



DOI:10.22144/ctu.jvn.2020.100

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG CƠ CẤU CHI TIÊU CỦA DU KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM: KẾT QUẢ TỪ PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH SỐ LIỆU ĐA HỢP CODA

Lê Văn Tuấn*, Đàm Thị Thu Trang và Trịnh Thị Hương

Trường Đại học Thương Mại

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Lê Văn Tuấn (email: tuanlevan@tmu.edu.vn)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 09/04/2020

Ngày nhận bài sửa: 21/05/2020

Ngày duyệt đăng: 28/08/2020

Title:

The factors affecting expenditure structure of foreign tourists to Vietnam: Results from compositional data analysis (CoDA)

Từ khóa:

Cơ cấu chi tiêu, khách quốc tế, phân tích số liệu đa hợp CoDA, thị trường du lịch

Keywords:

Compositional Data Analysis, Expenditure structure, Foreign tourist, Tourist market

ABSTRACT

The expenditure and spending structure of tourists is an important indicator of the tourism industry's total revenue. The study points out the main factors for the expenditure structure of foreign visitors to Vietnam are: tourist destinations, service quality, the purpose of travel, reference sources to decide tourism in Vietnam, demographic characteristics such as age group and career, visitors from continents, the number of visits to Vietnam. Factors are tested from the regression model based on Compositional Data Analysis (CoDA).

TÓM TẮT

Mức chi tiêu và cơ cấu chi tiêu của khách du lịch là chỉ tiêu quan trọng trong tổng thu của ngành du lịch. Nghiên cứu chỉ ra các nhân tố chính ảnh hưởng đến cơ cấu chi tiêu của khách quốc tế đến Việt Nam là: địa điểm du lịch, chất lượng phục vụ, mục đích chuyến đi, nguồn thông tin tham khảo để quyết định du lịch tại Việt Nam, đặc điểm nhân khẩu học như nhóm tuổi và nghề nghiệp, khách đến từ các châu lục, số lần tham quan Việt Nam. Các nhân tố được kiểm định từ mô hình hồi quy dựa trên phương pháp phân tích số liệu đa hợp (Compositional Data Analysis – CoDA).

Trích dẫn: Lê Văn Tuấn, Đàm Thị Thu Trang và Trịnh Thị Hương, 2020. Các nhân tố ảnh hưởng cơ cấu chi tiêu của du khách quốc tế đến Việt Nam: Kết quả từ phương pháp phân tích số liệu đa hợp CoDA. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 56(4D): 208-218.

1 GIỚI THIỆU

Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam ngày càng tăng do đầu tư về cơ sở hạ tầng, chất lượng dịch vụ và các chính sách hỗ trợ thị thực. Ngành du lịch đặt mục tiêu tăng trưởng bình quân về khách quốc tế 12-14% vào năm 2025 và tiếp tục tăng trưởng 8-10% giai đoạn 2025-2030. Từ đó, tổng thu từ ngành du

lịch đóng góp 12-14% vào GDP năm 2025 và đóng góp 15-17% vào GDP năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ, 2020). Để đạt mục tiêu trên, ngành du lịch đặt mục tiêu thu hút khách có mức chi tiêu cao và lưu trú dài ngày. Đồng thời, chiến lược cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thường xuyên điều tra, nghiên cứu thị trường, nhu cầu và thị hiếu của khách

du lịch, xây dựng cơ sở dữ liệu của thị trường du lịch.

Mức chi tiêu của khách du lịch là một chỉ tiêu quan trọng trong quá trình hoạch định các chính sách du lịch cho từng phân khúc du lịch (Vinniciombe and Sou, 2014). Đặc biệt, chi tiêu của khách du lịch quốc tế đóng góp trực tiếp vào tổng thu nhập quốc gia, thuế và tăng số việc làm tại địa phương. Hơn nữa, với cùng một mức chi tiêu tại cùng một địa điểm, khách du lịch có xu hướng tiêu dùng khác nhau, từ đó, mức chi tiêu của khách có tác động khác nhau lên các năng suất du lịch và lực lượng lao động địa phương. Từ mức chi tiêu, khách du lịch được chia thành các phân khúc chi tiêu: cao, trung bình và thấp. Ví dụ, Vinniciombe and Sou (2014) chỉ ra khách có thu nhập cao là một đặc điểm chung của nhóm khách có mức chi tiêu cao tại nhiều địa điểm du lịch ở châu Âu. Trong khi đó, Hadjikakou *et al.* (2013) chỉ ra rằng ngoài tổng mức chi tiêu, khách du lịch chi tiêu nhiều cho phân tử dịch vụ ăn uống (food and beverages) và văn hóa và giải trí (culture and recreation) làm tăng đáng kể doanh thu của du lịch vào tổng doanh thu tại các điểm du lịch nổi tiếng ở Địa Trung Hải.

Tiếp nối các phân tích của Hadjikakou *et al.* (2013), Ferrer-Rosell *et al.* (2016) chỉ ra rằng cần phân tích cơ cấu chi tiêu của khách du lịch, bên cạnh tổng mức chi tiêu, để hỗ trợ các chính sách về phát triển du lịch. Hai khách du lịch có cùng mức chi tiêu, trong đó một khách chi tiêu cho phương tiện di chuyển hay chi tiêu cho dịch vụ tại điểm du lịch sẽ ảnh hưởng khác nhau đến kinh tế địa phương. Ferrer-Rosell and Coenders (2018) so sánh cơ cấu chi tiêu của khách du lịch đến Tây Ban Nha trước và sau khủng hoảng kinh tế 2008, kết quả cho thấy nhóm khách du lịch sử dụng các hãng hàng không giá rẻ và dành tỉ lệ lớn nhất của tổng chi phí du lịch cho các dịch vụ tại điểm tham quan có đóng góp kinh tế lớn nhất cho ngành du lịch của Tây Ban Nha sau khủng hoảng kinh tế.

