

## XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ KINH TẾ DU LỊCH CỤM ĐẢO HÒN YẾN, TỈNH ĐẮK LẮK

Nguyễn Hoàng Thái Khang<sup>1\*</sup>, Hà Thị Thu Ngân<sup>2</sup>, Cao Thị Thảo Ly<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Viện Hải dương học, Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Khánh Hòa

<sup>2</sup>Khoa Du lịch, Trường Đại học Đông Á, Đà Nẵng

<sup>3</sup>Khoa Du lịch, Trường Đại học Nha Trang, Khánh Hòa

Ngày nhận bài: 13/6/2025; Ngày chỉnh sửa: 09/7/2025; Ngày duyệt đăng: 14/7/2025

DOI: <https://doi.org/10.59775/1859-3968.311>

### Tóm tắt

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chi phí du hành theo vùng để định lượng giá trị kinh tế du lịch của cụm đảo Hòn Yến. Thông qua khảo sát du khách nội địa và phân tích dữ liệu theo khoảng cách vùng địa lý, nghiên cứu đã xây dựng được đường cầu du lịch và ước lượng tổng giá trị kinh tế du lịch đạt khoảng 339.450 triệu đồng/năm. Trong đó, thặng dư tiêu dùng của du khách lên đến 76.298 triệu đồng, chiếm hơn 22% tổng giá trị, phản ánh tiềm năng kinh tế cao của điểm đến. Kết quả cho thấy có sự khác biệt giữa các vùng về tỷ lệ tham quan, chi phí du hành và mức sẵn sàng chi trả; trong đó, các vùng lân cận có mật độ tham quan cao hơn, còn các vùng xa lại đóng góp lớn hơn vào tổng giá trị kinh tế. Mô hình hồi quy cho thấy mối tương quan chặt chẽ ( $R = 0,753$ ; Sig.  $F = 0,042$ ) giữa chi phí du hành và số lượt khách tham quan. Nghiên cứu này chỉ tập trung đo lường khía cạnh doanh thu và thặng dư tiêu dùng trong giá trị du lịch, cho nên chưa tính tới các mặt khác như lợi ích xã hội, văn hóa và môi trường. Nghiên cứu cũng đề xuất nên mở rộng khảo sát đối với du khách quốc tế và theo chuỗi thời gian nhằm nâng cao khả năng ứng dụng của kết quả.

**Từ khóa:** Chi phí du hành, Giá trị du lịch, Hòn Yến, Thặng dư tiêu dùng.

### 1. Đặt vấn đề

Hòn Yến là điểm du lịch nổi bật với cảnh quan tự nhiên độc đáo, gồm cụm đảo Hòn Yến, Hòn Đụn, Bàn Than, Gành Yến, Hòn Chồi và Vũng Chồi, trong đó Hòn Yến là điểm nhấn với núi đá kỳ vĩ, rạn san hô nhiều màu sắc và không gian biển đảo thanh bình [1].

Trước năm 2025, cụm đảo thuộc xã An Hòa Hải, huyện Tuy An, tỉnh Phú Yên; sau khi sắp xếp đơn vị hành chính, nay thuộc xã Ô Loan, tỉnh Đắk Lắk. Hệ sinh thái rạn san hô và sinh vật biển đa dạng không chỉ đáp ứng nhu cầu tham quan mà còn có giá trị nghiên cứu và bảo tồn. Tuy nhiên, để khai thác bền

vững, cần quản lý du lịch theo hướng bảo vệ cảnh quan và duy trì hệ sinh thái, đồng thời tạo nguồn thu ổn định cho địa phương.

Phương pháp chi phí du hành (Travel Cost Method - TCM) được áp dụng rộng rãi trong nghiên cứu du lịch sinh thái, giúp định lượng giá trị kinh tế của cảnh quan tự nhiên, hỗ trợ hoạch định chính sách bảo tồn và phát triển bền vững. Nhiều nghiên cứu quốc tế cho thấy hiệu quả của TCM, như tại hồ Gahar (Iran) với giá trị 1,99 triệu USD/năm [2]; rừng Sundarbans (Bangladesh) 1 triệu USD/năm [3]; khu câu cá giải trí ở Portland, Australia, 499.533–1.325.124 USD/năm [4]; và cảnh quan Alps (Thụy Sĩ) với mức sẵn lòng chi trả 80 EUR cho 60 ha đồng cỏ khô [5]. Nghiên cứu tại Công viên Quốc gia Kaziranga đề xuất mức phí tối ưu 187,6 Rupee/du khách nhằm tăng nguồn thu cho bảo tồn [6]. Việc áp dụng phí tham quan theo TCM đã chứng minh hiệu quả trong cân bằng giữa bảo tồn đa dạng sinh học và sinh kế địa phương, như tại Sundarbans [3].

Tại Việt Nam, phương pháp này được áp dụng để đánh giá giá trị kinh tế của nhiều khu du lịch tự nhiên. Nghiên cứu tại Vườn quốc gia Cúc Phương khẳng định vai trò của du lịch sinh thái trong phát triển kinh tế và bảo tồn [7]. Tại Vườn quốc gia Cát Bà, giá trị giải trí ròng đạt 18.453.294 triệu đồng, với thặng dư tiêu dùng 9.220.110 triệu đồng/năm và doanh thu tiềm năng 9.233.184 triệu đồng/năm [8].

