

BÀI TOÁN THU NHẬP CỦA CÁC CHỦ THỂ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH SINH THÁI Ở ĐẢO HÒN ĐỐC, HÀ TIÊN

Ngô Hoàng Đại Long*
Nguyễn Văn Cần**

1. Đặt vấn đề

Tận dụng các ưu thế về tự nhiên, việc khai thác và sử dụng hiệu quả các nguồn lực địa phương, thị xã Hà Tiên đã và đang từng bước vượt qua những khó khăn và thách thức, để đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, góp phần vào sự nghiệp phát triển kinh tế-xã hội, sớm trở thành một thành phố về du lịch văn hóa-sinh thái.

Ở những vùng hải đảo xa xôi, hẻo lánh thì du lịch sinh thái (DLST) sẽ đóng góp tích cực cho phát triển kinh tế địa phương, nhất là các cộng đồng cư dân vùng biển đảo.

Tuy nhiên, hiện nay đảo Hòn Đốc thuộc quần đảo Hà Tiên (thường gọi là quần đảo Hải Tặc) đang phát triển một cách tự phát về DLST mà lợi ích giữa các bên tham gia trong chuỗi giá trị của hoạt động DLST tại đây không cân xứng, người dân luôn bị động và phải dựa vào định suất của các công ty, không thể tự quyết thu nhập của mình khi tham gia liên kết du lịch.

Bài viết đưa ra cách tính về chia sẻ thu nhập của các chủ thể trong hoạt động du lịch, trên cơ sở nghiên cứu so sánh thu nhập giữa các chủ thể trong hoạt động du lịch sinh thái tại đây, từ đó gợi mở một số vấn đề để chính quyền địa phương quản lý tốt hơn các hoạt động DLST tại địa bàn của mình.

2. Tổng quan địa bàn và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tổng quan về quần đảo Hà Tiên và đảo Hòn Đốc

Quần đảo Hà Tiên thuộc xã đảo Tiên Hải, thị xã Hà Tiên, tỉnh Kiên Giang bao gồm hệ thống các đảo nhỏ nằm trong vịnh Thái Lan, trải dài trên vùng Biển Tây rộng hơn 1.100ha, gồm 15 hòn đảo lớn, nhỏ cách đất liền 7 hải lý, cách bờ biển thị xã Hà Tiên 11 hải lý và cách đảo Phú Quốc 16 hải lý.

Tên gọi “Hải Tặc” xuất hiện vào khoảng cuối thế kỷ XVII, đầu thế kỷ XVIII, vào thời Mạc Thiên Tích sau khi bị quân Xiêm La đánh bại, trong một thời gian dài Hà Tiên không có bộ máy chính quyền cai quản, mặt khác do nơi này vốn có địa hình hiểm trở, lại nằm trên tuyến đường biển thông thương quan trọng, nên đây là nơi cướp biển ẩn trú, hoành hành và mai phục các tàu bè qua lại.

Trong đó, lớn nhất là Hòn Đốc (thường gọi hòn Tre Lớn), có diện tích 95,33ha, trung tâm hành chính của UBND xã Tiên Hải cũng đặt tại nơi đây;

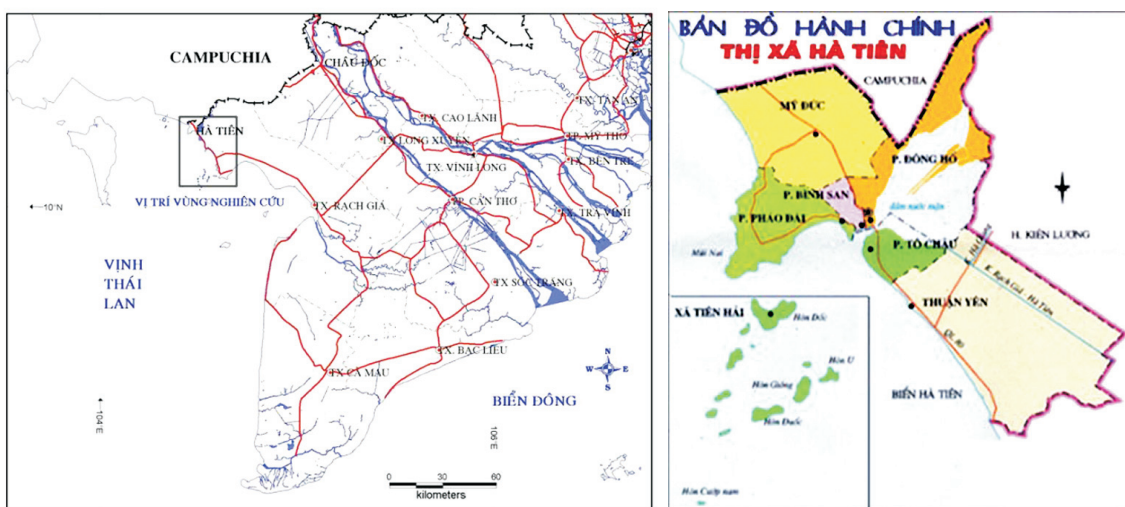
* Trung tâm Nghiên cứu Biển và Đảo, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh.

