AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE ALE METODEI COSTULUI DE CĂLĂTORIE DE EVALUARE A COSTURILOR ÎN TURISM

COSTEȚCHI-JUȘCA Oxana
doctorandă Școala de Științe Economice a USM
costetchioxana@mail.ru
ORCID: 0000-0002-3898-4792

CZU: 657.478:338.48:330.13 **DOI: 10.5281/zenodo.6793879**

Abstract: *Tourism based on nature is not only a socio - economic activity that offers income and other benefits local communities, but also plays an important role in understanding natural heritage, obtaining public support and funding for protection. This study is an approach to using the Travel Cost Method to measure the demand and value of natural resources, which serve as input services in the "production" of outdoor recreation activities and related facilities.*

Keywords*: costs, travel cost method, recreation, tourism.*

Resursele naturale sunt extrem de folosite în scopuri recreative. Cu toate acestea, este adesea dificil să evaluezi aceste resurse, deoarece de obicei nu există un preț pentru a prezice funcțiile cererii [1, pag. 36]. Evaluarea valorilor peisajului necesită utilizarea unor metode indirecte precum costul călătoriei, evaluarea contingentă sau prețurile hedonice.

Metoda costului de călătorie (TCM) permite estimarea valorii prin examinarea mișcărilor de consum ale zonelor de agrement. Metoda recunoaște în special costurile suportate pentru consumul serviciilor furnizate de resursa de mediu drept costul acestora. Nu există o piață care să măsoare în mod direct valoarea calității mediului pentru a aplica această teorie la datele observaționale. Cu toate acestea, abordarea adoptată în acest scop este în general similară, iar măsurarea se bazează pe conceptul de nivel voluntar al salariului [2]. Când vizitatorii cred că pot primi plăcere din anumite activități recreative, o fac cheltuind o anumită sumă de bani. Cu toate acestea, costurile de călătorie și timpul cresc odată cu distanța. Această idee este principalul punct de plecare al metodei costului călătoriei. Au fost aplicate diferite metode cantitative pentru a evalua valoarea economică a resurselor de recreere și turism ca tip specific de bunuri non-piață [3, p. 159]. TCM este prima modalitate de a evalua beneficiile bunurilor

fără preț, cum ar fi divertismentul în aer liber. În mod obișnuit, este utilizat pentru a evalua valoarea atracțiilor naturale și a mediilor de agrement fără un preț de piață [5, pag. 58].

Metoda costului de călătorie impută prețul recreerii ca costul total al utilizării unității de agrement [4, pag. 32] care se constituie din următoarele elemente:

- costuri de călătorie legate de vehicul;
- taxe de acces;
- costuri de timp la fața locului;
- costuri adiționale ale echipamentului;
- provizii etc. direct legate de activitate.

Conform lui Syagga [6, pag. 5], consumul de recreere de către o persoană implică trei elemente de cost principale, după cum urmează:

a) Costul călătoriei - costul transportului către și de la locul de recreere;
b) Costul timp - valoarea banilor orelor cheltuiți pentru experiența de recreere;
c) Cheltuieli de intrare și masă suportate în taxele de la poartă (dacă există) și costuri suplimentare utilizate pentru mâncare.

Cu toate acestea, în afară de aceste costuri, există câțiva alți factori care determină frecvența vizitelor recreative ale unui individ [6, pag. 7]. Acești alți factori variază de la un site la altul și de la o perioadă la alta. Aceștia pot fi clasificați în două, după cum urmează:

a) *Factori de atracție sau de amplasare*:
   - Confort sau disconfort de călătorie;
   - Caracteristicile climatice și meteorologice ale zonei;
   - Calitatea managementului site-ului;
   - Măsura în care site-ul a fost promovat;
   - Capacitatea zonei de a găzdui recreere;
   - Disponibilitatea de site-uri alternative;
   - Timpul necesar călătoriei către și de la site;
   - Atractivitate înnăscută.
b) *Factori individuali ai populației*. Acești factori includ, dar nu se limitează la următorii:
   - Venitul mediu și distribuția acestuia în rândul populației;

- Experiențele trecute ale populației și cunoștințele prezente despre locul de recreere;
- Gustul populației pentru site;
- Populația totală din jurul afluentului sitului;
- Caracteristicile socio-economice (educație, vârstă, dimensiunea familiei etc.) ale populației din zona de recreere;
- Costurile monetare implicate de vizitarea sitului de agrement;
- Distribuția geografică a populației în cadrul sitului.