Tại Việt Nam, mức chi tiêu của khách du lịch là một chỉ tiêu quan trọng trong đánh giá thị trường du lịch, được thể hiện trong các cuộc điều tra chọn mẫu về chi tiêu của khách du lịch và đại diện quốc gia (Tổng cục thống kê, 2017). Điều tra về chi tiêu của khách du lịch của Việt Nam tương tự như rất nhiều các điều tra của khách trên thế giới để đánh giá các phân khúc du lịch tại từng quốc gia (Hadjikakou *et al.*, 2013). Tuy nhiên, hiện nay chưa có nghiên cứu về chi tiêu của khách du lịch sử dụng số liệu mẫu điều tra này, đặc biệt đối với nhóm khách du lịch quốc tế đến Việt Nam. Trịnh Thị Hương và *ctv.*

(2020) có đánh giá ban đầu về các yếu tố ảnh hưởng cơ cấu chi tiêu của khách du lịch nội địa tại Việt Nam như: địa điểm du lịch, mục đích của chuyến đi, tham khảo thông tin từ bạn bè, người thân và internet, số lần tham quan và phương tiện di chuyển. Điều tra chọn mẫu về khách du lịch quốc tế bao gồm thông tin về quốc gia của khách du lịch, các yếu tố nhân khẩu học, sự hài lòng-án tượng của khách du lịch đối với điểm đến và các khoản chi tiêu của chuyến du lịch. Chi tiêu và cơ cấu chi tiêu của khách du lịch được tính toán từ cuộc điều tra chọn mẫu này. Hiện nay, chi tiêu bình quân 1 ngày của khách quốc tế đến Việt Nam là 105,7 USD năm 2011, và 95,8 và 96,0 USD tương ứng vào năm 2013 và 2017 (Tổng cục thống kê, 2017). Mức chi bình quân 1 ngày trên thấp hơn Thái Lan, 162 USD vào năm 2016.

Các yếu tố này sẽ được sử dụng để đánh giá phân khúc khách du lịch để đưa ra các chính sách phù hợp. Từ xu hướng chi tiêu của khách du lịch tại các châu lục, ngành du lịch Việt Nam sẽ tìm được thị trường tiềm năng và có các chính sách thích hợp để thu hút khách. Đồng thời, các yếu tố nhân khẩu học như giới tính, nhóm tuổi,... cũng ảnh hưởng đến chi tiêu (Ngô Thị Diệu An và Nguyễn Thị Oanh Kiều, 2014). Đánh giá các nhân tố nhân khẩu học và đặc điểm của khách du lịch quốc tế, nghiên cứu sẽ trả lời các câu hỏi: Các yếu tố tạo nên thị phần của một điểm đến hay sản phẩm du lịch là gì? Khách du lịch phân bổ chi tiêu tại điểm đến như thế nào? Các điểm du lịch nên phân chia khả năng đáp ứng của họ tới danh mục sản phẩm như thế nào? Các yếu tố quyết định nên việc phân bổ thời gian của khách du lịch trong ngày tại điểm đến là gì? ... Từ xu hướng chi tiêu của khách quốc tế, Tổng cục Du lịch và các tỉnh, thành phố sẽ lên kế hoạch phát triển cơ sở hạ tầng và đa dạng hóa các sản phẩm du lịch để kích thích chi tiêu cao hơn nữa của khách du lịch. Ngược lại, các địa phương/ điểm đến du lịch cũng chủ động phát triển các sản phẩm du lịch để định hướng cơ cấu chi tiêu của khách du lịch, từ đó đóng góp vào mục tiêu tăng trưởng du lịch của địa phương và nâng cao mức sống người lao động trong ngành du lịch.

Trong nghiên cứu này, các nhân tố ảnh hưởng đến mức chi tiêu và cơ cấu chi tiêu của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam được đánh giá. Lựa chọn cơ cấu chi tiêu là biến quan tâm, nghiên cứu này thể hiện sự đánh giá toàn diện của xu hướng chi trong khoa văn về phân tử du lịch (Hadjikakou *et al.*, 2013; Vinniciombe and Sou, 2014; Ferrer-Rosell and Coenders, 2018). Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích số liệu đa hợp (Compositional Data Analysis, CoDA) - phương pháp thống kê chuẩn

mục được sử dụng khi dữ liệu chứa thông tin về sự liên hệ của giá trị của các phần với toàn thể, tiêu biểu là các phần có tổng bằng hằng số (dữ liệu đa hợp - Compositional Data). Phương pháp CoDA khởi nguồn từ những nghiên cứu của Aitchison (1982) được áp dụng cho rất nhiều lĩnh vực kinh tế xã hội khác nhau. Trong lĩnh vực du lịch, phương pháp CoDA được áp dụng để nghiên cứu về sự phân bố cho các phần; hoặc giá trị liên hệ tương đối giữa các phần.

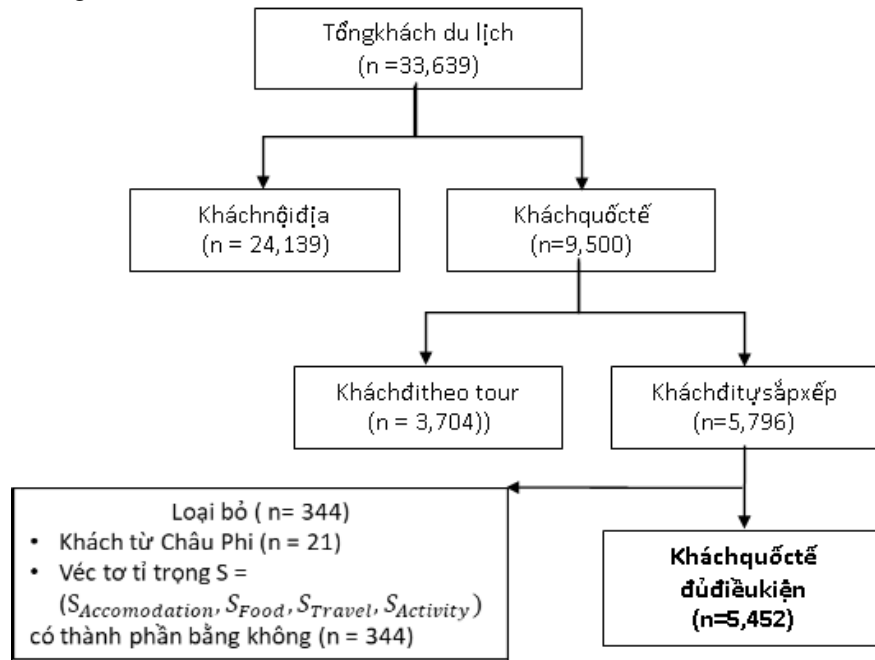
2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Dữ liệu

Cuộc điều tra chọn mẫu về chi tiêu của khách du lịch được Tổng cục Thống kê bắt đầu từ năm 2003. Đến nay, điều tra chi tiêu của khách du lịch gồm có: chi tiêu của khách quốc tế đến Việt Nam, khách Việt Nam đi du lịch trong nước và chi tiêu của khách Việt

Nam đi du lịch nước ngoài, kết quả hoạt động của công ty lữ hành. Chi tiêu của khách du lịch là một chi tiêu quan trọng do Tổng cục du lịch phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thực hiện dưới hệ thống chi tiêu Quốc gia. Mục đích của chi tiêu nhằm: “Thu thập thông tin về tổng mức chi tiêu và những khoản chi tiêu chủ yếu của khách du lịch, làm cơ sở tính mức chi tiêu bình quân chung và cơ cấu chi tiêu của khách du lịch” (Tổng cục thống kê, 2017).

