

DANH SÁCH CÁC TÁC GIẢ THỰC HIỆN CHÍNH ĐỀ TÀI

TT	Họ và tên	Cơ quan công tác
1	PGS.TS. Bùi Nhật Quang, Chủ nhiệm Đề tài	Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
2	PGS.TS. Trần Thị Lan Hương, Phó Chủ nhiệm ĐT	Viện NC Châu Phi và Trung Đông, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
3	TS. Kiều Thanh Nga, Thư ký Khoa học	Viện NC Châu Phi và Trung Đông, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
4	TS. Nguyễn Thắng	Trung tâm Phân tích và Dự báo, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
5	TS. Nguyễn Bình Giang	Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
6	TS. Nguyễn Duy Thụy	Viện KHXH vùng Tây Nguyên, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
7	PGS.TS. Nguyễn Văn Dân	Học viện Tài chính
8	TS. Hoàng Vũ Quang	Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp nông thôn, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
9	TS. Nguyễn Thị Oanh	Học viện Cảnh sát
10	TS. Phạm Sỹ An	Viện Kinh tế Việt Nam, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

DANH SÁCH CÁC THÀNH VIÊN THAM GIA ĐỀ TÀI

TT	Họ và tên	Cơ quan công tác
1	ThS. Hà Thị Hồng Vân	Viện Hàn lâm KH và CN Việt Nam
2	CN. Nguyễn Ngọc Trí	Viện NC Châu Phi và Trung Đông, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam
3	ThS. Nguyễn Thị Nguyệt Anh	Trung tâm Phân tích và Dự báo, Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

MỤC LỤC

MỤC LỤC	ii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	v
DANH MỤC CÁC HÌNH.....	vi
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	viii
MỞ ĐẦU.....	1
1. Sự cần thiết nghiên cứu của đề tài.....	1
2. Tổng quan tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài.....	2
3. Mục tiêu nghiên cứu.....	17
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	18
5. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu	18
5.1. Cách tiếp cận.....	18
5.2. Phương pháp nghiên cứu, kỹ thuật sử dụng	20
6. Kết cấu đề tài.....	24
Chương 1	25
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ XÁC ĐỊNH CÁC LĨNH	
VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP AEC VÀ THỰC	
THI CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI.....	25
1.1. Cơ sở lý luận xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh gia nhập	
AEC và thực thi các FTA thế hệ mới.....	25
1.1.1. Các khái niệm cơ bản.....	25
1.1.2. Một số lý thuyết liên quan đến xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù	30
1.1.3. Đặc trưng cơ bản của các lĩnh vực lợi thế đặc thù.....	42
1.1.4. Khung phân tích, mô hình và tiêu chí xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù....	47
1.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc xác định và khai thác các lợi thế đặc thù	51
1.2. Kinh nghiệm quốc tế trong xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù phục vụ phát triển	
kinh tế của một số địa phương trong khu vực Châu Á và bài học cho Tây Nguyên....	55
1.2.1. Xác định và khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở vùng Đông Bắc Thái Lan ...	55
1.2.2. Xác định và khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở vùng Vân Nam, Trung Quốc ...	65
1.2.3. Bài học rút ra cho Tây Nguyên	72

Chương 2	76
XÁC ĐỊNH CÁC LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ VÀ THỰC TRẠNG KHAI THÁC CÁC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY NGUYÊN THỜI GIAN QUA	76
2.1. Xác định các lợi thế đặc thù và các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên.	76
2.1.1. <i>Xác định các lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên</i>	76
2.1.2. <i>Xác định các sản phẩm đặc thù và các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên</i>	85
2.2. Thực trạng khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên.....	92
2.2.1. <i>Trồng và sản xuất các sản phẩm nông sản đặc thù</i>	92
2.2.2. <i>Phát triển công nghiệp chế biến các sản phẩm có lợi thế đặc thù</i>	105
2.2.3. <i>Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong phát triển du lịch</i>	123
2.3. Những hạn chế trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên và nguyên nhân	133
2.3.1. <i>Những hạn chế</i>	133
2.3.2. <i>Nguyên nhân</i>	149
Chương 3	162
KHAI THÁC CÁC LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY NGUYÊN TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA AEC VÀ THỰC HIỆN CÁC FTA THẾ HỆ MỚI: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP ĐẾN NĂM 2030	162
3.1. Nội dung cơ bản của AEC, FTA thế hệ mới và cam kết của Việt Nam	162
3.2. Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên khi tham gia AEC và FTA thế hệ mới	166
3.2.1. <i>Những kết quả ban đầu</i>	166
3.2.2. <i>Hạn chế khi tham gia AEC và FTA thế hệ mới</i>	172
3.3. Nhận diện điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của Tây Nguyên trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh hội nhập quốc tế.....	181
3.3.1. <i>Xây dựng ma trận SWOT trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên</i>	181
3.3.2. <i>Ma trận SWOT</i>	183
3.3.3. <i>Phân tích ma trận SWOT và đánh giá tác động</i>	184
3.4. Bối cảnh mới và định hướng khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030	201

3.4.1. <i>Bối cảnh mới và sự lựa chọn định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030</i>	201
3.4.2. <i>Yêu cầu đặt ra và lựa chọn định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên</i>	207
3.5. Các giải pháp nhằm khai thác hiệu quả các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong hội nhập quốc tế	219
KẾT LUẬN	231
TÀI LIỆU THAM KHẢO	233
PHỤ LỤC	243

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1. Biểu hiện của vùng lãnh thổ, quốc gia có lợi thế đặc thù.....	43
Bảng 2.1. Danh mục các sản phẩm ưu tiên, mũi nhọn của Tây Nguyên theo các quyết định của chính phủ.....	86
Bảng 2.2. Diện tích và sản lượng các cây trồng chủ lực ở Tây Nguyên.....	95
Bảng 2.3. Diện tích một số cây trồng chủ lực ở các tỉnh Tây Nguyên (2014-2017)	96
Bảng 2.4. Sản lượng một số cây trồng chủ lực ở các tỉnh Tây Nguyên (2014-2017)	97
Bảng 2.5. Danh mục các sản phẩm công nghiệp chủ yếu mang lại doanh thu cho các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017.....	109
Bảng 2.6. Diện tích cây trồng bị ảnh hưởng bởi hạn hán năm 2015-2016 ở Tây Nguyên.....	135
Bảng 2.7. Số lượng doanh nghiệp hoạt động ở các tỉnh Tây Nguyên so với Đà Nẵng và Bình Dương	143
Bảng 3.1. Thứ hạng của Việt Nam trong xuất khẩu một số hàng hoá chủ lực	168
Bảng 3.2. Rủi ro của nông sản Tây Nguyên khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.....	175
Bảng 3.3. Mô hình SWOT trong khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên.....	181
Bảng 3.4. Ma trận SWOT	183
Bảng 3.5. Các giải pháp cần thiết để khai thác tốt các lợi thế đặc thù của Lâm Đồng trong thời gian tới	194

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1.1. Mô hình kim cương của Michael Porter	33
Hình 1.2. Ma trận lợi thế cạnh tranh.....	40
Hình 1.3. Khung phân tích về lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ.....	47
Hình 1.4. Mô hình tổng quát xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù.....	48
Hình 2.1. Các sản phẩm có lợi thế đặc thù của một số địa phương Đắk Lắk, Lâm Đồng.....	88
Hình 2.2. Cây trồng tạo nguồn thu nhập chính cho hộ giai đoạn 2015-2017.....	93
Hình 2.3. Thu nhập của hộ gia đình đối với các loại cây trồng chủ lực ở tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk năm 2017.....	100
Hình 2.4. Năng suất một số cây trồng chủ lực ở Lâm Đồng và Đắk Lắk của các hộ gia đình trong 3 năm (2015-2017).....	101
Hình 2.5. Diện tích và sản lượng hoa ở Lâm Đồng phân theo các huyện năm 2017.....	105
Hình 2.6. Chỉ số sản xuất công nghiệp chế biến – chế tạo của các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017.....	106
Hình 2.7. FDI phân theo ngành kinh tế ở các tỉnh Tây Nguyên.....	107
Hình 2.8. FDI phân theo đối tác đầu tư ở một số tỉnh Tây Nguyên theo vốn đăng ký.....	107
Hình 2.9. Doanh thu từ khoáng sản và tổng doanh thu của các tỉnh Tây Nguyên năm 2016.....	120
Hình 2.10. Doanh thu của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai khoáng tại Tây Nguyên giai đoạn 2013-2016.....	121
Hình 2.11. Dự báo giá trị nộp ngân sách từ khoáng sản và tổng ngân sách của các tỉnh Tây Nguyên đến năm 2025.....	122
Hình 2.12. Số lượng khách du lịch nội địa đến Tây Nguyên năm 2014, 2017.....	125
Hình 2.13. Cơ cấu khách du lịch đến các tỉnh Tây Nguyên năm 2017.....	126
Hình 2.14. Cơ cấu khách du lịch đến Lâm Đồng giai đoạn 2010-2017.....	128
Hình 2.15. Doanh thu du lịch của các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017.....	129
Hình 2.16. Cơ cấu thu nhập từ hoạt động du lịch của những hộ coi thu nhập từ du lịch dịch vụ là thu nhập chính của hộ.....	130
Hình 2.17. Sở thích của du khách khi đến Tây Nguyên dưới góc nhìn hộ gia đình.....	132
Hình 2.18. Thực trạng hợp tác phát triển du lịch ở Lâm Đồng và Đắk Lắk trong 3 năm (2015-2017).....	140
Hình 2.19. FDI vào Tây Nguyên và các vùng khác trong cả nước tính đến 31/12/2017.....	144

Hình 2.20. Những khó khăn trong sản xuất và kinh doanh của các hộ gia đình tại Lâm Đông và Đắk Lắk.....	148
Hình 2.21. Các tác nhân mua nông sản của hộ nông dân ở Lâm Đông và Đắk Lắk..	156
Hình 2.22. Các hình thức ký kết hợp đồng giữa hộ nông dân và các tác nhân liên kết.....	158
Hình 3.1. Giá cả, sản lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam.....	170
Hình 3.2. Lợi thế tiềm năng của địa phương tại Lâm Đông và Đắk Lắk	190
Hình 3.3. Thuận lợi của hộ gia đình trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch	196
Hình 3.4. Những khó khăn của hộ gia đình trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch	197

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ADB	Ngân hàng Phát triển Châu Á	Asian Development Bank
ACE	Du lịch mạo hiểm - văn hóa dân tộc - sinh thái	Adventure - Cultural - Ecotourism
AEC	Cộng đồng Kinh tế ASEAN	ASEAN Economic Community
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á	Association of Southeast Asian Nations
BOT	Xây dựng – Vận hành – Chuyển giao	Build – Operate - Transfer
BT	Xây dựng - Chuyển giao	Build - Transfer
BVTV	Bảo vệ thực vật	
CLV	Việt Nam - Lào - Campuchia	Cambodia – Laos – Viet Nam
CPTPP	Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương	Comprehensive and Progressive Agreement for Trans - Pacific Partnership
CSA	Lợi thế đặc thù quốc gia	Country Specific Advantages
EVFTA	Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU	EU-Vietnam Free Trade Agreement
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài	Foreign Direct Investment
FSA	Lợi thế đặc thù doanh nghiệp	Firm Specific Advantages
FTA	Hiệp định thương mại tự do	Free Trade Agreement
GCI	Chỉ số cạnh tranh toàn cầu	Global Competitive Index
GDP	Tổng sản phẩm quốc dân	Gross Domestic Product
GMS	Hợp tác tiêu vùng sông Mekong	Greater Mekong Subregion
IMF	Quỹ Tiền tệ Quốc tế	International Monetary Fund
KH&CN	Khoa học và Công nghệ	Science And Technology
NXB	Nhà xuất bản	
OTOP	Chính sách mỗi làng một sản phẩm	One Tambon One Product
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn	
TPP	Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương	Trans Pacific Partnership Agreement
T-TIP	Hiệp định Đối tác thương mại và đầu tư xuyên Đại Tây Dương	Transatlantic Trade and Investment Partnership
UBND	Ủy ban Nhân dân	
WEF	Diễn đàn kinh tế Thế giới	World Economic Forum
WTO	Tổ chức thương mại Thế giới	World Trade Organization

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết nghiên cứu của đề tài

Tây Nguyên là vùng có nhiều lợi thế trong phát triển kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế. Nhiều nghiên cứu trước đó đã chứng minh Tây Nguyên là vùng đất “mang tính đặc thù”. Tính đặc thù này thể hiện cả trong bản sắc văn hoá, dân tộc, hệ sinh thái, tài nguyên, con người, vị trí địa chính trị kinh tế. Tính đặc thù này khiến Tây Nguyên khác với các vùng đất khác trên cả nước, đòi hỏi phải có cơ sở lý luận và thực tiễn tham chiếu cho công tác đầu tư, quy hoạch Tây Nguyên để vùng này có sự kết nối và liên kết vùng mạnh mẽ hơn, hội nhập quốc tế hiệu quả hơn, đặc biệt trong điều kiện Việt Nam gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) và thực hiện các hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới. Trong những năm qua, lợi thế đặc thù của Tây Nguyên mới đang được khai thác tập trung về chiều rộng và mang tính nhỏ lẻ, phân tán, nên các lợi thế đặc thù chưa biến thành các lợi thế cạnh tranh, khiến Tây Nguyên trong thời gian qua phát triển chưa bền vững và chưa rút ngắn được khoảng cách phát triển với các vùng kinh tế khác trên cả nước.

Thực tế phát triển kinh tế của Tây Nguyên cho thấy, chính phủ Việt Nam đã tập trung ưu tiên nguồn lực để giúp Tây Nguyên khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, nhưng vẫn chưa mang lại hiệu quả cao. Trong điều kiện bùng nổ xuất khẩu, các tỉnh Tây Nguyên đã nhanh chóng khai thác các lĩnh vực có tiềm năng lớn của địa phương như cà phê, cao su, điều, hồ tiêu, cao su, chè... để thúc đẩy xuất khẩu, góp phần đưa Việt Nam trở thành nước có thứ hạng cao trên thế giới trong xuất khẩu các sản phẩm kể trên. Cùng với đó, các hình thức du lịch ở Tây nguyên cũng “trăm hoa đua nở”, nhằm thu hút du khách trong nước và nước ngoài đến với núi rừng, nhà Rông và các đặc sản văn hoá có một không hai của Tây Nguyên. Vì lợi nhuận trước mắt và chưa có các cơ chế chính sách chỉ đạo thống nhất, các địa phương của Tây Nguyên đã nhanh chóng mở rộng các lĩnh vực có lợi thế đặc thù để phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương, dẫn đến các tài nguyên bị khai thác quá mức mà không tính đến phát triển bền vững lâu dài, đồng thời vẫn ở tâm lý “tư duy nhiệm kỳ”, lợi ích nhóm, “mạnh ai nấy làm” khiến khu vực Tây Nguyên thời gian qua phát triển kinh tế bị xé nát, nhỏ lẻ, manh mún. Hơn nữa, rất nhiều vấn đề đang đặt ra trong khai thác lợi thế đặc thù nơi đây, đặc biệt là trong vấn đề phát triển nóng, làm

thoái hoá đất đai, cạn kiệt và ô nhiễm nguồn nước, xuất khẩu nguyên liệu và tài nguyên thô, mất bản sắc văn hoá tộc người truyền thống, rừng bị tàn phá, lũ lụt và hạn hán thường xuyên.... Thực trạng này đòi hỏi phải có sự thay đổi về tư duy và phương thức tiếp cận trong khai thác các lợi thế đặc thù để đảm bảo Tây Nguyên phát triển bền vững.

Việc Việt Nam tích cực tham gia AEC, ký kết và thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP và EVFTA được kỳ vọng sẽ tạo ra làn sóng hội nhập lần thứ hai mạnh mẽ hơn nữa, đặt Tây Nguyên vào những cơ hội và thách thức không hề nhỏ trong khai thác lợi thế đặc thù. Mặc dù Tây Nguyên sẽ có lợi thế trong xuất khẩu một số mặt hàng có lợi thế cạnh tranh cao sang các quốc gia thuộc Cộng đồng ASEAN và các đối tác thành viên CPTPP, nhưng những ngành có lợi thế thấp và sức cạnh tranh yếu sẽ bị thiệt hại ở mức độ khác nhau. Trong số những mặt hàng có khả năng chịu cạnh tranh mạnh hơn lại có nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Tây Nguyên như cà phê, cao su, hồ tiêu, gỗ, khoáng sản, hoặc trong một số ngành kinh tế mũi nhọn như du lịch, công nghiệp chế biến... Hội nhập quốc tế đòi hỏi Tây Nguyên phải nhanh chóng nhìn nhận lại mô hình phát triển kinh tế của địa phương, biến các lợi thế đặc thù tĩnh thành các lợi thế đặc thù động để có thể cạnh tranh với các nước trong quá trình tham gia AEC và các FTA thế hệ mới. Đây là một thách thức trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập kinh tế quốc tế hiệu quả và bền vững của Tây Nguyên trong thời gian tới.

Chính vì vậy đề tài “*Xác định lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh Việt Nam tham gia AEC và thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới*” là cần thiết và mang tính cấp bách nhằm phân tích, đánh giá thực trạng khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong hội nhập quốc tế thời gian qua, phân tích thành công và hạn chế, đề xuất các giải pháp chính sách nhằm khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế và hội nhập quốc tế trong thời gian tới. Đề tài có đóng góp về mặt lý luận và thực tiễn phát triển vùng ở Việt Nam hiện nay.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài

- *Nghiên cứu lý thuyết về phân định vùng lãnh thổ, ngành chủ đạo trong phát triển kinh tế vùng lãnh thổ*, một số tác giả đã dựa vào việc phân tích lợi thế so sánh của vùng để tập trung phát triển các lĩnh vực mũi nhọn và các lĩnh vực bổ trợ, giúp vùng lãnh thổ đó phát triển hiệu quả hơn. Bắt nguồn từ những cơ sở lý thuyết của

Adam Smith (lý thuyết bàn tay vô hình) và David Ricardo (lý thuyết lợi thế so sánh), lợi thế so sánh được các tác giả đề cập đến, đó là lợi thế so sánh về lao động và tài nguyên thiên nhiên để tạo ra các trung tâm kinh tế lớn và các trung tâm này sẽ là đầu tàu cho phát triển kinh tế quốc gia. Các lý thuyết gia khác Thunen (1826) trong “*A theory of agricultural location*” đăng trên *Der Isolierate stat*, German; Weber (1929) “*Alfred Weber’s theory of the location of industries*”, đăng trên University of Chicago Press; hoặc, Hoover (1933) trong “*The Location of Shoe industry in the United State*” đăng trên *Quarterly Journal of Economics*, Vol 47, v.v... Những tác phẩm này đưa ra các phân tích định lượng và định tính về sự nhận diện các khu vực thị trường, các khu vực sản xuất, sự phân bố đất đai giữa sản xuất và dân cư, sự lựa chọn địa điểm sản xuất và sinh hoạt, cũng như xác định các yếu tố quyết định tăng trưởng của một địa phương hay một vùng. Thunen cho rằng, cần phát triển chuyên môn hoá nông nghiệp và ông đưa ra lý thuyết vành đai giữa trung tâm và ngoại vi. Theo Thunen, một sản phẩm nông nghiệp sẽ thu được lợi nhuận tối đa sẽ có một khoảng cách tương ứng nhất định với nơi tiêu thụ, do vậy thành phố đóng vai trò quan trọng trong phát triển nông nghiệp. Xung quanh một thành phố trung tâm nên phát triển 5 vành đai sản xuất chuyên môn hoá nông nghiệp, hình thành từ trong ra ngoài, bao gồm: vành đai 1 là thực phẩm tươi sống, vành đai 2 là lương thực, thực phẩm, vành đai 3 là cây ăn quả, vành đai 4 là lương thực và chăn nuôi, vành đai 5 là lâm nghiệp. Mô hình 5 vành đai nông nghiệp là cơ sở lý thuyết ban đầu cho ý tưởng tổ chức lãnh thổ và xác định các lĩnh vực phát triển đặc thù.

Weber tiếp tục phát triển về phát triển ngành bằng lý thuyết định vị công nghiệp, coi thành phố là các trung tâm tạo lực hút cho lãnh thổ. Sự phân bố của các khu vực sản xuất xung quanh đều phục vụ cho nhu cầu của trung tâm. Weber nghiên cứu 3 yếu tố trong khi tìm vị trí của một ngành công nghiệp, đó là: +) địa điểm vận chuyển tối ưu để giảm chi phí vận tải; +) thuận lợi về lao động giá rẻ; +) tích tụ và tập trung công nghiệp để tạo dựng các liên hợp sản xuất trên lãnh thổ. Như vậy, tư tưởng của Thunen và Weber đều coi thành phố là trung tâm, những cực quan trọng để giúp một số ngành nông nghiệp và công nghiệp phát triển.

Dựa trên lý thuyết của Thunen và Weber, Christaller đã phát triển lý thuyết về điểm trung tâm (Central place theory, 1903), đăng trong “*Physician’s specialties and medical trade areas: an application of central place theory*”, tác giả Smith, Margot,

Papers and proceedings of applied geography conferences, Vol 9, 1986. Lý thuyết này cho rằng do sự cạnh tranh trong phát triển cùng với lý thuyết về chi phí nhỏ nhất và thu lợi lớn nhất nên đã hình thành nhiều điểm trung tâm với các quy mô kích cỡ khác nhau. Lý thuyết của Christaller sau này được Losh bổ sung và phát triển: giữa các trung tâm có mức độ phụ thuộc khác nhau, trong đó thành phố có tác dụng quan trọng nhất là đầu mối phát triển của các ngành, lĩnh vực trong các vùng phụ cận.

Vào năm 1966, trong tác phẩm “*Problem of regional economic planning*” của Jacques Raoul Boudeville, nhà xuất bản Edinburgh University Press, tác giả Boudeville đã phân tích các vấn đề quy hoạch phát triển vùng dựa trên nguyên lý lợi thế so sánh và cực tăng trưởng trong các vùng cụ thể. Ông cho rằng, lợi thế về các nguồn lực phát triển, năng lực thương mại, lợi thế so sánh của vùng là cần thiết để hoạch định kế hoạch phát triển vùng. Lợi thế so sánh của các vùng là khác nhau và do vậy các địa phương sẽ tạo nên sự phân công lao động và liên kết vùng để phát triển.

Ngoài ra, các vấn đề liên quan đến phát triển kinh tế vùng, phân định và phát hiện các lĩnh vực/ngành đặc thù để phát triển trong vùng lãnh thổ có thể tìm thấy trong rất nhiều sách báo nước ngoài, đặc biệt trong các tác phẩm của Peter Munder và Jeroen Van Den Bergh “*Evolutionary economic theories of sustainable development*”, đăng trên *Growth and Change*, Vol 32, Winter 2001; “*Economics of sustainability or the sustainability of economics: different paradigms*” của tác giả Klaassen và Opschoor, đăng trên *Ecological economics*, Vol 4, 1991; “*Cost – benefit analysis and the environment*” tác giả Hanley và Spash, đăng trên Edward Elgar, 1993.

Liên quan đến các vấn đề phát huy lợi thế cạnh tranh để phát triển kinh tế, huy động mọi nguồn lực cho tăng trưởng, có thể kể đến một số tác phẩm như: “*The Resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation*” của Robert M Grant; “*Competitive advantage*” của Micheal Porter (1985), Nhà xuất bản Free Press; hay cuốn “*What is strategy?*” của Micheal Porter, đăng trên *Harvard Business revire*, 1996, Nov-Dec; “*The Discipline of market leaders*” của Treacy và Wiersema, đăng trên Addison Wesley, 1995.

Ngoài ra, việc huy động nguồn lực để tập trung phát triển các lĩnh vực kinh tế có lợi thế so sánh của quốc gia còn liên quan đến các lý thuyết hội nhập kinh tế quốc tế, trong đó phải kể đến các tác phẩm như “*An introduction to modern economics*” của Harwick, Khan và Langmead, 1990; “*Dependence theory: an introduction*” của

Vincent Ferraro, Mount Holyoke College, South Hadley, 1996 hay cuốn “*Toward a theory of global change*” của Prebisch Raul, đăng trên UNCLA review, 1980 hay cuốn “*Theory of international trade*” của Paul Krugman, đăng trên Working Paper No 1752, 1985; v.v... Các lý thuyết này chủ trương phát triển các nguồn lực cần thiết về vốn, tài nguyên, con người, nội lực và ngoại lực của một quốc gia để phục vụ phát triển kinh tế – xã hội và hội nhập quốc tế, đặc biệt là các quốc gia đang phát triển.

- **Các lý thuyết liên quan đến năng lực cạnh tranh là nguồn tư liệu cần thiết để nghiên cứu phát triển các lĩnh vực có lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh của một quốc gia.** Michael Porter trong tác phẩm “*The competitive Advantage of Nations*”, The Free Press, New York (1990) đã đưa ra mô hình năng lực cạnh tranh quốc gia hình kim cương với 6 yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của một quốc gia và có thể áp dụng cho một lĩnh vực cụ thể, bao gồm 4 nhóm yếu tố: 1) Điều kiện các yếu tố sản xuất và dịch vụ; 2) Điều kiện về cầu; 3) Các ngành hỗ trợ và có liên quan; 4) Chiến lược, cơ cấu và cạnh tranh của ngành. Các yếu tố này tác động qua lại với nhau và tạo nên khả năng cạnh tranh của một quốc gia, của một địa phương trong ngành.

Liên quan trực tiếp đến việc nghiên cứu năng lực cạnh tranh của ngành, Porter đã cung cấp các nguyên lý một cụm liên kết ngành (industrial cluster) giống như chuỗi giá trị trong sản xuất hàng hoá dịch vụ. Porter cho rằng phát triển các ngành kinh tế truyền thống dựa trên lợi thế so sánh của vùng sẽ làm hạn chế năng lực cạnh tranh của một địa phương, trong khi đó việc tập trung phát triển các cụm ngành đặc thù sẽ thúc đẩy cạnh tranh của địa phương đó, tạo sức bật cho phát triển kinh tế của địa phương tốt hơn. Việc phát triển các cụm ngành sẽ đưa lợi thế so sánh trở thành lợi thế cạnh tranh, giúp địa phương đó phát triển các ngành có tiềm năng một cách chủ động bằng việc tạo lập môi trường kinh doanh, các ngành phụ trợ, các dịch vụ dựa trên định hướng chung trong phát triển quần thể ngành.

Trên cơ sở nguyên lý lợi thế cạnh tranh và phát triển các cụm ngành của Porter, các nhà lý luận trên thế giới tiếp tục phát triển các lý thuyết liên quan đến năng lực cạnh tranh của một địa phương. Các tác phẩm điển hình liên quan đến vấn đề này bao gồm:

- Abramson (1998), *Cluster Power Competitive Strategies: If you Can't Beat 'em Join 'em'* Rings True to Proponents of Industrial Clustering, a New Business Strategy. CIO Enterprise No 11.

- Anderson (1994), *Industry Clustering for Economic Development*, Economic Development Review 12 (2).

- Audretsch and Feldman (1996), *Innovative Clusters and the Industry Life Cycle*, Review of Industrial Organization, No 11

- Doeringer and Terkla (1995), *Business Strategy and Cross- Industry Clusters*, Economic Development Quarterly 9 (3)

- Klein, Gee and Jones (1998), *Analysing Clusters of Skills in R&D: Core Competencies, Metaphors, visualization, and the Role of IT*, R&D Management 28 (1).

- Clar, Sautter, and Zimmermann (2008), *Strategic Cluster Development: Applying Strategic Policy Intelligence to Create a Joint Research Agenda*, Steinbeis-Europa-Zentrum, Stuttgart, Germany.

Các công trình nghiên cứu này đã nghiên cứu về vai trò phát triển các cụm ngành, lĩnh vực trong phát triển kinh tế của địa phương, lợi ích trong phát triển cụm ngành, lĩnh vực trong nâng cao lợi thế cạnh tranh của địa phương, cơ sở kinh tế để hình thành các cụm ngành, lĩnh vực, các tiêu chí đánh giá hiệu quả các cụm, ngành, lĩnh vực trong phát triển kinh tế địa phương. Việc tập trung phát triển các cụm ngành, lĩnh vực kinh tế đặc thù có tác dụng làm giảm bớt chi phí giao dịch, chuyên môn hoá thị trường lao động, tạo sự liên kết mạnh mẽ hơn giữa các doanh nghiệp, các ngành trong địa phương đó (European Commission 2002).

- ***Liên quan đến thực tiễn và kinh nghiệm quốc tế trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của một địa phương, một quốc gia để hội nhập hiệu quả***, có thể thấy các quốc gia đã phát triển các lợi thế so sánh của địa phương để nâng cao năng lực cạnh tranh của một ngành cụ thể: 1) Trong ngành nông nghiệp, các địa phương của một số nước đã lĩnh vực đặc thù như: các tổ hợp sản xuất chế biến nông nghiệp, các ngành công nghiệp chế biến nông sản, các khu chế biến xuất khẩu hàng nông nghiệp, mô hình mỗi làng một sản phẩm, các khu công nghệ nông nghiệp công nghệ cao (theo quan điểm của hai nhà kinh tế học Eva Galvez and Nogales, trong *Agro – based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy*, ấn phẩm của FAO, 2010). Có thể nghiên cứu các trường hợp phát triển các lĩnh vực nông nghiệp đặc thù của các vùng Supan Buri, Nakhon Pathon, Ratchaburi, Kanchanaburi (Thái Lan), vùng Maharashtra (Ấn Độ), mô hình mỗi làng một sản phẩm (Trung Quốc) (theo Eva Galvez and Nogales, 2010).

+) Trong ngành công nghiệp, các địa phương của các quốc gia đã tập trung phát triển một số lĩnh vực lợi thế đặc thù, cụ thể như trong khu vực miền Trung (Ấn Độ), chính phủ Ấn Độ đã tập trung phát triển 3 lĩnh vực công nghiệp đặc thù, đó là: công nghiệp dệt may (ở Okhla, Ghaziabad), cơ khí hạng nhẹ (ở Faridabad), công nghiệp ô tô (Gurgaon) (được phân tích trong tác phẩm “*Competitive cities in the 21st century: cluster-based local economic development*”, tác giả Kyeong Ae Choe và Brian Roberts, đăng trên Urban Development Series, Asian Development Bank, 2011, Philippines). Kinh nghiệm của Thái Lan cũng cho thấy, các lĩnh vực đặc thù được chính phủ Thái Lan chú trọng trong phát triển kinh tế ở các địa phương, cụ thể là việc phát triển các cụm sản xuất công nghiệp ô tô tại 7 tỉnh Ayutthaya, Pathum Thani, Chonburi, Rayong, Chachoengsao, Prachinburi, Nakhong Rachasima), cụm sản xuất các sản phẩm hoá dầu và hoá chất ở 2 tỉnh Chonburi và Rayong, cụm công nghiệp chế biến nông sản ở vùng Đông Bắc Thái Lan (Chiang Mai, Chiang Rai, Lampang, Lamphun), cụm công nghiệp dệt may ở một số tỉnh như Kanchanaburi, Nakhon, Pathom...(được phân tích trong tác phẩm “*Thailand moving ahead with cluster development*”, của Ủy ban Đầu tư Thái Lan (Thailand Board of Investment), 2011). Trong những ấn phẩm này, các tác giả đều dựa trên việc phân tích lợi thế so sánh, các yếu tố cạnh tranh của vùng, địa phương để đánh giá chính sách, biện pháp của chính phủ và chính quyền địa phương trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của địa phương và năng lực hội nhập của các lĩnh vực này trong thương mại và đầu tư quốc tế.

Ngoài ra, kinh nghiệm thực tiễn trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của một địa phương có thể tìm thấy trong một số tác phẩm sau:

- Ding, K (2007), *Domestic Market-based Industrial Cluster Development in Modern China*, Discussion Paper No. 88, Tokyo: Institute of Development Economics.

- Karlsson (2007), *Clusters, Functional Regions and Cluster Policies*, Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS) Electronic working Paper Series No. 84. www.infra.kth.se/cesis/documents/wP84.pdf

- Landingin and Wadley (2005), *Export Processing Zones and Growth Triangle Development: The Case of the BIMP-EAGA*, Southeast Asia, Journal of International Development 17.

- Neven and Dröge (2001), *A Diamond for the Poor? Assessing Porter's Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries*, East Lansing, Michigan State University.

- Rianto, Zulhamdani, Laksani and Prihadyanti (2009), *Innovation System-Based Industrial Cluster Development: A Comparative Study of Industrial Cluster in Indonesia and Some Asian Countries*, Indonesia Institute of Sciences, Center for Science and Technology Development Studies, Jakarta.

- Ji-Hyeon, Jang, Byung-Joon (2007), *Agro-industry Cluster Development in Five Transition Economies*, Journal of Rural Development, 29(6)

- Roy, Thorat (2008), *Success in High-Value Horticultural Export Markets for Small Farmers: The Case of Mahagrapes in India*, World Development 36(10).

Các công trình nghiên cứu trên đã phần nào làm rõ tầm quan trọng của việc phát triển các lĩnh vực, cụm ngành cụ thể của từng địa phương ở một số nước Châu Á. Một điều dễ nhận thấy rằng, các lĩnh vực, cụm ngành cụ thể đều được phát triển dựa trên lợi thế so sánh của mỗi địa phương, các tài nguyên sẵn có, yếu tố cơ sở hạ tầng tốt... nhằm tiết kiệm chi phí và nâng cao năng lực cạnh tranh. Lợi thế so sánh của vùng có vai trò rất quan trọng trong việc hình thành các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù trong vùng, từ đó hình thành hệ thống phân công lao động, chuyên môn hoá sản xuất, là cơ sở quan trọng để hình thành các cụm ngành, lĩnh vực có liên kết chuỗi với nhau, hay nói cách khác là hình thành nên các vùng chuyên canh nông nghiệp gắn với công nghiệp chế biến, cơ khí, dịch vụ, du lịch, thương mại của vùng đó.

- Liên quan đến các kết quả nghiên cứu về phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên, các công trình nghiên cứu trước đó đã tập trung giải quyết một số chủ đề cơ bản sau:

Thứ nhất, nghiên cứu về tiềm năng, lợi thế của Tây Nguyên trong phát triển kinh tế - xã hội:

Trong Chương trình Tây Nguyên 3 giai đoạn 2011 - 2015, đã có rất nhiều đề tài nghiên cứu chuyên sâu về vấn đề này. Các đề tài thuộc lĩnh vực khoa học tự nhiên trong Chương trình Tây Nguyên 3 đã đưa ra các kết quả đánh giá cụ thể về vấn đề tài nguyên (tài nguyên đất và phát triển nông nghiệp, tài nguyên nước, tài nguyên rừng, tài nguyên khoáng sản, tài nguyên cho du lịch) và các công nghệ đang được áp dụng

cho sản xuất ở Tây Nguyên (công nghệ chế biến khoáng sản, công nghệ chế biến nông lâm sản, công nghệ chăn nuôi...). Cụ thể là:

- Phạm Hoàng Hải, *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp nguồn lực tự nhiên, biến động sử dụng tài nguyên và xác lập mô hình kinh tế sinh thái bền vững cho một số vùng địa lý trọng điểm khu vực Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T03.

- Trần Tuấn Anh, *Nghiên cứu, đánh giá khả năng sử dụng tổng hợp một số khoáng sản quan trọng và vị thế của chúng trong phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh quốc phòng khu vực Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T05.

- Nguyễn Năng Dũng, *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển bền vững cây công nghiệp và cây lương thực ở Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T28.

- Trương Quang Hải, *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp tài nguyên du lịch, hoạch định không gian và đề xuất các giải pháp phát triển du lịch ở Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T18.

- Hoàng Đức Cường, *Nghiên cứu điều kiện khí hậu, khí hậu nông nghiệp phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và phòng tránh thiên tai vùng Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T25.

- Trần Văn Ý, *Nghiên cứu xây dựng bộ chỉ tiêu phát triển bền vững về các lĩnh vực kinh tế, xã hội và môi trường các tỉnh Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T08.

Các đề tài Tây Nguyên 3 thuộc lĩnh vực khoa học tự nhiên đã cung cấp đầy đủ các luận chứng, số liệu cụ thể để đánh giá toàn diện lợi thế, tiềm năng đang được khai thác hiện nay ở Tây Nguyên, phát hiện thêm một số tiềm năng mới chưa được khai thác về đa dạng sinh hoạt, di sản thiên nhiên, khoáng sản..., các công nghệ đã và đang được sử dụng ở Tây Nguyên hiện nay. Xét dưới góc độ khoa học tự nhiên, tiềm năng và lợi thế của Tây Nguyên được đánh giá bằng việc xây dựng lát cắt các bản đồ về các loại tài nguyên (đã, đang và chưa được khai thác), để từ đó đưa ra các kiến nghị chính sách nhằm khai thác và sử dụng hợp lý nguồn tài nguyên này. Tuy nhiên, để xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế và hội nhập quốc tế ở Tây Nguyên, rất cần phải có cách phân tích và đánh giá dưới góc độ khoa học xã hội để biến các lợi thế trở thành động lực phát triển cho vùng. Đây là điều mà các công trình nghiên cứu về khoa học tự nhiên còn để lại khoảng trống, cần tiếp tục nghiên cứu.

Thứ hai, nghiên cứu về thực trạng phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù phục vụ phát triển kinh tế và hội nhập quốc tế ở Tây Nguyên, có một số công trình nghiên cứu điển hình sau:

- Bùi Nhật Quang (2014), *Phát triển Lâm Đồng: kết nối vùng và một vài gợi ý về chiến lược hướng Đông*, Tạp chí Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông, ISSN 1859-0519, Số 12 (112). Nghiên cứu này đã làm rõ một số thế mạnh đặc thù của vùng Tây Nguyên thông qua trường hợp tỉnh Lâm Đồng, đề xuất một số giải pháp về tăng cường kết nối vùng, hội nhập quốc tế và định hướng phát triển chiến lược về phía Đông để kết nối ra biển, tranh thủ lợi thế hợp tác có được với các tỉnh, thành phố ven biển.

- Bùi Quang Tuấn, *Tái cơ cấu kinh tế Tây Nguyên theo hướng phát triển bền vững*, Đề tài TN3/X01. Trong đề tài này, nhóm tác giả đã làm rõ thực trạng chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Tây Nguyên hiện nay đang có nhiều dấu hiệu bất thường, chưa chú trọng phát triển về mặt chất lượng để đảm bảo phát triển bền vững. Đề tài dựa trên quan điểm phát huy lợi thế và tiềm năng của vùng Tây Nguyên để chú trọng phát triển cơ cấu kinh tế cân đối, hài hoà, bền vững. Cơ sở dữ liệu có thể kế thừa từ đề tài này là: đề tài đã nghiên cứu một số ngành có lợi thế của Tây Nguyên như công nghiệp chế biến nông nghiệp, các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên như cao su, điều, hoa, tiêu, rau sạch, dược liệu; hoặc các đề xuất về chính sách ngành và chính sách sản phẩm cho Tây Nguyên.

- Nguyễn Quang Thuấn, *Tây Nguyên trong hợp tác phát triển kinh tế - xã hội xuyên biên giới vùng tam giác phát triển Việt Nam – Lào – Campuchia*, Đề tài TN3/X02. Cơ sở dữ liệu có thể kế thừa từ đề tài này là thực trạng phát triển kinh tế của các tỉnh vùng Tây Nguyên, thực trạng phát triển hợp tác thương mại và đầu tư giữa các tỉnh vùng Tây Nguyên với Lào và Campuchia, tiềm năng và lợi thế của Tây Nguyên trong hợp tác kinh tế vùng biên giới.

- Lê Anh Vũ, *Liên kết nội vùng trong phát triển bền vững vùng Tây Nguyên*, đề tài TN3/X16. Cơ sở dữ liệu có thể kế thừa từ đề tài này là thực trạng liên kết kinh tế nội vùng Tây Nguyên trong thời gian qua đang tập trung theo chiều rộng, thiếu chiều sâu, vì vậy vốn đầu tư vào các vùng Tây Nguyên đang mang lại giá trị gia tăng thấp, tiêu tốn nhiều tài nguyên và năng lượng. Không gian liên kết bất hợp lý khiến việc phát triển các cụm/ngành kinh tế của Tây Nguyên thiếu bền vững. Đề tài đã xuất một

số vấn đề về việc phát triển mỗi địa phương, mỗi lãnh thổ một sản phẩm, theo chuỗi sản xuất, chuỗi dịch vụ, chuỗi du lịch...

Ngoài 3 đề tài trên, còn có nhiều bài nghiên cứu liên quan đến phát triển một số ngành, sản phẩm chủ đạo ở Tây Nguyên. Tiêu biểu là: “*Phát triển chuỗi giá trị hoa: nghiên cứu trường hợp tỉnh Lâm Đồng*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 11, 2014; “*Cà phê Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*”, Tạp chí Phát triển bền vững Vùng, số 4, tháng 12, 2014; “*Những vấn đề đặt ra đối với sản phẩm điều ở vùng Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 440, 2015; “*Du lịch văn hoá Tây Nguyên: tiếp cận loại hình, văn hóa dân gian*”, Tạp chí Văn hoá, số 2, 2014; “*Phát triển sản xuất cà phê bền vững có chứng nhận tại tỉnh Đắk Lắk*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 438, tháng 9, 2014; “*Giải pháp phát triển du lịch Tây Nguyên thành ngành kinh tế mũi nhọn trong quá trình hội nhập quốc tế*” của Nguyễn Duy Mậu, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 454, 2016;

Ngoài các công trình nghiên cứu cấp nhà nước, cấp bộ hoặc các bài tạp chí khoa học đã được đăng tải, nghiên cứu về thực trạng phát triển các ngành, các sản phẩm chủ đạo ở Tây Nguyên còn được đề cập đến trong các báo cáo tổng kết của các tỉnh, thành vùng Tây Nguyên. Tiêu biểu là: “*Báo cáo tổng quan chiến lược phát triển kinh tế xã hội khu vực tam giác phát triển CLV và tình hình phát triển kinh tế xã hội 5 tỉnh Việt Nam thuộc tam giác phát triển CLV giai đoạn 2011-2013*”, thuộc Diễn đàn Đối tác phát triển khu vực tam giác phát triển Campuchia - Lào - Việt Nam, do Bộ Kế hoạch và Đầu tư thực hiện ở Đắk Lắk, tháng 4 năm 2014; “*Báo cáo tình hình thực hiện kết hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2011-2015*” của Ủy ban Nhân dân Tỉnh Đắk Nông, Đắk Lắk, Gia Lai, Kon Tum và nhiều báo cáo khác.

Trong các tài liệu nghiên cứu này, sự tiếp cận thực trạng phát triển ngành/sản phẩm chủ lực ở Tây Nguyên được nghiên cứu với số lượng các công trình đồ sộ, nhiều lĩnh vực khác nhau và cách tiếp cận khác nhau, từ góc độ kinh tế học, đến góc độ xã hội học, dân tộc học, chính trị học, văn hoá học... Mỗi cách tiếp cận đều cho thấy Tây Nguyên có nhiều tiềm năng để phát triển, có nhiều ngành và sản phẩm đang trở thành thế mạnh của Tây Nguyên, đóng góp tích cực cho quá trình phát triển kinh tế - xã hội, đồng thời Tây Nguyên cũng đang gặp phải một số thách thức trong phát triển các ngành/sản phẩm cụ thể như: sức cạnh tranh của sản phẩm kém, phát triển không bền vững, thiên về số lượng mà chưa chú trọng đến chất lượng sản phẩm, hoặc

ơ cấu kinh tế cho từng loại sản phẩm chủ lực ở Tây Nguyên. Nhìn chung, đây là những công trình nghiên cứu có giá trị tham khảo cao cho đề tài, nhưng để có cách nhìn tổng quan nhất trong việc xác định các lĩnh vực đặc thù để hội nhập kinh tế quốc tế hiệu quả, thì các công trình nghiên cứu trên phần lớn đề cập khá mờ nhạt, nếu không muốn nói là hầu như chưa đề cập tới.

Thứ ba, liên quan đến phát triển các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong mối tương quan với liên kết vùng và tăng cường hợp tác trong khuôn khổ Cộng đồng kinh tế ASEAN và thực hiện các FTA thế hệ mới, có những công trình tiêu biểu sau đây:

- *“Hội nhập quốc tế và phát triển bền vững”*, Hội nghị khu vực Tây Nguyên do Bộ Ngoại giao phối hợp với UBND tỉnh Lâm Đồng tổ chức ngày 20-21/7/2016. Hội nghị gồm nhiều bài viết đề cập đến các vấn đề triển khai đối ngoại, hội nhập quốc tế và phát triển bền vững, cơ hội và thách thức đặt ra đối với khu vực Tây Nguyên, giải pháp cho các địa phương và doanh nghiệp vùng Tây Nguyên đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển bền vững.

- *“Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế tới vùng kinh tế Tây Nguyên”*, Báo cáo của Viettrade, đăng trên website của Bộ công thương tỉnh Đắk Nông, ngày 10/5/2013. Trong báo cáo này, vùng Tây Nguyên chịu tác động của hội nhập kinh tế quốc tế trong một số lĩnh vực: mở rộng xuất khẩu các hàng hoá có thế mạnh, có điều kiện thu hút đầu tư nước ngoài. Đồng thời, vùng Tây Nguyên chịu tác động của hội nhập kinh tế quốc tế trong một số lĩnh vực: cần đầu tư cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao sức cạnh tranh...

- *“Phương hướng phát triển bền vững sản xuất xuất khẩu nông sản xuất khẩu vùng Tây Nguyên”*, tác giả Nguyễn Hồng Cử, đăng trên Tạp chí khoa học và công nghệ, Đại học Đà Nẵng, số 5 (40), 2010. Tác giả cho rằng Tây Nguyên là vùng chuyên canh sản xuất và xuất khẩu cây công nghiệp lớn của cả nước với các sản phẩm chính là cà phê, cao su, hồ tiêu. Tuy có tiềm năng to lớn, nhưng sản xuất xuất khẩu nông sản hiện nay ở Tây Nguyên rất bấp bênh và thiếu bền vững, cần phải có các giải pháp phát triển theo hướng bền vững để nâng cao sức cạnh tranh của nông sản xuất khẩu vùng Tây Nguyên.

- *“Xuất khẩu nông sản Việt Nam và kỳ vọng TPP”*, Tác giả Trúc Gia - Trần Hoàng Dũng - Mỹ Tâm, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 10 năm 2015. Bài viết này

đưa ra các quy định quan trọng của TPP, lợi ích của TPP đối với xuất khẩu nông sản của Việt Nam, trong đó có một số mặt hàng chủ lực của Tây Nguyên như cao su, cà phê, những khó khăn đối với mặt hàng này khi hội nhập TPP.

- *“TPP và những tác động đối với ngành hàng cà phê Việt Nam”*, tác giả Dương Văn

Quý, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 10 năm 2015. Tác giả cho rằng, cà phê là mặt hàng có nhiều cơ hội khi hội nhập TPP, đặc biệt là khi TPP áp dụng mức thuế nhập khẩu cà phê bằng 0% và Tây Nguyên có điều kiện thuận lợi trong áp dụng khoa học công nghệ, thu hút đầu tư nước ngoài, hợp tác nâng cao năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, cà phê Tây nguyên cũng sẽ gặp nhiều thách thức khi ra hội nhập TPP, đặc biệt trong lĩnh vực kỹ thuật, môi trường, an toàn thực phẩm, minh bạch hoá, thể chế và hành chính.

+ *“Tác động của TPP và AEC lên nền kinh tế Việt Nam: khía cạnh kinh tế vĩ mô và trường hợp ngành chăn nuôi”*, Nguyễn Đức Thành chủ biên, Viện Nghiên cứu kinh tế và chính sách, Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, tháng 8 năm 2015. Ấn phẩm này đánh giá những tác động toàn diện của TPP và AEC đối với nền kinh tế Việt Nam, trong đó sẽ có sự thu hẹp của các ngành kém lợi thế hoặc lợi thế đang suy giảm (như thịt lợn, gà, sữa, lâm nghiệp, sản phẩm gỗ, khai khoáng, công nghiệp); và có sự mở rộng cả về sản lượng lẫn lao động trong các ngành có lợi thế và những ngành ít thương mại (đặc biệt là dệt, may, da giày, dịch vụ công và xây dựng). Đối với ngành chăn nuôi, do năng suất và sản lượng đều thấp, phụ thuộc ngày càng nhiều và nhập khẩu từ các nước TPP, đặc biệt là Mỹ, Úc, New Zealand, Canada, và một số nước thành viên Cộng đồng ASEAN như Thái Lan. Ngành chăn nuôi trong nước sẽ còn phải đối diện với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn của hàng ngoại nhập khi Việt Nam hội nhập sâu hơn kinh tế thế giới và khu vực và đặc biệt là khi TPP có hiệu lực từ 2016. Những đánh giá này sẽ là tài liệu tham khảo có giá trị khi nghiên cứu đánh giá sự phát triển của ngành chăn nuôi Tây Nguyên khi hội nhập Cộng đồng ASEAN và TPP.

Ngoài ra, phát triển các ngành, lĩnh vực chủ đạo của Tây Nguyên trong bối cảnh Việt Nam tăng cường hội nhập quốc tế và thực hiện các FTA thế hệ mới còn được đề cập đến trong rất nhiều các báo, tạp chí khác nhau. Đó là: *“Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch khu vực Tây Nguyên khi tham gia TPP”*, tác giả Nguyễn

Duy Mậu, Tạp chí Tài chính, số 623, 2015; “*Phát triển du lịch Tây Nguyên trong quá trình hội nhập quốc tế*”, Nguyễn Duy Mậu, Tạp chí phát triển nhân lực, số 4(47), 2015; “*Nhìn từ Tây Nguyên: Cần có Luật liên kết kinh tế lãnh thổ*”, tác giả Đoàn Trần, đăng trên VNeconomy, ngày 27/7/2015; “*Điểm mặt các mặt hàng chịu sức ép từ TPP*”, tác giả Phan Thu, Báo Hải quan, 22/5/2016; “*Du lịch loay hoay trước ngưỡng cửa TPP*”, Báo Công thương Ninh Bình ngày 19/10/2015; “*Du lịch Đà Lạt – Tây Nguyên hội nhập và phát triển*”, Báo du lịch, ngày 27/12/2014.... Ngoài ra, còn nhiều các thông tin, bài báo liên quan đến phát triển các ngành kinh tế chủ đạo của Tây Nguyên trong mối tương quan liên kết vùng và hội nhập kinh tế quốc tế. Các tài liệu đó góp phần cung cấp cơ sở dữ liệu cho nhóm nghiên cứu đặt Tây Nguyên trong bối cảnh phát triển phát triển và hội nhập kinh tế chung của cả nước, tìm hiểu và đánh giá nội lực của địa phương, điểm yếu điểm mạnh của địa phương trong phát triển các ngành/lĩnh vực chủ đạo, đồng thời tìm hiểu thực trạng, cơ hội và thách thức trong phát triển các hoạt động xuất khẩu, đầu tư, du lịch, phát triển công nghiệp chế biến để thích ứng với nhu cầu hội nhập và cộng đồng ASEAN, tham gia TPP. Các tài liệu dẫn chứng ở trên đã phần nào giúp nhóm nghiên cứu của đề tài giải quyết được yêu cầu đặt ra. Tuy nhiên, các tài liệu trên còn khá sơ sài, chưa xác định rõ được các lĩnh vực kinh tế đặc thù cần chú trọng phát triển để giúp Tây Nguyên hội nhập nhanh và hiệu quả trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh việc ký kết các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

Nhận xét các công trình nghiên cứu và điểm mới của đề tài

Từ các công trình nghiên cứu trên đây, có thể rút ra một số nhận xét như sau:

1. Các công trình nghiên cứu về Tây Nguyên từ góc độ khoa học tự nhiên, lịch sử, văn hoá, dân tộc học, xã hội học... là khá đồ sộ và có nhiều kết luận có giá trị và thực tiễn cao. Tuy nhiên, nghiên cứu về Tây Nguyên dưới góc độ kinh tế, đặc biệt là hội nhập kinh tế quốc tế còn rất ít, mới chỉ dừng ở các công trình nghiên cứu nhỏ, lẻ, các báo cáo tổng kết, và còn thiếu vắng các công trình nghiên cứu có quy mô và có giá trị cao.

2. Trong các công trình nghiên cứu về lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên, dường như chưa có công trình nào mang tính toàn diện và tổng thể. Hầu hết các công trình nghiên cứu trước đó đều mới dừng ở việc nghiên cứu một lĩnh vực cụ thể nào đó, một sản phẩm hoặc một ngành đặc thù nào đó ở Tây Nguyên, chứ chưa

đặt lĩnh vực/ngành/sản phẩm đó trong không gian liên kết vùng và hội nhập quốc tế. Các công cuộc khảo sát điều tra về vấn đề này cũng chỉ dừng ở từng lĩnh vực/ngành/sản phẩm nhỏ, lẻ, phục vụ cho các mục đích nghiên cứu khác nhau như: tái cơ cấu kinh tế, hợp tác xuyên biên giới, giữ gìn giá trị truyền thống.... Chính vì vậy, còn thiếu vắng các cơ sở khoa học, các luận chứng và số liệu thực tế để xác định các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên hiện nay, từ đó tìm giải pháp để đưa các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù này hội nhập quốc tế một cách có hiệu quả trong bối cảnh hình thành Cộng đồng Kinh tế ASEAN và thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Vì vậy, còn rất nhiều khoảng trống và còn rất nhiều nội dung cần tiếp tục đầu tư nghiên cứu toàn diện, đầy đủ và sâu sắc hơn.

3. Dù còn chưa đầy đủ, song các công trình nghiên cứu đã công bố trước đó có liên quan đến đề tài phát triển các lĩnh vực lợi thế đặc thù để Tây Nguyên hội nhập quốc tế có hiệu quả đều là những tài liệu tham khảo có giá trị để nhóm nghiên cứu xem xét, phân tích, tham khảo, kế thừa và phát triển.

Trong các công trình nghiên cứu trước đó, tiềm năng và lợi thế của Tây Nguyên được đề cập đến khá nhiều, công phu và đồ sộ, kể cả các công trình nghiên cứu khoa học tự nhiên và các công trình nghiên cứu khoa học xã hội. Tuy nhiên, các tiềm năng này nhìn dưới góc độ phát triển các lĩnh vực chủ đạo, các cụm ngành có lợi thế đặc thù để nâng cao năng lực cạnh tranh của lĩnh vực/cụm ngành trong hội nhập kinh tế quốc tế giai đoạn mới lại ít được các tác giả đi trước đề cập, thậm chí là chưa có công trình nghiên cứu toàn diện và hệ thống về vấn đề này. Để giúp Tây Nguyên hội nhập hiệu quả, rất cần thiết phải tiếp tục có những nghiên cứu chuyên sâu về phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh cạnh tranh gia tăng và nhiều quy định mới được áp dụng trong các FTA thế hệ mới.

Mặc dù đã có những chiến lược, quy hoạch cụ thể về phát triển các ngành, sản phẩm, ngành cụ thể, chẳng hạn như Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Vùng Tây Nguyên, hoặc Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên đến 2020, trong đó Tây Nguyên được xác định là vùng kinh tế động lực về nông lâm nghiệp, hàng xuất khẩu, khai thác chế biến khoáng sản, du lịch. Trong Nghị quyết 10-NQ/TW của Bộ chính trị (Khóa IX) về phát triển Tây Nguyên thời kỳ 2011 - 2020, Tây Nguyên được tiếp tục khẳng định là địa bàn giữ vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về kinh tế - xã hội, quốc phòng, an ninh và môi trường sinh thái của đất nước,

do vậy Bộ Chính trị đã đề ra các phương hướng, nhiệm vụ và giải pháp cụ thể trong các lĩnh vực kinh tế, văn hoá xã hội, an ninh chính trị, tôn giáo, chính trị. Trong Chương trình Tây Nguyên 3 giai đoạn 2011 - 2015, một số đề tài khoa học tự nhiên đã cung cấp các bản đồ có giá trị về các loại tài nguyên khoáng sản, thực vật, đất đai, nguồn nước, tài nguyên du lịch... ở Tây Nguyên, đưa ra những kiến nghị đề xuất để khai thác hiệu quả hơn nữa các loại tài nguyên ở khu vực này. Tuy nhiên, các quy hoạch chung của toàn vùng Tây Nguyên đang bị chông chéo với các quy hoạch của các tỉnh thuộc vùng Tây Nguyên, và các bản đồ của giới khoa học tự nhiên chưa thể đánh giá được sự manh mún, chông chéo trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên. Hơn nữa, phát triển các lĩnh vực đặc thù có lợi thế của Tây Nguyên trong các công trình nghiên cứu trước đó dường như chưa gắn liền với sự liên kết giữa Tây Nguyên và các tỉnh duyên hải miền Trung, với các tam giác phát triển mà Tây Nguyên giữ vai trò quan trọng trên tuyến hành lang Đông Tây. Các quy hoạch và các chiến lược phát triển lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong thời gian qua được giải quyết theo ngành dọc, theo tư duy cục bộ địa phương, mà chưa chú trọng đến liên kết vùng đối với một số lĩnh vực, ngành hàng chủ lực để tạo nên sức mạnh chung của từng lĩnh vực trong vùng Tây Nguyên, do vậy sự chông chéo, manh mún, cắt lát, ngắt quãng trong phát triển các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù ở Tây Nguyên là điều không thể tránh khỏi. Các công trình nghiên cứu trước đó tuy có đề cập ít nhiều đến vấn đề này, nhưng các phân tích đều còn đơn lẻ, phân tán, thiếu đồng bộ, chưa làm rõ được tầm quan trọng của phát triển lĩnh vực có thế mạnh đặc thù của Vùng Tây Nguyên trong hội nhập các FTA thế hệ mới. Vì vậy, rất cần phải tiếp tục được nghiên cứu thấu đáo và toàn diện hơn vấn đề này dưới góc độ kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế.

Để giúp Tây Nguyên phát huy được thế mạnh đặc thù trong một số lĩnh vực cụ thể và hội nhập quốc tế một cách hiệu quả trong bối cảnh Việt Nam gia nhập AEC và thực hiện các FTA thế hệ mới, rất cần phải có những cuộc khảo sát nghiên cứu trong nước và tham khảo kinh nghiệm nước ngoài để đưa ra những luận cứ khoa học và xác đáng cho việc xây dựng quy hoạch phát triển các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù, lộ trình và phương thức hội nhập, đề xuất các quan điểm, chính sách và giải pháp để một số lĩnh vực có thế mạnh của Tây Nguyên hội nhập hiệu quả. Đây là một vấn đề có ý nghĩa hết sức to lớn, cần thiết phải đầu tư nghiên cứu một cách đầy đủ. Các dự báo,

kiến nghị cần phải căn cứ vào tình hình thực tế của Tây Nguyên, tham chiếu các quy hoạch đã được phê duyệt của Chính phủ và các bộ, ngành, địa phương về phát triển vùng Tây Nguyên và áp dụng các phương pháp đánh giá, dự báo khoa học về những nhân tố tác động, chi phối đến lĩnh vực có thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên trong quá trình Việt Nam gia nhập AEC và thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới giai đoạn đến năm 2030.

3. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung:

Xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh hội nhập quốc tế, đặc biệt là khi Việt Nam tham gia Cộng đồng Kinh tế ASEAN và ký kết, thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, từ đó đánh giá, đề xuất các cơ chế, chính sách, giải pháp nhằm khai thác hiệu quả các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên để tăng cường năng lực liên kết vùng và hội nhập quốc tế một cách chủ động, hiệu quả.

Mục tiêu cụ thể:

- Làm rõ các vấn đề lý thuyết liên quan đến lợi thế đặc thù và các lĩnh vực có lợi thế đặc thù để làm căn cứ xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh tham gia Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) và thực hiện các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới.

- Xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên, phân tích thực trạng khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế của Tây Nguyên trong thời gian qua, từ đó làm rõ hiệu quả và hạn chế và nguyên nhân của việc khai thác lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh tham gia Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) và thực hiện các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới.

- Xác định và phân tích các thuận lợi, khó khăn, cơ hội và thách thức đối với việc khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh Việt Nam tham gia AEC và thực hiện các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới từ nay đến năm 2030.

- Đề xuất cơ chế, chính sách, giải pháp giúp Tây Nguyên phát huy và khai thác hiệu quả các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh tham gia Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) và thực hiện các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới đến năm 2030.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* Xác định và khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong hội nhập kinh tế quốc tế

- *Phạm vi nghiên cứu:*

+ Thời gian: 2010 - 2017

+ Không gian: 5 tỉnh Tây Nguyên: Đắk Lắk, Lâm Đồng, Đắk Nông, Gia Lai, Kon Tum

+ Nội dung: Xác định và thực trạng khai thác các lợi thế đặc thù trong một số ngành: sản xuất các cây trồng chủ lực, công nghiệp chế biến, du lịch trong quá trình hội nhập AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

5. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

5.1. Cách tiếp cận

Để đạt được mục tiêu và hoàn thành nhiệm vụ đặt ra, đề tài áp dụng phối hợp nhiều cách tiếp cận khác nhau, bao gồm cả cách tiếp cận định tính và cách tiếp cận định lượng. Trong tiếp cận định tính, đề tài chủ yếu dựa vào cách tiếp cận của khoa học tổng hợp liên ngành, trong đó tập trung vào cách tiếp cận kinh tế học, kinh tế quốc tế, kết hợp với cách tiếp cận lịch sử, cách tiếp cận địa - chính trị và địa - kinh tế, cách tiếp cận thực tiễn và cập nhật, cách tiếp cận xã hội học. Đề tài cũng vận dụng cách tiếp cận dựa trên quan điểm của chủ nghĩa Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh, dựa trên các chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước. Nghiên cứu nội dung đề tài còn dựa trên quan điểm hội nhập quốc tế và phù hợp với những quy định, cam kết khi Việt Nam tham gia Cộng đồng kinh tế ASEAN, ký kết CPTPP và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

Chủ đề, đối tượng nghiên cứu khá rộng, phức tạp, đòi hỏi có kiến thức tổng hợp từ nhiều chuyên ngành để giải quyết vấn đề. Vì vậy việc lựa chọn cách tiếp cận hợp lý là hết sức cần thiết. Cách tiếp cận cụ thể của đề tài là như sau:

- Các khoa học về kinh tế: cho phép đề tài tiếp cận để xác định tiêu chí và phương thức phát triển các lĩnh vực có lợi thế so sánh, có thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên. Khoa học kinh tế cũng cho phép đề tài xác định các lĩnh vực thế mạnh đặc thù này một cách chuẩn xác nhất để phù hợp với lộ trình hội nhập AEC và thực hiện các FTA thế hệ mới của Việt Nam.

- Các khoa học về triết học, lịch sử, văn hoá học, dân tộc học, xã hội học: cho phép đề tài tiếp cận để đánh giá các vấn đề kinh tế không bị độc lập, riêng rẽ với sự phát triển liên tục, lâu dài và mang tính đặc thù của Tây Nguyên. Cách tiếp cận này giúp đề tài hiểu sâu hơn các dữ kiện thực tế, có mối liên hệ với các lĩnh vực liên ngành khác để làm rõ hơn mục tiêu và nhiệm vụ giải quyết của đề tài. Các vấn đề của đề tài sẽ được xem xét dưới góc độ phát triển theo thời gian, cả các bài học thành công và thất bại trong quá khứ, các thách thức của hiện tại và dự báo tương lai.

- Các khoa học về giáo dục, môi trường: giúp đề tài vận dụng để nghiên cứu nhằm làm rõ các nguồn nội lực của Tây Nguyên (giáo dục, sức khoẻ) trong phát triển các lĩnh vực đặc thù. Cách tiếp cận dưới góc độ môi trường giúp đề tài vận dụng để nghiên cứu vai trò và tác động của từng lĩnh vực thế mạnh đặc thù đối với môi trường và phát triển bền vững, đối với việc thực hiện các quy định về môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm trong AEC và CPTPP.

- Cách tiếp cận khu vực học: là phương pháp nghiên cứu liên ngành giữa khảo cổ học, lịch sử, dân tộc học, xã hội học, văn hóa học, dân số học, sử học, chính trị học, kinh tế học, sinh thái học, tâm lý học, quan hệ quốc tế, di cdaan, khoa học vùng, địa kinh tế học...

- Cách tiếp cận liên vùng: nghiên cứu sự phát triển các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây nguyên trong mối quan hệ với các vùng và lãnh thổ khác theo đúng quy hoạch thống nhất của quốc gia, theo lý thuyết phát triển liên kết quốc tế, nhằm phân tích đánh giá việc phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên trong một chỉnh thể thống nhất, tránh cách nhìn biệt lập đối với một vùng lãnh thổ nhất định, nhưng phải đảm bảo cho các vấn đề an ninh quốc phòng của Tây Nguyên.

- Cách tiếp cận liên cấp độ: xem xét các vấn đề nghiên cứu trong 3 cấp độ: vĩ mô (đường lối, chính sách, chủ trương, biện pháp của nhà nước, của chính quyền địa phương), và vi mô tiềm năng, nhu cầu phát triển, các lĩnh vực cụ thể, tác động...), đồng thời phân tích các động qua lại của cơ chế quản lý các cấp trong việc huy động các nguồn lực để phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên.

- Đề tài sẽ phải trải qua các công đoạn thực hiện chủ yếu như sau:

Thứ nhất, sưu tầm, lựa chọn các tài liệu có liên quan trực tiếp đến chủ đề nghiên cứu ở trong và ngoài nước.

Thứ hai, gặp gỡ, trao đổi với các học giả và các nhà hoạt động thực tiễn cả trong và ngoài nước trong các lĩnh vực liên quan, tiến hành các cuộc hội thảo, tọa đàm khoa học.

Thứ ba, xử lý tài liệu, đánh giá và phân tích, rút ra những kết luận khoa học về bản chất, nguyên nhân, tác động của vấn đề nghiên cứu, từ đó rút ra kiến nghị chính sách.

5.2. Phương pháp nghiên cứu, kỹ thuật sử dụng

Phương pháp nghiên cứu được áp dụng là kết hợp nghiên cứu tài liệu thứ cấp với khảo sát thực tế, điều tra phỏng vấn nhằm thực hiện mục tiêu và nhiệm vụ của đề tài.

Đề tài sẽ vận dụng một cách xuyên suốt các phương pháp tư duy duy vật lịch sử và biện chứng trong nghiên cứu, phân tích và trình bày các vấn đề. Phương pháp nghiên cứu và kỹ thuật chủ yếu sẽ là phương pháp phân tích, thống kê, mô tả, nghiên cứu nhân - quả định tính, nghiên cứu so sánh, nghiên cứu kết hợp khảo sát thực tế, điều tra xã hội học và phương pháp dự báo... Đồng thời, trên cơ sở kế thừa các kết quả nghiên cứu, công trình này sẽ bổ sung, phát triển những luận cứ khoa học và thực tiễn mới nhằm thực hiện tốt những mục tiêu nghiên cứu đặt ra.

Đề tài sẽ vận dụng phương pháp SWOT để đánh giá các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với Tây Nguyên trong khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù phục vụ phát triển kinh tế - xã hội dưới tác động của bối cảnh khu vực và quốc tế mới.

Phương pháp nghiên cứu tài liệu sẽ giúp đề tài thu thập tất cả các tài liệu, số liệu liên quan đến đề tài trong các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, các tài liệu báo cáo đánh giá của các địa phương và trung ương, các cuộc khảo sát đã được các đề tài trước đó thực hiện, các số liệu đánh giá của các tổ chức quốc tế và trong nước về nội dung nghiên cứu. Phương pháp này cần thiết phải áp dụng các quy trình xử lý số liệu và mô tả phân tích theo các tiêu chí và yêu cầu đặt ra trong các nội dung nghiên cứu. Phương pháp này đòi hỏi phải có tính toàn diện, hệ thống và liên ngành.

Phương pháp dự báo mà đề tài sử dụng bao gồm: 1) Dự báo định tính: đề tài dựa vào việc lấy ý kiến chuyên gia và các nhà quản lý thông qua hội thảo khoa học, tọa đàm, phỏng vấn sâu... để phân tích định tính dựa vào suy đoán và cảm nhận của người được hỏi. Phương pháp này được dựa trên việc đánh giá tổng kết kinh nghiệm,

khả năng phản ánh tương lai tự nhiên của các chuyên gia và các nhà quản lý và xử lý thống kê các câu trả lời một cách khoa học. Dựa vào xử lý từ vựng học, đề tài sẽ khái quát các vấn đề cần dự báo; 2) Dự báo định lượng: thông qua các số liệu được thống kê từ các tài liệu sẵn có của tổng cục thống kê và các tổ chức khác nhau đề tài sẽ tiến hành dự báo các vấn đề cần giải quyết trong tương lai.

Phương pháp khảo sát thực tế: Đề tài sẽ tiến hành khảo sát thực tế nhằm giúp các nhà nghiên cứu có được thêm những thông tin chưa hề có sẵn trong các tài liệu thứ cấp trước đó, củng cố vững chắc hơn cơ sở khoa học của vấn đề nghiên cứu, từ đó có thể đưa ra những kiến nghị chính sách thiết thực. Ngoài phương pháp thực địa, phương pháp khảo sát thực tế còn được tiến hành qua phỏng vấn, hỏi ý kiến chuyên gia của một số bộ, ngành liên quan. Từ những thông tin có được qua phương pháp khảo sát thực tế, nhóm nghiên cứu sẽ có báo cáo xử lý thông tin và đánh giá tổng kết điều tra để từ đó có sự phân tích sâu sắc hơn về thực trạng sử dụng và quản lý nước ở các địa phương và đưa ra những kiến nghị thiết thực, phù hợp.

+ Địa bàn khảo sát thực tế: Một số tỉnh Tây Nguyên như Lâm Đồng, Đắk Lắk

Tây Nguyên gồm 5 tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông, Gia Lai, Kon Tum và Lâm Đồng. Do những nguyên nhân chủ quan và khách quan, đề tài đã lựa chọn hai tỉnh đại diện là Đắk Lắk và Lâm Đồng để tiến hành khảo sát làm rõ các lợi thế đặc thù và khai thác các lợi thế đặc thù của hai tỉnh này. Việc lựa chọn hai tỉnh đại diện trên là vì lý do Lâm Đồng có những lợi thế đặc thù khác biệt hơn hẳn 4 tỉnh khác của Tây Nguyên kể cả khí hậu, tài nguyên và một số lợi thế khác, trong khi Đắk Lắk là tỉnh đại diện cho 4 tỉnh còn lại của Tây Nguyên - nơi có các lợi thế đặc thù tương đồng với 4 tỉnh còn lại. Việc lựa chọn hai tỉnh tiêu biểu ở Tây Nguyên như trên là nhằm phản ánh tính đại diện cũng như tính tương đồng và khác biệt giữa các địa phương trong khai thác lợi thế đặc thù.

Lâm Đồng có 2 thành phố là Đà Lạt và Bảo Lộc và 10 huyện. Trên địa bàn có nhiều người dân tộc sinh sống, 43 dân tộc, trong đó người dân tộc Kinh chiếm số lượng đông nhất, tiếp đến là dân tộc Cơ Ho, Mạ, Nùng, Tày,... Lâm Đồng có rất nhiều thế mạnh và tiềm năng phát triển nếu dựa trên vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên như du lịch, nông nghiệp, công nghiệp chế biến, khai khoáng. Đặc biệt, Lâm Đồng có lợi thế đặc thù về du lịch khi thiên nhiên ưu đãi của tỉnh này rất nhiều danh lam thắng cảnh cùng với các di tích lịch sử. Đắk Lắk có thành phố là Buôn Ma Thuột, 1 thị xã

Buôn Hồ và 13 huyện. Trên địa bàn có phần đông người dân tộc bản địa Tây Nguyên sinh sống. Đây là địa phương có thế mạnh về cà phê, cao su, ca cao, điều của Việt Nam.

- Phương pháp khảo sát :

+ Điều tra bảng hỏi: Đề tài tiến hành khảo sát 1600 phiếu bảng hỏi người dân và 150 phiếu phỏng vấn sâu các cán bộ ở hai địa phương Lâm Đồng và Đắk Lắk.

Đối tượng khảo sát : là các hộ gia đình, chủ yếu là các hộ nông dân đang khai thác các lợi thế đặc thù của địa phương như trồng, khai thác và chế biến chè, cao su, điều, tiêu, cà phê và kinh doanh du lịch. Phần lớn đối tượng khảo sát cư trú tại địa bàn nông thôn, nơi có những lợi thế đặc thù. Theo cấu trúc mẫu khảo sát ở Lâm Đồng, có tới 87% người được khảo sát thuộc dân tộc Kinh, 8,6% là người các dân tộc bản địa Tây Nguyên và 4,3% là người dân tộc di cư từ nơi khác đến ; trong đó tỷ lệ người phỏng vấn tốt nghiệp phổ thông trung học chiếm tỷ lệ cao nhất, 31%; tiếp đến là nhóm tốt nghiệp cao đẳng, đại học, chiếm 25,5%; thứ ba là những người tốt nghiệp phổ thông cơ sở (17,8%) và trung học chuyên nghiệp (16,6%). Nhóm học bậc tiểu học hay không biết chữ chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong mẫu, tương ứng là 8,8% và 0,5%. Tình trạng thu nhập của các hộ được khảo sát tại Lâm Đồng là: 14,6% thuộc diện nghèo, 56,9% thuộc diện trung bình, còn lại là khá giả và giàu theo cách tự đánh giá của các hộ gia đình).

Tại Đắk Lắk, cấu trúc mẫu khảo sát cho thấy có 55% số người được hỏi thuộc dân tộc Kinh, 42% thuộc dân tộc bản địa Tây Nguyên và 2% thuộc dân tộc di cư từ các nơi khác đến. Trong mẫu điều tra, có đến 38% người được phỏng vấn đã tốt nghiệp phổ thông cơ sở - chiếm tỷ lệ cao nhất trong mẫu; tiếp đến 34% số hộ trong mẫu phỏng vấn tốt nghiệp phổ thông trung học. Chỉ 3% người được phỏng vấn trong mẫu là tốt nghiệp cao đẳng, đại học và 6% tốt nghiệp trung học chuyên nghiệp. Tình trạng thu nhập của các hộ gia đình được khảo sát tại Đắk Lắk là: 71% gia đình có thu nhập trung bình, 15% hộ gia đình tự đánh giá thuộc hộ nghèo, 14% hộ gia đình thuộc loại khá giả (theo cách tự đánh giá của các hộ gia đình).

Phỏng vấn sâu 150 cán bộ: Đề tài tiến hành phỏng vấn các cán bộ làm việc tại các sở ban ngành của hai tỉnh Đắk Lắk và Lâm Đồng, bao gồm Sở Công thương, Sở khoa học và công nghệ, Sở kế hoạch và đầu tư, một số trường bản ở các buôn làng đề tài đã tiến hành khảo sát bảng hỏi. Nội dung các câu hỏi xoay quanh việc xác định các

lợi thế đặc thù của địa phương (nơi cán bộ sinh sống), mức độ khai thác lợi thế đặc thù và nguyên nhân dẫn đến mức độ đó, các chính sách đã và đang triển khai lợi thế đặc thù của địa phương và những đóng góp ý kiến của các cán bộ địa phương nhằm đề xuất chính sách biện pháp khai thác lợi thế đặc thù của địa phương trong bối cảnh hội nhập AEC và các FTA thế hệ mới.

