

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Minh Hà và Bùi Hoàng Ngọc** - Tác động của chuyển đổi số và đầu tư trực tiếp nước ngoài đến năng suất lao động ở Việt Nam: tiếp cận bằng hồi quy phân vị dựa trên phân vị. **Mã số: 168.IIEM.11** 3
- The Impact of Economic Digital Transformation and Foreign Direct Investment on Labor Productivity in Vietnam: A Quantile on Quantile Approach*
- 2. Phùng Thế Đông, Nguyễn Kim Trang và Phạm Thanh Lam** - Ứng dụng mô hình var phân tích một số nhân tố ảnh hưởng đến lạm phát và dự báo lạm phát Việt Nam. **Mã số: 168.IMEIS.11** 14
- Analysing of Factors Affecting Inflation and Inflation Forecast in Vietnam: A Var Approach*
- 3. Đỗ Thu Hằng, Nguyễn Thị Thu Trang, Tạ Thanh Huyền và Phạm Hồng Linh** - Các yếu tố tác động đến rủi ro thanh khoản của các ngân hàng thương mại Việt Nam. **Mã số: 168.IFiBa.11** 24
- Key Factors Influencing the Liquidity Risk of Commercial Banks in Vietnam*

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Nguyễn Thanh Hùng** - Số hoá cảng container đáp ứng nhu cầu các bên thuộc chuỗi cung ứng vận tải: nghiên cứu mở rộng mô hình chấp nhận công nghệ thực hiện tại khu vực Đông Nam Bộ. **Mã số: 168.2TrEM.21** 35
- Digitalizing the Container Terminal to Meet The Demand of The Stakeholders in the Transportation Supply Chain: Technology Acceptance Model Extended Approach Case Study in Southeast Area*
- 5. Phạm Đức Hiếu và Nguyễn Thị Minh Giang** - Công bố thông tin kế toán nguồn nhân lực và giá trị doanh nghiệp: trường hợp các doanh nghiệp phi tài chính niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 168.2BAcc.21** 47
- Human resource accounting disclosures and firm value: an empirical study in Vietnam*

- 6. Nguyễn Thị Phương Huyền và Nguyễn Văn Hà** - Những nhân tố rào cản trong ý định sử dụng và ý định giới thiệu dịch vụ thanh toán di động của người tiêu dùng Việt Nam. **Mã số: 168.2TrEM.21** 59
Factors Impeding Vietnamese Consumers' Intention to Use And Recommend Mobile Payment Service
- 7. Bùi Hoàng Ngọc** - Phát triển du lịch và lạm phát có thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ở các nước ASEAN? **Mã số: 168.2DEco.21** 72
The Impacts of Tourism Development, and Inflation on Economic Growth in Asean Countries
- 8. Trịnh Thùy Giang** - Nghiên cứu một số tác động của trải nghiệm khách hàng trực tiếp tới ý định mua lặp lại và truyền miệng sản phẩm đồ lót nữ. **Mã số: 168.2BMkt.21** 84
Research on Some Impacts of Offline Customer Experience on Re-Perchase Intention and Word of Mouth Intention Underwear Products

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Vũ Huy Thông, Trần Phương An, Nguyễn Thị Thu Hà và Trần Linh Chi** - Ảnh hưởng từ áp lực đồng trang lứa tới lựa chọn trường đại học của học sinh Việt Nam. **Mã số: 168.3OMIs.31** 95
Effects of Peer-pressure on university choosen: Research on Vietnam high school pupils
- 10. Mai Ngọc Anh** - Tài chính trong xây dựng đại học đẳng cấp thế giới ở nước Cộng hòa nhân dân Trung Hoa. **Mã số: 168.3OMIs.32** 107
Fundings for the establishment of World-class Universities in the People's Republic of China

PHÁT TRIỂN DU LỊCH VÀ LẠM PHÁT CÓ THỨC ĐẨY TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ Ở CÁC NƯỚC ASEAN?

Bùi Hoàng Ngọc

Nhóm nghiên cứu FEMRG, Trường ĐH Mở Tp. Hồ Chí Minh

Email: ngoc.bh@ou.edu.vn

Ngày nhận: 27/04/2022

Ngày nhận lại: 01/07/2022

Ngày duyệt đăng: 05/07/2022

Phát triển du lịch và lạm phát được kỳ vọng có ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, kết luận của các nghiên cứu trước vẫn không đồng nhất. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm khám phá tác động của phát triển du lịch và lạm phát đến tăng trưởng kinh tế ở mười nước ASEAN trong giai đoạn 1995 - 2018. Kết quả ước lượng thu được từ phương pháp tự hồi quy phân phối trễ cho dữ liệu bảng cho thấy phát triển du lịch có tác động thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn. Cùng với đó, lạm phát có ảnh hưởng tích cực trong ngắn hạn, nhưng đảo chiều sang tiêu cực trong dài hạn. Trên cơ sở kết quả thực nghiệm, bài viết gợi mở một số hàm ý chính sách cho các nước ASEAN trong việc thúc đẩy phát triển du lịch bền vững và kiểm soát lạm phát có hiệu quả hơn.

Từ khóa: Phát triển du lịch, lạm phát, tăng trưởng kinh tế, các nước ASEAN.

JEL Classifications: C23, E31, O11, Q01.

1. Giới thiệu

Tăng trưởng kinh tế là mục tiêu quan trọng của hầu hết các chính sách điều hành kinh tế do Chính phủ hoạch định và thực hiện ở các quốc gia trên toàn thế giới. Với vị trí địa lý và mức độ sẵn có của các nguồn tài nguyên thiên nhiên là khác nhau, nên mỗi quốc gia sẽ lựa chọn cho mình một chiến lược phát triển kinh tế. Do đó, việc xác định được vai trò của những nhân tố đóng góp cho tăng trưởng là rất cần thiết nhằm giúp nhà quản lý hoạch định chính sách hiệu quả, đảm bảo tăng trưởng bền vững trong dài hạn. Trong cấu thành tăng trưởng kinh tế của một quốc gia sẽ bao gồm đóng góp của nhiều thành phần ví dụ vốn, lao động và các ngành dịch vụ. Một trong những ngành dịch vụ đóng vai trò then chốt phải kể đến là dịch vụ du lịch. Về phương diện lý thuyết, du lịch là ngành quan trọng thúc đẩy tăng trưởng và cũng là ngành phát triển nhanh nhất, có

quy mô lớn nhất trên thế giới (Blake, 2008). Theo Tang & Tan (2013) ngành du lịch đóng góp vào tăng trưởng của quốc gia thông qua nhiều kênh khác nhau. Thứ nhất, du lịch thu hút số lượng lớn lao động, tạo ra việc làm qua đó sẽ cải thiện thu nhập của người lao động. Thứ hai, du lịch sẽ kích thích xây dựng mới cơ sở hạ tầng và tăng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong cùng lĩnh vực. Thứ ba, du lịch là một kênh phổ biến để khuếch tán kiến thức công nghệ, gia tăng nghiên cứu phát triển và tích lũy vốn con người. Thứ tư, quốc gia phát triển du lịch sẽ thu về một lượng lớn ngoại tệ, qua đó giảm gánh nặng trong việc thanh toán hàng hóa nhập khẩu phục vụ trong sản xuất và tiêu dùng. Thứ năm, du lịch là nhân tố quan trọng giúp các doanh nghiệp khai thác hiệu quả cái gọi là tiết kiệm theo quy mô (Gunduz & Hatemi-J, 2005).

