



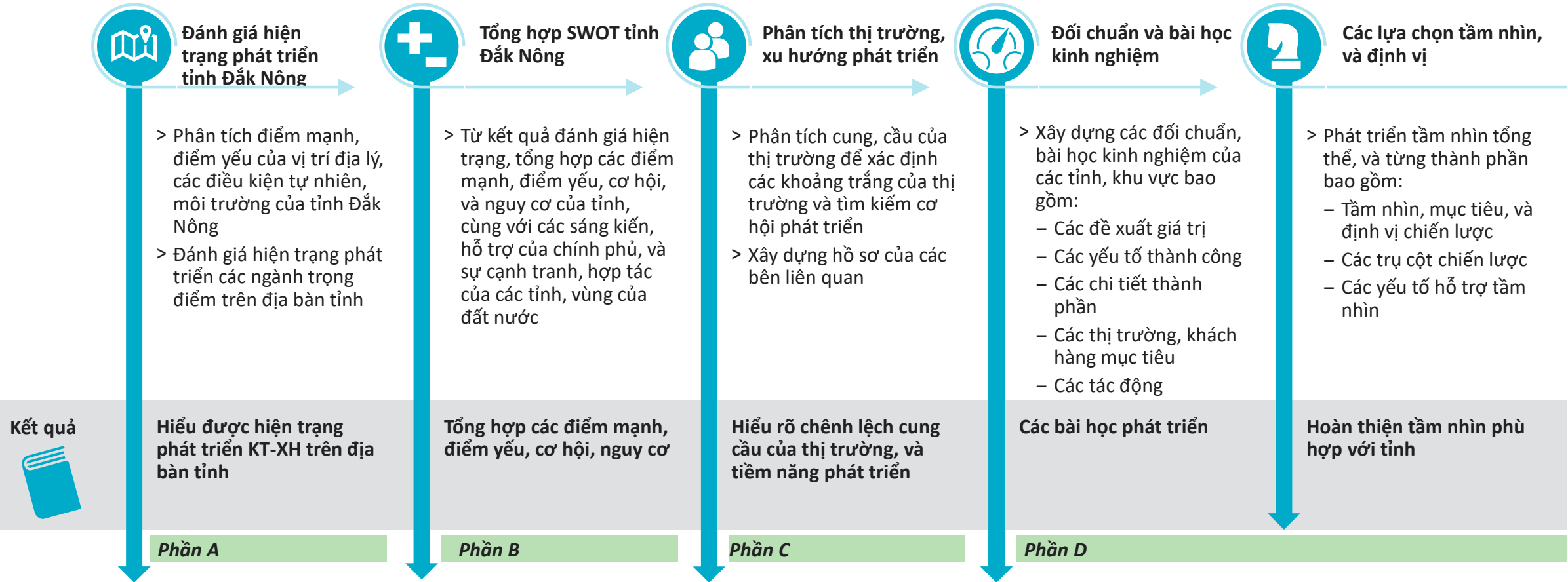
Quy hoạch tỉnh Đắk Nông, thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050

Báo cáo

Đắk Nông, 2022

Định hướng phát triển tầm nhìn, định vị của tỉnh Đắk Nông được dựa trên bộ khung toàn diện như sau

Bộ khung phát triển tầm nhìn tỉnh Đắk Nông



Nội dung

A.	Đánh giá sơ bộ hiện trạng các ngành kinh tế	4
1.	Đánh giá sơ bộ hiện trạng ngành công nghiệp	5
1.1.	Ngành khai khoáng, chế biến, chế tạo	11
1.1.1	Ngành khai khoáng, chế biến, chế tạo	14
1.1.2	Ngành chế biến nông, lâm, thủy sản	22
1.1.3	Ngành công nghiệp năng lượng tái tạo	27
2.	Đánh giá sơ bộ ngành nông lâm ngư nghiệp	33
3.	Đánh giá sơ bộ ngành dịch vụ	42
B.	Tổng hợp SWOT	82
C.	Các xu hướng phát triển hiện nay	98
1.	Các xu hướng phát triển của ngành công nghiệp	99
2.	Các xu hướng phát triển của ngành du lịch	110
D.	Định hướng phát triển của tỉnh	125
1.	Định hướng khung phát triển Kinh tế - Xã hội	126
2.	03 trụ cột phát triển	140
2.1	Trụ cột chiến lược 1	141
2.2	Trụ cột chiến lược 2	161
2.3	Trụ cột chiến lược 3	205
3.	02 nền tảng đô thị	248
4.	03 hành lang kinh tế	257
5.	03 liên kết phát triển	259

Tài liệu này sẽ được coi là bí mật. Nó đã được biên soạn cho khách hàng của chúng tôi sử dụng nội bộ độc quyền và sẽ không hoàn chỉnh nếu không có các phân tích chi tiết cơ bản và phần trình bày bằng miệng. Nó không được chuyển giao và / hoặc không được cung cấp cho các bên thứ ba mà không có sự đồng ý trước bằng văn bản của Roland Berger..



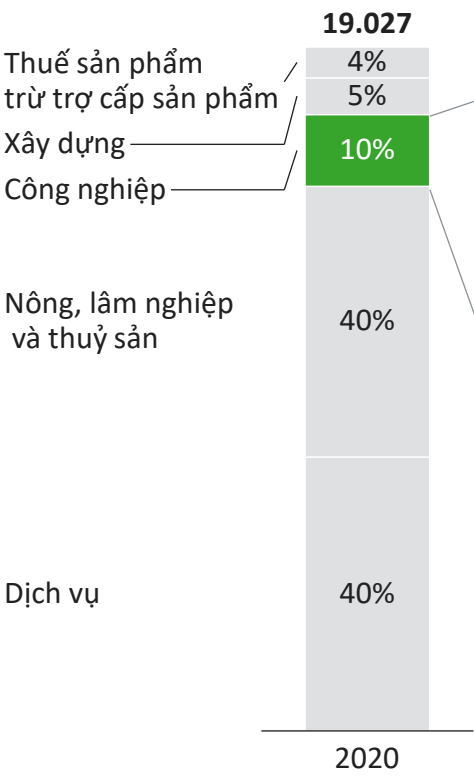
A. Đánh giá sơ bộ hiện trạng các ngành kinh tế



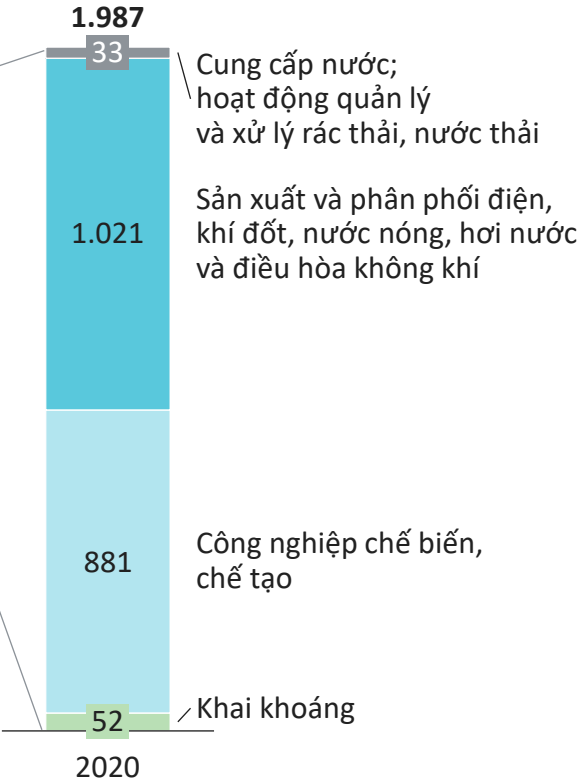
A.1 Đánh giá sơ bộ hiện trạng ngành công nghiệp

Tổng quan ngành công nghiệp tỉnh Đắk Nông

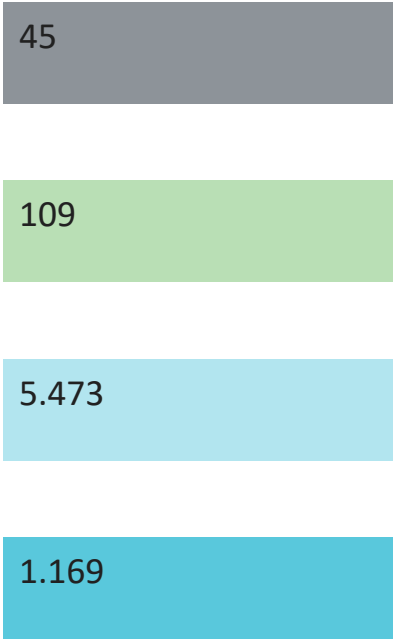
GRDP toàn tỉnh, 2020 [tỷ đồng, %]



GRDP ngành công nghiệp, 2020 [tỷ đồng]



GTSX các ngành [tỷ đồng]



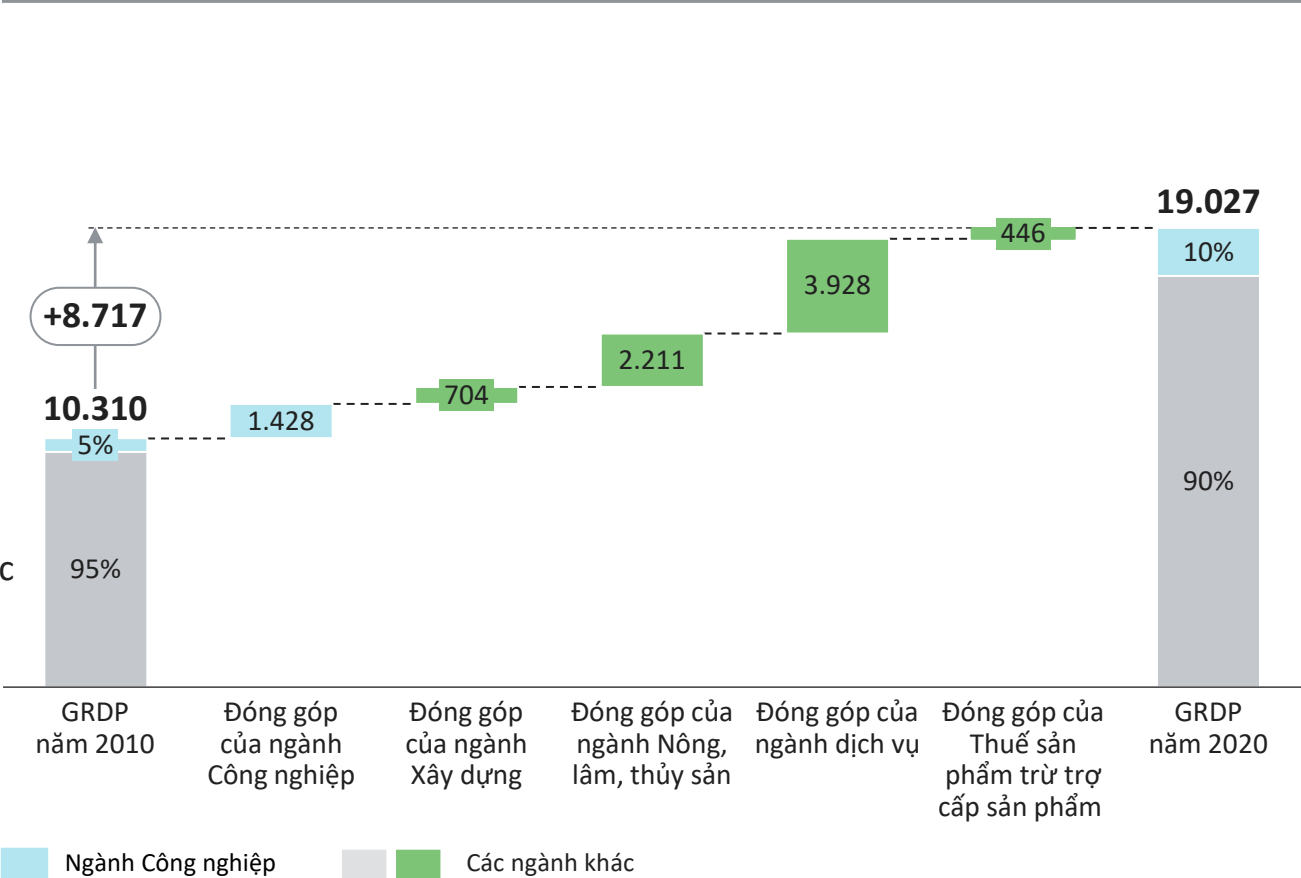
7,4 nghìn
lao động CN-XD,
chiếm 13% lao
động toàn tỉnh

14%
CARG 2010-
2020 của tổng
sản phẩm
ngành CN

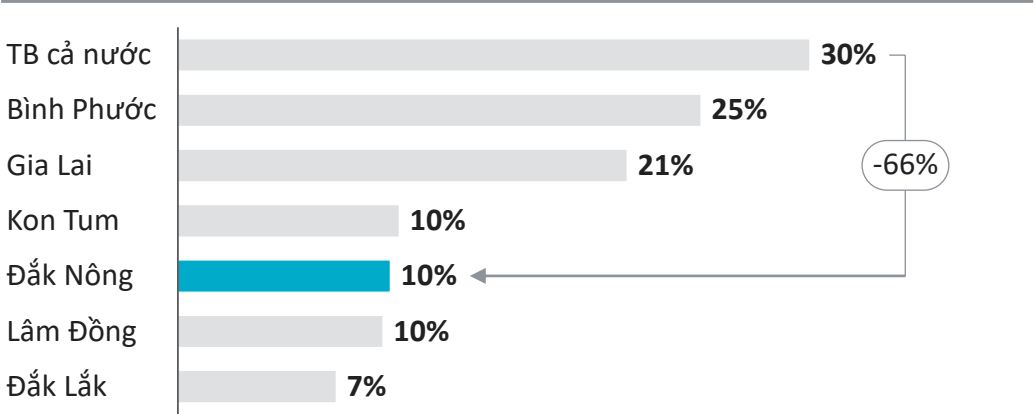
Trong 10 năm qua, GRDP của ngành công nghiệp tăng thêm ~5% tỷ lệ đóng góp vào tổng GRDP tỉnh – sự chuyển dịch đúng hướng nhưng còn chậm

Đóng góp của ngành Công nghiệp giai đoạn 2010-2020 [tỷ VND, giá so sánh 2010]

Đóng góp của ngành Công nghiệp giai đoạn 2010-2020 [tỷ VND, giá so sánh 2010]



So sánh đóng góp của Công nghiệp vào GRDP các tỉnh năm 2020

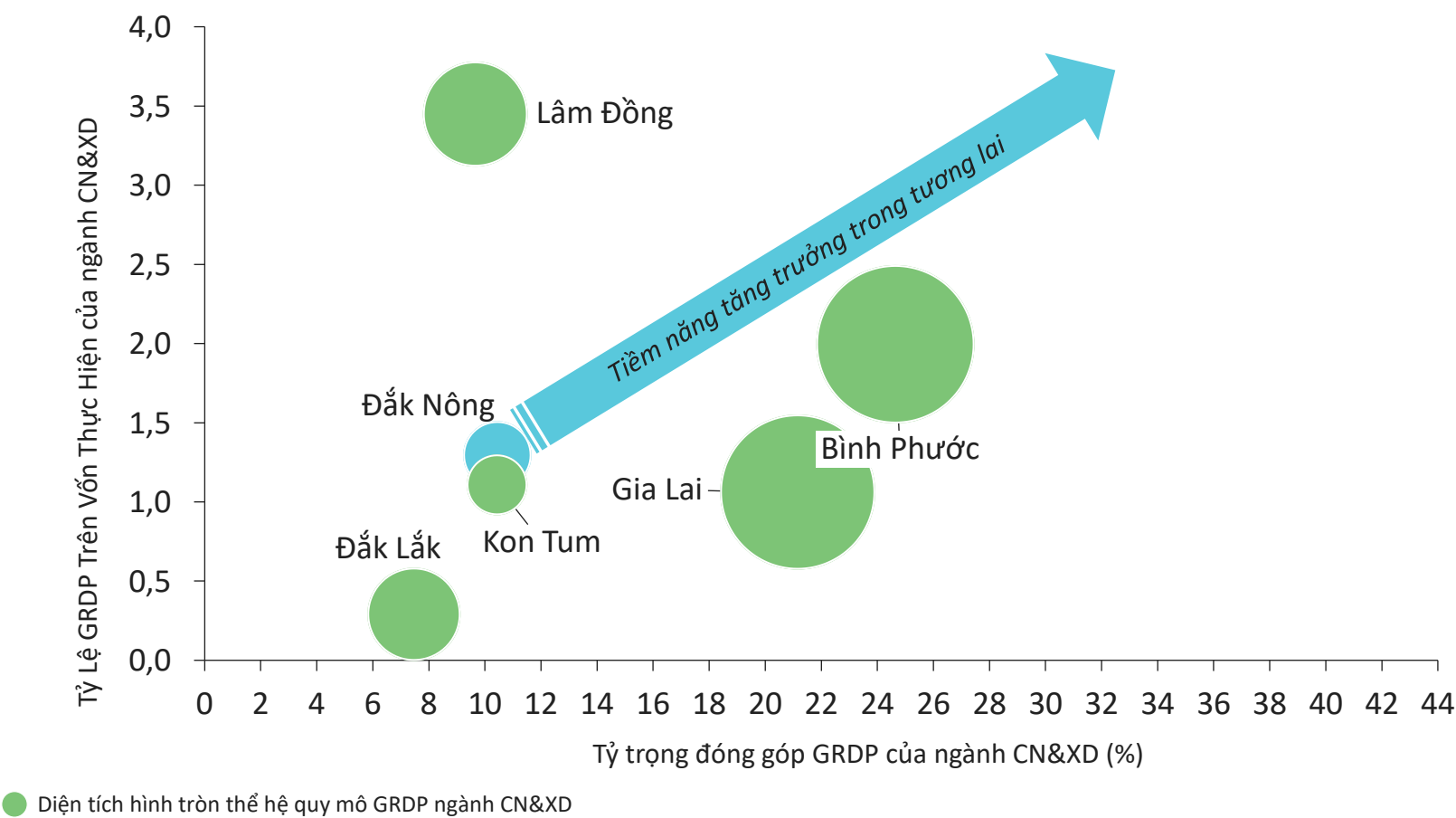


Nhận xét

- Tuy cơ cấu kinh tế có sự dịch chuyển đúng định hướng, việc dịch chuyển này còn chậm với mức tăng chỉ là ~5% từ 2010-2020
- Vào 2020, ngành CN tạo ra gần 2 nghìn tỷ đồng GRDP, đóng góp ~10% tổng sản phẩm của tỉnh Đắk Nông, trong khi đóng góp của ngành CN vào GRDP của các tỉnh khác và của cả nước cao hơn nhiều

Xét về quy mô lẫn hiệu quả đầu tư, Đắk Nông còn khiêm tốn so với các địa phương lân cận – đây là dư địa tiềm năng để tỉnh có thể phát triển ngành CN & XD

Quy mô, tỷ trọng và tỷ lệ GRDP trên vốn đầu tư của ngành CN&XD các tỉnh ĐBSH năm 2020



Nhận xét

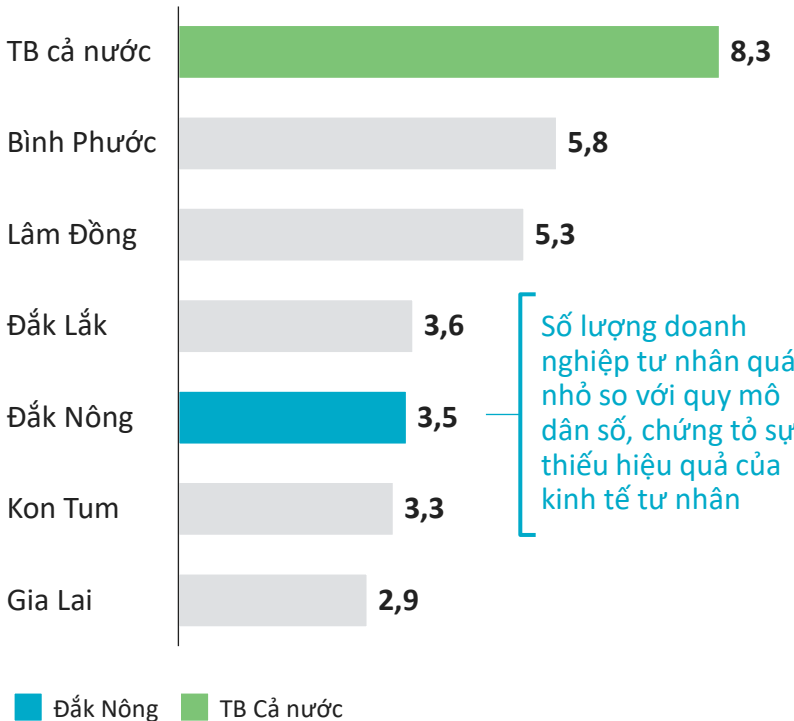


- Ngành CN&XD của Đắk Nông khá khiêm tốn cả về lượng và chất
- Về lượng, quy mô ngành CN&XD theo giá so sánh năm 2010 của Đắk Nông thuộc nhóm thấp nhất trong toàn vùng Tây Nguyên, tính theo tỷ trọng đóng góp vào ngành
- Về chất, hiệu quả sử dụng vốn ngành CN&XD của tỉnh nằm ở mức trung bình - Đắk Nông tạo ra chưa đến 2 đồng GRDP trong lĩnh vực CN&XD trên 1 đồng vốn, trong khi Lâm Đồng tạo ra gần 4 đồng
- Do vậy, Đắk Nông cần đẩy mạnh hơn nữa việc phát triển công nghiệp, cải thiện hiệu quả sử dụng vốn và nâng cao tỷ trọng các ngành kỹ thuật cao

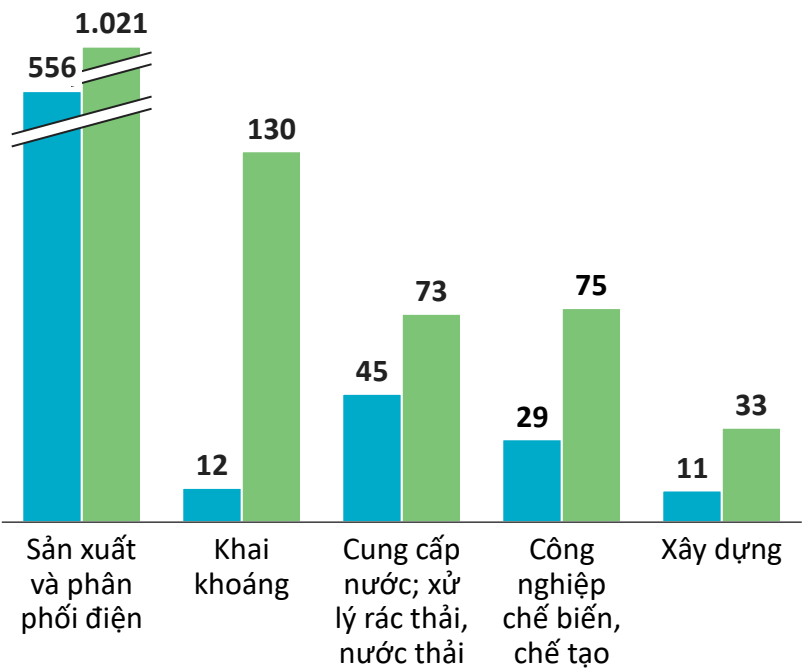
Về mặt doanh nghiệp công nghiệp, quy mô doanh nghiệp còn bé, phản ánh ở số lượng và giá trị vốn sản xuất kinh doanh

Vốn SXKD và trang bị TSCĐ trung bình/LĐ của các doanh nghiệp công nghiệp

Mật độ doanh nghiệp tại ĐBSH [doanh nghiệp/1.000 dân]



Vốn sản xuất kinh doanh trung bình trên mỗi doanh nghiệp ngành công nghiệp [tỷ VND, 2019]



Nhận xét

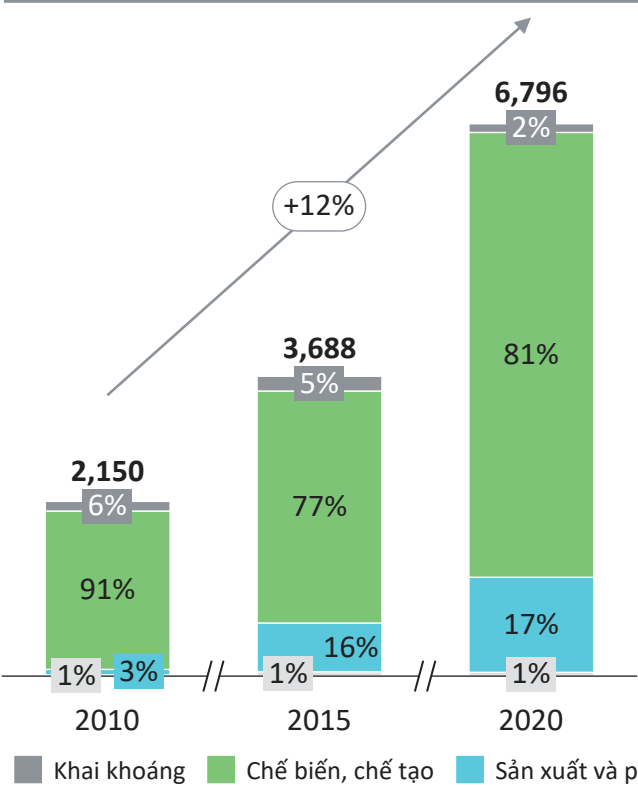


- Nhìn chung quy mô vốn cho sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp tại Đắk Nông còn hạn chế
- Ở một số lĩnh vực của ngành công nghiệp như Khai Khoáng, Cung cấp nước; xử lý rác thải, nước thải, Công nghiệp chế biến, chế tạo, giá trị vốn sản xuất kinh doanh trong năm 2019 của các doanh nghiệp trên địa bàn Đắk Nông chỉ ở mức rất nhỏ, thấp hơn nhiều so với trung bình của cả nước - phản ánh việc đầu tư còn sơ sài của các doanh nghiệp tại đây
- Để đưa ngành công nghiệp của tỉnh phát triển, Đắk Nông cần những doanh nghiệp lớn, với quy mô đầu tư tầm cỡ và có đủ sức dẫn dắt ngành

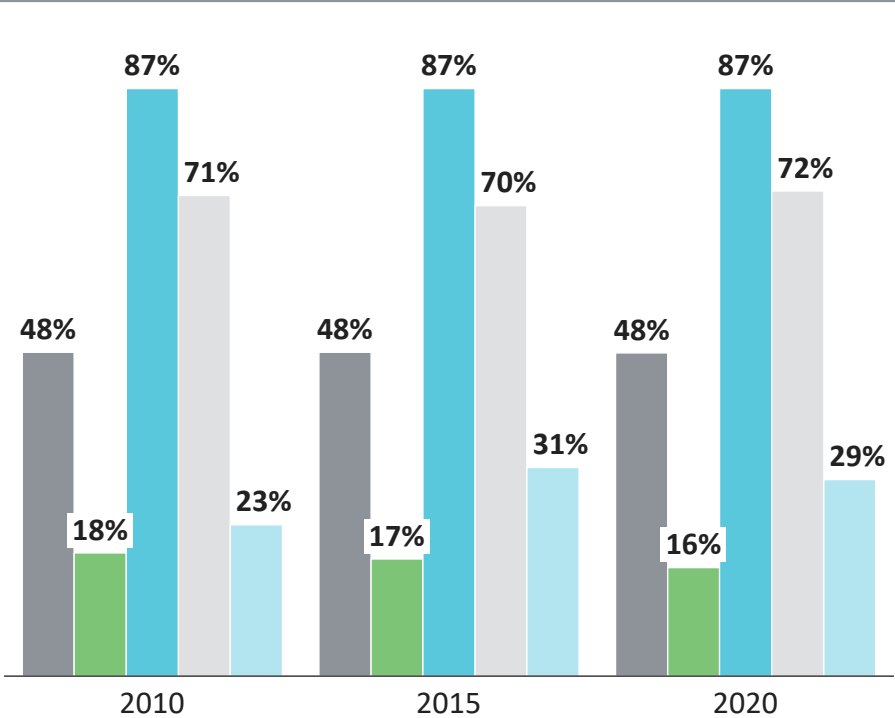
Mặc dù các ngành CN đóng góp gần 7 nghìn tỷ đồng giá trị sản xuất, hiệu quả sản xuất còn chưa cao – cần phát triển đi vào chiều sâu & nâng cao giá trị gia tăng

So sánh giá trị và hiệu quả sản xuất các ngành công nghiệp

Giá trị sản xuất theo giá so sánh 2010 ngành công nghiệp [tỷ VND]



Hiệu quả sản xuất công nghiệp (VA/GO) [%]



Các sản phẩm công nghiệp chính của tỉnh



Nhận xét

- Công nghiệp chế biến chế tạo giữ vai trò chủ đạo và ảnh hưởng lớn đến hoạt động sản xuất công nghiệp trên địa bàn tỉnh
- Tuy vậy, chỉ số VA/GO của ngành hiện ở mức khá thấp, chỉ đạt 16,1% - sản xuất vẫn dựa trên nền tảng lao động thủ công, chưa nâng cao năng lực công nghệ để phát triển đi vào chiều sâu



A.1.1 Ngành khai khoáng, chế biến, chế tạo

Hiện nay, ngành công nghiệp khai khoáng & chế biến chế tạo chiếm tỷ trọng lớn nhất của tổng GTSX công nghiệp của tỉnh và tuyển dụng gần 7 nghìn lao động

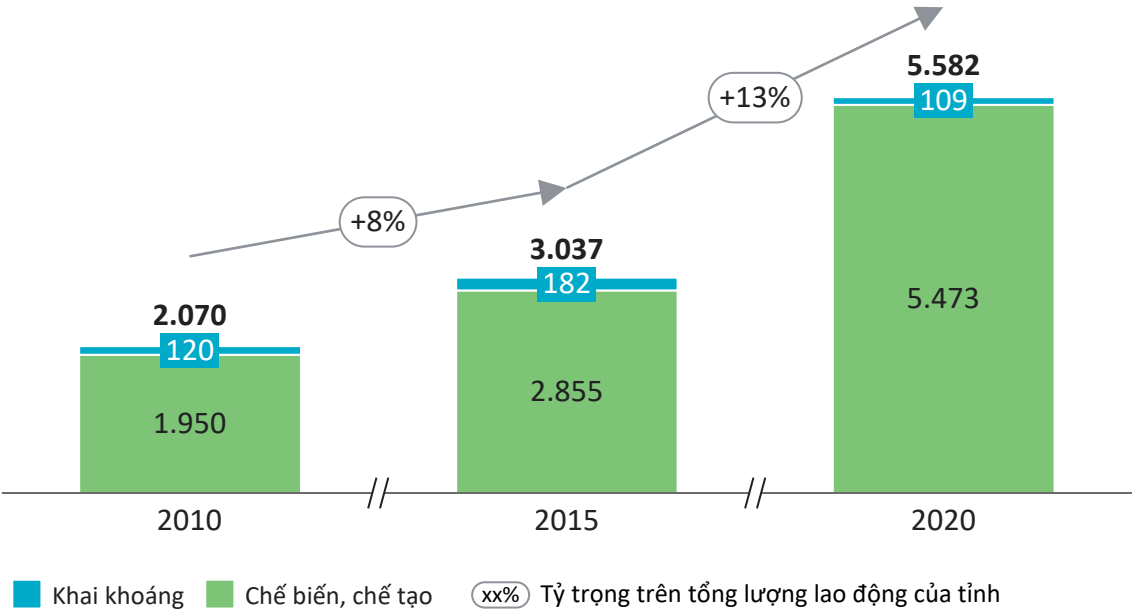


1) Tính theo giá so sánh 2010

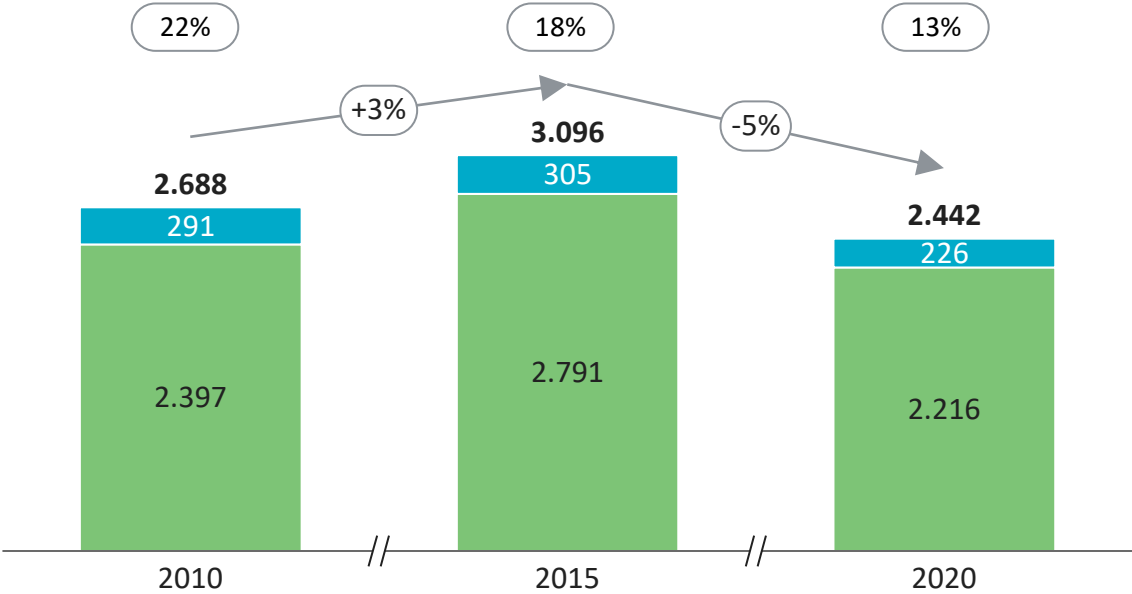
Ngành khai khoáng & chế biến chế tạo tăng trưởng bình quân 13% trong giai đoạn 2015-2020, mặc dù lượng lao động giảm dần, với 6,3% LĐ CN

Tổng quan ngành khoáng & chế biến chế tạo tỉnh Đắk Nông

GTSX ngành khai khoáng & chế biến chế tạo, 2010-2020
[tỷ VND]



LĐ trong DN khai khoáng & chế biến chế tạo, 2010-2020
[người]



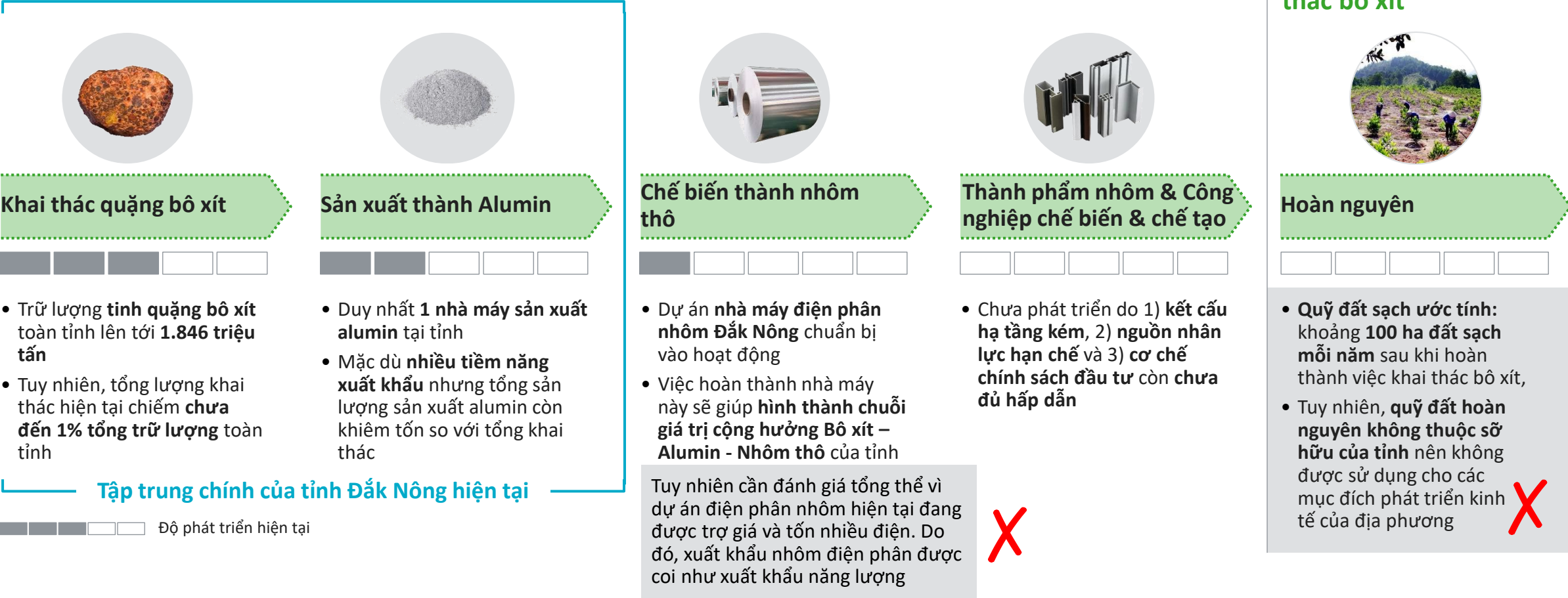


A.1.1.1 Ngành khai khoáng

Ngành công nghiệp bô xít-alumin-nhôm chủ yếu tập trung ở khâu khai thác quặng bô xít và sản xuất alumin; đất hoàn nguyên hiện không thuộc sở hữu của tỉnh

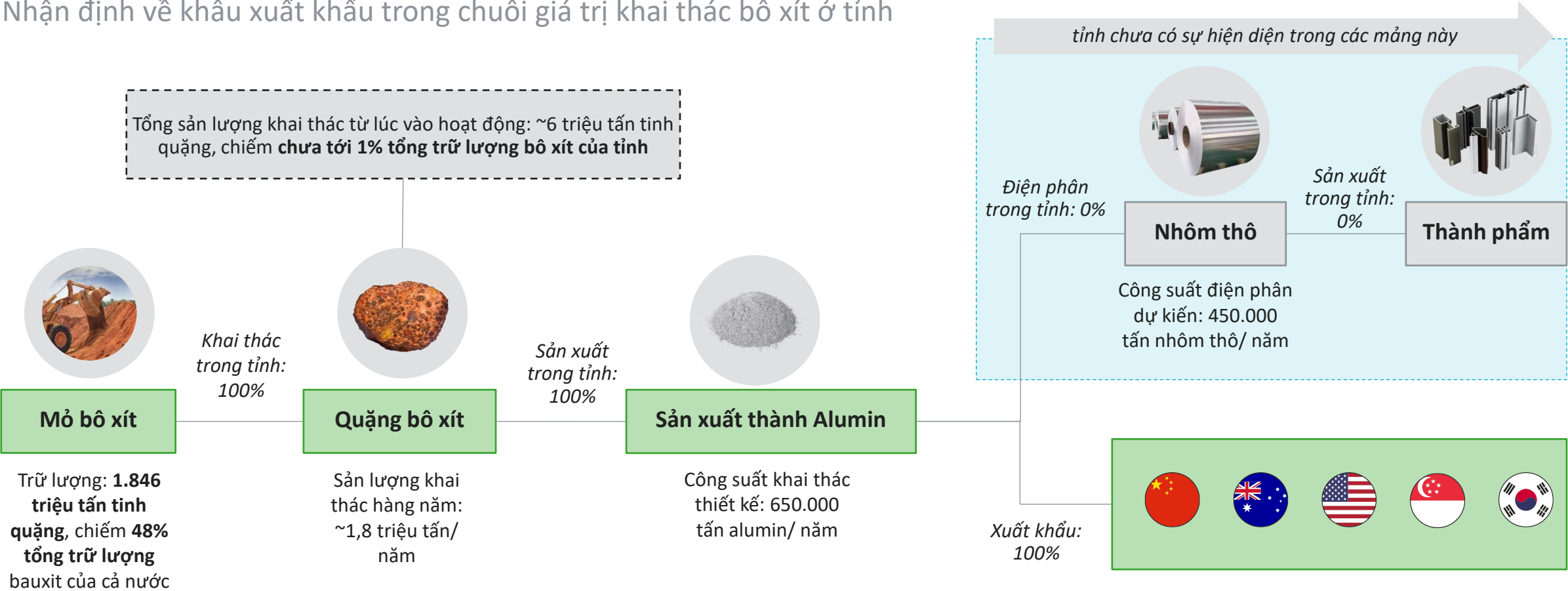
Nhận định chính về chuỗi giá trị khai thác bô xít ở tỉnh

Quy trình sản xuất ra thành phẩm nhôm



Nhà máy điện phân nhôm trong tỉnh sẽ giúp hoàn thiện chuỗi giá trị bô xít – alumin – nhôm, tuy nhiên điện phân nhôm tốn rất nhiều điện và cần trợ giá từ Chính phủ

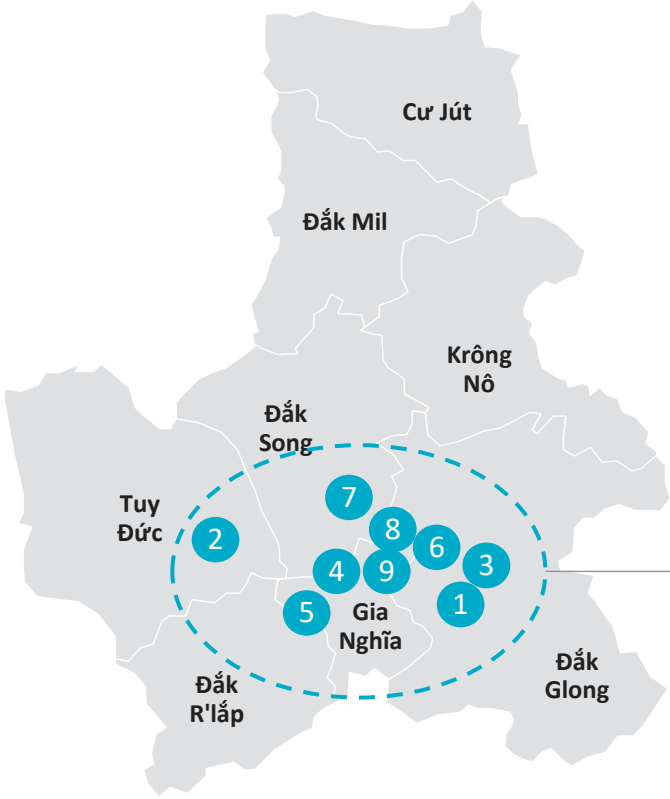
Nhận định về khâu xuất khẩu trong chuỗi giá trị khai thác bô xít ở tỉnh



Các mỏ bô xít lớn của tỉnh hiện tại tập trung ở phía Nam và nằm khá gần nhau – tiềm năng xây dựng các tổ hợp bô xít – alumin – nhôm – sau nhôm tầm cỡ nơi đây

Phân bố các mỏ bô xít lớn ở Đắk Nông

STT	Tên mỏ	Diện tích (km2)	Tổng trữ lượng quặng tinh bô xít [triệu tấn]
1	Quảng Sơn	83,6	253,3
2	Tuy Đức	244	152,2
3	Đông Bắc và Tây Nam "1-5"	174,6	144,6
4	Gia Nghĩa	117,5	139,5
5	Nhân Cơ	286,4	127,9
6	1-5	123	122,864
7	Đắk Song	228	106,3
8	Bắc Gia Nghĩa	142,5	98,7
9	Gia Nghĩa 2	205,5	98,7



Nhận xét



- Đắk Nông hiện có nguồn trữ lượng khoảng **1.845,7 triệu tấn** tinh quặng – chiếm **48% tổng trữ lượng bô xít của cả nước**
- Tính đến tháng 6/2020, diện tích đã khai thác hơn 234 ha (2,34 km2), với tổng sản lượng quặng nguyên khai là khoảng 13,78 triệu tấn - chiếm **chưa đến 1% tổng trữ lượng toàn tỉnh**
- Các mỏ bô xít hiện tại **có trữ lượng lớn và nằm khá gần nhau**
- Tiềm năng để xây dựng **tổ hợp khai thác bô xít - sản xuất alumin – nhôm – sau nhôm** với quy mô lớn tại đây

Tỉnh cần có sự mở rộng hơn nữa việc sản xuất alumin trong tương lai, tránh tình trạng xuất thô quặng bô xít; tuy vậy, chất và lượng của lao động tỉnh còn hạn chế

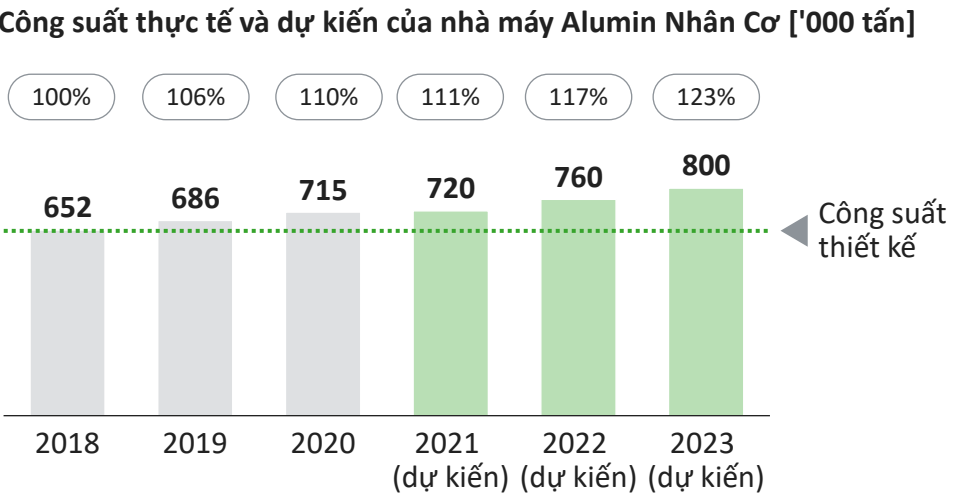
Tổng quan về khâu sản xuất Alumini của tỉnh

Nhà máy Alumini Nhân Cơ đã đi vào hoạt động

- Nhà máy alumin Nhân Cơ đã đi vào hoạt động thương mại vào tháng 7/2017
- Nhà máy giúp chuyển đổi quặng bô xít thành alumin, với quy mô công suất 650.000 tấn alumin/năm

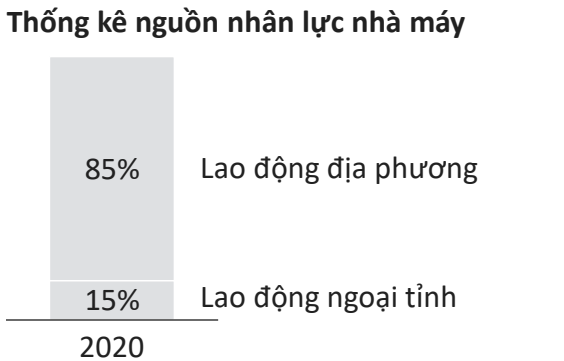


Sản lượng alumin đã và đang vượt công suất thiết kế



- Tuy vượt công suất thiết kế từ năm 2018 trở đi, nhưng lượng alumin sản xuất chỉ chiếm ~30% tổng lượng quặng bô xít đã khai thác
- Tỉnh cần thiết lập các nhà máy sản xuất alumin mới, tránh tình trạng xuất thô quặng bô xít

Nhân sự hạn chế về cả lượng & chất



Lượng nhân sự cho nhà máy alumin còn phải tuyển hầu hết ở phía Bắc do thiếu hụt số lượng nguồn lao động địa phương

Do nguồn nhân lực ở tỉnh trình độ còn thấp nên việc thuê quản lý cấp cao vẫn còn khó khăn



Việc hoàn thiện nhà máy điện phân nhôm Đắk Nông là cần thiết để bao tiêu toàn bộ sản lượng alumin từ nhà máy Nhân Cơ, nâng cao chuỗi giá trị nhôm của tỉnh

Tổng quan về Nhà máy điện phân nhôm Đắk Nông

Nhà máy điện phân nhôm Đắk Nông giúp tiêu thụ toàn bộ sản lượng alumin của Đắk Nông..

Tóm tắt về Nhà máy điện phân nhôm Đắk Nông:

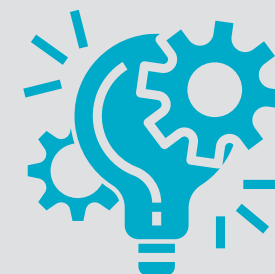
- **Tên dự án:** Nhà máy điện phân nhôm
- **Chủ đầu tư:** Công ty TNHH luyện kim Trần Hồng Quân
- **Thời gian & địa điểm khởi công:** tháng 2/2015 tại Khu công nghiệp Nhân Cơ
- **Tổng mức đầu tư:** khoảng 690 triệu USD
- **Công suất thiết kế:** 450.000 tấn nhôm/năm
- **Thời gian hoàn thành dự kiến:** sau năm 2022



... qua đó giảm lệ thuộc biến động giá lẫn quãng đường vận chuyển Alumin & tăng cơ hội việc làm

Việc tiêu thụ toàn bộ sản lượng alumin trong tỉnh sẽ có 3 tác động tích cực sau:

1. Giúp tỉnh **không bị lệ thuộc** vào **biến động giá alumin** trong tương lai
2. Giảm **quãng đường vận chuyển** của alumin
3. Tăng **cơ hội việc làm** cho nguồn lao động tỉnh xuyên suốt chuỗi giá trị

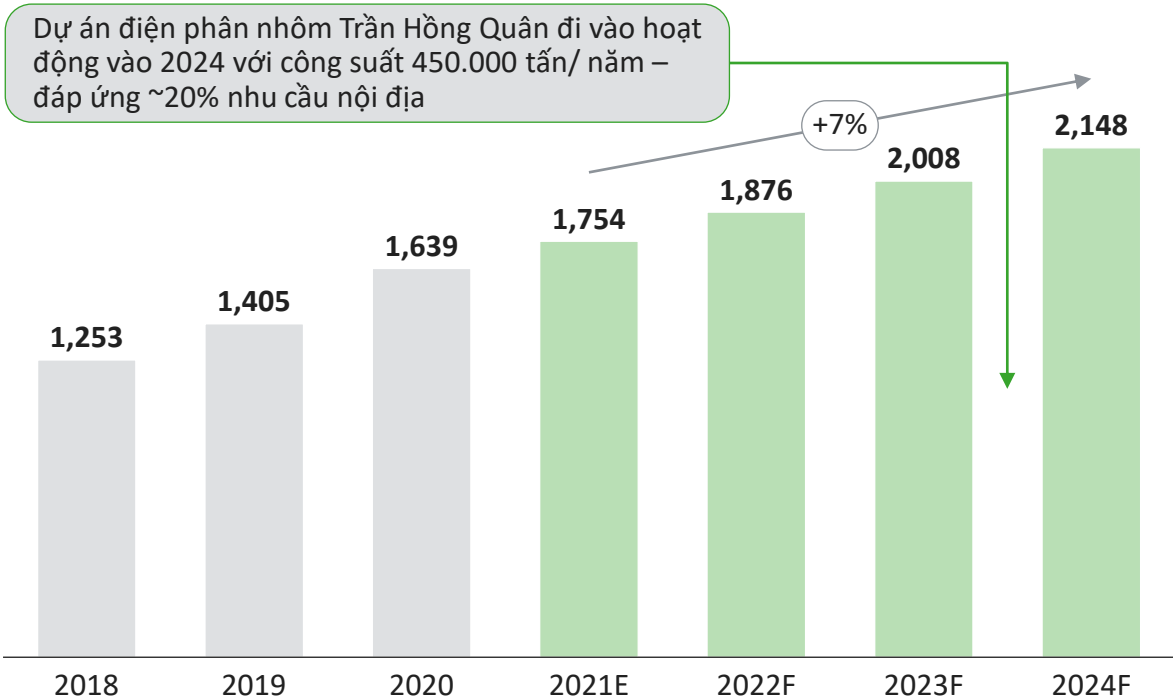


Nhu cầu tiêu thụ nhôm thô nội địa tăng trưởng mạnh, tuy nhiên cần xem xét giá trị kinh tế khi mở rộng các nhà máy điện phân nhôm trong tương lai

Nhu cầu tiêu thụ nhôm ở Việt Nam theo thời gian và theo ngành

Dự án điện phân nhôm dự kiến đáp ứng ~20% nhu cầu nhôm nội địa

Nhu cầu nhôm trong nước [nghìn tấn]



Tuy nhiên, điện phân nhôm tốn rất nhiều điện nên cần xem xét tổng thể khi mở rộng trong tương lai



Giá điện ưu đãi cho nhà máy điện phân Trần Hoàn Quân



Giá trị khoản bù giá trong vòng 10 năm

Với ưu đãi cho những dự án điện phân, cũng như mức tiêu thụ điện năng, điện phân và xuất khẩu nhôm được xem như xuất khẩu năng lượng

Quy trình chế biến thành phẩm nhôm chưa phát triển do hạn chế về hạ tầng, nhân công, chính sách và NVL đầu vào; hoàn nguyên hậu khai thác nhôm nhiều tiềm năng

Tổng quan về quy trình Thành phẩm nhôm và Hoàn nguyên của Đắk Nông

Thành phẩm nhôm

Công đoạn chế biến từ nhôm thô qua thành phẩm nhôm của tỉnh chưa phát triển, do 4 lý do chính:

-  **Cơ sở hạ tầng còn yếu**
 - Kết cấu hạ tầng nội tỉnh, liên tỉnh cũng như trong các KCN còn yếu, khiến các doanh nghiệp trực tiếp sử dụng nhôm thô trong quá trình sản xuất cân nhắc khi đầu tư vào Đắk Nông
-  **Chất lượng nguồn nhân lực hạn chế**
 - Đội ngũ nhân công của tỉnh còn yếu kém để thực hiện các khâu sản xuất thành phẩm
-  **Cơ chế chính sách đầu tư thiếu hấp dẫn**
 - Chi phí đền bù giải phóng mặt bằng lớn, làm nản lòng nhà đầu tư
-  **Đầu vào nhôm thô chưa đảm bảo**
 - Nhà máy điện phân nhôm của tỉnh vẫn chưa hoàn thành, do vậy thiếu nguồn nhôm thô phục vụ việc sản xuất

Hoàn nguyên

- ✓ **Quỹ đất sạch thêm tới 100 ha mỗi năm** sau khi hoàn thành việc khai thác bô xít, thuận lợi để phát triển các KCN và CCN
- ✓ Công tác **cải tạo, phục hồi môi trường đất tốt** trên các dự án khai thác khoáng sản trong các năm gần đây, đảm bảo mặt bằng sẽ được trả lại **gần với hiện trạng ban đầu**

Ảnh quỹ đất hoàn nguyên của Đắk Nông



X Tuy nhiên, **quỹ đất hoàn nguyên không thuộc sở hữu của tỉnh** nên không được sử dụng cho các mục đích phát triển kinh tế của địa phương



A.1.1.2 Ngành chế biến nông, lâm, thủy sản

Năm sản phẩm chủ lực cho ngành chế biến nông, lâm sản của tỉnh bao gồm cà phê, hạt điều, hồ tiêu, cao su và ván ép gỗ

Các sản phẩm chủ lực cho ngành chế biến nông, lâm sản Đắk Nông

Chế biến cà phê nhân + bột



Sản lượng chế biến năm 2020



Các nhà sản xuất lớn ở tỉnh

- Công ty CP Đầu tư & XNK An Phong Đắk Nông
- Công ty TNHH MTV cà phê Bazan Đắk Nông

Hạt điều khô



- Công ty TNHH Hồng Đức
- Công ty TNHH Điều Đại Thành

Hồ tiêu



- Công ty CPĐT & XNK An Phong Đắk Nông
- Công ty Cổ phần Sam nông nghiệp công nghệ cao

Cao su



- Công ty Cổ phần Cao su Đồng Phú – Đắk Nông

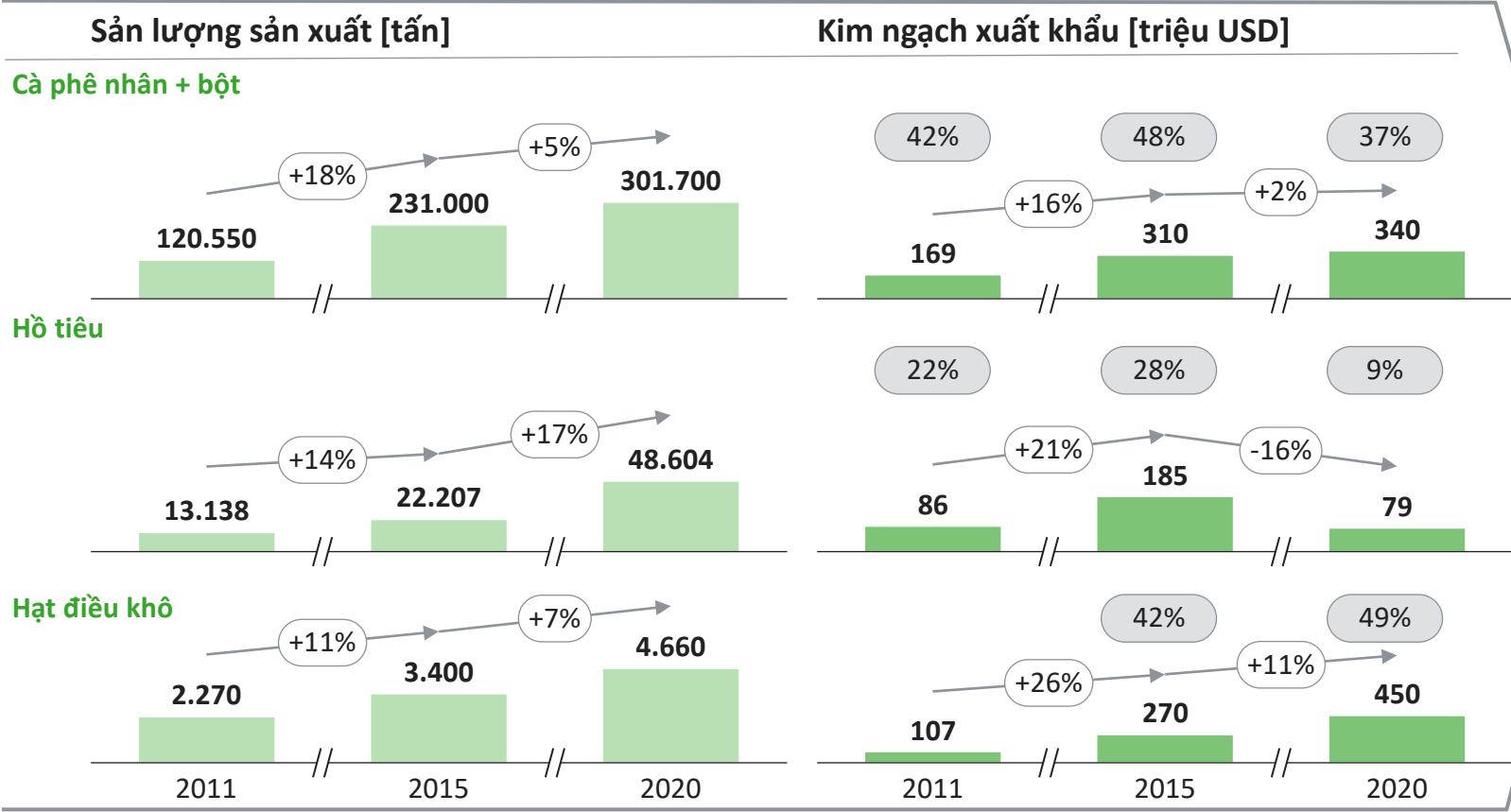
Ván ép gỗ



- Công ty cổ phần ván công nghệ cao BiSon

Các mặt hàng nông sản chính của tỉnh tăng trưởng mạnh mẽ về sản lượng giai đoạn 2011-2020, tuy nhiên giá trị XK còn chưa tương xứng do thiếu giá trị gia tăng

Sản lượng sản xuất và giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính của tỉnh



Nhận xét

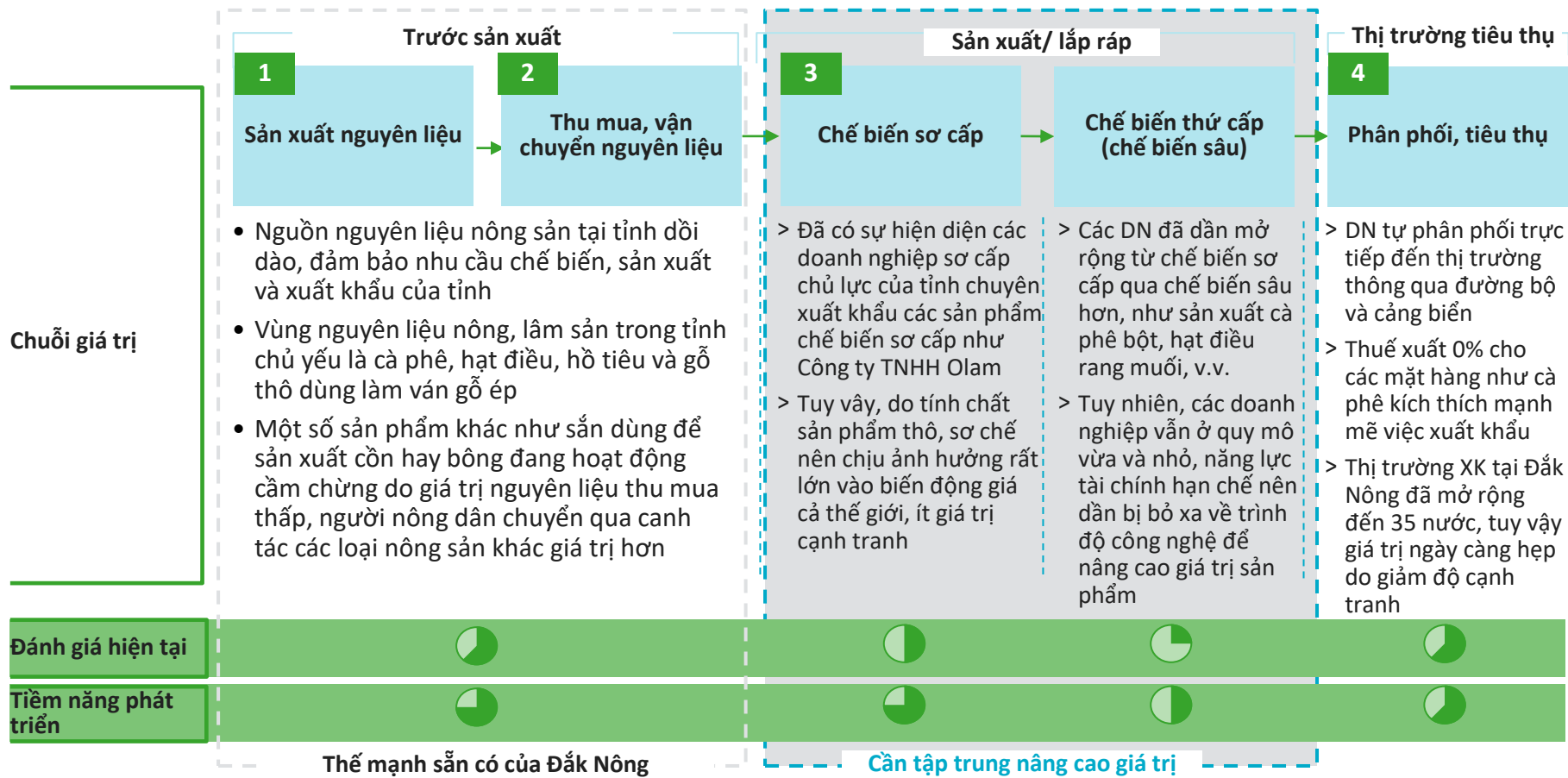


- Mặc dù sản lượng sản xuất và kim ngạch xuất khẩu đều tăng mạnh trong giai đoạn 2011-2015, kim ngạch xuất khẩu của các mặt hàng nông sản này có xu hướng tăng chậm hơn so với sản lượng SX trong giai đoạn 2015-2020
- Nguyên nhân do các mặt hàng chưa chú trọng vào việc phát triển nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm hàng hóa, nhằm tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu

xx% Cấu phần trong tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa của tỉnh

Với nguồn nguyên vật liệu dồi dào, tỉnh cần tập trung đầu tư mạnh mẽ vào việc sản xuất sâu để nâng cao giá trị xuất khẩu các ngành hàng đặc trưng của tỉnh

Chuỗi giá trị ngành chế biến nông lâm sản



Nhận xét

- Nhằm nâng cao, phát triển chuỗi GT, Đăk Nông cần:
 - Tích cực kêu gọi đầu tư vào ngành chế biến sản phẩm thứ cấp, giúp tăng giá trị sản xuất cho các mặt hàng đặc trưng của tỉnh qua:
 - Các chính sách ưu đãi đầu tư cho các doanh nghiệp tiềm năng
 - Tinh giản công tác đền bù, giải phóng mặt bằng
 - Cải thiện chất lượng nguồn nhân lực, đáp ứng được yêu cầu phát triển công nghiệp chế biến sâu trong tương lai



Ngoài ra, các xu hướng tiêu dùng và sản xuất trong & ngoài nước sẽ có các tác động tích cực mà Đắc Nông hoàn toàn có thể nắm bắt

Xu hướng ngành chế biến nông lâm sản

Các xu hướng tiêu dùng và sản xuất		Tác động đến ngành chế biến nông lâm sản Đắc Nông
Nông lâm sản 	A Xu hướng cà phê sạch, đảm bảo rõ nguồn gốc, xuất xứ thay thế hoàn toàn cà phê trộn của người tiêu dùng sẽ kích thích nhu cầu sản xuất cà phê rang xay nguyên chất	
	B Nâng cao nhận thức về bảo vệ sức khỏe tại các thị trường phát triển ở châu Âu, châu Mỹ, châu Á TBD sẽ làm tăng nhu cầu về các loại hạt có giá trị dinh dưỡng cao	
	C Xu hướng dùng gỗ ép ván trong thiết kế nội thất do độ chịu bền nước cao, chịu nhiệt, dễ sử dụng với các phong cách nhà khác nhau	
Xu hướng chung 	D Sản xuất nội địa hóa và gần nguồn nguyên liệu: ảnh hưởng của COVID làm các doanh nghiệp tăng độ nhạy cảm với rủi ro quản lý chuỗi cung toàn cầu – chuyển sang xây dựng các nhà máy nhỏ hơn, linh hoạt nằm gần khách hàng, gần nguồn nguyên liệu	
	E Xu hướng nông nghiệp 4.0 ứng dụng công nghệ cao như AI, IoT, machine learning cải cách sản xuất, quản lý, dự phóng tự động hóa nhờ ứng dụng, kết nối dữ liệu	



A.1.1.3 Ngành công nghiệp năng lượng tái tạo

Với 11 doanh nghiệp đang hoạt động, ngành năng lượng hiện đang đóng góp 17% vào GTSX và 51% GRDP ngành CN cho tỉnh

Tổng quan ngành sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước nóng [giá so sánh 2010]



1k tỷ VND
tổng giá trị sản xuất⁽¹⁾



17%
đóng góp vào giá trị sản xuất ngành công nghiệp



51%
đóng góp vào GRDP ngành công nghiệp năm 2020



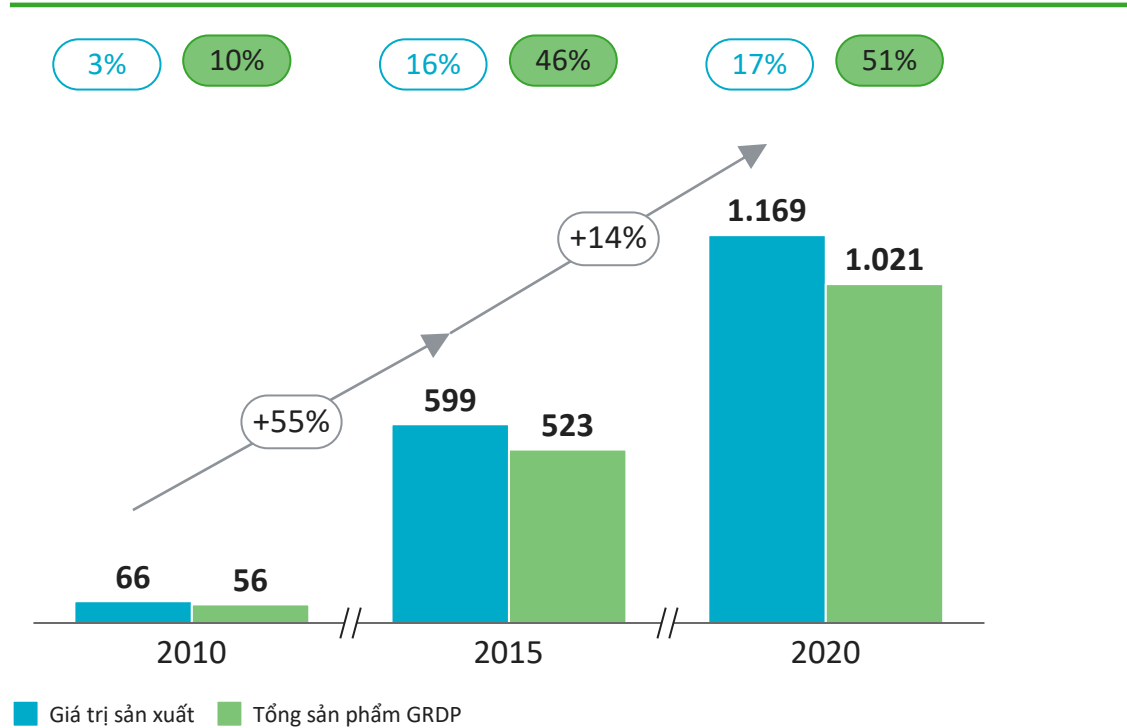
713 tỷ VND
vốn đầu tư thực hiện trên địa bàn năm 2020

1) Tính theo giá so sánh 2010

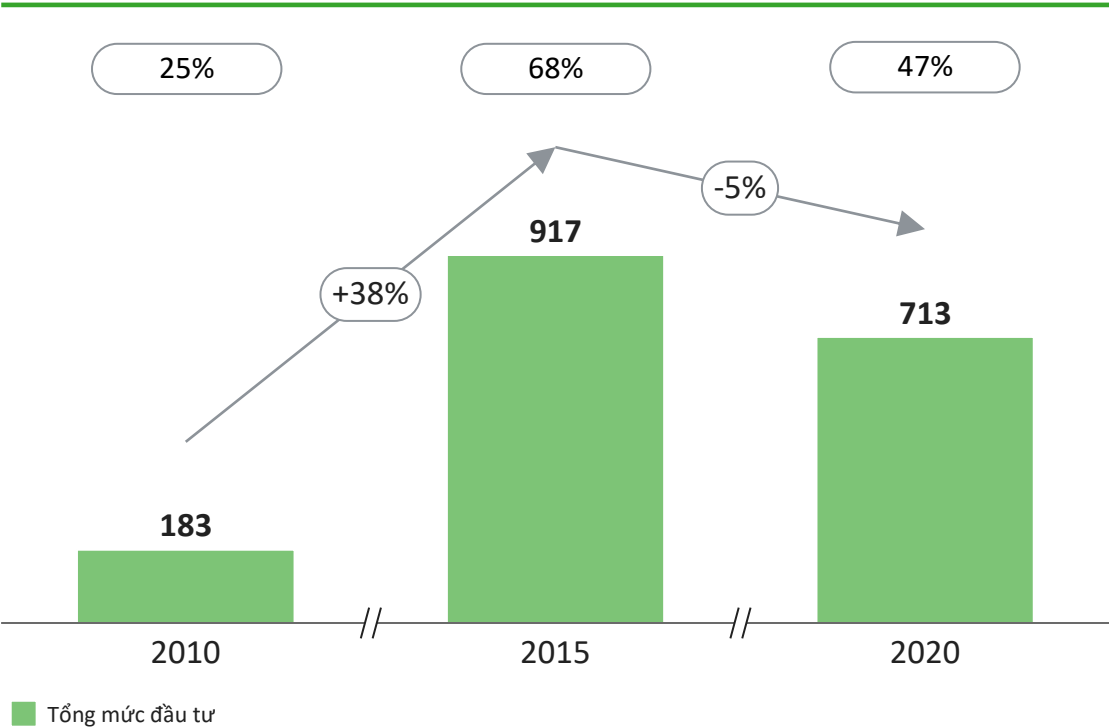
Mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng GTSX, nhưng sản xuất điện, khí đóng góp tới 51% tổng GRDP ngành CN của tỉnh năm 2020; vốn đầu tư chiếm tới ~1/2 ngành CN

Tổng quan ngành sản xuất điện, khí đốt

GTSX và GRDP ngành điện, khí đốt, 2010-2020 [tỷ VND, giá so sánh]



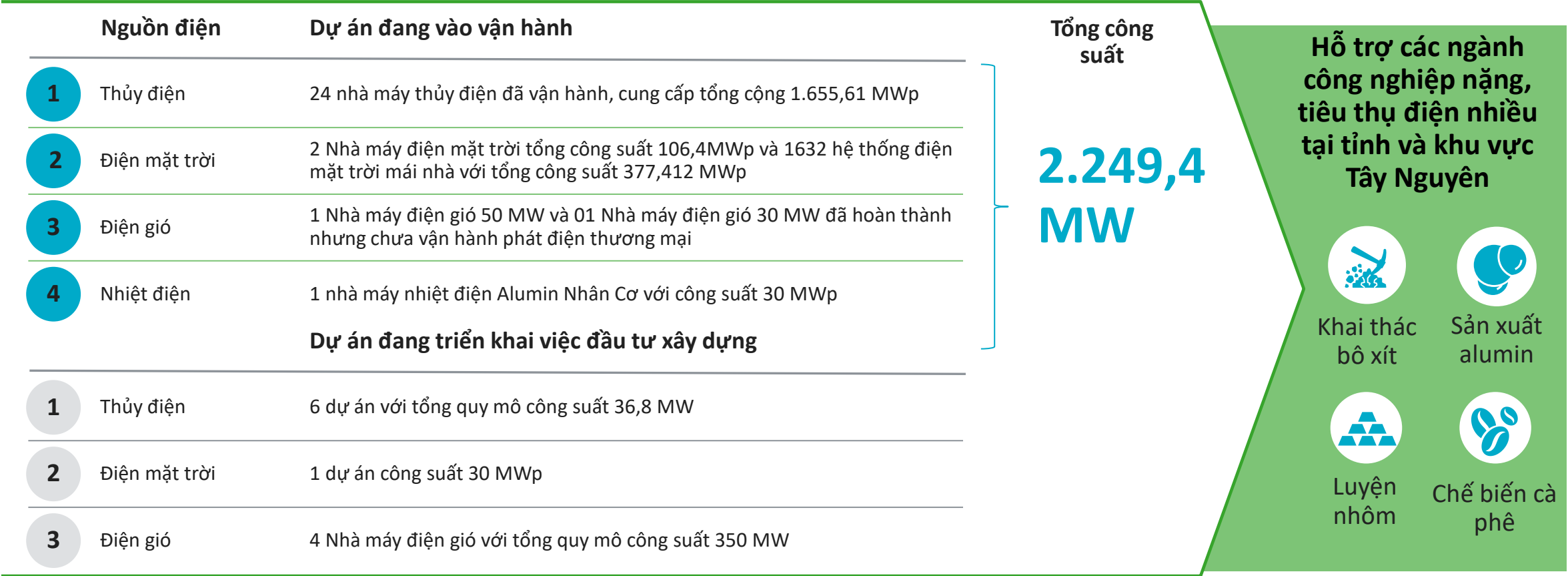
Tổng vốn đầu tư ngành sản xuất điện, khí đốt, 2010-2020 [tỷ VND]



x% Tỷ trọng GRDP trên tổng ngành công nghiệp x% Tỷ trọng GTSX trên tổng ngành công nghiệp

Tỉnh Đắk Nông hiện có 4 nguồn điện đã & đang đi vào vận hành cùng 3 nguồn điện đang triển khai với tầm nhìn phục vụ các ngành CN nặng tại tỉnh và vùng Tây Nguyên

Các nguồn điện đã & đang đi vào vận hành của tỉnh Đắk Nông



Với các dự án đã được phê duyệt quy hoạch và các dự án năng lượng đề xuất xem xét, ngành điện tỉnh Đắk Nông có tiềm năng nâng công suất lên gần 10.000 MWp

Các nguồn điện đã & đang đi vào vận hành của tỉnh Đắk Nông

Các dự án vận hành & đang triển khai

- **Thủy điện:** 30 dự án với tổng công suất 1.692 MW
- **Điện mặt trời:** 3 dự án và 1.632 hệ thống điện mặt trời mái nhà với tổng công suất 513 MWp
- **Điện gió:** 6 nhà máy với công suất 430 MWp
- **Nhiệt điện:** 1 nhà máy với công suất 30 MWp



Tổng công suất (ước tính, có thể thay đổi trong tương lai)

2666,2 MWp

Các dự án đã được phê duyệt quy hoạch

- **Thủy điện:** 03 dự án với tổng công suất 29 MW
- **Điện mặt trời:** 04 dự án với tổng công suất 795 MWp



824 MWp

Các dự án năng lượng đề xuất xem xét, cập nhật vào QH điện lực quốc gia 2021-2030 với tầm nhìn 2050

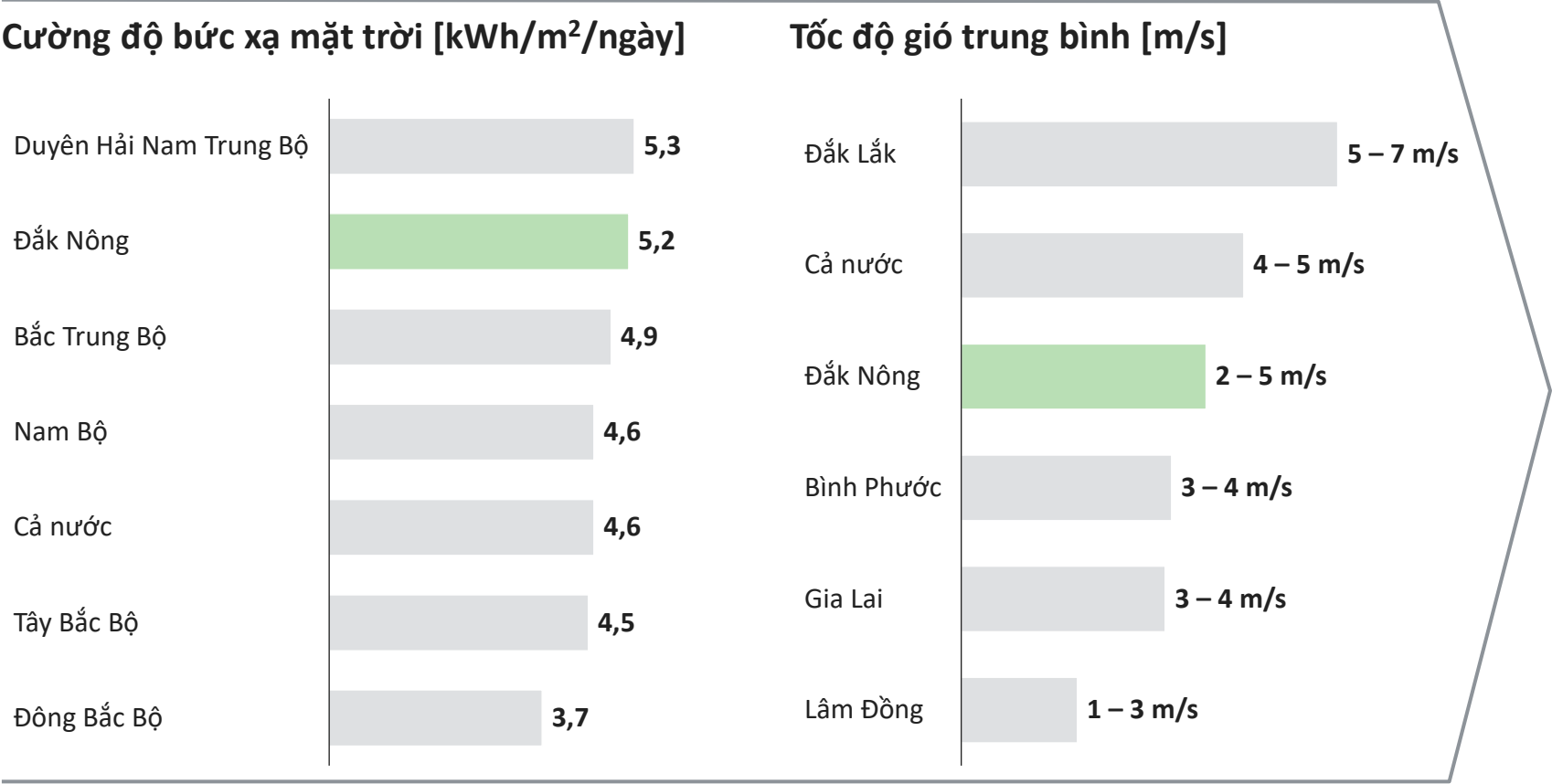
- **Điện gió:** 21 dự án, tổng công suất 4.262 MW
- **Điện mặt trời:** 25 dự án, tổng công suất 3.197,9MWp.