** Khoa Du lịch, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, TP Hồ Chí Minh.

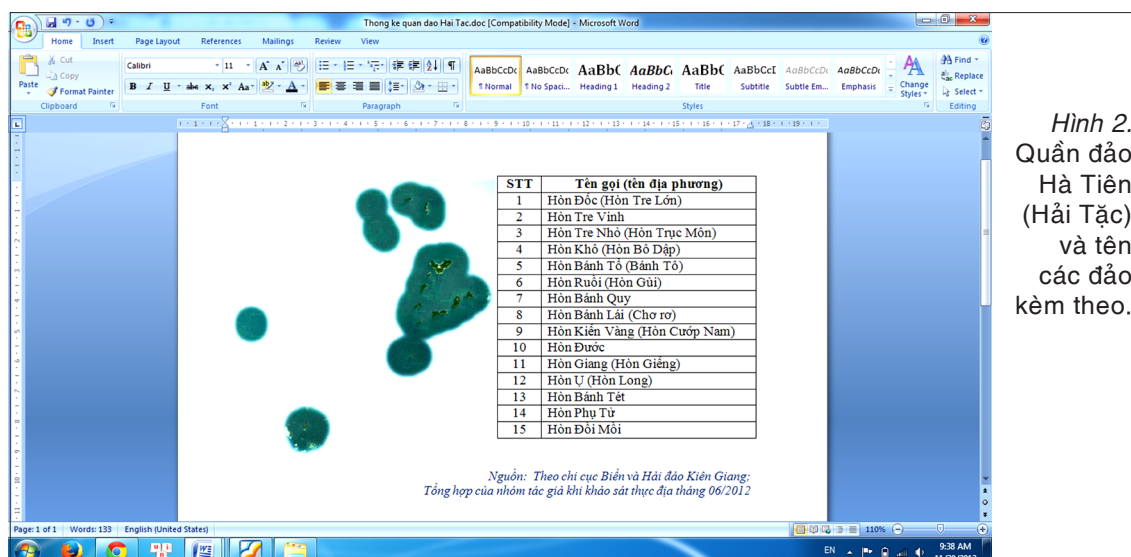
dân cư sống tập trung chủ yếu ở Hòn Đốc và rải rác ở Hòn Đước, Hòn Giang... chủ yếu bằng nghề đánh bắt và nuôi trồng hải sản. Các hòn, đảo quần tụ giữa biển Hà Tiên theo “cụm”, khoảng cách giữa chúng không xa vài trăm mét, cảnh quan thiên nhiên còn giữ nguyên vẻ hoang sơ, có nhiều bãi cát vàng thoải dài ra biển, môi trường thoáng mát, nước biển trong xanh. Đó là tiềm năng rất lớn của Hà Tiên trong việc hình thành và phát triển DLST biển đảo.

Quần đảo Hà Tiên chỉ cách thị xã Hà Tiên 11 hải lý, Phú Quốc 16 hải lý vì vậy có thể liên kết tạo thành tour du lịch Hà Tiên-Tiên Hải-Phú Quốc hoặc từ đây có thể liên kết với các đảo của Campuchia trong vịnh Thái Lan khá dễ dàng như: Koh Tonsay, Koh Svay (Kep), Koh Pous, Koh Rong Samloem (Sihanoukville)...