Mối quan hệ giữa phát triển du lịch và tăng trưởng kinh tế đã được nhiều nhà nghiên cứu thực hiện. Tuy nhiên, vẫn tồn tại sự không đồng nhất trong kết luận về chiều hướng và quy mô tác động của phát triển du lịch đến tăng trưởng kinh tế, hoặc ngược lại. Nguồn gốc dẫn tới sự khác biệt này có thể là do các nhà nghiên cứu lựa chọn không gian và thời gian nghiên cứu khác nhau (Payne & Mervar, 2010). Hơn nữa, Tang & Tan (2013) khuyến nghị đây là mối quan hệ trong ngắn hạn hay dài hạn vẫn cần phải làm rõ thêm. Thực tế cho thấy, vấn đề này đang và tiếp tục thu hút sự quan tâm của những nhà quản lý, cũng như nhà nghiên cứu.

Khác với phát triển du lịch, mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế còn nhiều quan điểm tranh luận, thậm chí mâu thuẫn với nhau. Trong nghiên cứu của mình, Bruno & Easterly (1998) tìm thấy bằng chứng là lạm phát sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế trong trung hạn và dài hạn. Trước đó, Tobin (1965) lại kết luận lạm phát hỗ trợ cho tăng trưởng kinh tế, còn Sidrauski (1967) cho rằng giữa hai biến số này không tồn tại mối quan hệ. Tuy có sự khác nhau trong kết quả thực nghiệm nhưng hầu hết các nhà kinh tế hay quản lý đều thống nhất rằng duy trì tỉ lệ lạm phát hợp lý sẽ là yếu tố căn bản để hỗ trợ cho tăng trưởng kinh tế ổn định. Tuy nhiên, tỉ lệ lạm phát ở mức bao nhiêu thì được cho là hợp lý? Nhiều nhà nghiên cứu đã cố gắng nỗ lực của mình để đi tìm đáp án cho câu hỏi này, trong đó có nghiên cứu điển hình của Khan & Ssnhadji (2001). Hai tác giả nhấn mạnh rằng các Chính phủ cần điều hành tỉ lệ lạm phát theo bối cảnh của quốc gia mình, bởi tỉ lệ lạm phát tối ưu ở các nước phát triển sẽ khác với tỉ lệ lạm phát tối ưu ở các nước chậm hoặc đang phát triển. Bằng kết quả thực nghiệm, Khan & Ssnhadji (2001) khuyến nghị rằng, đối với các quốc gia phát triển thì nên duy trì tỉ lệ lạm phát ở mức 1-3 %/năm, trong khi ở các quốc gia đang phát triển thì ở mức 11-12 %/năm.

Dưới các mức này, lạm phát sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, còn nếu vượt qua các ngưỡng này, lạm phát sẽ chuyển trạng thái từ hỗ trợ sang kìm hãm tăng trưởng kinh tế.

Theo Huseynli (2022), mối quan hệ giữa phát triển du lịch, lạm phát và tăng trưởng kinh tế được hình thành thông qua vai trò của tỉ giá hối đoái. Một quốc gia có tỉ lệ lạm phát cao sẽ dẫn đến đồng tiền của quốc gia đó bị mất giá trị. Khi đó, lượng khách quốc tế có xu hướng tăng lên vì họ sẽ phải bỏ ra ít chi phí hơn để đi du lịch (do đồng tiền của quốc gia họ tăng giá trị). Ngược lại, khách du lịch nội địa giảm xuống do chi phí đi du lịch trong nước có xu hướng gia tăng. Cả hai xu hướng này đều ảnh hưởng gián tiếp đến tăng trưởng kinh tế, bên cạnh tác động trực tiếp của lạm phát. Phân tích tác động của phát triển du lịch, lạm phát đến tăng trưởng kinh tế có ý nghĩa quan trọng với Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (Association of South-Asian Economic Nations, ASEAN), bởi đây được coi là khu vực kinh tế năng động của thế giới. Trong đó, nhiều quốc gia có tiềm năng phát triển du lịch lớn như Singapore, Thái Lan hay Việt Nam, đồng thời khu vực này cũng ký kết nhiều thỏa thuận thương mại đầu tư song phương, đa phương. Những ưu điểm như thời gian du lịch ngắn, chi phí hợp lý (do quãng đường di chuyển ít), thu nhập bình quân đầu người đang được nâng lên, làm cho mục tiêu thu hút lượng khách du lịch trong nội khối giữ vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch ở các quốc gia ASEAN. Bên cạnh đó, các quốc gia này cũng theo đuổi và duy trì chế độ tỉ giá hối đoái khác nhau, dẫn đến tác động của phát triển du lịch và lạm phát đến tăng trưởng kinh tế ở khu vực này có thể không tương đồng với những khu vực khác trên thế giới. Do vậy, mục đích của bài nghiên cứu này là khám phá tác động cả trong ngắn hạn, và dài hạn của phát triển du lịch, lạm phát đối với tăng trưởng kinh tế ở mười nước ASEAN bằng mô hình kinh tế lượng với kỳ vọng sẽ trả lời thỏa đáng câu hỏi liệu

du lịch và lạm phát có vai trò như thế nào đối với tăng trưởng kinh tế. Qua đó, gợi ý một số chính sách chung nhằm quản lý, phát triển ngành du lịch có hiệu quả hơn cho từng nước thành viên cũng như cả khối ASEAN.

2. Lược khảo cơ sở lý thuyết

2.1. *Mối quan hệ giữa phát triển du lịch và tăng trưởng kinh tế*

Du lịch được định nghĩa là các hoạt động đi lại của con người ra khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình không quá một năm liên tục để nghỉ ngơi giải trí, kinh doanh hoặc với mục đích khác. Du lịch là một trong những ngành kinh tế phát triển nhanh nhất tại các quốc gia trên thế giới, tạo ra rất nhiều việc làm và là nguồn phát triển quan trọng, đặc biệt cho những đối tượng khó tiếp cận thị trường lao động như phụ nữ, lao động nhập cư và cư dân nông thôn. Du lịch có thể đóng góp đáng kể vào phát triển kinh tế xã hội và giảm nghèo.

