



Original Article

Valuing Heritage as a Public Good Initial Application to Zonal Travel Cost Method in Hoi An, Vietnam

Bui Dai Dung*, Nguyen An Thinh,
Nguyen Thi Vinh Ha, Nguyen Thi Hoa Hanh

*VNU University of Economics and Business,
144 Xuan Thuy Str., Cau Giay Dist., Hanoi, Vietnam*

Received 5 August 2019

Revised 24 September 2019; Accepted 24 September 2019

Abstract: A literature overview shows that almost all of the valuation researches for heritage have built demand curves as for private goods. We argue that heritage is a high-end purity public good. A heritage valuation research would yield more accurate results if the demand curve could be built as that of a public good. This paper presents arguments for the superiority of the public good demand curve over that of private goods in the scope of heritage valuation, and initially applies the Zonal Travel Cost Method (ZTCM) in evaluating Hoi An, a World Heritage town in Central Vietnam, to look for evidence of such superiority. Evidence shows that: (i) The relationship between visits and travel cost could be represented more accurately by the public good's demand curve rather than the private good's curve; (ii) To build the demand curve for such a World Heritage site (tourists are inhomogeneous), it requires an additional technique to minimize potential distortions, in which the purchasing power parity ratio (PPP ratio) is used to adjust inconsistencies in actual traveling costs; (iii) The value of Hoi An, which is valued at 4,255,724,958 USD in accordance with its public good's demand curve, shows that it is 206.6% higher than the value computed according to the private goods' demand curve.

Keywords: Heritage valuation, valuation methods, heritage as a public good, demand curves of heritage as a public good, ZTCM.

* Corresponding author.

E-mail address: dungbd@vnu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4259>



Lượng giá di sản với cách tiếp cận xây dựng đường cầu hàng hóa công: Áp dụng ban đầu phương pháp lượng giá chi phí du lịch theo khu vực tại Hội An, Việt Nam

Bùi Đại Dũng*, Nguyễn An Thịnh, Nguyễn Thị Vĩnh Hà, Nguyễn Thị Hoa Hạnh

Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 5 tháng 8 năm 2019

Chỉnh sửa ngày 24 tháng 9 năm 2019; Chấp nhận đăng ngày 24 tháng 9 năm 2019

Tóm tắt: Tổng quan nghiên cứu cho thấy hầu hết các nghiên cứu lượng giá đối với di sản đều xây dựng đường cầu với cách tiếp cận đường cầu của một hàng hóa tư. Chúng tôi lập luận rằng di sản là một dạng hàng hóa công có tính thuần túy khá cao. Việc lượng giá đối với một di sản có thể đem lại kết quả chính xác hơn nếu đường cầu được thiết lập dựa trên cách tiếp cận xây dựng đường cầu của một hàng hóa công. Nghiên cứu này trình bày những lập luận về tính ưu việt của việc lượng giá di sản giữa cách xây dựng đường cầu của hàng hóa công so với đường cầu của hàng hóa tư, và áp dụng ban đầu cho phương pháp lượng giá chi phí du lịch theo khu vực (ZTCM) đối với di sản Hội An, Việt Nam. Kết quả cho thấy: (i) Đường cầu hàng hóa công phản ánh sát thực mối quan hệ giữa số lượng du khách và mức chi tiêu du lịch hơn so với đường cầu hàng hóa tư; (ii) Việc xây dựng đường cầu hàng hóa công cho một di sản thế giới (với các nhóm du khách đa dạng từ nhiều châu lục) cần bổ sung nhiều kỹ thuật hạn chế nhiều về giá, trong đó có việc áp dụng hệ số sức mua tương đương (PPP) đối với chi phí du lịch; (iii) Giá trị khu vực phổ cổ Hội An được lượng giá theo đường cầu hàng hóa công cho kết quả là 4.255.724.958 USD, cao hơn 206,6% so với giá trị lượng giá bởi đường cầu hàng hóa tư (theo cùng bộ số liệu khảo sát).

Từ khóa: Lượng giá di sản, phương pháp lượng giá, di sản hàng hóa công, đường cầu hàng hóa công di sản, ZTCM.

1. Mở đầu

Di sản hàm chứa những giá trị quý báu mà những thế hệ trước tạo tác hoặc bảo vệ, duy trì, rồi truyền lại cho thế hệ sau. Đây không chỉ là những tài sản chung của cộng đồng địa phương nói riêng, mà còn là tài sản của một quốc gia,

của nhân loại nói chung. Trong suốt quá trình tồn tại, di sản không ngừng đem lại lợi ích cho nền kinh tế và đời sống người dân, đồng thời cần những chi phí nhất định để vận hành bộ máy quản lý; tiến hành duy tu, tôn tạo... nhằm bảo đảm phát huy lợi ích tối ưu, dài hạn của di sản.

Để tránh được nhận thức thiếu hụt về giá trị hoặc khai thác quá mức tiềm năng của di sản, chuyên ngành khoa học lượng giá có nhiệm vụ xác định và cung cấp thông tin sát thực về giá

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: dungbd@vnu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1108/vnueab.4259>

trị của di sản, phục vụ cho việc hoạch định chính sách bảo tồn và khai thác nguồn lực di sản một cách bền vững. Nhằm thực hiện được việc lượng giá di sản, các nhà kinh tế đã xây dựng khá nhiều phương pháp và công cụ lượng giá. Một trong những giải pháp mấu chốt là cần phải xây dựng đường cầu cho đối tượng được lượng giá và sử dụng thặng dư người tiêu dùng (diện tích bên dưới đường cầu) làm thước đo giá trị của hàng hóa. Tuy nhiên, hầu hết các công trình lượng giá đều tiếp cận đối tượng lượng giá dưới góc độ hàng hóa tư.

Bài viết này trình bày phương pháp mới về lượng giá di sản căn cứ vào lập luận rằng di sản là một dạng hàng hóa công có mức thuần túy khá cao. Kỹ thuật lượng giá được thay đổi căn bản bằng cách sử dụng đường cầu cho hàng hóa công thay cho đường cầu hàng hóa tư. Ý tưởng này được vận dụng cụ thể trong phương pháp ZTCM, thực hiện lượng giá đồng thời theo đường cầu hàng hóa tư và đường cầu hàng hóa công để so sánh kết quả cho khu đô thị cổ Hội An, Việt Nam. Đây là cách tiếp cận mới dựa trên cơ sở kinh tế học chuẩn tắc, do đó có thể còn nhiều vấn đề mang tính tranh luận.

2. Tổng quan về lượng giá di sản

2.1. Di sản và tổng giá trị di sản

Khái niệm và phân loại di sản

Theo UNESCO (2018), “Di sản văn hóa là giá trị truyền lại của các đồ tạo tác vật chất và thuộc tính phi vật thể mà một cộng đồng hoặc xã hội được thừa hưởng từ các thế hệ trước, được duy trì trong hiện tại và ban tặng lợi ích cho các thế hệ tương lai” [1].

Di sản thế giới được phân loại thành ba nhóm: (i) Di sản văn hóa (di tích, di chỉ); (ii) Di sản thiên nhiên (khu vực có đặc điểm vật lý, sinh học, địa chất, địa lý tự nhiên được phân định rõ ràng, có giá trị nổi bật toàn cầu về mặt khoa học, bảo tồn hoặc thẩm mỹ); (iii) Di sản hỗn hợp (phải thỏa mãn ít nhất là một tiêu chí về di sản văn hóa và một tiêu chí về di sản thiên nhiên).

