

MỨC ĐỘ SẴN LÒNG CHI TRẢ CHO NHU CẦU DU LỊCH CỦA NGƯỜI DÂN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Lê Thị Diệu Hiền¹, Nguyễn Quốc Nghi¹, Nguyễn Thị Ngọc Yến² và Ngô Bình Trị³

¹ Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

² Học viên cao học kinh tế khóa 20, Trường Đại học Cần Thơ

³ Văn phòng UBND huyện Phong Điền

Thông tin chung:

Ngày nhận: 16/08/2014

Ngày chấp nhận: 31/10/2014

Title:

Factors affecting the level of willingness to pay for tourism needs of citizens in Can Tho City

Từ khóa:

Nhu cầu, du lịch, mức sẵn lòng chi trả, Thành phố Cần Thơ

Keywords:

Demand/needs, tourism, willingness to pay, Can Tho City

ABSTRACT

This study was conducted to determine the level of willingness to pay for the tourism needs of the citizens in Can Tho city. The study used the willingness to pay method to evaluate ones. Tobit regression model is used in this study to determine that the factors affect the willingness to pay level for tourism needs. Research data were collected randomly by direct interviews from 610 citizens, who have used these services in Can Tho city to determine the factors affecting tourism needs of the citizens in here. The research results showed that tourism needs of the citizens are diverse fairly about organization and type of tourism; the willingness to pay for travel demand is quite high. The result showed the study also identified the factors affecting the affordable travel demand of city citizens are genders, marital status, scales of family, income and the number of the previous tours.

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm xác định mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ. Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp willingness to pay để đánh giá mức sẵn lòng chi trả, đồng thời phương pháp hồi qui tobit được sử dụng để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch. Số liệu của nghiên cứu được thu thập từ cuộc điều tra trực tiếp 610 người dân ở TP. Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhu cầu du lịch của người dân thành phố rất đa dạng về hình thức tổ chức du lịch và loại hình du lịch, mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch là khá cao. Nghiên cứu đã xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân thành phố là giới tính, tình trạng hôn nhân, qui mô gia đình, thu nhập hàng tháng và số lần đi du lịch trước đó.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày nay, du lịch đã trở thành “món ăn tinh thần” không thể thiếu trong đời sống cộng đồng. Khi mức sống ngày càng được nâng cao thì nhu cầu đối với các dịch vụ vui chơi giải trí cũng ngày càng tăng, trong đó có nhu cầu du lịch. Thông qua hoạt động du lịch, người tham gia có thể thư giãn

sau những ngày làm việc mệt nhọc và căng thẳng, đồng thời để mở rộng sự hiểu biết, tự khẳng định bản thân. TP. Cần Thơ là một đô thị trực thuộc trung ương, trung tâm kinh tế, văn hóa, kỹ thuật của khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Những năm gần đây, tốc độ tăng trưởng kinh tế của TP. Cần Thơ luôn ở mức khá cao, trung bình

14,5%/năm giai đoạn 2004-2013, trong đó: khu vực nông nghiệp - thủy sản tăng 2,86%, khu vực công nghiệp - xây dựng tăng bình quân 17,22% và khu vực dịch vụ tăng bình quân 17,54%; GDP bình quân đầu người tăng từ 10,3 triệu đồng năm 2004 lên 62,9 triệu đồng năm 2013, tương đương 2.989 USD, tăng trên 6 lần so với năm 2004; đời sống người dân thành phố từng được nâng lên (UBND TP. Cần Thơ, 2013). Từ đó, nhu cầu của người dân đối với các hoạt động vui chơi giải trí, đặc biệt là hoạt động du lịch ngày càng tăng. Với mong muốn cung cấp một bức tranh chi tiết về nhu cầu du lịch và mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ, làm cơ sở cho các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch xây dựng chiến lược đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dân thành phố, tác giả đã tiến hành thực hiện nghiên cứu này.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Phương pháp phân tích