Vai trò của du lịch đối với tăng trưởng kinh tế đã được nhiều nghiên cứu thảo luận trên cả hai phương diện lý thuyết và thực nghiệm. Về góc độ lý thuyết, ngoài sự đóng góp về mặt kinh tế, du lịch còn ảnh hưởng tới văn hóa gồm những tác động tới khuôn khổ, chuẩn mực, quy tắc và tiêu chuẩn, thể hiện ở hành vi, quan hệ xã hội và những gì con người tạo ra, bao gồm hàng thủ công mỹ nghệ, ngôn ngữ, truyền thống, ẩm thực, nghệ thuật, âm nhạc, lịch sử, kiến trúc, giáo dục, trang phục và hoạt động vui chơi giải trí. Tuy nhiên, người ta vẫn chưa phân định được rõ ràng liệu phát triển du lịch có thể dẫn đến tăng trưởng kinh tế hay ngược lại. Bằng những phương pháp khác nhau, nhiều nghiên cứu đã cho thấy rằng du lịch có ảnh hưởng tích cực tới tăng trưởng kinh tế chẳng hạn kết luận của Gunduz & Hatemi-J (2005), Brida & cộng sự (2014).

Skerritt & Huybers (2005) thăm dò tác động của phát triển du lịch đến tăng trưởng kinh tế cho 37 quốc gia đang phát triển và chỉ ra rằng thúc đẩy du lịch có đóng góp tốt cho tăng trưởng kinh tế ở các quốc gia này. Tương tự, Paramati & cộng sự (2016)

cũng kết luận rằng du lịch sẽ đóng góp vào tăng trưởng cho cả trường hợp quốc gia phát triển và đang phát triển. Những tác động tích cực này được lý giải bằng một số nguyên nhân sau: (i) Phát triển du lịch đòi hỏi phải phát triển cơ sở hạ tầng như nhà hàng, khách sạn, đường xá. Do vậy, đòi hỏi cả Chính phủ cùng các doanh nghiệp phải đầu tư vốn, tăng cường sản xuất nguyên vật liệu, mở rộng sản xuất, dẫn tới thúc đẩy tăng trưởng; (ii) phát triển du lịch sẽ giải quyết việc làm cho một bộ phận lực lượng lao động và tạo thu nhập cho họ; (iii) du lịch mang về ngoại tệ từ khách du lịch quốc tế, điều này vừa giúp ổn định thị trường tài chính, vừa mở rộng giao lưu văn hóa với nhiều quốc gia/vùng miền trên thế giới.

Tuy nhiên, Tang & Tan (2013) thực hiện nghiên cứu cho Malaysia và khẳng định rằng phát triển du lịch không làm thúc đẩy tăng trưởng. Payne & Mervar (2010) cũng có kết luận tương tự. Khác với các kết luận trên, Katircioğlu (2014) phát hiện rằng phát triển du lịch và tăng trưởng kinh tế không có mối tương quan, đặc biệt không tìm thấy quan hệ đồng liên kết trong dài hạn. Bên cạnh đó, một vài nghiên cứu ước lượng tác động của du lịch đối với tăng trưởng và cho thấy du lịch có ảnh hưởng tích cực lên tăng trưởng nhưng quy mô khá nhỏ. Ví dụ trong nghiên cứu của Kaplan & Celik (2008), du lịch đóng góp khoảng 0,3% cho tăng trưởng kinh tế của Thổ Nhĩ Kỳ, khoảng 0,23% đối với tăng trưởng của Singapore. Dựa trên giả thuyết về “lời nguyên tài nguyên”, Deng & cộng sự (2014) kiểm định tác động trực tiếp và gián tiếp của phát triển du lịch tới tăng trưởng kinh tế ở 30 tỉnh của Trung Quốc trong giai đoạn 1987-2010. Kết quả nghiên cứu của Deng & cộng sự (2014) chỉ ra bốn kênh truyền dẫn mà phát triển du lịch có thể tác động đến tăng trưởng kinh tế gồm: hiệu ứng dịch bệnh Hà Lan, hiệu ứng chèn ép, suy giảm chất lượng thể chế và làm khan hiếm tài nguyên. Đặc biệt, bốn tác động này có thể xảy ra ngay cả đối với những quốc gia mà phát triển kinh tế không bị phụ thuộc vào du lịch. Cụ thể hơn,

sự bùng nổ của du lịch có thể làm giảm tốc độ tăng trưởng kinh tế thông qua việc thu hẹp nguồn nhân lực cho các ngành nghề khác. Đồng thời gây ra hiệu ứng chèn ép đối với sự phát triển của ngành sản xuất công nghiệp. Sự ảnh hưởng đến chất lượng thể chế là không đáng kể, đặc biệt là ở những quốc gia lớn và không phụ thuộc vào du lịch.

2.2. Mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Lạm phát là sự tăng giá chung của hàng hóa/dịch vụ trên thị trường. Nó cũng được coi là hệ lụy của sự đúng đắn hay sai lầm trong các chính sách điều hành kinh tế vĩ mô mà Chính phủ thực hiện trong một khoảng thời gian nhất định. Về lý thuyết, nếu lạm phát quá thấp thì sự lưu thông của hàng hóa/dịch vụ trong nền kinh tế bị chậm lại, đồng tiền có xu hướng tăng giá trị, điều này sẽ làm giảm số vòng quay của tiền trong nền kinh tế và kìm hãm khả năng xuất khẩu... dẫn tới tốc độ tăng trưởng kinh tế bị giảm. Tuy nhiên, nếu lạm phát quá cao sẽ làm giá cả tất cả các hàng hóa/dịch vụ tăng lên, gia tăng chi phí đầu vào của doanh nghiệp và người dân bị nghèo đi (mặc dù thu nhập của họ không thay đổi). Thậm chí, nếu lạm phát ở mức “phi mã” thì mức độ tác động tiêu cực của nó đến nền kinh tế càng lớn. Khi đó, người dân sẽ hạn chế giữ tiền mặt và chuyển sang mua bán các tài sản đảm bảo như bất động sản, vàng hay đô la Mỹ. Còn doanh nghiệp thì không yên tâm sản xuất do chi phí đầu vào tăng liên tục dẫn tới giá thành sản phẩm cao và khó được khách hàng chấp nhận. Hậu quả là hàng hóa không tiêu thụ được, thất nghiệp gia tăng và thu nhập giảm sút... tất cả những điều này sẽ kéo lùi tăng trưởng kinh tế.

Về thực nghiệm, Tobin (1965) cho rằng lạm phát sẽ giúp tăng trưởng kinh tế tốt hơn. Tuy nhiên, kết luận của Tobin bị Burdekin & cộng sự (2004) phản đối. Burdekin & cộng sự (2004) cho rằng sở dĩ Tobin đưa ra kết luận như vậy bởi kinh tế Châu Âu và Mỹ những năm 1960 đều có tốc độ tăng trưởng cao. Hơn nữa, giai đoạn này là “ki nguyên vàng” của

đường cong Phillips, khi mà các quốc gia đều theo đuổi mục tiêu giảm thấp nhất tỉ lệ thất nghiệp, nên sẵn sàng chấp nhận tỉ lệ lạm phát cao hơn. Và “cú sốc dầu lửa” vào những năm 1970 đã thay đổi hoàn toàn quan điểm lạm phát cao sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, khi mà hầu hết các Chính phủ đều nhận ra rằng kiểm soát lạm phát ở mức thấp không hề đơn giản, bởi quy mô nền kinh tế ngày càng lớn lên.

