

ÁP DỤNG PHƯƠNG PHÁP CHI PHÍ DU HÀNH ĐỂ XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ CẢNH QUAN CỦA CHỢ NỔI CÁI RẰNG, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Phạm Trung Hiếu¹, Lưu Tiến Thuận²

¹Viện Kinh tế - Xã hội, Thành phố Cần Thơ

²Khoa Kinh tế, Đại học Cần Thơ

Liên hệ email: ltthuan@ctu.edu.vn

TÓM TẮT

Nghiên cứu tiền hành xác định giá trị cảnh quan của chợ nổi Cái Răng mang lại cho đối tượng khách trong nước trong năm 2016. Phương pháp chi phí du hành theo vùng và phương pháp hồi quy tuyến tính được sử dụng để xác định giá trị cảnh quan của chợ nổi Cái Răng và xây dựng đường cầu du lịch của du khách trong nước đối với chợ nổi. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng năm 2016 dưới dạng tiền tệ là 373.747,39 triệu đồng. Trong đó, thặng dư của du khách khi tham quan chợ nổi Cái Răng là 116.003,68 triệu đồng và thu nhập của các doanh nghiệp nhận được dưới dạng chi tiêu của du khách là 257.743,71 triệu đồng. Đường cầu du lịch của khách nội địa có dạng $VR = 15,916 - 8,961.10^{-6} \times TC$. Nghiên cứu đã đóng góp thêm minh chứng cho lý thuyết giá trị cảnh quan và phương pháp chi phí du hành với trường hợp cụ thể chợ nổi Cái Răng, thành phố Cần Thơ.

Từ khóa: chợ nổi Cái Răng, giá trị cảnh quan, phương pháp chi phí du hành.

Nhận bài: 13/08/2017

Hoàn thành phản biện: 07/09/2017

Chấp nhận bài: 15/09/2017

1. MỞ ĐẦU

Chợ nổi Cái Răng là điểm du lịch nổi tiếng, là hình ảnh mang tính biểu tượng cho ngành du lịch thành phố Cần Thơ (TPCT) nói riêng và vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói chung. Năm 2014, chợ nổi được Hiệp hội Du lịch ĐBSCL công nhận là địa điểm du lịch tiêu biểu cấp vùng ĐBSCL. Cũng trong năm này, Tạp chí du lịch Rough Guide của Anh bình chọn chợ nổi Cái Răng là một trong mười khu chợ ấn tượng nhất thế giới, và được trang web Youramazingplaces đưa vào danh sách một trong sáu chợ nổi đẹp nhất châu Á. Đáng chú ý nhất, ngày 08/7/2016, chợ nổi Cái Răng được Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VH-TT-DL) công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia. Theo Sở VH-TT-DL TPCT, hàng năm chợ nổi Cái Răng đón tiếp hàng trăm ngàn lượt du khách đến tham quan, du lịch, đóng góp cho ngành du lịch thành phố hàng trăm tỷ đồng nhờ vào cảnh quan, môi trường đặc trưng, và độc đáo của chợ. Tuy nhiên, bên cạnh việc thu hút được nhiều du khách đến tham quan, du lịch, mang lại nguồn lợi to lớn cho các doanh nghiệp và toàn thể ngành du lịch của thành phố, hoạt động của chợ nổi bộc lộ nhiều vấn đề bất cập như vấn đề an toàn lưu thông đường thủy, vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm. Nổi cộm trong số đó chính là vấn đề chất lượng cảnh quan, môi trường bị ảnh hưởng bởi hoạt động mua bán và khai thác du lịch. Mặc dù TPCT đã xây dựng Đề án “*Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng*”, song đến nay chưa có một nghiên cứu nào liên quan đến việc xác định giá trị cảnh quan của chợ nổi Cái Răng. Chính vì vậy, việc xác định giá trị cảnh quan chợ nổi Cái Răng bằng phương pháp chi phí du hành mang tính cấp thiết cao, không

chỉ cung cấp minh chứng và đóng góp vào lý thuyết giá trị cảnh quan mà còn góp phần củng cố, làm vững chắc nền tảng, cơ sở khoa học cho Đề án “Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng” của thành phố Cần Thơ.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp thu thập số liệu

Số liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2014 – 2016, gồm các số liệu về lượng du khách, dân số các địa phương ở ĐBSCL từ nguồn Niên giám Thống kê, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Sở VH-TT-DL và Trung tâm Phát triển Du lịch TPCT.

