năm ở tất cả các quốc gia và mô tả kết quả ở Bảng 2. Kết quả cho thấy, các loại tỷ giá không có tác động lên dòng du lịch tới Việt Nam. Tuy nhiên, Bảng 2 cho ta những nhận xét về ảnh hưởng của các nhân tố khác tới dòng du lịch quốc tế đến Việt Nam. Rõ ràng nhất là 2 biến GDP và D có kết quả mang ý nghĩa thống kê 1%, có nghĩa là thu nhập bình quân đầu người của khách du lịch và khoảng cách từ các quốc gia đến Việt Nam sẽ ảnh hưởng tới quyết định du lịch tới Việt Nam.

Bảng 2. Kết quả ước lượng với hiệu ứng cố định theo năm

| Tên biến | (1) LnTourism | (2) LnTourism | (3) LnTourism | (4) LnTourism |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| <i>LnGDP</i> | 4,15*** (0,692) | 4,65*** (0,890) | 4,24*** (0,704) | 4,60*** (0,743) |
| <i>LnD</i> | -5,10*** (1,324) | -4,94*** (1,047) | -5,39*** (1,192) | -6,04*** (1,339) |
| <i>Inflation</i> | 0,02 (0,038) | -0,02 (0,118) | -0,06 (0,076) | -0,09 (0,071) |
| <i>Border</i> | 7,48* (4,482) | -1,36 (2,294) | 6,35* (3,531) | 7,09* (3,824) |
| <i>Colony</i> | -4,68** (2,030) | -3,84* (2,129) | -4,33** (1,801) | -4,89*** (1,890) |
| <i>Embassy</i> | -1,23 (1,658) | -0,54 (1,798) | -0,92 (1,488) | -1,08 (1,530) |
| <i>Visa</i> | 2,05 (1,679) | 0,42 (1,398) | 1,43 (1,430) | 1,44 (1,475) |
| <i>Airline</i> | -3,54 (2,991) | -4,48** (2,263) | -5,43*** (1,923) | -6,17*** (2,030) |
| <i>LnNER</i> | 0,45 (0,576) | | | |
| <i>LnRER</i> | | -0,09 (0,386) | | |
| <i>LnNEER</i> | | | 0,30 (2,270) | |
| <i>LnREER</i> | | | | -2,91 (2,515) |
| Constant | -57,99*** (15,356) | -73,11*** (19,687) | -59,22*** (18,222) | -48,09*** (17,759) |
| Số quan sát | 604 | 532 | 588 | 588 |
| Number of Code | 32 | 28 | 31 | 31 |

Độ lệch chuẩn vững trong dấu ngoặc đơn

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

GDP mang dấu dương thể hiện mối quan hệ cùng chiều với lượng khách du lịch đến Việt Nam. Chúng ta đều biết, để đánh giá một quốc gia có sự phát triển của kinh tế hay không thì *GDP* là một trong những chỉ tiêu xem xét dễ nhìn thấy nhất. Và đương nhiên, *GDP* càng cao càng thể hiện người dân có thu nhập càng tốt, là điều kiện tất yếu để tồn tại cơ hội, nhu cầu đi du lịch – một nhu cầu giải trí cấp cao của con người. Chỉ khi có đầy đủ điều kiện về kinh tế, con người mới có khả năng đi du lịch.

Tiêu chí khoảng cách cũng chính là một trong những tiêu chí quan trọng dùng để quyết định điểm đến du lịch. Vì đi cùng với khoảng cách, các vấn đề liên quan đến chi phí đi lại, thời tiết, thậm chí là chênh lệch múi giờ có thể xảy ra thường xuyên. Chính vì vậy, kết quả *D* âm là phù hợp với thực tế. Khi khoảng cách từ các quốc gia đến Việt Nam là lớn, thì Việt Nam lại trở thành một điểm đến khó tiếp cận so với những nơi gần họ hơn đi chi phí đi lại tăng lên, làm cho lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam bị ảnh hưởng xấu. Xét về quan hệ khoảng cách, *Border* là biến thể hiện rằng hai quốc gia có chung đường biên giới, tức là láng giềng của nhau, khoảng cách là tương đối gần so với những địa điểm khác. *Border* nhận giá trị dương là kết quả hợp lý cho thấy rằng các quốc gia láng giềng với Việt Nam thì lượng khách du lịch lựa chọn Việt Nam là điểm đến gần hơn.