Tổng kết giai đoạn 1970-1990, Bruno & Easterly (1998) kết luận lạm phát có tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế. Cụ thể, tăng trưởng kinh tế sẽ giảm trong bối cảnh lạm phát cao, sau đó hồi phục khi lạm phát giảm xuống. Kết luận này nhận được sự ủng hộ từ nghiên cứu của Bhar & Mallik (2010), khi họ cho rằng chính sự không ổn định của lạm phát sẽ làm gia tăng lạm phát và tác động tiêu cực đến tăng trưởng kinh tế. Lý giải cho kết luận của mình, Bhar & Mallik (2010) đưa ra ba lý do: (i) Khi giá cả hàng hóa đã tăng lên, rất khó để hạ xuống bởi yếu tố thói quen từ phía người tiêu dùng; (ii) lạm phát là hậu quả của chính sách cung tiền mở rộng trong một thời gian dài, nên muốn điều chỉnh cũng cần phải có thời gian; (iii) có sự đánh đổi trong ngắn hạn giữa lạm phát và thất nghiệp, do vậy nếu quyết liệt chống lạm phát sẽ gây ra tình trạng thất nghiệp, và dễ dẫn đến các bất ổn khác trong xã hội. Nên thông thường Chính phủ sẽ tìm các biện pháp “mềm mỏng” hơn, do vậy lạm phát không thể sớm hạ xuống được.

Hiện nay, mối quan tâm của các nhà kinh tế và quản lý đối với chủ đề lạm phát không chỉ dừng lại ở tác động tiêu cực hay tích cực đến tăng trưởng kinh tế, mà là xác định ngưỡng lạm phát tối ưu. Fischer (1993) là người tiên phong trong việc tìm thấy ngưỡng lạm phát khác nhau cho nhóm quốc gia phát triển và nhóm quốc gia đang phát triển. Tuy nhiên, nghiên cứu của Khan & Ssnhadji (2001) mới chỉ ra rõ nhất các mức ngưỡng này. Cụ thể, đối với các quốc gia phát triển, Khan & Ssnhadji (2001) cho rằng ngưỡng lạm phát tối ưu là 1 đến 3%/năm, trong khi đối với các quốc gia đang phát triển thì mức lạm

phát tối ưu được đề xuất nằm trong khoảng 11-13%/năm. Burdekin & cộng sự (2004) sau đó cũng khẳng định kết luận của Khan & Ssnhadji (2001) là phù hợp, khi họ cũng đề xuất ngưỡng lạm phát tối ưu cho tất cả các nước nên dừng dưới mức một con số. Nghiên cứu cho Việt Nam, Lam (2015) đề xuất ngưỡng lạm phát cho Việt Nam là 8%, còn Phong (2017) lại đưa ra ngưỡng lạm phát tối ưu là 3,22%.

2.3. Mối quan hệ giữa phát triển du lịch, lạm phát và tăng trưởng kinh tế

Mối quan hệ giữa phát triển du lịch, lạm phát và tăng trưởng kinh tế được hình thành gián tiếp thông qua sự tác động lên tỉ giá hối đoái (Huseynli, 2022). Du lịch được xếp vào nhóm dịch vụ xa xỉ, do đó chi tiêu của khách du lịch mang lại nguồn thu cho nhiều các doanh nghiệp tổ chức du lịch, chính quyền địa phương và cả người dân. Tuy nhiên, Fang & cộng sự (2020) lưu ý rằng cần phân tách tác động của khách du lịch trong nước và quốc tế tới tăng trưởng kinh tế. Bởi khách du lịch nội địa đóng góp trực tiếp cho tăng trưởng kinh tế, trong khi khách du lịch quốc tế còn gây ra tác động gián tiếp làm thay đổi mức cung tiền và dự trữ ngoại hối của quốc gia. Nhu cầu đổi ngoại tệ để trang trải cho các dịch vụ du lịch (ăn uống, lưu trú, di chuyển, phí thăm quan v.v...) của khách du lịch quốc tế là tất yếu. Điều này buộc Chính phủ phải tính toán lại mức cung đồng nội tệ để giảm thiểu sự thay đổi của tỉ giá hối đoái. Sự thay đổi của tổng lượng cung tiền trong nước sẽ ảnh hưởng đến lạm phát và tăng trưởng kinh tế đã được nhiều nhà khoa học khẳng định (Hussain & Malik, 2011; Ngọc, 2020).

Ngoài ra, mối quan hệ giữa phát triển du lịch, lạm phát, tăng trưởng kinh tế sẽ phức tạp và khó dự đoán hơn khi xét tới yếu tố mùa vụ của du lịch (Carrascal Incera & Fernández, 2015). Bên cạnh đó, Croes & cộng sự (2021) lưu ý rằng du lịch là lĩnh vực có tính nhạy cảm cao với nhiều yếu tố như: dịch bệnh, thiên tai, ổn định chính trị, sự thân thiện giữa hai quốc gia, ngôn ngữ và cả yếu tố chu kỳ kinh tế. Do đó, việc gia tăng đầu tư vào hạ tầng giao

thông, nhà hàng, khách sạn, viễn thông hay các dịch vụ nghỉ dưỡng khác có thể đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng kinh tế năm hiện tại, nhưng sẽ ảnh hưởng đến lạm phát và phát triển du lịch ở các năm tiếp theo.

Tất nhiên, phần lược khảo trên không thể phản ánh hết được các nghiên cứu thực nghiệm sẵn có, nhưng nó cũng cho thấy ảnh hưởng của phát triển du lịch và lạm phát đến tăng trưởng kinh tế là không đồng nhất ở từng quốc gia. Do vậy, không thể áp dụng máy móc sự thành công của các quốc gia khác vào nước mình, mà cần có sự tính toán, phân tích chi tiết hơn. Những điều này đã tự minh chứng cho sự cần thiết phải có thêm nghiên cứu thực nghiệm khác, đặc biệt là trong bối cảnh cộng đồng kinh tế ASEAN, nơi mà sự giao thương hàng hóa và chính sách kinh tế đang ngày càng lớn.

3. Mô hình, dữ liệu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình và dữ liệu

Mục đích của nghiên cứu này là khám phá tác động trong ngắn hạn và dài hạn của phát triển du lịch, lạm phát đến tăng trưởng kinh tế ở các nước ASEAN. Kế thừa các nghiên cứu trước của Bhar & Mallik (2010), Hussain & Malik (2011), Seleteng & cộng sự (2013), bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu ban đầu như sau:

$$\log GDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 TO_{it} + \beta_2 INF_{it} + u_{it} \quad (\text{Mô hình 1})$$

Trong đó, i là phản ánh cho các quốc gia và nhận giá trị từ 1,2,...,10, tương ứng với Brunei, Cambodia, Indonesia, Lao, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand và Việt Nam. t phản ánh thời gian nghiên cứu từ 1995-2018, còn u là sai số.