Số liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 12/2016, thông qua phỏng vấn trực tiếp 160 du khách trong nước bằng bảng câu hỏi soạn trước và sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Nghiên cứu không tiến hành phỏng vấn đối tượng khách quốc tế vì hầu hết chuyến đi của khách quốc tế là đa mục tiêu, đa địa điểm nên việc ước lượng chi phí du hành khó chính xác. Bảng câu hỏi được thiết kế để thu thập thông tin về chi phí du hành và các yếu tố kinh tế xã hội của du khách. Theo Võ Thị Thanh Lộc (2010), cỡ mẫu có thể được xác định bằng công thức của Slovin, như sau:

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

Trong đó:

N: Số quan sát tổng thể và e: Sai số cho phép

Với $N = 183.970^1$, sai số cho phép $e = 10\%$, cỡ mẫu tối thiểu cần lấy là $n = 100$. Do đó, số quan sát nghiên cứu tiến hành phỏng vấn là 160, lớn hơn số mẫu tối thiểu cần thu thập để đảm bảo tính đại diện của tổng thể.

2.2. Phương pháp phân tích số liệu

2.2.1. Phương pháp thống kê mô tả

Trong nghiên cứu này, phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để tổng hợp, phân tích các số liệu, thông tin về chuyến du lịch và vùng xuất phát của du khách. Thống kê mô tả là các phương pháp có liên quan đến việc thu thập số liệu, tóm tắt, trình bày, tính toán và mô tả các đặc trưng khác nhau để phản ánh một cách tổng quát đối tượng nghiên cứu (Mai Văn Nam, 2008, trang 12). Các phương pháp cụ thể được sử dụng trong thống kê mô tả như: bảng tần suất, và số bình quân.

2.2.2. Phương pháp phân tích hồi quy tuyến tính

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính để xác định các hệ số hồi quy thể hiện mối liên hệ tương quan giữa chi phí du hành và tỷ lệ tham quan của du khách. Từ đó xây dựng phương trình đường cầu du lịch của du khách đối với chợ nổi Cái Răng. Phân tích hồi quy tuyến tính là nghiên cứu mối liên hệ tuyến tính giữa các nhân tố độc lập (biến độc lập) X_i và chỉ tiêu Y nào đó (biến phụ thuộc). Trong đó, các X_i ảnh hưởng đến Y và Y được xem là phụ thuộc vào các X_i .

¹ Số khách nội địa đến chợ nổi Cái Răng năm 2016

Mô hình hồi quy là hàm cầu du lịch dạng tuyến tính:

$$VR = a + bTC \quad (2)$$

Trong đó: a, b là các hệ số cần ước lượng. b kỳ vọng mang dấu (-)

VR – biến phụ thuộc: tỷ lệ tham quan/1.000 dân của mỗi vùng (%)

TC – biến độc lập: chi phí du hành (đồng)

2.2.3. Phương pháp chi phí du hành

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chi phí du hành để xác định giá trị du lịch, thặng dư cũng như chi tiêu của du khách đối với chợ nổi Cái Răng. Phương pháp chi phí du hành là phương pháp được sử dụng phổ biến trong việc đánh giá hàng hóa và dịch vụ phi thị trường. Phương pháp này đã được ứng dụng rộng rãi ở các nước phát triển, được hiểu là phương pháp dựa trên cơ sở của những điểm du lịch có sức hấp dẫn đối với du khách, thường là những điểm có chất lượng môi trường tốt. Mỗi cá nhân đến du lịch tại một địa điểm chịu một chi phí nhất định và những chi phí này là khác nhau. Phương pháp chi phí du hành ước lượng giá trị của một điểm du lịch với giả định rằng chi phí phải bỏ ra để tham quan điểm du lịch đó phản ánh giá sẵn lòng trả cho hoạt động giải trí ở nơi đó.