Hiện nay, quần đảo còn rất nguyên sơ, vẫn chưa có đầu tư dịch vụ du lịch, nhưng vẫn có nhiều du khách tự phát đến hoặc các công ty tổ chức khai thác để khám phá nét đẹp hoang sơ, huyền bí nơi đây.



Hình 1. Vị trí thị xã Hà Tiên và xã đảo Tiên Hải.



Hình 2.
Quần đảo
Hà Tiên
(Hải Tặc)
và tên
các đảo
kèm theo.

2.2. Phương pháp thực hiện và nội dung công việc nghiên cứu

TT	Nội dung công việc	Phương pháp thực hiện	Số liệu	
			Sơ cấp	Thứ cấp
1	Nhóm tác giả tiến hành lựa chọn và xử lý (phân tích, tổng hợp, so sánh) nhằm chất lọc những thông tin cần thiết phục vụ cho nội dung nghiên cứu.	- Thu thập tư liệu có sẵn, nghiên cứu tổng quan các tài liệu thứ cấp, tham khảo ý kiến và trao đổi với chuyên gia trong ngành du lịch		X
2	Tham gia tour, trực tiếp làm hướng dẫn viên (HDV), đi thực địa để thu thập thông tin về sản phẩm DLST tại Hòn Đốc, về cơ sở kinh doanh du lịch, phỏng vấn các đối tượng có liên quan để lập sơ đồ chuỗi giá trị gồm đường đi của các loại sản phẩm và các chủ thể tham gia trong đường đi đó.	- Khảo sát thực địa các tài nguyên DLST kết hợp phân tích bản đồ. - Tham khảo ý kiến chuyên gia; điều tra thực địa; thu thập tài liệu; phỏng vấn sâu và bảng hỏi để thu thập thông tin. - Phương pháp lập sơ đồ đường đi của chuỗi giá trị du lịch.	X	X
3	Chủ yếu điều tra thông qua bao gồm: 02 công ty tại Hà Tiên, 02 hộ dân trên đảo, 03 công ty từ TP HCM (có tour ra quần đảo Hà Tiên), 10 lao động tham gia phục vụ tour trên đảo. Đối tượng chính là các hộ dân trên đảo, tham gia trong chuỗi giá trị du lịch. Số liệu sau khi thu thập sẽ được tính toán, phân tích và trình bày dưới dạng mô tả, so sánh để so sánh thu nhập của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch. Từ đó rút ra kết luận.	- Phương pháp điều tra xã hội học (phỏng vấn sâu các hộ dân, trực tiếp tham gia tour và làm HDV). - Phương pháp toán học, Tour mẫu được chọn và thực hiện tính toán với giá là 999.000đ (2 ngày 2 đêm, khởi hành từ TP HCM đến quần đảo Hà Tiên. Đây là tour có số khách tham gia cao nhất, nhiều công ty khai thác nhất, để đem doanh thu nhất).	X	X

Nguồn: Nhóm tác giả thực hiện, tháng 10/2012.

3. Nghiên cứu và thảo luận

3.1. Các chủ thể tham gia trong chuỗi giá trị của hoạt động du lịch sinh thái

- Điểm hộ dân trên đảo Hòn Đốc (hiện có 04 điểm kinh doanh du lịch do các hộ dân trên đảo thực hiện, làm điểm đến cho các công ty lữ hành khai thác ở TP HCM và địa phương).

- Các công ty du lịch lữ hành địa phương tại thị xã Hà Tiên như Biển Hà Tiên, Khu Du lịch Mũi Nai.

- Các công ty du lịch lữ hành ở TP Hồ Chí Minh như Chân Trời Mới, Vietbalo Tour, Thái Dương.

3.2. Các mối quan hệ giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị

Theo kết quả nghiên cứu trường hợp tại Hòn Đốc (thời điểm từ tháng 6/2012 đến 6/2013), hiện có các mối quan hệ giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị như sau: Hộ dân với công ty du lịch địa phương; Hộ dân với công ty du lịch ngoại vùng (TP HCM); Công ty du lịch ngoại vùng với khách tham quan du lịch; Nhà vườn với các nhà cung ứng địa phương như tàu từ đất liền ra đảo, đội xe ôm trên đảo kiêm luôn hướng dẫn viên: tắm biển, lặn san hô, chèo tàu từ Hòn Đốc sang các hòn khác như hòn Tre Vinh, Hòn Giang...