Chi phí cho một chuyến du lịch bao gồm chi phí di chuyển tới điểm du lịch và chi phí sinh hoạt tại địa điểm du lịch, thì khoảng cách chính là loại chi phí thứ nhất. Trong hoạt động du lịch quốc tế, vì đặc điểm địa lý cách xa nhau mà việc di chuyển giữa các quốc gia được thực hiện chủ yếu bằng đường hàng không. Tính trong 32 quốc gia nằm trong vùng nghiên cứu, số quốc gia có đường bay trực tiếp đến Việt Nam là 12 nước, một số nước điển hình như: Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc,... Theo kết quả phân tích *Airline* mang dấu

âm, thể hiện lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam lại ưa thích lựa chọn đường bay nhiều chặng chuyên đổi tới Việt Nam hơn. Nguyên nhân để giải thích có thể là do di chuyển nhiều chặng trung gian là một trong những cách để giảm thiểu chi phí đi lại. Mặc dù có thể tốn nhiều thời gian hơn, nhưng với chi phí rẻ hơn thì khách hàng vẫn lựa chọn do các chính sách của các hãng nhằm mục đích tiết kiệm và tích hợp để tận dụng hiệu quả các tài nguyên.

Biến *Colony* cũng là biến số có ý nghĩa về mặt thống kê ($p < 0,01$) thể hiện các quốc gia từng có quan hệ thuộc địa với Việt Nam. Trong quá khứ, Việt Nam đã từng là thuộc địa của rất nhiều quốc gia như Trung Quốc, Mỹ, Anh, Pháp,... Tuy nhiên, khác kỳ vọng như trong nghiên cứu tổng hợp Glauco De Vita (2014) rằng *Colony* sẽ là yếu tố thúc đẩy du lịch quốc tế do khách du lịch sẽ cảm thấy quen thuộc với quốc gia họ viếng thăm, các kết quả của nghiên cứu lại cho giá trị âm, có thể là do khách quốc tế ưu tiên đến viếng thăm những vùng đất mới và trải nghiệm những không gian văn hóa và ẩm thực mới.

Các biến còn lại như *Inflation*, *Embassy* và *Visa* theo bảng kết quả cho thấy không có ảnh hưởng tới quyết định du lịch đến Việt Nam của các quốc gia. Lạm phát xảy ra khi đồng nội tệ của một quốc gia bị mất giá, khiến cho người dân phải trả một lượng tiền lớn hơn để mua cùng một loại mặt hàng so với trước đây ở trong quốc gia đó. Mặt khác, hoạt động du lịch quốc tế lại diễn ra ở nước khác, trong bài nghiên cứu là Việt Nam, hơn nữa, mức lạm phát ở Việt Nam tương đối ổn định, điều này khiến cho giá cả hàng hoá, dịch vụ ở Việt Nam vốn đã rẻ lại càng ít biến động hơn.

Số lượng quốc gia đặt đại sứ quán tại Việt Nam là khá lớn, chịu trách nhiệm về công dân của nước họ trên lãnh thổ Việt Nam. Tuy nhiên, hoạt động du lịch là hoạt động bình thường, không mang quá nhiều các yếu tố gây ảnh hưởng tới lợi ích chính trị, dân sự, hay quốc gia. Và hầu hết khi đi du lịch, khách du lịch không quan tâm nhiều đến việc có đại sứ quán ở nước đó hay không, vì cơ bản mỗi quốc gia đều có những luật lệ quy định quyền, trách nhiệm và nghĩa vụ của công dân ngoại quốc khi ở nước mình.

Một trong những điều kiện để du lịch quốc tế mà nhiều quốc gia trên thế giới đặt ra đó là visa. Visa có tên gọi pháp lý là thị thực hay thị thực nhập cảnh, có giá trị như một tờ giấy chứng nhận do chính phủ của các nước yêu cầu người nước ngoài đảm bảo những điều kiện cụ thể, để những người này nhập cảnh vào quốc gia đó, từ thời điểm này đến thời điểm khác tùy theo quy định. Đối với hoạt động du lịch thì loại visa được cấp là visa du lịch. Việt Nam là một quốc gia mà vấn đề nhập cảnh đơn giản. Theo thống kê của Bộ Ngoại giao – công thông tin cộng tác lãnh sự, Việt Nam miễn thị thực nhập cảnh cho hơn 100 quốc gia, và từ trước đến nay, du lịch Việt Nam được đánh giá là thực hiện khá dễ dàng, visa được tiến hành phổ biến trừ một vài trường hợp đặc biệt, và khách du lịch dễ dàng lựa chọn Việt Nam mà không cần quá để tâm tới vấn đề này. Chính vì những lí do trên, nên các biến *Inflation*, *Embassy* và *Visa* không ảnh hưởng tới lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