Di sản cũng được phân loại theo tiêu chí vật thể và phi vật thể. Di sản văn hóa vật thể bao gồm các tòa nhà và các địa điểm lịch sử, di tích, hiện vật..., có ý nghĩa đối với khảo cổ học, kiến trúc, khoa học hoặc công nghệ của một nền văn hóa cụ thể. Di sản văn hóa phi vật thể là sản phẩm tinh thần gắn với cộng đồng hoặc cá nhân, vật thể và không gian văn hóa liên quan, có giá trị lịch sử, văn hóa, khoa học, được lưu giữ bằng trí nhớ, chữ viết, được lưu truyền bằng truyền miệng, lễ hội, ẩm thực, trang phục...

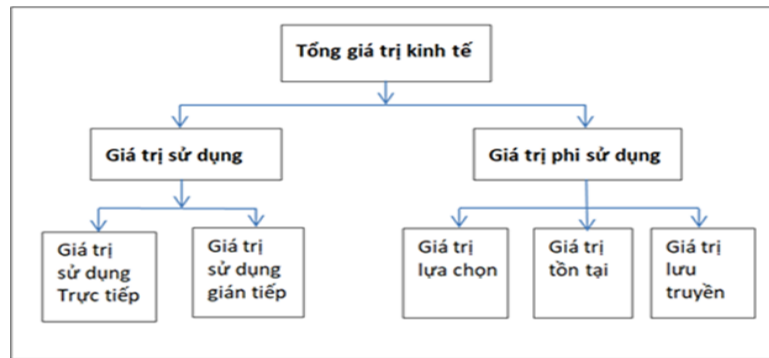
Như vậy, việc phân loại về hình thức và ranh giới các mảng giá trị của di sản chỉ là tương đối. Giá trị của di sản văn hóa vật thể bao hàm giá trị của những tạo tác vật chất, đồng thời bao hàm giá trị văn hóa phi vật thể nội tại. Mặt khác, giá trị của di sản văn hóa phi vật thể cũng bao hàm các giá trị của những tạo tác vật thể có liên quan ở phạm vi nhất định.

Tổng giá trị kinh tế của giá di sản

Tổng giá trị kinh tế của di sản bao gồm các giá trị sử dụng (Use value) và các giá trị không sử dụng (Non-use value) (Hình 1).

Giá trị sử dụng là giá trị đem lại từ việc tiêu dùng các hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm thỏa mãn các nhu cầu của con người, trong đó có những giá trị từ việc tiêu dùng trực tiếp và những giá trị được hưởng từ xa một cách gián tiếp. Giá trị sử dụng = Giá trị sử dụng trực tiếp + Giá trị sử dụng gián tiếp.

Giá trị không sử dụng là giá trị mà mọi người gán cho hàng hóa kinh tế ngay cả khi họ không bao giờ hoặc sẽ không bao giờ sử dụng nó. Giá trị không sử dụng bao gồm: Giá trị tùy chọn là giá trị được xác định mà cá nhân sẵn sàng trả tiền để duy trì tài sản hoặc tài nguyên ngay cả khi có rất ít hoặc không có khả năng cá nhân đó sẽ thực sự sử dụng nó trong tương lai; Giá trị tồn tại là một loại giá trị kinh tế khá gây tranh cãi, phản ánh lợi ích mà mọi người nhận được khi biết rằng một nguồn lực hoặc thứ có giá trị nào đó vẫn đang tồn tại trước nguy cơ tuyệt chủng hoặc biến mất trong tương lai; Giá trị lưu truyền là giá trị được đặt ra cho sự sẵn sàng của cá nhân để trả cho việc duy trì hoặc bảo quản một tài sản hoặc tài nguyên hiện không sử dụng, để lưu truyền cho các thế hệ tương lai.



Hình 1. Tổng giá trị kinh tế của di sản.

Nguồn: Plottu, Eric; Plottu, Béatrice (2007) [2].

Giá trị không sử dụng = Giá trị lựa chọn + Giá trị tồn tại + Giá trị lưu truyền.

Trên cơ sở lý thuyết về tổng giá trị kinh tế của di sản, việc lượng giá di sản được tiến hành với các hoạt động thu thập số liệu, sử dụng các công cụ phân tích thích hợp nhằm xác định giá trị bằng tiền của di sản, bao gồm giá trị cấu thành một cách đầy đủ, đáng tin cậy.

2.2. Một số phương pháp lượng giá phổ biến

Các nhà nghiên cứu phân chia các phương pháp lượng giá kinh tế thành ba nhóm cơ bản:

(i) Phương pháp lượng giá thị trường

(Market-based valuation); (ii) Phương pháp lượng giá phi thị trường (Non-market valuation); (iii) Phương pháp chuyển giao lợi ích (Benefit transfer).

Bài viết này sẽ tập trung vào nhóm Phương pháp lượng giá phi thị trường, và nhóm này lại được phân loại thành hai tiểu nhóm, gồm; (i) Phương pháp bộc lộ sự ưa thích (Revealed preference method - RPM); và (ii) Phương pháp phát biểu sự ưa thích (Stated preference method - SPM). Một số đặc trưng quan trọng của các phương pháp lượng giá phổ biến này được tóm lược ở Bảng 1.

Bảng 1. Tóm lược các phương pháp lượng giá kinh tế

Nhóm phương pháp	Phương pháp lượng giá	Hàng hóa hay dịch vụ rừng được lượng giá	Loại giá trị	Dân số chịu tác động	Lợi ích của phương pháp	Hạn chế của phương pháp
Phương pháp bộc lộ sự ưa thích	Giá thị trường	Hàng hóa hay dịch vụ được trao đổi trên thị trường, chủ yếu là tài nguyên (ví dụ gỗ, củi, nút bần, lâm sản ngoài gỗ)	Giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp	Người sử dụng	Dữ liệu thị trường có sẵn và mạnh	Chỉ áp dụng cho hàng hóa và dịch vụ thị trường
	Dựa vào chi phí	Chủ yếu là dịch vụ sinh thái: bảo vệ đất, bảo vệ nước, điều hòa khí hậu	Giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp	Người sử dụng	Dữ liệu thị trường có sẵn và mạnh	Có thể ước tính quá cao so với giá trị thực tế
	Định giá hưởng thụ	Các dịch vụ đóng góp vào thuộc tính chất lượng của một hàng hóa thị trường cụ thể, ví dụ chất lượng không khí, vẻ đẹp của phong cảnh, giảm tiếng ồn	Giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp	Người sử dụng	Dựa vào số liệu thị trường	Cần rất nhiều dữ liệu và chủ yếu chỉ áp dụng cho dữ liệu liên quan đến tài sản
	Chi phí du hành	Tất cả các dịch vụ sinh thái đóng góp cho hoạt động giải trí	Giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp	Người sử dụng	Dựa vào quan sát hành vi	Chỉ áp dụng cho giá trị giải trí và gặp vấn đề khi tham quan nhiều địa điểm trong cùng chuyến đi