Cụm đảo Hòn Yến - điểm du lịch sinh thái không thu phí vào cửa - là đối tượng phù hợp để áp dụng TCM nhằm lượng hóa giá trị kinh tế phi thị trường mà du khách sẵn lòng chi trả. Kết quả sẽ giúp đề xuất chính sách bảo tồn hợp lý, cân đối giữa khai thác du lịch và bảo vệ rạn san hô, đồng thời xây dựng chính sách giá phù hợp, duy trì sức hấp dẫn điểm

đến, phát triển du lịch cộng đồng và nâng cao thu nhập cho người dân địa phương.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết nghiên cứu

Phương pháp chi phí du hành là một phương pháp định giá gián tiếp được sử dụng để ước tính giá trị kinh tế của các khu vực du lịch và giải trí tự nhiên. Phương pháp này dựa trên giả định rằng chi phí mà du khách chi trả để đến một địa điểm phản ánh giá trị mà họ gắn liền với trải nghiệm tại địa điểm đó [9]. Các chi phí này bao gồm: chi phí vận chuyển như xăng dầu, vé tàu xe từ nơi ở đến địa điểm tham quan và ngược lại. Chi phí thời gian là giá trị thời gian mà du khách dành cho việc di chuyển và tham quan. Các chi phí khác gồm chi phí lưu trú, chi phí ăn uống, và các hoạt động giải trí khác trong chuyến đi [10].

Trong phương pháp chi phí du hành, có ba cách khác nhau để xác định chi phí vận chuyển. Cách thứ nhất chỉ tính riêng chi phí nhiên liệu, trong khi cách thứ hai mở rộng phạm vi tính toán bao gồm cả chi phí nhiên liệu, phí cầu đường, chi phí khấu hao và các khoản chi phí liên quan khác. Cách thứ ba dựa trên ước tính chủ quan của du khách về tổng chi phí chuyến đi. Mặc dù sự khác biệt giữa ba phương pháp này không ảnh hưởng đáng kể nếu xét về mặt thống kê, nhưng chúng lại tác động lớn đến kết quả tính thặng dư tiêu dùng [10]. Trong khi đó, phương pháp thứ ba ít được sử dụng do du khách hay gặp khó khăn trong việc tự ước tính một cách chính xác chi phí chuyến đi của mình. Vì vậy, phương pháp thứ hai được coi là phù hợp hơn, trong đó đề xuất giả định rằng chi phí khấu hao chiếm 1% chi phí nhiên liệu và cần được cộng vào tổng chi phí di chuyển [11].

Thời gian di chuyển là một dạng chi phí cơ hội, phản ánh giá trị của thời gian mà du khách dành cho việc đi lại tham quan thay vì làm việc hoặc tham gia các hoạt động khác. Nhiều nghiên cứu cho rằng chi phí thời gian nên được ước tính theo một tỷ lệ so với mức lương theo giờ và đề xuất tỷ lệ này dao động từ 1/3 đến 1/2 mức lương theo giờ nhằm phản ánh hợp lý hơn giá trị của thời gian di chuyển [12].

Chi phí ăn uống không phải là khoản chi phí bắt buộc và việc ăn uống thường được xem như một phần của trải nghiệm du lịch. Do đó, các khoản chi này vẫn được tính vào tổng chi phí du hành, vì chúng phản ánh chi tiêu thực tế phát sinh trong quá trình tham quan [13].

## 2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp chi phí du lịch (Travel Cost Method – TCM) là công cụ phổ biến để định lượng giá trị kinh tế của điểm đến dựa trên chi phí du khách bỏ ra. Có hai hướng tiếp cận chính: (1) Chi phí du lịch cá nhân (ICTM) - sử dụng dữ liệu từng cá nhân để xây dựng đường cầu; và (2) Chi phí du lịch theo vùng (ZTCM) - phân tích hành vi du lịch theo vùng địa lý [14].

Trong nghiên cứu này, phương pháp ZTCM được áp dụng cho Hòn Yến vì phù hợp với điều kiện thực tế. Thứ nhất, Hòn Yến là điểm du lịch mở, không thu phí, nên cần một phương pháp gián tiếp để ước tính giá trị kinh tế. Thứ hai, ZTCM phân tích dữ liệu theo vùng khởi hành, giúp xây dựng mô hình cầu du lịch dựa trên chi phí trung bình từng vùng – thích hợp khi khảo sát mẫu lớn và thiếu dữ liệu cá nhân chi tiết [14]. Thứ ba, phương pháp này phản ánh rõ mối quan hệ giữa chi phí và tần suất tham quan, từ đó xác định giá trị kinh tế của điểm đến đáng tin cậy.

Một giả định quan trọng trong nghiên cứu chi phí du hành là mỗi chuyến đi chỉ nhằm đến một điểm duy nhất. Tuy nhiên, trong thực tế, nhiều du khách kết hợp nhiều điểm đến, khiến chi phí không thể quy hoàn toàn cho Hòn Yến. Do chưa có giải pháp xử lý triệt để sai lệch này, nghiên cứu chấp nhận một mức sai số nhất định khi du khách tham quan nhiều địa điểm [15].