+ *Mục tiêu của cuộc khảo sát:* 1) Thu thập số liệu, tư liệu chính thức về tình hình phát triển kinh tế, xã hội, cơ cấu kinh tế, ngành kinh tế của địa phương; 2) Thu thập các tư liệu liên quan đến quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và các quy hoạch phát triển các vùng, các lĩnh vực kinh tế đến năm 2020 của địa phương; 3) Thu thập các số liệu, tư liệu khảo sát thực tiễn đến từng hộ dân hộ dân sống trong vùng có thế mạnh đặc thù ở địa phương để tìm hiểu những thuận lợi, khó khăn và rào cản trong việc phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù của các địa phương này. Thông qua thông tin cung cấp trong phiếu khảo sát và nội dung các báo cáo tọa đàm, đoàn khảo sát đã thu thập được nguồn thông tin, hệ thống số liệu phục vụ nghiên cứu của đề tài. Bao gồm: (1) Thu thập các số liệu thực tiễn về thực trạng phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù của vùng Tây Nguyên; (2) Thu thập số liệu thực tiễn về việc thực hiện các cơ chế chính sách giúp vùng Tây Nguyên phát triển các lĩnh vực có thế mạnh đặc thù; (3) Thu thập số liệu về tác động của cơ chế, chính sách đối với các hộ dân sống trong vùng có thế mạnh đặc thù ở Tây Nguyên để tìm hiểu những thuận lợi, khó khăn và rào cản trong việc phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù của các địa phương này. Từ đó xây dựng hệ thống dữ liệu về tình hình phát triển các lĩnh vực thế mạnh đặc thù ở Tây Nguyên phục vụ hội nhập quốc tế; (4) Thu thập số liệu, tư liệu chính thức về tình hình phát triển kinh tế, xã hội, cơ cấu kinh tế, ngành kinh tế của địa phương, các tư liệu liên quan đến quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và các quy hoạch phát triển các vùng, các lĩnh vực kinh tế đến năm 2020 của địa phương.

- Phương pháp thống kê và dự báo: Việc sử dụng phương pháp này là rất cần thiết bởi việc chọn lọc phân tích các biến số cho phép xây dựng được bằng các sơ đồ, bảng biểu, mô hình để phân tích và dự báo, sử dụng các mô hình dự báo để phân tích xu hướng, triển vọng.

- Kỹ thuật xử lý thông tin, tài liệu: Các tài liệu thu thập được trong quá trình nghiên cứu sẽ được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS dành cho nghiên cứu khoa học xã hội, đảm bảo tính chính xác, khách quan, hiệu quả và tiết kiệm. Từ kết quả

điều tra bảng hỏi (1600 phiếu) và phương pháp từ vựng (phỏng vấn 150 cán bộ của hai tỉnh Đắk Lắk và Lâm Đồng). Nhóm nghiên cứu của đề tài sử dụng phần mềm SPSS để phân tích, đánh giá số liệu, chủ yếu theo phương pháp phân tích kết quả tảo suất.

- Khảo sát nước ngoài : Đề tài tiến hành khảo sát thực tế ở Thái Lan để tìm hiểu kinh nghiệm của Thái Lan trong việc phát triển các cụm ngành kinh tế dựa trên lợi thế và thế mạnh đặc thù của địa phương, từ đó tạo hiệu ứng phát triển kinh tế.

Trong các vùng, miền ở Thái Lan, Chiang Mai có nhiều điểm tương đồng với khu vực Tây Nguyên của Việt Nam như: địa hình (vùng cao, sâu, xa, biên giới); Khí hậu (mát mẻ, khô ráo); Văn hóa các sắc tộc thiểu số; Lợi thế đặc thù: (du lịch sinh thái, du lịch sắc tộc - tín ngưỡng; nông nghiệp và chế biến nông sản; công nghệ thông tin); và Hội nhập quốc tế. Trong đó, Đại học Chiang Mai là trường đại học đầu tiên của Thái Lan được thành lập ở ngoài Bangkok, là một trong những trường đại học nghiên cứu hàng đầu ở Thái Lan, đóng góp quan trọng cho quá trình sản xuất các sản phẩm đặc thù của Chiang Mai. Vì vậy, đoàn công tác đã lựa chọn Đại học Chiang Mai (Trung tâm Khoa học xã hội và Phát triển bền vững vùng thuộc khoa Khoa học xã hội) là đối tác làm việc và trao đổi, tìm hiểu kinh nghiệm. Bên cạnh đó, đoàn công tác đã khảo sát thực tế để tìm hiểu một số mô hình cụm liên kết ngành chế biến nông sản, mô hình, điểm du lịch, nông nghiệp công nghệ cao ở Chiang Mai.

6. Kết cấu đề tài

Đề tài gồm 3 chương:

- Chương 1: Cở sở lý luận và kinh nghiệm quốc tế về xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh hội nhập AEC và thực thi các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

Chương 2: Xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù và thực trạng khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên thời gian qua.

Chương 3: Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong bối cảnh Việt Nam tham gia AEC và thực hiện các FTA thế hệ mới: đề xuất giải pháp đến năm 2030.

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ XÁC ĐỊNH CÁC LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP AEC VÀ THỰC THI CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ MỚI

1.1. Cơ sở lý luận xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh gia nhập AEC và thực thi các FTA thế hệ mới

1.1.1. Các khái niệm cơ bản

- Lợi thế so sánh:

Khởi nguồn của việc nghiên cứu lợi thế đặc thù quốc gia (country - specific advantage) là Adam Smith (thế kỷ 18) với thuật ngữ "lợi thế tuyệt đối" dựa trên sự phân công lao động quốc tế. Theo Adam Smith, lợi thế tuyệt đối là lợi thế đạt được trong trao đổi thương mại quốc tế khi mỗi quốc gia tập trung chuyên môn hoá vào sản xuất và trao đổi các sản phẩm có mức chi phí sản xuất thấp hơn hẳn so với các quốc gia khác và thấp hơn chi phí trung bình của quốc tế¹.

Sang thế kỷ 19, David Ricardo đưa ra thuật ngữ "lợi thế so sánh". Theo David Ricardo, mỗi quốc gia nên chuyên môn hoá vào sản xuất và xuất khẩu sản phẩm mà quốc gia đó có lợi thế so sánh và nhập khẩu sản phẩm mà quốc gia đó không có lợi thế so sánh. Lợi thế so sánh là lợi thế của một nước thể hiện ở chỗ nó có thể sản xuất ra một hàng hoá nào đó với chi phí thấp hơn nước khác khi tham gia thương mại quốc tế.

Đầu thế kỷ 20, Heckscher - Ohlin đưa ra lý thuyết lợi thế so sánh các nguồn lực sản xuất vốn có. Lý thuyết này đã kế thừa và phát triển một cách logic các yếu tố khoa học trong lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo và các lý thuyết cổ điển trước đó về thương mại quốc tế. Theo Heckscher – Ohlin, lợi thế so sánh chính là sự ưu đãi về các yếu tố sản xuất. Mỗi nước đều hướng tới chuyên môn hóa các ngành sản xuất cho phép sử dụng nhiều yếu tố sản xuất đối với nước đó là thuận lợi. Sự ưu đãi về các lợi thế tự nhiên của các yếu tố sản xuất (bao gồm vốn, lao động, tài nguyên, đất đai,

¹ Đỗ Đức Bình – Nguyễn Thường Lạng (2008), *Giáo trình kinh tế quốc tế*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân

khí hậu...) đã khiến một số nước có chi phí cơ hội thấp hơn (so với việc sản xuất các sản phẩm hàng hoá khác) trong sản xuất những sản phẩm nhất định².

P.Samuelson đã kế thừa mô hình Hecksher – Ohlin và lập luận rằng, mỗi nước sẽ có lợi nếu nó chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu các hàng hóa mà mình có thể sản xuất với chi phí tương đối thấp (tức là những hàng hóa mà nó tương đối có hiệu quả hơn các nước khác); ngược lại, mỗi nước sẽ có lợi nếu nó nhập khẩu những hàng hóa mà mình sản xuất với chi phí tương đối cao (tức là những hàng hóa mà nó tương đối kém hiệu quả hơn các nước khác).

Balassa (1965) đã đưa ra công thức xác định lợi thế so sánh hiện hữu RCA (Revealed Comparative Advantage). $RCA = tA/tX : WA/W$. Ý nghĩa của công thức cho thấy, nếu tỷ trọng xuất khẩu của nước X đối với sản phẩm A lớn hơn tỷ trọng sản phẩm đó trong tổng xuất khẩu của thế giới, tức là $RCA > 1$ thì nước X được coi là có lợi thế so sánh đối với sản phẩm A. Hệ số này càng lớn chứng tỏ lợi thế so sánh càng cao. Ngược lại $RCA < 1$ thì nước X không có lợi thế so sánh về sản phẩm A. Theo công thức này, Balassa đã phát triển lợi thế so sánh dựa trên cơ sở tính toán thị phần xuất khẩu của một loại (một nhóm) hàng hoá của một quốc gia trong tổng xuất khẩu hàng hoá đó trên thế giới.

Theo quan điểm của Adam Smith, David Ricardo, Hechscher Ohlin, Samuelson và nhiều nhà kinh tế học khác, lợi thế so sánh được tính toán dựa trên các loại thế về chi phí sản xuất, trong đó xác định nguồn gốc của lợi thế so sánh bao gồm năng suất lao động, chi phí các yếu tố sản xuất và lợi thế các nguồn lực sản xuất. Theo khái niệm này, lợi thế so sánh chủ yếu được dựa trên các lợi thế nguồn lực tự nhiên của quốc gia như lao động, tài nguyên, vốn, đất đai, khí hậu, vị trí địa lý... Còn theo quan điểm của Balassa, lợi thế so sánh quốc gia dựa trên lợi thế về thị phần xuất khẩu, ở đó giá xuất khẩu, chất lượng hàng hoá, chính sách ngoại thương của một quốc gia đóng vai trò quyết định.

Theo các quan điểm khác nhau về lợi thế so sánh, có thể cho rằng, lợi thế so sánh quốc gia là dấu hiệu biểu hiện các lợi thế về các yếu tố phát triển của quốc gia này so với một quốc gia khác, thường được xem xét trên các biểu hiện chính là vốn,

² Võ Minh Sang – Đỗ Văn Xê (2016), *Ba quan điểm chính đo lường lợi thế so sánh trong sản xuất, xuất khẩu hàng hoá quốc gia*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 44 (2016): 114-126

lao động, đất đai, tài nguyên, vị trí địa lý, khí hậu, giá xuất khẩu, chất lượng hàng hoá, khả năng cạnh tranh của hàng hoá... để sản xuất và xuất khẩu hàng hoá với chi phí cơ hội thấp hơn so với các quốc gia khác.

- *Lợi thế cạnh tranh:*

Theo Michael Porter, một doanh nghiệp đạt được lợi nhuận vượt mức trên trung bình của ngành, doanh nghiệp đó được coi là có lợi thế cạnh tranh so với đối thủ. Lợi thế cạnh tranh được chia làm hai loại cơ bản: lợi thế chi phí và lợi thế khác biệt. Lợi thế cạnh tranh tồn tại khi một doanh nghiệp có thể mang lại những lợi ích tương tự như các đối thủ của mình nhưng ở mức chi phí thấp hơn (lợi thế chi phí) hoặc mang lại những lợi ích vượt xa các sản phẩm cạnh tranh (lợi thế khác biệt).

Michael Porter cũng đưa ra khái niệm lợi thế cạnh tranh quốc gia. Theo ông, lợi thế cạnh tranh quốc gia được hiểu là những nguồn lực, lợi thế của ngành, quốc gia mà nhờ có chúng các doanh nghiệp kinh doanh trên thương trường quốc tế tạo ra một số ưu thế vượt trội hơn, ưu việt hơn so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp. Nếu như lợi thế so sánh chỉ là những điều kiện đặc thù tạo ra ưu thế của một khía cạnh nào đó của một quốc gia hoặc một ngành kinh doanh của quốc gia đó (như điều kiện tự nhiên, tài nguyên, con người...) thì đây mới chỉ là cơ sở cho một lợi thế cạnh tranh tốt chứ chưa đủ là một lợi thế cạnh tranh đảm bảo cho sự thành công trên thị trường quốc tế. Lợi thế cạnh tranh phải là khả năng cung cấp các giá trị gia tăng cho các đối tượng có liên quan như khách hàng, nhà đầu tư, đối tác kinh doanh, doanh nghiệp. Lợi thế cạnh tranh là sự khác biệt về giá trị quốc gia, văn hoá, cấu trúc kinh tế, thiết chế và lịch sử, tạo nên ưu thế quyết định cho sự thành công trong cạnh tranh³.

Theo đánh giá Năng lực cạnh tranh quốc gia của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), chỉ số cạnh tranh toàn cầu (GCI) của một quốc gia được lượng hóa thành các chỉ tiêu như thể chế, kết cấu hạ tầng, ổn định kinh tế vĩ mô, y tế và giáo dục phổ thông, đào tạo và giáo dục bậc cao, hiệu quả thị trường hàng hóa, hiệu quả thị trường lao động, trình độ phát triển của thị trường tài chính, mức độ sẵn sàng về công nghệ, quy mô thị trường, sự tinh tế của doanh nghiệp và đổi mới.

Từ khái niệm của Michael Porter và các chỉ số cạnh tranh toàn cầu của Diễn

³ Porter, M.E (1990), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, người dịch: Ngọc Toàn, Ngọc Hà, Quế Nga, Thanh Hải, XNB DT Books & NXB trẻ, 2008

đàn Kinh tế thế giới, có thể hiểu lợi thế cạnh tranh là những lợi thế mang tính đặc thù, riêng biệt, khác biệt mang tính vượt trội của một doanh nghiệp hoặc một quốc gia so với các đối thủ cạnh tranh (doanh nghiệp/quốc gia). Nó bao hàm cả các yếu tố của lợi thế so sánh như đất đai, tài nguyên, con người và cũng bao hàm cả các yếu tố cạnh tranh về tri thức, nguồn nhân lực chất lượng cao, thị trường nội địa, thể chế chính trị, kinh tế, văn hoá, xã hội, kết cấu hạ tầng, khoa học công nghệ, thể chế, nội lực doanh nghiệp.

- *Lợi thế đặc thù:*

Rugman là người đầu tiên đưa ra khái niệm "lợi thế đặc thù quốc gia" khi ông cho rằng lợi thế đặc thù quốc gia là lợi thế giành cho các quốc gia có nguồn tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên con người, tài nguyên văn hoá và một số yếu tố khác. Cùng thời điểm đó, một số lý thuyết gia khác như Porter và Dunning cũng đưa ra những khái niệm tương tự. Trong tác phẩm "Lợi thế cạnh tranh quốc gia" xuất bản năm 1990, Porter đã đề xuất mô hình lợi thế cạnh tranh hình kim cương, trong đó có nhấn mạnh đến lợi thế khác biệt của một doanh nghiệp. Theo Porter (1990), lợi thế khác biệt là một nhân tố quan trọng tạo nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp bằng việc tạo ra các sản phẩm và dịch vụ có sự khác biệt mà sản phẩm của đối thủ không có, trong khi khách hàng coi trọng và sẵn sàng trả tiền cao hơn để mua. Sự khác biệt hoá sản phẩm đến từ chất lượng, đổi mới và sự thích nghi của sản phẩm đối với khách hàng. Các dạng khác biệt hoá có thể là công dụng, kiểu dáng, cải tiến và dịch vụ kèm theo. Michael Porter cho rằng doanh nghiệp chỉ nên tập trung phục vụ cho một phân khúc thị trường cụ thể, mà ở đó doanh nghiệp sẽ thực hiện kết hợp lợi thế về chi phí và lợi thế về sự khác biệt⁴.

Từ những lập luận trên đây có thể cho rằng, *lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ là những lợi thế mang tính chất riêng biệt, khác biệt, độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên (tài nguyên tự nhiên và nhân văn) của vùng lãnh thổ đó trong phát triển kinh tế xã hội.* Trong lợi thế đặc thù, có cả những biểu hiện của lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh.

. ⁴ Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage on Nations*, Free Press, New York.

- *Sản phẩm lợi thế đặc thù*: sản phẩm có lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ là những sản phẩm hàng hoá hoặc sản phẩm có khả năng sản xuất và cung ứng có lợi thế mang tính chất riêng biệt, khác biệt, độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên (tài nguyên tự nhiên và nhân văn) của vùng lãnh thổ đó trong phát triển kinh tế xã hội.

Sản phẩm lợi thế đặc thù còn có thể gọi là sản phẩm đặc thù của một vùng lãnh thổ. Nó còn được gọi với tên gọi khác là *sản phẩm chủ lực* bởi sản phẩm chủ lực là sản phẩm mang tính cạnh tranh đặc thù của địa phương hoặc một vùng lãnh thổ mà không nơi nào khác sánh kịp.

- *Lĩnh vực lợi thế đặc thù*

Từ khái niệm lợi thế đặc thù, có thể cho rằng: *Lĩnh vực lợi thế đặc thù đặc thù là ngành kinh tế hoặc nhóm ngành kinh tế phát triển dựa trên những lợi thế mang tính độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên (tự nhiên và nhân văn) của một địa phương hoặc một vùng lãnh thổ với những dịch vụ không chỉ làm thỏa mãn nhu cầu, mong đợi của khách hàng mà còn tạo được ấn tượng bởi tính độc đáo và sáng tạo*. Trong trường hợp sự phân bố tài nguyên và các lợi thế so sánh khác để phát triển sản phẩm đặc thù nằm trên lãnh thổ của một địa phương thì lĩnh vực sản xuất, dịch vụ đó được coi là lĩnh vực có lợi thế đặc thù của địa phương. Tuy nhiên, nếu tính độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện của tài nguyên và các lợi thế so sánh khác để phát triển sản phẩm đặc thù vượt ra khỏi quy mô địa phương, thì lĩnh vực đặc thù đó sẽ được coi là lợi thế đặc thù của vùng, quốc gia, thậm chí là của khu vực.

- *Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù*: Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của một địa phương hoặc một vùng lãnh thổ là việc tiến hành các hoạt động để thu được những lợi ích kinh tế - xã hội từ các sản phẩm và lĩnh vực mang tính chất riêng biệt, khác biệt, độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên (tài nguyên tự nhiên và nhân văn) của vùng lãnh thổ đó nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hội nhập khu vực và quốc tế.

- *Hiệp định thương mại tự do và hiệp định thương mại tự do thế hệ mới*:

Hiệp định thương mại tự do (FTA) là hiệp định hợp tác thương mại được ký kết ít nhất giữa hai nước nhằm cắt giảm các hàng rào thương mại hàng hoá, đồng thời thúc đẩy thương mại hàng hoá, dịch vụ, đầu tư giữa các nước này với nhau. Một đặc

điểm quan trọng là FTA không có biểu thuế quan chung trong quan hệ thương mại với các nước bên ngoài FTA. Các FTA điển hình là AFTA (Hiệp định thương mại tự do ASEAN), NAFTA (Hiệp định thương mại tự do Bắc Mỹ).

Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới là một thuật ngữ mới, được sử dụng để nói về các FTA có phạm vi toàn diện, vượt ra ngoài khuôn khổ của tự do hoá thương mại hàng hoá. FTA thế hệ mới bao gồm nhiều nội dung hợp tác hơn như đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, khuyến khích sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ, hỗ trợ kỹ thuật cho các nước đang phát triển điều chỉnh chính sách theo lộ trình phù hợp. FTA thế hệ mới xử lý sâu sắc hơn các vấn đề quy định trong WTO như thương mại hàng hoá, sức khoẻ động vật và thực vật trong thương mại quốc tế, sở hữu trí tuệ, tự vệ thương mại, quy tắc xuất xứ, minh bạch hoá và chống tham nhũng, giải quyết tranh chấp giữa chính phủ nước tiếp nhận đầu tư và nhà đầu tư nước ngoài. Các FTA thế hệ mới điển hình là FTA Việt Nam – EU (EVFTA), FTA Trung Quốc – ASEAN (CAFTA), Hiệp định Đối tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP)...

Về phân loại FTA và FTA thế hệ mới: Căn cứ theo quy mô FTA, có thể phân loại thành: 1) FTA song phương (BFTA): chỉ có 2 nước, phát triển nhanh về số lượng cũng như chất lượng cam kết; 2) FTA khu vực: có từ 3 thành viên trở lên, thường là những nước gần nhau. Các FTA điển hình như: EC, NAFTA, AFTA...; 3) FTA hỗn hợp: là loại FTA được ký kết giữa FTA khu vực với một nước hoặc một số nước hoặc 1 FTA khu vực khác. Loại FTA này đang phát triển và tăng lên nhanh chóng. Một số FTA lớn như: AFTA Trung Quốc (ACFTA), AFTA- Hàn Quốc, EC - Mexico, EC - Israel.

1.1.2. Một số lý thuyết liên quan đến xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù

1.1.2.1. Lý thuyết lợi thế so sánh

Các nhà kinh tế học theo trường phái chính thống cho rằng, các nước nên sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm mà nước đó có lợi thế so sánh. Adam Smith cho rằng lợi thế tuyệt đối là lợi thế có được trong điều kiện so sánh chi phí nguồn lực để sản xuất ra một loại sản phẩm. Khi một nước sản xuất ra sản phẩm có chi phí cao hơn (do hạn chế nguồn lực) có thể nhập khẩu sản phẩm đó từ nước khác có chi phí sản xuất thấp hơn (có ưu thế về nguồn lực). Lợi thế này được xem xét từ hai phía: đối với nước

sản xuất sản phẩm có chi phí sản xuất thấp hơn sẽ thu được lợi nhuận nhiều hơn khi bán sản phẩm đó ra thị trường quốc tế. Còn đối với nước sản xuất sản phẩm có chi phí cao hơn sẽ nhập khẩu sản phẩm mà nước mình không có khả năng sản xuất hoặc sản xuất không hiệu quả, mà tập trung sang sản xuất các sản phẩm khác có ưu thế về nguồn lực.

David Ricardo khi nghiên cứu lợi thế so sánh tương đối đã cho rằng một nước sẽ đạt được lợi ích kinh tế lớn hơn các nước khác khi nước đó sản xuất ra các hàng hoá có chi phí thấp hơn và có sự dư thừa tài nguyên thiên nhiên nhiều hơn các nước khác. Hay nói cách khác, một nước sẽ chuyên môn hoá vào sản xuất và xuất khẩu những hàng hoá mình đang dư thừa và khai thác với chi phí thấp, nhập khẩu các hàng hoá mà trong nước khan hiếm hoặc chi phí sản xuất cao để tiết kiệm chi phí sản xuất.

Kế thừa lý thuyết của Adam Smith và David Ricardo, các nhà kinh tế học thế hệ sau đã tiếp tục nghiên cứu lợi thế so sánh dựa trên cách tiếp cận khác hơn và mở rộng mô hình nghiên cứu. Hecksher – Ohlin nghiên cứu lợi thế so sánh với mô hình 2 yếu tố sản xuất (lao động và vốn) trong điều kiện chi phí cơ hội tăng. Mô hình của Hecksher – Ohlin còn gọi là mô hình $2 \times 2 \times 2$ (2 quốc gia, 2 sản phẩm, 2 yếu tố sản xuất). Hecksher – Ohlin cho rằng, các vùng chuyên môn hoá sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng tương đối nhiều các yếu tố có sẵn và dồi dào của vùng sẽ có chi phí rẻ hơn so với các vùng khác. Các vùng giàu nguyên liệu thô sẽ chuyên môn hoá sản xuất nguyên liệu thô (sơ chế, nguyên liệu nông lâm thủy sản, khoáng sản); những vùng nhiều lao động sẽ chuyên môn hoá vào các mặt hàng cần nhiều lao động; những vùng nhiều vốn sẽ chuyên môn hoá sản xuất các mặt hàng cần nhiều vốn. Như vậy, theo mô hình này, các nước sẽ sản xuất và xuất khẩu các hàng hoá có yếu tố sản xuất dư thừa, có năng suất lao động tương đối cao hơn hay chi phí cơ hội thấp hơn so với các nước khác.

Tiếp theo Hecksher – Ohlin, các nhà kinh tế học khác đã tiếp tục phân tích lý thuyết lợi thế so sánh và đưa ra các phát hiện mới. Lợi thế so sánh được mở rộng phân tích cho nhiều hàng hoá và nhiều quốc gia. Trong trường hợp có *nhiều hàng hoá* với chi phí không đổi và có hai quốc gia, thì lợi thế so sánh của từng hàng hoá sẽ được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên từ hàng hoá có lợi thế so sánh cao nhất đến hàng hoá có lợi thế so sánh thấp nhất và mỗi nước sẽ tập trung vào sản xuất những mặt hàng có lợi thế

so sánh từ cao nhất đến lợi thế so sánh ở mức cân bằng. Ranh giới mặt hàng nào là có lợi thế so sánh cao ở mức cân bằng sẽ do cung cầu trên thị trường quốc tế quyết định. Trong trường hợp có *nhiều nước* thì có thể gộp chung tất cả các nước khác thành một nước, gọi là phần còn lại của thế giới và những phân tích trên vẫn giữ nguyên tính đúng đắn của nó. Lợi thế so sánh không những áp dụng trong trường hợp thương mại quốc tế mà còn có thể áp dụng cho các vùng lãnh thổ trong một quốc gia một cách tương tự⁵.

Lý thuyết lợi thế so sánh đều chứng minh rằng thương mại và chuyên môn hoá dựa vào nguồn lực (lao động, vốn, tài nguyên) sẽ giúp cho một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ đạt được sự thịnh vượng. Tuy nhiên, các nhà kinh tế học đã đặt ra các giả thiết đang khác xa so với bối cảnh hiện nay, đó là: sự cố định không dịch chuyển của các yếu tố sản xuất giữa các quốc gia, công nghệ đồng nhất, không có lợi thế về quy mô... Những giả thiết này khiến cho việc chuyên môn hoá sản xuất dựa vào nguồn lực không tính được đến nhu cầu bên ngoài đối với sản phẩm đầu ra, giá cả hàng hoá xuất khẩu, mức thu nhập của các vùng còn lại, giá cả của các hàng hoá có thể thay thế, sự cạnh tranh giữa các vùng có lợi thế so sánh tương tự, từ các nhà cung cấp của các vùng khác. Chính sự cạnh tranh xuất hiện từ các sản phẩm của các vùng lãnh thổ khác có lợi thế so sánh tương tự khiến các vùng lãnh thổ phải nâng cao năng lực cạnh tranh bằng nhiều biện pháp khác nhau và lý thuyết lợi thế so sánh chưa thể giải thích đầy đủ.

1.1.2.2. Lý thuyết lợi thế cạnh tranh - Lý thuyết của Michael Porter

Michael Porter là người đã đưa ra môn học về chiến lược cạnh tranh và mô hình phân tích cấu trúc ngành. Theo Porter, sự thịnh vượng của một quốc gia là do tự tạo ra chứ không phải thừa kế. Nó không phát triển từ sự sẵn có tài nguyên thiên nhiên, lao động, lãi suất, giá trị tiền tệ của một quốc gia như các nhà kinh tế học trước đó khẳng định, mà nó phụ thuộc vào khả năng đổi mới, khả năng tiếp cận nguồn vốn và hiệu ứng lan truyền công nghệ của nền kinh tế.

Ở cấp độ doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh phụ thuộc vào 4 yếu tố, bao gồm:

- Điều kiện đầu vào sẵn có: Điều kiện sẵn có của một môi trường kinh doanh

⁵ Trần Thị Lan Hương (2018), *Tài nguyên: lời nguyện hay sự thịnh vượng-Nghiên cứu trường hợp Nam Phi, Nigeria, Ghana và Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.

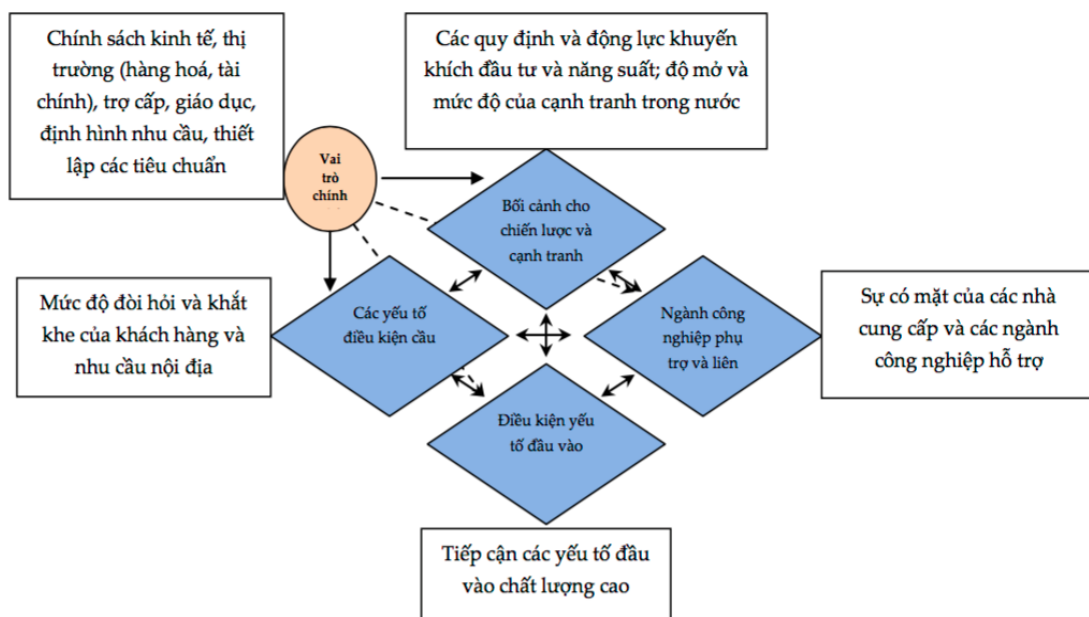
bao gồm tính hiệu quả, chất lượng và sự chuyên môn hóa của các điều kiện sẵn có cho doanh nghiệp. Các điều kiện này sẽ có tác động đến năng lực sáng tạo và năng suất lao động, bao gồm: vốn, con người, tài nguyên thiên nhiên, cơ sở hạ tầng vật chất và hành chính, công nghệ thông tin. Các yếu tố này cần được kết hợp một cách đầy đủ để tạo sơ sở hình thành lợi thế cạnh tranh.

- Chiến lược cơ cấu và sự cạnh tranh của công ty: Các quy định, quy tắc, cơ chế khuyến khích và áp lực chi phối loại hình, mức độ cạnh tranh địa phương tạo ra những ảnh hưởng lớn tới chính sách thúc đẩy năng suất.

- Các điều kiện về nhu cầu: Nhu cầu thị trường ảnh hưởng tới quy mô và tăng trưởng thị trường đồng thời liên quan đến cả tính chất khách hàng. Nhìn chung, môi trường kinh doanh lành mạnh sẽ có mức cầu cao từ các nhóm khách hàng địa phương phức tạp, do đó buộc các doanh nghiệp phải cung cấp hàng hóa và dịch vụ chất lượng cao hơn mới có khả năng thành công.

- Các ngành hỗ trợ và có liên quan: Để có được sự thành công của môi trường kinh doanh vi mô cần có được số lượng lớn nhà cung cấp có năng lực tại địa phương và thay vì từng ngành công nghiệp riêng lẻ cần có các cụm ngành.

Hình 1.1. Mô hình kim cương của Michael Porter



Nguồn: Michael Porter (1990, 1998, 2008).

Ở cấp độ vùng và địa phương, Porter cho rằng năng lực cạnh tranh thuộc vào nhóm nhân tố: 1) chất lượng hạ tầng xã hội và thể chế chính trị, pháp luật, văn hoá giáo dục, xã hội, y tế; 2) các thể chế, chính sách kinh tế.

Nhân tố hạ tầng xã hội đề cao vai trò của giáo dục cơ bản, sức khoẻ người dân, khả năng sáng tạo của người lao động, môi trường sống, sự ổn định xã hội, sự ổn định thể chế, pháp luật, an ninh, hệ thống tư pháp, mức độ tham nhũng. Nhân tố thể chế chính sách kinh tế bao gồm các chính sách vĩ mô, chính sách cơ cấu kinh tế, chính sách tài khoá, tín dụng, đầu tư, thuế... để tạo điều kiện phát huy năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp tăng năng suất và hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Michael Porter cho rằng, lợi thế cạnh tranh quốc gia, địa phương hay vùng lãnh thổ có ảnh hưởng quyết định đến năng lực cạnh tranh của ngành và sản phẩm. Một quốc gia, vùng lãnh thổ có lợi thế cạnh tranh tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh cho các ngành và doanh nghiệp thông qua sản xuất và cung ứng các sản phẩm ưu việt hơn, độc đáo hơn các quốc gia và vùng lãnh thổ khác. Một địa phương, vùng lãnh thổ hay một quốc gia đạt được sự thành công quốc tế trong một ngành nhất định nằm trong 4 thuộc tính cấu thành về năng lực cạnh tranh, nó góp phần hình thành nên môi trường cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy hoặc kìm hãm việc tạo lập lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Từ việc phân tích lý thuyết lợi thế cạnh tranh của Michael Porter, có thể cho rằng lợi thế đặc thù của một địa phương, một vùng lãnh thổ phụ thuộc trước hết vào các yếu tố sẵn có của địa phương (bao gồm tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý, hay quy mô của địa phương). Những nhân tố này không chỉ là số lượng mà còn bao gồm sự phong phú, chất lượng, khả năng sử dụng, chi phí đất đai, điều kiện khí hậu, diện tích và địa thế vùng, nguồn khoáng sản, nguồn nước, các nguồn lợi thủy sản hay ngư trường, v.v. Mặc dù những yếu tố này giữa các địa phương có thể tương đồng hoặc khác biệt, song chúng đều là những đầu vào cần thiết cho việc cạnh tranh của bất kỳ địa phương nào và cho cả các doanh nghiệp hoạt động trong địa phương đó). Tiếp đó là năng lực cạnh tranh ở cấp độ địa phương (bao gồm các nhân tố cấu thành nên môi trường hoạt động của doanh nghiệp, đó là (i) chất lượng của hạ tầng xã hội và các thể chế chính trị, pháp luật, văn hoá, xã hội, giáo dục, y tế; và (ii) các thể chế, chính sách kinh tế như chính sách tài khoá, tín dụng và cơ cấu kinh tế); cuối cùng là năng lực cạnh tranh ở cấp độ doanh nghiệp (gồm những nhân tố tác động trực tiếp tới năng suất của doanh nghiệp, bao gồm chất lượng môi trường kinh doanh và cơ sở hạ tầng kỹ thuật, trình độ phát triển cụm ngành, hoạt động và chiến lược của doanh nghiệp).

- Các lý thuyết, quan điểm khác về lợi thế cạnh tranh, năng lực cạnh tranh:

Hiện nay, có nhiều cách hiểu khác nhau về năng lực cạnh tranh, chẳng hạn như Van Duren, Martin và Wesrtgren⁶. Các tác giả cho rằng năng lực cạnh tranh là khả năng tạo ra và duy trì một cách tốt nhất mức lợi nhuận cao và thị phần lớn trong các thị trường trong và ngoài nước. Hiệu quả của các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh được đánh giá dựa trên mức chi phí thấp, chi phí sản xuất thấp là điều kiện cơ bản của lợi thế cạnh tranh. Còn năng lực cạnh tranh của ngành là khả năng cạnh tranh của toàn ngành của một quốc gia so với các quốc gia khác. Điều này có nghĩa là nếu các yếu tố tạo nên sức cạnh tranh của một ngành cao, thì quốc gia đó sẽ có năng lực cạnh tranh về ngành liên quan cao. Sức cạnh tranh không chỉ thể hiện sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, của ngành mà còn tạo nên sức mạnh cạnh tranh của một quốc gia.

Năng lực cạnh tranh quốc gia được đánh giá theo mô hình của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF), dựa trên cơ sở chỉ số cạnh tranh toàn cầu (GCI) được lượng hóa từ 12 chỉ tiêu, chia thành ba nhóm chỉ tiêu thành phần. Trong đó, nhóm các yếu tố cơ bản có bốn chỉ tiêu là: thể chế, kết cấu hạ tầng, ổn định kinh tế vĩ mô, y tế và giáo dục phổ thông; nhóm các yếu tố cải thiện hiệu quả có 10 chỉ tiêu là: đào tạo và giáo dục bậc cao, hiệu quả thị trường hàng hóa, hiệu quả thị trường lao động, trình độ phát triển của thị trường tài chính, mức độ sẵn sàng về công nghệ, quy mô thị trường; nhóm nhân tố sáng tạo có hai chỉ tiêu là: sự tinh tế của doanh nghiệp và đổi mới. Mỗi chỉ tiêu trên lại bao gồm một số chỉ tiêu chi tiết, tổng số có 111 chỉ tiêu. Các chỉ tiêu chi tiết được tính toán chuyển đổi sang thang đo từ 1-7.

Từ quan điểm lý thuyết của Porter, Van Duren, Martin và Wesrtgren, WEF..., có thể thấy năng lực và lợi thế cạnh tranh của một quốc gia, một vùng lãnh thổ bao gồm:

Đất đai và tài nguyên thiên nhiên: Đối với các nước đang phát triển, tài nguyên thiên nhiên lại là điều kiện cần thiết cho quá trình phát triển. Đặc điểm của tài nguyên thiên nhiên là phân bố không đồng đều. Nhiều nước đang phát triển được thiên nhiên rất ưu đãi khi sở hữu phần lớn những tài nguyên quý hiếm, với trữ lượng lớn. Để phục vụ cho tăng trưởng kinh tế, các nước đang phát triển chú ý nhiều đến các chính sách khai thác, sử dụng các nguồn lực của mình, đặc biệt những nguồn lực sẵn có của quốc gia là tài nguyên và lao động. Trong giai đoạn đầu, việc khai thác và sử dụng tài nguyên đã đóng góp không nhỏ vào tăng trưởng kinh tế của các quốc gia này.

Nguồn tài nguyên nhân lực: Trong điều kiện khoa học - công nghệ phát triển,

⁶ Đào Duy Huân (2015), *Đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch TP Cần Thơ*, Tạp chí phát triển & hội nhập, số 24(34)

kinh tế tri thức được coi là chìa khóa cho sự phát triển thì lao động chất lượng tốt dựa trên hao phí đào tạo hợp lý sẽ là lợi thế để phát triển và ngược lại. Điều đó được thể hiện ở năng suất, sản phẩm cận biên của lao động cũng như sự thích ứng của con người sau khi được đào tạo trước đòi hỏi của kinh tế thị trường. Nguồn nhân lực mà hạt nhân của nó là lao động kỹ thuật là toàn bộ thể lực, trí lực với trình độ chuyên môn, kỹ năng mà con người tích lũy được, có khả năng đem lại thu nhập vượt trội trong tương lai. Theo đó, có ba loại nhân lực chủ yếu quyết định sự phát triển là: người lao động thể lực, chuyên gia lành nghề và những người có ý tưởng sáng tạo.

Các điều kiện cầu: Thị trường nội địa có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc tạo lợi thế cạnh tranh quốc gia, nó giúp các công ty nhận thức, lý giải và phản ứng tốt và nhanh hơn với các nhu cầu của người tiêu dùng, tiên liệu và định hình các nhu cầu trên thị trường thế giới.

Các yếu tố do con người tạo ra: Thể chế chính trị, kinh tế, văn hóa, xã hội, kết cấu hạ tầng, khoa học, công nghệ, cơ chế hoạt động và cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Lý thuyết cụm ngành trong lợi thế cạnh tranh

Cụm ngành (cluster), hiểu một cách đơn giản là sự tập trung về mặt địa lý của các hoạt động sản xuất và thương mại trong một lĩnh vực nhất định hoặc một số lĩnh vực có liên quan chặt chẽ, là một hiện tượng tồn tại từ nhiều thế kỷ. Về phương diện học thuật, quan niệm về cụm ngành lần đầu tiên được Alfred Marshall (1890) sử dụng trong tác phẩm kinh điển của ông nhan đề Các nguyên tắc kinh tế học (Principles of Economics). Trong tác phẩm này, Marshall sử dụng thuật ngữ “khu vực công nghiệp” (industrial district) để mô tả sự tập trung và gần kề về địa lý của các doanh nghiệp trong nội ngành, nhờ đó tạo ra ngoại tác tích cực và lợi thế kinh tế nhờ quy mô cho các doanh nghiệp hoạt động trong khu vực đó. Lợi thế kinh tế xuất hiện khi sự tập trung tạo ra thị trường lao động linh hoạt cho những công nhân có tay nghề và kỹ năng; tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các nhân tố đầu vào và dịch vụ chuyên biệt; và tạo được tác động lan tỏa từ việc phát triển công nghệ và bí quyết.

Theo quan điểm của Marshall, cần có ba điều kiện để hình thành một khu vực công nghiệp, bao gồm: (1) lao động, (2) các doanh nghiệp chuyên môn hóa và (3) khả năng đem tới hiệu ứng lan tỏa (external spill-overs) thông qua hoạt động chuyển giao bí quyết và ý tưởng bên trong khu vực (district). Tiếp theo Marshall, các học giả thuộc nhiều chuyên ngành khác nhau đã thảo luận về tầm quan trọng của sự tích tụ công nghiệp theo khu vực địa lý trong mối quan hệ với những biến chuyển lớn đang diễn ra trên phạm vi toàn cầu và vai trò của sự tích tụ này đối với phát triển kinh tế cũng như cơ cấu kinh tế của các quốc gia, vùng, và địa phương.

Theo Krugman, nguồn gốc hình thành cụm ngành là do lợi thế kinh tế nhờ quy mô hơn là lợi thế so sánh. Theo Michael Porter, cụm ngành là sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp, các nhà cung ứng và các doanh nghiệp có tính liên kết cũng như của các công ty trong các ngành có liên quan và các thể chế hỗ trợ trong một số lĩnh vực đặc thù, vừa cạnh tranh, vừa hợp tác với nhau⁷.

Theo Porter, phạm vi địa lý của cụm ngành có thể là một thành phố, một vùng, một quốc gia hoặc một nhóm quốc gia. Trong cụm ngành, sẽ hình thành các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm cuối cùng, các doanh nghiệp ở thượng nguồn và hạ nguồn, các doanh nghiệp cung ứng chuyên biệt, các đơn vị cung cấp dịch vụ, các ngành liên quan (về sản xuất, công nghệ, quan hệ khách hàng), các thể chế hỗ trợ (tài chính, giáo dục, nghiên cứu, cơ sở hạ tầng...).

Để phát triển cụm ngành, cần phải hội tụ đủ một số các điều kiện cơ bản sau: 1) Có một lượng đủ lớn các công ty (trong nước hoặc nước ngoài) hoạt động trong cụm ngành; 2) Có một số lợi thế đặc thù trong 4 yếu tố của mô hình kim cương của Porter; 3) Lợi thế đặc thù về thời tiết, địa lý, nhân lực, tài nguyên; 4) Có một số doanh nghiệp FDI quan trọng; 5) Có thể mạnh trong các cụm ngành liên quan ở gần vị trí địa lý.

Cụm ngành có vai trò quan trọng trong việc tạo ra các lợi thế cạnh tranh của một địa phương bởi nó thúc đẩy năng suất và hiệu quả, thúc đẩy đổi mới, mở rộng hoạt động thương mại và tăng cường thu hút các doanh nghiệp mới tham gia. Các cụm ngành có vai trò quan trọng trong việc nâng cấp công nghiệp và phát triển kinh tế của các địa phương, các quốc gia và vùng lãnh thổ. Thực tiễn trên thế giới cho thấy, việc phát triển cụm ngành và liên kết các cụm ngành sẽ tạo điều kiện giúp tăng cường năng lực cạnh tranh, nâng cao trình độ công nghệ trong nước, phát triển và chuyển đổi cơ cấu kinh tế địa phương, giải quyết các vấn đề kinh tế - xã hội khác của địa phương. Phân loại theo tính chất ngành, cụm ngành trên thế giới có thể phân thành 3 loại: cụm ngành công nghệ khoa học kỹ thuật cao; cụm ngành công nghiệp thông thường; cụm ngành công nghiệp truyền thống. Phân loại theo mô hình tổ chức, cụm ngành có 4 loại: cụm ngành liên kết (tập hợp nhiều doanh nghiệp trong nước, có thể liên hệ trao đổi, hợp tác với nhau theo nhu cầu); cụm ngành trục bánh xe và nan hoa (bị chi phối bởi một số doanh nghiệp lớn đóng vai trò bánh xe và các nhà cung cấp hoặc các doanh nghiệp liên quan với quy mô nhỏ hơn ở cung quanh có vai trò là các nan hoa); cụm ngành vệ tinh (tập hợp các doanh nghiệp chi nhánh có liên kết tổ chức bên ngoài, hay còn gọi là doanh nghiệp vệ tinh cho các doanh nghiệp mẹ ở nước ngoài); cụm

⁷ Vũ Thành Tự Anh (2015), *Khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương*, Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright về phát triển vùng và địa phương.

ngành chính phủ chủ đạo (lấy khu vực nhà nước làm trung tâm, thường hoạt động phi lợi nhuận, ví dụ các viện nghiên cứu, các trường đại học, căn cứ quân sự...).

1.1.2.3. Lợi thế đặc thù trong hội nhập quốc tế

Các lý thuyết về lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh đặt ra một vấn đề: lợi thế đặc thù khác biệt gì so với lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh? Quy luật lợi thế so sánh là quy luật cơ bản của thương mại quốc tế, mang tính khách quan, ổn định và lâu dài. Các giao dịch mang bản chất thương mại diễn ra trên phạm vi quốc tế tuân theo quy luật này. Đây không phải là quy luật cung - cầu, cạnh tranh hay lưu thông tiền tệ... với tư cách là quy luật kinh tế kinh tế nói chung mà nó là quy luật phát huy tác dụng trong các giao dịch thương mại quốc tế. Ở phạm vi khái quát nhất, các quy luật kinh tế chỉ ra đòi hỏi trên cơ sở những tiền đề nhất định. Khi có sự trao đổi quốc tế diễn ra là có sự vận hành của quy luật này. Quy luật lợi thế so sánh được vận dụng để xác định những mặt hàng được đưa ra trao đổi và các khoản lợi ích thu được từ trao đổi quốc tế trên cơ sở chênh lệch về hao phí lao động tương đối sử dụng trong sản xuất các mặt hàng. Mặt hàng nào có hiệu quả tương đối cao hơn sẽ có lợi thế so sánh về mặt hàng. Trong trường hợp một quốc gia bất lợi thế tuyệt đối về tất cả các mặt hàng, quốc gia đó vẫn có thể tham gia vào thương mại quốc tế và thu được lợi ích nếu chọn mặt hàng có lợi thế so sánh. Điều này làm cho lợi thế so sánh trở thành một học thuyết có tính nền tảng trong thương mại quốc tế và đã trở thành quy luật cơ bản của trao đổi quốc tế. Các quốc gia dù ở trình độ phát triển nào nếu tham gia vào thương mại quốc tế theo quy luật lợi thế so sánh đều thu được lợi ích.

Lợi thế so sánh bao gồm lợi thế so sánh tự nhiên và tự tạo. Lợi thế so sánh tự nhiên có từ các nguồn lực sẵn có như đất đai, tài nguyên, khoáng sản, lao động và nguồn vốn. Các cơ hội thị trường mở ra cũng có khả năng tạo ra những lợi thế mới. Lợi thế so sánh tự tạo được hình thành từ chính sách đầu tư của chính phủ và doanh nghiệp thông qua chiến lược, cơ cấu và mức độ cạnh tranh nội bộ ngành. Tuy nhiên, lý thuyết lợi thế so sánh cũng gặp phải những hạn chế như không giải thích được mô hình trao đổi của các nền kinh tế giống nhau. Việc xem xét các yếu tố cấu thành nên lợi thế so sánh ở dạng đơn giản là lao động và vốn nói chung mà chưa chỉ ra cụ thể cơ cấu của lao động và nguồn vốn như lao động phải có tay nghề cao, hàm lượng tri thức lớn đặc biệt là đội ngũ chuyên gia và các doanh nhân giỏi. Nguồn vốn đầu tư và công nghệ phải đạt trình độ cao, các loại dịch vụ sản xuất phải đạt trình độ đẳng cấp quốc tế như dịch vụ ngân hàng, tài chính... Cơ sở hạ tầng của sản xuất và thương mại cần đạt đến trình độ cao về giao thông vận tải, viễn thông, thương mại điện tử... để phù hợp với những yêu cầu đặt ra của các giao dịch thương mại quốc tế... Nhiều hiện

tượng mới xuất hiện trong thương mại quốc tế như thương mại dịch vụ, thương mại điện tử, marketing... cần được đưa thành các trường hợp nghiên cứu có tính chất mở rộng của lý thuyết lợi thế so sánh.

Lợi thế cạnh tranh sở hữu một số giá trị mang tính đặc thù, có thể sử dụng được để “nắm bắt cơ hội”, để kinh doanh có lãi. Khi nói đến lợi thế cạnh tranh, là nói đến lợi thế mà một doanh nghiệp, một quốc gia đang có và có thể có, so với các đối thủ cạnh tranh của họ. Lợi thế cạnh tranh là một khái niệm vừa có tính vi mô (cho doanh nghiệp), vừa có tính vĩ mô (ở cấp quốc gia). Lợi thế cạnh tranh có hai cách tiếp cận khác nhau đó là lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh. Lợi thế so sánh chỉ ra một quốc gia có lợi thế so sánh đối với những ngành sử dụng nhiều yếu tố sản xuất mà quốc gia đó dồi dào. Trong khi đó, lợi thế cạnh tranh nhấn mạnh đến cạnh tranh toàn cầu liên quan đến chiến lược phát triển của doanh nghiệp và của ngành, bao gồm không chỉ mậu dịch mà còn cả đầu tư nước ngoài. Các doanh nghiệp cạnh tranh trên các thị trường được phân khúc với những sản phẩm khác nhau và được quyết định bởi sự đổi mới về công nghệ. Trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của quốc gia, chính phủ đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra môi trường kinh doanh tốt nhằm giúp cho thị trường hoạt động hiệu quả, hơn là can thiệp vào doanh nghiệp một cách trực tiếp.

Lợi thế đặc thù được dựa trên sự khác biệt của một quốc gia, một vùng lãnh thổ trong khai thác lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh và cũng tuân theo các quy luật vốn có của nó. Rugman (1988) cho rằng các công ty xuyên quốc gia khi mở rộng hoạt động kinh doanh của mình ra thị trường quốc tế cần phải dựa trên lợi thế đặc thù quốc gia và lợi thế đặc thù của doanh nghiệp. Lợi thế đặc thù quốc gia (country specific advantages - CSA) là các lợi thế mang tính khác biệt, độc đáo về tài nguyên, vốn nhân lực, công nghệ, thể chế, mức cầu, lực lượng lao động, văn hoá và một số yếu tố khác. Lợi thế đặc thù doanh nghiệp (firm specific advantages - FSA) là các thế mạnh cạnh tranh của doanh nghiệp về sản phẩm hoặc công nghệ chế biến, năng lực quản lý hoặc năng lực thị trường, kỹ năng phân phối, bí quyết sản xuất...⁸. Lợi thế đặc thù quốc gia và lợi thế đặc thù doanh nghiệp tạo nên năng lực cạnh tranh bởi sức mạnh cạnh tranh của một quốc gia, một doanh nghiệp liên quan đến các chiến lược nhằm hạn thấp chi phí sản xuất hoặc tạo ra sự khác biệt hoá sản phẩm trên thị trường. Theo Rugman, mô hình của Michael Porter (1980, 1985) liên quan chặt chẽ đến lý thuyết nội vi hoá doanh nghiệp với trọng tâm là lợi thế đặc thù quốc gia và lợi thế đặc thù doanh nghiệp bởi Porter đã đưa ra các rào cản đối với năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp

⁸ Rugman, Alan M; Verbeke, Alain (1988), *Strategic responses to free trade*, Hitotsubashi Journal of commerce and management, 23(1): 69-79.

bao gồm: quy mô kinh tế, sự khác biệt về sản phẩm, nhu cầu vốn, chi phí chuyển đổi, các kênh phân phối, chính sách của chính phủ...

Rugman đã nghiên cứu chiến lược của các công ty đa quốc gia thông qua ma trận lợi thế đặc thù, trong đó trục ngang biểu hiện lợi thế đặc thù doanh nghiệp (FSA) và trục dọc biểu hiện lợi thế đặc thù quốc gia (CSA). Trục CSA chia thành lợi thế đặc thù về tài nguyên và lợi thế đặc thù về công nghệ cao. Hướng tới đỉnh của trục dọc CSA, lợi thế cạnh tranh của một quốc gia về tài nguyên là tối quan trọng, các yếu tố nguồn lực đầu vào được coi là lợi thế so sánh của một quốc gia. Hướng tới đáy trục dọc CSA, vai trò của công nghệ cao ngày càng tăng, lợi thế cạnh tranh của một quốc gia dựa vào các sản phẩm công nghệ cao. Những thay đổi trong chính sách thương mại có thể làm ảnh hưởng đến các lợi thế đặc thù về công nghệ cao. Tuy nhiên, khi lợi thế đặc thù về tài nguyên chiếm ưu thế, những thay đổi trong chính sách thương mại có thể không gây ra những tác động tiêu cực đối với sức mạnh cạnh tranh của các công ty xuyên quốc gia.

Trục ngang của hình biểu hiện đặc điểm cấu trúc doanh nghiệp. Trục này di chuyển theo chiều ngang, từ lợi thế đặc thù sản xuất sang lợi thế đặc thù marketing. Lợi thế đặc thù sản xuất phản ánh sự giảm thiểu chi phí sản xuất và giá cả. Lợi thế đặc thù marketing dựa vào kỹ năng quản lý vi mô trong tổ chức nguồn nhân lực, khách hàng, hệ thống phân phối.

Hình 1.2. Ma trận lợi thế cạnh tranh

		Lợi thế đặc thù doanh nghiệp – FSA	
		FSA sản xuất MẠNH	FSA marketing YẾU
Lợi thế đặc thù quốc gia – CSA	CSA tài nguyên MẠNH	1	3
	CSA công nghệ cao YẾU	2	4

Nguồn: Rugman, Alan M; Verbeke, Alain (1988), Strategic responses to free trade, Hitotsubashi Journal of commerce and management, 23(1): 69-79.

Trong ma trận lợi thế cạnh tranh, Rugman và Alain (1988) đã phân tích hành vi đầu tư của các công ty xuyên quốc gia khi tham gia thương mại toàn cầu. Theo ma trận này, bất kỳ công ty nào cũng sở hữu các điểm mạnh và điểm yếu nhất định. Một CSA hoặc FSA “mạnh” được xác định ở đây bao gồm các yếu tố lợi thế đặc thù có thể đảm bảo khả năng cạnh tranh so với các đối thủ nước ngoài. Một CSA hoặc FSA “yếu” được các định bao gồm các yếu tố không đủ để doanh nghiệp đó cạnh tranh ra thị trường quốc tế. Bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng có thể ở vị trí các góc phần tư trong hình trên; trong đó góc phần tư 1 đảm bảo khả năng cạnh tranh quốc tế mạnh của các doanh nghiệp khi CSA và FSA cùng mạnh, ở góc này các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh quốc tế tốt; góc phần tư 2 xảy ra đối với các doanh nghiệp có CSA yếu và FSA mạnh, ở góc này các doanh nghiệp có thể cạnh tranh đối với các đối thủ toàn cầu; góc phần tư 3 xảy ra đối với các doanh nghiệp có CSA mạnh và FSA yếu, ở góc này các doanh nghiệp có thể được đảm bảo một vị trí cạnh tranh; và góc phần tư 4 xảy ra đối với các doanh nghiệp có CSA và FSA đều yếu, và ở góc này các doanh nghiệp khó có khả năng cạnh tranh với các đối thủ của mình.

Dựa trên ma trận cạnh tranh của các doanh nghiệp, Rugman và Alain cho rằng thương mại quốc tế sẽ tác động đến hành vi đầu tư của các doanh nghiệp. Chủ nghĩa khu vực được coi là giải pháp tốt ưu để các doanh nghiệp thực hiện quá trình quốc tế hoá hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Các doanh nghiệp dựa trên CSA và FSA để tối đa hoá lợi ích của mình trong các vùng địa lý khác nhau. Các vùng địa lý đó có thể cung cấp các CSA, bao gồm tài nguyên thiên nhiên, vốn nhân lực, công nghệ, thể chế, mức cầu, đặc thù văn hoá... Một doanh nghiệp khi tham gia thị trường quốc tế đều muốn khai thác các lợi thế nội bộ doanh nghiệp (FSA) (ví dụ như sở hữu một sản phẩm, một quy trình sản xuất...) đều có động cơ mạnh để sử dụng các lợi thế FSA của mình hơn là phổ biến ra bên ngoài, và các doanh nghiệp này càng tìm được nhiều lợi ích hơn khi sử dụng FSA của họ để phát triển sản xuất ở nước ngoài. Hoạt động của các công ty xuyên quốc gia trên thị trường quốc tế là kết quả của sự tương tác giữa CSAs và FSA⁹. Đây cũng là một lý giải mang tính chất đầy đủ và nhiều tham

⁹ Sneideriene Agne (2013), *Social issue in multinational corporations activities including the regional dimenson*, Social Research, No 1(30), 87-95, ISSN 1392-3110

vọng nhất về đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đã được Dunning, Rugman và nhiều lý thuyết gia khác lý giải trong các học thuyết kinh tế của mình.

1.1.3. Đặc trưng cơ bản của các lĩnh vực lợi thế đặc thù

Thứ nhất, các lĩnh vực lợi thế đặc thù mang tính động, có thể thay đổi theo không gian và thời gian.

Thực tế cho thấy lợi thế đặc thù không phải là yếu tố bền vững và mãi mãi kể cả đối với lợi thế đặc thù của sản phẩm hay lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ, một quốc gia. Qua thời gian, lợi thế đặc thù sẽ mất đi hoặc biến đổi theo chiều hướng khác. Tài nguyên thiên nhiên có thể mất đi hoặc có thể không còn nguyên giá trị, các giá trị văn hóa có thể bị phai mờ theo thời gian do không bảo tồn tốt hoặc do tác động từ môi trường bên ngoài, nguồn nhân lực có thể được đào tạo dần dần có chất lượng cao hơn để thích nghi với sự thay đổi của cách mạng khoa học công nghệ, cơ sở hạ tầng xuống cấp hoặc cũng có thể được đầu tư phát triển tốt hơn, thể chế có thể thay đổi theo chiều hướng tốt lên hoặc xấu đi...

Lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ, một quốc gia chủ yếu phản ánh qua hai khía cạnh: sự sẵn có nguồn lực và nhân tố thể chế.

Lợi thế đặc thù về sự sẵn có nguồn lực: Các nguồn lực sẵn có của một vùng lãnh thổ hoặc một quốc gia bao gồm vị trí địa lý, các nguồn tài nguyên thiên nhiên, nguồn lực kinh tế xã hội. Lợi thế này không chỉ là số lượng, mà còn bao gồm sự phong phú, chất lượng, khả năng sử dụng, chi phí đất đai, điều kiện khí hậu, diện tích và địa thế vùng, nguồn khoáng sản, nguồn nước, nguồn lợi thủy sản, cơ sở hạ tầng... Các vùng lãnh thổ, quốc gia có những lợi thế đặc thù riêng, nhưng đây đều là những yếu tố đầu vào cần thiết cho sản xuất và tạo ra năng lực cạnh tranh cho bất kỳ vùng nào cũng như cho các doanh nghiệp đang hoạt động tại vùng đó.

Lợi thế đặc thù về thể chế: bao gồm các lợi thế về văn hoá địa phương, đặc điểm thị trường và khách hàng, chính sách của chính phủ, hệ thống hỗ trợ dịch vụ... vùng lãnh thổ hoặc quốc gia có môi trường thể chế phát triển, vùng hoặc quốc gia đó có khả năng tạo dựng năng lực cạnh tranh tốt hơn. Nhân tố thể chế cũng ảnh hưởng đến hành vi của doanh nghiệp, tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đó. Các vùng lãnh thổ, quốc gia có những lợi thế đặc thù riêng về thể chế, và các lợi thế này không trực tiếp tạo ra năng suất, nhưng chúng lại có vai trò rất quan trọng

trong việc thúc đẩy gia tăng năng suất của doanh nghiệp cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của vùng.

Bảng 1.1. Biểu hiện của vùng lãnh thổ, quốc gia có lợi thế đặc thù

STT	Nguồn gốc phát xuất	Biểu hiện của lợi thế đặc thù
1	Vị trí địa lý	Vị trí địa kinh tế-chính trị thuận lợi đặc biệt
2	Tài nguyên	Tài nguyên phong phú, có lợi thế so sánh và có sự khác biệt với các vùng miền, quốc gia khác
3	Con người và tiềm năng trí tuệ	Nhân lực đông, giá nhân công rẻ, hoặc nguồn nhân lực có năng lực sáng tạo nổi trội hơn, khác biệt hơn
4	Công nghệ	Sở hữu những bí quyết công nghệ hiện đại, hoặc truyền thống, mang tính chất khác biệt, nổi trội
5	Kết cấu hạ tầng kỹ thuật	Khả năng đáp ứng phát triển tốt hơn
6	Văn hoá	Sở hữu các giá trị văn hoá độc đáo, khác biệt
7	Đội ngũ doanh nghiệp	Nổi trội trong bí quyết sản xuất hoặc trong công đoạn sản xuất, khác biệt trong quản lý nhân lực, khách hàng, hệ thống phân phối
8	Chính quyền và quản trị	Phát triển nổi trội hơn, khác biệt hơn về quản lý, luật pháp, chính sách kinh tế

Nguồn: Nhóm tác giả đề tài tự tổng hợp

Trên thực tế, lợi thế đặc thù không phải là yếu tố bền vững. Lợi thế đặc thù về nguồn lực sẵn có của một vùng lãnh thổ, quốc gia có thể đóng góp cho sự thịnh vượng của vùng, quốc gia đó trong một số thời kỳ với các điều kiện nhất định, nhưng nếu chỉ dựa vào lợi thế trời cho này, thì sự thịnh vượng cũng chỉ có giới hạn. Sachs và Warner (1995)¹⁰ cho rằng có mối quan hệ nghịch biến giữa xuất khẩu tài nguyên và tăng trưởng kinh tế bởi nghiên cứu định lượng về một loạt các quốc gia châu Phi giai đoạn 1965 - 1990 cho thấy các nước giàu có về các nguồn lực tài nguyên đều có tăng trưởng kinh tế thấp. Các lợi thế đặc thù về nguồn lực sẵn có của một vùng lãnh thổ, quốc gia thường dễ dẫn các quốc gia đó vào tình trạng tham nhũng, đặc lợi, đặc quyền và gây tác hại đến tăng trưởng kinh tế (Mehlum và cộng sự, 2006)¹¹. Các nhà kinh tế gọi đây là nghịch lý “lời nguyền tài nguyên” nếu các quốc gia, địa phương chỉ biết tận

¹⁰ Tracy Igberaese (2013), *The effect of oil dependence on Nigeria's economic growth*, International Institute of social studies, The Hague, Netherlands, December.

¹¹ Mehlum, H., K. Moene and R.Torvik (2006), *Institutions and the resource curse*, The Economic Journal, Vo 116, No 508, p.1-20

dụng không giới hạn các lợi thế đặc thù về tài nguyên. Các biểu hiện của “lời nguyền tài nguyên” theo các nhà kinh tế học là: tác động bất lợi đến tăng trưởng kinh tế, giáo dục, làm bất ổn kinh tế vĩ mô, giảm tiết kiệm và đầu tư, phát triển cơ cấu kinh tế mất cân đối, cản trở chất lượng thể chế, môi trường... (Ramez Badeeb và cộng sự, 2016)¹². Theo Porter (2008), khi nguồn nguyên liệu được cung cấp một cách phong phú và giá rẻ, hay lao động dư thừa, thì các doanh nghiệp có khuynh hướng ỷ lại thái quá vào các lợi thế này và khai thác chúng một cách kém hiệu quả¹³.

Lợi thế đặc thù về thể chế cũng có sự thay đổi theo thời gian. Mặc dù các nhà kinh tế học thể chế cho rằng chất lượng thể chế mới là nhân tố quyết định sự phát triển của một quốc gia, người thắng cuộc hay người thua cuộc trong thực hiện tăng trưởng và phát triển kinh tế đều phụ thuộc vào chất lượng thể chế Mehlum và cộng sự (2006). Tuy nhiên, qua thời gian và qua quá trình khai thác đưa vào sản xuất của con người, các lợi thế đặc thù về nguồn lực đầu vào và thể chế sẽ mất đi hoặc có thể biến đổi theo chiều hướng khác. Tài nguyên thiên nhiên có thể mất đi, các giá trị văn hóa có thể bị phai mờ theo thời gian, nguồn nhân lực có thể được đào tạo dần dần có chất lượng cao hơn, cơ sở hạ tầng xuống cấp hoặc cũng có thể được đầu tư phát triển tốt hơn... tất cả những yếu tố đó làm cho lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ, quốc gia sẽ chỉ có giá trị trong một giai đoạn phát triển nhất định, sau đó phải thay đổi để thích ứng với bối cảnh phát triển mới.

Thứ hai, các doanh nghiệp địa phương bị ảnh hưởng bởi hai nhân tố: lợi thế đặc thù của vùng lãnh thổ, lợi thế đặc thù về sản phẩm

Để đánh giá năng lực cạnh tranh của một địa phương, các nhà hoạch định thường ưu tiên lựa chọn địa điểm, khu vực của địa phương có lợi thế nhất, từ đó ưu tiên xác lập các ngành có năng lực cạnh tranh. Lựa chọn cụm ngành ở các khu vực đã chọn là một giải pháp hữu hiệu bởi nó giúp cho địa phương khai thác những lợi thế có sẵn, từ đó có chiến lược xây dựng cơ sở hạ tầng, giáo dục và đào tạo lao động, xây dựng các tiêu chuẩn phát triển các ngành công nghiệp chọn lọc và các tiêu chuẩn về môi trường, xúc tiến xuất khẩu và thu hút đầu tư trong và ngoài nước. Lợi thế đặc thù

¹² Ramez Badeeb, Hooi Lean, Jeremy Clack (2016), *The evolution of the natural resource curve thesis: a critical literature survey*, Working Paper, No5, University of Canterbury, New Zealand.

¹³ Porter (2008), *On competition*, Boston: Harvard Business School press.

về cụm ngành trong một vùng lãnh thổ ảnh hưởng đến quá trình phát triển nguồn lực và năng lực nội bộ của doanh nghiệp. Các cụm ngành giúp các doanh nghiệp liên kết chặt chẽ với nhau hơn bởi dòng hàng hoá và dịch vụ. Việc tham gia vào cụm ngành giúp doanh nghiệp có cơ hội tăng năng suất, có khả năng tiếp cận các yếu tố đầu vào, thông tin, công nghệ, nguồn nhân lực và nhà cung cấp một cách dễ dàng hơn, có được sự hỗ trợ tốt hơn từ chính phủ, các trường đại học, các viện nghiên cứu, các tổ chức cung cấp dịch vụ công. Cụm ngành cũng giúp các doanh nghiệp thúc đẩy đổi mới và sáng tạo, hình thành các doanh nghiệp mới trong ngành có lợi thế đặc thù hoặc các ngành liên quan.

Lợi thế đặc thù về sản phẩm được coi là những lợi thế mang tính chất khác biệt, độc đáo, hoặc duy nhất về chất lượng, giá cả, thương hiệu, nhãn hiệu, quy trình sản xuất... của một hoặc nhiều sản phẩm của một địa phương. Lợi thế đặc thù về sản phẩm giúp các nhà hoạch định chính sách và các doanh nghiệp địa phương xác định được các sản phẩm chủ lực của địa phương và các sản phẩm chủ lực này thể hiện lợi thế đặc thù của vùng, của quốc gia mà không nơi nào khác có thể sánh kịp. Người bỏ tiền mua sản phẩm đó là do những giá trị đặc trưng mà họ thấy được trong sản phẩm, đồng thời đối thủ cạnh tranh khó bắt chước vì thiếu những điều kiện mang tính lợi thế đặc thù của vùng lãnh thổ hoặc quốc gia. Ngoài ra, nhiều sản phẩm chủ lực còn là biểu tượng văn hoá của địa phương, vùng lãnh thổ hoặc quốc gia, góp phần tạo nên thương hiệu của địa phương, vùng lãnh thổ hoặc quốc gia đó trên trường quốc tế. Lợi thế đặc thù về sản phẩm ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua mạng lưới thị trường, hệ thống phân phối sản phẩm của doanh nghiệp, các cơ hội và thách thức do thị trường sản phẩm đặc thù mang lại. Xác định rõ lợi thế đặc thù của vùng lãnh thổ và lợi thế đặc thù về sản phẩm giúp mỗi địa phương, doanh nghiệp rút ngắn thời gian phát triển, sử dụng hiệu quả các nguồn lực và đảm bảo quá trình phát triển bền vững.

Thứ ba, khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trải qua nhiều giai đoạn phát triển khác nhau, bị chi phối bởi các yếu tố khác nhau.

Theo Ohno, các quốc gia thường trải qua 5 giai đoạn phát triển kinh tế. Giai đoạn số không: nền kinh tế độc canh, tự cung tự cấp, chủ yếu dựa vào nông nghiệp và

phụ thuộc vào viện trợ nước ngoài. Giai đoạn 1: nền kinh tế sản xuất giản đơn dưới sự hướng dẫn của nước ngoài. Trong giai đoạn này, nền kinh tế bắt đầu có tích lũy do thu hút nhiều FDI và thúc đẩy xuất khẩu; Giai đoạn 2: nền kinh tế phát triển cao hơn, bắt đầu dựa vào đầu tư nước ngoài và có năng lực hấp thụ công nghệ nước ngoài, có các ngành công nghiệp phụ trợ phát triển; Giai đoạn 3 là các nền kinh tế đã phát triển đến trình độ sáng tạo, nắm vững các công nghệ và kỹ năng quản lý, có thể sản xuất sản phẩm công nghệ cao; Giai đoạn 4 là các nền kinh tế đã đạt đến trình độ phát minh và sáng tạo, có đủ năng lực đổi mới và làm chủ công nghệ hiện đại¹⁴.

Giai đoạn 1 của nền kinh tế chính là giai đoạn phát triển dựa vào nguồn lực, lợi thế đặc thù được quyết định bởi điều kiện các yếu tố sản xuất cơ bản như giá nhân công rẻ và khả năng tiếp cận các nguồn lực tự nhiên, vị trí địa lý. Trong giai đoạn này các doanh nghiệp tập trung vào các ngành công nghiệp khai thác nguồn lực có sẵn, và các ngành công nghiệp chế biến thâm dụng lao động, chứ chưa tạo ra các mất xích giá trị với các doanh nghiệp của các quốc gia khác nên nền kinh tế rất nhạy cảm đối với chu kỳ kinh doanh thế giới, sự dao động trong giá hàng hoá và tỷ giá hối đoái. Công nghệ trong giai đoạn này chủ yếu được lan truyền thông qua nhập khẩu và FDI. Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong giai đoạn này chủ yếu là giá, dường như các nhà sản xuất chưa có khả năng tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng.

Trong giai đoạn 2, nền kinh tế phát triển dựa vào đầu tư nhưng có năng lực hấp thụ công nghệ tốt hơn, đã phát triển được hệ thống công nghiệp phụ trợ, lĩnh vực lợi thế đặc thù được quyết định thông qua việc cải thiện hiệu quả trong sản xuất đối với những sản phẩm tiêu chuẩn. Công nghệ của quốc gia vẫn còn phụ thuộc bên ngoài và được chuyển giao thông qua mua bằng phát minh, FDI và khả năng cải thiện công nghệ nước ngoài cho phù hợp với điều kiện của quốc gia. Trong giai đoạn này, quốc gia có sự đầu tư rất lớn trong cơ sở hạ tầng (cảng, bưu chính viễn thông, đường sá...) cùng với sự đổi mới định chế liên quan đến thủ tục thuế quan, luật thuế, luật doanh nghiệp, luật cạnh tranh v.v... nhằm để cải thiện môi trường kinh doanh và tạo cơ hội cho các doanh nghiệp hoà nhập vào thị trường thế giới cũng như thu hút đầu tư. Lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ, quốc gia không dừng lại ở lợi thế tĩnh, mà đã phải

¹⁴ Kenichi Ohno (2010), *National graduate institute for policy studies*, Tokyo, 26/2

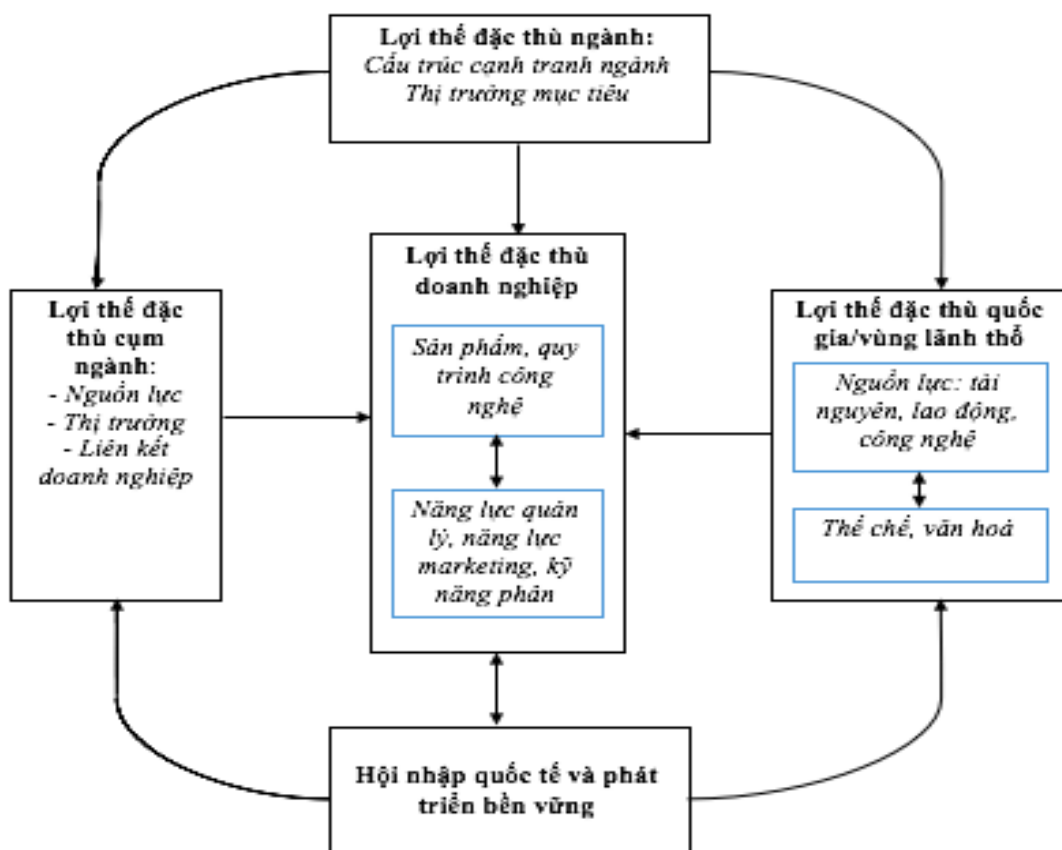
chuyển sang lợi thế động, có nghĩa là hàm lượng khoa học công nghệ trong sản phẩm đặc thù được chú trọng. Nền kinh tế tập trung vào một số ngành công nghiệp chế biến, chế tạo các sản phẩm có lợi thế đặc thù.

Trong giai đoạn 3 và 4, lợi thế đặc thù của một quốc gia, một vùng lãnh thổ có sự thay đổi mạnh mẽ. Trong giai đoạn này, các sản phẩm đặc thù phải hàm chứa những tiến bộ công nghệ, thương hiệu sản phẩm được khẳng định, các cụm ngành công nghiệp được chuyên môn hoá sâu, thiết kế sản phẩm mang tính độc đáo, sản phẩm chất lượng cao, có khả năng thách thức và cạnh tranh trên toàn cầu. Các lợi thế đặc thù tĩnh như lao động rẻ, tài nguyên thiên nhiên sẽ bị thay thế và không còn có giá trị như ở các giai đoạn phát triển ban đầu.