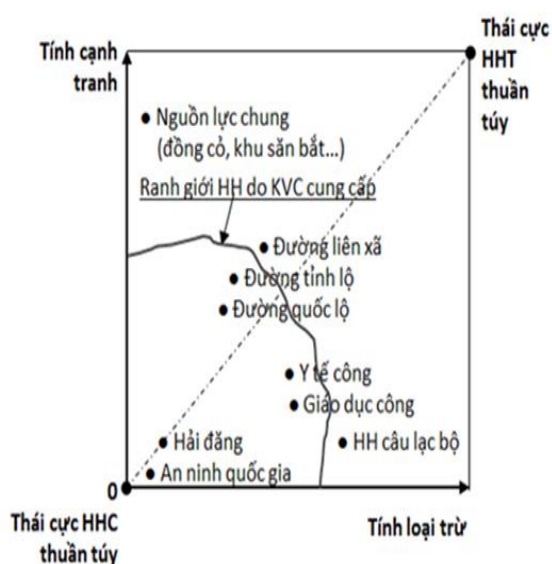
Phương pháp phát biểu ưa thích	Đánh giá ngẫu nhiên	Tất cả các hàng hóa và dịch vụ	Giá trị sử dụng và không sử dụng	Người sử dụng và không sử dụng	Có thể lượng giá tất cả các loại giá trị sử dụng và không sử dụng	Câu trả lời có thể bị chệch, thị trường giả định (không quan sát được hành vi), tồn kém nguồn lực
	Mô hình lựa chọn	Tất cả các hàng hóa và dịch vụ	Giá trị sử dụng và không sử dụng	Người sử dụng và không sử dụng	Có thể lượng giá tất cả các loại giá trị sử dụng và không sử dụng	Câu trả lời có thể bị chệch, thị trường giả định (không quan sát được hành vi), tồn kém nguồn lực

Nguồn: https://planbleu.org/sites/default/files/upload/files/FactSheets_methods_EN.pdf [3].

3. Di sản là một dạng hàng hóa công đặc biệt

3.1. Đặc điểm và phân loại hàng hóa công

Có thể chia thế giới hàng hóa (gồm cả dịch vụ) ra làm hai loại: hàng hóa tư và hàng hóa công. Hàng hóa tư là những hàng hóa mà xét theo tính chất tiêu dùng, người ta có thể và cần phải sử dụng riêng. Hàng hóa công là những hàng hóa mà xét theo tính chất tiêu dùng, người ta có thể và cần phải tiêu dùng chung. Những hàng hóa có tính loại trừ bằng 0 và có tính cạnh tranh bằng 0 thuộc về thái cực hàng hóa công thuần túy. Ở thái cực đối lập khi tính loại trừ và cạnh tranh đạt mức hoàn toàn thì đó là thái cực hàng hóa tư thuần túy. Khoảng giữa hai thái cực này là những hàng hóa có tính thuần túy công giảm dần, hay ngược lại là tính thuần túy tư tăng dần (Hình 2).



Hình 2. Phân biệt hàng hóa công và hàng hóa tư.

Nguồn: Bùi Đại Dũng (2016) [4].

Một hàng hóa công có đặc điểm khác biệt với hàng hóa tư như sau:

Thứ nhất, tính cạnh tranh thấp về phương diện tiêu dùng. Khi hàng hóa có tính chất này, lợi ích giữa những người tiêu dùng không cạnh tranh hay xung đột với nhau. Nếu một người đã sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa thì sự kiện này không ảnh hưởng đến khả năng hay thực tế tiêu dùng hàng hóa của người khác.

Thứ hai, tính loại trừ thấp về mặt phân phối, tức là người sở hữu hàng hóa, ngay cả khi muốn, cũng không có khả năng hoặc rất tốn kém để loại trừ một người nào đó sử dụng hay tiêu dùng hàng hóa ấy một khi đã có trên thị trường. Chi phí này còn được gọi là chi phí giao dịch.

Thứ ba, một hàng hóa công được cung cấp cho thị trường một lần với toàn bộ chi phí một lần ban đầu (không kể chi phí bảo dưỡng). Trong trường hợp này, chi phí cận biên của hàng hóa công cho việc tăng thêm một người tiêu dùng bằng 0 (hoặc không đáng kể). Đường chi phí cận biên của hàng hóa công xuất phát từ tổng giá ban đầu và chạy song song với trục hoành trên đồ thị.

Thứ tư, đối với những hàng hóa công có mức thuần túy thấp, đường cung cố định và song song với trục tung. Tình trạng tắc nghẽn có thể xảy ra khi mức cầu vượt quá khối lượng cung tối đa của hàng hóa công. Trong trường hợp ấy, cần áp dụng việc thu phí để hạn chế số lượng người tiêu dùng ở dưới mức cung tối đa. Do vậy, đối với hàng hóa công có thể tắc nghẽn, thì hàng hóa đó nên được cung cấp có phí ở mức hợp lý để đạt tổng phúc lợi tối ưu.

Căn cứ vào các đặc điểm nêu trên của khái niệm hàng hóa công và cơ sở lý luận về tổng giá trị kinh tế của di sản, có thể thấy di sản là một dạng hàng hóa công có thể tắc nghẽn. Chúng ta hãy lần lượt đối chiếu vào từng mảng giá trị của di sản như sau:

(i) Giá trị sử dụng trực tiếp của di sản có thể thỏa mãn nhu cầu thưởng thức văn hóa của một số đông người trong một thời điểm với tính cạnh tranh và loại trừ tương đối thấp. Như vậy, riêng mảng giá trị sử dụng trực tiếp của di sản là một dạng hàng hóa công có tính thuần túy khá cao.

(ii) Giá trị sử dụng gián tiếp của di sản mang lại lợi ích cho cả những người chưa bao giờ sử dụng hoặc sẽ không bao giờ sử dụng nó. Các giá trị lựa chọn, giá trị tồn tại, giá trị lưu truyền của di sản có tính cạnh tranh và tính loại trừ gần bằng 0. Như vậy, mảng giá trị sử dụng gián tiếp của di sản là một dạng hàng hóa công có tính thuần túy rất cao.

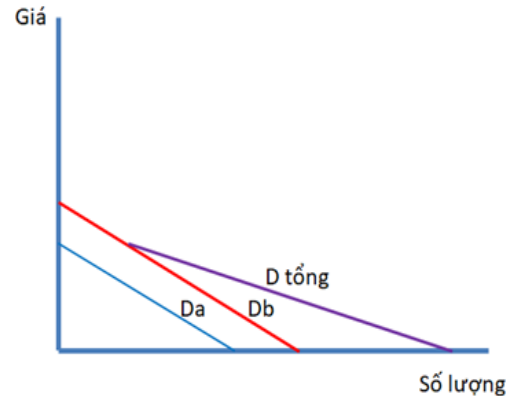
Tóm lại, di sản là một dạng hàng hóa công đặc biệt, trong đó phần giá trị sử dụng gián tiếp là dạng hàng hóa công thuần túy; phần giá trị sử dụng trực tiếp là dạng hàng hóa công ít thuần túy hơn, với đặc điểm có thể gây tắc nghẽn. Mảng giá trị sử dụng trực tiếp là yếu tố cần tính đến trong việc tính toán quy mô khai thác tối ưu.