Dữ liệu thứ cấp (2022-2024) được thu thập từ Niên giám thống kê và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, gồm thông tin về lượng khách, thời gian và dân số các vùng. Dữ liệu sơ cấp thu qua khảo sát bảng hỏi trực tiếp, gồm ba phần: (1) thông tin cá nhân, (2) sở thích du lịch, và (3) chi phí chuyến đi. Đối tượng là khách nội địa đến Hòn Yến trong giai đoạn khảo sát. Phương pháp chọn mẫu phân tầng được sử dụng, chia khách thành năm vùng địa lý theo khoảng cách đến Hòn Yến. Khách quốc tế không được khảo sát do số lượng ít và hành trình đa điểm [7-14]. Khảo sát diễn ra từ tháng 3 đến tháng 6 năm 2024, giai đoạn cao điểm du lịch tại Hòn Yến.

Kích cỡ tập mẫu được xác định bằng công thức của Slovin như sau:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2) \quad (1)$$

Trong đó:  $n$  là cỡ mẫu,  $N$  là tổng số du khách tham quan tại khu vực nghiên cứu trong năm,  $e$  là sai số cho phép (thường dao động từ 1% - 10%, trong nghiên cứu này chọn  $e = 10\%$ ). Với  $N = 154.854$ , cỡ mẫu tối thiểu cần lấy là  $n = 100$ . Với cỡ mẫu này, nghiên cứu vẫn cần phải đảm bảo rằng số mẫu quan sát có được tính đại diện cho tổng thể và xây dựng được phương trình hồi quy tuyến tính có ý nghĩa [16] cho nên nghiên cứu chọn cỡ mẫu là 160 lớn hơn cỡ mẫu tối thiểu tính toán ở trên. Dựa trên tỷ trọng dân số trưởng thành (trên 18 tuổi) của từng vùng so với tổng dân số cả nước, trên cơ sở đó, số phiếu khảo sát ở mỗi vùng được phân bổ

theo tỷ lệ dân số nhằm phản ánh sự khác biệt trong nhu cầu và hành vi du lịch. Tổng cộng, nghiên cứu thu thập được 160 bảng hỏi hợp lệ, phân bổ theo thứ tự: Vùng 1 (30 phiếu), Vùng 2 (34 phiếu), Vùng 3 (36 phiếu), Vùng 4 (32 phiếu), và Vùng 5 (28 phiếu).

Vùng xuất phát của du khách được phân chia dựa trên nguồn gốc địa lý, lấy Hòn Yến làm tâm để tính khoảng cách và chia thành từng nhóm theo khu vực. Tỷ lệ khách du lịch của từng vùng được tính bằng cách lấy tổng số lượt khách đến tham quan Hòn Yến hàng năm chia cho dân số trưởng thành (tính trên 1.000 người) của các địa phương trong vùng. Chi phí du hành được ước tính gồm ba thành phần: chi phí di chuyển, chi phí thời gian và chi phí ăn uống tại điểm đến. Cuối cùng, dựa trên các dữ liệu thu thập được, đường cầu du lịch được xây dựng nhằm mô tả mối quan hệ giữa chi phí du lịch và số lượt khách tham quan của các vùng, từ đó làm cơ sở ước tính giá trị kinh tế của Hòn Yến. Mô hình hàm cầu du lịch được xây dựng theo phương trình sau:

$$VR_i = a + b \times TC_i \quad (2)$$

Trong đó:

$VR_i$ : biến phụ thuộc (tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân/năm của vùng i)

$TC_i$ : biến độc lập (chi phí du hành từ vùng i)

a và b là các tham số cần ước lượng

Ước lượng giá trị kinh tế du lịch và thặng dư tiêu dùng của du khách được thực hiện thông qua đường cầu du lịch [17, 18].

### 3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

#### 3.1. Phân vùng du khách tới Hòn Yến

Trong nghiên cứu, điểm du lịch Hòn Yến được chọn làm tâm để xác định khoảng cách di chuyển của du khách từ nơi xuất phát đến điểm tham quan. Dựa vào khoảng cách này, các địa phương được phân chia thành từng vùng, mỗi vùng bao gồm các tỉnh, thành có cự ly tương ứng đến Hòn Yến. Tổng dân số trưởng thành của từng vùng ( $P_i$ ) được tính bằng cách cộng toàn bộ dân số trưởng thành của các địa phương nằm trong cùng một vùng (số liệu tính toán được cung cấp bởi Niên giám Thống kê năm 2024). Việc phân vùng theo bán kính giúp ước lượng chính xác tỷ lệ du khách đến từ từng khu vực và phục vụ cho việc xây dựng hàm cầu du lịch. Dưới đây là bảng phân chia các vùng xung quanh điểm du lịch Hòn Yến dựa trên khoảng cách từ nơi xuất phát đến điểm tham quan, kèm theo ước tính tổng dân số trưởng thành của mỗi vùng (Bảng 1).