Khi nhu cầu giải trí là số lần đến của một cá nhân trong một khoảng thời gian nhất định, đó là phương pháp chi phí du hành cá nhân (ITCM). Khi nhu cầu giải trí là số người đến từ một vùng trong một khoảng thời gian nhất định, đó là phương pháp chi phí du hành theo vùng (ZTCM). Trong nghiên cứu này, giá trị cảnh quan của chợ nổi Cái Răng sẽ được ước lượng bằng phương pháp chi phí du hành theo vùng (ZTCM).

Các bước tiến hành phương pháp chi phí du hành theo vùng (ZTCM) như sau:

Bước 1: Chọn địa điểm: là chợ nổi Cái Răng thuộc quận Cái Răng, TPCT.

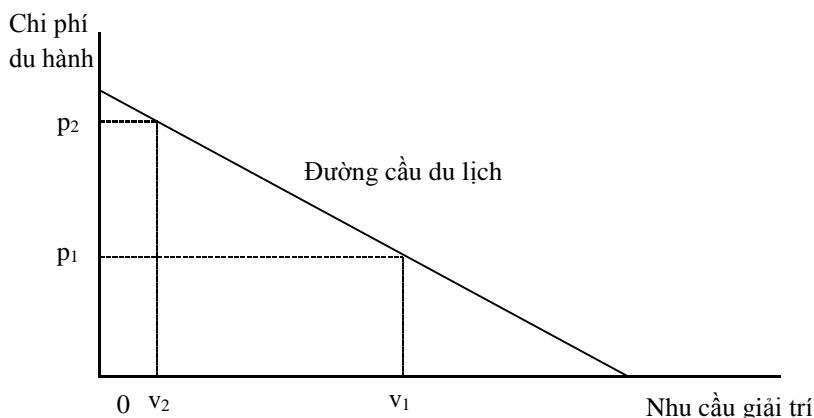
Bước 2: Phân chia vùng: do du khách đến Chợ nổi Cái Răng đến từ khắp nơi trên cả nước, trải dài cả ba miền Bắc, Trung, Nam (lượng khách từ các miền Bắc và miền Trung không hề nhỏ). Vùng xuất phát được phân chia theo nguồn gốc khách du lịch, lấy điểm nghiên cứu làm tâm để tính khoảng cách và phân chia theo nhóm, đảm bảo tính liên tục và phù hợp.

Bước 3: Lấy mẫu: thông tin về du khách đến chợ nổi Cái Răng được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp thông qua bảng câu hỏi soạn trước.

Bước 4: Tính tỷ lệ khách du lịch cho từng vùng: tỷ lệ du khách (VR) được tính bằng cách chia tổng số lượt du khách tới thăm điểm du lịch (hàng năm) của mỗi vùng chia cho tổng dân số trưởng thành (1.000 dân) của các tỉnh nằm trong cùng một vùng.

Bước 5: Ước lượng chi phí du hành: chi phí đến thăm một điểm du lịch gồm: chi phí di chuyển, chi phí cơ hội và chi phí khác khác tại điểm du lịch.

Bước 6: Xây dựng đường cầu: Từ hàm hồi quy ước lượng (2), xây dựng đường cầu du lịch như hình bên dưới đây, biểu diễn mối quan hệ giữa cầu du lịch (số lượng khách du lịch hoặc tỷ lệ tham quan) và chi phí để thực hiện hoạt động du lịch.



Hình 1. Đường cầu du lịch của du khách.

Bước 7: Ước lượng giá trị cảnh quan và thặng dư của du khách: đường cầu du lịch cũng chính là đường giá sẵn lòng trả biên tế cho dịch vụ tham quan du lịch của du khách. Như vậy giá trị cảnh quan của địa điểm du lịch được đánh giá như tổng giá sẵn lòng trả của du khách, sẽ được đo bằng phần diện tích nằm bên dưới đường cầu. Phần diện tích phía dưới đường cầu có dạng hình tam giác, nên có thể được tính bằng phương pháp tính diện tích tam giác. Dựa vào đường cầu đã được xây dựng, có thể ước lượng thặng dư của du khách. Thặng dư của du khách chính là phần diện tích tam giác phía trên đường thẳng nằm ngang tương ứng với chi phí và phía dưới đường cầu.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Phân vùng du khách

Lấy điểm du lịch chợ nổi Cái Răng làm tâm, khoảng cách từ tâm đến vị trí xuất phát là bán kính. Các điểm xuất phát của du khách được tổ hợp thành sáu vùng. Trong khi đó, tổng dân số trưởng thành của mỗi vùng (P_i) được tính bằng cách cộng tổng số dân trưởng thành của các địa phương trong cùng một vùng (số liệu phục vụ tính toán cung cấp bởi Niên giám thống kê năm 2015). Bảng 1 thể hiện cụ thể các số liệu về vùng xuất phát của du khách.