3.2. Đường cầu của hàng hóa công di sản

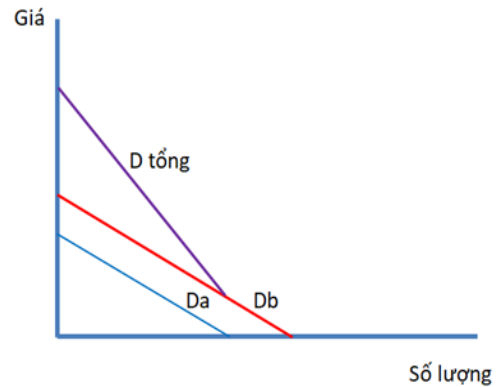
Đường cầu hàng hóa công hoàn toàn khác biệt với hàng hóa tư. Trước hết, cần nhắc lại rằng hàng hóa tư được cung và cầu hoàn toàn tự do với số lượng không hạn chế.

Trong trường hợp này, quy tắc xác định đường cầu thị trường của hàng hóa tư là cộng dồn theo chiều ngang tổng số lượng hàng hóa có nhu cầu ở từng mức giá: $P = P_1 = P_2$; $Q = Q_1 + Q_2$.

Trái lại, hàng hóa công được cung cấp với số lượng hạn chế cho toàn xã hội. Giá của hàng hóa công là tổng giá cộng dồn cho mọi mức giá mà mỗi cá nhân trong xã hội sẵn sàng chi trả.



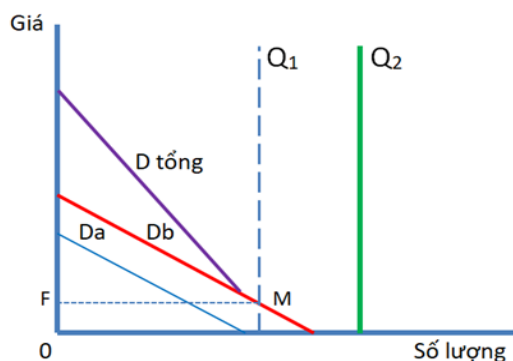
Hình 3. Đường cầu hàng hóa tư.
Nguồn: Bùi Đại Dũng (2018) [5].



Hình 4. Đường cầu hàng hóa công.
Nguồn: Bùi Đại Dũng (2018) [5].

Khác với trường hợp trên, quy tắc xác định đường cầu thị trường của hàng hóa công là cộng dồn theo chiều dọc tổng giá mà mọi cá nhân chi trả cho một khối lượng hàng hóa công cố định: $P = P_1 + P_2$; $Q = Q_1 = Q_2$.

Vì di sản là một hàng hóa công không thuần túy, có số lượng cung hữu hạn trong một thời điểm, cho nên khả năng tắc nghẽn có thể xảy ra khi tổng cung của hàng hóa công di sản là Q_1 . Mức phí cần thu để tránh tắc nghẽn là OF. Không xảy ra tắc nghẽn nếu tổng cung của hàng hóa công di sản là Q_2 (Hình 5).



Hình 5. Hàng hóa công di sản và khả năng
tác nghẽn.

Nguồn: Bùi Đại Dũng (2018) [5].

4. Lượng giá di sản với cách tiếp cận là hàng hóa công

4.1. Giới thiệu phương pháp lượng giá chi phí du lịch

Phương pháp lượng giá chi phí du lịch (Travel cost method - TCM) được nhà kinh tế Harold Hotelling nêu ra những ý tưởng cơ bản từ năm 1947 và sau đó được hai nhà kinh tế Jack Clawson và Marion Knetsch tiếp tục cụ thể hóa năm 1966. Đến nay, TCM được áp dụng rộng rãi, đặc biệt để đánh giá các giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp đối với các cảnh quan, khu vui chơi giải trí, từ đó xác định giá trị cho những cảnh quan này. Giá trị một khu vực du lịch được xác định dựa trên lập luận rằng một cá nhân sẽ bỏ ra phí tổn tương đương với mức giá trị tại địa điểm họ đến thăm quan, nghỉ dưỡng. Giá trị khu vực đó được biểu thị bằng: giá vé vào thăm quan, chi phí đi và về, chi phí cơ hội của thời gian đi, chi phí cơ hội của thời gian lưu lại điểm thăm quan...

TCM được cụ thể hóa theo ba phương pháp tiếp cận là: TCM khu vực (ZTCM), TCM cá nhân (ITCM), và TCM tiện ích ngẫu nhiên (RUTCM). Sau đây, bài viết tập trung giới thiệu về ZTCM và ITCM.

Phương pháp ZTCM có cách tiếp cận đơn, chủ yếu sử dụng dữ liệu thứ cấp, với một số dữ liệu đơn giản thu thập từ du khách và các dữ

liệu thống kê. ZTCM được thực hiện theo các bước sau:

i. Xác định khu vực xung quanh điểm/khu vực thăm quan cần thực hiện TCM theo khoảng cách dưới hình thức là các đường tròn đồng tâm hoặc khu vực phân chia theo địa giới hành chính/địa lý. Khoảng cách các khu vực ngầm định chi phí cho khoảng cách đi lại càng xa thì chi phí càng cao.

ii. Thu thập thông tin về số lượng khách truy cập từ mỗi khu vực thực hiện trong năm đến địa điểm thăm quan và một số dữ liệu khác như: thu nhập, giới tính, tuổi, học vấn...

iii. Tính tỷ lệ số lượt người đến du lịch trên 1.000 dân trong mỗi khu vực.

iv. Tính chi phí trung bình cho mỗi chuyến đi đến địa điểm du lịch cho từng khu vực, gồm vé phương tiện của chuyến đi (khứ hồi), chi phí thời gian...

v. Xác định hệ số lợi ích cận biên bằng cách hồi quy số lượt người du lịch/1.000 người từ mỗi khu vực với chi phí trung bình từ các khu vực.

vi. Xây dựng hàm cầu từ hệ số lợi ích cận biên với mức phí du lịch (giá định), xuất phát từ tổng số du khách trong năm nghiên cứu tương đương với mức phí bằng 0.

vii. Tính tổng giá trị của địa điểm du lịch là thặng dư người tiêu dùng từ đường cầu vừa được xác lập.

4.2. Hạn chế của phương pháp lượng giá chi phí du lịch theo khu vực

Các hạn chế của ZTCM đã được nhiều nhà nghiên cứu chỉ ra:

1. Đối với những người thích đi du lịch thì thời gian đi không phải là chi phí mà là lợi ích. Khi đó phải trừ chi phí thời gian ra khỏi chi phí du lịch, như thế giá trị khu giải trí sẽ được đánh giá cao lên.

2. Một hành trình cho nhiều nơi thăm quan: nếu một cá nhân thăm quan một vài điểm trong cùng một ngày nhưng chỉ được phỏng vấn theo phương pháp ZTCM tại một điểm thì các nhà phân tích sẽ phân bổ chi phí du lịch của cá nhân này nhưng không chính xác.

3. Các du khách không tốn chi phí: phương pháp ZTCM bỏ qua những khách thăm quan ở

rất gần khu giải trí, họ có thể đi bộ đến đó nhưng họ có thể đánh giá cao về khu giải trí.