**Bảng 1. Phân chia vùng dựa theo điểm xuất phát của du khách**

Vùng	Khoảng cách (km)	Tỉnh/thành phố	Tổng dân số trưởng thành (nghìn người) ( $P_i$ )
Vùng 1	0-50	Phú Yên	972.345
Vùng 2	50-100	Khánh Hòa, Bình Định	1.989.423
Vùng 3	100-150	Gia Lai, Đắk Lắk, Quảng Ngãi	3.456.876
Vùng 4	150-200	Kon Tum, Quảng Nam, Lâm Đồng	2.504.364
Vùng 5	>200	Đắk Nông, Thành phố Hồ Chí Minh	7.637.268

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2025

Kết quả phân tích cho thấy vùng 5 (khoảng cách >200 km) chiếm tỷ lệ cao nhất với khoảng 47%, phản ánh vai trò nổi bật của TP. Hồ Chí Minh - trung tâm đô thị lớn cả nước. Vùng 3 (100-150 km) và vùng 4 (150-200 km) lần lượt chiếm 21% và 15%, chủ yếu đến từ các tỉnh Tây Nguyên và duyên hải miền Trung. Đây là những khu vực có kết nối giao thông thuận lợi với Phú Yên. Vùng 2 (50-100 km) chiếm khoảng 12%, thể hiện tầm quan trọng của các tỉnh lân cận như Khánh Hòa và Bình Định, nhưng có quy mô về dân số hạn chế hơn so với vùng xa. Đáng chú ý, vùng 1 (0-50 km) - nơi có Hòn Yến - chỉ chiếm khoảng 6%, điều này có thể do dân số tại chỗ thấp.

### 3.2. Xác định tỷ lệ tham quan và chi phí du hành của các vùng

Dựa trên tổng lượng du khách đến Hòn Yến trong năm là 154.854 lượt, có thể phân

bổ số lượt tham quan này cho từng vùng bằng cách nhân tỷ lệ phần trăm (dựa vào tính toán thống kê số quan sát) của từng vùng với tổng số lượt khách, từ đó xác định được số lượng du khách cụ thể của từng vùng trong năm ( $V_i$ ). Tiếp theo, bằng cách chia số lượt du khách của từng vùng cho tổng dân số trưởng thành tương ứng ( $P_i$ ) và nhân với 1.000, sẽ ước tính được tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân trưởng thành của từng khu vực ( $VR_i$ ) (Bảng 2) theo công thức sau:

$$VR_i = (V_i / P_i) \times 1.000 \quad (3)$$

Việc phân tích tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân không chỉ giúp đánh giá hiệu quả thu hút khách của Hòn Yến theo từng địa phương, mà còn là cơ sở quan trọng để xây dựng đường cầu du lịch và ước lượng thặng dư tiêu dùng.

**Bảng 2.** Tỷ lệ tham quan du khách của các vùng

Vùng	Số quan sát cho từng vùng	Tỷ lệ (%)	Tổng dân số trưởng thành (nghìn người) ( $P_i$ )	Số lượng du khách tham quan hằng năm	Tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân ( $VR_i$ )
Vùng 1	30	18,75	972.345	29.035,13	29,86
Vùng 2	34	21,25	1.989.423	32.906,48	16,54
Vùng 3	36	22,50	3.456.876	34.842,15	10,08
Vùng 4	32	20	2.504.364	30.970,80	12,37
Vùng 5	28	17,50	7.637.268	27.099,45	3,55

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2025

Xét theo tỷ lệ du khách từng vùng, vùng 3 (22,50%) và vùng 2 (21,25%) có số quan sát cao nhất, cho thấy du khách từ Tây Nguyên và duyên hải miền Trung (Gia Lai, Đắk Lắk, Khánh Hòa, Bình Định) quan tâm lớn đến Hòn Yến. Vùng 1 (18,75%), tuy bao gồm địa bàn Phú Yên, lại xếp thứ ba - có thể do người dân địa phương ít tham quan thường xuyên. So sánh dân số và lượng khách theo vùng cho thấy sự phân hóa rõ rệt: vùng 5 có dân số

trưởng thành cao nhất (hơn 7,6 triệu người) nhưng lượng khách chỉ 27.099 lượt/năm, tương đương 3,55 lượt/1.000 dân, thấp nhất cả nước - phản ánh ảnh hưởng của khoảng cách và chi phí du hành cao. Ngược lại, vùng 1 đạt tỷ lệ tham quan cao nhất (29,86 lượt/1.000 dân), phù hợp với giả định rằng khoảng cách địa lý là yếu tố quyết định hành vi du lịch. Nhìn chung, tỷ lệ tham quan ( $VR_i$ ) giảm khi khoảng cách tăng, đúng với mô hình chi phí

du hành. Tuy nhiên, vùng 4 (12,37) lại cao hơn vùng 3 (10,08) dù xa hơn, cho thấy thu nhập, sở thích du lịch và liên kết vùng cũng tác động đáng kể. Kết quả này khẳng định ảnh hưởng của yếu tố khoảng cách và cung cấp cơ sở tin cậy cho việc tính toán giá trị

kinh tế du lịch Hòn Yến bằng phương pháp chi phí du hành.

Tổng chi phí du hành của các vùng (TC) bao gồm chi phí vận chuyển ( $CP_1$ ), chi phí thời gian ( $CP_2$ ) và chi phí ăn uống tại điểm du lịch ( $CP_3$ ) (Bảng 3).