Phương pháp willingness to pay (WTP) được sử dụng để ước tính mức sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ. Sự sẵn sàng chi trả bình quân cho nhu cầu du lịch được xác định theo công thức sau:

$$\overline{WTP} = \frac{\sum_{k=1}^m WTP_k * nk}{\sum_{k=1}^m nk}$$

$$y_i = \begin{cases} y_i^* = x_i' \beta + u_i & \text{cho những quan sát có chi tiêu cho du lịch là dương} \\ y_i^* = 0 & \text{cho những quan sát không có chi tiêu cho du lịch} \end{cases}$$

Mô hình hồi qui Tobit được thiết lập như sau:

$$CHITIEUDULICH = \beta_0 + \beta_1 T U O I T A C + \beta_2 G I O I T I N H + \beta_3 H O N N H A N + \beta_4 T R I N H D O + \beta_5 Q U I M O + \beta_6 T H U N H A P + \beta_7 D U L I C H T R U O C$$

Trong đó:

\overline{WTP} : mức WTP trung bình của người dân sẵn sàng chi trả

k: chỉ số của các mức WTP $k = (1-m)$

m: các mức WTP người dân sẵn sàng chi trả

nk: số mẫu được điều tra tương ứng với mức WTPk

WTPk: mức WTP thứ k.

Riêng đối với đối tượng không có nhu cầu đi du lịch (không sẵn lòng chi trả) được qui ước như $WTP = 0$.

2.2 Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến mức sẵn lòng chi trả

Tác giả đề xuất mô hình Tobit để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ. Các biến giải thích được đưa vào mô hình bao gồm: tuổi, giới tính, tình trạng hôn nhân, trình độ học vấn, qui mô gia đình, thu nhập và số lần đi du lịch trong năm trước đó. Đặt y_i^* là chi tiêu cho nhu cầu du lịch của người dân. Trong đó, có nhiều quan sát trong mẫu nghiên cứu có chi tiêu cho du lịch bằng 0 (những quan sát không có nhu cầu đi du lịch trong năm 2012), do đó, biến y_i sẽ bị chặn.

Trong mô hình, biến phụ thuộc (CHITIEUDULICH) là mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân, các biến độc lập bao gồm T U O I T A C, G I O I T I N H, H O N N H A N, T R I N H D O, Q U I M O, T H U N H A P, D U L I C H T R U O C.

Bảng 1: Diễn giải các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu

Biến	Diễn giải	Kỳ vọng
TUOITAC	Tuổi của đáp viên tính đến thời điểm nghiên cứu (năm)	+
GIOITINH	Giới tính của đáp viên, nhận giá trị 1 nếu đáp viên là nam và giá trị 0 nếu là nữ	+
HONNHAN	Tình trạng hôn nhân của đáp viên, nhận giá trị 1 nếu đáp viên đã kết hôn và giá trị 0 nếu ngược lại	+
TRINHDO	Trình độ học vấn của đáp viên, được đo lường bằng số năm đến trường của đáp viên tính đến thời điểm nghiên cứu	+
QUIMO	Qui mô gia đình, số thành viên trong gia đình của đáp viên tính đến thời điểm nghiên cứu	+
THUNHAP	Thu nhập/tháng của đáp viên tại thời điểm nghiên cứu (triệu đồng/tháng)	+
DULICHTRUOC	Số lần đi du lịch của đáp viên trong năm trước (lần)	-

2.3 Dữ liệu nghiên cứu

Số liệu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tầng thông qua phỏng vấn trực tiếp 610 người dân đang sinh sống ở TP. Cần Thơ, bao gồm: 228 mẫu ở quận Ninh Kiều, 118 mẫu ở quận Bình Thủy, 127 mẫu ở quận Cái Răng, 65 mẫu ở quận Ô Môn và 72 mẫu ở quận Thốt Nốt.