1.1.4. Khung phân tích, mô hình và tiêu chí xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù

** Khung phân tích của đề tài*

Hình 1.3. Khung phân tích về lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ



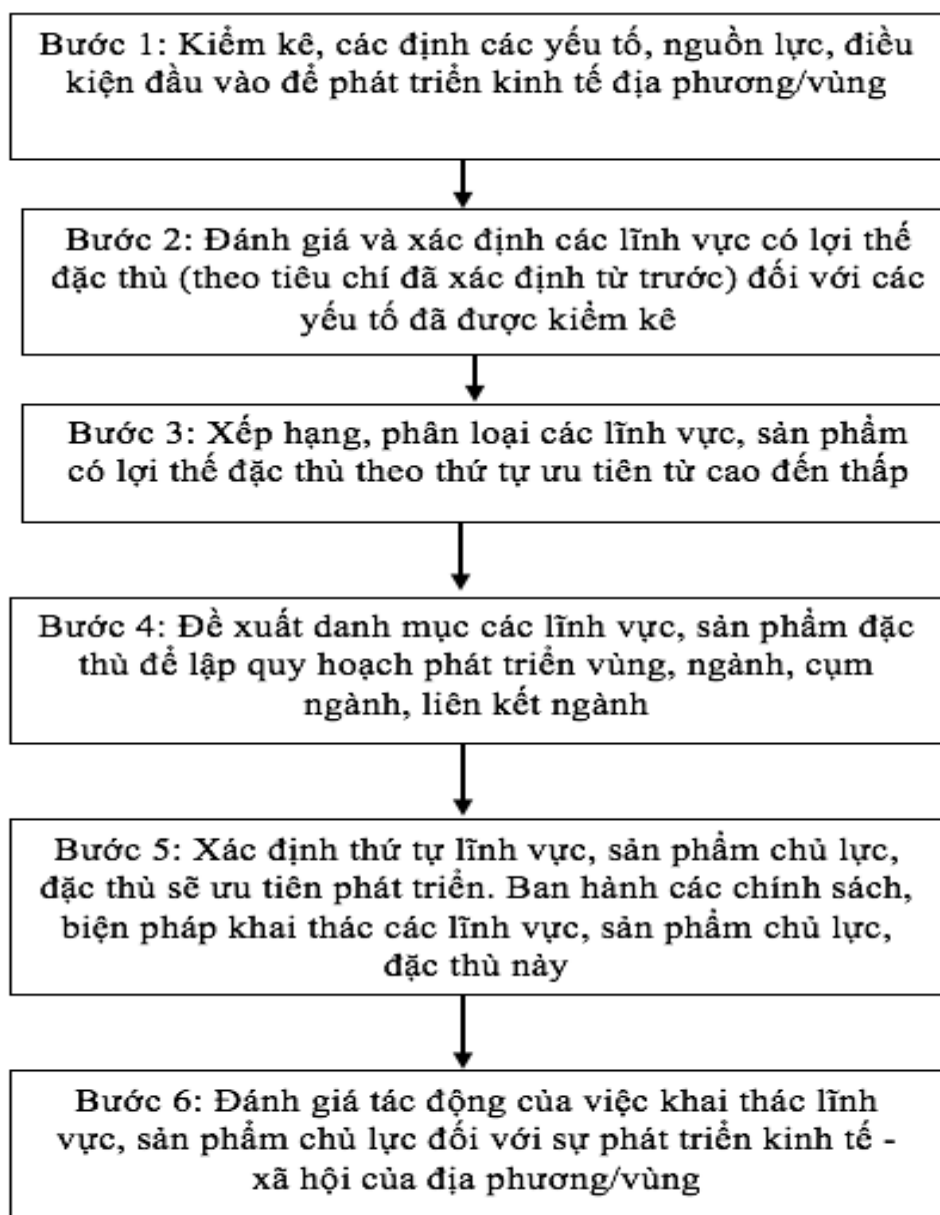
Nguồn: Nhóm tác giả đề tài tự tổng hợp

*** Mô hình tổng quát xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ:**

Dựa vào khung phân tích về lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ, có thể đưa ra mô hình tổng quát xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ như sau:

Hình 1.4. Mô hình tổng quát xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù

Mô hình tổng quát để xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù của một vùng lãnh thổ



Nguồn: Nhóm tác giả đề tài tự tổng hợp

*** Tiêu chí xác định các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của một địa phương:**

1) Nhóm tiêu chí định lượng

- Tỷ trọng của sản phẩm đặc thù so với sản phẩm của toàn vùng:

Là tỷ lệ so sánh giữa giá trị sản lượng của sản phẩm đặc thù của một địa

phương với tổng giá trị sản lượng của vùng được tạo ra trong một thời kỳ xác định. Tiêu chí này phản ánh mức độ tập trung lao động xã hội của sản phẩm tại một vùng, miền hay địa phương được thể hiện thông qua giá trị sản lượng, giá trị gia tăng....(Lindqvist et al, 2003; Karlsson, năm 2008; Solvell et al, 2009). Tiêu chí này còn phản ánh tầm quan trọng của sản phẩm đặc thù thông qua sự đóng góp giá trị của nó vào thành tích chung của cả vùng, miền, địa phương.

Tỷ trọng này được tính theo công thức :

$$\text{Tỷ trọng của sản phẩm đặc thù} = \frac{\text{giá trị sản lượng sản phẩm đặc thù}}{\text{tổng giá trị sản lượng của các sản phẩm trong vùng}}$$

- Tốc độ tăng trưởng của sản phẩm đặc thù trong vùng:

Tiêu chí này cho biết mức độ tăng trưởng về sản lượng, giá trị sản lượng hoặc giá trị gia tăng của sản phẩm chủ lực. Nó phản ánh khả năng và triển vọng phát triển của hàng hóa chủ lực trong tương lai. Tốc độ tăng trưởng của sản phẩm có thể nhận được từ số báo cáo hàng năm của địa phương. Nếu tốc độ tăng trưởng trung bình càng cao chứng tỏ sản phẩm chủ lực của vùng, miền hay địa phương đang xét càng có khả năng và triển vọng tăng trưởng tốt, ổn định và bền vững.

- Hệ số vượt trội của sản phẩm:

Tiêu chí này phản ánh khả năng vượt trội của các sản phẩm đặc thù đối với toàn ngành/vùng. Nếu hệ số này càng cao chứng tỏ sản phẩm đặc thù đang giữ vai trò quyết định trong việc hình thành mức tăng trưởng chung cho toàn ngành.

Công thức xác định hệ số vượt trội có dạng :

$$\text{Hệ số vượt trội của sản phẩm} = \frac{\text{tốc độ phát triển của sản phẩm đặc thù}}{\text{tốc độ phát triển chung của toàn ngành/vùng}}$$

- Tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm đặc thù so với toàn vùng:

Là tỷ lệ so sánh giữa giá trị xuất khẩu của sản phẩm đặc thù với tổng giá trị xuất khẩu của toàn vùng. Tiêu chí này phản ánh tầm quan trọng của sản phẩm đặc thù trong lĩnh vực xuất khẩu thông qua mức đóng góp của nó trong tổng giá trị xuất khẩu của toàn vùng cũng như khả năng đóng góp ngoại tệ cho địa phương thông qua sự đóng góp giá trị xuất khẩu của nó vào thành tích chung của cả vùng, miền, địa phương.

Tỷ trọng này được tính theo công thức :

Tỷ trọng xuất khẩu sản phẩm chủ lực = Giá trị xuất khẩu sản phẩm chủ lực chia cho (/) Tổng giá trị xuất khẩu của toàn vùng.

Nếu tỷ trọng này càng cao chứng tỏ tính chủ lực của sản phẩm đang xét càng mạnh vì nó ảnh hưởng lớn đến thành tích xuất khẩu chung của toàn vùng.

- Việc làm được tạo ra trong các lĩnh vực có lợi thế đặc thù:

Là tỷ lệ so sánh giữa việc làm được tạo ra trong các lĩnh vực có lợi thế đặc thù so với tổng việc làm của toàn vùng. Tiêu chí này phản ánh tầm quan trọng của các lĩnh vực có lợi thế đặc thù trong vấn đề giải quyết công ăn việc làm và nâng cao thu nhập đời sống người lao động tại vùng/địa phương.

Tỷ trọng này được tính theo công thức :

Tỷ trọng việc làm trong các lĩnh vực lợi thế đặc thù = Số lượng việc làm trong các lĩnh vực lợi thế đặc thù chia cho (/) Tổng việc làm trong toàn vùng

2) Nhóm tiêu chí định tính

Nhóm tiêu chí định tính là nhóm tiêu chí dễ dàng thu thập thông tin qua phương pháp định tính như phỏng vấn, khảo sát, khó được lượng hoá. Nhóm này chủ yếu bao gồm các tiêu chí sau:

- Quy mô thị trường đối với các sản phẩm của lĩnh vực có lợi thế đặc thù
- Khai thác lợi thế đặc thù có hiệu quả dựa trên phân công lao động vùng
- Quy hoạch phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù trong vùng
- Chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng các sản phẩm đặc thù của vùng
- Công nghiệp phụ trợ, phát triển cụm ngành trong vùng để khai thác lợi thế đặc thù
- Khai thác lợi thế đặc thù đi đôi với bảo vệ tài nguyên và môi trường
- Phối hợp quản lý, khai thác các lợi thế đặc thù giữa các địa phương, tỉnh thành trong vùng
- Các vấn đề liên quan đến nguồn nước, lao động, di dân, khai thác đất đai trong phát triển lợi thế đặc thù
- Áp dụng công nghệ và thu hút đầu tư khai thác các lợi thế đặc thù
- Vai trò của các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế - xã hội địa phương
- Các chính sách ưu đãi của nhà nước về sử dụng đất đai, tín dụng, thuế và các

ưu đãi khác trong khai thác lợi thế đặc thù.

1.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc xác định và khai thác các lợi thế đặc thù

- Nhân tố chủ quan:

Thứ nhất, nhận thức về các lợi thế đặc thù của địa phương, vùng lãnh thổ

Nhận thức đúng đắn về lợi thế đặc thù trong từng giai đoạn phát triển kinh tế là điều kiện tiên quyết và có ảnh hưởng lớn đến việc xác định và khai thác các lợi thế đặc thù của địa phương. Mỗi địa phương cần nhận thức cụ thể, rõ ràng, theo cả tiêu chí định lượng và định tính về các lợi thế của địa phương mình để xác định các lợi thế, từ đó có những kế hoạch, chương trình, quy hoạch cụ thể cho các lĩnh vực có lợi thế đặc thù. Mỗi nguồn lực, mỗi lợi thế chỉ phát huy tác dụng khi nó được kết hợp hài hoà, có sự hỗ trợ, tương tác của các nguồn lực khác trong xã hội. Ví dụ, các lợi thế đặc thù về tự nhiên vẫn chỉ là điều kiện, tiềm năng nếu như không có các nguồn lực về tài chính, con người tương ứng để hấp thụ và phát huy tiềm năng của nó. Các lợi thế đặc thù tự nhiên của các quốc gia đang phát triển có xu hướng bị khai thác quá mức, tài nguyên bị lạm dụng, khai thác kiệt quệ, gây ô nhiễm môi trường..., một phần là do các quốc gia này không thể chỉ rõ vùng/địa phương/quốc gia đó có những lợi thế gì, ở mức độ nào, tồn tại trong điều kiện nào, cần ưu tiên khai thác lợi thế nào trước, lợi thế nào sau, và khai thác bằng cách nào cho hiệu quả nhất. Một khi lợi thế đặc thù không được xác định rõ, thì việc khai thác các lợi thế đó không đem lại những kết quả mong muốn. Hơn nữa, việc khai thác các lợi thế đặc thù (thể hiện trong mục tiêu, nhiệm vụ phát triển và các hoạt động cần triển khai) cũng cần có những điều kiện, phải đáp ứng những yêu cầu và có những nguồn lực nhất định. Yêu cầu và chủ trương khai thác tất cả các lợi thế vừa không hợp lý, vừa không hợp lệ và nhận thức này có thể dẫn tới những sai sót trong việc lựa chọn và triển khai các kế hoạch hành động.

Thứ hai, chính sách kinh tế

Chính sách kinh tế, cụ thể là các chính sách phát triển sản phẩm chủ lực, chính sách cơ cấu kinh tế, chính sách ưu đãi xuất khẩu đầu tư, chính sách tài chính, tín dụng, chính sách thuế quan, chính sách tỷ giá hối đoái, chính sách khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia khai thác lợi thế đặc thù... luôn có tác động mạnh mẽ tới

việc khai thác các lợi thế đặc thù ở từng địa phương bởi mỗi lợi thế tuy có thể có thể được khai thác một cách tức thời, ngắn hạn (đặc biệt là khi có những cơ hội ngắn hạn) nhưng thường chỉ hình thành và được củng cố, phát triển trong một thời gian dài. Hơn nữa, để khai thác được lợi thế đặc thù, các địa phương/vùng đều cần có nguồn lực, điều kiện mà việc chuẩn bị hoặc tạo ra chúng cần có thời gian, thậm chí trong một khoảng thời gian khá dài.

Thứ ba, sự phát triển kết cấu hạ tầng kỹ thuật

Sự đảm bảo và sẵn có của hệ thống cơ sở hạ tầng sẽ giúp địa phương/vùng lãnh thổ khai thác hiệu quả hơn các lợi thế đặc thù, và ngược lại. Cơ sở hạ tầng giao thông đóng vai trò vô cùng quan trọng, quyết định sự hình thành, phát triển và nâng cao hiệu quả các liên kết vùng/địa phương. Hạ tầng giao thông đặt cơ sở, định hướng và thúc đẩy liên kết vùng, hình thành những thị trường của vùng và kết nối hiệu quả với thị trường quốc gia và quốc tế, hình thành những dịch vụ, ngành hàng hiệu quả của vùng, với các chủ thể kinh tế có sự liên kết, hợp tác chặt chẽ, phát huy tối đa lợi thế so sánh và hạn chế những bất lợi của vùng theo cơ chế thị trường.

Thứ tư, công tác quy hoạch, kế hoạch

Quy hoạch là công cụ rất quan trọng, nó định hướng dài hạn và đảm bảo sự đồng bộ trong phát triển dài hạn. Xây dựng quy hoạch và thực hiện tốt quy hoạch sẽ khắc phục được tình trạng lộn xộn, tự phát, tùy tiện, chắp vá, lãng phí trong quá trình phát triển do phải khắc phục hậu quả và làm đi làm lại nhiều lần. Quy hoạch lại là cơ sở để xây dựng kế hoạch, do vậy cần phải xây dựng quy hoạch có tính khả thi và chất lượng cao, đảm bảo khả năng pháp triển dài hạn trong tương lai.

Bản chất của khai thác lợi thế đặc thù của một địa phương/vùng là được thực hiện gắn liền với quá trình tăng cường tích tụ, tập trung sản xuất theo lãnh thổ. Do vậy quy hoạch các khu vực công nghiệp, các ngành có lợi thế đặc thù là một bộ phận trong hệ thống các qui hoạch ngành và lĩnh vực trên vùng lãnh thổ. Thực chất của việc xây dựng qui hoạch phát triển và khai thác các lợi thế đặc thù đó là luận chứng phát triển và tổ chức lãnh thổ sản xuất công nghiệp. Quy hoạch phát triển và khai thác các lợi thế đặc thù phải tính đến các quan hệ liên ngành và liên vùng theo tinh thần phát triển sản xuất hàng hóa, mở rộng giao lưu trao đổi hàng hóa giữa các

vùng và các ngành kinh tế. Quy hoạch phải đánh giá đúng các nguồn lực và lợi thế của vùng; xác định có luận cứ khoa học định hướng phát triển các ngành có thế mạnh trên vùng lãnh thổ gắn với nhu cầu thị trường, khai thác có hiệu quả và lợi thế của vùng lãnh thổ. Quy hoạch cần được kịp thời điều chỉnh phù hợp với sự thay đổi của các điều kiện phát triển...

- Nhân tố khách quan:

Một là, cách mạng khoa học công nghệ trên thế giới

Cách mạng khoa học công nghệ trên thế giới trực tiếp tác động làm nâng cao năng suất lao động, giảm chi phí và giá thành sản xuất, tăng tỷ lệ chất xám trong cấu thành sản phẩm, có khả năng tạo mẫu mã đa dạng, phong phú... Trong thời đại cách mạng khoa học công nghệ 4.0 đang phát triển nhanh và mạnh, với sự xuất hiện của nhiều ngành khoa học công nghệ mới, các vật liệu mới, công nghệ số... khiến cho chu kỳ sống của sản phẩm bị rút ngắn rất nhanh, hơn nữa nó khiến cho sự khác biệt về sản phẩm, về ngành/lĩnh vực của mỗi địa phương, vùng lãnh thổ hoặc quốc gia ngày càng bị “san phẳng”. Nhận thức được vấn đề này sẽ giúp các quốc gia hiểu được rằng lợi thế đặc thù tĩnh, các sản phẩm nguồn lực tự nhiên có tính cạnh tranh cao trước kia sẽ không còn là sự khác biệt, ưu ái, vượt trội cho quốc gia nào đó khi hội nhập kinh tế quốc tế. Xu hướng này đang thách thức các quan niệm về lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh, lợi thế đặc thù, buộc các quốc gia phải thay đổi rất nhanh chóng chiến lược khai thác các lĩnh vực lợi thế đặt thù để tăng hàm lượng tri thức, công nghệ lên các sản phẩm có lợi thế đặc thù tự nhiên.

Hai là, việc phát triển các hiệp định thương mại tự do, đặc biệt là các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

FTA có nhiều tác động đến các nước tham gia trong các lĩnh vực: 1) Gia tăng thương mại: FTA Dỡ bỏ hàng rào thuế và phi thuế giảm chi phí giảm giá hàng hoá, giảm lạm phát, tăng GDP; 2) Gia tăng cạnh tranh: sẽ mang lại những lợi ích: Các doanh nghiệp cắt giảm chi phí và tăng doanh số có lợi cho người tiêu dùng. Thị trường được mở rộng. Người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn hơn. Nâng cao chất lượng doanh nghiệp. Cải cách hệ thống pháp luật; 3) Tác động đến đầu tư và cơ cấu kinh tế: Tăng cơ hội đầu tư và mở rộng thị trường của doanh nghiệp. Nâng cao năng

lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước. Tạo môi liên kết nội khối và thu lợi nhuận. Nhiều mặt hàng sẽ không còn được bảo hộ Dịch chuyên cơ cấu sản xuất và xuất khẩu phù hợp hơn. Hoàn thiện cơ cấu nền kinh tế; 4) Tác động đến quá trình cải cách thể chế: Hiệu ứng cam kết cải cách làm tăng niềm tin của các nhà đầu tư nước ngoài đối với các nước đối tác...; 5) Tác động đến hội nhập kinh tế quốc tế: FTA sẽ giúp thúc đẩy nền kinh tế phát triển và hội nhập sâu rộng hơn vào nền kinh tế toàn cầu; học hỏi, chuyển giao tri thức, công nghệ và thông tin; FTA không đơn thuần xuất phát từ những mục tiêu kinh tế, mà còn từ những động cơ, kỳ vọng về chính trị và an ninh; góp phần thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa, đa phương hóa diễn ra thuận lợi và nhanh chóng hơn

Các FTA, đặc biệt là FTA thế hệ mới có những ảnh hưởng tích cực và tiêu cực đến việc khai thác các lợi thế đặc thù của các quốc gia đang phát triển, khiến các quốc gia này khai thác tốt hơn các lợi thế đặc thù do những điều kiện thương mại ưu đãi, nhưng cũng khiến cho khả năng cạnh tranh giữa các sản phẩm cùng loại giữa các quốc gia ngày càng trở nên gay gắt hơn, đặc biệt là theo tiêu chí đảm bảo sở hữu trí tuệ, môi trường, phát triển bền vững.

Ba là, toàn cầu hoá kinh tế

Lợi thế so sánh, lợi thế đặc thù luôn biến đổi phụ thuộc vào trình độ phát triển của mỗi nước. Nước nào có nền kinh tế càng kém phát triển thì lợi thế so sánh càng suy giảm. Đa số các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam chỉ có lợi thế so sánh bậc thấp như lao động rẻ, tài nguyên, thị trường.... Đó là một thách thức lớn đối với các nước đang phát triển. Nhưng toàn cầu hoá, khu vực hoá cũng mang lại cho các nước đang phát triển những cơ hội lớn mới, nếu biết vận dụng sáng tạo để thực hiện được mô hình phát triển rút ngắn. Chẳng hạn, bằng lợi thế vốn có về tài nguyên, lao động, thị trường, các ngành công nghiệp nhẹ, du lịch, dịch vụ.... các nước có thể tham gia vào tầng thấp và trung bình của sự chuyên dịch cơ cấu kinh tế toàn cầu với cơ cấu kinh tế có các ngành sử dụng nhiều lao động, nhiều nguyên liệu, cần ít vốn đầu tư, công nghệ trung bình tiên tiến tạo ra những hàng hoá - dịch vụ không thể thiếu trong cơ cấu hàng hoá - dịch vụ trên thị trường thế giới. Để làm được việc đó các nước đang phát triển có cơ hội tiếp nhận được các dòng vốn quốc tế, các dòng kỹ thuật - công nghệ mới và kỹ năng quản lý hiện đại. Nhưng cơ hội đặt ra như nhau đối với các nước

đang phát triển, song nước nào biết tận dụng nắm bắt được chúng thì phát triển. Điều đó phụ thuộc vào nhân tố chủ quan, vào nội lực của mỗi nước.

1.2. Kinh nghiệm quốc tế trong xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù phục vụ phát triển kinh tế của một số địa phương trong khu vực Châu Á và bài học cho Tây Nguyên

1.2.1. Xác định và khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở vùng Đông Bắc Thái Lan

** Xác định các lợi thế đặc thù ở vùng Đông Bắc Thái Lan*

Miền Đông Bắc Thái Lan có những điểm tương đồng về lợi thế đặc thù so với vùng Tây Nguyên của Việt Nam ở một số khía cạnh sau:

- Lợi thế về vị trí địa chính trị: Đông Bắc Thái Lan là một vùng có vị trí địa chính trị quan trọng bởi vùng này nằm trên cao nguyên Khorat, tiếp giáp sông Mekong ở phía Đông và phía Bắc, bên kia dòng sông Mekong là nước Lào; tiếp giáp Campuchia ở phía Nam. Dãy núi Pechabun ngăn cách vùng Đông Bắc với khu vực miền Bắc và miền Trung của Thái Lan. Đây được coi là một vùng núi và cao nguyên nằm sát biên giới của Thái Lan, nằm trong khu vực hợp tác tiểu vùng sông Mekong (GMS) và tam giác phát triển Việt nam – Lào – Campuchia, là nơi có hành lang kinh tế Đông – Tây chạy qua với các trục đường giao thông quan trọng nối từ Đà Nẵng (Việt Nam) sang Lào, Thái Lan và Myanmar. Tuyến giao thông huyết mạch này sẽ cắt qua vùng Đông Bắc Thái Lan, với trung tâm thương mại là Khon Ken và vùng này trong tương lai sẽ là cửa ngõ của ASEAN tới Trung Quốc qua đường bộ, đường sắt nối với nước Lào.

Vùng Đông Bắc Thái Lan có vị trí chiến lược về an ninh, quốc phòng, chính trị, xã hội, tôn giáo và phát triển kinh tế bởi đây là vùng biên giới phía Đông Bắc, có nhiều người dân tộc thiểu số sinh sống, trong đó chủ yếu là các dân tộc thiểu số người bản địa, người gốc Lào, gốc Khmer, người H'mong, người Dao... Ngôn ngữ chủ yếu là tiếng Isan và tiếng Lào, ngoài ra còn có khoảng 14-15 ngôn ngữ dân tộc khác. Lịch sử hình thành vùng Đông Bắc khiến vùng này trở thành một nơi có vị trí địa chính trị quan trọng bởi từ thế kỷ XIII vùng này đã bị vương quốc Lan Xang của Lào thống trị. Từ thế kỷ XVII, khu vực này đã chứng kiến một cuộc di cư lớn từ Lào sang Thái Lan và sau Hiệp ước Pháp - Xiêm năm 1893 vùng Đông Bắc Thái Lan đã trở thành vùng cao nguyên xứ Đông Dương thuộc Pháp. Mặc dù chính sách đồng hoá dân tộc đã

được chính phủ Thái Lan tập trung thực hiện sau chiến tranh thế giới thứ hai, nhưng khu vực này vẫn tiềm ẩn những vấn đề phân biệt sắc tộc giữa người dân tộc thiểu số bản địa với người gốc Lào và gốc Khmer. Để giải quyết vấn đề này, chính phủ Thái Lan đã công bố tiếng Isan (có nguồn gốc từ tiếng Phạn Isana) là tiếng nói chủ yếu của vùng Đông Bắc nhằm củng cố bản sắc dân tộc của khu vực này. Chính vì vậy, vùng Đông Bắc Thái Lan còn có tên gọi khác là vùng Isan.

- Lợi thế đặc thù về thời tiết, khí hậu: vùng Đông Bắc có khí hậu nhiệt đới gió mùa mang đặc trưng của một vùng cao nguyên, nhiệt độ trung bình từ 19-30 độ C. Cao nguyên này có hai đồng bằng lớn: đồng bằng ở phía nam Khorat có hai con sông Mun và Chi chảy qua, và đồng bằng phía Bắc Sakhon Nakhon có 2 con sông Loie và Songkhram chảy qua. Hai đồng bằng này được ngăn cách bởi núi Phu Phan. Khí hậu mát mẻ, với các điều kiện sinh thái khác nhau, tạo nên sự đa dạng về địa hình và điều kiện tự nhiên của vùng đất này.

- Lợi thế đặc thù về tài nguyên thiên nhiên: vùng Đông Bắc Thái Lan có 4 con sông chảy qua, chiếm tới 15% diện tích bề mặt của vùng¹⁵. Các con sông này đều chảy trên núi, tạo ra hai vùng đồng bằng trên cao nguyên rộng lớn, là điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các sản phẩm nông nghiệp đặc thù của vùng cao nguyên như gạo, ngô, sắn, cao su, mía, cây trái (cam, sầu riêng, măng cầu, chuối, vải thiều, táo, me ngọt, nhãn...). Ngoài ra, vùng Đông Bắc còn có một số tài nguyên khoáng sản như thiếc và một số loại quặng.

- Lợi thế đặc thù về di sản văn hoá, thắng cảnh: Hình thành từ thời đại đồ đồng, vùng Đông Bắc Thái Lan có sự đa dạng và phong phú về di sản văn hoá, thắng cảnh. Toàn vùng Đông Bắc có 20 tỉnh, chia thành 5 khu vực miền núi cao có điều kiện khí hậu và văn hoá riêng biệt, bao gồm: vùng Pechabun, Dong Phrayayen, Sankamphaeng, Phanom Dongrak, Phu Phan. Đây cũng là vùng có nguồn tài nguyên gỗ và động thực vật phong phú, có nhiều công viên quốc gia lớn như Phu Rua, Phu Kradueng, Khao Yai. Vùng này có 7 tỉnh nằm trên núi cao, bao gồm tỉnh Loei, Nongbua Lamphu, Udon Thani, Khan Kaen, Chaiyaphum, Nakhon Ratchasima và Sakon Nakhon. Đây là vùng mang đậm đà bản sắc văn hoá dân tộc bản địa, được thể hiện trong ẩm thực, trang phục, kiến trúc đền thờ, lễ hội và nghệ thuật, điển hình là

¹⁵ Sukanlaya Choenkwan, Jefferson Metz, A.Terry Rambo (2014), *Agriculture in the mountain of Northeastern Thailand: Current situation and prospects for development*, Mountain research and development, 34(2), 95-106

các ngôi chùa, đền thờ mang kiến trúc Lào – Thái, các lễ hội nổi tiếng như lễ hội tên lửa Bun Bungfai, lễ hội nèn, lễ hội vòng voi, lễ hội tơ lụa...; các sản phẩm thủ công nổi tiếng của địa phương như trang phục truyền thống Isan, lụa Thái; các kiến trúc cổ của người bản địa; các hoạt động văn hoá dân gian như âm nhạc bản địa Mor Lam, ngôn ngữ cổ Isan, thư viện cổ mang kiến trúc Isan, phong tục hỏi vợ của các dân tộc thiểu số...

*** Chính sách khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế - xã hội ở vùng Đông Bắc Thái Lan**

- Chính sách phát triển các cụm ngành:

Tận dụng các lợi thế đặc thù của từng vùng, Thái Lan đã thành công trong chính sách phát triển cụm ngành, trong đó phải kể đến các cụm ngành trong ngành công nghiệp chế tạo ô tô và linh kiện, các cụm ngành điện, điện tử, các cụm ngành hoá chất và hoá dầu, các cụm ngành công nghệ số, các cụm ngành y tế, các cụm ngành dệt may, các cụm ngành chế biến nông sản. Các cụm ngành này được hưởng nhiều ưu đãi, trong đó có những ưu đãi về thuế như: Miễn thuế thu nhập doanh nghiệp từ 3 đến 8 năm và giảm 50% trong 5 năm; Miễn thuế nhập khẩu máy móc; Xem xét cấp thường trú cho chuyên gia hàng đầu; Cho phép người nước ngoài sở hữu đất để thực hiện các hoạt động xúc tiến đầu tư và thương mại...

Ở vùng Đông Bắc Thái Lan, chính phủ Thái tập trung phát triển 3 cụm ngành chủ yếu là: cụm ngành chế biến nông sản, cụm ngành dệt may và cụm ngành điện tử, trong đó cụm ngành chế biến nông sản được coi là đóng vai trò chủ đạo trong phát triển kinh tế của khu vực này. Có thể chia thành hai nhóm cụm ngành chế biến nông sản ở phía Đông Bắc Thái Lan bao gồm:

+ Cụm phía Bắc: Chiang Mai, Chiang Rai, Lampang và Lamphun. Các nguyên liệu sẵn có là rau, trái cây và các sản phẩm thảo dược.

+ Cụm phía Đông Bắc: Khon Kaen, Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum và Buriram. Nguyên liệu thô sẵn có là gạo, gia súc, sản, mía và ngô.

Các cụm ở khu vực Đông Bắc hoạt động theo các ưu đãi đặc biệt của chính phủ Thái Lan, có các chức năng như: Cải tiến giống cây trồng và vật nuôi; Chiết xuất tự nhiên, sản phẩm từ chiết xuất tự nhiên; Chế biến từ nguyên liệu thô tự nhiên; Thực phẩm y tế hoặc thực phẩm chức năng; Phân loại, đóng gói và lưu trữ cây cối, rau, hoa quả bằng công nghệ cao; Trung tâm Thương mại Nông sản...

- Phát triển nông nghiệp hữu cơ

Đất đai ở vùng Đông Bắc Thái Lan rất thích hợp cho các loại cây trồng của vùng cao nguyên. Cơ cấu nông nghiệp ở vùng đông bắc là như sau: lương thực chiếm 88% diện tích trồng trọt (gồm gạo ứót, gạo nương, đậu nành, sắn, ngô), cây công nghiệp dài ngày (cao su, bạch đàn, gỗ tếch) và cây ăn quả (me ngọt, xoài, măng cầu, chuối, cam, vải thiều) chiếm 11% diện tích trồng trọt; còn lại là diện tích trồng các cây đặc sản, rau, hoa (chiếm 1%). Do cơ cấu đất trồng mang tính đặc thù của vùng miền núi: chất lượng đất thấp, lượng mưa thất thường và theo mùa, khan hiếm nước về mặt, sườn núi dốc, khan hiếm đất, tình trạng mất an ninh về đất vẫn thường xuyên xảy ra do tranh chấp đất đai và do điều kiện khí hậu, đất pha lẫn với đá, khả năng giữ nước thấp, tốc độ xói mòn đất cao, mùa khô kéo dài..., cho nên giải pháp phát triển nông nghiệp hữu cơ được chính phủ Thái Lan lựa chọn để khai thác các lợi thế đặc thù về nông nghiệp nơi đây. Nông nghiệp hữu cơ có tác dụng phá vỡ các vòng luẩn quẩn về vốn sản xuất, nước tưới tiêu, sâu bệnh, sở hữu đất đai quy mô nhỏ... ở vùng Đông Bắc Thái Lan bởi canh tác nông nghiệp hữu cơ phải sử dụng các quy trình sản xuất nông nghiệp tự nhiên để đảm bảo và tăng độ màu mỡ cho đất, hạn chế sâu bệnh, nông dân không phải thực hiện các quy mô đầu tư canh tác giống nhau vào mỗi mùa trồng trọt, đồng thời đảm bảo cho các hộ nông dân sản xuất nhỏ gìn giữ được các tập quán canh tác nông nghiệp truyền thống.

Chính sách phát triển nông nghiệp hữu cơ được áp dụng chủ yếu đối với diện tích trồng lúa ở vùng Đông Bắc Thái Lan. Để thực hiện chính sách này, nông dân sẽ được hỗ trợ từ mua giống, kỹ thuật gieo trồng cho đến tiếp thị đầu ra để giảm hàm lượng thuốc từ sâu trên lúa. Ngân sách cho chiến lược phát triển nông nghiệp hữu cơ là khoảng 2000 Bath/0,16 ha đất trong năm đầu tiên; 3000 Bath/0,16 ha đất trong năm thứ hai và 4000 Bath/0,16 ha trong năm thứ ba. Chính phủ quy hoạch trên toàn quốc 8 làng hữu cơ, mỗi làng sẽ phát triển một loại nông sản xuất phát từ thế mạnh và đặc điểm thổ nhưỡng của vùng. Tỉnh Surin vùng Đông Bắc Thái Lan được quy hoạch phát triển gạo thơm (hom mali) và gạo đen (berry) hữu cơ tại làng Thapthai; tỉnh Yasothon phát triển gạo thơm và gạo đen tại làng Sokhumpun. Đặc biệt, gạo Hom Mali được khuyến khích trồng hữu cơ tại 16/20 tỉnh ở vùng Đông Bắc Thái Lan, trong đó diện tích trồng gạo hữu cơ nhiều nhất thuộc tỉnh Surin (482.337 Rai), Yasothon (173.952

Rai), Roi Et (259.896 Rai), Ubon Ratchathani (31.138 Rai), tỉnh Nakhon Ratchasima (20.389 Rai)¹⁶ v.v...

Phát triển gạo hữu cơ ở vùng Đông Bắc Thái Lan còn đi đôi với việc cấp giấy chứng nhận chỉ dẫn địa lý “Hom Mali” và giấy chứng nhận bảo hiểm liên quan đến sản xuất hữu cơ, được áp dụng phổ biến ở các tỉnh Surin, Ubon Ratchathani Yasathorn. Đây là các tỉnh có diện tích trồng gạo hữu cơ lớn nhất vùng và được các cơ sở công nghiệp chế biến trong vùng hỗ trợ trong việc đóng gói, hút chân không, bảo quản sản phẩm trước khi đưa ra thị trường tiêu thụ.

- *Chính sách mỗi làng một sản phẩm*: Dựa vào mô hình Nhật Bản, chính phủ Thái Lan đã thực hiện chính sách “mỗi làng một sản phẩm” (one tambon one product– OTOP). Nước này đã phát động phong trào OTOP từ năm 2001 theo đó chính phủ hỗ trợ về tiếp thị, xúc tiến bán hàng, huấn luyện và chuyển giao công nghệ cho nông dân nhằm phát triển các nghề thủ công truyền thống của Thái Lan, tạo ra sản phẩm mang tính đặc thù của địa phương có chất lượng, độc đáo về mẫu mã, kiểu dáng, xuất khẩu rộng rãi trên thị trường thế giới.

Tại vùng Đông Bắc Thái Lan, chính sách OTOP đã được phổ biến áp dụng rất rộng sang các tỉnh thành khác nhau, nhưng tập trung nhiều nhất ở tỉnh Si Saket và tỉnh Surin. Các sản phẩm của OTOP sẽ được sàng lọc, phân loại dựa theo 4 tiêu chí: Có thể xuất khẩu với giá trị thương hiệu; sản xuất liên tục và nhất quán; đảm bảo tiêu chuẩn hóa và có tính đặc biệt. Theo đó, tính đặc biệt là mỗi sản phẩm đều có một câu chuyện riêng. Đây là sự khác biệt, tạo điểm nhấn cho mỗi sản phẩm, nhất là với những địa phương có lợi thế phát triển du lịch. Khi khách du lịch và người tiêu dùng đến thăm quan địa phương áp dụng mô hình OTOP, ngoài việc nhìn thấy các sản phẩm được bày bán trên kệ, họ có thể biết thêm về bối cảnh lịch sử của mỗi sản phẩm, quá trình sản xuất, câu chuyện bên lề về sản phẩm đó, lối sống và tập quán riêng của cộng đồng, từ đó, tạo sự hấp dẫn thu hút du khách và giá trị gia tăng cho mỗi sản phẩm, thay vì chỉ thấy mức giá niêm yết trên sản phẩm đó. Ủy ban quốc gia về OTOP của Thái Lan đã xây dựng bộ tiêu chí xếp hạng các sản phẩm OTOP theo tiêu chí 5 sau, trong đó: 5 sao được cấp cho các sản phẩm đạt được hơn 90 điểm; 4 sao được cấp cho các sản phẩm đạt được 70-80 điểm; 3 sao được cấp cho các sản phẩm đạt 60-

¹⁶ Joel D.Moore, John Donaldson (2016), *Human – scale economics: economic growth and poverty reduction in Northeastern Thailand*, World Development, Vol 85, 1-15, September

69 điểm; 2 sao được cấp cho các sản phẩm đạt 50-59 điểm; 1 sao được cấp cho các sản phẩm đạt dưới 50 điểm. Tại tỉnh Si Saket, số sản phẩm được cấp 5 sao đã tăng từ 2 sản phẩm (2003) lên 26 sản phẩm (2012), các sản phẩm cấp 4 sao tăng lên từ 35 sản phẩm (2003) lên 75 sản phẩm (2012); nhưng đồng thời với đó các sản phẩm 1 sao và 2 sao cũng tăng lên từ 0 sản phẩm (2003) lên 77 sản phẩm (2 sao) và 4 sản phẩm (1 sao) năm 2012. Tại tỉnh Surin, các sản phẩm 5 sao tăng từ 0 sản phẩm (2003) lên 80 sản phẩm (2012), 4 sao tăng từ 51 sản phẩm (2003) lên 132 sản phẩm (2012), cùng với đó các sản phẩm 1-3 sao cũng tăng nhanh¹⁷. Surin là tỉnh nâng cấp chất lượng sản phẩm địa phương thành công nhất trong vùng Đông Bắc Thái Lan. Các sản phẩm của Surin thu hút sự chú ý của khách du lịch trong nước và quốc tế, cũng như xuất khẩu thành công sang một số thị trường như châu Âu, Mỹ, Nhật Bản. Các sản phẩm điển hình của tỉnh này phải kể đến là nữ trang bạc sản xuất bằng nguyên liệu địa phương và kỹ thuật thủ công (sản xuất tại vùng Khwao Sinarin), lụa Thái sản xuất theo bí quyết của người Khmer, các sản phẩm bằng gỗ chạm, túi nhựa dệt thủ công, túi nhựa, túi mây với kỹ thuật thủ công và bản sắc văn hoá địa phương. Các sản phẩm của vùng Đông Bắc Thái Lan được chính phủ hỗ trợ mở rộng kênh tiếp thị, phân phối, nâng cấp thiết kế sản phẩm, tạo thương hiệu mới, phát triển bao bì, đóng gói và tìm kiếm kênh phân phối ra nước ngoài.

- *Chính sách phát triển du lịch nông thôn:*

Chương trình “mỗi làng một sản phẩm” gắn với mục đích làm đa dạng và phong phú cho các sản phẩm du lịch nông thôn, tạo ra sức hút đối với khách du lịch. Chủ thể cung cấp các dịch vụ cho hoạt động du lịch nông thôn là chủ các nông trại, các hội người làm vườn, hội những phụ nữ làm công tác chế biến và thu hoạch nông sản.

Với lợi thế đặc thù về điều kiện tự nhiên, sinh thái và di sản văn hoá, chính sách phát triển du lịch nông thôn ở khu vực đông bắc chú trọng đến việc tổ chức và tạo không gian cho khách du lịch văn cảnh, tổ chức sản xuất sản phẩm và tạo không gian tham quan và thưởng thức các sản phẩm là nông sản tại các địa phương, tổ chức các lễ hội truyền thống. Các sáng kiến du lịch vùng Đông Bắc Thái Lan bao gồm:

- Chính quyền trung ương (tổng cục du lịch Thái Lan) tổ chức năm du lịch cho

¹⁷ Joel D.Moore, John Donaldson (2016), *Human – scale economics: economic growth and poverty reduction in Northeastern Thailand*, World Development, Vol 85, 1-15, September

tỉnh

- Thành lập Hiệp hội Lữ hành sinh thái và mạo hiểm (năm 1997)
- Phát triển chiến lược du lịch vì lợi ích người nghèo (pro-poor tourism)

Chính quyền địa phương và các tổ chức phi chính phủ phối hợp chặt chẽ để thúc đẩy du lịch liên kết với những việc làm khác nhau để giúp đỡ đồng bào các dân tộc thiểu số

- Phát triển các hình thức du lịch lễ hội làng quê ở các tỉnh đông bắc. Ví dụ: Du lịch lễ hội thân tiên; Du lịch Lễ hội Vải lụa và Du lịch nông nghiệp hữu cơ, Lễ hội văn hóa dân gian quốc tế; Lễ hội Khong Dee Muang... Các lễ hội này đều có những nét văn hoá và truyền thống địa phương đặc biệt. Du khách được khuyến khích tận dụng các hoạt động du lịch thân thiện với môi trường, ở trong các homestay của làng và mua OTOP có nguồn gốc địa phương và các sản phẩm khác. Một số địa điểm du lịch sẽ tạo điều kiện cho nông dân tìm cách bán sản phẩm cho khách du lịch và nông dân gần đó được hưởng lợi từ du lịch thông qua việc mua thực phẩm và các sản phẩm nông nghiệp khác.

- Du lịch tâm linh: du lịch đền chùa trong các tỉnh vùng Đông Bắc, du lịch biên giới để tham quan các ngôi đền nổi tiếng Angkor Wat ở vùng lân cận Siêm Riệp, Campuchia, hoặc Đền Preah Viget ở vùng biên giới....

*** *Đánh giá việc khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở vùng Đông Bắc Thái Lan***

Vùng Đông Bắc Thái Lan chiếm tới 1/3 dân số cả nước, được coi là vùng nghèo nhất, chỉ chiếm 10% GDP của cả nước và thu nhập bình quân đầu người chỉ bằng 1/3 thu nhập bình quân đầu người trên cả nước (2017)¹⁸. Do tập trung khai thác các lợi thế đặc thù, cơ cấu sản lượng của vùng đông bắc năm 2012 là như sau: sản xuất lương thực chiếm 43% sản lượng toàn vùng, điện tử 24%, rau 5%, dệt (4%), may (6%), còn lại là các ngành khác (18%)¹⁹. Với chính sách biến Thái Lan thành “bếp ăn của thế giới”, trở thành trung tâm thương mại nông sản lớn nhất châu Á, vùng Đông Bắc Thái Lan đã góp phần làm nên thành công này. Giống gạo thơm Hom Mali cho năng suất tương đối cao ở các tỉnh Surin, Si Saket, Maha Sarakham, Yosothon, Buri Ram..., được đánh giá là làm nên danh tiếng của vùng đông bắc, được đăng ký chỉ dẫn

¹⁸ Annomymous (2017), *Thailand Background*, <http://www.isanexplorer.com/thailand-background.html>

¹⁹ Danuvasin Charoen (2017), *Cluster mapping for economic development in Thailand*, IASTEM international conference, San Diego, USD, 21-22/9/2017

địa lý ở nhiều nước châu Á và châu Âu. Mỗi năm Thái Lan sản xuất khoảng 3 triệu tấn gạo Hom Mali, chiếm 10% sản lượng sản xuất gạo quốc gia, trong đó 75% giành cho tiêu dùng trong nước và 25% giành cho xuất khẩu sang các thị trường châu Á (60%) Mỹ (20%). Phần lớn gạo Hom Mali đều được sản xuất ở vùng Đông Bắc Thái Lan, trong đó Suri sản xuất khoảng 214.000 tấn; Roi Et sản xuất khoảng 106 nghìn tấn, Yasothorn sản xuất khoảng 50 nghìn tấn, Ubon Ratchathani sản xuất khoảng 5,2 nghìn tấn, Nakhon Ratchathani sản xuất khoảng 6,9 nghìn tấn...²⁰. Mặc dù có nhiều giống Hom Mali khác nhau nhưng thương hiệu gạo Hom Mali ở vùng Đông Bắc Thái Lan luôn được nhắc tới với giống gạo Surin Hom Mali đã nổi lên như một thương hiệu gạo hữu cơ chất lượng nổi tiếng toàn cầu, với hơn 400 tấn xuất khẩu năm 2006. Một nghiên cứu của Ngân hàng Phát triển Châu Á năm 2006 cho thấy nông dân hữu cơ được chứng nhận ở Surin, Ubonrachathani và các tỉnh Yasathorn đã bán gạo của họ với giá gần gấp đôi so với các nhà sản xuất gạo thông thường. Loại gạo này chỉ có thể trồng được ở một vùng cụ thể ở vùng Đông Bắc Thái Lan bằng phương pháp hữu cơ nên phụ thuộc rất lớn vào điều kiện thời tiết nơi đây.

Kinh nghiệm về phát triển các lợi thế đặc thù của Chiang Mai cho thấy các sản phẩm nông nghiệp organic được đầu tư bài bản, theo chuỗi giá trị tương đối chặt chẽ trong sản xuất và chế biến các sản phẩm nông nghiệp đặc thù của địa phương như lúa nương, chuối, dứa, trà, hoa... thành các sản phẩm organic có giá trị gia tăng cao: mỹ phẩm, đồ uống, thuốc (của các hãng Saibai, Pura...). Tiêu biểu, Chiang Mai có sản phẩm của người dân tộc Miang (được sản xuất từ lá trà) là sản phẩm đặc biệt của Thái Lan: Lá trà non được hái và gói lại với nhau và hấp trong một cái bình cho đến khi chín. Sau đó, các lá trà được xếp trong các thùng tre đan lên men trong 5-6 tháng và được sử dụng làm món tráng miệng (kèm theo một chút muối có thể nhai hoặc pha nước uống). Ngoài ra lá trà còn được chế xuất thành thuốc, mỹ phẩm... có giá trị gia tăng cao, có thị trường ổn định trong và ngoài nước. Các sản phẩm Miang được sản xuất theo hệ thống được gọi là hệ thống Miang và hệ thống này được đánh giá cao về mặt khoa học tự nhiên và công nghệ sinh học, có lợi cho sức khỏe người tiêu dùng. Hệ thống sản xuất Miang được phổ biến ở khắp nơi ở Chiang Mai và được sử dụng

²⁰ Joel D.Moore, John Donaldson (2016), *Human – scale economics: economic growth and poverty reduction in Northeastern Thailand*, World Development, Vol 85, 1-15, September

như một trường hợp nghiên cứu để đánh giá cách người nông dân phát triển công nghệ phục vụ sinh kế bền vững ngay cả khi không thể trồng lúa.

Hệ thống sản xuất Miang với việc chiết xuất các sản phẩm từ lá trà được đánh giá cao và có ý nghĩa bởi sản phẩm này là sản phẩm của văn hóa, sản phẩm độc đáo và có vị trí đẳng cấp thế giới trong khoa học xã hội. Có tới 80% người dân tham gia hệ thống sản xuất Miang, mang lại thu nhập ổn định và giúp ngăn chặn việc di cư của người địa phương. Sản phẩm Miang được coi là trí tuệ địa phương dựa trên kiến thức khoa học: khoa học thực phẩm/công nghệ sinh học/công nghệ lên men thực phẩm. Công nghệ sinh học thực phẩm hiện đại dựa trên trí tuệ địa phương có thể giúp bảo tồn và phát triển an ninh lương thực và biến đổi khí hậu trong tương lai.

Là khu vực rừng núi, chính quyền Chiang Mai thực hiện chính sách bảo vệ rừng, biến núi rừng thành những vùng đất dành riêng để duy trì, bảo tồn và phát triển những công viên mang đậm thiên nhiên. Song song với đó, cộng đồng dân tộc trong khu vực được hướng dẫn kỹ thuật canh tác nương rẫy thuần thực. Thói quen trồng lúa nương trên các đồi núi, vốn dễ bị xói mòn không được phép, Ban Rừng Hoàng gia (The Royal Forest Department) là tổ chức chính phủ giám sát việc bảo tồn và sử dụng diện tích rừng đã khuyến khích nông dân thay đổi cách canh tác của họ từ trồng lúa nương bằng trồng cây lâu năm. Hoàng gia thành lập một Ngân hàng lúa gạo (The Rice bank) để hỗ trợ người dân khoảng 10 năm cho đến khi họ có thu nhập từ bán các sản phẩm nông nghiệp. Như vậy có thể thấy, sự thành công trong khai thác lợi thế đặc thù địa phương ở Chiang Mai là do sự tài trợ của Hoàng gia, cùng với sự kết hợp giữa chính phủ, nhà khoa học, nhà kinh doanh và người dân. Trong khi đó, ở Tây Nguyên của Việt Nam còn có nhiều lợi thế hơn từ thiên nhiên, cây nông nghiệp... nhưng lại chủ yếu dừng ở khâu sản phẩm thô, sản xuất các sản phẩm có giá trị gia tăng còn hạn chế, dẫn đến giá trị kinh tế thấp.

Do kết nối với tuyến hành lang kinh tế Đông Tây, nhiều tỉnh của vùng Đông Bắc Thái Lan đã tận dụng lợi thế để phát triển du lịch. Du lịch đang trở thành một ngành kinh tế đem lại lợi ích lớn cho vùng. Năm 2017, doanh thu du lịch của vùng đông bắc chiếm khoảng 2,9% doanh thu du lịch của Thái Lan²¹. Phát huy các giá trị văn hoá, làng nghề truyền thống và các kiến trúc bản địa, các tỉnh vùng đông bắc Thái Lan như Chiang Mai, Surin, Udon Thani, Ubon Ratchathani... đang trở thành vùng đất

²¹ Sritama Suchat (2018), *Nakhon Panom eyed as new tourism hub*, Bangkok Post, 5/6/2018

hứa đối với khách du lịch trong và ngoài nước. Mô hình du lịch “phượt” ACE (mạo hiểm, văn hóa dân tộc, sinh thái) ở Chiang Mai là một ví dụ điển hình. Chiang Mai là tỉnh đang thu hút lượng khách du lịch đông đảo hàng năm, trong đó đặc trưng nổi bật của du lịch ở Chiang Mai là du lịch “phượt” ACE (mạo hiểm – văn hóa dân tộc – sinh thái) vì ở đây có đa dạng tộc người và địa hình đặc biệt. Khách du lịch thích đến đây để tham quan người dân tộc thiểu số và cuộc sống - văn hóa của họ (cũng tương tự như du lịch Sapa hay Tây Nguyên của Việt Nam), đi thuyền trên sông, tham quan hang động, đạp xe trên núi, cưỡi voi, tham quan chùa chiền, hút thuốc phiện, trải nghiệm ẩm thực địa phương, vượt biên giới sang Myanmar và Lào để vào casino,... Năm 1997, Hiệp hội lữ hành sinh thái và mạo hiểm được thành lập nhằm tập trung các nguồn lực cho du lịch ACE. Tiếp đó, năm 2001 Thái Lan bắt đầu triển khai chiến lược du lịch có lợi cho người nghèo (Pro-Poor Tourism) chủ yếu áp dụng cho các tỉnh phía Bắc tập trung nhiều người nghèo trong đó có Chiang Mai. Du lịch có lợi cho người nghèo là kết hợp của du lịch sinh thái và du lịch cộng đồng. Đặc biệt, công tác marketing điềm đến du lịch ở Chiang Mai và các tỉnh phía Bắc chủ yếu do Chính phủ tiến hành. Ngoài ra, phát triển sản phẩm du lịch và dịch vụ du lịch cũng được Chính phủ, Tổng cục Du lịch Thái Lan và các hiệp hội du lịch và lữ hành hỗ trợ bằng cách nghiên cứu và gợi ý các sản phẩm. Người dân địa phương được hướng dẫn tham gia vào du lịch như xây dựng nhà khác, khách sạn, mở nhà hàng, mở quầy bán đồ lưu niệm, tham gia làm hướng dẫn viên, tham gia các dịch vụ liên quan.

Do khai thác tương đối hiệu quả các lợi thế đặc thù, vùng đông bắc hiện nay đang mọc lên nhiều nhà máy, siêu thị, các trung tâm thương mại lớn, trở thành một trong những thị trường mới nổi hàng đầu ở khu vực Đông Nam Á về phát triển các sản phẩm nông nghiệp. Đầu tư tư nhân và đầu tư nước ngoài được cải thiện, chính sách hoà giải dân tộc và thống nhất xã hội đang đem lại sự cải thiện kinh tế - xã hội cho vùng đông bắc. Trong giai đoạn 2007 - 2011, thu nhập bình quân đầu người ở vùng đông bắc tăng 40% - là mức tăng cao nhất của Thái Lan so với các vùng khác. Ngân hàng Thái Lan cho biết, tổng số tiền đầu tư trong các dự án đầu tư tư nhân vào vùng đông bắc đạt hơn 2,3 tỷ USD trong năm 2012, tăng 49% so năm 2011, trong đó tập trung lĩnh vực bất động sản. Cơ sở hạ tầng vùng đông bắc đang ngày càng phát triển, đặc biệt là hệ thống đường sắt cao tốc, đường hàng không đang đưa vùng Đông Bắc Thái Lan kết nối hiệu quả hơn với các vùng khác trên cả nước. Hàng loạt công ty,

tập đoàn lớn của Thái Lan cũng như các công ty liên danh với nước ngoài, như CP All, Công ty Bia Thái, Công ty xi-măng Xiêm, Tập đoàn Panasonic, Tập đoàn lương thực Kraft... cũng đang có những dự án hoặc kế hoạch đầu tư ở nơi đây.

Là vùng nằm sâu và xa sát biên giới, chính sách khai thác các lợi thế đặc thù ở vùng Đông Bắc Thái Lan đã đưa vùng này thu hẹp khoảng cách phát triển với các vùng khác trong cả nước. Năm 1995, vùng này có 28% dân số sống dưới mức nghèo khổ tuyệt đối, so với mức 7% của vùng miền trung Thái Lan. Năm 2000, thu nhập bình quân đầu người của vùng đông bắc là 26.317 Bath, so với mức 208.434 Bath của Bangkok. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2000 - 2015, vùng đông bắc có sự cải thiện đáng kể về tốc độ tăng trưởng kinh tế và giảm nghèo, nhưng vùng đông bắc vẫn có tới 8 tỉnh nghèo nhất Thái Lan. Những điều kiện khắc nghiệt về thổ nhưỡng, địa hình, thời tiết, cơ cấu sắc tộc... vẫn đang là những rào cản để vùng đông bắc phát huy hiệu quả các lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế.

1.2.2. Xác định và khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở vùng Vân Nam, Trung Quốc

**** Xác định các lợi thế đặc thù ở vùng Vân Nam, Trung Quốc***

- Lợi thế địa chính trị - kinh tế: Vân Nam nằm ở phía Tây Nam Trung Quốc, có vị trí địa chính trị - kinh tế đặc thù. Với diện tích 394.000 km², chiếm 4,1% diện tích Trung Quốc, Vân Nam có biên giới dài 4060 km với Myanmar ở phía tây, Lào ở phía nam và Việt Nam ở phía đông nam. Tỉnh này có ranh giới với khu tự trị người Choang Quảng Tây và tỉnh Quý Châu ở phía Đông, tỉnh Tứ Xuyên ở phía Bắc, khu tự trị Tây Tạng ở phía Bắc. Với vị trí địa lý đặc thù như vậy, Vân Nam là ngã ba kết nối Trung Quốc với các nước thành viên ASEAN – một trong những khu vực kinh tế năng động nhất trên thế giới. Thông qua biên giới với các nước trong khu vực, Vân Nam còn là cửa ngõ của chương trình Hợp tác tiểu vùng sông Mekong, hành lang kinh tế Bangladesh – Trung Quốc – Ấn Độ - Myanmar, kết nối tuyến đường cao tốc Singapore – Côn Minh; và là một trong những vùng hạt nhân của Sáng kiến Vành đai và con đường của Trung Quốc.

- Lợi thế đặc thù về tài nguyên thiên nhiên: Vân Nam giàu có về các nguồn lực tài nguyên thiên nhiên, đặc biệt là thực vật, động vật và khoáng sản. Tỉnh này không những có các loài thực vật nhiệt đới, cận nhiệt đới, hàn đới, ôn đới nhiều hơn các tỉnh khác của Trung Quốc, mà còn có nhiều loại thực vật cổ quý hiếm. Có 142 loại khoáng

sản được phát hiện ở Vân Nam, trong đó có 8 loại khoáng sản có trữ lượng đứng đầu Trung Quốc như kẽm, chì, thiếc, zircon, thallium, strontium, diatomite, đồng... Nhiều mỏ khoáng sản không chứa sắt cũng được tìm thấy ở Vân Nam.

- Lợi thế đặc thù về di sản thiên nhiên, văn hoá: Vân Nam có nhiều vùng phong cảnh đẹp, tập quán dân tộc đa dạng và khí hậu dễ chịu. Tỉnh này nằm trên thượng lưu của ba con sông quốc tế là sông Mekong, sông Irrawaddy và sông Hồng, có tiềm năng rất lớn về thủy điện, ước khoảng 103 triệu kilowatts, chiếm 15% tiềm năng thủy điện của Trung Quốc²². Đây là tỉnh có sự đa dạng sắc tộc cao, với khoảng 25/56 dân tộc được công nhận ở Trung Quốc. Tỉnh này cũng là một cái nôi văn hóa của các dân tộc thiểu số như người Di, Bạch, Cáp nê (Hà Nhì), Choang, Thái, Miêu (H'mong), Lật Túc, Lạp Hổ, Nạp Tây, Dao, Tạng, Mông Cổ, Mãn, Thủy, Cơ Nặc, Độc Long, Bồ Y... Đây là vùng có sự giao thoa văn hoá rất lớn giữa văn hoá Trung Hoa và văn hoá Nam Á, Đông Nam Á, bao gồm cả văn hoá Ấn Độ. Sự đa dạng về sắc tộc, ngôn ngữ và văn hoá khiến Vân Nam trở thành nơi hấp dẫn du lịch lịch sử, văn hoá, tâm linh và nhiều loại hình du lịch khác. Có thể kể đến một số địa danh du lịch nổi tiếng ở Vân Nam như Đại Lý, Cảnh Hồng, Lê Giang, Shangri-La, Thạch Lâm, Nguyên Dương, Công Minh, làng dân tộc Vân Nam...

** Chính sách khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Vân Nam*

- Chiến lược của chính phủ Trung Quốc đối với tỉnh Vân Nam

Với vị trí địa chính trị - kinh tế quan trọng, chính phủ Trung Quốc đã chọn Vân Nam là một trong những tỉnh chủ đạo của Chiến lược phát triển miền Tây (go west) năm 1999 nhằm đưa các khu vực núi non hiểm trở, dân cư thưa thớt, kinh tế kém phát triển như Quảng Tây, Vân Nam, Tứ Xuyên hội nhập vào phát triển kinh tế của cả nước. Năm 2009, chính phủ Trung Quốc tiếp tục thúc đẩy chiến lược đại khai phát miền Tây bằng những dự án cơ sở hạ tầng mới, trong đó có những công trình trọng điểm đi qua Vân Nam như Chương trình xây dựng tuyến đường sắt Côn Minh – Nam Ninh. Năm 2012, vùng kinh tế miền Trung Vân Nam trở thành 1 trong số 11 vùng kinh tế phát triển trọng điểm của Chiến lược phát triển miền Tây.

Trong chiến lược hợp tác tiểu vùng sông Mekong mở rộng, Vân Nam cũng được chọn là nơi xây dựng tuyến đường sắt nối từ Côn Minh sang Viêng Chăn (Lào).

²² Zhu Zhenming (2011), *Yunan's industrial development policy and intermediate goods trade with MRBCs*, BRC research report No 5, Bangkok research center, IDE-JETRO, Bangkok, Thailand

Với nhiệm vụ này, Vân Nam có cơ hội thúc đẩy liên kết vùng, khu vực, mở rộng thương mại và khai thác hiệu quả hơn các lợi thế đặc thù.

Trong chiến lược cửa ngõ (gateway strategy) do chính phủ Trung Quốc ban hành năm 2011, Côn Minh được chọn là trung tâm tài chính khu vực của khu vực Đông Nam Á và Nam Á. Với nhiệm vụ này, trung tâm trao đổi ngoại tệ biên giới (đồng nhân dân tệ) được xây dựng tại Ruili (biên giới với Myanmar) vào tháng 5/2012.

- Các chính sách cụ thể nhằm khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù

Do sự đa dạng về địa hình, tài nguyên và lợi thế của từng vùng, ngay từ đầu những năm 1990, chính quyền Vân Nam đã quyết định đầu tư phát triển 5 ngành trụ cột là: thuốc lá, khai khoáng, thủy điện, sinh học và du lịch. Trong những năm gần đây, chính sách này có sự thay đổi, hướng tới phát triển các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo công nghệ cao và trung bình.

- Chính sách phát triển ngành công nghiệp sinh học

Năm 1996, chính quyền Vân Nam đã ban hành Chương trình phát triển các sản phẩm sinh học để khai thác các lợi thế đặc thù về tài nguyên thiên nhiên của tỉnh. Theo chương trình này, Vân Nam sẽ tập trung phát triển 8 ngành sản xuất chủ lực bao gồm: sản xuất thuốc lá, y học hiện đại, lâm sản quý, năng lượng sinh học, sinh hoá, chăn nuôi, cao su tự nhiên, trồng hoa và làm vườn. Chính phủ Trung Quốc ưu tiên đầu tư biến Vân Nam trở thành trung tâm phát triển công nghệ sinh học hàng đầu Trung Quốc, tập trung phát triển một số cây trồng chủ lực như: thuốc lá, chè, thuốc sinh học, hoa, cao su, trái cây, rau quả, chăn nuôi, khoai tây, tre và bột giấy.

Để tập trung phát triển các mục tiêu ưu tiên này, chính phủ Trung Quốc và chính quyền Vân Nam đã hình thành hàng loạt các doanh nghiệp lớn, đóng vai trò chủ đạo trong lĩnh vực công nghệ sinh học, tăng cường đổi mới khoa học công nghệ, xây dựng thương hiệu, thành lập các quỹ đầu tư vào ngành công nghệ sinh học, phát triển thị trường cho các sản phẩm công nghệ sinh học, thành lập các cụm sản xuất trong ngành.

- Chính sách phát triển ngành công nghiệp thuốc lá: Chính sách này nhằm khai thác lợi thế đặc thù của tỉnh Vân Nam, coi ngành công nghiệp thuốc lá là trụ cột phát triển chính. Xây dựng các sản phẩm cấp chiến lược, mở rộng đầu tư nghiên cứu khoa học và thành lập các doanh nghiệp sản xuất thuốc lá quy mô lớn.

- Chính sách phát triển công nghiệp khai khoáng: Tỉnh ban hành Kế hoạch tổng thể về tài nguyên khoáng sản tỉnh Vân Nam giai đoạn 2008-2015. Chính sách phát triển ngành công nghiệp khai khoáng chủ yếu tập trung vào phát triển hoá chất photpho và khoáng sản kim loại màu; Xây dựng Trung tâm công nghiệp khai khoáng Côn Minh.

- Chính sách phát triển ngành thủy điện: Hiện nay Vân Nam đang có nhiều dự án xây dựng đập thủy điện ở 3 con sông lớn nhất chảy qua tỉnh Vân Nam, cụ thể là trên sông Jinsha – thượng lưu sông Yangtze (4 đập), sông Lancang – Mekong (vùng hạ lưu có 6 đập và vùng thượng lưu có 6 đập), sông Nu – Salween (6 đập)²³. Trung Quốc tập trung xây dựng Vân Nam thành trung tâm năng lượng lớn của toàn quốc, có sự kết nối trao đổi thương mại điện năng với các tỉnh Nam Trung Quốc và Đông Trung Quốc, tiến tới bán điện cho các nước Đông Nam Á. Để đảm bảo sử dụng tài nguyên nước, trung quốc chú trọng xây dựng và quản lý các đập thủy điện nhỏ.

- Chính sách phát triển du lịch

Du lịch là một trong những ngành mũi nhọn của Vân Nam nhằm mục tiêu đưa Vân Nam trở thành điểm đến của du lịch quốc tế. Năm 1999, Vân Nam tổ chức Triển lãm làm vườn quốc tế tại Côn Minh. Đầu năm 2006, chính quyền Vân Nam đã ban hành Kế hoạch tổng thể phát triển du lịch Vân Nam (2001 - 2010), tập trung phát triển du lịch tại 6 khu trọng điểm với các hình thức khác nhau. Cụ thể là:

1. Khu du lịch quốc tế Côn Minh: Khu du lịch này có 3 thành phố lớn là Côn Minh, Yuxi và Chuxiong. Hình thức du lịch được chú trọng phát triển là du lịch sinh thái, du lịch quốc gia, du lịch nông thôn, du lịch y tế và du lịch MICE.

2. Khu du lịch Shangrila: có 4 thành phố lớn là: Dali, Lijiang, Diquing, Nujing. Hình thức du lịch là du lịch di sản thiên nhiên, lịch sử, văn hoá.

3. Khu du lịch núi Karst và văn hoá nước, ở Honghe và Wenshan. Hình thức du lịch gồm du lịch nông thôn và tour du lịch biên giới.

4. Khu du lịch quốc tế dọc sông Lancang và sông Mekong, ở Xishangbana, Puer và Lincang. Hình thức du lịch gồm du lịch sinh thái, du lịch sông nước, tham quan các nhà máy thủy điện, di sản quốc gia.

²³ Thomas Hennig, Wenling Wang, Darrin Magee and Daming He (2016), *Yunnan's Fast-Paced Large Hydropower Development: A Powershed-Based Approach to Critically Assessing Generation and Consumption Paradigms*, Water 2016, 8, 476.

5. Khu du lịch suối nước nóng ở phía Tây Vân Nam, ở Baoshan và Dehong. Hình thức du lịch chủ yếu là du lịch suối nước nóng, du lịch sinh thái, du lịch văn hoá và du lịch biên giới.

6. Khu du lịch cao nguyên đá ong, ở Shaotong, Dongchuan (Côn Minh) và Qujing. Hình thức du lịch gồm du lịch sinh thái, du lịch suối nước nóng, du lịch hè, du lịch sông....

- Chính sách phát triển các ngành công nghiệp mới:

Trong những năm gần đây, trước sự thay đổi của tình hình kinh tế trong nước và quốc tế, tỉnh Vân Nam đã thực hiện chương trình phát triển công nghiệp mới, trong đó ưu tiên phát triển các ngành điện quang, chế tạo kim loại màu, chế tạo điện tử, ô tô... Năm 2015 chính phủ Trung Quốc thành lập Vùng kinh tế mới Dianzhong Vân Nam ở Côn Minh. Đây là vùng kinh tế mới thứ 15 của Trung Quốc kể từ khi thành lập Vùng kinh tế mới Shanghai năm 1992. Vùng kinh tế mới Diangzhong tập trung phát triển các ngành công nghiệp công nghệ cao và trung bình như thiết bị và linh kiện ô tô, điện tử, viễn thông và sinh học.

** Đánh giá việc khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở tỉnh Vân Nam*

Do nằm xa ở vị trí cực tây nam của Trung Quốc, nên thời kỳ đầu cải cách kinh tế, tỉnh Vân Nam bị tụt hậu hơn so với các tỉnh thành khác của đất nước này. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây do phát huy hiệu quả các lợi thế đặc thù của tỉnh, nên Vân Nam đã trở thành trung tâm cung cấp tài nguyên khoáng sản, hàng hoá nông nghiệp, dược liệu và đang tiến tới trở thành trung tâm hậu cần kết nối với các nước Đông Nam Á, Nam Á.

Dựa vào nguồn tài nguyên sẵn có, Vân Nam đang hướng tới trở thành trung tâm cung cấp hoa, nhiên liệu, hương liệu quý hiếm cho khu vực châu Á. Quận Chenggong ở Vân Nam đang là trung tâm sản xuất và phân phối hoa của Trung Quốc. Khu vực hồ Dian ở cao nguyên Vân Nam - Quý Châu được coi là những nơi tốt nhất để sản xuất hoa cắt cành. Quận Chenggong, gần hồ Dian, đã trở thành một trung tâm sản xuất và phân phối hoa ở Trung Quốc. Xuất phát từ nghề trồng rau để kiếm sống, Chenggong đã hình cụm sản xuất hoàn chỉnh, từ trồng hoa đến việc thu hút các công ty chuyên về cây giống, bóng đèn, các công trình thủy lợi, nhà kính và các sản phẩm nông nghiệp hỗ trợ. Từ lợi thế trồng hoa, Chenggong mở rộng sang lĩnh vực trồng cây cảnh, bonsai và vườn ươm, thu hút các công ty cung cấp đầu vào nông nghiệp, dịch vụ

logistics, kho lạnh, đóng gói.... Năm 1995, Chenggong hình thành thị trường hoa đầu tiên ở Trung Quốc. Năm 1999, chính quyền quận Chenggong xây dựng thị trường Dounan với diện tích 6 ha. Năm 2002, Dounan đã thành lập thị trường bán hoa quốc tế với diện tích 12 ha. Năm 2010, dưới sự hợp tác giữa nhà nước và tư nhân, việc xây dựng Khu Công nghiệp hoa Dounan với diện tích 70 ha đã được bắt đầu, và công viên này sẽ thúc đẩy sự phát triển của cụm sản xuất hoa ở Chenggong, mở rộng hệ thống thị trường hoa và ngành trồng hoa ra toàn tỉnh Vân Nam. Cho đến nay, thị trường hoa Dounan trở thành thị trường giao dịch hoa lớn nhất và trung tâm phân phối ở Trung Quốc về khối lượng giao dịch, giá trị giao dịch, giá trị xuất khẩu, thu hút nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước. Hoa được buôn bán trên thị trường Vân Nam và các vùng khác ở Trung Quốc cũng như từ các nước láng giềng lân cận.

Do những lợi thế đặc thù về khí hậu và môi trường, Vân Nam đã tập trung phát triển ngành sinh học chăm sóc sức khỏe. Có khoảng 6.550 loại dược liệu truyền thống của Trung Quốc nằm ở Vân Nam, chiếm tới 51,4% các loại dược liệu quý của cả nước, với khoảng 2000 loại thuốc dân gian và 10.000 công thức nấu ăn. Ngành công nghiệp dược phẩm, sinh học phát triển mở rộng trong những năm gần đây đã biến Vân Nam trở thành trung tâm chế biến nguyên liệu dược, dịch vụ chăm sóc sức khỏe và chuỗi hậu cần thương mại dược phẩm. Theo báo cáo chính quyền Vân Nam, hiện có khoảng 115 doanh nghiệp đang tham gia vào ngành chăm sóc sức khỏe ở Vân Nam, trong đó có các doanh nghiệp lớn như Baiyao, Dianhong, Công ty dược Côn Minh. Các trung tâm nghiên cứu công nghệ sinh học hiện đại của Trung Quốc như Viện Genomics Bắc Kinh, Trung tâm nghiên cứu Biochip cũng có mặt ở Vân Nam. Hàng dược liệu của Vân Nam có mặt trên thị trường trong và ngoài nước²⁴.

Ngành công nghiệp sinh học hiện nay đang là mũi nhọn trong phát triển kinh tế của tỉnh Vân Nam. Sản lượng thuốc lá, hoa tươi, cà phê, quả óc chó và nấm ăn tự nhiên đứng thứ nhất trên toàn quốc. Giá trị gia tăng của ngành công nghiệp sinh học của Vân Nam chiếm 34% giá trị gia tăng của ngành công nghiệp sinh học quốc gia.

Ngành du lịch Vân Nam phát triển rất nhanh. Trong giai đoạn 2006 - 2010 Vân Nam tiếp nhận 12,5 triệu lượt khách du lịch quốc tế và 520 triệu lượt khách du lịch

²⁴ Li Xiaoxu (2016), *Biological medicine and health industry booms in Yunnan*, China Daily, 24/6/2016

trong nước. Năm 2016, du lịch chiếm tới 23,5% GDP của Vân Nam²⁵.

Các ngành công nghiệp công nghệ cao cũng đang đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế ở Vân Nam, đặc biệt là ngành công nghiệp dược, công nghiệp chế tạo máy bay, thiết bị điện tử, viễn thông, thiết bị vi tính và thiết bị văn phòng, thiết bị điều trị y tế. Trong giai đoạn 2008 - 2014 theo số liệu thống kê của Trung Quốc, giá trị xuất khẩu của ngành công nghiệp dược chiếm 52,7% giá trị xuất khẩu của các ngành công nghệ cao của Vân Nam, tiếp theo là thiết bị điều trị y tế (25,2%), thiết bị điện tử viễn thông (9,42%) và thiết bị vi tính, văn phòng (7,86%). Tốc độ tăng trưởng doanh thu của các ngành công nghệ cao của tỉnh Vân Nam luôn đạt rất cao, khoảng 16,4%/năm (năm 2008), 21,74% (2012) và 9,19% (2013)²⁶.

Khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù đã đưa Vân Nam trở thành cơ sở xuất khẩu lớn trên cả nước, có giá trị kim ngạch thương mại đạt 21 tỷ USD năm 2016, tổng GDP toàn tỉnh là 223 tỷ USD. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Vân Nam đạt trung bình 10,9%/năm trong giai đoạn 2010 - 2016, cao hơn tốc độ trung bình của toàn Trung Quốc (8,1%)²⁷. Do dựa vào lợi thế tài nguyên và tập trung phát triển các ngành công nghiệp chế biến nông sản, chế biến tài nguyên thiên nhiên, Vân Nam ngày càng thu hút một lượng vốn FDI lớn. Năm 2011, FDI vào Vân Nam đạt 1,7 tỷ USD, chiếm 1,5% tổng FDI toàn quốc²⁸.

Trong quá trình phát triển kinh tế, Vân Nam không tránh được những hạn chế. Là một tỉnh nghèo, có diện tích lớn ngang bằng so với Việt Nam, Vân Nam chưa thu hút được lượng vốn đầu tư thích hợp để phát triển các ngành có lợi thế. So với các tỉnh khác, đầu tư cho R&D ở các ngành công nghiệp mũi nhọn còn thấp hơn. Chất lượng nguồn nhân lực và khả năng đổi mới công nghệ còn hạn chế. Các bằng ứng dụng công nghệ cao ở Vân Nam năm 2014 chỉ là 390 bằng, chiếm 0,23% so với toàn quốc, trong khi tỉnh Quảng Đông chiếm 0,67% và tỉnh Quý Châu chiếm 26,82% (Lin Zhu, Bo Zu, 2017). Thu nhập bình quân đầu người của Vân Nam năm 2016 là 4700 USD, thấp hơn nhiều so với thu nhập bình quân cả nước (8100 USD). Do phát triển

²⁵ Suan Teck Kin, Ho Woei Chen (2017), *The belt & road: the Yunnan – ASEAN chapter*, Global economic & markets research, 17/11/2017

²⁶ Lin Zhu, Bo Xu (2017), *Grey relation analysis on the high tech industry and economic growth – empirical evidence from Yunnan province of China*, International Journal of business and management, Vol 12, No 4, ISSN 1833-3850.

²⁷ Suan Teck Kin, Ho Woei Chen (2017), *The belt & road: the Yunnan – ASEAN chapter*, Global economic & markets research, 17/11/2017

²⁸ The Economist (2012), *Yunnan*, The Economist intelligence Unit Limited, June

theo chiều rộng, tỉnh Vân Nam còn gặp nhiều hạn chế trong việc bảo vệ môi trường, bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên, du lịch và một số ngành công nghiệp sinh học phát triển chưa bền vững.