**Bảng 3. Tổng chi phí du hành của mỗi vùng**

Vùng	$CP_1$	$CP_2$	$CP_3$	TC
Vùng 1	47.331,58	63.506,71	147.368,42	258.206,71
Vùng 2	88.918,18	73.592,07	134.878,79	297.389,04
Vùng 3	168.738,71	82.924,96	140.419,35	392.083,02
Vùng 4	242.656,41	134.273,77	562.769,23	939.699,41
Vùng 5	341.600	107.590,59	636.181,82	1.085.372,41

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2025

Có thể nhận thấy tổng chi phí du hành (TC) tăng dần theo khoảng cách. Vùng 1 (gần nhất, 0-50km) có tổng chi phí thấp nhất (258.206,71 đồng), phản ánh đúng đặc điểm về khoảng cách địa lý gần và chi phí đi lại thấp. Vùng 5 (xa nhất, >200km) có tổng chi phí cao nhất (1.085.372,41 đồng), cao gấp hơn 4 lần so với Vùng 1, điều này phù hợp với kỳ vọng trong phương pháp chi phí du hành. Xu hướng tăng của TC từ vùng 1 đến vùng 5 là tuyến tính tương đối, hỗ trợ cho việc xây dựng đường cầu trong tính toán chi phí du hành. Chi phí di chuyển ( $CP_1$ ) là thành phần chính tăng theo khoảng cách.  $CP_1$  tăng mạnh từ 47.331,58 đồng (vùng 1) lên 341.600 đồng (vùng 5), là yếu tố phản ánh trực tiếp tác động của khoảng cách địa lý. Mức tăng rõ rệt cho thấy chi phí đi lại là rào cản lớn nhất với các vùng ở xa. Chi phí thời gian ( $CP_2$ ) tăng chậm hơn  $CP_1$ .  $CP_2$  dao động từ 63.506,71 đồng (vùng 1) đến 134.273,77 đồng (vùng 4), rồi giảm nhẹ ở vùng 5 (107.590,59 đồng). Điều này có thể do vùng 5 chủ yếu là các khu đô thị lớn (TP.HCM), nơi mức lương theo giờ cao hơn, nhưng khách du lịch có thể đi lại bằng phương tiện nhanh hơn (như máy bay)

để làm giảm thời gian thực tế di chuyển. Chi phí ăn uống ( $CP_3$ ) biến động cao ở các vùng xa.  $CP_3$  tăng đáng kể ở vùng 4 và vùng 5, lần lượt là 562.769,23 và 636.181,82 đồng, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí. Điều này có thể phản ánh thực tế rằng khách ở xa thường lưu trú lâu hơn, sử dụng dịch vụ ăn uống nhiều hơn hoặc tiêu chuẩn chi tiêu cao hơn. Có thể thấy tổng chi phí du hành (TC) phản ánh hợp lý mối liên hệ giữa khoảng cách và chi phí thực tế, phù hợp để sử dụng trong tính toán chi phí du hành theo vùng. Chi phí di chuyển ( $CP_1$ ) là thành phần tăng mạnh và đều đặn nhất, thể hiện mối quan hệ rõ ràng với khoảng cách. Các yếu tố chi phí thời gian và chi phí ăn uống có ảnh hưởng đáng kể ở những vùng xa, cho thấy tác động phức hợp của thời gian và hành vi chi tiêu của du khách.

### 3.3. Xây dựng hàm cầu du lịch

Dựa vào các kết quả ước lượng ở trên, tiến hành phân tích hồi quy tương quan mô hình hàm cầu du lịch theo phương trình (2). Kết quả ước lượng được thể hiện qua bảng dưới đây (bảng 4):

**Bảng 4. Kết quả hồi quy hàm cầu du lịch**

Các chỉ tiêu	Hệ số
Hằng số chặn alpha	26,228
Hằng số hồi quy beta	-1,678.10 <sup>-5</sup>
Hệ số tương quan bội R	0,753
Hệ số Sig.F	0,042

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2025

Như vậy, phương trình hồi quy có dạng như sau:

$$VR = 26,228 - 1,678.10^{-5} \times TC \quad (4)$$

Hệ số hồi quy beta âm (-1,678.10<sup>-5</sup>) cho thấy mối quan hệ nghịch chiều giữa chi phí du hành và tỷ lệ khách tham quan. Tức là chi phí càng cao thì số lượng khách du lịch từ vùng đó đến Hòn Yến càng giảm. Hệ số tương quan bội R = 0,753 (với R nằm trong khoảng từ 0 đến 1) thì giá trị này thể hiện mối quan hệ tương đối chặt chẽ giữa biến độc lập (chi phí du hành) và biến phụ thuộc (tỷ lệ tham quan). Giá trị Sig.F = 0,042 < 0,05 nên

mô hình có ý nghĩa thống kê ở mức 5% - tức là có thể khẳng định mối quan hệ giữa chi phí và tỷ lệ tham quan là đáng tin cậy. Qua phương trình (4), đồ thị thể hiện đường cầu du lịch Hòn Yến đối với du khách tham quan trong nước được thể hiện như ở hình 1.