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

Vùng xuất phát	Khoảng cách (km)	Điểm xuất phát	Tổng dân số trưởng thành (P_i) (nghìn người)
1	0 – 50	Cần Thơ, Vĩnh Long, Hậu Giang	2.315,93
2	50 – 100	Sóc Trăng, Đồng Tháp, An Giang	3.895,89
3	100 – 150	Kiên Giang, Bạc Liêu, Long An	3.120,54
4	150 – 200	Cà Mau, thành phố Hồ Chí Minh	7.080,09
5	200 – 250	Bình Dương, Tây Ninh	2.312,38
6	> 250	Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng	7.717,32

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2017

Quan sát số liệu Bảng 1 ta thấy, du khách được phỏng vấn đến từ 16 tỉnh thành trong cả nước, trong đó có 10 tỉnh thành thuộc khu vực ĐBSCL (110 quan sát, chiếm tỷ lệ 68,75%), 03 tỉnh thành thuộc khu vực miền Đông Nam bộ (42 quan sát, chiếm tỷ lệ 26,25%) và 03 tỉnh thành

thuộc khu vực miền Bắc và Trung bộ (08 quan sát, chiếm tỷ lệ 5%)². Vùng 4 và Vùng 6 có giá trị P_i lớn hơn nhiều so với các vùng còn lại (lần lượt là 7.080,1 và 7.717,3 nghìn người) vì có hai thành phố lớn với dân số đông nhất cả nước là thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Ngoài ra, nghiên cứu cũng phỏng vấn một số du khách đến từ các thành phố lớn khác như Hải Phòng (03 quan sát) và Đà Nẵng (02 quan sát).

3.2. Xác định tỷ lệ tham quan và chi phí du hành của du khách mỗi vùng

Trên cơ sở sáu vùng được phân chia, các quan sát của mỗi vùng được thống kê, tính tỷ lệ. Nhân tỷ lệ này với số du khách trong nước đến chợ nổi Cái Răng năm 2016 là 183.970 du khách³ cho biết lượng khách đến chợ nổi Cái Răng trong năm của mỗi vùng (V_i). Giá trị V_i và P_i được sử dụng để phục vụ cho việc tính toán tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân (VR_i) của mỗi vùng theo công thức:

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

Tổng hợp số liệu tính toán được thể hiện cụ thể trong Bảng 3 sau đây:

Bảng 2. Lượng du khách tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân của mỗi vùng

Vùng xuất phát	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	Lượng khách trung bình (nghìn khách) V_i = 183.970 x tỷ lệ (%)	Tổng số người trưởng thành P_i (nghìn người)	Tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân (%) VR_i = $(V_i/P_i) \times 1.000$
1	38	23,75	43.692,88	2.315,93	18,87
2	33	20,63	37.953,01	3.895,89	9,74
3	31	19,38	35.653,99	3.120,54	11,43
4	39	24,38	44.851,89	7.080,09	6,33
5	11	6,88	12.657,14	2.312,38	5,47
6	08	5,00	9.198,50	7.717,32	1,19

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2017

Tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân VR_i cũng chính là biến phụ thuộc trong mô hình hồi quy. Tỷ lệ này đại diện cho nhu cầu giải trí của du khách tại chợ nổi Cái Răng nên sẽ tỷ lệ nghịch với chi phí (biến độc lập) và cũng tỷ lệ nghịch với khoảng cách. Vì vậy, VR_i của các vùng càng xa sẽ có giá trị càng nhỏ và ngược lại. Từ Bảng 2 ta thấy, tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân của Vùng 1 là lớn nhất (18,87%) và tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân của Vùng 6 là nhỏ nhất (1,19%).