3.3. Cách tính về chi phí của các chủ thể

a) *Thời vụ du lịch*: Thời vụ du lịch phổ biến dưới tên gọi là mùa cao điểm và mùa thấp điểm. Các tháng cao điểm gồm 01, 02, 6, 7, 11, 12. Các tháng còn lại rơi vào thời vụ thấp điểm.

b) *Đối tượng khách*: Bao gồm khách quốc tế (kể cả Việt kiều) và khách nội địa, nhưng theo cách xếp loại của nhóm nghiên cứu đều gọi các đối tượng khách trên là khách tham quan vì họ đi và về trong ngày (không có lưu đêm) và lợi tức trên mỗi khách đều như nhau. Trong năm 2012, có hơn 3.000 lượt khách đến Hòn Đốc (ước tính hơn 62.000 khách), trong đó bình quân các công ty tổ chức khoảng 108 tour (chủ yếu là khách lẻ mua vé). Bình quân mỗi hộ trên đảo tiếp đón 4.320 khách có đặt dịch vụ ăn uống tại hộ gia đình và tham gia các hoạt động do người dân tự tổ chức như: nấu ăn các món đặc sản biển, dịch vụ xe ôm chạy quanh đảo, tắm biển, lặn ngắm san hô, cho thuê tàu đi các đảo khác...

c) *Chương trình du lịch*: Là lịch trình, các dịch vụ và giá bán chương trình được định trước cho chuyến đi của khách du lịch từ nơi xuất phát đến điểm kết thúc chuyến đi được gọi tắt là tour. Các tour thường dựa vào các yếu tố sau để bán cho khách du lịch gồm: nguồn gốc phát sinh của điểm đến, giá cả, mục đích yêu cầu của khách hàng. Ở đây, tour đến Hòn Đốc phần lớn do giá rẻ và điểm đến mới lạ, độc đáo và bí ẩn.

d) *Giá thành*: Là toàn bộ chi phí để tạo ra một sản phẩm. Giá thành của chương trình du lịch là toàn bộ chi phí thực tế mà công ty lữ hành phải chi trả để thực hiện một chương trình du lịch.

+ *Nhóm chi phí biến đổi*: Bao gồm chi phí của các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá được tính cho từng khách du lịch, nhóm chi phí này gắn với sự tiêu dùng riêng biệt của du khách.

+ *Nhóm chi phí cố định*: Bao gồm chi phí của các loại hàng hóa và dịch vụ mà đơn giá được tính cho cả đoàn khách du lịch, nhóm chi phí này gắn với sự tiêu dùng chung của du khách.

Công thức tính giá thành 1 khách du lịch (đối tượng được khảo sát là khách lẻ)

$$Z = B + A/N$$

Trong đó: Z : Giá thành; B: Tổng chi phí biến đổi tính cho 1 khách; A: Tổng chi phí cố định tính cho đoàn khách; N: Số lượng khách bình quân đi trong 1 tour.

Trên cơ sở giá thành, ta có công thức tính giá thực cho công ty như sau:

$$G = Z + P + C_b + C_k + T$$

Trong đó: P: Khoản lợi nhuận dành cho công ty; C_b : Các chi phí bán gồm quảng cáo, hoa hồng...; C_k : Chi phí khác như quản lý, thiết kế, thương hiệu; T: Các khoản thuế.

e) Định suất một khách theo tour

Bảng 1. Định suất một khách theo tour.

Tiêu chuẩn	Định suất một khách			Tổng cộng bình quân định suất 1 khách
	Ăn trưa	Thuê bát/võng	Tắm nước ngọt	
Chi phí 1 khách bình quân công ty trả cho hộ dân	120.000	10.000	10.000	140.000
Tháng cao điểm	110.000	10.000-15.000	10.000-15.000	140.000
Tháng thấp điểm	130.000	Thỏa thuận	Thỏa thuận	140.000

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

Vào mùa cao điểm, các công ty đưa khách ra đảo nhiều hơn cho nên họ có thể thỏa thuận với các hộ dân về các suất ăn giảm giá so với mùa thấp điểm. Tuy nhiên, vấn đề nước ngọt rất hạn chế, nhu cầu đáp ứng trên đảo không đủ, cho nên phí tắm nước ngọt và thuê võng/bát sẽ tăng lên để bù đắp lại giá khẩu phần ăn của khách.