Bảng 2: Cỡ mẫu phân chia theo địa bàn khảo sát

Stt	Địa bàn	Số mẫu	Tỷ lệ (%)
1.	Quận Ninh Kiều	228	37,4
2.	Quận Bình Thủy	118	19,3
3.	Quận Cái Răng	127	20,8
4.	Quận Thốt Nốt	72	11,8
5.	Quận Ô Môn	65	10,7
Tổng cộng		610	100,0

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Hành vi du lịch của đối tượng nghiên cứu

Nội dung của nghiên cứu về hành vi du lịch được thể hiện qua các tiêu chí: nguồn tìm hiểu thông tin du lịch, mục đích đi du lịch, thời gian đi du lịch, hình thức đi du lịch, địa điểm đi du lịch, loại hình du lịch ưa thích,... các kết quả khảo sát thể hiện chi tiết dưới đây:

Nguồn tìm hiểu thông tin du lịch: Nguồn thông tin từ Internet và bạn bè/đồng nghiệp là hai nguồn thông tin rất phổ biến được người dân rất quan tâm

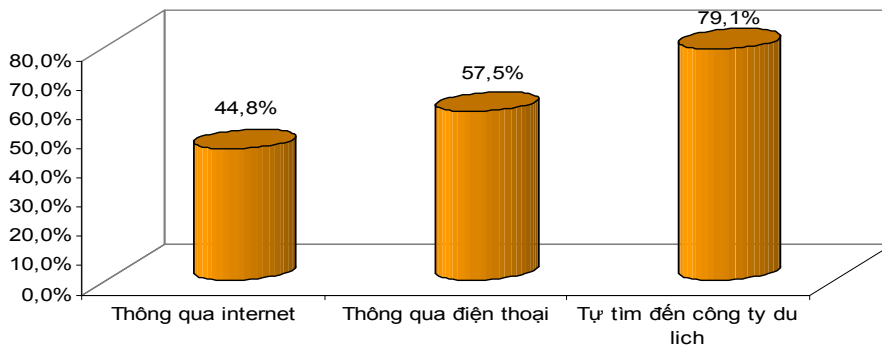
khi tìm hiểu thông tin về hoạt động du lịch. Từ kết quả khảo sát, người dân chủ yếu tìm hiểu thông tin du lịch qua Internet (chiếm 35,3%), kế đến là thông tin từ bạn bè/đồng nghiệp (28,2%). Ngoài ra, nguồn thông tin từ báo chí, tạp chí cũng được người dân quan tâm (chiếm 19%). Tuy nhiên, rất ít đáp viên tìm hiểu thông tin du lịch qua sách hướng dẫn du lịch (chiếm 5,1%).

Bảng 3: Nguồn tìm hiểu thông tin du lịch

Nguồn thông tin	Tần suất	Xếp hạng
Internet	204	1
Bạn bè, đồng nghiệp	172	4
Người thân	116	3
Báo chí, tạp chí	104	2
Sách hướng dẫn du lịch	21	5

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

Hình thức đặt tour: Hình thức đặt tour du lịch của người dân phổ biến là: đặt tour thông qua Internet, thông qua điện thoại và tự tìm đến công ty du lịch. Hình thức được người dân lựa chọn nhiều nhất là tự tìm đến công ty du lịch (79,1%), kế đến là thông qua điện thoại (51,5%) và cuối cùng là hình thức thông qua internet (44,8%). Theo kết quả khảo sát, khi đến đặt tour tại công ty du lịch thì ngoài việc nắm rõ được lịch trình, trao đổi với công ty về phương thức thanh toán... thì người dân còn được công ty tư vấn những thủ tục cần thiết khi đi du lịch cũng như một số điều lưu ý để chuẩn bị cho chuyến đi, nên hầu hết đối người dân lựa chọn hình thức này.