Nghiên cứu này dựa trên số liệu điều tra chi tiêu của khách du lịch được Tổng cục Thống kê điều tra tháng 7, năm 2013¹. Bộ số liệu gồm cả khách du lịch nội địa (24.139 lượt khách) tại 30 tỉnh/ thành phố trực thuộc trung ương và khách quốc tế đến Việt Nam (9.500 lượt khách) tại 14 tỉnh thành. Bộ số liệu thu thập chi tiêu của khách tự sắp xếp đi và khách đi theo tour. Nghiên cứu này hạn chế trên khách quốc tế đi theo hình thức tự sắp xếp (Hình 1).



Hình 1: Biểu đồ số khách du lịch quốc tế hạn chế trong nghiên cứu từ tổng số mẫu điều tra của chi tiêu của khách du lịch 2013

Phiếu điều tra du lịch (gồm 27 câu hỏi) thu thập thông tin về nhân khẩu học của khách du lịch, bao gồm nhóm tuổi, giới tính, mục đích chuyến đi, các nguồn thông tin tham khảo để quyết định chuyến đi, mức độ hài lòng trong chuyến đi, châu lục của

khách. Đặc biệt, điều tra chú trọng vào chi tiêu của từng khoản mục của khách du lịch như mục đích của cuộc điều tra. Trong đó, phương pháp tổng hợp số liệu được áp dụng theo phương pháp bình quân². Cụ thể:

¹Theo tìm hiểu của nhóm tác giả, chi tiêu của khách du lịch được tiến hành trong các năm 2005, 2009, 2011, 2013 và 2017 (<https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=720>). Tuy nhiên, do khó khăn trong tiếp cận số liệu nên nghiên cứu sử dụng số liệu điều tra 2013.

² Phiếu điều tra khách quốc tế sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh. Chi tiêu của khách du lịch được thu thập tương ứng với ngoại tệ mà khách du lịch sử dụng. Sau đó, Tổng cục Thống kê quy đổi các ngoại tệ khác nhau về USD.

$$\text{Số ngày ở lại bình quân 1 lượt khách} = \frac{\text{Tổng số ngày khách ở lại}}{\text{Tổng số khách}}$$

$$\text{Chi tiêu bình quân 1 lượt khách} = \frac{\text{Tổng số tiền chi tiêu của khách}}{\text{Tổng số khách}}$$

$$\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách} = \frac{\text{Chi tiêu bình quân 1 lượt khách}}{\text{Số ngày ở lại bình quân 1 lượt khách}}$$

Các chi phí trong chuyến du lịch được chia thành cách khoản mục chính: (1) Tiền thuê phòng (Accommodation); (2) Tiền ăn uống (Food); (3) Tiền đi lại (Travel); (4) Chi phí tham quan; (5) Chi phí mua hàng hóa, quà lưu niệm, kỷ niệm; (6) Chi phí dịch vụ văn hóa, thể thao, giải trí; (7) Chi phí mua thuốc chữa bệnh, dịch vụ y tế; (8) Chi khác. Trưng

tự Trịnh Thị Hương (2020), nghiên cứu gộp chung các khoản mục (4) đến khoản mục (8) và gọi chung là khoản mục chi các hoạt động (Activity). Mức chi tiêu bình quân 1 ngày khách cho từng khoản mục được tính tương tự như chi tiêu bình quân 1 ngày khách. Từ đó, cơ cấu chi bình quân 1 ngày khách cho từng khoản mục (đơn vị: %, phần trăm) được xác định như sau:

$$\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách} = S_{Accommodation} + S_{Food} + S_{Travel} + S_{Activity}$$

$$S_{Accommodation} = \frac{\text{Tiền thuê phòng (Accommodation)} * 100}{\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách}} (\%)$$

$$S_{Food} = \frac{\text{Tiền ăn uống (Food)} * 100}{\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách}} (\%)$$

$$S_{Travel} = \frac{\text{Tiền đi lại (Travel)} * 100}{\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách}} (\%)$$

$$S_{Activity} = \frac{\text{Tiền các hoạt động (Activity)} * 100}{\text{Chi tiêu bình quân 1 ngày khách}} (\%)$$

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu đa hợp được biểu diễn bởi một véc tơ đa hợp S gồm D tỉ trọng trong đơn hình S^D ,

$$S^D = \left\{ S = (S_1, S_2, \dots, S_D)'; S_j > 0, j = 1, 2, \dots, D; \sum_{j=1}^D S_j = 1 \right\}$$

Trong đó, kí hiệu ' là chuyển vị của véc tơ S và tổng các tỉ trọng của véc tơ S bằng 1 hoặc 100%.

Vì mỗi quan hệ phụ thuộc giữa các tỉ trọng S_1, S_2, \dots, S_D , tức là tổng bằng 1, các mô hình hồi quy thông thường sẽ không được áp dụng. Phép toán tỉ lệ logarit đẳng cự (isometric log-ratio, ILR) chuyển đổi D tỉ trọng trong đơn hình về véc tơ gồm D-1 tọa độ trong không gian Euclide thông thường. Phép biến đổi ILR dựa trên tọa độ cân bằng (Balance Coordinates) từ phân tổ dãy nhị nguyên (Sequential Binary Bartition, SBP) của D tỉ trọng. Phép biến đổi ILR có ánh xạ ngược, tức là có thể lấy nghịch đảo của ILR để đạt các giá trị tỉ trọng tương ứng trong đơn hình S^D . Sau quá trình biến đổi, các giá trị ILR có thể đóng vai trò là biến phụ thuộc hoặc biến độc lập trong mô hình hồi quy thông thường (ước lượng

bằng phương pháp bình phương bé nhất OLS) (Trinh et al., 2019).

Để tạo tọa độ cân bằng đầu tiên, D tỉ trọng được chia thành 2 nhóm: một nhóm cho tử số và một nhóm cho mẫu số. Ở bước tiếp theo, một trong hai nhóm lại được tách thành 2 nhóm con để tạo ra tọa độ cân bằng thứ hai trong khi giữ cố định nhóm còn lại. Ở bước thứ k, ILR_k (tọa độ cân bằng thứ k) được tạo ra từ nhóm có r_k+t_k phần tử trong đó: r_k phần tử $S_{n1} \dots S_{nr}$ ở tử số, t_k phần tử $S_{d1} \dots S_{dt}$ ở mẫu số. Công thức tính ILR_k là:

$$ILR_k = \sqrt{\frac{r_k \cdot t_k}{r_k + t_k}} \ln \frac{r_k \sqrt{S_{n1} \dots S_{nr}}}{t_k \sqrt{S_{d1} \dots S_{dt}}}$$
 với $k = 1, 2, \dots, D-1$

Để tạo bảng phân tổ, tại mỗi bước, nhóm ở tử đánh số là 1, nhóm ở mẫu đánh số là -1, nhóm cố định đánh số là 0.