4.2. Mô hình ước lượng với hiệu ứng cố định theo năm và theo quốc gia

Do Kiểm định Hausman ủng hộ sự lựa chọn mô hình hiệu ứng cố định so với mô hình tác động ngẫu nhiên, trong phần tiếp theo, tác giả sử dụng hiệu ứng cố định theo năm như phần 4.1 và theo quốc gia để kiểm soát thêm những yếu tố đặc trưng cho từng quốc gia tới Việt Nam du lịch nhưng không đổi theo thời gian. Khi sử dụng hiệu ứng này, nhóm các biến *Border*, *Colony*, *Airline*, *Embassy*, *Visa* và *D* sẽ tự động bị loại bỏ. Kết quả ước lượng tác động của Tỷ giá danh nghĩa song phương NER, tỷ giá thực song phương RER, tỷ giá danh nghĩa đa phương NEER, tỷ giá thực đa phương REER tới luồng du lịch quốc tế đến Việt Nam lần lượt ở cột số 1, 2, 3, 4 từ trái sang phải ở Bảng 3. Và tỷ giá này là giá cả của đồng nội tệ được tính theo USD của 32 nước thực hiện nghiên cứu.

Nhìn tổng thể ở Bảng 3, cả bốn biến tỷ giá này đều có kết quả dương, thể hiện mối quan hệ đồng biến giữa tỷ giá và lượt khách du lịch đến Việt Nam, tức là tỷ giá càng tăng thì lượng khách quốc tế đến nước ta càng nhiều. Đặc biệt là sự thay đổi rõ rệt khi tỷ giá thực *RER* và *REER* biến động ảnh hưởng lớn tới du lịch Việt Nam. Khi tỷ giá thực của các đồng tiền so với USD tăng 1% thì lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng khoảng 7,69%. Trong trường hợp tỷ giá tăng, giá cả của một đồng nội tệ được tính bằng USD tăng lên, tức là đồng nội tệ lên giá, một đồng nội tệ đổi được nhiều USD hơn, khiến cho chi phí du lịch tại nước ngoài giảm xuống, là động lực thúc đẩy hoạt động du lịch quốc tế. Trong khi đó, USD vốn thường là đồng tiền trung gian được lựa chọn để đổi từ đồng nội tệ sang USD, sau đó từ USD sang ngoại tệ, và ngoại tệ trong trường hợp này chính là VND. Và đúng như kỳ vọng, các đồng nội tệ trở nên mạnh hơn là động lực để người dân nước đó đi du lịch quốc tế.

Bảng 3. Kết quả ước lượng với hiệu ứng cố định theo năm và theo quốc gia

| Tên biến | (1) LnTourism | (2) LnTourism | (3) LnTourism | (4) LnTourism |
|------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| <i>LnGDP</i> | 0,35 (1,408) | -2,97 (2,309) | 0,16 (1,514) | -2,15 (2,063) |
| <i>Inflation</i> | -0,08* (0,048) | -0,05 (0,125) | -0,20** (0,092) | -0,15 (0,094) |
| <i>LnNER</i> | 0,93** (0,380) | | | |
| <i>LnRER</i> | | 7,69* (3,798) | | |
| <i>LnNEER</i> | | | 0,24* (2,561) | |
| <i>LnREER</i> | | | | 6,92* (4,082) |
| Constant | 3,79 (37,907) | 107,32 (69,155) | 6,33 (37,505) | 38,21 (43,548) |
| Số quan sát | 604 | 532 | 588 | 588 |
| R-squared | 0,510 | 0,536 | 0,517 | 0,528 |
| Number of Code | 32 | 28 | 31 | 31 |

Độ lệch chuẩn vững trong dấu ngoặc đơn

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

4.3. Mô hình ước lượng với đầy đủ các hiệu ứng cố định

Cuối cùng, tác giả đánh giá lại tác động của tỷ giá khi kiểm soát toàn bộ các yếu tố khác bằng cách sử dụng đầy đủ các hiệu ứng cố định. Kết quả trình bày ở bảng 4 cho thấy tác động của tỷ giá vẫn là dương ở mức ý nghĩa thống kê cao (1%), nhưng độ lớn tác động của *NER*, *RER* và *REER* giảm xuống. Kết quả này khẳng định lại kết quả phân tích trong mục 4.2.