Hình 1: Các hình thức đặt tour của người dân

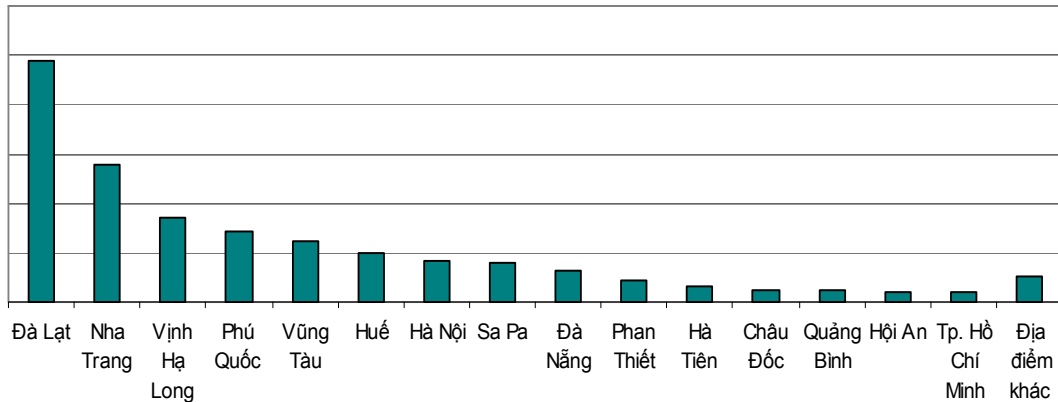
Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

Mục đích đi du lịch: Hầu hết người dân TP. Cần Thơ đi du lịch nhằm mục đích vui chơi, giải trí, thư giãn; tham quan tìm hiểu và đi công tác kết hợp với đi du lịch là chủ yếu. Trong đó, vui chơi, giải trí, thư giãn chiếm 80,2%, tham quan tìm hiểu

40,1%, đi công tác kết hợp với đi du lịch 7,5%, ngoài ra người dân còn đi du lịch với mục đích thăm người thân và học tập nghiên cứu.

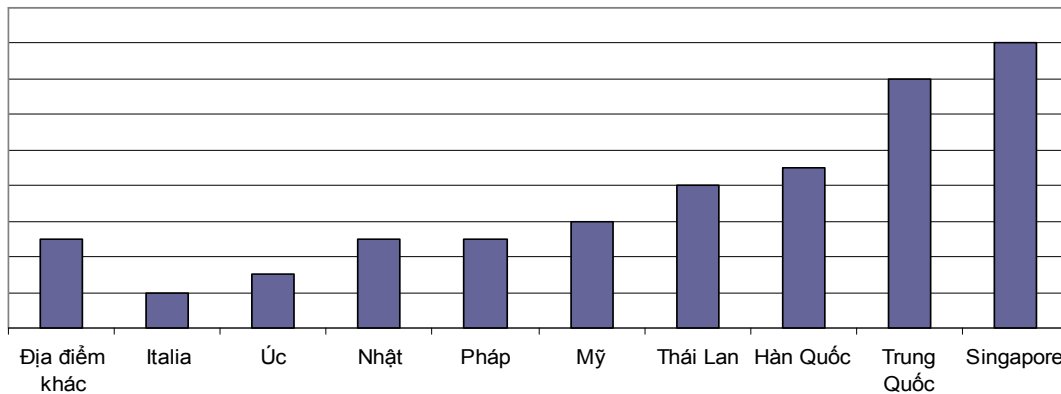
Hình thức đi du lịch: Hình thức đi du lịch của đối tượng nghiên cứu có thể chia thành 2 nhóm, đó là du lịch tự tổ chức và du lịch thông qua công ty du lịch. Nhóm đối tượng thích đi du lịch theo hình thức tự tổ chức chiếm 68,4%, với hình thức du lịch gia đình tự tổ chức chiếm tỷ lệ cao nhất 29%; hình thức đi du lịch theo đoàn tự tổ chức chiếm 23,8% và hình thức du lịch cá nhân tự tổ chức chiếm 15,6%. Bên cạnh đó, hình thức đi du lịch gia đình thông qua công ty du lịch cũng được nhiều đối tượng ưa thích (chiếm 8,73%).

Hình thức đi du lịch: Hình thức đi du lịch của đối tượng nghiên cứu có thể chia thành 2 nhóm, đó là du lịch tự tổ chức và du lịch thông qua công ty du lịch. Nhóm đối tượng thích đi du lịch theo hình thức tự tổ chức chiếm 68,4%, với hình thức du lịch gia đình tự tổ chức chiếm tỷ lệ cao nhất 29%; hình thức đi du lịch theo đoàn tự tổ chức chiếm 23,8% và hình thức du lịch cá nhân tự tổ chức chiếm 15,6%. Bên cạnh đó, hình thức đi du lịch gia đình thông qua công ty du lịch cũng được nhiều đối tượng ưa thích (chiếm 8,73%).