Sau khi xác định được tỷ lệ tham quan trên 1.000 dân VR_i , ta tiến hành tính toán chi phí du hành của du khách theo từng vùng. Tổng chi phí du hành (TC) gồm ba khoản mục là chi phí di chuyển (CP_1), chi phí cơ hội (CP_2) và chi phí tại điểm du lịch (CP_3).

Số liệu từ Bảng 3 cho thấy các vùng càng xa điểm du lịch thì chi phí du hành càng lớn và ngược lại. Vùng có chi phí du hành nhỏ nhất là vùng 1 (258.206,71 đồng) và vùng có chi phí du hành lớn nhất là vùng 6 (1.764.888,67 đồng). Xu hướng này cũng thể hiện ở thành phần chi phí di chuyển nhưng lại không hoàn toàn đúng ở hai thành phần còn lại là chi phí cơ hội và chi phí tại điểm du lịch. Chi phí cơ hội và chi phí tại điểm du lịch của vùng 4, 5 và 6 tỏ ra vượt trội hơn so với các vùng còn lại do thu nhập của du khách đến từ những vùng này nhiều hơn so với những vùng còn lại.

² Khu vực ĐBSCL gồm: Cần Thơ, Vĩnh Long, Hậu Giang, Sóc Trăng, Đồng Tháp, Kiên Giang, An Giang, Bạc Liêu, Long An, Cà Mau. Khu vực Đông Nam Bộ gồm: thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Tây Ninh. Khu vực miền Bắc và Trung Bộ gồm có: Hà Nội, Hải Phòng và Đà Nẵng.

³ Số liệu cung cấp bởi Trung tâm Phát triển Du lịch TPCT

Bảng 3. Chi phí du hành của từng vùng

Vùng	<i>ĐVT: đồng</i>			
	CP ₁	CP ₂	CP ₃	TC
1	47.331,58	63.506,71	147.368,42	258.206,71
2	88.918,18	73.592,07	134.878,79	297.389,04
3	168.738,71	82.924,96	140.419,35	392.083,02
4	242.656,41	134.273,77	562.769,23	939.699,41
5	341.600,00	107.590,59	636.181,82	1.085.372,41
6	745.437,50	364.826,17	655.625,00	1.765.888,67

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2017

3.3. Xây dựng đường cầu, ước lượng giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng

Sau khi đã tính toán được các giá trị VR_i và TC_i, tiến hành phân tích hồi quy tương quan mô hình hàm cầu VR_i = a + bTC_i. Kết quả phân tích được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 4. Kết quả hồi quy mô hình hàm cầu du lịch tại chợ nổi Cái Răng

Chỉ tiêu	Hệ số (B)	Mức ý nghĩa (Sig.)	VIF
Hằng số	15,916	0,003	
TC	- 8,961.10 ⁻⁶	0,023	1,000
Hệ số tương quan bội R = 0,872		Hệ số Sig.F = 0,023	
Hệ số xác định R ² = 0,761		Durbin-Watson = 1,974	
Hệ số R ² điều chỉnh = 0,701			

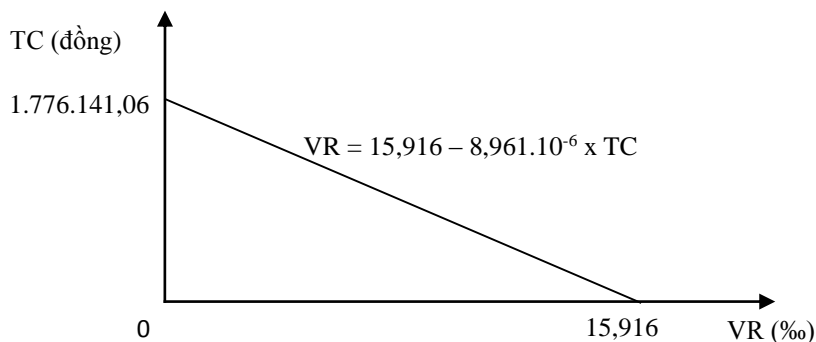
Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát năm 2017

Hệ số Sig. F = 0,023 nhỏ hơn so với mức ý nghĩa α = 5% chứng tỏ mô hình hồi quy có ý nghĩa. Biến độc lập TC đưa vào mô hình có ý nghĩa thống kê (Sig. < α = 5%). Hệ số tương quan bội R = 0,872 cho thấy biến phụ thuộc có mối quan hệ chặt chẽ với biến độc lập. Hệ số R² = 0,761 tức là có 76,1% sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi biến độc lập trong mô hình. Bên cạnh đó, giá trị Durbin-Watson = 1,974 và độ phóng đại phương sai VIF của mô hình = 1 cho thấy mô hình không có hiện tượng tự tương quan và đa cộng tuyến.