7.459,9 MWp

Với cường độ bức xạ tốt và tốc độ gió trung bình cao, Đắk Nông có thể phát triển năng lượng mặt trời và gió như nguồn năng lượng sạch trong tương lai

Tiềm năng cho năng lượng mặt trời và năng lượng gió



Nhận xét



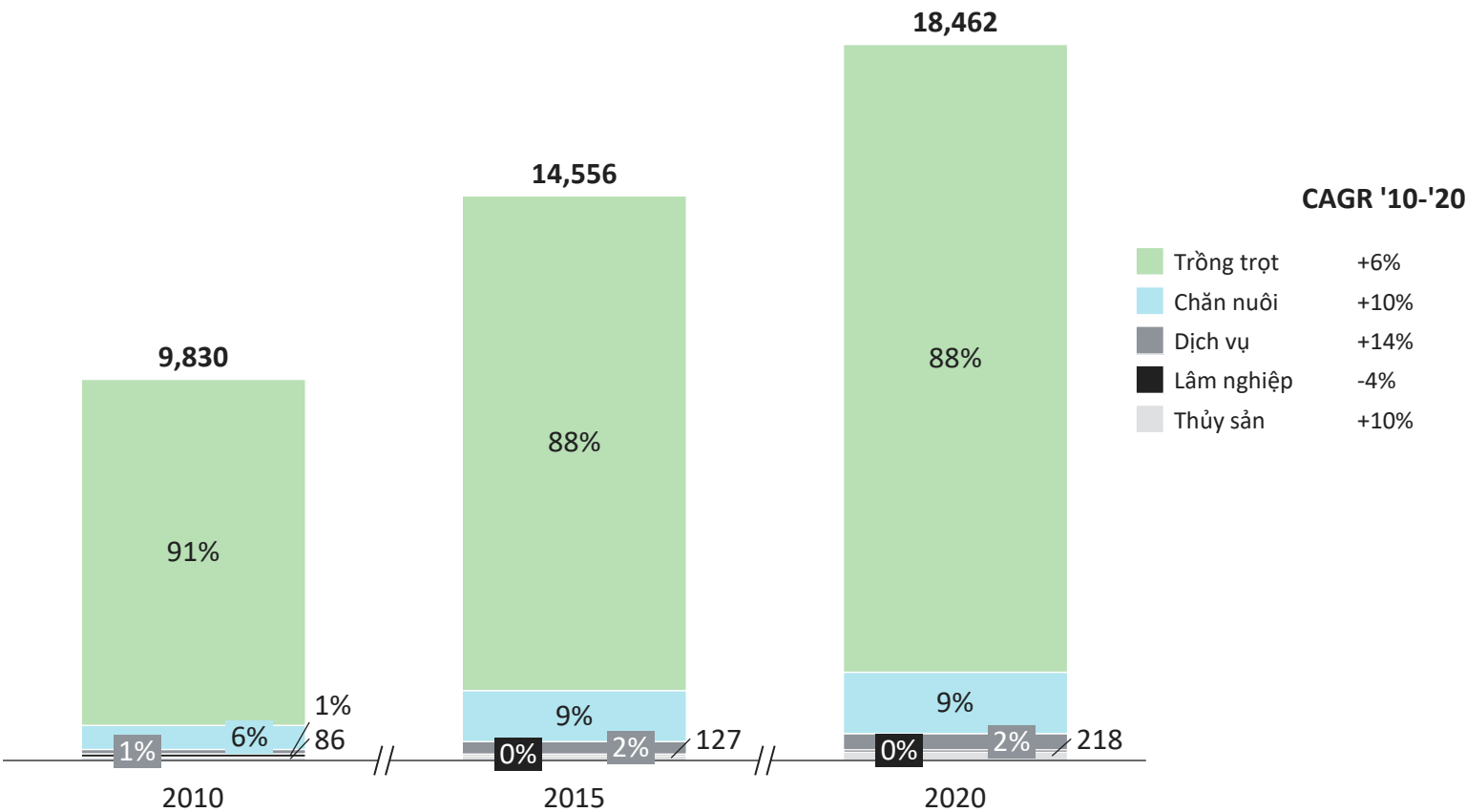
- Tỉnh Đắk Nông cần tập trung phát triển ngành năng lượng mặt trời và năng lượng gió, với các lý do sau:
- **Điều kiện thiên nhiên phù hợp:** Đắk Nông có số giờ nắng trung bình đạt 2.000 - 2.300 giờ cùng với cường độ bức xạ mặt trời ở mức 5,2 kWh/m²/ ngày; ngoài ra, tốc độ gió bình quân đạt 2,4 - 5,4 m/s và hầu như không có bão
 - **Hòa nhập xu hướng năng lượng sạch:** Tốc độ tăng trưởng kinh tế toàn cầu kỳ vọng sẽ hồi phục hậu đại dịch Covid-10 và các hiệp ước quốc tế liên quan đến giảm lượng phát thải khí gây hiệu ứng nhà kính được ký kết



A.2 Đánh giá sơ bộ ngành nông lâm ngư nghiệp

Việc chuyển dịch cơ cấu trong nông nghiệp còn chậm và không ổn định, chủ yếu do ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài: giá cả, dịch bệnh, và hạn hán

Tỷ trọng các ngành theo giá trị sản xuất theo giá so sánh [%]

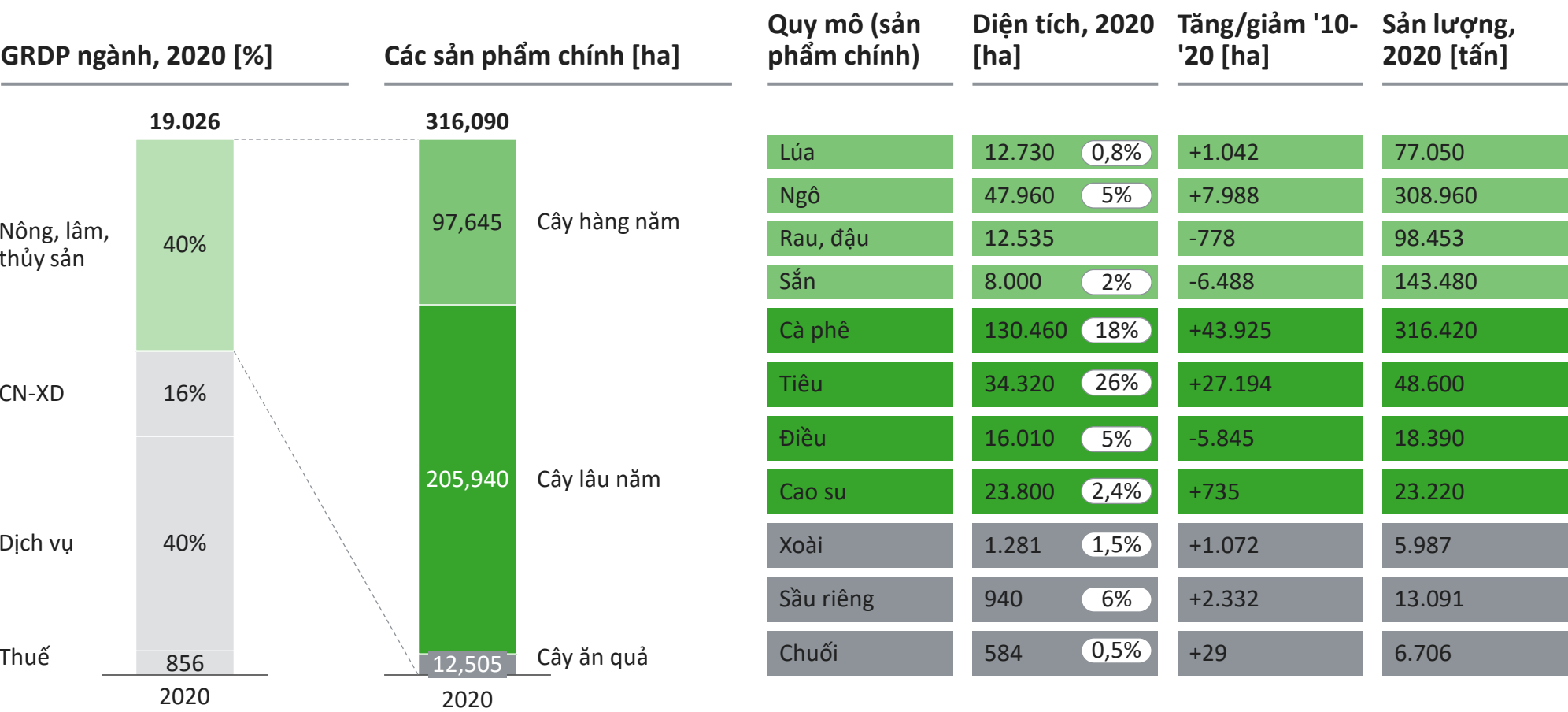


Nhận định

- Cơ cấu ngành nông nghiệp tỉnh **chuyển dịch chậm và không ổn định**, với ngành trồng trọt vẫn chiếm tỷ trọng lớn
 - Đối với ngành trồng trọt, tuy **giá cả có xu hướng không ổn định** nhưng nhờ **tăng năng suất và diện tích gieo trồng**, quy mô ngành trồng trọt vẫn chiếm tỷ lệ lớn
 - Ngành chăn nuôi đang phát triển nhưng đa số vẫn ở **quy mô nhỏ**, chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh
 - **Đối với ngành lâm nghiệp:**
 - **Diện tích rừng tự nhiên chiếm tỷ lệ lớn** nhưng không được khai thác do chủ trương đóng cửa rừng tự nhiên
 - **Nguồn lực đầu tư cho phát triển rừng trồng còn rất hạn chế**, chủ yếu là các rừng nguyên liệu gỗ nhỏ, năng suất và giá trị khai thác không cao
 - **Ngành thủy sản không phải là thế mạnh của tỉnh** do đặc thù tự nhiên của tỉnh, với quy mô nhỏ và phân tán

Ngành nông nghiệp chiếm hơn 40% GRDP của tỉnh, với các loại cây lâu năm là các sản phẩm nông nghiệp chủ đạo

Các sản phẩm nông sản (chính)



Nhận xét

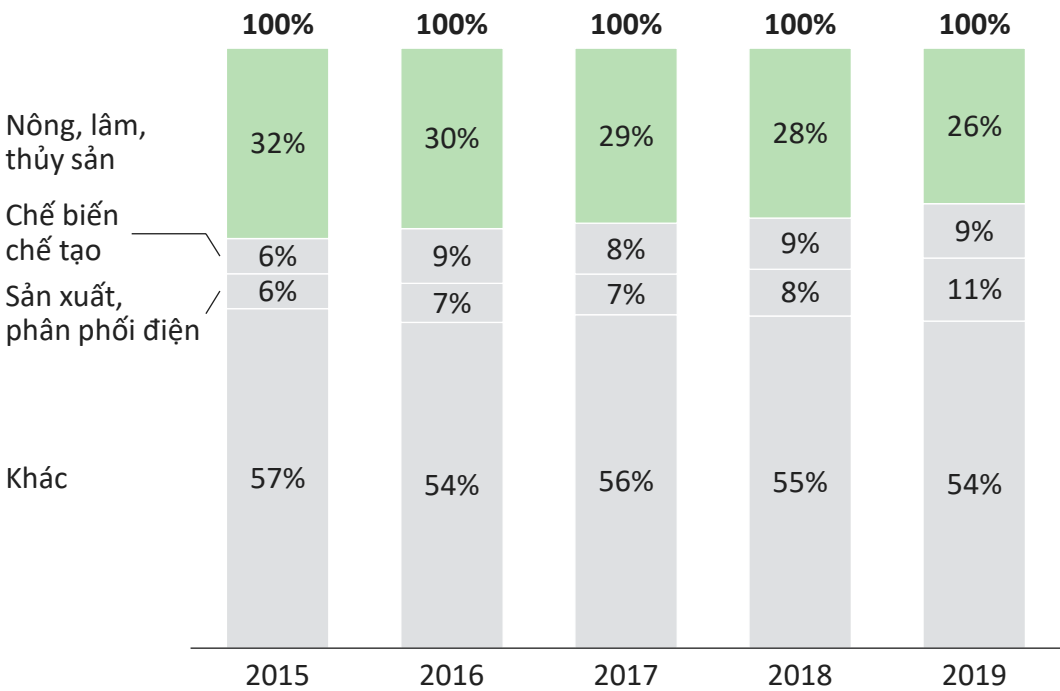
- Nhóm cây ăn quả cho lợi nhuận cao gấp nhiều lần cây công nghiệp, và cây hàng năm
- Tỉnh cần điều chỉnh quy mô diện tích, và nâng cao hiệu suất các loại cây công nghiệp, và đẩy mạnh phát triển mô hình trồng cây ăn trái xem canh trong vườn cây công nghiệp
- Việc phát triển mô hình chuyên canh cây ngắn ngày sẽ cho lợi nhuận ở mức cao

% Tỷ lệ so với cả nước

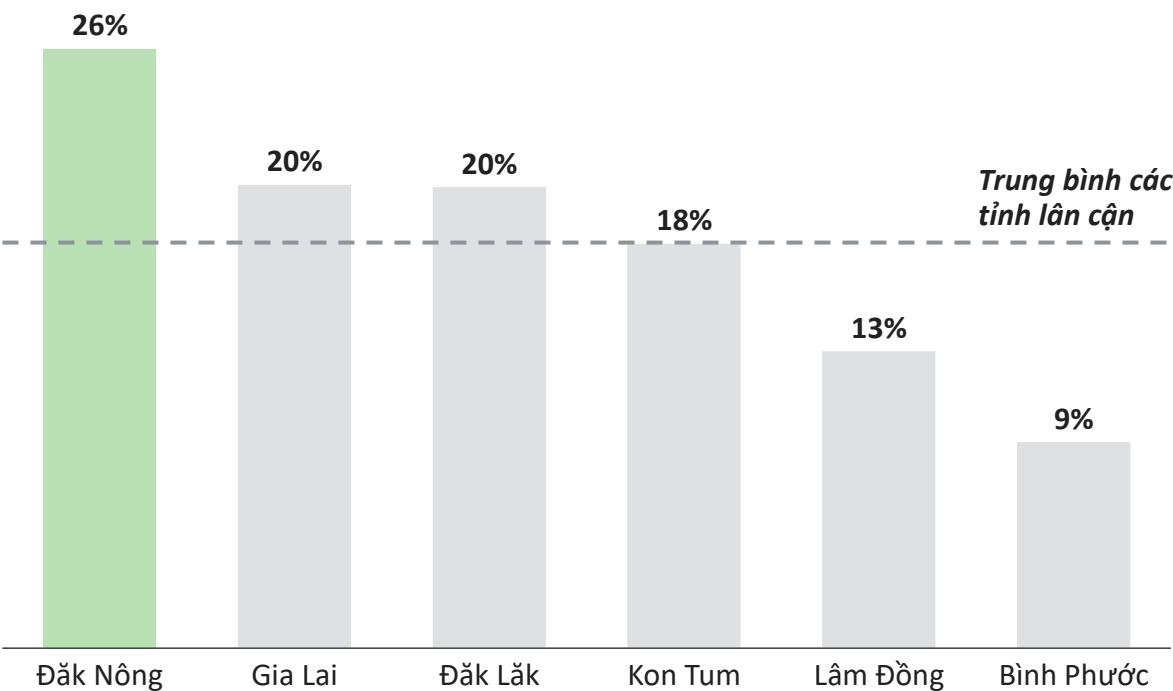
Bên cạnh đó, tỷ trọng vốn đầu tư cho ngành nông, lâm, thủy sản đang trên đà giảm dần nhưng vẫn cao hơn đáng kể so với các tỉnh Tây Nguyên

Vốn đầu tư cho ngành nông, lâm, thủy sản

Tỷ trọng vốn đầu tư cho ngành nông, lâm, thủy sản tỉnh Đắk Nông [%]



Tỷ trọng vốn đầu tư cho ngành nông, lâm, thủy sản so với các tỉnh Tây Nguyên năm 2020 [%]



Một số đánh giá sâu hơn về ngành nông, lâm, thủy sản của tỉnh Đắk Nông

Tóm tắt ngành nông, lâm, thủy sản



Trồng trọt

Là lĩnh vực truyền thống có quy mô lớn, tỷ trọng cao:

- Chuỗi giá trị ngành trồng trọt đã hình thành, tuy nhiên chủ yếu tập trung ở khâu sản xuất. Các công đoạn về giống, chế biến còn hạn chế
- Rau và các loại cây ăn quả có giá trị cao, và nên được tập trung phát triển



Chăn nuôi

Tỷ trọng ngành chăn nuôi tuy có tăng nhưng vẫn chiếm quy mô nhỏ:

- Chủ yếu là chăn nuôi lợn, đã thu hút được nhiều nhà đầu tư
- Chăn nuôi đại gia súc còn nhỏ, chưa tương xứng với tiềm năng của tỉnh



Lâm nghiệp

Chiếm tỷ trọng rất nhỏ

- Chủ trương đóng cửa rừng tự nhiên
- Nguồn lực đầu tư cho ngành lâm nghiệp rất hạn chế
- Rừng trồng chủ yếu là các loại gỗ nhỏ, giá trị thấp

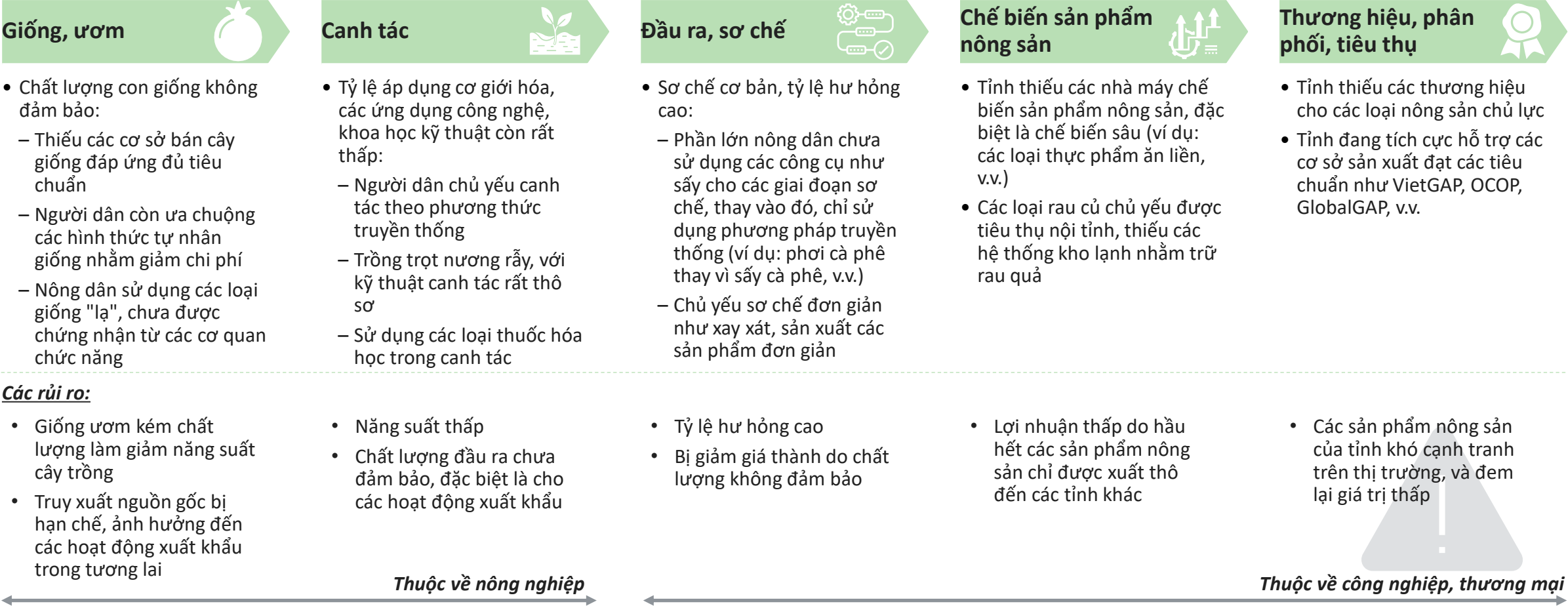


Thủy sản

- Không phải là thế mạnh của tỉnh

Chuỗi giá trị ngành trồng trọt đã được hình thành, tuy nhiên việc canh tác còn mang tính truyền thống, cũng như liên kết thị trường, chế biến còn hạn chế

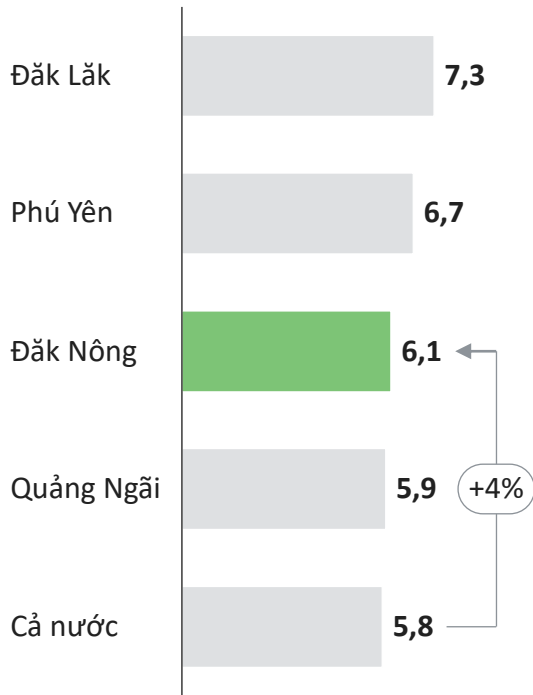
Đánh giá chuỗi giá trị ngành trồng trọt



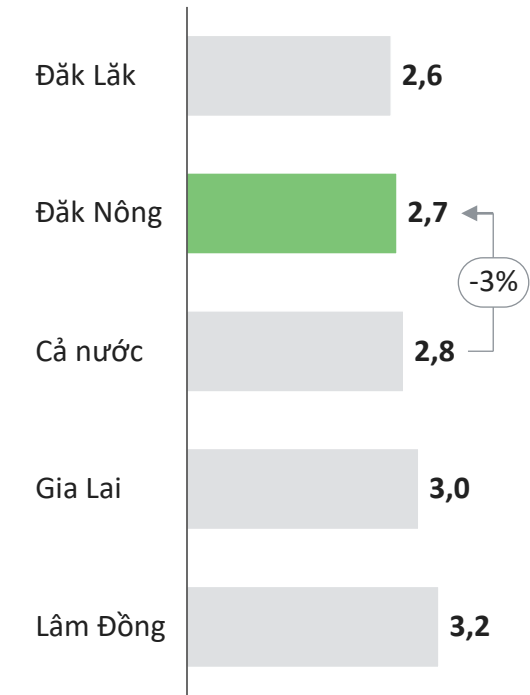
Tuy có điều kiện thổ nhưỡng thuận lợi, năng suất của các loại cây trồng, đặc biệt là cây dài ngày, của tỉnh Đắk Nông ở mức thấp so với bình quân của cả nước

So sánh năng suất cây trồng năm 2020

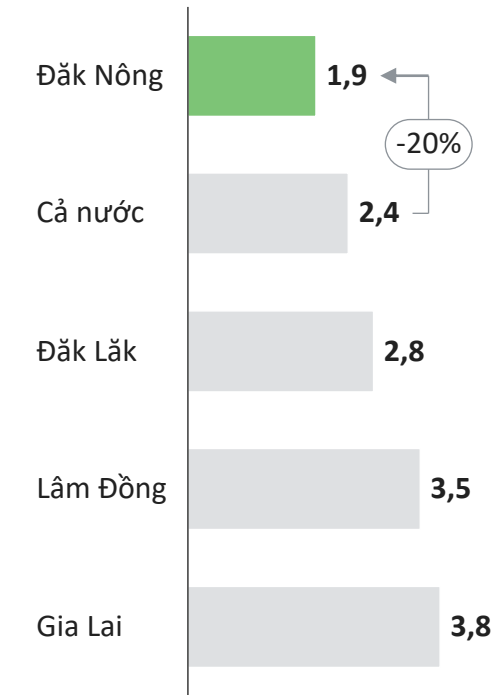
Năng suất lúa đông xuân [tấn/ha]



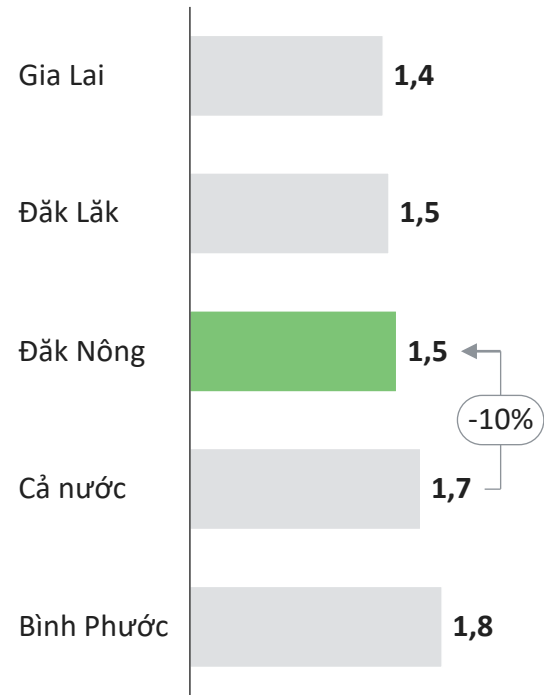
Năng suất cà phê nhân [tấn/ha]



Năng suất tiêu



Năng suất cao su



Hoạt động sản xuất, kinh doanh giống cây trồng trên địa bàn tỉnh diễn ra phức tạp, thiếu độ tin cậy gây thiệt hại lớn cho ngành sản xuất nông nghiệp

Tình hình sản xuất và sử dụng giống cây trồng

Các cơ sở giống cây trồng tự phát ...



Nhiều cơ sở sản xuất, buôn bán giống cây do nhiều hộ gia đình, cá nhân tự thành lập...

... cùng với trào lưu giống cây "độc, lạ" ...



Nhiều nông dân chọn các loại cây trồng "độc, lạ, không đụng hàng" để phát triển kinh tế

Dẫn đến hệ lụy vì cây giống kém chất lượng



Vườn bơ tuy tốt nhưng không cho quả

Các cơ sở sản xuất không có chứng từ, không được đăng ký, cây giống không có nguồn gốc xuất xứ



Tuy nhiên các giống cây này chưa được kiểm chứng, khảo nghiệm tại Đắk Nông



Hồ tiêu nhiễm bệnh, do giống có sức chịu sâu bệnh kém

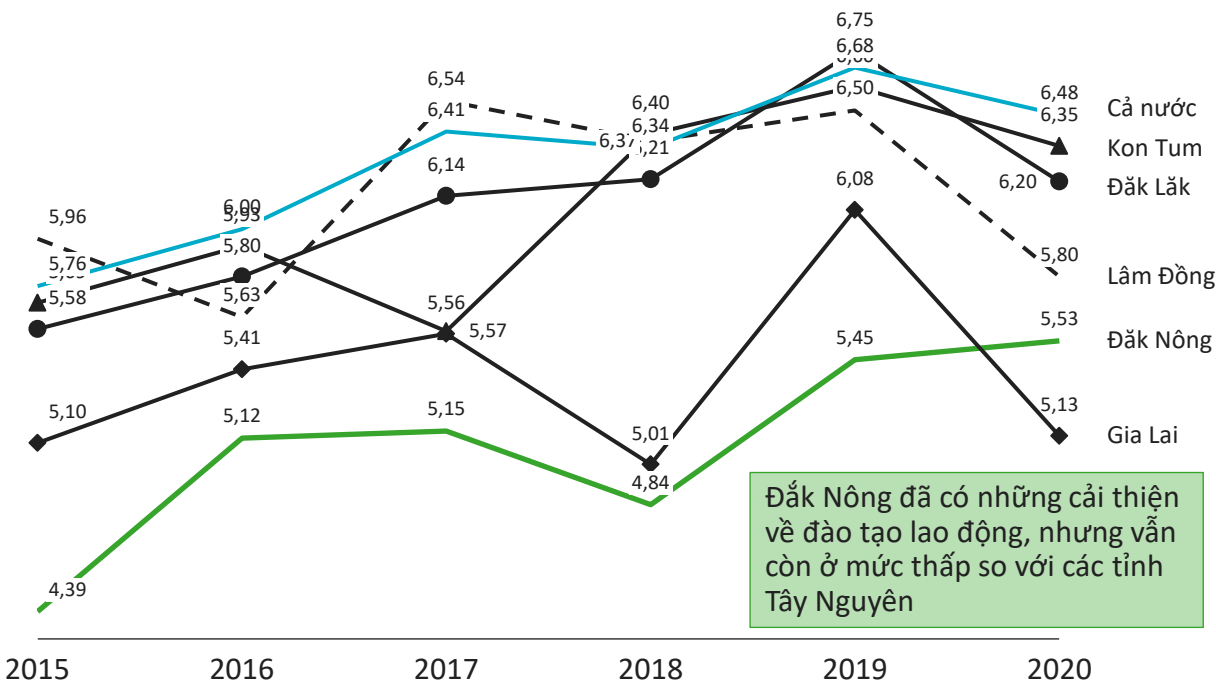


Phương thức canh tác còn mang tính truyền thống do tỷ lệ lao động được đào tạo ở mức thấp, và mức độ cơ giới hóa nông nghiệp còn chưa cao

Phương thức canh tác truyền thống

Lao động lao động tuy đã cải thiện nhưng còn ở mức thấp

Điểm số về đào tạo lao động qua các năm [Tối đa: 10]



Mức độ cơ giới hóa nông nghiệp, ứng dụng KHCN nhìn chung còn thấp

Tỷ lệ cơ giới hóa cao:

- Làm đất
- Phun thuốc
- Tưới nước
- Cắt cỏ
- Vận chuyển
- Tách vỏ

Các khâu vẫn làm thủ công

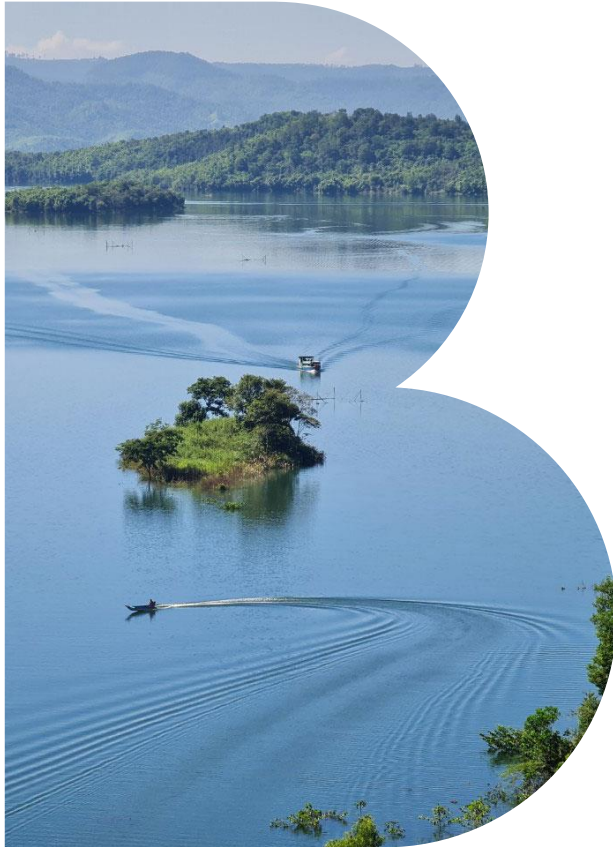
- Gieo trồng
- Bóc tách
- Thu hoạch
- Phơi sấy

"Có nhiều khóa tập huấn tổ chức từ khuyến nông, tuy nhiên còn cần nhiều hơn cho khu vực nông thôn, đồng bào dân tộc thiểu số"

Phỏng vấn nông dân

"Các công đoạn thu hoạch và sau thu hoạch như phơi sấy chủ yếu vẫn làm thủ công, ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng nông sản"

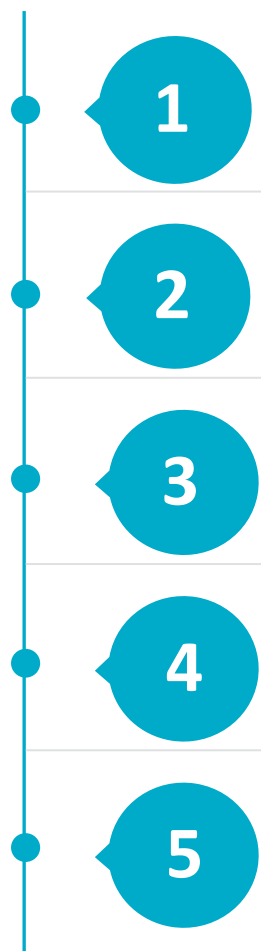
Phỏng vấn nông dân



A.3 Đánh giá sơ bộ ngành dịch vụ

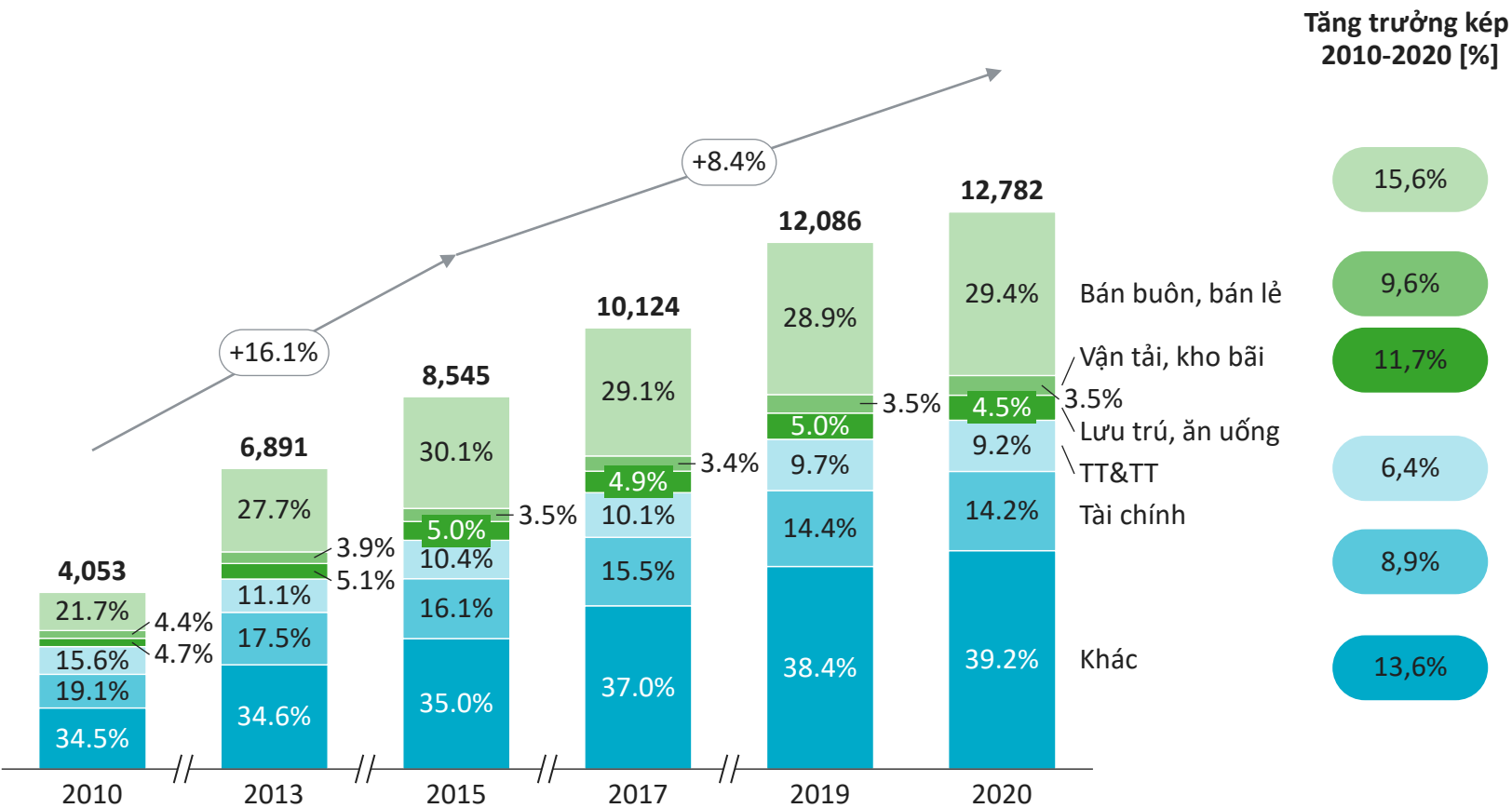
Đóng góp lớn nhất vào tăng trưởng GRDP của tỉnh, ngành thương mại, dịch vụ đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế của tỉnh Đắk Nông

Đánh giá tổng quan

- 
- 1**
- **Ngành dịch vụ vận tải**
 - Thiếu các tuyến cao tốc kết nối trực tiếp tới các trung tâm kinh tế và hạ tầng quan trọng của vùng, ngành vận tải của Đắk Nông vẫn có quy mô nhỏ. Tiềm năng phát triển sẽ được mở ra với sự phát triển của cơ sở hạ tầng
- 2**
- **Ngành thương mại (bán buôn, bán lẻ)**
 - Cơ cấu ngành thương mại tăng dần, tuy nhiên quy mô và số lượng vẫn còn nhỏ. Đắk Nông có tiềm năng phát triển loại hình thương mại hiện đại và thương mại điện tử khi mức sống người dân ngày càng được cải thiện
- 3**
- **Ngành du lịch**
 - Ngành du lịch của tỉnh chưa được đầu tư bài bản để thu hút và giữ chân du khách, đặc biệt là du khách quốc tế. Đắk Nông có nhiều tiềm năng phát triển các ngành du lịch sinh thái, khám phá thiên nhiên, cộng đồng, v.v. và gắn với chuỗi du lịch vùng.
- 4**
- **Ngành giáo dục, y tế**
 - Tỉnh có nguồn nhân lực của tỉnh tuy đủ về số lượng nhưng chưa đảm bảo chất lượng. Việc đầu tư cho hệ thống y tế, đặc biệt là y tế tư nhân còn thấp
- 5**
- **Ngành tài chính, ngân hàng** hoạt động dịch vụ tài chính, ngân hàng của tỉnh còn cơ bản, độ phủ chưa lớn. Đây là lĩnh vực hỗ trợ quan trọng, tạo thuận lợi cho môi trường kinh doanh, thu hút các nhà đầu tư của tỉnh

Cơ cấu các hoạt động thương mại dịch vụ đang chuyển dịch chậm, với các ngành bán buôn và bán lẻ vẫn chiếm tỷ trọng tương đối lớn

Cơ cấu ngành thương mại – dịch vụ [tỷ VNĐ]¹⁾



Nhận xét

- Ngành thương mại dịch vụ trên địa bàn tỉnh về cơ bản vẫn là các hoạt động buôn bán hàng hóa, dịch vụ, trong đó cơ cấu dịch chuyển chậm với bán buôn, bán lẻ chiếm tỷ trọng lớn và đang trên đà gia tăng
- Trên địa bàn tỉnh chưa có các trung tâm triển lãm, hội chợ - điều này làm giảm tính chủ động trong việc thúc đẩy, tiêu thụ hàng hóa, cũng như các hoạt động xúc tiến đầu tư

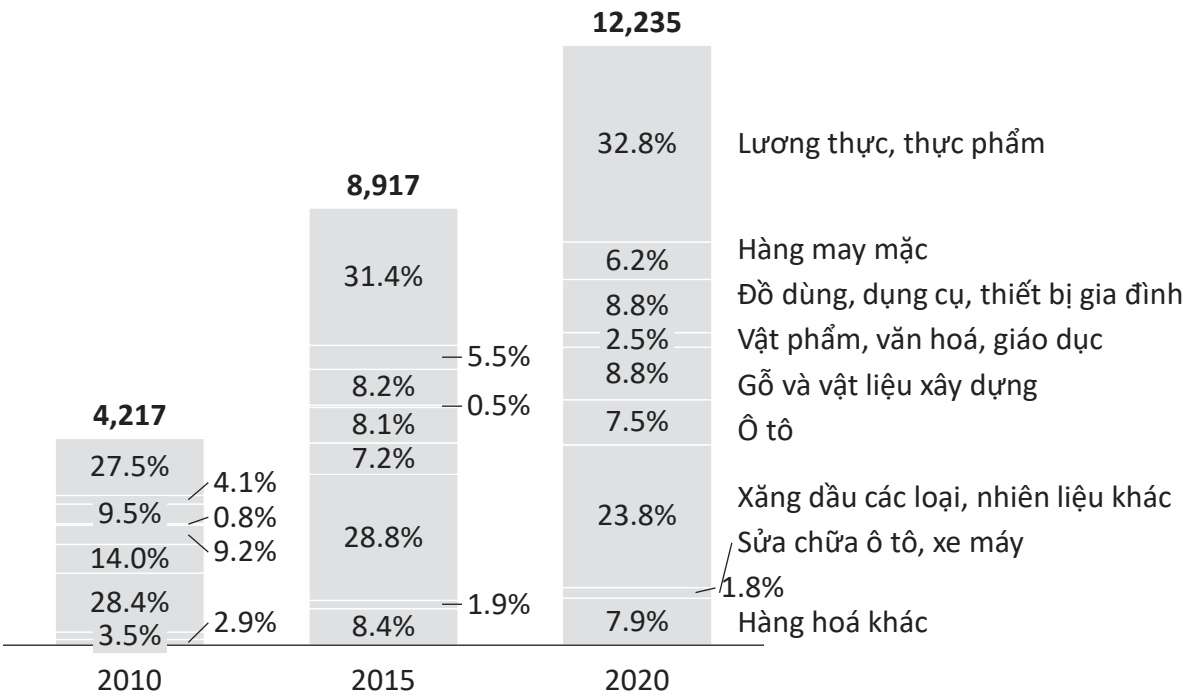
1) Giá hiện hành

Thương mại nội địa tập trung vào những mặt hàng thiết yếu phục vụ sản xuất, được cung cấp chủ yếu thông qua các chợ truyền thống, siêu thị, TTTM

Thương mại nội địa

Các hàng hóa chủ yếu là các sản phẩm thiết yếu, phục vụ sản xuất...

Tổng mức bán lẻ hàng hóa phân theo nhóm hàng [Tỷ VNĐ, giá hiện hành]



Chợ, siêu thị, và TTTM là kênh tiêu thụ chính

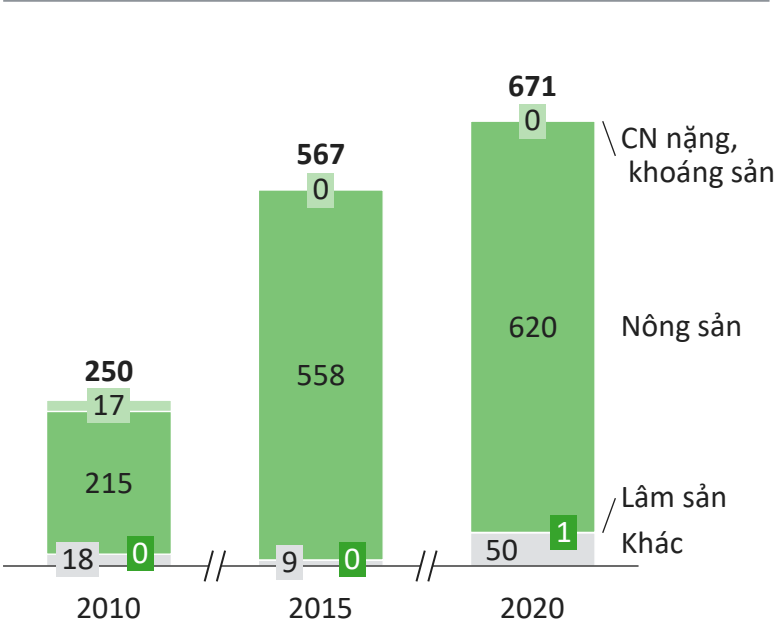


- Phần lớn hàng hóa bán lẻ trên thị trường nội địa tỉnh chủ yếu là những mặt hàng thiết yếu phục vụ sản xuất và đời sống được cung cấp phần lớn qua các chợ truyền thống
- Về siêu thị, trung tâm thương mại, trên địa bàn tỉnh hiện có 02 siêu thị hạng III tại thành phố Gia Nghĩa và 01 trung tâm thương mại; ngoài ra, có 01 khu phức hợp và dịch vụ tại huyện Cư Jút

Nền kinh tế Đắk Nông có độ mở lớn, tuy nhiên độ mở của tỉnh còn mang tính số lượng khi hàng xuất khẩu thô còn chiếm tỷ trọng lớn

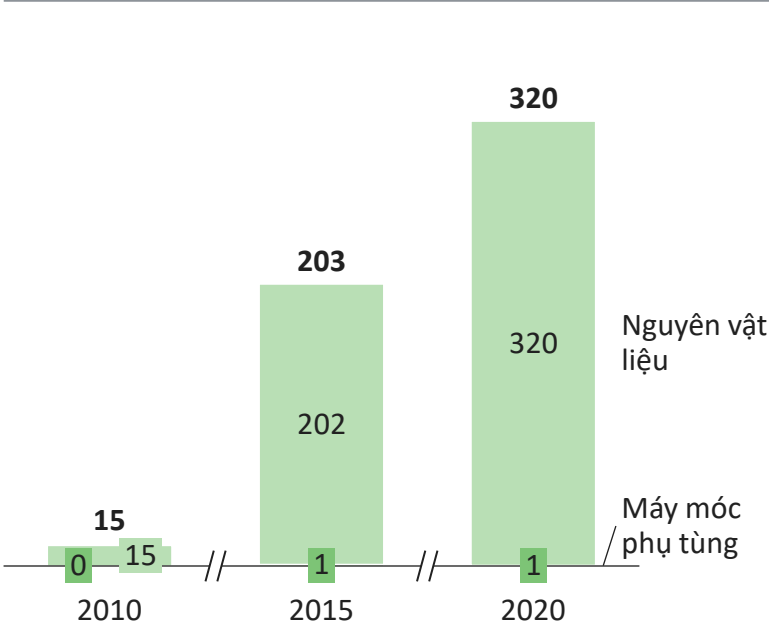
Xuất, nhập khẩu

Kim ngạch xuất khẩu [triệu USD]



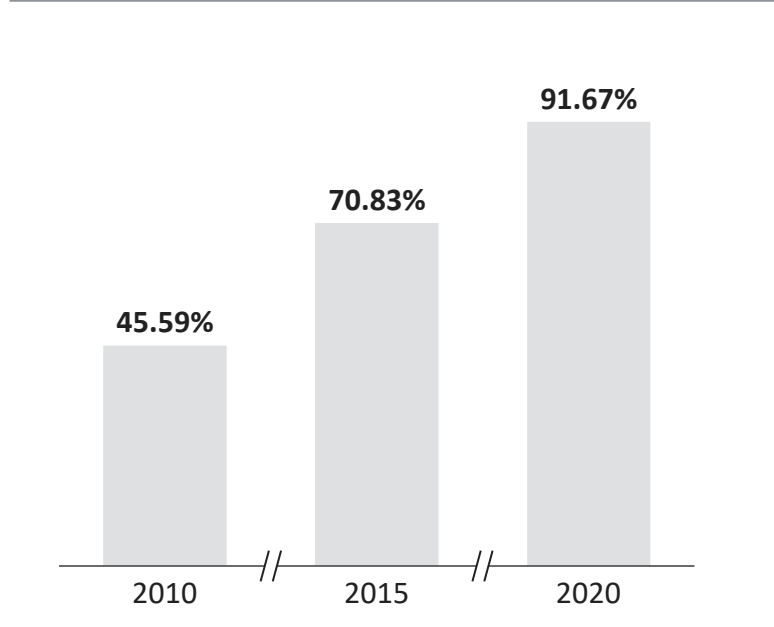
• Kim ngạch xuất khẩu có xu hướng tăng, tập trung chủ yếu vào các mặt hàng nông sản. Tuy nhiên **chủ yếu là xuất thô, không qua hoặc hạn chế thông qua chế biến**

Kim ngạch nhập khẩu [triệu USD]



• Nguyên vật liệu vẫn là mặt hàng nhập khẩu chính của tỉnh. Cơ bản, **nhập khẩu đã phục vụ tốt cho nhu cầu đầu tư máy móc, thiết bị phụ tùng phục vụ sản xuất**

Cán cân xuất nhập khẩu [xuất nhập khẩu/ GRDP]



• **Nền kinh tế của tỉnh có độ mở ngày càng tăng**, giúp tỉnh khai thác được thế mạnh sản xuất nông nghiệp và tận dụng thị trường thế giới

Đắk Nông có hệ thống địa điểm du lịch độc đáo, hấp dẫn – đây là nền tảng quan trọng cho sự phát triển ngành du lịch của tỉnh trong tương lai

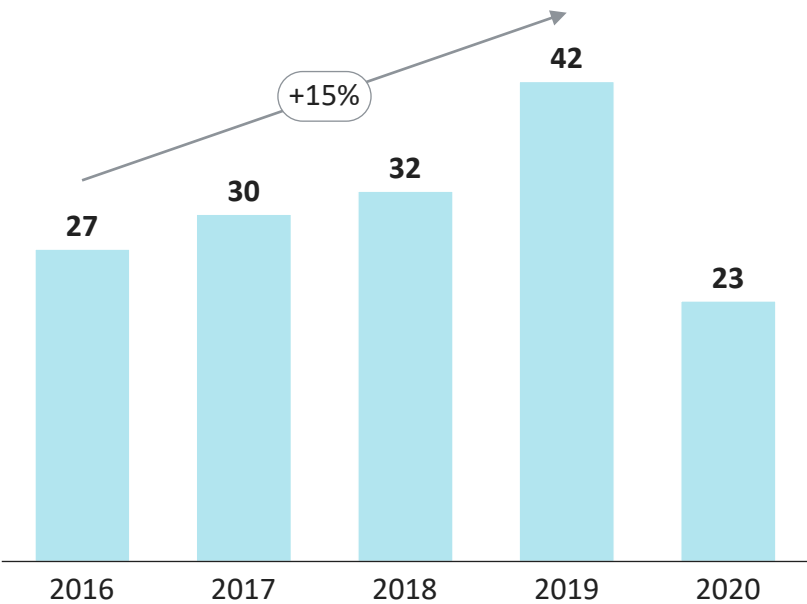


Tổng doanh thu ngành du lịch của tỉnh Đắk Nông đã tăng trưởng mạnh trong những năm vừa qua, tuy nhiên vẫn còn khiêm tốn so với các tỉnh lân cận

Tổng quan ngành du lịch

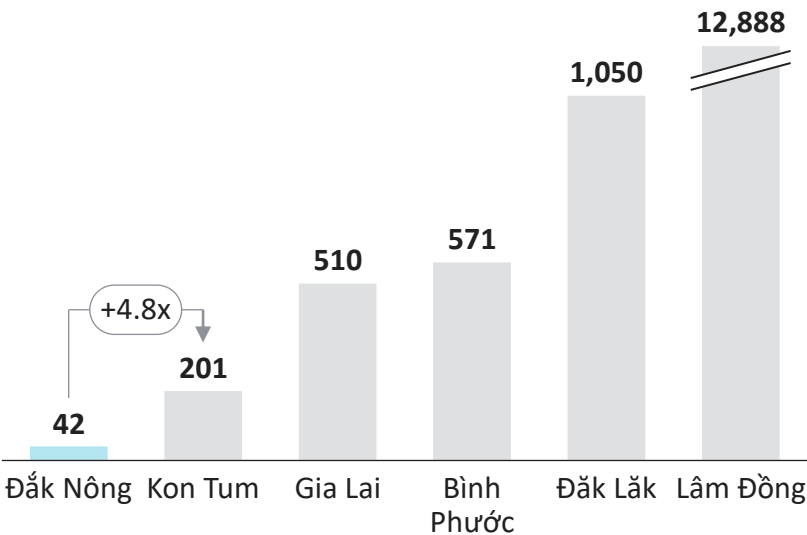
Doanh thu ngành du lịch tăng trưởng mạnh mẽ...

Doanh thu ngành du lịch [Tỷ VNĐ]



... tuy nhiên vẫn còn khiêm tốn so với các tỉnh khác

Doanh thu ngành du lịch năm 2019 [Tỷ VNĐ]



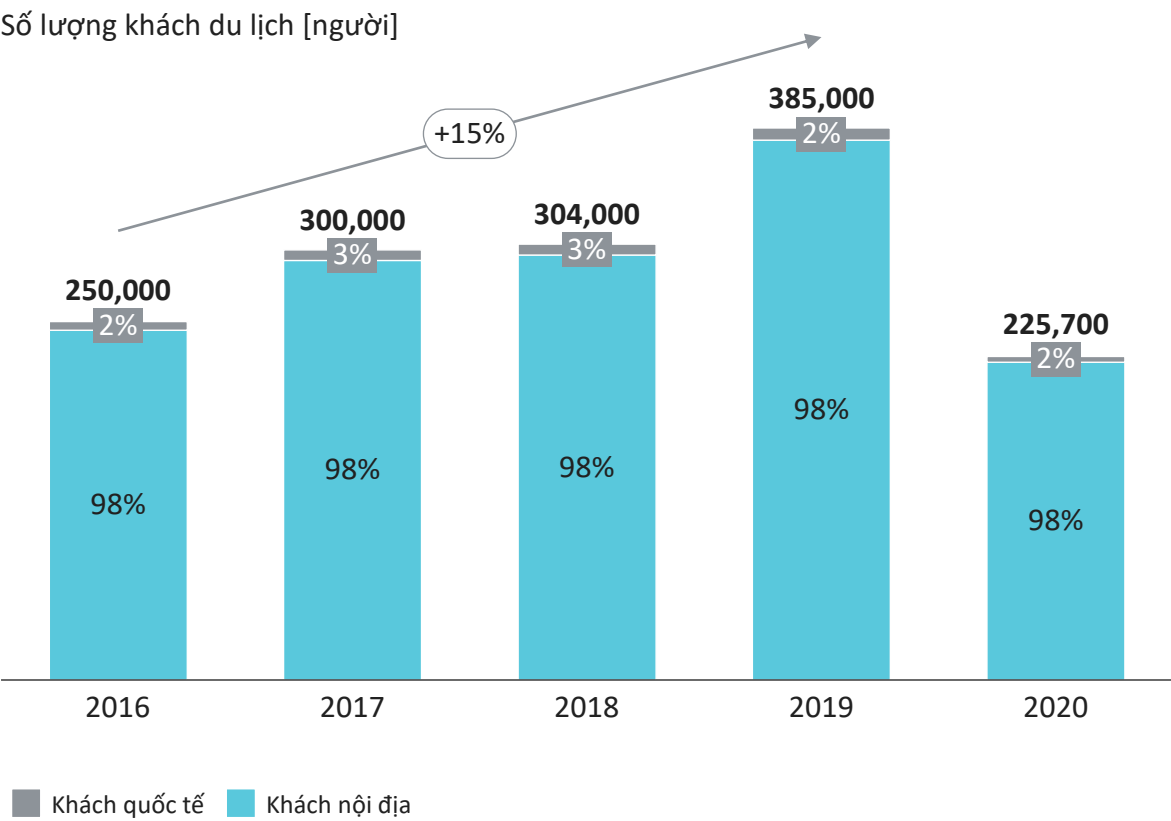
Các nhân tố dẫn dắt tăng trưởng

- **Số lượng du khách tăng trưởng mạnh** trong giai đoạn 2010-2020, được dẫn dắt chủ yếu bởi khách du lịch nội địa
 - Tuy nhiên với xuất phát điểm rất thấp, **lượng khách du lịch đến Đắk Nông vẫn còn ở mức thấp** so với các tỉnh lân cận
- **Chi tiêu của du khách** chủ yếu vào các hoạt động lưu trú
 - Việc ít các địa điểm tham quan và trải nghiệm trong tỉnh cũng như **thiếu tính liên kết của các địa điểm du lịch** làm cho du khách không có nhiều "động lực" để chi tiêu
- **Thiếu các sản phẩm liên quan đến ẩm thực, mua sắm, các hoạt động về đêm**

Ngành du lịch tỉnh Đắk Nông được dẫn dắt bởi sự tăng trưởng lượng khách du lịch, trong đó chủ yếu là ở thị trường nội địa

Tổng quan về khách du lịch đến Đắk Nông

Số lượng du khách tăng trưởng bền vững qua các năm...

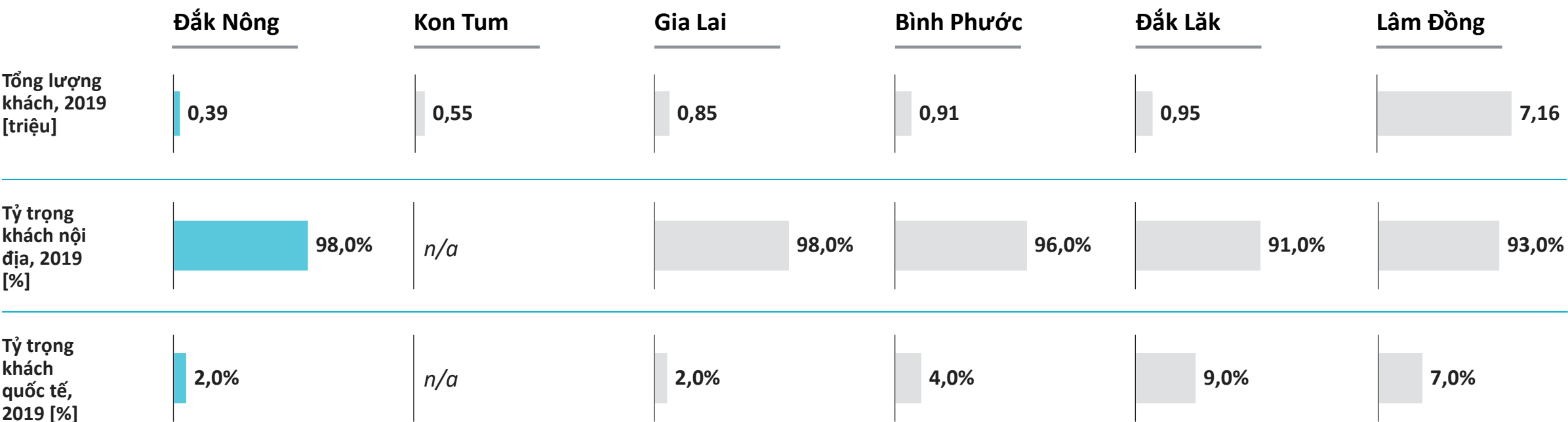


... tuy nhiên phần lớn là du khách nội địa



Tuy nhiên, số lượng khách còn khiêm tốn so với các tỉnh lân cận và khu vực Tây Nguyên – tỉnh có nhiều dư địa để đón thêm khách trong nước lẫn quốc tế

So sánh lượng khách du lịch đến Đắk Nông với các tỉnh lân cận



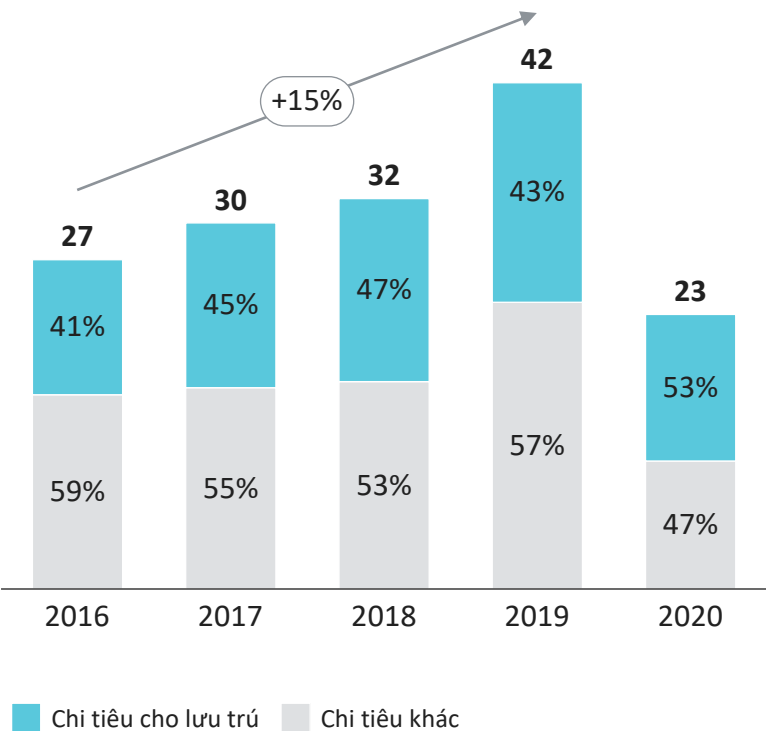
- Ngành du lịch tỉnh Đắk Nông phát triển còn tương đối khiêm tốn so với các tỉnh lân cận, và khu vực Tây Nguyên
- Tỷ trọng khách quốc tế cũng khiêm tốn nhất trong khu vực và có nhiều dư địa để cải thiện

Phần lớn doanh thu của ngành du lịch đến từ các cơ sở lưu trú – các dịch vụ du lịch của tỉnh vẫn chưa phát triển nhằm nâng cao chi tiêu của du khách

Đóng góp của ngành lưu trú vào du lịch

Doanh thu du lịch chủ yếu từ lưu trú...

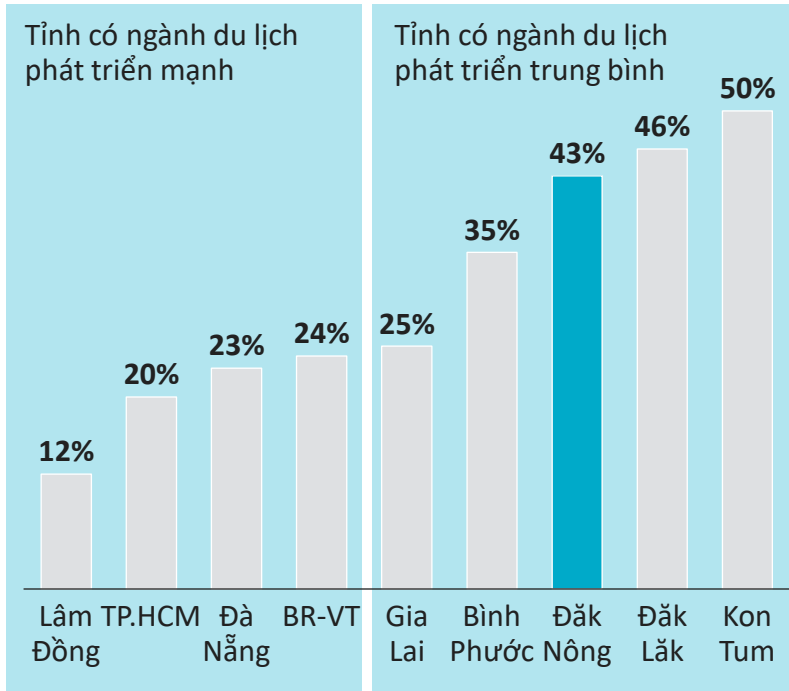
Doanh thu ngành du lịch theo hoạt động [tỷ VNĐ]



1) Ước tính từ niên giám thống kê các tỉnh năm 2019, phỏng vấn chuyên gia

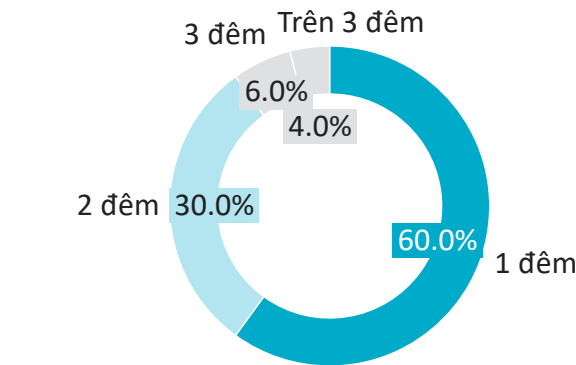
... tỷ lệ vẫn còn rất cao so với các tỉnh ...

Tỷ lệ doanh thu lưu trú trong ngành du lịch, 2019 [%]¹⁾



... thiếu các hoạt động du lịch dẫn đến chi tiêu thấp và thời gian lưu trú ngắn

Thời gian lưu trú của du khách [Đêm, %]



“Thiếu các hoạt động khám phá du lịch, ẩm thực nên tôi chủ yếu đi tham quan ngắn ngày”
– Khách du lịch

Không có các hoạt động về đêm, mua sắm, thiếu các trung tâm ẩm thực
– Khách du lịch

Thiếu các cơ sở lưu trú chất lượng cao nên tôi chỉ đi 1 ngày 2 đêm
– Khách du lịch

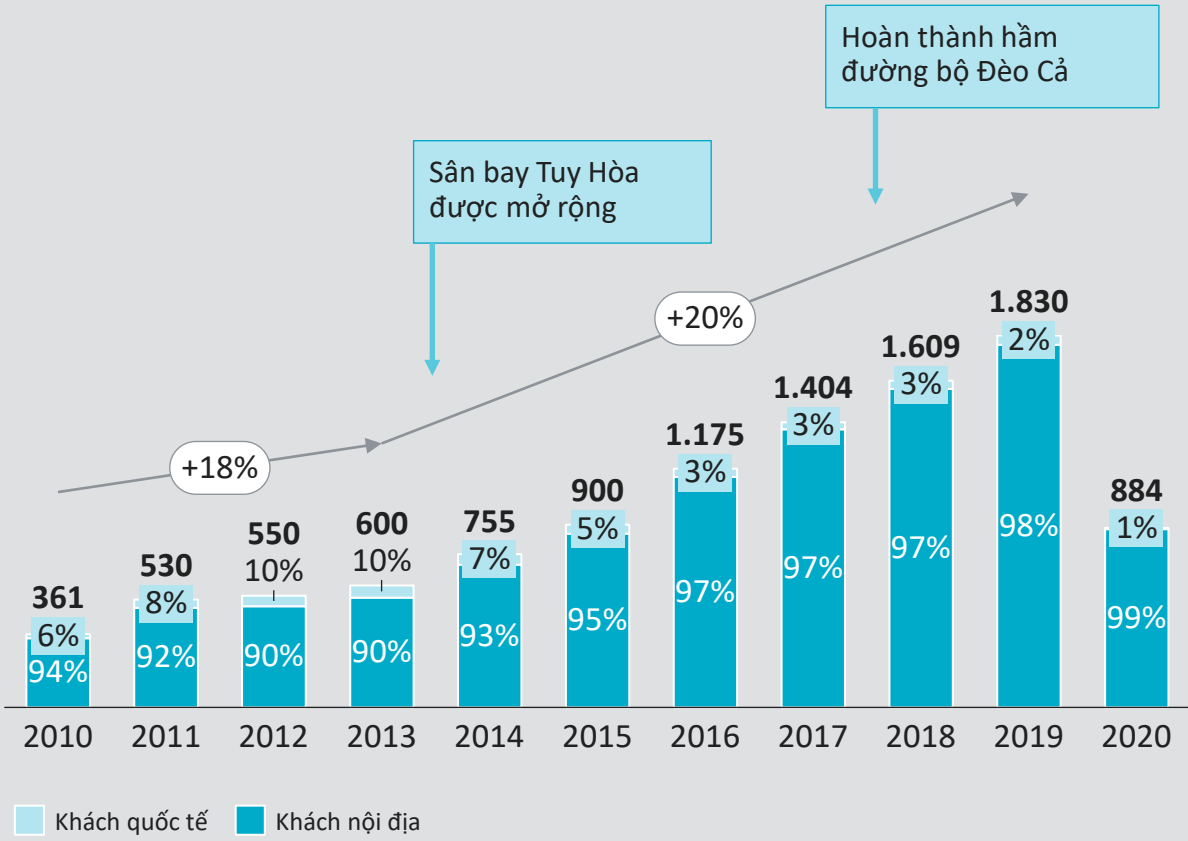
Đắc Nông chỉ có kết nối đường bộ - điều này làm giảm khả năng thu hút khách du lịch. Đường cao tốc, sân bay cần được xây dựng nhằm phát triển du lịch của tỉnh

So sánh kết nối của các tỉnh

So sánh kết nối của các tỉnh

	Đường bộ	Đường không	Đường sắt	Đường thủy
Đắc Nông	✓	✗	✗	✗
Đắc Lắc	✓	✓	✗	✗
BR-VT	✓	✓	✓	✓
Gia Lai	✓	✓	✗	✗
Nha Trang	✓	✓	✓	✓
Ninh Thuận	✓	✓	✓	✓
Lâm Đồng	✓	✓	✗	✗

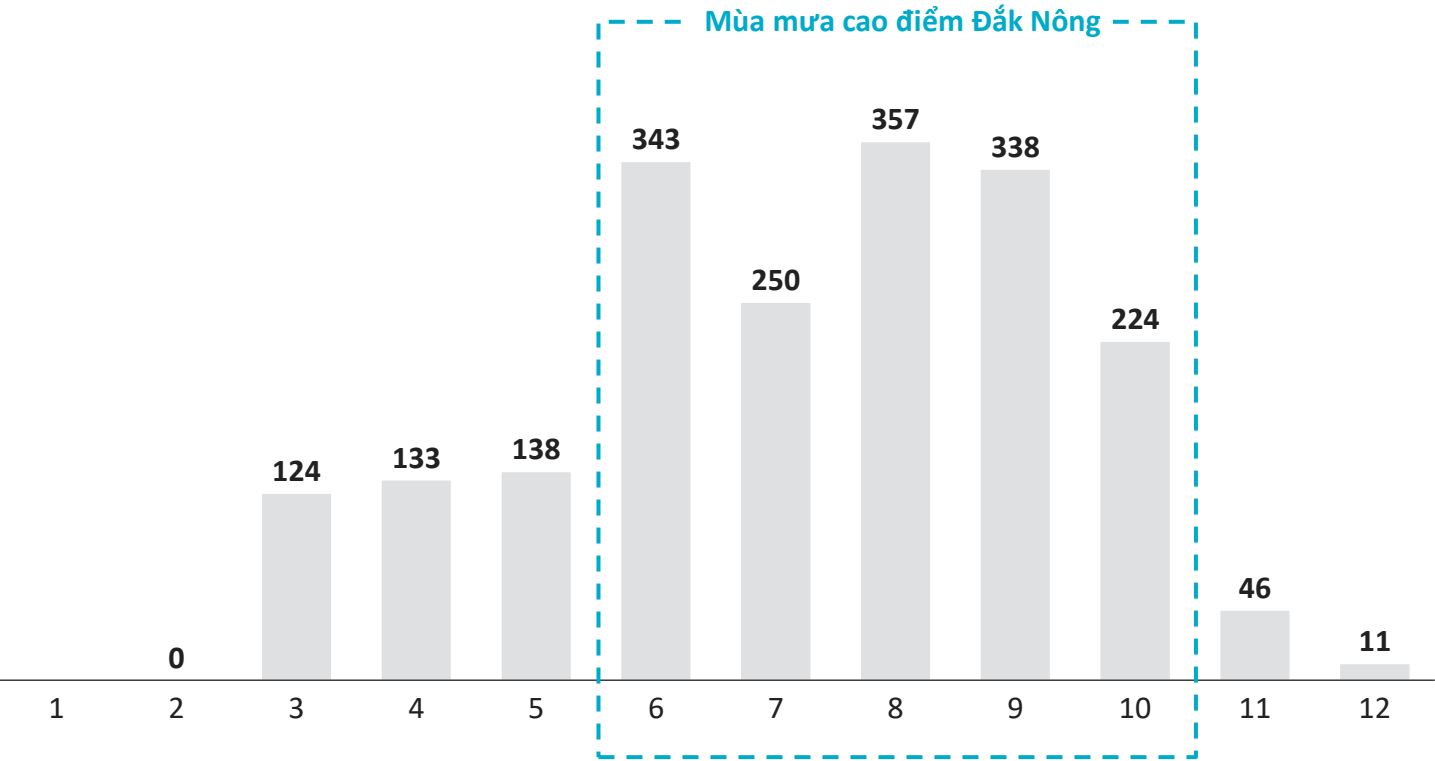
Ví dụ: du lịch Phú Yên cất cánh khi kết nối hoàn chỉnh



Ngoài ra, ảnh hưởng của mùa mưa bão từ tháng 6 đến tháng 10 của Đắk Nông giảm mạnh mẽ lưu lượng khách đến Tỉnh

Mùa mưa của tỉnh Đắk Nông

Lượng mưa theo tháng của tỉnh Đắk Nông [mm, 2019]



Ảnh thực tế từ mùa mưa bão của tỉnh Đắk Nông

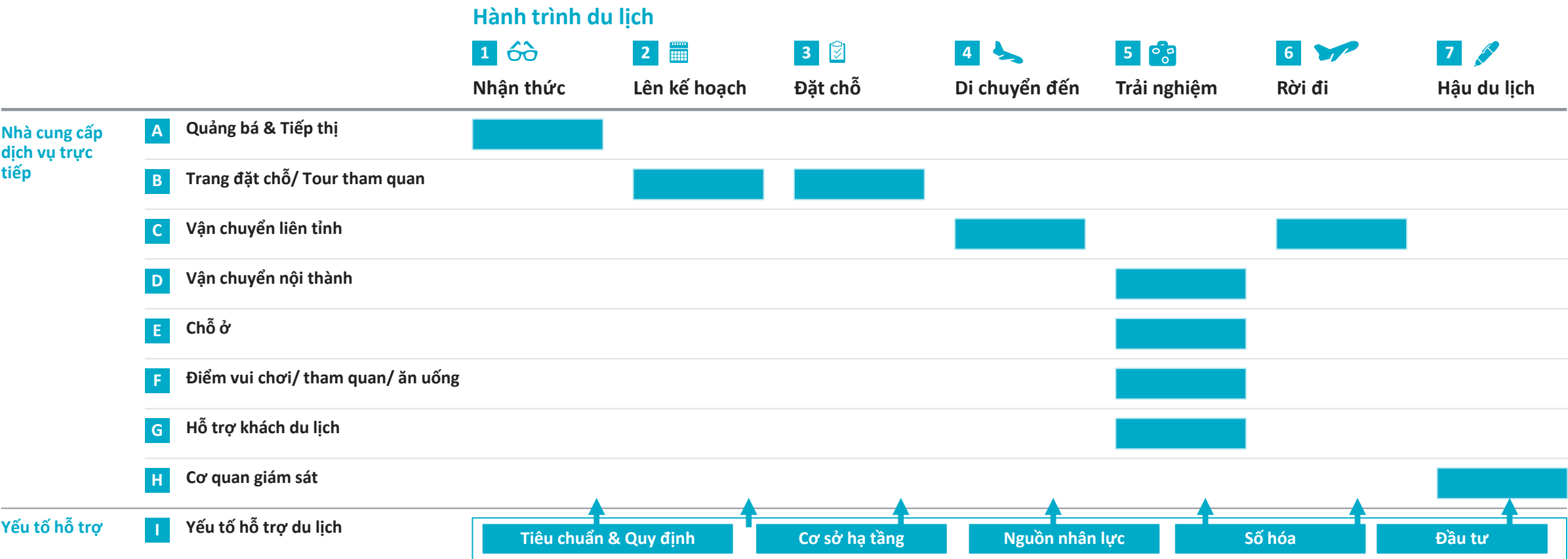


Nhận định chính

- Mùa mưa cao điểm từ tháng 6 đến hết tháng 10 và tập trung 80% lượng mưa của cả năm
- Lượng mưa lớn gây ảnh hưởng nặng nề đến hệ thống giao thông, nhà cửa, đặc biệt xung quanh xã Đắk Ngo, huyện Krông Nô, Đắk Glong và Đắk R'Lấp, kéo theo sự sụt giảm của lượng khách du lịch nơi đây

Để hiểu rõ hơn về điểm mạnh & hạn chế của ngành du lịch tỉnh Đắk Nông, một chuỗi giá trị đã được phát triển xuyên suốt hành trình du lịch của du khách

Giới thiệu chuỗi giá trị ngành du lịch Đắk Nông



Việc quảng bá & tiếp thị cho ngành du lịch tỉnh được thực hiện khá đa dạng, nhưng kinh phí cho quảng bá của ngành du lịch rất hạn chế

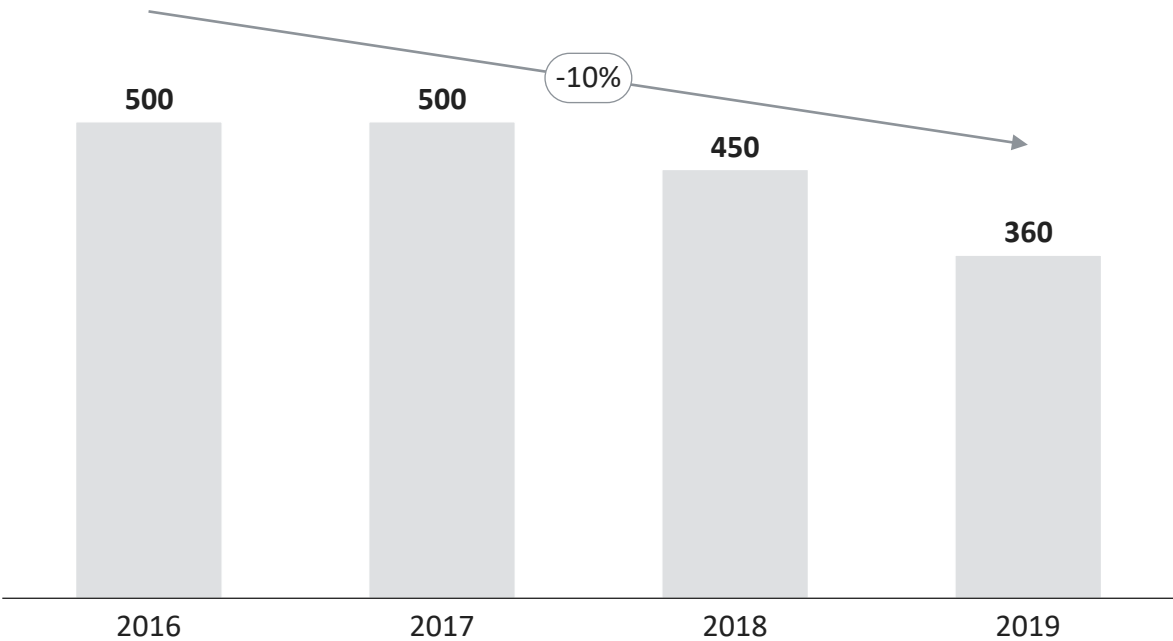
Năm hình thức marketing du lịch của tỉnh Đắk Nông

Các hình thức quảng bá du lịch của Đắk Nông khá đa dạng ...