Một trong những thực tế kiểm chứng cho kết quả thực nghiệm rằng: tỷ giá và lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam có mối quan hệ đồng biến đó là trường hợp tỷ giá của Trung Quốc vào năm 2015: Tỷ giá giữa đồng RMB với USD, theo đó: tỉ giá xu hướng đi xuống, đồng nội tệ so với USD mất giá thì khách du lịch đến Việt Nam sẽ bị giảm đi. Năm 2015, tỷ giá thế giới biến động, trong đó có đồng RMB của Trung Quốc. Trong khoảng thời gian này, Trung Quốc thực hiện phá giá của đồng RMB, khiến cho đồng tiền nội tệ Trung Quốc mất giá, lượng khách Trung Quốc đến Việt Nam giảm khá mạnh. Cụ thể, tỷ giá theo phương pháp yết giá trực tiếp năm 2014 là 1 USD = 6,14 RMB. Sang đến năm 2015, tỷ giá này đã tăng 1,47% lên mức là 1 USD = 6,23 RMB, tức đồng RMB mất giá. Trong khi đó, lượng khách du lịch Trung Quốc đến Việt Nam năm 2015 là khoảng 1,77 triệu lượt, giảm khoảng 7% so với năm 2014 là 1,9 triệu lượt khách. Không chỉ ảnh hưởng tới lượt khách du lịch, sự thay đổi lần này còn ảnh hưởng tới mức chi tiêu của du khách Trung Quốc tại Việt Nam, khiến cho chi số này cũng có phần bị giảm đi mà vốn khách Trung Quốc đã không phải là khách dành mức chi tiêu lớn cho du lịch Việt Nam, nay lại càng hạn chế hơn. Nguyên nhân giải thích cũng giống như ở trên, do một vài dịch vụ như vé máy bay, nơi ở tính cho khách nước ngoài chủ yếu bằng USD, mà do ảnh hưởng của tỷ giá, du khách Trung Quốc phải đổi nhiều RMB hơn để lấy 1 USD, nên tính ra chi phí trở nên cao hơn, người dân Trung Quốc sẽ phải tính toán lại để chi tiêu sao cho phù hợp nhất và du lịch nước ngoài sẽ không còn được nhắm tới. Không chỉ Việt Nam, mà các quốc gia khác cũng bị ảnh hưởng từ những biến động này.

Như vậy, thông qua kết quả của mô hình nhằm phân tích tác động của tỷ giá hối đoái đến du lịch Việt Nam, chúng ta đã nhìn nhận được hoạt động du lịch quốc tế đến Việt Nam trong giai đoạn 2000 – 2018 chịu ảnh hưởng của những yếu tố nào, chịu ảnh hưởng của tỷ giá ra sao. Kết quả thực nghiệm cho thấy tỷ giá hối đoái có ảnh hưởng dương tới du lịch Việt Nam, điều này phù hợp với một vài nghiên cứu trước đây như Hiệp & Hà (2019).

Bảng 4: Kết quả ước lượng với đầy đủ các hiệu ứng cố định

| Tên biến | (1) LnTourism | (2) LnTourism | (3) LnTourism | (4) LnTourism |
|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <i>LnNER</i> | 0,03*** (0,000) | | | |
| <i>LnRER</i> | | 0,03*** (0,000) | | |
| <i>LnNEER</i> | | | 2,37*** (0,000) | |
| <i>LnREER</i> | | | | 1,95*** (0,000) |
| Constant | 13,38*** (0,000) | 13,38*** (0,000) | 72,74*** (0,001) | 22,55*** (0,000) |
| Observations | 604 | 532 | 589 | 589 |
| Number of Code | 32 | 28 | 31 | 31 |