Dựa vào kết quả ước lượng trong Bảng 4, ta thiết lập phương trình hồi quy sau:

$$VR = 15,916 - 8,961.10^{-6} \times TC \tag{4}$$

Từ phương trình trên, đồ thị thể hiện đường cầu du lịch chợ nổi Cái Răng của du khách trong nước được xây dựng như hình sau:



Nguồn: Kết quả nghiên cứu

Hình 2. Đường cầu du lịch chợ nổi Cái Răng của du khách trong nước.

Diện tích nằm phía dưới đường cầu chính là giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng mang lại cho xã hội. Diện tích này có thể được tính toán bằng công thức tính diện tích tam giác thông thường:

$$S = \frac{1}{2} \times 15,916 \times 1.776.141,06 = 14.134.530,56 \text{ đồng/1.000 dân} \tag{5}$$

Đồ thị Hình 2 cũng thể hiện phần thặng dư của du khách (CS) khi tham quan chợ nổi Cái Răng với một chi phí TC_i . Phần thặng dư ấy chính là diện tích tam giác được tạo thành bởi đường cầu và đường chi phí. Dựa vào chi phí du hành trung bình TC_i và tỷ lệ viếng thăm VR_i của mỗi vùng, ta tính được giá trị thặng dư cho mỗi vùng. Tương tự như giá trị du lịch, thặng dư của du khách cũng có thể được tính bằng cách vận dụng công thức tính diện tích tam giác:

$$CS = \frac{1}{2} \times VR \times (1.776.141,06 - TC) \quad (6)$$

Bảng 5 trình bày tổng các giá trị ước tính gồm các thành phần: giá trị du lịch ($GTDL_{CNCR}$), thặng dư, chi tiêu của du khách từ mỗi vùng. Tổng giá trị du lịch bằng tổng thặng dư cộng tổng chi tiêu (Trần Võ Hùng Sơn và Phạm Khánh Nam, 2001). Kết quả Bảng 5 cho thấy, chỉ tính riêng với đối tượng là khách nội địa, giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng mang lại cho toàn xã hội và nền kinh tế trong một năm quy đổi dưới dạng tiền tệ là khoảng 373.747,39 triệu đồng. Giá trị này được phân phối, trước hết cho du khách nội địa khi đến chợ nổi Cái Răng, những người đạt được lợi ích bằng cách thực hiện các hoạt động vui chơi, giải trí, tham quan, du lịch dưới hình thức thặng dư du khách và cho các công ty cung cấp dịch vụ du lịch dưới hình thức chi tiêu (Trần Võ Hùng Sơn và Phạm Khánh Nam, 2001). Như vậy, các công ty cung cấp dịch vụ du lịch đến chợ nổi Cái Răng hàng năm đạt được một lợi ích do chợ nổi mang lại tương đương 257.743,71 triệu đồng từ việc phục vụ du khách. Trong khi đó, thặng dư của du khách có được từ việc tham quan, du lịch chợ nổi Cái Răng là 116.003,68 triệu đồng.