Online 1	 Mạng xã hội	> Đăng bài & tương tác qua kênh Facebook dưới tên "Du lịch Đắk Nông"
	 Video quảng bá	> Thực hiện phóng sự quảng bá du lịch Đắk Nông đăng trên trang báo điện tử
Offline 2	 Ban hành ấn phẩm	> Thực hiện Bản đồ du lịch Đắk Nông, Cẩm nang du lịch Đắk Nông > Xây dựng panô quảng bá trên quốc lộ
	 Quảng cáo báo chí	> Đăng bài viết trên Báo Đắk Nông, Cổng thông tin điện tử tỉnh và trang Vietnamtourism
	 Tổ chức sự kiện	> Quảng bá tại các hội chợ, triển lãm trong và ngoài tỉnh > Tổ chức các hội nghị, hội thảo về xúc tiến đầu tư > Đăng cai tổ chức các sự kiện du lịch như Lễ hội văn hóa thổ cẩm Việt Nam, Cuộc thi hoa khôi du lịch Việt Nam

... tuy nhiên kinh phí dành cho quảng bá du lịch rất hạn chế

Kinh phí dành cho xúc tiến, quảng bá du lịch [triệu đồng]



Kinh phí giảm dần dẫn đến hiệu quả chưa như mong muốn; độ nhận diện và lượng tương tác với nội dung của du lịch tỉnh còn rất thấp

Hiệu quả của việc quảng bá & tiếp thị du lịch tỉnh Đắk Nông

Độ nhận diện trên trang mạng xã hội

**Thông tin tài khoản**
Du lịch

- Đắk Nông

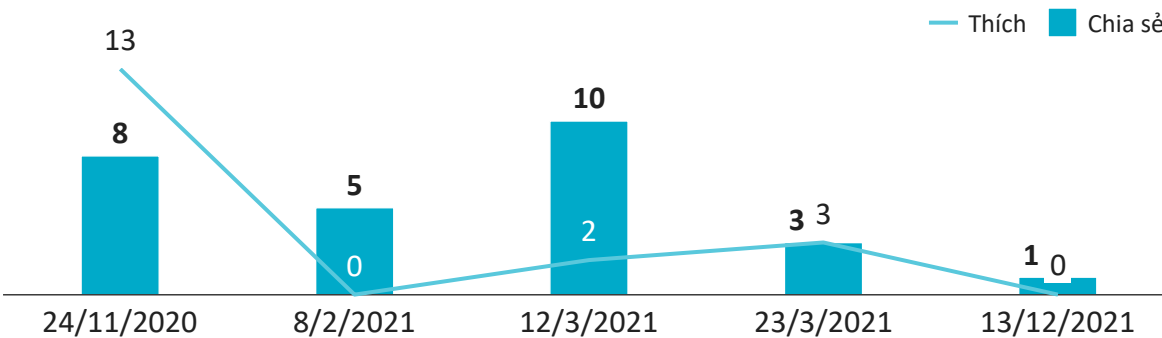
Thống kê theo dõi

- 636 lượt thích
- Bài đăng mới nhất: 13/12/2021

Tần suất đăng bài

- Khá thưa thớt trong thời gian gần đây, chỉ có 4 bài đăng trong năm 2021

Lượng tương tác trong 5 bài đăng gần nhất



Độ nhận diện trên trang tìm kiếm về du lịch

**Tripadvisor**
Tổng số lượt đánh giá của 5 địa điểm nổi tiếng nhất

	Đắk Nông	50 lượt
	Đắk Lắk	438 lượt
	Lâm Đồng	9.461 lượt

**Google**
Tổng kết quả trả về khi gõ keyword tìm kiếm

"Du lịch Đắk Nông"	24,600,000
"Du lịch Đắk Lắk"	38,100,000
"Du lịch Lâm Đồng"	126,000,000



Nhận định chính

- Độ nhận diện của du lịch tỉnh Đắk Nông còn khá khiêm tốn trên cả trang mạng xã hội lẫn trên các trang tìm kiếm về du lịch
- Kinh phí hạn hẹp cũng như các hình thức quảng bá còn thiếu tính đột phá là hai lý do chính cho việc kém hiệu quả này

Phân tích 6 đơn vị cung cấp tour đi Đắk Nông cho thấy thời gian đi khá ngắn ngày, với các điểm đến chủ yếu tập trung ở TP. Gia Nghĩa và huyện Đắk Glong

Thống kê các khu vực & địa điểm du lịch cung cấp bởi tour tham quan

Hành trình của 6 đơn vị lữ hành được tham khảo



Các thành phố/ huyện được đến nhiều nhất



Các địa điểm được ghé thăm nhiều nhất



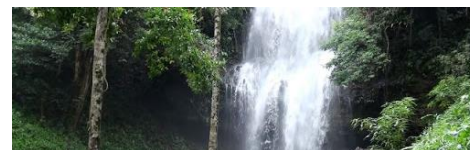
Hồ Tà Đùng

Tần suất ghé thăm: 6/6 lần



TP. Gia Nghĩa

Tần suất ghé thăm: 4/6 lần



Thác Lưu Ly

Tần suất ghé thăm: 4/6 lần



Thiền Viện Trúc Lâm Đạo Nguyên

Tần suất ghé thăm: 3/6 lần



Khu bảo tồn thiên nhiên Nam Nung

Tần suất ghé thăm: 2/6 lần

Nhận định chính:

- Các tour chủ yếu chỉ kéo dài 2 ngày 1 đêm
- Khách du lịch hoàn thành tour này sẽ đi được hầu hết những điểm thu hút du lịch chính của Đắk Nông, do vậy một khoản doanh thu lớn sẽ mất đi từ việc khách hàng không ở lại tỉnh lâu

TP/ Huyện được ghé thăm nhiều nhất

TP/ Huyện được ghé thăm ít hơn

TP/ Huyện được ghé thăm ít nhất

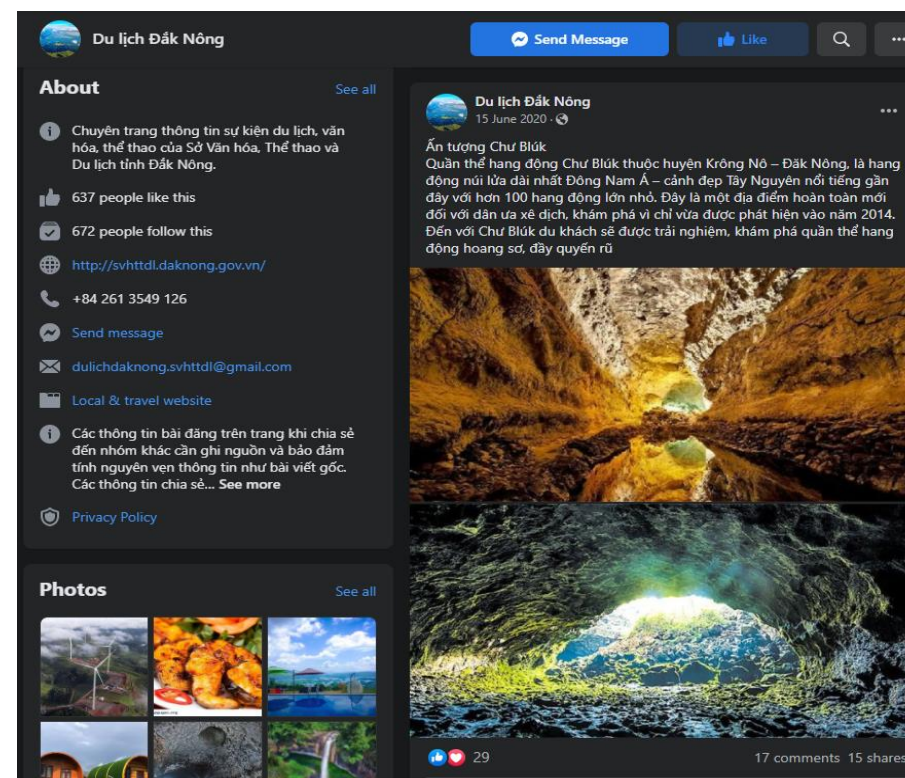
Việc đặt gói tham quan và các thông tin bổ ích đi kèm chưa được tích hợp trên các trang thông tin du lịch của tỉnh, giảm thiểu sự liên mạch trong trải nghiệm đặt chỗ

Nghiên cứu cụ thể các trang thông tin du lịch tỉnh

Trang svhttdl.daknong.gov.vn



Trang Facebook Du lịch Đắk Nông



Nhận định chính

- Các trang thông tin hiện tại chỉ phục vụ **mục đích đơn thuần là cung cấp thông tin** về địa điểm du lịch
- Chưa có sự **tích hợp về các gói tham quan, trải nghiệm** đi kèm theo các thông tin này
- Các thông tin về **cách di chuyển** đến địa điểm (nếu như đi lại tự túc) hoặc **chỗ ở** cũng chưa được nêu ra, là một **trở ngại cho khách du lịch tiềm năng** để phải tự tìm hiểu thêm



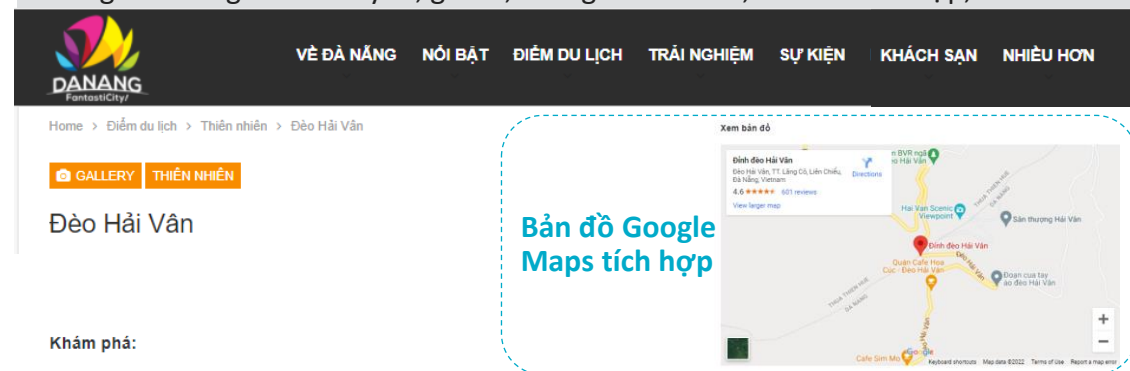
Nghiên cứu điển hình trang du lịch Đà Nẵng và Singapore cho thấy các trang web này thành công trong việc tích hợp các thông tin hữu ích và gói du lịch vào một chỗ

Nghiên cứu ví dụ điển hình các trang thông tin du lịch thành công

Trang du lịch Đà Nẵng (danangfantasticity.com)

Yếu tố thành công:

- Các **thông tin hữu ích** cho du khách tiềm năng đều được **tích hợp vào một trang**, bao gồm thông tin di chuyển, giá vé, thời gian mở cửa, bản đồ tích hợp, v.v.



Khám phá:

Hiện nay có hai con đường qua đèo Hải Vân: hầm đường bộ xuyên đèo Hải Vân và đường đèo Hải Vân.

Hầm đường bộ xuyên đèo Hải Vân

— **Thời gian mở cửa:** Tất cả các ngày. Thời gian đóng hầm là 3h đến 4h sáng mỗi ngày để vệ sinh, sửa chữa, bảo trì các hạng mục đường hầm.

— **Giá vé:** Vận chuyển mô tô/xe máy là 25.000 – 30.000 VND/ lượt/xe, người đi bộ là 8.000 VND/ lượt/người.

— **Lưu ý:** Vì là đường hầm xuyên đèo nên du khách sẽ không thể thưởng ngoạn cảnh đẹp hay tham quan một số địa điểm nổi tiếng trên đèo Hải Vân.

Bản đồ Google Maps tích hợp

Thông tin di chuyển, giá vé, thời gian mở cửa và các lưu ý tham quan được đưa vào

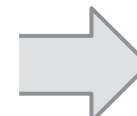
Trang du lịch Singapore (visitsingapore.com)

Yếu tố thành công:

- Thông tin **rõ ràng, nhất quán** về địa điểm, giờ mở cửa, giá vé
- Cung cấp **tất cả các gói tour du lịch, khách sạn, vé máy bay trong một chỗ** nhằm tạo trải nghiệm liền mạch cho khách hàng tiềm năng



Tích hợp việc đặt vé máy bay, khách sạn cũng như vé vào cổng khu vui chơi ở trong một trang web



Universal Studios Singapore
8 Sentosa Gateway, Sentosa Island,
Singapore 098269

[See on map](#)

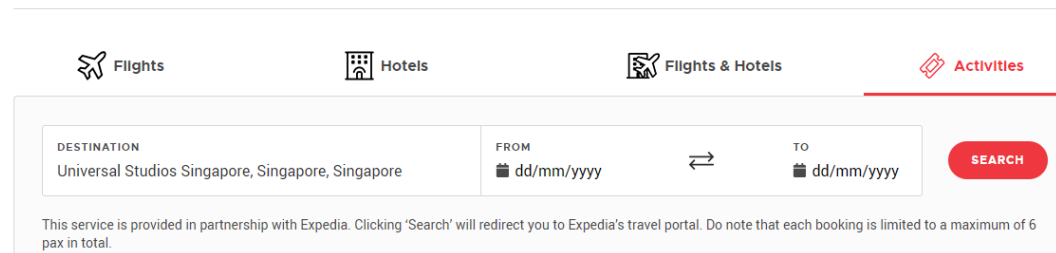
Operating Hours

Opens daily at 10am.
Closing time varies. Please visit the official website for more information.

[Visit official website](#)

[Book Tickets](#)

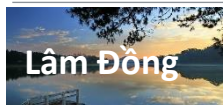
Book Tickets to Universal Studios Singapore



Hiện tại, hình thức di chuyển duy nhất đến Đắk Nông là bằng đường bộ, với xe khách và ô tô riêng nhìn chung khá thuận lợi do tính kết nối tốt

Đường bộ

Đánh giá tổng quan dịch vụ xe khách từ HCM đến các tỉnh Tây nguyên

Địa điểm đến	Số nhà xe	Tần suất chuyến/ ngày/ chiều	Giá tiền trung bình (VND)	Thời gian di chuyển	Giờ chạy	Đánh giá tổng quan
	38	309 chuyến	310.000	5-6 tiếng	4:00 đến 22:50	
	47	264 chuyến	400.000	8-9 tiếng	0:05 đến 23:25	
	55	492 chuyến	540.000	5-6 tiếng	0:19 đến 23:59	

Hệ thống xe khách tỉnh Đắk Nông

- Hiện tại, tỉnh Đắk Nông có **10 bến xe khách**, trong 08 bến đạt chuẩn loại IV tại các huyện và 01 bến xe liên tỉnh đạt tiêu chuẩn loại III tại Gia Nghĩa; 01 bến xe tại Đắk Mil hiện là bến tạm
- Nhìn chung, **các bến xe khá rộng rãi với cơ sở vật chất ổn định** và vị trí thuận lợi; Tuy nhiên, nhiều **dịch vụ cộng hưởng xung quanh còn thiếu** như quán ăn, nhà nghỉ nhằm đáp ứng nhu cầu du khách



Bến xe khách Liên tỉnh Đắk Nông thuộc TP. Gia Nghĩa

Nhận định chính

- Dịch vụ xe khách cho khách du lịch đến tỉnh Đắk Nông hiện tại có **tần suất ổn**, với **giá tiền hợp lý** so với các tỉnh Tây Nguyên khác
- Tuy nhiên, **số nhà xe còn hạn chế**, cũng như **giờ chạy cần được cải thiện** để phủ sóng dày đặc hơn các khung giờ
- Các bến xe khách vào tỉnh được đánh giá tốt về diện tích, tuy nhiên **thái độ nhân viên, độ sạch sẽ còn nhiều dư địa để cải thiện**

Hệ thống đường bộ vào Đắk Nông nhìn chung đảm bảo về mật độ; Tuy nhiên, chất lượng kết cấu hạ tầng còn yếu kém dẫn đến hạn chế du lịch vào các xã/ huyện nhỏ

Đánh giá mật độ và chất lượng đường bộ Đắk Nông

Chỉ tiêu	Đơn vị	Toàn quốc	Vùng Tây Nguyên	Đắk Nông	Đắk Lắk	Lâm Đồng	Kon Tum	Gia Lai
 Diện tích tỉnh	Km ²	331.317	54.545	6.509	13.07	9.781	9.674	15.51
 Dân số	Nghìn người	97.58	5.932	638	1.887	1.31	556	1.542
 Chiều dài đường	Km	595.125	39.563	4.683	11.163	7.582	3.955	12.18
 Mật độ đường	Km/ Km ²	1,80	0,73	0,72	0,85	0,78	0,41	0,79
	Km/ nghìn người	6,10	6,67	7,34	5,92	5,79	7,12	7,90



Quốc lộ 14 và 28 đi qua tỉnh Đắk Nông chỉ có 2 làn xe, cũng như nhiều điểm đã bị xói mòn nghiêm trọng

Nhận định chính

- Mật độ đường so với diện tích và dân số tỉnh Đắk Nông là **tương đương với mật độ các tỉnh Tây Nguyên**
- Các tuyến xe khách và xe ô tô riêng **chủ yếu kết nối qua các tuyến quốc lộ như QL14, QL14C và Quốc lộ 28**, với một số đoạn đã được mở rộng và chất lượng đường đạt loại tốt
- Tuy nhiên, lên đến **81% đoạn đường tỉnh lộ chỉ có 2 làn xe**; tỷ lệ đường huyện chưa được nhựa hóa, bê tông hóa, chiếm 24% và **chất lượng kết cấu hạ tầng** do VCCI đánh giá **xếp hạng thấp** (năm 2019, xếp thứ 57/63) nên còn hạn chế nhu cầu về du lịch vào các huyện/ xã của tỉnh

Việc thiếu sân bay dân dụng và cao tốc làm gia tăng thời gian di chuyển và giảm khả năng thu hút khách du lịch

"Tôi không nghĩ đến chuyện đi du lịch Đắc Nông vì thời gian di chuyển khá lâu. Đi từ TP.HCM đến Gia Nghĩa mất hơn 5 tiếng. Trong bán kính 5 tiếng thì có rất nhiều lựa chọn khác"

"Tôi nghe nói Đắc Mil được coi là một Đà Lạt thứ 2 tại Việt Nam. Tuy nhiên do di chuyển không thuận tiện nên tôi chưa đến đó bao giờ"

"Đắc Nông có nhiều hồ đẹp, và cảnh thiên nhiên rực rỡ nhưng kết nối kém quá"

"Với nền tảng là các địa điểm du lịch thiên nhiên và văn hóa độc đáo, tôi nghĩ Đắc Nông có rất nhiều cơ hội để phát triển du lịch. Việc Đắc Nông cần làm bây giờ là nâng cao tính kết nối với hệ thống đường cao tốc, và sân bay"

"Đường Quốc lộ 14 có chất lượng khá tốt nhưng tốc độ tối đa chỉ khoảng 60 Km/h. Đi từ TP.HCM mất đến hơn 5 tiếng"

"Từ TP.HCM đi đến Gia Nghĩa cũng mất hơn 5 tiếng. Bay từ TP.HCM đến Lâm Đồng chỉ mất 30 phút. Do đó, tôi thường chọn Đà Lạt cho kỳ nghỉ của mình"

Đắc Nông cần có sân bay dân dụng và/hoặc các tuyến đường cao tốc nhằm tăng tính kết nối và thu hút khách du lịch đến tỉnh



4 loại hình vận chuyển nội thành chính cho du khách, với giá tiền và tính khả dụng khác nhau; taxi vẫn là lựa chọn hợp lý nhất do các địa điểm du lịch cách xa nhau

Đánh giá tổng quan về các dịch vụ vận chuyển nội thành

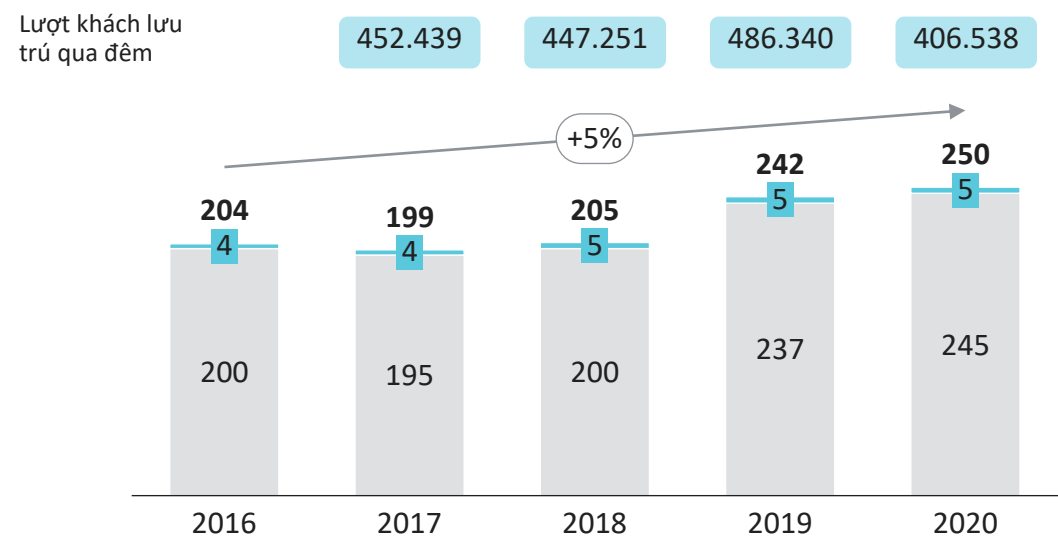
Loại hình	Tùy chọn	Giá cả	Tính khả dụng	Chất lượng dịch vụ / Độ an toàn	Tiềm năng khai thác
1  Đi bộ	Đi bộ	Miễn phí	Không khả dụng khi các điểm tham quan cách nhau quá xa	Không có đường dành riêng cho đi bộ. Các điểm tham quan chính cách rất xa nhau	
2  Xe máy	- Xe ôm truyền thống (chưa có xe công nghệ) - Dịch vụ cho thuê xe máy	Giá xe máy sẽ hợp lý hơn xe ô tô - Dịch vụ thuê xe dao động từ VND 100 – 220 nghìn / ngày tùy sự lựa chọn	Độ sẵn có của xe ôm còn thưa thớt; xe ôm truyền thống chủ yếu tập trung ở các nơi đông dân như chợ, siêu thị - Xe cho thuê chủ yếu ở Gia Nghĩa và huyện Đắk Glong; các huyện khác còn hạn chế	> Chất lượng dịch vụ của xe ôm còn không đồng đều do không được huấn luyện bài bản > Dịch vụ thuê xe tốt, thủ tục thuê xe đơn giản > Cung cấp trải nghiệm du lịch độc đáo, nhưng nhiều đoạn đường đã khá xuống cấp	
3  Xe buýt	Xe buýt công cộng (5 tuyến xe buýt toàn tỉnh Đắk Nông, với tổng số lượng phương tiện là 50 xe)	Chi phí khoảng từ 5.000/ chuyến tùy vào lộ trình	- Chủ yếu phục vụ người dân địa phương, chưa kết nối được với các địa điểm du lịch Thời gian khởi hành giữa các chuyến cách nhau còn lâu, từ 50 phút đến gần 2 tiếng	Chưa có xe buýt chuyên phục vụ các điểm du lịch Dịch vụ phục vụ trên xe buýt còn chưa đồng đều, với trình độ ngoại ngữ của nhân viên phục vụ hạn chế	
4  Ô tô	- Xe taxi - Dịch vụ cho thuê xe tự lái/ có người lái	- Biểu giá cơ bản VND 13.000 / km, tương đương với cước tại các thành phố lớn - Cho thuê xe giá bắt đầu từ VND 800.000/ ngày	Dễ dàng gọi ở Gia Nghĩa và Đắk Mil và gần như sẵn sàng phục vụ 24/7 - Các huyện khác chưa có mật độ xe hợp lý, thời gian chờ đợi còn lâu	- Dịch vụ chưa được tốt An toàn và hợp lý nhất trong các phương tiện vận chuyển nội thành	

 Tiềm năng càng cao thì vòng trong sẽ càng đầy

Các cơ sở lưu trú hầu hết còn có quy mô nhỏ, mang tính hộ kinh doanh cá thể; vẫn còn thiếu sự hiện diện của các khách sạn 4-5 sao tại Đắk Nông

Tổng quan về cơ sở lưu trú tỉnh Đắk Nông và vùng Tây Nguyên

Số lượng cơ sở lưu trú tỉnh Đắk Nông



Nhận định chính

- Cơ sở lưu trú ở Đắk Nông đã **tăng ổn định ở mức 5%/ năm** từ 2016-2020, với lượt khách lưu trú qua đêm ở mức trên 400.000 lượt khách
- So với các tỉnh vùng Tây Nguyên, số lượng cơ sở lưu trú của Đắk Nông đạt mức trung bình, tuy nhiên chỉ có **2 khách sạn 3 sao** – **không đủ khả năng để đón lượng khách với nhu cầu chi tiêu cao**
- Giá phòng trung bình giao động ở mức 200.000 – 500.000 VNĐ/ đêm**

■ Số cơ sở được xếp sao ■ Số cơ sở không được xếp sao



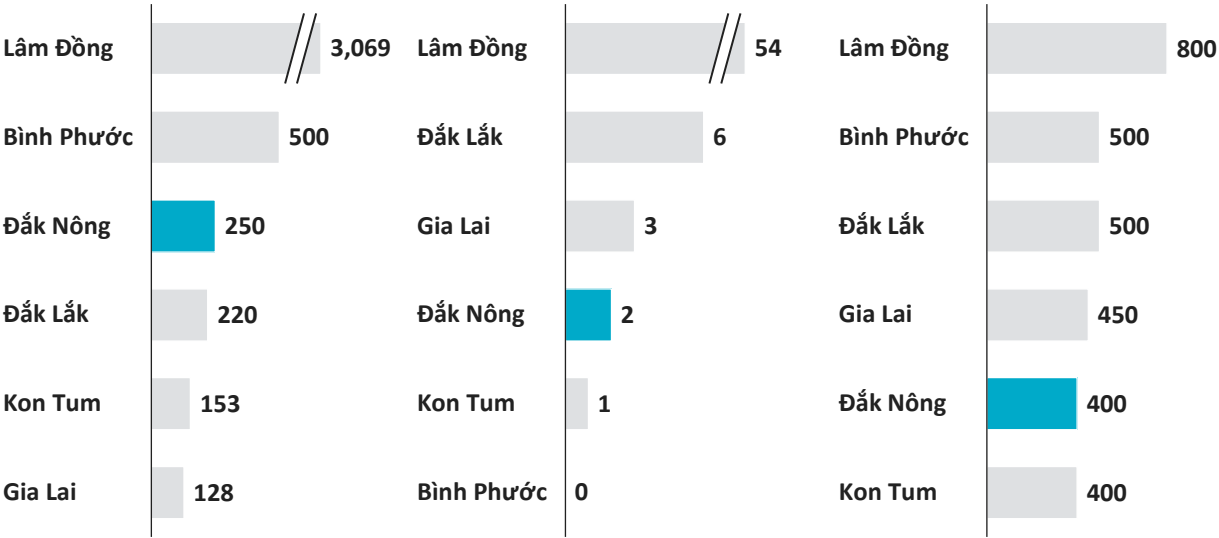
Số lượng nơi lưu trú



Số lượng khách sạn 3-5*



Giá phòng trung bình mỗi đêm [trăm nghìn đồng]



Đắk Nông có thể tận dụng xu hướng du lịch thiên nhiên & sinh thái để phát triển các cơ sở lưu trú xanh & bền vững, mang đến trải nghiệm mới lạ cho du khách

Ví dụ điển hình về mô hình lưu trú sinh thái – Làng Freedom Green

Mô tả

- Làng Freedom Green là một mô hình nghỉ dưỡng với 5 phòng dạng bungalow nhà gỗ có hướng nhìn ra Hồ Tà Đùng
- Với slogan "Nông Nghiệp Thuận Tự Nhiên, Một Đời Không Hóa Chất", khu nghỉ dưỡng này triển khai các hoạt động theo phương pháp **thủ công, tối giản nhằm bảo vệ môi trường**

Yếu tố nổi bật

1. **Không sử dụng sản phẩm công nghiệp:** những sản phẩm gây ảnh hưởng xấu đến nguồn đất, nước không khí sẽ được loại trừ và khuyến khích du khách không dùng đến; nước tắm, bột đánh răng hoàn toàn tự nhiên, giúp mang đến trải nghiệm chân thực nhất cho du khách
2. **Tự cung tự cấp nguồn thực phẩm:** Các loại trà, hoa quả, rau củ đều được nhân viên tự tay trồng và thu hoạch, nhằm đem đến cho du khách những trải nghiệm ăn uống một cách tự nhiên và thuần túy nhất
3. **View thẳng ra hồ Tà Đùng & hòa mình giữa thiên nhiên:** khu nghỉ dưỡng bao trọn ra địa điểm du lịch nổi tiếng nhất Đắk Nông, với không khí yên tĩnh giữa khoảng rừng rộng, giúp du khách có trải nghiệm thư thái nhất

Ảnh minh họa



Khu sinh hoạt chung và Phòng nghỉ với tầm nhìn bao trọn hồ Tà Đùng



Nguồn thực phẩm như rau củ quả, cà phê đều được nhân viên tự tay trồng

Với những tiềm năng thiên nhiên sẵn có của Đắk Nông, tỉnh cần phối hợp, khuyến khích và định hướng đúng đắn để phát triển ngành du lịch sinh thái trong tương lai

Các yếu tố cung và cầu cho ngành du lịch sinh thái tỉnh Đắk Nông

Phía cung

Tài nguyên thiên nhiên phong phú và đa dạng:



Hồ: diện tích lớn, bao bọc bởi các rừng núi hùng vĩ và thảm thực vật xanh



Núi: vẻ đẹp hoang sơ từ hoạt động núi lửa, chưa có can thiệp của bàn tay con người



Thác: bao bọc bởi rừng núi nguyên sinh, với độ cao ấn tượng tạo ra khung cảnh trắng xóa hiếm có

Tỉnh Đắk Nông cần đặc biệt chú trọng vào việc phát triển du lịch thiên nhiên & sinh thái



Tăng trưởng mạnh mẽ của ngành du lịch sinh thái – 12%/ năm, trong đó Châu Á Thái Bình Dương chiếm đến 40% thị trường



Các khu du lịch trên thế giới đã đan xen thành công yếu tố bền vững vào mô hình hoạt động của họ



Chính quyền địa phương cũng nhận được tài trợ cần thiết từ các tổ chức thế giới



Phía cầu

Đắk Nông có nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú ở mảng hồ, núi, và thác; cần sự đầu tư đúng đắn để phát triển du lịch sinh thái trên các tài nguyên này

Đánh giá các địa điểm khám phá thiên nhiên

Địa điểm chính



- Hồ Tà Đùng
- Hồ Ea Snô
- Hồ Tây Đắk Mil
- Hồ Trúc Ea T'Ling
- Hồ Doãn Văn

Đặc điểm chính

- Hệ sinh thái đa dạng, phong phú bao bọc bởi các rừng núi hung vĩ
- Dịch vụ và cơ sở hạ tầng còn khá kém phát triển như cơ sở lưu trú, đường vào

1. Hồ

Bao gồm các địa điểm du lịch trên hồ hoặc ở cạnh các hồ



Khám phá thiên nhiên

2. Núi/ hang động

Bao gồm các địa điểm du lịch ở trên/ bên trong núi



Địa điểm chính



- Hang Động Núi Lửa Chư Bluk
- Đồi chè Gia Nghĩa

Đặc điểm chính

- Những tài nguyên còn vẻ đẹp hoang sơ từ hoạt động núi lửa, chưa có can thiệp của bàn tay con người
- Đồi chè Gia Nghĩa lớn với vị trí gần trung tâm, khung cảnh lý tưởng cho việc check-in

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại



- Thấp do cơ sở hạ tầng còn kém phát triển, dịch vụ đi kèm chưa nhiều

Tương lai



- Với sự đầu tư đúng đắn, tiềm năng tăng doanh thu từ các hoạt động du lịch sinh thái, khám phá sự đa dạng thực vật

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại



- Chưa nhiều do nhận thức còn ít, cơ sở hạ tầng còn yếu kém

Tương lai



- Tiềm năng phát triển hoạt động khám phá các hang động theo xu hướng bền vững, giảm thiểu tác động tới hệ sinh thái
- Xây dựng các dịch vụ gắn liền với cảnh đẹp của đồi chè (nhà hàng, café panorama, v.v.)

Địa điểm chính



- Thác Đắk G'lun
- Thác Dray Sáp
- Thác Lưu Ly
- Thác Bảy Tầng

Đặc điểm chính

- Các thác được bao bọc bởi thảm thực vật phong phú, với độ cao ấn tượng tạo ra bọt nước trắng xóa
- Vẫn bị ngăn cách bởi các con đường tam cấp, gây ra khó khăn cho việc di chuyển đến

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại



- Thấp do đường vào còn khá khó khăn, dịch vụ đi kèm chưa phong phú

Tương lai



- Tiềm năng thiết lập các tour kết nối các điểm tham quan thiên nhiên
- Xây dựng cơ sở hạ tầng như bậc thang, bãi đỗ xe, trạm dừng chân v.v. tạo sự thuận tiện cho khách du lịch

Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông sở hữu toàn bộ các giá trị nêu trên và cần được đầu tư để trở thành đòn bẩy du lịch sinh thái cho tỉnh

Tổng quan về Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

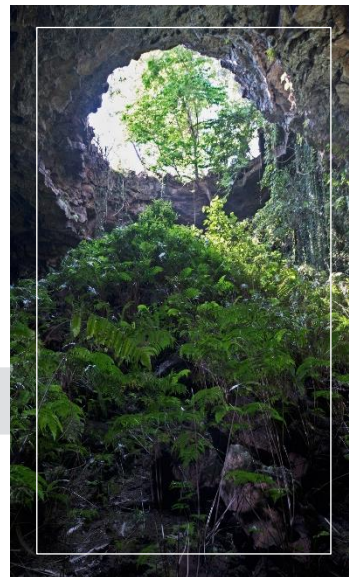
Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

- Diện tích: 4.760 km²
- Trải dài qua 5 huyện Krông Nô, Cư Jút, Đắk Mil, Đắk Song, Đắk G'long và thành phố Gia Nghĩa
- Công nhận là Công viên địa chất toàn cầu UNESCO vào tháng 7/2020

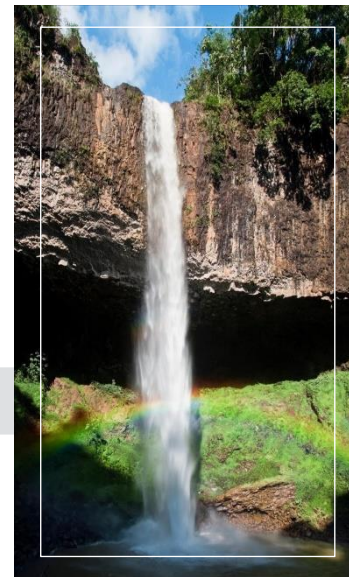
Bao trọn tất cả các yếu tố thiên nhiên đặc trưng của Đắk Nông



Hồ nước tự nhiên, đầy thơ mộng và được bao bọc bởi bạt ngàn rừng cây



Hệ thống hang động núi lửa độc đáo và đồ sộ nhất khu vực Đông Nam Á



Các thác nước với độ cao ấn tượng, lọt thỏm giữa đại ngàn

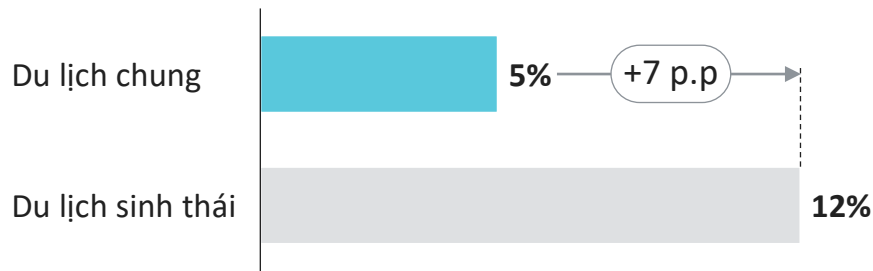
Tiềm năng trở thành **đòn bẩy** mẫu chốt cho ngành du lịch sinh thái của tỉnh



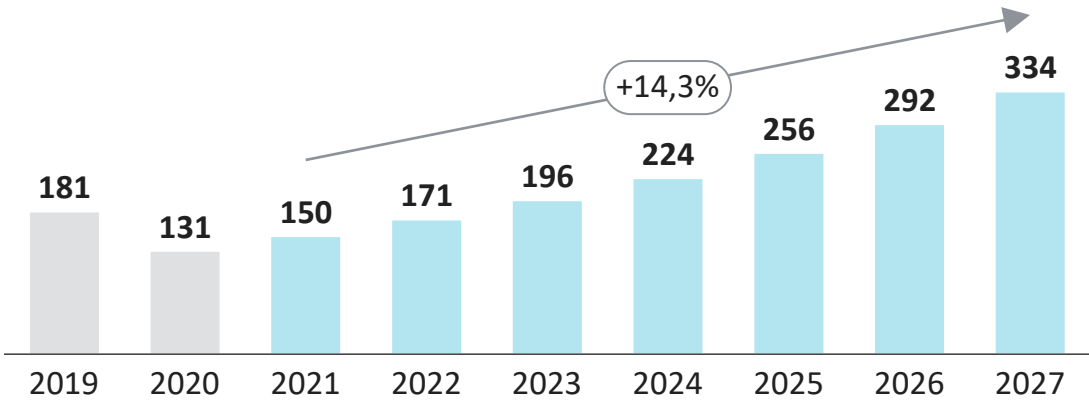
Ngành du lịch sinh thái đã có những bước tăng trưởng mạnh mẽ, được định giá 181,1 tỷ đô la vào năm 2019 với 40% thị phần thuộc Châu Á Thái Bình Dương

Tổng quan về sự phát triển và tiềm năng ngành du lịch sinh thái

Tăng trưởng hàng năm trong quá khứ – Ngành du lịch chung so với du lịch sinh thái, 2018-2019 [%]



Tăng trưởng hàng năm trong tương lai – Ngành du lịch sinh thái, 2019-2027 [%]



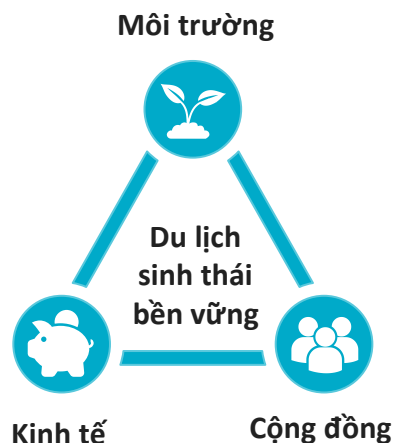
Nhận định chính

- Ngành du lịch sinh thái bắt đầu nổi lên vào cuối những năm 1980 như một cách tiếp cận thay thế cho du lịch đại trà; Trong giai đoạn 2018-2019, ngành đã tăng trưởng mạnh ở mức 12% - hơn 7% so với du lịch chung
- Vào năm 2019, quy mô thị trường du lịch sinh thái được định giá là 181,1 tỷ đô la, trong đó thị trường Châu Á Thái Bình Dương chiếm đến 40% tổng giá trị toàn cầu
- Trong tương lai, ngành du lịch sinh thái dự kiến sẽ đạt 333,8 tỷ đô la vào năm 2027, đạt tốc độ CAGR là 14,3% từ năm 2021 đến năm 2027.

Phát triển du lịch sinh thái đề cao yếu tố bền vững và tính cân bằng giữa môi trường, kinh tế và cộng đồng; khách du lịch ngày càng nâng cao nhận thức về việc này hơn

Phát triển bền vững ngành du lịch sinh thái

Ba yếu tố cấu thành lên du lịch sinh thái bền vững



Du lịch sinh thái bền vững là **sự cân bằng** giữa **tăng trưởng kinh tế, tài nguyên môi trường** và tác động đến **cộng đồng địa phương**

Tác động của du lịch sinh thái bền vững đối với các quyết định của khách du lịch từ khảo sát của TripBarometer, 2018 (% tổng số người được hỏi)

Đi du lịch KHI NÀO?

38%

quyết định **không đi** các điểm đến quá đông đúc

43%

thích đi du lịch vào những **thời điểm yên tĩnh** hơn trong năm

ĐI ĐÂU và ĐI NHƯ THẾ NÀO?

9%

chỉ ra tác động môi trường như một yếu tố chính khi chọn nơi để đi du lịch

66%

sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho các **sản phẩm thân thiện với môi trường**

Nhận định chính

- Khách du lịch ngày càng **nâng cao nhận thức về tính bền vững** của những địa điểm du lịch
- Do vậy, các điểm đến cần **kết hợp và đan xen** các **khái niệm bền vững** trong việc phát triển du lịch



Các khu du lịch trên thế giới đã đan xen thành công các khái niệm bền vững giữa môi trường, kinh tế và cộng đồng này vào trong hoạt động kinh doanh của họ

Ví dụ điển hình về thành công trong ngành du lịch sinh thái cho doanh nghiệp

Khu du lịch Six Senses Gangtey, Bhutan



Môi trường:

- Thiết kế & xây dựng hoàn toàn bằng các chất liệu thân thiện với môi trường
- Cung cấp cho khách trải nghiệm "Kết nối lại với thiên nhiên", bao gồm hành trình khám phá núi non hùng vĩ và thăm trung tâm bảo tồn sếu cổ đen



Kinh tế

- Đóng góp doanh thu cho nền kinh tế địa phương với việc sử dụng nguyên liệu kiểu mạch đặc trưng của đất nước Bhutan



Cộng đồng

- Chú trọng việc tuyển dụng nguồn nhân lực địa phương, bao gồm đầu bếp, nhân viên lễ tân, buồng, v.v.
- Cung cấp trải nghiệm đến thăm tu viện địa phương, học hỏi nền văn hóa qua việc nói chuyện với các tu sĩ trẻ nơi đây

Sự hòa quyện giữa 3 yếu tố môi trường, kinh tế và cộng đồng làm nên thành công của Six Senses Gangtey

Không những vậy, với hướng đi du lịch sinh thái này, chính quyền địa phương cũng hoàn toàn có khả năng nhận được các nguồn tài trợ cần thiết từ các tổ chức thế giới

Ví dụ điển hình về thành công trong ngành du lịch sinh thái cho chính quyền

Chính quyền Campuchia



Tổng quan về nguồn tài trợ

- Đề xuất "Dự án Du lịch Sinh thái và Cảnh quan Bền vững Campuchia (SLEP)" và được Ngân hàng Thế giới tài trợ 50,7 triệu USD
- Mục tiêu nhằm cải thiện quản lý các khu bảo tồn, và **để thúc đẩy các cơ hội du lịch sinh thái**. Các đầu tư sẽ bao gồm bãi đậu xe phù hợp, hàng ăn, hạ tầng quản lý chất thải rắn, cửa hàng, ki-ốt bán hàng thủ công mỹ nghệ trong cộng đồng dân cư
- Đồng thời sẽ **cải thiện khả năng truy cập và kết nối** qua nâng cấp đường giao thông nông thôn ở Campuchia để đáp ứng nhu cầu vận tải hàng hóa và người



Tiến độ giải ngân và tác động đến cộng đồng địa phương

- Đến hiện tại, **3,7 triệu USD đã được giải ngân** và dự kiến giải ngân hết vào tháng 12/2025, tập trung vào 7 tỉnh chính
- Khoảng **25.000 người hoặc 5.200 hộ gia đình** sẽ được hưởng lợi trực tiếp từ cộng đồng địa phương trong khu vực dự án

Trong mảng Văn hóa và Di sản, Đắk Nông có nhiều tiềm năng xuyên suốt các Lễ hội truyền thống, Bảo tàng, Di tích lịch sử & tâm linh cũng như Làng nghề truyền thống

Đánh giá các địa điểm Văn hóa và Di sản

Địa điểm chính



- Bảo tàng âm thanh Đắk Nông

Đặc điểm chính

- Triển lãm âm thanh **duy nhất ở Việt Nam và Đông Nam Á**, với 7 chủ đề âm thanh khác nhau
- **Kết hợp hài hòa với công viên Địa chất Đắk Nông** để biến tính trở thành "Xứ sở của âm thanh và giai điệu"

Địa điểm chính



- Di tích lịch sử Ngục Đắk Mil
- Thiền viện Trúc lâm Đạo Nguyên
- Chùa Pháp Hoa

Đặc điểm chính

- Thông tin **quảng bá chưa rộng rãi**, cơ sở vật chất **chưa đủ đặc trưng** để thu hút được du khách
- **Đường vào các địa điểm còn khá nhỏ**, mặc dù là đường nhựa nhưng nhiều chỗ đã bong tróc

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại Tương lai



2. Di tích lịch sử, du lịch tâm linh

Bao gồm các di tích và tượng đài lịch sử cũng như các di tích tâm linh như chùa, nhà thờ

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại Tương lai



Địa điểm chính



- Làng nghề rượu cần Đắk Nia
- Làng nghề thổ cẩm Đắk Nia
- Làng nghề đan lát M'Nông

Đặc điểm chính

- Các làng nghề văn hóa **chưa có nhiều sức mạnh thương hiệu** do **chưa được đầu tư đúng đắn**
- Các sản phẩm khá **trùng lặp** với sản phẩm các tỉnh Tây Nguyên khác

1. Bảo tàng & khu trưng bày

Bao gồm bảo tàng trưng bày các đặc trưng văn hóa của Đắk Nông

4. Làng nghề truyền thống

Bao gồm các làng nghề thủ công chuyên sản xuất những sản phẩm địa phương

Văn hóa và Di sản

3. Lễ hội truyền thống

Bao gồm các sự kiện nhằm tôn vinh giá trị văn hóa đặc trưng của tỉnh

Lễ hội chính



- Lễ Hội Cơm Mới Đắk Nông
- Lễ hội văn hóa thổ cẩm
- Lễ hội cồng chiêng

Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại Tương lai



Đặc điểm chính

- Lễ hội văn hóa thổ cẩm đã có **thành công nhất định** trong việc tạo độ nhận diện về tỉnh
- Các lễ hội khác tuy đặc trưng nhưng **chưa mang đến được với du khách**

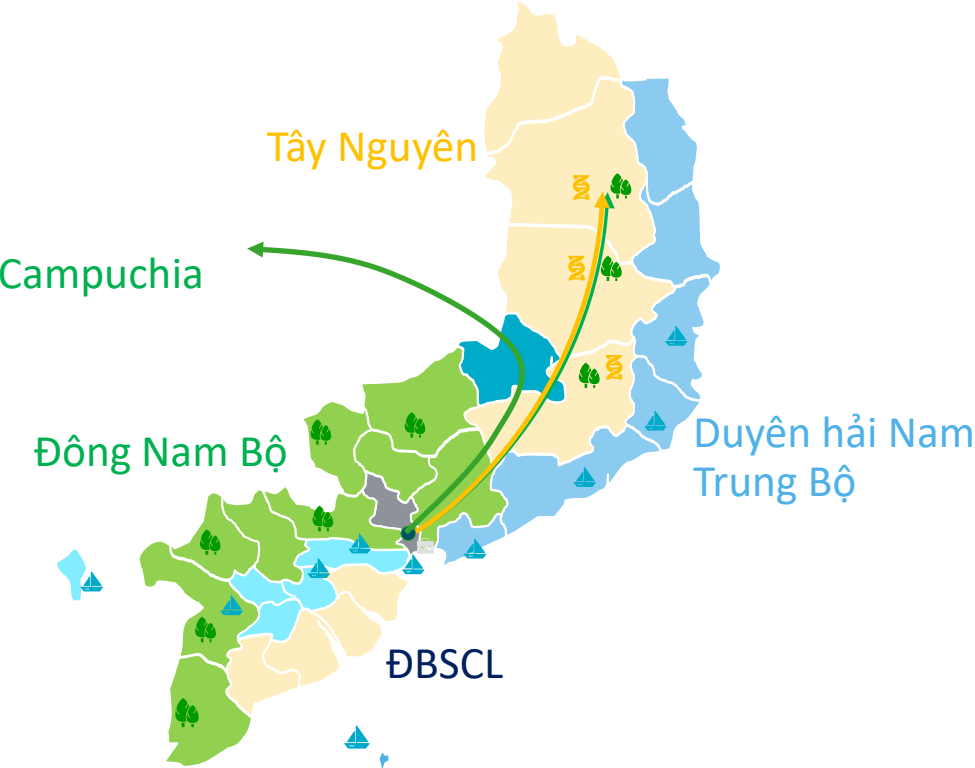
Tiềm năng khai thác du lịch

Hiện tại Tương lai



Đắk Nông có tiềm năng phát triển liên kết vùng với các khu vực lân cận, đặc biệt là TP.HCM và Campuchia nhằm phát triển du lịch liên kết

Liên kết vùng



■ Khám phá thiên nhiên ■ Văn hóa, lịch sử ■ Khám phá biển đảo, đường thủy

		TP. HCM	Lâm Đồng	Đắk Nông	Đắk Lắk
Linh hồn Tây Nguyên	Có các dịch vụ gì?	Văn hóa đa dạng và khu vực xanh bên ngoài Thành phố	Thành phố ngàn hoa và cao nguyên Langbiang	Văn hóa dân tộc thiểu số và các hồ tuyệt đẹp	Con đường cà phê và thác nước hùng vĩ
		 Nhà thờ Đức Bà Sài Gòn	 Nhà thờ Đà Lạt	 Văn hóa Cồng Chiêng	 Bảo tàng cà phê
# Tây Nguyên # Trải nghiệm văn hóa vùng cao Nguyên phía Tây	Các điểm tham quan	 Vàm Sát	 Đỉnh Langbiang	 Hồ Tà Đùng	 Buôn Đôn
		 Làng sinh thái Fosaco	 Hồ Xuân Hương	 Hồ Tây Đắk Mil	 Thác Dray Nur

Tuy vậy, các địa điểm du lịch văn hóa & tâm linh chủ yếu tập trung ở Gia Nghĩa, chưa tạo được tính kết nối thành một hành trình du lịch hoàn chỉnh khắp tỉnh

Đánh giá các địa điểm Văn hóa và Di sản

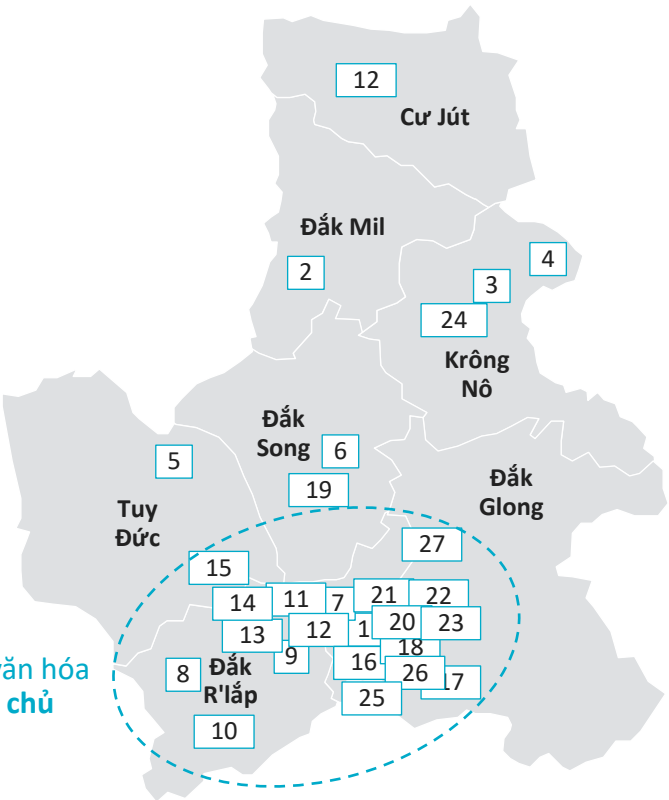


Bảo tàng & khu trưng bày

- 1 Bảo tàng âm thanh Đắk Nông

Di tích lịch sử, du lịch tâm linh

- 2 Di tích lịch sử Ngục Đắk Mil
- 3 Căn cứ kháng chiến B4 – Liên khu IV
- 4 Di tích lịch sử Nơ Trang Gưh
- 5 Di tích Anh hùng Nơ Trang Lơng
- 6 Thiền viện Trúc lâm Đạo Nguyên
- 7 Chùa Pháp Hoa
- 8 Chùa Phước Thành
- 9 Chùa Trúc Lâm
- 10 Chùa Hoa Khai
- 11 Tịnh xá Ngọc Đạt
- 12 Tịnh xá Đức Niệm
- 13 Chùa Phước Quang



Địa điểm du lịch văn hóa & di sản tập trung chủ yếu ở Gia Nghĩa



Di tích lịch sử, du lịch tâm linh

- 14 Chùa Pháp Viên
- 15 Chùa Viên Sơn
- 16 Phước Điền Tự
- 17 Chùa Bửu Lâm
- 18 Tịnh thất Thiện Hoa
- 19 Chùa Đắc Pháp

Lễ hội truyền thống

- 20 Lễ Hội Cơm Mới Đắk Nông
- 21 Lễ hội văn hóa thổ cẩm
- 22 Lễ hội cồng chiêng
- 23 Lễ hội bỏ mả
- 24 Lễ hội Tắm Blang M'prang Bon

Làng nghề truyền thống

- 25 Làng nghề rượu cần Đắk Nia
- 26 Làng nghề thổ cẩm Đắk Nia
- 27 Làng nghề đan lát M'Nông

Đánh giá Điểm sản phẩm và Nhu cầu trong tương lai cho thấy tỉnh có nhiều tiềm năng mảng Ẩm thực, Mua sắm & Giải trí nhờ vào các đặc trưng vùng miền sẵn có

Đánh giá các mảng sản phẩm du lịch khác của Đắk Nông

Các mảng sản phẩm du lịch	Điểm đến chính ở Đắk Nông	Đặc điểm & nhận định chính	Tiềm năng khai thác du lịch		
			Hiện tại	Tương lai	
Ẩm thực 	• Điền Trang Hoa Mai • 48 - DAKLAO CAFÉ • Cơm niêu Hương Miền Tây	• Các món ăn đặc trưng của tỉnh gắn liền với văn hóa Tây Nguyên và đặc sản vùng núi • Chất lượng dịch vụ là một vấn đề lớn, với lực lượng lao động chưa được đào tạo chuyên nghiệp			Cần tăng độ nhận diện trên bản đồ du lịch & nâng cao chất lượng dịch vụ
Mua sắm 	• Chợ Kiến Đức • Chợ Tình Đắk R'Mằng • Chợ Huyện Đắk Song	• Các mặt hàng trưng bày rất đặc trưng văn hóa riêng của đồng bào H'Mông • Vệ sinh trong các chợ còn kém, chưa hợp phục vụ khách du lịch			Cần cải thiện cơ sở hạ tầng , mở thêm cửa hàng lưu niệm ở vị trí thuận lợi hơn
Giải trí 	• Karaoke BunThoong • Lodge Club • Sân vận động tỉnh Đắk Nông	• Các hoạt động vui chơi & giải trí rất hạn chế cả về ban ngày lẫn về đêm • Cơ sở vật chất chỉ đủ đáp ứng nhu cầu dân địa phương			Cần sự đầu tư mạnh mẽ để đa dạng hóa dịch vụ giải trí cho du khách
Kinh doanh & MICE 	Rất hạn chế, hầu hết là các nhà hàng lớn kiêm luôn cơ sở hội nghị	• Chưa có cơ sở kinh doanh & MICE đạt tiêu chuẩn dành cho các công ty và tập đoàn lớn tổ chức			Quãng đường di chuyển còn xa, dịch vụ còn yếu để trở thành TT MICE
Chăm sóc sức khỏe, trị liệu 	• Bệnh viện đa khoa tỉnh Đắk Nông • Bệnh viện đa khoa huyện Đắk Mil	• Cơ sở hạ tầng còn khiêm tốn, không được nâng cấp • Một số nơi thái độ phục vụ tốt nhưng chưa đồng đều, tay nghề các bác sĩ còn hạn chế			Tiềm năng ít do quãng đường xa & dịch vụ hạn chế

Hiện tại, cẩm nang du lịch của tỉnh chưa được phát hành rộng rãi; việc phát triển ứng dụng du lịch cũng như trung tâm thông tin hỗ trợ khách cần được nghiên cứu

Hiện trạng của mảng hỗ trợ khách du lịch của Đắk Nông

Tỉnh Đắk Nông cần phát triển mạnh mẽ hơn ở mảng hỗ trợ khách du lịch... ...với trung tâm thông tin du lịch TP. HCM là ví dụ điển hình mà tỉnh cần hướng đến



Vấn đề

- Cẩm nang du lịch của Đắk Nông vẫn **chưa được biết đến rộng rãi, chưa phân bố được** bản cứng đến các khách sạn tại địa phương
- Vẫn **chưa có một Trung tâm thông tin du lịch chuyên để hỗ trợ khách du lịch**
- **Thiếu Tình nguyện viên thông tin du lịch** và một **ứng dụng di động chuyên dụng** để cung cấp cho khách du lịch thông tin cập nhật trên đường di chuyển trong thành phố



Cơ hội

- **Cập nhật kịp thời các ấn phẩm du lịch**, đặt các ấn phẩm này ở những địa điểm thu hút khách du lịch chính để phổ cập thông tin
- **Đầu tư trung tâm dịch vụ du lịch** - một địa điểm chuyên trách mà ở đó luôn có sẵn các chuyên gia được đào tạo với kiến thức sâu rộng về du lịch tỉnh để hỗ trợ du khách
- **Tổ chức tổng đài chuyên trực hỗ trợ khách du lịch từ xa**



Nghiên cứu điển hình: Trung tâm thông tin du lịch TP. HCM

Thông tin nhanh

- 2 chi nhánh được ra mắt năm 2017 (một tại Công viên 23/9 và một tại Công viên Cầu cảng) và 2 chi nhánh mới được ra mắt gần đây
- Mở cửa từ 8 giờ sáng đến 9 giờ tối hàng ngày



Xếp hạng và đánh giá



"Thoải mái đặt câu hỏi-
Trải nghiệm tuyệt vời!"
Bao Anh

"Xuất sắc. Thân thiện và
nói tiếng Anh."
Matti Dierks

Tổng quan dịch vụ

- Cung cấp các ấn phẩm du lịch miễn phí, bao gồm bản đồ, sách hướng dẫn và các quy tắc ứng xử - đa số có sẵn bằng tiếng Anh nhưng một số cũng có sẵn bằng các ngôn ngữ khác
- Truy cập Internet, dịch vụ máy tính và trạm sạc miễn phí
- Nhân viên toàn thời gian đa ngôn ngữ và tình nguyện viên tại chỗ để hỗ trợ khách du lịch

Tỉnh Đắk Nông chưa có một bộ phận chuyên giám sát trải nghiệm của khách du lịch sau chuyến đi để từ đó rút ra bài học và củng cố kịp thời

Hiện trạng của mạng cơ quan giám sát du lịch của Đắk Nông

Tỉnh Đắk Nông vẫn còn thiếu phòng ban theo dõi trải nghiệm du khách...



Vấn đề

- Chưa có một **Phòng ban** chuyên theo dõi trải nghiệm của du khách và liên lạc lại với những đơn vị liên quan
- Hệ thống gửi câu hỏi và tiếp nhận góp ý của tỉnh còn **sơ sài so với các tỉnh bạn**
- Du khách có thể chần chừ khi gọi trực tiếp giám đốc các sở ban ngành, do đó đưa ra **phản hồi thông qua các kênh khác** và có thể **tạo ra tác động tiêu cực** (v.d. qua các bài đăng trên mạng xã hội, thông qua video trực tuyến hoặc Trip Advisor)



Cơ hội

- **Thiết lập một Phòng ban chuyên nghiệp** để theo dõi hành vi, đặc tính và trải nghiệm của khách hàng sau mỗi chuyến đi
- Liên kết với những đơn vị khách sạn, nhà hàng để kịp thời cập nhật, có động thái chấn chỉnh khi có ý kiến đóng góp của khách hàng

...đây là cơ hội cho tỉnh để thiết lập hệ thống tiếp nhận góp ý, phản ánh chuyên nghiệp như của TP. HCM

Nghiên cứu điển hình: Hệ thống gửi câu hỏi, tiếp nhận phản ánh, góp ý của TP. HCM

The screenshot shows the 'Phản ánh & Góp ý' (Feedback & Suggestion) page on the website of Ho Chi Minh City. The page has a header with the city's name and a navigation bar. Below the header, there is a search bar and a list of questions. The questions are numbered and include a 'Đã xử lý' (Already processed) status and a thumbs up/down icon. The form for submitting feedback includes fields for 'Lĩnh vực' (Area), 'Họ Tên' (Full Name), 'Điện thoại' (Phone), and 'Email'. There are also buttons for 'Gửi phản ánh - góp ý' (Submit feedback - suggestion) and 'Gửi câu hỏi' (Submit question).

Nhận định chính

- Khách du lịch **đăng trực tiếp** những phản ánh và góp ý về trải nghiệm du lịch thành phố lên trang web du lịch TP. HCM
- Những phản ánh sẽ được **trả lời trực tiếp** và **cập nhật** để du khách tiện theo dõi

Tỉnh Đắk Nông cần tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực, nâng cao việc hỗ trợ doanh nghiệp trong ngành để đẩy nhanh tiến độ hoàn thành dự án

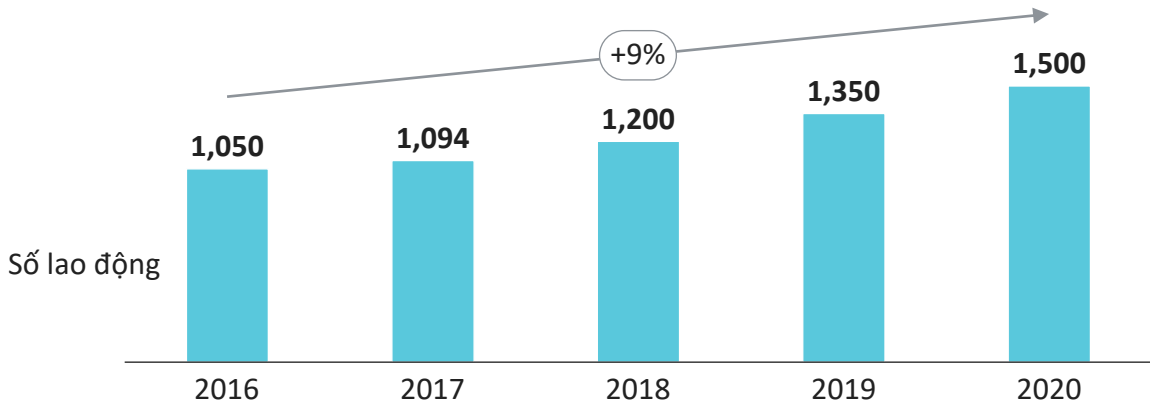
Tóm tắt đánh giá các yếu tố hỗ trợ

Phân đoạn	Điểm mạnh	Vấn đề	Cơ hội
Tiêu chuẩn & Quy định	Đắk Nông đã ban hành Nghị quyết 06/2018/NQ-HĐND để đưa ra các chính sách khuyến khích, hỗ trợ đầu tư vào tỉnh Đắk Nông	Cơ chế pháp lý hiện nay vẫn còn thiếu sự phối hợp giữa các ngành, địa phương (hỗ trợ đầu tư, giải phóng mặt bằng)	Phối hợp giữa các ban ngành liên quan để hiện thực hóa các kế hoạch đã đề ra trong chương trình hành động Phối hợp tư nhân & nhà nước để chung sức quảng bá du lịch Tỉnh
Cơ sở hạ tầng Yếu tố quan trọng cho phát triển du lịch	Kết nối đường bộ cơ bản đã được thiết lập với các tỉnh lân cận nhờ đường QL14, QL14C và QL28	81% đoạn đường tỉnh lộ chỉ có 2 làn xe; tỷ lệ đường huyện chưa được nhựa hóa, bê tông hóa chỉ chiếm 24% Chất lượng kết cấu hạ tầng do VCCI đánh giá xếp hạng thấp xếp thứ 57/63)	Tập trung kinh phí để nâng cấp các đoạn đường mẫu chốt, có tính kết nối tới các địa điểm du lịch quan trọng của tỉnh mà chất lượng còn thấp
Nguồn nhân lực Yếu tố quan trọng cho phát triển du lịch	Lượng lao động dồi dào với độ tuổi còn trẻ, thích hợp để làm du lịch	Khả năng ngoại ngữ của nguồn nhân lực hạn chế - Khó tuyển dụng vị trí quản lý từ nguồn lực địa phương do trình độ còn thấp	Liên kết với các khách sạn lớn trong và ngoài tỉnh để tổ chức cái buổi nói chuyện trao đổi kinh nghiệm, mở ra cơ hội thực tập Cập nhật giáo trình để phù hợp hơn với thực trạng du lịch
Số hóa	Bước đầu đã thiết lập sự hiện diện trên các kênh thông tin điện tử như Facebook, baodaknong, website riêng của sở	Ngân sách và nguồn nhân lực của tỉnh hạn chế, do vậy chưa có nguồn lực cần thiết để để số hóa du lịch cho tỉnh	Đầu tư mạnh mẽ vào ứng dụng du lịch, thiết lập kiosk thông tin, mã QR tại địa điểm du lịch nhằm tăng trải nghiệm của du khách
Đầu tư Yếu tố quan trọng cho phát triển du lịch	Nguồn vốn đầu tư đã được đẩy mạnh trong những năm gần đây vào ngành du lịch, khẳng định hơn nữa tiềm năng của tỉnh trong tương lai	- Những khó khăn trong vấn đề giao đất, cho thuê đất - Các nhà đầu tư với tốc độ triển khai chậm, chưa kích thích được ngành du lịch tỉnh	Tăng cường sự hợp tác giữa các nhà đầu tư và tỉnh trong vấn đề giải phóng đất đai Đẩy mạnh tiến độ hoàn thành các dự án du lịch tỉnh qua giám sát chặt chẽ hơn

Lao động ngành du lịch của Đắk Nông tăng đều qua các năm, mặc dù số lượng dồi dào nhưng kỹ năng chuyên môn và ngoại ngữ còn hạn chế

Tổng quan về ngành lao động của tỉnh

Lực lượng lao động trong ngành du lịch tăng nhanh ...

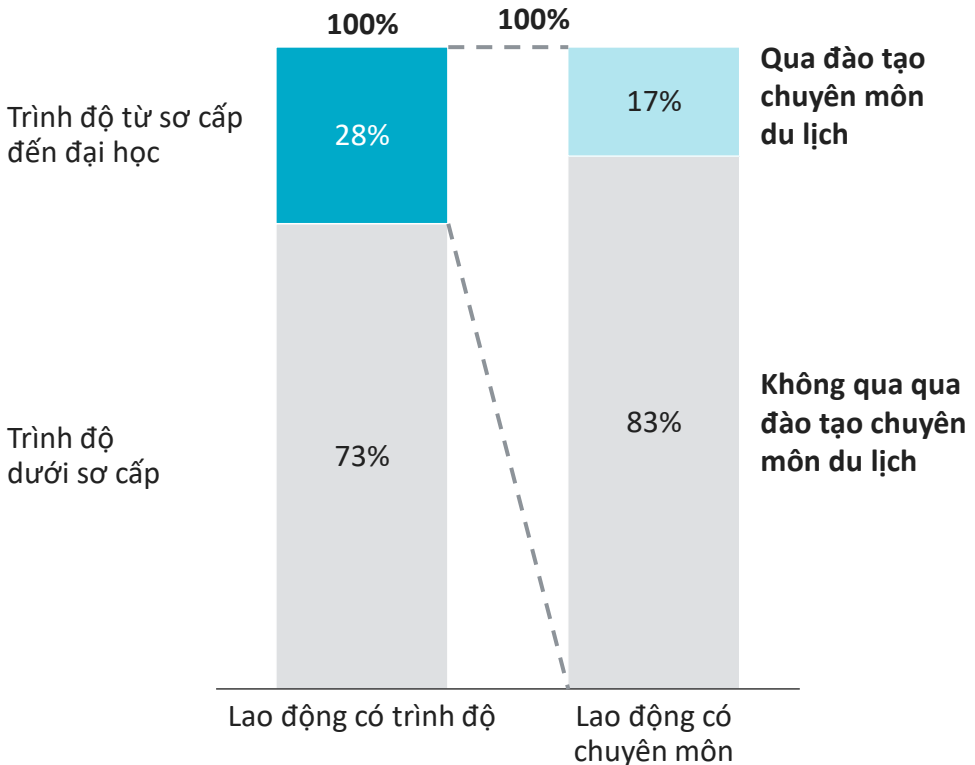


"Các doanh nghiệp ở địa bàn tỉnh đa phần là các doanh nghiệp nhỏ nên nguồn kinh phí có hạn, chưa thể tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa đào tạo chuyên nghiệp"



Giám đốc một khách sạn tại Đắk Nông

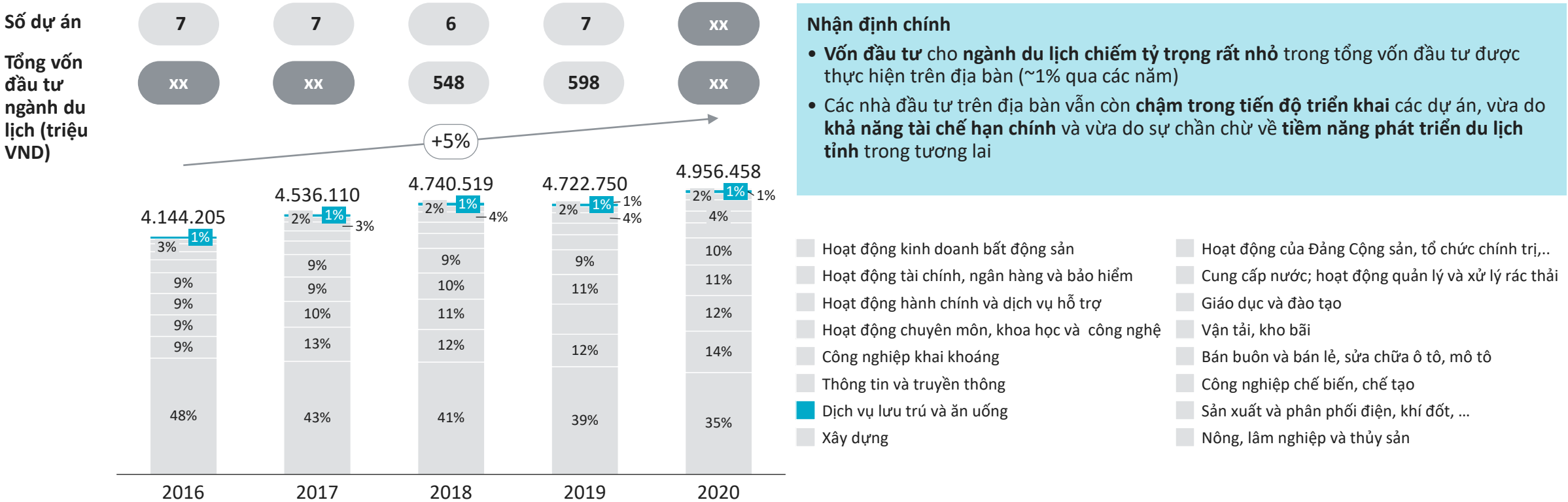
... tuy nhiên chất lượng còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu

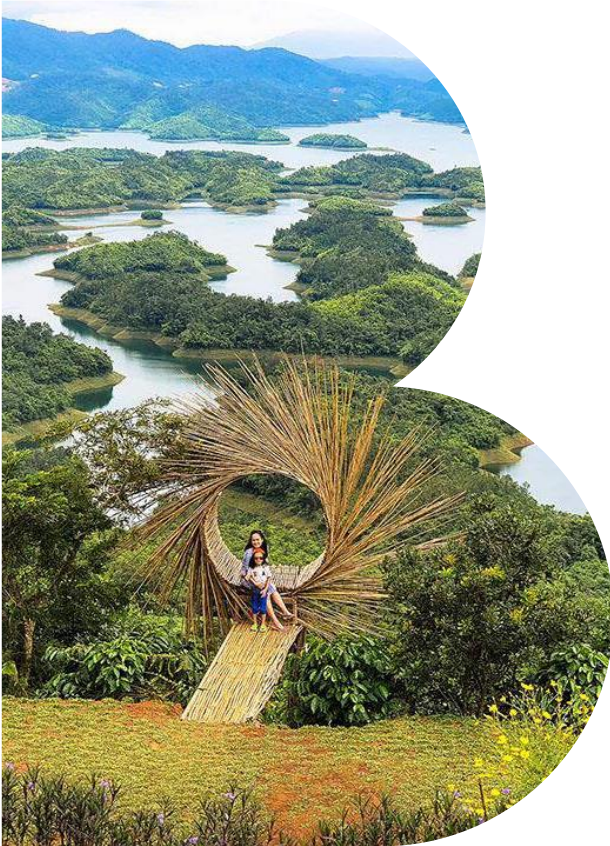


Mặc dù vốn đầu tư của ngành du lịch tỉnh tăng qua các năm gần đây nhưng vẫn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng vốn đầu tư; phần lớn các danh mục đều quy mô nhỏ

Tổng quan về vốn đầu tư vào ngành du lịch

Vốn đầu tư thực hiện trên địa bàn theo giá so sánh 2010 phân theo ngành kinh tế (triệu đồng)





B. Tổng hợp SWOT

Phân tích SWOT ngành công nghiệp tỉnh Đắk Nông



Đắk Nông có nguồn tài nguyên và khí hậu lý tưởng cho SX công nghiệp cùng dân số tăng nhanh, cơ cấu kinh tế chuyển dịch tích cực và chuỗi giá trị cơ bản được liên kết

Các thế mạnh của ngành công nghiệp



- **Nguồn tài nguyên và khí hậu lý tưởng**

- Tỉnh có nguồn tài nguyên bô xít lớn và quỹ đất bazan màu mỡ, thuận lợi cho việc phát triển khai thác quặng bô xít, trồng cà phê và hồ tiêu
- Bức xạ mặt trời tốt và tốc độ gió ổn định, thích hợp để thiết lập ngành năng lượng tái tạo



- **Tiềm năng nguồn lao động địa phương do tỷ suất di cư thuận tốt**

- Tỷ suất di cư thuận của tỉnh (nhập cư - xuất cư) tốt - ở mức bình quân 1,09%/năm qua giai đoạn 2011-2020, cho thấy người dân ở lại tỉnh nhiều hơn, tạo ra nguồn lao động dồi dào cho tỉnh trong tương lai



- **Cơ cấu kinh tế đang chuyển dịch theo hướng tích cực**

- Người dân đang tích cực giảm dần các loại hình sản xuất thô sơ và chủ động hơn trong việc trồng trọt, sản xuất các sản phẩm có giá trị cao hơn nhằm đáp ứng kịp thời xu hướng của thị trường



- **Đã bắt đầu liên kết được chuỗi giá trị trong sản xuất**

- Các chuỗi giá trị về cơ bản đã bắt đầu được hình thành, điển hình như chuỗi giá trị quặng bô xít – alumin cũng như hạt cà phê thô – cà phê rang/xay và cà phê bột hòa tan, qua đó tạo ra giá trị thặng dư cho tỉnh

Dẫu vậy, các vấn đề về năng lực doanh nghiệp, giá trị gia tăng sản phẩm, trình độ nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng cần được tìm ra giải pháp hợp lý

Các vấn đề chính của ngành công nghiệp



- **Doanh nghiệp chủ yếu thuộc cỡ vừa và nhỏ với năng lực tài chính hạn chế**
 - Các doanh nghiệp của tỉnh còn hạn chế về tiềm lực tài chính cũng như trình độ quản lý doanh nghiệp, do vậy chưa có nhiều dư địa để mang tới các đột phá lâu dài cho những sản phẩm chủ lực



- **Giá trị gia tăng của sản phẩm khiêm tốn**
 - Việc xuất khẩu thô các sản phẩm chủ lực của tỉnh vẫn còn chiếm đa số do nguồn lực hạn chế - giá trị sản phẩm không gia tăng nhiều dẫn đến sự không ổn định về giá xuất khẩu



- **Nguồn nhân lực hạn chế về trình độ**
 - Nguồn lao động nghề nghiệp đơn giản chiếm tới 76,1%, trong khi đó lao động chuyên môn kỹ thuật bậc cao chiếm chỉ 5,4% - tỷ lệ này không đủ cho một sự tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ hơn của tỉnh



- **Cơ sở hạ tầng thiếu đồng bộ**
 - Tỉnh hiện chỉ có kết nối giao thông bằng đường bộ và chất lượng đường xá chưa cao, các hình thức giao thông bằng đường sắt và đường hàng không hiện còn thiếu; điều này làm giảm khả năng phát triển kinh tế nội tỉnh và liên vùng

Đắk Nông cần chuẩn bị tiềm lực để đón đầu các cơ hội và xu hướng mới trên thế giới, nhằm tác động tích cực tới nền công nghiệp của tỉnh

Các cơ hội, xu hướng của ngành công nghiệp



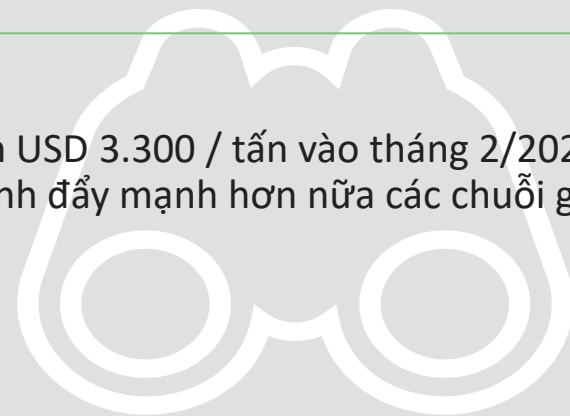
- **Mở rộng thị trường tiêu thụ dựa vào các hiệp định thương mại song phương, đa phương**
 - Các hiệp định thương mại sẽ giúp đẩy mạnh triển vọng xuất khẩu các sản phẩm công nghiệp của tỉnh, đặc biệt với việc nới lỏng biên giới các nước sau khi kiểm soát được đại dịch COVID-19



- **Xu hướng dịch chuyển nguồn vốn FDI do căng thẳng Mỹ -Trung ngày càng rõ nét hơn**
 - Tỉnh Đắk Nông hoàn toàn có thể tận dụng sự dịch chuyển nguồn vốn FDI khỏi Trung Quốc và đón đầu làn sóng đầu tư này, khi mà các tập đoàn đa quốc gia tìm đến các nước Châu Á khác để thiết lập cơ sở sản xuất của họ



- **Tăng giá nguyên vật liệu khi các nền kinh tế trên thế giới dần phục hồi**
 - Giá các nguyên vật liệu như Alumin đã tăng từ USD 1.700 / tấn đầu năm 2020 lên USD 3.300 / tấn vào tháng 2/2022 khi các nền kinh tế dần phục hồi sau đại dịch COVID-19, cho thấy tiềm năng để tỉnh đẩy mạnh hơn nữa các chuỗi giá trị công nghiệp sản xuất chủ lực sẵn có



Những nguy cơ về thiên tai & khí hậu, sức ép từ tỉnh lân cận và hội nhập quốc tế cũng cần được giảm thiểu triệt để

Các nguy cơ của ngành công nghiệp



- **Thiên tai và biến đổi khí hậu**

- Việc biến đổi khí hậu thất thường những năm vừa qua của Đắk Nông cùng với các dịch bệnh phức tạp tạo ra khó khăn lớn tới các sản phẩm nông – lâm – thủy sản của tỉnh - việc ứng phó chậm trễ sẽ gây ra những hậu quả khôn lường cho ngành công nghiệp tỉnh



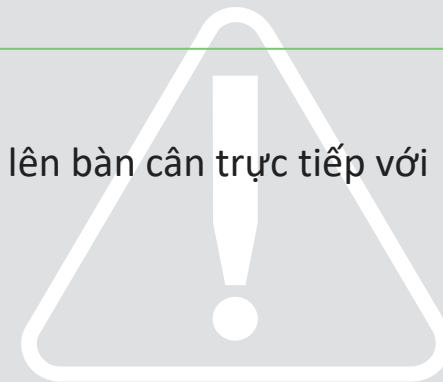
- **Giảm khả năng thu hút đầu tư do sức ép từ các tỉnh lân cận**

- Các tỉnh lân cận trong vùng Tây Nguyên như Đắk Lắk, Lâm Đồng, Gia Lai đều có xuất phát điểm tốt hơn Đắk Nông về cơ sở hạ tầng, kỹ thuật công nghệ cũng như nguồn nhân lực, từ đó gây ra khó khăn không nhỏ đến khả năng thu hút đầu tư của Đắk Nông



- **Cạnh tranh khốc liệt hơn từ việc hội nhập quốc tế**

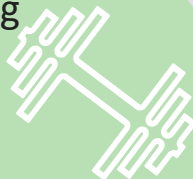
- Việc ký kết các hiệp định song phương và đa phương sẽ đặt sản phẩm của tỉnh Đắk Nông lên bàn cân trực tiếp với hàng hóa của nước ngoài, tạo ra sức ép cả trong thị trường nội địa lẫn quốc tế



Tóm tắt SWOT ngành nông – lâm – thủy sản tỉnh Đắk Nông

Điểm mạnh

- Khí hậu, thổ nhưỡng thuận lợi cho hoạt động sản xuất nông lâm nghiệp
- Cơ cấu kinh tế đang chuyển dịch theo hướng tích cực
- Liên kết sản xuất đã bắt đầu hình thành



Điểm yếu

- Sản xuất manh mún, nhỏ lẻ
- Thiếu hụt nhân lực có trình độ
- Cơ sở hạ tầng hạn chế và phương thức canh tác thô sơ
- Chuỗi cung ứng chưa hoàn thiện và độ nhận diện thương hiệu nông sản kém



Cơ hội



- Mở rộng thị trường tiêu thụ dựa vào các hiệp định thương mại song phương, đa phương
- Nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm xanh, nguồn gốc rõ ràng
- Ứng dụng CNTT trong sản xuất nông lâm thủy sản
- Định hướng và hỗ trợ từ chính phủ



Nguy cơ

- Biến đổi khí hậu và kịch bản nước biển dâng
- Tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp
- Cạnh tranh từ các thị trường khác
- Thâm canh, sử dụng hóa chất làm thái hóa đất

Tỉnh có điều kiện thuận lợi cho phát triển nông lâm thủy sản cũng với cơ cấu ngành nông lâm thủy sản đang chuyển dịch tích cực...