Bảng 2. Định suất một khách mà hộ dân được hưởng.

Tiêu chuẩn	Định suất một khách mà hộ dân được hưởng (sau khi khấu trừ tất cả)			Doanh thu theo định suất 1 khách	Tổng cộng một năm
	Ăn trưa	Thuê bát/võng	Tắm nước ngọt		
Hộ dân được hưởng	20.000	5.000	5.000	30.000	129.600.000

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

Từ bảng 1 ta có thể thấy, tổng cộng bình quân định suất 1 khách theo tour là 140.000đ (thực đơn ăn trưa như: ghe hấp mỗi khách 1 con, tôm nướng hoặc hấp, mực nướng hoặc hấp, tò tộ nướng mỡ hành, lẩu chua cá + bún và rau sống; bát/võng cho khách và tắm nước ngọt).

Như vậy, doanh thu theo định suất tour du lịch của mỗi hộ dân trên đảo tham gia liên kết với công ty là 129.600.000 đồng/năm (tính theo số lượng 4.320 khách tại thời điểm khảo sát) sau khi khấu trừ đi tất cả.

g) Tổng chi phí của mỗi hộ dân phải đầu tư trong một năm

Bảng 3. Tổng chi phí của mỗi hộ dân phải đầu tư trong một năm.

Chi phí	Số công	Số lượng	Đơn giá	Chi phí 1 năm
Nấu ăn	84	02	80.000	13.440.000
Phục vụ	84	04	50.000	16.800.000
Chi phí gas + nước			500.000	54.000.000
Khấu hao cơ sở vật chất				10.000.000
Thuế môn bài				500.000
Tổng cộng				94.740.000

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

3.4. Lợi ích trên chi phí của các chủ thể

Bảng 4. Chi phí, lợi ích trên mỗi khách của mỗi hộ dân (2012).

	Ký hiệu	Chi phí 1 năm
Tổng doanh thu hộ dân/năm	A	129.600.000
Tổng chi phí hộ dân đầu tư	B	94.740.000
Tổng thu nhập/năm của hộ dân	C=A-B	34.260.000
Số khách/năm/hộ dân	D	4.320
Thu nhập/khách/năm	E=C/D	7.930

Bảng 5. Chi phí trên mỗi khách mà công ty bán tour.

TT	Khoản mục	Chi phí biến đổi	Chi phí cố định
1	Vận chuyển (ô tô)		10.800.000
2	Lưu trú, ăn uống	230.000	
3	Phương tiện tham quan		60.000
4	Vé tham quan	10.000	
5	Phí hướng dẫn		500.000
6	Bảo hiểm	1.000	
7	Chi phí khác		
	Tổng chi phí	241.000	11.360.000

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

Có thể thấy, chi phí cho mỗi khách mua tour TP HCM - quần đảo Hà Tiên là:

$Z = B + A/N = 241.000 + 258.180 = 498,180đ$ (trong đó, N là số khách trong 1 tour (bình quân khoảng 44 pax), chi phí một khách ra đảo là: 200.000đ, tiền định mức khoán hộ dân là 140.000đ và 60.000đ vé tàu khứ hồi).

Tour bán cho du khách là: 1.000.000đ/khách nhưng trên thực tế mỗi khách phải chịu các phí như sau:

$$G = Z + P + C_b + C_k + T = G = Z + 50\%$$

Bao gồm:

P: Khoản lợi nhuận dành cho công ty (15% của G)

C_b : Các chi phí bán gồm quảng cáo, hoa hồng... (20% của G)

C_k : Chi phí khác như quản lý, thiết kế, thương hiệu (5% của G)

T: Các khoản thuế (10% của G)