4. Giả định của ZTCM là quần thể trong khu vực là đồng nhất. Thực ra, tính đa dạng về sở thích và khả năng chi trả của các cá nhân trong một khu vực không kém gì sự đa dạng ở cấp độ toàn cầu.

Ngoài ra, thực tiễn nghiên cứu áp dụng ZTCM còn cho thấy một số hạn chế cơ bản sau:

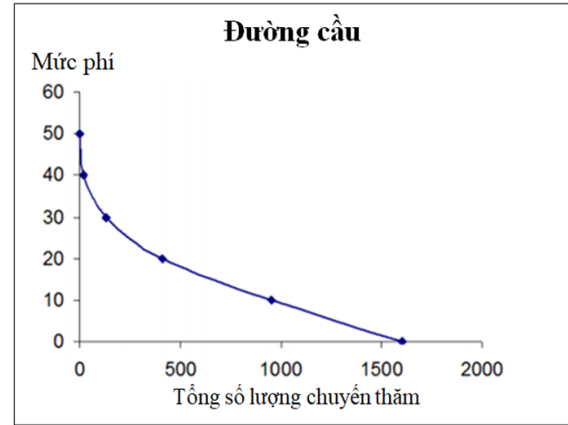
5. Ý tưởng cơ bản của ZTCM chia khu vực du khách (theo khoảng cách từ nơi xuất phát của khách du lịch đến địa điểm du lịch) ngầm định rằng khoảng cách càng xa thì mức chi phí du lịch càng cao. Thực tiễn cho thấy ý tưởng này không hợp lý vì mức chi thực tế của khách du lịch từ cùng một khu vực rất khác biệt, đồng thời mức trung bình của du khách ở khu vực xa hơn có khi thấp hơn mức trung bình của du khách ở khu vực gần. Thực trạng này làm cho việc thiết lập đường cầu trở nên khó khả thi.

6. ZTCM chưa tính đến sự khác biệt trong sức mua của các nhóm khách từ các quốc gia khác nhau. Nguyên lý kinh tế học chỉ ra rằng 1 đôla của một người có thu nhập thấp có giá trị cao hơn 1 đôla của một người ở nước giàu. Chỉ tiêu du lịch cấp độ quốc tế, nếu không giải quyết được vấn đề mang tính nguyên tắc này thì rất có thể kết quả tính toán có sai số lớn. Vì thế, giả định này không đủ thuyết phục cho cơ sở chia du khách thành các khu vực. Tất cả mọi du khách cần phải đối mặt với cùng một cơ sở tính chi phí du lịch.

Khách du lịch có thể đến nhiều địa điểm du lịch trong một chuyến đi. Tính đa dạng của số điểm đến, thời gian lưu trú tại mỗi điểm là yếu tố gây nhiễu làm cho việc xác định chi phí của khách tại một điểm du lịch trở nên rất thiếu chính xác.

Khá nhiều người đưa ra tiêu chí chọn địa điểm du lịch là không trùng với địa điểm mà họ đã từng đến bởi thời gian và ngân sách dành cho du lịch có hạn, trong khi nhu cầu mở rộng hiểu biết đến khu vực mới là ưu tiên khá cao. Điều này càng đáng quan tâm trong bối cảnh toàn cầu, khi chi phí cho chuyến đi xa hay tương đối xa không có sự cách biệt lớn vì thời điểm đăng ký vé làm cho chi phí đi lại bị nhiễu nghiêm trọng. Hơn nữa, chi phí ăn ở ít tốn kém

tại những địa điểm du lịch mới được phát hiện cũng làm nhiễu nguyên lý tiếp cận chi phí du lịch theo khoảng cách.



Hình 6. Thiết lập đường cầu ZTCM.

Nguồn: Hướng dẫn ZTCM của Đại học Aberystwyth, UK. <http://www.cbabuilder.co.uk/Home.html>

Hạn chế lớn nữa của ZTCM là chấp nhận số lượng du khách thực tiễn trong một thời điểm hoặc một giai đoạn ngắn, không có cơ sở phản biện về thực trạng hoặc nguy cơ tắc nghẽn, hoặc cơ sở cho biết quy mô du khách tối ưu cho một khu vực du lịch.

5. Áp dụng lượng giá với cách tiếp cận di sản là hàng hóa công

5.1. Lượng giá theo phương pháp lượng giá chi phí du lịch theo khu vực truyền thống làm đối chứng

Với vị thế là một di sản thế giới, du khách đến Hội An được chia thành 6 khu vực, gồm: Khu vực 0: trong nước; Khu vực 1: Châu Á; Khu vực 2: Châu Âu; Khu vực 3: Châu Đại Dương; Khu vực 4: Bắc Mỹ; Khu vực 5: Các khu vực còn lại.

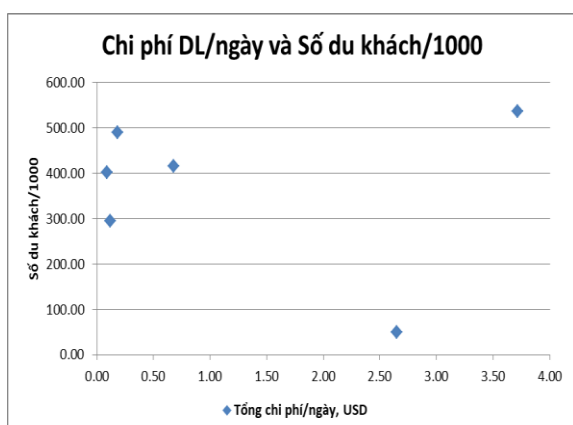
Tỷ lệ số lượt người đến du lịch trên 1000 dân trong mỗi khu vực và chi phí trung bình cho mỗi chuyến đi đến địa điểm du lịch cho từng khu vực, gồm vé phương tiện của chuyến đi (khứ hồi), chi phí thời gian... đã được thực hiện với kết quả như sau:

Bảng 2. Phân chia khu vực du khách đến Hội An

Khu vực số	Tên khu vực	Số lượt khách năm 2018	Số lượt khách/1.000 dân	Số ngày ở Hội An	Chi tiêu/ngày (USD)	Chi phí thời gian /ngày (USD)
0	Việt Nam	253.311	2,65	1,8	43,57	5,38
1	Châu Á	554.811	0,12	2,1	225,40	69,42
2	Châu Âu	500.013	0,68	2,1	285,21	131,10
3	Châu Đại Dương	142.427	3,72	2,1	405,50	130,03
4	Bắc Mỹ	104.465	0,18	2,1	345,47	145,07
5	Các khu vực còn lại	161.451	0,09	2,1	285,21	116,91

Nguồn: Chi cục Thống kê, Thành phố Hội An (Niên giám thống kê Hội An 1995-2019).

Việc thu thập thông tin về số lượng khách từ mỗi khu vực đến địa điểm tham quan và một số dữ liệu khác như: thu nhập, giới tính, tuổi, học vấn... nhằm xác định hệ số lợi ích cận biên bằng cách hồi quy số lượt chuyến thăm/1.000 người từ mỗi khu vực với chi phí trung bình từ các khu vực, ta có kết quả sau:



Hình 7. Hồi quy tìm lợi ích cận biên của du khách theo khu vực.