Các thế mạnh của ngành nông lâm thủy sản



- **Khí hậu, thổ nhưỡng thuận lợi cho hoạt động sản xuất nông lâm nghiệp**

- Đắk Nông có khí hậu phù hợp cho hoạt động sản xuất nông nghiệp với nền nhiệt cao, lượng mưa lớn
- Đắk Nông có đất đỏ bazan màu mỡ, thuận lợi cho sản xuất nông lâm nghiệp



- **Cơ cấu kinh tế đang chuyển dịch theo hướng tích cực**

- Cơ cấu ngành nông lâm thủy sản của tỉnh đang chuyển dịch, với việc giảm dần tỷ trọng các ngành sản xuất cho giá trị thấp (trồng trọt chất lượng thấp) sang các ngành sản xuất giá trị cao (cây ăn trái, rau màu, v.v))



- **Liên kết sản xuất đã bắt đầu hình thành**

- Việc liên kết sản xuất về cơ bản đã bắt đầu hình thành với nhiều mô hình mới như liên kết chăn nuôi, liên kết tiêu thụ sản phẩm cho các sản phẩm nông, lâm, thủy sản của tỉnh

... tuy nhiên ngành nông lâm thủy sản của tỉnh đang có những vấn đề lớn và cần cách tiếp cận hiệu quả để vượt qua...

Các vấn đề chính của ngành nông, lâm, thủy sản



- **Sản xuất manh mún, nhỏ lẻ**

- Nền sản xuất nông, lâm, thủy sản của tỉnh chủ yếu được cấu thành từ các vườn, trang trại nhỏ lẻ, manh mún gây hạn chế cho việc tổ chức sản xuất tập trung, cũng như đẩy mạnh cơ giới hóa và ứng dụng KHCN vào sản xuất



- **Thiếu hụt nhân lực có trình độ**

- Nguồn nhân lực trẻ, có kỹ năng đang bị thu hút về các tỉnh thành khác bởi các ngành kinh tế có lương, và đãi ngộ tốt hơn; nguồn nhân lực nhập cư đa số có trình độ và tay nghề thấp



- **Cơ sở hạ tầng hạn chế và phương thức canh tác thô sơ**

- Cơ sở hạ tầng sản xuất, đặc biệt là của nông dân và các hộ cá thể, nhỏ lẻ còn hạn chế, thô sơ
- Phương thức canh tác truyền thống ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng sản phẩm



- **Chuỗi cung ứng chưa hoàn thiện và độ nhận diện thương hiệu nông sản kém**

- Ngành nông – lâm – thủy sản của tỉnh mới chỉ dừng ở mức độ sản xuất. Việc tiêu thụ còn phụ thuộc nhiều vào trung gian (như thương lái, v.v.)
- Chưa phát triển thương hiệu nông sản của tỉnh

... cùng với đó, các cơ hội, xu hướng mới và có ảnh hưởng tích cực đến ngành nông lâm thủy sản đang dần hình thành...

Các cơ hội, xu hướng của ngành nông lâm thủy sản



- **Mở rộng thị trường tiêu thụ dựa vào các hiệp định thương mại song phương, đa phương**
 - Tăng trưởng triển vọng xuất khẩu các sản phẩm nông lâm thủy sản nhờ vào các hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương, cũng như sự khai thông hàng hóa sau khi đại dịch COVID-19 từng bước được kiểm soát



- **Nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm xanh, nguồn gốc rõ ràng**
 - Tăng trưởng nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm nông lâm thủy sản có lợi cho sức khỏe và đảm bảo tính bền vững môi trường, liên quan đến xu hướng tiêu thụ các sản phẩm hữu cơ, cũng như quan tâm về tính bền vững và truy xuất nguồn gốc



- **Ứng dụng CNTT trong sản xuất nông lâm thủy sản**
 - Sản xuất ứng dụng phương pháp, công nghệ tự động hóa thân thiện với môi trường, bảo vệ tài nguyên đất và nước, bao gồm việc sử dụng sản phẩm, công nghệ hữu cơ trong khai thác, nuôi trồng; các phương pháp sản xuất tiết kiệm tài nguyên thiên nhiên như tưới chính xác, nhỏ giọt, nuôi trồng trong nhà kính, các ứng dụng dữ liệu công nghệ tự động hóa, v.v



- **Định hướng và hỗ trợ từ chính phủ**
 - Các định hướng, hỗ trợ từ chính phủ liên quan đến việc cấp mã số vùng nuôi trồng, truy xuất nguồn gốc sản phẩm, cấp giấy chứng nhận chủng loại cho các sản phẩm xuất khẩu đến thị trường châu Âu, cũng như các khuyến khích của Chính phủ Việt Nam đến việc tập trung nguồn vốn đầu tư cho các dự án phát triển chế biến nông sản và cơ giới hóa nông nghiệp (Nghị định số 116/2019/NĐ-CP), v.v

... cũng như các nguy cơ, ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành trong hiện tại và tương lai

Các nguy cơ của ngành nông lâm thủy sản



- **Biến đổi khí hậu và kịch bản nước biển dâng**

- Biến đổi khí hậu và kịch bản nước biển dâng ảnh hưởng trực tiếp, và nghiêm trọng đến tình hình sản xuất nông – lâm – thủy sản



- **Tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp**

- Dịch bệnh diễn biến phức tạp gây ảnh hưởng đến năng suất, sản lượng, và giá cả cây trồng vật nuôi



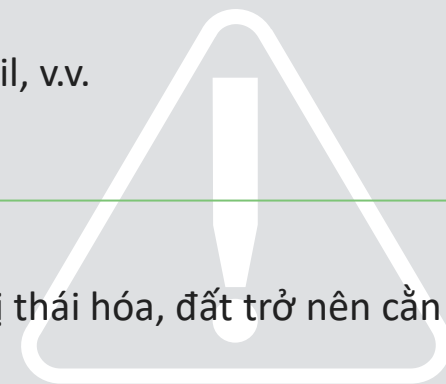
- **Cạnh tranh từ các thị trường khác**

- Cạnh tranh các sản phẩm nông sản từ các thị trường khác như Thái Lan, Campuchia, Brazil, v.v.



- **Thâm canh, sử dụng hóa chất làm thoái hóa đất**

- Việc thâm canh các giống nông sản và sử dụng hóa chất trong thời gian dài khiến giống bị thoái hóa, đất trở nên cằn cỗi, đe dọa đến sự phát triển của ngành nông nghiệp của tỉnh trong tương lai



Phân tích SWOT ngành du lịch tỉnh Đắk Nông



Đắk Nông có nguồn tài nguyên thiên nhiên và khí hậu lý tưởng cho ngành du lịch cùng nền văn hóa độc đáo và nỗ lực không ngừng của tỉnh để phục dựng di tích lịch sử

Các thế mạnh của ngành du lịch



- **Nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng, hoang sơ và khí hậu lý tưởng**

- Nổi tiếng với “thương hiệu” Công viên địa chất toàn cầu UNESCO, với hơn 100 hang động lớn nhỏ, các suối, thác và hồ nước; hầu hết đều còn hoang sơ, chưa có nhiều sự can thiệp của con người
- Khí hậu trong lành mát mẻ, dễ chịu quanh năm do nằm trên độ cao trung bình từ 600 - 700 m so với mực nước biển



- **Nơi hội tụ 40 dân tộc thiểu số với văn hóa cổ truyền độc đáo, đặc trưng**

- 40 dân tộc anh em, với mỗi dân tộc đều có các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể riêng, trong đó bao gồm không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên, đàn đá cũng như văn hóa ẩm thực của núi rừng như cơm lam, rượu cần, gà nướng...



- **Nỗ lực của tỉnh trong công tác phục dựng lại các di tích lịch sử**

- Trong những năm vừa qua, các cơ quan ban ngành đã có những động thái tích cực nhằm phục dựng các di tích lịch sử như nhà ngục Đắk Mil, Khu di tích lịch sử N'Trang Lơng, qua đó đa dạng hóa các địa điểm du lịch

Dẫu vậy, các vấn đề về tính liên kết sản phẩm du lịch, chất lượng cơ sở lưu trú, vui chơi giải trí, trình độ nguồn nhân lực và cơ sở hạ tầng cần được giải quyết hợp lý

Các vấn đề chính của ngành du lịch



- **Tính liên kết các sản phẩm du lịch còn hạn chế**

- Các điểm du lịch đặc trưng của tỉnh còn nằm cách xa nhau, chưa tạo thành một hành trình du lịch hoàn chỉnh qua đó tạo ra khó khăn di chuyển cho du khách



- **Các sản phẩm lưu trú, tham quan, vui chơi giải trí thiếu về cả chất và lượng**

- Do tiềm lực tài chính của các doanh nghiệp địa phương còn hạn chế, quy mô đầu tư vào các khách sạn, nơi vui chơi, tham quan giải trí còn chưa được nhiều, khó có thể đáp ứng nhu cầu của các tệp khách cao cấp hơn



- **Nguồn nhân lực hạn chế về trình độ**

- Nguồn lao động phần lớn chưa được đào tạo bài bản – LĐ làm nghề nghiệp đơn giản chiếm tới 76,1%, trong khi đó lao động chuyên môn kỹ thuật bậc cao chiếm chỉ 5,4%



- **Cơ sở hạ tầng thiếu đồng bộ**

- Tỉnh hiện chỉ có kết nối giao thông bằng đường bộ và chất lượng đường xá chưa cao, các hình thức giao thông bằng đường sắt và đường hàng không hiện còn thiếu; điều này làm giảm khả năng kết nối của khách du lịch

Đắk Nông cần chuẩn bị tiềm lực để đón đầu các cơ hội và xu hướng mới ở trong nước và trên thế giới, nhằm tác động tích cực tới nền du lịch của tỉnh

Các cơ hội, xu hướng của ngành du lịch



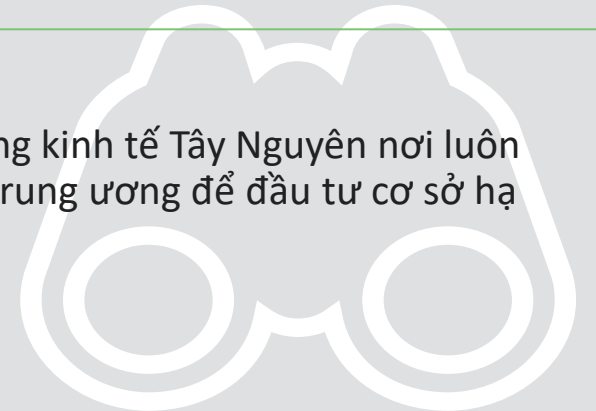
- **Đón đầu các xu hướng du lịch bền vững như du lịch sinh thái, văn hóa và cộng đồng**
 - Các xu hướng du lịch mang tính bền vững sẽ ngày một thịnh hành hơn ở Việt Nam và thế giới khi khách du lịch muốn tìm đến các trải nghiệm du lịch mới lạ hơn – tiềm năng cho Đắk Nông tập trung nguồn lực đầu tư để đón đầu làn sóng này



- **Dòng vốn đầu tư của khu vực kinh tế tư nhân liên tục tăng trưởng mạnh mẽ**
 - Các tập đoàn lớn của Việt Nam như Vingroup, FLC, Sun Group đang tích cực mở rộng địa bàn hoạt động trên khắp các tỉnh thành – cơ hội cho tỉnh Đắk Nông để cải cách thủ tục hành chính và môi trường kinh doanh để thu hút nguồn đầu tư này



- **Sự quan tâm đặc biệt của chính phủ do vị trí chiến lược của tỉnh**
 - Với vị trí chiến lược nằm tổng tam giác Campuchia – Lào – Việt Nam và thuộc vùng kinh tế Tây Nguyên nơi luôn được sự quan tâm đặc biệt từ Chính phủ, tỉnh Đắk Nông cần kêu gọi nguồn vốn trung ương để đầu tư cơ sở hạ tầng, làm bàn đạp cho sự phát triển về sau



Những nguy cơ về thiên tai & khí hậu, sức ép từ tỉnh lân cận và tình hình dịch bệnh cũng cần được tìm ra giải pháp giảm thiểu triệt để

Các nguy cơ của ngành du lịch



- **Thiên tai và biến đổi khí hậu**

- Thiên tai và biến đổi khí hậu thất thường những năm vừa qua của Đắk Nông gây ra các hậu quả về đường xá, cảnh quan thiên nhiên – cần có kế hoạch ứng phó kịp thời tránh gây ra những hậu quả lâu dài cho ngành du lịch tỉnh



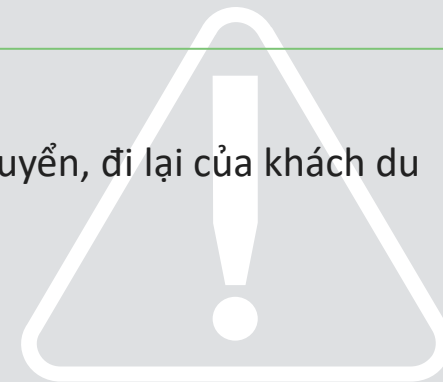
- **Giảm khả năng thu hút đầu tư do sức ép từ các tỉnh lân cận**

- Các tỉnh lân cận trong vùng Tây Nguyên như Đắk Lắk, Lâm Đồng, Gia Lai đều có xuất phát điểm tốt hơn Đắk Nông về cơ sở hạ tầng kết nối, tiềm lực tài chính cũng như nguồn nhân lực, từ đó gây ra khó khăn không nhỏ đến khả năng thu hút đầu tư của Đắk Nông



- **Tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp**

- Dịch bệnh COVID-19 phức tạp trong những năm qua đã tạo ra khó khăn lớn tới việc di chuyển, đi lại của khách du lịch trong nước và quốc tế





C. Các xu hướng phát triển hiện nay



C.1 Các xu hướng phát triển của ngành công nghiệp

Tóm tắt về hai xu hướng chính về ngành công nghiệp

1 Việt Nam đang nổi lên như một điểm đến hàng đầu của FDI – tiềm năng để Đắc Nông bứt phá và thu hút nguồn đầu tư này

- Trên toàn cầu, các công ty đang xem xét lại các chiến lược sản xuất và chuỗi cung ứng của họ để đảm bảo khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng; **Việt Nam đã nổi lên như một điểm đến đầu tư cạnh tranh**
- Việt Nam đã chứng kiến **tốc độ tăng trưởng FDI mạnh mẽ, với tốc độ CAGR là 6% trong 5 năm qua, với một trong những tốc độ tăng trưởng FDI cao nhất** trong số các khu vực Đông Nam Á đang phát triển, nhờ:
 - Việt Nam có **chi phí lao động thấp nhất** trong các nước Châu Á
 - **Gần Trung Quốc**, hưởng lợi từ chiến lược China Plus One, khi các công ty tìm cách đa dạng hóa cơ sở sản xuất
 - **Môi trường kinh doanh thân thiện với nhà đầu tư nước ngoài**, ổn định chính trị và quan hệ thương mại tốt đẹp; đã được cải thiện trong xếp hạng Lý tưởng để kinh doanh của WB
- Việt Nam đang tìm cách duy trì bằng các ưu đãi mạnh mẽ cho các lĩnh vực công nghệ cao và cũng đang quản lý tỷ lệ lạm phát tốt
- Các nguồn FDI hàng đầu là các nước Châu Á: **Singapore, Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc và Đài Loan**

2 Nhu cầu của doanh nghiệp về năng lượng tái tạo ngày càng tăng

- Chính phủ Việt Nam nhấn mạnh đến an ninh năng lượng và thúc đẩy điện mặt trời trở thành một lĩnh vực công nghệ mới; trong tương lai, các quy định mới dự kiến sẽ **mở ra thị trường để cho phép năng lượng tái tạo thâm nhập nhiều hơn, bao gồm cả năng lượng mặt trời và gió** (mục tiêu tăng thêm 30 GW vào năm 2030)
- Kể từ năm 2015, nhu cầu điện của Việt Nam đã **tăng trung bình 10% mỗi năm** do sự bùng nổ kinh tế mạnh mẽ, gia tăng dân số và công nghiệp hóa nặng nề hơn
- Việt Nam cam kết giảm phát thải tại COP26 và nỗ lực hơn nữa của Thủ tướng Chính phủ để đạt được **mức phát thải carbon ròng bằng 0 vào năm 2050**, do đó tăng nhu cầu năng lượng từ các nguồn tái tạo để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng
- **Quy hoạch phát triển điện VIII** có kế hoạch phát triển công suất điện gió và điện mặt trời lần lượt lên 18-19 GW và 19-20 GW vào năm 2030 và ban hành **Luật Đối tác Công-Tư (PPP)** vào tháng 1 năm 2021 cho phép tư nhân hóa xây dựng lưới điện có thể giúp giảm bớt hạn chế về lưới điện

Đông Nam Á, đặc biệt là Việt Nam, được kỳ vọng sẽ được hưởng lợi từ chiến lược "Trung Quốc cộng một" và xu thế tổ chức lại chuỗi cung ứng

Xu thế toàn cầu

Các doanh nghiệp xem xét lại các chiến lược sản xuất và chuỗi cung ứng để đảm bảo khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng dựa trên:

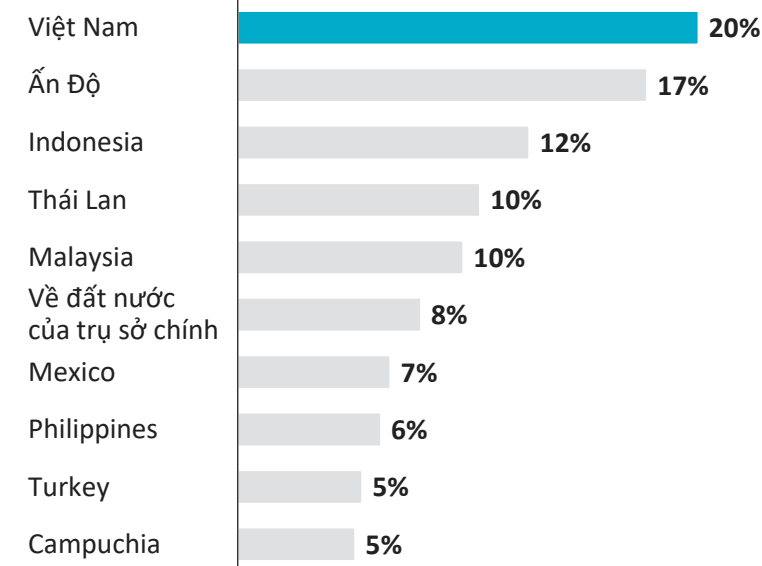
- **Chiến lược Trung Quốc Cộng Một:** (1) Các công ty tìm kiếm cơ sở sản xuất thay thế có chi phí thấp hơn khi chi phí lao động ngày càng tăng ở Trung Quốc và (2) tránh dựa dẫm quá mức vào một cơ sở sản xuất bất kỳ nào
- **Thay đổi chiến lược tìm nguồn cung ứng:** (1) thiết kế lại nhiều mạng lưới phân phối đưa các nguồn cung ứng đến gần hơn với thị trường tiêu thụ cuối cùng, thúc đẩy chiến lược tìm nguồn cung ứng trong khu vực; (2) nearshoring và reshoring do các mối quan tâm về tính tuân thủ và tính bền vững
- **Tăng trưởng kinh tế ở các thị trường mới nổi:** Tiêu dùng nội địa tăng do tầng lớp thu nhập ngày càng tăng và mở rộng sản xuất ở các nền kinh tế mới nổi
- **Căng thẳng địa chính trị:** Tăng tốc đa dạng hóa chuỗi toàn cầu

Tổ chức lại toàn cầu của chuỗi cung ứng

Những phát hiện chính của khảo sát Gartner¹⁾

- 1 **Sự gián đoạn trong chuỗi cung ứng toàn cầu**
33% đã chuyển các hoạt động tìm nguồn cung ứng và sản xuất ra khỏi Trung Quốc hoặc có kế hoạch làm như vậy trong 2-3 năm tới - Đại dịch càng làm rõ rệt nhu cầu đa dạng hóa chuỗi cung ứng
- 2 **Chi phí thuế quan: lý do chính để di chuyển chuỗi cung ứng**
40% công ty cho rằng thuế quan do chính phủ Trung Quốc áp đặt đã làm tăng chi phí chuỗi cung ứng lên tới 10%; đối với 1/4 số người được hỏi, tác động thậm chí còn cao hơn
- 3 **Các công ty đang tìm cách cải thiện khả năng phục hồi của chuỗi cung ứng**
Chỉ có 21% người trả lời khảo sát tin rằng hiện họ có một mạng lưới có khả năng phục hồi cao – Nhưng 55% tin họ sẽ có mạng lưới có khả năng phục hồi cao trong hai hoặc ba năm tới - thông qua việc đa dạng hóa sản xuất

Nếu công ty của bạn chuyển hoạt động khỏi Trung Quốc, thì sẽ có nhiều khả năng chuyển đến địa điểm nào nhất?²⁾

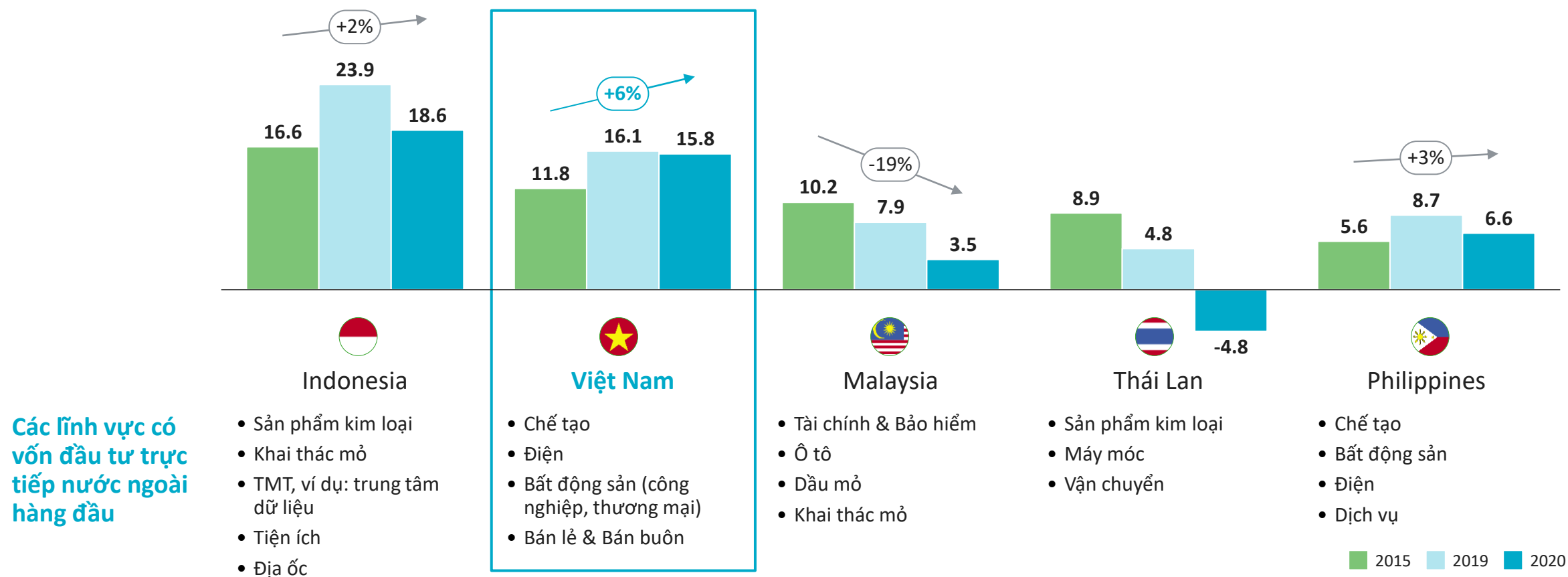


Đông Nam Á và các quốc gia đang phát triển khác được kỳ vọng sẽ được hưởng lợi từ chiến lược "Trung Quốc cộng một" và tổ chức lại chuỗi cung ứng - Việt Nam nói riêng được coi là quốc gia hưởng lợi chính

1) Khảo sát của Gartner về 260 công ty toàn cầu có chuỗi cung ứng và các chức năng liên quan trong nhiều ngành, bao gồm công nghệ cao, công nghiệp và thực phẩm & đồ uống; bao gồm Bắc & Nam Mỹ và các khu vực EMEA và APAC - không có thông tin chi tiết nào khác; 2) Khảo sát hơn 1.200 giám đốc điều hành chuỗi cung ứng (Chỉ số Logistics các thị trường mới nổi 2021)

Trong số các quốc gia ĐNÁ đang phát triển, VN đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ về đầu tư FDI, với tốc độ tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn COVID-19

Dòng vốn FDI ròng vào các quốc gia đang phát triển ở Đông Nam Á, 2015-2020^{1,2)} [tỷ USD]



1) Dữ liệu năm 2021 không có sẵn tại thời điểm báo cáo; 2) Dòng vốn FDI ghi lại giá trị của các giao dịch xuyên biên giới liên quan đến các khoản đầu tư trực tiếp trong một năm bao gồm các giao dịch cổ phần, tái đầu tư hoặc thu nhập và giao dịch nợ giữa các công ty. Dòng vào thể hiện các giao dịch làm tăng đầu tư của nhà đầu tư nước ngoài vào các doanh nghiệp cư trú trong nền kinh tế báo cáo trừ các giao dịch làm giảm đầu tư của nhà đầu tư nước ngoài vào các doanh nghiệp cư trú

Một số công ty đã chuyển hoạt động từ Trung Quốc sang Việt Nam, nhiều công ty khác đang có kế hoạch di dời sớm

Di dời sản xuất sang Việt Nam

Các công ty chuyển đến Việt Nam

- Một số công ty đã chuyển từ Trung Quốc sang hoạt động tại Việt Nam gần đây do căng thẳng giữa Hoa Kỳ và Việt Nam
- Trong số này có các công ty như Hanwha, Yokowo, Huafu, Goertek và TCL



Các công ty có kế hoạch di dời

- Một số công ty đã có kế hoạch chuyển hoạt động sang Việt Nam và cũng đã công bố các kế hoạch này
- Trong số này có những công ty lớn như Komatsu, Nintendo và Lenovo



Các công ty được chính phủ hỗ trợ để di dời

- Cụ thể là ở Nhật Bản, chính phủ hỗ trợ các công ty về mặt tài chính bằng nguồn vốn cho kế hoạch chuyển đến Việt Nam



Miền Trung tiếp tục ghi nhận tăng trưởng diện tích đất quy hoạch và tổng vốn FDI cao nhất trong giai đoạn 2015-2019

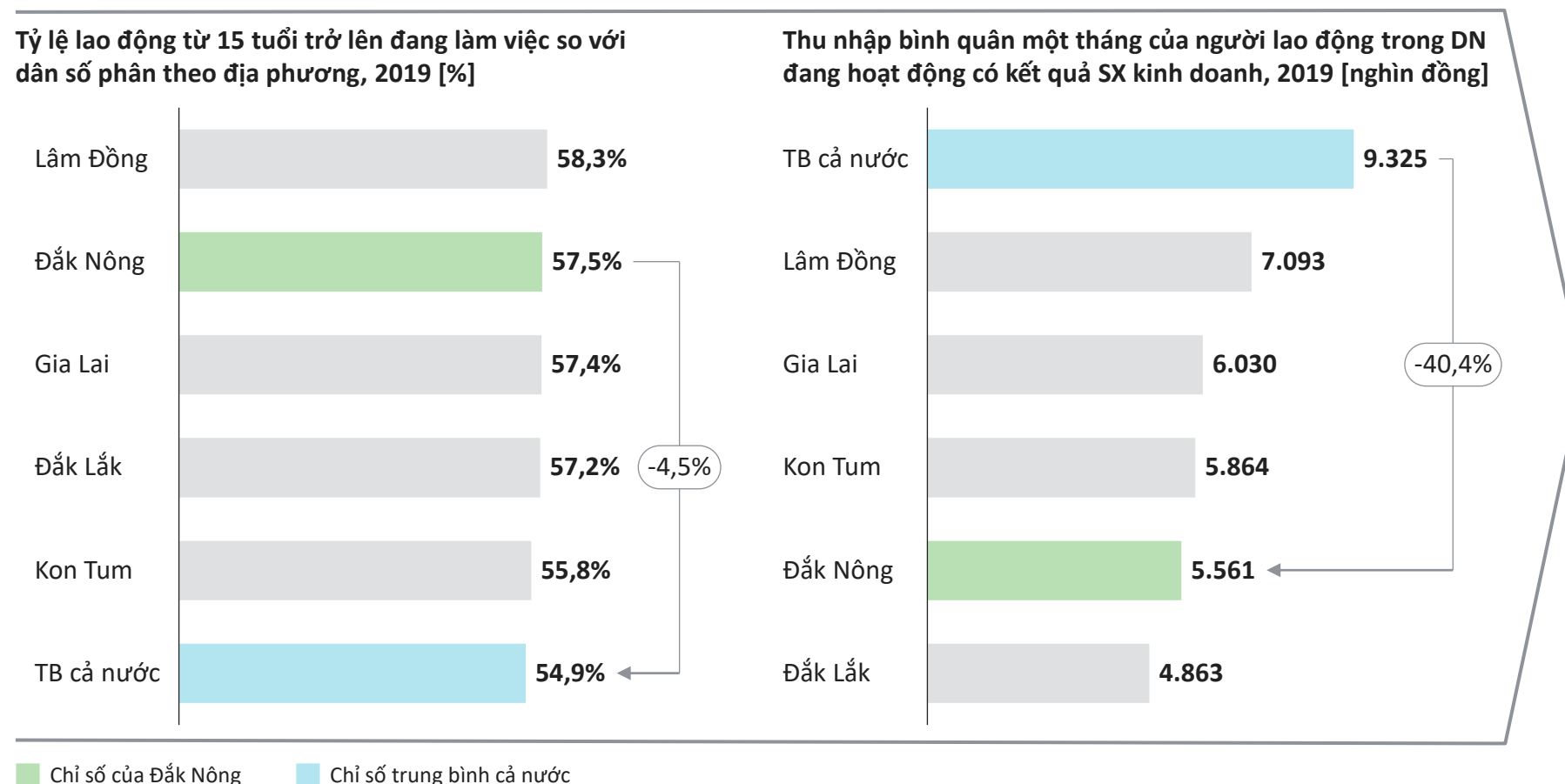
Số liệu thống kê tăng trưởng chính cho khu vực miền Bắc, miền Trung và miền Nam

	Số khu công nghiệp [Q2, 2020]	Công suất thuê trung bình [2020]	Số diện tích đất quy hoạch (ha) [2020]	Tốc độ tăng trưởng diện tích đất quy hoạch đã được phê duyệt (ha) CAGR [2020-2030]	FDI theo khu vực [tỷ USD, 2015-2019]		FDI theo tổng vốn đăng ký theo khu vực CAGR 2015-2019 ¹⁾
					2015	2019	
 Miền Bắc	95	73%	47.000	+4%	8,6	17,2	+18,9%
 Miền Trung	64	75%	12.000	+5,5%	1,1	2,7	+22,5%
 Miền Nam	130	73%	65.000	+3,5%	14,2	19,1	+7,9%

1) Giai đoạn 2020 chưa được xem xét do ảnh hưởng của Covid-19

Đắk Nông sở hữu nhiều nguồn nhân lực dồi dào và giá nhân công cạnh tranh để thu hút đầu tư từ làn sóng FDI mạnh mẽ vào Việt nam

Đánh giá về tỷ lệ tham gia lao động và thu nhập bình quân của Đắk Nông



Nhận xét



Tỉnh Đắk Nông có các lợi thế về nguồn lao động nội tại để thu hút làn sóng đầu tư:

- **Nguồn nhân lực dồi dào do tỷ lệ lao động đang làm việc cao:** 57,5% tổng dân số hiện đang tham gia vào lực lượng lao động, cao hơn trung bình của cả nước là 54,9% cho nguồn lao động sẵn có trong tỉnh khá dồi dào
- **Giá nhân công cạnh tranh:** Thu nhập trung bình một tháng của DN trong tỉnh chỉ hơn 5,5 triệu đồng, thấp hơn trung bình của cả nước đến 40%

Tuy nhiên, các động lực cạnh tranh khác của Đắk Nông cần phải được củng cố để bắt kịp với các tỉnh khác

Các động lực cạnh tranh cần cải thiện của Đắk Nông trong thu hút FDI

Động lực cần cải thiện



Quỹ đất sạch nhằm triển khai dự án



- Hiện tại, tình trạng người dân lấn chiếm đất nhằm canh tác xảy ra nhiều, do vậy quỹ đất sạch quy mô lớn của tỉnh đủ để đáp ứng yêu cầu của nhà đầu tư rất ít, ảnh hưởng đến tiến độ thu hút đầu tư
- Cần có các giải pháp thiết thực nhằm nhanh chóng giải phóng mặt bằng, tài sản trên đất nhằm cung cấp quỹ đất sạch tiềm năng cho các nhà đầu tư

Môi trường đầu tư và kinh doanh



- Mặc dù xếp hạng PCI của Đắk Nông đã được tăng lên từ thứ hạng 63 năm 2015 lên 60 năm 2020, tỉnh vẫn thuộc nhóm thấp nhất trong cả nước và thấp nhất trong vùng Tây Nguyên
- Cần có sự phối hợp của các sở ban ngành nhằm xây dựng, thực thi các chính sách thúc đẩy môi trường đầu tư và kinh doanh của tỉnh

Liên kết cơ sở hạ tầng



- Vị trí của tỉnh Đắk Nông còn cách khá xa các trung tâm kinh tế động lực, với liên kết cả trục dọc lẫn trục ngang còn yếu
- Chưa có các hình thức kết nối giao thông đột phá hơn như là về đường cao tốc, đường sắt và đường hàng không
- Do vậy, tỉnh cần triển khai nhanh chóng cơ sở hạ tầng đường cao tốc, đường hàng không và đường sắt, tạo ra bước nhảy đột phá trong việc liên kết với các trung tâm kinh tế động lực



"Đắk Nông có vị trí chiến lược quan trọng đối với đất nước, đặc biệt với khu vực Tây Nguyên.. Mặc dù tỉnh tiềm năng lớn nhưng nếu không thu hút, kêu gọi những tập đoàn lớn thì khó phát triển" – **Chủ tịch nước Nguyễn Xuân Phúc**

Nhu cầu của doanh nghiệp về năng lượng tái tạo ngày càng tăng, phần lớn là do các công ty đa quốc gia đang tìm cách đạt được các mục tiêu bền vững của họ

Khử cacbon trong hỗn hợp năng lượng

Sáng kiến RE100 đã thúc đẩy sự tăng trưởng đáng kể việc sử dụng năng lượng tái tạo...

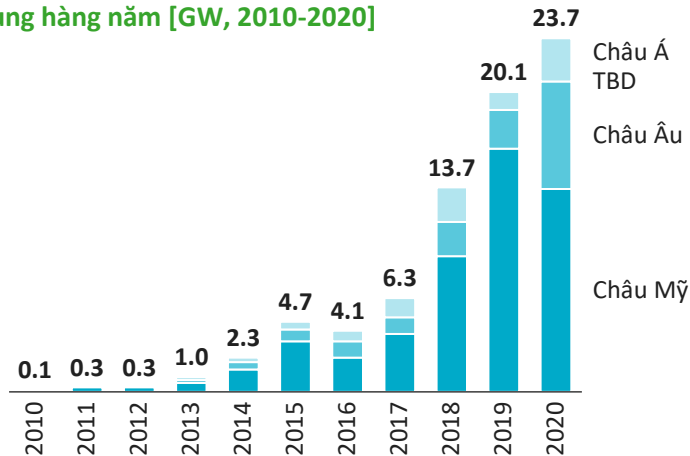
Các công ty đã đăng ký RE100



- RE100 là một sáng kiến toàn cầu, nơi các công ty toàn cầu trong nhiều lĩnh vực, đã cam kết sử dụng 100% điện tái tạo
- Cho đến nay, hơn 300 công ty lớn đang tham gia vào RE100, và tiếp tục

... Các thỏa thuận mua bán điện của doanh nghiệp đã trở thành động lực chính thúc đẩy phát triển năng lượng tái tạo ...

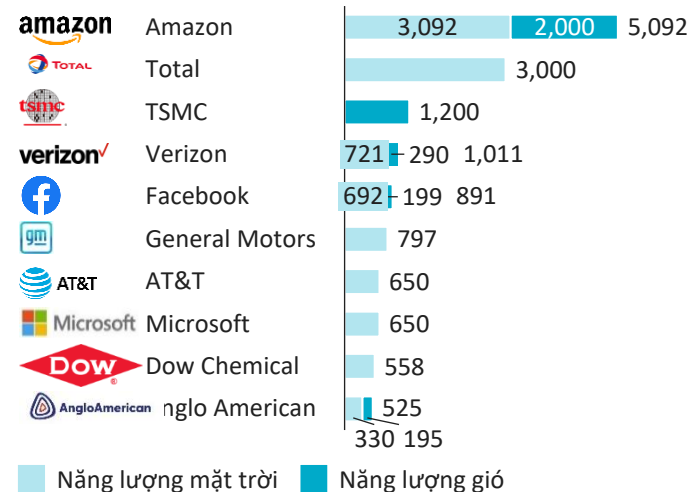
Sự phát triển của khối lượng HĐ mua bán điện năng lượng tái tạo toàn cầu của các công ty theo khu vực, bổ sung hàng năm [GW, 2010-2020]



- Khả năng mua điện tái tạo phụ thuộc nhiều vào các quy định của thị trường
- Tự do hóa thị trường phát điện cho thấy sự cởi mở của các quy định hỗ trợ năng lượng tái tạo, tuy nhiên việc này còn kém phát triển ở Châu Á TBD / Châu Phi

... Xuyên suốt tất cả khách hàng công nghệ và công nghiệp

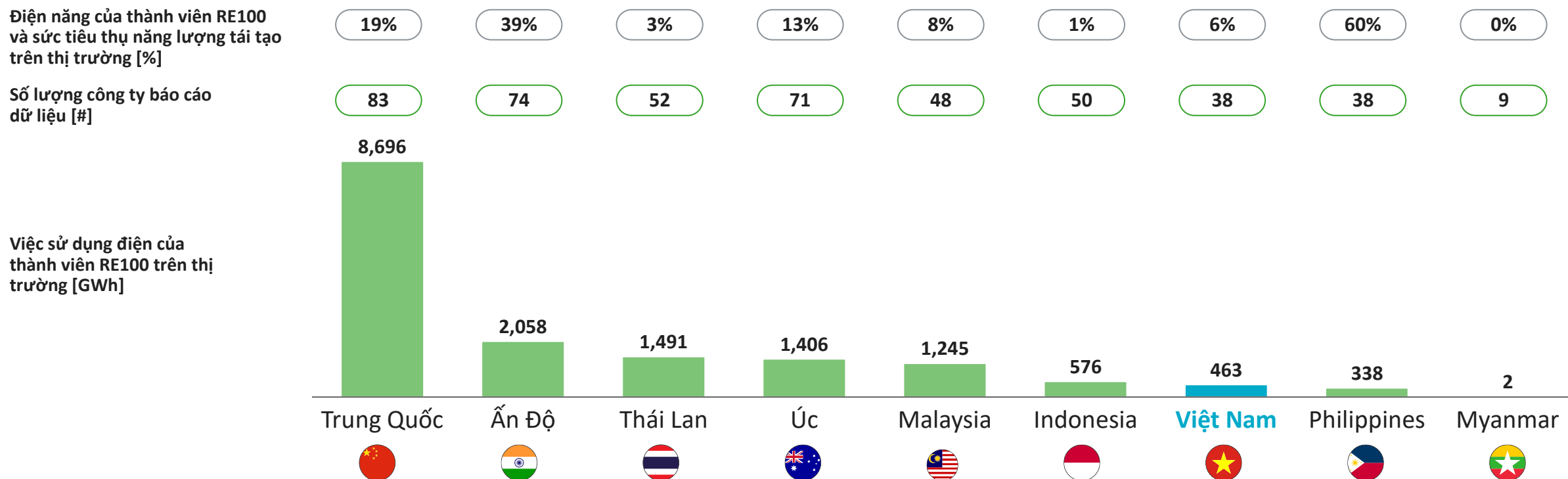
Các công ty mua năng lượng tái tạo hàng đầu [MW, 2020]



- Các công ty công nghệ toàn cầu có mục tiêu không carbon ròng đầy tham vọng và có mức tiêu thụ năng lượng cao, đặc biệt do các trung tâm dữ liệu đang phát triển

Đặc biệt, các thành viên RE100 cũng đang tích cực phát triển ở Đông Nam Á, và sẽ cần đáp ứng các cam kết 100% NLTT; tỷ trọng NLTT hiện vẫn còn rất thấp

Tiêu thụ điện và điện tái tạo của các thành viên RE100 theo thị trường, 2019



Thành viên RE100 có các mục tiêu đầy tham vọng là đạt được mức tiêu thụ 100% năng lượng tái tạo thường trong khoảng thời gian từ 5-15 năm; cơ hội mạnh mẽ để đáp ứng nhu cầu về NLTT, cả ở Việt Nam, cũng như các nước còn lại của Đông Nam Á

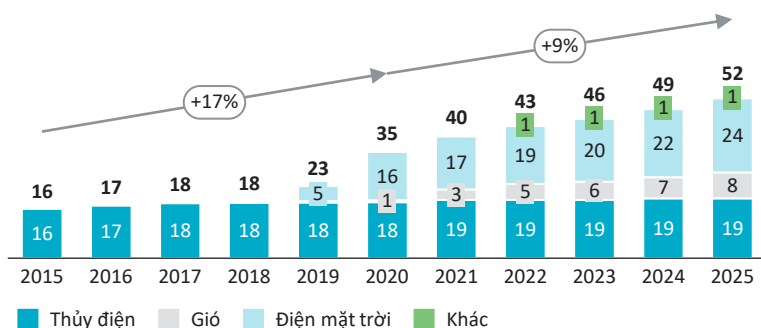
Lưu ý: Dữ liệu năm 2019 được báo cáo bởi 271 thành viên vào năm 2020; trong đó 152 cung cấp chi tiết về tiêu thụ điện năng lượng tái tạo

Tiềm năng năng lượng tái tạo mạnh ở Việt Nam với sự hỗ trợ mạnh mẽ của Chính phủ thông qua Quy hoạch phát triển điện VIII

Tiềm năng của năng lượng tái tạo

Năng lượng tái tạo

Tổng công suất NLTT, 2012 - 2025F [GW]



- **Nhu cầu nội địa mạnh mẽ thúc đẩy bởi tăng trưởng kinh tế:** Trong bối cảnh dân số ngày càng tăng và sự bùng nổ kinh tế, nhu cầu năng lượng đang tăng ở mức 8,1% hàng năm từ năm 2020 đến năm 2030
- **Các cam kết về môi trường của Chính phủ:** Việt Nam cam kết tại **COP26** về giảm phát thải và nỗ lực hơn nữa của Thủ tướng Chính phủ để đạt được **mức phát thải carbon ròng bằng 0** vào năm 2050, do đó làm tăng nhu cầu năng lượng từ các nguồn tái tạo
 - **Mục tiêu 10 năm vẫn còn đầy tham vọng:** đặc biệt là phát triển điện gió với mục tiêu 19 GW trong khi năng lượng gió hoạt động chỉ đạt **3,3 GW** vào Quý 3 năm 2021
 - **Ưu đãi dành cho các dự án NLTT:** Miễn hoàn toàn thuế TNDN trong 4 năm đầu và giảm 50% thuế TNDN trong 9 năm tiếp theo

Cam kết của chính phủ

Mục tiêu năng lượng tái tạo

- Năm 2025: **55,1 GW hoặc 54%** tổng năng lượng hỗn hợp
- 2030: **65,8 GW hoặc 48%** tổng năng lượng hỗn hợp
 - Năng lượng mặt trời dự kiến sẽ đạt 17 GW (17%) vào năm 2025 và 20 GW (14%) vào năm 2030 trong tổng hỗn hợp năng lượng
 - Năng lượng gió dự kiến sẽ đạt 12 GW (12%) vào năm 2025 và 19 GW (13%) vào năm 2030 trong tổng hỗn hợp năng lượng
 - Năng lượng thủy điện dự kiến sẽ chiếm 18% tổng năng lượng hỗn hợp vào năm 2030, giảm từ 26% vào năm 2020

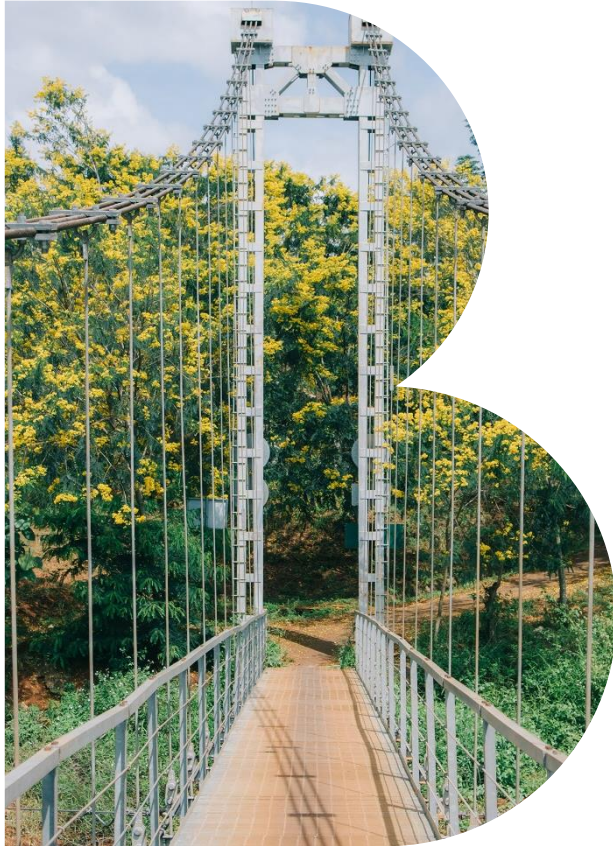
Các cam kết COP 26

- **Giảm phát thải khí nhà kính 9%** vô điều kiện (với nỗ lực của chính mình) và 27% có điều kiện (với sự hỗ trợ quốc tế) vào năm 2030
- **Chấm dứt nạn phá rừng vào năm 2030**
- **Loại bỏ sản xuất điện chạy bằng nhiên liệu than vào năm 2040**
- **Trung lập phát thải carbon vào năm 2050**
- Việt Nam đi tiên phong trong việc định giá các-bon sau đại dịch

Những phát triển gần đây



- **Các quy định phát triển:**
 - **Giảm biểu giá đầu vào:** Do tổng công suất NL mặt trời lắp đặt tăng vọt, chính phủ đã cắt giảm biểu giá ~ 30% xuống còn 0,05 đô la Mỹ / kWh
 - **Bán năng lượng tái tạo cho người tiêu dùng và lượng thặng dư cho EVN đang được soạn thảo:** Vào tháng 3 năm 2021, Bộ Công Thương đang soạn thảo khung cho phép bên bán điện bán phần lớn điện năng cho người tiêu dùng và phần còn lại hòa vào lưới điện
- **Các cơ chế thiết lập để củng cố / cải thiện lưới điện:**
 - **Công nghệ mới:** Chính phủ đang khám phá **công nghệ lưu trữ pin** để tránh quá tải lưới điện như một biện pháp ngắn hạn
 - **Đường dây mới:** Xây dựng đường dây kéo dài 461 dặm với ba đường dây 500 kV xuyên miền Trung và miền Nam Việt Nam
 - **Tư nhân hóa một phần để cải thiện lưới điện:** Ví dụ, Tập đoàn Trung Nam xây dựng đường dây 500 KV của riêng mình vào năm 2020
- **Luật Bảo vệ Môi trường được thông qua năm 2020:**
 - Bao gồm các quy định chặt chẽ hơn về ô nhiễm không khí, nước và chất thải rắn
 - Thị trường buôn bán carbon mới, dự kiến sẽ hoạt động đầy đủ vào năm 2028



C.2 Các xu hướng phát triển của ngành du lịch

Tổng quan xu hướng phát triển ngành du lịch

Chịu tác động của thị trường

- Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu và thu nhập khả dụng
- Dân số già hóa và có khả năng chi trả
- Phục hồi ngành du lịch sau đại dịch COVID-19



Những thay đổi trong hành vi

- Ứng dụng CNTT trong du lịch
- Trải nghiệm địa phương, tăng trưởng trong du lịch sinh thái, phiêu lưu mạo hiểm

Du lịch thông minh

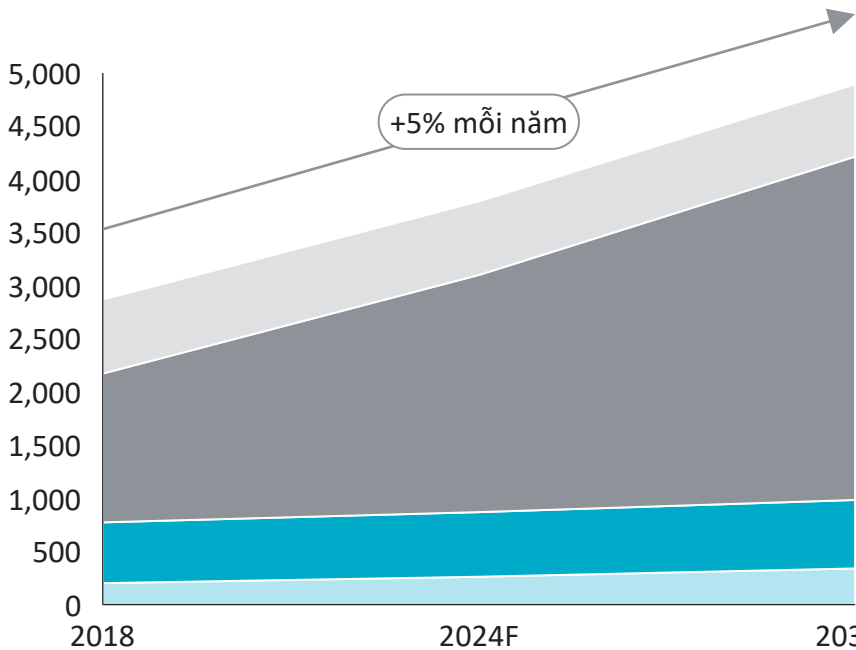
- Thông qua các sáng kiến du lịch thông minh để nâng cao trải nghiệm của du khách

Tầng lớp trung lưu đang tăng lên trên toàn thế giới, với Châu Á Thái Bình Dương là khu vực tăng trưởng nhanh nhất

Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu

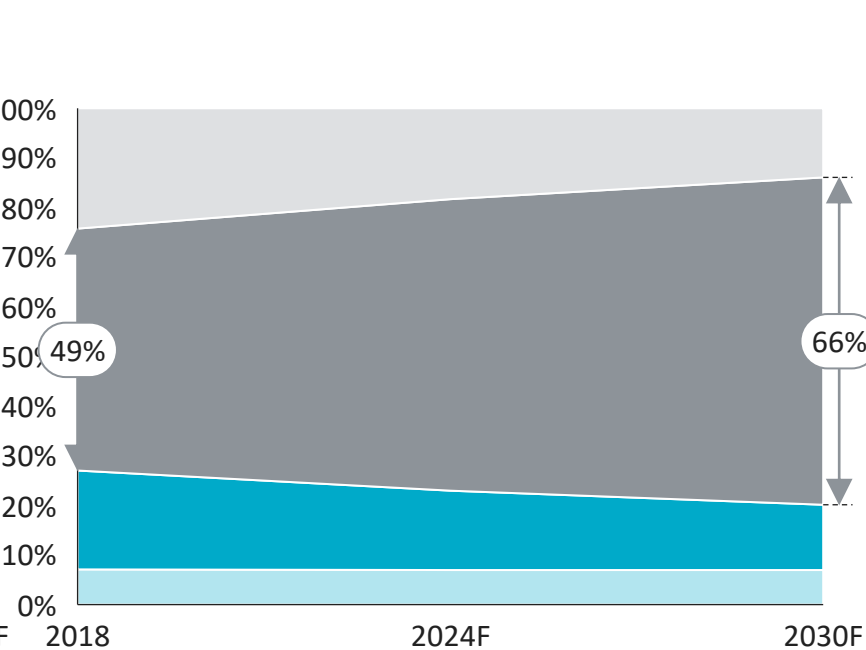
Tầng lớp trung lưu đang gia tăng ...

Số lượng tầng lớp trung lưu [triệu người]



... cũng như gia tăng chi tiêu của thị trường mới nổi

Thị phần toàn cầu trong tiêu dùng của tầng lớp trung lưu [%]



Châu Âu CA-TBD Châu Mỹ Trung Đông và Châu Phi

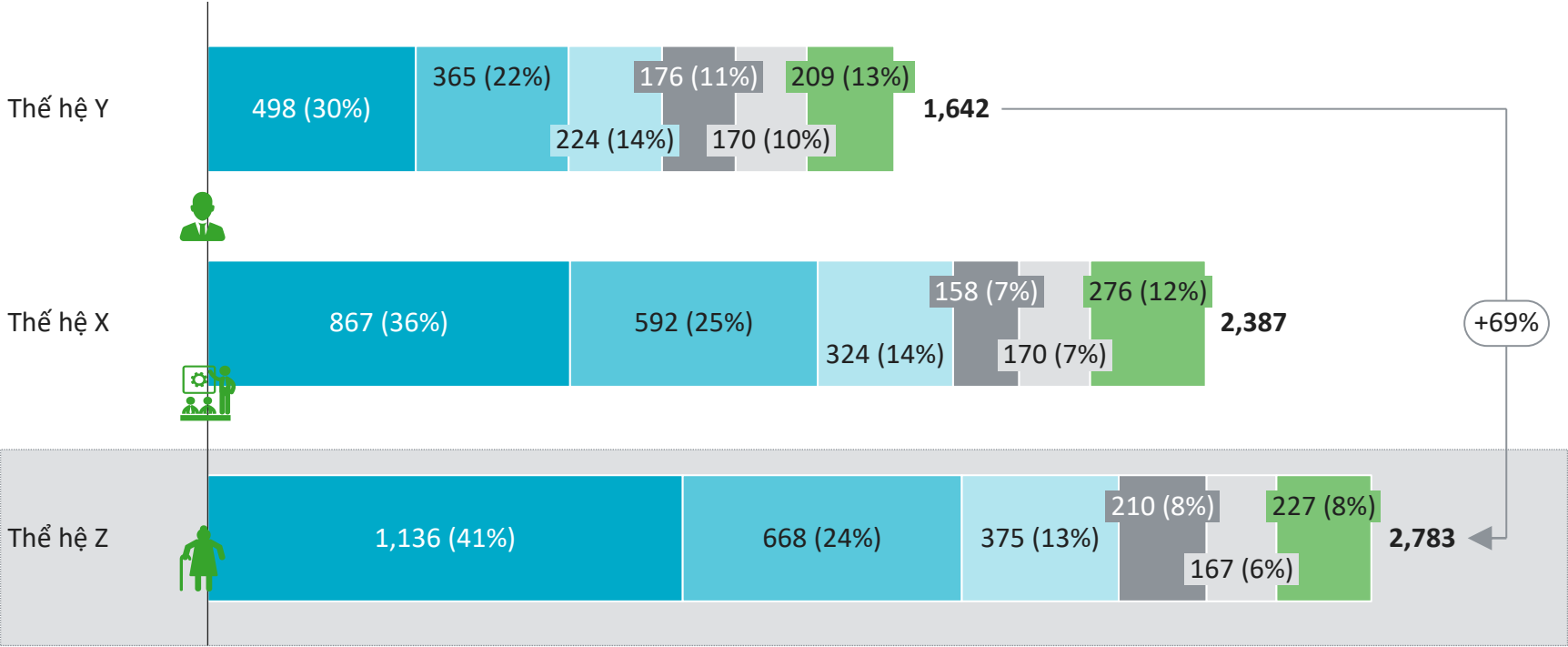
Xu hướng chung

- Sự gia tăng thu nhập khả dụng sẽ tiếp tục có tác động tích cực đến sự phát triển quy mô thị trường du lịch.
- Sự tăng trưởng nhanh chóng trong phân khúc khách du lịch có thu nhập trung bình từ các thị trường mới nổi là một động lực quan trọng của thị trường du lịch và ngành du lịch toàn cầu:
- Ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương, với Trung Quốc và Ấn Độ là hai quốc gia có sự gia tăng lớn nhất, và dân số tầng lớp trung lưu dự kiến sẽ tăng ở mức +5% mỗi năm cho đến năm 2030.
 - Sự gia tăng của tầng lớp trung lưu ở châu Á-Thái Bình Dương sẽ giúp mức tiêu thụ của tầng lớp trung lưu toàn cầu tăng lên 49% vào năm 2018 và ước tính lên 66% vào năm 2030.



Mức chi tiêu của nhóm lớn tuổi – thế hệ Z (baby bommers) – thường cao hơn so với các nhóm khác, đây là nhóm có nhu cầu đi tour nghỉ dưỡng và trải nghiệm văn hóa

Chi tiêu trung bình trong mỗi chuyến đi [USD]



- Phân khúc khách hàng thế hệ thời bùng nổ dân số - thế hệ Z (Baby Bombers) thường chi tiêu nhiều hơn thế hệ X (Baby boomers) và Thế hệ Y -(Millennials)
- Thế hệ Y có ngân sách thấp nhất trong ba nhóm trên. Họ chi trung bình 1.642 USD mỗi chuyến đi vì họ thận trọng hơn với tình hình tài chính của mình
- Thế hệ X (2.387 USD) cảm thấy bị thu hút nhiều hơn với các ưu đãi vì họ nhạy cảm hơn về giá so với các thế hệ trước (2.783 USD).

lưu trú Di chuyển đến địa điểm Nhà hàng Di chuyển trong chuyến đi Vui chơi Mua sắm

Ghi chú: Thế hệ Y: 22-37 tuổi; Thế hệ X: 38-53 tuổi; Thế hệ Z: 54-72 tuổi

Nguồn: TripAdvisor, TripBarometer 2018 – Khảo sát trên 23,198 mẫu

Thị trường du lịch được hưởng lợi từ thế hệ thuộc thời kỳ bùng nổ dân số (thế hệ baby boomers) vì đó là phân khúc khách du lịch có sức chi tiêu cao nhất

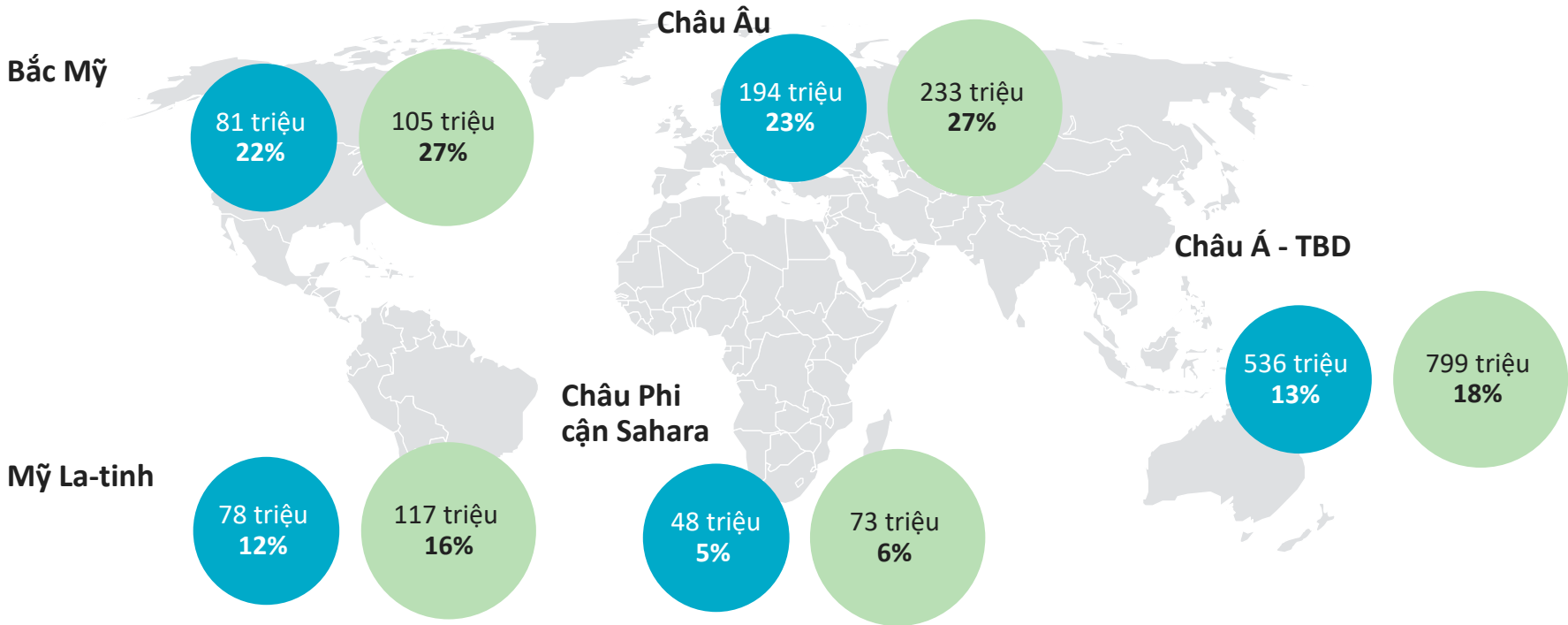
Chi tiêu của nhóm khách tuổi từ 60 trở lên ("baby bommers") theo khu vực

- Khoảng 13% dân số toàn cầu đang ở độ tuổi trên 60. Con số này dự kiến sẽ tăng lên khoảng 18% vào năm 2030.
- Châu Á - Thái Bình Dương là khu vực có số dân trên 60 tuổi cao nhất (0,5 tỷ) và thúc đẩy chi tiêu trong thị trường du lịch châu Á.
 - Do tỉ lệ dân số già ngày càng tăng, thị trường du lịch toàn cầu cũng được kỳ vọng sẽ được hưởng lợi lớn từ sự thay đổi theo thiên hướng nghiêng về du lịch nghỉ dưỡng.
 - Nhìn chung, thế hệ thời bùng nổ dân số (Baby Bombers) ngày nay có xu hướng sống một cuộc sống phiêu lưu, di chuyển, nghỉ dưỡng và du lịch nhiều hơn các thế hệ đi trước.

2018 2030

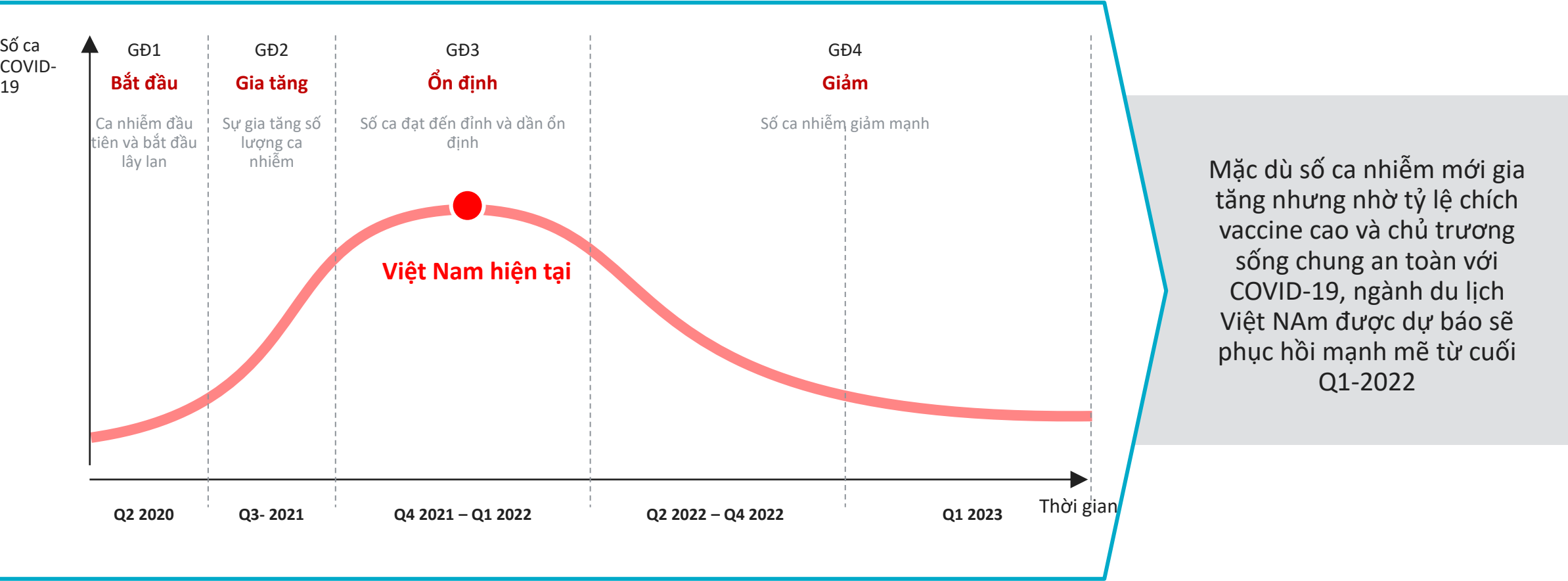
Ghi chú: Nhóm tuổi trên 60, % theo khu vực

Nguồn: Tổ chức du lịch quốc tế, Roland Berger



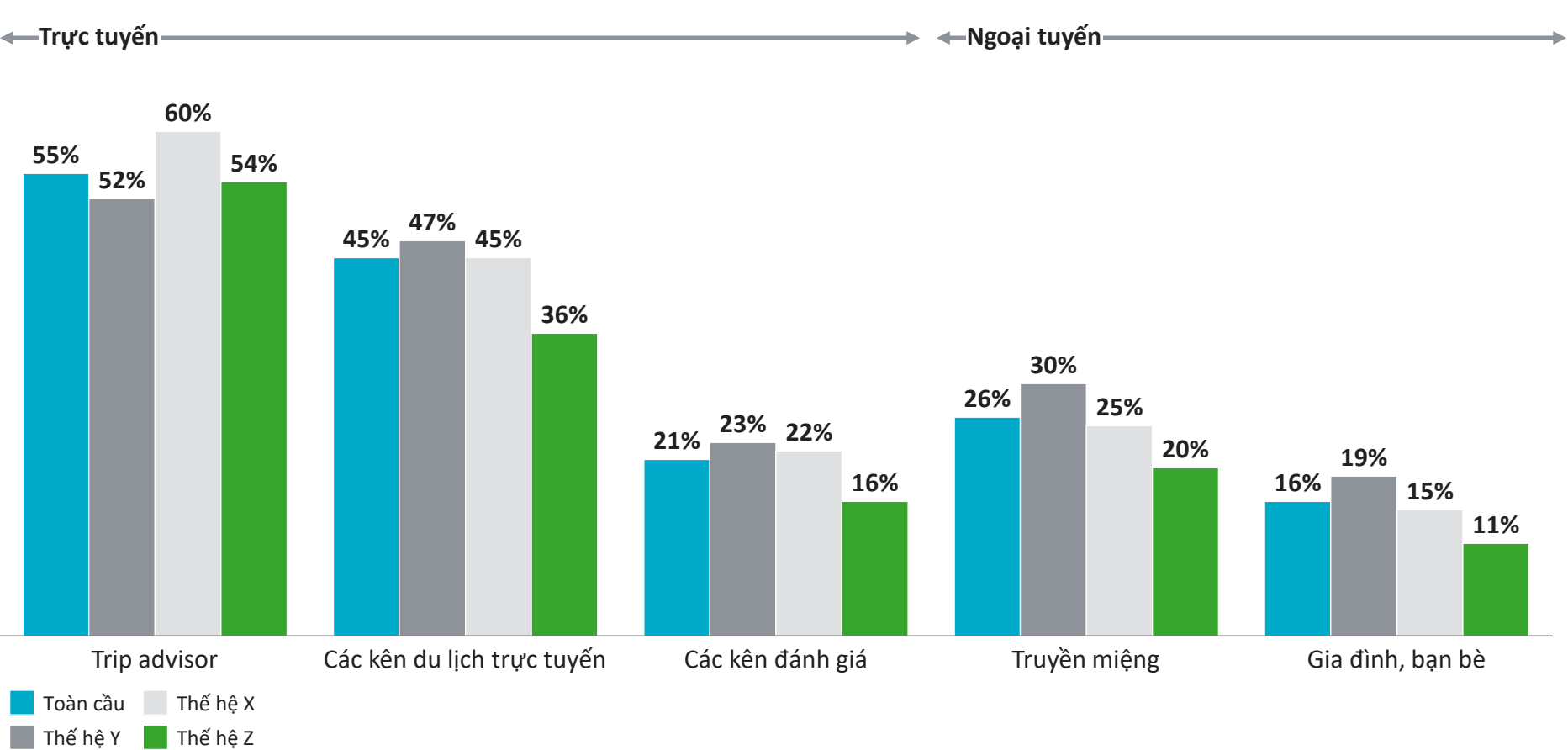
Du lịch được dự báo sẽ trở lại nhờ vào tỷ lệ chích vaccine cao và xu hướng trở về trạng thái bình thường mới ở hầu hết các quốc gia

Sự trở lại của ngành du lịch



Khách du lịch đã có xu hướng sử dụng các kênh trực tuyến để đưa ra quyết định cả trước và sau chuyến đi

Sự phổ biến của các kênh trực tuyến



- Hiện tại, kênh trực tuyến đang trở thành **chìa khóa để khách du lịch đưa ra quyết định về lưu trú, điểm tham quan và nhà hàng trong chuyến đi của họ**. Vai trò của Internet thực sự đã trở nên thiết yếu trong từng giai đoạn của hành trình du lịch
- Khách du lịch mọi lứa tuổi đang **ngày càng sử dụng nhiều hơn các kênh trực tuyến** để lên ý tưởng cho các chuyến đi và đặt phòng.
- Mặc dù tỷ lệ nhóm "thế hệ Z" sử dụng các kênh trực tuyến vẫn thấp hơn một chút so với các phân khúc khác nhưng nhìn chung họ đang **trở nên thoải mái hơn với các phương tiện kỹ thuật số**

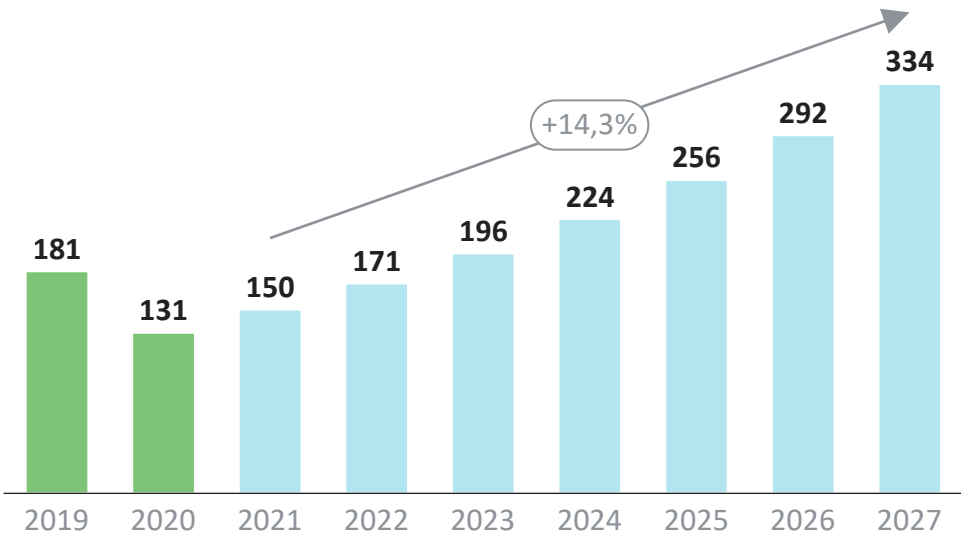
Ghi chú: Thế hệ Y: 22-37 tuổi; Thế hệ X: 38-53 tuổi; Thế hệ Z: 54-72 tuổi

Nguồn: TripAdvisor, TripBarometer – 36,444 sample size

Ngành du lịch sinh thái rất tiềm năng với quy mô ước đạt 181,1 tỷ USD vào năm 2019; và dự kiến tăng trưởng 14,3% từ 2021 - 2027

Ngành du lịch sinh thái

Du lịch sinh thái bắt đầu nổi lên vào cuối những năm 1980 như một cách tiếp cận thay thế cho du lịch đại trà



... và đã trở thành xu hướng mới trong tương lai với tốc độ tăng trưởng cao trong thập niên tới

- Vào năm 2019, quy mô thị trường du lịch sinh thái được định giá là 181,1 tỷ đô la, trong đó thị trường Châu Á Thái Bình Dương chiếm đến 40% tổng giá trị toàn cầu
- Trong tương lai, ngành du lịch sinh thái dự kiến sẽ đạt 333,8 tỷ đô la vào năm 2027, đạt tốc độ CAGR là 14,3% từ năm 2021 đến năm 2027.

Khách du lịch đang ngày càng tìm kiếm những trải nghiệm địa phương và chân thực, du lịch sinh thái và các hoạt động phiêu lưu mạo hiểm

- Nổi tiếng với du lịch hoang dã
- Cộng đồng địa phương chịu trách nhiệm chính về việc sử dụng đất – Được hỗ trợ bởi các tổ chức phi chính phủ, tư nhân và chính phủ
- Cộng đồng địa phương thu được lợi ích kinh tế, trong khi đời sống của động vật và thiên nhiên hoang dã được bảo tồn



Phát triển du lịch khám phá thiên nhiên – Namibia



- Được quảng cáo và quảng bá bởi người dân địa phương và chính quyền là địa điểm du lịch sinh thái
- Mục tiêu tạo việc làm và thu nhập cho người dân địa phương
- Phát triển du lịch chỉ được cho phép ở quy mô nhỏ để giảm thiểu tác động môi trường, ví dụ: đường đi không trải nhựa để hạn chế lượng khách đến



Phát triển du lịch khám phá thiên nhiên – Costa Rica



Lưu trú



- Airbnb cho phép khách du lịch ở tại khu phố, nhà, phòng của người bản địa như một người bạn
- Những trải nghiệm cá nhân, mang tính địa phương này rất khó có được tại các khách sạn lớn hơn, những nơi hoạt động có hiệu quả và đã có kinh nghiệm

Trải nghiệm địa phương và du lịch sinh thái

Thức ăn

- Các câu lạc bộ ăn tối đang trở thành xu hướng, nơi người ta có thể trả tiền cho bữa tối được tổ chức bởi những người sành ăn ở địa phương
- Du lịch ẩm thực phát triển từ những du khách tham gia tích cực vào các chuyến du lịch, nơi họ có thể gần gũi và thân thiết hơn với đầu bếp



EatWith



Khách du lịch thuộc thế hệ Y (Millenials), đi theo nhóm với trình độ học vấn cao sẽ là nhóm khách hàng lớn nhất của mảng du lịch sinh thái

Nhóm khách hàng lớn nhất của mảng du lịch sinh thái



Tập khách: Khách du lịch theo nhóm

- Loại khách du lịch được phân khúc thành khách du lịch một mình và khách du lịch theo nhóm. Phân khúc khách du lịch theo nhóm dẫn đầu về thị phần, tuy nhiên, phân khúc khách du lịch một mình được kỳ vọng tăng trưởng nhanh hơn

Độ tuổi: Thế hệ Y (Millenials) (sinh năm 1980-1996)

- Nhóm tuổi bao gồm phân khúc thuộc Thế hệ X, Thế hệ Y (Millenials) và Thế hệ Z. Phân khúc Thế hệ Y chiếm thị phần chính trên thị trường toàn cầu tuy nhiên, phân khúc Thế hệ Z dự kiến sẽ tăng trưởng với CAGR cao nhất – 15,6% trong giai đoạn 2021-2027

Trình độ học vấn: 82% đã tốt nghiệp đại học

- 82% khách du lịch sinh thái đã tốt nghiệp đại học. Đồng thời, có một sự chuyển biến sự quan tâm đến du lịch sinh thái từ những người có trình độ học vấn cao sang những người có trình độ học vấn thấp hơn, cho thấy sự mở rộng sang các thị trường chính thống

Ghi chú: Thế hệ Y: 22-37 tuổi; Thế hệ X: 38-53 tuổi; Thế hệ Z: 54-72 tuổi

nguồn: Allied Market Research, Academia.edu, Roland Berger

Các nghiên cứu điển hình thành công ở các nước cho thấy du lịch sinh thái cần thân thiện với môi trường, bền vững và có lợi cho cộng đồng địa phương



Campuchia

- Đề xuất "**Dự án Du lịch Sinh thái và Cảnh quan Bền vững Campuchia (SLEP)**" và được Ngân hàng Thế giới tài trợ **50,7 triệu USD**.
- Mục tiêu nhằm cải thiện quản lý các khu bảo tồn, và **để thúc đẩy các cơ hội du lịch sinh thái**. Các đầu tư sẽ bao gồm bãi đậu xe phù hợp, hàng ăn, hạ tầng quản lý chất thải rắn, cửa hàng, ki-ốt bán hàng thủ công mỹ nghệ trong cộng đồng dân cư
- Đồng thời sẽ **cải thiện khả năng truy cập và kết nối** qua nâng cấp đường giao thông nông thôn ở Campuchia để đáp ứng nhu cầu vận tải hàng hóa và người
- Đến hiện tại, **3,7 triệu USD đã được giải ngân** và dự kiến giải ngân hết vào tháng 12/2025, tập trung vào 7 tỉnh chính.
- Khoảng **25.000 người hoặc 5.200 hộ gia đình** sẽ được hưởng lợi trực tiếp từ cộng đồng địa phương trong khu vực dự án



Hai nghiên cứu điển hình về du lịch sinh thái cho thấy sự quan tâm đúng đắn của chính quyền địa phương nhằm thúc đẩy các sáng kiến du lịch, giảm thiểu tác động môi trường và tăng cường nhận thức về sự bền vững môi trường

Costa Rica



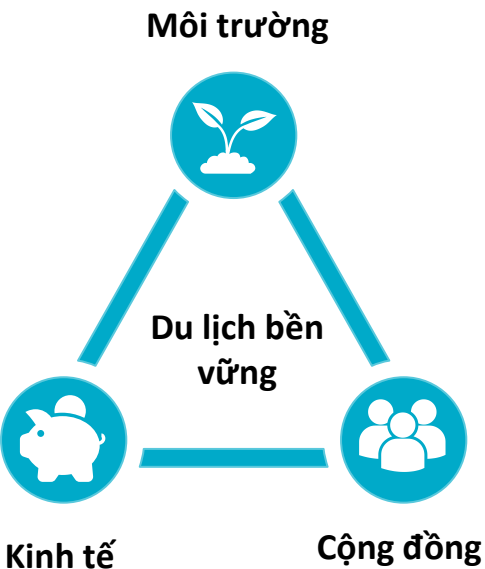
- **Giới hạn người vào các khu bảo tồn vào một thời điểm**, như Monteverde không cho phép nhiều hơn 200 người vào tại bất kỳ thời điểm nào. Manuel Antonio đóng cửa vào các ngày thứ Hai và không cho phép hơn 800 người vào công viên mỗi ngày.
- Viện du lịch Cosa Rica – một cơ quan chính phủ đã thiết lập **Chứng nhận Du lịch bền vững (CST)** để đánh giá khách sạn và nhà cung cấp dịch vụ trong nỗ lực xây dựng mô hình kinh doanh của họ dựa trên khái niệm du lịch bền vững. CST xếp hạng các công ty từ 0 đến 5 dựa trên mức độ tham gia vào môi trường, xã hội và kinh tế của họ
- Các xếp hạng này giúp **du khách đến Costa Rica đưa ra quyết định mua hàng có nhận thức**.
- Ngoài ra, các **công ty được chứng nhận CST sẽ được giảm giá khi tham gia các hội chợ quốc tế, ưu tiên trong các chiến dịch quảng bá quốc gia** và quốc tế và bao gồm trong các chuyến thăm của các đại lý du lịch hoặc nhà báo quốc tế đến Costa Rica, v.v.