Như vậy, lợi nhuận được tính trực tiếp từ chi phí trên mỗi khách đến công ty du lịch 150.000đ/khách/tour. Ở đây có công lao lớn trong việc đem lại nguồn lợi và khai thác các nguồn tài nguyên tại các đảo ở Hà Tiên thuộc về các công ty du lịch ngoại vùng chủ yếu là ở thành phố Hồ Chí Minh. Đặc trưng của tour này là phải có hoạt động du lịch sinh thái như: tham quan, tắm biển, thưởng ngoạn thiên nhiên trên Hòn Đốc. Để khai thác tốt tuyến này, các công ty du lịch ngoại vùng tìm cách liên kết với các hộ dân trên đảo để khai thác hoạt động được gọi là “du lịch sinh thái” để thu hút du khách.

Bên cạnh đó, các công ty này liên kết với các công ty có quảng cáo trên Internet như hotdeal.vn, nhommua.vn, cungmua.com... Tỷ lệ chia theo thỏa thuận là 20% trên các voucher (một loại phiếu) của mỗi khách khi mua tour. Một điều dễ nhận thấy là, tour quần đảo Hà Tiên là một tour rất hấp dẫn bởi nét hoang sơ, bí ẩn qua các câu chuyện kỳ bí trên đảo...

Chính vì thế, các công ty đua nhau hạ giá tour, giảm ngày tour (đi Hà Tiên 2 ngày thay vì 4 ngày như trước đây) miễn làm sao bán được tour cho khách. Trong tình hình đó, các công ty du lịch tranh thủ tìm kiếm lợi nhuận bằng cách gia tăng số lượng khách tối ưu (như xe 45 chỗ đi 44 khách), đồng thời tìm cách cắt bớt dịch vụ của khách, giữ đúng mức định suất với hộ dân, hạn chế tối đa các mức phí phát sinh. Chính cách làm này đã làm cho các điểm tài nguyên có tiềm năng phát triển DLST như quần đảo Hà Tiên dễ bị khai thác cạn kiệt khi sự quá tải của du khách ngày một tăng.

3.5. So sánh thu nhập các chủ thể đối với tổng thu nhập của chuỗi giá trị du lịch

Bảng 6. So sánh thu nhập của các chủ thể.

So sánh chi phí giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị tour tính trên mỗi khách	Lợi nhuận công ty	Thuế nhà nước	Quảng cáo	Quản lý	Định suất chủ hộ	Còn lại cho tour	Cty địa phương (nếu có)
Chi phí cho từng chủ thể trong chuỗi du lịch trên 1 khách	150	100	200	50	140	360	(200)
Tỷ lệ chi phí của các chủ thể so với số tiền khách đã mua (100%)	15	10	20	5	14	36	(20)

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

So với các chủ thể khác trong chuỗi giá trị du lịch tại Hòn Đốc, các hộ dân được xem là điểm đến trọng tâm nhất. Bởi vì, các hoạt động DLST đều diễn ra tại đây như: người dân nấu ăn từ chính nguồn lợi hải sản do người bản địa đánh bắt hoặc nuôi trồng, tắm biển, tham gia các hoạt động khác. Thế nhưng, lợi nhuận thu được trên một đơn vị khách tour quần đảo Hà Tiên là quá thấp, chủ hộ nhận định suất 14% so với giá tour của khách. Tuy nhiên, nếu ta tính kỹ so với tổng lợi nhuận thu được trên một khách trong toàn bộ chuỗi giá trị của một tour du lịch trong một năm thì các hộ dân và người lao động địa phương chiếm chỉ hơn 1% (xem bảng 7). Điều này đã làm cho các hộ dân chỉ kinh doanh manh mún và chưa mạnh dạn đầu tư.

Các định suất cho các dịch vụ mà các công ty du lịch chi trả tại điểm hộ dân trên đảo còn quá thấp, chưa tính đúng, tính đủ công lao động của người dân trong một năm.

Bảng 7. So sánh thu nhập của các chủ thể.