Ví dụ cho trường hợp $D = 4$, giả sử ta tạo bảng phân tổ là:

Bảng 1: Phân tổ dãy nhị nguyên (SBP)

S_1	S_2	S_3	S_4	Ý nghĩa
1	1	-1	-1	Phân tổ $\{S_1, S_2\}$ và $\{S_3, S_4\}$
1	-1	0	0	Phân tổ S_1 và S_2
0	0	1	-1	Phân tổ S_3 và S_4

Khi đó, phép biến đổi ILR tương ứng, gồm 3 tọa độ là:

$$\begin{aligned}
 ILR_1 &= \ln \frac{\sqrt{S_1 S_2}}{\sqrt{S_3 S_4}}; \quad ILR_2 = \sqrt{\frac{1}{2}} \ln \frac{S_1}{S_2}; \quad ILR_3 \\
 &= \sqrt{\frac{1}{2}} \ln \frac{S_3}{S_4}
 \end{aligned}$$

Tọa độ ILR_1 chứa thông tin so sánh sự thay đổi giữa phân tử $\{S_1, S_2\}$ và $\{S_3, S_4\}$. Tọa độ ILR_2 (tương tự ILR_3) chứa thông tin so sánh tỉ trọng S_1 và S_2 (tương tự S_3 và S_4).

Đối với từng khách du lịch, véc tơ tỉ trọng chi tiêu bình quân 1 ngày khách cho từng khoản mục, tức là $S = (S_{Accommodation}, S_{Food}, S_{Travel}, S_{Activity})$ là một thành phần của đơn hình S^4 . Phân tử dãy nhị nguyên được minh họa trong Bảng 2, tương tự như Trịnh Thị Hương và *ctv.* (2020). Trong đó, phân tử

Bảng 2: Phân tử dãy nhị nguyên cho chi tiêu của khách du lịch

$S_{Activity}$	S_{Travel}	S_{Food}	$S_{Accommodation}$	Ý nghĩa
1	1	-1	-1	Phân tử $\{S_{Activity}, S_{Travel}\}$ và $\{S_{Food}, S_{Accommodation}\}$
1	-1	0	0	Phân tử $S_{Activity}$ và S_{Travel}
0	0	1	-1	Phân tử S_{Food} và $S_{Accommodation}$

Ứng với phân tử dãy nhị nguyên ở Bảng 2, phép biến đổi ILR tương ứng, gồm 3 biểu thức là:

$$\begin{aligned}
 ILR_1 &= \ln \frac{\sqrt{S_{Activity} S_{Travel}}}{\sqrt{S_{Food} S_{Accommodation}}}; \quad ILR_2 \\
 &= \sqrt{\frac{1}{2}} \ln \frac{S_{Activity}}{S_{Travel}}; \quad ILR_3 \\
 &= \sqrt{\frac{1}{2}} \ln \frac{S_{Food}}{S_{Accommodation}}
 \end{aligned}$$

Mô hình hồi quy đa hợp (Compositional Regression Model) xem xét các nhân tố tác động đến cơ cấu chi tiêu, gồm 3 mô hình hồi quy tuyến tính tương ứng với 3 biến đổi ILR và các biến độc lập trong các mô hình là giống nhau. Cụ thể,

$$\begin{aligned}
 ILR_{1,i} &= \alpha_1 + \sum_{j=1}^N \beta_{1,j} X_{j,i} + \epsilon_{1,i} \\
 ILR_{2,i} &= \alpha_2 + \sum_{j=1}^N \beta_{2,j} X_{j,i} + \epsilon_{2,i} \\
 ILR_{3,i} &= \alpha_3 + \sum_{j=1}^N \beta_{3,j} X_{j,i} + \epsilon_{3,i}
 \end{aligned} \tag{1}$$

$\{S_{Activity}, S_{Travel}\}$ và $\{S_{Food}, S_{Accommodation}\}$ thể hiện xu hướng chi tiêu khoản mục linh động và khoản mục cơ bản (tức là Ăn-Ở theo văn hóa của người Việt Nam). Chi tiêu cho khoản mục chỗ ở là cố định và sẽ được lên kế hoạch trước chuyến đi trong khi giá cả ăn uống tại Việt Nam tương đối rẻ so với các nước khác. Do đó, giả thiết chi tiêu cho phân tử $\{S_{Food}, S_{Accommodation}\}$ sẽ làm giảm năng suất du lịch so với chi tiêu cho phân tử $\{S_{Activity}, S_{Travel}\}$. Các bước phân tử tiếp theo phân chia nhỏ từng khoản mục ở trên. Cụ thể, trong hai phân tử S_{Food} và $S_{Accommodation}$, chi tiêu cho nhiều cho ăn uống (Food) sẽ tăng năng suất du lịch hơn $S_{Accommodation}$. Tương tự, chi tiêu khoản mục hoạt động sẽ đóng góp nhiều hơn vào giá trị thặng dư của ngành du lịch so với phương tiện đi lại.

Trong đó, X_j bao gồm các đặc điểm nhân khẩu học của khách du lịch (nhóm tuổi, giới tính, nghề nghiệp), mục đích chuyến đi, phương tiện di chuyển, số lần tham quan, nguồn thông tin tham khảo, mức độ ấn tượng và hài lòng trong chuyến đi, châu lục. Các nhân tố này được xác định từ mẫu điều tra. Đồng thời, các nhân tố trên cũng được sử dụng trong nghiên cứu khách trên thế giới (Hadjikakou *et al.*, 2013; Ferrer-Rosell and Coenders, 2018).

Các hệ số hồi quy của mô hình (1) được ước lượng bằng phương pháp bình phương bé nhất (OLS). Giải thích các hệ số ước lượng của mô hình hồi quy (1) tương tự như mô hình hồi quy tuyến tính thông thường. Cụ thể, hệ số hồi quy dương thể hiện tác động cùng chiều và hệ số hồi quy âm thể hiện tác động ngược chiều. Từ giả thiết về đóng góp của các phân tử trong năng suất du lịch ở trên, biến có ý nghĩa cho mục tiêu tăng năng suất du lịch là biến có tác động dương (cùng chiều) với cả ba biến ILR_1, ILR_2, ILR_3 . Giả thiết này tương tự như các nghiên cứu trước về ảnh hưởng của cấu trúc chi tiêu đến năng suất du lịch (Vinnicombe and Sou, 2014).