Nguồn: Tính từ số liệu Chi cục Thống kê, Thành phố Hội An (Niên giám thống kê Hội An 1995-2019).

Theo lý thuyết và giả định tính đồng nhất của hành vi du khách thì chi phí du lịch càng cao, lượng cầu càng giảm và ngược lại. Tuy nhiên, thực tiễn ở đây không bộc lộ quy luật này. Nhóm nghiên cứu thử tích hợp số du khách và chi phí du lịch giữa Châu Á với Châu Đại Dương (vì có khoảng cách trung bình tương đồng) nhưng kết quả không khả quan hơn.

Điều đó cho phép kết luận ZTCM không phù hợp để thực hiện lượng giá cho một di sản thế giới vì hành vi của du khách từ các khu vực là rất không đồng nhất. Vì các nhiễu không đồng nhất này nên không ước tính được hệ số lợi ích cận biên của du khách để xây dựng hàm cầu.

Trong trường hợp quy mô du khách và đặc điểm của khu vực du lịch thỏa mãn giả định về tính đồng nhất của hành vi du khách thì việc lượng giá giá trị khu vực du lịch theo cách tiếp cận như một hàng hóa tư vẫn là hạn chế lớn vì các lý do sau:

Thứ nhất, giả định số lượng du khách trong năm khảo sát có mức chi phí bằng 0, rồi tăng mức phí lên dần để xác định lượng du khách tương đương theo hàm cầu là cách làm thiếu thuyết phục. Trong thực tiễn, việc giả định mức chi phí du lịch bằng 0 là khó chấp nhận vì dù cho khoảng cách giữa nơi cư trú và khu du lịch nhỏ đến đâu thì vẫn cần một mức chi phí nhất định cho việc đi lại. Hơn nữa, chi phí cơ hội của thời gian du lịch là khoản chi phí mà không du khách nào tránh khỏi.

Thứ hai, việc cộng dồn số lượng các nhóm khách theo chiều ngang phản ánh sai lệch bản chất nhu cầu của du khách với khu vực du lịch mà họ đến vì mối quan hệ này không phải cung cầu tự do của thị trường hàng hóa tư, mà là mối quan hệ giữa khối lượng cầu vô hạn đối với một hàng hóa công, có mức cung hữu hạn.

Thứ ba, việc lượng giá di sản theo cách tiếp cận là một hàng hóa tư không có cơ sở thuyết

phục và không đem thông điệp chính xác cho các nhà quản lý. Việc hoạch định chính sách về quản lý di sản cần được hiểu với tư cách là một nguồn lực hữu hạn, nhạy cảm với tác động tồn tại khi bị khai thác mang tính lạm dụng, khác biệt hoàn toàn với một hàng hóa tư với phạm vi cung cầu tự do.

5.2. Điều chỉnh phương pháp lượng giá chi phí du lịch theo khu vực truyền thống để khắc phục nhiều chi phí không tương đồng với khoảng cách

Để phù hợp với đối tượng lượng giá là một di sản thế giới, khắc phục những yếu điểm nêu trên, phương pháp ZTCM cần có sự điều chỉnh như sau:

(i) Đồng nhất sức mua của du khách giữa các quốc gia bằng cách chuyển đổi giá trị chuyển đi hệ số sức mua ngang giá chung (PPP). Lưu ý khi đã tính theo hệ số PPP thì tổng giá trị được lượng giá sẽ là giá USD thời điểm lượng giá.

(ii) Bỏ qua số chuyến đi của cá nhân mỗi du khách (ITCM).

(iii) Bỏ qua việc chia nhóm du khách theo khoảng cách đến địa điểm du lịch (ZTCM). Chi phí đi lại theo khoảng cách được tính vào tổng chi phí du lịch.

(iv) Hồi quy tìm hệ số lợi ích cận biên (MB) theo số liệu cá nhân, là quan hệ giữa tổng chi tiêu/ngày của mỗi người với số người tương ứng của mức chi theo số liệu điều tra.

(v) Cộng dồn thặng dư người tiêu dùng (CS) của các nhóm theo chiều dọc; Tổng giá trị địa điểm du lịch sẽ bằng tổng giá trị trực tiếp với giá trị gián tiếp.

Kết quả thực hiện ZTCM đã điều chỉnh như sau:

Bước 1: Xác định khoảng cách từ nơi xuất phát của du khách đến Hội An.

Với thực tiễn thống kê về du khách tại Việt Nam nói chung và ở Hội An nói riêng, việc tiếp cận số lượng du khách theo quốc tịch là thuận lợi. Hơn nữa, cùng quốc tịch thì tính đồng nhất trong nhóm khá cao và cách phân loại này giúp giảm bớt nhiều trong quá trình tính toán, lượng giá. Việc thu thập số liệu du khách, phân loại và tính toán khoảng cách, chi phí vé, thời gian chuyển bay cho kết quả như sau:

Bảng 3. Khoảng cách, giá vé và thời gian bay

TT	... đến Hội An	Khoảng cách (km)	Giá vé máy bay (USD)	Thời gian bay (giờ)
1	Hà Nội/TP.HCM	1.000	160	4,00
2	Australia	7.747	1.240	17,49
3	Áo	8.257	1.321	18,51
4	Bỉ	8.993	1.439	19,99
5	Canada	10.911	1.746	23,82
6	Trung Quốc	2.321	371	6,64
7	Đan Mạch	8.450	1.352	18,90
8	Phần Lan	7.435	1.190	16,87
9	Pháp	9.212	1.474	20,42
10	Đức	8.342	1.335	18,68
11	Iceland	9.368	1.499	20,74
12	Indonesia	3.440	550	8,88
13	Israel	7.060	1.130	16,12
14	Ý	8.746	1.399	19,49
15	Nhật Bản	3.668	587	9,34

16	Hàn Quốc	2.739	438	7,48
17	Hà Lan	8.895	1.423	19,79
18	New Zealand	9.891	1.583	21,78
19	Na Uy	8.371	1.339	18,74
20	Bồ Đào Nha	10.424	1.668	22,85
21	Nga	6.741	1.079	15,48
22	Singapore	2.196	351	6,39
23	Tây Ba Nha	10.057	1.609	22,11
24	Thụy Điển	7.894	1.263	17,79
25	Thụy Sĩ	8.868	1.419	19,74
26	Đài Loan	1.665	266	5,33
27	Thái Lan	989	158	3,98
28	Anh	9.250	1.480	20,50
29	Mỹ	13.169	2.107	28,34

Nguồn: Tính từ số liệu thô của <https://onemileatatime.com/value-miles-points/>.

Bước 2: Tính toán chi phí cơ hội thời gian và hệ số sức mua.

Việc tổng hợp nhu cầu khác nhau từ các nhóm du khách đến từ nhiều quốc gia trên thế giới đặt ra yêu cầu loại trừ hoặc hạn chế nhiều gây ra bởi sự khác biệt về mức sống giữa các quốc gia trên thế giới. Sau khi thử nghiệm một số mô hình tính toán, hệ số sức mua (PPP ratio) được áp dụng để hạn chế tình trạng nêu trên. Lý do của giải pháp này là thặng dư lợi ích người tiêu dùng được phản ánh chính xác hơn bởi mức chi tiêu PPP mà không chính xác với mức chi tiêu bằng tiền thực tế.