1.2.3. Bài học rút ra cho Tây Nguyên

Kinh nghiệm phát triển các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở Thái Lan và Trung Quốc có thể hữu ích cho Tây Nguyên ở một số khía cạnh sau:

Thứ nhất, muốn khai thác lợi thế đặc thù của vùng, cần có chiến lược và kế hoạch cụ thể rõ ràng, trong đó chú trọng chọn đúng các lĩnh vực có lợi thế, phát triển các sản phẩm, thành lập các cụm ngành chuyên môn hoá, liên kết vùng trong khai thác các lợi thế đặc thù. Mỗi địa phương trong vùng lại cần lựa chọn các sản phẩm riêng mà mình có lợi thế và có biện pháp đầu tư bài bản cho các sản phẩm đó.

Vùng Đông Bắc Thái Lan và vùng Vân Nam Trung Quốc có những điều kiện tương đối tương đồng như vùng Tây Nguyên ở Việt Nam, đó là: là vùng có vị trí địa chiến lược quan trọng, tiếp giáp với nhiều nước trong khu vực, tập trung đông người dân tộc sinh sống, xa xôi, có tiềm năng phát triển nông nghiệp và khai khoáng. Ở mỗi vùng này, chính phủ và chính quyền địa phương đều có các chiến lược, quy hoạch cụ thể, các quy hoạch ngành đơn lẻ (quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch phát triển lĩnh vực đặc thù, giao thông, đô thị...) đều tuân thủ theo quy hoạch tổng thể.

Lợi thế đặc thù đòi hỏi các chiến lược, kế hoạch phát triển phải mang bản sắc riêng, không pha trộn giữa các vùng và các địa phương. Chẳng hạn tại Đông Bắc Thái Lan, lợi thế đặc thù đã tạo nên các loại hình du lịch mang văn hoá dân tộc thiểu số bản địa, xen lẫn văn hoá Lào, Campuchia, Ấn Độ. Tại Vân Nam Trung Quốc, lợi thế đặc thù khiến ngay từ đầu thập niên 1990 chính phủ Trung Quốc đã có kế hoạch tập trung phát triển công nghệ sinh học đưa các dược liệu quý của vùng trở thành hàng hoá xuất khẩu ra toàn khu vực châu Á và trên thế giới. Bản sắc riêng này không thể lẫn với các vùng Tứ Xuyên và Quý Châu bên cạnh. Do vậy, năng lực cạnh tranh của mỗi ngành, mỗi sản phẩm ở khu vực Đông Bắc Thái Lan và Vân Nam Trung Quốc được đảm bảo bởi sản phẩm đặc thù của họ không na ná như các sản phẩm của các vùng lân cận khác.

Thứ hai, khai thác lợi thế đặc thù cần chú trọng đến việc phát triển thương hiệu, chỉ dẫn địa lý của các sản phẩm sản xuất tại vùng đó. Thái Lan đã phát triển thành công thương hiệu gạo Hom Mali, Vân Nam phát triển thành công thương hiệu hoa

Dounan, tam thất Văn Sơn và nhiều sản phẩm khác. Các thương hiệu này được gắn với địa danh của vùng địa lý sản xuất ra sản phẩm, được đầu tư bài bản, giữ gìn chất lượng sản phẩm, bao bì, nhãn mác..., do vậy đã tạo nên danh tiếng trên thị trường trong nước và quốc tế. Mặc dù có nhiều giống gạo Hom Mali giống nhau, nhưng Thái Lan chỉ lựa chọn chính thức và quản bá giống gạo Khao Dok Mali 105 bằng các tiêu chuẩn rất nghiêm ngặt, đồng thời huy động doanh nghiệp đồng hành cùng nông dân trong việc phát triển giá trị xuất khẩu, hướng dẫn kỹ thuật, truyền đạt kiến thức và kết nối với người tiêu thụ. Để tránh bị nhầm lẫn, Bộ Ngoại thương Thái Lan còn ban hành con dấu chứng nhận xuất xứ gạo Hom Mali tại tất cả các quốc gia nhập khẩu gạo của Thái Lan để xác nhận cây gạo có nguồn gốc bản địa từ nước này. Chú trọng xây dựng thương hiệu và chỉ dẫn địa lý là phương thức hiệu quả nhất để khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù, đảm bảo tính riêng biệt, khác biệt và độc đáo của các sản phẩm, các lĩnh vực trong một vùng địa lý.

Thứ ba, khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù ở các địa phương cần chú trọng đến vấn đề nâng cao phúc lợi cho người dân nơi đây và bảo vệ giá trị bền vững của các lợi thế. Điều này là rất quan trọng bởi các lĩnh vực có lợi thế đặc thù luôn khả năng năng lực cạnh tranh tốt hơn trên thị trường, khiến chính quyền và người dân có xu hướng khai thác triệt để, “tận thu”, “tận diệt”, làm phá vỡ quy hoạch, huỷ hoại tài nguyên và di sản, thay đổi phương thức sản xuất kinh doanh “độc đáo” để chạy theo lợi nhuận trước mắt mà bỏ qua các giá trị bảo tồn và môi trường. Thái Lan và Trung Quốc đã khai thác lợi thế đặc thù dựa vào bản sắc của người dân bản địa, đưa người dân trực tiếp tham gia vào các lĩnh vực này theo phương thức truyền thống có kết hợp với phương thức hiện đại trong đóng gói, bảo quản sản phẩm. Gạo nương, gạo ứot của vùng Đông Bắc Thái Lan đã mang lại cơ hội việc làm và thu nhập cho chính người dân bản địa bằng các phương thức sản xuất thủ công truyền thống, trên những mảnh ruộng quy mô không lớn, không áp dụng máy móc hiện đại và phân bón. Các nông trại hoa ở Dounan được hình thành từ các làng hoa, vườn hoa truyền thống ở khu vực này. Chính sách “mỗi làng một sản phẩm” được áp dụng phổ biến ở Trung Quốc và Thái Lan đem lại những bài học về phát triển doanh nghiệp địa phương. Chính sách này có sự tham gia của người dân nông thôn, sản phẩm mang đặc trưng của vùng nông thôn nơi họ sinh sống và chính quyền địa phương có nghĩa vụ tạo dựng các cơ

ché, biện pháp để phục vụ, hỗ trợ, khuyến khích và kiểm soát các khía cạnh khác nhau để sản phẩm độc đáo đó đến được tay người tiêu dùng cuối cùng.

Thực tế ở Thái Lan cho thấy, sự hỗ trợ và tham gia của chính phủ, nhà khoa học, nhà doanh nghiệp và người dân tạo thành nguồn lực quan trọng cho sự thành công của địa phương trong khai thác và phát triển các lợi thế đặc thù. Tiếp đó, người nông dân được trực tiếp tham gia tiếp thị bằng cách phát triển các cửa hàng sản phẩm mới ở các khu vực lân cận. Từ đó, người nông dân có thể tiếp tục tham gia vào doanh nghiệp kinh doanh chính sản phẩm của mình. Người Đông Bắc Thái Lan đã khẳng định được tài năng trong khai thác lợi thế đặc thù địa phương và phát triển cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị sản phẩm một cách hiệu quả, chuyên nghiệp từ nông nghiệp, công nghiệp đến dịch vụ du lịch. Với những chính sách này, đa số người trẻ ở Chiang Mai (Thái Lan) sau khi tốt nghiệp chỉ ra thành phố và các khu đô thị lớn một thời gian ngắn để tích lũy vốn và kinh nghiệm, sau đó họ quay trở về xây dựng địa phương. Chính vì vậy, chỉ trong 5 - 7 năm, Chiang Mai đã trở thành một tỉnh năng động, phát triển nhanh và bền vững.

Thứ tư, khai thác các lợi thế đặc thù của một vùng cần phải có sự chủ động hợp tác giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp, các hộ gia đình, các tổ chức xã hội như hiệp hội ngành nghề, các tổ chức khác theo mô hình: nhà nước – doanh nghiệp – viện nghiên cứu – người dân. Kinh nghiệm Thái Lan cho thấy, họ làm rất tốt vấn đề này ở vùng Đông Bắc, đặc biệt trong các ngành chế biến nông sản. Ở đó, doanh nghiệp được coi là hạt nhân của một cụm ngành (nơi có các lợi thế đặc thù). Doanh nghiệp ở đây có thể là các hộ kinh doanh địa phương, các công ty tư nhân, các doanh nghiệp nhà nước. Xung quanh hạt nhân doanh nghiệp gồm 5 tác nhân khác gồm: 1) chính phủ và chính quyền địa phương (Văn phòng hoàng gia Thái Lan, chính quyền trung ương, chính quyền địa phương, hiệp hội nghề, Văn phòng nghiên cứu dự án Hoàng gia...); 2) Các viện nghiên cứu (Đại học Chiangmai, Đại học Kasetsart); 3) các tổ chức tài chính (chính phủ, Hội đồng nghiên cứu quốc gia Thái Lan, Ngân hàng Nông nghiệp Thái Lan, các quỹ tài chính tư nhân, quỹ dự án Hoàng gia); 4) Người dân. Tại các vùng có vị trí đặc thù như Đông Bắc Thái Lan, Vân Nam hay Tây Nguyên, các hộ nông dân phải đối mặt với rất nhiều khó khăn trong tiếp cận nguồn vốn, tiếp cận công nghệ, tiếp cận thị trường, logistics và nhiều vấn đề khác để đưa sản phẩm của mình ra thị trường trong nước và thế giới. Sự phối hợp đồng bộ và hiệu

quả giữa các tác nhân sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển các cụm ngành mà địa phương đó có lợi thế. Cụm liên kết ngành chế biến nông sản ở Chiang Mai cho ta một bài học kinh nghiệm khác. Kết quả khảo sát cụm trồng và chế biến nhãn ở Chiang Mai của nhóm tác giả đề tài cho thấy, đây là sản phẩm của chương trình “mỗi xã một sản phẩm” được thực hiện từ năm 2001 do Thủ tướng Thaksin Shinawatra chỉ đạo sau khi thăm tỉnh Oita ở Nhật Bản về đã học tập chương trình mỗi xã một sản phẩm của Nhật Bản và triển khai ở Thái Lan. Là quê hương của nhà Shinawatra, Chiang Mai đã thực hiện chương trình mỗi xã một sản phẩm để xuất khẩu và bán cho khách du lịch. Chính quyền trung ương và chính quyền tỉnh Chiang Mai đã tham gia tích cực vào chương trình này theo một lộ trình (road map) rõ ràng đi từ vạch kế hoạch (bao gồm cả kế hoạch ngân sách) ở cấp bộ, tổ chức thi để chọn sản phẩm tiêu biểu (xếp hạng sản phẩm bằng số lượng sao giống như xếp hạng khách sạn), xây dựng tiêu chuẩn kỹ thuật cho sản phẩm, marketing và phát triển thương hiệu, thi tuyển chọn sản phẩm xuất sắc, xây dựng mạng lưới cung ứng cho sản xuất các sản phẩm xuất sắc. Trong lộ trình này có bao gồm cả việc phát triển nhân lực (thế hệ thợ thủ công mới). Sản phẩm long nhãn sinh thái của Thái Lan rất nổi tiếng đưa Thái Lan trở thành nhà xuất khẩu long nhãn sinh thái duy nhất trên thế giới cho đến nay.

Thứ năm, khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở các vùng có vị trí địa chính trị - kinh tế quan trọng như Đông Bắc (Thái Lan), Vân Nam (Trung Quốc), Tây Nguyên (Việt Nam) cần chú trọng đến vấn đề ổn định xã hội và an ninh trật tự vùng biên. Mỗi vùng này đều có những bất lợi riêng, chẳng hạn như vùng Đông Bắc Thái Lan nhiều năm gặp phải những vấn đề nhận diện bản sắc người Lào – Thái ở khu vực này, vùng Vân Nam nằm cạnh một số khu vực trị người Choang, người Tây Tạng, vùng Tây Nguyên gặp phải các vấn đề của nhóm Fulro.... Kinh nghiệm của Thái Lan và Trung Quốc cho thấy, các vùng này tập trung phát triển cơ sở hạ tầng, có chiến lược đầu tư để vùng trở thành cửa ngõ giao thông kết nối với các vùng miền khác trên cả nước, kết nối xuống khu vực Đông Nam Á, Nam Á, tạo điều kiện thuận lợi cho người dân nơi đây phát triển kinh tế, giao thương và du lịch. Tuy nhiên, lợi thế đặc thù cũng có thể là bất lợi thế do tính chất địa chính trị của vùng. Do vậy, đây là các vùng phát triển mang tính chất vừa mở, vừa đóng, không mở rộng cho đầu tư nước ngoài, phát triển có chọn lọc các ngành nghề có lợi thế đặc thù.

Chương 2

XÁC ĐỊNH CÁC LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ VÀ THỰC TRẠNG KHAI THÁC CÁC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY NGUYÊN THỜI GIAN QUA

2.1. Xác định các lợi thế đặc thù và các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

2.1.1. Xác định các lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên

2.1.1.1. Lợi thế vị trí địa lý

Tây Nguyên có 5 tỉnh, gồm Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng, với diện tích tự nhiên là 54,7 nghìn km², chiếm 16,5% diện tích tự nhiên của cả nước. Đây là vùng có vị trí địa chính trị quan trọng bởi nó tiếp giáp với khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, Đông Nam Bộ, đồng bằng sông Cửu Long, đồng thời tiếp giáp với các tỉnh nam Lào, đông bắc Campuchia, nối Thái Lan và Myanmar qua hành lang kinh tế Đông Tây, nằm trong khu vực hợp tác tiểu vùng sông Mekong (GMS) và tam giác phát triển Việt Nam – Lào – Campuchia. Vị trí này đưa Tây Nguyên trở thành nơi hưởng các lợi thế đặc thù bởi khu vực này nằm trên các tuyến đường huyết mạch kết nối các vùng kinh tế trọng điểm của cả nước và các nước láng giềng, bao gồm sự kết nối Bắc - Nam, Đông –Tây, có điều kiện giao thương và hợp tác kinh tế với các vùng kinh tế trọng điểm trong cả nước, có thể trở thành điểm trung chuyển hàng hoá giữa các nước quan Nam Lào, Đông Bắc Thái Lan, các tỉnh Campuchia và vùng duyên hải miền Trung của Việt Nam. Với các cửa khẩu biên giới Bờ Y (Kon Tum), Lệ Thanh (Gia Lai), Bu Prăng, Đắk Peur (Đắk Nông), Đắk Ruê (Đắk Lắk), lại không quá xa các cảng biển nước sâu như Dung Quất, Chân Mây, Nhơn Hội, Tây Nguyên có tiềm năng trở thành một cực tăng trưởng mới của Việt Nam, là một trong những cửa ngõ năng động phía Tây và Tây Nam của tổ quốc, có lợi thế trong phát triển kinh tế với các vùng kinh tế trong nước và quốc tế.

Do vị trí địa lý đặc thù, Tây Nguyên có vai trò địa chính trị - kinh tế quan trọng ở Việt Nam hiện nay. Vị trí địa chiến lược của Tây Nguyên thể hiện ở chỗ: khu vực này trở thành cầu nối của hai miền Nam – Bắc của Việt Nam, có hành lang tự nhiên thông với Nam Lào, Đông Bắc Campuchia, duyên hải miền Trung của miền Nam, trong đó 5

tỉnh Tây Nguyên có tới 4 tỉnh có đường biên giới, dài khoảng 590 km tiếp giáp với Lào và Campuchia. Nó trở thành "mái nhà của miền nam bán đảo Đông Dương" (theo lời Đại tướng Võ Nguyên Giáp). Chính vị trí đặc thù này, Tây Nguyên từng là nơi tranh giành đẫm máu trong thời kỳ kháng chiến chống Mỹ, là địa bàn hoạt động của bọn Fulro trong thời kỳ đổi mới kinh tế và là nơi có nhiều thế lực phản động nước ngoài muôn trú ngụ với âm mưu thành lập nhà nước Đê ga. Chính vì vậy, Tây Nguyên có vị trí chiến lược đặc biệt về quân sự, quốc phòng, hơn là phát triển kinh tế.

2.1.1.2. Lợi thế đặc thù về tài nguyên

- *Lợi thế về khí hậu:*

Tây Nguyên có khí hậu nhiệt đới gió mùa mang đặc trưng của vùng cao nguyên với 3 tiểu vùng khí hậu tương ứng với 3 tiểu vùng địa hình, gồm Bắc Tây Nguyên (Kon Tum, Gia Lai), Trung Tây Nguyên (Đắk Lắk, Đắk Nông) và Nam Tây Nguyên (Lâm Đồng). Do địa hình đa dạng, gồm nhiều cao nguyên tầng xếp, trong đó vùng núi cao trên 800 m có diện tích khoảng 2,9 triệu ha (chiếm 53% diện tích đất tự nhiên) với hai đỉnh núi cao là Ngọc Linh (phía bắc, cao 2598 m) và Chư Yang Sin (phía nam, cao 2406 m); các cao nguyên ở độ cao 800 m có diện tích khoảng 2 triệu ha (chiếm 36,5% diện tích đất tự nhiên); các đồng bằng và thung lũng có diện tích khoảng 0,57 triệu ha (chiếm 10,5% diện tích đất tự nhiên²⁹). Khí hậu cao nguyên phân thành hai mùa rõ rệt: mùa khô từ tháng 11 năm trước đến tháng 4 năm sau, khí hậu khô và lạnh, độ ẩm thấp, thường có gió cao nguyên cấp 4-cấp 6. Mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 10, khí hậu ẩm và dịu mát. Ở các cao nguyên có độ cao 500 - 700 m, nhiệt độ trung bình năm ở Tây Nguyên là khoảng 22 - 24°C. Ở các vùng cao nguyên có độ cao 800 - 1000 m nhiệt độ trung bình năm có thể là 20 - 21°C, nhiệt độ không khí trung bình năm có thể xuống thấp khoảng trên dưới 18°C ở những vùng núi cao 1400 - 1500 m và có thể lên đến trên dưới 24°C ở những vùng thấp dưới 200 m, chủ yếu là những khu vực trũng thuộc thung lũng ven các sông như Nam Sa Thầy và Xê San (ở phía Tây Nam của Kon Tum giáp với Gia Lai) hoặc ở thung lũng sông Ea Pa - Ba (ở phía Đông, Đông Nam của Gia Lai)... Trên cả vùng Tây Nguyên thời kỳ có nhiệt độ trung bình tháng cao nhất trong năm là cuối mùa khô - đầu mùa mưa (tháng IV tháng V),

²⁹ Lê Văn Khoa, Phạm Quang Tú (2014), *Hướng tới phát triển bền vững Tây Nguyên*, NXB Tri thức, Hà Nội.

nhiệt độ trung bình tháng lúc này đạt 24 - 25°C ở Đăk Tô, Kon Tum. 26 - 28°C ở An Khê, Ayunpa, Buôn Ma Thuột, M'Đrăk, 19,7°C như ở Đà Lạt. Tương tự, thời kỳ có nhiệt độ trung bình tháng thấp nhất trong năm là vào tháng 12 - tháng 1, nhiệt độ trung bình tháng lúc này đạt 14,6°C ở Đà Lạt, khoảng 18 - 20°C ở đại bộ phận nhiều nơi trên lãnh thổ Tây Nguyên như Đăk Tô, Kon Tum, Buôn Hồ, M'Đrăk, và đạt 21-22°C như ở Buôn Ma Thuột, Ayunpa³⁰.

Khí hậu cao nguyên ngày nắng, đêm mát, nhiệt độ và lượng mưa không đều giữa các vùng tạo nên sự đa dạng về điều kiện khí hậu cho vùng đất này. Hệ sinh thái nơi đây mang nhiều nét đặc thù, hình thành nên các hệ sinh thái nhiệt đới, á nhiệt đới và ôn đới đa dạng, trong đó có nhiều hệ sinh thái đặc biệt quý hiếm như rừng Khộp ở Ea Sup, Krong Na (vườn quốc gia Yok Dong), nơi có nhiều hệ động thực vật quý hiếm; rừng thông ở Đà Lạt (Lâm Đồng), rừng kín ẩm ôn đới trên núi cao như rừng thông, pơ mu (Ngọc Linh, Chư Yang Sin), rừng sấm Ngọc Linh, các vườn quốc gia Ngọc Linh (Kon Tum), Chư Mong Ray (Kon Tum), Kon Ka Kinh (Gia Lai), Chư Ang Sin (Đăk Lăk), Bidoup núi Bà, Cát Tiên (Lâm Đồng), Yok Đôn (Đăk Nông, Đăk Lăk) là nơi có sự đa dạng hoá sinh học cao, thời tiết mát mẻ, se lạnh của vùng cao nguyên. Điều kiện khí hậu cao nguyên cũng tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình quang hợp của cây cối, khiến cây cối nơi đây có năng suất sao, chất lượng tốt, rất thích hợp để trồng cây công nghiệp dài ngày như cà phê, hồ tiêu, cao su, chè... có giá trị kinh tế cao, mang giá trị đặc thù và biến Tây Nguyên trở thành vùng nguyên liệu nông sản lớn trên cả nước. Hơn nữa, điều kiện khí hậu đặc thù với sự khác biệt, đa dạng, phân hoá theo mùa tạo nên nét riêng cho phong cảnh nơi đây, là lực hút đối với phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù trên cao nguyên.

- Lợi thế về tài nguyên đất

Theo số liệu kiểm kê đất đai năm 2015, toàn vùng Tây Nguyên có 5366,3 nghìn ha đất, chiếm 98% diện tích đất tự nhiên, gồm 11 nhóm và 29 loại đất, trong đó đất đỏ vàng có diện tích lớn nhất (chiếm 67,5% diện tích đất tự nhiên, trong đó đất đỏ bazan chiếm 60% diện tích đất đỏ vàng), đất mùn vàng đỏ trên núi (chiếm 11,56%),

³⁰ Phạm Hoàng Hải (2015), *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp nguồn lực tự nhiên, biến động sử dụng tài nguyên và xác lập các mô hình kinh tế - sinh thái bền vững cho một số vùng địa lý trọng điểm khu vực Tây Nguyên*, Đề tài KH-CN/TN3/11-15

đất xám bạc màu (chiếm 9,85%), đất xói mòn trơ sỏi đá (chiếm 3,17%), đất phù sa (chiếm 3,17%), đất đen (1,63%), đất thung lũng (1,26%), đất xám nâu vùng bán khô hạn (0,04%), đất lầy (0,03%), đất mùn trên cao (0,01%), còn lại là đất bãi cát, còn cát³¹.

Theo cơ cấu đất đai như trên, Tây Nguyên có tiềm năng rất lớn trong phát triển một số cây trồng cạn, lâu năm hoặc hàng năm. Nhóm đất đỏ vàng và mùn vàng có diện tích lớn nhất ở Tây Nguyên, chiếm 79,06% diện tích đất tự nhiên. Nhóm đất này có độ phì nhiêu cao, phù hợp cho việc trồng các cây trồng cạn, lâu năm hoặc hàng năm như cao su, cà phê, tiêu, chè, cây lương thực các loại. Đây là loại đất tốt nhất trong các loại đất đồi núi ở Việt Nam về thành phần hoá học, cấu trúc vật lý, địa hình, tầng đất và chất đất. Trong nhóm đất này, đất đỏ bazan là loại đất mang tính chất đặc thù bởi đất này có tầng đất hữu hiệu dày, cấu trúc tối xốp, có khả năng thấm và giữ nước tốt, hàm lượng dinh dưỡng cao hơn so với nhiều loại đất khác. Phần lớn diện tích các loại đất bazan ở Tây Nguyên hiện nay được khai thác trồng các loại cây công nghiệp dài ngày, phân bố tập trung ở 5 cao nguyên: cao nguyên Kon Hà Nừng (Kon Tum, Gia Lai), cao nguyên Pleiku, cao nguyên Buôn Ma Thuột, cao nguyên Di Linh và cao nguyên huyện Đăk Nông. Diện tích các loại đất bazan ở Tây Nguyên trên 1.549.292 ha; chiếm khoảng 25% diện tích tự nhiên toàn vùng và chiếm trên 50% tổng diện tích đất bazan toàn quốc; phân bố chạy dài từ tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đăk Lăk, Đăk Nông đến Lâm Đồng.

Đất phù sa ở Tây Nguyên được phân bố dọc các con sông lớn, tập trung ở các tỉnh Gia Lai, Đăk Lăk và Lâm Đồng, là nhóm đất được phân bố ở địa hình bằng phẳng, gần nguồn nước nên thuận lợi cho việc canh tác lúa nước, hoa màu, cây ăn quả, chăn nuôi thủy sản. Tuy nhiên, nhóm đất này chiếm tỷ trọng không lớn trong diện tích đất tự nhiên ở Tây Nguyên.

- Lợi thế về tài nguyên nước:

Tây Nguyên có hệ thống sông suối khá dày đặc, nhiều gènh thác, là nơi khởi nguồn của 4 hệ thống sông chính là sông Pô koo – Sê san (Kon Tum) đổ vào sông Mekong, sông Ba – Ayun đổ vào sông Đà Rằng, chảy ra biển Đông, sông Serepok

³¹ Vũ Năng Dũng (2016), Nghiên cứu đánh giá tổng hợp thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển bền vững cây công nghiệp và cây lương thực ở Tây Nguyên”, Đề tài nhà nước, TN3/T28.

(Đắk Lắk) đổ vào sông Mekong và sông Đồng Nai (Đắk Nông, Lâm Đồng) đổ ra biển Đông. Do địa hình mang tính đặc thù, các con sông này có tiềm năng thủy điện dồi dào, chỉ đứng thứ hai cả nước sau sông Hồng. Tổng lượng nước mặt các con sông ở Tây Nguyên là khoảng 50,2 tỷ m³, trong đó sông Serekok đứng đầu (14,5 tỷ m³), sông Sê san (13,3 tỷ m³), sông Ba (7,6 tỷ m³), sông Đồng Nai (9,3 tỷ m³) và các con sông nhỏ đầu nguồn như sông Thu Bồn, sông Trà Khúc (5,5 tỷ m³)³². Chính vì vậy, Tây Nguyên có tiềm năng rất lớn trong phát triển thủy điện, đặc biệt là thủy điện vừa và nhỏ.

Cùng với điều kiện địa hình, địa chất đặc thù, Tây Nguyên cũng là nơi có cảnh quang hùng vĩ, có những thác nước đẹp bậc nhất ở Việt Nam, đặc biệt là 7 ngọn thác: Dray Nur, Dray Sap, Gia Long, Trinh Nữ, Thủy tiên, Diệu Thanh, Krong Kma. Ngoài ra, theo thống kê Tây Nguyên có khoảng 80 thác và ghềnh khác. Tây nguyên được đánh giá là “bảo tàng của các thác nước” Việt Nam bởi sự phong phú và đa dạng của các thác, ghềnh. Ngoài ra, Tây Nguyên còn có nhiều hồ lớn, phong cảnh hữu tình như hồ Xuân Hương, hồ Than Thở, hồ Lắk, hồ Ayun Hạ, Hồ Tuyên Lâm, biển Hồ. Đây là một tiềm năng rất lớn liên quan đến việc khai thác phát triển nhiều loại hình du lịch khác nhau như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch cắm trại, du lịch tắm thác, câu cá, du lịch thể thao, du lịch mạo hiểm...

- Lợi thế về tài nguyên khoáng sản:

Tây Nguyên là vùng giàu tài nguyên khoáng sản. Theo báo cáo tổng kết chương trình Tây Nguyên 3, Mã số KHCCN-N3/11-15, Tây Nguyên có hơn 50 loại khoáng sản thuộc 3 nhóm lớn: khoáng sản kim loại, khoáng sản không kim loại và khoáng sản vật liệu xây dựng. Trong số các loại khoáng sản trên, bôxít là khoáng sản có trữ lượng lớn nhất, khoảng 3,05 tỷ tấn, chiếm 91,4% trữ lượng bôxít trên cả nước, trong đó Đắk Nông chiếm 60,33%, Lâm Đồng chiếm 19,18%, Kon Tum chiếm 11,97% trữ lượng cả nước. Ngoài bô xít, Tây Nguyên có trữ lượng lớn quặng vàng, vật liệu xây dựng, đá quý, than bùn, than nâu và một số kim loại màu nặng. Vàng có trữ lượng khoảng trên 10 tấn vàng gốc và 45 tấn quặng vàng, phân bố ở Kon Tum (4

³² Nguyễn Lập Dân, Ngô Lê Long, Ngô Lê An, Dương Quốc Huy, Chu Bá Thi (2013), *Tác động của phát triển thủy điện đến tài nguyên nước khu vực Tây Nguyên*, Tạp chí các khoa học về trái đất, 35(2), 6/2013

địa điểm), Gia Lai (14 địa điểm), Đăk Lăk và Đăk Nông (3 địa điểm), Lâm Đồng (chủ yếu là vàng sa khoáng, tập trung ở Đức Trọng). Đá quý được phát hiện ở Đăk Mil, Chư Sê, Pleiku, Đăk Me, Đăkha. Vật liệu xây dựng có trữ lượng vừa và nhỏ, chủ yếu là đất sét, đá vôi, cao sa lạnh, đá xây dựng các loại. Tây Nguyên có nhiều loại khoáng sản khác nhau, nhưng giá trị kinh tế lớn nhất vẫn là bô xít. Khai thác khoáng sản trở thành một lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là các loại khoáng sản có tiềm năng lớn về trữ lượng, chất lượng và giá trị như bô xít, vàng, thiếc.

2.1.1.3. Lợi thế đặc thù về văn hoá:

Vùng Tây Nguyên trước đây cũng như hiện nay có những nét đặc thù riêng biệt. Vùng đất nơi đây có nhiều di tích lịch sử độc đáo, như Thánh địa Cát Tiên (Lâm Đồng), di tích tháp Yang Prong (Đăk Lăk), các di tích trận đánh thời kỳ chống Mỹ, bao gồm các làng kháng chiến, khu tưởng niệm, căn cứ cách mạng. Tiêu biểu cho loại hình di tích này là: Làng kháng chiến Stor (xã Tơ Tung, huyện K`Bang, Gia Lai) gắn với tên tuổi của anh hùng Núp; Khu lưu niệm người anh hùng N`Trang Guh (Xã Buôn Choánh, huyện Krông Nô, Đăk Nông); Cụm di tích đồn Buméra, Bu Nor (xã Đăk R`tih và xã Đăk Buk So, huyện Tuy Đức, Đăk Nông) gắn với hoạt động của anh hùng N`Trang Long; Căn cứ kháng chiến B4 (Xã Năm Nung, huyện Krông Nô, Đăk Nông); Đường Trường Sơn – Đường Hồ Chí Minh đoạn qua Tây Nguyên nằm trên các tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đăk Lăk và Đăk Nông...

Với 54 dân tộc anh em sinh sống, Tây Nguyên có nhiều công trình tôn giáo, tín ngưỡng, nhiều chùa, nhà thờ, tu viện mới được xây dựng hoặc được xây dựng từ hàng trăm năm có kiến trúc đẹp, cảnh quan đẹp độc đáo, như Chùa Minh Thành (Pleiku, Gia Lai), Chùa Sắc tứ Khải Đoan (Buôn Ma Thuột, Đăk Lăk), Chùa Linh Sơn (Đà Lạt, Lâm Đồng), Thiền viện Trúc Lâm Đà Lạt (Lâm Đồng), Nhà thờ gỗ Kon Tum (thành phố Kon Tum), một số nhà thờ ở Đà Lạt (Lâm Đồng) như Nhà thờ Cam Ly, Nhà thờ Mai Anh (Domaine de Marie), Nhà thờ Con Gà...

Mặc dù ngày nay, những nét văn hoá cổ truyền của đồng bào Tây Nguyên đã bị mai một, nhưng ở đây vẫn có những yếu tố đặc trưng của một xã hội mẫu quyền, những kiểu dáng nhà truyền thống (như rông, nhà dài, nhà sàn, nhà mồ...), lễ hội cồng chiêng, lễ hội đâm trâu, lễ mừng năm mới, nghi lễ bỏ mả, lễ hội đua voi, cúng thần làng... Các

lễ hội dân gian và hiện đại đang trở thành nét văn hoá đặc trưng của các buôn làng Tây Nguyên.

Trong mấy thập kỷ gần đây, văn hoá Tây Nguyên cổ truyền chịu nhiều tác động của đời sống hiện đại, của làn sóng người di cư lên Tây Nguyên làm ăn và từ sự phát triển mạnh mẽ của giao thương, du lịch trong nước và quốc tế. Để bảo tồn các di sản văn hoá vật thể và phi vật thể, các làng văn hoá, làng nghề truyền thống đã được khôi phục, tạo nên nét độc đáo nơi đây với các giá trị văn hoá đặc sắc. Bản Đôn (huyện Buôn Đôn, tỉnh Đắk Lắk) là khu du lịch nổi tiếng bậc nhất Tây Nguyên với những sản phẩm du lịch mang sắc thái địa phương, sắc thái của cộng đồng dân tộc bản địa. Tỉnh Kon Tum có các làng: Làng du lịch văn hóa Kon Kotu (thành phố Kon Tum), Làng văn hóa Kon Jơ Ri (thành phố Kon Tum), làng Rắc (huyện Sa Thầy) v.v... đều chứa đựng các giá trị truyền thống từ kiến trúc đến văn hóa cổ truyền. Đắk Nông có Làng văn hóa du lịch đồng bào Mnông (huyện Đắk Song) v.v... Các làng nghề truyền thống được khôi phục, đặc biệt là nghề dệt thổ cẩm độc đáo mang đậm bản sắc văn hoá Tây Nguyên.

Văn hoá Tây Nguyên có sắc thái đa dạng và phong phú, được biểu hiện qua kho tàng văn học truyền miệng, nghệ thuật công chiêng, các lễ hội dân tộc, các tín ngưỡng dân gian, các luật tục, ngôn ngữ, xen lẫn với nét văn hoá của các tộc người dân tộc thiểu số phía Bắc như người Tày, Nùng, Thái, Mường, Dao... Nét văn hoá này mang tính đặc thù – được hình thành và phát triển chủ yếu trên cơ sở của “nền văn minh nương rẫy” và nó có sự khác cơ bản với văn hoá của “văn minh lúa nước” ở các vùng đồng bằng của Việt Nam. Không gian văn hoá công chiêng, sử thi, những điệu múa, lời hát, cách ăn mặc, nhạc cụ, truyền thống mẫu hệ... mang giá trị biểu thị đặc trưng của văn hoá tộc người ở vùng Tây Nguyên, dựa trên những giá trị thực tiễn và thân thiện, gắn với các phong tục, tập quán, nghi lễ ca múa nhạc nguyên thủy. Nét đặc thù của nền văn minh nương rẫy ở vùng Tây Nguyên đem lại các lợi thế trong phát triển du lịch, giao thương và cũng là đặc điểm cần nghiên cứu khi phát triển kinh tế - xã hội ở nơi đây.

Bên cạnh các nét văn hoá truyền thống, Tây Nguyên còn là nơi có nhiều nét văn hoá hiện đại, thể hiện qua các lễ hội hoa Đà Lạt, lễ hội cà phê Buôn Ma Thuột, các cửa khẩu, các nhà máy thủy điện, trung tâm thương mại, làng hoa, khu vui chơi giải trí, các

bảo tàng văn hoá dân tộc, các công viên lớn, các vườn quốc gia với sự đa dạng của hệ sinh thái..., là tiềm năng to lớn trong phát triển du lịch.

2.1.1.4. Lợi thế đặc thù về thể chế

Tây Nguyên được hưởng lợi từ các chính sách mang tính chất đặc thù trong phát triển kinh tế - xã hội vùng. Được đánh giá là một trong ba địa bàn đặc thù (bao gồm Tây Nguyên, Tây Bắc, Tây Nam Bộ) là các vùng ven biên giới, vùng sâu, vùng khoa khản, dân số phần lớn là đồng bào dân tộc, có những thách thức an ninh quốc phòng, dân tộc, tôn giáo..., nên Ban Chỉ đạo Tây Nguyên được Bộ chính trị quyết định thành lập năm 2002. Đây được coi là một mô hình tổ chức giúp trung ương thực hiện hiệu quả các nghị quyết, chỉ thị, quyết định của Bộ chính trị, Ban Bí thư, Thủ tướng về phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng, công tác dân tộc, tôn giáo, xây dựng hệ thống chính trị trên địa bàn Tây Nguyên. Ban chỉ đạo Tây Nguyên đã giúp chính phủ xây dựng các chính sách đặc thù cho đồng bào Tây Nguyên, cụ thể là các đề án phát triển hoạt động văn hoá – thông tin; hỗ trợ doanh nghiệp nông lâm nghiệp; kêu gọi đầu tư xây dựng các công trình thuỷ lợi vừa và nhỏ; kêu gọi chính phủ hỗ trợ 100% vốn đối ứng các dự án ODA ở Tây Nguyên; hỗ trợ chính phủ ban hành một số cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội đối với vùng Tây Nguyên đến năm 2010; tư vấn chính phủ trong việc phê duyệt quy hoạch phân vùng thăm dò, khai thác, chế biến, sử dụng quặng bô xít giai đoạn 2007-2015, tầm nhìn 2025; tham mưu cho chính phủ về các giải pháp tình thế để giải quyết các vấn đề mang tính cấp bách của người dân Tây Nguyên, cụ thể là chính sách mua tạm trữ cà phê, chính sách tái định cư thuỷ định Plei Krong, chính sách phụ cấp khu vực; chỉ đạo, kiểm tra, đôn đốc các bộ, ngành, địa phương triển khai các giải pháp phát triển kinh tế xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng, công tác tôn giáo, dân tộc, biến đổi khí hậu, liên kết vùng, ngăn chặn âm mưu chống phá của các thế lực thù địch; tổ chức sơ kết, tổng kết và định kỳ báo cáo Bộ Chính trị, ban bí thư và thủ tướng chính phủ về việc thực hiện các nhiệm vụ công tác của Ban Chỉ đạo Tây Nguyên. Trong 15 năm hoạt động (2002 - 2017), Ban Chỉ đạo Tây Nguyên đã góp phần tạo nên sự chuyển biến kinh tế - xã hội, từng bước nâng cao đời sống nhân dân, rút ngắn khoảng cách phát triển giữa các vùng miền, xây dựng quy hoạch vùng, thực hiện liên kết phát triển du lịch, nông lâm nghiệp theo hướng phát huy các lợi thế đặc thù vùng Tây Nguyên.

Bên cạnh vai trò, chức năng của Ban Chỉ đạo Tây Nguyên, vùng Tây Nguyên cũng được hưởng nhiều chính sách đặc thù của chính phủ, đặc biệt là các quyết định sau đây: Quyết định của thủ tướng chính phủ về việc định hướng dài hạn, kế hoạch 5 năm 2001 - 2005 và những giải pháp cơ bản phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên (Quyết định số 168/2001/QĐ-Ttg, 2001); Quyết định về việc ban hành một số cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội đối với các tỉnh Tây Nguyên đến năm 2010 (Quyết định 25/2008/QĐ-Ttg, 2008); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên đến năm 2020 (Quyết định số 936/2012/QĐ-TTg, 2012); quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên đến năm 2030 (Quyết định số 1194/QĐ-TTg, 2014); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Kon Tum đến năm 2020 (Quyết định số 581/QĐ-TTg, 2012); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020 (Quyết định số 87/QĐ-TTg, 2012); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Lâm Đồng đến năm 2020 (Quyết định số 1462/QĐ-TTg, 2012); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Gia Lai đến năm 2020 (Quyết định số 319/QĐ-TTg, 2012); Quyết định quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Đắk Nông đến năm 2020 (Quyết định số 1942/QĐ-TTg, 2012); Một số quy hoạch ngành trên địa bàn vùng Tây Nguyên, cụ thể là Quy hoạch phân vùng, thăm dò và khai thác chế biến, sử dụng quặng bô xít giai đoạn 2007-2015, có xét đến năm 2025 (Quyết định 167/QĐ-TTg, 2007); Phương hướng, kế hoạch phát triển kết cấu hạ tầng giao thông vùng Tây Nguyên đến năm 2015, định hướng đến năm 2020 (Quyết định 3936/QĐ-BGTVT, 2013); Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (Quyết định 2162/QĐ-TTg, 2013); Quy hoạch phát triển công nghiệp, thương mại vùng Tây Nguyên đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 (Quyết định 6448/QĐ-BTC, 2015) v.v... Các văn bản, chính sách này được coi là những công cụ chính sách quan trọng giúp Tây Nguyên quy hoạch phát triển các vùng, tiểu vùng, ngành, tiểu ngành, liên kết sản xuất giữa các vùng và các doanh nghiệp, phát triển giao thông, tạo môi trường thuận lợi thu hút đầu tư, từ đó khai thác hiệu quả hơn các lợi thế đặc thù của vùng.

Đánh giá chung:

Như phần chương 1 đã phân tích, một vùng lãnh thổ hoặc một quốc gia có lợi thế đặc thù khi lãnh thổ hoặc quốc gia đó có 1 trong 8 biểu hiện sau: 1) Vị trí địa lý; 2) Tài nguyên; 3) Con người và tiềm năng trí tuệ; 4) Công nghệ; 5) Kết cấu hạ tầng kỹ thuật; 6) Văn hoá; 7) Đội ngũ doanh nhân; 8) Chính quyền và quản trị. Thông thường một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ có từ 01 biểu hiện trên của lợi thế đặc thù tĩnh (lợi thế đặc thù ban đầu), quốc gia đó có thể có điều kiện thuận lợi để phát triển kinh tế (chẳng hạn Singapore ban đầu chỉ có lợi thế về vị trí địa lý). Nhưng lợi thế đặc thù không phải là yếu tố bền vững, và nếu như dựa vào lợi thế đặc thù tĩnh ban đầu, sự thịnh vượng của quốc gia đó không thể kéo dài, và xu hướng chung các quốc gia hoặc vùng lãnh thổ có xu hướng đầu tư vào các lợi thế đặc thù động (công nghệ, con người và trí tuệ, cơ sở hạ tầng, doanh nghiệp, chính quyền và quản trị...) để phát triển bền vững. Trong 08 biểu hiện của lợi thế đặc thù, chỉ có một số biểu hiện thuộc về lợi thế đặc thù tĩnh là vị trí địa lý, tài nguyên, văn hoá. Còn lại là các lợi thế đặc thù động.

Xét trong bối cảnh Tây Nguyên hiện nay, vùng này có 04 lợi thế đặc thù, trong đó có 03 lợi thế đặc thù tĩnh (vị trí địa lý, tài nguyên, văn hoá). Lợi thế đặc thù về thể chế ở Tây Nguyên ở đây muốn nói đến là các cơ chế mà chính phủ Việt Nam trao quyền để Tây Nguyên có điều kiện thuận lợi phát triển. Thực ra, lợi thế đặc thù được nói đến trong phần lý thuyết là những lợi thế mang tính khác biệt, mang tính “tự tại”; nhưng đối với Tây Nguyên, các cơ chế đặc thù là yếu tố lợi thế khách quan mang lại. Tuy nhiên, cũng có thể coi đây là một lợi thế đặc thù của Tây Nguyên so với các vùng miền khác trong cả nước, còn trên thực tế việc khai thác lợi thế đặc thù về thể chế ở Tây Nguyên còn nhiều vấn đề cần phải nghiên cứu (trong các chương tiếp theo).

2.1.2. Xác định các sản phẩm đặc thù và các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

2.1.2.1. Xác định các sản phẩm đặc thù ở Tây Nguyên

Tây Nguyên có nhiều sản phẩm chủ lực được dựa theo các lợi thế đặc thù của vùng, trong đó chủ yếu là khai thác các cây công nghiệp dài ngày, không cần nhiều nước tưới tiêu dưới quy mô trang trại để hình thành nên các vùng nguyên liệu lớn, chủ lực cho toàn vùng; tiến tới phát triển các ngành công nghiệp chế biến nông lâm sản. Ngoài ra, Tây Nguyên còn có nhiều tiềm năng trong phát triển thủy điện, khai khoáng và du lịch.

Bảng 2.1. Danh mục các sản phẩm ưu tiên, mũi nhọn của Tây Nguyên theo các quyết định của chính phủ

STT	Tên sản phẩm	Giai đoạn					
		2001-2010		2010-2020		2020-2030	
		Các sản phẩm ưu tiên	Các sản phẩm mũi nhọn	Các sản phẩm ưu tiên	Các sản phẩm mũi nhọn	Các sản phẩm ưu tiên	Các sản phẩm mũi nhọn
I. Nông lâm nghiệp							
1	Lúa, rau màu	X		X		X	
2	Cà phê		X		X		X
3	Cao su		X		X		X
4	Chè		X		X		X
5	Điều		X		X		X
6	Tiêu		X		X		X
7	Mía	X		X		X	
8	Bông	X		X		X	
9	Dâu tằm	X		X		X	
10	Thuốc lá	X		X		X	
11	Rau quả	X			X		X
12	Dược liệu	X			X		X
13	Gỗ	X			X		X
II. Công nghiệp							
1	Bột giấy	X		X		X	
2	Bông, xơ sợi	X		X		X	
3	Chế biến nông lâm sản		X		X		X
4	Thủy điện		X		X		X
5	Khai thác bô xít	X			X		X
III. Du lịch							
1	Sinh thái	X			X		X
2	Văn hoá	X			X		X
3	Lịch sử	X			X		X

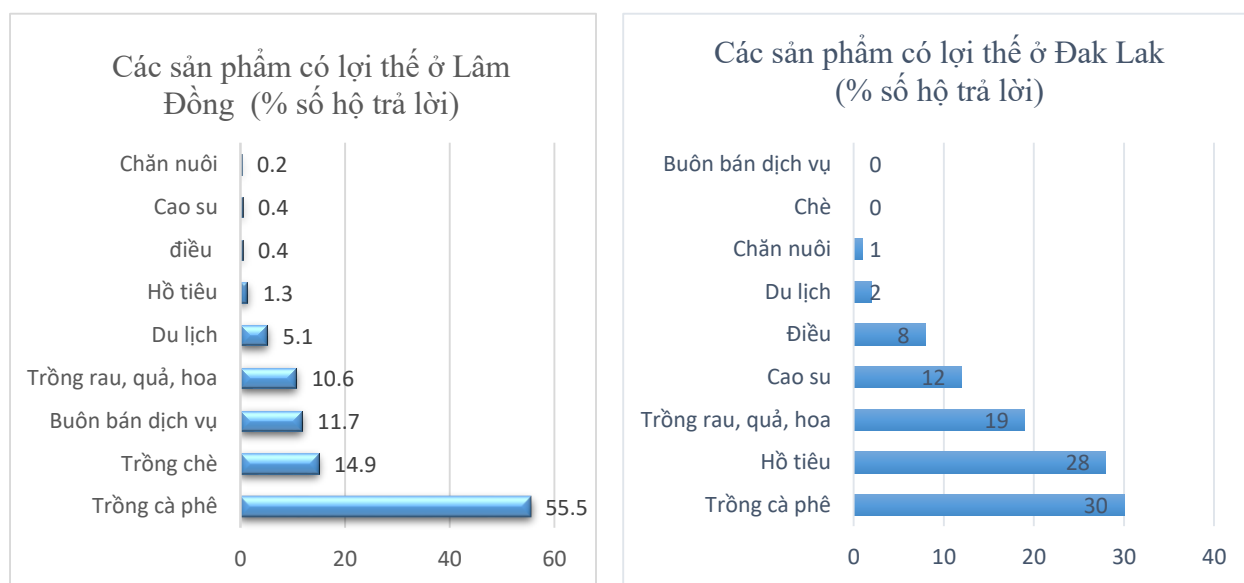
Nguồn: Quyết định 168/2001/QĐ-TTg; Quyết định 25/2008/QĐ-TTg; Quyết định 936/QĐ-TTg 2012; Quyết định 1194/QĐ-TTg 2014

Theo các quyết định này, các sản phẩm đặc thù của vùng Tây Nguyên được tập trung khai thác, phát triển gồm: cà phê, chè, cao su, điều, tiêu, dược liệu, gỗ, rau quả, công nghiệp chế biến nông lâm sản, khai thác và chế biến bô xít, thủy điện và phát triển các loại hình du lịch. Với thế mạnh của một vùng có điều kiện đất đai, khí hậu thích hợp với nhiều loại cây trồng, Tây Nguyên có tiềm năng hình thành các vùng sản xuất chuyên canh sản xuất tập trung quy mô lớn. Các sản phẩm chủ lực như cà phê, cao su, điều, lâm sản có mặt ở tất cả các tỉnh trong vùng, trong khi chè 95% diện tích tập trung ở Lâm Đồng, hồ tiêu chủ yếu tập trung ở Gia Lai và Đắk Lắk. Nhìn chung, ở hầu hết các tỉnh của vùng Tây Nguyên, các sản phẩm chủ lực này có những điểm tương đồng về điều kiện phát triển kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, mỗi địa phương lại có những lợi thế riêng của mình, chẳng hạn cà phê được trồng nhiều nhất ở Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng nhưng cà phê Đắk Lắk và Đắk Nông chủ yếu là giống cà phê robusta, trong khi đó tại Lâm Đồng là giống cà phê arabica. Các vùng trồng cà phê lớn nổi tiếng ở Đắk Lắk là Buôn Ma Thuột, Ea H'leo, Ea Sup, Krong Buk, Krong Năng, Cư M'gar, Krong Pắc, Buôn Hồ. Đây là vùng đất trồng cà phê robusta hàng đầu thế giới. Còn tại Lâm Đồng, cà phê có hương vị khác hẳn, được trồng nhiều ở Cầu Đất, Núi Min, Trại Hành và là vùng đất có chất lượng cà phê Arabica ngon nhất nhì thế giới. Sự tương đồng và khác biệt này tạo nên những tiềm năng trong khai thác các sản phẩm đặc thù của mỗi vùng có sự khác nhau trong sự thống nhất, nhằm phát huy năng lực cạnh tranh sản phẩm của mỗi vùng.

Tại huyện Bảo Lộc tỉnh Lâm Đồng, kết quả điều tra của đề tài từ góc nhìn hộ gia đình cho thấy, phần lớn cho rằng các sản phẩm có lợi thế đặc thù của địa phương là cà phê, chiếm 55,5% tổng số hộ gia đình trong mẫu điều tra. Tiếp đến, tỷ lệ hộ gia đình lớn thứ hai cho rằng chè là tiềm năng và là lợi thế của địa phương, chiếm 15%. Thứ ba, buôn bán, dịch vụ được phần lớn hộ cho là tiềm năng, lợi thế, chiếm 12% và khoảng 11% số hộ cho rằng trồng rau quả, hoa là tiềm năng, lợi thế của Lâm Đồng. Những nhóm sản phẩm còn lại khác như cao su, hồ tiêu, điều, chăn nuôi không được nhiều hộ đánh giá là tiềm năng, lợi thế. Tỷ lệ hộ gia đình coi những sản phẩm này là tiềm năng, lợi thế chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ bé. Đáng lưu ý, du lịch được coi là thế mạnh của Lâm Đồng nhưng chỉ có 5% số hộ trong mẫu phỏng vấn đánh giá là tiềm năng, lợi thế. Phần lớn các hộ cho rằng đặc điểm tạo nên lợi thế cho hộ là đặc thù đất đai, thời tiết và khí hậu của địa phương (chiếm 30%). Tiếp đến là tỷ lệ hộ cho rằng chất lượng sản phẩm tạo

nên lợi thế của hộ (chiếm 22%), 16% số hộ coi công nghệ, kỹ thuật tạo nên lợi thế cho hộ và 12% số hộ cho rằng giá cả là yếu tố tạo nên lợi thế cho hộ.

Hình 2.1. Các sản phẩm có lợi thế đặc thù của một số địa phương Đắk Lắk, Lâm Đồng



Nguồn: Kết quả điều tra của đề tài

Còn tại Đắk Lắk, từ góc nhìn của hộ gia đình, tỷ lệ lớn nhất các hộ đánh giá cà phê là sản phẩm có lợi thế của địa phương, chiếm 30%. Tiếp đến, 28% số hộ đánh giá hồ tiêu là sản phẩm tiềm năng, lợi thế của tỉnh. Rau, quả, hoa, cao su, và đầi là các sản phẩm kế tiếp có tỷ lệ tương đối lớn hộ gia đình đánh giá có tiềm năng và lợi thế. Trên thực tế, Tây Nguyên là vùng có diện tích trồng cà phê lớn nhất nước, với 470 nghìn ha cà phê, chiếm 77,5% diện tích trồng cà phê của cả nước (năm 2017), trong đó Đắk Lắk là địa phương có diện tích trồng cà phê lớn nhất với trên 187 nghìn ha, Lâm Đồng (162,7 nghìn ha), Đắk Nông (112,6 nghìn ha). Ngoài ra, Đắk Lắk cũng là tỉnh có diện tích trồng hồ tiêu, cao su lớn nhất vùng Tây Nguyên.

Tại Lâm Đồng, đây là nơi có diện tích trồng chè lớn nhất vùng Tây Nguyên, chiếm 92% diện tích trồng chè của 5 tỉnh Tây Nguyên và chiếm 24% diện tích trồng chè trên cả nước (năm 2017). Tuy nhiên, ngoài chè, Lâm Đồng là nơi có diện tích trồng đầi và cà phê lớn thứ hai ở Tây Nguyên.

2.1.2.2. Xác định các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên

Tận dụng sự giàu có của vùng đất Tây Nguyên, ngay từ sau năm 1975 chính phủ đã tập trung phát triển các ngành đặc thù cho vùng đất này bằng cách thành lập các

nông lâm trường quốc doanh, tập trung trồng cao su, cà phê, tiêu, điều và một số cây trồng chủ lực khác. Theo thống kê, các nông lâm trường quốc doanh trước năm 1986 chiếm phần lớn diện tích đất đai Tây Nguyên, cụ thể ở Đắk Lắk ba xí nghiệp liên hiệp nông công nghiệp quản lý 1,058 triệu ha đất đai toàn tỉnh, cộng thêm 1,5 triệu ha cao su quốc doanh, tổng cộng là quản lý khoảng 90% đất đai toàn tỉnh. Tính cho toàn vùng Tây Nguyên trước đổi mới, có tới 70% đất đai Tây Nguyên thuộc về các nông trường quốc doanh. Đến năm 1993, con số này giảm mạnh, còn 26%.

Trong thời kỳ đổi mới kinh tế, tiềm năng của Tây Nguyên được khai thác hiệu quả hơn. Các cụm ngành bắt đầu xuất hiện, tập trung vào phát triển công nghiệp chế biến, làng nghề truyền thống, nông nghiệp công nghệ cao, khai thác chế biến khoáng sản, cụm ngành du lịch... Tây Nguyên được chính phủ tập trung phát triển theo không gian kinh tế - xã hội, trong đó tiềm năng phát triển sẽ được khai thác theo hướng sau:

1) *Trồng và sản xuất các sản phẩm nông sản đặc thù*: Với đặc thù về đất đai và khí hậu, Tây Nguyên có tiềm năng mở rộng diện tích canh tác và tập trung trồng các sản phẩm có lợi thế đặc thù. Các tỉnh Tây Nguyên đều có lợi thế rất lớn trong việc trồng các cây công nghiệp dài ngày, đem lại giá trị kinh tế cao như cà phê, cao su, tiêu, điều, chè. Bên cạnh đó, các tỉnh Tây Nguyên cũng xác định lĩnh vực mang lại lợi thế đặc thù tỉnh là phát triển các cụm sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, trong đó Lâm Đồng, Đắk Lắk được đánh giá là có tiềm năng lớn trong phát triển các cụm nông nghiệp công nghệ cao như mô hình chăn nuôi trang trại nông nghiệp, vùng chuyên canh rau sạch, vùng chuyên canh chè, cà phê, hoa, nấm, dược liệu, cây ăn quả... Các cụm nông nghiệp công nghệ cao. Các cụm nông nghiệp công nghệ cao có thể thu hút các mô hình sản xuất cá thể, tư nhân, quốc doanh, các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài, hướng tới xây dựng chỉ dẫn địa lý và thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp đặc thù vùng Tây nguyên.

2) *Chế biến các sản phẩm có lợi thế đặc thù*:

Tây Nguyên có tiềm năng phát triển các ngành công nghiệp chế biến, giải quyết đầu ra cho sản phẩm nguyên liệu thô của vùng nguyên liệu chủ lực của các tỉnh trong vùng, sản xuất, chế biến tại chỗ để gia tăng giá trị cho sản phẩm đặc thù. Cụ thể là:

- Ngành công nghiệp chế biến nông sản có thể được thành lập đối với một số sản phẩm như chế biến cao su, chế biến rau quả, chế biến bột giấy và giấy, chế biến bột sắn,

chế biến cà phê, chế biến hạt tiêu, chế biến chè, chế biến bột ca cao và sô cô la, chế biến sữa, chế biến hạt điều. Theo không gian lãnh thổ, công nghiệp chế biến nông lâm sản sẽ tập trung vào các vùng giàu nguyên liệu nông sản ở các tỉnh Tây Nguyên, chẳng hạn như nguyên liệu cao su ở Đắk Tô (Kon Tum), Chư Sê (Gia Lai), Cư Kuin (Đắk Lắk), Đắk Glong (Đắk Nông); Cụm công nghiệp chế biến cà phê có thể đặt tại thành phố Buôn Ma Thuột, hoặc một số huyện đang giàu có về nguyên liệu cà phê như Đắk Mil (Đắk Nông), Đà Lạt (Lâm Đồng)... Trong các cụm này, có thể xây dựng mô hình chuỗi liên kết, gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm. Chuỗi liên kết có sự hỗ trợ giúp đỡ của chính phủ, chính quyền địa phương, các viện nghiên cứu, các nhà phân phối và lấy các doanh nghiệp chế biến làm hạt nhân của chuỗi.

- Ngành công nghiệp khai thác khoáng sản: chủ yếu tập trung vào những vùng nhiều tài nguyên khoáng sản đặc thù như nhôm, bô xít tại các tỉnh Đắk Nông và Lâm Đồng. Đi kèm theo đó là phát triển các ngành dịch vụ, du lịch nghỉ dưỡng, nông nghiệp công nghệ cao.

3) Phát triển du lịch:

Dựa vào lợi thế đặc thù, Tây Nguyên có thể phát triển một nhiều loại hình du lịch. Với địa hình đa dạng, nhiều nét văn hoá và sinh thái đặc thù, Tây Nguyên có tiềm năng trong phát triển các cụm du lịch theo nhiều hình thức khác nhau (du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, du lịch mạo hiểm, du lịch thể thao, du lịch nông nghiệp...) và hình thành nhiều tuyến du lịch nội tỉnh, liên tỉnh, nội vùng, ngoại vùng và xuyên biên giới. Du lịch Tây Nguyên có thể hướng tới các làng nghề thủ công truyền thống, tập trung vào một số nghề thủ công truyền thống như dệt thổ cẩm (áo, khố, váy, túi xách, khăn, chăn, ví...) và nhạc cụ truyền thống (đàn T'rung, đàn Kơ ní, đàn Goong, đàn Bro Mong, đàn Krong but, gùi, nỏ, kiếm...). Các cụm làng nghề này thực hiện theo mô hình “mỗi làng một sản phẩm”, nhằm bảo tồn các giá trị văn hoá truyền thống, phát triển thương mại và du lịch. Cụm làng nghề thủ công truyền thống dựa trên hạt nhân là các hợp tác xã nông nghiệp, dựa trên những giá trị văn hoá lâu đời mang tính đặc thù để sáng tạo ra các sản phẩm thủ công truyền thống mang đặc trưng riêng của mỗi vùng.

2.1.2.3. Liên kết vùng trong khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây Nguyên

Các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây Nguyên tương đối giống nhau. Vì vậy, rất cần phải có sự liên kết để có thể khai thác các lợi thế đặc thù của từng tỉnh nói riêng và cả vùng Tây Nguyên nói chung để tránh tình trạng “mạnh ai nấy làm” khiến các lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây Nguyên bị khai thác tràn lan, không hiệu quả và các lĩnh vực có lợi thế đặc thù không thể phát triển theo cụm ngành chuyên môn hoá.

- Về mặt cơ sở hạ tầng cho liên kết vùng:

Vùng Tây Nguyên có vị trí địa chính trị, địa chiến lược và địa kinh tế quan trọng của Việt Nam, có những hành lang tự nhiên thông với Nam Lào, Đông Bắc Campuchia, có đường giao thông liên hoàn nối với các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ và Đông Nam Bộ, có các cửa khẩu quốc tế nằm trên tuyến hành lang Đông – Tây và không quá xa với các cảng biển nước sâu như Dung Quất, Chân Mây, Nhơn Hội. Vì vậy, Tây Nguyên có tiềm năng rất lớn trong phát triển liên kết vùng trong phát triển sản xuất, thương mại, du lịch, đầu tư, logistics và nhiều lĩnh vực có tiềm năng khác.

Tây Nguyên có nhiều kinh tế cửa khẩu, các khu thương mại cửa khẩu: do nằm tiếp giáp biên giới với Campuchia, Lào, Tây Nguyên có tiềm năng khai thác các lợi thế của vùng biên giới trong phát triển thương mại, du lịch, giao thông vận tải, mở các khu trung tâm thương mại vùng biên và nhiều mô hình kinh tế biên giới khác. Trong cụm kinh tế cửa khẩu, 4 cửa khẩu quốc tế: Bờ Y (Kon Tum), Lệ Thanh (Gia Lai), Bu Prăng (Đắk Nông), Đắk Ruê (Đắk Lắk); 1 cửa khẩu quốc gia là Đắk Per (Đắk Nông); 5 cửa khẩu phụ Tà Bốp, Tà Đạt, Mô Rai, Hồ Le (Kon Tum), Sa Thầy (Gia Lai) sẽ là trung tâm phát triển kinh tế - xã hội của toàn tỉnh hoặc toàn vùng. Thành phố Pleiku và Buôn Ma Thuột có tiềm năng trở thành đô thị trung tâm hạt nhân trong tam giác phát triển Việt Nam – Lào – Campuchia. Tuy nhiên, cụm kinh tế, thương mại cửa khẩu phải gắn liền với nhiệm vụ trọng tâm là bảo vệ an ninh quốc phòng và an toàn xã hội.

- Về khả năng liên kết vùng để khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù:

+ Liên kết các vùng sản xuất của các tỉnh Tây Nguyên: các tỉnh Tây Nguyên có những lợi thế đặc thù vừa mang tính tương đồng, vừa mang tính khác biệt. Liên kết sản xuất nội vùng sẽ giúp Tây Nguyên mở rộng quy mô kinh tế, khắc phục tình trạng sản xuất kinh doanh manh mún, nhỏ lẻ, tự phát, các sản phẩm mang tính chất tương đồng

giống nhau giữa các địa phương, nhưng lại không có giá trị gia tăng cao do thiếu sự hợp tác chặt chẽ giữa các tiểu vùng/cụm ngành trong vùng Tây Nguyên.

+ Liên kết vùng để hoàn thiện chuỗi giá trị sản phẩm, có sự kết nối tốt hơn giữa sản xuất – chế biến – cung ứng thị trường, tiêu thụ sản phẩm, chưa xây dựng được giá trị thương hiệu cho một số mặt hàng như cà phê, tiêu, điều, cao su, hoa... Không gian kinh tế trong khai thác lợi thế liên kết vùng sẽ rộng hơn hiệu quả hơn, thu hút được các doanh nghiệp với quy mô khác nhau vào chuỗi giá trị sản phẩm, hạn chế tính đứt quãng, chông chéo trong phát triển kinh tế.

+ Liên kết ngoại vùng để khai thác hiệu quả các lĩnh vực lợi thế đặc thù. Các khu kinh tế, các cụm công nghiệp ở vùng duyên hải miền Trung có thể làm cầu nối liên kết phát triển các ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu nông – lâm sản của Tây Nguyên. Liên kết vùng với các tỉnh duyên hải miền trung và đông nam bộ sẽ giúp các sản phẩm mũi nhọn của Tây Nguyên thuận lợi hơn trong kết nối thị trường, xây dựng chuỗi liên kết sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm, tạo không gian rộng hơn cho phát triển du lịch vùng Tây Nguyên.

+ Liên kết phát triển với các cụm, ngành ở các tỉnh biên giới của Lào và Campuchia khiến các tiềm năng lợi thế đặc thù của Tây Nguyên được phát huy hiệu quả. Tây Nguyên dễ dàng trở thành một cực kinh tế năng động trong hành lang kinh tế Đông Tây, trong tam giác phát triển Việt Nam – Lào – Campuchia và chương trình hợp tác tiểu vùng sông Mekong mở rộng.

2.2. Thực trạng khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

2.2.1. Trồng và sản xuất các sản phẩm nông sản đặc thù

2.2.1.1. Tình hình chung

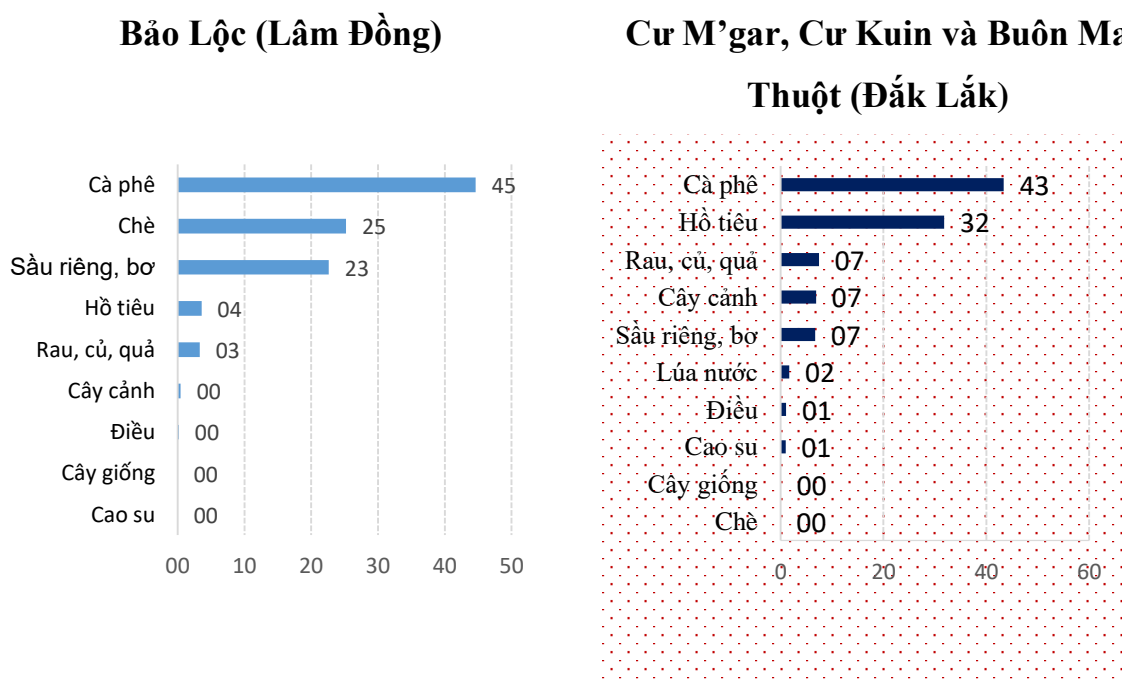
Các cây trồng chủ lực đóng vai trò quan trọng trong phát triển nông nghiệp Tây Nguyên. Diện tích canh tác các nông sản chủ lực ở Tây Nguyên tăng lên rất nhanh trong thời gian qua. Theo tính toán của nhóm tác giả dựa trên tài liệu thống kê của các tỉnh Tây Nguyên cho thấy trong giai đoạn 2008-2017, diện tích trồng cà phê ở Tây Nguyên đã tăng từ 480.774 ha lên 555.606 ha; diện tích trồng cao su đã tăng từ 147.025 ha lên 152.505 ha; hồ tiêu từ 16.975 ha lên 51.936 ha. Diện tích trồng chè và điều giảm trong thời gian gần đây (diện tích trồng chè giảm từ 25.391 ha xuống còn 13.368 ha; diện tích trồng điều giảm từ 100.896 ha xuống còn 72.765 ha) do giá cả

xuống thấp và chất lượng xuất khẩu đang gặp phải một số khó khăn. So với quy hoạch hiện có, Tây Nguyên đang vấp phải vấn đề mở rộng diện tích canh tác cây cà phê, hồ tiêu hiện nay đang phá vỡ quy hoạch bởi theo quy hoạch của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn phê duyệt, đến năm 2020 diện tích trồng cà phê ở Tây Nguyên là 470.000 ha, hồ tiêu là 17.800 ha cho vùng Tây Nguyên. Việc phá vỡ quy hoạch về diện tích trồng cà phê, hồ tiêu đang đem lại những rủi ro trong phát triển bền vững của Tây Nguyên, làm ảnh hưởng đến một số cây trồng chủ lực khác như chè, điều, ca cao. Người dân các tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông đang đua nhau chặt bỏ cây điều, cao su để chuyển sang trồng cà phê, hồ tiêu, ca cao, kể cả ở những vùng đất không có điều kiện thời tiết và khí hậu phù hợp.

Theo số liệu điều tra các hộ gia đình ở Lâm Đồng và Đắk Lắk, nguồn thu nhập chính của các hộ gia đình trong 3 năm (2015-2017) chủ yếu là từ trồng trọt. Tại Lâm Đồng, phần thu nhập lớn nhất của các hộ gia đình là từ cây cà phê, chiếm tỷ trọng 45% trong tổng số hộ gia đình trong mẫu điều tra. Tiếp đến là số hộ trồng chè, chiếm 25%; sầu riêng, bơ chiếm 23%. Tại Đắk Lắk, cà phê và hồ tiêu là hai sản phẩm chủ lực của Đắk Lắk đã góp phần tạo ra thu nhập và việc làm cho nhiều lao động địa phương.

Hình 2.2. Cây trồng tạo nguồn thu nhập chính cho hộ giai đoạn 2015-2017

Đơn vị: %



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Kết quả khảo sát của đề tài cũng cho thấy, các cây trồng chủ lực có diện tích tăng nhanh và phá vỡ quy hoạch như cà phê, hạt tiêu đang đem lại nguồn thu nhập chính cho các hộ gia đình. Trong khi đó, các cây trồng chủ lực khác như điều, cao su, chè (trừ vùng Bảo Lộc – Lâm Đồng là vựa chè của Tây Nguyên) không phải là nguồn thu nhập chính của các hộ gia đình bởi những bất cập trong giá cả và chất lượng sản phẩm xuất khẩu. Sản lượng chè trồng ở các vùng đất Tây Nguyên giảm rất nhanh trong giai đoạn 2008-2017, từ 184.393 tấn xuống còn 154.173 tấn, với tốc độ giảm dần đều qua các năm. Sản lượng cao su tăng giảm thất thường, từ 250.158 tấn (2008) xuống 215.664 tấn (2017). Giá cao su xuống thấp khiến người trồng cao su hạn chế đầu tư thâm canh, giảm số ngày thu hoạch mủ để tiết kiệm công lao động nên sản lượng thấp hơn nhiều so với tiềm năng. Mặc dù Việt Nam là nước sản xuất và xuất khẩu cao su lớn thứ ba thế giới, chỉ sau Thái Lan và Indonesia, đứng trước Malaysia, Ấn Độ, Trung Quốc, sản lượng chiếm khoảng 6,6% và xuất khẩu chiếm khoảng 11,5% thị phần thế giới, nhưng các hộ gia đình vẫn cho rằng sản xuất mủ cao su hiện nay không đem lại nguồn thu nhập cao cho các hộ gia đình. Đối với Tây Nguyên, cao su quốc doanh giữ vai trò chủ đạo, chiếm 48%; cao su nông hộ tiểu điền tăng trưởng nhanh, chiếm 31,8%; doanh nghiệp tư nhân chiếm 20,1%. Sản lượng điều cũng tăng giảm thất thường, từ 48.083 tấn (2008) lên 63.389 tấn (2010) và 55.777 tấn (2017) và không phải là nguồn thu nhập chính cho các hộ nông dân mặc dù đây là một trong những cây trồng chủ lực. Nguyên nhân chính khiến diện tích điều giảm nhanh là do phần lớn diện tích cây điều trồng trên nền đất xám bạc màu, giống cũ, thiếu biện pháp thâm canh, đầu ra không ổn định, mất mùa hàng loạt do sâu bệnh... khiến các hộ gia đình chuyển sang trồng các loại cây khác đem giá trị kinh tế cao như cà phê, ca cao, tiêu, rau quả như ngô lai, đậu đũa. Giá điều Tây Nguyên trong những năm gần đây tương đối ổn định hơn một số loại cây trồng khác như cà phê, hồ tiêu, nhưng vẫn còn cao hơn so với giá nhập khẩu điều thô từ nước ngoài.

So với các nước trên thế giới, Việt Nam đạt năng suất cây trồng cao, trong đó một số sản phẩm Tây Nguyên đang chiếm ưu thế. Số liệu của FAOSTAT (2016) cho thấy năng suất cà phê của Việt Nam đạt 2,5 tấn/ha, trong khi Brazil đạt 1,42 tấn/ha; Trung Quốc 2,36 tấn/ha; Ấn Độ 2,45 tấn/ha. Năng suất cao su của Việt Nam đạt 1,73 tấn/ha, trong khi Brazil đạt 1,33 tấn/ha; Trung Quốc 1,26 tấn/ha; Ấn Độ 2,04 tấn/ha...

Bảng 2.2. Diện tích và sản lượng các cây trồng chủ lực ở Tây Nguyên

	2008	2009	2010	2011	2016	2017	Quy hoạch 2020	Cả nước 2017
Diện tích (ha)								
Chè	25.391	25.212	24.879	24.585	14.875	13.368	27.800	115.600
Cà phê	480.774	485.594	509.199	527.609	554.856	555.606	470.000	606.900
Cao su	147.025	159.742	182.848	218.417	140.168	152.505	280.000	649.000
Hồ tiêu	16.975	17.534	18.843	22.019	43.281	51.936	17.800	93.100
Điều	100.896	94.570	91.138	88.129	67.918	72.765	102.000	283.200
Sản lượng (Tấn)								
Chè	184.393	177.679	210.531	209.026	170.094	154.173		1.040.800
Cà phê	990.924	981.367	1.052.148	1.202.417	1.193.609	1.458.856		1.529.700
Cao su	260.158	279.264	299.389	147.636	193.664	215.664		1.098.700
Hồ tiêu	41.844	46.447	47.563	52.174	134.577	158.236		241.500
Điều	48.083	51.275	63.389	65.456	62.104	55.777		210.900

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê, các năm từ 2010 đến 2017 Nxb Thống kê, Hà Nội.