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN³

3.1 Đặc điểm cơ bản của khách du lịch

Bảng 3 thể hiện đặc điểm chung của khách du lịch quốc tế theo hình thức tự sắp xếp. Có 5452

³Các kết quả và hình vẽ trong mục này được thực hiện trên phần mềm R, câu lệnh tham khảo trong GeraldBoogaart and Tolosana-Delgado (2013).

khách quốc tế trong nghiên cứu này. Chi tiêu bình quân 1 ngày khách là 136.2 USD. Trung bình 1 lượt khách ở lại địa điểm du lịch là 4.3 ngày. Nhóm tuổi du lịch chủ yếu là từ 25-34 tuổi và 35-44 tuổi, và hai nhóm tuổi này có tỉ lệ tương đối bằng nhau. Khách du lịch chủ yếu là nam giới và tỉ lệ nam giới gần gấp đôi nữ giới. Trong các mục đích du lịch, mục đích nghỉ ngơi, tham gia và vui chơi giải trí chiếm nhiều nhất. Tỉ lệ người du lịch có trẻ em dưới 3 tuổi chiếm tỉ lệ nhỏ (5.2%) nên chi tiêu cho trẻ em coi như không đáng kể và giả thiết tỉ lệ trẻ em không ảnh hưởng đến kết quả nghiên cứu. Trước chuyến đi du lịch, khách du lịch sẽ tham khảo trên 1 nguồn thông tin (dựa trên 6 nguồn thông tin: bạn bè, người thân; sách, báo, tạp chí; internet; công ty du lịch; tivi;

được mời). Trong đó, nguồn tham khảo phổ biến nhất là từ bạn bè và người thân. Hầu hết khách du lịch (94.4%) hài lòng với chuyến đi. Tuy nhiên, trong 5 đặc điểm ấn tượng tại điểm thăm quan (phong cảnh đẹp; thái độ của người dân nơi đến du lịch, chất lượng phục vụ của các cơ sở lưu trú, chất lượng phục vụ tại các điểm tham quan, hàng hóa rẻ), khách du lịch chỉ hài lòng trung bình 1 đến 2 đặc điểm. Đặc biệt, phong cảnh đẹp là đặc điểm được ấn tượng nhất của khách. Kết quả miêu tả cơ bản của số liệu cho thấy cần nâng cao chất lượng cơ sở lưu trú, phục vụ tại các điểm thăm quan hơn nữa. Khách du lịch chủ yếu đến từ châu Á và châu Âu (chiếm 77%).

Bảng 3: Đặc điểm chung của khách du lịch quốc tế đi theo hình thức tự sắp xếp

Đặc điểm	Giá trị	Đặc điểm	Giá trị
Tổng số quan sát	5,452	Số ngày ở lại bình quân 1 lượt khách (ngày)	4,3 (5,4)
Chi tiêu bình quân 1 ngày khách (USD)	136,2 (142,6)	Thương gia	31
Nhóm tuổi (%)	Từ 15 đến 24 tuổi	Nghề nghiệp (%)	Công chức, viên chức 29,7
	Từ 25 đến 34 tuổi		Nghề khác 39,4
	Từ 35 đến 44 tuổi	Lần thứ mấy đến	Lần 1 60,6
	Từ 45 đến 54 tuổi	tính/thành phố này (%)	Từ 2 lần trở lên 39,4
	Trên 54 tuổi	Hài lòng với chuyến	Không 5,3
Giới tính (%)	Nữ	đi (%)	Có 94,4
	Nam	Số lượng nguồn tham khảo thông tin để quyết định chuyến đi	1,4 (0,7)
Mục đích của chuyến đi (%)	Du lịch nghỉ ngơi, tham quan, vui chơi giải trí	Phong cảnh đẹp	67,1
	Mục đích khác	Đặc điểm ấn tượng ở các điểm tham quan, du lịch (%)	Thái độ của người Việt Nam 41,1
Nguồn thông tin tham khảo để quyết định chuyến đi (%)	Bạn bè, người thân	Ấn tượng về phòng nghỉ giá rẻ	22,3
	Internet	Chất lượng phục vụ tại các điểm tham quan	24,4
	Sách	Châu Mỹ	12,9
Số lượng đặc điểm có ấn tượng tốt	1,8 (1,2)	Châu Á	42,9
	Châu lục	Châu Âu	34,1
Trẻ em dưới 3 tuổi (%)	Không có	Châu Đại Dương	10,1
	Có		

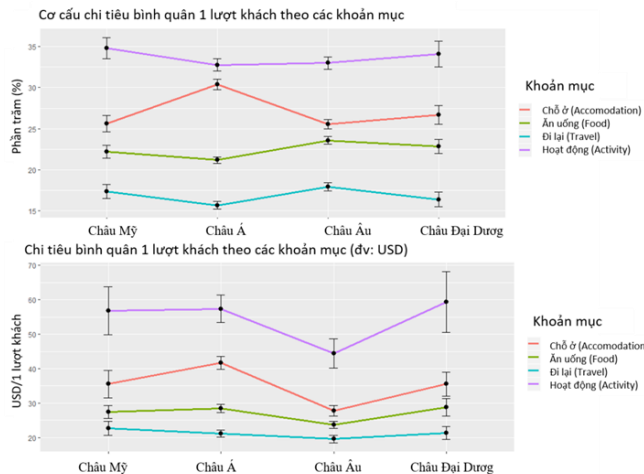
Đối với các biến liên tục, thống kê gồm giá trị trung bình và lệch chuẩn (trong ngoặc). Đối với các biến rời rạc, giá trị tương ứng là tỉ lệ phần trăm.

Nguồn: Tính toán của tác giả từ Dữ liệu từ 5452 phiếu phỏng vấn du khách, Điều tra chi tiêu của khách du lịch 2013.

3.2 Phân bổ chi tiêu theo từng khoản mục

Hình 2 cho thấy phân bổ chi tiêu bình quân 1 ngày khách (đơn vị: USD) theo từng khoản mục và tỉ lệ chi tiêu (%) cho 4 khoản mục của khách du lịch quốc tế theo 4 châu lục không có sự khác biệt nhiều về xu hướng, theo thứ tự từ bé đến lớn là: Travel, Food, Accomodatin, Activity. Tuy nhiên, so sánh tỉ lệ chi tiêu cho từng phân tử sẽ thấy sự khác nhau giữa các châu lục. Đối với khoản mục chỗ ở, khách du lịch từ châu Á (trong đó, phần đông là Trung Quốc và Hàn Quốc) chi nhiều hơn các khách du lịch từ các châu lục còn lại cả về độ lớn và tỉ trọng. Chi tiêu

hiều cho chỗ ở khiến năng suất du lịch phục vụ khách châu Á sẽ thấp hơn khách du lịch từ phương Tây. Đặc biệt, khách du lịch đến từ châu Âu có mức chi cho chỗ ở nhỏ nhất về mặt tỉ trọng của khoản mục (%) lại khá tương đương với các châu lục khác. Khách du lịch đến từ châu Âu cũng có mức chi tỉ trọng cao cho các hoạt động ăn uống. Do đó, cơ cấu chi tiêu của khách châu Âu sẽ có tác động nâng cao năng suất du lịch. Từ đó, mục tiêu thu hút thêm khách du lịch từ thị trường châu Âu, bên cạnh thị trường truyền thống từ châu Á, sẽ đóng góp rất lớn cho doanh thu của ngành du lịch.