G. Garrod [5, pag. 65] a constatat că există o relație inversă între costul vizitei unui loc de recreere și numărul de vizite. H. Devani susține opinia că preferințele de petrecere a timpului liber sunt condiționate de timpul și distanța necesară pentru a ajunge la locația în care se poate angaja în activitatea dorită. În cercetarea sa, aproape 60% dintre cei intervievați și-au exprimat dorința de a merge la plajă, dar nu au putut să meargă din cauza lipsei de transport și locurile fiind departe de casă [8, pag. 81]. Modelul costurilor de călătorie utilizează costul călătoriei către un site de recreere fără preț ca mijloc de a deduce beneficiile recreaționale pe care site-ul le oferă. Studiile privind costurile de călătorie au arătat în mod constant că, pe măsură ce prețul de acces (costul călătoriei) crește, rata de vizitare a site-ului scade.

Clawson și Knetsch într-un studiu publicat în anul 1966 au estimat un model de cost de călătorie bazat pe date referitoare la zonele de origine a vizitatorilor site-ului [9, pag. 28]. Abordarea definește funcția de generare a călătoriei (1):

$$VhJ/Nh = f(PhJ > Shf\ Th), \quad (1)$$

Unde:

Vhj/Nh - rata de participare pentru zonă (vizite pe cap de locuitor la situl j);

Phj - costul deplasării din zona h la situl j;

Sh -vector al caracteristicilor socio-economice ale zonei;

Th - vector al caracteristicilor substitute ale site-ului de agrement pentru indivizii din zona h.

Modelul zonal de costuri de călătorie (ZTCM) este cel mai simplu și mai puțin costisitor model dintre toate cele trei modele și estimează valoarea serviciilor de agrement ale întregului site.

Numărul de vizite în cadrul acestei abordări poate fi estimat după cum urmează:

$$Vy = f(Pij, Ty, Qi, Sj, Yi), \quad (2)$$

unde:

Vy - Numărul de vizite efectuate de persoana i pe site j;

Pij - Costul de călătorie suportat de persoana i când vizitează site-ul j;

Ty - Costul de timp suportat de persoana i când vizitează site-ul j;

Qi - Vector al calităților percepute ale site-ul de recreere i;

Sj - Vector al caracteristicilor locurilor de înlocuire disponibile;

Yi - Venitul gospodăriei al persoanei i.

Caracteristici ale modelului costului individual de călătorie pot fi:

- ține cont de variațiile inerente ale datelor;
- estimarea produsă este mai eficientă din punct de vedere statistic;
- funcția sa de generare a călătoriei poate fi estimată folosind un număr mai mic de observații;
- necesită mai multe informații despre vizitatori în termeni de caracteristici, preferințe și comportamente;
- este mai flexibil și mai aplicabil la o gamă mai largă de locuri;
- face posibilă evaluarea fiecărei activități recreative particulare întreprinse de o persoană într-un loc, de exemplu, pescuitul.

G. Garrod [7, pag. 81] a remarcat că atunci când cele două abordări de mai sus sunt utilizate pe același set de date, s-au observat diferențe considerabile în surplusul estimat al consumatorului.

Metoda costului de călătorie are o serie de avantaje, după cum urmează:

- rezultatele sunt relativ ușor de interpretat și explicat;
- metoda este relativ ieftin de aplicat;
- metoda este foarte asemănătoare cu tehnicile empirice convenționale pentru estimarea valorilor economice pe baza prețurilor de piață;
- sondajele la fața locului oferă oportunități pentru eșantioane de dimensiuni mari, deoarece majoritatea vizitatorilor sunt interesați să participe;
- metoda se bazează pe comportamentul real, adică pe ceea ce fac oamenii de fapt, în contrast cu „dorința declarată de a presupune” pe baza unei situații ipotetice.