2.2.1.2. Diện tích và năng suất một số cây trồng chủ lực

- *Cà phê*: Diện tích trồng cà phê của Tây Nguyên chiếm 77,5% diện tích cả nước, tập trung ở Đắk Lắk, Lâm Đồng, Đắk Nông, với tổng diện tích toàn vùng đạt 555.606 ha (năm 2017). Sản lượng cà phê Tây Nguyên đạt 1,458 triệu tấn vào năm 2017³³, chiếm 92% sản lượng cả nước³⁴. Năng suất cà phê robusta Tây Nguyên rất cao, khoảng 4 tấn/ha năm 2018, trong đó các địa bàn trọng điểm cà phê như Đắk Lắk, Lâm Đồng còn cho năng suất 7 tấn cà phê nhân/ha, cao hơn năng suất bình quân của thế giới³⁵. Cà phê Việt Nam hiện xếp thứ hai trong danh sách xuất khẩu cà phê của thế giới về khối lượng, giá trị xuất khẩu và đứng thứ 10 trên thế giới về giá bán³⁶. Hiện nay, xuất khẩu cà phê Tây Nguyên đang chiếm tới 41-42% sản lượng xuất khẩu cà phê của cả nước, hồ tiêu chiếm 17-20% sản lượng hồ tiêu xuất khẩu trên cả nước; cao su chiếm 4,5-66% sản lượng cao su xuất khẩu trên cả nước; điều chiếm 7,5-8,5% sản lượng điều xuất khẩu trên cả nước (giai đoạn 2011-2016)³⁷. Nhìn chung, năng suất cà phê ở

³³ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

³⁴ Agro Info (2018), *Niên vụ cà phê 2017 ở Tây Nguyên: năng suất cao, giá ổn định*, Theo báo Kinh tế nông thôn 6/11/2017, http://agro.gov.vn/vn/tID25359_Nien-vu-ca-phe-2017-o-Tay-Nguyen-Nang-suat-cao-gia-on-dinh.html

³⁵ Quang Huy (2018), *Cà phê với sau khi trồng tái canh cho năng suất rất cao ở Tây nguyên, Báo ảnh dân tộc và miền núi*, ngày 20/9/2018, <http://dantocmiennui.vn/kinh-nghiem-lam-an/ca-phe-voi-sau-khi-trong-tai-can-cho-nang-suat-rat-cao-o-tay-nguyen/180582.html>

³⁶ Ngân hàng Thế giới (2016), *Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam: tăng giá trị, giảm đầu vào*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội 2016

³⁷ Agro Info (2017), *Nâng cao chất lượng cà phê đạt tiêu chuẩn xuất khẩu*, Trung tâm thông tin phát triển nông thôn, Viện chính sách và chiến lược phát triển nông thôn, Hà Nội 2017

Tây Nguyên có tăng lên đáng kể theo thời gian, từ 1,3 tấn/ha năm 1996 lên 2,3 tấn/ha năm 2014³⁸ và 4 tấn/ha (2018). Sự gia tăng năng suất cà phê cho thấy Tây Nguyên đã tập trung áp dụng công nghệ mới, tăng cường kỹ thuật trong canh tác cà phê, sử dụng các loại giống mới và tốt hơn khiến năng suất và sản lượng tăng nhanh, thích nghi tốt với điều kiện biến đổi khí hậu.

Bảng 2.3. Diện tích một số cây trồng chủ lực ở các tỉnh Tây Nguyên (2014-2017) (ha)

Cây trồng	Tỉnh	2014	2015	2016	2017	Quy hoạch 2020 cho Tây Nguyên	Cả nước 2017
Điều	Đắk Lắk	20.231	19.308	19.123	18.525		
	Lâm Đồng	15.314	15.386	18.072	23.884		
	Gia Lai	16.584	16.538	16.538	16.480		
	Kon Tum	44	43	35	148		
	Đắk Nông	15.090	14.665	14.150	13.728		
	TỔNG	51.949	65.940	67.918	72.765	102.000	283.200
Hồ tiêu	Đắk Lắk	8.056	11.642	14.865	21.723		
	Lâm Đồng	439	533	831	1.132		
	Gia Lai	10.065	10.909	12.005	12.650		
	Kon Tum	65	79	95	135		
	Đắk Nông	7.798	9.587	14.485	16.296		
	TỔNG	26.423	32.750	42.281	51.936	17.800	93.100
Cao su	Đắk Lắk	20.508	22.612	22.754	24.283		
	Lâm Đồng	448	811	933	2.248		
	Gia Lai	57.311	64.527	66.018	71.106		
	Kon Tum	25.280	31.606	33.283	36.230		
	Đắk Nông	13.810	15.679	17.180	18.638		
	TỔNG	117.357	135.235	140.168	152.505	280.000	649.000
Cà phê	Đắk Lắk	192.471	292.534	191.483	187.297		
	Lâm Đồng	149.383	153.151	160.351	162.726		
	Gia Lai	76.523	75.854	79.800	78.763		
	Kon Tum	11.696	12.910	13.331	14.220		
	Đắk Nông	105.520	107.756	109.891	112.600		
	TỔNG	535.593	642.205	554.856	555.606	470.000	606.900
Chè	Đắk Lắk	-	-	-	-		
	Lâm Đồng	17.656	15.491	13.814	12.319		
	Gia Lai	841	851	844	844		
	Kon Tum	9	55	63	63		
	Đắk Nông	121	130	154	142		
	TỔNG	18.627	16.527	14.875	13.368	27.800	115.600

Nguồn: Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

³⁸ Tín Hồng Nguyễn (2017), *Tổng quan về ô nhiễm nông nghiệp ở Việt Nam: ngành trồng trọt*, Ngân hàng thế giới 2017

Bảng 2.4. Sản lượng một số cây trồng chủ lực ở các tỉnh Tây Nguyên (2014-2017) (ha)

Cây trồng	Tỉnh	2014	2015	2016	2017	Cả nước 2017
Điều	Đắk Lắk	25.740	22.787	23.602	20.394	
	Lâm Đồng	10.936	14.392	7.262	4.426	
	Gia Lai	13.855	14.057	13.734	13.562	
	Kon Tum	51	37	31	136	
	Đắk Nông	14.333	13.957	15.459	15.242	
	TỔNG	66929	67245	62104	55777	210.900
Hồ tiêu	Đắk Lắk	24.695	35.149	48.650	71.711	
	Lâm Đồng	949	1.242	2.177	2.922	
	Gia Lai	39.650	43.601	49.500	45.072	
	Kon Tum	100	127	157	229	
	Đắk Nông	17.682	22.207	34.093	38.302	
	TỔNG	83.076	102.326	134.577	158.236	241.500
Cao su	Đắk Lắk	30.207	29.454	31.307	37.168	
	Lâm Đồng	614	1.104	1.268	3.107	
	Gia Lai	81.895	93.564	85.823	94.958	
	Kon Tum	37.603	46.432	49.185	53.575	
	Đắk Nông	20.215	23.221	26.081	26.566	
	TỔNG	170.534	193.775	193.664	215.374	1.098.700
Cà phê	Đắk Lắk	444.121	454.810	447.348	459.785	
	Lâm Đồng	405.284	427.112	458.681	474.120	
	Gia Lai	196.900	201.012	00.833	217.344	
	Kon Tum	32.603	35.941	36.873	40.108	
	Đắk Nông	238.897	246.549	250.707	267.499	
	TỔNG	1.317.805	1.365.424	1.193.609	1.458.856	1.529.700
Chè	Đắk Lắk					
	Lâm Đồng	196.009	178.190	162.384	146.616	
	Gia Lai	6.690	6.700	6.752	6.750	
	Kon Tum	23	114	135	42	
	Đắk Nông	765	779	823	765	
	TỔNG	203.487	185.783	170.094	154.173	1.040.800

Nguồn: Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

- *Hồ tiêu*: Diện tích trồng hồ tiêu chiếm 82% diện tích cả nước, tập trung ở Đắk Lắk, Đắk Nông, Gia Lai. Hồ tiêu là 1 trong 10 nhóm nông sản xuất khẩu đạt trên 1 tỷ USD năm 2017. Theo Cục trồng trọt của Bộ Nông nghiệp, sản lượng tiêu 2017 của Việt Nam tăng hơn so với năm 2016, chiếm gần 50% sản lượng tiêu cầu thế giới, năng suất trung bình 26 tạ/ha, cao gấp 2,5 lần so với năng suất tiêu thế giới, trong đó năng suất tiêu của Gia Lai năm 2017 đạt 40,4 tạ/ha, Đắk Lắk 28,6 tạ/ha, cao hơn mức

bình quân của cả nước³⁹. Năm 2017, sản lượng hồ tiêu của Tây Nguyên đạt 158,236 nghìn tấn, tăng so với các năm trước đó (năm 2016 đạt 134,577 nghìn tấn, năm 2015 đạt 102,326 nghìn tấn, năm 2014 đạt 83,076 nghìn tấn)⁴⁰. Hiện nay Việt Nam là quốc gia xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới và có 20 doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam nằm trong top những nhà xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới. Tây Nguyên với những lợi thế đặc thù đang trở thành vùng nắm quyền chi phối ngành hàng nông sản này ở Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung. Tuy sản lượng hồ tiêu Tây Nguyên có sự thay đổi thất thường trong vài năm gần đây, nhưng đây vẫn là cây trồng chủ lực, đem lại giá trị xuất khẩu lớn cho các tỉnh Tây Nguyên.

- *Cao su*: Tây Nguyên chiếm 26,5% diện tích trồng cao su của cả nước, tập trung chủ yếu tại Gia Lai, Kon Tum và Đắk Lắk. Diện tích trồng cao su tăng từ 117,357 nghìn ha năm 2014 lên 152,505 nghìn ha năm 2017. Sản lượng cao su của Tây Nguyên năm 2015 đạt 193.775 tấn/ha, năng suất đạt 1431 kg/ha, đứng thứ hai cả nước sau vùng Đông Nam Bộ cả về sản lượng, năng suất và diện tích. Năm 2017, sản lượng cao su toàn vùng Tây Nguyên đạt 215,374 nghìn tấn, cao hơn nhiều so với những năm trước đó⁴¹. So với một số nước trên thế giới, Việt Nam là nước có năng suất vườn cao su cao nhất, đạt 1688 kg/ha, trong khi Ấn Độ là 1471 kg/ha, Malaysia là 1410 kg/ha, Thái Lan 1395 kg/ha, Trung Quốc 1117 kg/ha (năm 2015)⁴². Sản lượng cao su ở Tây Nguyên có tăng lên trong thời gian qua một phần do chính sách khoán sản lượng cho các nông trường và doanh nghiệp cao su trong vùng, một phần khác do đầu tư trang thiết bị cho vườn cao su, quản lý lịch cao, giở cạo, giở chừa mủ cao su khoa học hơn.

- *Điều*: Tây Nguyên là vùng có diện tích trồng điều lớn thứ hai cả nước sau vùng Đông Nam Bộ. Diện tích trồng điều của Tây Nguyên tăng từ 51,949 nghìn ha năm 2014 lên 72,765 nghìn ha năm 2017, tập trung chủ yếu ở các tỉnh Đắk Lắk, Lâm Đồng, Gia Lai và Đắk Nông. Sản lượng điều giảm liên tục ở Tây Nguyên, từ 66,929

³⁹ Trần Văn Khởi (2018), *Thúc đẩy phát triển sản xuất hồ tiêu bền vững, Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam*, 23/2/2018, <http://peppervietnam.com/thuc-day-phat-trien-san-xuat-ho-tieu-ben-vung/>

⁴⁰ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

⁴¹ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

⁴² Trần Thị Thuý Nga (2017), *Tổng quan yêu cầu phát triển bền vững đối với ngành cao su thế giới và Việt Nam*, Hiệp hội cao su Việt Nam, tài liệu tập huấn do PanNature, Hiệp hội cao su Việt Nam và Oxfam tổ chức năm 2017

nghìn tấn (năm 2014) xuống còn 55,777 nghìn tấn (năm 2017)⁴³. So với giai đoạn trước đây, diện tích trồng điều ở Tây Nguyên tăng nhanh do giá điều liên tục tăng, khiến đồng bào dân tộc không còn chặt bỏ cây điều mà còn tập trung đầu tư mở rộng lại diện tích trồng điều. Tuy nhiên, do điều kiện thời tiết, tính chất đất đai và kỹ thuật chăm sóc chưa hiệu quả, các giống điều trồng mới chưa thích nghi tốt với các vùng đất khô cằn ở Tây Nguyên, nên năng suất và sản lượng điều có xu hướng suy giảm.

- *Chè*: Chè được trồng nhiều ở Lâm Đồng. Diện tích trồng chè ở Lâm Đồng chiếm tới 92% diện tích trồng chè ở Tây Nguyên, tiếp theo là Gia Lai. Năm 2017, diện tích trồng chè ở Tây Nguyên đạt 13,368 nghìn ha, giảm mạnh so với các năm trước đó (năm 2014 diện tích trồng chè ở Tây Nguyên là 18,627 nghìn ha). Sản lượng chè ở Tây Nguyên năm 2017 đạt 154,173 nghìn tấn, giảm so với con số 203,487 nghìn tấn năm 2014⁴⁴. Đây là loại cây trồng có lợi thế ở Tây Nguyên, có diện tích và sản lượng đứng hạng đầu cả nước, năng suất cao trung bình 10 tấn/ha trong khi năng suất chè cả nước chỉ đạt 7,7, tấn/ha, nhưng so với một số loại cây trồng khác, chè của Lâm Đồng chưa phát huy được lợi thế so sánh.

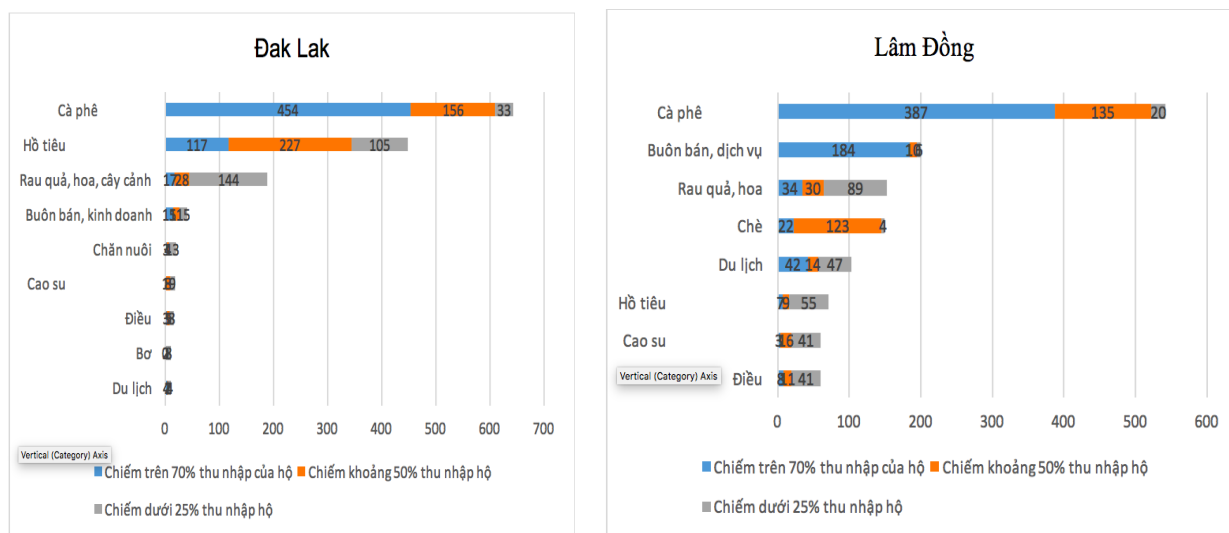
Dưới góc độ nghiên cứu hộ gia đình, sản xuất các cây trồng chủ lực chiếm phần lớn thu nhập hộ gia đình. Điều tra 900 hộ gia đình ở huyện Bảo Lộc – Lâm Đồng cho thấy, cà phê là sản phẩm đem lại phần lớn thu nhập cho hộ gia đình và số hộ đánh giá thu nhập từ cà phê chiếm trên 70% thu nhập của hộ là 387 hộ (trong tổng số 542 hộ có câu trả lời, chiếm 71,4% số hộ gia đình có câu trả lời). Tiếp đến là hoạt động buôn bán, dịch vụ với số hộ đánh giá lĩnh vực này đem lại nguồn thu chiếm trên 70% thu nhập của hộ là 184 hộ trong tổng số 200 hộ có câu trả lời, chiếm 92% số hộ có câu trả lời. Số hộ đánh giá thu nhập chiếm trên 70% thu nhập hộ gia đình đến từ sản xuất chè chiếm 14,7%. Với nguồn thu chiếm khoảng 50% tổng thu nhập của hộ, hai sản phẩm hay lĩnh vực kinh doanh là cà phê và chè được nhiều hộ lựa chọn. Còn tại Đắk Lắk, khảo sát hộ gia đình cho thấy với các lĩnh vực chiếm trên 70% thu nhập hộ gia đình, phần lớn các hộ lựa chọn là cà phê (454 hộ/643 hộ có câu trả lời và hồ tiêu (117 hộ/449 hộ có câu trả lời). Với các lĩnh vực chiếm khoảng 50% thu nhập hộ gia đình, phần lớn số hộ lựa chọn cà phê, hồ tiêu, rau quả cây cảnh. Như vậy có thể thấy, cà phê, hồ tiêu, rau cây cảnh, chè (riêng ở Lâm Đồng) được coi là những lợi thế

⁴³ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

⁴⁴ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018

đặc thù đem lại thu nhập cao cho các hộ gia đình. Trong khi đó, các cây trồng có lợi thế đặc thù khác như điều, cao su lại không đem lại thu nhập cao cho các hộ gia đình. Phần lớn các hộ gia đình được điều tra ở Lâm Đồng và Đắk Lắk đều cho rằng hai loại cây trồng có lợi thế này chỉ chiếm dưới 25% thu nhập của các hộ gia đình.

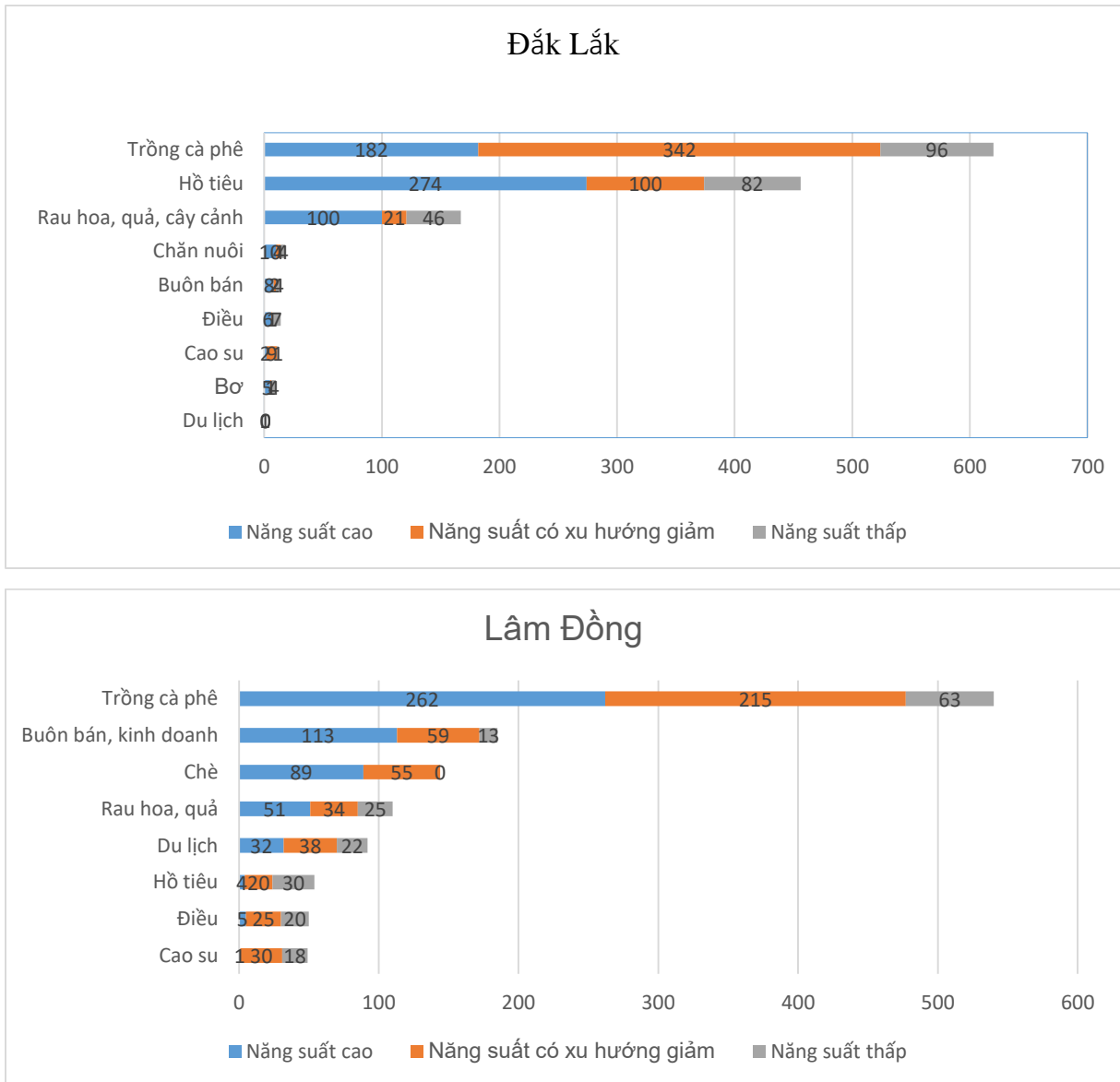
Hình 2.3. Thu nhập của hộ gia đình đối với các loại cây trồng chủ lực ở tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk năm 2017 (số hộ)



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Một kết quả khác khi điều tra hộ gia đình cho thấy, các hộ dân ở Lâm Đồng và Đắk Lắk cho rằng cao su, điều ở địa phương nơi họ sinh sống đều có năng suất thấp và năng suất có xu hướng giảm. Tại Lâm Đồng, có 30/49 hộ dân cho rằng sản lượng và năng suất cao su giảm mạnh trong thời gian gần đây; và có 18/49 hộ dân cho rằng năng suất cao su đạt rất thấp. Tại Đắk Lắk, chỉ có 2/12 hộ dân cho rằng cao su đạt năng suất cao, còn lại hầu hết các hộ dân khác đều nói cao su đạt năng suất thấp và có xu hướng giảm. Ngành điều cũng tương tự. Tại Lâm Đồng, có 25/50 hộ dân cho rằng năng suất trồng điều đang giảm và có 20/50 hộ dân cho rằng năng suất điều đạt mức thấp. Kết quả này một lần nữa khẳng định cao su, hồ tiêu, cây cảnh, chè (ở Lâm Đồng) vẫn đang là các cây trồng mang lại lợi thế lớn và cho năng suất cao hơn, được người dân ưa chuộng sản xuất và canh tác hơn các loại cây trồng có lợi thế khác như điều và cao su. Tuy nhiên, kết quả cũng cho thấy, năng suất những cây trồng chủ lực đó cũng có xu hướng giảm trong 3 năm gần đây (2015-2017).

Hình 2.4. Năng suất một số cây trồng chủ lực ở Lâm Đồng và Đắk Lắk của các hộ gia đình trong 3 năm (2015-2017) (số hộ)



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

2.2.1.3. Phát triển nông nghiệp công nghệ cao đối với một số sản phẩm chủ lực

Tây Nguyên đã tập trung khai thác các lợi thế đặc thù của mình bằng việc tập trung phát triển các vùng nông nghiệp công nghệ cao, dẫn đầu là Lâm Đồng, Đắk Lắk và Kon Tum. Lâm Đồng có trên 50% diện tích canh tác rau và hoa; 25% diện tích trồng chè được ứng dụng công nghệ cao, 11% diện tích trồng cà phê được chuyển đổi sang giống mới có năng suất cao hơn. Tổng diện tích sản xuất nông nghiệp công nghệ cao năm 2015 đạt 43,080 nghìn ha, chiếm 16,4% diện tích đất canh tác nông nghiệp trên toàn tỉnh và chiếm trên 80% giá trị kim ngạch xuất khẩu

của tỉnh⁴⁵. 7 vùng nông nghiệp công nghệ cao có thể kể đến là Ấp Lát, Đạ Đeum, Đạ Nhim, Lạc Dương, R’Lom – Tu Tra (huyện Đơn Dương), Gia Lâm (huyện Lâm Hà), Phú Hội, Phú An (huyện Đức Trọng). Đắk Lắk cũng phát triển các khu nông nghiệp công nghệ cao đối với cây cà phê (40 nghìn ha), hồ tiêu (3 nghìn ha), bơ (3 nghìn ha), bơ (3 nghìn ha), rau quả (1 nghìn ha); Kon Tum đang hình thành các vùng sản xuất rau, hoa, quả xứ lạnh, chăn nuôi đại gia súc gắn với du lịch sinh thái, các vùng sản xuất cà phê sạch mang thương hiệu cà phê Đắk Hà, vùng sản xuất sâm Ngọc Linh, vùng sản xuất dược liệu ở huyện Tu Mơ Rông, khu du lịch sinh thái Măng Đen (huyện Kon Plong), vườn bảo tồn và phát triển dược liệu quý hiếm ở Măng Đen...

Các khu nông nghiệp công nghệ cao đang phát huy hiệu quả hơn các loại thế đặc thù của các vùng đất Tây Nguyên. Trong giai đoạn khởi đầu 2004-2010, tỉnh Lâm Đồng bắt đầu xây dựng quy hoạch vùng, các dự án nông nghiệp công nghệ cao để kêu gọi đầu tư, xây dựng mô hình điểm về chăn nuôi, trồng trọt. Tổng diện tích ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao năm 2010 là 6.407 ha, giá trị thu nhập bình quân trên 1 ha đạt 76 triệu đồng, tăng 3,8 lần so với năm 2004, cao gấp nhiều lần bình quân cả nước. Có 61 đơn vị, cá nhân sản xuất rau, hoa được chứng nhận GlobalGAP, VietGAP; tổng diện tích chè ứng dụng công nghệ cao là hơn 536 ha, 20 đơn vị, cá nhân được cấp chứng nhận VietGAP; xuất hiện nhiều trang trại sản xuất nông, lâm nghiệp kết hợp chăn nuôi bò sữa, bò thịt chất lượng cao... Tổng vốn đầu tư nông nghiệp công nghệ cao đạt hơn 2.600 tỷ đồng.

Tỉnh Lâm Đồng đặt mục tiêu đến năm 2020 Lâm Đồng sẽ trở thành trung tâm nông nghiệp hàng đầu khu vực Đông – Nam Á. Theo đánh giá của Giám đốc Sở nông nghiệp và phát triển nông thôn Lâm Đồng, năm 2016 toàn tỉnh có 11.000 ha đạt giá trị hơn 500 triệu đồng/ha/năm. Trong đó, hơn 700 ha đạt doanh thu từ một đến ba tỷ đồng, cá biệt có một số diện tích đạt hơn ba tỷ đồng/ha/năm. Nhiều doanh nghiệp đã đầu tư sản xuất con giống, cá nước lạnh thương phẩm trên diện

⁴⁵ Văn Thanh (2016), *Tây Nguyên: phát triển nông nghiệp công nghệ cao cần có lộ trình*, Báo Nông nghiệp Việt Nam, 8/7/2016

tích 50 ha tại Lâm Đồng, với sản lượng đạt 500 tấn/năm; 50 cơ sở nuôi cấy mô thực vật, sản xuất hơn 32 triệu cây giống gốc invitro hằng năm; 971 tổ chức, hộ nông dân được cấp chứng nhận VietGAP, GlobalGAP, Organic với quy mô hơn 2.500 ha và 977 hộ được cấp VietGHAP. Đến nay, Lâm Đồng có 16 sản phẩm được đăng ký xác lập quyền nhãn hiệu và đang phát huy uy tín thương hiệu nông nghiệp công nghệ cao Lâm Đồng, như: Rau Đà Lạt, Hoa Đà Lạt, Trà B' Lao, cà phê Arabica Langbiang, cá nước lạnh Đà Lạt, tơ tằm Bảo Lộc. Tỉnh Lâm Đồng đã liên kết với tổ chức JICA (Nhật Bản) và Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, xây dựng đề án phát triển nông nghiệp theo hướng tiếp cận đa ngành, trong đó xác định rõ bốn mục tiêu phát triển nông nghiệp của Lâm Đồng: “Thương hiệu số một Việt Nam”, “Trung tâm sản xuất rau số một Đông – Nam Á”, “Điểm du lịch nông nghiệp số một Việt Nam” và “Trung tâm đào tạo nhân lực và nghiên cứu phát triển số một Tây Nguyên⁴⁶.”

Tận dụng các lợi thế đặc thù về khí hậu và thổ nhưỡng trong phát triển các sản phẩm nông nghiệp vùng ôn đới, Lâm Đồng đã thu hút được nhiều dự án FDI liên quan đến nông nghiệp công nghệ cao. Năm 2010 Lâm Đồng thu hút được 30,7 tỷ USD, năm 2014 thu hút được 22,5 tỷ USD và năm 2017 thu hút được 59,5 tỷ USD. Theo báo cáo của Sở Kế hoạch đầu tư tỉnh Lâm Đồng, tính đến cuối năm 2017 Lâm Đồng có 103 dự án đầu tư FDI, trong đó có 88 dự án 100% vốn nước ngoài với số vốn đăng ký là 454 triệu USD, còn lại là các dự án liên doanh và hợp đồng hợp tác kinh doanh. Các doanh nghiệp FDI đang hoạt động thành công ở Lâm Đồng có thể kể đến là: Công ty trách nhiệm hữu hạn Dalat Hasfarm, công ty TNHH Maico Đà Lạt (đầu tư du lịch tại hồ Tuyền Lâm), công ty thực phẩm Asuzac (sản phẩm rau củ quả sấy khô ở Đơn Dương), Công ty Bejo Việt nam (sản xuất hạt giống cây trồng ở Đà Lạt và Lâm Hà), công ty TNHH thương phẩm Atlantic (chế biến xuất khẩu cà phê tại Bảo Lộc)... Nông nghiệp công nghệ cao được các nhà đầu tư nước ngoài chú trọng, đặc biệt là trong lĩnh vực trồng, sản xuất, kinh doanh các loại hoa, chăn nuôi và cung ứng bò sữa, bò thịt, kinh doanh

⁴⁶ <https://tintaynguyen.com/san-xuat-nong-nghiep-cong-nghe-cao-o-lam-dong/308499/>

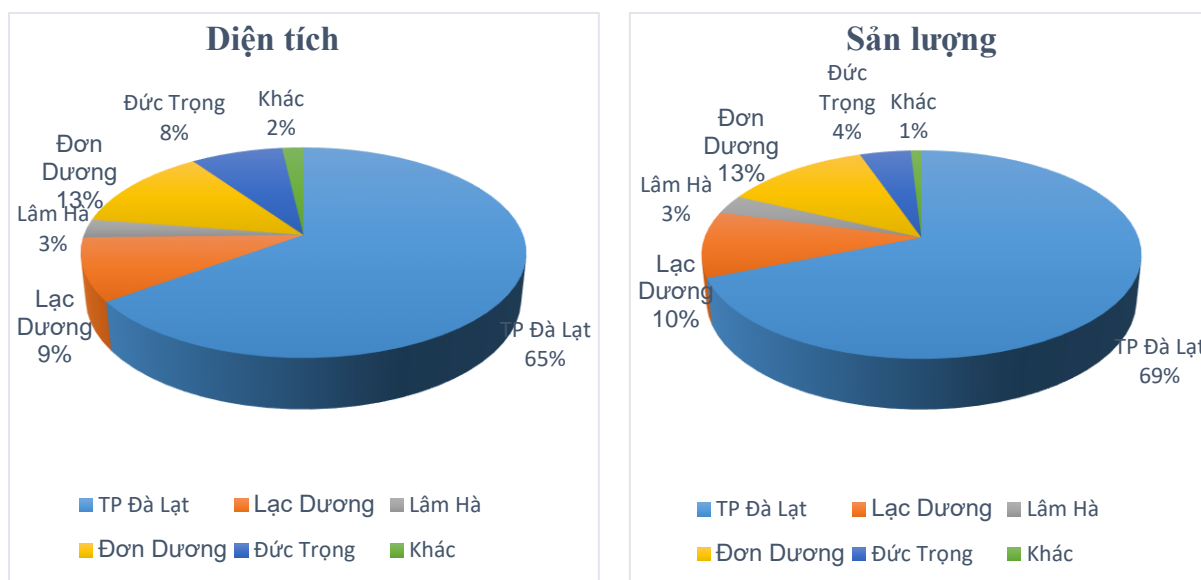
rau và các sản phẩm nông nghiệp. Các doanh nghiệp FDI của Lâm Đồng đã giúp tỉnh khai thác hiệu quả các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, đưa các sản phẩm đặc thù của tỉnh hội nhập hiệu quả trên thị trường khu vực và thế giới với tỷ lệ xuất khẩu sản phẩm đạt khoảng 72% so với tổng doanh thu⁴⁷. Hiện nay, Lâm Đồng đang xây dựng 5 khu sản xuất nông nghiệp công nghệ cao có quy mô từ 100-500 ha, chủ yếu để nâng cấp khả năng ứng dụng công nghệ cao trong trồng rau, hoa, chè, cà phê, chăn nuôi bò sữa, tạo điều kiện thu hút các nhà đầu tư nước ngoài khai thác các lợi thế đặc thù của tỉnh Lâm Đồng.

Các nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao phải kể đến là Công ty trách nhiệm hữu hạn Dalat Hasfarm (Hà Lan), đầu tư vào Lâm Đồng từ năm 1994 trong lĩnh vực trồng, sản xuất và kinh doanh các loại hoa; chăn nuôi sản xuất và cung ứng bò sữa, bò thịt; trồng trọt, chế biến, kinh doanh rau và các sản phẩm nông nghiệp. Dalat Hasfarm đã ứng dụng các công nghệ tự động hoá trong nông nghiệp để sản xuất các loại hoa cắt cành, hoa chậu, cây giống hoa xuất khẩu và tiêu thụ nội địa, có chất lượng cao về chủng loại và mẫu mã. Công ty Đà Lạt Hasfarm là công ty có dây chuyền đầu tư công nghệ tự động hoá trong nông nghiệp để sản xuất hoa cắt cành, hoa chậu, giống hoa để xuất khẩu và tiêu thụ nội địa. Trong giai đoạn 2012-2016, doanh thu của Dalat Hasfarm tăng từ 810 tỷ đồng lên 1.350 tỷ đồng, thu hút trên 2.200 lao động địa phương, nộp ngân sách 50 tỷ đồng/năm, giành 1% doanh thu cho R&D. Dalat Hasfarm có thị phần xuất khẩu ở hơn 10 nước, chủ yếu là sang Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc, Úc. Hiện công ty cũng đang phát triển thị trường Newzealand, Indonesia, Thái Lan. Năm 2015, Hasfarm đã vào được thị trường Nga với những dự báo khả quan về nhu cầu thị trường này. Sản lượng hoa cắt cành lên tới 135 triệu cành/năm, chiếm hơn 60% sản lượng hoa xuất khẩu của Lâm Đồng. Hoa cắt cành ở Hasfarm được sản xuất theo quy trình khép kín. Các loại hoa như cát tường, cúc, ly, cẩm chướng... thu hoạch xong một đợt hoa là phải thay cây khác⁴⁸.

⁴⁷ Chu Quốc Hùng (2018), *Địa phương nào dẫn đầu về thu hút FDI vào nông nghiệp công nghệ cao*, Báo Mới, ngày 20/9/2018

⁴⁸ Hồ Giang San (2017), *Dalat Hasfarm đầu tư nghiên cứu sản xuất hoa*, Báo Thương gia thị trường, 18/9/2017, <https://thuonggiathitruong.vn/dalat-hasfarm-dau-tu-nghien-cuu-san-xuat-hoa/>

Hình 2.5. Diện tích và sản lượng hoa ở Lâm Đồng phân theo các huyện năm 2017



Nguồn: Niên giám thống kê Lâm Đồng, NXB thống kê 2018

Ngoài ra, còn phải kể đến tên một số doanh nghiệp FDI đầu tư nông nghiệp công nghệ cao ở Lâm Đồng như Công ty trách nhiệm hữu hạn Maico-Đà Lạt đầu tư trong lĩnh vực du lịch tại hồ Tuyên Lâm (Đà Lạt); Công ty Thực phẩm Asuzac với sản phẩm rau củ quả sấy khô tại huyện Đơn Dương; Công ty Bejo Việt Nam sản xuất hạt giống cây tại thành phố Đà Lạt và huyện Lâm Hà hay Công ty trách nhiệm hữu hạn Thương phẩm Atlantic chế biến, xuất khẩu cà phê hàng đầu Việt Nam đang đầu tư tại Khu công nghiệp Lộc Sơn, thành phố Bảo Lộc... Phần lớn các dự án FDI đầu tư vào địa phương là những dự án nhỏ, chủ yếu trong lĩnh vực sản xuất nông nghiệp với mức vốn bình quân khoảng 5,12 triệu USD/dự án⁴⁹.

2.2.2. Phát triển công nghiệp chế biến các sản phẩm có lợi thế đặc thù

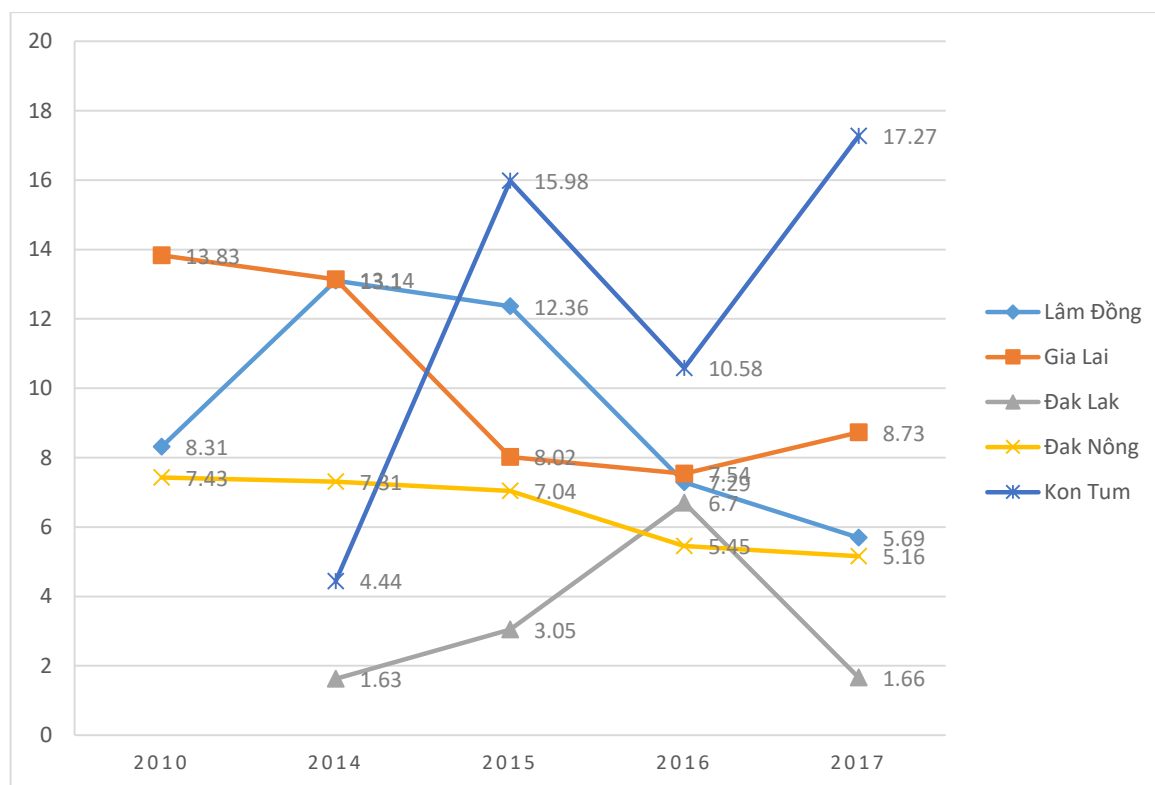
2.2.2.1. Công nghiệp chế biến nông lâm sản:

Công nghiệp chế biến nông lâm sản ở các tỉnh Tây Nguyên đang bước đầu được hình thành trên cơ sở tập trung khai thác các lợi thế đặc thù của địa phương, từng bước hình thành các cơ sở chế biến nông lâm sản, góp phần làm tăng kim ngạch xuất khẩu của vùng. Tuy nhiên, việc phát triển chưa được đồng đều, chất lượng và hiệu quả ở một số lĩnh vực, sản phẩm chưa cao, khả năng cạnh tranh của sản phẩm còn

⁴⁹ Bộ Kế hoạch và đầu tư (2018), *Địa phương nào dẫn đầu về thu hút FDI vào nông nghiệp công nghệ cao*, Tin ngày 16/12/2018, <http://www.mpi.gov.vn/Pages/tinbai.aspx?idTin=40960&idcm=56>

thấp. Công nghiệp chế biến nông, lâm sản chưa sâu, phần lớn là sơ chế, tỷ lệ sản phẩm tinh chế chưa cao, hạn chế sức cạnh tranh và xuất khẩu.

Hình 2.6. Chỉ số sản xuất công nghiệp chế biến – chế tạo của các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017 (Chỉ số = 100)



Nguồn: Niên giám thống kê 2017 các tỉnh Tây Nguyên, XNB Thống kê 2018

Xét về tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp chế biến, chế tạo ở Tây Nguyên trong giai đoạn 2010-2017 có thể thấy, công nghiệp chế biến chế tạo Tây Nguyên có tốc độ tăng trưởng không đều giữa các năm và có xu hướng sụt giảm trong những năm gần đây ở 4 tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông, Gia Lai và Lâm Đồng. Trong giai đoạn 2014-2017, tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp chế biến chế tạo tăng trung bình 8,1%, thuộc diện cao so với các ngành kinh tế khác, cao nhất thuộc về Kon Tum (12,06%/năm), tiếp đó là Lâm Đồng (9,61%/năm) và Gia Lai (9,35%/năm). Đắk Nông đạt tốc độ tăng trưởng ngành công nghiệp chế biến chế tạo trung bình 6,24%/năm và Đắk Lắk đạt trung bình 3,26%/năm.⁵⁰

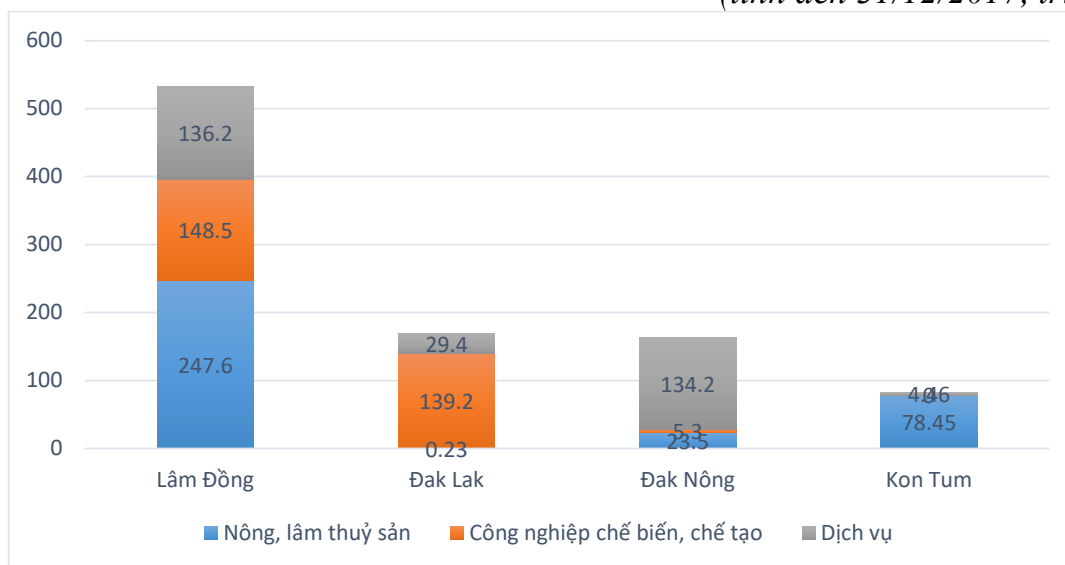
Xét về lĩnh vực đầu tư, ngành nông lâm nghiệp của các tỉnh Tây Nguyên thu hút được nhiều dự án FDI nhất và cũng là khu vực có tổng vốn đầu tư đăng ký cao nhất trong vùng. Tính đến ngày 31/12/2017, lĩnh vực nông, lâm, thủy sản ở các tỉnh Tây Nguyên thu hút được 349,78 triệu USD, chiếm 37% tổng số vốn FDI đăng ký vào Tây Nguyên. Ngành công nghiệp chế biến chế tạo thu hút được 293 triệu USD, chiếm

⁵⁰ Niên giám thống kê 2017, NXB thống kê 2018

30.9% tổng vốn FDI đăng ký và ngành dịch vụ cơ bản đạt 267,22 triệu USD, chiếm 32,1% tổng FDI đăng ký vào Tây Nguyên.

Hình 2.7. FDI phân theo ngành kinh tế ở các tỉnh Tây Nguyên

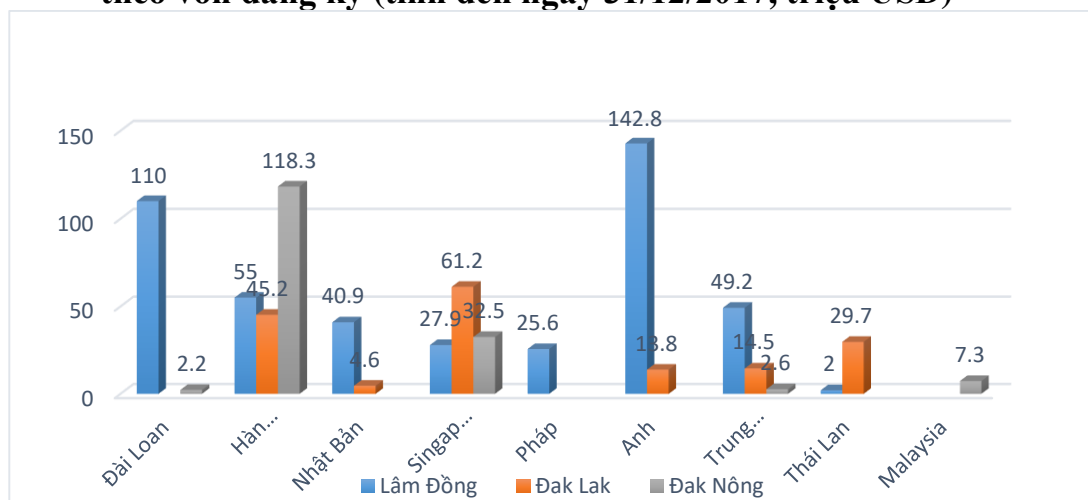
(tính đến 31/12/2017, triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2017, NXB thống kê 2018

Xét về đối tác đầu tư, hiện có trên 20 quốc gia và vùng lãnh thổ có vốn đầu tư tại các tỉnh Tây Nguyên, trong đó Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Anh, Singapore, Nhật Bản là các quốc gia đứng đầu trong số các đối tác có vốn FDI vào Tây Nguyên. Lâm Đồng là tỉnh có nhiều đối tác đầu tư nước ngoài nhất trong số 5 tỉnh Tây Nguyên, trong khi Kon Tum và Gia Lai là các tỉnh có ít các nhà đầu tư nước ngoài và không có các đối tác đầu tư trọng điểm.

Hình 2.8. FDI phân theo đối tác đầu tư ở một số tỉnh Tây Nguyên theo vốn đăng ký (tính đến ngày 31/12/2017, triệu USD)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2017, NXB thống kê 2018

Tuy nhiên, một điều đáng lưu ý ở các tỉnh có tốc độ tăng trưởng công nghiệp chế biến tương đối cao, các ngành chế biến nông lâm sản (vốn là lợi thế đặc thù của các tỉnh này) lại không có tốc độ tăng trưởng cao, mà phần lớn tốc độ tăng trưởng cao lại thuộc về các ngành công nghiệp chế tạo khác không phải là lợi thế của Tây Nguyên. Tại Kon Tum, nơi được coi là thủ phủ cao su của vùng Tây Nguyên, có diện tích và sản lượng cao su lớn thứ hai của vùng, chiếm 23,7% diện tích toàn vùng Tây Nguyên và 25,8% sản lượng toàn vùng Tây Nguyên năm 2017 (sau Gia Lai), nhưng sản phẩm chế biến từ cao su không phải là sản phẩm công nghiệp chủ yếu của tỉnh, có tốc độ tăng trưởng 11,69% năm 2017, trong khi ngành sản xuất trang phục có tốc độ tăng trưởng 24,32%, hoá chất và sản phẩm hoá chất (36,93%) năm 2017. Tại Lâm Đồng, thủ phủ chè của toàn vùng Tây Nguyên sản lượng chè chế biến có xu hướng giảm trong những năm gần đây, từ 47,667 nghìn tấn năm 2010, xuống còn 42,682 nghìn tấn (2014), 42,383 nghìn tấn (2015), 42,414 nghìn tấn (2016) và 42,750 nghìn tấn (2017). Tại Đắk Lắk, các sản phẩm công nghiệp chủ yếu theo thống kê của tỉnh năm 2017 gồm cà phê và một số ngành không khai thác lợi thế đặc thù của ngành như bia, nước tinh khiết, dăm gỗ, tinh bột sắn, đường... Tại Đắk Nông, nơi có diện tích và sản lượng cà phê, hồ tiêu lớn thứ ba toàn vùng Tây Nguyên, nhưng hai mặt hàng này không có tên trong danh mục các mặt hàng nông sản chế biến chủ yếu của tỉnh. Thực tế trên cho thấy công nghiệp chế biến nông lâm sản của các tỉnh vùng Tây Nguyên còn phát triển rất yếu kém, phần lớn là sản xuất thô và ở nấc thang rất thấp của chuỗi giá trị toàn cầu. Các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên là điều, cà phê, hạt tiêu, cao su, chè đều phần lớn không có mặt trong danh sách các sản phẩm công nghiệp chủ yếu của 5 tỉnh vùng Tây Nguyên.

Bảng 2.5. Danh mục các sản phẩm công nghiệp chủ yếu mang lại doanh thu cho các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017

Sản phẩm	Đắk Lắk		Đắk Nông		Lâm Đồng		Gia Lai		Kon Tum	
	Sản lượng tăng	Sản lượng giảm	Sản lượng tăng	Sản lượng giảm	Sản lượng tăng	Sản lượng giảm	Sản lượng tăng	Sản lượng giảm	Sản lượng tăng	Sản lượng giảm
Cà phê	X				X					
Tiêu										
Điều			X			X				
Cao su										
Chè						X		X		
Bia, rượu	X		X		X					
Quần áo	X				X					X
Giày dép	X									X
Gỗ xẻ	X			X					X	
Hoá chất		X						X		
Điện	X		X		X		X		X	
Vật liệu XD	X			X	X			X		X
Lúa					X					
Dược liệu					X					
thực phẩm	X		X				X		X	
Alumin			X		X					

Ghi chú: +) Vật liệu xây dựng: đá xẻ, gạch ngói, cát

+) Thực phẩm: chủ yếu là đường, tinh bột sắn

+) Ô không màu và không có dấu X: tỉnh không có sản phẩm công nghiệp chế biến, chế tạo chủ lực

Nguồn: Tổng hợp theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

2.2.2.2. Phát triển công nghiệp chế biến một số sản phẩm nông sản:

+) *Chế biến cà phê:*

Công nghệ chế biến của ngành cà phê hiện nay phần lớn là thấp hơn so với công nghệ của thế giới. Cà phê ở Tây Nguyên chủ yếu được chế biến ở 3 khu vực: hộ gia đình quy mô nhỏ, thủ công; các nhà máy chế biến cà phê nhân; các nhà máy chế biến cà phê bột. Có tới 80% cà phê được sơ chế, chế biến tại khu vực hộ gia đình. Cà phê được chế biến theo quy mô công nghiệp được áp dụng ở Tây Nguyên gồm: chế biến cà phê ướt và chế biến cà phê khô. Tuy nhiên, công nghệ chế biến cà phê khô đang được áp dụng rộng rãi ở Tây Nguyên. Đặc điểm của công nghệ chế biến khô là nó làm tăng tổn thất sau khi thu hoạch cà phê, khiến sản phẩm cà phê nhân có giá trị

thấp hơn so với công nghệ chế biến ướt khi đưa ra thị trường xuất khẩu. Các tỉnh Đắk Lắk, Lâm Đồng, Đắk Nông là những vùng trọng điểm cà phê của vùng Tây Nguyên, hiện nay, trên 80% nông hộ sử dụng công nghệ chế biến khô để chế biến cà phê nhân. Với hình thức chế biến khô này, các nông hộ, doanh nghiệp sản xuất cà phê trên địa bàn Tây Nguyên sau khi thu hái cà phê quả tươi về loại bỏ các tạp chất như cành, lá, đất, đá, quả cà phê xanh non..., sau đó, đưa ra phơi khô trên nền xi măng, nền gạch hoặc trải trên tấm bạt nilon... Khi cà phê độ ẩm xuống còn 12 - 13%, các nông hộ, doanh nghiệp mới đưa vào máy xát loại bỏ vỏ ngoài, vỏ trấu cho ra cà phê nhân thành phẩm. Thuận lợi của công nghệ chế biến khô là giá đầu tư một dây chuyền công nghệ không quá cao, tùy theo công suất chế biến mỗi máy (có giá đầu tư từ 5 triệu đồng trở lên/máy) nhưng bất lợi là khi xay xát làm cho nhiều nhân cà phê bị tổn thương, vỡ, trong phơi sấy có lúc hạt cà phê bị lên men, thâm đen lẫn tạp chất... nên dẫn đến chỉ tiêu đánh giá ngoại quan cà phê thấp, giá xuất khẩu không cao. Hiện nay, phần lớn các nông hộ sản xuất cà phê ở Tây Nguyên có diện tích từ 1 ha trở lên đều tự trang bị một dây chuyền công nghệ chế biến cà phê nhân khô với quy mô nhỏ vài trăm tấn/năm, còn đối với các doanh nghiệp mỗi dây chuyền đều có công suất từ 1.000 tấn sản phẩm cà phê nhân/năm trở lên. Trong khi đó, việc chế biến cà phê nhân theo công nghệ chế biến ướt là tiên tiến nhất hiện nay chỉ có một số ít doanh nghiệp sản xuất kinh doanh cà phê ở vùng Tây Nguyên có quy mô tương đối lớn mới đầu tư.

Tại Đắk Lắk, năm 2016, tỉnh đã chế biến được 5.280 tấn cà phê hoà tan và 21.550 tấn cà phê bột. Một số doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh đã mạnh dạn đầu tư máy móc, thiết bị hiện đại để sản xuất sản phẩm cà phê bột, cà phê hoà tan có thương hiệu, uy tín như Trung Nguyên, An Thai, Đắk Co, Uy Tín, Trường Giang... Trong niên vụ 2015- 2016 tỉnh Đắk Lắk đã xuất khẩu cà phê hoà tan đạt 4.520 tấn, chiếm tỷ lệ 2,3% số lượng cà phê nhân xuất khẩu, nhưng kim ngạch xuất khẩu đạt 26,826 triệu USD, chiếm tỷ lệ 7,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu cà phê nhân của tỉnh⁵¹. Tính đến tháng 8 năm 2018, tỉnh Đắk Lắk có 23 doanh nghiệp chế biến nhân theo công nghệ khô, tổng công suất 475.000 tấn/năm, 16 dây chuyền chế biến ướt, tổng công suất 64.000 tấn/năm. Đắk Lắk có 47 doanh nghiệp chế biến cà phê bột, công suất 32.000 tấn/năm; 1 doanh nghiệp chế biến cà phê hoà tan, công suất 1000 tấn/năm. Phần lớn

⁵¹ Quang Huy (2018), *Nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm cà phê*, Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2/8/2018

các doanh nghiệp chế biến cà phê ở Đắk Lắk có quy mô nhỏ, dây chuyền thiết bị chưa đồng bộ và tỷ lệ chế biến sâu mới chiếm khoảng 2,3% tổng sản lượng cà phê xuất khẩu của Đắk Lắk⁵². Chỉ có một số dây chuyền công nghệ chế biến ướt cà phê nhân như Công ty TNHH 1 thành viên Ea Pôk, Thăng Lợi, Phước An. Còn tại Lâm Đồng, địa phương có diện tích, sản lượng cà phê nhân đứng thứ 2 sau Đắk Lắk cũng chỉ mới có 9 doanh nghiệp đầu tư dây chuyền công nghệ chế biến ướt cà phê nhân, với tổng công suất từ 45.000 - 50.000 tấn sản phẩm/năm, trong tổng sản lượng cà phê nhân mỗi niên vụ của Lâm Đồng là trên 400.000 tấn⁵³. Theo Công ty nghiên cứu thị trường Nielsen Việt Nam, hiện tại có 20 công ty sản xuất cà phê hòa tan, cà phê 3 trong 1 ở Việt Nam. Các công ty sản xuất lớn trên thị trường nội địa như Nestle, Trung Nguyên, Vinacafe, cà phê Ngon, cà phê An Thái,... Một số doanh nghiệp sản xuất cà phê rang xay hiện cũng đã tham gia thị trường cà phê hòa tan như Thu Hà, Mê Trang, Phú Thái.

Theo số liệu của Cục Chế biến và Phát triển thị trường nông thôn (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), ngành hàng cà phê Việt Nam phấn đấu đến năm 2020 nâng tỷ lệ cà phê chế biến sâu (cà phê rang xay, cà phê hoà tan) tăng lên trên 25% trong tổng sản lượng cà phê nhân toàn quốc, nhằm góp phần nâng cao giá trị gia tăng của ngành hàng cà phê Việt Nam. Cho đến nay, cà phê ở Tây Nguyên chủ yếu là cà phê rang xay (cà phê bột) với sản lượng khoảng 26.000 tấn/năm (năm 2017). Tuy nhiên, cho đến nay Việt Nam tuy đã trở thành quốc gia sản xuất, xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới, nhưng vẫn chủ yếu là xuất khẩu cà phê nhân. Cà phê chế biến sâu còn nhiều hạn chế, chiếm tỷ trọng nhỏ trong sản lượng và kim ngạch cà phê của Việt Nam, giá trị gia tăng thấp do công nghệ lạc hậu, quy mô sản xuất của các nhà máy nhỏ bé.

+) Chế biến điều:

Các cơ sở chế biến hạt điều nằm chủ yếu ở tỉnh Gia Lai, nơi có 16.480 ha điều, tập trung ở các huyện Đức Cơ, La Grai, Chư Prong, Krong Pa, và là một trong 5 địa phương có diện tích điều lớn nhất cả nước. Có thể kể đến Chi nhánh Công ty TNHH

⁵² Minh Thông (2018), *Công nghiệp chế biến nông sản: thô nhiều, tinh ít*, Báo Đắk Lắk, 16/8/2018

⁵³ Quang Huy (2017), *Tây Nguyên chủ yếu chế biến cà phê nhân theo công nghệ chế biến khô*, Báo tin tức, 13/11/2017, <https://baotintuc.vn/tay-bac-tay-nguyen-tay-nam-bo/tay-nguyen-chu-yeu-che-bien-ca-phe-nhan-theo-cong-nghe-che-bien-kho-20171113115828047.htm>

Olam Việt Nam tại Gia Lai. Đây là một trong những nhà máy chế biến hạt điều xuất khẩu lớn nhất trên địa bàn Tây Nguyên, với công suất thiết kế 8.000 tấn hạt điều thô/năm, hàng năm tổng doanh thu thuần của Công ty đạt khoảng 20 tỷ đồng, đóng góp ngân sách nhà nước trên 1 tỷ đồng. Tập đoàn Olam International (trụ sở tại Singapore), có trụ sở chính tại thị xã Gia Nghĩa (tỉnh Đắk Nông) và văn phòng giao dịch tại thành phố Hồ Chí Minh. Công ty Olam Việt Nam có 14 chi nhánh tại Việt Nam và đây là doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực chế biến, buôn bán các mặt hàng nông sản. Công ty Olam có chi nhánh tại tất cả các tỉnh của vùng Tây Nguyên và các chi nhánh này tập trung vào các sản phẩm như cà phê, điều, hồ tiêu,...

Nguyên liệu cho nhà máy của Olam tại Gia Lai bao gồm: điều được thu hoạch tại tỉnh này và nhập khẩu hạt điều thô từ châu Phi và Campuchia. Các sản phẩm điều chế biến tại Gia Lai (từ quả điều tươi ở tỉnh Gia Lai và hạt điều thô từ nhập khẩu) mới chỉ chế biến đến công đoạn điều nhân và xuất khẩu. Việc chế biến điều tại đây chủ yếu là bằng việc sử dụng sức lao động, chỉ một số ít công đoạn mới cần tới máy móc. Việc chế biến từ điều nhân sang thực phẩm (như điều rang muối, điều mật ong, sô cô la điều,...) là công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn, nhưng lại không diễn ra trên địa bàn Tây Nguyên. Không những vậy, thực hiện chế biến điều nhân còn có tác dụng kéo theo sự phát triển các lĩnh vực khác như sản xuất các loại bao bì đóng gói, các phụ gia đi kèm⁵⁴...

Công ty Cổ phần Hạt điều Hải Bình Gia Lai (thôn Hàm Rồng, xã Chư H'Drông, TP Pleiku) mới khánh thành nhà máy chế biến hạt điều vào ngày 17/9/2018 và đón chứng nhận HACCP, ISO 22000 cho sản phẩm hạt điều an toàn thực phẩm, chất lượng. Dự kiến, nhà máy đi vào hoạt động có công suất 300 tấn hạt điều/tháng và cho ra thị trường khoảng 60 tấn sản phẩm là các loại hạt điều rang muối, nhân hạt điều. Việc nhà máy đi vào hoạt động sẽ mở ra cơ hội cho nông dân mở rộng, phát triển bền vững cây hạt điều, sản phẩm được bán với giá thành cao hơn.

Mặc dù có một số điểm sáng trong ngành công nghiệp chế biến điều ở Tây Nguyên, nhưng nhìn chung ngành điều đang đứng trước những khó khăn rất lớn do thiếu nguyên liệu, giá nguyên liệu nhập khẩu đắt đỏ, cây điều Tây nguyên gặp nhiều

⁵⁴ Bùi Quang Tuấn (2015), *Tái cơ cấu kinh tế Tây nguyên theo hướng phát triển bền vững*, Đề tài thuộc Chương trình Tây Nguyên 3, Mã số TN3/X01.

sâu bệnh nên mất mùa và cho chất lượng điều thấp. Nhiều doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ trong ngành chế biến điều Tây Nguyên bị thua lỗ và thiếu nguyên liệu. Mặc dù Việt Nam là nước giữ vị trí số 1 trên thế giới về xuất khẩu điều nhân trong 12 năm liên tiếp tính đến năm 2017; Năm 2018 toàn ngành ước đạt kim ngạch xuất khẩu 3,7 tỷ USD, chiếm 65% thị phần xuất khẩu điều toàn cầu, nhưng ngành công nghiệp chế biến điều vẫn còn gặp nhiều khó khăn.

+) Chế biến cao su:

Theo báo cáo của Hiệp hội cao su Việt Nam, toàn vùng Tây Nguyên tính đến giữa năm 2016 có 22 nhà máy sơ chế mủ cao su, 7 doanh nghiệp chế biến gỗ cao su và toạ việc làm cho hơn 140.000 lao động⁵⁵. Tây Nguyên là vùng sản xuất nguyên liệu cao su lớn trên cả nước, tập trung chủ yếu ở các tỉnh Kon Tum, Đắk Lắk và Đắk Nông. Tuy nhiên, phần lớn sản phẩm cao su hiện nay được bán dưới dạng nguyên liệu sơ chế (mủ cao su). Đắk Lắk tính đến đầu năm 2018 mới có 5 nhà máy chế biến mủ cao su, chủ yếu dưới dạng thô chứ chưa có khả năng hình thành ngành công nghiệp chế biến sâu để sản xuất ra các sản phẩm có giá trị kinh tế cao như găng tay, ủng, lốp, ruột xe, da giày...⁵⁶. Kon Tum tính đến đầu năm 2018 mới có 6 nhà máy sơ chế mủ cao su với tổng công suất 49.500 tấn/năm, trong đó nhà máy chế biến mủ cao su Ya Chim của công ty TNHH MTV cao su Kon Tum có công suất 10.500 tấn/năm; nhà máy chế biến mủ cao su của Công ty TNHH MTV cao su Kon Tum tại huyện Ngọc Hồi có công suất 4.500 tấn/năm; Nhà máy chế biến mủ cao su của công ty TNHH Vạn Lợi công suất 6.000 tấn/năm, Nhà máy chế biến mủ cao su của công ty TNHH MTV 732 (Bình đoàn 15) công suất 5.000 tấn/năm; Nhà máy chế biến cao su của công ty TNHH MTV 78 (Bình đoàn I5) công suất 4.000 tấn/năm; Nhà máy chế biến mủ cao su của công ty TNHH MTV Thuận lợi 19.500 tấn/năm). Các nhà máy chế biến trên địa bàn tỉnh chỉ sơ chế cao su, chưa có các nhà máy chế biến tinh và chế biến sâu. Phần lớn nguyên liệu thu mua từ các trang trại cao su trong và ngoài tỉnh, bán cho thương lái hoặc bán trực tiếp cho các doanh nghiệp chế biến cao su trong tỉnh Kon Tum.

⁵⁵ Đan Thanh (2016), *Cây cao su Tây Nguyên – thực trạng và hướng phát triển*, Báo Lâm Đồng, 8/8/2016

⁵⁶ Minh Thông (2018), *Công nghiệp chế biến nông sản: thô nhiều, tinh ít*, Báo Đắk Lắk, 16/8/2018

Về công nghệ của các doanh nghiệp chế biến cao su, kết quả điều tra các doanh nghiệp của Hội đồng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững (2015) cho thấy có 53,75% doanh nghiệp được hỏi cho rằng công nghệ của họ ngang bằng với công nghệ của thế giới, và 23,75% cho rằng công nghệ thấp hơn và có 22,5% số doanh nghiệp không trả lời. Trong các năm 2012-2014, có 73% doanh nghiệp trong mẫu điều tra của Báo cáo này có cải tiến công nghệ để cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh, tăng doanh thu xuất khẩu sản phẩm cao su sang thị trường thế giới⁵⁷. Tuy nhiên, khảo sát thực tế trên địa bàn Tây Nguyên cho thấy, các doanh nghiệp chế biến cao su đang có công suất chế biến vượt sản lượng cao su hàng năm của vùng, chủ yếu tập trung chế biến mủ cao su, chứ chưa chế biến được các sản phẩm cao su hoàn chỉnh. Sản phẩm mủ cao su chủ yếu được chế biến dưới ba dạng: mủ khô (dùng để làm lớp ô tô, mủ tờ (dùng để sản xuất lớp ô tô, băng tải) và mủ latex (mủ nước ứng dụng cho sản xuất nệm mút, gối, đệm). Trong khi nhu cầu của thế giới hiện nay là các sản phẩm mủ latex, nhưng các doanh nghiệp chế biến cao su của vùng Tây Nguyên chủ yếu là sản xuất sản phẩm mủ khô và mủ tờ, nên giá trị xuất khẩu sản phẩm cao su chế biến thô của Việt Nam chưa được cao. Mặc dù các doanh nghiệp đã có sự chủ động về công nghệ, thay thế các dây chuyền sản xuất cũ bằng công nghệ mới, nhưng phần lớn các doanh nghiệp Tây Nguyên vẫn sản xuất mủ khô, trong đó các sản phẩm cao su phổ thông như SVR 10, SVR 3L chiếm tới 55% sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam năm 2017, chủ yếu dùng để sản xuất xăm lốp. Loại sản phẩm này chủ yếu xuất sang thị trường Trung Quốc. Mặc dù Việt Nam đứng thứ 3 trên thế giới về xuất khẩu mủ cao su thiên nhiên và đứng đầu thế giới về năng suất vườn cây, nhưng công nghiệp chế biến cao su của Việt Nam nói chung, Tây Nguyên nói riêng đang cần phải giảm mạnh tỷ lệ xuất khẩu thô, từng bước cơ cấu lại ngành cao su theo hướng chế biến sâu và chuyển sang các loại mủ chất lượng cao và thế giới ưa chuộng hơn để gia tăng giá trị xuất khẩu và giảm sự phụ thuộc vào thị trường Trung Quốc.

Các tỉnh Tây Nguyên đã bước đầu hình thành các cơ sở chế biến, sơ chế chèn, cà phê, điều, mủ cao su, sản phẩm gỗ các loại. Các cơ sở chế biến này hình thành chủ yếu trên quy mô nhỏ, sức cạnh tranh thấp, chưa tạo dựng được các hàng hoá có

⁵⁷ Hiệp hội doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (2015), *Báo cáo năng lực cạnh tranh của 3 ngành chè, cà phê và cao su*, Hà Nội

thương hiệu trên thị trường trong nước và thế giới và nằm trong nấc thang thấp của chuỗi giá trị.

+) *Chế biến chè:*

Chè ở vùng Tây Nguyên chủ yếu trồng ở Lâm Đồng với diện tích và sản lượng giảm liên tục trong những năm gần đây. Chè Lâm Đồng được biết đến với các thương hiệu nổi tiếng như Tâm Châu, Lễ Ký, Quốc Thái, Ô Long, trà xanh, trà đen. Chè được tập trung trồng ở Bảo Lộc, Bảo Lâm, Di Linh. Đây là một trong những vùng nguyên liệu chè nổi tiếng trên cả nước.

Công nghệ chế biến chè của tỉnh Lâm Đồng nhìn chung ngang bằng hoặc thấp hơn trình độ của thế giới (theo khảo sát của phía doanh nghiệp tỉnh Lâm Đồng). Theo Niên giám thống kê tỉnh Lâm Đồng năm 2017, năm 2010 toàn tỉnh có 26.000 ha trồng chè, nhưng sau nhiều năm ngành chè bị khủng hoảng, thì đến năm 2017 diện tích trồng chè của tỉnh Lâm Đồng chỉ còn 13.319 ha, giảm một nửa trong vòng 7 năm, trong đó Bảo Lâm là huyện có diện tích trồng chè lớn nhất Lâm Đồng với 13.246 ha, chiếm 50,9% diện tích trồng chè của tỉnh (năm 2010), nhưng đến năm 2017 huyện này chỉ còn 7.889 ha; tiếp theo là thành phố Bảo Lộc (giảm từ 8.208 ha xuống 3.044 ha trong giai đoạn 2010-2017); Di Linh (giảm từ 369 ha xuống còn 234 ha). Diện tích trồng chè giảm, chuyển đổi giống chè để tăng năng suất chậm khiến tỉnh Lâm Đồng gặp nhiều khó khăn trong đáp ứng nhu cầu nguyên liệu (cả về số lượng và chất lượng chè) cho các nhà máy chế biến.

Theo số liệu của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Lâm Đồng, vào năm 2014 riêng thành phố Bảo Lộc đã tập trung tới 219 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất và chế biến chè với công suất đạt gần 52.000 tấn; trong đó có 22 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất chế biến và xuất khẩu chè sang các nước Đông Nam Á (Thái Lan, Indonesia, Singapore), Đông Bắc Á và trải dài đến các nước Trung Á như Afganistan, Pakistan) và xuất khẩu sang cả Mỹ. Trong năm 2014, riêng sản lượng chè xuất khẩu của các doanh nghiệp chế biến chè tại Bảo Lộc đã thu giá trị kim ngạch khoảng 20,3 triệu USD/năm⁵⁸. Trong những năm gần đây, sau tin đồn thất thiệt là chè Lâm Đồng được trồng trên vùng đất nhiễm dioxin thời kỳ chiến tranh, ngành công nghiệp chè của tỉnh đã sụt giảm mạnh, xuất khẩu giảm, đặc biệt là đặc sản chè Ô Long bị phía Đài Loan tạm ngừng nhập khẩu với lý do chè bị nhiễm chất độc dioxin. Diện tích trồng chè

⁵⁸ Hoàng Hạnh (2017), *Thủ phủ chè giảm mạnh diện tích*, Báo mới, ngày 31/8/2017

giảm nhanh chóng, người dân phá bỏ cây chè để chuyển sang trồng các loại hoa màu khác. Mặc dù tỉnh Lâm Đồng đang tích cực đầu tư để hình thành 2 vùng chè chất lượng cao với quy mô 600 ha trên địa bàn huyện Bảo Lâm và thành phố Bảo Lộc, nhưng cho đến nay ngành chè Lâm Đồng vẫn chưa thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng. Năm 2010, sản lượng chè chế biến ở Lâm Đồng đạt 47.667 tấn, nhưng sau đó giảm dần và chỉ đạt trên 42.000 tấn vào các năm 2014-2017 (Niên giám thống kê tỉnh Lâm Đồng 2017).

Có thể kể đến một số doanh nghiệp chế biến chè đang còn hoạt động tại Lâm Đồng tính đến cuối năm 2017 là như sau:

Doanh nghiệp quốc doanh: có 8 doanh nghiệp, chủ yếu là các cơ sở tiếp quản các nhà máy cũ từ thời sau giải phóng và đầu tư thêm công nghệ mới. Công nghệ chế biến của các doanh nghiệp này chủ yếu là chè đen và chè xanh với công nghệ đạt trình độ trung bình trong khu vực.

Các công ty cổ phần có thể kể đến là: Công ty cổ phần chè Cầu Đất – Đà Lạt; công ty cổ phần chè Minh Rồng với công nghệ hiện đại của Ấn Độ; công ty cổ phần chè Rồng Vàng; công ty cổ phần chè Di Linh; công ty cổ phần chè Lâm Đồng... Các công ty này phần lớn đều thành lập từ năm 1975 trên cơ sở kế thừa nhà máy và công nghệ của các đơn vị trước đó, ngày càng tập trung đầu tư đổi mới công nghệ, dây chuyền sản xuất hiện đại.

Lâm Đồng cũng thu hút một số doanh nghiệp đầu tư 100% vốn nước ngoài trong lĩnh vực sản xuất và chế biến chè, chủ yếu là các doanh nghiệp Đài Loan và Nhật Bản, công nghệ chế biến chè của các doanh nghiệp này hầu hết là những dây chuyền sản xuất chè Ô Long Đài Loan và sản xuất chè xanh Nhật Bản, trong đó phải kể đến công ty TNHH Fungsheng (Đài Loan) chuyên trồng và chế biến chè Ô Long ở Đà Lạt, công suất thiết kế 1000 tấn/năm; Công ty TNHH Trường Thái Việt Nam (Đài Loan) ở Bảo Lâm, chuyên trồng và chế biến chè Ô Long ở Đà Lạt, công suất thiết kế 1000 tấn/năm; Công ty TNHH Vina-Suzuki (Nhật Bản) ở Di Linh, chuyên trồng và chế biến chè Ô Long, công suất 360 tấn/năm; Công ty TNHH King Wan Chen Việt Nam (Đài Loan), ở Lâm Hà, chuyên trồng và chế biến chè Ô Long ở Đà Lạt, công suất thiết kế 200 tấn/năm.

Lâm Đồng cũng có nhiều doanh nghiệp tư nhân, các công ty TNHH trong nước, các hợp tác xã, các hộ nông dân chuyên sản xuất và chế biến chè. Những cơ sở

chế biến hộ gia đình điển hình ở Lâm Đồng là Sung Viên, Hiệp Thành, Bảo Tâm, Trâm Anh, Hương Núi (đều thuộc huyện Bảo Lộc) có công suất thiết kết từ 50-500 tấn/năm. Các cơ sở chế biến này đều tập trung đổi mới công nghệ đồng bộ để đáp ứng với nhu cầu của thị trường.

Mặc dù là thủ phủ của chè trên cả nước, nhưng các doanh nghiệp và các cơ sở chế biến chè ở Lâm Đồng chưa giải quyết hiệu quả vấn đề vùng nguyên liệu (đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm) và công nghệ chế biến. Quy hoạch vùng chè chưa cụ thể, rõ ràng, từ công tác giống, biện pháp kỹ thuật cắt cành đến chất lượng vệ sinh nguyên liệu chè. Công nghệ sản xuất (chế biến, đóng gói) chưa đáp ứng yêu cầu về thực tiễn. Chè Lâm Đồng còn khó khăn trong việc áp dụng các công nghệ sản xuất hiện đại trong cả khâu trồng và chăm sóc chè theo hướng nông nghiệp sạch tiêu chuẩn VietGap và Global Gap; chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các khâu trong chuỗi giá trị chè. Các nhà máy, cơ sở chế biến chè mới chỉ thực hiện nghiên cứu thay đổi công nghệ theo hướng cải tiến, chỉnh sửa công nghệ để phù hợp với nhu cầu sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, chứ chưa thực sự đầu tư vào hoạt động nghiên cứu công nghệ chế biến chè, chưa có sự hợp tác chặt chẽ với các mạng lưới nghiên cứu (trường đại học, viện nghiên cứu) trong và ngoài nước để đẩy mạnh năng lực công nghệ của doanh nghiệp, kể cả các doanh nghiệp nhà nước lớn đóng tại địa bàn Lâm Đồng.