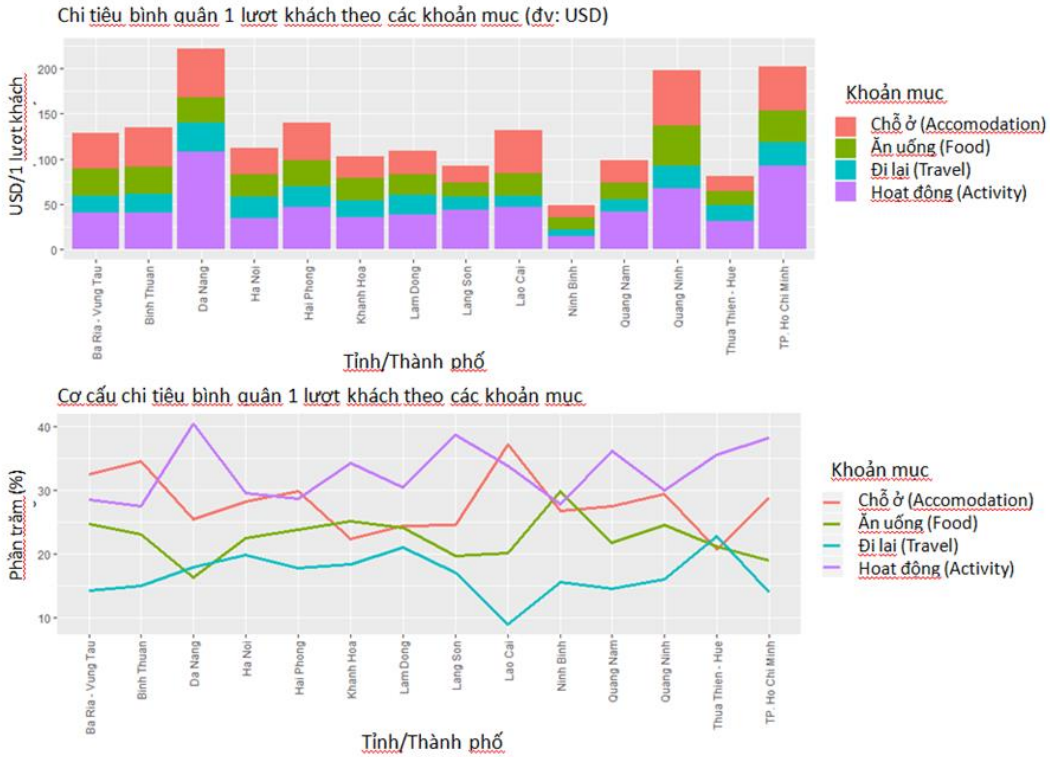
Hình 2: Chi tiêu bình quân 1 ngày khách và tỉ lệ chi tiêu theo từng khoản mục của khách du lịch quốc tế theo 4 châu lục

Nguồn: Tính toán của tác giả từ dữ liệu từ 5452 phiếu phỏng vấn du khách, Điều tra chi tiêu của khách du lịch 2013.

Hình 3 thể hiện chi tiêu bình quân 1 ngày khách theo từng khoản mục và tỉ lệ chi tiêu cho từng khoản mục: Accomodatin, Food, Travel, Activity tại 14 tỉnh thành (tức điểm đến) của khách quốc tế đi theo hình thức tự sắp xếp. Các tỉnh có mức chi tiêu bình quân 1 ngày khách cao nhất là Đà Nẵng (224USD), Thành phố Hồ Chí Minh (200 USD) và Quảng Ninh (199USD). Tỉnh có mức chi tiêu bình quân 1 ngày khách thấp nhất là Ninh Bình (50 USD). Về cơ cấu chi tiêu, tại hầu hết các tỉnh, chi tiêu cho các hoạt động (Acitivity) chiếm tỉ trọng lớn nhất (trên 30%). Tiếp theo, tỉ trọng chi tiêu cho thuê phòng (Accommodation) và ăn uống (Food) chiếm vị trí thứ

hai tùy theo từng tỉnh. Chi tiêu cho đi lại⁴ (Travel) chiếm tỉ trọng thấp nhất ở hầu hết các tỉnh và chiếm khoảng 5-20%. Xu hướng chi tiêu ở trên có thể hiện sự đa dạng các dịch vụ du lịch ở các tỉnh khi chi tiêu cho các hoạt động chiếm tỉ trọng lớn nhất. Trong khi đó, chi tiêu cho (Accommodation) và ăn uống (Food) vẫn chiếm tỉ trọng cao vì đó là hai khoản mục cơ bản nhất của một chuyến tham quan. Thành phố Đà Nẵng có mức chi tiêu cho hoạt động (Activity) lớn nhất, có thể là do địa phương này có nhiều điểm tham quan, hoạt động. Ninh Bình là tỉnh có mức chi cho ăn uống chiếm tỉ trọng lớn nhất, có lẽ là do sự nổi tiếng và các đặc sản.

⁴ Điều tra chi hạn chế trên các chi tiêu đi lại trên lãnh thổ Việt Nam.



Hình 3: Chi tiêu bình quân 1 ngày khách và tỉ lệ chi tiêu theo từng khoản mục của khách du lịch quốc tế tại điểm đến

Nguồn: Tính toán của tác giả từ dữ liệu từ 5452 phiếu phỏng vấn du khách, Điều tra chi tiêu của khách du lịch 2013.

3.3 Ảnh hưởng của các nhân tố đến cơ cấu chi tiêu

Lựa chọn các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu chi tiêu được tiến hành thông qua mô hình hồi quy từng bước kết hợp với phương pháp lựa chọn loại bỏ. Đầu tiên, đưa vào mô hình hồi quy toàn bộ các biến ở Bảng 3 và sẽ loại bỏ lần lượt từng biến nếu biến đó không có ý nghĩa (tức là P-value > 0.05). Kết quả hồi quy được thể hiện ở Bảng 4 với ít nhất một trong ba hệ số hồi quy có ý nghĩa. Hệ số R bình phương hiệu chỉnh (R^2_{adj}) được thể hiện ở dòng cuối cùng của Bảng 4. Hệ số bình phương hiệu chỉnh này tương đối nhỏ (dưới 6%), lưu ý là các kết quả từ mô hình hồi quy CoDA thường có hệ số bình phương hiệu chỉnh không cao. Ví dụ, mô hình hồi quy của Trinh *et al.* (2019) có hệ số R bình phương hiệu chỉnh là 20-30%. Hệ số bình phương hiệu chỉnh nhỏ trong mô hình hồi quy có thể do thiếu biến quan sát trong mô hình. Ví dụ biến mức thu nhập – là một

biến quan trọng trong các nghiên cứu trước đó (Vinciombe and Sou, 2014), không được thu thập trong mô hình⁵.