Trong mô hình 1, tăng trưởng kinh tế (biến GDP) được đo lường bằng chỉ số thu nhập bình quân đầu người (đơn vị: đô la Mỹ, tính theo giá cố định năm 2010), còn phát triển du lịch (biến TO) được lấy đại diện thông qua số lượng khách du lịch quốc tế hàng năm (đơn vị: người). Lạm phát (biến

INF) được đo lường bằng chỉ số lạm phát thực (đơn vị: %). Cả ba biến số được thu thập dữ liệu theo năm từ bộ dữ liệu của Ngân hàng thế giới (World Bank) trong thời gian từ 1995-2018. Hai biến GDP và TO được chuyển sang dạng lô ga rít để làm “phẳng” dữ liệu, riêng biến INF được giữ nguyên dưới dạng dữ liệu gốc, để đồng nhất đơn vị tính với

Bước 4: Nếu bước 1 cung cấp thông tin là các biến số không dừng cùng một bậc và bước 3 cho thấy có tồn tại hiện tượng đồng liên kết, khi đó ước lượng các hệ số tác động trong dài hạn và ngắn hạn của biến số trong mô hình 2 được thực hiện bằng mô hình véc tơ sai số hiệu chỉnh (vector error correction model - VECM), dưới dạng phương trình sau:

$$\Delta \log GDP_{it} = \beta_0 + \phi_i \cdot ECT + \beta_2 \cdot \log TO_{it-1} + \beta_3 \cdot INF_{it-1} + \sum_{j=1}^{p-1} \alpha_{1j} \cdot \Delta \log GDP_{it-j} + \sum_{j=0}^q \alpha_{2j} \cdot \Delta \log TO_{it-j} + \sum_{j=0}^q \alpha_{3j} \cdot \Delta INF_{it-j} + \varepsilon_{it} \quad (\text{Mô hình 3})$$

hai biến GDP và TO trong việc giải thích ý nghĩa của kết quả nghiên cứu.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Các hệ số β_1 và β_2 trong mô hình 1 phản ánh tác động dài hạn của phát triển du lịch và lạm phát tới tăng trưởng kinh tế. Để phân tích thêm tác động trong ngắn hạn, bài viết ứng dụng phương pháp tự hồi quy phân phối trễ cho dữ liệu bảng (panel autoregressive distributed lag - panel ARDL) do Pesaran & cộng sự (1999) đề xuất. Viết lại mô hình 1 dưới dạng mô hình panel ARDL(p,q) như sau:

$$\Delta \log GDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 \cdot \log GDP_{it-1} + \beta_2 \cdot \log TO_{it-1} + \beta_3 \cdot INF_{it-1} + \sum_{j=1}^{p-1} \alpha_{1j} \cdot \Delta \log GDP_{it-j} + \sum_{j=0}^q \alpha_{2j} \cdot \Delta \log TO_{it-j} + \sum_{j=0}^q \alpha_{3j} \cdot \Delta INF_{it-j} + \varepsilon_{it} \quad (\text{Mô hình 2})$$

Trong đó:

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ phản ánh hệ số tác động trong dài hạn
 $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ phản ánh hệ số tác động trong ngắn hạn
 p, q là độ trễ tối ưu của từng biến trong mô hình
 Trình tự xử lý dữ liệu được tiến hành qua các bước sau:

Bước 1: Kiểm định tính dừng của các biến;

Bước 2: Ước lượng các hệ số trong mô hình 2 bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất (Ordinary Least Square - OLS).

Bước 3: Kiểm định đồng liên kết trong dài hạn giữa các biến của mô hình 2

Trong đó, ϕ_i được xác định theo công thức:

$$\phi_i = -(1 - \sum_{j=1}^p \lambda_{ij})$$

Theo Pesaran & cộng sự (1999), nếu ϕ_i có ý nghĩa thống kê thì nó minh họa tăng trưởng kinh tế có khả năng tự điều chỉnh về điểm cân bằng trong dài hạn của sau những “ cú sốc ” trong ngắn hạn. Chi tiết kết quả thực nghiệm sẽ được trình bày trong phần 4.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Thống kê mô tả

Ngoại trừ Singapore, chín quốc gia còn lại của ASEAN đều là những quốc gia đang phát triển. Do vậy, áp dụng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, cải thiện đời sống của người dân là hết sức cấp bách. Một trong nhiều giải pháp mà các quốc gia này chọn lựa là phát triển du lịch. Với ưu đãi của tự nhiên, cùng chiến lược đầu tư đúng đắn, bài bản, Singapore và Thái Lan dần khẳng định được uy tín, trong sự đánh giá và lựa chọn của khách du lịch quốc tế.

Năm 2018, số lượng khách quốc tế đến Indonesia là 15,8 triệu người, Malaysia là 25,8 triệu,

Bảng 1: Thống kê mô tả

Tên biến	Số quan sát	Giá trị trung bình	Sai số	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất
<i>logGDP</i>	240	3,513	0,652	2,384	4,441
<i>logTO</i>	240	6,431	0,671	4,778	7,581
<i>INF</i>	240	6,658	12,68	-3,582	125,27

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

Singapore là 14,6 triệu, trong khi Thái Lan là 38, 2 triệu, còn Việt Nam là 15,5 triệu người. Bên cạnh đó, Chính phủ các nước ASEAN cũng sử dụng nhiều công cụ để điều hành và kiểm soát lạm phát. Giai đoạn 1995-2008 khu vực ASEAN chịu ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tiền tệ Châu Á năm 1997 và thế giới năm 2008 nên tỉ lệ lạm phát của từng quốc gia có nhiều sự biến động. Tuy nhiên trong suốt giai đoạn 2010-2018, mức lạm phát thực tế ở mười nước ASEAN đều ở mức một con số. Với mẫu dữ liệu gồm 10 quốc gia trong vòng 24 năm, nên số quan sát của nghiên cứu là 240 quan sát. Chi tiết thống kê mô tả sẽ cho thấy rõ hơn trong Bảng 1.

Kiểm định tính dừng

Những biến số kinh tế thường có tính xu hướng, nên để tránh kết quả ước lượng bị chệch, bài viết áp dụng hai kỹ thuật kiểm định phổ biến hiện nay cho dữ liệu bảng là kiểm định LLC do Levin & cộng sự (2002) đề xuất, cùng kiểm định

Breitung do Breitung & Das (2005) giới thiệu. Kết quả được minh họa trong bảng 2. Theo đó, cả hai kỹ thuật kiểm định đều tương đồng và cho thấy biến GDP và INF dừng ở bậc gốc, còn biến TO dừng ở bậc sai phân.