Giá trị du lịch của Hòn Yến chính là phần diện tích tam giác nằm phía dưới đường cầu du lịch được tính theo công thức tính diện tích tam giác như sau:

$$S = 1/2 \times 1.563.051,25 \times 26,228 = 20.497.854,093 \text{ đồng}/1.000 \text{ dân} \quad (5)$$

Đối với giá trị thặng dư của mỗi vùng có thể được ước tính dựa vào chi phí du hành TC<sub>i</sub> và tỷ lệ tham quan VR<sub>i</sub> của mỗi vùng. Tổng giá trị du lịch bằng tổng giá trị thặng dư cộng với tổng chi tiêu của du khách khi tham quan Hòn Yến [19]. Kết quả tính toán thặng dư, chi tiêu của du khách cũng như giá trị thặng dư cho mỗi vùng được thể hiện qua bảng dưới đây (bảng 5):

**Bảng 5. Giá trị du lịch và giá trị thặng dư của du khách ở mỗi vùng**

Vùng	Tổng dân số trưởng thành (nghìn người) P <sub>i</sub>	Giá trị du lịch của mỗi vùng (GTDL=20.497.854,09 × P <sub>i</sub> )	Thặng dư du khách (triệu đồng) (CS <sub>i</sub> = CS × P <sub>i</sub> )	Chi tiêu của du khách (triệu đồng) (GTDL - CS <sub>i</sub> )
Vùng 1	972.345	19.930,99	18.942,57	988,41
Vùng 2	1.989.423	40.778,90	20.823,34	19.955,56
Vùng 3	3.456.876	70.858,54	20.401,38	50.457,16
Vùng 4	2.504.364	51.334,09	9.655,40	41.678,68
Vùng 5	7.637.268	156.547,61	6.475,49	150.072,12
Tổng		339.450,12	76.298,18	263.151,94

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2025

Tổng giá trị du lịch (GTDL) của tất cả các vùng đạt 339.450,12 triệu đồng, phản ánh mức độ sẵn sàng chi trả cao của du khách cho hoạt động du lịch tại Hòn Yến. Trong đó, vùng 5 (gồm các tỉnh có dân số trưởng thành cao như TP.HCM) đóng góp lớn nhất với 156.547,61 triệu đồng, chiếm khoảng 46% tổng GTDL, thể hiện tiềm năng du lịch rất lớn từ vùng

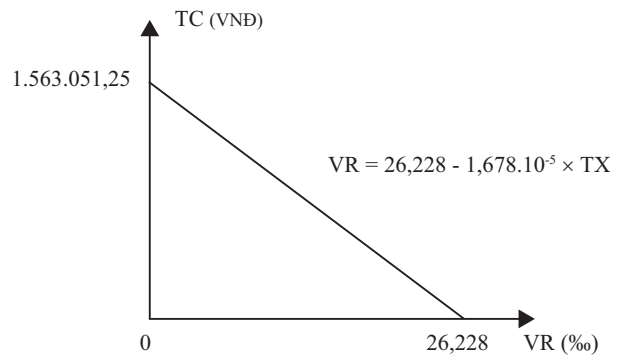
này. Tổng thặng dư là 76.298,18 triệu đồng, là phần giá trị du khách sẵn lòng chi trả so với mức thực tế - cho thấy mức độ hài lòng và giá trị cảm nhận cao hơn chi phí thực. Vùng 1 có thặng dư thấp nhất (18.942,57 triệu đồng) vì khoảng cách gần, chi phí tiếp cận thấp. Ngược lại, vùng 3 và 5 có thặng dư tương đối thấp so với GTDL, nhưng vẫn đóng góp

manh về mặt chi tiêu thực tế. Tổng chi tiêu thực tế của du khách lên tới 263.151,94 triệu đồng, chiếm gần 78% tổng GTDL, phản ánh hiệu quả khai thác kinh tế khi các công ty lữ hành cung cấp dịch vụ du lịch đến Hòn Yến. Vùng 5 có mức chi tiêu cao nhất (150.072,12 triệu đồng), cho thấy vị trí xa địa điểm du lịch nhưng vẫn có sức hút lớn và mức sẵn sàng chi trả cao. Vùng 3 và 4 cũng có mức chi tiêu rất đáng kể, lần lượt là 50.457,16 và 41.678,68 triệu đồng, khẳng định đây là hai vùng thị trường trọng điểm thứ cấp.

Tổng giá trị du lịch Hòn Yến ước đạt 339.450,12 triệu đồng, gồm 263.151,94 triệu đồng chi tiêu thực tế và 76.298,18 triệu đồng thặng dư tiêu dùng (22%). Mặc dù thấp hơn một số điểm đến lớn như Chợ nổi Cái Răng ( $\approx 450.000$  triệu đồng/năm), giá trị này tương đương các điểm du lịch sinh thái ven biển miền Trung như Đầm Ô Loan hay Hòn Nưa (300.000-400.000 triệu đồng/năm). Điều đó cho thấy Hòn Yến có tiềm năng kinh tế khả quan, dù chưa được khai thác toàn diện. Cấu trúc chi phí du hành từ các vùng xa (TP. Hồ Chí Minh, Tây Nguyên) còn phản ánh lợi thế cạnh tranh về nhu cầu du lịch và quy mô dân số.

Tỷ lệ thặng dư tiêu dùng cao (22%) chứng tỏ du khách nhận được trải nghiệm vượt giá trị chi trả, thể hiện sức hấp dẫn và chất lượng dịch vụ tốt. Phần 78% chi tiêu thực tế phản ánh doanh thu trực tiếp của doanh nghiệp địa phương. Khoảng chênh 22% còn lại là giá trị tiềm năng chưa được khai thác, gợi ý khả năng điều chỉnh chiến lược giá và sản phẩm - ví dụ, phát triển gói dịch vụ cao cấp để chuyển hóa một phần thặng dư thành doanh thu mà không giảm lượng khách.