Hình 2: Địa điểm đi du lịch trong nước

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

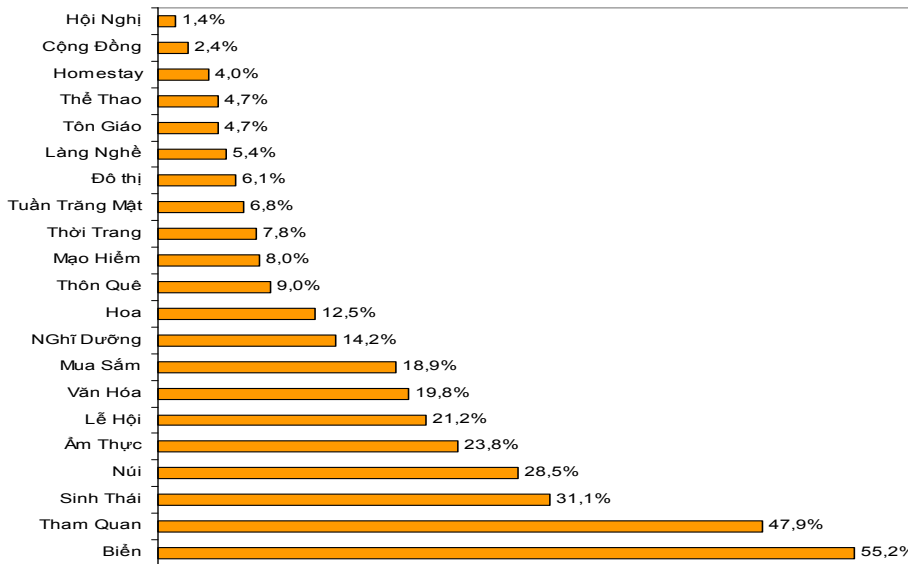


Hình 3: Địa điểm đi du lịch nước ngoài

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

Loại hình du lịch: Ngày nay các loại hình du lịch của ngành “công nghiệp không khói” rất đa dạng. Du khách có thể tham gia vào một hoặc nhiều loại hình du lịch trong cùng một chuyến đi. Trong đó, du lịch biển rất được ưa chuộng với 55,2% các đối tượng có nhu cầu, đứng thứ hai là

loại hình du lịch tham quan, chiếm 47,9%, tiếp đến là du lịch sinh thái, du lịch núi với 31,1% và 28,5%. Ngoài ra, người dân còn quan tâm đến các loại hình du lịch ẩm thực, lễ hội, văn hóa, mua sắm, nghỉ dưỡng, làng nghề, tuần trăng mật,...