Kiểm định đồng liên kết trong dài hạn

Có một số kỹ thuật kiểm định đồng liên kết cho dữ liệu bảng như kiểm định của Kao & Chiang (2001), hay kiểm định của Pedroni (2004). Tuy nhiên, gần đây Westerlund & Edgerton (2007) giới thiệu một kỹ thuật mới cho phép kiểm tra đồng liên kết trong trường hợp dữ liệu có xuất hiện hiện tượng phương sai thay đổi. Kế thừa sự vượt trội này, bài viết ứng dụng kiểm định của Westerlund & Edgerton (2007) để khám phá sự tồn tại hiện tượng đồng liên kết trong dài hạn giữa các biến của mô hình 3.

Theo kết quả trong bảng 3, với 3/4 tiêu chí kiểm định có giá trị p-value < 0,05, đây là minh chứng để

Bảng 2: Kết quả kiểm định tính dừng các biến trong mô hình

Tên biến	Kiểm định LLC		Kiểm định Breitung	
	Bậc gốc	Bậc sai phân	Bậc gốc	Bậc sai phân
<i>logGDP</i>	-3,029***	-6,130***	1,802	-3,689***
<i>logTO</i>	-1,106	-5,180***	4,548	-4,508***
<i>INF</i>	-6,574***	-10,930***	-5,235***	-9,174***

Ghi chú: Cả ba kiểm định được thực hiện với giả định các biến có hệ số chặn (intercept), có xu hướng (trend). *** tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê là 1%.

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

Bảng 3: Kiểm định hiện tượng đồng liên kết giữa các biến

Loại kiểm định	Tiêu chí kiểm định	Giá trị thống kê F	p-value
	G_t	-3,8145	0,0000
Kiểm định	G_a	-7,1213	0,9260
Westerlund	P_t	-8,6820	0,0110
	P_a	-9,6831	0,0410

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

bác bỏ giả thuyết trong H_0 (H_0 được phát biểu như sau: Không xuất hiện hiện tượng đồng liên kết giữa các biến; giả thuyết đối H_1 : Có hiện tượng đồng liên kết giữa các biến). Kết quả này cho phép bài viết kết luận là giữa phát triển du lịch, lạm phát và tăng trưởng kinh tế ở các nước ASEAN có xảy ra hiện tượng đồng liên kết trong dài hạn. Kết hợp với việc các biến không dừng cùng bậc (xem bảng 2), cho thấy nếu áp dụng các kỹ thuật hồi quy truyền thống như phương pháp OLS sẽ cho kết quả ước lượng bị chệch và không tin cậy.

Ước lượng tác động trong ngắn hạn và dài hạn

Khi hai điều kiện để áp dụng phương pháp panel ARDL được thỏa mãn, bài viết theo gợi ý của Pesaran & cộng sự (1999) sử dụng kỹ thuật VECM để ước lượng các tác động trong ngắn hạn và dài hạn. Nhằm tăng tính chính xác cho nghiên cứu, bài viết dùng hai kỹ thuật gồm: (i) kỹ thuật ước lượng trung bình gộp (pool mean group - PMG) và (ii) kỹ thuật ước lượng tác động cố định cho dữ liệu động (dynamic fixed effect regression - DFE) để cùng ước lượng. Việc lựa chọn giữa kỹ thuật PMG hay DFE phù hợp hơn với dữ liệu của nghiên cứu sẽ căn cứ vào kết quả kiểm định Hausman. Hệ số ước lượng tác động trong ngắn hạn và dài hạn được trình bày trong bảng 4.

Kiểm định Hausman ở dòng cuối của bảng 4 cho thấy kỹ thuật PMG phù hợp hơn kỹ thuật DFE, do vậy bài viết sử dụng kết quả ước lượng thu được từ kỹ thuật PMG để giải thích cho kết quả nghiên cứu. Theo đó, hệ số của biến $ECT(-1) = -0,0453$ (p-value = 0,003), chứng tỏ tăng trưởng kinh tế của các nước ASEAN có khả năng tự điều chỉnh về điểm cân bằng trong dài hạn, cho dù trong ngắn hạn có thể

xảy ra các cú sốc kinh tế đến từ phát triển du lịch hay lạm phát. Biến $logTO$ nhận giá trị = 0,4681 trong dài hạn, = 0,0417 trong ngắn hạn, và cả hai hệ số này đều có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Điều này hàm ý là phát triển du lịch sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn. Cụ thể, với giả định các yếu tố khác không thay đổi, khi số lượng khách du lịch quốc tế tăng lên 1% sẽ làm tăng trưởng kinh tế tăng 0,0417% trong ngắn hạn và 0,4681% trong dài hạn. Như vậy, du lịch ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế nhiều hơn trong dài hạn.

Điều thú vị là hệ số hồi quy ước lượng của biến INF trái dấu nhau và cùng có ý nghĩa thống kê. Cụ thể hơn, trong ngắn hạn lạm phát có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế ($\beta = 0,0004$) ở mức ý nghĩa 10%. Còn trong dài hạn, tác động tích cực này sẽ được thay thế bằng tác động tiêu cực khi hệ số ước lượng = -0,0207 có ý nghĩa thống kê ở mức 1%. Hàm ý rằng, khi lạm phát tăng 1% trong dài hạn sẽ làm tăng trưởng kinh tế giảm 0,0207% với giả định các yếu tố khác không thay đổi.

Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả thực nghiệm của nghiên cứu chỉ ra rằng phát triển du lịch có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn. Kết luận này tương đồng với nghiên cứu của Gunduz & Hatemi-J (2005) cho kinh tế Thổ Nhĩ Kỳ, Ohlan (2017) cho kinh tế Ấn Độ, hay Kim & cộng sự (2006) cho kinh tế Đài Loan. Đối chiếu với thực tế, có thể lý giải được kết quả này bằng một số lý do sau: (i) Sự phát triển của ngành du lịch sẽ kéo theo sự phát triển của nhiều ngành nghề khác trong xã hội, như xây dựng, giao thông, phương tiện vận chuyển, ẩm thực và dịch vụ giải trí, từ đó kích thích

Bảng 4: Kết quả ước lượng tác động trong ngắn hạn và dài hạn

Tên biến	Kỹ thuật PMG		Kỹ thuật DFE	
	Hệ số β	p -value	Hệ số β	p -value
Biến phụ thuộc: $\Delta \log GDP$				
Tác động trong dài hạn				
$\log TO$	0,4681	0,000	0,4321	0,047
INF	-0,0207	0,004	-0,0107	0,287
Tác động trong ngắn hạn				
ECT(-1)	-0,0453	0,003	-0,0149	0,208
$\Delta \log TO$	0,0417	0,033	0,0297	0,007
ΔINF	0,0004	0,073	-0,0001	0,351
Hệ số chặn	0,0364	0,001	0,0271	0,242
Kiểm định Hausman giữa mô hình PMG và DFE: Giá trị $\chi^2 = 15,12$; p -value = 0,0036				

(Nguồn: Tính toán của tác giả)

tăng trưởng kinh tế; (ii) Trong những năm gần đây, các nước ASEAN đã đa dạng nhiều hình thức du lịch như: du lịch kết hợp hội nghị hội thảo, du lịch khám chữa bệnh, hay du lịch tìm kiếm cơ hội đầu tư. Chính vì lẽ đó, mà những lợi ích thu được trong ngắn hạn như dịch vụ lưu trú, ẩm thực có thể xem là nhỏ bé so với lợi ích trong dài hạn; (iii) Việc được tiếp xúc với khách du lịch quốc tế sẽ cải thiện “vốn con người” cho người dân trong nước thông qua trình độ ngoại ngữ và trao đổi ngoại tệ. Hơn thế nữa, việc giao lưu văn hóa sẽ củng cố thêm uy tín và vị thế quốc gia trong đánh giá của bạn bè quốc tế.