	Thu nhập công ty	Công ty quảng cáo	Thu nhập chủ hộ	Lao động trên đảo	Tổng thu nhập trong chuỗi
Thu nhập của các chủ thể so với tổng thu nhập trong chuỗi giá trị trên 1 năm	648.000	684.000	7.900	7.000	1.346.900
Thu nhập của các chủ thể so với tổng thu nhập trong chuỗi giá trị trên 1 khách	150.000	200.000	7.900	7.000	364.900
Tỷ lệ thu nhập của các chủ thể so với tổng thu nhập trong chuỗi giá trị (%)	48,11	50,78	0,59	0,52	100

Nguồn: Nhóm tác giả điều tra và tính toán tại Hòn Đốc, 2012.

4. Kết luận và khuyến nghị

Việc nghiên cứu bài toán thu nhập của các chủ thể trong hoạt động DLST tại Hòn Đốc - Hà Tiên cho thấy, DLST nếu muốn phát triển tại các vùng còn hoang sơ, xa xôi - nơi các tài nguyên thiên nhiên thuộc về quyền sở hữu của cộng đồng địa phương - thì nên để người dân làm chủ trong chuỗi giá trị của hoạt động DLST. Nếu để doanh nghiệp du lịch vào khai thác thì tính chia sẻ rủi ro giữa các bên tham gia trong chuỗi giá trị du lịch, luôn luôn thuộc về người dân.

Mục đích của hoạt động DLST là bảo vệ tài nguyên môi trường và hỗ trợ cộng đồng tăng thêm thu nhập. Nhưng nếu để người dân tham gia làm du lịch một cách tự phát thì họ sẽ không tự quyết định được giá bán sản phẩm mà chủ yếu dựa vào định suất của các công ty du lịch như trường hợp điển hình tại Hòn Đốc và rất có thể nhiều nơi khác trên nước ta tình trạng cũng tương tự.

Hiện nay, tại các điểm tài nguyên có tiềm năng phát triển DLST, cơ quan chủ quản địa phương chưa thể can thiệp và tác động vào chuỗi giá trị du lịch, cho nên, nhiều công ty du lịch đã tự ý dán nhãn sinh thái lên các chương trình du lịch nhằm tối ưu hóa lợi nhuận để khai thác cạn kiệt nguồn tài nguyên của cộng đồng người bản địa. Do vậy, đã đến lúc các cơ quan hữu quan cần có những tiêu chí và những quy định cụ thể đối với các điểm tài nguyên, các khu bảo tồn, khu sinh cảnh... để phát triển DLST theo đúng nghĩa của nó một cách hợp lý và bền vững.

N H Ñ L - N V C

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Caroline Ashley (2006), *Participation by the poor in Luang Prabang tourism economy: Current earnings and opportunities for expansion*.
2. Nguyễn Văn Cần, Ngô Hoàng Đại Long (2011), *Bài giảng nghiệp vụ điều hành và thiết kế tour*, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Lưu hành nội bộ.
3. UBND tỉnh Kiên Giang (2010), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch đảo Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang thời kỳ 2010-2020, tầm nhìn 2030*, Lưu hành nội bộ.
4. Bùi Thị Hải Yến, (2008), *Tuyển điểm du lịch Việt Nam*, Nxb Giáo dục.
5. www.hatien.kiengiang.gov.vn

TÓM TẮT

Du lịch sinh thái ở nước ta khá phát triển trên các vùng hải đảo như Côn Đảo, Cù Lao Chàm, Hòn Mun... Tuy nhiên, để phát triển bền vững, du lịch sinh thái cần chia sẻ lợi ích giữa các bên tham gia trong chuỗi giá trị du lịch. Các hộ dân trên đảo tham gia làm du lịch cần chủ động hơn, tự quyết định giá bán sản phẩm chứ không chỉ dựa vào định suất của các công ty du lịch. Nghiên cứu về chuỗi giá trị du lịch sinh thái tại đảo Hòn Đốc là một điển hình.

ABSTRACT

INCOME PROBLEM OF LOCAL COMMUNITY IN ECO-TOURISM ACTIVITIES ON HON ĐỐC ISLAND, HÀ TIÊN

Eco-tourism industry on Vietnam's islands, such as Côn Đảo, The Chàm Island, Hòn Mun Island, etc... is significantly developing. However, for a sustainable eco-tourism development, benefits should be shared among participants in the tourism value chain. Islandish households involved in tourism should be more active to decide the price of their services instead of relying on the regulations of tourism companies. Research on the eco-tourism in Hòn Đốc Island is a good example.