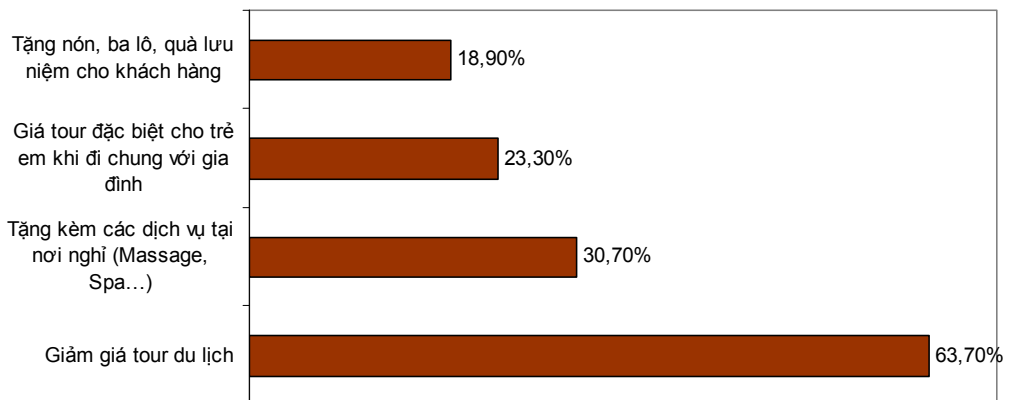


Hình 4: Các loại hình du lịch được ưa thích

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

Mức độ yêu thích các chương trình khuyến mãi:
 Hầu hết người dân có nhu cầu du lịch yêu thích hình thức khuyến mãi giảm giá tour du lịch (63,7%), kế đến là hình thức tặng kèm các dịch vụ tại nơi nghỉ (30,7%) vì đây là những hình thức thiết thực, phù hợp với hoàn cảnh đi du lịch và giảm chi

phí đi du lịch. Hình thức áp dụng giá tour đặc biệt cho trẻ em khi đi chung với gia đình và tặng nón, ba lô, quà lưu niệm tuy cũng được yêu thích nhưng một số đáp viên cho rằng hình thức này chưa thật sự thiết thực hoặc một số tặng phẩm không phù hợp.



Hình 5: Mức độ yêu thích các chương trình khuyến mãi

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, 2012

3.2 Mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch

Ứng dụng phương pháp WTP, kết quả phân tích cho thấy mức sẵn lòng chi trả của những đối tượng có nhu cầu đi du lịch là 7,61 triệu đồng. Điều đó có nghĩa là, trung bình mỗi đối tượng có nhu cầu đi du lịch trong năm 2012 sẽ chi cho hoạt động du lịch của mình là 7,61 triệu đồng/người/năm. Bên cạnh

đó, kết quả tính toán còn cho thấy người dân TP. Cần Thơ sẵn lòng chi cho nhu cầu du lịch trung bình là 5,29 triệu đồng/người/năm. Mặc dù trong hoàn cảnh kinh tế âm ảm nhưng mức sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ vẫn ở mức khá cao. Đây là con số khá hấp dẫn đối với các đơn vị lữ hành trên địa bàn thành phố.

Bảng 4: Mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch trong năm

Đơn vị tính: triệu đồng

Mức độ sẵn lòng chi trả	WTP thấp nhất	WTP cao nhất	WTP trung bình
Mức WTP của những đối tượng có nhu cầu đi du lịch	1	50	7,61
Mức WTP của tổng số đáp viên được khảo sát	0	50	5,29

Nguồn: Tính toán từ số liệu điều tra của tác giả, 2012

3.3 Nhân tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch

Kết quả mô hình Tobit cho thấy, kiểm định Corr cho các giá trị đều nhỏ hơn 0,8, vì vậy hiện

tượng đa cộng tuyến giữa các biến độc lập trong mô hình có thể bỏ qua (Mai Văn Nam, 2008). Ngoài ra, giá trị kiểm định mô hình ($Prob > \chi^2$) = 0,00 cho thấy mô hình nghiên cứu được sử dụng có mức ý nghĩa rất cao (1,0%).

Bảng 5: Kết quả phân tích mô hình Tobit

Biến độc lập	Hệ số ước lượng	Hệ số dY/dX	Hệ số Z	Mức ý nghĩa
TUOITAC	0,010	0,007	0,23	ns
GIOITINH	- 2,267	- 1,521	- 3,31	*
HONNHAN	0,340	0,228	0,36	ns
TRINHDO	0,488	0,328	3,54	*
QUIMO	0,603	0,405	2,49	**
THUNHAP	0,619	0,416	6,06	*
DULICHTRUOC	1,224	0,822	5,07	*
Prob > χ^2	0,000			

Nguồn: Kết quả phân tích mô hình Tobit từ số liệu điều tra của tác giả, 2012

Ghi chú: *: mức ý nghĩa 1%, **: mức ý nghĩa 5%, ns: không có ý nghĩa

Theo kết quả phân tích cho thấy, mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân thành phố chịu ảnh hưởng bởi 5 nhân tố với mức ý nghĩa từ 1% đến 5%. Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch là giới tính, tình trạng hôn nhân, qui mô gia đình, thu nhập hàng tháng và số lần đi du lịch trước đó. Trong đó, chỉ có nhân tố giới tính tỷ lệ nghịch với mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch, tức là nữ giới có mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch cao hơn nam giới. Như vậy, nghiên cứu cho thấy, nếu trình độ học vấn, qui mô gia đình, thu nhập và số lần du lịch trước đó của đáp viên càng tăng thì mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch sẽ càng cao. Kết quả nghiên cứu đúng như kỳ vọng ban đầu của tác giả và tương đồng với các kết quả nghiên cứu trước đây.