+) Chế biến hồ tiêu:

Hồ tiêu Tây Nguyên nói riêng và hồ tiêu Việt Nam nói chung luôn đứng đầu thế giới về sản lượng và giá trị xuất khẩu, được các doanh nghiệp đầu tư mạnh với các công nghệ xử lý chế biến hồ tiêu sạch đạt chuẩn quốc tế về quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm như HACCP, ISO 22000, Halal, ISO 9001:2008; certified BRC-food... Tính đến cuối năm 2017, cả nước có khoảng 17 doanh nghiệp chế biến hồ tiêu với công suất thiết kế 18.500 tấn sản phẩm/năm, công suất thực tế mới chỉ đạt 53,4%, trong đó chỉ có một vài doanh nghiệp tập trung ở Tây Nguyên, phần lớn là ở Gia Lai (3 doanh nghiệp). Công nghệ chế biến chủ yếu là các dây chuyền xử lý hồ tiêu bằng hơi nước để tạo ra sản phẩm hồ tiêu chất lượng cao (khoảng 13 nhà máy có dây chuyền này), còn lại là gia công, sơ chế lại sản phẩm. Chế biến hồ tiêu ở Tây Nguyên chủ yếu tập trung vào tiêu đen để phục vụ xuất khẩu. Sản lượng tiêu chế biến (tiêu trắng, tiêu bột) còn chiếm tỷ lệ rất nhỏ và có xu hướng giảm. Thực trạng này cho thấy

năng lực chế biến tiêu ở vùng Tây Nguyên còn nhiều hạn chế, các nhà máy hoạt động gia công, khâu chế biến chủ yếu nằm ở ngoài vùng Tây Nguyên nên các tỉnh Tây Nguyên ít được hưởng lợi từ giá trị gia tăng sản phẩm cà phê trong khâu bảo quản, chế biến. Ba nhà máy chế biến hồ tiêu ở Gia Lai (Công ty cổ phần dịch vụ Phú Nhuận đặt tại Chư Sê và công ty TNHH quốc tế Song Hỷ đặt tại Bầu Cạn – Chư Prong) chủ yếu tập trung chế biến tiêu sạch với tổng công suất 10.000 tấn/năm. Một nhà máy chế biến tiêu chín, tiêu sọ của công ty TNHH Thịnh Phát Danh Trà có công suất thiết kế 500 tấn/năm đặt tại cụm công nghiệp Diên Phú (Pleiku). Các nhà máy này đều tập trung chế biến và bảo quản tiêu sạch với quy mô lớn, áp dụng công nghệ tiên tiến hiện đại để gắn với các vùng nguyên liệu hồ tiêu trên tỉnh Gia Lai. Hồ tiêu Chư Sê - đặc sản của vùng đất Gia Lai cũng mới chỉ được các doanh nghiệp chế biến nơi đây đặt mục tiêu chế biến và bảo quản tiêu sạch trước khi đưa ra thị trường tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Trên thế giới hiện nay, có khoảng 12 sản phẩm tiêu chế biến cao, thì tại Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng mới làm được 4-5 sản phẩm và vẫn chưa có nhà máy chế biến đạt chuẩn để xuất khẩu. Chủ yếu xuất khẩu tiêu của Tây Nguyên là các sản phẩm thô như tiêu đen, tiêu trắng, tiêu xanh, tiêu xay, trong khi các sản phẩm đạt giá trị cao trên thế giới hiện nay như dầu nhựa tiêu, tinh dầu tiêu đen (với công nghệ chưng cất hơi nước từ tiêu, có tác dụng giữ ẩm cơ thể, điều trị cảm, giúp dễ tiêu hoá, tăng sức đề kháng, làm đẹp...), tiêu xanh khử nước (chế biến từ tiêu xanh, cho chất lượng, màu sắc và hình dạng giống như tiêu xanh vừa hái), tiêu xanh đông khô (làm khô trong điều kiện chân không, khi được làm ẩm trở lại sản phẩm giống như tiêu xanh vừa hái), tiêu xanh cải tiến (công nghệ ngâm nước muối)... Các công nghệ tiên tiến này trên thế giới có thể làm tăng nhanh giá trị gia tăng của sản phẩm tiêu, giúp ngành hồ tiêu phát triển bền vững. Tuy nhiên, các doanh nghiệp chế biến hồ tiêu của Việt Nam chưa thể tiếp cận đến trình độ công nghệ cao như trên để biến Tây Nguyên thành vùng đất của nguyên liệu và sản phẩm tiêu chế biến nổi tiếng trên thế giới.

2.2.2.3. Công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản

Dựa trên lợi thế đặc thù, vùng Tây Nguyên đã hình thành các ngành công nghiệp chế biến quặng bô xít, khai thác quặng bentonic, vàng, đá và nhiều khoáng sản khác. Công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản của Tây Nguyên đang tập trung

chủ yếu vào các loại khoáng sản xây dựng, đặc biệt là các vật liệu xây dựng thông thường và một số khoáng sản công nghiệp. Bảng 2.5 cho thấy trong danh mục các sản phẩm công nghiệp chủ lực, vật liệu xây dựng đều có mặt và có đóng góp quan trọng trong doanh thu của doanh nghiệp và ngân sách của chính phủ. Các khoáng sản quý như bô xít, vàng, thiếc, đá quý mới bước đầu tập trung khai thác nhưng chưa đem lại hiệu quả kinh tế cao cho các tỉnh.

Các dự án khai thác khoáng sản chủ yếu hiện nay ở các tỉnh vùng Tây Nguyên đang thực hiện bao gồm:

- Khai thác bô xít tại Đắk Nông và Lâm Đồng do Tập đoàn công nghiệp than và khoáng sản Việt Nam đầu tư xây dựng hai nhà máy allumin Tân Rai (Lâm Đồng) và Nhân Cơ (Đắk Nông). Tổng mức đầu tư của hai dự án này đến năm 2029 là 190.000 - 250.000 tỷ đồng theo kế hoạch của chính phủ. Tính đến tháng 4 năm 2013 tổng mức đầu tư của dự án bô xít Tân Rai là 11.612 tỷ đồng và của dự án Nhân Cơ là 6.836 tỷ đồng. Tiến độ thực hiện dự án và vốn đầu tư cho hai dự án này đều bị kéo dài và nâng lên rất cao so với quyết định ban đầu. Bắt đầu từ năm 2014, dự án bô xít Tân Rai đi vào hoạt động, khai thác được 474.093 tấn; tiếp tục tăng lên đạt 507.880 tấn vào năm 2015; 538.540 tấn (2016) và 567.406 tấn (2017). Dự án bô xít Nhân Cơ bắt đầu đi vào hoạt động và khai thác được 8.331 tấn năm 2016 và 495.381 tấn năm 2017⁵⁹. Sau nhiều năm khó khăn ban đầu khi đưa vào hoạt động, hai dự án khai thác bô xít này bắt đầu cắt lỗ và bắt đầu có doanh thu. Trong năm 2017, theo báo cáo của Tập đoàn than và khoáng sản Việt Nam, dự án alumin Nhân Cơ bắt đầu hoạt động ổn định; Dự án alumin Tân Rai sau 3 năm đầu hoạt động bị lỗ nhưng trong 6 tháng đầu năm 2017 bắt đầu có lãi khoảng 50 tỷ đồng⁶⁰.

- Dự án khai thác thiếc ở Đà Lạt, Lâm Hà, Lạc Dương, Di Linh (Lâm Đồng). Theo kết quả nghiên cứu của đề tài TN3/T05, hiện có 17 mỏ thiếc đã và đang được khai thác, nhưng chủ yếu là khai thác thủ công với sản lượng khoảng 1500-2000 tấn. Riêng công ty khoáng sản Lâm Đồng trung bình mỗi năm quản lý, thu mua, tinh chế

⁵⁹ Niên giám thống kê các tỉnh Lâm Đồng và Đắk Nông năm 2017, NXB Thống kê 2018

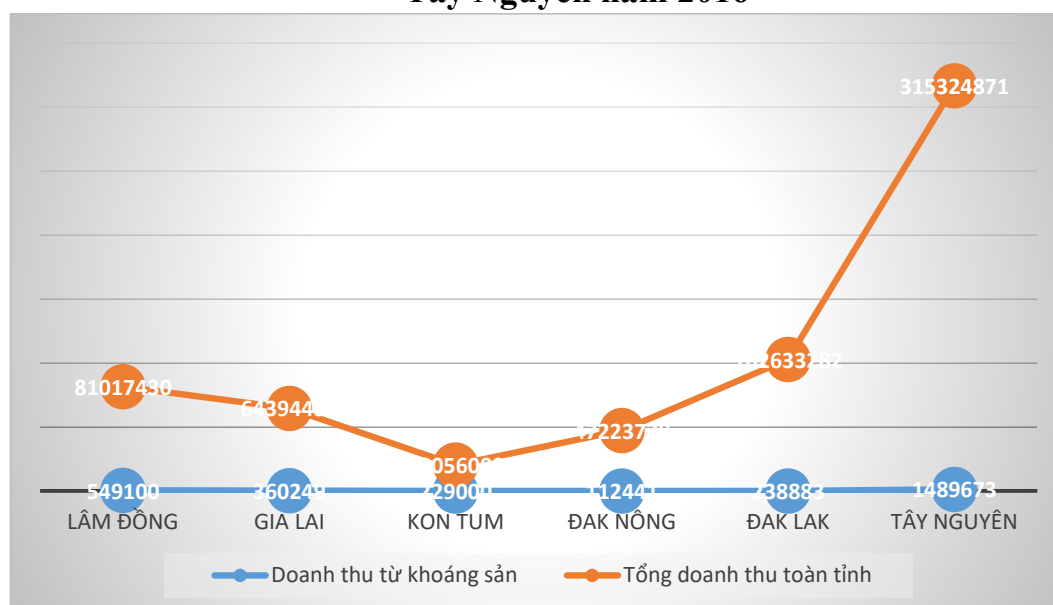
⁶⁰ Thu Hằng (2017), *Bô xít thu lãi nghìn tỷ*, Báo Vietnamnet, 20/6/2017

và xuất khẩu khoảng 700-800 tấn thiếc tinh⁶¹. Tuy nhiên, khai thác thiếc ở Lâm Đông vẫn diễn ra quy mô nhỏ, chưa quản lý được nạn khai thác trái phép.

- Các dự án khai thác khoáng sản khác ở Lâm Đông như kaolin Lộc Châu, diatomit Đại Bào (Bảo Lộc), bentonit Tam Bó (Di Linh); tại Gia Lai như khai thác fluorit ở Chư Sê; khai thác feldspar ở Đăk Lăk; đá mỹ nghệ ở Đăk Song (Đăk Nông) và Di Linh (Lâm Đông), opan ở Đăk Nông, thạch anh hồng và thạch anh tinh thể ở huyện Lak và huyện Krong Bong (Đăk Lăk) v.v..

Xét về hiệu quả kinh tế: doanh thu từ khai thác khoáng sản vẫn còn chiếm một tỷ trọng rất nhỏ trong tổng doanh thu của các tỉnh Tây Nguyên trong thời gian qua. Năm 2016, doanh thu từ công nghiệp khai khoáng chiếm 0,47% doanh thu các các doanh nghiệp trên tất cả các lĩnh vực của vùng Tây Nguyên; trong đó doanh thu từ công nghiệp khai khoáng đạt mức cao nhất là ở Kon Tum (chiếm 1,14% tổng doanh thu toàn tỉnh), tiếp đó là Lâm Đông (0,67%), Gia Lai (0,56%), Đăk Nông và Đăk Lăk có tỷ lệ ngang bằng nhau, chiếm 0,23% doanh thu toàn tỉnh⁶². Với tỷ trọng nhỏ bé như trên, có thể thấy công nghiệp khai thác khoáng sản ở các tỉnh Tây Nguyên chưa tương xứng với lợi thế đặc thù và tiềm năng sẵn có của địa phương.

Hình 2.9. Doanh thu từ khoáng sản và tổng doanh thu của các tỉnh Tây Nguyên năm 2016



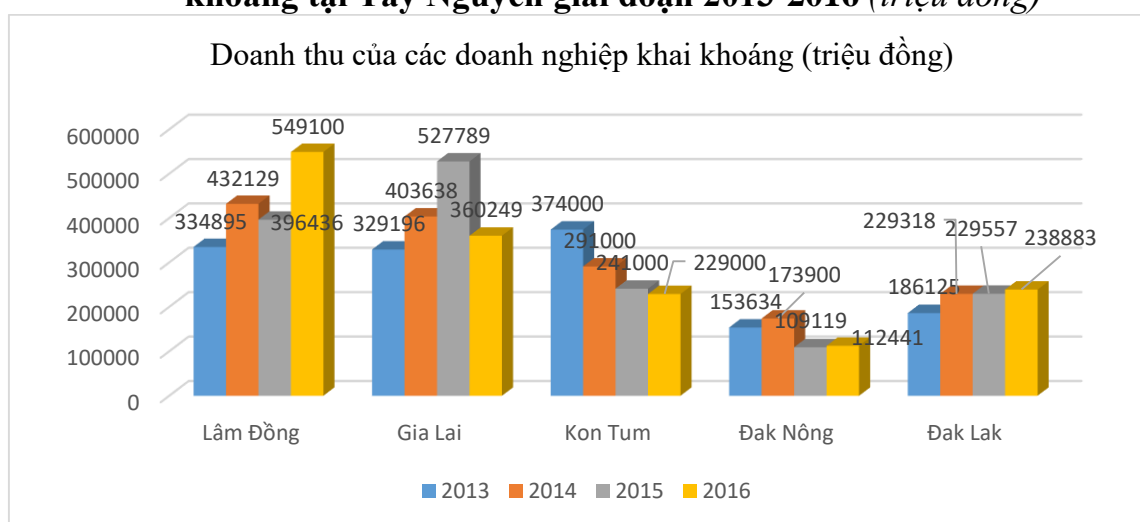
Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

⁶¹ Trần Tuấn Anh (2015), *Nghiên cứu đánh giá khả năng sử dụng một số khoáng sản quan trọng và vị thế của chúng trong phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh quốc phòng khu vực Tây Nguyên*, Đề tài Tây Nguyên 3 TN3/T05.

⁶² Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2017, NXB Thống kê 2018

Hình dưới đây phản ánh doanh thu của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai khoáng của Tây Nguyên giai đoạn 2013-2016. Chỉ có hai tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk có nguồn doanh thu từ hoạt động khai thác khoáng sản tăng lên trong 4 năm qua, còn lại là đều có xu hướng giảm ở các tỉnh khác.

Hình 2.10. Doanh thu của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khai khoáng tại Tây Nguyên giai đoạn 2013-2016 (triệu đồng)



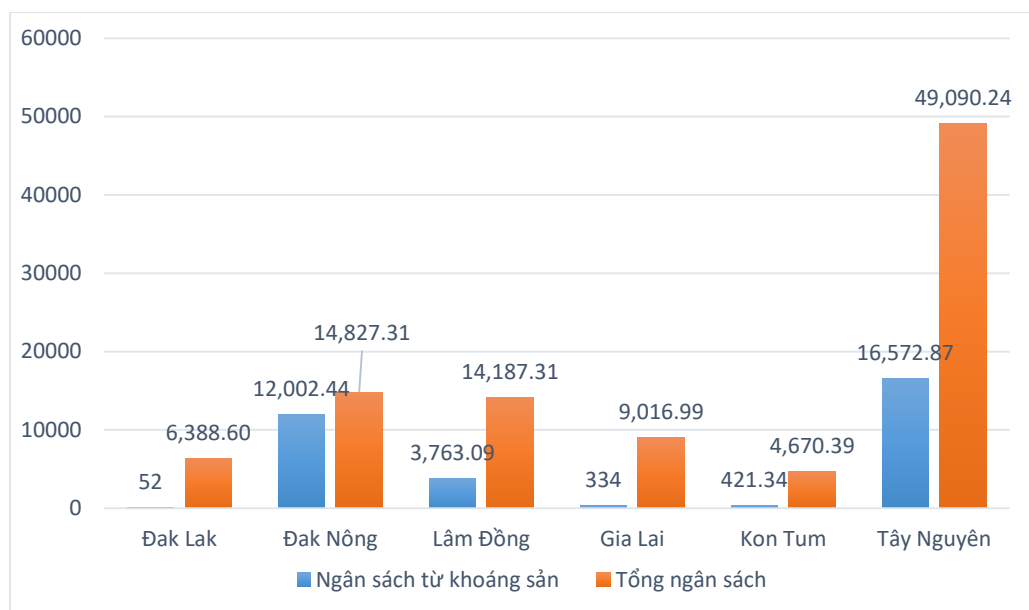
Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

Hơn nữa, lượng doanh thu này quá nhỏ bé so với vốn đầu tư khai thác ban đầu và lợi nhuận thu được cho doanh nghiệp, dẫn đến tỷ lệ nộp ngân sách từ khai thác khoáng sản không cao so với đầu tư ban đầu và những thiệt hại về môi trường và lãng phí tài nguyên của các tỉnh. Trong tổng nguồn thu ngân sách của các tỉnh, nguồn thu từ thuế tài nguyên (trong đó có khoáng sản) dường như rất nhỏ bé. Báo cáo tổng hợp hiệu quả kinh tế của khoáng sản Tây Nguyên trong giai đoạn 2005-2015 cho thấy tổng vốn đầu tư cho khai thác khoáng sản của vùng này quá lớn so với tổng doanh thu từ tài nguyên, tổng chi phí bỏ ra để vận hành và thất thoát tài nguyên hàng năm. Giá trị nộp ngân sách hàng năm từ tài nguyên hầu như không đáng kể.

Theo dự báo hiệu quả kinh tế khoáng sản các tỉnh Tây Nguyên vào năm 2025, khai thác khoáng sản sẽ đóng góp vào nguồn thu ngân sách khoáng 33,8%, trong đó tại Đắk Nông khai thác khoáng sản có thể sẽ đem lại đóng góp tới 80,9% ngân sách toàn tỉnh vào năm 2025 và Lâm Đồng đóng góp tới 26,5% ngân sách toàn tỉnh vào năm 2025 với lý do giá trị sản phẩm khai thác khoáng sản từ bô xít chiếm một lượng rất lớn theo đúng giá trị sản lượng được quy hoạch. Ở các tỉnh khác đóng góp dưới 10% ngân sách của tỉnh. Tuy nhiên, kế hoạch này dường như không khả thi bởi cho

đến nay quy mô nộp ngân sách từ hoạt động khai thác khoáng sản ở các tỉnh Tây Nguyên còn quá nhỏ bé.

Hình 2.11. Dự báo giá trị nộp ngân sách từ khoáng sản và tổng ngân sách của các tỉnh Tây Nguyên đến năm 2025



Nguồn: Thống kê của các tỉnh Tây Nguyên, dẫn theo số liệu của đề tài TN3/T05

Với công nghệ chế biến khoáng sản dừng ở mức khai thác sản phẩm thô, chưa nâng cao giá trị tinh chế, chế biến sâu của sản phẩm, sự thất thoát tài nguyên từ các mỏ khoáng sản ở các tỉnh Tây Nguyên là điều không tránh khỏi. Mặc dù Luật khoáng sản quy định hạn chế khai thác xuất khẩu thô, tăng cường chế biến sâu; và quyết định số 6448/QĐ-BCT ngày 26/6/2015 về quy hoạch phát triển công nghiệp, thương mại vùng Tây Nguyên đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035 nêu rõ: tập trung khai thác chế biến các loại khoáng sản có tiềm năng lớn và có triển vọng của vùng, đầu tư mở rộng quy mô và nâng cấp công nghệ thiết bị hiện đại nhằm tăng năng suất, cải thiện điều kiện, bảo vệ môi trường công nghiệp đối với bô xít, alumi, nhôm, khoáng sản vật liệu xây dựng, khoáng chất công nghiệp (tầm nhìn đến 2020); xây dựng trung tâm sản xuất alumina-nhôm, trung tâm sản xuất nguyên vật liệu xây dựng, trung tâm sản xuất khoáng chất công nghiệp và vật liệu chịu lửa ở Gia Lai và Kon Tum; đầu tư khai thác và chế biến các mỏ kim loại: sắt, chì, kẽm, mangan, các mỏ kim loại màu và quý hiếm: đồng, vàng, thiếc, antimoan, volfram (tầm nhìn 2025); đầu tư chế biến nhôm và sản phẩm sau nhôm, chế biến các khoáng sản khác (tầm nhìn 2035), nhưng với công nghệ và cách thức khai thác khoáng sản hiện nay ở các tỉnh Tây Nguyên, các

mục tiêu đặt ra rất khó thực hiện. Khai thác khoáng sản thô, không được quản lý hiệu quả đang làm thất thoát tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường và nhiều tổn thất kinh tế xã hội khác.

2.2.3. Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong phát triển du lịch

2.2.3.1. Các loại hình du lịch đang được khai thác ở Tây Nguyên

Phát huy các lợi thế đặc thù, các tỉnh Tây Nguyên đã tiến hành điều tra, đánh giá chính xác về tài nguyên du lịch và đưa ra các chính sách khai thác hiệu quả hơn các lợi thế đặc thù trong phát triển du lịch.

- Về sản phẩm du lịch:

Cho đến thời điểm hiện tại (2017), các tỉnh Tây Nguyên đang tập trung phát triển một số sản phẩm du lịch mang nét đặc trưng của tài nguyên du lịch Tây Nguyên, cụ thể là các nhóm sản phẩm sau:

- Du lịch nghiên cứu, tìm hiểu các di sản văn hoá dân tộc Tây Nguyên: thể hiện qua các giá trị văn hoá buôn làng, cộng đồng, gắn với các di sản nhà Rông, nhà Dài, nhà Sàn, nhà Mò, không gian văn hoá công chiêng Tây Nguyên. Các địa điểm được khai thác du lịch theo hình thức này là bản Đôn, buôn M'Liêng, làng Kon Klor, nhà thờ gỗ Kon Tum, biệt thự cổ Đà Lạt, ngục Kon Tum, di tích lịch sử Măng Đen, di tích lịch sử Đắk Tô, nhà đày Buôn Ma Thuật, ngục Đắk Mi...

- Du lịch sinh thái Tây Nguyên: Tây Nguyên có 6 vườn bảo tồn quốc gia và nhiều khu bảo tồn tự nhiên, các khu nông nghiệp sinh thái, là tài nguyên du lịch đặc trưng của khu vực này. Các địa điểm đang khai thác du lịch theo hình thức này là vườn quốc gia Kon Ka Kinh, Chư Mom Ray, Yokdon, Chư Yang Sin, Bidup – núi Bà, Cát Lộc – Cát tiên, các khu bảo tồn Ngọc Linh, Đắk Uy, Nam Ka, Nam Nung, rừng cao su Đắk Nông, đồi chè Bảo Lộc, vườn tiêu Gia Lai...

- Du lịch nghỉ dưỡng trên núi và hồ trên núi ở các địa phương như Hồ Tuyền Lâm, Đan Kia Đà Lạt, Măng Đen.

- Du lịch thể thao mạo hiểm, chinh phục các đỉnh cao như đỉnh Ngọc Linh, thác Lang Biang, du lịch thác bởi Tây Nguyên có nhiều thắng cảnh và thác nước hùng vĩ.

Một số tour du lịch có khả năng thu hút khách du lịch lớn: như tour du lịch Buôn Đôn, hồ Tuyền Lâm, khu DLST Lanbiang, Măng Đen, khu DLST VQG Chư Mom Ray (Kon Tum), VQG Kon Ka Kinh (Gia Lai), khu DL hồ Lắk, VQG Chư Yang Sin (Đắk Lắk), khu DL cụm thác Dray Sáp – Gia Long – Trinh Nữ (Đắk Nông)...

Một số khu du lịch tổng hợp quốc gia tại Tây Nguyên được khai thác nhưng chưa hiệu quả cao: Đan Kia - Suối Vàng, vườn quốc gia Bidoup - núi Bà, rừng quốc gia Cát Tiên (Lâm Đồng), khu du lịch Lâm viên Biển Hồ (Gia Lai), khu du lịch Konklo, Konkto (KonTum).

- Về các tuyến du lịch:

Tây Nguyên hiện nay đã hình thành và đang đi vào khai thác các tuyến du lịch kết nối 5 tỉnh Tây Nguyên với các khu vực lân cận như duyên hải Nam Trung Bộ, CHND Campuchia, CHDCND Lào:

+ Tuyến du lịch Đường Hồ Chí Minh kết nối các trung tâm du lịch lớn của vùng (Tp.Kon Tum – Tp.Pleiku – Tp.Buôn Ma Thuột – Thị trấn Gia Nghĩa) theo đường Hồ Chí Minh và là một trong những tuyến du lịch quốc gia quan trọng. Tuyến du lịch này còn được coi là “con đường Xanh Tây Nguyên”, mang đầy đủ bản sắc của vùng cao nguyên Trung phần Việt Nam.

+Tuyến du lịch Đà Lạt - TP. Hồ Chí Minh theo quốc lộ 20 là tuyến du lịch tham quan và nghỉ dưỡng cuối tuần.

+Tuyến du lịch Buôn Ma Thuột - Pleiku - các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ theo quốc lộ 19, kết hợp giữa các sản phẩm du lịch văn hóa, rừng núi Tây Nguyên với du lịch biển Duyên hải Nam Trung Bộ.

+ Tuyến du lịch Pleiku - Lệ Thanh - Bắc Campuchia - Lào - Thái Lan. Đây là tuyến du lịch kết nối giữa Tây Nguyên với các nước ASEAN và vùng Duyên hải Nam Trung bộ theo quốc lộ 19, kết hợp giữa các sản phẩm du lịch văn hóa sinh thái vùng núi và du lịch biển.

+ Du lịch nội tuyến xung quanh các thành phố trọng yếu thuộc các tỉnh Tây Nguyên và các danh lam thắng cảnh tại vùng Tây Nguyên.

Các tuyến du lịch ở Tây Nguyên khiến lãnh thổ tổ chức du lịch của vùng Tây Nguyên trở nên đa dạng với các hình thức du lịch khác nhau, các sản phẩm du lịch ngày càng đa dạng.

2.2.3.2. Thực trạng khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong ngành du lịch

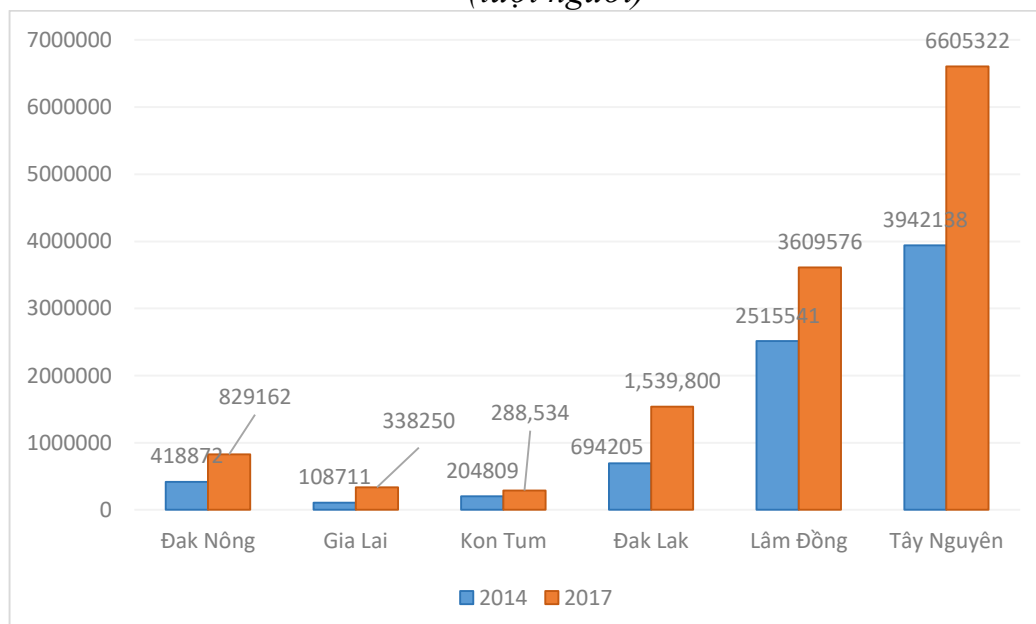
- Về khách du lịch:

Trong tổng thể du lịch cả nước thì vị trí của Tây Nguyên còn rất khiêm tốn. Năm 2005, chỉ chiếm tỷ lệ 1,51% khách quốc tế, 5,09% khách nội địa; 4,2 % tổng thu du lịch và 7% số phòng khách sạn của cả nước. Đến năm 2010, các tỷ lệ tương ứng trên là

1,63%, 4,24%, 3,9%, 7% và tiếp đến năm 2013 tỷ lệ này 1,76%, 3,52% và 7,2%. Xét trên bình diện nền kinh tế - xã hội của Vùng thì năm 2000 ngành du lịch Tây Nguyên chiếm 3,3%, năm 2005 tăng lên 5,8%, đến năm 2010 là 6,8% và tốc độ tăng trưởng trung bình thời kỳ 2006-2010 là 15,8%/năm, khối dịch vụ tăng 10,8%/năm⁶³.

Số lượng khách du lịch đến Tây Nguyên ngày càng tăng. Năm 2000, khách du lịch đến Tây Nguyên khoảng 916.689 lượt khách, trong đó khách nội địa là 836.733 lượt khách và khách quốc tế là 79.956 lượt khách. Vào năm 2017, khách du lịch nội địa đến Tây Nguyên là 6.605.322 lượt khách, khách quốc tế là 750.000 lượt khách, chiếm khoảng 10% lượng khách đến Tây Nguyên. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch đến Tây Nguyên giai đoạn 2000-2005 đạt 16,43%/năm, giai đoạn 2006-2011 đạt 13,22%/năm và giai đoạn 2012-2017 đạt 12,1%/năm. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch đến Tây Nguyên như trên là khá cao cho thấy tiềm năng và tài nguyên du lịch ở Tây Nguyên trong thời gian qua khai thác tương đối hiệu quả.

Hình 2.12. Số lượng khách du lịch nội địa đến Tây Nguyên năm 2014, 2017 (lượt người)

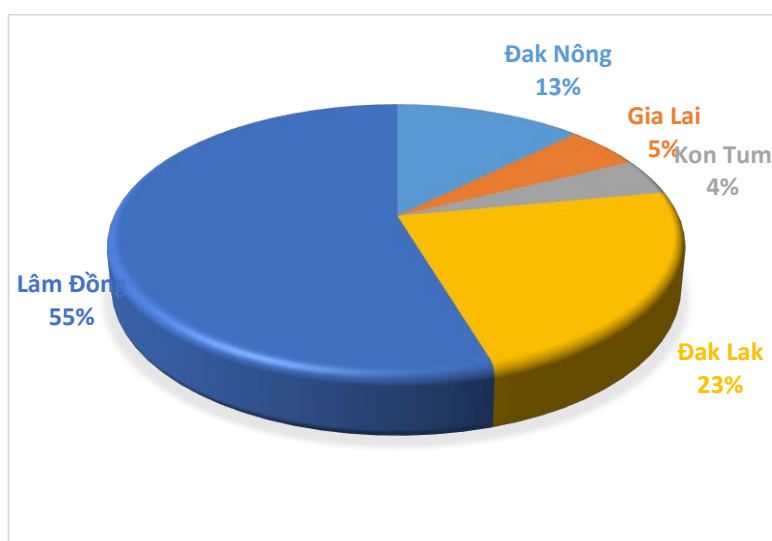


Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

⁶³ Tổng cục du lịch (2012), Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, Hà Nội

Phân theo địa phương: Lượng khách du lịch đến Tây Nguyên có sự phân hóa mạnh trong 5 tỉnh, khách du lịch chủ yếu đến Lâm Đồng, tiếp đó là Đắk Lắk; các tỉnh còn lại chiếm một số lượng khách tương đối nhỏ. Cụ thể năm 2000, lượng khách du lịch đến Lâm Đồng và Đắk Lắk đóng góp tương ứng 77,8% và 15,5%; năm 2010 là 83,6% và 8,3% tổng lượng khách đến Tây Nguyên. Năm 2017, cơ cấu khách du lịch đến Tây Nguyên là như sau: Lâm Đồng chiếm 55%, Đắk Lắk chiếm 23%, Đắk Nông chiếm 13%, Gia Lai chiếm 5% và Kon Tum chiếm 4% tổng lượng khách du lịch đến Tây Nguyên. Khách du lịch nội địa cũng liên tục tăng cao trong giai đoạn 2000-2017, và nguồn khách chính đến từ thành phố Hồ Chí Minh, các tỉnh Đông Nam Bộ, đồng bằng sông Cửu Long; Hà Nội, Hải Phòng....

Hình 2.13. Cơ cấu khách du lịch đến các tỉnh Tây Nguyên năm 2017 (%)



Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

Các điểm đến và sản phẩm du lịch ngày càng đa dạng đã thu hút khách du lịch đến Tây Nguyên ngày càng nhiều hơn, trong đó Lâm Đồng và Đắk Lắk vẫn chủ yếu là lực hút khách du lịch đến vùng Tây Nguyên, nhưng các tỉnh khác cũng bắt đầu hấp dẫn khách du lịch do chính quyền địa phương chú trọng đầu tư khai thác các lợi thế đặc thù của tỉnh mình. Trong những năm qua, nhà nước và chính quyền địa phương đã có nhiều dự án đầu tư du lịch vào 5 tỉnh Tây Nguyên, có thể kể đến một số dự án trọng điểm như sau:

Tỉnh Kon Tum: dự án khu du lịch sinh thái vườn quốc gia Chư Mom Ray, quy mô 50.000 lượt khách/năm, vốn đầu tư 200 tỷ đồng. Dự án khu du lịch sinh thái Đăk Nghe, vốn đầu tư 130 tỷ đồng. Dự án khu du lịch sinh thái lòng hồ Plei Krông quy mô 10.000 lượt khách/năm, vốn đầu tư 100 tỷ đồng.

Tỉnh Gia Lai: dự án khu du lịch sinh thái vườn quốc gia Kon Ka Kinh, quy mô 100 ha, vốn đầu tư 45 tỷ đồng. Khu du lịch sinh thái đồi thông Hà Tam, quy mô 2000 ha, vốn đầu tư 30 triệu USD. Công viên văn hóa các dân tộc, quy mô 195 ha, vốn đầu tư 94 tỷ đồng. Khu du lịch lâm viên Biển Hồ, quy mô 440 ha, vốn đầu tư 48 tỷ đồng.

Tỉnh Đăk Lăk: khu du lịch sinh thái đồi Cư Luê, quy mô 115 ha, vốn đầu tư 500 tỷ đồng, Khu du lịch hồ Ea kao, quy mô 120 ha, vốn đầu tư 120 tỷ đồng. Khu du lịch hồ Lắk, quy mô 47 ha, vốn đầu tư 50 tỷ đồng.

Tỉnh Đăk Nông: khu du lịch sinh thái – văn hóa Nam Nung, quy mô 142 ha, vốn đầu tư 180 tỷ đồng. Khu du lịch cụm thác Dray Sáp – Gia Long – Trinh Nữ, quy mô 1.655 ha, vốn đầu tư 90 tỷ đồng.

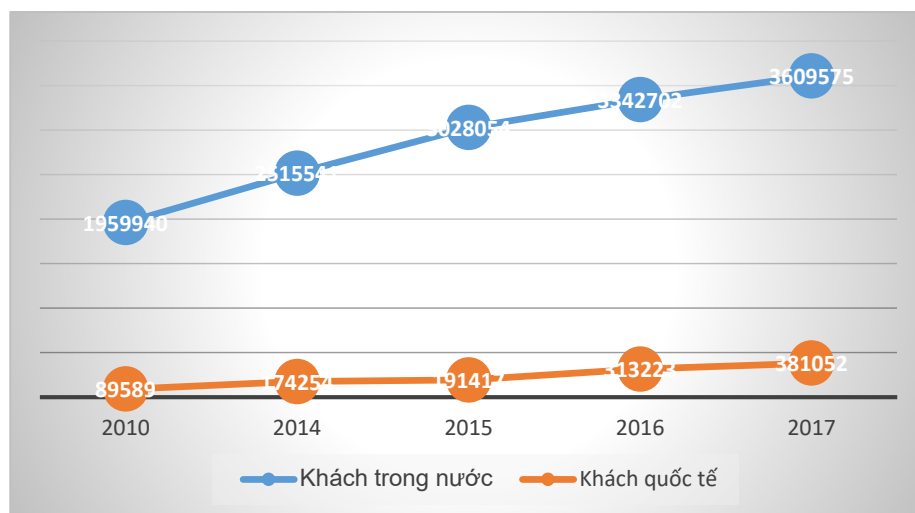
Tỉnh Lâm Đồng: có 151 dự án đầu tư trên địa bàn từ năm 2003-2009, với tổng vốn đầu tư là 43.856 tỷ đồng. Tiêu biểu là: khu du lịch sinh thái Cam Ly – Măng Lin, quy mô 300 ha vốn đầu tư 800 tỷ đồng. Dự án sân Golf 36 lỗ, khu vui chơi giải trí, khu nghỉ dưỡng cao cấp, quy mô 300 ha, vốn đầu tư 3.440 tỷ đồng. Khu công viên văn hóa Đà Lạt, quy mô 20 ha, vốn đầu tư 1,445 tỷ đồng. Khu du lịch sinh thái rừng hồ Đa Nhim, quy mô 3000 ha, vốn đầu tư 4.800 tỷ đồng. Khu du lịch hồ thủy điện Đại Ninh, quy mô 5000 ha, vốn đầu tư 8000 tỷ đồng. Dự án vườn quốc gia Bidoup – núi Bà, quy mô 70.000 ha, vốn đầu tư 4.800 tỷ đồng⁶⁴.

Lâm Đồng là tỉnh có khách du lịch quốc tế đến nhiều nhất trong vùng Tây Nguyên. Trong giai đoạn 2010-2017, khách du lịch quốc tế đã tăng từ 89.589 lượt khách lên 381.052 lượt khách, gấp 4,25 lần trong vòng 7 năm. Tốc độ tăng lượng khách du lịch quốc tế so với khách du lịch nội địa cao hơn nhiều bởi trong giai đoạn

⁶⁴ Tổng Cục Du lịch Việt Nam (2012), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội, tr.154

2010-2017 khách du lịch nội địa chỉ đạt tốc độ tăng 1,84 lần, từ 1.959.940 lượt khách lên 3.609.575 lượt khách.

Hình 2.14. Cơ cấu khách du lịch đến Lâm Đồng giai đoạn 2010-2017 (lượt khách)



Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

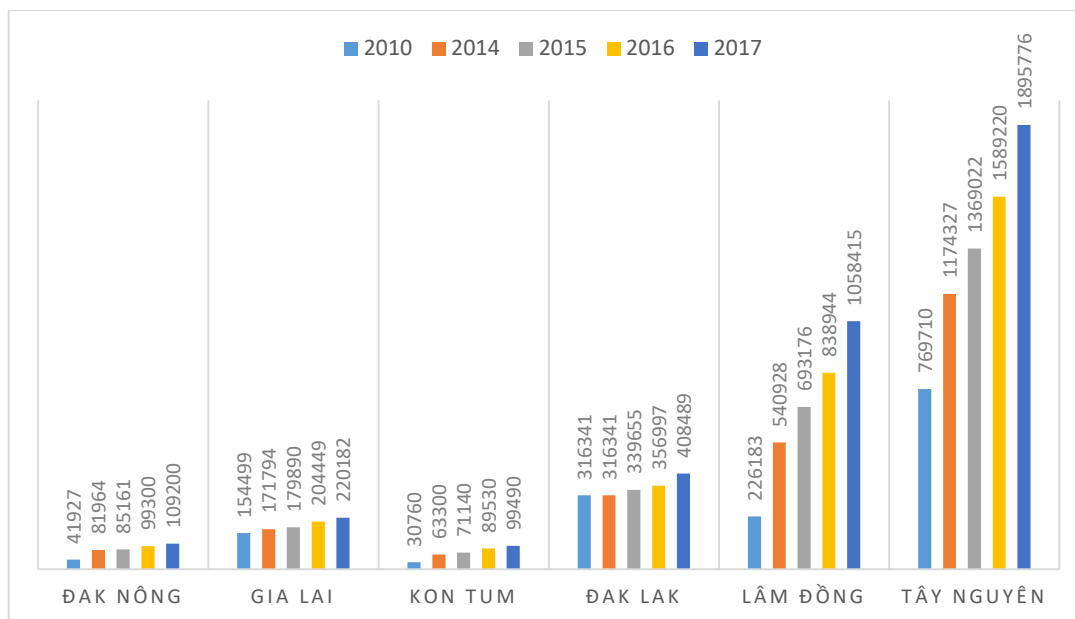
Khách du lịch quốc tế đến Tây Nguyên nói chung và Lâm Đồng nói riêng chủ yếu là khách du lịch lữ hành truyền thống là Pháp, Anh, Trung Quốc, Mỹ, Singapore, Hàn Quốc,... Một trong những sự kiện thu hút được nhiều khách du lịch quốc tế đến Tây Nguyên chính là Festival hoa (Đà Lạt), Festival Cà phê (Buôn Ma Thuột), lễ hội đua Voi (Buôn Đôn) và lễ hội công chiêng Tây Nguyên.

- Doanh thu từ du lịch:

Doanh thu du lịch tăng nhanh qua các năm. Chỉ tính doanh thu thuần từ du lịch (từ các cơ sở lưu trú, chưa tính doanh thu du lịch từ các cơ sở lữ hành và dịch vụ ăn uống), thì năm 2000, doanh thu toàn vùng là 253,132 tỷ đồng; năm 2010 doanh thu từ du lịch đạt 769,710 tỷ đồng, tăng 3,27 lần trong vòng 10 năm; và năm 2017 đạt 1.895,776 tỷ đồng, tăng 2,46 lần trong vòng 7 năm (số liệu niên giám thống kê). Doanh thu tăng nhanh và liên tục từ hoạt động du lịch.

Hình 2.15. Doanh thu du lịch của các tỉnh Tây Nguyên giai đoạn 2010-2017

(triệu đồng)



Nguồn: Tính toán theo Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

Doanh thu cao nhất và tăng nhiều nhất từ du lịch thuộc về Lâm Đồng và Đak Lắc. Trong cơ cấu doanh thu du lịch năm 2017, Lâm Đồng chiếm 56%, Đak Lắc chiếm 21%, Gia Lai chiếm 12%, Đak Nông chiếm 6% và Kon Tum chiếm 5% trong tổng doanh thu từ du lịch toàn vùng Tây Nguyên. Tính khác biệt của các sản phẩm du lịch ở Tây Nguyên đang tạo động lực cho các tỉnh đưa du lịch trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp cho tăng trưởng và phát triển kinh tế bền vững. Doanh thu du lịch ngày càng tăng nhanh, đóng góp quan trọng trong tổng doanh thu của các tỉnh Tây Nguyên. Tuy nhiên, du lịch Tây Nguyên thời gian qua vẫn thối bại dưới tiềm năng, trong đó có một số di sản đang có nguy cơ mất mát hoặc khai thác sai mục đích, chất lượng phục vụ du lịch kém, cơ sở hạ tầng thiếu và lạc hậu, sản phẩm đơn điệu và chưa có sự liên kết phát triển giữa các hình thức du lịch và giữa các địa phương.

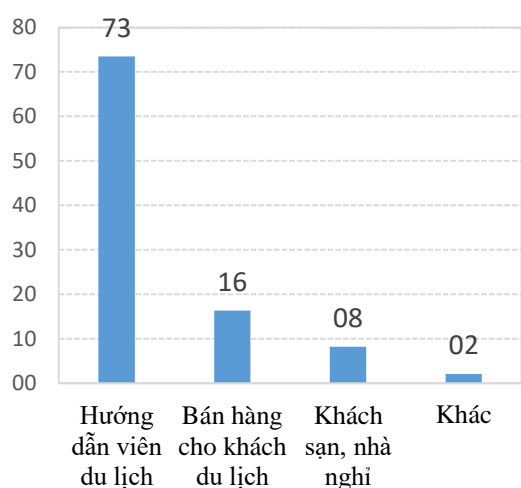
- Thu nhập từ du lịch của các hộ dân địa phương:

Kết quả khảo sát đối với các hộ gia đình có thu nhập từ du lịch ở hai tỉnh Đak Lắc và Lâm Đồng cho thấy tỷ lệ lớn các hộ gia đình có thu nhập từ hoạt động làm nghề hướng dẫn viên du lịch (chiếm 73% trong số các hộ gia đình Đak Lắc và chỉ chiếm 16% trong số các hộ gia đình có thu nhập chủ yếu từ du lịch ở Lâm Đồng). Nếu so

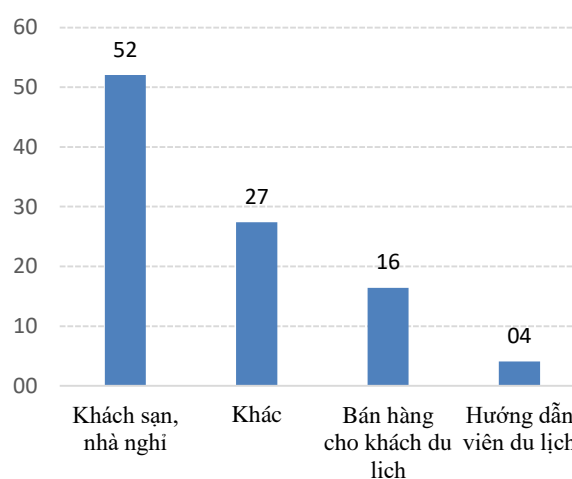
sánh với các hộ gia đình có thu nhập chính từ hoạt động du lịch tại Lâm Đồng thì cơ cấu thu nhập từ du lịch có sự khác biệt. Tại Lâm Đồng, thu nhập chính từ hoạt động du lịch đến từ cho thuê khách sạn, nhà nghỉ chiếm 52%, trong khi tại Đắk Lắk chỉ chiếm 8%. Tỷ lệ các hộ gia đình làm nghề bán hàng cho khách du lịch chiếm 16% ở cả hai địa phương Đắk Lắk và Lâm Đồng.

Hình 2.16. Cơ cấu thu nhập từ hoạt động du lịch của những hộ coi thu nhập từ du lịch dịch vụ là thu nhập chính của hộ

Đắk Lắk (trong tổng số 49 hộ trả lời)



Lâm Đồng (trong tổng số 146 hộ trả lời)

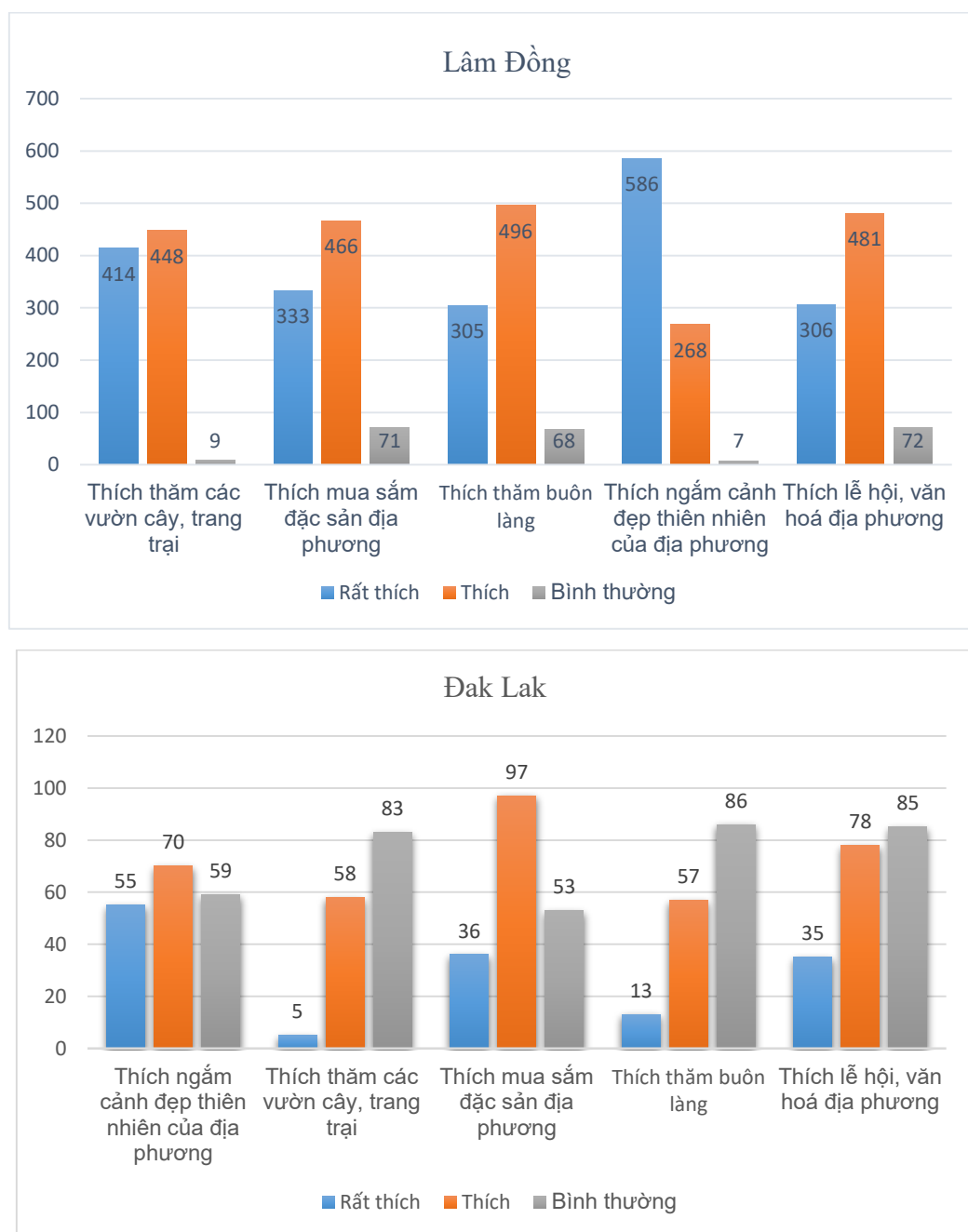


Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Với số lượng phiếu khảo sát rất lớn (900 phiếu ở Lâm Đồng và 750 phiếu ở Đắk Lắk), kết quả khảo sát trên với số lượng hộ gia đình ít ỏi có thu nhập chính từ du lịch (49 hộ ở Đắk Lắk và 146 hộ ở Lâm Đồng) phản ánh một kết quả khác, đó là: Tại hai địa phương được mệnh danh là thủ phủ của ngành “công nghiệp không khói” của Tây Nguyên, phần lớn người dân vẫn sống nhờ vào hoạt động nông nghiệp, thu nhập từ du lịch còn rất khiêm tốn. Đắk Lắk và Lâm Đồng là hai nơi sở hữu nhiều di sản, phong cảnh thiên nhiên đặc sắc, độc đáo nhất vùng Tây Nguyên, có nhiều hình thức và sản phẩm du lịch đa dạng nhất vùng, đồng thời được chính phủ và chính quyền địa phương đầu tư lớn cho phát triển du lịch, nhưng kết quả trên phản ánh các lợi thế đặc thù từ du lịch địa phương vẫn còn khai thác chưa nhiều và chưa hiệu quả.

Dưới góc nhìn của hộ gia đình khi được hỏi khách du lịch đến từ trong nước hay nước ngoài, có tới 98% các hộ dân ở Đắk Lắk và Lâm Đồng chỉ rằng khách du lịch đến từ trong nước, chỉ có 2% cho rằng khách du lịch đến từ nước ngoài. Thực tế này cho thấy năng lực quảng bá hình ảnh du lịch Tây Nguyên và những nét văn hoá thiên nhiên độc đáo đặc thù của vùng Tây Nguyên trong thời gian qua còn chưa hiệu quả. Hơn nữa, nó phản ánh các dịch vụ du lịch ở các tỉnh Tây Nguyên chưa đáp ứng được nhu cầu của khách nước ngoài, sản phẩm du lịch còn đơn điệu, thiếu tính kết nối giữa các địa phương trong vùng Tây Nguyên nên chưa hấp dẫn du khách nước ngoài. Khách du lịch nước ngoài chiếm tỷ lệ rất thấp theo con số thống kê của các địa phương và theo quan điểm của các hộ gia đình cho thấy với tiềm năng du lịch rất lớn chưa được khai thác, các địa phương trong vùng Tây Nguyên có thể phối hợp với nhau để quảng bá du lịch đến đối tượng khách là người nước ngoài. Cách làm này vừa giảm thiểu chi phí quảng cáo, tiếp thị, vừa giảm thiểu sự trùng lặp trong các sản phẩm du lịch tại Tây Nguyên. Quy hoạch phát triển du lịch và có thể trong nhiều sản phẩm khác (như cà phê) cần có sự quy hoạch tổng thể trong vùng và cần có sự phát triển, khai thác tổng thể thay vì manh mún giữa các địa phương theo kiểu “mạnh ai nấy làm”. Kết nối trong phát triển du lịch và phát triển tiềm năng, thế mạnh của Tây Nguyên sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp giúp khai thác tốt nhất lợi thế đặc thù của vùng Tây Nguyên. Phần lớn các hộ gia đình đều cho rằng khách du lịch đều có xu hướng gia tăng trong 3 năm qua. Thực tế này cũng khớp với số liệu thống kê của các tỉnh Tây Nguyên về lượng khách du lịch đến nơi đây.

Hình 2.17. Sở thích của du khách khi đến Tây Nguyên dưới góc nhìn hộ gia đình



Nguồn: Kết quả điều tra khảo sát của đề tài

- Về sở thích của khách du lịch:

Cảnh đẹp thiên nhiên địa phương dường như được du khách thích nhất khi đến du lịch Tây Nguyên, tiếp đến là mua sắm đặc sản địa phương và thăm thú vườn cây trang trại (ở riêng Lâm Đồng). Lễ hội văn hoá địa phương và bản sắc của các buôn làng Tây Nguyên bị xếp xuống sau cùng trong các sở thích của du khách khi đến Đắk Lắk và Lâm Đồng dưới góc nhìn của các hộ gia đình. Thực tế này cho thấy, khai thác lợi thế đặc thù du lịch ở Tây Nguyên dưới góc nhìn của hộ gia đình thường nghiêng

về lợi thế đặc thù tỉnh (hay nói cách khác là những giá trị cảnh quan thiên nhiên độc đáo của khu vực này mang lại. Những giá trị du lịch đem đến từ các lợi thế động (khai thác các di sản văn hoá của Tây Nguyên như văn hoá buôn làng, lễ hội truyền thống, di tích lịch sử...) chưa được du khách quan tâm nhiều. Đây là điều đáng quan tâm trong phát triển du lịch các tỉnh Tây Nguyên trong thời gian tới bởi Tây Nguyên đang chứa trong mình một kho tàng sử thi, văn hoá tộc người độc đáo bậc nhất ở Việt Nam hiện nay.

2.3. Những hạn chế trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên và nguyên nhân

2.3.1. Những hạn chế

2.3.1.1. Khai thác tài nguyên đất đai và nguồn nước quá mức để phát triển các nông sản đặc thù

Lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên đang được khai thác quá mức, có nguy cơ đối trực sang thách thức và bất lợi thế

Tây Nguyên hiện nay chủ yếu được khai thác các lợi thế đặc thù theo chiều rộng bằng cách mở rộng diện tích đất nông nghiệp, dẫn đến việc khai thác tài nguyên đất – nước – rừng thiếu kiểm soát. Khai thác tiềm năng, lợi thế quá mức đang làm phá vỡ quy hoạch của ngành nông nghiệp. Diện tích trồng cà phê và hồ tiêu tăng nhanh, chủ yếu là tự phát và ở các hộ nông dân nhỏ, là do đa số diện tích đất nông nghiệp thuộc người dân quản lý, người dân chạy theo lợi nhuận trước mắt, khai thác đất rừng bừa bãi, tỷ lệ phá rừng tăng theo, làm mất đi khả năng sinh thủy và giữ nước, làm cạn kiệt nguồn nước ngầm, suy thoái đất đai, trong khi năng lực của các công trình thủy lợi trong vùng Tây Nguyên còn yếu kém, chỉ có thể đáp ứng 28% diện tích cần tưới tiêu⁶⁵.

Kết quả khảo sát của đề tài đối với các cán bộ quản lý tại tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk cho thấy, đa số cán bộ đều cho rằng người dân địa phương thường chạy theo các cây trồng có giá trị hiện tại cao như cà phê, hồ tiêu, sầu riêng, bơ, không theo quy hoạch và nền kinh tế địa phương vẫn sản xuất tự phát dựa theo sự biến động giá cả trên thị trường và theo sự biến đổi thất thường của sản xuất. Giá sản phẩm bấp bênh do không có các cơ quan dự báo, đánh giá về cung cầu thị trường đã khiến người dân

⁶⁵ Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2017), *Báo cáo tổng hợp đề án điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên thích ứng với biến đổi khí hậu*, Hà Nội 2017

địa phương có thói quen trồng cây khi giá lên và chặt bỏ cây khi giá xuống. Kết quả khảo sát các hộ dân ở Lâm Đồng và Đắk Lắk phản ánh thêm một thực tế trong 3 năm qua (2015-2017) có 18% số hộ điều tra ở Đắk Lắk (trong tổng số 729 hộ có câu trả lời) cho rằng diện tích đất đai của hộ gia đình có tăng, trong khi ở Lâm Đồng tỷ lệ này là 10% (trong tổng số 877 hộ có câu trả lời). Lý do diện tích đất canh tác gia tăng của các hộ gia đình phần lớn là do họ mua thêm đất của người khác trong làng và ngoài làng để canh tác (86% số hộ trả lời ở Đắk Lắk và 93% số hộ trả lời ở Lâm Đồng). Ngoài ra, các hộ cho rằng diện tích đất trồng trọt của hộ gia tăng là do họ được thừa kế hoặc được giao thêm đất hoặc phát rừng để trồng các cây trồng có giá trị kinh tế cao.

Do mở rộng nhanh chóng diện tích đất canh tác, tỷ lệ che phủ rừng có xu hướng giảm mạnh, khoảng 5,8% trong giai đoạn 2011-2015. Năm 2015, tỷ lệ che phủ rừng toàn vùng Tây Nguyên là 46,8%, không đạt mục tiêu quy hoạch đặt ra là 57% (tính đến năm 2015). Khai thác tài nguyên rừng, đất, nước thiếu kiểm soát, nhất là việc đẽ mốt rừng do chuyển sang trồng các cây công nghiệp chủ lực, phát triển thủy điện đã dẫn đến mất cân bằng nguồn nước, gia tăng tình trạng sa mạc hoá. Mở rộng diện tích trồng cây chủ lực phá vỡ quy hoạch và không có biện pháp bảo vệ đất đai đang đưa Tây Nguyên vào tình trạng đất đai bị thoái hoá trầm trọng, nguồn nước mặt và nước ngầm không đủ để đảm bảo cho sản xuất canh tác. Theo kết quả nghiên cứu của đề tài TN3/T01, quy mô thoái hoá đất đai ở Tây Nguyên là như sau: đất có tiềm năng thoái hoá nhẹ (chiếm 17,1% diện tích toàn vùng), thoái hoá trung bình (chiếm 49,8%), thoái hoá mạnh (chiếm 28,9%), thoái hoá rất mạnh (chiếm 4,2%). Thoái hoá đất đai có nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân thuộc con người và nguyên nhân thuộc về tự nhiên. Một trong những nguyên nhân đó là do diện tích đất canh tác nông nghiệp được mở rộng nhanh chóng nhưng không có biện pháp bảo vệ đất và việc sử dụng lạm dụng quá mức phân bón hoá học và thuốc bảo vệ thực vật⁶⁶. Các vùng có nguy cơ xói mòn, thoái hoá đất đai cao là vùng Ngọc Linh (Kon Tum), Chư Yangsin (Đắk Lắk), các cao nguyên dốc, chia cắt và có lượng mưa lớn như Đắk Nông, Đắk Mil (Đắk Nông), MĐ Rak, Ea Sup (Đắk Lắk), cao nguyên Di Linh, Bảo Lộc, M Đắc (Lâm Đồng), Kon Plong (Kon Tum), Kon Hà Nừng, Cao nguyên Pleiku

⁶⁶ Lưu Thế Anh (chủ nhiệm đề tài, 2015), *Nghiên cứu tổng hợp thoái hoá đất, hoang mạc hoá ở Tây Nguyên và đề xuất giải pháp sử dụng đất bền vững*, Đề tài TN3/T01, Hà Nội.

(Gia Lai). Ở những khu vực này, đất đai đang bị hoang hoá, làm giảm năng suất cây trồng. Thoái hoá đất đai, hạn hán, lũ lụt đang làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến việc khai thác các lợi thế đặc thù trong phát triển nông nghiệp của các tỉnh Tây Nguyên. Trong đợt hạn hán năm 2015 - 2016, có tới 140,630 nghìn ha cây trồng lâu năm bị ảnh hưởng bởi hạn hán, chiếm 13,7% diện tích cây trồng lâu năm của toàn vùng, trong đó Đắk Lắk là địa phương chịu thiệt hại nhiều nhất (chiếm 25,8% diện tích trồng cây lâu năm của tỉnh)⁶⁷. Theo báo cáo công tác phòng chống thiên tai của các địa phương, tổng thiệt hại về kinh tế do thiên tai trên địa bàn vùng Tây Nguyên rất cao, có xu hướng tăng trong thời gian gần đây, từ 895,4 tỷ đồng (năm 2011) lên 2.355 tỷ đồng (năm 2015)⁶⁸. Lũ lụt, hạn hán thường xuyên xảy ra, kéo dài từ hè năm 2014 đến hết năm 2016 đã làm thiệt hại hàng ngàn hecta diện tích đất gieo trồng nông nghiệp, ảnh hưởng đến phát triển bền vững.

Bảng 2.6. Diện tích cây trồng bị ảnh hưởng bởi hạn hán năm 2015-2016 ở Tây Nguyên

Loại cây trồng	Đơn vị	Tây Nguyên	Kon Tum	Gia Lai	Đắk Lắk	Đắk Nông	Lâm Đồng
Cây trồng lâu năm	Ha	140.630	2.533	12.748	76.755	18.126	30.469
	%	13,7	2,7	5,8	25,8	9,6	13,4
Cây trồng hàng năm	Ha	38.575	1.661	17.808	17.867	399	840
	%	4,4	2,2	7,4	5,6	0,4	0,7
Tổng	Ha	179.206	4.194	30.556	94.622	18.525	31.309
	%	9,4	2,5	6,7	15,3	6,2	8,8

Nguồn: Cơ quan hợp tác quốc tế Nhật Bản (JICA) và Công ty tư vấn Nippon Koei Co.Ltd (2018), Khảo sát thu thập số liệu về quản lý tài nguyên nước tại khu vực Tây Nguyên, Báo cáo cuối cùng, Hà Nội, tháng 4.

Chạy theo lợi nhuận trước mắt, các đồn điền cà phê, hồ tiêu, điều ở Tây Nguyên cũng sử dụng một hàm lượng thuốc trừ sâu tương đối lớn để kích thích cây trồng trong các giai đoạn tăng trưởng. Đất bị ô nhiễm có thể do những tác động của nhiều hoạt động sản xuất kinh tế khác nhau như ô nhiễm từ nguồn thải dân sinh, các nguồn thải công nghiệp, hoạt động giao thông vận tải, hoạt động du lịch, nhưng mạnh mẽ nhất và cũng rõ ràng nhất là do tác động của các hoạt động sản xuất nông nghiệp.

⁶⁷ Niên giám thống kê của các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

⁶⁸ Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2017), Báo cáo tổng hợp đề án điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên thích ứng với biến đổi khí hậu, Hà Nội 2017

Trên lãnh thổ Tây Nguyên, trong những năm gần đây diện tích các vùng chuyên canh đã liên tục được mở rộng, bao gồm chủ yếu là các vùng chuyên canh cây công nghiệp dài ngày, cây rau, cây hoa và đi kèm với nó, các giống mới đã được đưa vào sản xuất khá ồ ạt và khá nhanh đã dẫn đến tình trạng sử dụng với số lượng lớn và ngày càng gia tăng các loại phân bón, thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) gây ảnh hưởng xấu đến môi trường nói chung và nhất là môi trường đất ở vùng nghiên cứu. Theo báo cáo hiện trạng môi trường giai đoạn 5 năm (2005 - 2010) của các tỉnh của vùng Tây Nguyên, kết quả phân tích mẫu trong phòng thí nghiệm (các mẫu đất được lấy trong các đợt khảo sát năm 2001 và 2012) cho thấy, trên loại hình sử dụng đất lúa màu, cây công nghiệp lâu năm, cây ăn quả, cây công nghiệp ngắn ngày và nhất là ở các loại đất chuyên lúa có lượng phân bón, thuốc BVTV thực tế sử dụng cao hơn nhiều lần hoặc xấp xỉ lượng thuốc được khuyến cáo sử dụng. Cụ thể là ở kiểu sử dụng đất cho phát triển cây ăn quả, cây công nghiệp dài ngày và cây công nghiệp ngắn ngày lượng đạm bón thực tế được sử dụng thường cao hơn lượng khuyến cáo từ 2 - 45 kg/ ha, lượng lân từ 7 - 61 kg/ ha. Ở kiểu sử dụng đất cho phát triển lúa đông xuân - lúa hè thu - lúa mùa, hoa, cây ăn quả, lượng kali bón cao hơn khuyến cáo từ 6 - 50kg/ ha. Lượng thuốc BVTV ở hầu hết các kiểu sử dụng đất đều cao hơn so với khuyến cáo từ 0,2 - 3,4 lần⁶⁹. Trong khi thế giới đang bước sang sản xuất nông nghiệp hữu cơ, thì việc lạm dụng thuốc trừ sâu, phân bón quá tiêu chuẩn cho phép không chỉ làm tăng chi phí sản xuất, dẫn đến ô nhiễm không khí, đất, nước và môi trường ở các địa phương, làm cho các sản phẩm chủ lực của Việt Nam luôn bị áp giá trên thị trường trong nước và thế giới.

2.3.1.2. Khai thác lợi thế trong phát triển thủy điện không bền vững

Lợi thế của Tây Nguyên là nguồn tài nguyên nước để xây dựng các công trình thủy điện. Với 4 con sông lớn và tiềm năng thủy điện đứng thứ hai toàn quốc sau lưu vực sông Hồng, trong thời gian qua Tây Nguyên đã xây dựng nhiều dự án thủy điện để đáp ứng nhu cầu điện năng phục vụ sản xuất và sinh hoạt toàn vùng. Theo báo cáo của Bộ kế hoạch và đầu tư (2017), trước năm 2010 trên địa bàn vùng Tây Nguyên đã xây dựng và vận hành 5 nhà máy thủy điện lớn là Yaly, Sê San 3, Sê San 3A (Gia Lai, Kon Tum), PleiKrong (Kon Tum), Buôn Kuốp (Đắk Lắk, Đắk Nông), với tổng công

⁶⁹ Phạm Hoàng Hải (Chủ nhiệm đề tài) (2015), *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp nguồn lực tự nhiên, biến động sử dụng tài nguyên và xác lập các mô hình kinh tế - sinh thái bền vững cho một số vùng địa lý trọng điểm khu vực tây Nguyên*, Đề tài nhà nước TN3/T03, Viện Địa lý

suất 1.278 MW và khoảng gần 40 nhà máy thủy điện vừa và nhỏ với tổng công suất 1.300 MW. Trong giai đoạn 2011-2015 đã đưa vào vận hành 5 nhà máy thủy điện vừa và lớn gồm cụm thủy điện An Khê – Kanak, Sê San 4A, Đăk R’tih, Đa M, Bri, Sepepok 4A với tổng công suất 519 MW. Tính đến năm 2016 toàn vùng Tây Nguyên có 115 nhà máy thủy điện đang vận hành, với tổng công suất 7.673 MW, bằng 52,6% công suất thủy điện và 19,5% tổng công suất phát điện của cả nước. Trong hai năm gần đây (2017, 2018), một loạt các nhà máy thủy điện vừa và nhỏ khác cũng đang được xây dựng và vận hành trên các dòng sông vùng Tây Nguyên.

Sự phát triển ồ ạt các dự án thủy điện, đặc biệt là với hàng trăm dự án thủy điện vừa và nhỏ đang làm ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển kinh tế của Tây Nguyên. Nhiều dòng sông bị chia cắt thành nhiều đoạn do các nhà máy thủy điện này, khiến dòng chảy thủy văn bị thay đổi rõ rệt. Nghiên cứu của nhóm tác giả thuộc Đề tài Tây Nguyên 3 TN3/T02 cho thấy, trên sông Ba từ thượng nguồn đến thủy điện sông Ba Hạ, chỉ kể dòng chính đã có 9 bậc thang, chia thành 8 khúc sông; trên sông Đăk Bla (một nhánh của sông Sê San thượng Kon Tum đến thành phố Kon Tum) có tới 13 nhà máy thủy điện; trên dòng chính của sông Đòng Nai từ đập Đơn Dương đến đập Trị An có 13 nhà máy thủy điện; trên dòng chính sông Serepok đã xây dựng 7 bậc thang nhà máy thủy điện⁷⁰.

Các nhà máy thủy điện này đã làm ảnh hưởng đến các hoạt động sản xuất, kinh doanh của người dân vùng hạ lưu, khiến nhiều vùng đất lâm vào tình trạng ngập lụt hoặc khô hạn thất thường. Một số hồ nước đã thấp hơn mực nước chết như là Rung (Gia Lai), Krông Buk Hạ, Ea Súp Hạ, Núi lửa (Đăk Lăk), Đăk Sa Nen, Đăk Brông, Hồ Che, La Bang Thượng (Kon Tum). Theo số liệu quan trắc khí tượng đo đạc thủy văn khu vực Tây Nguyên, nguồn nước ở các sông suối và hồ chứa xuống thấp hơn trung bình của nhiều năm từ 15 - 25%, một số vùng xuống mức 30 - 60%. Theo báo cáo của Đoàn khảo sát Bộ Tài nguyên và Môi trường cho thấy, mực nước ngầm tại các khu vực được khảo sát như: huyện Krông Pách, Krông Búk, Lăk (tỉnh Đăk Lăk), Đăk Min, Đăk Song, Cư Jút (tỉnh Đăk Nông), Chư Sê (tỉnh Gia Lai)...đang suy giảm

⁷⁰ Nguyễn Lập Dân, Ngô Lê Long, Ngô Lê An, Dương Quốc Huy, Chu Bá Thi (2013), *Tác động của phát triển thủy điện đến tài nguyên nước khu vực tây Nguyên*, Tạp chí các khoa học về trái đất, số 35 (2), 175-180; thuộc đề tài “*Nghiên cứu cơ sở khoa học cho giải pháp tổng thể giải quyết các mâu thuẫn lợi ích trong việc khai thác sử dụng tài nguyên nước lãnh thổ Tây Nguyên*”. TN3/T02.

nghiêm trọng, giảm 2 m so với trước đây. Cụ thể, tại các huyện Krông Pách, Lắk, từ những năm 2006 trở về trước có thể khai thác tối đa 0,6 triệu mét khối/ ngày, nhưng nay chỉ còn chưa đầy 0,4 triệu mét khối/ ngày.

Đa số các dự án thủy điện Tây Nguyên được xây dựng ở những nơi địa hình dốc, hiểm trở, nằm ở vùng sâu, vùng xa, là nơi địa bàn dân tộc thiểu số sinh sống. Hệ thống nhà máy thủy điện đã tác động mạnh mẽ đến sinh kế và văn hóa của người dân tái định cư, là một trong những nhân tố tác động đến thất nghiệp, đói nghèo, khiến người dân phải bỏ buôn làng vào rừng sâu, tiếp tục chặt phá rừng làm nương rẫy, khiến rừng tiếp tục bị tàn phá, là nhân tố tiềm tàng gây ra xung đột xã hội. Rừng bị tàn phá nặng nề vì việc xây dựng các đập thủy điện, gây ra nhiều hệ lụy nghiêm trọng về mặt sinh thái. Năm 2016, Tây Nguyên được ví như chảo lửa của Việt Nam, nóng nhất trong 30 năm gần đây.

Hơn nữa, các dự án thủy điện xây dựng tràn lan không theo quy hoạch cũng đang làm ảnh hưởng đến nhiều vùng du lịch sinh thái ở nhiều khu vực vườn quốc gia như vườn quốc gia Chuyansing, York Don, Namkar, ảnh hưởng đến nguồn nước của các con thác hùng vĩ của núi rừng Tây Nguyên. Trong vài năm gần đây, nhiều sự cố vỡ đập đã xảy ra trên vùng đất Tây Nguyên từ việc xây dựng không đúng kỹ thuật các hồ chứa nước thủy điện trên vùng đất này. Theo kết quả điều tra của Tổng cục thủy lợi (tháng 7/2017), nhiều hồ, đập thủy điện, thủy lợi của Tây Nguyên đang có hiện tượng thấm, chẳng hạn như đập thủy điện Tân Rai, Đạ Tẻ, Đạ Tô Tôn (Lâm Đồng). Tại Đắk Lắk, năm 2013-2014 xảy ra sự cố vỡ bờ kênh thủy điện Sêrepok 4A tại buôn Yang Bông, xã Ea Huar (buôn Đôn), gây thiệt hại nhiều diện tích hoa màu và tài sản của người dân. Việc xây dựng 2 nhà máy thủy điện Serepok 4 và Serepok 4A ở thượng lưu sông Serepok đã chặn dòng sông và đưa nguồn nước chảy theo một con kênh khác, làm nguồn nước đi qua Khu du lịch sinh thái Buôn Đôn bị cạn kiệt, ảnh hưởng nghiêm trọng đến hệ sinh thái, động vật. Năm 2017, Sở Công thương Đắk Lắk đã đề xuất UBND tỉnh xây dựng một con đập chặn ngang dòng sông tại khu vực buôn Trí A, Krông Ana (Buôn Đôn) để giữ nước cho đoạn sông bị khô kiệt, nhưng không khả thi. Theo kết quả điều tra của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ngày 22/8/2018 tại Đắk Lắk, toàn tỉnh có 95 hồ đập bị hư hỏng, nguy cơ mất an toàn cao, chưa có đủ nguồn lực về vốn và nhân lực để sửa chữa và nâng cấp các hồ chứa.

Trước nguy cơ mất an toàn trong việc xây dựng và vận hành các nhà máy thủy điện trên địa bàn vùng Tây Nguyên, chính phủ đã có chỉ thị số 22/CT-TTg ngày 7/8/2018 về việc khẩn cấp tăng cường quản lý, kiểm tra đảm bảo an toàn hồ, đập thủy điện, thủy lợi trên toàn quốc. Tại vùng Tây Nguyên, sau năm 2015 đã có 115 dự án thủy điện và 72 vị trí thủy điện tiềm năng với tổng công suất 800 MW đã bị loại ra khỏi quy hoạch. Tỉnh Gia Lai đã mạnh dạn loại ra khỏi quy hoạch 17 dự án thủy điện, dừng 2 dự án thủy điện và 14 dự án thủy điện khác đã có trong quy hoạch nhưng chưa có chủ trương đầu tư. Mới đây nhất, UBND tỉnh Gia Lai ngày 9/8/2018 đã thu hồi giấy chứng nhận đầu tư với dự án thủy điện Krel 2, xã Iadom (Đức cơ) do nhiều sai phạm và sự cố vỡ đập trong quá trình xây dựng từ năm 2008, ảnh hưởng đến đời sống người dân. Tại Kon Tum, tỉnh đã loại bỏ 48 dự án thủy điện ra khỏi quy hoạch. Các tỉnh khác của Tây Nguyên cũng đang trong tình trạng tương tự. Việc xây dựng các nhà máy thủy điện theo phong trào "trăm hoa đua nở" đang đưa lợi thế đặc thù của Tây Nguyên về thủy điện trở thành bất lợi thế khi nhiều đất đai canh tác được chuyển đổi cho các dự án thủy điện, ảnh hưởng đến đời sống sinh hoạt và sản xuất của người dân, làm phá hủy tài nguyên rừng và đe dọa hệ môi trường sinh thái ở khu vực Tây Nguyên. Để có được điện – một lợi thế đặc thù của vùng Tây Nguyên, các tỉnh Tây Nguyên đã phải trả giá quá đắt về sự biến đổi hệ sinh thái, dòng chảy của các con sông, mạch nước ngầm, phá rừng, hạn hán và lũ lụt thất thường, di cư của các dân tộc thiểu số các vùng xây dựng đập thủy điện, đói nghèo, dịch bệnh, mất ổn định xã hội, sự cố môi trường và nhiều hậu quả nghiêm trọng khác.