Như đã giả thiết ở mục 2.2 biến có tác động tốt nhất với năng suất du lịch được giả thiết là biến có tác động dương (cùng chiều) và có ý nghĩa thống kê (ở mức P-value < 0.1). Từ đó, nhân tố có tác động lớn nhất đến năng suất du lịch là khách quốc tế đến Việt Nam với mục đích Du lịch nghỉ ngơi, tham quan và vui chơi. Đây là một kết quả không mới nhưng được khẳng định lại trong nghiên cứu của chúng tôi. So với khách du lịch đến Việt Nam với mục đích du lịch nghỉ ngơi sẽ dành nhiều thời gian cho các hoạt động trải nghiệm du lịch và sẽ chi tiêu nhiều hơn. Tương tự, khách du lịch quốc tế có ấn tượng với phong cảnh đẹp của Việt Nam cũng có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho phân tử hoạt động trải nghiệm (Activity-Travel) và đặc biệt là hoạt động

⁵Mô hình hồi quy có đưa thêm biến tính thành như là 1 biến phụ thuộc (gồm 9 tỉnh thành) có hệ số bình phương hiệu chỉnh cao hơn. Tuy nhiên, tác giả không đưa vào

mô hình do các đặc điểm kinh tế xã hội khác nhau của từng tỉnh thành.

Activity. Từ đó, để nâng cao năng suất du lịch, ngành du lịch của các địa phương cần tiếp tục đa dạng các hoạt động trải nghiệm kết hợp với văn hóa, ẩm thực để làm tăng giá trị của sản phẩm du lịch. Khách du lịch có ấn tượng với chất lượng phục vụ tại địa điểm du lịch cũng có xu hướng chi tiêu ngược chiều giả thiết tăng năng suất du lịch. Kết quả của nhân tố này dẫn đến cần xem xét cải thiện chất lượng phục vụ tại các điểm tham quan. Theo kết quả Bảng 3, hiện tại chỉ 24,4% khách du lịch hài lòng về chất

lượng dịch vụ. Khách đến từ châu Âu và châu Đại Dương thể hiện xu hướng chi tiêu không có ý nghĩa thống kê. Ngược lại, khách du lịch châu Á có xu hướng chi tiêu làm giảm năng suất du lịch so với khách đến từ châu Mỹ, cụ thể, khách châu Á chi tiêu nhiều cho khoản mục chỗ ở và ăn uống. Vấn đề này đã được đánh giá từ các nghiên cứu khác (do phần lớn khách du lịch từ Trung Quốc) và phù hợp với chiến lược thu hút khách từ các thị trường khác, như từ Tây Á và châu Mỹ.

Bảng 4: Hệ số hồi quy của mô hình đa hợp (1) tương ứng với biến ILR

Biến ảnh hưởng	ILR1		ILR2		ILR3	
	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn của hệ số hồi quy	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn của hệ số hồi quy	Hệ số hồi quy	Độ lệch chuẩn của hệ số hồi quy
Hệ số tự do	-0.15	0.13	0.1	0.18	-0.06	0.04
Có ấn tượng phong cảnh đẹp (mặc định: Không)	0.12 *	0.06	-0.02	0.07	0.03 *	0.02
Có ấn tượng chất lượng phục vụ (mặc định: Không)	-0.2 ***	0.06	-0.08	0.08	-0.08 ***	0.02
Có tham khảo thông tin từ Internet (mặc định: Không)	0.12 *	0.05	0.01	0.07	0.02	0.01
Có tham khảo thông tin từ bạn bè/người thân (mặc định: Không)	0.03	0.05	0.03	0.07	0.06 ***	0.01
Có tham khảo thông tin từ Sách (mặc định: Không)	-0.03	0.06	0.02	0.08	0.03 .	0.02
Mục đích chuyến đi là Du lịch nghỉ ngơi, tham quan, vui chơi (mặc định: Mục đích khác)	0.18 **	0.07	0.26 **	0.09	0.05 *	0.02
Lần thứ hai hoặc nhiều đến Việt Nam (mặc định: Lần 1)	-0.17 **	0.05	0.04	0.07	-0.06 ***	0.01
Khách quốc tế từ châu lục (Mặc định: Châu Mỹ)	-0.18 *	0.08	0.04	0.1	-0.12 ***	0.02
Châu Á	-0.09	0.08	-0.05	0.11	0.02	0.02
Châu Âu	-0.02	0.1	0.1	0.14	0	0.03
Nhóm tuổi (Mặc định: Từ 15 đến 24 tuổi)						
Từ 25 đến 34 tuổi	-0.01	0.08	0.07	0.11	-0.05 *	0.02
Từ 35 đến 44 tuổi	-0.16 .	0.09	0.06	0.11	-0.09 ***	0.02
Từ 45 đến 54 tuổi	-0.26 **	0.09	-0.06	0.12	-0.11 ***	0.03
Trên 54 tuổi	-0.08	0.11	0.21	0.14	-0.12 ***	0.03
Nghề nghiệp (Mặc định: Thương gia)						
Công chức/viên chức	-0.17 **	0.06	-0.03	-0.09	-0.01	0.02
Nghề nghiệp khác	-0.07	0.06	-0.03	-0.08	-0.02	0.02
Hệ số R bình phương hiệu chỉnh		0.018		0.0003		0.055

Mức độ ý nghĩa *10%, **5%, ***1%.

Khách du lịch đến Việt Nam lần thứ 2 cũng có xu hướng chi tiêu ngược chiều với các phân tổ, cụ thể nhóm khách này có xu hướng chi tiêu cho phân tổ chỗ ở và ăn uống – hai yêu cầu tối thiểu của một chuyến du lịch. Khách du lịch đến Việt Nam lần thứ 2 mới chỉ chiếm 39% tổng số khách du lịch. Như đã phân tích ở trên, cần có sự đa dạng về các hoạt động du lịch và cải thiện chất lượng dịch vụ để tăng chi tiêu cho các khoản mục có giá trị thặng dư cao khi khách quay trở lại lần 2. Nguồn tham khảo thông tin của khách du lịch có vai trò tích cực trong chi tiêu khoản mục Activity nếu khách du lịch có tham khảo thông tin từ Internet hoặc người thân bạn bè hoặc sách. Hiện nay, người thân, bạn bè và Internet là các kênh thông tin chính để 1 khách du lịch quyết định đến Việt Nam, xem Bảng 3. Do đó, cần thêm các hoạt động quảng bá qua Internet. Ngoài ra, nguồn tham khảo thông tin từ bạn bè, người thân – có thể là những người đã từng du lịch Việt Nam. Các nhóm tuổi từ trên 24 tuổi, so với nhóm khách dưới 24 tuổi, đều có xu hướng chi tiêu giống nhau, tức là chi tiêu nhiều cho khoản mục đi lại (Travel) hơn là khoản mục hoạt động (Activity). Xu hướng này của khách du lịch quốc tế đến Việt Nam khác với xu hướng của khách tham quan đảo Địa Trung Hải (Hadjikakou *et al.*, 2013). Tương tự, biến giới tính không xuất hiện trong bảng 4 – tức là nó không có ý nghĩa thống kê – cũng là một nhân tố có tác động ngược so với các nghiên cứu ở châu Âu.