Độ lệch chuẩn vững trong dấu ngoặc đơn

*** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$

5. Kết luận

Việt Nam tuy không còn là một điểm đến mới nổi, nhưng vẫn thu hút được rất nhiều sự quan tâm từ du khách quốc tế, bởi nhiều yếu tố. Tận dụng những lợi thế về phong cảnh, văn hoá, con người, du lịch Việt Nam vẫn tiếp tục phát triển và đem lại hiệu quả kinh tế cao cho đất nước, mặc dù vậy, vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần phải khắc phục. Cũng giống như các đối tượng nghiên cứu khác, nghiên cứu về du lịch nhằm xác định các yếu tố quyết định lượng khách du lịch đến Việt Nam, và bài viết này phân tích chính về ảnh hưởng của tỷ giá hối đoái tới hoạt động du lịch quốc tế ở Việt Nam. Với số liệu gồm 32 quốc gia có lượt khách du lịch đến Việt Nam cao nhất và khoảng thời gian từ năm 2000 đến năm 2018 được thu thập từ Tổng cục du lịch Việt Nam và CEPIL, thông qua mô hình lực hấp dẫn đã làm sáng tỏ về tác động của tỷ giá tới du lịch. Kết quả cho thấy rằng, tỷ giá – giá cả của một đồng nội tệ tính bằng USD tác động dương tới lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam, tức là tỷ giá tăng, đồng nội tệ lên giá, cần ít đồng nội tệ hơn để đổi lấy ngoại tệ, từ đó chi phí du lịch giảm xuống và thúc đẩy du lịch quốc tế phát triển.

Dựa vào đó, bài viết đưa ra những quan điểm về việc xây dựng, thực hiện các giải pháp cho doanh nghiệp nhằm giảm các rủi ro liên quan đến tỷ giá như: sử dụng đồng tiền mạnh trong các loại hợp đồng, cân nhắc để khoảng thời gian giữa kí kết hợp đồng và thanh toán được rút ngắn lại, nhằm đảm bảo tỷ giá ổn định ở một mức cần thiết, không bị ảnh hưởng quá nhiều bởi thời gian hay sử dụng các hợp đồng kì hạn. Các doanh nghiệp có thể lựa chọn khách hàng mục tiêu ở các quốc gia có GDP cao, đẩy mạnh truyền thông đưa hình ảnh của Việt Nam, đặc biệt tập trung vào các dự án du lịch mang tính nổi, xu hướng. Hơn thế nữa, thực hiện các chính sách, ưu đãi dành cho các nước có khoảng cách địa lý gần Việt Nam, đặc biệt là các nước trong khu vực ASEAN.

Trong khi tỷ giá đối với quốc gia này thấp đi, thì sẽ có quốc gia khác tăng lên, để tác động thêm các yếu tố ảnh hưởng tới du lịch rằng tỷ giá tăng sẽ thúc đẩy du lịch, các quốc gia trong từng thời điểm cũng nên tận dụng cơ hội để có thể nâng cao hoạt động “bán” du lịch sang các nước mà đồng nội tệ đang lên giá so với đồng USD. Kiến nghị dành cho nhà nước nhằm đưa du lịch quốc tế ở Việt Nam đạt được những mục tiêu

đã đề ra như: tiếp tục thực hiện chính sách tỷ giá thả nổi có điều tiết phù hợp với tình hình kinh tế Việt Nam hiện tại, thực hiện chính sách tỷ giá theo hướng làm đồng nội tệ Việt Nam trở nên yếu đi, không chỉ cải thiện cán cân thương mại nói chung mà còn thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch nói riêng, thực hiện xây dựng khung chính sách du lịch có trách nhiệm với các nội dung như: đào tạo đội ngũ nhân lực chất lượng cao cho ngành, đặt vấn đề an toàn và bảo vệ môi trường lên hàng đầu bằng các quy định của luật pháp, nghiêm chỉnh thực hiện một đất nước du lịch văn minh, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tư nhân khai thác tài nguyên du lịch và nhiều công tác trách nhiệm khác.