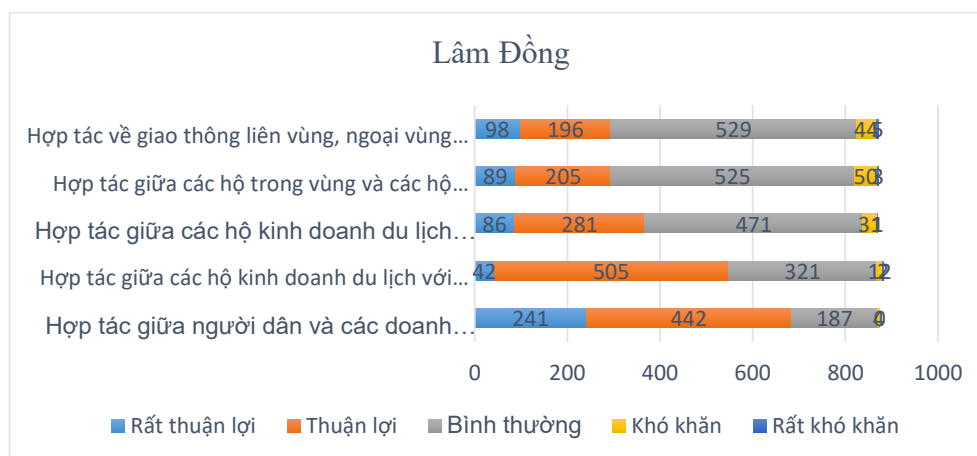
2.3.1.3. Phát triển du lịch tự phát và thiếu bền vững

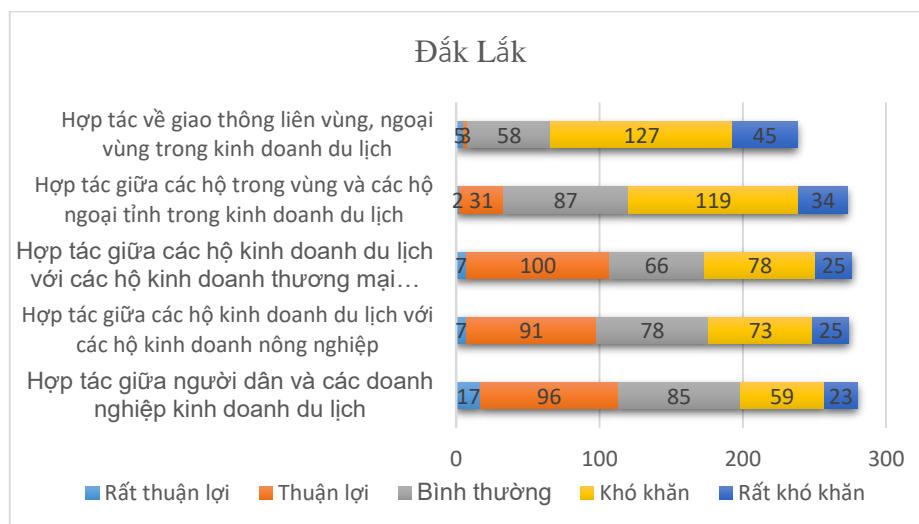
Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy khai thác lợi thế đặc thù trong phát triển du lịch ở Tây Nguyên chủ yếu dừng ở các lợi thế tĩnh như: du lịch nghỉ dưỡng núi, hồ, du lịch sinh thái, du lịch tìm hiểu văn hoá dân tộc Tây Nguyên; gắn chặt chẽ du lịch với môi trường tự nhiên. Hình 2.17 cho thấy, du khách chủ yếu tham quan du lịch Tây Nguyên với các sở thích ngắm các cảnh đẹp tự nhiên của Tây Nguyên hơn là tham gia các lễ hội văn hoá của địa phương. Các hình thức du lịch khai thác các lợi thế động dường như chưa được khai thác bởi nhiều lý do: trước hết là năng lực phát triển ngành du lịch chưa xứng tầm với lợi thế, chưa có tầm nhìn dài hạn trong phát triển du lịch, đầu tư cho du lịch còn thấp, quản lý điểm đến thiếu tầm nhìn, chưa tiếp cận được các thị trường mục tiêu...

Tính tự phát trong phát triển du lịch ở Tây Nguyên còn thể hiện ở chỗ: các sản phẩm du lịch ở Tây Nguyên rất đơn điệu, chỉ tập trung nhiều ở các đô thị du lịch như Đà Lạt, Buôn Ma Thuột, hoặc một số điểm du lịch khác như bản Đôn, hồ Lắk, Măng Đen, Tuyên Lâm... Hơn nữa, các sản phẩm du lịch đang có sự trùng lặp giữa các địa phương (ví dụ như nhà rông, nhà dài, tham quan vườn cây trang trại...), chưa tạo điểm nhấn và chưa khơi dậy nét đặc thù của mỗi địa phương. Tây Nguyên còn thiếu các sản phẩm du lịch và dịch vụ cao cấp, độc đáo, có chất lượng và uy tín trên thị trường. Phát triển du lịch theo hình thức nhỏ lẻ, manh mún, chưa có các khu du lịch nghỉ dưỡng tầm cỡ có thể cạnh tranh với các nước lân cận (chẳng hạn Thái Lan), khiến khách du lịch thường lưu trú ngắn hạn ở nơi đây, với mức chi tiêu bình quân của du khách thường ít hơn nhiều so với các địa phương khác và mức chi tiêu của du khách tăng rất chậm. Tại Đắk Lắk, du khách trung bình chỉ lưu trú khoảng 1,5 ngày bởi nơi đây còn có ít sản phẩm du lịch và điểm du lịch độc đáo và hấp dẫn.

Sự liên kết trong phát triển du lịch giữa các địa phương, các lĩnh vực liên quan dường như bị bỏ ngỏ. Tây Nguyên chưa có tầm nhìn phát triển du lịch dài hạn, do vậy vẫn còn tư duy "nhà nhà làm du lịch", "ngành ngành làm du lịch", chưa có sự liên kết phối hợp chặt chẽ với nhau. Sự phát triển của các dịch vụ vui chơi, giải trí, mua sắm, tham quan, các trung tâm thương mại lớn... chưa có sự kết nối. Sự liên kết du lịch với các tỉnh miền Đông Nam Bộ, Tây Nam Bộ hoặc du lịch xuyên biên giới giữa 3 nước Việt – Lào – Campuchia vẫn còn bỏ ngỏ.

Hình 2.18. Thực trạng hợp tác phát triển du lịch ở Lâm Đồng và Đắk Lắk trong 3 năm (2015-2017) (hộ có câu trả lời)





Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Kết quả điều tra các hộ gia đình ở hai tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk về thực trạng liên kết hợp tác trong phát triển du lịch cho thấy: sự hợp tác liên kết đa chiều trong kinh doanh du lịch ở Lâm Đồng tốt hơn ở Đắk Lắk. Sự hợp tác liên kết này thể hiện ở những khía cạnh sau: hợp tác giữa người dân và các doanh nghiệp kinh doanh du lịch, hợp tác giữa các hộ kinh doanh du lịch với các hộ kinh doanh nông nghiệp, hợp tác giữa kinh doanh du lịch với kinh doanh thương mại, hợp tác giữa các hộ trong vùng với các hộ ngoại tỉnh trong kinh doanh du lịch, hợp tác giao thông liên vùng và ngoại vùng trong kinh doanh du lịch. Các hộ dân ở Lâm Đồng phần lớn cho rằng sự hợp tác đa chiều trong kinh doanh du lịch tương đối thuận lợi, rất thuận lợi trong một số lĩnh vực hợp tác, và chỉ có một số ít hộ cho rằng sự hợp tác này gặp khó khăn hoặc gặp rất nhiều khó khăn (chỉ có dưới 6% số người được hỏi cho rằng họ gặp khó khăn hoặc rất khó khăn trong hợp tác kinh doanh du lịch ở các khía cạnh khác nhau). Trong khi đó, các hộ dân ở Đắk Lắk cho rằng, họ gặp khó khăn và rất khó khăn trong hợp tác kinh doanh du lịch. Số hộ cho rằng họ gặp khó khăn và rất khó khăn trong hợp tác kinh doanh du lịch chiếm tới 67,6% trong tổng số hộ trả lời trong tất cả các khía cạnh hợp tác, đặc biệt họ gặp khó khăn nhiều nhất trong vấn đề hợp tác du lịch liên vùng, ngoại vùng (xem hình 2.18).

Cho đến nay, lượng du khách quốc tế vẫn còn chiếm một lượng rất nhỏ trong tổng số khách du lịch đến Tây Nguyên là do sự đơn điệu về sản phẩm du lịch, đặc biệt là môi liên kết để phát triển các dịch vụ du lịch tổng thể, hiện đại đều rất yếu ớt. Sản phẩm và dịch vụ du lịch của vùng Tây Nguyên chưa đặc sắc, còn trùng lặp, chất

lượng thấp và sức cạnh tranh còn hạn chế. Việc xây dựng các sản phẩm du lịch thời gian qua còn mang tính chủ quan, dựa vào khai thác tài nguyên sẵn có của các địa phương, thiếu đầu tư và chưa dựa vào thế mạnh đặc thù về tiềm năng tài nguyên và nhu cầu thị trường. Đặc biệt là các chương trình tham quan bản làng văn hóa các dân tộc Tây Nguyên, các chương trình trekking... còn trùng lặp giữa các địa phương. Trong phát triển các sản phẩm du lịch, việc liên kết, hợp tác giữa các địa phương còn hạn chế. Những sản phẩm du lịch đặc thù chung cho Tây Nguyên với thương hiệu cạnh tranh chưa được phát triển. Các tỉnh Tây Nguyên chưa xây dựng chiến lược thị trường mục tiêu để thu hút khách du lịch quốc tế, vì vậy chưa thu hút được lượng khách du lịch quốc tế đến Tây Nguyên đông đảo như các địa phương khác trên cả nước.

Phát triển du lịch tự phát, manh mún đang biến các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên vào tình trạng bất lợi thế khi du lịch được phát triển độc lập nhưng không tính đến các bất lợi cho các ngành kinh tế khác. Mâu thuẫn lợi ích ngày càng gia tăng giữa khai thác lợi thế đặc thù trong phát triển du lịch với việc phát triển nông nghiệp, bảo tồn hệ sinh thái, bảo tồn bản sắc văn hóa các dân tộc Tây Nguyên, bảo vệ môi trường... Do du lịch là một ngành tổng hợp, có tính liên vùng, liên ngành, có tính xã hội hoá cao nên cần thiết phải có những chính sách khai thác lợi thế hiệu quả, tránh sự trùng lặp hoặc đơn điệu về sản phẩm và dịch vụ, tránh sự nhầm lẫn cho du khách, có sự liên kết chặt chẽ giữa các vùng, tour, tuyến trong phát triển du lịch, đồng thời phải đảm bảo sự phát triển du lịch bền vững cho các tỉnh Tây Nguyên.

2.3.1.4. Mối dè dặt ở khai thác lợi thế tỉnh do thiếu nền tảng công nghiệp

Ngành công nghiệp Tây Nguyên nhìn chung kém hiện đại, không có sự dịch chuyển cơ cấu đáng kể trong giai đoạn 2010-2017. Khu vực công nghiệp của Tây Nguyên còn hết sức nhỏ bé, khó thu hút đầu tư, chưa có sự gắn kết với các thế mạnh của địa phương. Số lượng doanh nghiệp của Tây Nguyên mới chiếm 2,67% tổng số doanh nghiệp của cả nước. Mặc dù nông nghiệp là thế mạnh của Tây Nguyên, nhưng chỉ có khoảng 5,28% doanh nghiệp của vùng⁷¹ tập trung vào khu vực này với quy mô nhỏ, công nghệ thấp và không đủ năng lực đầu tư vào các khâu chế biến sâu các sản

⁷¹ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB Thống kê 2018

phẩm nông sản. Các doanh nghiệp phân theo các tiểu ngành chế biến nông sản, chế biến khoáng sản đều có quy mô nhỏ, công nghệ trung bình và thấp, do vậy phần lớn tập trung vào các công đoạn sơ chế, chế biến thô, sản phẩm có giá trị gia tăng thấp.

Trong các ngành chế biến nông sản như chè, cà phê, cao su, hồ tiêu, điều, các doanh nghiệp ở Tây Nguyên hầu hết là các doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa, hoạt động trong điều kiện thiếu vốn và tư liệu sản xuất. Quy mô các doanh nghiệp Tây Nguyên cụ thể là như sau:

Bảng 2.7. Số lượng doanh nghiệp hoạt động ở các tỉnh Tây Nguyên so với Đà Nẵng và Bình Dương (tính đến hết ngày 31/12/2016)

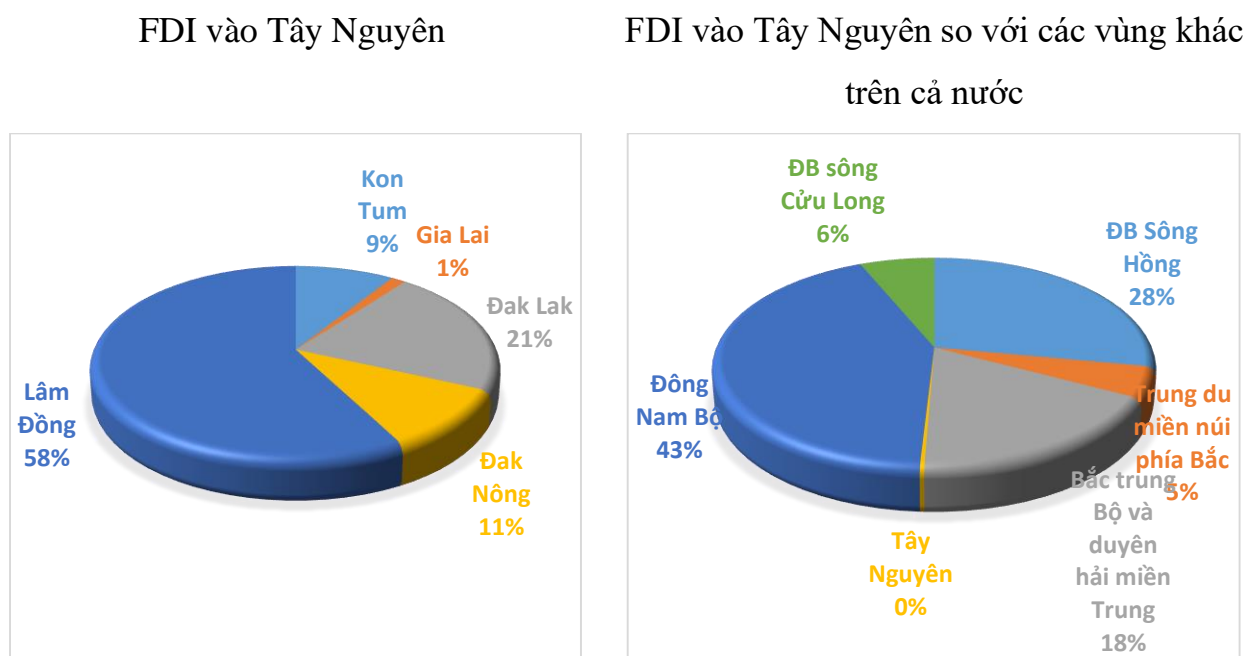
Các tỉnh	Dưới 0,5 tỷ đồng	0,5-1 tỷ đồng	1-5 tỷ đồng	5-10 tỷ đồng	10-50 tỷ đồng	50-200 tỷ đồng	200-500 tỷ đồng	Trên 500 tỷ đồng
Kon Tum	49	105	670	184	195	58	7	13
Gia Lai	261	17	1081	434	509	110	39	35
Đắk Lắk	430	457	1923	514	551	125	29	18
Đắk Nông	37	94	600	203	214	51	8	8
Lâm Đồng	499	410	1621	542	579	118	22	19
Đà Nẵng	2013	1959	5634	1488	1547	436	101	107
Bình Dương	953	1334	5692	2226	3045	1297	426	256

Nguồn: Niên giám thống kê 2017, NXB thống kê 2018

Theo số liệu thống kê năm 2018, các tỉnh Tây Nguyên tập trung phần lớn các doanh nghiệp có quy mô vốn rất nhỏ. Tính đến hết năm 2016, toàn vùng Tây Nguyên, số doanh nghiệp có quy mô vốn dưới 5 tỷ đồng chiếm 65% trong tổng số 12.969 doanh nghiệp đóng tại địa bàn Tây Nguyên. Đây là các doanh nghiệp được phân loại là doanh nghiệp siêu nhỏ ở Việt Nam (có số vốn dưới 3 tỷ đồng). Số doanh nghiệp nhỏ ở Tây Nguyên (có số vốn từ 5-10 tỷ đồng) chiếm 14%, số doanh nghiệp có vốn từ 10-50 tỷ đồng chiếm 16%, số doanh nghiệp có số vốn từ 50-200 tỷ đồng chiếm 3% và số doanh nghiệp có số vốn trên 500 tỷ đồng chỉ chiếm 1% trong tổng số 12.969 doanh nghiệp ở Tây Nguyên. Đặc biệt ở các tỉnh Đắk Nông và Kon Tum, số doanh nghiệp lớn (có số vốn trên 500 tỷ đồng) chỉ là 13 doanh nghiệp (trong tổng số 1281 doanh nghiệp của Kon Tum) và chỉ là 8 doanh nghiệp (trong tổng số 1215 doanh nghiệp ở Đắk Nông). So với Đà Nẵng và Bình Dương, số lượng các doanh nghiệp có quy mô lớn ở các tỉnh Tây Nguyên là rất nhỏ. Quy mô doanh nghiệp cũng là một chỉ số phản ánh năng lực công nghệ yếu ớt của khu vực doanh nghiệp tại địa bàn Tây Nguyên.

Trong lĩnh vực thu hút FDI, Tây Nguyên bị đánh giá là “vùng trũng” trên cả nước. Tính đến ngày 31/12/2017, Tây Nguyên thu hút được 147 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài với tổng số vốn đăng ký đạt 910 triệu USD, chiếm một tỷ lệ rất nhỏ so với tổng số vốn FDI đăng ký trên cả nước, chỉ đạt 0,0028%. Trong các tỉnh Tây Nguyên, Lâm Đồng đứng thứ nhất về số dự án đầu tư (108 dự án) và số vốn đầu tư (535,9 triệu USD), chiếm 58% trong tổng số vốn đầu tư vào 5 tỉnh Tây Nguyên; tiếp theo là Đắk Lắk với 15 dự án, đạt 194 triệu USD, chiếm 21% tổng số vốn FDI đăng ký vào Tây Nguyên. Đứng thứ ba là Đắk Nông với 11 dự án, đạt 95,6 triệu USD, chiếm 11% tổng số vốn FDI đăng ký vào Tây Nguyên. Các tỉnh còn lại như Gia Lai, Kon Tum thu hút được một lượng vốn FDI rất nhỏ, chỉ chiếm 9% và 1% trong tổng FDI vào Tây Nguyên, với tổng số dự án là 8 và 5 dự án tương ứng với mỗi tỉnh. Nhìn chung, kết quả thu hút FDI vào các tỉnh Tây Nguyên còn rất khiêm tốn so với mặt bằng thu hút FDI của cả nước, quy mô dự án tương đối nhỏ, chỉ khoảng 5,5 triệu USD/dự án.

Hình 2.19. FDI vào Tây Nguyên và các vùng khác trong cả nước tính đến 31/12/2017 (% trong tổng vốn đăng ký)



Nguồn: Tính toán từ số liệu Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên năm 2017, NXB thống kê 2018

Đắk Lắk là tỉnh thu hút FDI lớn thứ hai của Tây Nguyên. Năm 2010 Đắk Lắk thu hút được 60 tỷ USD, năm 2014 thu hút được 3,15 tỷ USD và năm 2017 thu hút được 0,2 tỷ USD vốn FDI. Các dự án FDI của Đắk Lắk tập trung vào phát triển một số lĩnh vực có lợi thế đặc thù, đặc biệt là trong ngành cà phê và năng lượng sạch.

Theo Sở kế hoạch và đầu tư Đắk Lắk, tỉnh thu hút được 4 dự án FDI trong lĩnh vực chế biến cà phê, bao gồm: dự án chế biến cà phê nhân xuất khẩu Dakman – Buôn Ma Thuột của Công ty TNHH Dakman Việt Nam, vốn đầu tư hơn 117 tỷ đồng, công suất 50 nghìn tấn cà phê nhân/năm và 5 nghìn tấn ca cao/năm; Nhà máy chế biến nông sản của Công ty TNHH Olam Việt Nam, vốn đầu tư 17,5 tỷ đồng, công suất 40 nghìn tấn cà phê nhân/năm và hơn 5000 tấn hồ tiêu, điều/năm; dự án chế biến xuất khẩu cà phê nhân của Công ty TNHH cà phê Hà Lan Việt Nam, vốn đầu tư 53 tỷ đồng, công suất 35.000 tấn/năm; dự án nhà máy chế biến cà phê hoà tan “cà phê ngon” của Công ty TNHH cà phê ngon, số vốn đầu tư 1275 tỷ đồng, công suất 10.000 tấn cà phê hoà tan/năm và 6000 tấn cà phê lỏng/năm. So với tiềm năng và lợi thế sẵn có, các dự án FDI trong lĩnh vực sản xuất chế biến cà phê ở Đắk Lắk còn quá ít ỏi, với công nghệ chủ yếu là chế biến khô nên chất lượng chưa cao, giá trị gia tăng của sản phẩm cà phê vì vậy còn thấp và khó có khả năng tiếp cận vị trí cao hơn trong chuỗi giá trị sản phẩm cà phê toàn cầu.

Tại Đắk Nông, vốn FDI vào các lĩnh vực có lợi thế đặc thù còn quá ít ỏi. Năm 2010 Đắk Nông thu hút được 20,5 tỷ USD, năm 2014 thu hút được 44,4 tỷ USD và năm 2017 thu hút được 37,7 tỷ USD vốn FDI. Tính theo vốn FDI lũy tiến, Đắk Nông là tỉnh đứng thứ 3 trong số 5 tỉnh Tây Nguyên, nhưng tính theo từng năm Đắk Nông trong những năm gần đây lại là tỉnh thu hút được các dự án FDI lớn, chỉ đứng thứ hai sau Lâm Đồng. Tính đến ngày 31/12/2017, các nhà đầu tư nước ngoài chủ yếu vào Đắk Nông là Đài Loan với tổng số vốn đăng ký là 2,2 tỷ USD, Hàn Quốc 118,3 tỷ USD, Singapore 32,5 tỷ USD, Trung Quốc 2,6 tỷ USD và Malaysia 7,3 tỷ USD (Niên giám thống kê). Một trong những lợi thế đặc thù của Đắk Nông là khoáng sản, đặc biệt là quặng bô xít (tại Gia Nghĩa, Đắk Glong, Đắk Rláp, Đắk Song), đá quý ngọc bích, saphia trắng, wolfram và những nguồn tài nguyên thắng cảnh phục vụ du lịch. Khoáng sản là lĩnh vực thu hút được những dự án đầu tư có số lượng vốn lớn. Lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp có tiềm năng lớn nhưng hiện tại Đắk Nông chưa khai thác tốt lợi thế này để thu hút FDI. Dự án nhà máy alumin Nhân Cơ và dự án nhà máy điện phân nhôm đang mở ra cho Đắk Nông những cơ hội đầu tư lớn để phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ như sản xuất hoá chất, cơ khí sửa chữa, chế tạo, các ngành luyện kim, máy móc thiết bị phục vụ sản xuất... Tuy nhiên, trên thực tế các tiềm năng này chưa được khai thác hiệu quả trong thu hút FDI. Các dự án đầu tư vào

lĩnh vực khoáng sản ở Đắk Nông đang bị đánh giá là có công nghệ gây ô nhiễm môi trường, đặc biệt là dự án alumin Nhân Cơ.

Nhìn chung, các dự án FDI vào Tây Nguyên có quy mô nhỏ bé, có tác động không đáng kể đến sự phát triển kinh tế - xã hội của các địa phương trong vùng. So với tiềm năng và lợi thế của Tây Nguyên, vốn FDI vào khu vực này chưa tương ứng với yêu cầu của chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của vùng. Cho đến nay, Tây Nguyên chưa có một quy hoạch tổng thể để làm căn cứ cho việc chủ động thu hút và sử dụng vốn FDI. Lợi thế đặc thù về an ninh quốc phòng được đặt lên hàng đầu, nhưng vốn FDI nếu được định hướng và thu hút hiệu quả sẽ khắc phục được nhiều yếu điểm trong khai thác lợi thế ở Tây Nguyên, có thể biến Tây Nguyên trở thành vùng nguyên liệu hàng hoá và có một số ngành công nghiệp chế biến chế tạo phát triển mạnh mẽ như chế biến nông sản, phát triển nông nghiệp công nghệ cao hoặc chế biến khoáng sản. So với tổng vốn đầu tư của toàn tỉnh, vốn FDI còn đóng góp một tỷ lệ quá nhỏ bé. Nhiều địa phương vắng bóng các dự án FDI, đặc biệt là ở Kon Tum và Gia Lai nhiều năm liền không thu hút được vốn FDI mặc dù hai tỉnh này có nhiều lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế.

Về đối tác đầu tư, vốn đầu tư lớn nhất vào Tây Nguyên thuộc về Đài Loan, Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore, Nhật Bản..... Trong vài năm trở lại đây, Trung Quốc đang có nhiều dự án đầu tư vào Tây Nguyên. Tính đến 31/12/2017, Trung Quốc có khoảng 133,3 triệu USD đầu tư vào Tây Nguyên, với nhiều dự án ở các tỉnh Lâm Đồng, Đắk Nông, Đắk Lắk và Kon Tum. Dự án trồng rừng của Innovgreen (Hong Kong - Trung Quốc) với số vốn 67 triệu USD tại Kon Tum để trồng rừng nguyên liệu giấy đang gặp vấn đề về giao đất đầu tư (thời gian thuê đất 50 năm) bởi dự án này đang có một số diện tích trùng với đất an ninh, đất quốc phòng, đất lâm trường và đất của người dân, khiến tiến độ thực hiện của dự án bị chậm lại và gặp nhiều vấn đề về an ninh xã hội. Đầu tư của Trung Quốc vào Tây Nguyên chủ yếu trong lĩnh vực khai thác khoáng sản, trồng rừng với công nghệ trung bình và thấp, đầu tư vào nhiều dự án đang gây ô nhiễm môi trường và ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững ở Tây Nguyên. Các dự án khai thác khoáng sản với công nghệ trung bình đang tác động tiêu cực đến tài nguyên đất đai, làm suy giảm diện tích và chất lượng đất, thất thoát tài nguyên rừng và ảnh hưởng đến kế sinh nhai của đồng bào dân tộc nơi đây.

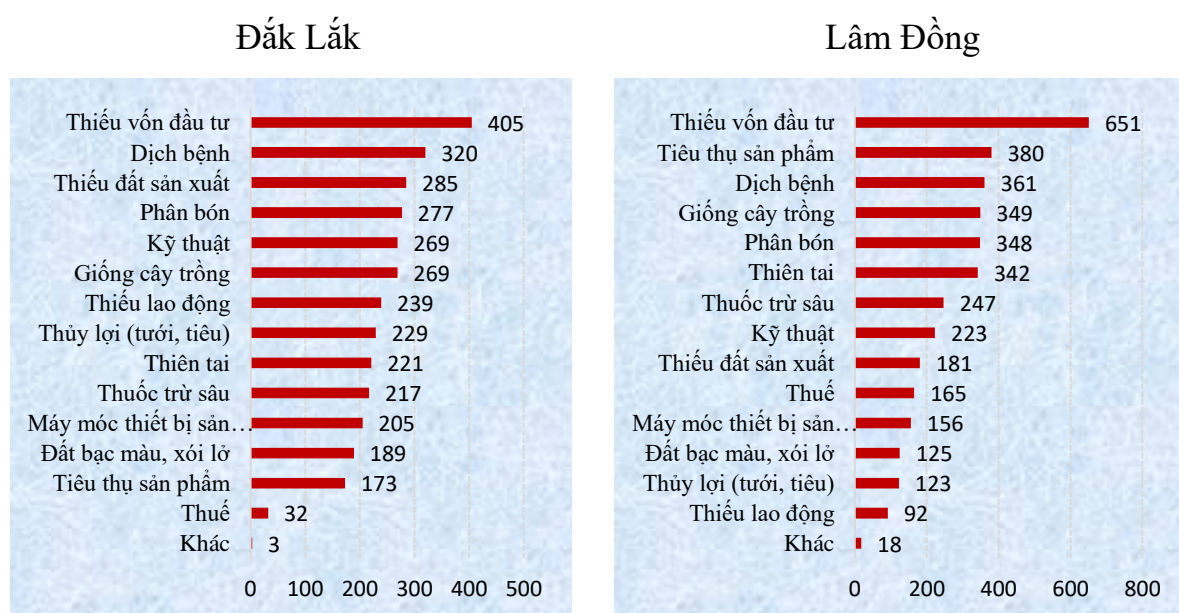
Về lĩnh vực đầu tư, cơ cấu nguồn vốn FDI vào Tây Nguyên về cơ bản là chưa hợp lý. Ngoài lĩnh vực nông lâm thủy sản, vốn FDI vào Tây Nguyên tập trung vào các lĩnh vực dịch vụ cơ bản, không tập trung nhiều vào ngành công nghiệp chế biến chế tạo. Các dự án thu hút FDI vào lĩnh vực công nghệ cao còn hạn chế, chuyển giao công nghệ còn chậm, thu hút FDI vào các lĩnh vực chế biến sản phẩm đặc thù của Tây Nguyên như cà phê, cao su, hồ tiêu và các nông lâm sản khác đạt rất ít, chưa tạo ra chuỗi giá trị cao và bền vững. Nhiều dự án FDI vào Tây Nguyên còn chậm tiến độ đề ra hoặc hiệu quả mang lại chưa cao.

Khảo sát các hộ gia đình ở Đắk Lắk và Lâm Đồng cho thấy những vấn đề tồn tại trong các cơ sở chế biến nông sản của các địa phương này. Tại huyện Bảo Lộc - Lâm Đồng, 2 lĩnh vực được coi là lợi thế mang lại nguồn thu nhập chính cho gia đình là cà phê và chè. Đây cũng là 2 lĩnh vực có số lượng hộ mở doanh nghiệp và cơ sở sản xuất kinh doanh đông nhất. Đối với ngành cà phê, có tới 161 hộ trong mẫu điều tra lập doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất, chiếm số lượng lớn nhất (trong tổng số 543 hộ có câu trả lời), còn lại là số hộ phải thuê thêm lao động, hoặc làm thuê và tự làm. Đối với các hộ hoạt động trong ngành chè, có 82 hộ trong tổng số 147 hộ cho rằng gia đình họ mở cơ sở sản xuất kinh doanh hoặc doanh nghiệp. Còn tại Đắk Lắk (ở xã Cuôr Đăng và xã Ea Kpam (huyện Cư M'gar), xã Ea Ktur, xã Ea Tiêu (huyện Cư Kuin) và xã Ea Tu (TP Buôn Ma Thuột)), mẫu khảo sát các hộ gia đình cho thấy cà phê và hồ tiêu là hai cây trồng chủ lực của địa phương. Đối với cà phê, chỉ có 23 trong tổng số 610 hộ có câu trả lời cho rằng họ lập doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất kinh doanh. Đối với hồ tiêu, chỉ có 8 hộ gia đình trong tổng số 411 hộ có câu trả lời cho rằng họ lập doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, các hộ lập cơ sở sản xuất kinh doanh hoặc doanh nghiệp đều cho rằng quy mô sản xuất kinh doanh của họ ở quy mô nhỏ, chỉ dừng ở công nghệ sơ chế sản phẩm bởi lý do họ đều thiếu vốn sản xuất và không thể tiếp cận thị trường sản phẩm đầu ra. Số liệu khảo sát này phù hợp với tình hình thực tế bởi theo báo cáo của tỉnh Đắk Lắk, tỉnh có khoảng hơn 100 doanh nghiệp và cơ sở chế biến sơ chế sản phẩm cà phê, trong đó có 22 doanh nghiệp quy mô vừa và lớn, công suất thiết kế trên 475 nghìn tấn/năm; có 46 cơ

sở chế biến cà phê bột và hoà tan, công suất thiết kế trên 32 nghìn tấn/năm. Số doanh nghiệp có khả năng chế biến cà phê chất lượng cao còn rất hạn chế⁷².

Kết quả khảo sát của đề tài cũng cho thấy, tại Đắk Lắk trong 5 khó khăn lớn nhất mà các hộ gia đình gặp phải là thiếu vốn đầu tư (405 hộ), kiểm soát dịch bệnh (320 hộ), thiếu đất sản xuất (285 hộ), không đủ phân bón (277 hộ) và thiếu kỹ thuật canh tác (269 hộ). Còn tại Lâm Đồng, kết quả khảo sát ở huyện Bảo Lộc trong kinh doanh du lịch, thì 5 khó khăn lớn nhất các hộ gia đình gặp phải là thiếu vốn sản xuất (651 hộ), thiếu kênh tiêu thụ sản phẩm (380 hộ), dịch bệnh (361 hộ), giống cây trồng (349 hộ) và phân bón (348 hộ).

Hình 2.20. Những khó khăn trong sản xuất và kinh doanh của các hộ gia đình tại Lâm Đồng và Đắk Lắk



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Công nghiệp kém phát triển là một trong những rào cản khiến Tây Nguyên khó khăn trong khai thác các lợi thế đặc thù. Trong khi Tây Nguyên đang có nhu cầu lớn về vốn và thu hút các dự án đầu tư công nghệ cao, thì khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài chỉ chiếm 4,3% trong cơ cấu GDP của Tây Nguyên phân theo thành phần kinh tế (năm 2015)⁷³. Theo thường trực ban chỉ đạo Tây Nguyên, FDI vào Tây Nguyên còn rất khiêm tốn so với các vùng khác trong cả nước. Tính đến hết 2017, toàn vùng mới thu hút được tổng vốn FDI lũy kế là 910 triệu USD, trung bình mỗi dự

⁷² Minh Thuận (2015), *Nông sản vùng Tây Nguyên: vẫn còn yếu về khâu chế biến*, Báo Đắk Lắk ngày 28/8/2015

⁷³ Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2015, NXB Thống kê 2016

án chỉ khoảng 5,5 triệu USD (thấp hơn mức bình quân 1 dự án FDI của Việt Nam năm 2017 là 13,7 triệu USD) (theo số liệu của Bộ kế hoạch và đầu tư). Điều đặc biệt hơn, phần lớn FDI vào Tây Nguyên tập trung tại hai tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk, các địa phương khác gần như rất ít có cơ hội thu hút FDI. Trong khi vốn đầu tư trong nước vào Tây Nguyên liên tục gia tăng trong thời gian gần đây, nhưng phần lớn là vốn ngân sách, trái phiếu chính phủ, vốn BT, BOT, trong khi đó vốn đầu tư của doanh nghiệp trong nước chiếm tỷ trọng rất nhỏ so với cả nước xét trên 2 tiêu chí số dự án và số vốn đầu tư. Có nhiều nguyên nhân khác nhau dẫn đến việc Tây Nguyên trở thành “vùng trũng” trong thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước cho phát triển doanh nghiệp và chuyển giao công nghệ, trong đó có các nguyên nhân về cơ sở hạ tầng kinh tế xã hội, chất lượng nguồn nhân lực, cơ chế chính sách, công nghiệp hỗ trợ, an ninh quốc phòng, nhưng hiện trạng này cho thấy vốn đầu tư thấp, công nghệ lạc hậu đã khiến Tây Nguyên khó khai thác và nâng cấp các lợi thế đặc thù tỉnh của địa phương trong phát triển kinh tế - xã hội thời gian qua.

2.3.2. Nguyên nhân

2.3.2.1. Công tác quy hoạch và tổ chức thực hiện quy hoạch kém hiệu quả

Theo Quyết định 124/QĐ-TTg của thủ tướng chính phủ ngày 2/2/2012 về quy hoạch tổng thể phát triển sản xuất ngành nông nghiệp đến năm 2020, tầm nhìn 2030, diện tích được quy hoạch đến năm 2020 của một số cây trồng chủ lực là như sau: điều 102 nghìn ha, tiêu 17,8 nghìn ha, cao su 280 nghìn ha, cà phê 470 nghìn ha, chè 27,8 nghìn ha. Nhưng trên thực tế, một số lĩnh vực đã bị phá vỡ quy hoạch, đặc biệt là hồ tiêu và cà phê. Năm 2017, diện tích trồng hồ tiêu ở Tây Nguyên là 51,936 nghìn ha, gấp 2,9 lần so với diện tích được quy hoạch đến năm 2020; diện tích trồng cà phê năm 2017 là 555,606 nghìn ha, gấp 1,2 lần so với quy hoạch. Phá vỡ quy hoạch đất đai diễn ra tại tất cả các tỉnh của vùng Tây Nguyên, cụ thể là: Tại Gia Lai, theo quy hoạch đến năm 2020 diện tích trồng hồ tiêu là 6000 ha, nhưng năm 2017 diện tích trồng hồ tiêu của tỉnh này đã là hơn 16.300 ha, vượt quy hoạch hơn 10.000 ha; diện tích trồng cà phê theo quy hoạch đến 2020 là 80.000 ha, nhưng 2017 đã là trên 94.000 ha, vượt quy hoạch 14.000 ha. Tại Lâm Đồng, cà phê và các cây trồng chủ lực khác cũng vượt

quy hoạch hàng nghìn ha, cụ thể cây cà phê được xác định ổn định diện tích đến năm 2020 là 150.000 ha, nhưng đến năm 2017 đã đạt 158.625 ha, vượt quy hoạch 8.625 ha. Tại Đắk Lắk, quy hoạch diện tích trồng cà phê là 180.000 ha, nhưng năm 2017 đã đạt 204.808 ha, diện tích trồng hồ tiêu theo quy hoạch là 18.700 ha nhưng năm 2017 đã đạt 38.616 ha, trên gấp đôi diện tích đã quy hoạch. Còn tại Đắk Nông, diện tích trồng hồ tiêu đến năm 2020 theo quy hoạch là 25.000 ha, nhưng năm 2017 đã đạt 32.902 ha.

Tại các tỉnh Tây Nguyên, do chạy theo lợi nhuận trước mắt và theo tâm lý "mạnh tỉnh nào tỉnh đó làm" nên chất lượng quy hoạch đang xuống cấp trầm trọng. Mặc dù các tỉnh Tây Nguyên đều có các quy hoạch riêng của mình, nhưng tính liên kết và phối hợp quy hoạch của cả vùng Tây Nguyên chưa có. Các quy hoạch hiện nay của Tây Nguyên trong phát triển các cây công nghiệp dài ngày, các khu du lịch, phát triển thủy điện... đều đang có nguy cơ tàn phá tài nguyên, ô nhiễm môi trường, phá vỡ không gian văn hoá truyền thống buôn làng, tác động tiêu cực đến môi trường sinh thái. Trong không gian kết nối nội vùng Tây Nguyên với các vùng duyên hải miền Trung và vùng Đông Nam Bộ đang bị đứt gãy bởi những yếu kém về cơ sở hạ tầng và chuỗi cung ứng hàng hoá chưa phát triển hiệu quả. Quy hoạch hiện có của các tỉnh Tây Nguyên hiện nay chưa tính đến các vấn đề hạn hán và khó khăn về nguồn nước, chưa đánh giá đầy đủ hậu quả của quá trình đô thị hoá khi dân cư các vùng miền khác tập trung về Tây Nguyên dẫn đến những thách thức về bảo tồn bản sắc văn hoá Tây Nguyên. Sự phá vỡ các quy hoạch hiện có càng làm cho vùng Tây Nguyên bị phân mảnh, cắt nhỏ, khó thực hiện nền nông nghiệp quy mô lớn và hiện đại, khiến các mô hình du lịch na ná giống nhau giữa các tỉnh thành, các con sông con suối không giữ được nguồn nước theo mùa, khiến đất đai bị rửa trôi, nước ngầm không được bổ sung, thiếu nguồn nước cho sinh hoạt và sản xuất, rừng bị tàn phá, cây cối bị thoái hoá về giống và chất lượng. Do chạy theo những lợi ích đem lại từ lợi thế đặc thù tỉnh, vấn đề phát triển bền vững trong công tác quy hoạch và quản lý quy hoạch đang trở thành vấn đề hết sức cấp bách ở Tây Nguyên.

2.3.2.2. Cơ chế chính sách chưa đồng bộ

Cơ chế chính sách nhằm khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên hiện nay tương đối đầy đủ và cơ mở, giúp Tây Nguyên có nhiều điều kiện thuận lợi trong phát triển kinh tế. Tuy nhiên, các chính sách hiện nay vẫn gặp nhiều hạn chế, cụ thể là: chưa thực sự đồng bộ, thiếu kết nối, mang nặng tư duy nhiệm kỳ, ngắn hạn, nội dung chính sách còn tản mạn ở nhiều văn bản khác nhau, nên chưa đạt hiệu quả cao, nhiều khi xử lý chậm dẫn đến những hệ quả khôn lường. Các văn bản pháp lý còn thiếu, chưa đồng bộ, chưa tập trung vào các đối tác và lĩnh vực trọng điểm, chưa có sự thống nhất để điều phối đảm bảo sự tập trung phát triển đúng mục tiêu phát triển kinh tế xã hội. Một số chính sách khai thác lợi thế đặc thù còn xây dựng mang tính chủ quan, chưa sát với đặc điểm vùng miền nên chưa khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù. Cụ thể là:

- Không đồng bộ trong chính sách sản phẩm, thị trường, dẫn đến việc khai thác các lợi thế đặc thù không mang lại hiệu quả cao. nông dân canh tác sản xuất không theo quy hoạch, thụ động trước diễn biến thị trường và chính quyền địa phương rất lúng túng trong việc điều chỉnh quy hoạch hoặc hướng dẫn người dân làm đúng quy hoạch.

- Không đồng bộ trong chính sách phát triển du lịch toàn vùng, dẫn đến tình trạng phát triển du lịch manh mún, mạnh địa phương nào địa phương đó làm, các mô hình sản phẩm du lịch tương đối giống nhau, kém sức cạnh tranh đôi khi còn triệt hại lẫn nhau, làm phá vỡ không gian văn hoá dân tộc và chưa phát huy hết khả năng khai thác văn hoá đặc thù của đồng bào dân tộc thiểu số.

- Chính sách phát triển nông nghiệp, công nghiệp, thu hút đầu tư nước ngoài, phát triển nguồn nhân lực, phát triển cơ sở hạ tầng... không đồng bộ, không theo quy hoạch, làm giảm khả năng cạnh tranh và tính liên kết vùng trong phát triển kinh tế.

- Thiếu các thể chế, chính sách quản trị vùng hiệu quả, nên các doanh nghiệp phải làm việc với từng tỉnh Tây Nguyên riêng lẻ để khai thác các lợi thế đặc thù của vùng, khiến chi phí tăng, sức cạnh tranh giảm, tăng chi phí đầu tư và bồi trơn, giảm hiệu quả quản trị nguồn nước, sinh thái, lâm nghiệp, khó khăn trong quản trị quy hoạch vùng, đồng thời làm giảm sức cạnh tranh của các sản phẩm chủ lực.

- Sự chia cắt của các tỉnh Tây Nguyên như hiện nay trong khai thác lợi thế đặc thù khiến mỗi tỉnh có một nền kinh tế riêng biệt, quy mô nhỏ, không thể có cơ chế phối hợp trong việc giải quyết các vấn đề mang tính chất liên tỉnh, nội vùng, ngoại vùng (chẳng hạn như đường giao thông, nguồn nước, ô nhiễm, liên kết du lịch, dự báo giá cả...), gây khó khăn trong việc khai thác hiệu quả các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của toàn vùng Tây Nguyên.

- Cơ chế chính sách hiện nay ở Tây Nguyên đang có sự “đi chệch hướng” những lĩnh vực có lợi thế đặc thù. Một điều đáng lưu ý ở các tỉnh Tây Nguyên là: các ngành chế biến nông lâm sản (vốn là lợi thế đặc thù của các tỉnh này) lại không có tốc độ tăng trưởng cao trong suốt một thời kỳ dài từ 2010 đến nay; mà phần lớn tốc độ tăng trưởng cao lại thuộc về các ngành công nghiệp chế tạo khác không phải là lợi thế của Tây Nguyên. Các tỉnh Tây Nguyên đang có xu hướng “tách khỏi” lợi thế đặc thù trong phát triển các ngành công nghiệp chế biến chế tạo.

- Sự thiếu hụt chính sách và các cơ chế không hiệu quả khiến sự phối hợp giữa nhà khoa học – doanh nghiệp và người dân dân không cao, gây ảnh hưởng đến việc nâng cấp khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù từ lợi thế động sang lợi thế tĩnh. Hầu hết các tỉnh Tây Nguyên đều chịu khâu “đứt gãy” trong sự liên kết, hợp tác này, do vậy tính hiệu quả kinh tế- xã hội không cao. Trong thời gian qua, nhiều sáng kiến được áp dụng trong các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở các tỉnh Tây Nguyên, đem lại hiệu quả kinh tế cao, nhưng vô tình đã làm các lợi thế đặc thù bị khai thác quá mức và không bền vững do thiếu liên kết giữa nhà khoa học – doanh nghiệp và người dân. Trong hầu hết các chuỗi giá trị sản phẩm nông sản chủ lực ở Tây Nguyên hiện nay vẫn chưa có sự liên kết chặt chẽ, rõ ràng, thiếu sự ràng buộc về kỹ thuật, trách nhiệm pháp lý và sự phân công trách nhiệm giữa các thành viên trong chuỗi, giữa doanh nghiệp, nhà cung cấp và các hộ nông dân. Sự cạnh tranh chèn ép giữa các thành viên trong chuỗi và trong nội bộ mỗi mắt xích trong chuỗi thường xuyên xảy ra, chẳng hạn như ép giá, sử dụng thuốc trừ sâu, thuốc bảo quản quá mức, hoạt động tự phát vì lợi ích riêng... Những vấn đề này tạo ra những sự “đứt gãy” trong chuỗi rất đáng tiếc trước khi tham gia sâu hơn vào khâu chế biến hay tạo thương hiệu cho sản phẩm chủ lực của Tây

Nguyên, đặc biệt là đối với cà phê, cao su, hồ tiêu. Trong đổi mới sáng tạo và áp dụng khoa học công nghệ để phát triển các sản phẩm lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên, chúng ta không chỉ chú trọng đến vấn đề kỹ thuật nào, công nghệ nào, quy trình sản xuất nào và mô hình nào sẽ được áp dụng để tạo ra giá trị sản phẩm cao hơn, mà cần phải tạo ra các phương thức tổ chức hiệu quả để đảm bảo tính khác biệt, đặc thù của sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của thị trường thế giới và thích ứng với vấn đề biến đổi khí hậu và phát triển kinh tế - xã hội bền vững ở Tây Nguyên hiện nay.

2.3.2.3. Thiếu liên kết vùng và liên vùng

- Liên kết giữa các địa phương trong vùng Tây Nguyên chưa mang tính phối hợp chặt chẽ, chưa dựa theo nguyên tắc của phân công lao động vùng và chưa có cơ chế phối hợp rõ ràng, minh bạch, vì vậy đã dẫn đến việc các lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây Nguyên được phát triển theo chiều rộng, dựa vào khai thác các lợi thế đặc thù trên mặt đất, chưa tập trung vào các khâu chế biến sâu và mang lại giá trị gia tăng.

Kết quả phỏng vấn cán bộ các địa phương tại Lâm Đồng và Đắk Lắk cho rằng, địa phương họ không có sản phẩm nào nổi bật so với các vùng khác ở Tây Nguyên. Mô hình này dẫn đến tình trạng “mạnh ai nấy làm” phá vỡ quy hoạch, không chú trọng các khâu liên kết giữa ngành/hàng, địa phương. Tỉnh nào cũng phát triển cà phê, hồ tiêu, cao su, điều, du lịch, nhưng mới chỉ là dạng sản xuất, xuất khẩu nguyên liệu thô, chưa có liên kết theo chuỗi giá trị, chưa có sự kết nối giữa sản xuất, chế biến, thị trường. Hệ thống kết cấu hạ tầng manh mún, cộng với việc chưa có cơ chế tăng cường điều phối nhằm kết nối ngoại vùng, nội vùng, ngoại ngành, nội ngành, khiến sự liên kết trong khai thác các lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên lỏng lẻo và kém hiệu quả. Việc thiếu liên kết giữa chính phủ, doanh nghiệp và người dân thể hiện qua hoạt động chặt phá bừa bãi cà phê, hồ tiêu, cao su trong các thời điểm rớt giá; hoặc trồng mới ồ ạt trong các thời điểm giá tăng, làm phá vỡ quy hoạch hiện có, gây áp lực lên cung – cầu hàng hoá, khiến Tây Nguyên trở thành vùng nguyên liệu thiếu tính bền vững.

- Các tỉnh Tây Nguyên hiện nay đều phát triển kinh tế dựa trên Quyết định số 936/QĐ-TTg ngày 18/7/2012 về Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên đến năm 2020; Quyết định số 2162/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 về Quy

hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 1194/QĐ-TTG ngày 22/7/2014 về Quy hoạch xây dựng vùng Tây Nguyên đến năm 2030; và Quyết định số 6448/QĐ-BCT ngày 26/6/2015 về Quy hoạch phát triển công nghiệp, thương mại vùng Tây Nguyên đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035; nhưng mỗi tỉnh Tây Nguyên lại có các quy hoạch riêng của mình và các quy hoạch này chưa có sự phát triển thống nhất cho toàn vùng Tây Nguyên. Sự phát triển và khai thác các thế mạnh đặc thù của Tây Nguyên theo hướng mạnh ai nấy làm đang khiến các tỉnh chưa có các cơ chế chính sách ràng buộc cụ thể về trách nhiệm cũng như cơ chế chia sẻ lợi ích, rủi ro trong việc hợp tác phát triển trong toàn vùng Tây Nguyên. Chính vấn đề này khiến các tỉnh Tây Nguyên phát triển kinh tế không theo một không gian thống nhất, làm đứt gãy các chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng trong phát triển hàng hoá nông sản và du lịch. Hiện nay, liên kết chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp ở Tây Nguyên bước đầu đã hình thành đối với một số sản phẩm. Tuy nhiên, chuỗi liên kết này vẫn còn nặng tính tự phát; quy mô sản xuất tăng theo chiều rộng và sơ chế thô, chưa có sự kết nối giữa sản xuất - chế biến - thị trường, từ cung ứng các yếu tố đầu vào đến chế biến, tiêu thụ sản phẩm cuối cùng để tạo ra những sản phẩm có khả năng tiếp cận trực tiếp vào chuỗi giá trị toàn cầu với thương hiệu và giá trị gia tăng cao chưa rõ ràng. Điều này lý giải vì sao cà phê, tiêu, điều, cao su ở Tây Nguyên, mặc dù là những sản phẩm nông nghiệp chiếm phần lớn sản lượng của cả nước, nhưng sản xuất từ nhiều loại giống khác nhau, công nghệ, kỹ thuật canh tác, thu hoạch, bảo quản, chế biến lạc hậu, sản phẩm không đồng chất lượng nên thị trường bấp bênh, không ổn định. Mặt khác, do chưa liên kết sản xuất với chế biến, tiêu thụ để làm chủ thị trường, nhiều nông sản Tây Nguyên còn bị doanh nghiệp nước ngoài chèn ép, chiếm lĩnh thị trường thương hiệu.

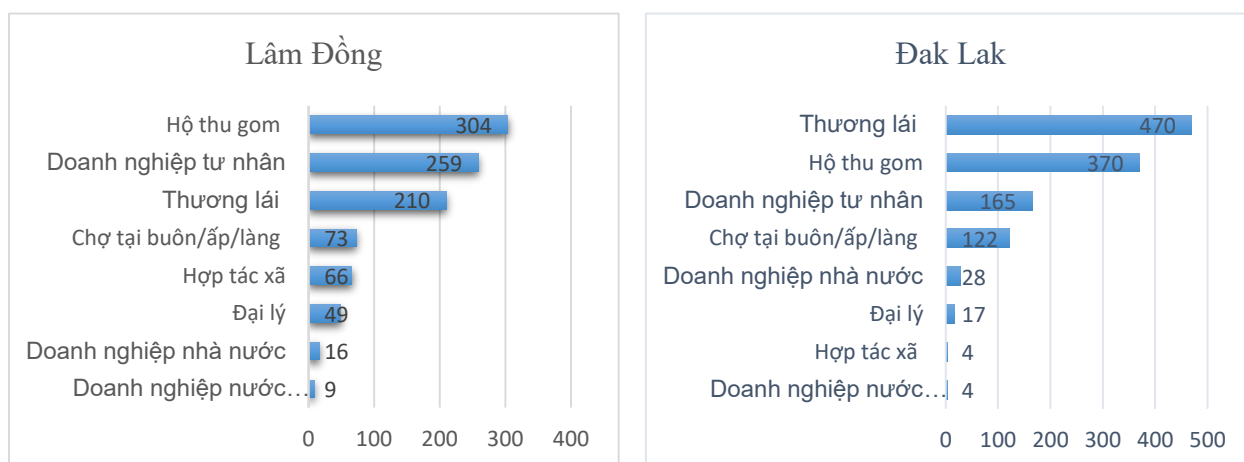
- Liên kết ngoại vùng giữa Tây Nguyên với các tỉnh thành khác trong cả nước vẫn kém phát triển. Mặc dù trong thời gian qua, Việt Nam đã thành lập các khu kinh tế ở duyên hải miền Trung để làm cầu nối liên kết phát triển ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu nông, lâm sản của Tây Nguyên, nhưng liên kết kinh tế giữa Tây Nguyên và các tỉnh duyên hải miền Trung vẫn rất yếu. Cho đến nay, vùng kinh tế trọng điểm

phía Nam vẫn phải đảm nhận vai trò "đầu ra" cho Tây Nguyên trong điều kiện khó khăn hơn về khoảng cách địa lý và giao thông. Nếu như liên kết kinh tế nội vùng ở Tây Nguyên gặp khó khăn do quy hoạch manh mún, thì sự liên kết kinh tế giữa Tây Nguyên và duyên hải miền Trung gắn với hành lang Đông - Tây còn rất thiếu hụt cả về cơ chế chính sách, cơ sở hạ tầng và quy hoạch không gian liên kết. Liên kết kinh tế vùng Tây Nguyên còn gặp nhiều khó khăn do hạ tầng giao thông kém phát triển. Hiện nay, dự án nâng cấp, mở rộng quốc lộ 14A đã tạo điều kiện để kết nối, lưu thông hàng hóa giữa 4 tỉnh: Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông với Tp. Hồ Chí Minh và khu vực Đông Nam Bộ và nhiều dự án xây dựng mới hoặc nâng cấp giao thông giữa các tỉnh ở Tây Nguyên và giữa Tây Nguyên với các vùng khác trong cả nước đã và đang được tiến hành. Dù vậy, kết cấu hạ tầng giao thông tại Tây Nguyên chưa thực sự đảm bảo lưu thông hàng hóa và hành khách với tốc độ cao nhằm tạo thuận lợi cho kết nối vùng và liên vùng. Tây Nguyên chưa có đường sắt và giao thông đường không nối tuyến quốc tế. Ngoài ra, việc huy động vốn đầu tư phát triển hạ tầng ở hầu hết 5 tỉnh Tây Nguyên vẫn chưa đáp ứng nhu cầu; chưa có cơ chế tăng cường sự điều phối nhằm kết nối nội vùng và ngoại vùng. Hệ thống kết cấu hạ tầng nói chung manh mún, lạc hậu, chưa hình thành các cực tăng trưởng, kém tính kết nối, làm giảm khả năng thu hút đầu tư. Đây là những "điểm nghẽn" của quá trình phát triển kinh tế - xã hội ở Tây Nguyên nói chung và liên kết kinh tế vùng ở Tây Nguyên nói riêng.

- Liên kết giữa các hộ nông dân với các doanh nghiệp và các tổ chức đoàn thể trong khai thác các lợi thế đặc thù của vùng còn rất yếu kém. Hình dưới đây cho thấy cầu nối liên kết giữa nông dân với các doanh nghiệp và các hợp tác xã ở hai địa phương Lâm Đồng và Đắk Lắk hết sức mờ nhạt. Tại Lâm Đồng, nông sản của các hộ gia đình chủ yếu thông qua kênh các hộ thu gom, doanh nghiệp tư nhân và thương lái. Tại Đắk Lắk, các tác nhân có vai trò quan trọng theo thứ tự từ cao đến thấp là thương lái, các hộ thu gom và doanh nghiệp tư nhân. Mặc dù các hợp tác xã được thành lập ở mọi địa phương, nhưng năng lực liên kết của các hợp tác xã dường như rất hạn chế. Các doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài không đóng vai trò chủ đạo trong các tác nhân thu mua nông sản của nông dân. Mặc dù kim

ngạch xuất khẩu cao, nhưng các sản phẩm nông sản chủ lực ở Tây Nguyên vẫn tập trung chủ yếu ở khâu sản xuất, trồng trọt, thu gom sản phẩm – vị trí đáy của chuỗi giá trị toàn cầu, có giá trị gia tăng thấp. Các chuỗi giá trị nông sản chủ yếu liên kết trong nội vùng (chuỗi ngắn), chưa có sự liên kết chặt chẽ, rõ ràng, thiếu sự ràng buộc về kỹ thuật, trách nhiệm pháp lý và sự phân công trách nhiệm giữa các thành viên trong chuỗi. Các hợp tác xã, tổ hợp tác sản xuất cà phê, hồ tiêu, cao su...chưa thu hút được sự tham gia của các nông hộ, chưa phát huy được vai trò hỗ trợ các thành viên và là đầu mối cho liên kết doanh nghiệp với các nông hộ... Sự cạnh tranh chèn ép giữa các thành viên trong chuỗi và trong nội bộ mỗi mắt xích trong chuỗi thường xuyên xảy ra, chẳng hạn như ép giá, sử dụng thuốc trừ sâu, thuốc bảo quản quá mức, hoạt động tự phát vì lợi ích riêng... Những vấn đề này gây ra những tác động tích cực đối với việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của nông sản chủ lực Tây Nguyên, tạo ra những sự “đứt gãy” trong chuỗi rất đáng tiếc trước khi tham gia sâu hơn vào khâu chế biến hay tạo thương hiệu cho sản phẩm.

Hình 2.21. Các tác nhân mua nông sản của hộ nông dân ở Lâm Đồng và Đắk Lắk (số hộ trả lời)



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

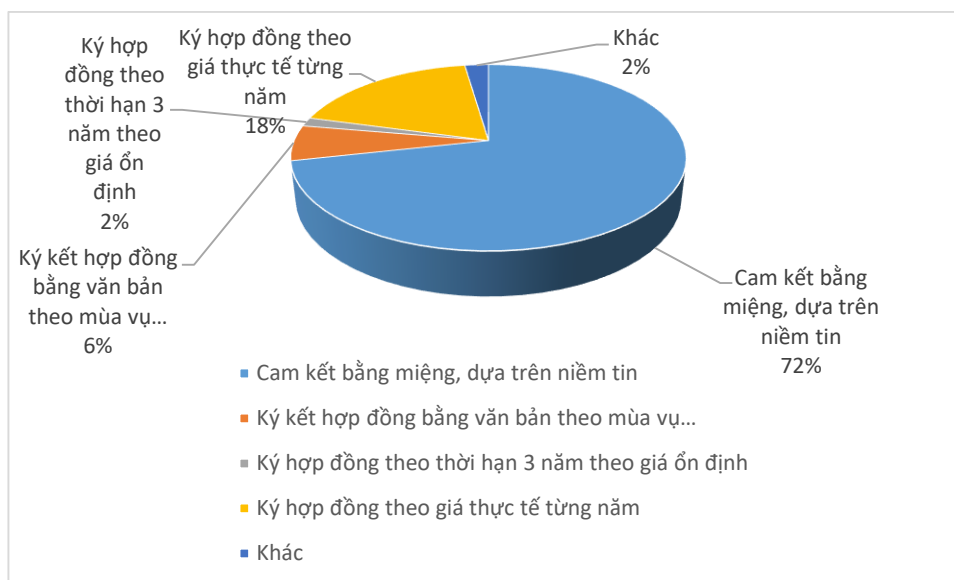
- Doanh nghiệp tư nhân ở Tây Nguyên dường như chưa phải là động lực cho liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của nông hộ. Với quy mô siêu nhỏ, các doanh nghiệp ở Tây Nguyên không thể đóng vai trò đầu tàu trong liên kết, ngại ký kết các hợp đồng dài hạn với nông hộ và không có các cơ chế bảo hiểm giá, bảo hiểm rủi ro cho sản xuất nông hộ. Doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp nước ngoài dường

như đóng vai trò quá nhỏ trong liên kết sản xuất với các hộ nông dân. Đây là hai khối doanh nghiệp có tiềm lực về vốn và công nghệ, có khả năng hướng dẫn nông dân áp dụng quy trình sản xuất, đầu tư công nghệ sản xuất, quy hoạch vùng nguyên liệu, quy hoạch thị trường mục tiêu cho đầu ra sản phẩm, tham gia sâu vào chuỗi chế biến sản phẩm. Tuy nhiên, sự liên kết yếu ớt của hai khối doanh nghiệp này với các hộ nông dân đang tạo ra điểm nghẽn rất lớn trong việc nâng cấp vị trí của các hàng hoá chủ lực Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu, là lý do khiến phần lớn nông sản chủ lực xuất khẩu của Tây Nguyên đều là nguyên liệu thô với những dự báo thị trường tương đối bấp bênh. Trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, các nông sản chủ lực của Tây Nguyên thường gặp phải những thất bại, rủi ro, nảy sinh từ tình trạng liên kết lỏng lẻo, không khép kín, không có tổ chức chặt chẽ giữa các tác nhân trong cùng một công đoạn và giữa các tác nhân trong các công đoạn khác nhau trong chuỗi. Thất bại, rủi ro này là cơ hội để các tác nhân bên ngoài (các doanh nghiệp FDI, các đại lý nước ngoài) xâm nhập sâu vào thị trường Việt Nam, chi phối các công đoạn của chuỗi giá trị trong các sản phẩm Tây Nguyên đang có tiềm năng, nắm giữ hầu hết các khâu chế biến, tạo thương hiệu và thị trường tiêu thụ sản phẩm và khiến các doanh nghiệp chế biến nông sản Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt trên cả thị trường trong nước và quốc tế.

- Chưa hình thành một cơ chế thu mua phân phối nông sản hiện đại cho việc khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên. Nguyên tắc để quản lý hệ thống phân phối nông sản hiện đại trên thế giới quy định: cần phải quản lý theo chuỗi từ trang trại tới bàn ăn, yêu cầu thông tin trên nhãn sản phẩm và truy xuất nguồn gốc các cá nhân sản xuất kinh doanh nông sản khi cần thiết. Nguyên tắc này cũng phân định rõ trách nhiệm của các bộ ngành khi thu mua nông sản của nông dân. Tuy nhiên, ở Tây Nguyên, với chủ thể là các hộ nông dân và sự liên kết với các tác nhân thu mua nông sản chủ yếu là thương lái, hộ thu gom và các doanh nghiệp tư nhân với quy mô siêu nhỏ, việc ký kết hợp đồng giao dịch giữa nông hộ với các trung gian trong chuỗi giá trị dường như rất khó khăn. Kết quả khảo sát của đề tài tại Lâm Đồng và Đắk Lắk cho thấy, phần lớn các hộ gia đình ký kết hợp đồng thu mua nông sản dựa trên cam kết bằng miệng và dựa trên niềm tin (chiếm 72% số hộ có câu trả lời), tiếp theo là ký kết các hợp đồng theo giá thực tế hàng năm (chiếm 18%). Hình thức hợp đồng dài hạn 3

năm một lần chỉ chiếm 2% trong số các hình thức thu mua nông sản giữa nông hộ và các tác nhân trong chuỗi.

Hình 2.22. Các hình thức ký kết hợp đồng giữa hộ nông dân và các tác nhân liên kết (số hộ trả lời)



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Thực tế này đặt ra nhiều hệ lụy trong vấn đề liên kết sản xuất kinh doanh và cơ chế phối hợp giữa các ngành/lĩnh vực, các tỉnh, địa phương. Trước hết, nó cho thấy sự thiếu vắng các cơ chế thu mua và định hướng thị trường hàng hoá chủ lực cho các hộ nông dân trồng và canh tác các cây trồng chủ lực ở các tỉnh Tây Nguyên. Hai là, ký kết hợp đồng theo hình thức đơn giản như trên khiến vùng nguyên liệu nông sản lớn của Tây Nguyên luôn gặp tình trạng bấp bênh về cung – cầu khi đối tác thu mua chỉ dựa trên niềm tin và các hợp đồng miệng, hợp đồng ngắn hạn và hợp đồng mùa vụ. Điều đó khiến cho nông sản của Tây Nguyên luôn gặp tình trạng “được mùa rớt giá” hoặc nông dân mãi miết “chặt”, “phá” các cây công nghiệp dài ngày đang là lợi thế như cà phê, cao su để chạy theo một số nông sản đang có giá cao trên thị trường như hồ tiêu. Vừa nguyên liệu đặc thù của Tây Nguyên vì thế luôn ở trong tình trạng thừa ứ, giá trị gia tăng thấp và chất lượng sản phẩm đầu ra không đảm bảo. Ba là, trong bối cảnh hội nhập quốc tế và tham gia các hiệp định tự do thế hệ mới, Tây Nguyên luôn phải tuân thủ các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, nguồn gốc địa lý của sản phẩm, kiểu cách bao bì, đóng gói, nhãn hiệu... Với hình thức thu mua và phân phối sản phẩm như trên, ngay cả hộ nông dân và các thương lái, đại lý, doanh nghiệp tư

nhân cũng không có đủ kiến thức và năng lực thẩm định hàng hoá đạt chất lượng xuất khẩu theo tiêu chuẩn hội nhập. Người chịu thiệt thòi nhất chính là nông dân – nằm ở vị trí cuối cùng trong chuỗi giá trị, luôn phải bán thúc bán ép sản phẩm cho các thương lái và các cơ sở sản xuất thu gom nhỏ với giá cả rẻ mạt. Hơn nữa, thị trường nông sản đầu ra của Tây Nguyên luôn bị “đứt mạch” trong chuỗi cung ứng từ khâu phân phối sản phẩm nguyên liệu thô, khiến các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên luôn được khai thác theo chiều rộng, làm lãng phí tài nguyên và dẫn đến các hệ lụy kinh tế - xã hội khác.

2.3.2.4. Cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội yếu kém

Mặc dù đã được chú trọng đầu tư, nhưng hạ tầng kinh tế xã hội của Tây Nguyên vẫn có chất lượng thấp, không hấp dẫn các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Đây là khu vực “vùng sâu, vùng xa”, đường xá còn hạn chế, phải cạnh tranh gay gắt với các vùng lân cận trong thu hút vốn đầu tư. Mô hình phát triển kinh tế của 5 tỉnh Tây Nguyên tương đối giống nhau, chưa có sự liên kết và phân công rõ ràng giữa các tỉnh trong phát triển kinh tế. Trong những năm gần đây, Tây Nguyên được chú trọng đầu tư và phát triển với các đề án lớn, nguồn vốn kinh tế - xã hội lớn, nhưng vẫn chưa thể thoát khỏi mô hình phát triển dựa vào khai thác tài nguyên, lao động giá rẻ, xuất khẩu nguyên liệu thô. Cơ cấu kinh tế chuyển dịch chậm chạp, trong đó tỷ trọng ngành công nghiệp chế biến giảm mạnh trong khi chế biến nông lâm sản và khoáng sản đang là thế mạnh của Tây Nguyên. Mạng lưới giao thông kết nối các địa phương trong nội vùng Tây Nguyên và giữa Tây Nguyên với các vùng khác trong cả nước chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển kinh tế của vùng, khiến các nhà đầu tư nản lòng khi đầu tư tại khu vực này. Tây Nguyên mới chỉ phát triển được đường giao thông đường bộ và đường hàng không nên chi phí sản xuất cao hơn các vùng khác trên cả nước, ảnh hưởng đến quyết định của nhà đầu tư. Ngoài ra, các dịch vụ hỗ trợ khác về khoa học công nghệ, cung ứng đầu vào, đầu ra, tài chính, ngân hàng, pháp lý, đào tạo... còn yếu và thiếu, chưa đáp ứng các nhu cầu mua bán và thanh toán quy mô lớn. Hệ thống dịch vụ hậu cần, logistics còn yếu và thiếu.

Tây Nguyên được coi là vùng sản xuất nguyên liệu lớn của toàn quốc nhưng yếu tố đầu vào cho sản xuất của các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp FDI chưa đảm bảo bởi những yêu cầu về chất lượng sản phẩm, kỹ thuật chăm sóc sản phẩm, nguồn cung... Tây Nguyên thiếu các doanh nghiệp đầu tàu để kết nối doanh

ngiệp FDI. Số lượng các doanh nghiệp ở Tây Nguyên còn mỏng, chỉ chiếm 2,67% tổng số doanh nghiệp cả nước, có quy mô nhỏ và siêu nhỏ, nên việc ứng dụng công nghệ trong sản xuất còn hạn chế, ít có các doanh nghiệp đầu tư sâu vào công nghệ chế biến nông sản. Công nghiệp hỗ trợ yếu kém, liên kết giữa các doanh nghiệp trong nội vùng và giữa các doanh nghiệp Tây Nguyên với các doanh nghiệp FDI còn nhiều hạn chế. Các doanh nghiệp Tây Nguyên chỉ mới tham gia một khâu rất ngắn trong chuỗi cung ứng nên giá trị gia tăng thấp và khó có khả năng kết nối với doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

Chất lượng nguồn nhân lực yếu kém: Sau hơn 30 năm đổi mới, chất lượng nguồn nhân lực ở Tây Nguyên có được cải thiện, nhưng so với phạm vi cả nước Tây Nguyên vẫn là khu vực có chất lượng nguồn nhân lực thấp, có tỷ lệ lao động chủ yếu làm các công việc giản đơn. Dân số 5 tỉnh vùng Tây Nguyên hiện nay là 5,6 triệu người, trong đó đông đảo dân tộc thiểu số chiếm 35,8%. Tỷ lệ mù chữ ở độ tuổi 15-60 của các tỉnh Tây Nguyên hiện nay chiếm 18,5% cả nước và năng suất lao động chỉ bằng 67-70% mức trung bình của cả nước. Với chất lượng nguồn nhân lực như trên, các tỉnh Tây Nguyên gặp nhiều khó khăn trong thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội bền vững. Các nhà đầu tư nước ngoài cho rằng thiếu công nhân lành nghề là nguyên nhân quan trọng khiến họ e ngại khi đầu tư khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên.

Kém sức cạnh tranh do với các vùng lân cận. Theo kết quả điều tra chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam (PCI) trong vài năm qua, có thể thấy chỉ số PCI của các tỉnh Tây Nguyên vẫn nằm ở nhóm cuối bảng và chậm thay đổi so với các năm qua. Chỉ số PCI năm 2016 cho thấy Gia Lai xếp ở vị trí 46, Kon Tum xếp ở vị trí 56, Đắk Nông xếp ở vị trí 61, trong khi Lâm Đồng và Đắk Lắk có vị trí khá quan trọng là 27 và 28. Theo đánh giá của các nhà nghiên cứu và cộng đồng doanh nghiệp, các chi phí gia nhập thị trường, đào tạo lao động, tính năng động của chính quyền, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, tính minh bạch, các chi phí không chính thức, tiếp cận đất đai, cạnh tranh bình đẳng... ở Tây Nguyên vẫn còn đứng ở mức thấp, không tạo nên sự hấp dẫn về môi trường đầu tư.

Mặc dù là vùng được đánh giá có vị trí địa chiến lược quan trọng về quân sự, xã hội, kinh tế, môi trường, nhưng Tây Nguyên hiện nay vẫn là vùng chậm phát triển, tỷ lệ đói nghèo cao, đang tiềm ẩn nhiều nguy cơ suy thoái. Nền kinh tế dựa vào

các lợi thế đặc thù về rừng, đất đỏ bazan, khoáng sản đang bị khai thác cạn kiệt, trong khi các ngành công nghiệp chế biến chế tạo đang tụt hậu. Trong thời kỳ cách mạng công nghệ 4.0 đang phát triển mạnh mẽ, kinh tế Tây Nguyên không tích tụ được nhiều hàm lượng tri thức trong sản phẩm chế biến và xuất khẩu. Đây là điều đáng lo ngại, khiến Tây Nguyên tụt hậu hơn các vùng miền khác. Do không có cảng biển và các sân bay quốc tế, Tây Nguyên gặp bất lợi hơn các vùng miền khác trong giao thương do chi phí sản xuất cao, giá thành sản phẩm không có sức cạnh tranh, thiếu sự liên kết vùng và liên vùng.

Hay nói cách khác, Tây Nguyên hiện nay mới hội tụ các lợi thế đặc thù “tĩnh” mà chưa đủ khả năng phát triển và tích lũy các lợi thế đặc thù “động” như lao động chất lượng cao, công nghệ hiện đại, hạ tầng cơ sở tốt, đội ngũ doanh nhân mạnh và một hệ thống quản trị năng động.

Chương 3

KHAI THÁC CÁC LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY NGUYÊN TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA AEC VÀ THỰC HIỆN CÁC FTA THẾ HỆ MỚI: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP ĐẾN NĂM 2030

3.1. Nội dung cơ bản của AEC, FTA thế hệ mới và cam kết của Việt Nam

* *Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC)*: là một khối kinh tế khu vực của 10 quốc gia thành viên ASEAN, là một trong ba trụ cột quan trọng của Cộng đồng ASEAN. Yêu cầu đặt ra của AEC là: xây dựng một thị trường chung và cơ sở sản xuất thống nhất bao gồm: dỡ bỏ thuế quan và các hàng rào phi thuế quan; thuận lợi hóa thương mại, hài hòa hóa các tiêu chuẩn sản phẩm (hợp chuẩn) và quy chế, giải quyết nhanh chóng hơn các thủ tục hải quan và xuất nhập khẩu, hoàn chỉnh các quy tắc về xuất xứ, tạo thuận lợi cho dịch vụ, đầu tư, tăng cường phát triển thị trường vốn ASEAN và tự do lưu chuyển hơn của dòng vốn, thuận lợi hóa di chuyển lao động có tay nghề (di chuyển thể nhân) v.v., song song với việc củng cố mạng lưới sản xuất khu vực thông qua đẩy mạnh kết nối về cơ sở hạ tầng, đặc biệt là trong các lĩnh vực năng lượng, giao thông vận tải, công nghệ thông tin và viễn thông, cũng như phát triển các kỹ năng thích hợp.

Các biện pháp thực hiện AEC đã và đang được các nước thành viên ASEAN triển khai cụ thể thông qua các thỏa thuận và hiệp định quan trọng như Hiệp định Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA) và Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (ATIGA), Hiệp định khung ASEAN về Dịch vụ (AFAS), Hiệp định khung về Khu vực Đầu tư ASEAN (AIA) và Hiệp định Đầu tư Toàn diện ASEAN (ACIA), Hiệp định khung về Hợp tác Công nghiệp ASEAN (AICO), Lộ trình Hội nhập Tài chính và Tiền tệ ASEAN, v.v. ...