Việc tìm thấy lạm phát tác động đảo chiều từ dương sang âm của nghiên cứu này có thể được xem là đóng góp mới. Kết luận này phù hợp với khuyến nghị của Khan & Ssnhadji (2001), hay Burdekin & cộng sự (2004) cho nhóm các quốc gia đang phát triển như ASEAN. Với việc duy trì được tỉ lệ lạm phát ở mức một con số thì lưu thông hàng hóa trong nền kinh tế sẽ diễn ra nhanh hơn, đồng thời Chính phủ cũng có đủ lượng dự trữ ngoại hối

để can thiệp (khi cần thiết) hoặc thực hiện chính sách tiền tệ xen kẽ (tức là giai đoạn mở rộng tiền tệ và giai đoạn thu hẹp tiền tệ được thực hiện luân phiên nhau). Theo Edison & cộng sự (2002) việc lạm phát ảnh hưởng như thế nào tới tăng trưởng kinh tế bên cạnh quy mô của các gói kích thích kinh tế thì cách mà Chính phủ “bơm” tiền vào nền kinh tế cũng rất quan trọng. Nếu Chính phủ theo đuổi chiến lược tăng trưởng kinh tế dựa vào vốn vật chất thì khi tỉ lệ lạm phát cao sẽ làm gia tăng chi phí của vốn và chi phí giao dịch, dẫn đến tỉ suất lợi nhuận trên vốn giảm, kéo theo tăng trưởng kinh tế chậm lại. Nhưng nếu Chính phủ theo đuổi chiến lược tăng trưởng dựa trên “vốn con người” thì khi lạm phát cao người dân sẽ bị nghèo đi, buộc họ phải cân nhắc giữa đáp ứng nhu cầu hàng ngày với nhu cầu đầu tư cho giáo dục nâng cao trình độ, hay giải trí. Một sự giảm sút đầu tư cho giáo dục có thể chưa gây hậu quả nghiêm trọng trong ngắn hạn, nhưng để lại tác động to lớn trong dài hạn (Ha & Ngoc, 2022).

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Du lịch và lạm phát được coi là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế ở nhiều quốc gia trên thế giới. Tuy nhiên, sự tác động của phát triển du lịch và lạm phát đến tăng trưởng kinh tế còn nhận được ít sự quan tâm ở mười nước ASEAN. Bằng việc áp dụng kỹ thuật tự hồi quy phân phối trễ cho dữ liệu bảng, trong bối cảnh mười nước ASEAN từ 1995 đến 2018, nghiên cứu này rút ra một số kết luận sau:

(i) Phát triển du lịch đóng góp tích cực cho tăng trưởng kinh tế cả trong ngắn hạn và dài hạn. Tác động trong dài hạn mạnh hơn trong ngắn hạn.

(ii) Lạm phát có tác động thúc đẩy tăng trưởng kinh tế trong ngắn hạn, nhưng kìm hãm trong dài hạn. Ảnh hưởng của lạm phát đến tăng trưởng kinh tế của các nước ASEAN trong ngắn hạn yếu hơn trong dài hạn.

Từ kết quả nghiên cứu, với kỳ vọng gia tăng hơn nữa quy mô đóng góp của du lịch vào tăng trưởng kinh tế và kiểm soát lạm phát có hiệu quả hơn nữa, bài viết gợi ý một số hàm ý chính sách như sau:

Thứ nhất, phát triển du lịch có tác động dương, trong khi lạm phát có tác động âm đến tăng trưởng kinh tế trong dài hạn. Do vậy, khi cần điều chỉnh tốc độ tăng trưởng kinh tế, Chính phủ các nước ASEAN có thể cân nhắc thúc đẩy riêng từng yếu tố, hoặc kết hợp cả hai yếu tố phát triển du lịch và kiểm soát lạm phát.

Thứ hai, do phát triển du lịch đóng góp tốt cho tăng trưởng kinh tế, nên Chính phủ các nước ASEAN cần rà soát, hoàn thiện quy hoạch sử dụng tài nguyên, quy hoạch phát triển ngành du lịch, qua đó phát huy tính độc đáo các sản phẩm du lịch lợi thế theo từng quốc gia. Hỗ trợ các vùng, các địa phương, doanh nghiệp xây dựng và phát triển thương hiệu du lịch địa phương, thương hiệu du lịch của doanh nghiệp và thương hiệu du lịch quốc gia.

Thứ ba, Chính phủ các nước ASEAN nên khuyến khích tổ chức các sự kiện truyền thông quảng bá du lịch của khu vực đến bạn bè thế giới.

Sản xuất các ấn phẩm báo chí tiêu biểu để truyền thông thương hiệu du lịch quốc gia tại các thị trường du lịch tiềm năng. Bên cạnh đó, cần tôn tạo các danh lam thắng cảnh di tích lịch sử văn hóa, giảm giá dịch vụ, khắc phục hạn chế bất cập như tình trạng chèo kéo khách, ô nhiễm môi trường, an toàn thực phẩm, giao thông.

Thứ tư, Chính phủ các nước ASEAN cần tranh thủ hợp tác quốc tế hỗ trợ kỹ thuật, kinh phí, kinh nghiệm trong việc xây dựng triển khai các chương trình, nội dung đào tạo, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn kỹ năng nghiệp vụ để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngành du lịch đáp ứng sự phát triển trong thời kỳ hội nhập. Bên cạnh đó, cần tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức về du lịch, huy động sự tham gia của người dân, cộng đồng địa phương và các tổ chức xã hội cùng phát triển du lịch.