Khách du lịch ngày càng nâng cao nhận thức về du lịch bền vững và tính cân bằng - cơ hội để định vị Đắk Nông như một điểm đến sinh thái toàn cầu

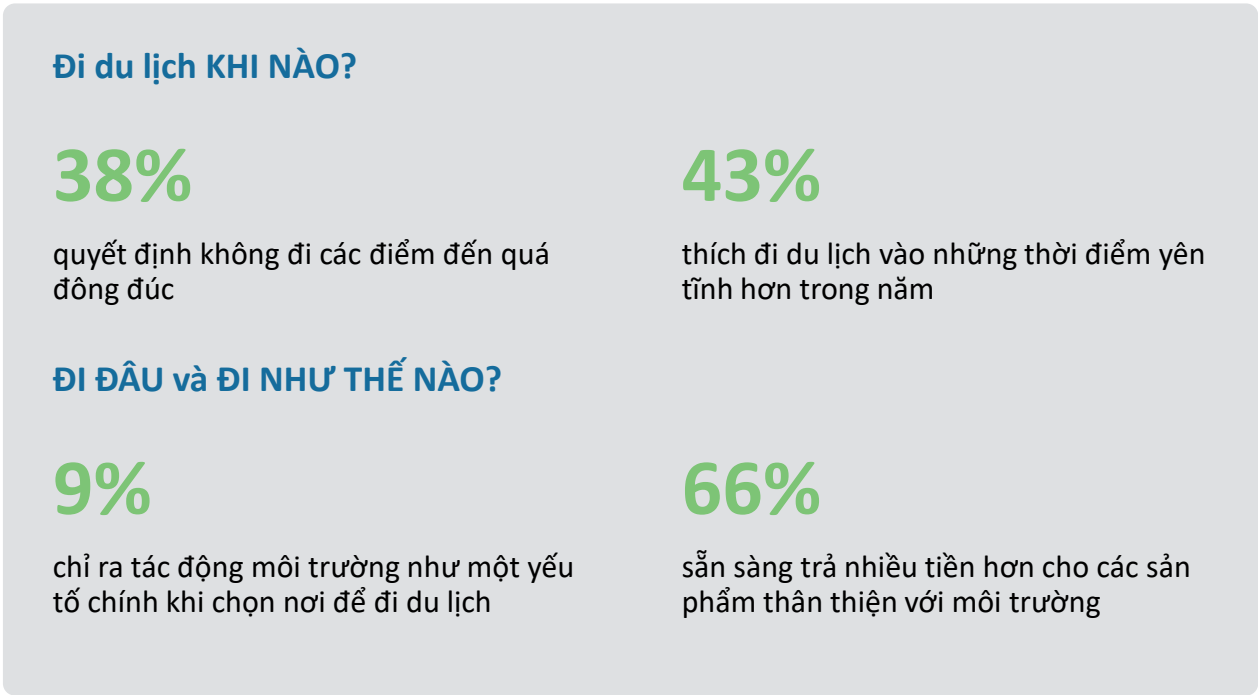
Phát triển bền vững ngành du lịch sinh thái

Ba yếu tố cấu thành lên du lịch bền vững

Du lịch bền vững là **sự cân bằng** giữa **tăng trưởng kinh tế**, **tài nguyên môi trường** và tác động đến **cộng đồng địa phương**



Tác động của du lịch bền vững và có trách nhiệm đối với các quyết định của khách du lịch, 2018 (% tổng số người được hỏi)



Nhận định chính

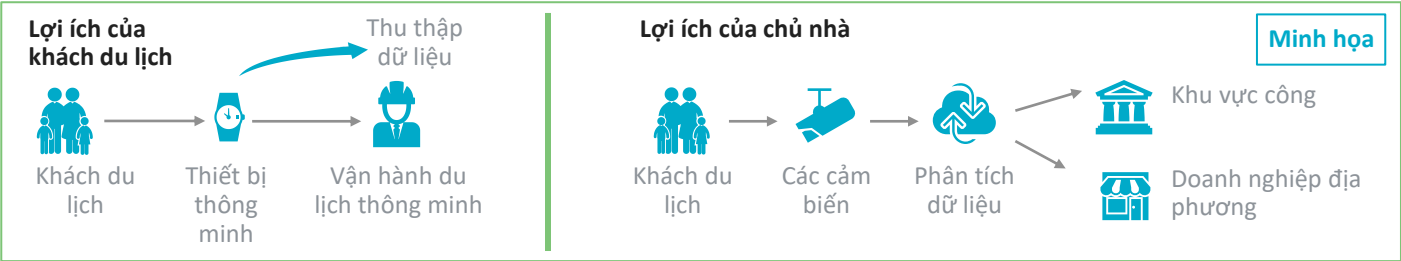
- Khách du lịch ngày càng **nâng cao nhận thức về tính bền vững** của những địa điểm du lịch
- Do vậy, các điểm đến cần **kết hợp và đan xen các khái niệm bền vững** trong việc phát triển du lịch

Sáng kiến Du lịch thông minh dần trở thành xu hướng và cho thấy sự thành công ở một số thị trường thông qua việc hài hòa lợi ích giữa khách du lịch và chủ nhà

1 Du lịch thông minh

Các sáng kiến Du lịch thông minh thành công đem đến lợi ích cho cả khách du lịch và chủ nhà - Các sáng kiến như vậy thường được thực hiện trong nỗ lực hợp tác giữa khu vực công và khu vực tư nhân

- Du lịch thông minh là một thuật ngữ bao quát cho bất kỳ loại công nghệ thông minh nào được sử dụng trong lĩnh vực du lịch. Mục tiêu của Du lịch thông minh có hai mặt: (i) cung cấp dịch vụ cho khách du lịch nhằm giúp trải nghiệm kỳ nghỉ của họ trở nên dễ chịu và an toàn hơn và (ii) hiểu rõ hơn về hành vi của khách du lịch nhằm nhắm đến phân khúc khách hàng phù hợp với sản phẩm hoặc dịch vụ.
- Để hiểu làm thế nào các công nghệ thông minh có thể được sử dụng trong lĩnh vực du lịch, phải hiểu lợi ích và đóng góp từ cả hai bên liên quan chính: khách du lịch và thành phố chủ nhà.
 - **Lợi ích của khách du lịch** – Lợi ích liên quan đến việc cải thiện **trải nghiệm** của khách du lịch, thường bao gồm các lĩnh vực như điều hướng, thanh toán điện tử, phiên dịch ngôn ngữ, định vị GPS. Điều này cũng đảm bảo yếu tố an toàn tốt hơn, với các hỗ trợ như hệ thống liên lạc khẩn cấp và cung cấp thông tin sức khỏe cơ bản.
 - **Lợi ích của chủ nhà** – Lợi ích liên quan đến dữ liệu thời gian thực ngày càng tốt hơn về du khách cho phép phân tích chi tiết, thu thập thông tin chi tiết và đưa ra các khuyến nghị hướng mục tiêu. Ví dụ như cho phép các doanh nghiệp địa phương xác định các dịch vụ phù hợp và giúp các cơ quan nhà nước quản lý tốt hơn bằng cách giải quyết vấn đề giao thông ở các điểm du lịch bị tắc nghẽn.



3 giải pháp minh họa sau đây sẽ thể hiện việc ứng dụng thành công Du lịch thông minh:



Tích hợp đầy đủ nền tảng quản lý dữ liệu du lịch

Nền tảng với cơ sở dữ liệu du lịch kết hợp từ cả khu vực công và tư, có thể truy cập thông qua giao diện thân thiện với người dùng cùng với các phân tích nâng cao tích hợp để tối ưu hóa hơn nữa các dịch vụ liên quan đến du lịch



Ứng dụng di động để nâng cao trải nghiệm du lịch

Ứng dụng di động kết hợp tất cả các chức năng cần thiết, ví dụ: dịch vụ thuê xe, kế hoạch hành trình, kênh liên lạc khẩn cấp và tin tức cập nhật mới nhất, tạo điều kiện cho trải nghiệm du lịch suôn sẻ.



Nhập cư thông minh

Nâng cấp quy trình nhập cư hiện tại tại sân bay bằng cách triển khai máy quét hộ chiếu, rào cản nhập cư tự động, máy ảnh nhận dạng khuôn mặt dựa trên AI, máy quét sinh trắc học, hệ thống lưu trữ tài liệu trực tuyến

Phuket triển khai thành công sáng kiến du lịch thông minh, đem lại sự hài lòng cho du khách và giúp cơ quan quản lý số hóa dữ liệu du lịch hiệu quả

Trường hợp điển hình 1: Phuket, Thái Lan



Tình trạng và Thang đo:

- Thực hiện năm 2017
- Phạm vi toàn thành phố Phuket

Tổng quan dịch vụ

- Vòng đeo tay thông minh để lưu trữ thông tin về người dùng, bao gồm các thông tin y tế, trong trường hợp người dùng bị tai nạn
- Cũng hoạt động như một bảo hiểm du lịch, với yêu cầu bồi thường tối đa là 1 triệu Baht trong 20 ngày
- Ngoài biển, khách du lịch được cung cấp vòng đeo tay thông minh, có thể theo dõi khoảng cách của khách du lịch từ thuyền trong các hoạt động như lặn, cảnh báo người điều khiển trong thời gian thực nếu khách du lịch đi ra khỏi phạm vi an toàn

Lợi ích mong đợi/nhận thấy

- Cải thiện an toàn cho khách du lịch tham gia các hoạt động vui chơi trên biển
- Cung cấp gói bảo hiểm
- Thanh toán trực tuyến qua mã QR

Các bên phụ trách



Flowlow –
Phát triển và vận hành dịch vụ



Tổng cục du lịch Thái Lan –
Hỗ trợ



Bảo hiểm Đông Nam – Cung cấp gói bảo hiểm du lịch

Du lịch thông minh cũng đã được triển khai từ nhiều năm trước ở các thị trường châu Âu, và đã cho thấy hiệu quả trong việc đưa ra các hỗ trợ hữu hiệu cho khách

Nghiên cứu điển hình: Antwerp, Bỉ



Tình trạng:
Thực hiện năm 2016

- Đang thực hiện với sự nâng cấp và phát triển liên tục

Tổng quan dịch vụ

- Cung cấp dữ liệu thời gian thực về vị trí của tất cả các điện thoại di động được kết nối mạng trong khu vực nhất định, có được từ kết quả phân tích kết nối của điện thoại với các mạng 2G, 3G và 4G, cũng như sử dụng dấu thời gian để định vị chính xác một thiết bị
- Cung cấp ID ẩn danh cho mỗi điện thoại di động trong khu vực nhất định, hiển thị thông qua công cụ giám sát đám đông để tăng cường an ninh đô thị, cải thiện dịch vụ di động và tiếp thị thành phố

Kết quả mong đợi

- Khả năng hiển thị mật độ người theo m2 trong khu vực nhất định
- Giám sát đám đông theo thời gian thực
- Triển khai giải pháp quản lý đám đông cho các sự kiện địa phương như Tour de France và Tall Ship Races

Các bên phụ trách



Orange Bỉ (tư) – Phát triển mạng lưới và cung cấp dịch vụ được yêu cầu



Chính quyền thành phố Antwerp (công) – Vận hành dịch vụ, giám sát thành phố và thúc đẩy du lịch

Nghiên cứu điển hình: Helsinki, Phần Lan



Tình trạng:

- Thực hiện năm 2019
- Đang thực hiện với sự nâng cấp và phát triển liên tục

Tổng quan dịch vụ

- Cung cấp ứng dụng di động hiển thị các sự kiện thú vị nhất, cập nhật thông tin liên quan cho khách du lịch
- Cung cấp khả năng cá nhân hóa hoàn toàn nội dung cho từng người dùng dựa trên sở thích

Lợi ích mong đợi/nhận thấy

- Nhóm thông tin tập trung vào các doanh nghiệp địa phương và những gì điểm du lịch giải trí trong thành phố để khách du lịch tiếp cận dễ dàng hơn
- Nâng cao nhận biết cộng đồng/hiểu biết về thành phố khi ứng dụng di động cung cấp kênh giao tiếp nhằm cải thiện việc cơ hội tiếp thị

Các bên phụ trách



Helsinki truyền thông (công) – Vận hành ứng dụng di động và thị trường thành phố

Tencent Tencent (tư) – Cung cấp dịch vụ và phát triển ứng dụng di động



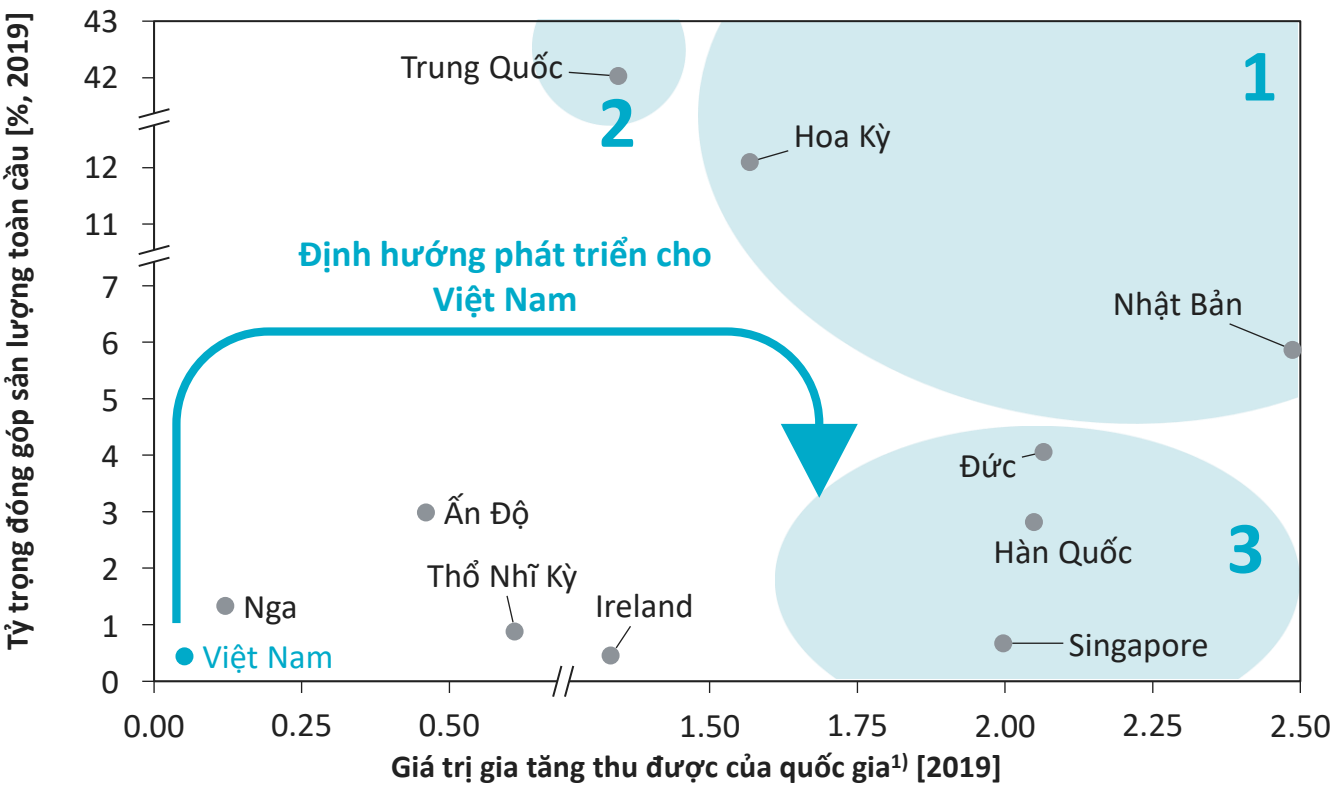
D. Định hướng phát triển của tỉnh



D.1 Định hướng khung phát triển Kinh tế - Xã hội

Quy hoạch của tỉnh Đắk Nông được đặt trong định hướng chung của Việt Nam – là gia nhập nhóm các cường quốc có nền kinh tế tạo giá trị trong thị trường ngách như Đức, Hàn Quốc

Các mô hình phát triển kinh tế của các quốc gia



- 1 Nhóm các nền công nghiệp sáng tạo giá trị toàn cầu**
 - Tập trung vào sản xuất có giá trị gia tăng cao trên toàn bộ lĩnh vực sản xuất
 - Yêu cầu lao động có tay nghề cao và bí quyết cao trong phạm vi sản xuất
- 2 Nhóm các nền công nghiệp sản xuất quy mô lớn**
 - Tập trung vào sản xuất hàng loạt, quy mô lớn, có giá trị gia tăng thấp, hỗ trợ những nền kinh tế sáng tạo ra giá trị
 - Yêu cầu sự sẵn có cao của lao động chi phí thấp
- 3 Nhóm các nền kinh tế tập trung tạo giá trị trong thị trường ngách**
 - Tập trung vào sản xuất các sản phẩm có giá trị gia tăng cao đối với một số lĩnh vực nhất định (thị trường ngách)
 - Yêu cầu lao động có tay nghề cao và trình độ cao về bí quyết trong một số lĩnh vực sản xuất thích hợp

1) ECI Index % - giá trị gia tăng mà đất nước thu được

Quy hoạch phát triển tỉnh Đắk Nông được đặt trong tương quan phát triển của các địa phương lân cận nhằm tận dụng xu hướng và định vị năng lực cạnh tranh (1/2)

Phương hướng phát triển của các địa phương

Tỉnh	Mục tiêu phát triển	Lĩnh vực và dự án trọng tâm	Điều kiện hạ tầng	Tác động tới Đắk Nông
Đắk Lắk 	Tái cơ cấu kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất, hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế. Tập trung đầu tư kết cấu hạ tầng đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội nhanh, bền vững; qua đó, đảm bảo đời sống người dân và xây dựng tỉnh Đắk Lắk giàu đẹp, văn minh, bản sắc, từng bước xứng đáng vị trí trung tâm vùng Tây Nguyên	- Các lĩnh vực cốt lõi: nông nghiệp, đô thị, du lịch, công nghiệp chế biến nông sản - Thực hiện quy hoạch TP. Buôn Ma Thuột - Xây dựng kết cấu hạ tầng theo nguyên tắc tập trung đầu tư hiệu quả - Xây dựng đường cao tốc Đắk Lắk – Khánh Hòa	- Hạ tầng hàng không, kết nối nội địa và định hướng trở thành sân bay quốc tế - Kế hoạch mở rộng sân bay, nâng cấp đường bộ - Xây dựng cao tốc với Khánh Hòa trong tương lai	- Hướng phát triển trong tương lai của Đắk Lắk sẽ tập trung về phía Đông (Khánh Hòa) thay vì phía Nam (Đắk Nông) Đắk Nông có thể tận dụng sân bay Buôn Ma Thuột như một sân bay trung chuyển các sản phẩm nông sản trong ngắn hạn và trung hạn khi đường cao tốc và sân bay của tỉnh chưa hình thành
Lâm Đồng 	Phát triển kinh tế-xã hội tỉnh Lâm Đồng nhanh, toàn diện và bền vững trên cơ sở tăng cường liên kết vùng, lấy liên kết là nền tảng phát triển. Xây dựng Lâm Đồng trở thành một khu vực kinh tế động lực của vùng Tây Nguyên	- Nông nghiệp hiện đại, là trung tâm nghiên cứu, sản xuất nông nghiệp công nghệ cao tầm quốc gia và quốc tế - Du lịch - dịch vụ chất lượng cao - Công nghiệp theo hướng chọn lọc - Phát triển hệ thống đô thị theo hướng tăng trưởng xanh	- Hạ tầng đường không, đường bộ đang được mở rộng và hoàn thiện - Dự án xây dựng cao tốc Dầu Giây – Liên Khương xây dựng trong tương lai - Hình thành các đô thị hiện đại, thông minh	Lâm Đồng và Đắk Nông có thể tăng liên kết tỉnh bằng xây dựng quốc lộ/ cao tốc nối sân bay Liên Khương và Tà Đùng nhằm đẩy mạnh liên kết phát triển du lịch, cũng như mở ra cửa ngõ trung chuyển các sản phẩm nông sản của tỉnh thông qua sân bay Liên Khương

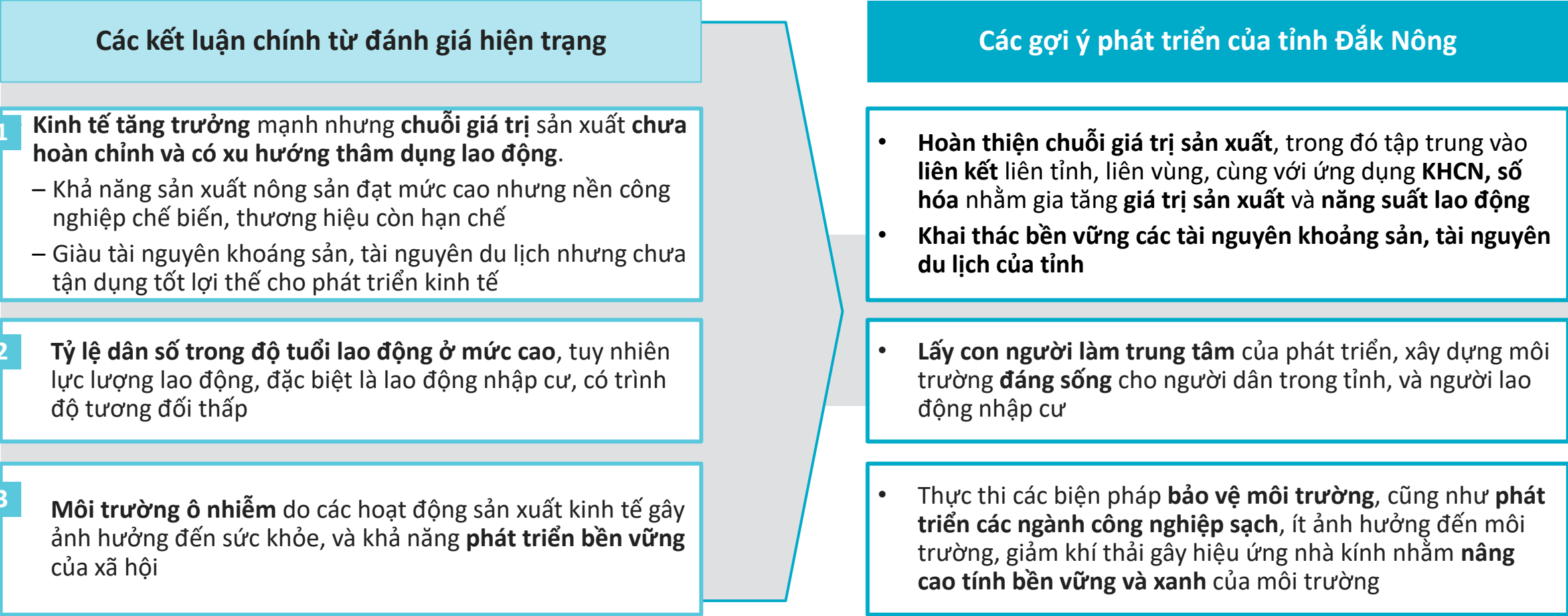
Quy hoạch phát triển tỉnh Đắk Nông được đặt trong tương quan phát triển của các địa phương lân cận nhằm tận dụng xu hướng và định vị năng lực cạnh tranh (2/2)

Phương hướng phát triển của các địa phương

Tỉnh	Mục tiêu phát triển	Lĩnh vực và dự án trọng tâm	Điều kiện hạ tầng	Tác động tới Đắk Nông
Bình Phước 	- Phấn đấu đến năm 2025, Bình Phước cơ bản trở thành tỉnh công nghiệp phát triển nhanh và bền vững, có quy mô kinh tế khá trong vùng Đông Nam bộ; nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân, thu hẹp khoảng cách giữa nông thôn, vùng đồng bào dân tộc thiểu số, vùng sâu, vùng biên giới với đô thị; tăng cường kết nối vùng; hoàn thành chính quyền điện tử, từng bước chuyển dần sang chính quyền số; đảm bảo quốc phòng - an ninh vững chắc; tổ chức đảng và hệ thống chính trị trong sạch, vững mạnh toàn diện - Đến 2030, Bình Phước trở thành tỉnh công nghiệp hiện đại, là “điểm đến hấp dẫn”, một trong những động lực phát triển của vùng Đông Nam bộ. Và đến năm 2045, Bình Phước trở thành tỉnh phát triển, giàu mạnh, văn minh	- Cơ cấu lại nền kinh tế, lựa chọn ngành, lĩnh vực trọng tâm để phát triển - Thực hiện 3 đột phá chiến lược về xây dựng kết cấu hạ tầng, cải cách thủ tục hành chính, phát triển nguồn nhân lực - Xây dựng các chương trình phát triển công nghiệp, thương mại, dịch vụ, nông nghiệp, phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ	- Cùng với sự phát triển kinh tế, cơ sở hạ tầng đang được đầu tư mạnh mẽ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng trong tương lai - Dự án đường cao tốc TP Hồ Chí Minh - Thủ Dầu Một - Chơn Thành là một điểm nhấn - Các dự án đường sắt, đường nối với Đồng Nai, quy hoạch các tuyến đường hành lang phía Đông và phía Tây. Khi các tuyến đường được hoàn thiện sẽ mang lại cú hích phát triển cho địa phương	- Với tiềm năng phát triển trong tương lai, cùng với kết nối hạ tầng đang dần dần hoàn thiện, Đắk Nông nên liên kết với Bình Phước nhằm phát triển kinh tế, đặc biệt là trong lĩnh vực nông nghiệp, du lịch du lịch (khám phá thiên nhiên, du lịch xanh) Việc hình thành kết nối cao tốc với Bình Phước sẽ là cầu nối cho chiến lược hướng về phía Đông Nam Bộ của tỉnh Đắk Nông

Dựa trên những đánh giá hiện trạng, một số gợi ý cho việc phát triển của tỉnh Đắk Nông như sau

Những gợi ý cho sự phát triển của tỉnh Đắk Nông



Các quan điểm phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Đắk Nông được định hướng như sau

Các quan điểm phát triển của tỉnh Đắk Nông

1

Quy hoạch tỉnh phải **phù hợp** với chiến lược phát triển KT-XH của quốc gia, và **dựa trên tinh thần của các NĐCP về luật quy hoạch và các văn bản pháp luật**

2

Phát triển **kinh tế nhanh và bền vững** dựa trên các trụ cột, cân bằng giữa **kinh tế, xã hội, và môi trường**

3

Nâng cao năng lực cạnh tranh của tỉnh thông qua việc nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao năng lực quản lý nhà nước

4

Phát triển kinh tế **tập trung vào các đô thị trọng điểm** của các tiểu vùng, **các trục phát triển, và liên kết vùng, quốc gia** để tạo động lực lan tỏa, đầu tàu kéo cả khu vực cùng phát triển

5

Phát triển kết cấu hạ tầng phải đảm bảo đồng bộ, hiện đại, tôn trọng và dựa vào địa hình, tự nhiên, phát triển theo hướng “thuận thiên”

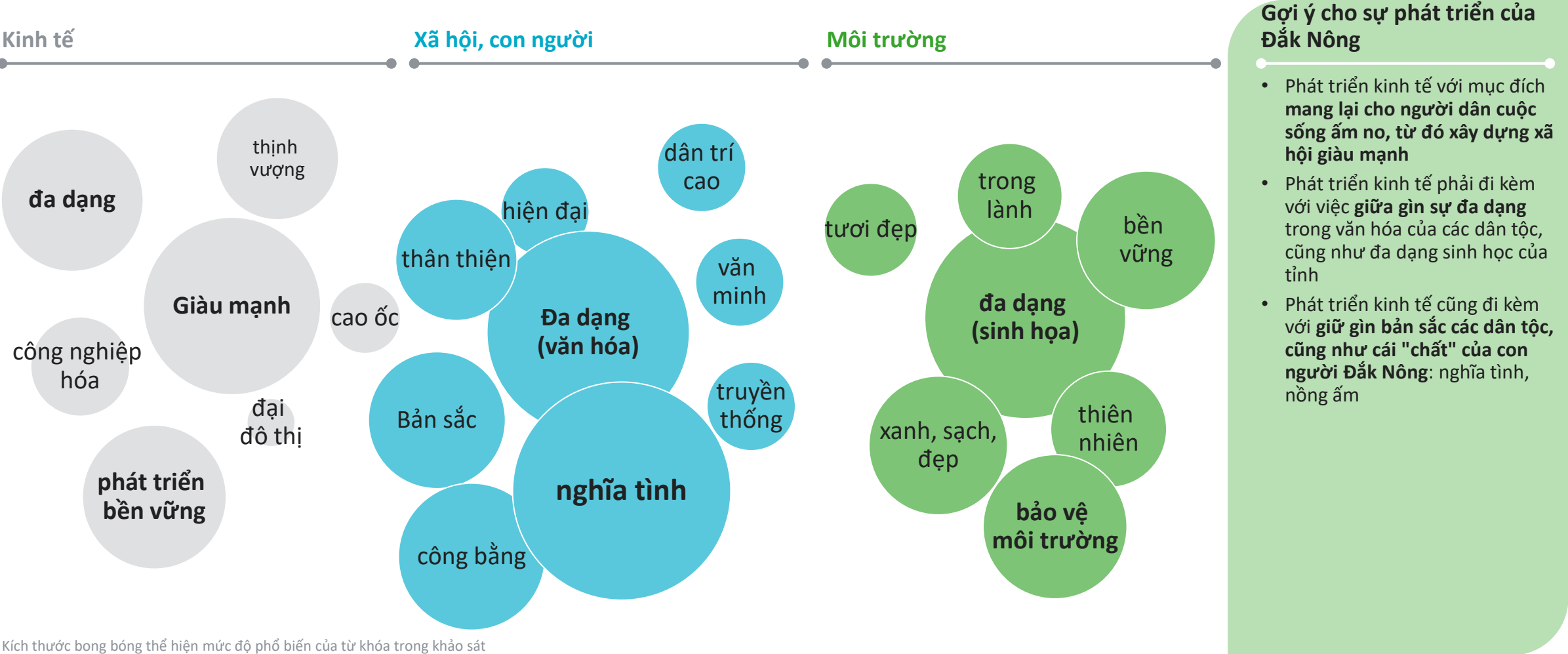
6

Phát triển kinh tế - xã hội gắn với **bảo vệ môi trường** sinh thái, chủ động **thích nghi, ứng phó tốt với biến đổi khí hậu** và kịch bản nước biển dâng

7

Phát triển kinh tế phải đi kèm với nhiệm vụ **củng cố quốc phòng**, an ninh cũng, cùng với xây dựng hệ thống chính trị vững mạnh

Khảo sát từ người dân và các chuyên gia cho thấy từ khóa "Đa dạng", "Bản sắc", "Nghĩa tình" và "Giàu mạnh" là mong muốn của người dân với sự phát triển kinh tế - xã hội của Đắk Nông trong tương lai



Kích thước bong bóng thể hiện mức độ phổ biến của từ khóa trong khảo sát

Dựa trên các mong muốn phát triển KT-XH, các kịch bản phát triển tương ứng cho tỉnh cũng được đề xuất như sau:

Kịch bản và luận chứng phát triển

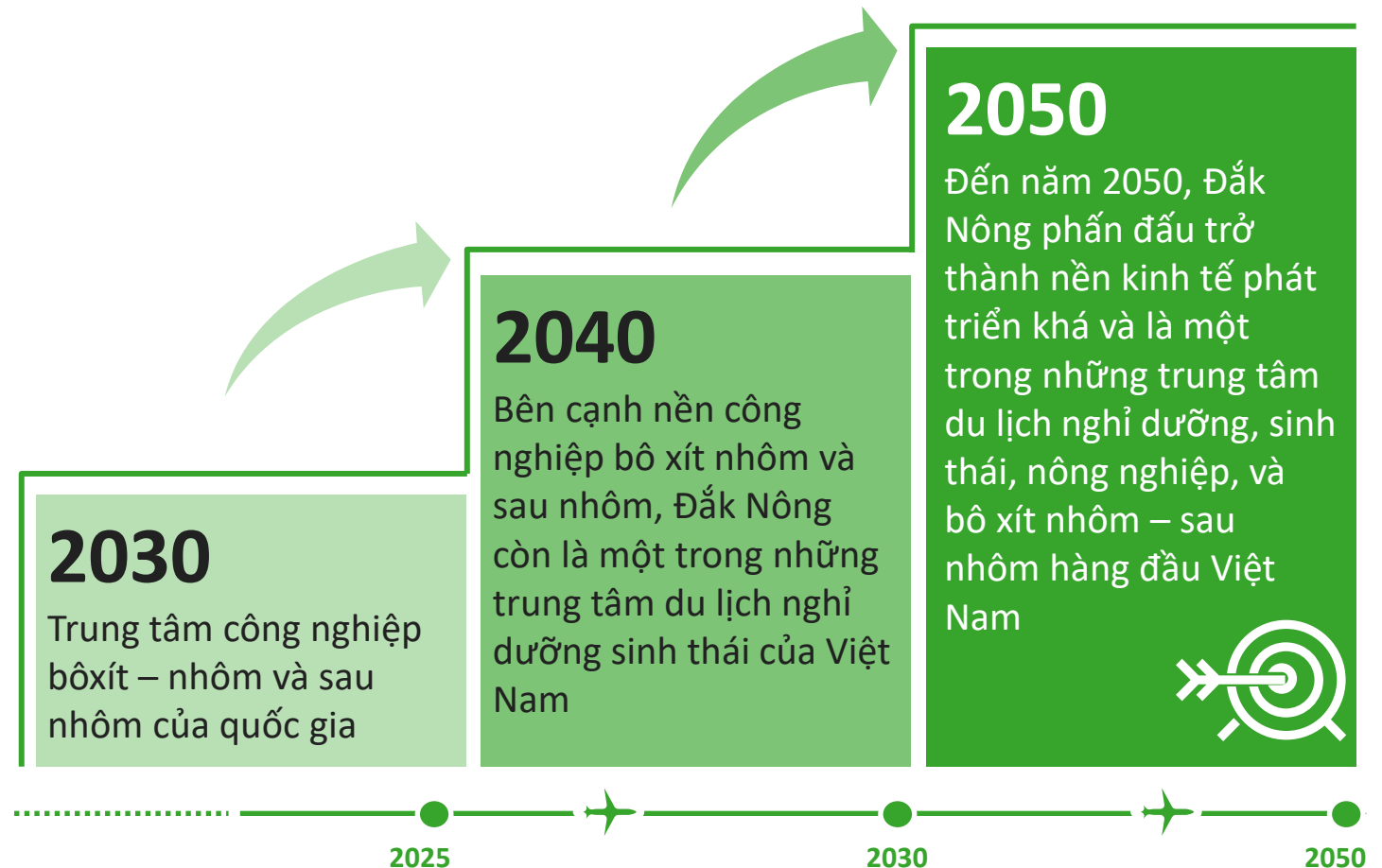
Các kịch bản	Chi tiết	Khả năng thực hiện
Kịch bản 1: phát triển ổn định	- Phát triển dựa trên khả năng phát triển nội tại của tỉnh, với sự tăng trưởng theo quán tính của nền kinh tế và diễn biến của thị trường - Tác động của các yếu tố ngoại lực còn hạn chế, và tỉnh chủ yếu phát triển dựa vào tiềm năng và các lợi thế sẵn có - Tình hình dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát và Việt Nam đã cơ bản lấy được đà tăng trưởng vào năm 2022	✗ Kịch bản phát triển cơ bản theo quán tính của nền kinh tế, chưa có sự phấn đấu cao, nguy cơ càng tụt hậu hơn so với bình quân cả nước trong khi dư địa phát triển của tỉnh còn khá lớn
Kịch bản 2: Phát triển bền vững và đột phá các ngành, lĩnh vực có chọn lọc	 - Phát triển theo nội tại của tỉnh theo kịch bản 1 - Khai thác tích cực các dư địa của các lĩnh vực như các dự án kết cấu hạ tầng lớn, các dự án thu hút đầu tư khả thi, các kiến nghị lớn đến Trung ương về khai thác bô xít, luyện alumin, luyện nhôm; năng lượng điện tái tạo; các dự án đường cao tốc, quốc lộ để thúc đẩy liên kết vùng, kết nối phát triển du lịch, đô thị, thương mại, dịch vụ; khả năng tăng thêm của sản lượng và giá trị nông nghiệp với nông nghiệp công nghệ cao - Tình hình dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát và Việt Nam đã cơ bản lấy được đà tăng trưởng vào năm 2022	 Kịch bản phát triển có sự phấn đấu cao, hài hòa giữa các ngành, tạo nền tảng bền vững cho phát triển giai đoạn tiếp theo và có khả năng thực hiện được cao nhất với những điều kiện, dự địa phát triển, sự nỗ lực của địa phương, nhân dân và đầu tư của trung ương vào Đắk Nông trong thời gian tới
Kịch bản 3: Phát triển nhanh, khai thác tối đa các tiềm năng	- Hoàn thành đồng bộ các công trình kết nối giao thông trọng điểm trước năm 2025 - Tình hình dịch COVID-19 cơ bản được kiểm soát và Việt Nam đã cơ bản lấy được đà tăng trưởng vào năm 2022	✗ Đắk Nông chưa đủ cơ sở để đạt được mức tăng trưởng theo kịch bản này do những điều kiện khách quan về cơ sở hạ tầng và khó khăn trong kết nối giao thông để phát triển

 Kịch bản có khả năng thực hiện cao nhất

Chiến lược "Tăng trưởng đa dạng, bền vững" là quan điểm xuyên suốt của Đắk Nông trong việc thực hiện các mục tiêu đến 2050

“Đến năm 2050, Đắk Nông phấn đấu trở thành nền kinh tế phát triển khá và là một trong những trung tâm du lịch nghỉ dưỡng, sinh thái, nông nghiệp, và bô xít nhôm – sau nhôm hàng đầu Việt Nam”

Mục tiêu phát triển tỉnh Đắk Nông



Chiến lược phát triển dựa trên 3 trụ cột phát triển, 3 nền tảng, 2 nền tảng đô thị, 3 hành lang kinh tế, và 3 liên kết phát triển

Tầm nhìn



Đến năm 2050, Đắk Nông trở thành tỉnh phát triển của vùng Tây Nguyên theo hướng đa dạng, bền vững, là trung tâm công nghiệp bôxít – nhôm và sau nhôm của quốc gia, là một trong những trung tâm du lịch nghỉ dưỡng sinh thái hàng đầu Việt Nam, cùng với nền nông nghiệp phát triển và thân thiện với môi trường, dựa trên nền tảng văn hóa đa dạng, giàu bản sắc, môi trường đầu tư minh bạch và hạ tầng đồng bộ, hiện đại

3 trụ cột phát triển



1 Trụ cột chiến lược 1
Trung tâm công nghiệp bôxít – nhôm quốc gia, và là trung tâm sản xuất năng lượng tái tạo hàng đầu Tây Nguyên



2 Trụ cột chiến lược 2
Một trong những trung tâm du lịch, nghỉ dưỡng sinh thái hàng đầu Việt Nam



3 Trụ cột chiến lược 3
Một trong những trung tâm sản xuất nông sản của khu vực Tây Nguyên, tham gia sâu vào chuỗi giá trị ngành nông sản toàn cầu

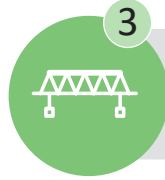
3 nền tảng



1 Văn hóa đa dạng, giàu bản sắc, nghĩa tình



2 Môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng, minh bạch



3 Hạ tầng đồng bộ, kết nối hiện đại

2 nền tảng đô thị



1 Các đô thị dịch vụ hiện đại, thông minh với nền văn hóa đa dạng, giàu bản sắc, nghĩa tình



2 Các cứ điểm nông – công nghiệp hiện đại tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị toàn cầu



Đô thị trung tâm: Gia Nghĩa



Đô thị động lực chính: Đắk Mil, Kiến Đức, EaT'Ling



Các đô thị dịch vụ mới trong tương lai

3 hành lang kinh tế



1 Trục hành lang kinh tế công nghiệp



2 Trục hành lang biên giới



3 Trục hành lang du lịch, thương mại, dịch vụ

3 liên kết phát triển



1 Liên kết vùng Đông Nam Bộ



2 Liên kết vùng Tây Nguyên



3 Liên kết biên giới với Campuchia

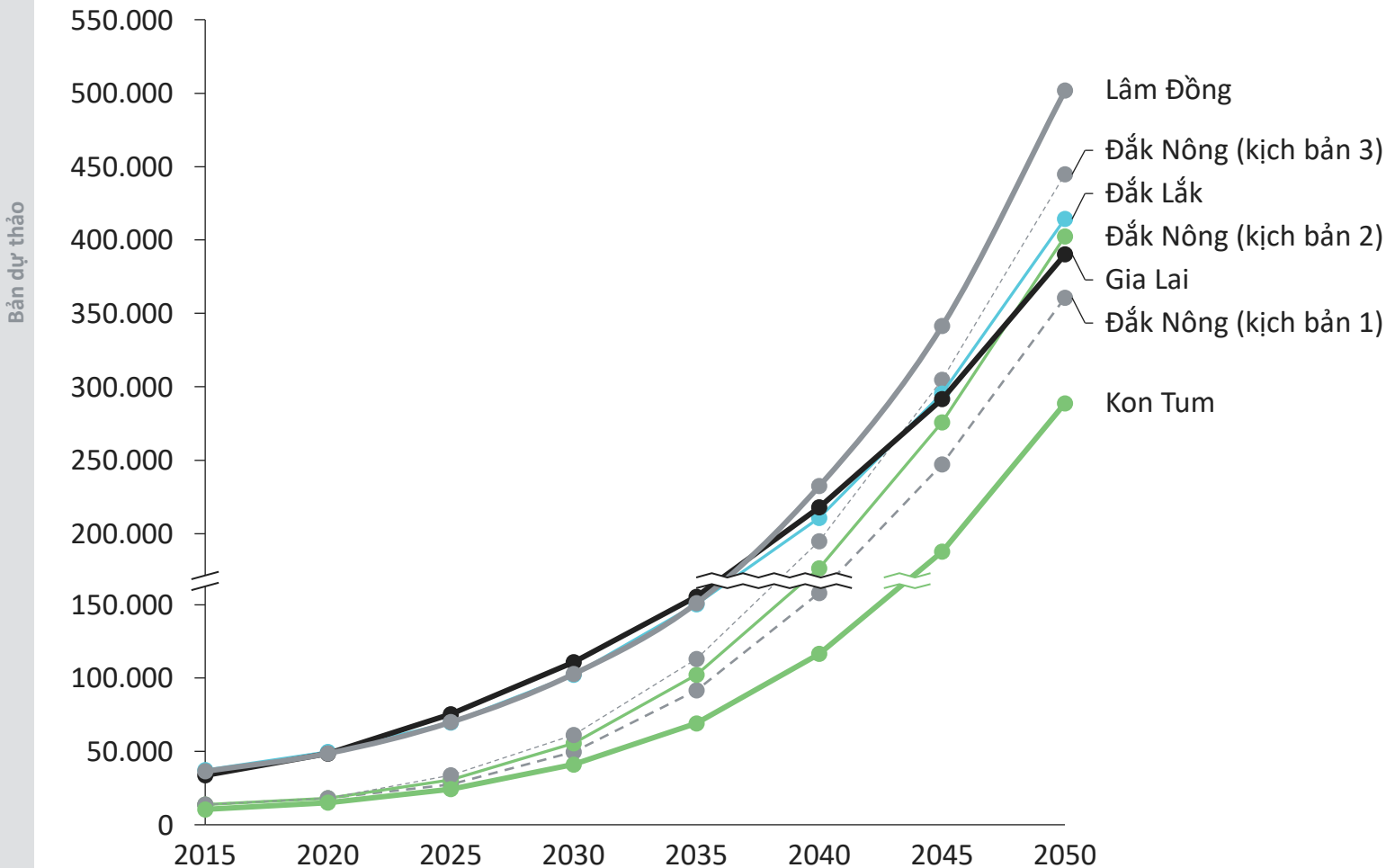
Tương ứng với 3 kịch bản phát triển, các chỉ tiêu kinh tế được dự phóng cụ thể như sau

Các kịch bản phát triển cho Đắk Nông [giá so sánh]

Phát triển tới 2030			Cấu phần các ngành kinh tế	
	Kịch bản 1 (KB thấp)	Kịch bản 2 (KB cơ sở)	Kịch bản 3 (KB cao)	
 GRDP (tỷ đồng, giá SS 2010)	49,699	55.468	61.287	Nông nghiệp 32%
 Tốc độ tăng trưởng hàng năm giai đoạn '21-'30 (%)	10,6%	11,8%	12,9%	Công nghiệp 19%
 GRDP/ đầu người	62 triệu	67 triệu	77 triệu	Xây dựng 4%
				TM-DV 41%
				Thuế & trợ cấp SP 4%
Phát triển tới 2050				
	Kịch bản 1 (KB thấp)	Kịch bản 2 (KB cơ sở)	Kịch bản 3 (KB cao)	
 GRDP (tỷ đồng, giá SS 2010)	360,652	402.522	444.752	Nông nghiệp 22%
 Tốc độ tăng trưởng hàng năm giai đoạn '21-'50 (%)	10,5%	10,9%	11,2%	Công nghiệp 24%
 GRDP/ đầu người	342 triệu	349 triệu	380 triệu	Xây dựng 2%
				TM-DV 47%
				Thuế & trợ cấp SP 4%

Với kịch bản phát triển số 2, GRDP của Đắk Nông sẽ đạt ~403 nghìn tỷ đồng (giá so sánh) vào năm 2050, đồng thời vươn lên vị trí số 3 trong các tỉnh Tây Nguyên

GRDP các tỉnh Tây Nguyên [tỷ VND, giá so sánh 2010]



Thứ hạng GRDP các tỉnh Tây Nguyên

Địa Phương	2020	2025	2030	2050
Đắk Nông (kịch bản 2)	4	4	4	3
Đắk Lắk	1	3	3	2
Gia Lai	3	1	1	4
Kon Tum	5	5	5	5
Lâm Đồng	2	2	2	1

Trong giai đoạn 2021-2030, các dự án chiến lược cần được triển khai để nâng tầm tỉnh Đắk Nông (1/2)

Các dự án chiến lược

Thảo luận với các Sở ban ngành

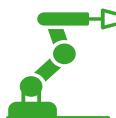
Ngành

Tên các dự án

Đề án chung và quản lý nhà nước

- Xây dựng **Chương trình "Invest in Daknong"** giai đoạn 2021-2030 nhằm thu hút các nhà đầu tư chiến lược trong các trọng điểm phát triển của tỉnh bao gồm: công nghiệp, nông nghiệp, du lịch, và đô thị
- Xây dựng **Chương trình phát triển nguồn nhân lực tỉnh Đắk Nông** thông qua hợp tác giữa tỉnh, doanh nghiệp, và các cơ sở giáo dục
- Thực hiện **Đề án Chuyển đổi số** trong lĩnh vực quản lý nhà nước và dịch vụ hành chính

Ngành công nghiệp



- Tham gia Chương trình "Invest in Daknong" nhằm xúc tiến đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp, tập trung vào các mũi nhọn là ngành công nghiệp bộ xít – alumin – nhôm, chế biến nông lâm thủy sản, và năng lượng
- Đề án **thu hút đầu tư vào lĩnh vực khai khoáng**
- Đề án **Phát triển ngành tiểu thủ công nghiệp kết hợp với du lịch**

Trong giai đoạn 2021-2030, các dự án chiến lược cần được triển khai để nâng tầm tỉnh Đắk Nông (2/2)

Các dự án chiến lược

Thảo luận với các Sở ban ngành

Ngành

Tên các dự án

Ngành du lịch



- Đề án **Phát triển du lịch sinh thái văn hóa Tà Đùng**
- Đề án **Phát triển du lịch gắn với Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông**
- Đề án **Phát triển các khu đô thị du lịch sinh thái** trên địa bàn tỉnh
- Đề án **Phát triển thương hiệu và xúc tiến du lịch** tỉnh Đắk Nông
- Tham gia Chương trình "Invest in Daknong" nhằm xúc tiến đầu tư trong lĩnh vực du lịch

Ngành nông lâm thủy sản



- Đề án **Phát triển thương hiệu nông sản** tỉnh Đắk Nông
- Đề án **Hỗ trợ thâm nhập, mở rộng thị trường tiêu thụ** cho các sản phẩm nông sản tỉnh Đắk Nông
- Đề án **Xây dựng vùng nguyên liệu nông sản và xây dựng các cứ điểm nông-công nghiệp hiện đại** nhằm phát triển vùng nguyên liệu và ngành công nghiệp chế biến nông sản của tỉnh
- Xây dựng **Trung tâm giống cây trồng vật nuôi** tỉnh Đắk Nông
- Xây dựng **Chương trình phát triển, nhân rộng hợp tác xã kiểu mới**
- Xây dựng **Chương trình phát triển Nông nghiệp 4.0** với trọng tâm là xây dựng các vùng sản xuất nông nghiệp công nghệ cao
- Tham gia Chương trình "Invest in Daknong" nhằm xúc tiến đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp

Cơ sở hạ tầng

- Xây dựng **"Đường cao tốc nối Gia Nghĩa và Bình Phước"**
- Đưa **Sân bay Nhân Cơ** vào quy hoạch sân bay quốc gia
- Xây dựng **"Đường kết nối sân bay Liên Khương và Tà Đùng"**



D.2 03 trụ cột phát triển



D.2.1 Trụ cột chiến lược 1

Quan điểm phát triển của ngành công nghiệp tỉnh Đắk Nông

Quan điểm phát triển

1



Phát triển công nghiệp theo hướng chế biến, sản xuất sâu, gắn với nguồn tài nguyên dồi dào sẵn có của tỉnh

2



Đảm bảo sự phát triển sạch, bền vững với môi trường; chủ động phục hồi môi trường sinh thái về hiện trạng ban đầu sau khi khai thác

3



Lấy con người làm trọng tâm, đảm bảo an sinh xã hội về lâu dài

4



Từng bước hình thành các tổ hợp nông, lâm, sản – công nghiệp – dịch vụ xanh và ứng dụng công nghệ cao

5



Các vùng trọng điểm về công nghiệp của tỉnh phải được đồng bộ hóa với cơ sở hạ tầng, đảm bảo tính liên kết vùng

Đắk Nông sẽ thúc đẩy ngành công nghiệp theo 3 trụ cột phát triển chính, với mục tiêu trở thành hạt nhân trong phát triển kinh tế vùng Tây Nguyên và tam giác Campuchia – Lào – Việt Nam

Tầm nhìn và định hướng công nghiệp tỉnh Đắk Nông

Tầm nhìn

Đến năm 2050, Đắk Nông sẽ trở thành **trung tâm công nghiệp bôxít - nhôm quốc gia**, liên kết hữu hiệu **công nghiệp nông – lâm sản** với ngành nông nghiệp công nghệ cao, đồng thời đẩy mạnh **công nghiệp năng lượng tái tạo**, dần trở thành **hạt nhân trong phát triển kinh tế vùng Tây Nguyên và tam giác Campuchia – Lào – Việt Nam**

Các trụ cột phát triển chính

1

Trụ cột phát triển 1

Tập trung đầu tư phát triển theo chiều sâu, mở rộng chuỗi giá trị các ngành công nghiệp chủ lực

Huy động nguồn đầu tư và mở rộng chuỗi giá trị ba ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh

Bô xít – nhôm



Chế biến nông, lâm sản



Năng lượng tái tạo



2

Trụ cột phát triển 2

Thiết lập nền tảng để phát triển các ngành công nghiệp tiềm năng

Tận dụng sự lan tỏa của các ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh để lấy tiền đề cho sự phát triển của các ngành công nghiệp tiềm năng như công nghiệp sau nhôm, công nghiệp hỗ trợ cũng như làn sóng đầu tư do lợi thế về đất đai, lao động



3

Trụ cột phát triển 3

Duy trì các ngành công nghiệp giá trị sản xuất nhỏ nhằm đảm bảo an sinh xã hội

Duy trì và phát triển các ngành công nghiệp tạo công ăn việc làm, đảm bảo an sinh xã hội như khai khoáng và



Nền tảng phát triển

Khu công nghiệp

Cụm công nghiệp

Các yếu tố hỗ trợ

Nguồn nhân lực

Vốn đầu tư

Cơ sở hạ tầng

Cơ chế chính sách

Liên kết vùng

Khoa học công nghệ

Quản trị

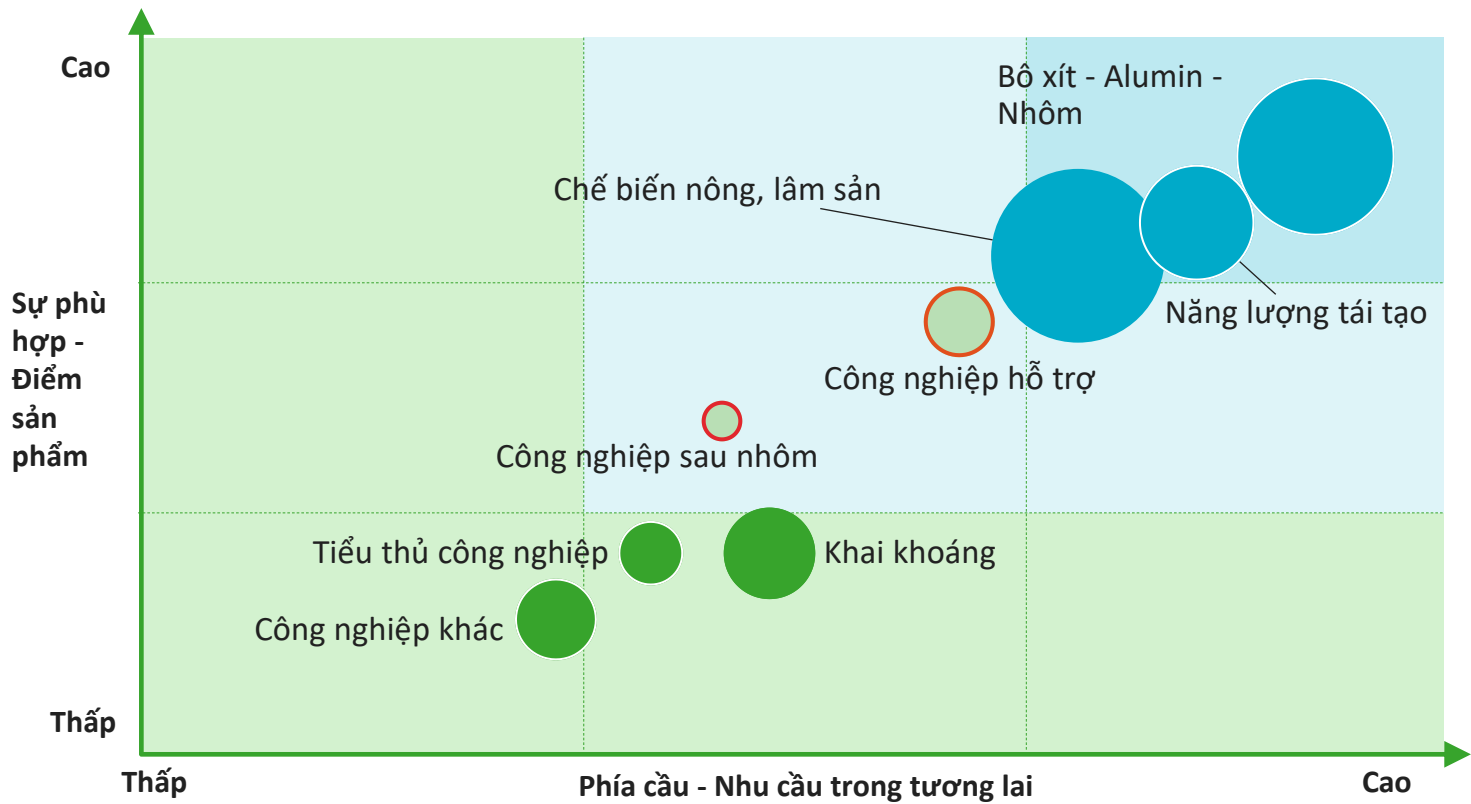
Để lựa chọn lĩnh vực chủ lực, tiềm năng và duy trì, mỗi ngành công nghiệp được đánh giá dựa trên 3 nhóm yếu tố chính

Tiêu chí lựa chọn ngành

	Phía cầu - Nhu cầu trong tương lai	Quy mô thị trường	Dựa trên dự báo về nhu cầu và quy mô thị trường của từng ngành mục tiêu trong tầm nhìn 10-30 năm tới
		Tốc độ tăng trưởng thị trường	Dựa trên tốc độ tăng trưởng về xuất khẩu và tiêu thụ nội địa hàng năm của ngành từ 2020-2050, nhằm đảm bảo sự tăng trưởng lâu dài và bền vững của ngành công nghiệp
	Sự phù hợp – Điểm sản phẩm	Tiếp cận nguồn lực	Sự dễ dàng trong việc tiếp cận các nguyên liệu đầu vào cần thiết dựa trên khoảng cách đến tới nguồn nguyên liệu thô
		Xu hướng nguồn vốn đầu tư vào VN	Dựa trên tỷ lệ đầu tư trực tiếp từ nước ngoài (FDI)
		Ngành ưu tiên	Dựa trên tầm nhìn và quy hoạch tổng thể công nghiệp Việt Nam, cùng các ngành nghề ưu đãi của Chính phủ
		Thân thiện môi trường	Tính bền vững về môi trường của ngành dựa trên Chỉ số ô nhiễm
		Tiềm năng đóng góp kinh tế tương lai	Khả năng đóng góp của các sản phẩm công nghiệp vào GRDP chung của ngành du lịch tỉnh trong tương lai dựa trên hệ số giá trị gia tăng của Ngân hàng phát triển Châu Á
	Đóng góp hiện tại	Đóng góp vào nền kinh tế hiện tại	Độ đóng góp hiện tại của từng sản phẩm du lịch vào nền kinh tế của tỉnh

Phân loại các sản phẩm công nghiệp dựa vào sự phù hợp với hiện trạng của tỉnh và nhu cầu trong tương lai

Đánh giá tổng quát các sản phẩm của ngành công nghiệp



- Các sản phẩm chủ lực**
Các sản phẩm tỉnh có khả năng phát triển trong tương lai và mang lại giá trị kinh tế cao
- Các sản phẩm tạo khác biệt**
Các sản phẩm tiềm năng tạo sự khác biệt thông qua việc xây dựng thương hiệu, đi kèm với giá trị kinh tế, và tác động tương đối tích cực với môi trường
- Các sản phẩm an sinh xã hội**
Các sản phẩm khác, nên được giữ nguyên hoặc giảm bớt trong thời gian tới, với mục tiêu là gia tăng năng suất, giá trị trên một đơn vị diện tích hơn là gia tăng diện tích

○ Kích thước bong bóng thể hiện điểm sản phẩm ở hiện tại

Mỗi trụ cột phát triển sẽ tập trung vào những ngành khác nhau, đảm bảo phát triển toàn diện nền công nghiệp của tỉnh

Các ngành công nghiệp/ hoạt động được đề xuất

Trụ cột phát triển 1

Tập trung đầu tư phát triển theo chiều sâu, mở rộng chuỗi giá trị các ngành công nghiệp chủ lực

1

Ngành công nghiệp bô xít – alumin – nhôm

2

Ngành chế biến nông, lâm sản

3

Ngành năng lượng tái tạo

Trụ cột phát triển 2

Thiết lập nền tảng để phát triển các ngành công nghiệp tiềm năng

4

Ngành công nghiệp sau nhôm

5

Ngành công nghiệp hỗ trợ

Trụ cột phát triển 3

Duy trì các ngành công nghiệp giá trị sản xuất nhỏ nhằm đảm bảo an sinh xã hội

6

Ngành khai khoáng

7

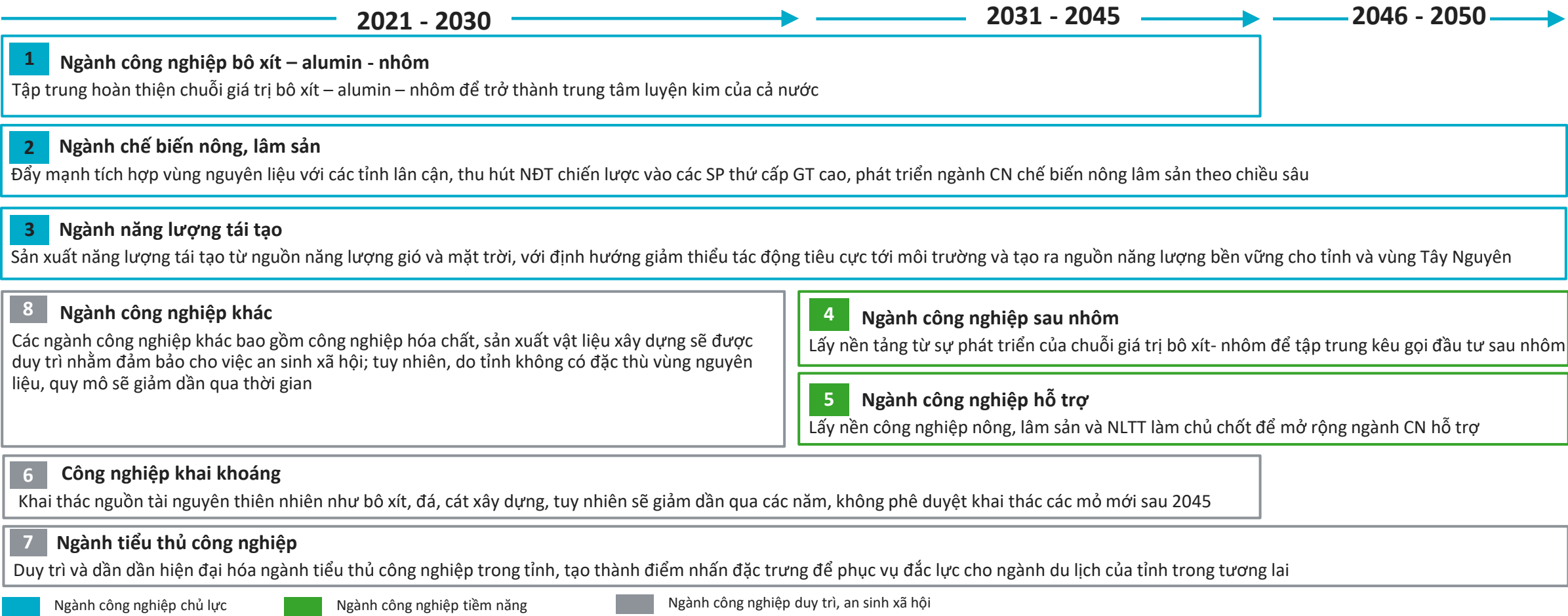
Ngành tiểu thủ công nghiệp

8

Ngành công nghiệp khác

Định hướng & giai đoạn phát triển được đề cập riêng biệt cho 8 ngành công nghiệp theo hướng phù hợp nhất với tiềm năng sẵn có & xu hướng tương lai

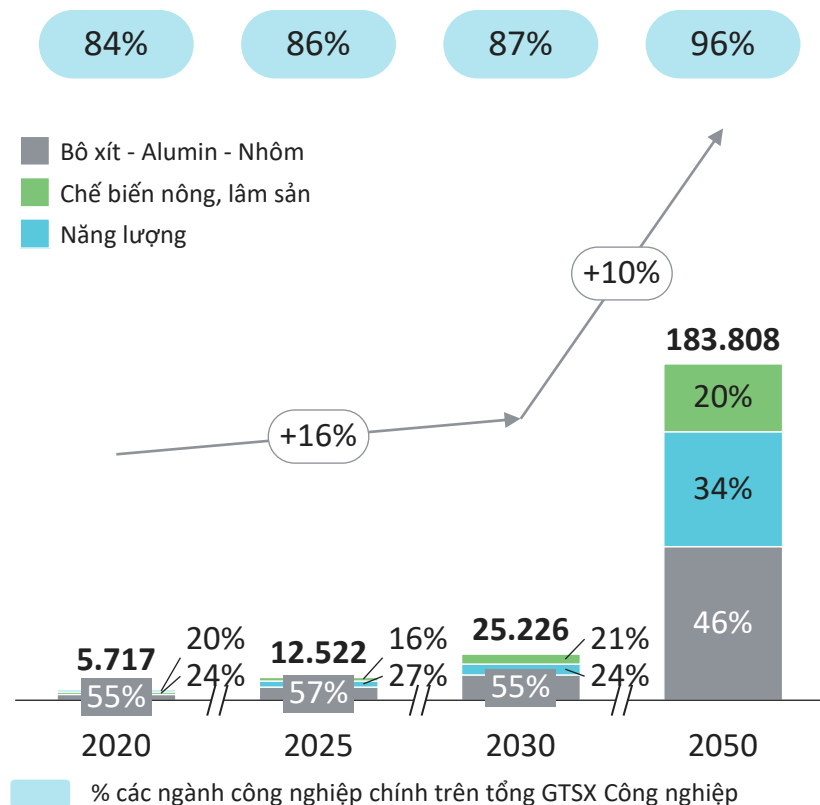
Định hướng các ngành công nghiệp



Đến năm 2050, GTSX các ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh sẽ đạt hơn 183 ngàn tỷ đồng, chiếm hơn 95% trong tổng cơ cấu ngành công nghiệp của tỉnh

Tiềm năng phát triển các ngành công nghiệp chủ lực của tỉnh

GTSX các ngành công nghiệp chủ lực [tỷ VND]



Các sản phẩm ưu tiên thu hút:

- Tập trung sử dụng hiệu quả các nguồn lực và đầu tư phát triển theo chiều sâu các ngành công nghiệp tỉnh có lợi thế sẵn như công nghiệp Alumin – Nhôm, năng lượng tái tạo và chế biến nông, lâm sản:
 - Phát triển chuỗi công nghiệp alumin – nhôm, công nghiệp hỗ trợ và công nghiệp sau nhôm nhằm đưa tỉnh Đắk Nông trở thành trung tâm luyện kim màu hàng đầu cả nước
 - Hình thành các nhà máy chế biến nông, lâm sản gần vùng nguyên liệu, với trang thiết bị, dây truyền công nghệ hiện đại và tân tiến
 - Ưu tiên phát triển điện gió và điện mặt trời trên địa bàn tỉnh nhằm đẩy mạnh nền công nghiệp xanh, vừa bảo vệ môi trường vừa hỗ trợ cho mảng du lịch sinh thái

Các ngành công nghiệp tiềm năng:



Ngành công nghiệp đặt mục tiêu sẽ tạo việc làm gần 64.000 lao động trong doanh nghiệp, thu hút thêm hơn 34 nghìn tỷ vốn đầu tư đến tỉnh vào năm 2050

Mục tiêu cụ thể ngành công nghiệp [giá so sánh 2010]

Các mục tiêu phát triển chính



GRDP (tỷ đồng)

2020

1.987

2030

10.585

2050

97.225



Giá trị sản xuất (tỷ đồng)

6.796

28.966

191.705



Số lượng lao động trong doanh nghiệp (#)

4.517

14.483

63.902



Tổng vốn đầu tư hàng năm (tỷ đồng)

1.534

6.163

34.855

Chiến lược phát triển ngành công nghiệp tỉnh Đắk Nông sẽ được phát triển một cách toàn diện thông qua 4 nhóm giải pháp chính (1/2)

Các giải pháp

Nhóm giải pháp

Các giải pháp chính

Nhóm giải pháp tập trung phát triển & hoàn thiện chuỗi giá trị cho các ngành công nghiệp cốt lõi của tỉnh

1

- Hoàn thiện chuỗi giá trị bô xít- alumin- nhôm trong tỉnh
- Phát triển mạnh mẽ hoạt động chế biến nông, lâm sản
- Thu hút đầu tư vào hoạt động năng lượng tái tạo

Xây dựng năng lực và phát triển các ngành công nghiệp tiềm năng

2

- Xây dựng các chính sách thu hút nhà đầu tư cho công nghiệp sau nhôm
- Khuyến khích phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ cho hoạt động chế biến nông, lâm sản và năng lượng tái tạo



Chiến lược phát triển ngành công nghiệp tỉnh Đắk Nông sẽ được phát triển một cách toàn diện thông qua 4 nhóm giải pháp chính (2/2)

Các giải pháp

Nhóm giải pháp

Các giải pháp chính

Duy trì các ngành chế biến sản xuất để tạo an sinh xã hội và phát triển tiểu thủ công nghiệp gắn kết du lịch

3

- Tiếp tục phát triển vào chiều sâu ngành khai khoáng, đảm bảo bền vững với môi trường
- Hiện đại hóa ngành tiểu thủ công nghiệp, gắn kết chặt chẽ với sự phát triển của ngành du lịch
- Duy trì các ngành công nghiệp khác, đảm bảo an sinh người lao động

Hoàn thiện chất lượng & đẩy mạnh đầu tư các khu & cụm công nghiệp trên toàn tỉnh

4

- Nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng và hiện đại hóa tính kết nối với các khu & cụm công nghiệp
- Xây dựng cơ chế thu hút nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao về làm việc tại các khu & cụm công nghiệp của Tỉnh
- Thiết lập chính sách thu hút nguồn đầu tư dồi dào vào trong KCN & CCN tỉnh



Sáng kiến 1.1: Hoàn thiện chuỗi giá trị bột nhôm trong tỉnh

Tóm tắt sáng kiến

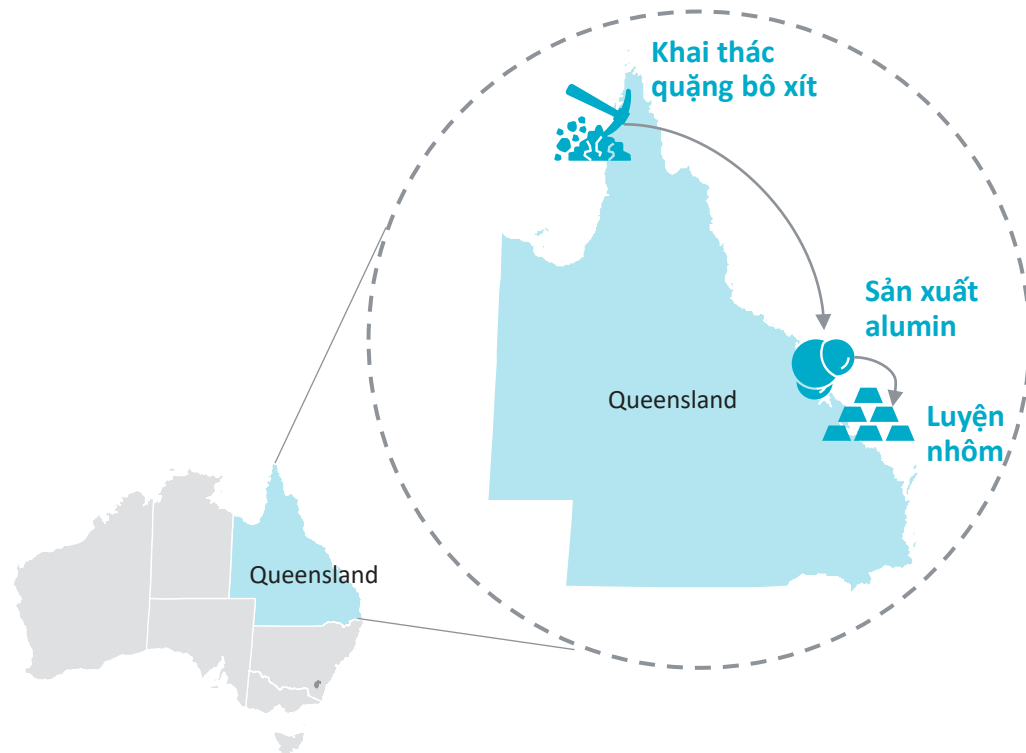
A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Tích cực đẩy mạnh việc nâng cấp công suất nhà máy nhôm Nhân Cơ, đồng thời hoàn thành nhà máy điện phân nhôm, hướng tới việc đi xuyên suốt chuỗi giá trị bột nhôm – nhôm trong tỉnh	Vấn đề, cơ hội Hiện tại, sản lượng của nhà máy sản xuất nhôm Nhân Cơ đã vượt công suất thiết kế, cho thấy cơ hội to lớn để tiếp tục mở rộng nhà máy	Các giải pháp hiện tại Hiện tại chưa có giải pháp	- Tích cực tạo điều kiện cho việc hoàn thiện nâng cấp nhà máy nhôm Nhân Cơ lên công suất 800.000 tấn nhôm/ năm (từ 650.000 tấn nhôm/ năm như hiện tại); tương lai hướng tới đầu tư thêm một dây chuyền sản xuất nhôm nữa - Hoàn thiện nhà máy điện phân nhôm Trần Hồng Quân, đảm bảo sự xuyên suốt trong chuỗi giá trị từ bột nhôm đến nhôm thô để xuất khẩu	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm Sáng kiến này sẽ kéo dài đến hết 2045, trong đó: 5 năm đầu chú trọng vào việc nâng cấp thành công dây chuyền sản xuất nhôm Nhân Cơ và đầu tư hoàn chỉnh nhà máy điện phân nhôm Trần Hồng Quân - Các năm tiếp theo tinh chỉnh, hoàn thiện chuỗi giá trị qua các sáng kiến giúp sự bền vững môi trường, ổn định cuộc sống người dân và lan tỏa tầm ảnh hưởng đến các doanh nghiệp khác trong tỉnh			Chi phí: chi phí cần thiết để xây dựng các hạng mục cơ sở hạ tầng còn thiếu, dẫn đến việc Hợp tác tư nhân: hợp tác giữa các sở ban ngành, các đơn vị trong chuỗi giá trị Nhân lực: nhân lực đủ kỹ năng, hiểu biết để vận hành, phát triển các hoạt động sản xuất Đất đai: đảm bảo việc bàn giao mặt bằng giữa người dân và doanh nghiệp khai thác quặng bột nhôm được diễn ra nhanh chóng; sau khi khai thác xong cần có sự bàn giao trả lại cho chính quyền	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì - Sở Công thương - Ban quản lý khu kinh tế Đắk Nông	Các bên liên quan - Sở LĐTBXH - Sở KH-ĐT - Sở TNMT

Chuỗi giá trị bô xít – alumin – nhôm kim loại ở bang Queensland, Úc là ví dụ điển hình cho việc hoàn thiện và tạo ra giá trị thặng dư tối đa tại địa phương

Nghiên cứu điển hình về chuỗi giá trị bô xít – alumin – nhôm kim loại ở Queensland, Úc

RioTinto

Công ty Rio Tinto đã phát triển thành công chuỗi giá trị bô xít – alumin – nhôm kim loại qua cả 3 khâu với vị trí chiến lược ở bang Queensland:



Ba mỏ bô xít với cơ sở hạ tầng hỗ trợ tân tiến

- 3 mỏ thuộc khu Weipa, phía Bắc Queensland với công suất lên tới 35 triệu tấn bô xít một năm cùng cơ sở chế biến, nhà máy điện, mạng lưới đường sắt và đường thủy hỗ trợ việc khai thác hiệu quả



Nhà máy sản xuất alumin với vị trí chiến lược cạnh cảng nước sâu

- Queensland Alumina Limited là nhà máy tinh chế alumin với năng lực sản xuất 3,95 triệu tấn alumin một năm, bao gồm cả một cầu cảng kết nối với cảng nước sâu và cơ sở lưu trữ trên Đảo South Trees



Cơ sở luyện nhôm cùng kết nối bằng chuyên tới nhà máy Queensland Alumina

- Boyne Smelters Limited là nhà máy luyện nhôm lớn thứ hai của Úc, thừa hưởng nguồn alumin trực tiếp từ nhà máy Queensland Alumina và có công suất hơn 500.000 tấn nhôm một năm



Ngoài ra, sự thành công của chuỗi giá trị này còn được biết đến qua các sáng kiến bền vững cho địa phương qua khía cạnh môi trường, kinh tế và con người

Các sáng kiến bền vững của Rio Tinto và ý nghĩa với tỉnh Đắk Nông

RioTinto

Các sáng kiến của Rio Tinto tại bang Queensland

Ý nghĩa với chuỗi giá trị luyện nhôm tỉnh Đắk Nông

Môi trường



1

Gìn giữ môi trường qua tái chế & sử dụng các sản phẩm phụ

- **Tái chế thành phẩm nhôm:** Nhà máy Boyne Smelters Limited tái chế khoảng 156 triệu lon nhôm mỗi năm và là cơ sở tái chế lon nhôm lớn nhất của Úc
- **Chủ động tìm cách sử dụng các sản phẩm phụ của quá trình luyện nhôm:** Cộng tác với các tổ chức & doanh nghiệp để tìm cách sử dụng các phế thải, v.d. Rio Tinto hợp tác với Xi măng Australia để xử lý khoảng 10.000 tấn Spent Cell Lining (1 loại chất thải các bon) mỗi năm và được Xi măng Australia sử dụng làm nguồn nhiên liệu cho các lò nung của họ

- Việc phát triển chuỗi giá trị trong tương lai sẽ cần **kết hợp các sáng kiến 'xanh'** để đảm bảo tính **bền vững lâu dài**, đặc biệt là về việc tái chế thành phẩm và sử dụng các sản phẩm phụ

Kinh tế



2

Tạo ra giá trị kinh tế cộng đồng qua các sáng kiến ưu tiên doanh nghiệp địa phương

- **Giúp đỡ doanh nghiệp địa phương miễn phí và các cung cấp khoản vay tài chính không lãi suất:** Thông qua tổ chức Here For Glad Stone, Rio Tinto đã ra mắt chương trình Here for Business vào cuối năm 2017, cho các doanh nghiệp mới hoặc đang mở rộng; 23 doanh nghiệp tham gia chương trình với 74 việc làm tại địa phương được tạo ra
- **Ưu tiên mua hàng hóa và dịch vụ địa phương:** Khoảng 73% chi tiêu của Rio Tinto, bao gồm cả điện, được lấy từ các nhà cung cấp của Gladstone (thành phố thuộc bang Queensland)

- Cần có sự **ưu tiên** nhất định cho **hàng hóa & dịch vụ của các doanh nghiệp địa phương**, giúp nâng cao giá trị tạo ra trong tỉnh
- Cần có sự hỗ trợ **phát triển đa ngành** của các doanh nghiệp địa phương, đảm bảo sự đa dạng trong cấu phần kinh tế

Con người



3

Nâng cao phúc lợi cho người dân địa phương

- **Phát triển kỹ năng & tạo công ăn việc làm:** Rio Tinto làm việc với Education Queensland giúp sinh viên tích lũy kinh nghiệm làm việc để hoàn thành chương trình học, cũng như cung cấp các khóa học nghề ngành công nghiệp luyện kim

- Cần phải có đủ các **chương trình đào tạo / nâng cao kỹ năng** để hỗ trợ sự phát triển nhân lực ngành luyện nhôm trong tương lai
- Việc đào tạo và định hướng nghề nghiệp cần được bắt đầu sớm, giúp ổn định được nguồn nhân lực địa phương, **tránh tình trạng di cư khỏi tỉnh**

Sáng kiến 1.2: Phát triển mạnh mẽ hoạt động chế biến nông, lâm sản

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả		
Mục tiêu Kêu gọi nguồn đầu tư để phát triển công nghiệp chế biến hoa quả, tiêu, điều, cà phê trên cơ sở nguồn nguyên liệu dồi dào của tỉnh trong tương lai			Vấn đề, cơ hội Các nhà máy chế biến nông, lâm sản của tỉnh quy mô còn khá nhỏ lẻ, chưa được đầu tư mạnh mẽ về chiều sâu để tạo ra năng lực cạnh tranh cho tỉnh; tiềm năng để kích thích mạnh mẽ nhằm phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng lớn		
Các giải pháp hiện tại Đã có các nhà máy chế biến nông sản như chế biến cà phê bột, cà phê rang nhưng quy mô còn khá nhỏ lẻ, mô hình hoạt động còn thủ công			Mô tả - Tập trung thu hút đầu tư các ông lớn về tỉnh, chú trọng đặt các nhà máy chế biến nông, lâm sản vào các vùng chiến lược cho từng loại cây trồng nhằm giảm thiểu chi phí vận chuyển - Tạo tiền đề cho việc phát triển khoa học công nghệ trong các hoạt động chế biến bằng cách làm cầu nối với các tổ chức khoa học nước ngoài cũng như chú trọng vào chất lượng giảng dạy các trường dạy nghề trong tỉnh		
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết		
1-5 năm 5-10 năm 10-30 năm Sáng kiến này sẽ kéo dài đến hết năm 2050, trong đó: 5 năm đầu: Xác định các vùng nguyên liệu tiềm năng của tỉnh cho từng giống cây trồng, qua đó lên một bản đồ chỉ ra vùng gì nên trồng gì; Tích cực cải cách hành chính theo hướng gọn nhẹ để kêu gọi được các nhà đầu tư chế biến nông, lâm sản về tỉnh - Các năm tiếp theo: Kết hợp với các trường dạy nghề, đào tạo theo nhu cầu công nghiệp trong tỉnh; tăng ngân sách cho việc nghiên cứu khoa học & công nghệ			Chi phí: chi phí cần thiết để tài trợ cho các nghiên cứu khoa học, công nghệ, tổ chức các sự kiện kết nối nhà đầu tư		
			Hợp tác tư nhân: hợp tác hiệu quả giữa các sở ban ngành, các đơn vị xuyên suốt chuỗi giá trị		
			Nhân lực: nhân lực địa phương có tay nghề cao để tham gia sản xuất một cách hiệu quả nhất		
E. Các bên phụ trách					
Chủ trì - Sở Công thương - Ban quản lý khu kinh tế Đắk Nông			Các bên liên quan - Sở NNPTNT - Sở LĐTBXH - Sở KH-ĐT - Sở TNMT		

Sự tham gia của cả chính quyền lẫn doanh nghiệp trong hệ thống dây chuyền lạnh đã tạo ra thành công cho chuỗi sản xuất nông sản của Úc

Quản lý chuỗi lạnh - Tổng quan, tài liệu tham khảo thành công



Tổng quát

- Úc đặt **trọng tâm cao** vào **quản lý dây chuyền lạnh** với sự hỗ trợ từ chính phủ và nhiều hiệp hội khác nhau



- Các tài liệu tham khảo như **“Hướng dẫn về Chuỗi lạnh của Úc”** và **“Chương trình An toàn Thực phẩm về Chuỗi lạnh của Úc”** đã được cung cấp bởi Hội đồng Thực phẩm và Tạp hóa Úc, Viện Siêu thị Úc và Hiệp hội Vận tải và Kho lạnh nhằm **tăng cường quản lý chuỗi lạnh** của ngành nông sản



- Quản lý dây chuyền lạnh là **một trong những yêu cầu của sản phẩm** trước khi được bán ra thị trường bởi các nhà bán buôn do Phòng Công nghiệp Rau quả NSW đặt ra trong thông số kỹ thuật sản xuất



Quả bơ – Công ty Avolution

Sản xuất

- Sau khi hái, bơ được người nông dân làm mát đến 10-12 độ bằng hệ thống **làm lạnh không khí cưỡng bức**

Đóng gói, lưu kho và phân phối

- Công ty Avolution tự định vị mình là **đơn vị phân phối trọn gói để cung cấp quy trình đóng gói, phân phối và quản lý dây chuyền lạnh hiệu quả** cho hơn 40 nhà sản xuất bơ
- Được thành lập bởi **ba người nông dân trồng bơ của Úc** và các nhà đóng gói¹⁾



Quản lý chuỗi lạnh quả Cherry

Sản xuất

- Hầu hết người trồng đều có **máy làm mát bằng nước** tại chỗ để loại bỏ nhiệt trường từ trái cây

Phân loại & đóng gói

- Vận chuyển trái cây giữa vườn cây ăn trái và nhà đóng gói bằng **xe đông lạnh** là một **quy trình phổ biến** và được thực hiện bởi nông dân hoặc người thu gom

Nhập & xuất kho

- Modern pack houses have **excellent facilities and controlled atmospheres** throughout the packing facility
- Nhà đóng gói có **cơ sở vật chất tối tân và chất lượng không khí được kiểm soát** trong toàn bộ cơ sở đóng gói

1) Donovan Family Investments, Bundaberg ở trung tâm Queensland và Sunnyspot Packhouse, Ravensbourne ở nam Queensland kết hợp để tạo thành công ty “The Avolution”

Thanh long Bình Thuận tận dụng chỉ dẫn địa lý đã được bảo hộ như một công cụ tiếp thị và xây dựng thương hiệu để tiếp cận thị trường nước ngoài

Nghiên cứu điển hình chọn lọc - Thanh long Bình Thuận



Tổng quát

- Thanh long được coi là cây trồng chủ lực, góp phần không nhỏ trong công cuộc xóa đói giảm nghèo của Bình Thuận
- Thanh long Bình Thuận gần đây đã được công nhận chỉ dẫn địa lý và được **xuất khẩu sang khoảng 20 nước trên thế giới**; khẳng định thương hiệu trên trường quốc tế



Các sáng kiến được áp dụng

- Để giữ gìn, bảo vệ và phát huy chỉ dẫn địa lý “Bình Thuận” cho sản phẩm thanh long, nâng cao danh tiếng cho trái thanh long Bình Thuận, nhiều sáng kiến đang được UBND tỉnh Bình Thuận thực hiện:
 - Giao các sở ngành, địa phương **tập trung hướng dẫn thực hiện các giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm**, đáp ứng các tiêu chuẩn VietGAP, GlobalGAP
 - **Thu hút đầu tư** nhà máy chiếu xạ, nhà máy sấy đáp ứng thị trường tiêu thụ Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc
 - **Hướng dẫn hồ sơ đăng ký nhãn hiệu** thanh long Bình Thuận đến 13 quốc gia và vùng lãnh thổ¹⁾
 - Dự án “**Xây dựng mô hình dán tem chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm thanh long Bình Thuận**” với tổng kinh phí là 2.076 triệu đồng, trong đó có 1.046 triệu đồng từ ngân sách Nhà nước do Hiệp hội Thanh long Bình Thuận thực hiện.