Chi phí cơ hội thời gian trong nghiên cứu này chỉ tính thời gian dành cho quá trình đi lại mà không tính thời gian lưu trú tại Hội An của du khách vì số ngày lưu trú của các nhóm khách quốc tế không có sự khác biệt đáng kể, trên dưới 2,1 ngày $\pm 0,2$. Chi phí cơ hội thời gian được tính theo giờ, tương đương mức thu nhập lương theo giờ bằng 1/10 thu nhập ngày lao động. PPP được tính toán từ số liệu gốc của WDI 2018.

Bước 3: Xác định chi phí du lịch cho từng nhóm du khách phân theo quốc tịch, thiết lập đường cầu thể hiện mối quan hệ giữa mức chi tiêu và số lượng du khách tương ứng (Bảng 5, Hình 8).

Bảng 4. Chi phí cơ hội thời gian

TT	... đến Hội An	Thu nhập/ngày (USD)	PPP	Thu nhập/giờ
1	Hà Nội/TP. HCM	5,38	3,78	0,54
2	Australia	155,94	0,91	15,59
3	Áo	137,67	1,12	13,77
4	Bi	127,90	1,09	12,79
5	Canada	140,71	0,93	14,07
6	Trung Quốc	21,25	2,35	2,12
7	Đan Mạch	172,30	0,89	17,23
8	Phần Lan	133,10	1,00	13,31

9	Pháp	119,63	1,05	11,96
10	Đức	130,14	1,14	13,01
11	Iceland	142,75	1,11	14,27
12	Indonesia	11,74	3,05	1,17
13	Israel	95,31	1,17	9,53
14	Ý	96,96	1,19	9,70
15	Nhật Bản	134,03	0,89	13,40
16	Hàn Quốc	73,32	1,51	7,33
17	Hà Lan	150,80	1,03	15,08
18	New Zealand	104,11	1,10	10,41
19	Na Uy	252,39	0,69	25,24
20	Bồ Đào Nha	65,03	1,44	6,50
21	Nga	32,13	2,31	3,21
22	Singapore	159,58	1,74	15,96
23	Tây Ba Nha	90,81	1,23	9,08
24	Thụy Điển	156,80	0,93	15,68
25	Thụy Sĩ	215,93	0,87	21,59
26	Đài Loan	68,56	1,51	6,86
27	Thái Lan	17,43	2,99	1,74
28	Anh	117,77	1,08	11,78
29	Mỹ	149,43	1,15	14,94

Nguồn: Tính từ số liệu thô của WDI 2018.

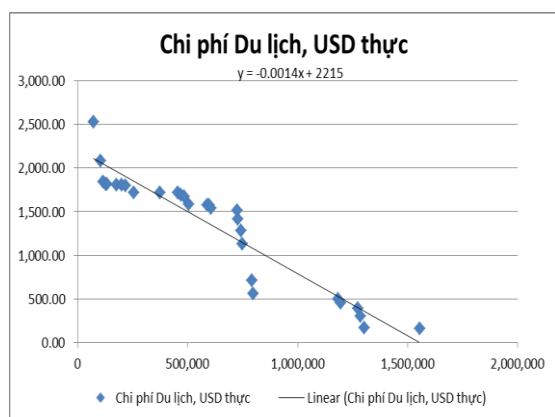
Bảng 5. Số lượng du khách và tổng chi phí du lịch

TT	Nhóm du khách	Số du khách/ quốc gia	Chi phí du lịch, USD thực tế	Chi phí du lịch, PPP USD
1	Mỹ	73.212	2.530	2.906
2	Nga	4.512	1.128	2.612
3	Bồ Đào Nha	12.377	1.816	2.607
4	Tây Ban Nha	45.429	1.810	2.231
5	New Zealand	23.391	1.809	1.986
6	Ai Len	17.305	1.795	1.984
7	Canada	31.253	2.081	1.940
8	Ý	19.738	1.588	1.889
9	Anh	119.026	1.721	1.852
10	Bi	13.087	1.694	1.843
11	Pháp	82.177	1.718	1.805
12	Đức	85.694	1.578	1.805
13	Hà Lan	36.621	1.722	1.776

14	Áo	6.810	1.576	1.764
15	Indonesia	6.668	561	1.709
16	Thụy Sỹ	10.105	1.845	1.614
17	Israel	15.054	1.283	1.504
18	Đan Mạch	14.796	1.678	1.497
19	Thụy Điển	9.034	1.542	1.431
20	Phần Lan	3.296	1.414	1.416
21	Australia	119.036	1.512	1.370
22	Na Uy	4.952	1.812	1.254
23	Trung Quốc	78.166	385	905
24	Singapore	12.641	453	789
25	Hàn Quốc	386.080	493	746
26	Nhật Bản	44.187	712	631
27	Việt Nam	253.311	162	614
28	Thái Lan	15.810	165	494
29	Đài Loan	11.259	303	458

Nguồn: Tính từ số liệu Bảng 3 và Bảng 4.

Theo giá thực chi phí du lịch, ta có đường cầu:



Hình 8. Đường cầu du khách tại di sản Hội An theo giá thực chi phí du lịch.

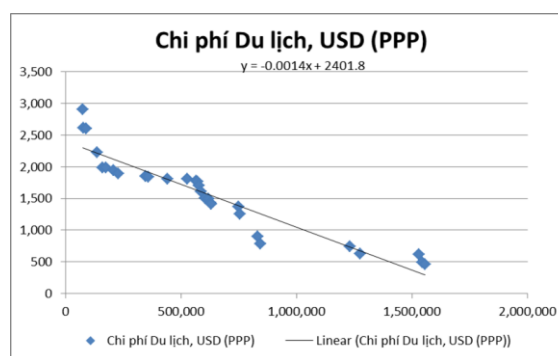
Nguồn: Nhóm tác giả.

Theo hàm hồi quy $y = 2215 - 0,0014 * x$, Số lượng du khách y đạt tối đa = 1.476.666 người, khi $x = 0$ (Hình 8). Thực tế tổng du khách đến Hội An năm 2018 là 1.716.478 người. Đường cầu theo giá chi phí thực này chưa phản ánh sát số liệu thực tiễn.

Theo giá PPP chi phí du lịch, ta có đường cầu: $y = 2.401,8 - 0,0014 * x$ (Hình 9).

Với hàm hồi quy $y = 2.401,8 - 0,0014 * x$, Số lượng du khách y đạt tối đa = 1.715.571 người, khi $x = 0$ (Hình 9). Con số này gần sát với tổng du khách thực tế đến Hội An năm 2018 là 1.716.478 người. Đường cầu này phản ánh thực tiễn tốt hơn khi sử dụng hệ số sức mua ngang giá PPP nêu trên.

Kết quả này dẫn đến khuyến nghị rằng việc sử dụng hệ số PPP để xây dựng đường cầu trong trường hợp du khách đến từ nhiều quốc gia và đồng tiền mỗi quốc gia có sức mua khác biệt, cho phép đưa ra kết quả đáng tin cậy hơn.



Hình 9. Đường cầu du khách tại di sản Hội An theo giá PPP chi phí du lịch.

Nguồn: Nhóm tác giả.