Để nâng cao giá trị gia tăng, nên bổ sung các sản phẩm mới như tour lặn ngắm san hô, dịch vụ hướng dẫn, khu lưu niệm, ẩm thực biển..., giúp kéo dài thời gian lưu trú và tăng



Hình 1. Đường cầu du lịch Hòn Yến của du khách

chi tiêu bình quân. Với vị trí thuận lợi (cách Tuy Hòa 15-20 km), cảnh quan đá bazan, hệ sinh thái san hô độc đáo và danh hiệu di tích cấp quốc gia, Hòn Yến có lợi thế lớn để phát triển du lịch sinh thái – cộng đồng gắn với bảo tồn cảnh quan và giáo dục môi trường biển.

Về quảng bá và quản trị điểm đến, cần đẩy mạnh marketing, cải thiện hạ tầng và chất lượng dịch vụ nhằm thu hút khách mới, đồng thời tăng chi tiêu của khách hiện hữu. Tỷ lệ thặng dư cao cho thấy còn dư địa khai thác giá trị kinh tế, đòi hỏi doanh nghiệp tối ưu giá, nâng cấp dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm.

Tổng thể, Hòn Yến sở hữu nguồn lực du lịch giá trị cao, với sức hút lan tỏa đến các vùng xa. Sự chênh lệch giữa giá trị du lịch và chi tiêu thực tế phản ánh tiềm năng điều chỉnh chiến lược khai thác, nâng cấp hạ tầng và nhắm tới nhóm khách chi trả cao, đặc biệt từ vùng 3 và vùng 5. Việc kết nối tour tuyến, giao thông và truyền thông liên vùng sẽ góp phần thúc đẩy phát triển du lịch bền vững cho Hòn Yến.

#### 4. Kết luận

Dựa trên phương pháp chi phí du hành theo vùng, nghiên cứu đã định lượng được

giá trị kinh tế du lịch của Hòn Yến và xây dựng đường cầu du lịch đối với du khách trong nước. Kết quả nghiên cứu cho thấy tổng giá trị du lịch ước tính của Hòn Yến lên đến hơn 339.450 triệu đồng/năm, trong đó phần lớn là giá trị thặng dư, phản ánh mức độ sẵn sàng chi trả và sự hài lòng của du khách đối với điểm đến. Điều này khẳng định tiềm năng kinh tế to lớn của Hòn Yến nếu được đầu tư khai thác hiệu quả, kết hợp với bảo tồn hệ sinh thái và phát triển du lịch bền vững. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn còn những hạn chế nhất định, như thời gian khảo sát ngắn, phạm vi chủ yếu tập trung vào khách nội địa, chưa phản ánh đầy đủ góc nhìn từ khách quốc tế - đối tượng tiềm năng trong tương lai. Do đó, hướng nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng phạm vi khảo sát theo mùa vụ, tăng cường số lượng và độ phân bố mẫu khảo sát, đồng thời tích hợp thêm các nhóm khách quốc tế nhằm hoàn thiện hơn mô hình định giá. Bên cạnh đó, nghiên cứu này mới chỉ dừng lại ở khía cạnh kinh tế (doanh thu và thặng dư tiêu dùng), chưa phản ánh toàn diện các giá trị xã hội, văn hóa và môi trường. Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng phạm vi đánh giá để bao quát toàn diện hơn các giá trị mà du lịch mang lại, bao gồm: giá trị kinh tế với nhiều chỉ tiêu cụ thể (tạo việc làm, tăng thu nhập, thay đổi sinh kế, thúc đẩy phát triển hạ tầng xã hội, thu hút đầu tư, cải thiện chất lượng cuộc sống vật chất của người dân), các giá trị văn hóa - xã hội - tinh thần, cũng như giá trị về môi trường và phát triển bền vững. Đồng thời, việc tiếp cận nghiên cứu từ nhiều góc nhìn của các bên liên quan khác nhau (người dân địa phương, doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước, du khách) sẽ giúp kết quả nghiên cứu có tính thực tiễn và khả năng ứng dụng cao hơn, góp phần cung cấp cơ sở khoa học cho quy hoạch và phát triển du lịch bền vững tại Hòn Yến trong thời gian tới.