1) Cụ thể là Anh, Đức, Pháp, Hà Lan, Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Trung Quốc, Thái Lan, Đài Loan, Hồng Kông, Indonesia, Malaysia

Liên doanh với các đối tác nước ngoài là một trong những cách thành công trong việc nâng cao chất lượng xuất khẩu các sản phẩm địa phương

Mô hình quan hệ đối tác - Nghiên cứu điển hình



Tổng quát



- **Mục tiêu:** Trong khuôn khổ chương trình Đầu tư Khu vực Tư nhân Hà Lan (PSI), dự án nhằm thiết lập một chuỗi trái cây giống bưởi được chứng nhận GlobalGAP¹⁾ với 100 nông dân Việt Nam và cung cấp một nhà kho trái cây hiện đại bao gồm một phòng cắt tươi để chế biến bưởi
- **Định dạng:** PSI cung cấp 50% kinh phí cho dự án (745,925 EUR) dựa trên sự hợp tác giữa Kloosbeheer B.V. (bên mua) và The Fruit Republic Ltd (TFR) (đối tác địa phương)
- **Vị trí:** Đồng bằng sông Cửu Long, miền nam Việt Nam

Tóm lược

- Nông dân được **ký kết một hợp đồng đảm bảo thu mua toàn bộ vụ thu hoạch cho đơn vị liên doanh với giá hợp lý**. Ngoài việc được trả cao hơn 15% so với mức lương tối thiểu, nhân viên trong kho còn được cung cấp một gói phúc lợi ngoài lề và hỗ trợ bảo hiểm y tế và chăm sóc, cải thiện công việc, ăn uống
- Khái niệm kinh doanh này được hưởng lợi từ khả năng sản xuất bưởi quanh năm của Việt Nam và do đó, cơ **hội tiềm năng cho xuất khẩu bưởi** tồn tại trong khoảng =thời gian từ tháng 2 đến cuối tháng 8 khi nước xuất khẩu lớn nhất (Trung Quốc) có rất ít bưởi và giá bưởi ở đó tăng lên khoảng 40%
- Một **hệ thống ký kết hợp đồng và khuyến khích nông dân trồng cây ăn quả** đã được thành lập để đào tạo nông dân trồng bưởi cách trồng bưởi bền vững (và chất lượng tốt hơn) và họ sẽ được cung cấp một hợp đồng đảm bảo bán cho bên liên doanh tổng số lượng thu hoạch của họ với mức giá hợp lý
- Trong **kho được chứng nhận HACCP**, bưởi sẽ được phân loại (4 hạng) và trái ngon nhất (hạng 1 và 2) sẽ được xuất khẩu

1) Một cơ quan khu vực tư nhân đặt ra các tiêu chuẩn tự nguyện để chứng nhận quy trình sản xuất các sản phẩm nông nghiệp nhằm đảm bảo thực phẩm được sản xuất tại nông trại theo cách giảm thiểu các tác động có hại đến môi trường, giảm đầu vào hóa chất và đảm bảo sức khỏe và an toàn của người lao động cũng như phúc lợi động vật

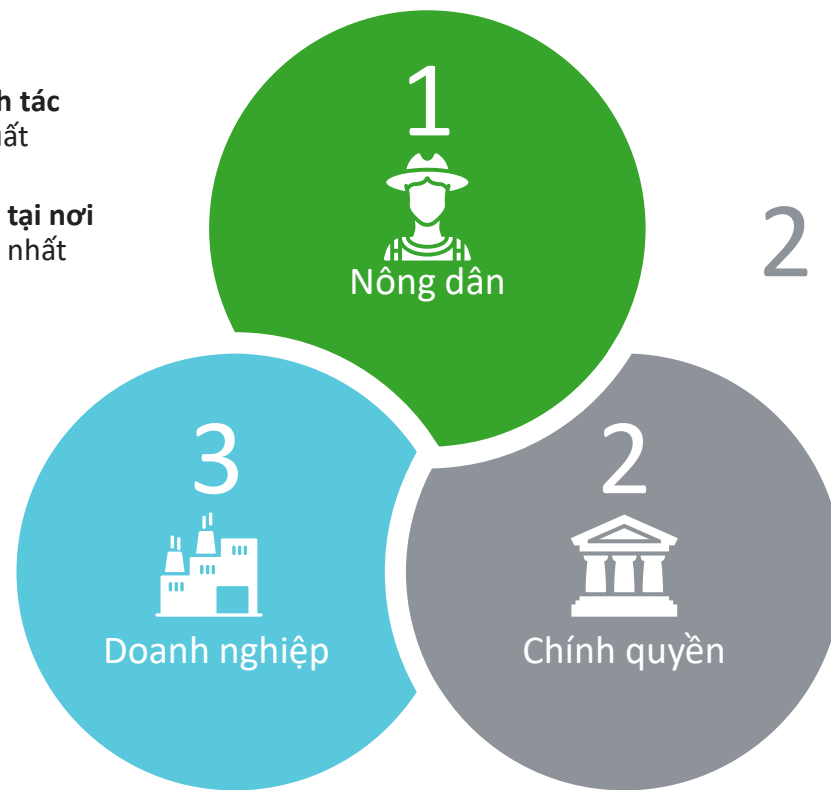
Để đánh bật được ngành công nghiệp chế biến nông, lâm sản, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa người nông dân, doanh nghiệp và chính quyền

1 Nông dân

- Tích cực hướng tới phương thức **sản xuất, canh tác bền vững**, đạt tiêu chuẩn của các đơn vị sản xuất trong nước và nước ngoài
- Tích hợp các hình thức sản xuất, **chế biến ngay tại nơi thu hoạch** để đạt được chất lượng hoa quả tốt nhất

3 Doanh nghiệp

- Hình thành các **liên doanh với người nông dân**, đưa ra các **hỗ trợ về tài chính** để người nông dân có kinh phí đầu tư máy móc ban đầu
- Cung cấp các **gói phúc lợi** đảm bảo cho an sinh lâu dài



2 Chính quyền

- Hỗ trợ người dân trong việc **thiết lập các chỉ dẫn địa lý** các loại hoa quả tiềm năng của tỉnh
- Tài trợ kinh phí các **chứng nhận chất lượng nông sản** quốc tế như GlobalGAP nhằm tăng sản lượng sản phẩm có thể xuất khẩu
- Xuất bản các **ấn phẩm giúp đào tạo kiến thức** cho người dân trong lĩnh vực trồng trọt, thâm canh
- Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước trong việc tiếp cận người nông dân để **hình thành các liên doanh** hữu hiệu

Sáng kiến 1.3: Thu hút đầu tư vào hoạt động năng lượng tái tạo

Tóm tắt sáng kiến

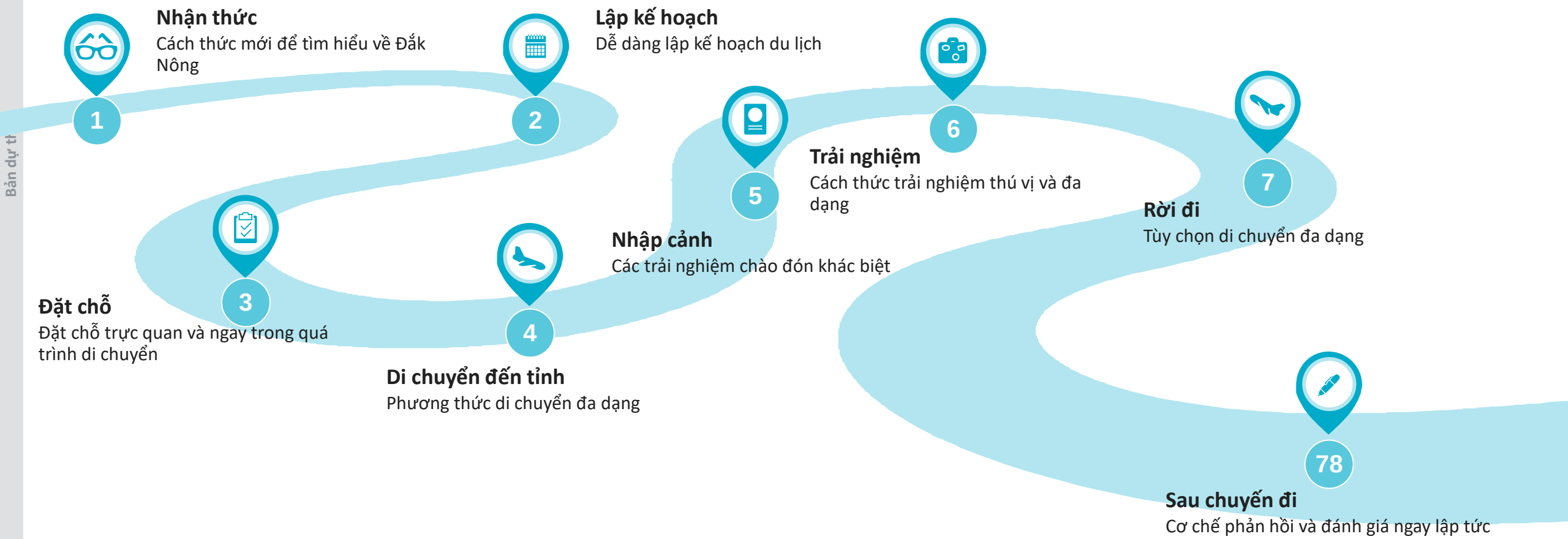
A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Tích cực thu hút nguồn đầu tư vào các nguồn năng lượng tái tạo, đặc biệt là năng lượng mặt trời và năng lượng gió giúp giảm thiểu tác động tới môi trường và tăng tính bền vững công nghiệp trong tương lai	Vấn đề, cơ hội - Hiện tại, nguồn điện của tỉnh còn dựa nhiều vào thủy điện cũng như nhiệt điện cho nhà máy bô xít của tỉnh - Cơ hội để chuyển đổi dần sang các hoạt động năng lượng tái tạo	Các giải pháp hiện tại Đã có 2 nhà máy điện gió và 2 nhà máy điện mặt trời vào hoạt động, tuy nhiên vẫn còn khiêm tốn so với tổng nhu cầu điện năng trong tỉnh	- Tiếp tục thu hút mạnh mẽ nguồn đầu tư vào trong tỉnh bằng các cơ chế đột phá - Giảm thiểu các khó khăn cho doanh nghiệp như trong công tác giải phóng mặt bằng, nâng cấp cơ sở hạ tầng cần thiết	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-30 năm Sáng kiến này sẽ kéo dài đến hết năm 2050, trong đó: 5 năm đầu: Tích cực tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tổng ngành năng lượng tái tạo phát triển các nhà máy như đã đặt ra, trong đó giải quyết các vướng mắc trong quá trình giải phóng mặt bằng - Các năm sau: Tiếp tục đẩy mạnh ngành NLTT, gắn liền với các nhà máy chế biến nông, lâm sản cũng như công nghiệp luyện kim của tỉnh			Chi phí: chi phí cần thiết để tài trợ cho việc nâng cấp cơ sở hạ tầng Quản trị: tích cực theo dõi tiến độ giải phóng mặt bằng, đảm bảo quỹ đất sạch cho doanh nghiệp	
E. Các bên phụ trách			Chủ trì Sở Công thương	Các bên liên quan - Sở KH-ĐT - Sở TNMT



D.2.2 Trụ cột chiến lược 2

Hình ảnh tầm nhìn du lịch đến 2050 của tỉnh Đắk Nông: chuyển đổi hành trình du lịch của du khách

Các chuyển đổi chính của hành trình du lịch



Việc triển khai thành công các giải pháp đề xuất sẽ cho phép chuyển đổi đầy đủ hành trình 8 bước của du khách (1/2)

Hiện tại và tương lai

Hiện tại ...

➤ Nhận thức

Ngày nay, du khách có thể tìm hiểu về Đắk Nông thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng và quảng cáo rộng rãi trong khi các kênh truyền thông chính thống lại có hiệu quả giới hạn

➤ Lập kế hoạch

Hiện tại, du khách phải trải qua quy trình lập kế hoạch phức tạp, phải tìm hiểu nhiều nền tảng và nguồn thông tin khác nhau

➤ Đặt chỗ

Hiện tại, du khách phụ thuộc vào các đại lý đặt chỗ hoặc phải sử dụng qua nhiều nền tảng và quy trình để thanh toán cho việc đặt tour - Đại đa số vé ra vào không có sẵn để mua trước

➤ Di chuyển đến tỉnh

Ngày nay, du khách chỉ có 1 lựa chọn phương tiện di chuyển đến Đắk Nông

Tương lai 2050...

➤ Nhận thức

Trong tương lai, du khách sẽ tìm hiểu về Đắk Nông thông qua các chiến dịch marketing mục tiêu và các kênh truyền thông chính thống được tái định hình

➤ Lập kế hoạch

Trong tương lai, du khách sẽ trải nghiệm một quy trình lập kế hoạch riêng vô cùng đơn giản với cơ chế hỗ trợ trực tiếp

➤ Đặt chỗ

Trong tương lai, du khách sẽ có thể đặt chỗ trên một nền tảng duy nhất hỗ trợ thanh toán đa dạng – Cho phép mua vé ra vào các điểm tham quan từ trước khi khởi hành

➤ Di chuyển đến tỉnh

Trong tương lai, du khách sẽ có nhiều lựa chọn để di chuyển đến Đắk Nông, sẽ có sân bay, đường cao tốc – hỗ trợ cho kết nối và di chuyển

Việc triển khai thành công các giải pháp đề xuất sẽ cho phép chuyển đổi đầy đủ hành trình 8 bước của du khách (2/2)

Hiện tại và tương lai

Hiện tại ...

- **Nhập cảnh**
Hiện tại, Đắc Nông chỉ có nơi nhập cảnh cho khách đến từ Campuchia
- **Trải nghiệm**
Hiện tại, du khách thông thường tham quan tại Đắc Nông trong 1-2 ngày và đối mặt với nhiều vấn đề về trải nghiệm du lịch, bên cạnh đó điểm tham quan cũng giới hạn, thiếu tính liên kết
- **Rời đi**
Hiện tại, du khách chỉ có 1 cách thức rời tỉnh, và không có tương tác
- **Sau chuyến đi**
Hiện tại, du khách không có quyền truy cập hệ thống phản hồi, theo đó cho phép họ đóng góp ý kiến xây dựng các sản phẩm dịch vụ của Đắc Nông

Tương lai 2050...

- **Nhập cảnh**
Trong tương lai, việc nhập cảnh từ sân bay sẽ trở nên dễ dàng, thuận tiện
- **Trải nghiệm**
Trong tương lai, du khách lưu trú tại Đắc Nông sẽ lâu hơn, trải nghiệm du lịch được nâng cao, và có tính tương tác. Các điểm tham quan cũng sẽ được mở rộng và mang tính trải nghiệm
- **Rời đi**
Trong tương lai, sẽ có nhiều hơn các cách thức di chuyển, giao thông sẽ được cải thiện và thời gian di chuyển sẽ ngắn hơn
- **Sau chuyến đi**
Trong tương lai, du khách sẽ có nền tảng riêng để lên tiếng trực tiếp về các mối quan ngại cùng với đưa ra khen ngợi của mình - Sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội sẽ cải thiện đáng kể hình ảnh của ngành du lịch tỉnh Đắc Nông

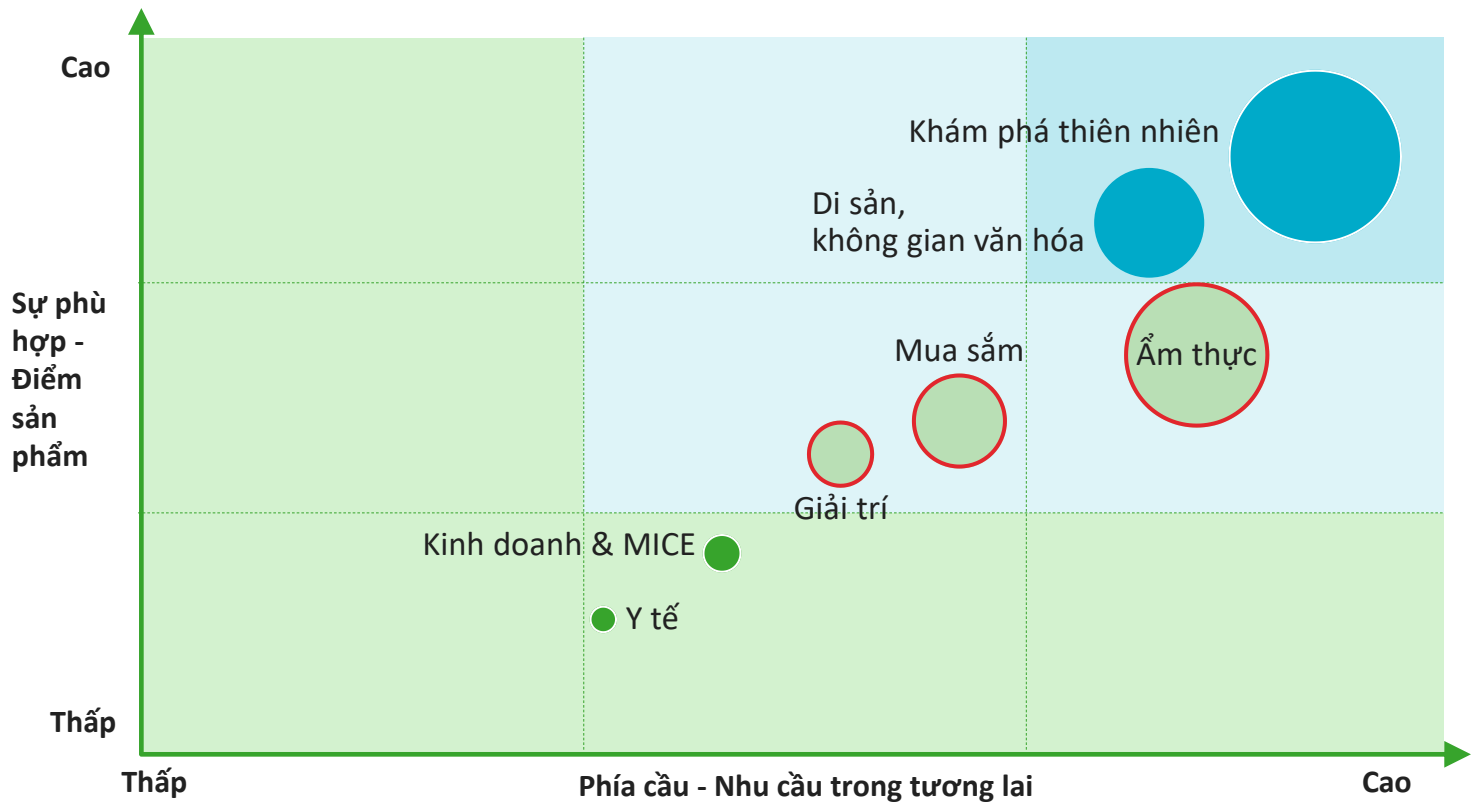
Để lựa chọn lĩnh vực chủ lực, tiềm năng và duy trì, ngành du lịch được đánh giá dựa trên 3 nhóm yếu tố chính

Tiêu chí lựa chọn sản phẩm du lịch chính

	Phía cầu - Nhu cầu trong tương lai	Quy mô thị trường	Dựa trên dự báo về nhu cầu và quy mô thị trường của từng ngành mục tiêu trong tầm nhìn 10-30 năm tới
		Tốc độ tăng trưởng thị trường	Dựa trên tốc độ tăng trưởng về nhu cầu & loại hình du lịch hàng năm của ngành từ 2020-2050, nhằm đảm bảo sự tăng trưởng lâu dài và bền vững của ngành công nghiệp
	Sự phù hợp – Điểm sản phẩm	Tiếp cận nguồn lực	Sự dễ dàng trong việc huy động nguồn nhân lực & tài nguyên cần thiết để đảm bảo sự phát triển bền vững của ngành
		Mức độ cạnh tranh	So sánh mức độ cạnh tranh sẵn có của các sản phẩm du lịch tiềm năng với các tỉnh lân cận trong vùng Tây Nguyên
		Tác động môi trường	Tính bền vững với môi trường của các loại hình du lịch dựa trên Chỉ số ô nhiễm
		Tiềm năng đóng góp kinh tế tương lai	Khả năng đóng góp của các sản phẩm du lịch vào GRDP chung của ngành du lịch tỉnh trong tương lai
	Đóng góp hiện tại	Đóng góp vào nền kinh tế hiện tại	Độ đóng góp hiện tại của từng sản phẩm du lịch vào nền kinh tế của tỉnh

Phân loại các sản phẩm du lịch dựa vào sự phù hợp với nguồn lực của tỉnh và nhu cầu trong tương lai

Đánh giá tổng quát các sản phẩm của ngành du lịch

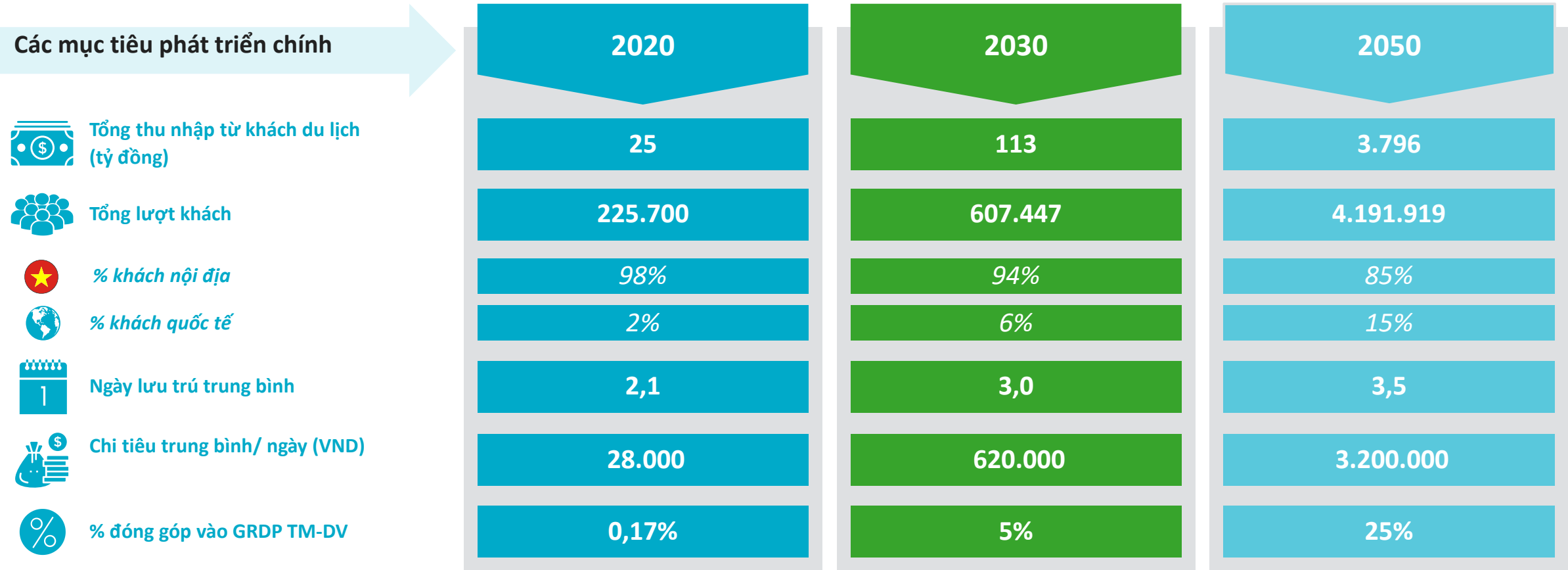


- Các sản phẩm cốt lõi**
Các sản phẩm tỉnh có khả năng phát triển trong tương lai và mang lại giá trị kinh tế cao
- Các sản phẩm tạo khác biệt**
Các sản phẩm tiềm năng tạo sự khác biệt thông qua việc xây dựng thương hiệu, đi kèm với giá trị kinh tế, và tác động tương đối tích cực với môi trường
- Các sản phẩm an sinh xã hội**
Các sản phẩm khác, nên được giữ nguyên hoặc giảm bớt trong thời gian tới, với mục tiêu là gia tăng năng suất, giá trị trên một đơn vị diện tích hơn là gia tăng diện tích

Kích thước bong bóng thể hiện sự đóng góp của các sản phẩm du lịch ở hiện tại

Ngành du lịch Đắk Nông sẽ bứt phá trong tương lai, đạt được 113 tỷ đồng năm 2030 và ~3.800 tỷ đồng vào 2050, đóng góp 25% vào tổng GRDP lĩnh vực TM-DV

Mục tiêu cụ thể ngành du lịch [giá so sánh 2010]



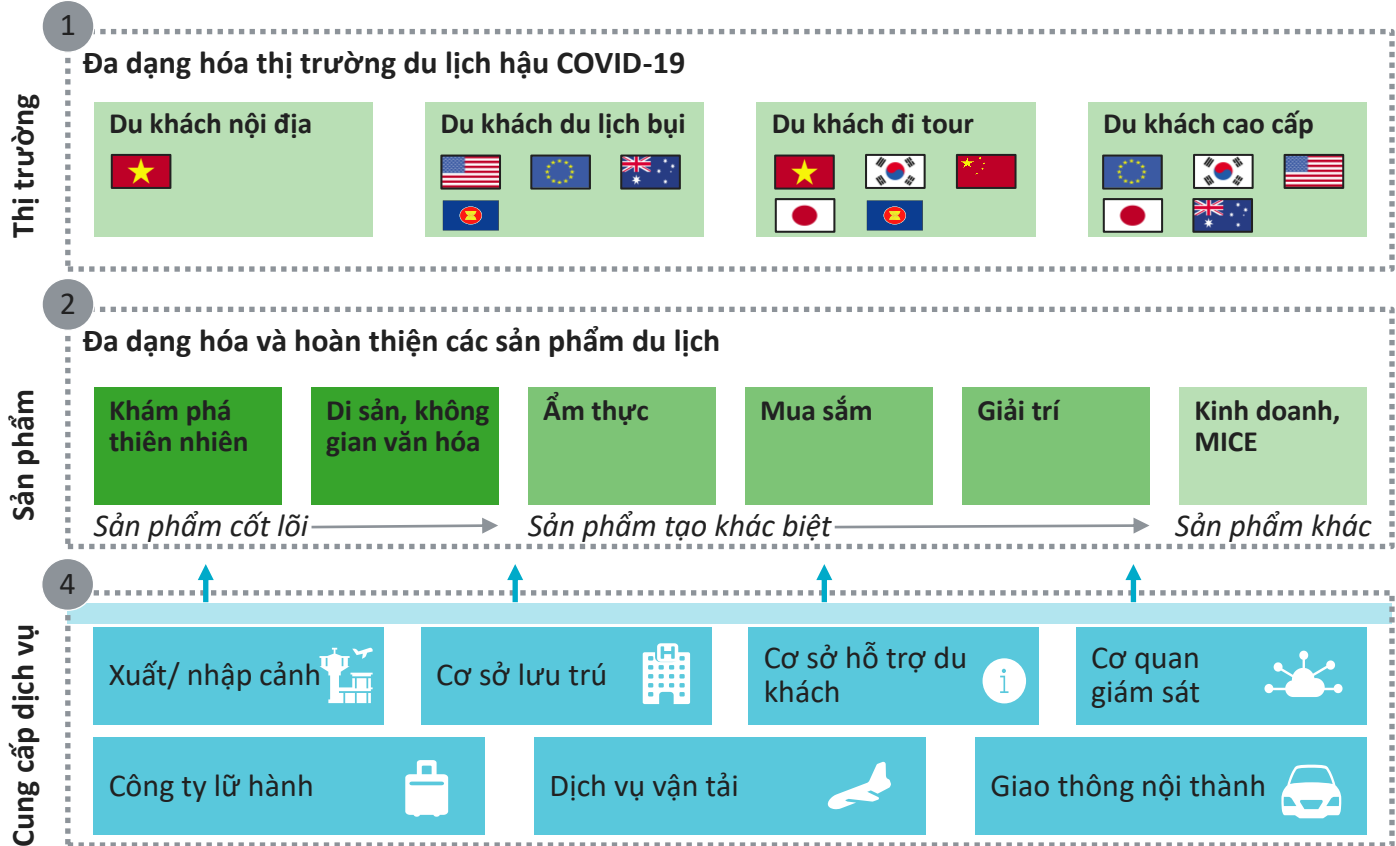
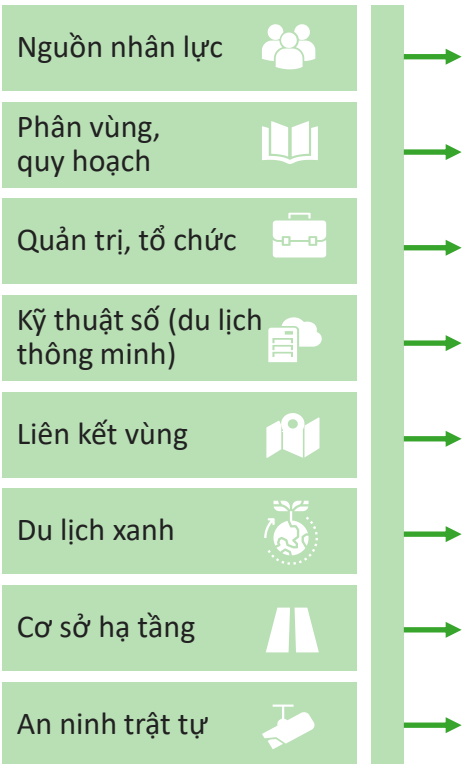
Đắk Nông sẽ thúc đẩy ngành toàn hiện du lịch theo 5 nền tảng chính: phát triển thị trường, hoàn thiện sản phẩm, thương hiệu & xúc tiến du lịch, phát triển các nhà cung cấp dịch vụ, và nâng cấp các CSHT & dịch vụ hỗ trợ

Tầm nhìn

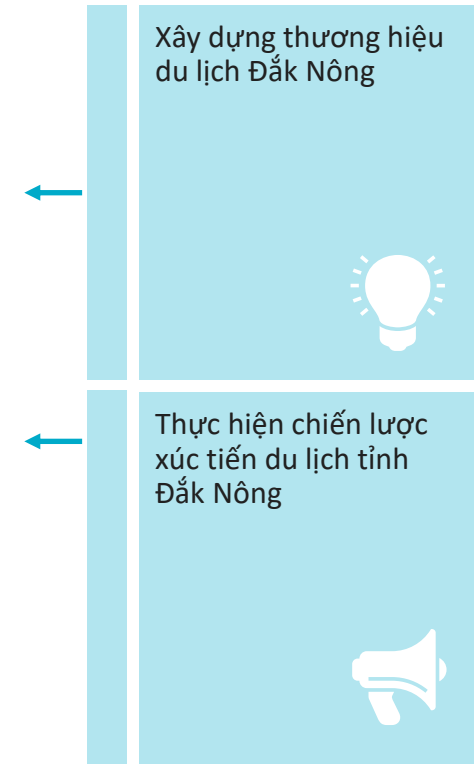


Đến năm 2050, ngành du lịch của Đắk Nông sẽ trở thành **động lực phát triển của tỉnh**, được biết đến rộng rãi là một trong những địa điểm **du lịch sinh thái** hàng đầu của Việt Nam, được gắn với hình ảnh công viên địa chất toàn cầu UNESCO

5 Cơ sở hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ



3 Thương hiệu và xúc tiến du lịch



Các đối tượng khách hàng mục tiêu chính được xác định cho tỉnh với xuất xứ đa dạng của các nhóm đối tượng

Các đối tượng khách hàng mục tiêu



Du khách nội địa



Du khách du lịch bụi



Du khách đi tour



Du khách cao cấp

Khách nội địa

Khách quốc tế và nội địa

Xuất xứ du khách

- Việt Nam
 - TP.HCM, Hà Nội và các thành phố phát triển khác
- Các nước phương Tây và ĐNÁ
 - Chủ yếu từ Hoa Kỳ, Châu Âu, Úc, và các nước ASEAN
- Các nước châu Á
 - Chủ yếu từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, và các nước ASEAN
- Các nước phát triển
 - Chủ yếu từ Hoa Kỳ, Châu Âu, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc

Đặc tính du khách

- Dành thời gian cho một kỳ nghỉ tại Việt Nam, thường là vào **dịp cuối tuần, các ngày nghỉ lễ**, thông thường là với gia đình, bạn bè.
- Họ muốn có niềm vui, **chi phí hợp lý** và trải nghiệm thiên nhiên
- Đi du lịch với mục tiêu muốn **trải nghiệm** những vùng đất mới, gặp gỡ, giao lưu văn hóa
- Khách du lịch **chi tiêu hợp lý**, và thường có ý thức bảo vệ môi trường, và hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ
- Đi du lịch trong các nhóm đồng hương** để họ cảm thấy an toàn tại những địa điểm xa lạ
- Thường đến tất cả các địa điểm tham quan hàng đầu
- Du khách **tự do và độc lập** muốn khám phá những điểm đến mới
- Họ tự tổ chức các chuyến đi của mình, đôi khi sử dụng các công ty du lịch và **sẵn sàng trả tiền** cho các dịch vụ theo sở thích cá nhân, và dịch vụ chất lượng cao

Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Đắk Nông sẽ được phát triển một cách toàn diện thông qua 5 nhóm giải pháp chính (1/3)

Các giải pháp

Nhóm giải pháp

Các giải pháp chính

Nhóm giải pháp đa dạng hóa thị trường du lịch hậu COVID-19

1

- 1.1 Hợp tác với các hãng bay/ hãng lữ hành quốc tế, quốc gia để giới thiệu về Đắk Nông
- 1.2 Cung cấp các loại ngôn ngữ phổ biến tại các danh lam thắng cảnh, các di tích văn hóa
- 1.3 Thúc đẩy hợp tác liên thành phố (ví dụ: thành phố kết nghĩa,v.v.) để xúc tiến du lịch

Nhóm giải pháp đa dạng hóa và hoàn thiện sản phẩm du lịch

2

- 2.1 Đối với **sản phẩm du lịch khám phá thiên nhiên**
 - 2.1.1 Phát triển các hoạt động du lịch gắn với Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông
 - 2.1.2 Phát triển các hoạt động du lịch gắn với du lịch nghỉ dưỡng và cảnh quan rừng, thác
 - 2.1.3 Phát triển "du lịch xanh" và mở rộng các địa điểm tham quan
 - 2.1.4 Phát triển loại hình "du lịch thể thao mạo hiểm"
- 2.2 Đối với **sản phẩm du lịch di sản, không gian văn hóa**
 - 2.2.1 Phát triển các hoạt động du lịch gắn với không gian di sản, văn hóa của người đồng bào dân tộc thiểu số
 - 2.2.2 Quốc tế hóa, và tăng cường các chương trình biểu diễn nghệ thuật
- 2.3 Đối với **sản phẩm ẩm thực**
 - 2.3.1 Nâng cao thương hiệu và nhận thức về ẩm thực địa phương
 - 2.3.2 Quảng bá văn hóa cà phê
 - 2.3.3 Phát triển các khu ẩm thực địa phương
- 2.4 Đối với **sản phẩm mua sắm**
 - 2.4.1 Xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm truyền thống địa phương – chương trình **Made in Daknong**
 - 2.4.2 Phát triển các khu mua sắm các sản phẩm truyền thống địa phương
 - 2.4.3 Xây dựng phiên chợ biên giới, tiến tới thành lập trung tâm mua sắm xuyên biên giới



Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Đắk Nông sẽ được phát triển một cách toàn diện thông qua 5 nhóm giải pháp chính (2/3)

Các giải pháp

Nhóm giải pháp

Các giải pháp chính

Nhóm giải pháp thương hiệu và xúc tiến du lịch

3

- 3.1 Xây dựng thương hiệu du lịch tỉnh Đắk Nông
- 3.2 Xúc tiến, quảng bá du lịch tỉnh Đắk Nông bằng cách sử dụng các công cụ marketing du lịch
- 3.3 Đăng cai tổ chức các sự kiện du lịch điểm nhấn hàng năm
- 3.4 Tham dự chương trình "Invest in Daknong" nhằm xúc tiến, thu hút đầu tư vào du lịch tỉnh Đắk Nông

Nhóm giải pháp nâng cao năng lực của các nhà cung cấp dịch vụ

4

- 4.1 Cơ sở lưu trú
 - 4.1.1 Phát triển và quản lý các cơ sở lưu trú homestay
 - 4.1.2 Quản lý các cơ sở lưu trú phi truyền thống (Airbnb, v.v.)
 - 4.1.3 Thu hút các nhà đầu tư tư nhân nhằm xây dựng các cơ sở lưu trú cao cấp (3-5 sao)
- Khác
 - Tìm hiểu và cải thiện dịch vụ du lịch dựa trên phản hồi của du khách
 - Hỗ trợ du khách xuyên suốt hành trình



Chiến lược phát triển du lịch tỉnh Đắk Nông sẽ được phát triển một cách toàn diện thông qua 5 nhóm giải pháp chính (3/3)

Các giải pháp

Nhóm giải pháp

Các giải pháp chính

Nhóm giải pháp hoàn thiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ

5

- **5.1 Nguồn nhân lực:**
 - Tăng số lượng nhân viên du lịch lành nghề tại địa phương và từ các tỉnh khác
 - Nâng cao tiêu chuẩn nhân viên du lịch, đặc biệt là hướng dẫn viên du lịch
- **5.2 Phân vùng và quy hoạch:**
 - Khuyến khích đầu tư du lịch vào các khu vực chưa phát triển
 - Các định hướng tổ chức không gian phát triển bao gồm 1) Các phân khu chức năng phát triển không gian du lịch 2) Cụm du lịch, trung tâm du lịch; 3) Quy hoạch tổ chức tuyến du lịch
- **5.3 Quản lý và chính sách:**
 - Xây dựng đề án thu hút đầu tư du lịch
- **5.4 Du lịch thông minh:**
 - Chuẩn bị cho du lịch thông minh và kỹ thuật số
- **5.5 Liên kết vùng:**
 - Liên kết vùng nhằm phát triển du lịch với các khu vực lân cận
- **5.6 Du lịch xanh:**
 - Đảm bảo du lịch sinh thái phát triển bền vững cho cộng đồng địa phương
- **5.7 Cơ sở hạ tầng công cộng:**
 - Nâng cấp, xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông (đặc biệt là đường cao tốc và/ hoặc sân bay)
- **5.8 An ninh trật tự:**
 - Xây dựng Đắk Nông trở thành điểm đến an toàn cho du khách thông qua việc đảm bảo an ninh trật tự



Sáng kiến 1.1: Hợp tác với các hãng bay/ hãng lữ hành quốc tế, quốc gia để giới thiệu về Đắk Nông

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Quảng bá thường xuyên các danh lam thắng cảnh của tỉnh trên các chuyến bay thương mại đến Việt Nam, đặc biệt là qua cửa ngõ sân bay Tân Sơn Nhất và Long Thành (tương lai)	Vấn đề, cơ hội - Hiện tại, chưa có nhiều quảng bá về du lịch Đắk Nông trên các chuyến bay thương mại - Trên các chuyến bay của các hãng hàng không Việt Nam, việc quảng cáo hầu như không có	Các giải pháp hiện tại Hiện tại chưa có giải pháp	- Thúc đẩy hợp tác với các hãng hàng không quốc tế để giới thiệu vẻ đẹp tiềm ẩn của Đắk Nông và khuyến khích du khách đến Đắk Nông - Nâng cao nhận thức của du khách đối với du lịch Đắk Nông thông qua hợp tác với các đơn vị lữ hành	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm - Hợp tác với các đơn vị lữ hành - Hợp tác với các hãng hàng không quốc tế			Chi phí: chi phí quảng bá với các hãng hàng không có thể tương đối cao. Tỉnh có thể hợp tác với các đơn vị lữ hành nhằm giảm bớt chi phí này	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì Sở VH TT&DL	Các bên liên quan - Các hãng hàng không - Các đại lý du lịch quốc tế

Hợp tác với các đại lý du lịch quốc tế/ quốc gia với tư cách là kênh đặt vé du lịch hàng đầu là rất quan trọng để nâng cao số lượng khách du lịch quốc tế đến

Minh họa sáng kiến

Quảng cáo các điểm đến mới thông qua đại lý du lịch hàng đầu quốc tế và Đại lý du lịch trực tuyến

Tổng quan sáng kiến	Nâng cao nhận thức của du khách quốc tế đối với du lịch Đắk Nông thông qua hợp tác với các công ty du lịch quốc gia
Luận cứ	Đại lý du lịch trong nước và đại lý du lịch trực tuyến là kênh bán hàng chính của du khách quốc tế đến lập kế hoạch và đặt chuyến đi, việc quảng bá mạnh mẽ hơn từ kênh bán hàng đầu sẽ nâng tầm định vị du lịch
Nhiệm vụ chính	- Tương tác với đại lý du lịch địa phương và OTA trên toàn cầu - Phát triển quan hệ đối tác và khuyến khích họ quảng bá và cung cấp gói tour đa dạng
Các bên liên quan	- Sở VHTT&DL - Đại lý du lịch quốc tế
Cơ chế tài trợ	Vốn ngân sách và nguồn xã hội hóa

Ví dụ minh họa

Phát triển quan hệ đối tác

Hình thức hợp tác

- Khuyến khích đại lý du lịch phát triển chuyển du lịch trọn gói cho du khách quốc tế
- Cung cấp chiết khấu cho chuyến đi được thực hiện với đại lý du lịch tương ứng để đến thăm Đắk Nông trong thời gian nhất định
- Tài trợ hội chợ đại lý du lịch và hội đồng sự kiện

Nội dung khuyến mãi

- Khuyến khích đại lý du lịch phát triển du lịch Đắk Nông trọn gói cho khách hàng quốc tế
- Cung cấp chiết khấu cho chuyến đi được thực hiện với tương ứng lịch đại để đến thăm Đắk Nông trong thời gian nhất định
- Tài trợ hội chợ đại lý du lịch và hội đồng sự kiện

Ví dụ về các đại lý du lịch quốc tế



- Jouis Holiday là một trong những công ty lữ hành hàng đầu tại Malaysia
- China Highlights International Travel Service và China Travel Service là những đại lý du lịch và lữ hành hàng đầu Trung Quốc
- Có trụ sở tại Úc, Intrepid hiện vận hành hơn 200 tour du lịch tại châu Á
- Có trụ sở tại Tây Ban Nha, Europamund hiện vận hành hơn 60 tour du lịch tại châu Á
- Đại lý du lịch trực tuyến toàn cầu để lập kế hoạch và đặt kế hoạch du lịch
- Hiện đang cung cấp nhiều sản phẩm du lịch tại các điểm đến tại VN

Cung cấp các loại ngôn ngữ phổ biến tại các địa điểm du lịch

Minh họa sáng kiến

Tài liệu bằng âm thanh đa ngôn ngữ

Hướng dẫn bằng âm thanh

- Hướng dẫn viên Bảo tàng cung cấp hướng dẫn được ghi lại bằng nhiều ngôn ngữ



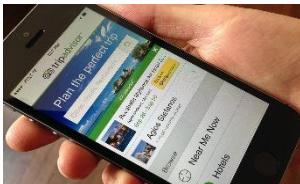
Hướng dẫn viên đa ngôn ngữ

- Các hướng dẫn viên thông thạo ngôn ngữ của khách du lịch cũng như tiếng Việt và quen thuộc với Đắk Nông như người địa phương



Ứng dụng điện thoại (Mobile App)

- Các ứng dụng tra cứu thông tin du lịch trên điện thoại với nhiều ngôn ngữ như tiếng Anh và tiếng Trung Quốc, và nhiều thứ tiếng khác



Bản dịch tài liệu bằng văn bản

Tờ rơi thông tin

- Nhiều phiên bản bản đồ du lịch hoặc tờ rơi tại các địa điểm văn hóa, mỗi phiên bản có một màu khác nhau và cờ của quốc gia để phân biệt chúng



Biển báo chính

- Dịch các biển báo chính như:
 - Lối vào / lối ra, thời gian mở / đóng cửa, mức giá
 - Địa điểm trưng bày, tên hiện vật



Bảng hiệu trực quan dễ hiểu

Thiết kế bảng tìm đường

- Ngoài các bảng hiệu phổ biến hơn như nhà vệ sinh và thang máy, các bảng hiệu khác có thể được giới thiệu như:
 - Lễ tân / khu vực thông tin / thu ngân
 - Khu vực yên tĩnh / khu vực nghỉ ngơi
 - Không sờ hiện vật / không chụp ảnh



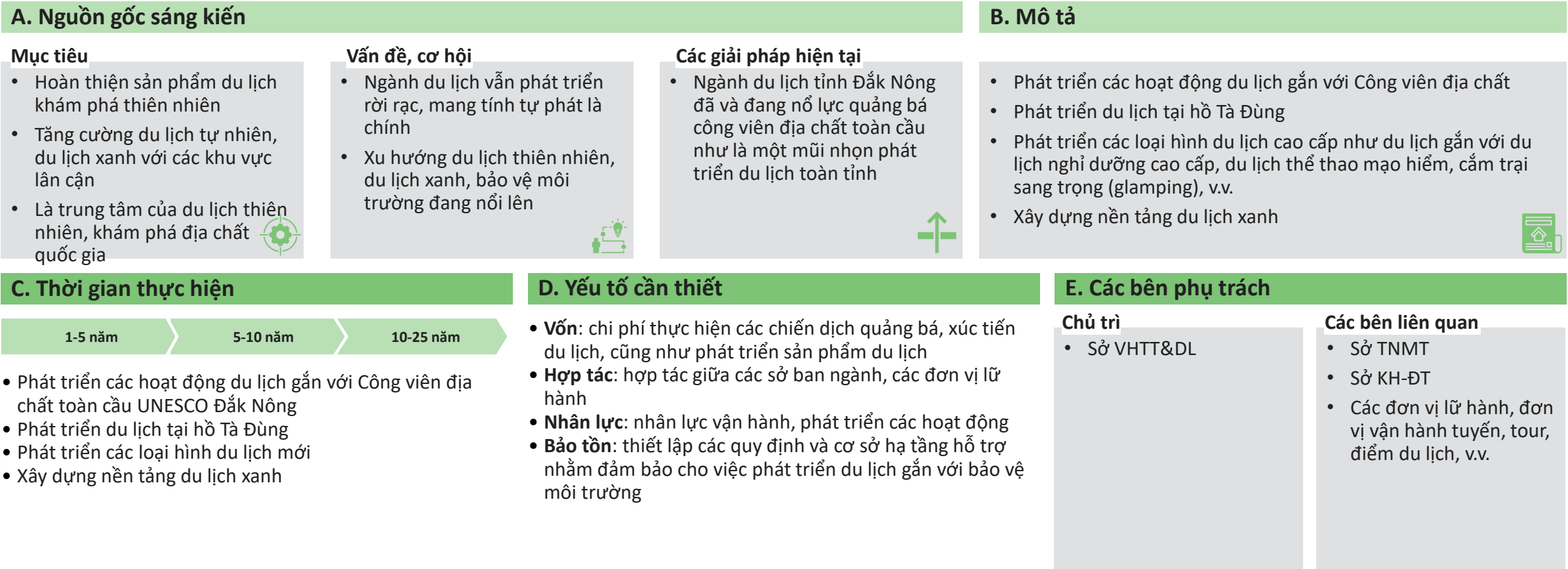
Sáng kiến 1.3: Thúc đẩy hợp tác liên thành phố để xúc tiến du lịch

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu - Xây dựng các mối quan hệ hợp tác liên thành phố để thúc đẩy xúc tiến du lịch - Tăng số lượng du khách từ các thành phố kết nghĩa	Vấn đề, cơ hội Hiện tại Gia Nghĩa chưa có hợp tác liên thành phố với các thành phố khác trên thế giới	Các giải pháp hiện tại Hiện tại chưa có giải pháp	- Thực hiện kết nghĩa với các thành phố trên thế giới để thúc đẩy du lịch - Phát triển hợp tác C2C (City – to – City) với các thành phố có tiềm năng du lịch cao	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm - Thực hiện kết nghĩa với các thành phố trên thế giới - Phát triển hợp tác C2C (City – to – City) với các thành phố có tiềm năng du lịch cao			Hợp tác: hợp tác sâu giữa các thành phố liên quan Các thỏa thuận: phát triển các hợp tác và thỏa thuận ngang hàng	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì - Sở ngoại vụ - Sở VH TT&DL	Các bên liên quan Chính quyền các thành phố hợp tác

Sáng kiến 2.1: Phát triển sản phẩm du lịch khám phá thiên nhiên với trọng điểm là Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

Tóm tắt sáng kiến



Đa dạng hóa các hoạt động du lịch gắn với Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

Minh họa sáng kiến

Mục tiêu	• Thu hút các nhà đầu tư quốc tế có kinh nghiệm về phát triển các dịch vụ khám phá thiên nhiên, công viên địa chất • Quảng bá Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông trong và ngoài nước
Nhiệm vụ chính	• Xác định các bên liên quan chính bao gồm các chuyên gia trong ngành, các tổ chức chính phủ, nhà đầu tư nước ngoài để tổ chức cuộc thi như camping, trekking • Lập kênh Youtube, Facebook, Instagram và tạo logo và thương hiệu riêng Công viên • Tiếp tục làm việc với UNESCO để tiếp tục duy trì Công viên địa chất trong danh sách • Làm việc với các tổ chức như Quỹ Tổ chức Quốc tế và bảo tồn thiên nhiên (WWF) để đưa rừng vào những di sản thiên nhiên cần được bảo tồn
Thách thức	• Phát triển kinh tế nhưng vẫn bảo vệ cảnh quan thiên nhiên
Bên liên quan	• Sở VH TT&DL • Sở Tài nguyên và Môi trường • Sở Kế hoạch và Đầu tư

Một số đề xuất cảnh quan, sản phẩm (minh họa)



Các hình ảnh cho thấy sự đa dạng sinh học của Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

Công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông có nhiều thế mạnh

- Có diện tích 4.760 km2 trải dài trên địa bàn 5 huyện
- 65 điểm di sản địa chất với 50 hang động, các miệng núi lửa, thác
- Công viên địa chất Đắk Nông nổi tiếng là vùng đất đỏ trù phú với hệ sinh thái rừng nhiệt đới với nét đa dạng sinh học duy nhất tại Việt Nam
- Công viên địa chất toàn cầu thứ ba tại Việt Nam

Tạo tour du lịch kết nối các điểm đến thiên nhiên tại Công viên địa chất



Xu hướng du lịch thiên nhiên tăng trưởng nhanh hậu covid-19

Công ty du lịch Ctrip dự đoán khu vực Châu Á TBD sẽ tăng trưởng mạnh về du lịch khám phá thiên nhiên, đặc biệt là các hoạt động liên quan đến khám phá rừng nguyên sinh, hang động

➡ Giữa năm 2020 và 2021, số vé booking trên trang web cho các hoạt động này đã tăng chóng mặt lên hơn 66,7% so với năm 2019, và tăng hơn 264,5% trong nửa 2021 so với cùng đợt năm 2020.

Với cảnh quan thiên nhiên đẹp rực rỡ, hồ Tà Đùng có thể được xây dựng và quảng bá bằng thương hiệu riêng, và có thể định vị tại phân khúc cao cấp

Minh họa sáng kiến

Mục tiêu	Phát triển du lịch tại hồ Tà Đùng, bao gồm phát triển các sản phẩm du lịch tại hồ Tà Đùng, và quảng bá thương hiệu du lịch hồ Tà Đùng
Nhiệm vụ chính	- Thu hút các nhà đầu tư lớn nhằm phát triển du lịch tại hồ Tà Đùng - Phối hợp với các nhà đầu tư nhằm phát triển thương hiệu du lịch hồ Tà Đùng
Thách thức	Phát triển một cách bền vững để bảo vệ hệ sinh thái, thiên nhiên của khu vực
Bên liên quan	- Sở VHTT&DL - Sở Tài nguyên và Môi trường - Sở Kế hoạch và Đầu tư

Các đề xuất cảnh quan, sản phẩm tại hồ Tà Đùng (minh họa)

Đài ngắm cảnh quan

Tàu ngắm cảnh

Thuyền kayak

Cáp treo

Resort trên núi cao cấp

Trekking

Khách sạn, resort cao cấp

Cao tốc/ tỉnh lộ nối sân bay Liên Khương

Địa điểm tâm linh

Đắk Nông có cơ hội trở thành một trong những trung tâm du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, cắm trại sang trọng, và thể thao mạo hiểm trong tương lai

Minh họa sáng kiến

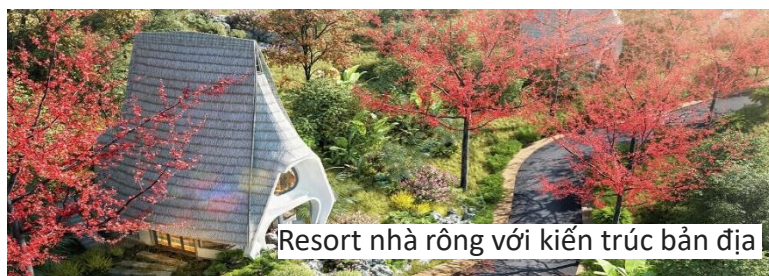
Du lịch nghỉ dưỡng cao cấp



Resort sinh thái trên núi



Resort mang phong cách bản địa



Resort nhà rông với kiến trúc bản địa

Cắm trại sang trọng (glamping)



Glamping trong rừng



Glamping trên hồ



Glamping trên hồ

Du lịch thể thao mạo hiểm



Leo núi, đi rừng



Đu dây vượt thác



Nhảy Bungee



Kayak

Thành công điển hình:



Banyan tree Dương Sóc (Quế Lâm, Trung Quốc)

Thành công điển hình:



Four season Tented Camp Tam Giác Vàng (Thái Lan)



Zipline

Rosewood Luang Prabang tọa lạc bên trong rừng mưa nhiệt đới, cạnh những thác nước và suối thiên nhiên góp phần đưa hình ảnh đất nước Lào bình yên, xinh đẹp đến với thế giới



Kiến trúc mang đậm nét bản địa...



... nép bên cánh rừng nhiệt đới xanh tươi...



... cạnh những dòng suối tươi đẹp...



... với những nguyên vật liệu có sẵn tại địa phương

Khách sạn tốt nhất châu Á năm 2021 – giải thưởng do người đọc bình chọn

Tạp chí Condé Nast Traveler

Khách sạn tốt nhất châu Á và Ấn Độ Dương năm 2019

Tạp chí Condé Nast Traveler

Việc chọn những nhà phát triển uy tín sẽ góp phần đưa hình ảnh Đắk Nông ra thế giới

Bên cạnh đó, nền tảng cho phát triển du lịch nằm ở việc nâng cao nhận thức người dân về du lịch xanh – có thể thông qua các chương trình thiện nguyện và giáo dục

Nâng cao nhận thức về du lịch xanh

Mục tiêu	• Phát triển và thúc đẩy du lịch sinh thái tại các điểm tham quan tự nhiên • Nâng cao nhận thức về các dịch vụ du lịch sinh thái, du lịch xanh • Phát triển các chương trình có sự tham gia để bảo tồn và duy trì không gian xanh
Nhiệm vụ chính	• Chọn các cơ quan truyền thông và sáng tạo • Thiết lập các kênh tiếp thị truyền thống / kỹ thuật số • Xây dựng những người mục tiêu và nghiên cứu các đối tác kỹ thuật số của họ để nhắm mục tiêu hiệu quả • Thiết kế chương trình bảo tồn cho các nhóm mục tiêu
Thách thức	• Hiện tại là một lĩnh vực tương đối mới • Cần nâng cao nhận thức cho cả người dân địa phương và khách du lịch
Bên liên quan	• Sở VH TT&DL • Sở TMMT • Sở TT&TT

• Kênh nhận thức trực tiếp



- Hội thảo / buổi chia sẻ kiến thức về du lịch sinh thái
- Dịch vụ du lịch như đại lý du lịch, điều hành công viên, nhân viên khách sạn, nhân viên trung tâm thông tin du lịch
- Logo và biển hiệu cao

• Các chương trình tình nguyện



- Dựa trên dự án, từ vài giờ đến dài hạn
- Dành cho mọi người ở mọi lứa tuổi, kể cả khách du lịch (đối với các dự án ngắn)
- Ví dụ về các dự án:
 - Đường mòn / môi trường sống hoang dã: Tạo hoặc dọn sạch đường mòn, cải thiện môi trường sống hoang dã
 - Bảo trì: Thực hiện công việc bảo trì ánh sáng - trồng cây và hoa, lắp đặt và sửa chữa biển báo công viên
 - Phiên dịch / giáo dục: Hỗ trợ các trung tâm du khách, thực hiện các chuyến đi có hướng dẫn

• Chương trình giáo dục bảo tồn



Đi bộ tự nhiên, các dự án phục hồi thiên nhiên, các hoạt động cho trẻ em

- Đối tượng: Học sinh
- Thiết kế & thi công: Chính quyền công viên, trường học, tập đoàn tư nhân

Biển báo thông tin, tài liệu quảng cáo, video

- Đối tượng: Công chúng / khách du lịch
- Thiết kế và thi công: Sở VH TT&DL, Sở TMMT, quản lý công viên



Sáng kiến 2.2: Đắc Nông cần phát triển các hoạt động du lịch gắn với không gian văn hóa Cồng chiêng Tây Nguyên

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Thu hút du khách thông qua các hoạt động khám phá văn hóa của người dân tộc thiểu số, văn hóa cồng chiêng Tây Nguyên 	Vấn đề, cơ hội Hiện tại các hoạt động du lịch khám phá văn hóa vẫn còn rời rạc, thiếu tính liên kết, thiếu điểm nhấn 	Các giải pháp hiện tại Các Sở ban ngành hỗ trợ cho việc phát triển các hoạt động du lịch cộng đồng, tuy nhiên còn hạn chế 	- Tăng cường sự đa dạng của các địa điểm văn hóa, lịch sử bằng cách phát triển những cung đường lịch sử, di sản và, nâng cấp các địa điểm tham quan văn hóa, lịch sử - Phát triển văn hóa nghệ thuật địa phương - Quốc tế hóa và tăng cường các chương trình biểu diễn - Cung cấp trải nghiệm văn hóa toàn diện với homestay - Trung tâm trải nghiệm văn hóa 	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm - Tăng cường sự đa dạng của các địa điểm văn hóa, lịch sử - Phát triển văn hóa nghệ thuật địa phương - Quốc tế hóa và tăng cường các chương trình biểu diễn - Cung cấp trải nghiệm văn hóa toàn diện với homestay - Trung tâm trải nghiệm văn hóa			Vốn: chủ yếu là nguồn vốn công vì ít đơn vị tư nhân hoạt động trong lĩnh vực này	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì Sở VH TT & DL	Các bên liên quan Các viện bảo tàng, các di tích lịch sử

Đắk Nông có thể phát triển những cung đường văn hóa, lịch sử như là một cách để giới thiệu sự đa dạng văn hóa và lịch sử cũng tỉnh

Nghiên cứu điển hình: Singapore



Singapore tạo ra những con đường văn hóa như những sản phẩm du lịch cho người dân địa phương và du khách quốc tế

Tại sao: Singapore được xem như là nơi hội tụ của các nền văn hóa, và mỗi địa điểm đóng góp vào sự đa dạng văn hóa, lịch sử của thành phố

Khi nào: Từ năm 1999

Như thế nào và điều gì đã xảy ra



- Trong lịch sử, các dân tộc chính của Singapore được chia làm các khu riêng biệt, tạo ra các khu vực độc đáo như Chica town, Little India, Kampong Glam
- Những cung đường di sản, văn hóa được phát triển để mọi người tìm hiểu về lịch sử và văn hóa Singapore, cũng như được tích hợp với các hoạt động giải trí, giáo dục
- Khách du lịch có thể được hướng dẫn viên du lịch, biển chỉ dẫn, hoạt động kỹ thuật số để đi qua những cung đường này
- Cung đường di sản cũng là một cách hữu hiệu để bao quát tất cả các điểm tham quan lịch sử chính

Kết quả



- Cung đường di sản là một trong những sản phẩm du lịch nổi bật nhất của Singapore
- Các doanh nghiệp địa phương được hưởng lợi từ sự gia tăng số lượng khách du lịch đi qua cung đường này
- Những cung đường mới mang đến cho du khách cơ hội khám phá Singapore, và khuyến khích du khách quay trở lại
- Các cung đường di sản kỹ thuật số được hình thành cho phép du khách tham quan thông qua điện thoại thông minh



Các bên liên quan



Hội đồng di sản quốc gia



Cơ quan tái phát triển đô thị

Lợi ích mang lại chính

- Cung đường di sản là sản phẩm du lịch độc đáo của từng địa phương
- Nếu được thiết kế tốt, nó có thể trở thành điểm nhấn trong cuộc hành trình
- Cung đường di sản có thể mang lại lợi ích cho doanh nghiệp địa phương nhờ sự gia tăng chi tiêu và mật độ người dùng



Đắk Nông cũng cần nâng cao hiểu biết của du khách về các giá trị văn hóa phi vật thể của tỉnh, và quảng bá nét đẹp văn hóa của đồng bào dân tộc thiểu số

Quảng bá nét đẹp văn hóa cộng đồng

Mục tiêu	• Để nâng cao sự hiểu biết của công chúng về các giá trị văn hóa phi vật thể của tỉnh • Để giới thiệu tốt hơn các yếu tố văn hóa phi vật thể cho khách du lịch, mang lại trải nghiệm văn hóa hoàn chỉnh • Quảng bá nét đẹp văn hóa và các lễ hội dân gian của người dân tộc thiểu số
Nhiệm vụ chính	• Phát triển sách hướng dẫn nghi thức văn hóa • Bảo tồn các nét đẹp văn hóa của bà con dân tộc thiểu số • Xác định và liên kết vào các ngày văn hóa và chủ đề được chỉ định • Thúc đẩy và nâng cao nhận thức về giải pháp trong công chúng
Thách thức	• Huy động đủ ngân sách để tổ chức các sự kiện hàng tuần hoặc hàng quý
Bên liên quan	• Sở VH TT&DL

Minh họa một số đề xuất

Biên soạn sách hướng dẫn "Đắk Nông – con người và cuộc sống"

Mục tiêu: để giới thiệu về các giá trị văn hóa, lịch sử, và truyền thống của tỉnh
 Hướng dẫn được phân phối thông qua hợp tác các tổ chức tư nhân và nhà nước

3 chủ đề được đề xuất để đưa vào hướng dẫn:

- 1. Giá trị:** Những điểm chính về giá trị cốt lõi của tỉnh và người dân, nhắc nhở họ về những gì họ nên đại diện và cách thể hiện
- 2. Biểu hiện:** Lời khuyên về những việc nên làm và không nên làm khi tương tác với khách du lịch và những cử chỉ đơn giản để phản ánh "Sự cởi mở" của tỉnh (ví dụ: mỉm cười với khách du lịch khi trên đường phố hoặc học cách nói lời cảm ơn)
- 3. Thực tiễn xã hội:** Nhắc nhở về việc tỉnh đã đi được bao xa và bắt nguồn từ thực tiễn lịch sử của tỉnh, khuyến khích tham gia đầy đủ vào các lễ hội và sự kiện quan trọng

Thiết lập "Ngày văn hóa các dân tộc Đắk Nông"

Mục tiêu: để khuyến khích các hoạt động văn hóa trên toàn tỉnh






Lễ hội Cồng Chiêng

Lễ hội đua voi

Lễ hội ăn cơm mới

Lễ cúng bến nước

Nguồn: Roland Berger

Roland Berger | 186

Đắk Nông có thể cải thiện sự đa dạng của các điểm thông qua những cung đường nghệ thật, bích họa được thực hiện bởi nghệ sĩ địa phương

Nghiên cứu điển hình: Penang



Penang đã biến những bức tường cũ thành những bức tranh bích họa nghệ thuật, thu hút sự chú ý của công chúng và phát triển nghệ thuật

Tại sao: làm mới các di sản và kết hợp với nghệ thuật đương đại

Khi nào: Từ năm 2009

Như thế nào và điều gì đã xảy ra



- Năm 2008, George Town của Penang đã được công nhận là di sản UNESCO cho kiến trúc thuộc địa của Anh
- Như một nỗ lực để trộn lẫn quá khứ và tương lai, các nghệ sĩ tình nguyện đã tình nguyện vẽ các bức tranh bích họa
- Các dự án đáng chú ý
 - Gương George Town (2012)
 - 101 chú mèo con bị mất (2013)
 - Giao lộ đô thị (2014)
 - Hợp tác Ernest Zacharevic x Martin Ron (2015)
 - Làn đường nghệ thuật Penang (2018)

Kết quả



- Tản bộ qua các bức tranh tường của George Town đã trở thành một trong 10 điều cần làm nhất ở Penang
- Lonely Planet (2016) đã xếp hạng George Town đứng thứ 4 trong danh sách 10 thành phố du lịch tốt nhất
- Traveller (2017) đã xếp hạng Gurney Drive của Penang đứng thứ 13 trong số 25 thành phố tốt nhất trên khắp thế giới nên đến thăm một lần trong đời



Các bên liên quan



Chính quyền ban Penang



Nghệ sĩ/ cộng đồng nghệ thuật

Lợi ích mang lại chính

- Điểm du lịch không cần là di sản hay bảo tàng
- Không gian công cộng có thể biến thành điểm thu hút khách du lịch với sự trợ giúp của nghệ thuật địa phương



Đắk Nông cũng có thể cung cấp các trải nghiệm toàn diện cho du khách với các chương trình homestay để trải nghiệm các nền văn hóa khác nhau

Minh họa ý tưởng

Mục tiêu

- Phát triển và cải thiện trải nghiệm du lịch và văn hóa địa phương thông qua những trải nghiệm thực tế trong suốt chuyến đi

Nhiệm vụ chính

- Sắp xếp theo các chủ đề theo hành trình du lịch của du khách
- Tạo điều kiện thúc đẩy và tiếp thị các chiến dịch và hoạt động
- Phối hợp với các bên liên quan

Thách thức

- Các chủ khách sạn, homestay không quan tâm đến hợp tác nếu chưa thấy được lợi ích về mặt tài chính

Bên liên quan

- Sở VH TT & DL
- Chủ cơ sở homestay, khách sạn

Minh họa một số đề xuất

Chương trình homestay nhập vai để trải nghiệm các lễ hội văn hóa, phong tục bản địa



Lưu trú tại nhà sàn



Chế biến ẩm thực



Thưởng thức rượu cần



Lửa trại

Các khóa học ngắn hạn



Nấu các món ăn của người dân tộc



Lấy mật ong



Thủ công mỹ nghệ



Đan gù

Việc thành lập trung tâm trải nghiệm văn hóa Đăk Nông cũng sẽ giúp giới thiệu văn hóa đặc trưng đến với du khách

Minh họa ý tưởng

Mục tiêu

- Giới thiệu và mang đến trải nghiệm về văn hóa và nghệ thuật truyền thống
- Cửa hàng một điểm đến (one-stop shop) dành cho các du khách đang tìm kiếm sự giúp đỡ cho chuyến đi của họ

Nhiệm vụ chính

- Giới thiệu các hoạt động tiềm năng cho các bên liên quan và nhà tài trợ
- Phối hợp với các bên liên quan để xây dựng trung tâm trải nghiệm

Thách thức

- Yêu cầu quy hoạch và hợp tác giữa Sở VH TT&DL và các bộ phận khác
- Huy động vốn để xây dựng trung tâm trải nghiệm

Bên liên quan

- Sở VH TT&DL
- Sở Xây dựng
- Sở KH-ĐT

Minh họa một số đề xuất

Các phân khu chính

Quần áo và may mặc truyền thống



Ẩm thực truyền thống



Thủ công mỹ nghệ



Khu triển lãm nghệ thuật



Khu ngắm cảnh



Khu trải nghiệm lịch sử



- **Nghiên cứu điển hình:** Trung tâm văn hóa toàn cầu Seoul, Hàn Quốc
 - Cung cấp nhiều trải nghiệm từ dịch vụ thông tin du lịch đến trải nghiệm và chụp ảnh Hanbok
 - Các sự kiện đặc biệt được cung cấp trong các lễ hội và các bản dịch đa ngôn ngữ bao gồm tiếng Anh, Trung, Nhật Bản



Tỉnh cũng cần nâng cao nhận thức về ẩm thực địa phương thông qua các kênh mạng xã hội và phương tiện truyền thông kỹ thuật số

Minh họa sáng kiến

- Khái niệm chính

 - Giới thiệu với khách du lịch về sự phong phú và rộng lớn của ẩm thực Đắk Nông ngoài các món ăn đã nổi tiếng
 - Tận dụng phương tiện truyền thông kỹ thuật số để quảng bá văn hóa ẩm thực
 - Phối hợp với hướng dẫn thực phẩm quốc tế để giới thiệu các dịch vụ của tỉnh
- Nhiệm vụ chính

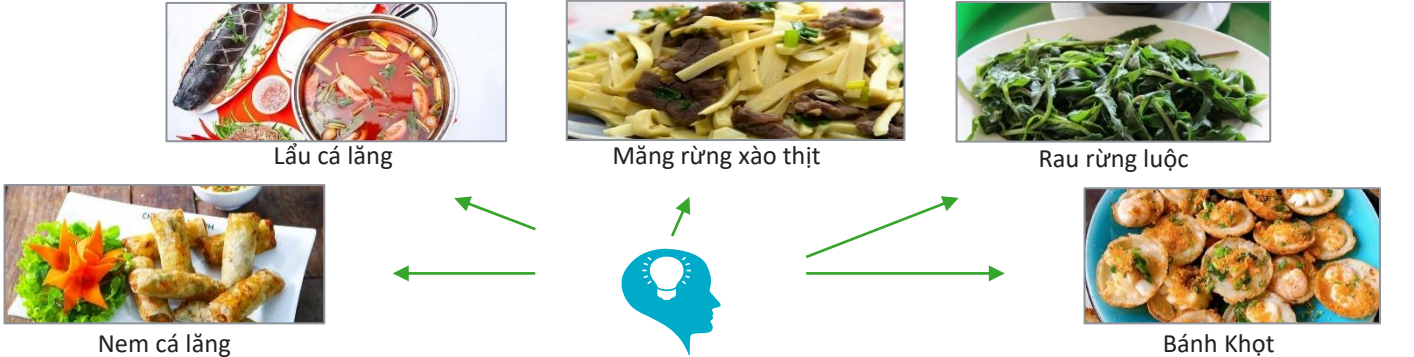
 - Xác định các món ăn và đồ uống hàng đầu tiềm năng sẽ được quảng bá
 - Đi theo xu hướng thực phẩm toàn cầu và tương đồng với ẩm thực địa phương
 - Phát triển chiến lược tiếp thị với các lựa chọn đầu tư thấp và có tác động cao
 - Tham gia với các cơ quan phát triển nội dung để sản xuất cốt truyện và xuất bản nội dung
- Thách thức

 - Thử nghiệm để chọn ra những món ăn nào được đánh giá tốt và có tiềm năng
 - Thu thập kết quả đánh giá trong thời gian dài để điều chỉnh và phù hợp với xu thế ẩm thực thế giới
- Bên liên quan

 - Sở VH TT & DL
 - Sở Công thương

Minh họa một số đề xuất

-  **Các sản phẩm hàng đầu mới tiềm năng thu hút khách mới và khách quay trở lại**
- Mở rộng ra ngoài các thực đơn món ăn gia đình đã có nhận thức toàn cầu
 - Thu hút sự chú ý đến những món ăn khó tìm để nâng cao trải nghiệm của du khách với ẩm thực BR-VT



-  **Nội dung video tiếp thị**
- Miniseries YouTube gồm 10 tập để quảng bá 10 món ăn địa phương
 - 5 phút mỗi tập
 - Mỗi tập giới thiệu lịch sử của món ăn, cách nấu và trải nghiệm ở đâu
 - Ý tưởng nội dung:
 - 10 món ăn ngon nhất mà bạn chưa từng nghe đến
 - Nhà hàng chỉ dành cho người dân địa phương
 - Ẩm thực Đắk Nông bạn bè của bạn không biết



Tỉnh cần quảng bá văn hóa cà phê như là một trong những trọng điểm phát triển văn hóa của tỉnh

Minh họa sáng kiến

- Khái niệm chính**
- Sản xuất tài liệu về khám phá cà phê Việt Nam
 - Tăng cường quảng bá sản phẩm cà phê
 - Quảng bá cà phê là sản phẩm phải mua về của Đắk Nông

- Nhiệm vụ chính**
- Sáng tạo cốt truyện để phát triển tài liệu về văn hóa cà phê của Việt Nam
 - Thu hút các bên liên quan đến và phê tham gia các chương trình hỗ trợ

- Thách thức**
- Chi phí cho hoạt động quảng bá

- Bên liên quan**
- Sở VH TT&DL

Minh họa một số đề xuất cốt truyện



Đắk Nông có thể xây dựng các làng ẩm thực quy mô lớn để cung cấp các địa điểm ẩm thực lớn nhằm quảng bá sự đa dạng ẩm thực của địa phương

Minh họa sáng kiến

Khái niệm chính	• Xây dựng làng ẩm thực quy mô lớn để cung cấp các địa điểm thưởng thức ẩm thực cho du khách • Khuyến khích các nhà hàng, gia đình thiết lập địa điểm trong khu thực phẩm • Đa dạng hóa và cân bằng các dịch vụ sản phẩm, đảm bảo tất cả các bên đều có lợi
Nhiệm vụ chính	• Xác định các bên liên quan tư nhân nhằm xây dựng làng ẩm thực • Xác định các vị trí quan trọng trong làng ẩm thực nhằm thu hút du khách
Thách thức	• Chi phí xây dựng làng ẩm thực • Xây dựng đội ngũ các nhà phân phối nhằm đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng
Bên liên quan	• Sở VH-TT&DL • Sở Công thương • Sở KH-ĐT

Minh họa khái niệm làng ẩm thực



- **Hợp tác công tư (PPP) để phát triển làng ẩm thực tập trung, kết hợp các quầy hàng thức ăn đường phố**
- Tư: Cơ hội nâng cao giá trị tài sản thông qua việc tăng lưu lượng khách thông qua thu hút làng ẩm thực
- Công: Cơ hội hợp nhất các quầy hàng thức ăn đường phố hàng đầu thành 1 địa điểm, giúp họ mở rộng và phát triển để trở thành sản phẩm mạnh trong phân khúc, đồng thời làm dễ dàng quá trình quản lý



- **Địa điểm và chỗ ngồi hợp lý để hỗ trợ các gia đình và khách du lịch đi theo đoàn**
- Khu vực đón khách chung lớn
- Đa dạng hóa và cân bằng các dịch vụ sản phẩm (ví dụ: 1 cửa hàng đồ uống, 1 cửa hàng tráng miệng, 1 cửa hàng phở, 1 cửa hàng cơm, v.v.)