Thứ năm, Chính phủ các nước ASEAN cần chia sẻ kinh nghiệm trong điều hành vĩ mô, đặc biệt là kinh nghiệm kiểm soát lạm phát. Bên cạnh đó cần có sự phối hợp, hỗ trợ, tương tác với nhau trong nâng cao dự trữ ngoại hối và nhất quán trong thực hiện các cam kết chung của cả khối. Chính sách tài khóa ngược chiều cũng cần cân nhắc sử dụng trong trường hợp phải can thiệp, hoặc trung hòa các tác động có hại đến từ lạm phát trong nước và cú sốc tài chính đến từ quốc tế. ♦

Tài liệu tham khảo:

1. Bhar, R., & Mallik, G. (2010). *Inflation, inflation uncertainty and output growth in the USA*. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 389 (23), 5503-5510.
2. Blake, A. (2008). *Tourism and income distribution in East Africa*. *International Journal of Tourism Research*, 10 (6), 511-524.
3. Breitung, J., & Das, S. (2005). *Panel unit root tests under cross-sectional dependence*. *Statistica Neerlandica*, 59 (4), 414-433.

4. Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2014). *Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review*. Current Issues in Tourism, 19 (5), 394-430.
5. Bruno, M., & Easterly, W. (1998). *Inflation crises and long-run growth*. Journal of Monetary Economics, 41 (1), 3-26.
6. Burdekin, R. C. K., Denzau, A. T., & cộng sự. (2004). *When does inflation hurt economic growth? Different nonlinearities for different economies*. Journal of Macroeconomics, 26 (3), 519-532.
7. Carrascal Incera, A., & Fernández, M. F. (2015). *Tourism and income distribution: Evidence from a developed regional economy*. Tourism Management, 48, 11-20.
8. Croes, R., Ridderstaat, J., & cộng sự. (2021). *Tourism specialization, economic growth, human development and transition economies: The case of Poland*. Tourism Management, 82
9. Deng, T., Ma, M., & Cao, J. (2014). *Tourism Resource Development and Long-Term Economic Growth: A Resource Curse Hypothesis Approach*. Tourism Economics, 20 (5), 923-938.
10. Edison, R. L., & cộng sự. (2002). *International financial integration and economic growth*. Journal of International Money and Finance, 21 (6), 749-776.
11. Fang, J., Gozgor, G., & cộng sự. (2020). *The impact of tourism growth on income inequality: Evidence from developing and developed economies*. Tourism Economics
12. Fischer, S. (1993). *The role of macroeconomic factors in growth*. Journal of Monetary Economics, 32 (3), 485-512.
13. Gunduz, L., & Hatemi-J, A. (2005). *Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?*. Applied Economics Letters, 12 (8), 499-504.
14. Ha, N. M., & Ngoc, B. H. (2022). *The asymmetric effect of financial development on human capital: Evidence from a nonlinear ARDL approach*. The Journal of International Trade & Economic Development, 1-17.
15. Huseynli, N. (2022). *Econometric Analysis of the Relationship Between Tourism Revenues, Inflation and Economic Growth: The Case of Morocco and South Africa*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure (11(1)2022), 135-146.
16. Hussain, S., & Malik, S. (2011). *Inflation and Economic Growth: Evidence from Pakistan*. International Journal of Economics and Finance, 3 (5), 262-276.
17. Kao, C., & Chiang, M.-H. (2001). *On the estimation and inference of a cointegrated regression in panel data* (B. Baltagi, Fomby, T. and Carter Hill, R. Ed. Vol. 15). Emerald Group Publishing Limited.
18. Kaplan, M., & Celik, T. (2008). *The Impact of Tourism on Economic Performance: The Case of Turkey*. The International Journal of Applied Economics and Finance, 2 (1), 13-18.
19. Katircioğlu, S. T. (2014). *Testing the tourism-induced EKC hypothesis: The case of Singapore*. Economic Modelling, 41, 383-391.
20. Khan, M. S., & Ssnhadji, A. S. (2001). *Threshold Effects in the Relationship between Inflation and Growth*. IMF Staff Papers, 48 (1), 1-21.
21. Kim, H. J., Chen, M. H., & Jang, S. S. (2006). *Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan*. Tour Manag, 27 (5), 925-933.
22. Lam, H. T. (2015). *Hiệu ứng ngưỡng trong mối quan hệ giữa lạm phát và tăng trưởng kinh tế ở Việt Nam*. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, 217 (7), 29-37.
23. Levin, A., Lin, C.-F., & James Chu, C.-S. (2002). *Unit root tests in panel data: asymptotic and finite-sample properties*. Journal of Econometrics, 108 (1), 1-24.
24. Ngoc, B. H. (2020). *The Asymmetric Effect of Inflation on Economic Growth in Vietnam: Evidence by Nonlinear ARDL Approach*. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7 (2), 143-149.

25. Ohlan, R. (2017). *The relationship between tourism, financial development and economic growth in India*. *Future Business Journal*, 3 (1), 9-22.

26. Paramati, S. R., Alam, M. S., & Chen, C.-F. (2016). *The effects of tourism on economic growth and CO2 emissions: A comparison between developed and developing economies*. *Journal of Travel Research*, 56 (6), 712-724.

27. Payne, J. E., & Mervar, A. (2010). *Research Note: The Tourism–Growth Nexus in Croatia*. *Tourism Economics*, 16 (4), 1089-1094.

28. Pedroni, P. (2004). *Panel Cointegration: Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests with an Application to the Ppp Hypothesis*. *Econometric Theory*, 20 (03)

29. Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. P. (1999). *Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels*. *Journal of the American Statistical Association*, 94 (446), 621-634.

30. Phong, N. A. (2017). *Tăng trưởng kinh tế và ngưỡng lạm phát tối ưu*. *Tạp chí Tài chính*, 4(2017), 79-80.

31. Seleteng, M., Bittencourt, M., & van Eyden, R. (2013). *Non-linearities in inflation–growth nexus in the SADC region: A panel smooth transition regression approach*. *Economic Modelling*, 30, 149-156.

32. Sidrauski, M. (1967). *Inflation and Economic Growth*. *Journal of Political Economy*, 75 (6), 796-810.

33. Skerritt, D., & Huybers, T. (2005). *The effect of international tourism on economic development: An empirical analysis*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10 (1), 23-43.

34. Tang, C. F., & Tan, E. C. (2013). *How stable is the tourism-led growth hypothesis in Malaysia? Evidence from disaggregated tourism markets*. *Tourism Management*, 37, 52-57.

35. Tobin, J. (1965). *Money and Economic Growth*. *Econometrica*, 33 (4), 671-684.

36. Westerlund, J., & Edgerton, D. L. (2007). *A panel bootstrap cointegration test*. *Economics Letters*, 97 (3), 185-190.

Summary

Tourism development and inflation are expected to affect economic growth. However, the conclusion of available studies is still mixed and inconsistent. This study aims to investigate the influence of tourism development and inflation on economic growth in ASEAN countries from 1995 to 2018. By adopting the panel autoregressive distributed lag approach, the outcomes indicate that an increase in tourism development leads to an increase in economic growth both in the short and long term. At the same time, the study also reveals a positive impact of inflation on economic growth in the short run, however, this influence is harmful in the long run. Based on the empirical results, the work suggests some helpful policy implications for policy-makers to achieve sustainable tourism development and more effective control of inflation.