## Tài liệu tham khảo

- [1] Đoàn Thị Như Hoa (2017). Phát triển sản phẩm du lịch dựa trên tài nguyên du lịch tự nhiên tỉnh Phú Yên. *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Sư phạm TP.HCM*, 8(14), 115-124.
- [2] Kheyri E., Morovati M., Neshat A. & Siahati G. (2020). Economic valuation of natural promenades in Iran using zonal travel costs method (Case study area: Gahar Lake in Lorestan Province in western Iran). *PLoS one*, 15(11), e0241396.
- [3] Bashar R. (2018). Economic Valuation of the Sundarbans Reserved Forest of Bangladesh: The Zonal Travel Cost Method. *The International Journal of Business and Management*, 5, 78-83.
- [4] Ezzy E. & Scarborough H. (2011). Estimation of the recreational use value gained from recreational fishing of southern Bluefin Tuna at Portland, Australia. *AARES 2011: Australian Agricultural & Resource Economics Society 55th Annual Conference Handbook*.
- [5] Rewitzer S., Huber R., Grêt-Regamey A. & Barkmann J. (2017). Economic valuation of cultural ecosystem service changes to a landscape in the Swiss Alps. *Ecosystem services*, 26, 197-208.
- [6] Bharali A. & Mazumder R. (2012). Application Of Travel Cost Method To Assess The Pricing Policy Of Public Parks: The Case Of Kaziranga National Park. *Journal of Regional Development and Planning*, 1(1), 41-50.
- [7] Nguyễn Thị Hải & Trần Đức Thanh (1999). Using the Travel cost to Evaluate the Tourism Benefit of Cuc Phuong National Park. *Economy & Environment*, in Francisco, H. & Glover, D. (Eds.), *Economy and Environment: Case Studies in Vietnam*, Laguna: *Economy & Environment Program for Southeast Asia*.
- [8] Nguyễn Hữu Dũng & Nguyễn Thị Bình (2022). Lượng giá giá trị du lịch sinh thái khu dự trữ sinh quyển Cát Bà sử dụng phương pháp chi phí du hành theo vùng. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 33(12), 109-124.
- [9] Limaei S. M., Ghesmati H., Rashidi R. & Yamini N. (2014). Economic evaluation of natural forest park using the travel cost method (case study; Masouleh forest park, north of Iran). *Journal of Forest Science*, 60(6), 254-261.
- [10] Bateman I. (1993). Evaluation of the environment: A survey of revealed preference techniques. *The centre for Social & Economic Research on the Global Environment*, Norwich, U.K.

- [11] Gurluk S. & Rebber E. (2007). A travel cost study to estimate recreational value for a bird refuge at Lake Manyas, Turkey. *Journal of environmental management*, 88(4), 1350-1360.
- [12] Armbrrecht J. (2014). Use value of cultural experiences: A comparison of contingent valuation and travel cost. *Tourist Management*, 42, 141-148.
- [13] Chen W. H., Liu Y., Zang L., Hou X. & Raymond M. (2004). Recreation demand and economic value: An application of travel cost method for Xiamen Island. *China Economic Review*, 15(4), 398-406.
- [14] Võ Tất Thắng, Võ Đức Hoàng Vũ & Nguyễn Xuân Định (2017). Xác định giá trị du lịch rừng ngập mặn Cần Giờ thông qua phương pháp chi phí du hành. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, 28(8), 84-106.
- [15] Tourkolias C., Skiada T., Mirasgedis S., & Diakolaki D. (2015). Application of the travel cost method for the valuation of the Poseidon temple in Sounio, Greece. *Journal of Cultural Heritage*, 16(4), 567-574.
- [16] Võ Thị Thanh Lộc (2010). Phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương: Nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực kinh tế - xã hội. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
- [17] Phạm Trung Hiếu & Lưu Tiến Thuận. (2017). Áp dụng phương pháp chi phí du hành để xác định giá trị cảng quan của chợ nổi Cái Răng, thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ nông nghiệp*, 1(2), 285-291.
- [18] Dixon J.A. & Sherman P.B. (1993). *Economia Analysis of Environmental Impacts*. Earthscan Publications Ltd., London, U.K.
- [19] Phạm Khanh Nam & Trần Võ Hùng Sơn (2005). Recreational value of coral surrounding the Hon Mun Island in Vietnam: A travel cost and contingent valuation study. In: Ahmed, M., Chong, C.K., Cesar, H. & Cesar, H.S.J. (Eds), *Economic valuation and policy priorities for sustainable management of coral reefs* (pp.84-106). WorlFish, Phnom Penh.

## AN ASSESSMENT OF THE ECONOMIC VALUE OF TOURISM IN THE HON YEN ISLAND CLUSTER, DAK LAK PROVINCE

Nguyen Hoang Thai Khang<sup>1</sup>, Ha Thi Thu Ngan<sup>2</sup>, Cao Thi Thao Ly<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Institute of Oceanography, Vietnam Academy of Science and Technology, Khanh Hoa*

<sup>2</sup>*Faculty of Tourism, Dong A University, Da Nang*

<sup>3</sup>*Faculty of Tourism, Nha Trang University, Khanh Hoa*

### Abstract

This study applies the zonal travel cost method to quantify the economic value of tourism of the Hon Yen island cluster. By surveying domestic visitors and analyzing data based on geographical distance zones, the research constructs a demand curve for tourism and estimates a total tourism value of approximately VND 339,450 million per year. Among this, the consumer surplus reaches VND 76,298 million, accounting for over 22% of the total value, reflecting the high economic potential of the destination. The results reveal regional differences in visitation rates, travel costs, and willingness to pay; nearby zones exhibit higher visitation density, while distant zones contribute more significantly to the total economic value. The regression model indicates a strong correlation ( $R = 0.753$ ; Sig.  $F = 0.042$ ) between travel costs and the number of visitors. The study is limited to estimating tourism value in terms of revenue and consumer surplus, without considering broader social, cultural, and environmental benefits. The study recommends expanding the survey to include international tourists and conducting time-series analyses to enhance the applicability of the findings.

**Keywords:** *Travel cost, tourism value, Hon Yen, consumer surplus.*