Ví dụ về làng ẩm thực Singapore

- Trung tâm ngoài trời
- Lựa chọn với một số cửa hàng hàng đầu
 - Hệ thống ghế ngồi chung
 - Thuộc sở hữu của chính phủ



- Khu ẩm thực máy lạnh
- Nằm dưới các thương hiệu lớn
 - Tổ chức nhằm đảm bảo các hoạt động kinh doanh không trùng lặp



- Chợ ẩm thực Gourmet
- Nằm ở các cửa hàng ẩm thực cao cấp



2.4.1 Việc quảng bá thương hiệu tỉnh Đắk Nông sẽ giúp nâng cao nhận thức của du khách về sản phẩm cũng như khuyến khích du khách mua sản phẩm nhiều hơn

Minh họa sáng kiến

Khái niệm chính	- Thiết lập chế độ chứng nhận cho các sản phẩm địa phương có giá trị cao - Chứng thực các nhà cung cấp duy trì tiêu chuẩn cao và sản xuất hàng hóa "Made in Đắk Nông"
Nhiệm vụ chính	- Thu hút các chuyên gia trong ngành thiết lập các hướng dẫn về chất lượng sản phẩm - Xác định các nhà cung cấp tiềm năng có thể là tiêu điểm của chương trình "Made in Đắk Nông" - Tiến hành kiểm tra thường xuyên các nhà cung cấp và các sản phẩm của họ để đảm bảo các tiêu chuẩn được duy trì
Thách thức	- Hợp tác với các nhà cung cấp sẵn sàng có thể thí điểm chương trình "Made in Đắk Nông" - Duy trì kiểm tra chất lượng để xác định xem sản phẩm có xứng đáng hay không
Bên liên quan	- Sở VH TT&DL - Sở Công thương - Sở Thông tin và Truyền thông

Chương trình Made in Đắk Nông cho chất lượng tốt

- Chỉ trao giải cho những sản phẩm đạt yêu cầu thông qua kiểm tra và thử nghiệm
- Tiêu chuẩn hóa trình độ bao gồm tính nhất quán của chất lượng sản phẩm, được sản xuất tại địa phương, nguồn gốc địa phương, trình độ tay nghề cao
- Hiệu lực 3 năm một lần với các đợt kiểm tra định kỳ hàng năm
- Bị thu hồi nếu chất lượng giảm và có khiếu nại
- Các sản phẩm và nhà cung cấp sản xuất tại Đắk Nông cũng được quảng bá trong các chiến dịch tiếp thị nhằm thúc đẩy mua sắm



Các sản phẩm và nhà sản xuất nổi bật



Thủ công mỹ nghệ



Cà phê



Mắc ca



Rau củ



Xoài



Mật ong

2.4.2 Phát triển các trung tâm mua sắm sản phẩm có nguồn gốc địa phương và các cửa hàng đặc sản sẽ giúp phát triển ngành tiểu thủ công nghiệp của địa phương

Minh họa sáng kiến

Khái niệm chính	- Mở rộng các khu mua sắm tại Đắk Nông - Giới thiệu trung tâm đặc sản Đắk Nông cho các sản phẩm địa phương chất lượng cao
Nhiệm vụ chính	- Phát triển quan hệ đối tác công-tư để tài trợ xây dựng các trung tâm mới có thể đáp ứng sự phát triển của du lịch trong tương lai - Xác định các nhà bán lẻ tiềm năng cho các trung tâm mới, đảm bảo họ hoàn thành tốt các chủ đề của trung tâm mua sắm và có sức hút mạnh mẽ để thúc đẩy lưu lượng khách đến - Tiến hành nghiên cứu về sự khác biệt tiềm năng để đảm bảo rằng các trung tâm mới sẽ có đề xuất giá trị mạnh mẽ tại địa phương và khu vực
Thách thức	- Cần nguồn vốn lớn để xây dựng trung tâm và cơ sở - Số lượng lớn các bên liên quan tham gia thực hiện dự án (ví dụ: nhà cung cấp, bất động sản, chính phủ)
Bên liên quan	- Sở VH TT&DL - Sở Công thương

Khái niệm # 1: Trung tâm thương mại đặc sản Đắk Nông

- Xây dựng trung tâm thương mại đặc sản để giúp củng cố và cải thiện doanh số của các sản phẩm thương hiệu nhỏ hoặc không có thương hiệu địa phương như:
 - Đồ gia dụng bằng đá, gỗ
 - Đồ thủ công mỹ nghệ từ vỏ sò
 - Những món quà lưu niệm
- Cung cấp khả năng tiếp cận nâng cao thông qua một địa điểm tập trung cho cả người mua lẻ và bán buôn với giá bán buôn

Khái niệm # 2: Các cửa hàng đặc sản

- Các cửa hàng đặc sản chuyên bán các loại đặc sản của Đắk Nông và Việt Nam

Nghiên cứu điển hình: Platinum Mall, Bangkok



- Trung tâm mua sắm tập trung chủ yếu vào bán buôn các mặt hàng thời trang và phụ kiện
- Thủ công mỹ nghệ địa phương và quà lưu niệm cũng có nhiều lựa chọn
- Khai trương lần đầu tiên vào năm 2005 và từ đó trở thành điểm bán buôn lớn nhất của Thái Lan



Nghiên cứu điển hình: Rumah Mode, Bandung

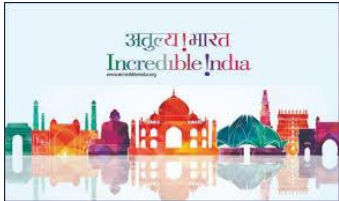


- Cửa hàng phổ biến với nhiều thương hiệu bình thường
- Rất phổ biến với du khách quốc tế
- Kể từ đó đã trở thành một biểu tượng của Bandung và là điểm đến 'phải đến' của khách du lịch



3.1 Đắc Nộng cần xây dựng thương hiệu du lịch riêng nhằm phát triển những khác biệt và độc đáo khác hoàn toàn so với những địa điểm du lịch khác

Ví dụ về xây dựng thương hiệu du lịch trên thế giới



THERE'S NOTHING
LIKE AUSTRALIA



CHINA
LIKE NEVER BEFORE

Iran: You are Invited



Europe's West Coast

amazing
THAILAND

Egypt
where it all begins

wonderful
indonesia

myanmar
LET THE JOURNEY BEGIN

definitely
Dubai

#OMGB
HOME OF AMAZING MOMENTS

It's more fun in the
Philippines

KUALA LUMPUR
exciting • surprising • enticing
A City of Contrasts & Diversity



Vietnam
Timeless Charm

Hi Seoul
SOUL OF ASIA



Algeria: Tourism for Everybody

Malaysia
Truly Asia

Namibia
Endless horizons

SG
SINGAPORE
Passion Made Possible



Spain
in detail

Bên cạnh đó, Đắk Nông cần có những slogan đơn giản, trực tiếp, và cảm xúc nhằm xây dựng thương hiệu du lịch mang tính dấu ấn riêng của tỉnh

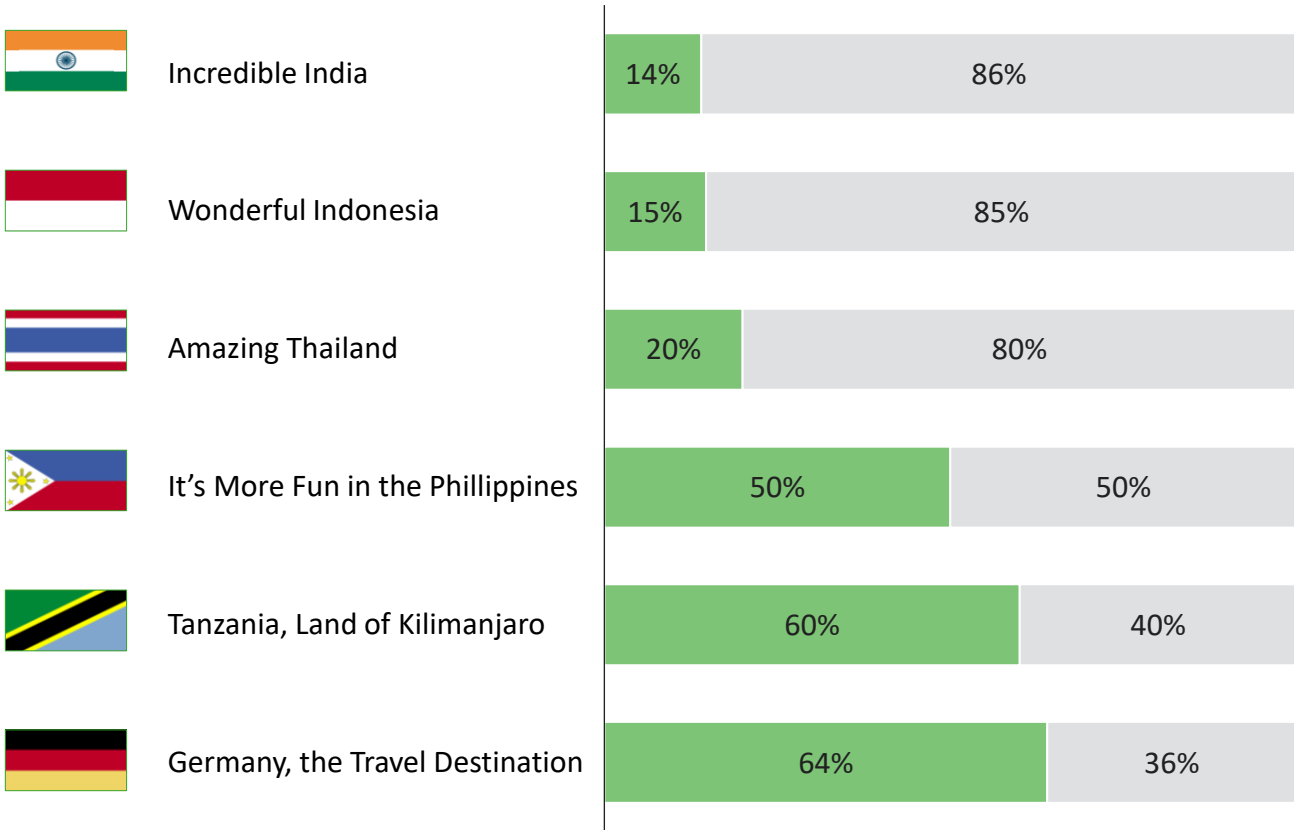
Các slogan du lịch

Đơn giản, trực tiếp, đầy cảm xúc



Phức tạp, chung chung

Tiêu cực Tích cực



Kết quả chính của Đắk Nông

- Xây dựng thương hiệu thành công mang tính "khác biệt"
 - Nhiều điểm du lịch liên tục làm mới công tác xây dựng thương hiệu của mình để khác biệt với các đối thủ cạnh tranh khác - Xây dựng thương hiệu thành công là hoạt động tạo sự khác biệt và độc đáo
- Xây dựng thương hiệu thành công mang tính "Dấu ấn"
 - Du khách có xu hướng cảm nhận và liên hệ tích cực với các tuyên bố thương hiệu đơn giản và trực tiếp
- Xây dựng thương hiệu thành công là "sự tích cực về mặt cảm xúc"
 - Du khách có xu hướng liên hệ tốt hơn với các tuyên bố thương hiệu mang cảm xúc, kích thích cảm xúc tích cực

3.2 Đắc Nông nên sử dụng các kênh truyền thông phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả của các chiến dịch marketing

Các kênh truyền thông cho khách quốc tế từ các quốc gia tiềm năng

	 TV, báo chí, tạp chí	 Biển quảng cáo	 Mạng XH & Blog du lịch	 Tại các sự kiện trong nước và quốc tế	 Công ty lữ hành offline	 Công ty lữ hành online
 Singapore	X	✓	✓	✓	✓	✓
 Úc	X	✓	✓	✓	✓	✓
 Châu Âu	X	✓	✓	✓	✓	✓
 Trung Quốc	✓	X	✓	✓	✓	✓
 Nhật Bản	X	✓	✓	✓	✓	✓
 Mỹ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Ấn Độ	X	✓	✓	✓	✓	✓
 Hàn Quốc	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Nga	X	✓	✓	✓	✓	✓

 Kênh marketing phù hợp

3.2 Đối với khách nội địa, Đắk Nông cần sử dụng kênh truyền thông phù hợp cho từng phân khúc khách hàng, đồng thời đẩy mạnh truyền thông trực tuyến

Các kênh marketing cho thị trường nội địa

	TV, báo chí, tạp chí	Biển quảng cáo	Mạng XH & Blog du lịch	Tại các sự kiện trong nước và quốc tế	Công ty lữ hành offline	Công ty lữ hành online
Khách Nam bộ	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Khách từ các tỉnh khác	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Khách cao cấp	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Khách kinh doanh	✗	✗	✗	✓	✗	✗

Nhận định

- Mạng xã hội và các blog du lịch là kênh phổ biến nhất với mọi phân khúc khách hàng
- Giải pháp đa kênh trong chiến dịch truyền thông là bắt buộc trong thời đại số, nhằm tránh phụ thuộc vào 1 kênh cố định
- Dù vậy, việc quảng bá qua các kênh online còn rất hạn chế so với các nước trong khu vực

✓ Kênh marketing phù hợp

Kênh online		YouTube	Instagram	Facebook	Tripadvisor
Thành phố					
Đắk Nông					
Phu Ket					
Bali					
Đà Nẵng					
Nha Trang					
		Mạnh	Trung Bình	Yếu	

3.3 Tổ chức các show thời trang thổ cẩm với các nhà tạo mẫu nổi tiếng trong nước và quốc tế sẽ giúp nâng tầm tiếng vang của thương hiệu Đắk Nông

Nghiên cứu điển hình: show thời trang "Hương rừng sắc núi"



Việc hợp tác với các nhà sản xuất phim trong nước và quốc tế cũng sẽ đem hình ảnh Đắk Nông đến với du khách

Các nghiên cứu điển hình

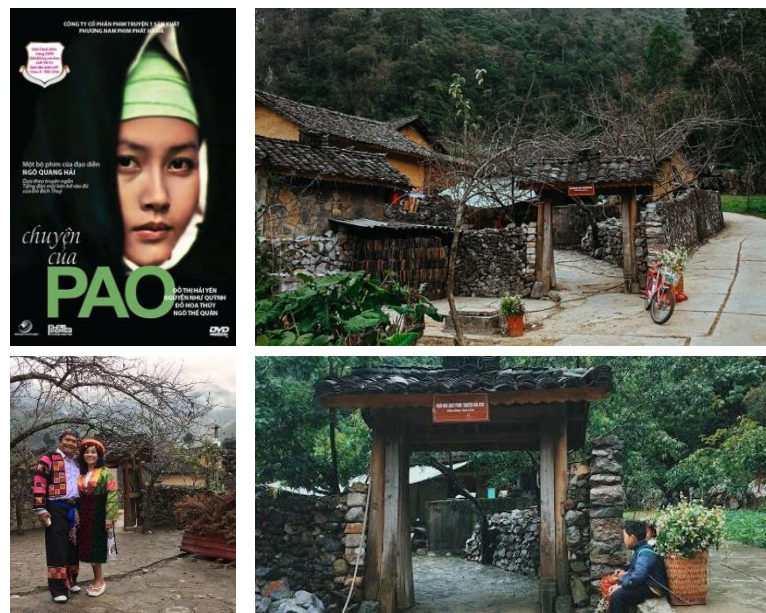
Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh – Phú Yên



Phú Yên trở thành một trong những điểm check-in phổ biến của các bạn trẻ sau bộ phim "Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh"



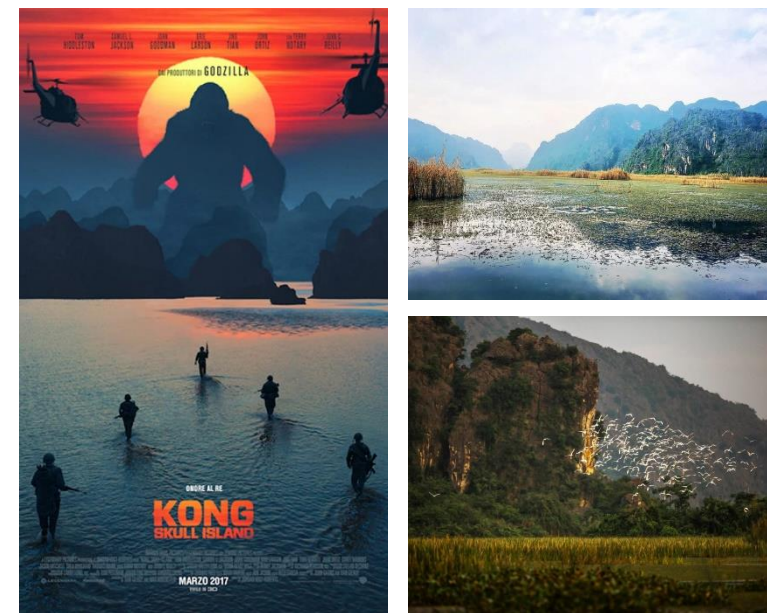
Chuyện của Pao – Hà Giang



Nhà của Pao là điểm đến hàng đầu của du khách khi đến Hà Giang



Kong: Đảo đầu lâu – Ninh Bình



Bộ phim đưa hình ảnh Việt Nam tuyệt đẹp đến với bạn bè quốc tế



3.2 Đắk Nông cũng có thể hợp tác với KOL trên các trang mạng xã hội để nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng mới

Tổ chức thực hiện các sáng kiến

Ý tưởng chính

- Tăng lượng tiếp cận tới nhiều đối tượng hơn trong nước, khu vực và quốc tế
- Hợp tác với người nổi tiếng để tận dụng và tiếp cận các fan hâm mộ

Nhiệm vụ chính

- Tìm đúng đối tượng KOL
- Chọn chủ đề quảng bá và chuẩn bị tư liệu cho KOL đăng bài
- Kết hợp với các trang web du lịch online để tạo ra quyền hướng dẫn du lịch Đắk Nông

Thách thức

- Chi phí đầu tư ban đầu khá cao và không cố định
- Khó đo lường kết quả trong ngắn hạn

Các bên liên quan

- Sở VH TT&DL

Đề xuất

3 hoạt động marketing để tăng nhận thức về Đắk Nông

1 Quảng cáo trên mạng Xã hội

- Thuê các KOLs trong nhiều lĩnh vực khác nhau có sở thích đi du lịch
- Đăng các ảnh hoặc lượt đánh giá của điểm đến tại Đắk Nông để tăng nhận thức
- Chọn các KOLs có tệp có lượng theo dõi lớn tại các thị trường mục tiêu



Nội địa

Quang Vinh
Đan Trường
Mỹ Tâm
Trần Thành
v.v.

Quốc tế

BTS
Black Pink
Cristiano R.
The Rock

2 Quảng cáo Video

- Các Blog dạng video và video đánh giá chuyến đi tới được đăng tải trên Youtube
- Tạo các video ngắn để đăng trên trang Facebook, Instagram của tỉnh
- Hợp tác với các hãng phim trong khu vực hoặc trên thế giới để Đắk Nông xuất hiện trong phim



Quốc tế

Quang Vinh
Khoai Lang
Thang
Amee
v.v.

Quốc tế

BTS
Black Pink
Cristiano R.
The Rock

3 Sách hướng dẫn

- Xuất bản sách hướng dẫn du lịch Đắk Nông và phát miễn phí tại các khách sạn và cơ sở lưu trú
- Hợp tác với các trang web du lịch đặc trưng của từng thị trường để tiếp cận tới nhiều người hơn (Weibo tại Trung Quốc, Expedia tại Pháp)

5.2: Định hướng sắp xếp tổ chức không gian phát triển: các phân khu chức năng phát triển không gian du lịch

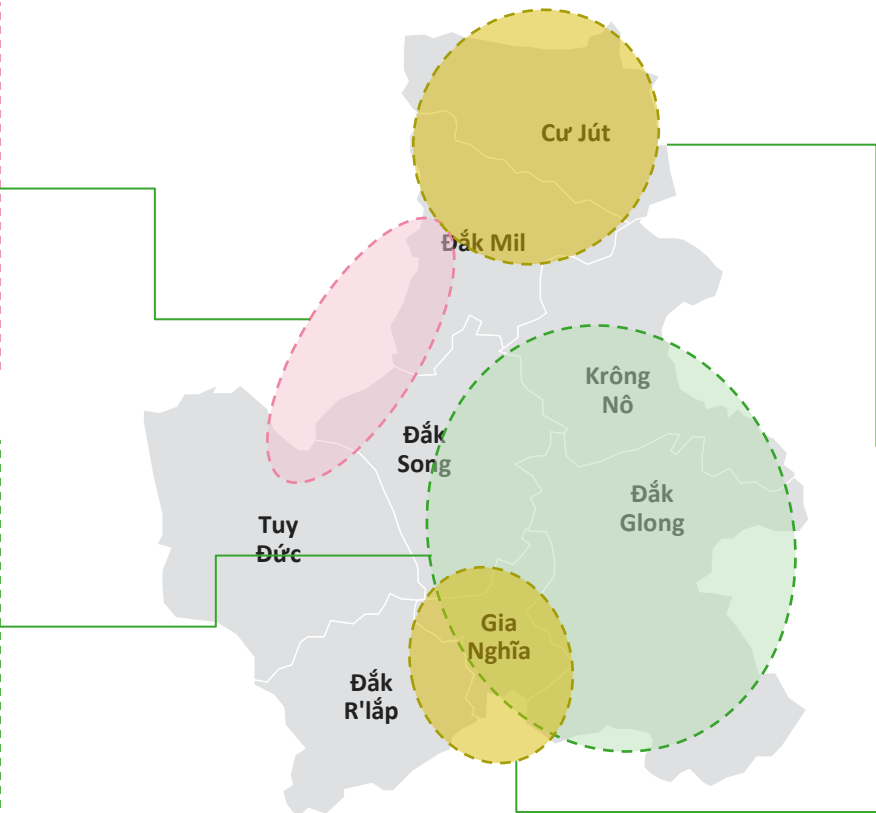
Đánh giá các địa điểm Văn hóa và Di sản

Du lịch biên giới và kết nối với tuyến du lịch quốc tế

tận dụng lợi thế giáp với cửa khẩu Bu Prăng và cửa khẩu Đắk Puer, với tiềm năng mở rộng về phía Tây kết nối với tỉnh Mondulkiri của Vương quốc Campuchia, tương lai hướng tới khu vực Nam Lào và Đông Bắc Thái Lan

Cụm du lịch sinh thái

bao gồm các hình thức du lịch nghỉ dưỡng, cộng đồng, mạo hiểm gắn liền với thiên nhiên hùng vĩ, văn hóa Tây Nguyên, nằm trong Công viên địa chất UNESCO Đắk Nông

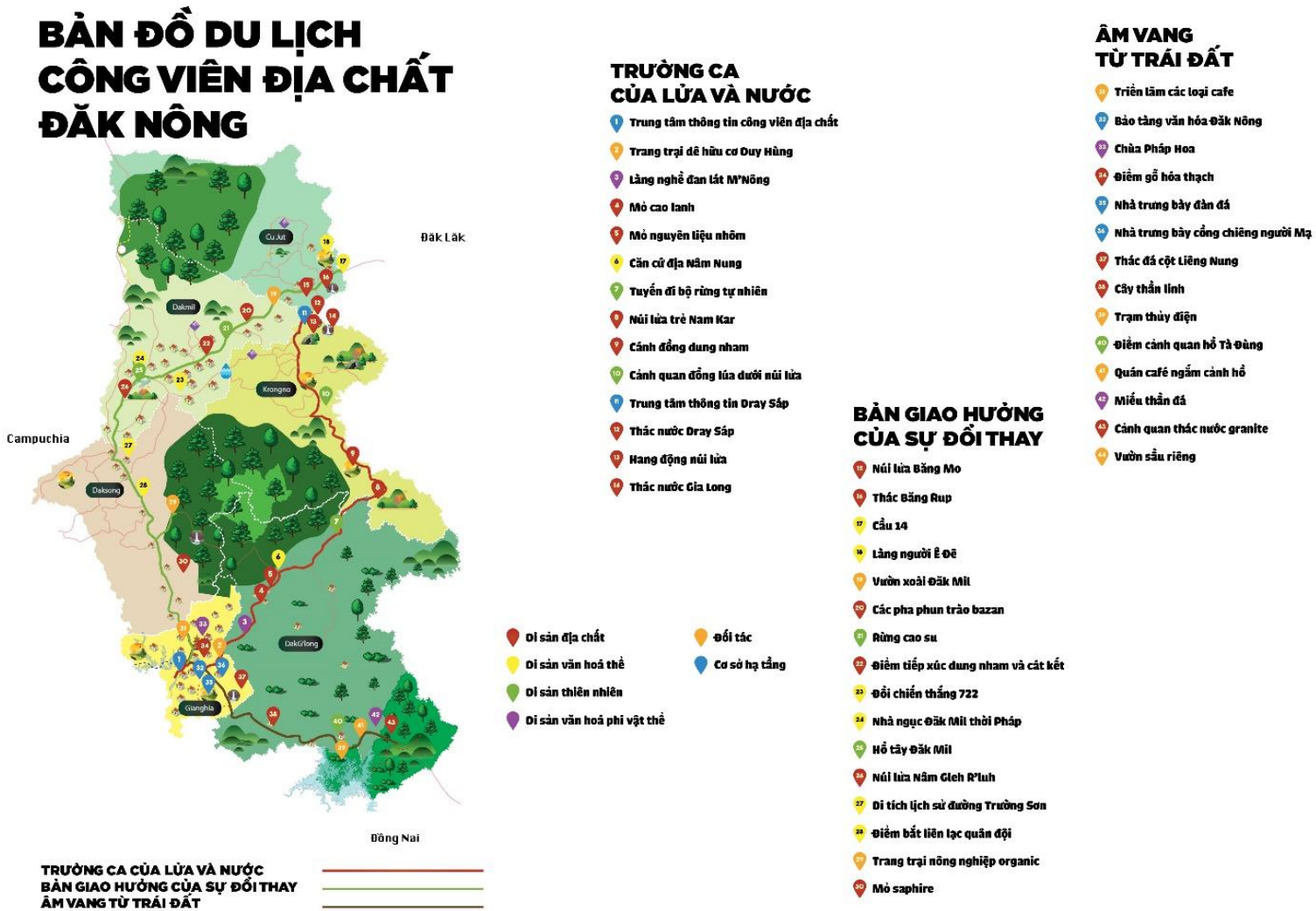


Cụm du lịch ẩm thực & mua sắm

tận dụng lợi thế đông dân cư và là cửa ngõ của Đắk Nông, kết nối liền mạch với tỉnh Đắk Lắk và Lâm Đồng; các ngành tiểu thủ công nghiệp và ẩm thực đặc trưng địa phương nhằm phục vụ lượng khách lớn đến từ 2 tỉnh lân cận

5.2 Quy hoạch tổ chức các tuyến du lịch theo chủ đề dựa vào công viên địa chất toàn cầu UNESCO Đắk Nông

Bản dự thảo





D.2.3 Trụ cột chiến lược 3

Quan điểm phát triển chính của ngành nông, lâm, thủy sản tỉnh Đắk Nông

Quan điểm phát triển

1



Phát triển nông nghiệp theo hướng **sản xuất hàng hóa tập trung, ứng dụng công nghệ cao** nhằm nâng cao tối đa năng suất, giá trị sản xuất trên 1 đơn vị diện tích

2



Phát triển nông nghiệp theo hướng **bền vững, sinh thái, hình thành các vùng canh tác tập trung, hướng đến việc đạt các tiêu chuẩn chất lượng** cho các thị trường mục tiêu

3



Định hướng xuất khẩu nông, lâm, thủy sản có giá trị cao và vẫn đảm bảo an ninh lương thực và phát triển thị trường nội địa

4



Phát triển nông, lâm, thủy sản **gắn với bảo quản, chế biến, tiêu thụ theo chuỗi giá trị**

5



Từng bước **hình thành các tổ hợp nông, lâm, thủy sản – công nghiệp – dịch vụ xanh và ứng dụng công nghệ cao**

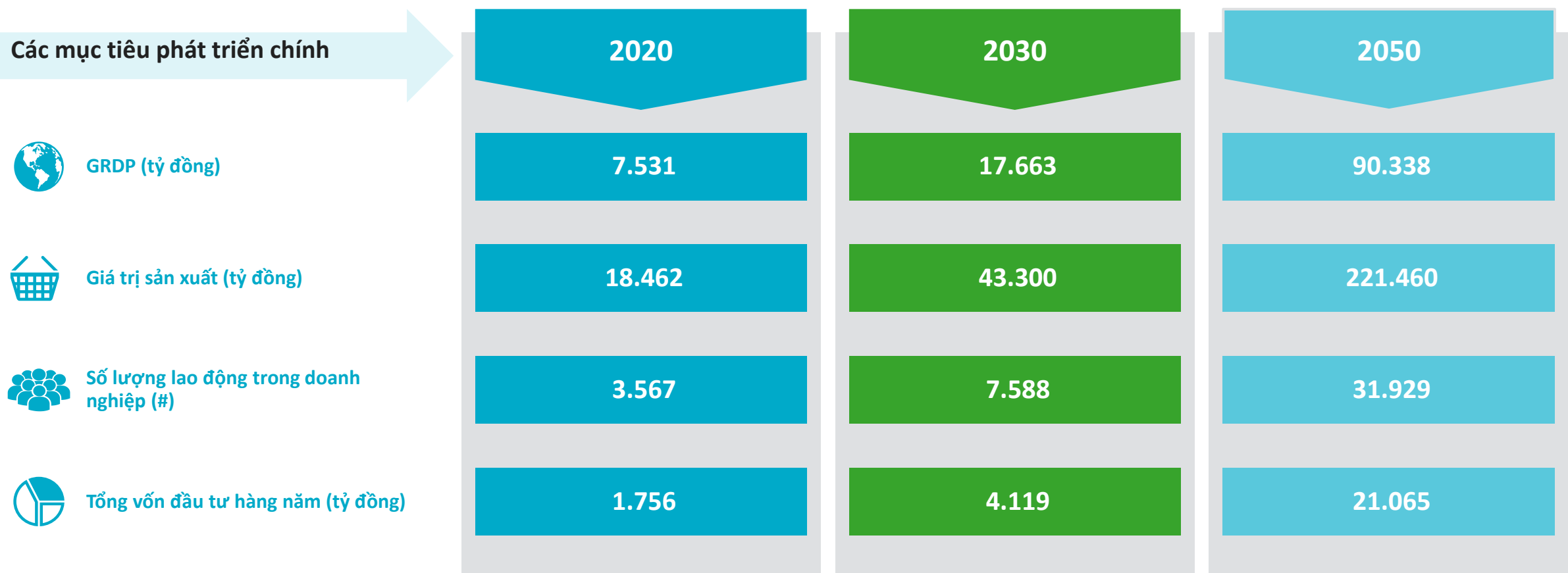
6



Giữ và trồng rừng để giữ nước và tạo môi trường sinh thái bền vững

Vào 2030, GRDP ngành nông nghiệp sẽ đạt ~18 nghìn tỷ đồng, với tiềm năng tăng lên 90.000 tỷ vào 2050, qua đó thu hút ~32 nghìn lao động làm việc trong các DN tỉnh

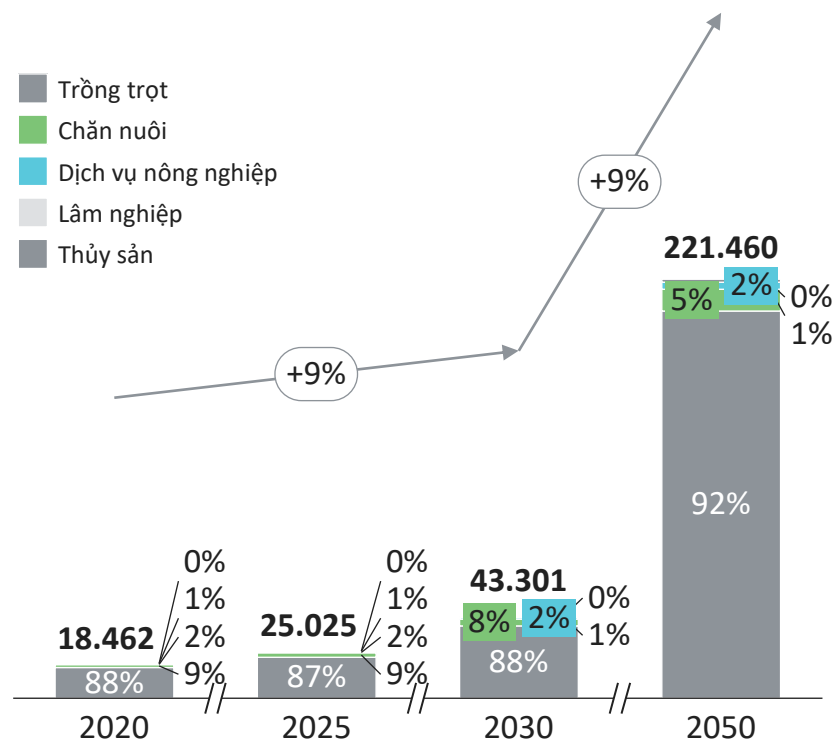
Mục tiêu cụ thể ngành nông nghiệp [giá so sánh 2010]



Đến năm 2050, GTSX ngành nông nghiệp của tỉnh sẽ đạt hơn 221 ngàn tỷ đồng, trong đó hơn 90% được tạo ra từ lĩnh vực trồng trọt

Tiềm năng phát triển ngành nông nghiệp của tỉnh

GTSX các ngành nông nghiệp [tỷ VND]



Các ngành nông nghiệp trọng tâm:

- Tỉnh cần ứng dụng mô hình phát triển tập trung, với quy trình hiện đại và ứng dụng công nghệ cao từ khâu gieo giống, nuôi trồng đến khâu khai thác và chế biến; 3 ngành nông nghiệp trọng tâm bao gồm:
 - Trồng trọt:** tăng tỉ trọng nhóm cây ăn quả, rau, hoa, cây cảnh, đồng thời mở rộng thị trường tiêu thụ và công nghiệp chế biến sâu; xác định các vùng trồng trọt hợp lý cho từng loại cây riêng để thực hiện chuyển đổi phương án canh tác sử dụng đất
 - Chăn nuôi:** tiếp tục phát triển theo mô hình vùng chăn nuôi tập trung, gắn kết chặt chẽ khâu các vùng chăn nuôi với các nhà máy chế biến sâu, quy mô lớn và hiện đại
 - Dịch vụ nông nghiệp:** Thành lập các trung tâm phát triển giống cây trồng và vật nuôi bài bản và quy mô

Các ngành nông nghiệp tiềm năng:



Để đạt được các mục tiêu trên, Đắk Nông sẽ phát triển ngành nông nghiệp theo hướng sản xuất tập trung theo chuỗi, ứng dụng công nghệ, liên kết phát triển bền vững

Tầm nhìn



Tầm nhìn ngành nông, lâm, thủy sản năm 2050: Đến năm 2050, ngành nông nghiệp tỉnh Đắk Nông phấn đấu trở thành một trong những trung tâm sản xuất nông sản của khu vực Tây Nguyên và được phát triển theo hướng bền vững, sinh thái, thân thiện với môi trường và tham gia sâu rộng vào chuỗi giá trị phù hợp với yêu cầu của thị trường

Các trụ cột chính



Ngành trồng trọt

Tập trung đầu tư theo chiều sâu các ngành hàng có giá trị cao, và có khả năng mang lại lợi thế cạnh tranh



Ngành chăn nuôi

Phát triển theo hướng tập trung quy mô trang trại, an toàn dịch bệnh gắn với bảo vệ môi trường. Đẩy mạnh chuyển đổi cơ cấu đàn vật nuôi



Nông nghiệp 4.0

Phát triển các vùng nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao

Các yếu tố hỗ trợ



Trụ cột hỗ trợ 1: Thương hiệu, tiếp thị - Xây dựng thương hiệu nông sản của tỉnh cũng như phát triển năng lực tiếp thị, xúc tiến thương mại nhằm tìm đầu ra cho nông sản



Trụ cột hỗ trợ 2: Công nghiệp chế biến - Phát triển ngành công nghiệp chế biến, bảo quản nông sản



Trụ cột hỗ trợ 3: Khoa học công nghệ, số hóa - Ứng dụng KHCN vào các mảng cơ giới hóa, chế biến sau thu hoạch, ứng dụng công nghệ sinh học trong phát triển giống cây trồng vật nuôi

Phân vùng và quy hoạch

Cơ chế chính sách

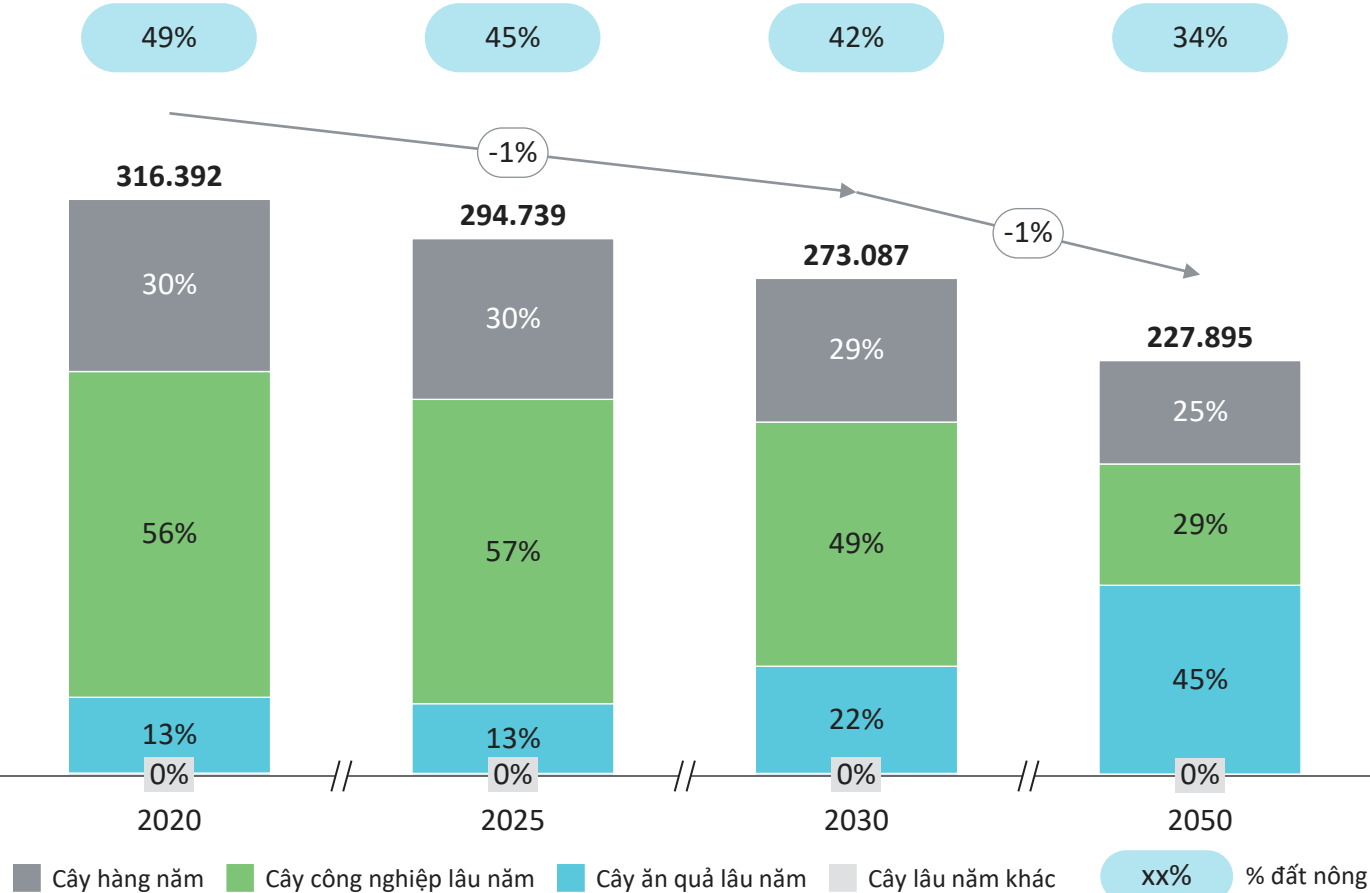
Tổ chức sản xuất

Cơ sở hạ tầng nông nghiệp

Nguồn nhân lực

Diện tích đất phục vụ mục đích trồng trọt cho tỉnh Đắk Nông sẽ giảm dần qua các năm, tập trung mạnh mẽ vào các loại cây ăn quả lâu năm cho lợi nhuận cao hơn

Kế hoạch sử dụng đất trồng trọt



Nhận định chính:

- Tổng diện tích đất phục vụ trồng trọt giảm dần theo thời gian, chiếm 34% tổng diện tích đất Đắk Nông vào năm 2050
- Diện tích đất sẽ giảm dần cho nhóm cây trồng hàng năm và cây trồng công nghiệp lâu năm, bao gồm các loại cây như lúa, cà phê, hồ tiêu, cao su, điều và chè;
- Thay vào đó, diện tích đất cây ăn quả lâu năm sẽ tăng mạnh qua các năm, lên đến 45% vào 2050; các loại cây bao gồm sầu riềng, bơ, chanh dây, cam quýt, v.v. sẽ tăng dần diện tích canh tác do tiềm năng thu nhập lớn

Các loại hoa quả có tiềm năng phát triển trong tương lai:



Sầu riềng



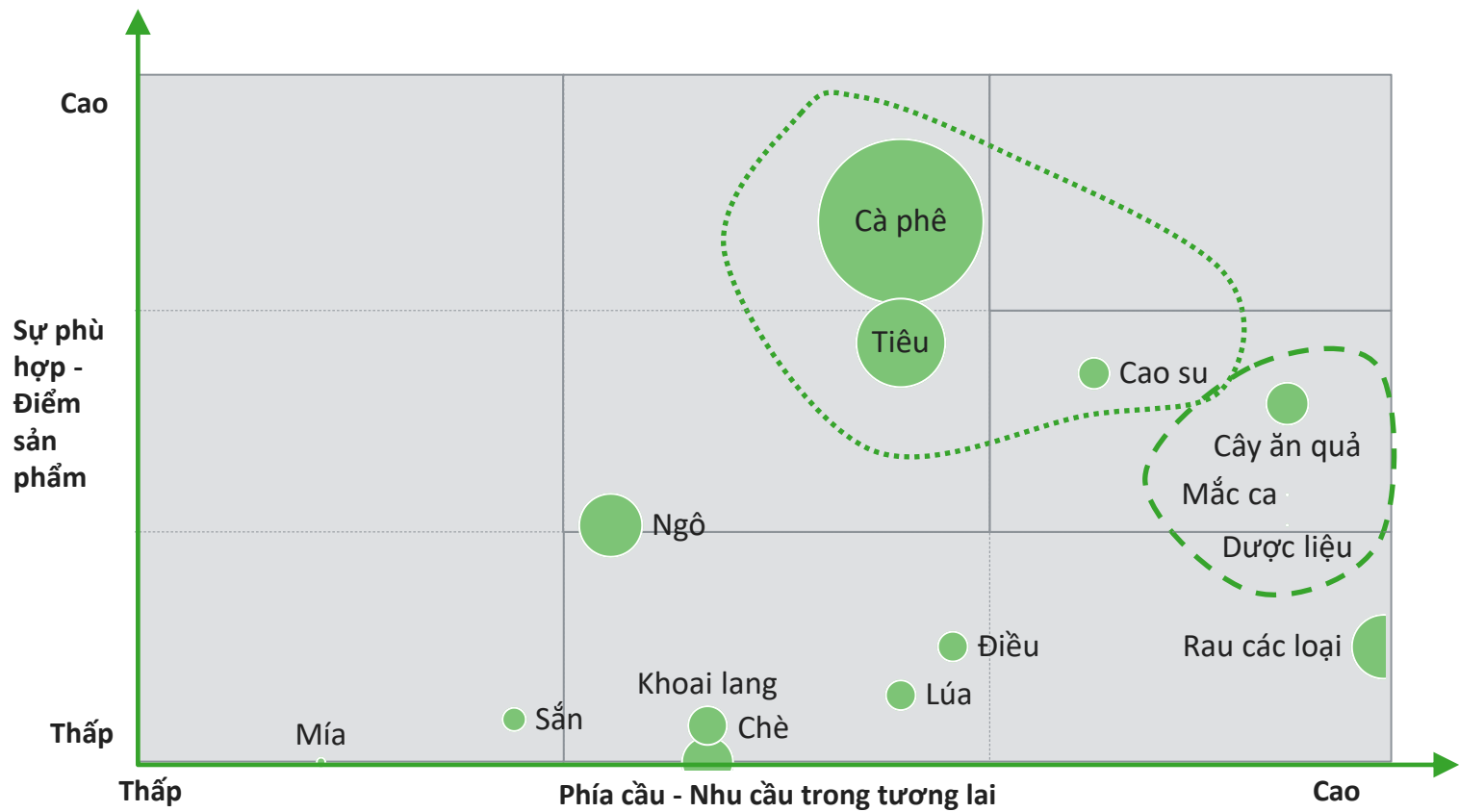
Bơ



Chanh dây

Phân loại các mặt hàng nông sản dựa vào nguồn cung, và nhu cầu trong tương lai

Đánh giá tổng quát các sản phẩm của ngành nông, lâm, thủy sản



○ Kích thước bong bóng thể hiện đóng góp vào GRDP hiện tại của tỉnh

Các sản phẩm nông sản chủ lực: Các sản phẩm tiềm năng có khả năng phát triển trong tương lai và mang lại giá trị kinh tế cao

- Cà phê
- Tiêu
- Cao su

Các sản phẩm tạo khác biệt: Các sản phẩm tiềm năng tạo sự khác biệt thông qua việc xây dựng thương hiệu, đi kèm với giá trị kinh tế, và tác động tương đối tích cực với môi trường

- Dược liệu
- Mắc ca
- Cây ăn quả

Các sản phẩm an sinh xã hội: Các sản phẩm khác, nên được giữ nguyên hoặc giảm bớt trong thời gian tới, với mục tiêu là gia tăng năng suất, giá trị trên một đơn vị diện tích hơn là gia tăng diện tích

- Các cây trồng hàng năm (lúa, ngô, sắn, khoai lang, rau)
- Điêu

Định hướng phát triển các sản phẩm nông sản tỉnh Đắk Nông (1/2)

Định hướng phát triển sản phẩm

	Cây ăn quả	Cây cà phê	Cao su	Tiêu
Tổng quát chiến lược phát triển sản xuất 	• Mục tiêu: nâng cao diện tích và năng suất cùng với tăng giá trị sản xuất thông qua xuất khẩu, áp dụng công nghệ bảo quản, chế biến sâu nhằm gia tăng thời gian bảo quản • Phương thức sản xuất: – Xây dựng vùng sản xuất thuần, tập trung có quy mô lớn – Xen canh với các vườn cây công nghiệp lâu năm – Áp dụng quy trình GAP hoặc tương đương	• Mục tiêu: chủ động giảm dần diện tích cà phê có hiệu quả thấp sang các loại cây trồng khác • Phương thức sản xuất: – Xen canh với các loại cây ăn quả – Tái canh diện tích cà phê già cỗi bằng giống chất lượng cao, – Áp dụng quy trình GAP hoặc tương đương – Thực hành sản xuất hữu cơ nhằm gia tăng chất lượng đầu ra	• Mục tiêu: chủ động giảm dần diện tích cây cao su tại những khu vực có năng suất thấp và thay thế bằng các loại cây trồng khác • Phương thức sản xuất: – Xây dựng vùng sản xuất thuần, tập trung có quy mô lớn – Sử dụng các giống ghép năng suất cao, kháng bệnh, chịu hạn tốt	• Mục tiêu: chủ động giảm dần diện tích trồng tiêu có hiệu quả thấp sang các loại cây trồng khác; đa dạng hóa các sản phẩm tiêu (tiêu trắng, tiêu muối, v.v.) • Phương thức sản xuất: – Áp dụng quy trình GAP hoặc tương đương – Sử dụng giống cho năng suất, sản lượng, chịu bệnh cao
Thị trường nội địa				
Thị trường xuất khẩu				

Định hướng phát triển các sản phẩm nông sản tỉnh Đắk Nông (2/2)

Định hướng phát triển sản phẩm

	Lúa và cây lương thực	Cây rau, hoa	Cây mắc ca	Cây dược liệu
Tổng quát chiến lược phát triển sản xuất 	• Mục tiêu: giảm dần diện tích trồng cây lúa và cây lương thực nhưng nâng cao năng suất trên một đơn vị diện tích đất • Phương thức sản xuất: – Mở rộng vùng sản xuất cho các giống lúa giống, chất lượng và giá trị cao – Ứng dụng cơ giới hóa, KHCN trong con giống, sản xuất, thu hoạch, và bảo quản – Xen canh, luân canh với các loại cây trồng khác cho phù hợp	• Mục tiêu: gia tăng diện tích gieo trồng và phát triển các loại hoa, rau có khả năng vận chuyển xa và hướng đến thị trường xuất khẩu • Phương thức sản xuất: – Hình thành các vùng sản xuất chuyên canh tập trung – Ứng dụng quy trình sản xuất an toàn, ứng dụng công nghệ	• Mục tiêu: mở rộng diện tích gieo trồng và tập trung vào thị trường xuất khẩu • Phương thức sản xuất: – Xen canh với các cây trồng lâu năm tại những khu vực có đặc điểm sinh thái phù hợp – Mở rộng diện tích gieo trồng thuần – Sử dụng các giống có nguồn gốc rõ ràng và ứng dụng đúng quy trình kỹ thuật, tiêu chuẩn	• Mục tiêu: mở rộng diện tích gieo trồng theo hướng tập trung • Phương thức sản xuất: – Theo mô hình nông lâm kết hợp và trồng dưới tán rừng – Ứng dụng công nghệ trong sản xuất
Thị trường nội địa				
Thị trường xuất khẩu				

Các loại cây trồng không phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu của từng địa phương nên được giảm, và thay thế bằng các cây trồng phù hợp và có giá trị cao

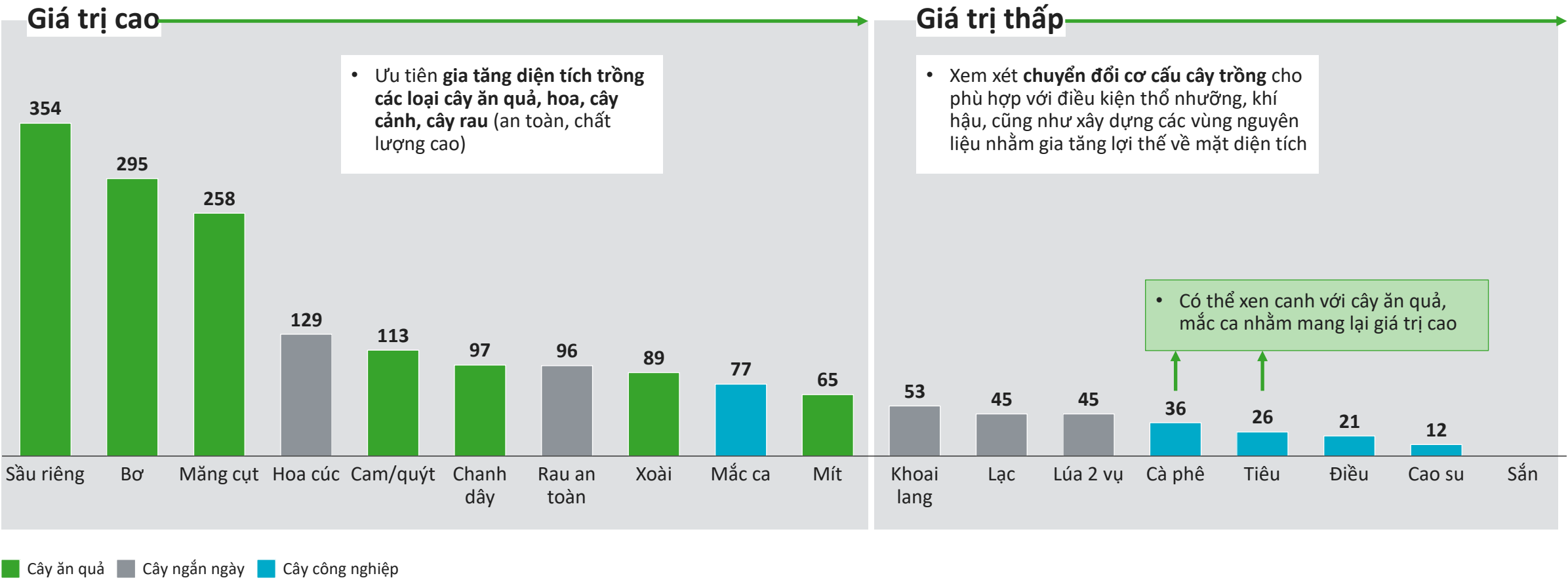
Tương quan năng xuất các sản phẩm nông sản tại các địa phương

	Cà phê	Tiêu	Điều	Cao su	Khoai lang	Lạc	Đậu tương	Lúa	Sắn	Ngô
TP. Gia Nghĩa	NS trung bình	NS rất thấp	NS thấp	NS rất thấp	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ
H. Đắk G'long	NS trung bình	NS trung bình	Diện tích nhỏ	NS cao	NS trung bình	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	NS thấp	NS thấp	NS thấp
H. Cư Jút	NS thấp	NS trung bình	NS cao	NS thấp	Diện tích nhỏ	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS thấp	NS trung bình
H. Đắk Mil	NS trung bình	NS thấp	NS thấp	NS thấp	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS thấp	NS cao	NS trung bình
H. Krông Nô	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS cao	NS trung bình
H. Đắk Song	NS trung bình	NS trung bình	Diện tích nhỏ	NS thấp	NS trung bình	NS trung bình	Diện tích nhỏ	NS cao	NS thấp	NS trung bình
H. Đắk R'lấp	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	NS trung bình	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	NS cao	Diện tích nhỏ	NS thấp
H. Tuy Đức	NS trung bình	NS thấp	NS thấp	NS rất thấp	NS rất thấp	Diện tích nhỏ	Diện tích nhỏ	NS rất thấp	NS trung bình	NS rất thấp

Để xây dựng các vùng sản xuất tập trung, cần xác định các cây trồng phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu và kỹ thuật nhằm loại bỏ các cây trồng không phù hợp

Các giống cây cho giá trị cao nên được ưu tiên nhằm tối đa hóa lợi nhuận cho người nông dân

Hiệu quả tài chính một số cây trồng chủ lực (2019, triệu đồng trên hecta)

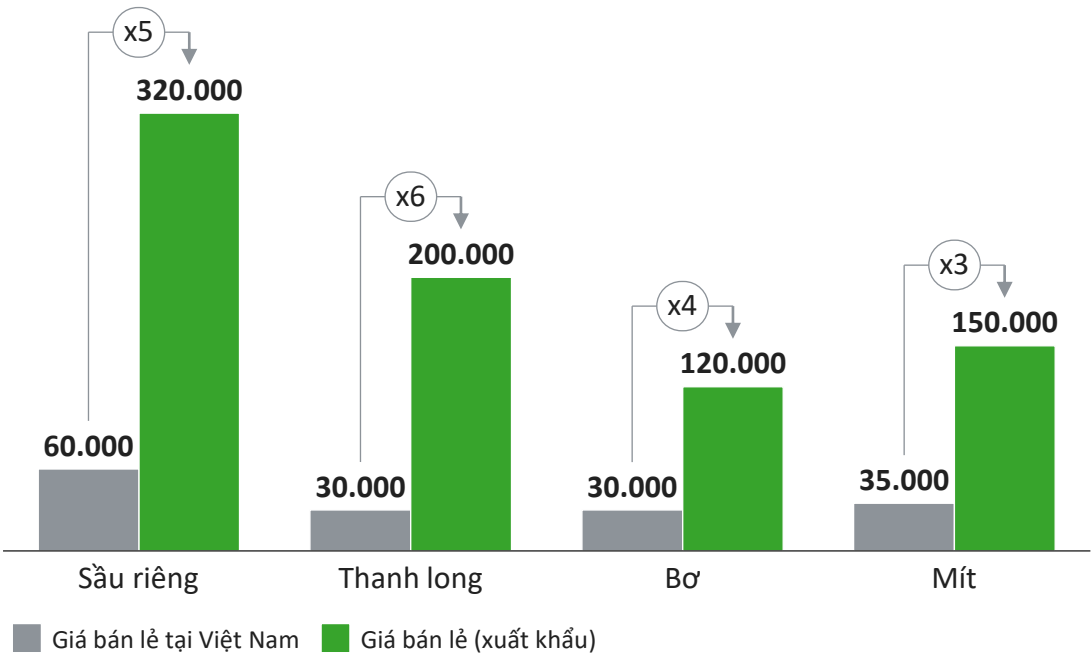


Việc xuất khẩu chính ngạch thành công các loại cây ăn quả ra thị trường thế giới sẽ giúp gia tăng giá trị cho người nông dân

Giá trị gia tăng với hàng hóa xuất khẩu chính ngạch

So sánh giá trị giữa sản phẩm xuất khẩu và nội địa

Giá bán lẻ [VNĐ]



Các yếu tố quan trọng trong việc xuất khẩu chính ngạch



• Xây dựng vùng nguyên liệu đảm bảo chất lượng

- Vùng nguyên liệu được quy hoạch theo tiêu chuẩn, quy định, chủ yếu bao gồm: 1) cây giống được chọn lọc và được chứng nhận; 2) quy trình sản xuất đảm bảo tiêu chuẩn (ví dụ: không sử dụng các loại thuốc hóa học)



• Xây dựng chuỗi cung ứng lạnh

- Nhằm bảo quản các loại trái cây tươi, hệ thống kho lạnh và vận chuyển lạnh cần được nâng cấp



• Đẩy mạnh chế biến, và công nghệ bảo quản sau thu hái

- Đẩy mạnh ngành sản xuất, chế biến (thô, sâu) các sản phẩm trái cây, rau quả nhằm gia tăng thời gian bảo quản



• Thị trường, thương hiệu

- Đẩy mạnh truyền thông, quảng bá sản phẩm tại các thị trường mục tiêu thông qua việc xúc tiến thương mại, marketing

Nhóm các giải pháp chính hỗ trợ nhằm phát triển toàn diện ngành nông nghiệp của tỉnh Đắk Nông

Các nhóm giải pháp chính

Nhóm giải pháp	Các giải pháp
Nhóm giải pháp thương hiệu, tiếp thị	1.1 Xây dựng và phát triển các thương hiệu nông sản của tỉnh Đắk Nông 1.2 Hỗ trợ việc thâm nhập và mở rộng các thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước cho các sản phẩm nông sản của tỉnh
Nhóm giải pháp phát triển công nghiệp chế biến	2.1 Phát triển ngành công nghiệp chế biến nông sản của tỉnh, và xây dựng các chuỗi cung ứng lạnh
Nhóm giải pháp khoa học công nghệ	2.1 Hỗ trợ người dân trong việc hiện đại hóa công cụ sản xuất 2.2 Nâng cao chất lượng và số lượng nguồn cung giống cây trồng, vật nuôi - xây dựng Trung tâm giống cây trồng, vật nuôi tỉnh Đắk Nông 2.3 Xây dựng kế hoạch Chuyển đổi số ngành nông nghiệp tỉnh Đắk Nông
Nhóm giải pháp phân vùng, quy hoạch	3.1 Hình thành các vùng canh tác tập trung 3.2 Từ đó, xây dựng các cứ điểm nông – công nghiệp hiện đại, với trọng tâm là ngành chế biến nông sản
Nhóm giải pháp về cơ chế chính sách	4.1 Đẩy mạnh các cơ chế chính sách nhằm khuyến khích tích tụ ruộng đất 4.2 Ban hành các chính sách khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp, đặc biệt là nông nghiệp công nghệ cao 4.3 Ban hành các cơ chế chính sách nhằm khuyến khích đầu tư vào sản xuất xanh, sản xuất hữu cơ 4.4 Tham gia chương trình "Invest in DakNong" nhằm thu hút các nhà đầu tư chiến lược trong lĩnh vực nông, lâm, thủy sản
Tổ chức sản xuất	5.1 Phát triển, nhân rộng mô hình hợp tác xã kiểu mới
Cơ sở hạ tầng nông nghiệp	5.2 Đầu tư, sửa chữa và phát triển cơ sở hạ tầng nông nghiệp, bao gồm các công trình thủy lợi, giao thông phục vụ vận chuyển nội đồng, hệ thống điện, và các cơ sở vật chất phục vụ chế biến sau thu hoạch (kho, kho lạnh, v.v.)
Nguồn nhân lực	5.3 Phát triển nguồn nhân lực cho ngành nông nghiệp của tỉnh cả về chất và lượng



Sáng kiến 1.1: Xây dựng và phát triển các thương hiệu nông sản của tỉnh Đắk Nông

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến

Mục tiêu

- Tạo dựng thương hiệu đồng nhất cho ngành nông nghiệp tỉnh Đắk Nông và có ý nghĩa chất lượng cho các nông sản cho tiêu thụ trong nước cũng như quốc tế



Vấn đề/ cơ hội

- Thương hiệu nông sản của tỉnh Đắk Nông, cũng như thương hiệu chỉ dẫn địa lý của tỉnh chưa được hoàn thiện, và chưa đem lại giá trị do việc quản bá còn hạn chế, chất lượng sản phẩm không đồng đều



Các giải pháp hiện tại

- Các cơ quan địa phương cử người tham dự các hội chợ thương mại
- Đã có chỉ dẫn địa lý Đắk Nông cho sản phẩm hạt tiêu



B. Mô tả

- Thành lập **trung tâm thương hiệu và xúc tiến thương mại tỉnh Đắk Nông** để quản lý thương hiệu và các thương hiệu nhánh của ngành nông sản tỉnh Đắk Nông
- Quản lý chất lượng** đằng sau thương hiệu
- Xây dựng **logo, slogan phù hợp để quảng bá và xúc tiến thương mại**



C. Thời gian thực hiện

1-5 năm

5-10 năm

10-25 năm

- Thành lập trung tâm thương hiệu và xúc tiến thương mại tỉnh Đắk Nông
- Quảng bá thương hiệu tại thị trường nội địa và quốc tế

D. Yếu tố cần thiết

- Chính sách quản lý:** quy định các tiêu chuẩn cần thiết cho sản phẩm để có thể được đăng ký thương hiệu nông sản Đắk Nông
- Chính sách đầu tư:** các chính sách hỗ trợ cho các hợp tác xã, cá thể, doanh nghiệp đủ tiêu chuẩn đăng ký thương hiệu nông sản tỉnh Đắk Nông

E. Các bên phụ trách

Chủ trì

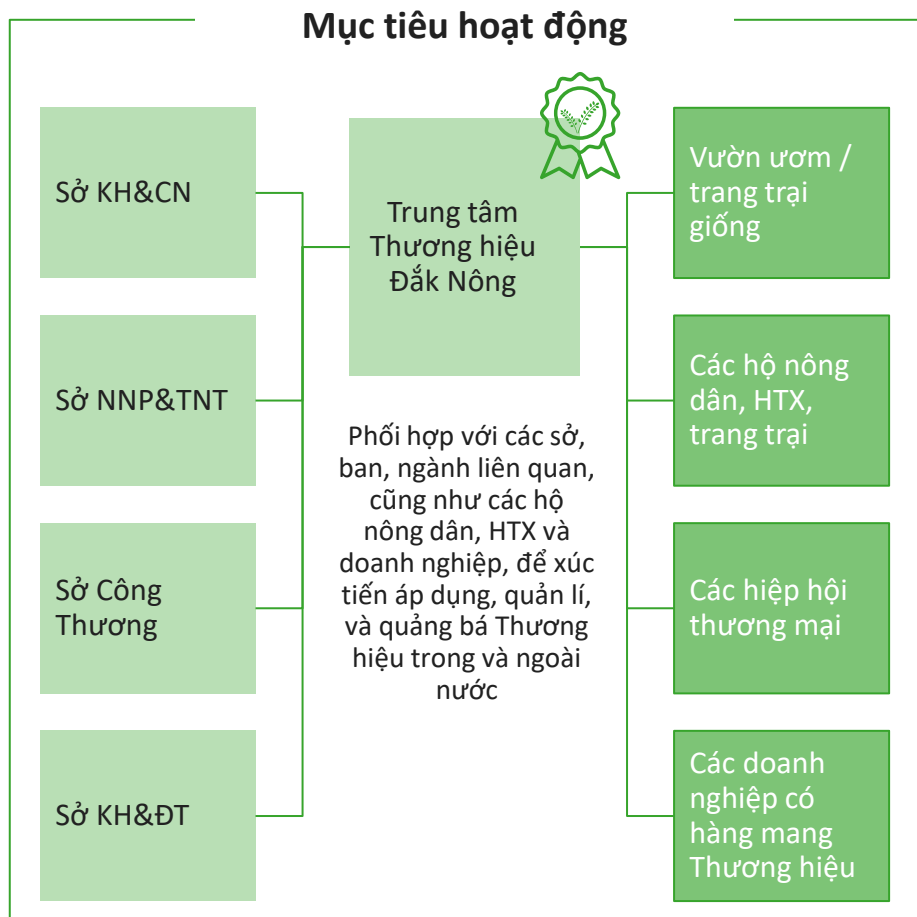
- Sở Công thương
- Sở Khoa học và công nghệ
- Sở NN&PTNT

Các bên liên quan

- Các hiệp hội thương mại
- Các hợp tác xã, doanh nghiệp sản xuất nông sản

Minh họa mô hình trung tâm thương hiệu và xúc tiến thương mại tỉnh Đắk Nông

Mô hình hoạt động



- Trung tâm Thương hiệu và xúc tiến thương mại Đắk Nông có thể do Sở Công Thương / Sở KH&ĐT chủ trì ở giai đoạn đầu, nhưng phải được định hướng là tổ chức tư nhân (như các hiệp hội doanh nghiệp khác) với đại diện của chính quyền địa phương trong Ban Quản trị
- Cách tổ chức này sẽ giúp Trung tâm tập trung vào lĩnh vực quản lý Thương hiệu mới, cũng như năng động trong việc tiếp cận thị trường cho Thương hiệu

Ban Quản trị

CHỦ TỊCH

Đại diện của các sở liên quan #1

Đại diện của các sở liên quan #2

Đại diện của các hiệp hội thương mại #1

Đại diện của các hiệp hội thương mại #2

Thành viên độc lập

Ban Giám đốc

Giám đốc điều hành

Phó giám đốc – tài chính

Phó giám đốc – quản lý giống

Phó giám đốc – quản lý kỹ thuật

Phó giám đốc – xúc tiến đăng ký thương hiệu

Phó giám đốc – quảng bá và liên kết

Phó giám đốc – nội bộ

Các thương hiệu nông sản hàng đầu đều được tạo dựng theo mô hình các Hiệp hội quản lý thương hiệu. Ví dụ: Phô mai Parmigiano

Các trường hợp thành công



Phô mai Parmigiano-Reggiano, Ý



Thương hiệu cần có một hiệp hội quản lý thương hiệu

- Hiệp hội Phô mai Parmigiano-Reggiano được thành lập từ năm 1928
- Hiệp hội này có nhiệm vụ:
 - Kiểm soát việc sản xuất và tiếp thị phô mai Parmigiano Reggiano, hợp tác với cơ quan bảo vệ chất lượng sản phẩm thực phẩm nông nghiệp và cơ quan trung ương chống gian lận của chính phủ;
 - Thúc đẩy việc tiêu thụ phô mai của Parmigiano Reggiano do ở Ý và ở nước ngoài, quảng cáo, nhằm mục đích quảng bá phô mai Parmigiano Reggiano và nâng cao hình ảnh và danh tiếng

- Khu vực sản xuất bao gồm vùng đất ở các tỉnh Bologna ở bên trái của River Reno, Mantua ở bên phải của River Po, Modena, Parma và Reggio nell'Emilia
- Cách chế biến từ sữa được theo quy định và do Hiệp hội Phô mai kiểm tra
- Hình dạng, hình khối và trọng lượng của phô mai sau khi sản xuất phải theo quy định
- Quy định cũng bao gồm về hương vị, giá trị dinh dưỡng (protein, chất béo), và không chứa chất bảo quản

Thương hiệu cần có tiêu chuẩn cụ thể cho các sản phẩm mang thương hiệu

Các thương hiệu nông sản hàng đầu đều được tạo dựng theo mô hình các Hiệp hội quản lý thương hiệu. Ví dụ: Thịt bò Kobe

Các trường hợp thành công



Thịt bò Kobe, Nhật Bản



Thương hiệu cần có một hiệp hội quản lý thương hiệu

- Hiệp hội Xúc tiến Quảng bá và Phân phối thịt bò Kobe được thành lập từ năm 1983
- Hiệp hội này có nhiệm vụ:
 - Định rõ thế nào là thịt bò Kobe và cấp giấy "Chứng nhận thịt bò Kobe" cho thịt đạt được quy định này để chứng thực tính xác thực của thịt
 - Chỉ định các cửa hàng bán lẻ và nhà sản xuất được chứng nhận Kobe
 - Lắp đặt tượng đồng Thịt bò Kobe tại các cửa hàng bán lẻ được chỉ định để người tiêu dùng biết rằng các cửa hàng này bán thịt bò Kobe thật

- Gia súc Tajima sinh ra ở tỉnh Hyōgo
- Nuôi trang trại ở tỉnh Hyōgo
- Được chế biến tại các lò mổ ở Kobe, Nishinomiya, Sanda, Kakogawa hoặc Himeji ở tỉnh Hyōgo
- Tỷ lệ BMS từ cấp 6 trở lên
- Điểm chất lượng thịt 4 hoặc 5
- Tổng trọng lượng thịt bò từ một con từ 470 kg trở xuống
- Gia súc được cho ăn thức ăn gia súc hạt và đôi khi được chải để thiết lập lông

Thương hiệu cần có tiêu chuẩn cụ thể cho các sản phẩm mang thương hiệu

Sáng kiến 1.2: Hỗ trợ việc thâm nhập và mở rộng các thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước cho các sản phẩm nông sản của tỉnh

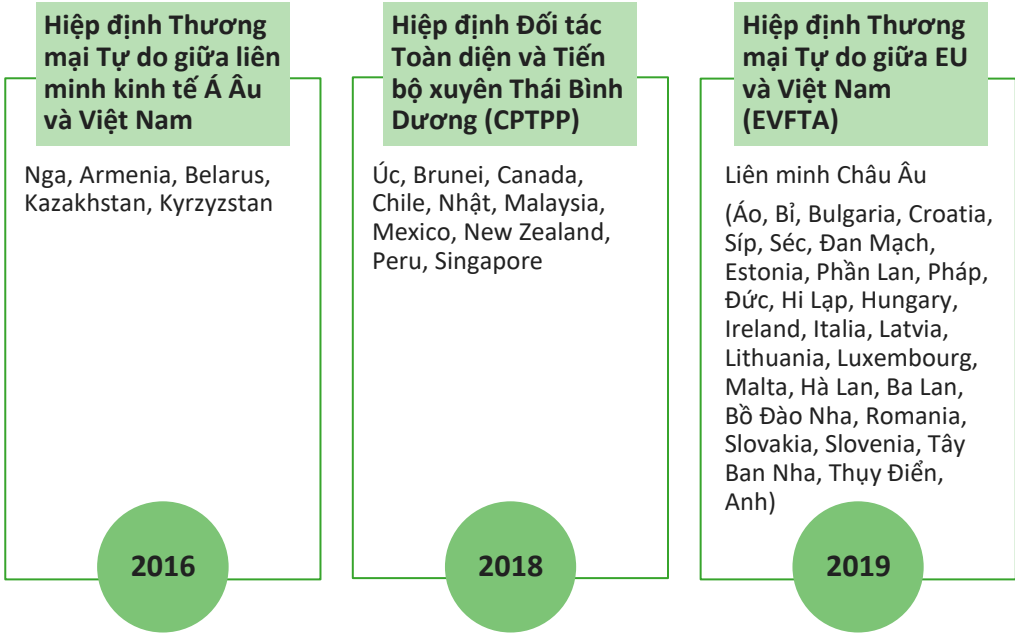
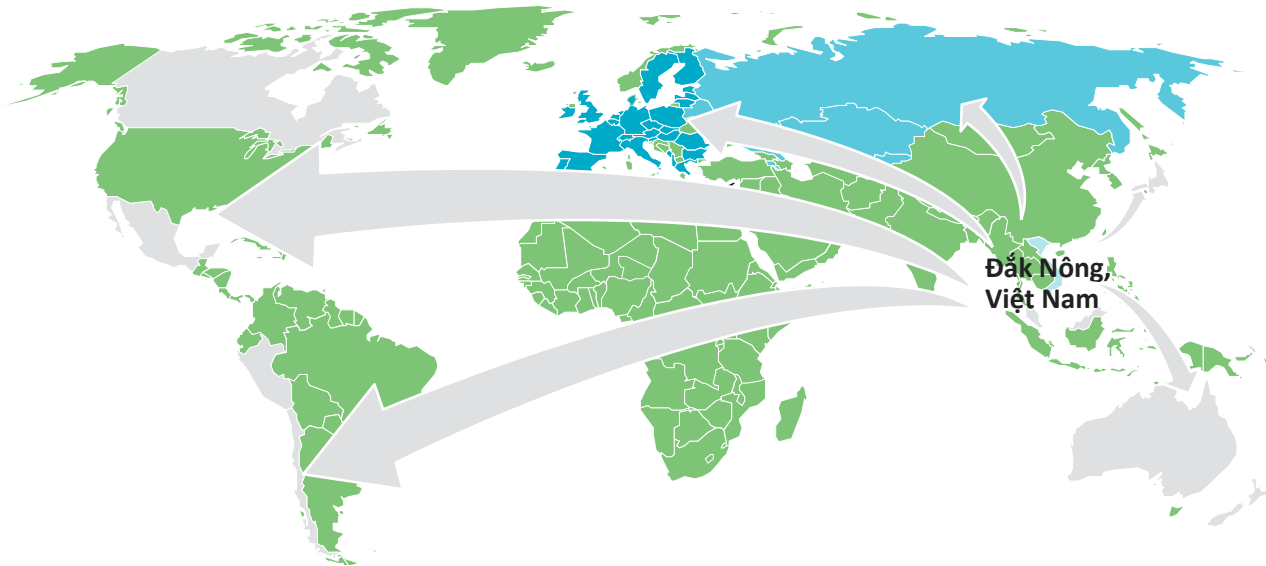
Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm nông sản thông qua việc thay đổi tổ chức hoạt động cho phù hợp với nhu cầu của thị trường mục tiêu 	Vấn đề, cơ hội Tận dụng các hiệp định thương mại (tự do) song phương và đa phương của Việt Nam 	Các giải pháp hiện tại Các loại nông sản của Đắk Nông chủ yếu được tiêu thụ tại thị trường nội địa, và Trung Quốc 	- Lựa chọn thị trường mục tiêu cho các loại nông sản của tỉnh - Hiểu được yêu cầu của thị trường mục tiêu, từ đó điều chỉnh hình thức sản xuất nhằm đạt được chất lượng xuất khẩu - Hỗ trợ các tổ chức cá nhân lấy các chứng nhận chất lượng sản phẩm nhằm đáp ứng đủ tiêu chuẩn của thị trường mục tiêu (ví dụ: HACCP, TCVN 5603:2008, v.v.) - Xây dựng các phương án tiếp thị tương ứng 	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm Tiếp cận thị trường Đông Á, châu Úc, Bắc Mỹ	5-10 năm Tiếp cận thị trường châu Âu, và các thị trường khác	10-25 năm Tiếp tục phát triển ở các thị trường mới, và nâng cao sự hiện diện ở các thị trường đã có	Nhân lực: nguồn nhân lực quản lý (Sở ban ngành) và nguồn nhân lực sản xuất (nông dân, hợp tác xã, công ty tư nhân, v.v.) Thương hiệu: thương hiệu nông sản tỉnh Đắk Nông Đầu tư: các chính sách hỗ trợ cho sản xuất phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì - Sở Công Thương - Sở NN&PTNT - Sở KH&CN	Các bên liên quan - Các hợp tác xã - Các doanh nghiệp xuất khẩu (Việt Nam) - Các doanh nghiệp nhập khẩu (thị trường quốc tế)

Các hiệp định thương mại tự do song phương, đa phương là nền tảng vững chắc hỗ trợ xuất khẩu cho ngành nông nghiệp tỉnh Đắk Nông

Các hiệp định thương mại

Các đối tác mà Việt Nam đã ký hiệp định thương mại tự do gần đây



Cơ hội cho các sản phẩm từ Đắk Nông

Sau khi Việt Nam tham gia các hiệp định thương mại này, thuế nhập khẩu cho các mặt hàng từ Việt Nam đến các thị trường này sẽ giảm từ 10%++ xuống còn 0% cho các loại nông sản và các sản phẩm chế biến theo quy định

Đặc biệt, các loại cây ăn trái có thể là các sản phẩm nông sản xuất khẩu chủ lực cho tương lai của tỉnh Đắk Nông

Thị trường nhập khẩu hàng từ Việt Nam

Trái cây mà Việt Nam có thỏa thuận với các thị trường lớn (chính ngạch)

Mặt hàng từ Việt Nam

						
Dừa	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bưởi		✓				✓
Chôm Chôm	✓	✓		✓		✓
Sầu Riêng						✓
Thanh Long	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Long Nhãn	✓		✓	✓	✓	✓
Vải	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mít	✓					✓
Xoài	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mãng cụt	✓					✓
Chuối	✓	✓	✓			✓
Dưa hấu	✓					✓
Vú sữa		✓	✓	✓		✓
Bơ		✓	✓			✓

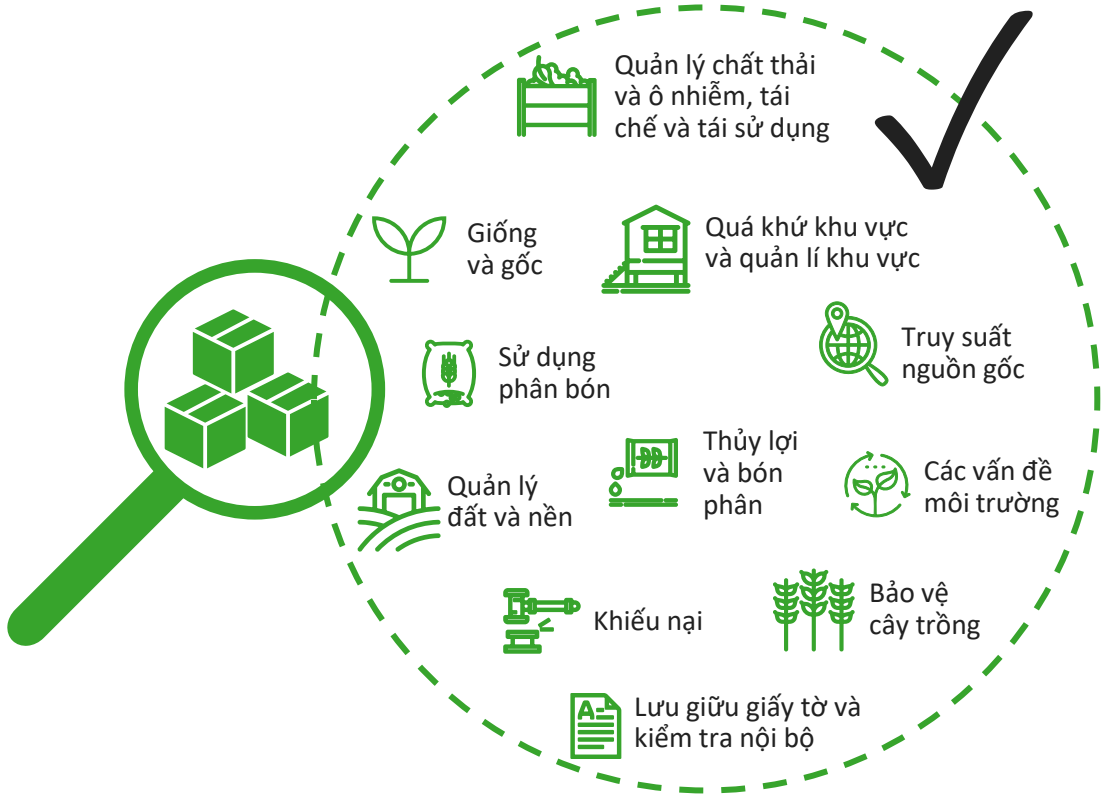
Các loại nông sản có thể xuất khẩu trong thời gian tới

✓ Đạt được thỏa thuận ✓ Đang thương lượng

Để xuất khẩu, Đắc Nông cần quản lý chặt chẽ các công đoạn từ cây giống, làm đất, canh tác, để thu hoạch và sau thu hoạch nhằm đảm bảo chất lượng

Các công đoạn cần kiểm soát

Các quy định thường thấy mà các đơn vị xuất nhập khẩu cần tuân thủ khi xuất khẩu trái cây



Quá trình canh tác đến thu hoạch



- > Các hộ nông dân và HTX cần thực hiện đúng quy trình được đề ra bởi các quốc gia nhập khẩu (v.d. GlobalGAP cho thị trường Châu Âu, JGAP cho thị trường Nhật Bản)
- > Các điểm thiếu sót thường thấy của các đơn vị Việt Nam là **đảm bảo các giấy tờ cần thiết và hàm lượng hóa chất trong thức ăn**

Quá trình sau thu hoạch



- > Các HTX và doanh nghiệp cần **đầu tư vào các dây chuyền bảo quản và kho theo chứng nhận của quốc gia nhập khẩu** (v.d. xử lý nhiệt hơi cho các thị trường Đông Á, chiếu xạ cho các thị trường Bắc Mỹ)
- > Các điểm thiếu sót thường thấy của các đơn vị Việt Nam là quy trình bảo quản chưa được lâu, cũng như mẫu mã chưa hấp dẫn



Ví dụ điển hình: Thái Lan, với các chính sách đầu tư của chính phủ để khối tư mạnh dạn đầu tư vào xuất khẩu xoài

Trường hợp thành công



Hoàn cảnh

- Xoài là cây trồng bản địa của Thái Lan, được phát triển lâu trong lịch sử của Vương quốc, nhưng chủ yếu là cho tiêu dùng trong nước.