**Phụ lục: Danh sách quốc gia tới du lịch ở Việt Nam
nghiên cứu trong bài theo tiêu chuẩn iso3c của Ngân hàng Thế giới**

| Quốc gia | | Quốc gia | |
|----------|-----|----------|-----|
| 1 | AUS | 17 | JPN |
| 2 | AUT | 18 | KHM |
| 3 | BEL | 19 | KOR |
| 4 | BRU | 20 | LAO |
| 5 | CAN | 21 | MMR |
| 6 | CHE | 22 | MYS |
| 7 | CHN | 23 | NLD |
| 8 | DEU | 24 | NOR |
| 9 | DNK | 25 | NZL |
| 10 | ESP | 26 | PHL |
| 11 | FIN | 27 | RUS |
| 12 | FRA | 28 | SGP |
| 13 | GBR | 29 | SWE |
| 14 | HKG | 30 | THL |
| 15 | IDN | 31 | TWN |
| 16 | ITA | 32 | USA |

Tài liệu tham khảo

- Adeola, O., & Evans, O. (2020), 'ICT, infrastructure, and tourism development in Africa', *Tourism Economics*, 26(1), 97-114.
- Chadeeand, D., & Mieczkowski, Z. (1987), 'An empirical analysis of the effects of the Exchange rate on Canadian tourism', *Journal of Travel Research*, 26(1), 13-17.
- Crouch, G. I. (1995), 'A meta-analysis of tourism demand', *Annals of Tourism Research*, 22(1), 103-118.
- De Vita, G. (2014), 'The long-run impact of exchange rate regimes on international tourism flows', *Tourism Management*, 45, 226-233.
- Dogru, T., Isik, C., & Sirakaya-Turk, E. (2019), 'The balance of trade and exchange rates: Theory and contemporary evidence from tourism', *Tourism Management*, 74, 12-23.
- Quadri, D. L., & Zheng, T. (2010), 'A revisit to the impact of exchange rates on tourism demand: The case of Italy', *The Journal of Hospitality Financial Management*, 18(2), 47-60.
- Eilat, Y., & Einav, L. (2004), 'Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis', *Applied Economics*, 36(12), 1315-1327.
- Eryigit, M., Kotil, E., & Eryigit, R. (2010), 'Factors affecting international tourism flows to Turkey: A gravity model approach', *Tourism Economics*, 16(3), 585-595.
- Fourie, J., Rosselló-Nadal, J., & Santana-Gallego, M. (2020), 'Fatal attraction: How security threats hurt

-
- tourism', *Journal of Travel Research*, 59(2), 209-219.
- Head, K. & T. Mayer, (2014), 'Gravity Equations: Toolkit, Cookbook, Workhorse', *Handbook of International Economics*, Vol. 4, eds. Gopinath, Helpman, and Rogoff, Elsevier.
- Hiệp, H. H., & Hà, P. T. (2019), 'Các nhân tố ảnh hưởng đến lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam: một phân tích thực nghiệm', *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, 4(60), 3-11.
- Khalid, U., Okafor, L. E., & Shafiullah, M. (2020), 'The effects of economic and financial crises on international tourist flows: A cross-country analysis', *Journal of Travel Research*, 59(2), 315-334.
- Irandoust, M. (2019), 'On the relation between exchange rates and tourism demand: A nonlinear and asymmetric analysis', *The Journal of Economic Asymmetries*, 20, e00123.
- Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., & Kenourgios, D. (2018), 'Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece', *Tourism Management Perspectives*, 25, 23-28.
- Santos, A., & Cincera, M. (2018), 'Tourism demand, low cost carriers and European institutions: The case of Brussels', *Journal of Transport Geography*, 73, 163-171.
- Saayman, A., Figini, P., & Cassella, S. (2016), 'The influence of formal trade agreements and informal economic cooperation on international tourism flows', *Tourism Economics*, 22(6), 1274-1300.
- Thuy, V. N. T., & Thuy, D. T. T. (2019), 'The impact of exchange rate volatility on exports in Vietnam: A bounds testing approach', *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), DOI: <https://doi.org/10.3390/jrfm12010006>.
- Ulucak, R., Yücel, A. G., & İlkay, S. Ç. (2020), 'Dynamics of tourism demand in Turkey: Panel data analysis using gravity model', *Tourism Economics*, 26(8), 1394-1414.
- Xu, L., Wang, S., Li, J., Tang, L., & Shao, Y. (2019), 'Modelling international tourism flows to China: A panel data analysis with the gravity model', *Tourism Economics*, 25(7), 1047-1069.