Bảng 5. Giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng và giá trị thặng dư của khách nội địa ở mỗi vùng

Vùng	Số người trưởng thành P_i (nghìn người)	Giá trị du lịch $GTDL_{CNCR} = 4.134.530,56 \times P_i$ (triệu đồng)	Thặng dư du khách $CS_i = P_i \times CS$ (triệu đồng)	Chi tiêu $GTDL_{CNCR} - CS_i$ (triệu đồng)
1	2.315,93	32.734,58	23.908,81	8.825,77
2	3.895,89	55.066,58	38.170,15	16.896,43
3	3.120,54	44.107,37	26.783,35	17.324,02
4	7.080,09	100.073,75	22.194,05	77.879,70
5	2.312,38	32.684,41	4.943,69	27.740,72
6	7.717,32	109.080,70	3,63	109.077,07
Tổng		373.747,39	116.003,68	257.743,71

Nguồn: Kết quả nghiên cứu năm 2017

4. KẾT LUẬN

Bằng phương pháp chi phí du hành theo vùng, nghiên cứu đã xác định được giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng năm 2016 cũng như xây dựng được đường cầu du lịch của du khách trong nước đối với chợ nổi Cái Răng. Đây là một trong những nghiên cứu đầu tiên về giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng được tính toán bằng một nghiên cứu khoa học. Kết quả nghiên cứu cho thấy giá trị du lịch của chợ nổi Cái Răng là rất to lớn. Vì vậy, nếu được quản lý, khai thác tốt, kết hợp với bảo tồn và phát triển thì số lượng du khách sẽ còn tiếp tục tăng lên, kéo theo sự gia tăng giá trị du lịch của chợ nổi. Nghiên cứu cũng đã góp phần làm phong phú thêm cho chủ đề về giá trị cảnh quan và phương pháp chi phí du hành. Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng như một tài liệu tham khảo cho các đề tài, đề án, dự án liên quan đến chợ nổi Cái Răng trong thời gian sắp tới. Bên cạnh những mặt đạt được, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế như khảo sát tập trung trong một khoảng thời gian ngắn và chỉ khảo sát đối tượng khách trong nước mà chưa khảo sát đối tượng khách quốc tế. Do đó, hướng nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng thời gian phỏng vấn tại nhiều thời điểm trong năm, tăng số lượng phiếu khảo

sát và đưa du khách quốc tế vào đối tượng khảo sát cùng với khách nội địa để nghiên cứu được hoàn thiện, hoàn chỉnh hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Võ Thị Thanh Lộc, (2010). *Giáo trình Phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương: Nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực kinh tế - xã hội*. Cần Thơ: NXB Đại học Cần Thơ.
- Mai Văn Nam, (2008). *Giáo trình Nguyên lý thống kê kinh tế*. Cần Thơ: NXB Văn hóa thông tin.
- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, (2017). *Báo cáo Tổng kết hoạt động du lịch năm 2016 và phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2017*. Cần Thơ.
- Tổng cục Thống kê, (2015). *Niên giám Thống kê 2015*. Hà Nội: NXB Thống kê.
- Trần Võ Hùng Sơn và Phạm Khánh Nam, (2001). *Sử dụng phương pháp chi phí du hành phân tích giá trị giải trí của cụm đảo san hô Hòn Mun, tỉnh Khánh Hòa*. Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh.
- Viện Kinh tế - xã hội thành phố Cần Thơ, (2016). *Đề án Bảo tồn và phát triển chợ nổi Cái Răng*. Cần Thơ: Ủy ban nhân dân thành phố Cần Thơ.

USING TRAVEL COST METHOD TO ESTIMATE THE TOURISM VALUE OF CAI RANG FLOATING MARKET

Pham Trung Hieu¹, Luu Tien Thuan²

¹Can Tho city Institute for Socio – Economic Development

²College of Economics, Can Tho University

Contact email: ltthuan@ctu.edu.vn

ABSTRACT

The research aims to estimate the tourism value of Cai Rang Floating Market in 2016. Zonal Travel Cost Method is used to value tourism uses of Cai Rang Floating Market. Linear Regression Method is used to establish the demand curve of domestic tourists for the floating market. The result of research shows that the tourism value of Cai Rang Floating Market in 2016 is 373,747.39 million VND, including the surplus of domestic tourists is 116,003.68 million VND, and the income of companies in the form of tourists' payment is 257,743.71 million VND. The demand curve of domestic tourists has a form of $VR = 15,916 - 8,961.10^{-6} \times TC$. This paper contributes evidence to the theory of tourism value and travel cost method, with the specific case of Cai Rang Floating Market, Can Tho city.

Key words: Cai Rang Floating Market, tourism value, travel cost method.

Received: 13th August 2017

Reviewed: 7th September 2017

Accepted: 15th September 2017