Hành động

- Từ năm 1980-2000, xoài Thái Lan có nhiều phát triển quan trọng, đặc biệt nhất là việc áp dụng chiến lược cụm: người trồng xoài cùng chung tay với sự hỗ trợ của các Sở Nông nghiệp và Khuyến nông, các nhà xuất khẩu và một số công ty hóa chất nông nghiệp sản xuất trái cây chất lượng quanh năm từ các khu vực khác nhau, với mục đích đẩy mạnh tấn công các thị trường xuất khẩu
- **Trung tâm Dịch vụ Duy nhất** được tạo ra lấy vốn của Sở Nông nghiệp với nhiệm vụ phối hợp với các cơ quan chính phủ khác và Chính phủ Nhật để đảm bảo xoài xuất khẩu của Thái Lan đạt tiêu chuẩn xuất khẩu vào Nhật
- Sở Khuyến Nông tích cực thúc đẩy GAP trong nhóm người trồng xoài, đồng thời cũng cung cấp cơ sở cho xử lý nhiệt hơi bằng nguồn vốn của mình cho nông dân
- Xử lý nhiệt hơi thực tế đã được chứng minh là có hiệu quả trong việc kiểm soát ấu trùng ruồi giấm
- Sau khi nhận ra bằng chứng về hiệu quả từ đầu tư công nghệ này, một số nhóm người trồng xoài đã thành lập cơ sở riêng của họ bằng quỹ tư nhân của các nhóm đó

Kết quả

- Thái Lan là nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu xoài trên thế giới

Bài học

- Nhà nước cần đi đầu trong việc điều phối và đầu tư cho việc đẩy mạnh xuất khẩu trái cây, từ đó các đơn vị tư nhân có thể thấy được lợi ích của công nghệ và mạnh dạn đầu tư



Sáng kiến 2.1: Hỗ trợ người dân hiện đại hóa công cụ sản xuất

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Hiện đại hóa, cơ khí hóa công cụ sản xuất của lao động nông – lâm – thủy sản 	Vấn đề, cơ hội Tỷ lệ cơ giới hóa trong hoạt động sản xuất nông nghiệp của các hộ gia đình, hộ kinh doanh còn thấp 	Các giải pháp hiện tại Đã có một số hỗ trợ từ các cơ quan chính quyền trong việc cải thiện tưới tiêu, cày bừa nhưng vẫn còn hạn chế 	Làm việc với các tổ chức tín dụng và các công ty sản xuất cơ khí, máy móc hỗ trợ người dân hiện đại hóa, cơ khí hóa phương tiện lao động, công cụ sản xuất: Với trồng trọt, cơ giới hóa trong các khâu gieo trồng, thu hoạch, tưới tiêu, chăm sóc (ví dụ: diệt trừ sâu bọ); với chăn nuôi: cơ giới khâu chuồng trại, chăm sóc, thu hoạch,v.v 	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm Cơ giới hóa ngành trồng trọt, chăn nuôi, sản xuất lâm nghiệp, nuôi trồng thủy sản			- Đầu tư: Sự hợp tác của các tổ chức tín dụng và các công ty sản xuất cơ khí - Tuyên truyền: Nhằm nâng cao và thay đổi nhận thức của người dân, các hộ sản xuất cá thể về tầm quan trọng của hiện đại hóa, cơ khí hóa công cụ sản xuất	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì Sở NN&PTNT	Các bên liên quan - Các tổ chức tín dụng, các công ty sản xuất cơ khí, máy móc - Nông dân, các hộ sản xuất kinh doanh nông, lâm, thủy sản

Đài Loan xây dựng nền tảng hệ thống dịch vụ máy móc nông nghiệp nhằm hỗ trợ nông dân hiện đại hóa công cụ sản xuất nông nghiệp

Trường hợp thành công

Hoàn cảnh

- > Tình trạng già hóa dân số gây thiếu hụt lao động trong ngành nông nghiệp của Đài Loan
- > Nhằm giải quyết vấn đề thiếu hụt lao động, việc cơ khí hóa và hiện đại hóa công cụ sản xuất cho nông dân là một trong những giải pháp ưu tiên của chính quyền
- > Tuy nhiên các loại máy móc phục vụ sản xuất nông nghiệp lại có giá thành khá cao, gây nên áp lực tài chính cho nông dân, và các hộ sản xuất nhỏ và vừa



Hành động

- > Vào năm 2013, Hội đồng Nông nghiệp Đài Loan đã thành lập "**Hệ thống dịch vụ máy móc nông nghiệp**" – là một nền tảng trực tuyến nơi nông dân có thể tìm thấy các dịch vụ nông nghiệp phù hợp từ một danh sách các nhà cung cấp tùy theo vị trí của trang trại, các loại cây trồng, các loại máy móc, cũng như là dịch vụ mong muốn
- > Hệ thống này còn được gọi là '**Uber máy móc nông nghiệp**' của Đài Loan

Kết quả

- > Hơn **200.000** người vận hành và máy móc nông nghiệp được cấp phép
- > Hơn **20.000** thiết bị máy móc quy mô lớn (máy kéo, máy trồng lúa, máy gặt đập liên hợp, v.v) có sẵn cho người dân tại các địa phương thông qua nền tảng trực tuyến
- > Người dân có thể tự thuê sử dụng mà không cần tìm mua

Bài học

- > Chính quyền tỉnh cũng có thể xây dựng "**Nền tảng máy móc phục vụ nông nghiệp**" nhằm giúp nông dân chủ động thuê dùng với chi phí phải chăng



Sáng kiến 2.2: Nâng cao chất lượng và số lượng nguồn cung giống cây trồng, vật nuôi - xây dựng Trung tâm giống cây trồng, vật nuôi tỉnh Đắk Nông

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả		
Mục tiêu Sản xuất cây giống, con giống chất lượng cao, phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng, khí hậu của tỉnh nhằm phục vụ cho sản xuất nông nghiệp của địa phương			Vấn đề, cơ hội Tỉnh gặp nhiều khó khăn vì chất lượng con giống, cây giống không đồng đều – người dân thường tự ươm giống, dẫn đến ảnh hưởng đến năng suất cây trồng, vật nuôi		
Các giải pháp hiện tại - Sở NN&PTNT với đề án Tái cơ cấu ngành Nông nghiệp liên quan đến việc nghiên cứu, lai chọn nhiều giống cây trồng, vật nuôi chất lượng, phục vụ phát triển sản xuất - Trung tâm sản xuất giống thủy sản đã đi vào hoạt động			Thành lập trung tâm nghiên cứu giống, có nhiệm vụ thực hiện các hoạt động sau: - Nghiên cứu các giống cây trồng, vật nuôi chất lượng phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng của địa phương - Phối hợp với các Trung tâm giống và Kỹ thuật cây trồng, cũng như các vườn ươm nhằm nuôi tạo, sản xuất giống và phân phối đến các địa phương, người nông dân, v.v		
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết		
1-5 năm 5-10 năm 10-25 năm - Xây dựng trung tâm nghiên cứu và sản xuất giống, cây trồng, vật nuôi tỉnh Đắk Nông - Nghiên cứu các giống cây phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng của địa phương - Sản xuất các loại cây giống, con giống - Hỗ trợ nông dân, kiểm soát chất lượng con/cây giống - Mở rộng chi nhánh đến tất cả các huyện nhằm đảm bảo độ bao phủ của dịch vụ			Chủ trì - Sở NN&PTNT Các bên liên quan - Sở Tài Nguyên và Môi trường - Sở Khoa học và Công nghệ - Các doanh nghiệp, các hộ nông dân, các hợp tác xã - Các viên nghiên cứu (nếu cần thiết)		
			- Đầu tư: Hỗ trợ tài chính từ ngân sách, các doanh nghiệp trên địa bàn, cũng như phân bổ ngân sách phối hợp với khối tư nhân - Nhân lực: Đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học chuyên về lai tạo, sản xuất giống, cũng như các chuyên gia nông nghiệp Trung tâm giống cây trồng, vật nuôi có thể là cơ sở của nhà nước/ tư nhân/ hoặc hợp tác giữa nhà nước và tư nhân		

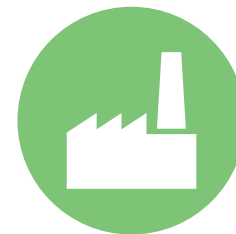
TT nghiên cứu và sản xuất giống sẽ thực hiện việc nghiên cứu và sản xuất các giống cây trồng vật nuôi cho tỉnh

Hoạt động của trung tâm



Thực hiện các nghiên cứu giống cây trồng

- Nhân giống từ các vườn ươm được tin tưởng
- Nghiên cứu giống chuẩn và phối hợp với các trường đại học và viện nghiên cứu
- Thay đổi giống mới để bắt kịp và thích ứng với các tiến bộ khoa học, thay đổi điều kiện kinh tế, v.v.



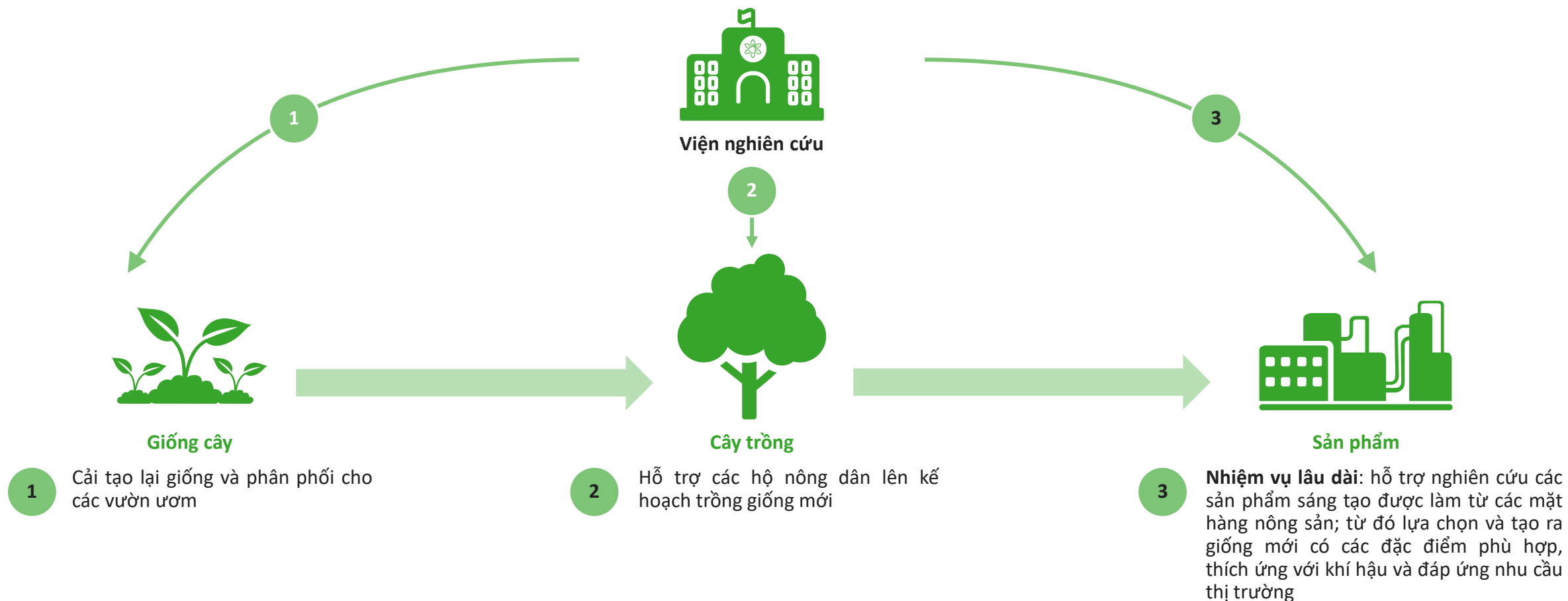
Sản xuất giống cây trồng, vật nuôi

- Hợp tác với các vườn ươm hoặc tự sản xuất các giống mới nhằm cung cấp đồng bộ cho các hộ dân trên địa bàn Tỉnh



Trung tâm cần có chuyên môn và liên kết nghiên cứu để chọn lọc các giống phù hợp nhất cho thị trường

Hoạt động của trung tâm



Trường hợp thành công: Nghiên cứu và sản xuất giống dầu cọ ở Malaysia

Trường hợp thành công



Hoàn cảnh

- Vào những năm 1960, trọng tâm là nhân giống cọ và sau khi thành lập Hiệp hội Phòng thí nghiệm Di truyền Dầu cọ vào năm 1962, nó đã được mở rộng sang di truyền học và nhân giống cây trồng.



Hành động

- Chính phủ thành lập một loạt viện nghiên cứu và sản xuất giống dầu cọ; đồng thời, các đồn điền tư nhân cũng tiếp tục phát triển các cơ sở nghiên cứu của riêng họ.
- Một thành tựu đáng chú ý từ các nghiên cứu là việc phát triển các sản phẩm hạ nguồn từ dầu cọ.
 - Cây cọ dầu tạo ra hai loại dầu - dầu cọ từ thịt quả và dầu hạt cọ từ hạt.
 - Khác với thực phẩm, các loại dầu này cũng có thể được sử dụng làm nguyên liệu cho các ứng dụng ngoài thực phẩm, đặc biệt là trong sản xuất hóa chất.

Kết quả

- Dầu cọ là nguồn đóng góp nông nghiệp lớn nhất cho tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Malaysia với tổng cộng 44,8 tỷ RM hay 3,8% đóng góp GDP năm 2017
- Malaysia ngày nay được gọi là trung tâm toàn cầu về nghiên cứu cọ dầu.

Bài học

- Việc có một trung tâm nghiên cứu và sản xuất giống sẽ hỗ trợ cho sự phát triển nông nghiệp của tỉnh



Việc nghiên cứu và sản xuất giống cần nhiều vốn – Chính quyền nên hỗ trợ như trong trường hợp giống Kê trần châu ở Ấn Độ

Trường hợp thành công



Hoàn cảnh

- Kê trần châu là một loại cây ngũ cốc ở Ấn Độ quan trọng cho việc cung cấp lương thực thực phẩm
- Để nâng cao chất lượng giống, một loại hạt HHB 67 Cải thiện được phát triển bởi Viện nghiên cứu cây trồng quốc tế cho vùng nhiệt đới bán khô cằn (ICRISAT) và một trường đại học nông nghiệp (CCSHAU) ở Ấn Độ



Hành động

- Từ khi phát triển được bắt đầu cho đến khi giống HHB 67 Cải thiện được phát hành, một loạt các khoản tài trợ nghiên cứu từ Chương trình nghiên cứu khoa học thực vật của Sở Phát Triển Quốc Tế (DFID) Anh, đã đóng vai trò quan trọng cho vốn nghiên cứu
- Ngoài ra, một nguồn vốn hỗ trợ đáng kể là từ vốn tài trợ nghiên cứu cốt lõi của ICRISAT (thông qua Nhóm tư vấn về nghiên cứu nông nghiệp quốc tế)
- Trong giai đoạn thử nghiệm lai, đã có sự hỗ trợ đáng kể của địa phương và quốc gia cho bộ phận nhân giống kê trần châu trong CCSHAU và hỗ trợ quốc gia cho Dự án phối hợp cải tiến kê trần châu toàn Ấn Độ (AICPMIP).
- Sau khi phát hành giống HHB67 được cải thiện, đã có sự nhân giống đáng kể của cả ICRISAT và CCSHAU, và hạt giống này đã được phân phối cho cả các công ty hạt giống thuộc khối công và tư.
- Ngoài DFID, gần đây đã có thêm nguồn tài trợ (2008-2012) từ DFID và Hội đồng nghiên cứu khoa học sinh học và công nghệ sinh học thuộc Sáng kiến nghiên cứu nông nghiệp bền vững cho sáng kiến quốc tế nhằm cải thiện khả năng chịu hạn.

Kết quả

- Trung bình, sản xuất hạt giống của HHB 67 được cải thiện tạo ra 65.679 rupee (1.314 đô la Mỹ) cho mỗi hecta thu nhập ròng cho các nhà sản xuất hạt giống (chủ yếu ở Andhra Pradesh và Gujarat)
- Nhân giống bằng hạt lai cũng tạo ra 186 ngày làm việc trên một hecta (gấp 10 lần so với sản xuất ngũ cốc), đưa đến tổng số 900.000 ngày làm việc, trong đó 45% là lao động nữ.

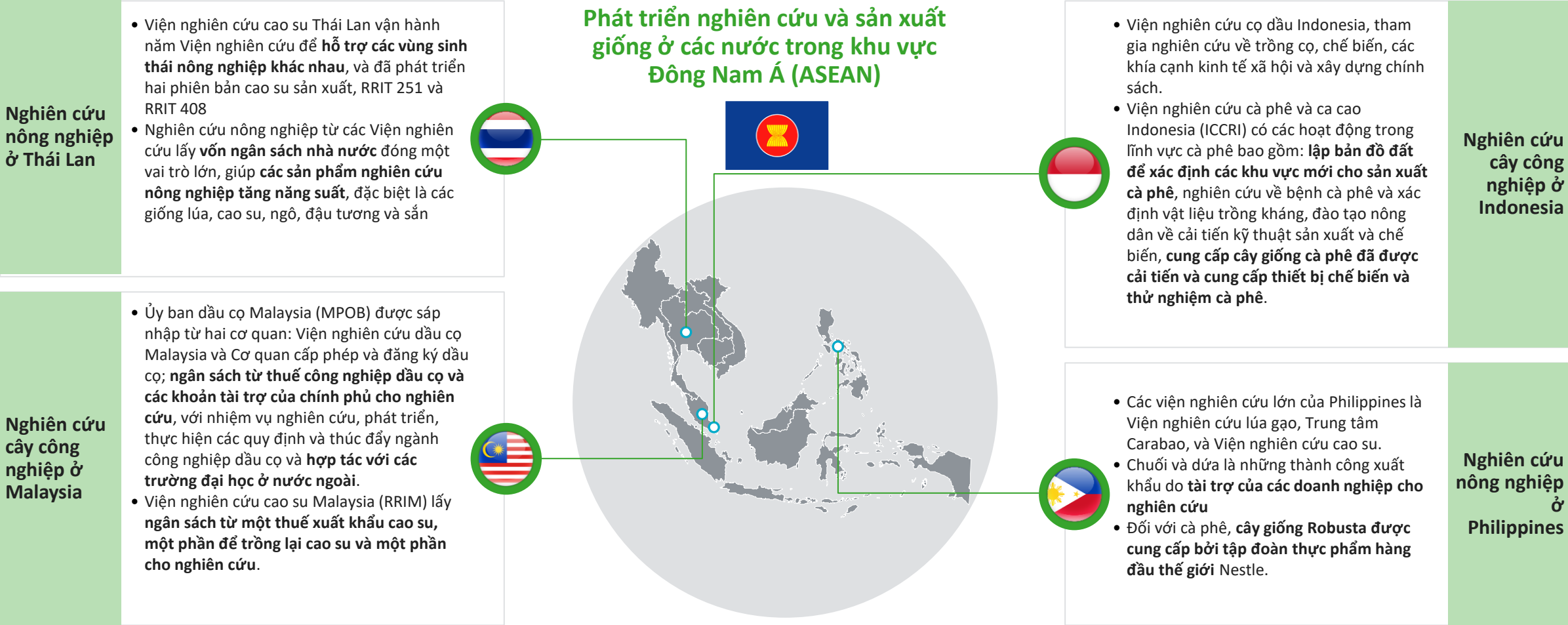
Bài học

- Việc nghiên cứu giống ban đầu cần rất nhiều vốn, do đó, Trung tâm sản xuất giống có thể chủ sở hữu là nhà nước/ tư nhân/ liên kết nhà nước và tư nhân
- Sau khi giống đã được sản xuất, các công ty có thể giúp phân phối giống



Các nghiên cứu về giống thường được thực hiện bởi các TT nghiên cứu, ngân sách từ thuế nông sản, hoặc tài trợ từ doanh nghiệp

Các nghiên cứu điển hình



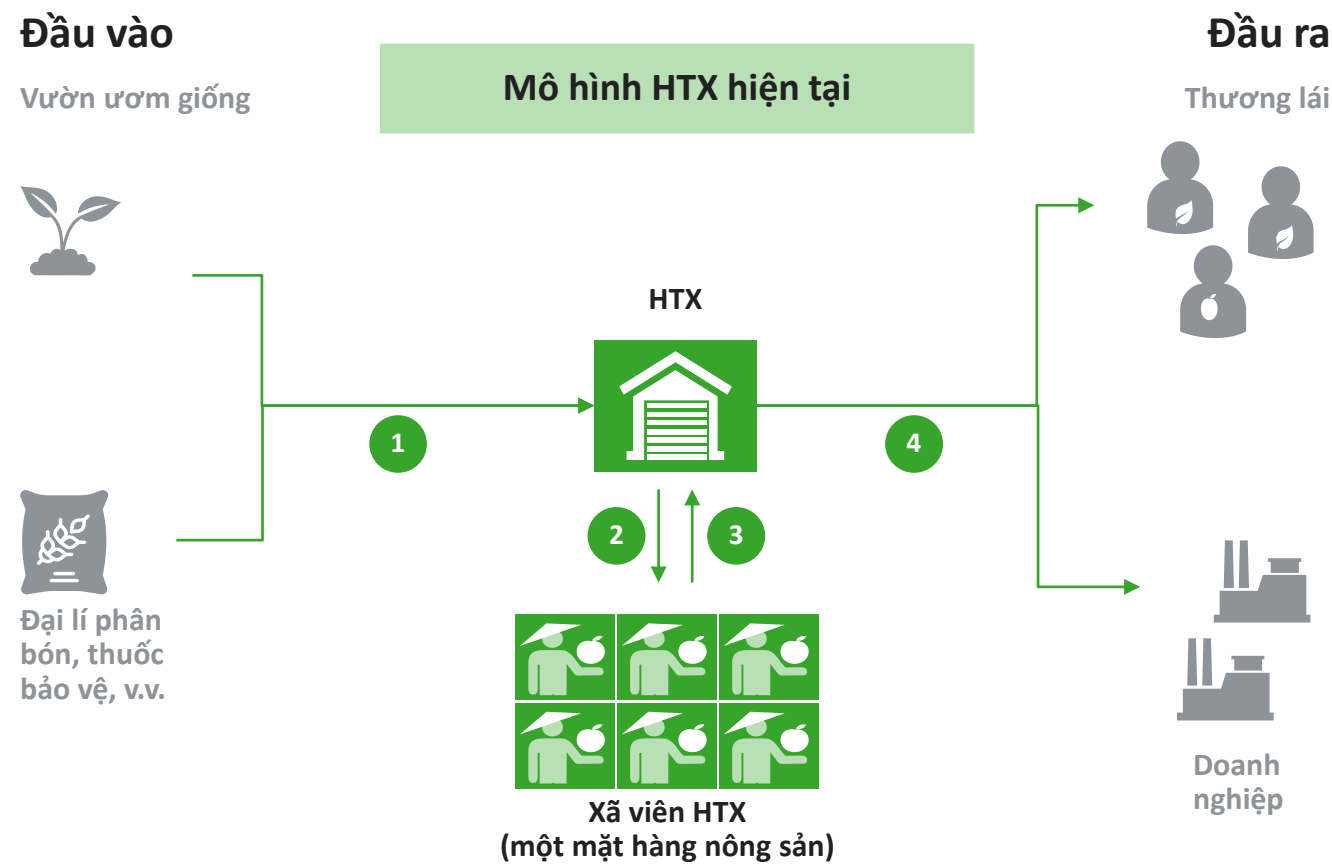
Sáng kiến 5.1: Hỗ trợ và nhân rộng mô hình hợp tác xã kiểu mới gắn với phát triển chuỗi giá trị nông, lâm, thủy sản

Tóm tắt sáng kiến

A. Nguồn gốc sáng kiến			B. Mô tả	
Mục tiêu Xây dựng và hỗ trợ các mô hình nâng cao quy mô và hiệu quả dịch vụ (mua bán với giá mang lại lợi ích cho xã viên) cho Hợp tác xã sản xuất nông nghiệp	Vấn đề, cơ hội Các HTX hiện tại hoạt động chưa hiệu quả do nhiều lí do như cơ cấu và khả năng quản lí, khả năng kinh doanh của đội ngũ quản lý, cũng như khả năng mở rộng HTX còn hạn chế	Các giải pháp hiện tại - Sở NN&PTNT thực hiện các chính sách tuyên truyền, hỗ trợ người nông dân tham gia hợp tác xã - Các ưu đãi cho các HTX bước đầu cũng đã được thực hiện	- Thực hiện các giải pháp để xây dựng lại mô hình HTX kiểu mới, trong 05 lĩnh vực, bao gồm: - Tìm và đào tạo lãnh đạo cho HTX - Hỗ trợ cách tăng vốn hoạt động - Khuyến khích tập trung hóa phạm vi hoạt động - Định hướng mô hình kinh doanh thích hợp - Mở rộng đầu ra cho sản phẩm nông sản - Định hướng cho HTX là đầu tàu cho việc áp dụng nông nghiệp thông minh, nông nghiệp xanh ở trong tỉnh	
C. Thời gian thực hiện			D. Yếu tố cần thiết	
1-5 năm Xây dựng lại một số HTX thí điểm cho từng mặt hàng nông sản, theo dõi và tư vấn hoạt động	5-10 năm Các HTX hoạt động hiệu quả và bền vững, mở rộng quy mô của các HTX thành công	10-25 năm Các HTX tiếp tục hoạt động hiệu quả, chuyển đổi thành doanh nghiệp	Nhân lực: chương trình tuyển dụng và đào tạo Đầu tư: trợ cấp từ ngân sách cho hoạt động của HTX	
			E. Các bên phụ trách	
			Chủ trì Sở NN&PTNT	Các bên liên quan - Sở Lao động Thương binh và Xã hội, Sở Kế hoạch Đầu tư - Các HTX hiện có, các hộ nông dân - Các đơn vị trong chuỗi (nguyên liệu đầu vào, chế biến đầu ra)

Ở mô hình hiện tại, HTX chỉ đóng vai trò tập hợp đầu vào và đầu ra cho xã viên, và không có một đối tác chính

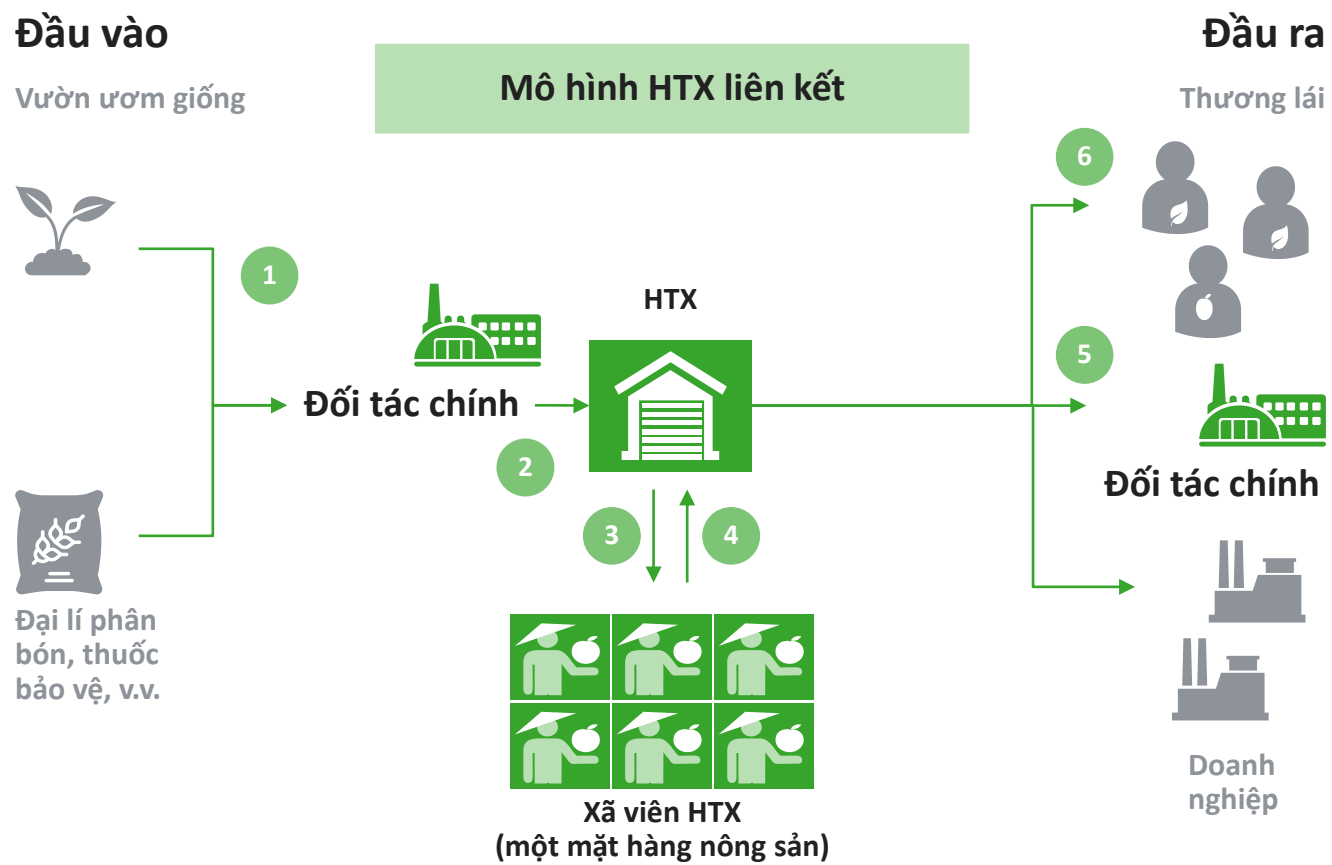
Bản dự thảo



- 1 HTX mua nguyên liệu đầu vào (giống, phân bón, thuốc bảo vệ, v.v.) với giá ưu đãi / giá sỉ
- 2 HTX bán lại nguyên liệu đầu vào cho xã viên với giá hòa vốn hoặc lấy lợi nhuận nhỏ
- 3 HTX thu gom và mua lại hàng nông sản của xã viên
- 4 HTX bán hàng cho các đơn vị đầu ra (thương lái, doanh nghiệp)

Trong tương lai gần, liên kết sẽ trở nên chặt chẽ hơn vì có một **Đối Tác Chính** đảm nhận chi phí nguyên liệu đầu vào

Bản dự thảo

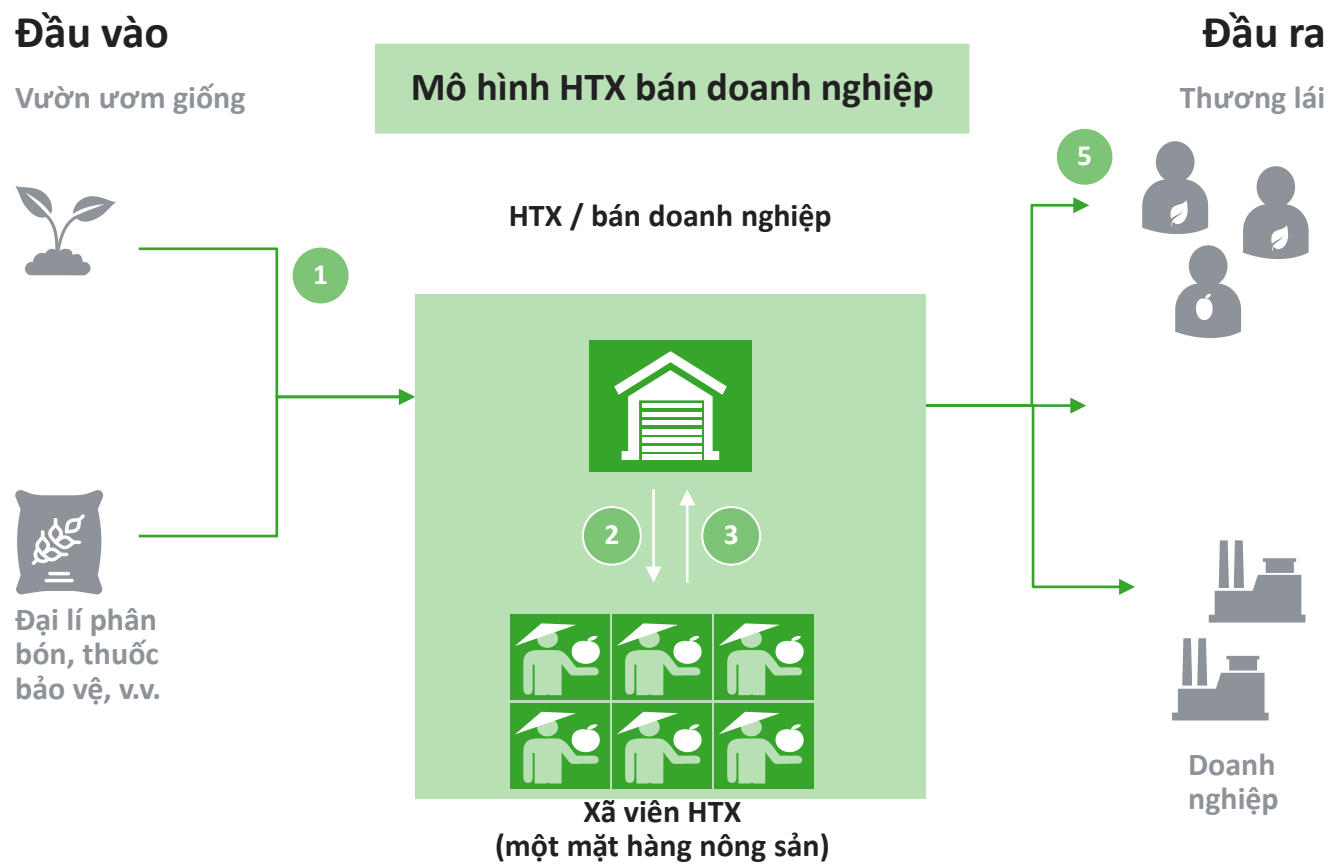


- 1 ĐTC mua nguyên liệu với giá bán sỉ / khuyến mãi
- 2 ĐTC chuyển nguyên liệu cho HTX
- 3 HTX chuyển nguyên liệu cho xã viên; xã viên **chỉ nhận nguyên liệu đầu vào từ HTX**
- 4 HTX thu gom và **mua lại 100% hàng nông sản** của xã viên
- 5 HTX bán hàng nông sản HTX theo giá thỏa thuận (trừ đi trợ cấp nguyên liệu đầu vào)
- 6 HTX bán hàng nông sản còn thừa cho các đơn vị đầu ra khác

Tương tự như Mô hình không liên kết, cần ràng buộc xã viên với HTX

Trong tương lai xa, HTX sẽ hoạt động gần như một doanh nghiệp và quản lý chặt chẽ đất đai và nhân lực

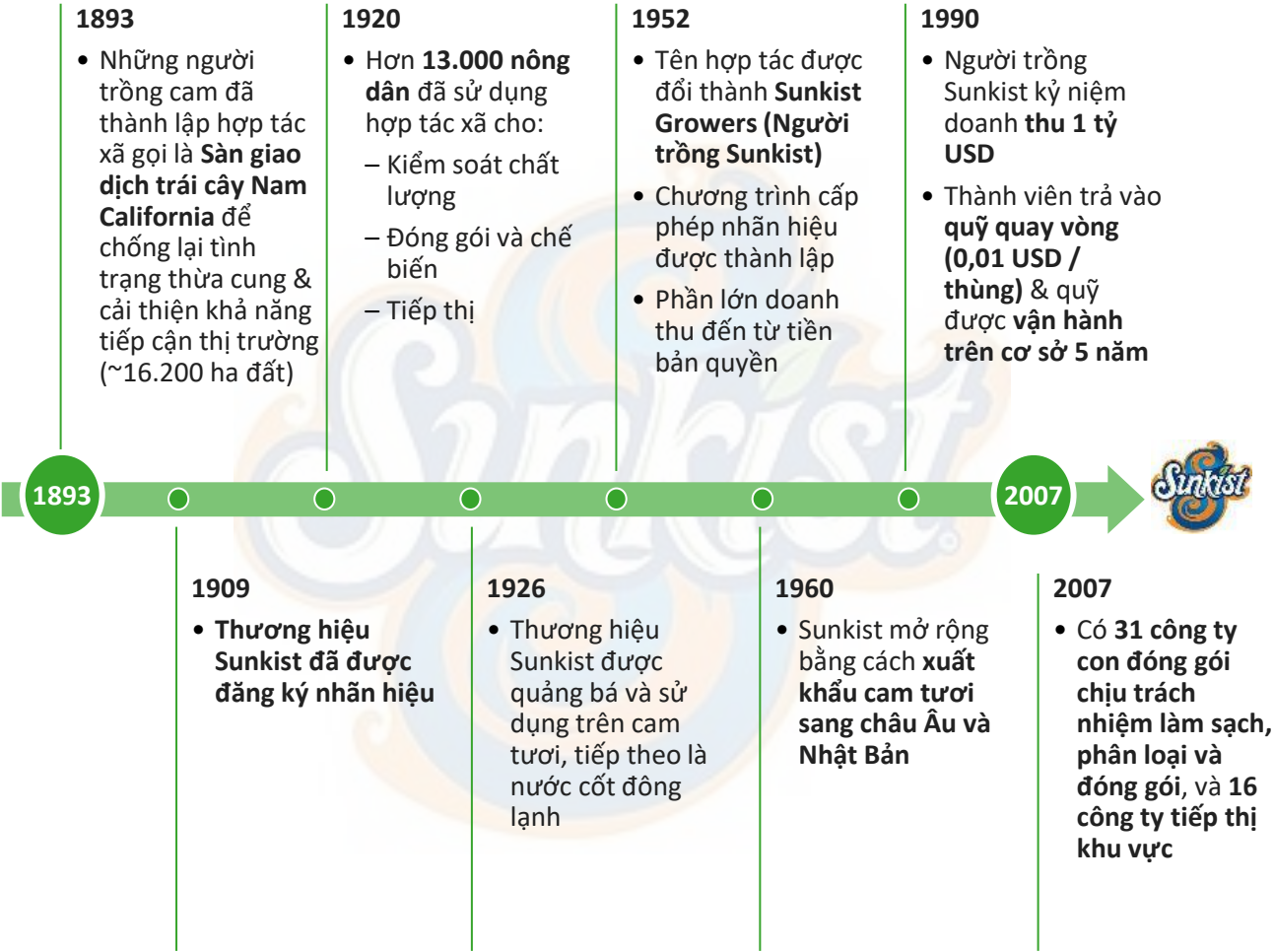
Bản dự thảo



- 1 HTX mua nguyên liệu đầu vào (giống, phân bón, thuốc bảo vệ, v.v.) với giá ưu đãi / giá sỉ
- 2 HTX thuê đất của hội viên (cũng như đất bên ngoài) và thuê hội viên (cũng như các nhân công khác hỗ trợ) giao nhiệm vụ canh tác
- 3 Hàng nông sản tạo ra là sở hữu của HTX thay vì của xã viên; HTX thu gom lại hàng nông sản từ các lô đất được thuê để canh tác
- 4 HTX bán hàng cho các đơn vị đầu ra (thương lái, doanh nghiệp)

Trong mô hình này, HTX ràng buộc các hộ nông dân tốt hơn, dựa vào hợp đồng lao động và hợp đồng thuê đất; các dịch vụ thêm của HTX sẽ tương tự như các dịch vụ đào tạo của một doanh nghiệp với các nhân viên

HTX phát triển tốt có thể phát triển thành một doanh nghiệp lớn có sự hiện diện toàn cầu - một ví dụ là Sunkist, nhà sản xuất nước cam



Ví dụ hợp tác xã phát triển thành các công ty

Sữa



Thịt lợn



Hoa



Mía đường



Nhiều loại (trái cây, rau củ, sữa, thịt)



Quy hoạch, cơ cấu lại các vùng sản xuất và các sản phẩm nông sản là tiền đề cho tập trung, chuyên canh, UDCNC trong sản xuất nông nghiệp

Lý do thực hiện sáng kiến

Lí do thực hiện sáng kiến

- 1

Chuyên canh giúp tăng năng suất
 - Kinh nghiệm tích lũy qua chuyên canh, cùng với việc thiết lập , cơ cấu vùng sản xuất nông, lâm, thủy sản dựa trên tính phù hợp của tài nguyên giúp gia tăng năng suất
- 2

Thuận lợi trong liên kết chuỗi giá trị sản phẩm nông, lâm, thủy sản
 - Vùng sản xuất tập trung sẽ giúp giảm thiểu chi phí vận chuyển đến các cơ sở chế biến trong cùng 1 chuỗi
- 3

Tăng cường quản lý nông nghiệp
 - Quản lý về sản lượng và chất lượng nông, lâm, thủy sản, cũng như việc chuyển đổi nông, lâm, thủy sản chủ lực trong tương lai sẽ được thuận tiện hơn khi vùng sản xuất được quy hoạch rõ ràng
- 4

Tiền đề cho việc cơ giới hóa, và ứng dụng nông nghiệp thông minh
 - Hiện tại việc cơ giới hóa, cũng như áp dụng nông nghiệp thông minh, công nghệ cao vào trong sản xuất nông nghiệp của tỉnh còn rất sơ khởi

Kết quả mong đợi

- Cải thiện năng suất và chất lượng**

Chuyên môn trong sản xuất được nâng cao, cơ giới hóa và hiện đại hóa quá trình sản xuất, dẫn đến năng suất và chất lượng trong sản xuất tốt hơn
- Xây dựng liên kết chuỗi giá trị ổn định, bền vững**

Định hướng rõ ràng vị trí các cơ sở sản xuất, chế biến, tạo tiền đề cho việc liên kết, giảm thiểu chi phí và tăng sức hấp dẫn cho việc đầu tư
- Chính quyền địa phương quản lí và lập chiến lược cho ngành nông nghiệp hiệu quả**

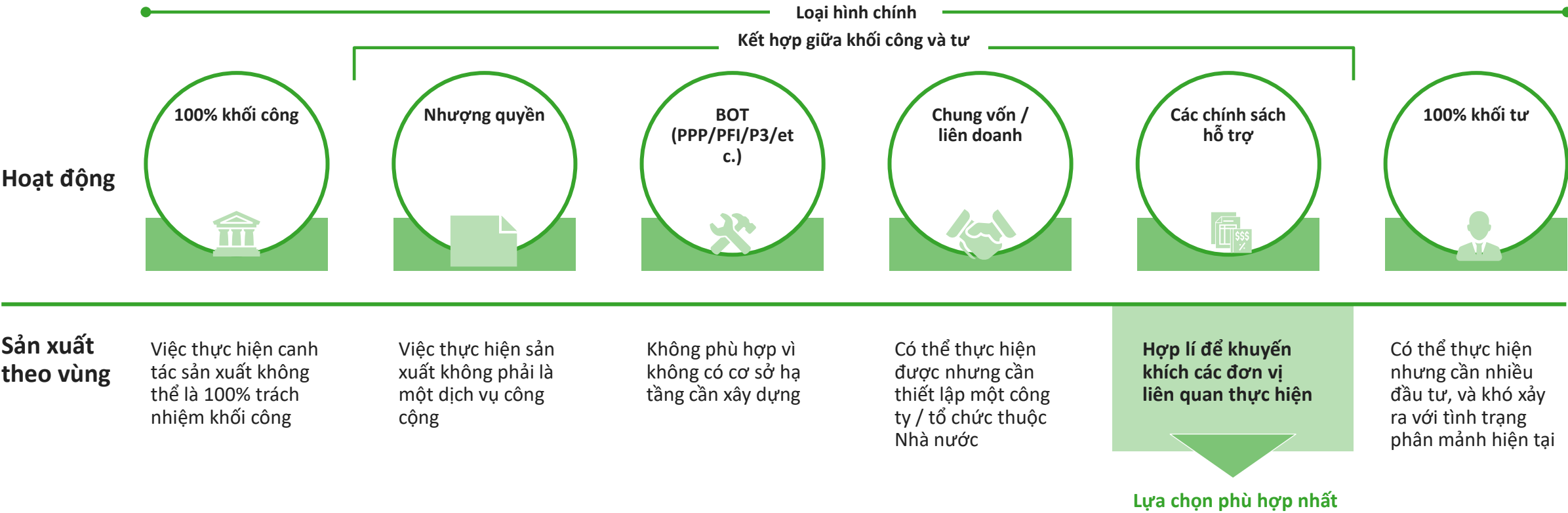
Các sở, ban, ngành, cũng như chính quyền cấp huyện, có khả năng đảm bảo ngành nông nghiệp được phát triển đúng hướng, và đưa ra thay đổi kịp thời để phù hợp với các yếu tố bên ngoài
- Ứng dụng KHCN vào sản xuất nông lâm thủy sản**

Từ vùng hoạt động sản xuất quy mô lớn, chính quyền và các đơn vị trong khối tư có thể xem xét và nhận định rõ ràng công nghệ nào phù hợp với loại nông sản, đồng thời giảm thiểu chi phí áp dụng công nghệ dựa trên quy mô sản xuất

Tập trung và chuyên canh để tối ưu hóa các sản phẩm nông nghiệp sẽ giúp tăng năng suất, liên kết chuỗi và giúp quản lí thuận tiện

Việc ban hành các chính sách hỗ trợ là phù hợp nhất, và khả thi nhất để xây dựng vùng sản xuất

Các lựa chọn thực hiện



Sở NN&PTNT có vai trò dẫn dắt trong việc xây dựng vùng sản xuất với sự tham gia của các đơn vị trong ngành

Các bên phụ trách

Khu vực công  Sở NN&PTNT  Sở Công Thương  Sở TNMT	1 Điều phối việc sản xuất tạo dựng vùng sản xuất Thực hiện các cuộc vận động và chỉ dẫn cho các đơn vị sản xuất để thực hiện kế hoạch tạo dựng vùng sản xuất, cũng như cho các đơn vị chế biến và thu mua để hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu	2 Thực hiện các phương pháp khuyến khích tạo dựng vùng sản xuất Đề ra các giải pháp khuyến khích cần thiết để việc tạo dựng vùng nguyên liệu được đưa vào ổn định, cũng như theo dõi tình trạng xây dựng vùng nguyên liệu	3 Vai trò thương mại Nghiên cứu và đề xuất kết nối các hình thức thương mại có lợi cho nhân dân, thông qua việc tổ chức đăng ký mua lẻ từ người dân, và bán sỉ từ các doanh nghiệp sản xuất vật liệu cho sản xuất nông nghiệp như con giống, phân bón, thuốc trừ sâu, v.v
Khu vực tư  Các hộ nông dân  Các HTX  Các doanh nghiệp chế biến và thu mua	1 Tham gia thực hiện xây dựng vùng nguyên liệu Các hộ nông dân và các HTX thực hiện việc chuyển đổi loại hình nông sản theo kế hoạch xây dựng vùng sản xuất	2 Đóng góp vào các phương pháp hỗ trợ xây dựng vùng nguyên liệu - Các đơn vị chế biến và thu mua có thể Hỗ trợ tài chính vào các chương trình hỗ trợ khuyến khích nông dân chuyển đổi sản xuất theo kế hoạch xây dựng vùng nguyên liệu - Góp phần thực hiện các cuộc vận động, các buổi trao đổi về xây dựng vùng nguyên liệu	

Sở NNPTNT

Chỉ dẫn và truyền đạt thông tin về việc xây dựng vùng nguyên liệu, cũng như phụ trách các biện pháp cần thiết để thúc đẩy sáng kiến



Chính phủ Trung Quốc đưa ra chính sách khuyến khích nông dân trong chương trình chuyển đổi đất dốc

Trường hợp thành công



Hoàn cảnh

- Canh tác trên đất dốc là nguyên nhân chính gây ra xói mòn đất và sa mạc hóa ở miền Tây Trung Quốc
- Chính phủ tuyên bố ý định chuyển đổi 32 triệu ha đất canh tác trên sườn đồi và sườn dốc sang đồng cỏ và rừng, qua Chương trình chuyển đổi đất dốc (SLCP)



Hành động

- Theo kế hoạch SLCP, chính phủ sẽ trợ cấp 2,55 tấn ngũ cốc mỗi năm cho nông dân để chuyển đổi một ha đất trồng trọt ở thượng nguồn sông Dương Tử và 1,50 tấn ở thượng nguồn và giữa sông Hoàng Hà.
- Thời hạn của trợ cấp ngũ cốc được ấn định là 5 năm đối với cây trồng kinh tế, chẳng hạn như hạt dẻ, trà và cam; và 8 năm đối với các loài thân thiện hơn với môi trường, chẳng hạn như thông và tuyết tùng.
- Ngoài ra, SLCP cung cấp cho nông dân khoản trợ cấp tiền mặt một lần là 750 Nhân dân tệ / ha để mua cây giống và / hoặc hạt giống, và 300 Nhân dân tệ / ha / năm cho việc chăm sóc và chi phí khác trong suốt thời gian trợ cấp ngũ cốc.
- Hội đồng Nhà nước cũng đã hứa rằng, nếu cần thiết, thời gian trợ cấp ngũ cốc và tiền mặt có thể được kéo dài.
- Hơn nữa, nông dân có thể được miễn thuế nông nghiệp theo kế hoạch
- Việc mất doanh thu địa phương do giảm sản lượng nông nghiệp và thuế thu nhập sẽ được gánh chịu một phần bởi chính phủ trung ương.

Kết quả

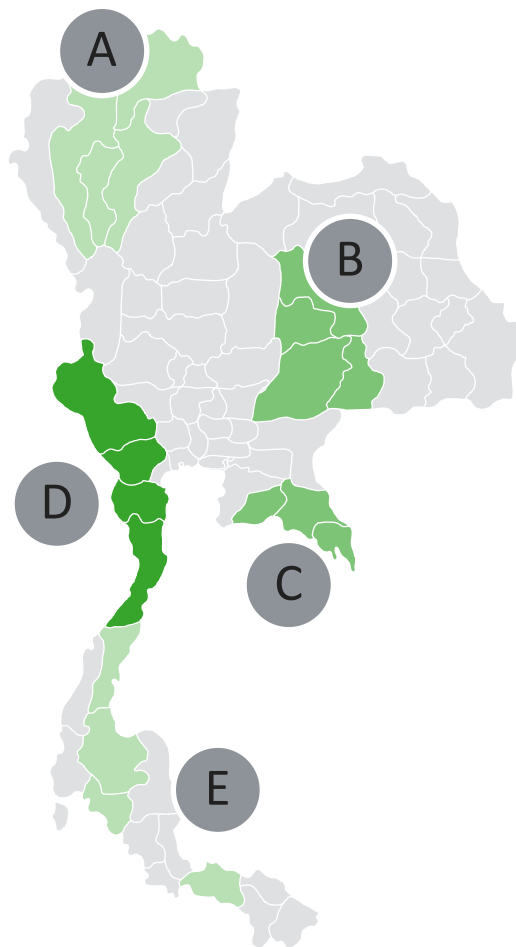
- Trong ba năm đầu tiên, các dự án thử nghiệm SLCP đã chuyển đổi 1,2 triệu ha đất với chi phí 3,65 tỷ nhân dân tệ
- Đến cuối năm 2001, tổng diện tích trồng rừng đạt 2,195 triệu ha (trồng nhân tạo 1,377 triệu ha và gieo hạt trên không là 818.000 ha).

Bài học

- Chính quyền cần có các biện pháp khuyến khích và hỗ trợ nông dân nếu muốn chuyển đổi mục đích sử dụng đất nông nghiệp



Ngành nông nghiệp Thái Lan phát triển dựa trên nền tảng là các cụm công nghiệp chế biến nông sản



Các khu vực được quy hoạch

A

Vị trí ở khu vực phía bắc: Chiang Mai, Chiang Rai, Lampang và Lamphun.

Các vùng nguyên liệu: rau, trái cây và các sản phẩm thảo mộc.

B

Vị trí ở khu vực đông bắc: Khon Kaen, Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum và Buriram

Các vùng nguyên liệu là chăn nuôi, bột sắn, mía và ngô.

C

Vị trí ở khu vực hạ trung tâm: Kanchanaburi, Ratchaburi, Phetchaburi và Prachuab Khiri Khan

Các vùng nguyên liệu: mía, dừa và cao su.

D

Vị trí ở khu vực phía đông: Rayong, Chanthaburi và Trad.

Các vùng nguyên liệu: trái cây và cao su.

E

Vị trí ở khu vực phía Nam: Chumphon, Surat Thani, Krabi và Songkhla.

Các vùng nguyên liệu: cò, hải sản và cao su.



Các hoạt động được ưu đãi

- Cải tạo giống cây trồng và vật nuôi
- Chiết xuất tự nhiên / Sản phẩm từ chiết xuất
- Thành phần hoạt tính từ nguyên liệu thô tự nhiên
- Thực phẩm y tế hoặc Thực phẩm bổ sung
- Phân loại, đóng gói và bảo quản thực vật, rau, trái cây hoặc hoa bằng công nghệ cao
- Trung tâm Thương mại Sản phẩm Nông nghiệp
- Sản phẩm được sản xuất từ cao su tự nhiên (phải ở Rayong, Kanchanaburi và Songkhla.)
- Các khu / khu công nghiệp chế biến cao su (Chỉ phải nằm ở Rayong, Kanchanaburi và Songkhla.)

Những gợi ý này được đưa ra dựa trên các bài học đã có của các nước trên thế giới về xây dựng mô hình nhà nông

B. Mô tả

Lực lượng đặc nhiệm khuyến nông (AESTF) ở Trung Quốc

Tóm tắt

Chính quyền tổ chức một đội ngũ lãnh đạo cho các HTX, đồng thời đặt ra các chương trình đào tạo

- > AESTF là chương trình biệt phái cho các chuyên viên từ cơ quan chính phủ, trường đại học, viện nghiên cứu, cơ sở khác trong lĩnh vực nông nghiệp
- > Để thu hút các chuyên viên này, họ được nhận ngân sách cho chi phí khi đi xuống các làng, cùng với đó là các như ưu đãi khác
- > Để thành công, các chuyên viên này cần có cả hiểu biết về kinh doanh và nông nghiệp, nhưng nhiều người chỉ có một trong hai kỹ năng này nên chính quyền có các chương trình đào tạo bổ sung cho các chuyên viên được chọn
- > Các chuyên viên này ký hợp đồng với nông dân để thành lập HTX sản xuất các sản phẩm mới – trong hợp đồng thường bảo đảm lợi nhuận tối thiểu cho người dân sau khi tham gia; và sau đó hướng dẫn người dân thực hiện
- > Sau khoảng thời gian đã định ra trong thỏa thuận biệt phái, chuyên viên có thể tiếp tục quản lý HTX hoặc chuyển sang dự án khác – một số chuyên viên tiếp tục là xã viên thuộc HTX cũ mà họ quản lý



Sản xuất qua hợp đồng ở các nước trên thế giới

Tóm tắt

Các doanh nghiệp liên kết với các hộ nông dân đảm nhiệm nhiều vai trò hỗ trợ nông dân

- > Sau khi ký hợp đồng với các hộ nông dân và HTX để thu mua nông sản, các doanh nghiệp hỗ trợ chi phí sản xuất bằng nhiều cách:
 - Hợp tác với các bộ phận nghiên cứu và khuyến nông công nghệ nông nghiệp để phát triển các giống mới, thuốc trừ sâu và phân bón, sau đó giới thiệu các giống mới để tối ưu hóa và đa dạng hóa nông sản và giảm yêu cầu lao động
 - Mua sỉ các nguyên liệu như phân bón với giá thấp hơn, sau đó bán cho nông dân với giá thấp hơn giá nông dân phải trả trên thị trường
 - Cung cấp hỗ trợ tài chính cho nông dân, bao gồm các khoản vay cho các bên thứ ba để tăng lượng đất đai, và cung cấp bảo lãnh cho nông dân khi họ đăng ký vay để thành lập trang trại
- > Một trong những yếu tố hàng đầu trong mô hình này là khả năng tài chính của các doanh nghiệp (khả năng cung cấp tài chính và chịu rủi ro lớn hơn)



Công ty hợp tác của người làm nông (APCC) ở Nhật Bản

Tóm tắt

Tổ chức hợp tác giữa nông dân không chỉ có gia tăng lượng đất mà bao gồm cả phân bổ nhân lực

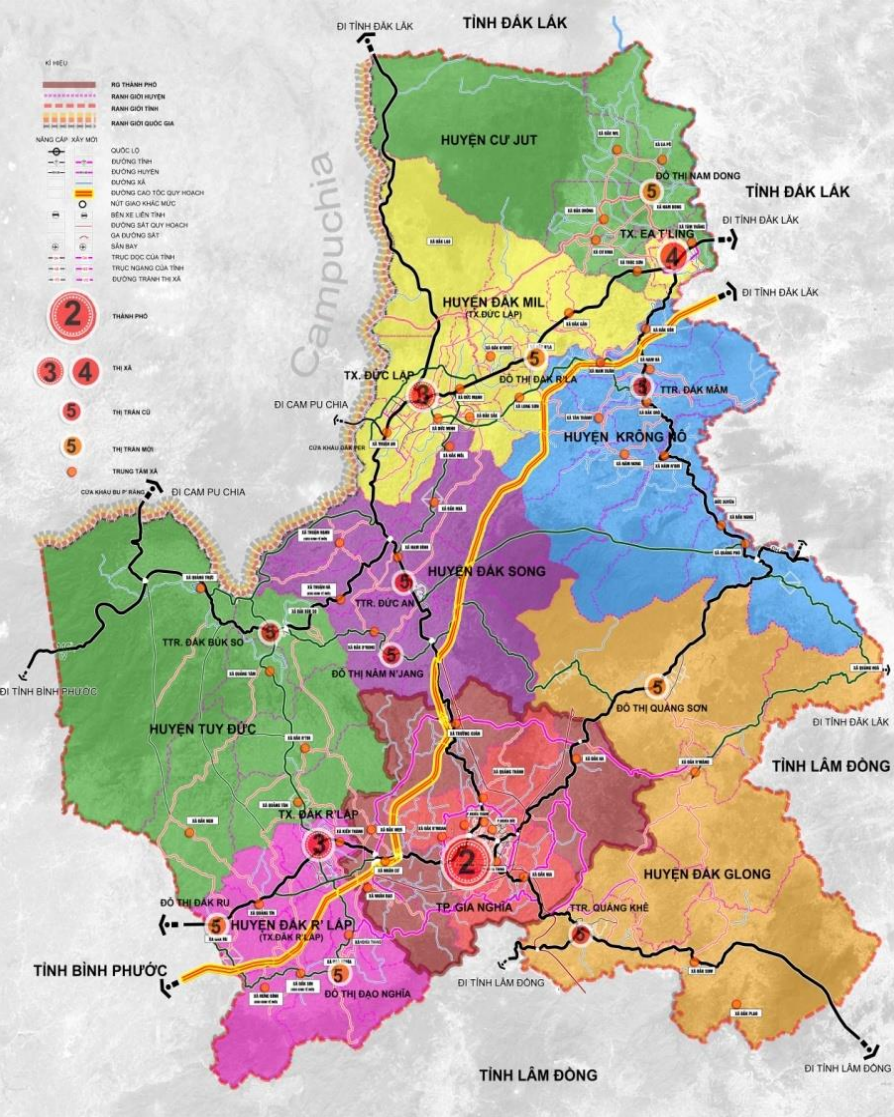
- > APCC là hình thức hợp tác của nông dân ở Nhật Bản
- > Mỗi APCC được chia thành bốn ban/đội: tổng hợp, canh tác, cơ giới nông nghiệp, chế biến lương nông sản; dưới sự giám sát của ban quản trị và được kiểm toán độc lập trước khi hợp thường niên
- > Tùy vào trường hợp của các thành viên, mỗi APCC sẽ trả lương được định sẵn hoặc cổ tức từ lợi nhuận kinh doanh cho các thành viên
- > Thành viên của APCC được chia làm hai nhóm chính: nhóm nông dân chủ chốt và nhóm nông dân bổ sung
 - Nhóm chủ chốt là người canh tác ở trên tất cả các thửa đất thuộc APCC
 - Nhóm bổ sung thường là người già và chỉ cung cấp đất
- > Bên cạnh xã viên, APCC cũng cung cấp các dịch vụ (hợp đồng canh tác, thuê dụng cụ, kho bãi) cho các hộ không phải xã viên





D.3 02 nền tảng đô thị

Nền tảng 1: ... cùng với các đô thị cấp huyện...



Đô thị cấp huyện 1: Đăk Mâm



Đô thị cấp huyện 2: Đức An



Đô thị cấp huyện 3: Quảng Khê



Đô thị cấp huyện 4: Đăk Buk So

Nền tảng 1: ... các đô thị chuyên ngành...



Đô thị chuyên ngành 1: Nam Dong



Đô thị chuyên ngành 4: Nâm N'Jang



Đô thị chuyên ngành 2: Đắc R'La



Đô thị chuyên ngành 5: Quảng Tín



Đô thị chuyên ngành 3: Quảng Sơn



Đô thị chuyên ngành 6: Kiến Thành

Nền tảng 1: ... và các đô thị mới phục vụ cho mục đích du lịch, nghỉ dưỡng, tâm linh, v.v.

Các đô thị du lịch, second home kết hợp tâm linh

Các đô thị mới với những biệt thự, second-home bên thác, sông cho mục đích du lịch, thư giãn, nghỉ ngơi kết hợp với khám phá tâm linh



Các trung tâm nghỉ dưỡng

Các trung tâm nghỉ dưỡng kết hợp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe cao cấp với các tiện nghi chăm sóc sức khỏe đẳng cấp thế giới



Nền tảng 1: ... và các đô thị mới phục vụ cho mục đích du lịch, nghỉ dưỡng, tâm linh, v.v.

Các ý tưởng đô thị mới

Các trung tâm du lịch sinh thái tổng hợp

Một đô thị lấy cảm hứng từ thiên nhiên mang đến những trải nghiệm mới lạ thông qua các cơ sở và hoạt động thân thiện với môi trường



Các công viên dã ngoại

Các trung tâm dã ngoại ngoài trời độc đáo với các hoạt động dã ngoại kết hợp với mạo hiểm, khám phá thiên nhiên phù hợp cho mọi lứa tuổi



Nền tảng 1: ... và các đô thị mới phục vụ cho mục đích du lịch, nghỉ dưỡng, tâm linh, v.v.

Các làng văn hóa

Các làng văn hóa để khách du lịch có thể tìm hiểu về văn hóa địa phương, lối sống các cộng đồng



Các phân khu bán lẻ đa chức năng theo chủ đề

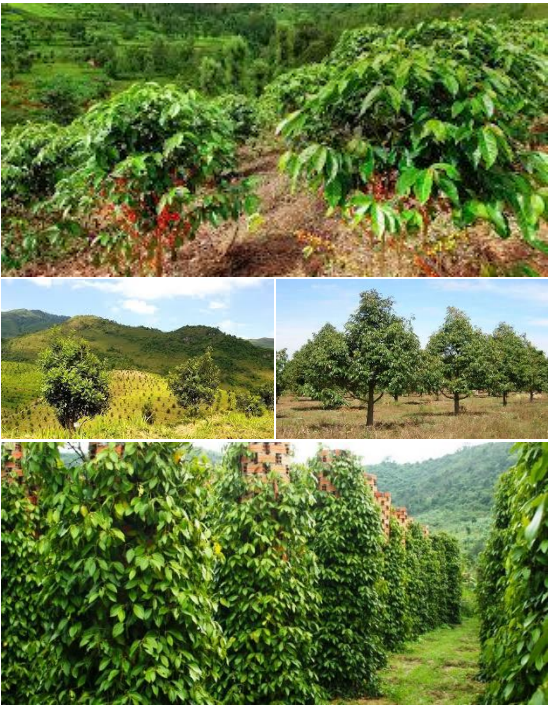
Khu phức hợp bán lẻ, cư trú và khách sạn cao cấp, xung quanh các danh lam thắng cảnh nổi tiếng



Nền tảng 2: các cứ điểm nông – công nghiệp hiện đại được xây dựng gần vùng nguyên liệu nhằm phát triển hoạt động chế biến nông lâm thủy sản

Ý tưởng cứ điểm công nông nghiệp

Vùng sản xuất nguyên liệu



Khu sơ chế, kho lạnh (bảo quản)



Khu chế biến (sâu)



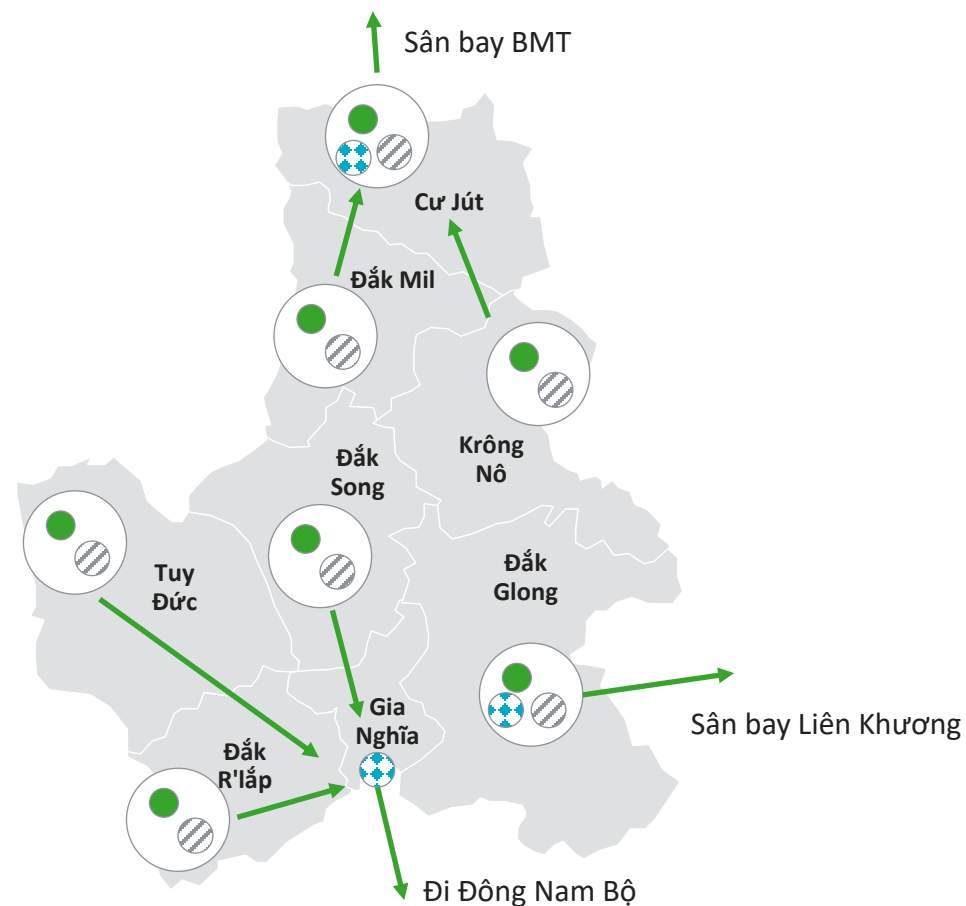
Hệ thống vận tải hiện đại



Các cơ sở sơ chế, kho lạnh nên được đặt gần vùng nguyên liệu

Khu chế biến sâu nên được đặt gần vị trí thuận tiện cho giao thông

Trong ngắn và trung hạn, Đắk Nông có thể tận dụng sân bay Buôn Ma Thuột, sân bay Liên Khương, sân bay Tân Sơn Nhất cho vận chuyển nông sản xuất khẩu



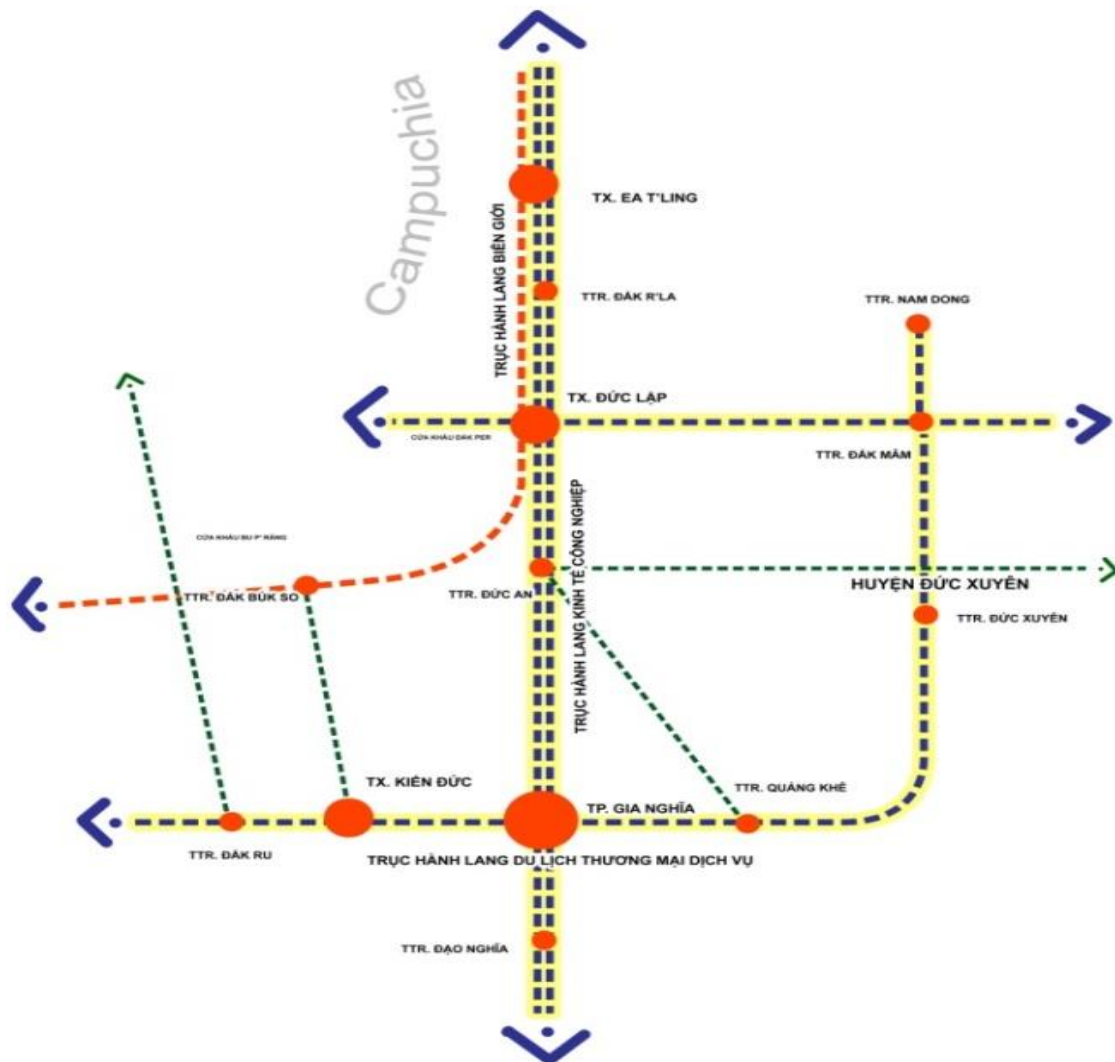
● Vùng sản xuất nông nghiệp ▨ Vùng sơ chế ▤ Khu vực chế biến sâu → Hướng di chuyển nông sản

- Tận dụng các hướng cho xuất khẩu, vận chuyển:
 - Sân bay Buôn Ma Thuột
 - Sân bay Liên Khương (sau khi hoàn thành đường nối Tà Đùng và sân bay Liên Khương)
 - Hướng Đông Nam Bộ
 - Sân bay Đắk Nông (đang đề xuất)



D.4 03 hành lang kinh tế

3 hành lang kinh tế là 3 trục phát triển chính của tỉnh Đắk Nông



• Hành lang biên giới

– Đường Hồ Chí Minh (TD2) và Quốc lộ 14C (TD1) trùng nhau từ đô thị Đắc Mil đến đô thị Đức An, hình thành khu đô thị trung tâm phía Tây Bắc. Quốc lộ 14C (TD1) kết nối đô thị Đắc Mil và đô thị Đắc Buk So (cùng với đô thị Đức An) tạo thành chuỗi đô thị dọc trục Quốc lộ 14C (TD1), với tiềm năng chính là kinh tế mậu biên (gắn với cửa khẩu Bu P'Rang, cửa khẩu Đắc Per)

• Trục hành lang kinh tế công nghiệp

– Đường Hồ Chí Minh (TD2), đường cao tốc (TD4) và quốc lộ 28 (TD3) gặp nhau tại thành phố Gia Nghĩa đã tạo nên hành lang, trung tâm phát triển chủ đạo của Tỉnh Đắk Nông

• Trục hành lang thương mại dịch vụ du lịch

– Tính chất liên vùng của Đường Hồ Chí Minh (TD2), đường cao tốc (TD4) được dự báo sẽ phát triển mạnh về thương mại, du lịch và đô thị, trong khi quốc lộ 28 (TD3) dự báo phát triển chính là du lịch



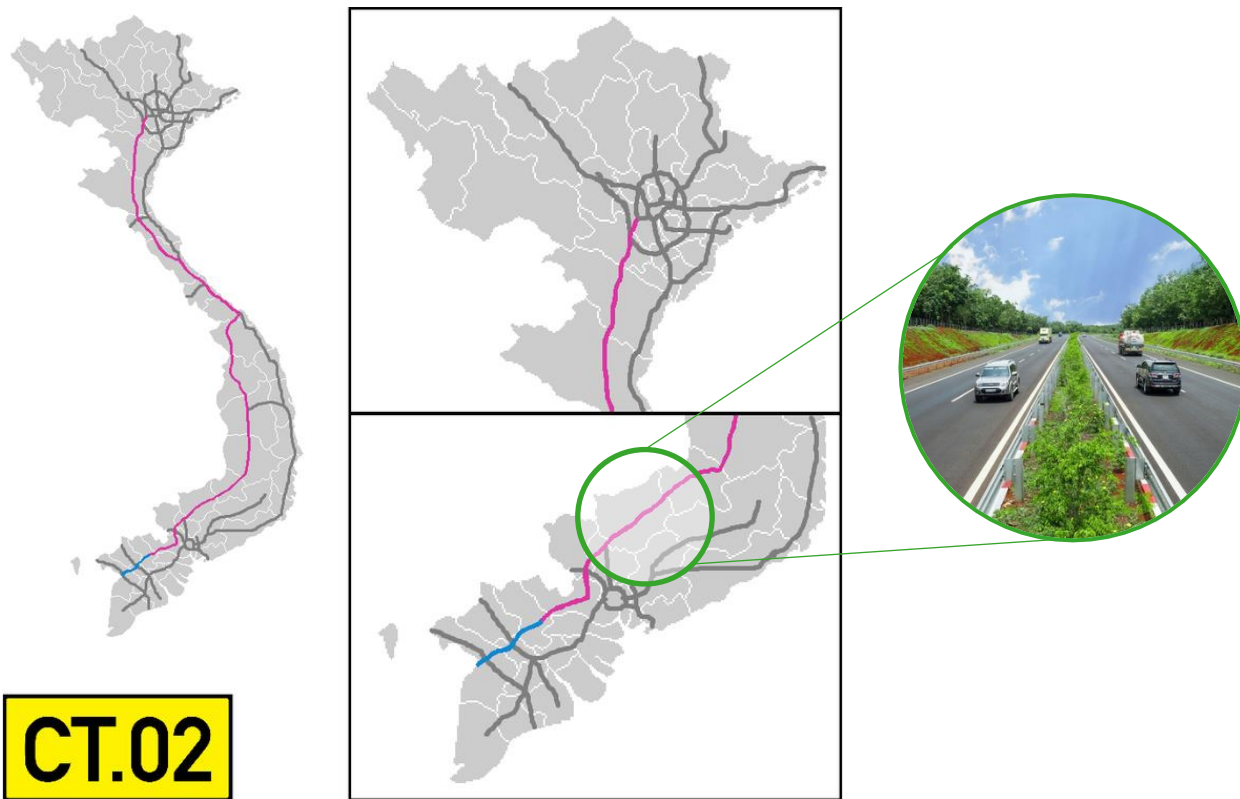
D.5 03 liên kết phát triển

Liên kết với Campuchia, với tiềm năng chính là kinh tế mậu biên (gắn với cửa khẩu Bu P'Rang, cửa khẩu Đắc Per)



- **Kết nối với Campuchia thông qua**
 - Cửa khẩu Bu P'Rang
 - Cửa khẩu Đắc Per

Liên kết với Đông Nam bộ, với trọng điểm là dự án cao tốc kết nối Đắk Nông – Bình Phước



- Cao tốc Đắk Nông – Bình Phước là trọng điểm liên kết Đắk Nông và Vùng kinh tế trọng điểm Đông Nam Bộ

Roland
Berger