Nếu tiếp tục lượng giá giá trị Hội An theo phương pháp truyền thống, ta có điểm đồ thị cắt trục hoành tại $x = 1.715.571$; và cắt trục tung tại $y = 2.401,8$. Tổng giá trị thặng dư người tiêu dùng là 2.060.229.729; hay nói cách khác, giá trị khu vực đô thị cổ Hội An được lượng giá bằng ZTCM theo cách tiếp cận truyền thống là 2.060.229.729 USD (thời điểm năm 2018).

5.3. Thiết lập đường cầu cho Hội An với tư cách là một hàng hóa công

Nhìn vào kết quả nêu trên, có thể thấy đường cầu được thiết lập với cách tiếp cận coi đối tượng được lượng giá là một hàng hóa tư, nghĩa là số lượng du khách được cộng dồn theo chiều ngang với cùng mức chi tiêu giống nhau. Vì bản chất di sản không thể là một hàng hóa tư, cho nên cách lượng giá này có thể làm sai lệch kết quả đáng kể.

Để khắc phục nhược điểm đó, quá trình tính toán sau vận dụng cách tiếp cận xây dựng đường cầu cho một hàng hóa công:

(i) Tiếp cận lượng giá một di sản với tư cách là một dạng hàng hóa công

Từ số liệu Bảng 5, có thể thấy 3 nhóm du khách với hệ số đường cầu khác biệt. Cần mô phỏng đường cầu của 3 nhóm này theo mô hình tổng hợp đường cầu của một hàng hóa công, nghĩa là được cộng dồn theo chiều dọc như sau:

Nhóm 1: Mức chi phí du lịch từ 2.906 đến 1.940. Hàm hồi quy nhóm 1 được thiết lập: $y = 3.237,6 - 0,007 * x$

Nhóm 2: Mức chi phí du lịch từ 1.889 đến 1.254. Hàm hồi quy nhóm 2 được thiết lập: $y = 2.293,5 - 0,0014 * x$

Nhóm 3: Mức chi phí du lịch từ 905 đến 0. Hàm hồi quy nhóm 3 được thiết lập: $y = 1.500,2 - 0,0007 * x$

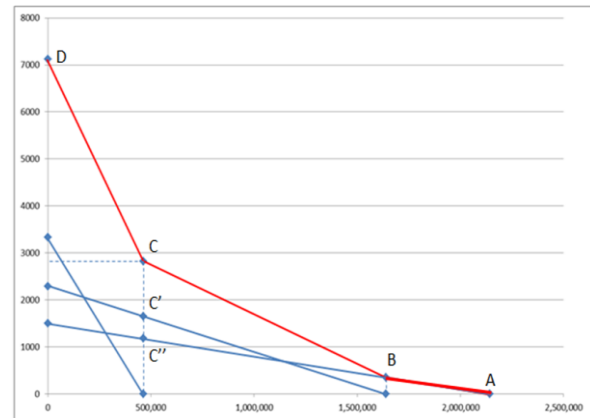
Hàm hồi quy tổng hợp của cả 3 nhóm được thiết lập bằng cách cộng theo chiều dọc mức giá sẵn sàng chi trả cho việc du lịch Hội An như sau (Hình 10):

Điểm A: $y = 0$; $x = 2.143.143$; Điểm B: $y = 353,45$; $x = 1.638.214$

Điểm C'': $y = 1.176,44$; $x = 462,514$; Điểm C': $y = 1.645,98$; $x = 462,514$

Điểm C: $y = 2.822,42$; $x = 462,514$; Điểm D: $y = 7.121,3$; $x = 0$

Tổng giá trị thặng dư người tiêu dùng là diện tích dưới đường cầu tổng hợp ABCD là 4.255.724.958 USD; hay nói cách khác, giá trị khu vực đô thị cổ Hội An được lượng giá bằng ZTCM theo cách tiếp cận mới là 4.255.724.958 USD (PPP thời điểm năm 2018).



Hình 10. Tổng hợp đường cầu ZTCM theo cách tiếp cận hàng hóa công.

Nguồn: Nhóm tác giả.

6. Kết luận

Phương pháp lượng giá ZTCM cần được xem xét điều chỉnh khi vận dụng lượng giá đối với những đối tượng được lượng giá không phù hợp với giả định du khách trong khu vực được chi có tính đồng nhất, đặc biệt khi đối tượng lượng giá là di sản thế giới với nhiều nhóm du khách đến từ nhiều khu vực khác biệt về khoảng cách, mức sống, thông tin...

Đặc trưng số liệu thống kê tại Việt Nam cho phép tiến hành lượng giá ZTCM theo nhóm du khách phân loại theo quốc tịch. Để khắc phục nhiều từ sự khác biệt mức sống, nghiên cứu này đề xuất việc sử dụng hệ số PPP để tăng độ chính xác khi thiết lập đường cầu.

Việc lượng giá di sản cần mô phỏng đường cầu dưới dạng tổng hợp của các nhóm có khác biệt lớn về hệ số đường cầu. Đối với Hội An, du khách được chia làm 3 nhóm với hệ số đường cầu khác biệt. Đường cầu tổng hợp được cộng dồn từ 3 đường cầu của nhóm theo chiều dọc.

Kết quả vận dụng hệ số PPP và cách lượng giá trên cơ sở thiết lập đường cầu hàng hóa công cho thấy đường cầu được xây dựng phản ánh sát thực hơn số lượng và phân bố các nhóm nhu cầu. Trong nghiên cứu này, hệ số PPP bổ sung thêm 16,18% so với mức ước lượng thấp hơn thực tiễn của đường cầu giá thực.

Giá trị sử dụng trực tiếp và gián tiếp của Hội An được phản ánh qua phương pháp ZTCM với cách tiếp cận đường cầu hàng hóa công là 4.255.724.958 USD (PPP thời điểm năm 2018), tăng 206,6% so với giá trị lượng giá bởi đường cầu theo cách tiếp cận hàng hóa tư.

Trong những nghiên cứu sau, phương pháp tiếp cận hàng hóa công sẽ được nhóm nghiên cứu mở rộng áp dụng cho ITCM và CVM.

Lời cảm ơn

Nhóm tác giả chân thành cảm ơn sự phối hợp giúp đỡ và tài trợ của Trung tâm Hỗ trợ Nghiên cứu Châu Á (ARC) cho việc thực hiện đề tài: “Lượng giá di sản văn hóa vật thể - Lý thuyết và nghiên cứu thực tế tại Phố cổ Hội An” làm tiền đề của bài viết này.

Tài liệu tham khảo

- [1] <http://www.unesco.org/new/en/cairo/culture/tangible-cultural-heritage/>, Truy cập ngày 8/6/2018).
- [2] Plottu, Eric; Plottu, Béatrice, “The concept of Total Economic Value of environment: A reconsideration within a hierarchical rationality”, *Ecological Economics* 61 (1) (2007) 52-61.
- [3] https://planbleu.org/sites/default/files/upload/files/FactSheets_methods_EN.pdf/, 2014, Truy cập ngày 15/7/2018).
- [4] Bùi Đại Dũng, *Kinh tế học của khu vực công*, NXB Chính trị Quốc gia, 2016.
- [5] Bùi Đại Dũng, *Giáo trình Kinh tế Công cộng*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, 2018.