4 KẾT LUẬN

Thông qua kết quả nghiên cứu cho thấy, nhu cầu du lịch của người dân TP. Cần Thơ rất đa dạng về hình thức và loại hình tham gia. Nghiên cứu đã cho thấy mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch của người dân là khá lớn. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn chỉ ra rằng các nhân tố liên quan đến tình

trạng hôn nhân, qui mô gia đình, thu nhập hàng tháng và số lần đi du lịch trước đó của người dân có sự ảnh hưởng thuận chiều đối với mức độ sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch, ngược lại yếu tố giới tính lại có sự ảnh hưởng nghịch chiều. Cụ thể, kết quả nghiên cứu ngụ ý rằng, nếu qui mô gia đình càng lớn thì mức sẵn lòng chi trả cho nhu cầu du lịch càng cao. Trên thực tế, các đơn vị lữ hành thường chú trọng nhiều hơn đối với phân khúc khách hàng tổ chức và khách lẻ, chưa chú ý khai thác phân khúc thị trường du lịch theo qui mô hộ gia đình. Đây là cơ sở để các đơn vị lữ hành thiết kế những tour du lịch, các chương trình chiêu thị nhằm khai thác tốt hơn nhu cầu của đối tượng này. Bên cạnh đó, kết quả phân tích về yếu tố trình độ và thu nhập của khách du lịch cũng là điểm lưu ý hết sức quan trọng. Nhìn chung, các đối tượng là thành phần trí thức thường có công việc và thu nhập ổn định, chính vì vậy họ sẽ sẵn lòng chi trả nhiều hơn cho nhu cầu về dịch vụ vui chơi giải trí nói chung và dịch vụ du lịch nói riêng. Vì thế, những tour du lịch có những dịch vụ đặc trưng phù hợp với thị hiếu và khả năng chi trả của từng đối tượng, từ “bình dân” đến “cao cấp” nên được đơn vị lữ hành thiết kế và tiếp thị đến từng đối tượng

phù hợp. Bên cạnh đó, số lần đi du lịch trong quá khứ cũng là yếu tố mà các đơn vị lữ hành cần lưu ý. Kết quả phân tích đã chứng minh sự ảnh hưởng tích cực của yếu tố này với mức sẵn lòng chi trả của du khách, từ đó cho thấy rằng các đơn vị lữ hành cần làm tốt hơn công tác quản trị quan hệ khách hàng. Tóm lại, kết quả của nghiên cứu đã cung cấp những cơ sở khoa học quan trọng để các đơn vị lữ hành xây dựng chiến lược kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch của người dân thành phố ngày càng tốt hơn, đặc biệt là trong hoạt động thiết kế tour nhằm cung cấp nhiều sản phẩm dịch vụ đa dạng, đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mai Văn Nam (2008), “Kinh tế lượng” (Econometrics), NXB Văn hóa Thông tin.
2. Nguyễn Quốc Nghi (2011), “Các nhân tố ảnh hưởng đến cầu du lịch trong dịp tết của người dân TP. Cần Thơ”, Tạp chí khoa học Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh, số 04(19), trang 62-67.
3. Nguyễn Quốc Nghi (2013), “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn công ty du lịch của người dân TP. Cần Thơ”, Tạp chí Khoa học Đại học Trà Vinh, số (11) 2013, trang 42-47.
4. UBND TP. Cần Thơ (2013), “Thành tựu 10 năm phát triển kinh tế - xã hội TP. Cần Thơ”.