4 KẾT LUẬN

Mức chi tiêu của khách du lịch và cơ cấu chi tiêu là một chỉ tiêu quan trọng làm tăng lợi suất của ngành du lịch. Cơ cấu chi tiêu được phân chia thành 4 khoản mục: chỗ ở (Accommodataion), ăn uống (Food), đi lại (Travel) và các hoạt động (Activity). Từ các nghiên cứu về khách du lịch tại các điểm du lịch như Tây Ban Nha, đảo Địa Trung Hải, giả thiết khách du lịch chi tiêu cao cho nhóm phân tổ Travel-Activity so với Food-Accommodation sẽ làm tăng năng suất của du lịch. Hơn nữa, trong hai nhóm phân tổ trên, chi tiêu cho phân tổ Activity và Food sẽ có tác động tích cực lên doanh thu của du lịch so với Travel và Accommodation. Giả thiết và kết quả nghiên cứu này sẽ đóng góp thêm một chỉ số thống kê để hoàn thiện hơn cơ sở dữ liệu của thị trường du lịch, đặc biệt tại từng địa phương.

Nghiên cứu đã tập trung phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến cơ cấu chi tiêu của khách du lịch quốc tế đi theo hình thức tự sắp xếp năm 2013. Kết quả nghiên cứu cho thấy xu hướng chi tiêu của khách châu Âu có khả năng tăng năng suất du lịch. Từ đó, kết quả phù hợp với chiến lược thu hút khách

có mức chi tiêu cao và cơ cấu chi tiêu phù hợp từ các thị trường mới, như các nước phương Tây và Tây Á, bên cạnh các thị trường truyền thống ở châu Á.

Kết quả nghiên cứu cho thấy khách du lịch có mục đích chuyến đi là du lịch, tham quan, vui chơi giải trí sẽ có khả năng đóng góp cao vào doanh thu của ngành du lịch. Tuy nhiên, cần nâng cao chất lượng dịch vụ để tạo ấn tượng về chất lượng phục vụ, thu hút thêm khách du lịch quay trở lại Việt Nam. Đồng thời, khẳng định chất lượng thông qua các khách du lịch đã từng đến Việt Nam cũng là một kênh thông tin và quảng bá hiệu quả cho du lịch Việt Nam.

Nghiên cứu cho thấy đặc điểm nhân khẩu học như giới tính chưa tạo ra sự khác biệt về xu hướng chi tiêu. Ngoài ra, kết quả hồi quy cho thấy nhóm trẻ nhất (15-24 tuổi) có xu hướng chi tiêu nhiều nhất cho các khoản mục: Food so với Accommodation, khi so sánh với các nhóm tuổi khác. Cần bổ sung thêm là nhóm tuổi 14-24 chiếm khoảng 15% khách du lịch đến trong năm 2013 so với tổng số khách du lịch. Từ đó, có thể thấy các dịch vụ của ngành du lịch chưa có các sản phẩm riêng cho các nhóm tuổi-giới tính như các địa điểm nổi tiếng thế giới. Nghiên cứu này nên tiếp tục phát triển để có thể so sánh các đặc điểm của khách quốc tế và nội địa nhằm định hướng chiến lược thu hút khách du lịch của các địa điểm.

Nghiên cứu của chúng tôi có một số hạn chế, tuy nhiên, các hạn chế này có thể được cải thiện trong các nghiên cứu trong tương lai. Nghiên cứu có tính thời sự hơn nếu được tiến hành trên số liệu cập nhật hơn. Nghiên cứu có các hạn chế như chưa có các thông tin khách quan có thể ảnh hưởng đến xu hướng chi tiêu như: thu nhập của khách du lịch, loại hình chỗ ở/khách sạn, thời tiết, sự kiện văn hóa nổi bật tại thời điểm điều tra của từng địa điểm và dịch bệnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Coenders, G. and Ferrer-Rosell, B., 2020. Compositional data analysis in tourism. Review and future directions. *Tourism Analysis*, 25(1):153-168
- Ferrer-Rosell, B., Coenders, G., and Martínez-García, E., 2016. Segmentation by tourist expenditure composition: an approach with compositional data analysis and latent classes. *Tourism analysis*, 21(6): 589-602.
- Ferrer-Rosell, B., & Coenders, G., 2018. Destinations and crisis. Profiling tourists' budget share from 2006 to 2012. *Journal of destination marketing & management*, 7: 26-35.

- Gerald Boogaart, K. and Tolosana-Delgado R., 2013. Analyzing compositional data with R. Springer. Berlin, 258 pages.
- Hadjikakou, M., Chenoweth, J., Miller, G., Druckman, A. and Li, G., 2013. Rethinking the economic contribution of tourism: case study from a Mediterranean Island. *Journal of Travel Research*, 53(5):610-624.
- Ngô Thị Diệu An và Nguyễn Thị Oanh Kiều. 2014. *Giáo trình tổng quan du lịch*. NXB Đà Nẵng.
- Thủ tướng Chính phủ, 2020. Quyết định số 147/QĐ-TTg, ngày 22/01/2020: Quyết định phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.
- Tổng cục Thống kê. 2017. *Kết quả điều tra chi tiêu của khách du lịch giai đoạn 2003-2015*. Nhà xuất bản Thống kê.
- Trinh, H.T., Morais, J., Thomas-Agnan, C. and Simioni, M., 2019. Relations between socio-economic factors and nutritional diet in Vietnam from 2004 to 2014: New insights using compositional data analysis. *Statistical Methods in Medical Research*.28(8):2305-2325.
- Trịnh Thị Hương, Lê Văn Tuấn và Đàm Thị Thu Trang. 2020. Sử dụng phương pháp CoDA trong đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến cơ cấu chi tiêu của khách du lịch nội địa. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*. 9(727): 26-31.
- Vinnciombe, T. and Sou, P.J., 2014. Market segmentation by expenditure: an underutilized methodology in tourism research. *Tourism Review*, 69(2): 122-136.