După cum se spune „orice are avantaje trebuie să aibă dezavantaje pentru că nimic nu este perfect", această metodă are, fără îndoială, unele limitări, așa cum se explică mai jos:

- cele mai simple modele presupun că indivizii fac călătorii pentru un singur scop - pentru a vizita anumite locuri de agrement. cu toate acestea, călătoriile pot fi efectuate pentru mai mult de un scop și, în astfel de cazuri, valoarea pentru site poate fi supraestimată și poate fi destul de dificil să se repartizeze costurile de călătorie între scopuri;
- metoda costurilor de călătorie presupune că oamenii percep și răspund la modificările costurilor de călătorie în același mod în care ar răspunde la modificările prețului sau taxei de intrare;
- poate fi problematică definirea și măsurarea costului de oportunitate sau a valorii timpului petrecut călătorind. la fel ca călătoriile cu destinații multiple și timpul petrecut călătorind ar fi putut fi folosit în alte moduri - are un cost de oportunitate. acest lucru ar trebui adăugat la costul călătoriei, altfel valoarea site-ului va fi subestimată;
- este dificil să se măsoare calitatea recreației și să se relaționeze la fel cu calitatea mediului, deoarece orice modificări pot fi aceleași pentru toți vizitatorii care vizitează situl;
- intervievarea vizitatorilor la fața locului poate introduce distorsiuni de eșantionare în analiză. ca în toate metodele statistice, anumite erori statistice pot afecta rezultatele. acestea includ alegerea formei funcționale utilizate pentru estimarea curbei cererii, alegerea metodei de estimare și alegerea variabilelor incluse în model;
- abordările standard ale costurilor de călătorie oferă informații despre condițiile actuale, dar nu despre câștigurile sau pierderile din schimbările anticipate ale condițiilor resurselor;

metoda nu este potrivită pentru site-urile din apropierea centrelor majore de populație, unde multe vizite pot fi din „zone de origine" care sunt destul de apropiate unele de altele. acest lucru se datorează faptului că, pentru a estima funcția de cerere, este necesară o diferență suficientă între distanțele parcurse pentru a afecta costurile de călătorie și pentru ca diferențele de costuri de călătorie să afecteze numărul de călătorii la șantier.

Concluzie:

1. Metoda costurilor de călătorie a fost dezvoltată de-a lungul anilor pentru a valorifica utilizarea resurselor naturale în scopuri recreative. Zonele naturale sunt adesea în centrul excursiilor de agrement (de exemplu, parcuri, grădină, lacuri, terenuri agricole etc), în serviciile ecosistemice ale acestora nu sunt estimate la justa valoare. Metoda costurilor de călătorie utilizează abordări ale dorinței de plată relevate pentru estimarea valorii economice a unei proprietăți de agrement.
2. Evaluarea recreativă și economică a zonelor naturale este, de asemenea, importantă în ceea ce privește asigurarea durabilității activităților turistice recreative și prietenoase cu natura. Acesta va asigura conservarea, planificarea și gestionarea zonelor naturale în viitor.

BIBLIOGRAFIE

1. Çay, R. D., and Cengiz Taşlı, T. (2021). *Determination of Recreation and Tourism Use Value of Bozcaada by Travel Cost Analysis Methods*. Polish Journal of Environmental Studies, 30(1), pp.35-45. https://doi.org/10.15244/pjoes/120387
2. Jones Te, Yang Y., Yamamoto K. Assessing the recreational value of world heritage site inscription: A longitudinal travel cost analysis of Mount Fuji climbers, 2017;
3. Zhang, P. (2019) *Tourism Value Evaluation of Urban Ancient Architecture*. *Current Urban Studies*, **7**, 157-169. doi: 10.4236/cus.2019.72007.
4. Smith, V.K.(1996). *Estimating Economic Values for Nature-Methods for Non Market Valuation.* Edward Elgar. Cheltenham, UK;
5. Smith, G.H. (1971) Ed. *Conservation of Natural Resources*. 4th Ed. John Wiley & Sons Inc: New York;
6. Syagga, P.M. (2002). *Valuation of outdoor recreation*. Unpublished-article. Dept of Land Development, University of Nairobi;
7. Garrod, G & K.G. Willis (1999). *Economic Valuation of the Environment-Methods & Case Studie*s, UK;
8. Devani, H. (1970). *Public Outdoor Recreation al Resources of Mombassa and it 's Peripheral Are as: Their General Pattern and Use*. Unpublished B.A. Dissertation, Department of Geography, University of Nairobi.
9. Mckay, Adam. C*hanges in visitors' environmental focus during an appreciative recreation experience.* (2010). All Theses. 883. https://tigerprints.clemson.edu/all_theses/883