Về tự do hoá thương mại hàng hoá: Cho đến nay, giảm thuế quan cho các mặt hàng trong danh sách giảm thuế về từ 0-5% từ năm 2010 đối với 6 nước thành viên ban đầu và vào 2015 với 4 nước thành viên mới, hình thành nên một thị trường mở không còn các rào cản thuế quan đối với hàng hóa. Xây dựng Cơ chế hải quan 1 cửa ASEAN (ASEAN Single Window-ASW) và các quy định về áp dụng chứng nhận xuất xứ cho hàng hoá có nguồn gốc từ ASEAN để đủ điều kiện hưởng các ưu đãi về thuế quan, trong đó ASEAN đang nghiên cứu tiến tới việc cho phép các doanh nghiệp

tự chứng nhận xuất xứ, cùng với việc hài hoà hoá các quy định về hợp chuẩn hàng hoá v.v.

Về tự do hoá dịch vụ, bao gồm nhiều lĩnh vực như dịch vụ kinh doanh, dịch vụ chuyên nghiệp, xây dựng, phân phối, giáo dục, môi trường, vận tải biển, viễn thông và du lịch.

Về tự do hoá đầu tư, trong khuôn khổ Hiệp định Đầu tư toàn diện ASEAN (ACIA), ASEAN sẽ tiến hành tự do hoá đầu tư trong các lĩnh vực chính như sản xuất-chế tạo, nông nghiệp, ngư nghiệp, lâm nghiệp, khai khoáng và các dịch vụ phụ trợ cho các ngành này.

Tham gia AEC, Việt Nam hưởng lợi ở nhiều lĩnh vực khác nhau. ASEAN cắt giảm mạnh thuế quan xuống 0-5%, giúp các nước, trong đó có Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá nội khối. Hiện nay, ASEAN là thị trường xuất khẩu lớn thứ 3 của Việt Nam, do vậy tham gia sâu vào AEC giúp các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, giảm thiểu chi phí giao dịch, nâng cao sức cạnh tranh hàng hoá. AEC xác định 12 lĩnh vực ưu tiên đẩy nhanh liên kết, đó là: nông sản, ô tô, điện tử, nghề cá, các sản phẩm từ cao su, dệt may, các sản phẩm từ gỗ, vận tải hàng không, thương mại điện tử, chăm sóc sức khỏe, du lịch và logistics. Nhiều lĩnh vực trong 12 lĩnh vực này đang là lợi thế của khu vực Tây Nguyên.

** Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới:* Nội dung hợp tác của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới vượt ra ngoài khuôn khổ của tự do hoá thương mại hàng hoá, trong đó bao gồm cả các nội dung phi thương mại như lao động, môi trường, cam kết phát triển bền vững, quản trị tốt; một số nội dung hợp tác mới như đầu tư, cạnh tranh, mua sắm công, thương mại điện tử, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới cũng đưa ra các yêu cầu hợp tác chặt chẽ hơn trong thương mại hàng hoá, trong đó đề cập đến các vấn đề bảo vệ sức khỏe động vật và thực vật trong thương mại quốc tế, thương mại dịch vụ, quyền sở hữu trí tuệ, tự vệ thương mại, quy tắc xuất xứ, minh bạch hoá, chống tham nhũng. Các hiệp định kể trên như EVFTA, CPTPP, FTA ASEAN +1... đều được coi là các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới.

Hiệp định CPTPP gồm 30 Chương và 9 phụ lục điều chỉnh rất nhiều vấn đề từ thương mại truyền thống như mở cửa thị trường hàng hoá, dịch vụ, đầu tư đến các vấn đề ít truyền thống hơn như mua sắm chính phủ, thương mại điện tử, doanh nghiệp nhà

nước và mở rộng ra các vấn đề phi truyền thống trong đàm phán ký kết FTA như vấn đề lao động, môi trường, chống tham nhũng trong thương mại và đầu tư... CPTPP bao gồm 11 nước thành viên tham gia là Australia, Brunei, Canada, Chile, Nhật Bản, Malaysia, Mexico, New Zealand, Peru, Singapore và Việt Nam. Hiệp định có hiệu lực từ 30/12/2018 đối với nhóm 6 nước đầu tiên hoàn tất thủ tục phê chuẩn Hiệp định bao gồm Mexico, Nhật Bản, Singapore, New Zealand, Canada và Australia. Đối với Việt Nam, Hiệp định có hiệu lực từ ngày 14 tháng 1 năm 2019.

Hiệp định EVFTA gồm 17 chương, 2 nghị định thư và một số biên bản ghi nhớ kèm theo. Đây là một Hiệp định mang tính toàn diện, chất lượng cao, cân bằng về lợi ích cho cả Việt Nam và EU, đồng thời phù hợp với các quy định của WTO. Các nội dung chính của Hiệp định gồm: thương mại hàng hoá, quy tắc xuất xứ, hải quan và thuận lợi hoá thương mại, các biện pháp vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật, hàng rào kỹ thuật trong thương mại, thuợng mại dịch vụ, đầu tư, phòng vệ thương mại, cạnh tranh, doanh nghiệp nhà nước, mua sắm chính phủ, sở hữu trí tuệ, phát triển bền vững, hợp tác và xây dựng năng lực, các vấn đề pháp lý.

Liên quan đến vấn đề thương mại – một lĩnh vực đáng quan tâm nhất trong khai thác lợi thế đặc thù của Tây nguyên. Theo Hiệp định CPTPP, các cam kết về xóa bỏ và cắt giảm thuế quan nhập khẩu trong CPTPP được chia làm ba nhóm chính: nhóm xóa bỏ thuế nhập khẩu ngay khi Hiệp định CPTPP có hiệu lực; nhóm xóa bỏ thuế nhập khẩu theo lộ trình (các dòng thuế nhập khẩu sẽ được đưa về 0% sau một khoảng thời gian nhất định, phần lớn là lộ trình 3-7 năm, tuy nhiên trong một số trường hợp, lộ trình có thể là trên 10 năm, thậm chí 20 năm); nhóm áp dụng hạn ngạch thuế quan (thuế nhập khẩu chỉ xóa bỏ hoặc cắt giảm với một khối lượng hàng hóa nhất định, nếu vượt quá sẽ không được hưởng ưu đãi).

Đối với Việt Nam, các nước CPTPP cam kết xóa bỏ hoàn toàn từ 97% đến 100% số dòng thuế nhập khẩu đối với hàng hóa có xuất xứ từ Việt Nam, tùy theo cam kết của từng nước. Trong đó, Canada cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu cho 95% số dòng thuế và 78% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt 100% kim ngạch xuất khẩu thủy sản và 100% kim ngạch xuất khẩu gỗ được xóa bỏ; Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế đối với 86% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và gần 90% số dòng thuế sau 5 năm. Đây là lần đầu tiên, Nhật Bản cam kết xóa bỏ hoàn toàn thuế nhập khẩu cho đại đa số nông, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam. Ngoài ra, nhiều nước

trong nhóm cũng cam kết xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với hàng hóa có xuất xứ từ Việt Nam với tỷ lệ cao như: Peru xóa bỏ 80,7% số dòng thuế; Mexico xóa bỏ 77,2%; Chile xóa bỏ 95,1%; Australia cắt giảm 93%; NewZealand xóa bỏ 94,6%; Singapore xóa bỏ hoàn toàn thuế quan; Malaysia xóa bỏ 84,7%; Brunei xóa bỏ 92%. Ở chiều ngược lại, Việt Nam cam kết một biểu thuế chung cho tất cả các nước CPTPP. Theo đó, Việt Nam sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 66% số dòng thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và 86,5% số dòng thuế sau 3 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. Các mặt hàng còn lại có lộ trình giảm thuế chủ yếu từ 5-10 năm. Đối với một số mặt hàng đặc biệt nhạy cảm, như: bia, rượu, thịt gà, sắt thép, ô tô con dưới 3.000 phân phối, Việt Nam có lộ trình giảm thuế trên 10 năm. Việt Nam áp dụng hạn ngạch thuế quan đối với đường, trứng, muối (nằm trong lượng hạn ngạch WTO) và ô tô đã qua sử dụng. Một số mặt hàng có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cũng được hưởng lợi từ CPTPP; Cụ thể: cà phê, chè, hạt tiêu, hạt điều sẽ được hưởng mức thuế suất 0%. Riêng Mexico xóa bỏ thuế cà phê hạt Robusta vào năm thứ 16 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, cà phê hạt Arabica và cà phê chế biến giảm mức thuế suất 50% so với mức thuế hiện hành vào năm thứ 5 và năm thứ 10. Ngoài ra, xuất khẩu đồ gỗ nội ngoại thất sang các nước Canada, Peru sẽ được hưởng mức thuế suất 0% ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Theo tính toán của Trung tâm thông tin và dự báo kinh tế-xã hội quốc gia (Bộ Kế hoạch & Đầu tư), CPTPP sẽ giúp GDP Việt Nam tăng thêm 1,7 tỷ USD, xuất khẩu hơn 4 tỷ USD; và các con số này sẽ tăng tương ứng 1,32% và 4,04% đến năm 2035⁷⁴.

Theo Hiệp định EVFTA, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu cho Việt Nam đối với khoảng 85,6% số dòng thuế, tương đương 70,3% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Sau 7 năm kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, EU sẽ xóa bỏ thuế nhập khẩu đối với 99,2% số dòng thuế, tương đương 99,7% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Đối với khoảng 0,3% kim ngạch xuất khẩu còn lại, EU cam kết giành cho Việt Nam hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 0%. Một số mặt hàng của Tây Nguyên sẽ được hưởng lợi khi xuất khẩu sang EU theo EVFTA, đó là: 1) Mật ong: EU sẽ xóa bỏ thuế ngay khi Hiệp định có hiệu lực và không áp dụng hạn ngạch thuế quan; 2) Toàn bộ các sản phẩm rau củ quả, rau củ quả chế biến, nước hoa quả khác, túi xách, vali, sản phẩm

⁷⁴ Trung tâm WTO (2019), Việt Nam cam kết những gì trong Hiệp định CPTPP?
<http://www.trungtamwto.vn/chuyen-de/12475-viet-nam-cam-ket-nhung-gi-trong-hiep-dinh-cptpp>

nhựa, sản phẩm gốm sứ thủy tinh: về cơ bản sẽ được xóa bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực. Đối với xuất khẩu của EU, cam kết của Việt Nam đối với các mặt hàng chính là: 1) Ô tô, xe máy: Việt Nam cam kết đưa thuế nhập khẩu về 0% sau từ 9 tới 10 năm; riêng xe máy có dung tích xy-lanh trên 150 cm³ có lộ trình xóa bỏ thuế nhập khẩu là 7 năm; 2) Rượu vang, rượu mạnh, bia, thịt lợn và thịt gà: Việt Nam đồng ý xóa bỏ thuế nhập khẩu trong thời gian tối đa là 10 năm. Về thuế xuất khẩu, Việt Nam cam kết xóa bỏ phần lớn thuế xuất khẩu sau lộ trình nhất định; chỉ bảo lưu thuế xuất khẩu đối với một số sản phẩm quan trọng, trong đó có dầu thô và than đá. Các nội dung khác liên quan tới thương mại hàng hóa: Việt Nam và EU cũng thống nhất các nội dung liên quan tới thủ tục hải quan, SPS, TBT, phòng vệ thương mại, v.v, tạo khuôn khổ pháp lý để hai bên hợp tác, tạo thuận lợi cho xuất khẩu, nhập khẩu của các doanh nghiệp⁷⁵.

3.2. Khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên khi tham gia AEC và FTA thế hệ mới

3.2.1. Những kết quả ban đầu

- Về kim ngạch xuất khẩu:

Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Tây Nguyên năm 2017 đạt trên 2,662 tỷ USD, tăng 22,71% so với năm 2016 và đây là năm Tây Nguyên đạt kim ngạch xuất khẩu cao nhất từ trước đến nay. So với tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của cả nước năm 2017, Tây Nguyên chiếm 1,24% (kim ngạch xuất khẩu của cả nước đạt 214,02 tỷ USD). Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của các tỉnh Tây Nguyên là cà phê, hồ tiêu, cao su, alumin, mật ong, bộtawns, hạt điều, rau và hoa tươi. Phân theo địa phương, Đắk Lắk là tỉnh đạt kim ngạch xuất khẩu năm 2017 đạt 575 triệu USD; Lâm Đồng (552 triệu USD), Đắk Nông 950 triệu USD (nhờ xuất khẩu alummi).

- Về sản phẩm xuất khẩu chủ lực:

Đối với khu vực Tây Nguyên, tham gia AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đang mở rộng cơ hội tiếp cận thị trường cho các mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Xuất khẩu các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên tăng nhanh trong thời gian

⁷⁵ Bộ Công thương Việt Nam (2016), Giới thiệu về dự thảo Hiệp định EVFTA, <http://moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/gioi-thieu-ve-du-thao-hiep-dinh-evfta-106576-22.html>

qua. Bảng 3.1 cho thấy, trừ cao su, xuất khẩu các sản phẩm chủ lực khác của Tây Nguyên từ năm 2008 đến nay đều tăng nhanh. Hiện nay xuất khẩu cà phê Tây Nguyên đang chiếm tới 41-42% sản lượng xuất khẩu cà phê của cả nước, hồ tiêu chiếm 17-20% sản lượng hồ tiêu xuất khẩu trên cả nước; cao su chiếm 4,5-66% sản lượng cao su xuất khẩu trên cả nước; điều chiếm 7,5-8,5% sản lượng điều xuất khẩu trên cả nước (giai đoạn 2011-2016). Các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên đã góp phần tích cực đưa Việt Nam trở thành một nước xuất khẩu nông sản lớn trên thế giới. Nhiều mặt hàng nông sản xuất khẩu của Việt Nam và Tây Nguyên có mặt trong nhóm các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD và đứng nhóm 5 nước xuất khẩu hàng đầu thế giới như cà phê, hồ tiêu, chè, cao su thiên nhiên...

Cùng với quá trình tham gia AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới của cả nước, vùng Tây Nguyên cũng đã đạt được nhiều kết quả phát triển kinh tế, xã hội hết sức khả quan với cơ cấu kinh tế từng bước được điều chỉnh theo hướng hiệu quả hơn, phù hợp hơn với đòi hỏi của hội nhập. Một trong những kết quả dễ thấy là các nông sản chủ lực của Tây Nguyên đã xuất khẩu được nhiều hơn, bước đầu hình thành chuỗi giá trị và tạo tiền đề để nâng cao khả năng hội nhập và năng lực cạnh tranh quốc tế. Chuỗi giá trị của nông sản Tây Nguyên đang trở thành chủ đề được quan tâm hàng đầu trong các chiến lược phát triển ngành hàng và chính sách kinh tế của các tỉnh trong vùng.

Nhìn chung, các sản phẩm nông nghiệp của Tây Nguyên đều có lợi thế cạnh tranh cao, được khẳng định vị thế và uy tín trên thị trường trong nước và thế giới. Theo thống kê của Tổng cục Hải quan, trong 8 mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của Việt Nam những năm gần đây, có rau quả, điều, cà phê, chè, tiêu, cao su. Số liệu thống kê của Tổ chức Nông lương Liên hợp quốc (FAOSTAT) cho thấy, năm 2015 Việt Nam đứng thứ hạng thứ nhất về khối lượng và giá trị xuất khẩu hạt điều và tiêu đen, đứng thứ hạng thứ 2 trên thế giới về xuất khẩu cà phê nhân, đứng thứ hạng thứ 4 về xuất khẩu cao su và thứ hạng thứ 5 (khối lượng) và thứ 7 (giá trị) về xuất khẩu chè trên thị trường thế giới. Tuy nhiên, xếp hạng về giá bán (USD/tấn), Việt Nam luôn có mức giá bán thấp hơn nhiều nước khác trong một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở

Tây Nguyên, cụ thể là: hạt điều xếp hạng thứ 6 về giá bán, tiêu đen xếp hạng thứ 8, cà phê nhân, cao su, chè đều xếp hạng thứ 10 về giá bán trên thị trường thế giới⁷⁶.

Bảng 3.1. Thứ hạng của Việt Nam trong xuất khẩu một số hàng hoá chủ lực

Hàng hoá	Xếp hạng toàn cầu về khối lượng xuất khẩu	Xếp hạng toàn cầu về giá trị xuất khẩu	Xếp hạng toàn cầu về giá bán (USD/tấn)
Hạt điều (bóc vỏ)	1	1	6
Hạt tiêu đen	1	1	8
Cà phê	2	2	10
Sắn khô	2	2	6
Cao su	4	4	10
Chè	5	7	10

Nguồn: Ngân hàng Thế giới (2016), Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam: tăng giá trị, giảm đầu vào, Nxb Hồng Đức, Hà Nội.

Xét về khối lượng và giá cả hàng hoá xuất khẩu, Tây Nguyên nói riêng và Việt Nam nói chung có nhiều lợi thế. Theo đánh giá của FAOSTAT, Việt Nam đang đứng hàng đầu thế giới về khối lượng xuất khẩu hạt điều (bóc vỏ) và hạt tiêu. Các mặt hàng khác như cà phê, cao su, sắn... Việt Nam đều có thứ hạng cao trên thế giới về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu.

- Về đối tác xuất khẩu:

Các đối tác nhập khẩu chủ yếu hàng xuất khẩu chủ lực của Tây Nguyên phần lớn đều là những nước Việt Nam đang tham gia AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Chẳng hạn đối với sản phẩm cà phê, các tỉnh Tây Nguyên xuất khẩu cà phê sang 65 nước trên thế giới, trong đó nhiều đối tác thuộc AEC, CPTPP và EVFTA. Đối tác nhập khẩu chủ yếu gồm các nước thuộc khối EU (đi đầu là Đức), Mỹ, Nhật Bản, Philippines, Hàn Quốc, Trung Quốc, Malaysia, Indonesia, Ấn Độ và một số nước khác. Trong năm 2018, EU là đối tác nhập khẩu cà phê lớn nhất của Tây Nguyên, chiếm 40% kim ngạch nhập khẩu. Đứng thứ hai là các nước ASEAN (chiếm

⁷⁶ Đan Nguyên (2015), *Nông sản Việt: giá trị xuất khẩu đứng đầu thế giới nhưng giá bán lại gần đội sổ*, Báo CafeF, ngày 21/11/2015

13%). Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Tây Nguyên luôn tăng trong thời gian gần đây mặc dù giá xuất khẩu liên tục giảm. Năm 2018, cả nước xuất khẩu 1,88 triệu tấn cà phê, đạt 3,54 tỷ USD, tăng 30,3% về lượng và tăng 9% về kim ngạch so với năm 2017. Phần lớn cà phê xuất khẩu là từ các tỉnh Tây Nguyên.

Đối với sản phẩm cao su: hiện nay các tỉnh Tây Nguyên đang xuất khẩu sản phẩm cao su sang 24 nước, chủ yếu là Đức, Hà Lan, Malaysia, Mỹ, Trung Quốc

Đối với sản phẩm hồ tiêu: Đối tác nhập khẩu hồ tiêu chủ yếu của Tây Nguyên bao gồm EU, Philippine, Pakistan, Ấn Độ, Mỹ, Ai Cập.

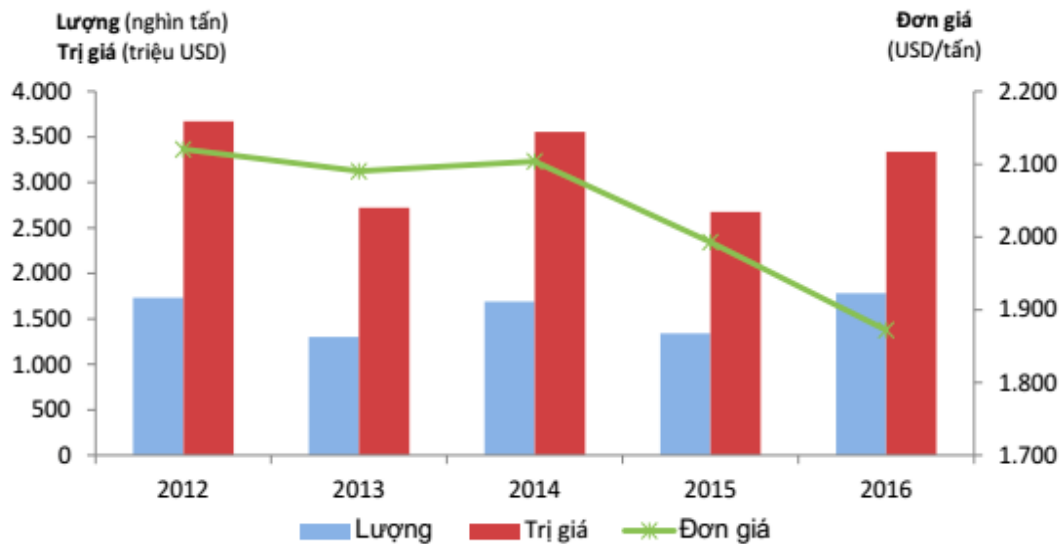
Đối với sản phẩm điều: Đối tác nhập khẩu điều chủ yếu của Tây Nguyên là EU, Mỹ, Pakistan, Hồng Kong, Singapore, Australia, Đức, Anh, Thái Lan, Nga.

Đối với sản phẩm chè: chè Lâm Đồng chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc, Đài Loan, Mỹ và EU, Pakistan

- *Về mức độ tham gia cạnh tranh trong AEC, FTA thế hệ mới của các sản phẩm đặc thù ở Tây Nguyên:*

+ *Cạnh tranh về giá cả:* Trong chuỗi giá trị các sản phẩm nông sản, các sản phẩm của Tây Nguyên hiện nay đang chịu sự cạnh tranh mạnh về giá. Theo đánh giá của FAO, hạt điều và tiêu đen đang là hai mặt hàng xuất khẩu đứng hàng đầu thế giới về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu nhưng giá bán của Việt Nam chỉ đứng thứ 6 và thứ 8 trên thế giới. Cà phê là mặt hàng xuất khẩu có lợi thế của Tây Nguyên, đứng thứ 2 về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu trên thế giới, nhưng lại đứng thứ 10 về giá cả hàng hoá. Một điều nghịch lý là giá cả một số mặt hàng chủ lực của Tây Nguyên (điển hình là cà phê) liên tục giảm trong những năm gần đây trong khi khối lượng xuất khẩu gia tăng. Đối với mặt hàng chè xuất khẩu, theo đánh giá của FAO giá chè trung bình của Việt Nam năm 2013 là 1524 USD/tấn, thấp hơn khoảng 40% so với Ấn Độ (2688 USD/tấn) và Kenya (2799 USD/tấn). Cũng theo số liệu của tổng cục Hải quan, đơn giá trung bình sản phẩm cao su xuất khẩu của Việt Nam năm 2011 là 3.948,8 USD/tấn, giảm dần trong các năm tiếp theo, đạt mức giá 1.346,5 USD/tấn năm 2015 và 1.250 USD/tấn năm 2016.

Hình 3.1. Giá cả, sản lượng và kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam



Nguồn: Tổng cục hải quan

+ *Tuân thủ các quy định của AEC và FTA thế hệ mới:*

Trong quá trình hội nhập AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Tây Nguyên phần lớn được hưởng lợi từ thị trường mở rộng và sức mua lớn, có khả năng đa dạng hoá mặt hàng xuất khẩu và ổn định đầu vào nhập khẩu do những ưu đãi thuế quan; đồng thời có cơ hội thu hút đầu tư nước ngoài, mở rộng phát triển du lịch nội khối, đặc biệt là được hưởng các ưu đãi trong tự do hoá dịch vụ (trong đó có du lịch) trong AEC. Tuy nhiên, các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Tây Nguyên phải tuân thủ theo các yêu cầu đặt ra trong hội nhập. Chẳng hạn trong CPTPP, các mặt hàng xuất khẩu phải tuân thủ quy tắc xuất xứ hàng hoá. Hiệp định CPTPP vẫn giữ nguyên các điều khoản như Hiệp định TPP trước đó mặc dù Mỹ đã rút lui không tham gia, trong đó có quy tắc về xuất xứ hàng hoá rất nghiêm ngặt. Đối với mặt hàng cà phê, CPTPP quy định: cà phê trao đổi trong CPTPP phải là loại cà phê đã rang có linh hoạt nhất định, được sử dụng nguyên liệu cà phê chưa rang bên ngoài CPTPP tới 60% khối lượng nguyên liệu sử dụng để chế biến hàng hoá; cà phê hoà tan được sử dụng nguyên liệu không hạn chế bên ngoài CPTPP. Đối với mặt hàng chè, CPTPP quy định: chè xanh chưa ủ men đóng gói sẵn trọng lượng không quá 3kg có thêm quy tắc linh hoạt hàm lượng giá trị khu vực 40%. Đối với mặt hàng hạt điều: mặt hàng xuất khẩu thế mạnh là điều đã bóc vỏ đạt được quy

tắc linh hoạt cho phép sử dụng nguyên liệu bên ngoài CPTPP, tạo linh hoạt cho doanh nghiệp xuất khẩu điều của Việt nam.

Tham gia AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá chủ lực của Tây Nguyên phải cạnh tranh quyết liệt trên nhiều cấp độ. Đối với AEC, tính cạnh tranh về thương mại hàng hoá rất cao bởi vì các mặt hàng trong ASEAN tương đối giống nhau. Tham gia EVFTA và CPTPP, sản phẩm chăn nuôi sẽ phải cạnh tranh rất lớn từ hàng nhập khẩu dù lộ trình cắt giảm thuế quan của Việt Nam khá dài (thịt gà sau 11-12 năm, thịt lợn tươi sau 10 năm, thịt lợn đông lạnh sau 8 năm) do sức cạnh tranh của sản phẩm Việt Nam kém hơn so với nhiều nước. Đối với các sản phẩm nông sản chủ lực, Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng đang gặp phải thách thức lớn nhất về vệ sinh an toàn thực phẩm, dịch bệnh, đảm bảo chất lượng theo các tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt như VietGAP, GlobalGAP và truy xuất được nguồn gốc xuất xứ. Tham gia FTA thế hệ mới đòi hỏi phải đạt được các yêu cầu khắt khe về chất lượng hàng hoá và đảm bảo theo kịp các lộ trình giảm thuế để có thể cạnh tranh với các sản phẩm ngoại nhập hoặc các sản phẩm tương tự trên thị trường nước ngoài.

+ *Về cải thiện vị trí trong chuỗi giá trị toàn cầu:*

Trong chuỗi giá trị toàn cầu, các mặt hàng nông sản chủ lực của Tây Nguyên đã có những bước chuyển biến tích cực theo hướng tiếp cận dần đến tiêu chuẩn ngày càng cao trên thị trường.

Tây Nguyên đang hình thành các vùng sản xuất lớn, chuyên canh, ứng dụng công nghệ cao, phát triển nông nghiệp hữu cơ, chế biến chuyên sâu, mở rộng chuỗi giá trị sản phẩm. Các tỉnh Tây Nguyên cũng đang tập trung xây dựng chỉ dẫn địa lý sản xuất cà phê, hạt tiêu, hoa... đạt chứng chỉ chất lượng quốc tế, một số mô hình liên kết giữa tổ chức, doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm với nông hộ sản xuất cà phê trên địa bàn mang lại hiệu quả kinh tế cao cho người sản xuất và doanh nghiệp.

Trong việc tham gia chuỗi giá trị, các doanh nghiệp ở Tây Nguyên đã chú trọng đến việc liên kết, phối hợp giữa các tác nhân, từ hộ nông dân đến các doanh nghiệp thu gom, chế biến và phân phối sản phẩm. Hợp đồng liên kết giữa các tác nhân liên quan ngày càng chặt chẽ, có xu hướng mở rộng và phối hợp bài bản hơn giữa khâu hỗ trợ đầu vào (giống, phân bón, vốn...) đến khâu chế biến (áp dụng khoa học công nghệ) và

thị trường đầu ra (trong nước, nước ngoài). Sự liên kết giữa các doanh nghiệp nội tỉnh, nội vùng, liên vùng ở Tây Nguyên ngày càng chặt chẽ và hiệu quả hơn.

3.2.2. Hạn chế khi tham gia AEC và FTA thế hệ mới

Thứ nhất, mức độ khai thác lợi thế đặc thù khi tham gia hội nhập AEC và FTA thế hệ mới mới dừng ở lợi thế tĩnh. Do vậy, giá trị gia tăng thấp. Mặc dù các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên liên tục gia tăng về sản lượng, giá trị kim ngạch xuất khẩu, nhưng xét tổng thể thị khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu còn rất hạn chế và chủ yếu dừng ở công đoạn giản đơn và có giá trị gia tăng thấp như thu gom, sơ chế để xuất khẩu thô. Các công đoạn có giá trị gia tăng cao như rang xay, chế biến sâu, phân phối, xây dựng thương hiệu và tiêu dùng sản phẩm cuối cùng. Theo đánh giá của UNCOMTRADE (2016), các sản phẩm xuất khẩu nông sản thô của Việt Nam chiếm tới 82,7% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản, trong khi hàng chế biến chỉ chiếm 7,5% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản năm 2013. Báo cáo của UNCOMTRADE cũng cho rằng, 94,2% sản phẩm cà phê, chè, tiêu của Việt Nam được xuất khẩu dưới dạng thô, và hàng chế biến chỉ chiếm 5,8% tổng kim ngạch xuất khẩu các loại hàng hoá này (năm 2013). Trong niên vụ 2014-2015, xuất khẩu cà phê của Việt Nam ra thị trường thế giới có tới 92% là cà phê nhân, 6% là cà phê hoà tan, 2% là cà phê rang xay. Chất lượng cà phê không đều. Theo thống kê của Café Control, tỷ lệ cà phê loại I (hạt có kích cỡ trên 6,3 mm) chỉ chiếm khoảng 10% sản lượng xuất khẩu cà phê của Tây Nguyên. Hệ thống quản lý chất lượng sản phẩm của Nhà nước còn nhiều bất cập, chưa hoà nhập với tiêu chuẩn quốc tế. Hiện nay, các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê của Việt Nam vẫn còn tập quán mua bán sản phẩm theo mẫu với các chỉ tiêu đơn giản như tỷ lệ hạt đen vỡ, độ ẩm hạt và tỷ lệ tạp chất... nên chưa phản ánh đầy đủ bản chất của chất lượng sản phẩm. Đối với sản phẩm hồ tiêu, phần lớn chúng ta cũng mới xuất khẩu hồ tiêu thô, chưa xay, đem lại giá trị xuất khẩu kém. Đối với sản phẩm điều, do giá cả rớt giá, diện tích trồng điều ở Tây Nguyên đang bị thu hẹp lại và trong chuỗi giá trị toàn cầu, sản phẩm điều của Tây Nguyên cũng đang tham gia ở khâu có giá trị gia tăng thấp. Điều chế biến xuất khẩu chỉ chiếm 10% giá trị xuất khẩu điều của Việt Nam. Trong vài năm gần đây các nhà máy chế biến điều ở Tây Nguyên lại còn gặp tình trạng thiếu nguyên liệu đầu vào, buộc phải nhập khẩu với số lượng lớn.

Thứ hai, thị trường tiêu thụ sản phẩm phụ thuộc vào nước ngoài: Các sản phẩm nông sản chủ lực ở Tây Nguyên phần lớn đều không đến tay người tiêu dùng ở

khâu tiêu dùng sản phẩm cuối cùng. Hầu hết cà phê, hạt tiêu, chè, hạt điều ở Tây Nguyên được thông qua các đại lý, doanh nghiệp nhỏ, sau đó bán lại cho các công ty, doanh nghiệp lớn trong nước, doanh nghiệp FDI sơ chế, sau đó xuất khẩu. Các giá trị gia tăng của sản phẩm đều được tạo ra bởi các doanh nghiệp nước ngoài. Cụ thể, ngành cà phê có Nestle, Cà phê Ngon... Một số doanh nghiệp của Việt Nam như Trung Nguyên, Vinacafe, G7... tập trung phát triển thị trường nội địa, xuất khẩu vẫn chiếm tỷ lệ rất nhỏ, nhưng chưa có thương hiệu quốc tế và đang phải cạnh tranh gay gắt với các thương hiệu nổi tiếng khác như Starbucks, Dunkin's Donuts tại thị trường nội địa.

Đối với hạt tiêu Tây Nguyên, thị trường tiêu thụ sản phẩm cũng phụ thuộc phần lớn vào các doanh nghiệp nước ngoài. Các hộ nông dân trồng tiêu ở Tây Nguyên thường không bán thẳng sản phẩm hồ tiêu cho đại lý thu mua, nhà máy chế biến hoặc doanh nghiệp xuất khẩu mà phần lớn bán cho thương lái (hộ thu gom). Việt Nam hiện có khoảng 200 doanh nghiệp chế biến, kinh doanh hồ tiêu, trong đó có 15 doanh nghiệp hàng đầu, chiếm 70% lượng xuất khẩu cả nước. Đặc biệt, có 5 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài, chiếm gần 30% thị phần xuất khẩu. Sản phẩm hồ tiêu chủ yếu được xuất khẩu, chiếm 95%, nội địa 5%. Công nghệ chế biến hồ tiêu Việt Nam đã tiếp cận được các tiêu chuẩn của thị trường thế giới nói chung. Các doanh nghiệp có nhà máy chế biến công nghệ cao theo tiêu chuẩn ASTA, ESA, JSSA đã tạo ra sản phẩm đa dạng: Tiêu đen, trắng nguyên hạt, tiêu nghiền bột, đóng gói nhỏ. Nhưng về tổng thể, hồ tiêu Tây Nguyên chủ yếu vẫn xuất thô, giá trị thấp hơn giá bán của Ấn Độ, Malaysia. Trong chuỗi giá trị, hồ tiêu Tây Nguyên chưa tham gia sâu vào các khâu chế biến sâu, chế biến sạch, đa dạng hoá sản phẩm và thị trường.

Sản phẩm điều của Tây Nguyên cũng gặp tình trạng tương tự. Theo số liệu của Hiệp hội điều Việt Nam (Vinacas), cả nước năm 2014 có 345 doanh nghiệp xuất khẩu điều, trong đó các doanh nghiệp nhỏ có kim ngạch xuất khẩu dưới 5 triệu USD/năm chiếm 73% và chỉ có rất ít cơ sở chế biến sâu. Cơ cấu xuất khẩu sản phẩm điều của Tây Nguyên nói riêng, cả nước nói chung là nhân thô, sản phẩm sơ chế chỉ chiếm 5%. Các doanh nghiệp nội địa chủ yếu tham gia vào công đoạn cắt, tách vỏ, đóng gói để xuất khẩu, trong đó các cơ sở chế biến và tiêu thụ hạt điều Việt Nam chủ yếu thuộc thị phần của các doanh nghiệp nước ngoài. Ngay tại các doanh nghiệp xuất khẩu điều thô, sự liên kết yếu kém giữa các doanh nghiệp trong nước đã khiến chất lượng hạt

điều Việt Nam đang bị xuống cấp, không đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Năm 2014, kiểm tra 265 cơ sở, có 119/265 cơ sở xếp loại C, chiếm 44,9%. Cần phải xử lý nghiêm đối với các cơ sở xếp loại C vì không đảm bảo điều kiện về an toàn vệ sinh thực phẩm, làm ảnh hưởng lớn đến điều xuất khẩu của Việt Nam.

Thứ ba, các sản phẩm đặc thù của Tây Nguyên vẫn nằm ở vị trí thấp trong chuỗi giá trị toàn cầu. Việc tham gia chuỗi giá trị của các sản phẩm chủ lực Tây Nguyên hiện nay còn yếu. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu cao, nhưng các sản phẩm nông sản chủ lực ở Tây Nguyên vẫn tập trung chủ yếu ở khâu sản xuất, trồng trọt, thu gom sản phẩm – vị trí đáy của chuỗi giá trị toàn cầu, có giá trị gia tăng thấp. Các chuỗi giá trị nông sản chủ yếu liên kết trong nội vùng (chuỗi ngắn), chưa có sự liên kết chặt chẽ, rõ ràng, thiếu sự ràng buộc về kỹ thuật, trách nhiệm pháp lý và sự phân công trách nhiệm giữa các thành viên trong chuỗi. Các hợp tác xã, tổ hợp tác sản xuất cà phê, hồ tiêu, cao su...chưa thu hút được sự tham gia của các nông hộ, chưa phát huy được vai trò hỗ trợ các thành viên và là đầu mối cho liên kết doanh nghiệp với các nông hộ... Sự cạnh tranh chèn ép giữa các thành viên trong chuỗi và trong nội bộ mỗi mắt xích trong chuỗi thường xuyên xảy ra, chẳng hạn như ép giá, sử dụng thuốc trừ sâu, thuốc bảo quản quá mức, hoạt động tự phát vì lợi ích riêng... Những vấn đề này gây ra những tác động tích cực đối với việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của nông sản chủ lực Tây Nguyên, tạo ra những sự “đứt gãy” trong chuỗi rất đáng tiếc trước khi tham gia sâu hơn vào khâu chế biến hay tạo hương hiệu cho sản phẩm.

Bên cạnh đó, khả năng tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của các nông sản chủ lực Tây nguyên chủ yếu mới là tham gia trực tiếp ở công đoạn sản xuất nông nghiệp, tạo ra giá trị thô, chế biến thủ công hoặc sơ chế. Các công đoạn cao hơn như chế biến, tinh chế sản phẩm, phân phối sản phẩm của các sản phẩm chủ lực Tây Nguyên còn rất yếu. Việc tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của các nông sản chủ lực Tây Nguyên cũng bao gồm nhiều đối tượng, đa phần là các hộ nông dân, các cơ sở sơ chế nhỏ, các hộ thu gom hàng hoá, chứ chưa tập trung vào các trang trại, điền trang quy mô lớn, các doanh nghiệp chế biến trong nước lớn, các đại lý lớn để từ đó nâng cao chất lượng chế biến nông sản, xây dựng thương hiệu. Điều này dẫn đến trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, các nông sản chủ lực của Tây Nguyên thường gặp phải những thất bại, rủi ro, nảy sinh từ tình trạng liên kết lỏng lẻo, không khép kín, không có tổ chức chặt chẽ giữa các tác nhân trong cùng một công đoạn và

giữa các tác nhân trong các công đoạn khác nhau trong chuỗi. Thất bại, rủi ro này là cơ hội để các tác nhân bên ngoài (các doanh nghiệp FDI, các đại lý nước ngoài) xâm nhập sâu vào thị trường Việt Nam, chi phối các công đoạn của chuỗi giá trị trong các sản phẩm Tây Nguyên đang có tiềm năng, nắm giữ hầu hết các khâu chế biến, tạo thương hiệu và thị trường tiêu thụ sản phẩm và khiến các doanh nghiệp chế biến nông sản Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt trên cả thị trường trong nước và quốc tế.

Bảng 3.2. Rủi ro của nông sản Tây Nguyên khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

Rủi ro sản xuất	Rủi ro thị trường	Rủi ro chính sách
<ul style="list-style-type: none"> -Khô hạn kéo dài: cà phê, tiêu, điều... bị chết hàng loạt. -Thời tiết nóng ẩm: dịch bệnh, sâu bệnh, sử dụng nhiều thuốc trừ sâu -Nước ngầm cạn kiệt, ô nhiễm nguồn nước: sản lượng, năng suất, chất lượng nông sản bị ảnh hưởng -Cạnh tác mạnh mún, nhỏ lẻ, khó áp dụng công nghệ hiện đại - Giống chất lượng thấp: tái canh cà phê gặp khó khăn, cà phê với chiếm tỷ trọng lớn. - Lực lượng lao động: nông dân trình độ thấp, ý thức thấp, cạnh tác tự phát, truyền thống, dễ làm huỷ diệt tài nguyên 	<ul style="list-style-type: none"> - Giá cả bấp bênh do chủ yếu xuất khẩu thô, phụ thuộc vào giá thế giới. - Giá các loại đầu vào (giống, phân bón, thuốc trừ sâu..) thay đổi thất thường và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí sản xuất - Mất uy tín trên thị trường trong nước, quốc tế do chất lượng không đảm bảo về VSATTP, dư lượng hoá chất, kháng sinh... - Phụ thuộc nhập khẩu (hạt điều): ảnh hưởng giá cả thế giới. - Thiếu các doanh nghiệp phụ gia, phụ kiện trong nước để chế biến nông sản (cà phê, tiêu, điều)...: chi phí tăng, phụ thuộc nước ngoài 	<ul style="list-style-type: none"> - Khuyến khích mở rộng diện tích: dẫn đến phá vỡ quy hoạch, tàn phá rừng, trồng cây trên đất không phù hợp - Chính sách vệ sinh an toàn thực phẩm: chưa quy định chặt chẽ, triệt để - Chính sách phát triển nông nghiệp sạch, nông nghiệp hữu cơ: còn hạn chế - Chính sách công nghệ, phát triển nguồn nhân lực ở Tây Nguyên: chưa đáp ứng yêu cầu - Chính sách đầu tư, tín dụng chưa hiệu quả: khó tham gia công đoạn sâu hơn của chuỗi.

Nguồn: Tổng hợp thông tin của nhóm tác giả.

Thứ tư, xây dựng được thương hiệu cho các sản phẩm đặc thù của Tây Nguyên còn nhiều hạn chế.

** Xây dựng thương hiệu cho cà phê Tây Nguyên*

Tây Nguyên là vùng sản xuất và xuất khẩu cà phê nổi tiếng trên thế giới nhưng cho đến nay các sản phẩm này chưa xây dựng được thương hiệu. Mặc dù đã có chứng chỉ chỉ dẫn địa lý cho cà phê Buôn Ma Thuột, nhưng chứng chỉ này chỉ áp dụng cho cà phê hạt, chưa không phải cho cà phê chế biến; mặt khác giá trị của chỉ dẫn địa lý này chưa cao, không thu hút nhiều hộ gia đình và doanh nghiệp tham gia. Trong sản xuất hồ tiêu, Tây Nguyên đã đạt được chứng nhận nhãn hiệu tập thể cho hồ tiêu Chur Sê (Gia Lai) nhưng nhãn hiệu này vẫn có ít giá trị thương mại quốc tế do nhiều nước không công nhận. Tình trạng thiếu thương hiệu vùng/quốc gia, thiếu chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu tập thể còn phổ biến đối với các sản phẩm xuất khẩu đặc thù của Tây Nguyên, dẫn đến các mặt hàng xuất khẩu chủ lực này thường kém sức cạnh tranh và chịu nhiều thua thiệt khi hội nhập quốc tế. Cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột là một minh chứng. Nhãn hiệu Buon Ma Thuot coffee được Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp đăng bạ dưới hình thức tên gọi xuất xứ chỉ dẫn địa lý hàng hoá năm 2005, nhưng sau đó bị một công ty Trung Quốc có tên gọi “Công ty TNHH cà phê Quảng Châu – Buôn Ma Thuột” đăng ký và được cấp bảo hộ trong thời gian 10 năm cho 2 nhãn hiệu Cà phê Buôn Ma thuột và Buôn Ma Thuột cà phê 1896. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp Việt Nam mất thị trường Trung Quốc bởi khó lòng mang cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột (Việt Nam) vào đây và bị đánh cắp thương hiệu trên một số thị trường châu Âu. Sau nhiều lần nộp đơn kiện với sự tiêu tốn hàng trăm nghìn USD, cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma thuột mới lấy lại được thương hiệu này. Nhờ chỉ dẫn địa lý, cà phê Buôn Ma Thuột trong những năm qua đã được hưởng lợi về giá, sản lượng xuất khẩu và giúp bà con nông dân ngày càng đáp ứng được các quy chuẩn về phát triển nông nghiệp bền vững, thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, trong thời gian qua, sản phẩm cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột gặp nhiều khó khăn trong việc tham gia chuỗi giá trị. Xét trong toàn hệ thống chuỗi giá trị, cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột mới chỉ tham gia chủ yếu vào những công đoạn giản đơn, có giá trị gia tăng thấp như thu gom, sơ chế cho xuất khẩu thô. Trong khi đó, những công đoạn có giá trị gia tăng cao như rang xay, chế biến sâu, phân phối bán lẻ và xây dựng thương hiệu, cà phê chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuột còn tham gia rất hạn chế. Sau nhiều năm tham gia sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuột, giá trị gia tăng của

sản phẩm đối với từng nhóm tác nhân và từng khâu trong chuỗi không được như kỳ vọng, chỉ tăng lên chút ít so với các hộ và các cơ sở sản xuất kinh doanh không tham gia sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuật. Hơn nữa, những hướng dẫn để đảm bảo sản phẩm cà phê đáp ứng chỉ dẫn địa lý Buôn Ma Thuật chưa đạt hiệu quả cao, chưa khiến người dân hiểu được lợi ích khi tham gia và trong quá trình tham gia người dân phải chịu nhiều áp lực từ các khâu kiểm soát, đánh giá và báo cáo. Những áp lực, khó khăn này, cộng với giá sản phẩm đầu ra tăng không cao như kỳ vọng khiến các doanh nghiệp, các hộ nông dân tham gia sử dụng chỉ dẫn địa lý không đông, thậm chí khi tham gia sử dụng chỉ dẫn địa lý đã không tuân thủ các quy định của các quyết định đã ban hành vì những mục tiêu lợi nhuận trước mắt. Chính vì vậy, chuỗi giá trị sản phẩm cà phê sử dụng chỉ dẫn địa lý cà phê Buôn Ma Thuật dường như đã bị đứt gãy và chịu hiệu ứng “Bullwhip” ngay từ các khâu ban đầu, không thể tiếp tục tham gia sâu vào các khâu sau tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm cuối cùng.

Theo các chuyên gia trong ngành, để xây dựng được một thương hiệu cà phê nổi tiếng là việc không hề dễ bởi nó đòi hỏi phải có tiềm lực tài chính, con người, chiến lược kinh doanh và tiếp thị hiệu quả. Xây dựng thương hiệu trước hết phải đặt vấn đề quảng bá sản phẩm lên hàng đầu, nhưng các doanh nghiệp cà phê ở Việt Nam không thể bỏ các chi phí lớn để quảng bá sản phẩm ra toàn thế giới. Những năm gần đây, Vinacafe, Trung Nguyên đã có chiến dịch quảng bá thương hiệu một cách tích cực ra thị trường thế giới, nhưng không thể mang lại hiệu quả bởi hạn chế về tài chính, đội ngũ marketing, thông thạo ngoại ngữ, am hiểu thị hiếu tiêu dùng của người nước ngoài... Hơn nữa, do kỹ thuật chế biến và phương pháp đánh giá chất lượng sản phẩm cà phê của Việt Nam còn thấp. Vấn đề an toàn sản phẩm cà phê trong quy trình sản xuất (hái, phơi, sấy), chế biến (rang xay chế biến), xuất xứ nguồn gốc... chưa được đảm bảo. Mặc dù vùng nguyên liệu cà phê của Tây Nguyên được đánh giá là có quy mô lớn, nhưng sản phẩm cà phê của vùng nguyên liệu này chưa đồng nhất, chưa được quy hoạch đồng bộ nên rất khó xây dựng thương hiệu.

** Xây dựng thương hiệu cho hoa Đà Lạt*

Mặc dù Đà Lạt là một vùng có lợi thế đặc thù trong trồng và xuất khẩu hoa, nhưng hoa Đà Lạt chưa được xây dựng thương hiệu. Theo Trung tâm thương mại

quốc tế (ITC): Năm 2010, Việt Nam chưa tham gia xuất khẩu hoa cắt cành sang thị trường châu Âu, nhưng đến năm 2013 số lượng xuất khẩu đã đạt 82 ngàn Euro (xếp hạng 33), năm 2014 đạt 113 ngàn Euro (xếp hạng 32 và tương ứng tăng 38%). So với trồng lúa hiệu quả trồng hoa cao gấp từ 5 - 10 lần. Cả nước đã hình thành những vùng chuyên canh hoa lớn ở Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Thanh Hóa, Sa Pa, TP. HCM, Đà Lạt - Lâm Đồng... Trong đó, Đà Lạt chiếm 40% diện tích hoa cắt cành và 50% tổng sản lượng hoa của cả nước⁷⁷. Các nước nhập khẩu hoa Đà Lạt nhiều nhất là Nhật Bản, Malaysia, Trung Quốc, Hàn Quốc, Bỉ, Thái Lan, Philippines, Singapore, Pakistan, Nga, Campuchia.... Hoạt động xuất khẩu chủ yếu tập trung ở các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài như Đà Lạt Hasfarm, Bonnie Farm, Apollo, Innova... Đà Lạt Hasfarm xuất khẩu chiếm tới 90% tổng lượng hoa xuất khẩu của tỉnh. Năm 2010, Lâm Đồng xuất khẩu 180,1 triệu cành, giá trị 21,974 triệu USD; năm 2014, xuất 215 triệu cành đạt giá trị 28,670 triệu USD; năm 2015, xuất 250 triệu cành (10,7% tổng sản lượng), giá trị 26 triệu USD (Bình Nguyên, 2018).

Với lợi thế về sản xuất hoa cắt cành, Đà Lạt nói riêng và tỉnh Lâm Đồng nói chung đang có những công nghệ bảo quản hoa cắt cành và hoa khô rất hiệu quả. Đồng thời, hoa Đà Lạt có nhiều giống hoa quý, được nhân giống và thu hút nhiều doanh nghiệp đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực trồng và sản xuất hoa, trong đó phải kể đến Dalat Hasfarm (đầu tư từ năm 1994 và trở thành mô hình điển hình của sản xuất hoa công nghệ cao tại địa phương). Năm 2011, hoa Đà Lạt được cấp nhãn hiệu chứng nhận độc quyền tại Việt Nam. Tuy nhiên, thương hiệu này chưa được phát triển rộng rãi ra thị trường quốc tế.

Là một vùng có lợi thế đặc thù trong sản xuất hoa, nhưng hoa Đà Lạt – Lâm Đồng đang chưa có thương hiệu ổn định. Thị phần xuất khẩu hoa Đà Lạt vẫn nhỏ, chưa tương xứng với tiềm năng bởi chất lượng phẩm cấp hoa chưa đồng bộ, chưa có các tổ chức có tư cách pháp nhân để đảm nhiệm trách nhiệm xuất khẩu hoa ra thị trường thế giới. Vấn đề đầu tiên để xây dựng thương hiệu là phải nâng cao chất lượng hoa. Qua điều tra, khảo sát các hộ nông dân tại các làng hoa Đà Lạt cho thấy, quy mô

⁷⁷ Bình Nguyên (2018), *Để hoa Đà Lạt trở thành thương hiệu mạnh*, Báo Lâm Đồng Online, 15/2/2018

canh tác chủ yếu của các hộ trồng hoa tương đối nhỏ. Do vậy, việc áp dụng các tiến bộ khoa học và đưa máy móc trang thiết bị vào sản xuất theo hướng công nghệ cao còn hạn chế, sản phẩm làm ra ít, không tập trung, rất khó có được đơn đặt hàng lớn với các công ty, doanh nghiệp. Nguồn nhân lực cũng còn hạn chế, người trồng hoa không có kinh nghiệm lâu năm. Đà Lạt cũng đẩy mạnh việc quảng bá cho thương hiệu hoa của mình, trong đó có việc tổ chức Festival hoa Đà Lạt theo định kì 2 năm một lần. Tại Festival hoa Đà Lạt 2012, các nhà tổ chức đã thực hiện nhiều chương trình giới thiệu và triển lãm hoa đặc sắc theo nhiều chủ đề khác nhau như: không gian “Đồi hoa hoài niệm Đà Lạt”, du lịch hoa, phiên chợ hoa Đà Lạt, lễ hội đường phố “Hoa và ánh sáng”, đường hoa Romance Palace... Ngoài ra, còn có các cuộc thi tìm hiểu và hội thảo khoa học về hoa, cùng với nhiều chương trình giới thiệu, quảng bá và xúc tiến đầu tư khác. Đà Lạt cũng đã công bố 5 loại hoa được chứng nhận độc quyền trong nước và quốc tế mang nhãn hiệu “Hoa Đà Lạt”, gồm hoa cúc, hoa hồng, hoa cát tường, hoa lay ơn, hoa địa lan, và dán tem, nhãn, logo trên 5 loại hoa đó. Tuy nhiên, đây mới chỉ là bước ban đầu để xây dựng thương hiệu cho hoa Đà Lạt. Để có thể mang thương hiệu đó ra thị trường thế giới, cần phải thực hiện rất nhiều bước, trong đó có vấn đề đăng ký thương hiệu tại các thị trường Nhật, Hà Lan và một số nước Đông Nam Á... Tiếp theo đó, cần phải nâng cao chất lượng hoa, quy trình và công nghệ bảo quản hoa, nâng cấp sự tham gia trong chuỗi cung ứng hoa của các tác nhân tham gia chuỗi cung ứng hoa Đà Lạt.

** Thương hiệu cho hồ tiêu Tây Nguyên*

Hồ tiêu Tây Nguyên nổi tiếng về chất lượng và năng suất nhưng chủ yếu xuất khẩu chủ yếu ở dạng hạt thô và chưa có thương hiệu nên giá trị gia tăng còn thấp. Ngày 14-8-2007, Cục Sở hữu trí tuệ (thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ) đã ký quyết định cấp giấy chứng nhận đã đăng ký độc quyền nhãn hiệu tập thể số 86.138 cho thương hiệu “Hồ tiêu Chư Sê”. Đây là thương hiệu đầu tiên dành cho những người nông dân Tây Nguyên, trong đó không ít hộ là đồng bào dân tộc thiểu số.

Tuy nhiên, việc gìn giữ và phát huy thương hiệu Hồ tiêu Chư Sê còn nhiều vấn đề cần bàn tới. Trước hết, chứng nhận nhãn hiệu tập thể cho Hồ tiêu Chư Sê hiện nay có giá trị thương mại thấp do nhiều nước nhập khẩu không chấp nhận nhãn hiệu này.

Sau khi được công nhận nhãn hiệu tập thể, hồ tiêu Chur Sê vẫn không có giải pháp hiệu quả bảo vệ nhãn hiệu được đăng ký và mở rộng nhãn hiệu đó ra thị trường quốc tế. Một trong những vấn đề đáng lo ngại là hồ tiêu Chur Sê nói riêng, hồ tiêu vùng Tây Nguyên nói chung đều có tình trạng dư lượng thuốc bảo vệ thực vật vượt ngưỡng cho phép. Trong nhiều năm gần đây, hồ tiêu Việt Nam liên tục bị cảnh báo vì không đảm bảo tiêu chuẩn xuất khẩu. Năm 2013, thị trường châu Âu cảnh báo hai trường hợp hồ tiêu Việt Nam bị nhiễm vi sinh vật. Năm 2015, tỉnh Gia Lai gửi 2 mẫu hồ tiêu Chur Sê đi đánh giá dư lượng thuốc bảo vệ thực vật nhưng điều không đạt tiêu chuẩn xuất khẩu sang châu Âu do dư lượng Metalaxyl vượt ngưỡng gấp 3 lần và Carbendazim vượt ngưỡng gấp 10 lần cho phép. Gia Lai là địa phương có sản lượng hồ tiêu lớn và chất lượng hồ tiêu đứng đầu Tây Nguyên. Tuy nhiên, việc bảo vệ nhãn hiệu tập thể và tiến tới xây dựng chỉ dẫn địa lý hồ tiêu đòi hỏi nhiều yêu cầu khắt khe. Ngoài hồ tiêu Chur Sê, hồ tiêu trồng ở các vùng địa lý khác của Tây Nguyên vẫn chưa xây dựng được giá trị nhãn hiệu tập thể, hoặc chỉ dẫn địa lý, hoặc thương hiệu bởi hồ tiêu hiện nay chưa được sản xuất thành vùng chuyên canh sản xuất lớn, chưa gắn với công nghiệp chế biến hoặc chiết xuất sản phẩm, trong khi đó việc mở rộng quảng bá xây dựng thương hiệu sản phẩm vẫn còn nhiều hạn chế. Việt Nam hiện nay là nước xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới, năm 2017 xuất khẩu 214,9 nghìn tấn, kim ngạch đạt 1,12 tỷ USD (tăng 20,8% về lượng và giảm 21,7% về giá trị so với năm 2016 – theo số liệu của Tổng cục Hải Quan). Lẽ ra với sản lượng xuất khẩu lớn như vậy, doanh thu xuất khẩu hồ tiêu phải tăng đều qua các năm. Nhưng trên thực tế, việc giảm giá trị kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu cho thấy phần lớn hồ tiêu của Việt Nam đều xuất khẩu dưới dạng thô, chất lượng kém, từ việc thu hái đến phơi sấy, chế biến không theo tiêu chuẩn nào. Hồ tiêu Tây Nguyên mạnh ai nấy trồng, không theo quy hoạch, không đảm bảo giống cây trồng có chất lượng, không có quy trình kỹ thuật chung nên chất lượng hồ tiêu không đồng đều, vi phạm nhiều tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm khi xuất khẩu ra thị trường thế giới. Các doanh nghiệp thu mua, chế biến hồ tiêu mạnh ai nấy mua, không có vùng nguyên liệu riêng của mình, vì vậy rất khó để hồ tiêu Tây Nguyên tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu và xây dựng thương hiệu cho sản phẩm mang tính đặc thù của vùng đất này.

3.3. Nhận diện điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của Tây Nguyên trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù trong bối cảnh hội nhập quốc tế

3.3.1. Xây dựng ma trận SWOT trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

Bảng 3.3. Mô hình SWOT trong khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

Điểm mạnh (Strengths)	Cơ hội (Opportunities)
<p>S1. Vị trí địa lý chiến lược</p> <p>S2. Tài nguyên khoáng sản, đất đai dồi dào, điều kiện tự nhiên phù hợp, cảnh quan đặc thù, khí hậu phù hợp cho một số loại cây trồng</p> <p>S3. Nhiều tài sản thuộc sở hữu trí tuệ, văn hoá đặc thù: nhà rông, văn hoá công chiêng... thuận lợi phát triển du lịch</p> <p>S4. Có lợi thế về mùa vụ một số sản phẩm đặc thù, riêng có ở Việt Nam</p> <p>S5. Có kênh thị trường xuất khẩu truyền thống và mở rộng</p> <p>S6. Lao động trẻ, chi phí lao động không cao</p> <p>S7. Đã được quy hoạch phát triển vùng, tiểu vùng</p> <p>S8. Một số sản phẩm có thương hiệu, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể: cà phê Buôn Ma Thuột, cà phê Chư Sê, sâm Ngọc Linh...</p> <p>S9. Có các đề án quy hoạch vùng, ngành cho cả vùng Tây Nguyên và các đề án phát triển kinh tế xã hội của từng tỉnh.</p> <p>S10. Kinh tế các tỉnh Tây Nguyên ngày càng đổi mới, tiến bộ.</p>	<p>O1. Điều kiện địa lý và kết nối quốc tế thuận lợi: tam giác phát triển, cửa khẩu, liên kết vùng</p> <p>O2. Đang được hưởng các chính sách, chủ trương đúng đắn, tích cực của Đảng, chính phủ</p> <p>O3. Khung pháp lý, quy hoạch vùng, ngành ở Tây Nguyên ngày càng đồng bộ</p> <p>O4. Hưởng lợi từ sự phát triển tiếp theo của AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới</p> <p>O5. Hưởng lợi từ xu hướng của thế giới là tập trung đầu tư phát triển vào các vùng nguyên liệu có lợi thế đặc thù</p> <p>O6. Phát triển nông nghiệp công nghệ cao, bảo tồn các di sản văn hoá vật thể và văn hoá phi vật thể đang là định hướng ưu tiên của Việt Nam và thế giới</p> <p>O7. Một số sản phẩm đặc thù của Tây Nguyên đang là các sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, có vị trí xếp hạng cao trên thị trường thế giới.</p> <p>O8. Cách mạng công nghệ 4.0 mang lại nhiều cơ hội cho khai thác lợi thế đặc thù ở Tây nguyên</p>

Điểm yếu (Weaknesses)	Thách thức (Threats)
W1. Vùng nguyên liệu bấp bênh, phụ thuộc vào thời tiết và tâm lý canh tác của người dân.	T1. Tình hình địa chính trị Tây Nguyên phức tạp, là rào cản phát huy lợi thế đặc thù
W2. Sản phẩm xuất khẩu phần lớn là nguyên liệu, nằm ở vị trí thấp trong chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị	T2. Tính đặc thù của địa phương (dân tộc, tôn giáo, văn hoá), tình trạng di dân từ nơi khác đến, khiến đất đai bị xâm canh, khai hoang phá rừng bừa bãi
W3. Các ngành lợi thế đặc thù mới trong giai đoạn phát triển ban đầu, chủ yếu nghiêng về mặt lượng.	T3. Nguồn nhân lực chất lượng thấp, sản xuất và kinh doanh theo lối truyền thống
W4. Chưa có sự đầu tư về công nghệ, khả năng cạnh tranh thấp, chưa tiến đến công nghiệp chế biến, chế tạo hoặc các ngành dịch vụ cao cấp	T4. Ngân sách ít, đầu tư dàn trải, không trọng điểm vào các lĩnh vực lợi thế đặc thù
W5. Quỹ đất phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù chưa cân đối	T5. Khai thác cạn kiệt, không đồng bộ giữa các ngành có lợi thế, môi trường suy thoái
W6. Quy hoạch còn chông chéo, thiếu tương thích, khiến tỉnh nào/địa phương nào có những lợi thế đặc thù nhưng chưa khai thác hiệu quả	T6. Biến đổi khí hậu, khan hiếm tài nguyên nước.
W7. Là điểm trũng của FDI, chưa thu hút được các đối tác đầu tư lớn trong các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo.	T7. Các tỉnh đều có mô hình phát huy lợi thế đặc thù giống nhau, nên chông chéo nhau, khó liên kết, khó phát huy thế mạnh riêng có mỗi tỉnh. Tư duy nhiệm kỳ và lợi ích cục bộ.
W8. Cơ sở hạ tầng xã hội chưa đáp ứng nhu cầu khai thác các lợi thế đặc thù	T8. Sức ép cạnh tranh gay gắt trên thị trường với những quy định khắt khe hơn về hàng hoá nhập khẩu, rào cản thương mại, chống bán phá giá, cạnh tranh từ các nước có cùng lợi thế sản phẩm.
W9. Các doanh nghiệp địa phương quy mô nhỏ, năng lực thấp, sự hỗ trợ của chính quyền địa phương chưa hiệu quả	T9. Cách mạng 4.0 tạo ra thách thức về dịch chuyển từ các ngành có lợi thế truyền thống sang các ngành có lợi thế cạnh tranh do trình độ phát triển thấp, năng lực cạnh tranh hạn chế
W10. Liên kết giữa các ngành, địa phương, doanh nghiệp, người dân còn rất yếu.	T10. Vấn đề bảo vệ môi trường, an ninh quốc gia trong phát triển lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên.
W.11. Hộ gia đình còn thiếu vốn sản xuất, thiếu kỹ năng và trình độ chăm sóc, bảo quản cây trồng, không chủ động trong các vấn đề sản phẩm, thị trường.	T11. Nguy cơ xung đột sắc tộc, tôn giáo, nghèo khổ, bất bình đẳng
W12. Nguồn nhân lực địa phương chưa đáp ứng nhu cầu phát triển.	

Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu và tổng hợp

3.3.2. Ma trận SWOT

Bảng 3.4. Ma trận SWOT

<p>Chiến lược SO: tận dụng cơ hội để phát triển điểm mạnh</p> <p>S1, S4/O5, O6: hình thành các vùng chuyên canh lớn, áp dụng công nghệ cao, thu hút chọn lọc các nhà đầu tư nước ngoài</p> <p>S7, S9/O1, O2, O3: Phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ, cải thiện vị trí tốt hơn của mỗi ngành trong chuỗi giá trị.</p> <p>S4, S5, S8/O4, O7: Thay đổi mô hình xuất khẩu các sản phẩm đặc thù từ chiều rộng sang chiều sâu, tạo thương hiệu, nâng cao giá trị cạnh tranh sản phẩm</p> <p>S1, S10/ O1, O8: có thể trở thành một cực tăng trưởng mới của cả nước</p> <p>S6, S8, S9/O4, O5, O8: tận dụng cách mạng 4.0 để phân công lại lao động, thay đổi cơ cấu kinh tế, hình thành đội ngũ doanh nhân mới</p>	<p>Chiến lược ST: tận dụng điểm mạnh để hạn chế thách thức</p> <p>S1, S2/T1, T2: Khai thác các lợi thế đặc thù phải đi đôi với bảo vệ an ninh chính trị, giữ gìn bản sắc văn hoá đặc thù của địa phương.</p> <p>S3, S4, S5, S6/ T5, T6, T7: Khai thác lợi thế đặc thù cần phải có sự đầu tư thích đáng, đảm bảo sự phát triển bền vững, mỗi tỉnh/ngành có chiến lược đầu tư bài bản và liên kết chặt chẽ.</p> <p>S7, S9/T4, T5, T6, T8, T10, T11: Các chính sách, quy hoạch khai thác lợi thế đặc thù phải đảm bảo phát triển bền vững, khắc phục những thách thức về môi trường, giải quyết tốt các vấn đề tôn giáo, sắc tộc, xã hội</p> <p>S10/T9: Các tỉnh Tây Nguyên cần thoát khỏi vùng trũng về công nghệ, đầu tư để khai thác hiệu quả các lĩnh vực lợi thế đặc thù, tránh tình trạng lợi thế trở thành bất lợi thế</p>
<p>Chiến lược WO: khắc phục yếu kém để tận dụng cơ hội</p> <p>O1, O4, O5/W1, W2, W4: Dựa vào nhu cầu của thị trường để cải thiện chất lượng hàng hoá của vùng nguyên liệu, nâng cấp vị trí sản phẩm trong chuỗi giá trị</p> <p>O2, O3/W5, W6, W7, W11, W12: Tận dụng các chính sách ưu đãi để nâng cấp chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện công nghệ, phát triển đồng bộ, quy hoạch hợp lý và tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ dân.</p> <p>O6, O7, O8/W8, W9, W10: Tận dụng doanh thu từ xuất khẩu và cách mạng công nghệ 4.0 để khắc phục những yếu kém về cơ sở hạ tầng, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp và hộ sản xuất, mở rộng liên kết</p>	<p>Chiến lược WT: giảm các điểm yếu để ngăn chặn thách thức</p> <p>W1, W2, W3/T4, T5, T6: Thực hiện quy hoạch rõ ràng cụ thể cho từng vùng, từng sản phẩm để đầu tư thích đáng, tránh khai thác cạn kiệt lợi thế và nâng cấp lợi thế.</p> <p>W4, W7, W9, W10/T4, T7, T9: Cần thực hiện các nhóm giải pháp để thu hút đầu tư trong và ngoài nước để khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù.</p> <p>W5, W6, W8/T5, T7, T10: Cần thực hiện tốt nhóm giải pháp về quy hoạch để khắc phục những hạn chế về khai thác cạn kiệt, không đồng bộ, không bảo vệ môi trường, an ninh</p> <p>W11, W12/T2, T3, T11: Chú trọng phát triển nguồn nhân lực để tránh các thất bại về văn hoá, xã hội, an ninh trong khai thác lợi thế đặc thù</p>

Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu và tổng hợp

3.3.3. Phân tích ma trận SWOT và đánh giá tác động

3.3.3.1. Phân tích SWOT và đánh giá tác động tích cực

Thứ nhất, tận dụng các ưu đãi về chính sách và chủ trương để thay đổi mô hình khai thác lợi thế đặc thù từ chiều rộng sang chiều sâu, từ tĩnh sang động để tạo nên sự phát triển bền vững.

Cho đến nay Nhà nước đã ban hành khá nhiều chính sách nhằm khai thác các tiềm năng, lợi thế về tài nguyên thiên nhiên của vùng Tây Nguyên để phát triển theo hướng bền vững. Trên cơ sở các chính sách quan trọng này, nhiều chính sách cụ thể hoá các định hướng đó đã được ban hành. Cụ thể là:

- Chính sách phát triển các vùng kinh tế mới: Nhằm khai thác các tiềm năng, lợi thế về tài nguyên thiên nhiên của vùng Tây Nguyên, chính phủ đã thực hiện chính sách di dân từ các tỉnh miền Bắc và miền Trung vào Tây Nguyên đi xây dựng vùng Kinh tế mới. Ngay sau khi đất nước thống nhất, Nhà nước bắt tay vào cải tạo kinh tế và trong thời kỳ này, nhà nước tiến hành thu hồi đất sản xuất, đất sản xuất để giao cho các nông lâm trường quốc doanh quản lý. Đồng thời, cùng với chính sách di dân, hàng loạt nông lâm trường, mở ra những vùng kinh tế mới, di dân; khai khẩn đất hoang.

- Chính sách phát triển hệ thống thủy điện và phát triển, mở rộng diện tích ô ạt các loại cây công nghiệp: Trong giai đoạn từ những năm 1990 trở đi, chính phủ đã có chủ trương đẩy mạnh khai thác nguồn thủy năng của vùng Tây Nguyên để phát triển thủy điện.

- Chính sách đẩy mạnh sang khai thác khoáng sản: Chương trình khai thác chế biến bô xít đã được Chính phủ phê duyệt tại quyết định 167/2007/QĐ-TTg ngày 1/11/2007 về Quy hoạch phân vùng thăm dò, khai thác, chế biến sử dụng quặng bô xít giai đoạn 2007 – 2015 có xét đến năm 2025. Theo quy hoạch này, vùng khai thác, sản xuất quy mô công nghiệp nằm chủ yếu ở các tỉnh Tây Nguyên với 8 tổ hợp khai thác chế biến bô xít, sử dụng nguồn quặng từ 20 vùng mỏ, phân bố chủ yếu trên địa bàn tỉnh Đắk Nông và Lâm Đồng.

- Khung pháp lý, quy hoạch vùng, ngành ở Tây Nguyên ngày càng đồng bộ: Hàng loạt các quyết định Quy hoạch xây dựng, phát triển vùng Tây Nguyên và các ngành du lịch, công nghiệp thương mại của Tây Nguyên đã được phê duyệt tầm nhìn

2025 hoặc 2030. Theo đó, vùng Tây Nguyên sẽ là đầu mối giao thương của các nước Tiểu vùng sông Mêkông và Biển Đông, vùng trọng điểm phát triển cây công nghiệp và bảo tồn bản sắc văn hóa quốc gia. Đồng thời, các quyết định quy hoạch này đã nêu rõ các định hướng phát triển ngành, vùng, tiểu vùng trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù. Trong kế hoạch phát triển vùng Tây Nguyên đến năm 2030, định hướng phát triển không gian vùng Tây Nguyên được phân ra thành các Tiểu vùng và Dải hành lang kinh tế. Mỗi vùng kinh tế gắn với phát triển đô thị động lực, đô thị trung tâm và đô thị nhỏ. Cụ thể, Tiểu vùng Bắc Tây Nguyên (gồm Gia Lai và Kon Tum) tập trung phát triển thủy điện, du lịch sinh thái gắn với vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên. Tiểu vùng Trung Tây Nguyên (gồm toàn bộ tỉnh Đắk Lắk) phát triển công nghiệp chế biến nông lâm sản, đặc biệt là sản xuất chế biến cà phê xuất khẩu. Tiểu vùng Nam Tây Nguyên (gồm Đắk Nông và Lâm Đồng) phát triển dịch vụ, du lịch nghỉ dưỡng, công nghiệp khai thác chế biến khoáng sản và nông nghiệp công nghệ cao. Các Dải hành lang kinh tế, gồm: Dải kinh tế phía Đông (gồm các huyện phía đông tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk) là vùng phát triển nông lâm nghiệp. Dải kinh tế Trung tâm (gồm cao nguyên Kon Tum, Pleiku, Đắk Lắk nằm dọc hai bên đường Hồ Chí Minh) phát triển các loại cây công nghiệp phục vụ xuất khẩu. Dải kinh tế phía Tây (gồm huyện Đắk Glây, Ngọc Hồi, Sa Thầy-tỉnh Kon Tum; Ia Grai, Đúc Cơ, Chư Prông-tỉnh Gia Lai; Ea Súp, Buôn Đôn, Cư Jút-tỉnh Đắk Lắk và toàn bộ tỉnh Đắk Nông) phát triển công nghiệp khai thác chế biến bauxit, luyện nhôm và thủy điện. Dải kinh tế Nam Tây Nguyên (gồm toàn bộ tỉnh Lâm Đồng) là vùng chuyên canh rau, hoa ôn đới công nghệ cao và du lịch. Từ nay đến năm 2030, vùng Tây Nguyên sẽ xây dựng 117 đô thị, 10 cửa khẩu, 24 khu công nghiệp và 74 cụm công nghiệp. (Mỗi huyện có từ 1-2 cụm, điểm công nghiệp quy mô 20-50ha, chủ yếu chế biến nông lâm sản). Riêng về phát triển du lịch, vùng Tây Nguyên sẽ gắn với bảo vệ môi trường, các giá trị văn hóa dân tộc bản địa, liên kết với miền Trung, thành phố Hồ Chí Minh và Nam bộ. Xây dựng các Trung tâm du lịch lớn tại thành phố Đà Lạt, Buôn Ma Thuột, Pleiku gắn với các Khu du lịch Quốc gia và thành phố du lịch Đà Lạt.

Dưới góc nhìn cán bộ quản lý địa phương ở Lâm Đồng và Đắk Lắk, cuộc khảo sát điều tra có đặt câu hỏi địa phương đã có chính sách, giải pháp gì để phát huy lợi thế. Câu trả lời của cán bộ tập trung vào một số chính sách, giải pháp sau:

- Hỗ trợ giống mới
- Định hướng về tái canh, xen canh, phát triển các mô hình trang trại
- Xây dựng hệ thống thủy lợi phục vụ sản xuất
- Định hướng, tập huấn cho người dân các mô hình kinh tế trong đó trồng xen canh và thâm canh
- Bước đầu quy hoạch diện tích cà phê, hồ tiêu, cao su, cây ăn trái, chăn nuôi
- Xây dựng mô hình sản xuất nông nghiệp theo các tiêu chuẩn như VietGap
- Liên kết với các công ty phân bón, thức ăn gia súc gia cầm
- Tập huấn kỹ thuật sản xuất, phòng chữa bệnh
- Tổ chức hội thảo chuyển giao khoa học công nghệ
- Hỗ trợ vay vốn sản xuất
- Phổ biến các giống cây con mới, phân bón mới.

Theo đánh giá của các cán bộ về hiệu quả của các chính sách và giải pháp trong việc phát huy lợi thế, thế mạnh của địa phương; có đến 91% số cán bộ cho rằng các chính sách và giải pháp đã có hiệu quả trong phát huy lợi thế, chỉ 9% số cán bộ nhận định các chính sách, giải pháp chưa phát huy hết hiệu quả.

Theo đánh giá của các cán bộ về hiệu quả của các chính sách và giải pháp trong việc phát huy lợi thế, thế mạnh của địa phương; có đến 91% số cán bộ cho rằng các chính sách và giải pháp đã có hiệu quả trong phát huy lợi thế, chỉ 9% số cán bộ nhận định các chính sách, giải pháp chưa phát huy hết hiệu quả.

Dưới góc nhìn hộ gia đình, các chính sách, chủ trương phát triển của Đảng, nhà nước và chính quyền địa phương đem lại cho các hộ dân rất nhiều thuận lợi trong khai thác các lợi thế đặc thù.

Phân tích các điểm mạnh và cơ hội trong khai thác lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cho thấy, những điểm mạnh và cơ hội này đang đem lại các tác động tích cực đối với sự phát triển kinh tế của các tỉnh Tây Nguyên. Năm 2017, kinh tế vùng Tây Nguyên tiếp tục chuyển dịch theo hướng tích cực, giảm dần tỷ trọng khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản, tăng khu vực công nghiệp - xây dựng, du lịch và dịch vụ.

Trên lĩnh vực nông nghiệp đã tạo bước đột phá lớn, các tỉnh trong vùng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao, tạo ra sản phẩm có giá trị kinh tế. Có thể nói, kinh tế vùng Tây Nguyên đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đánh dấu sự phát triển toàn diện trong những năm gần đây nhờ hưởng lợi từ các chính sách, chủ trương đúng đắn của chính phủ để khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế xã hội. Nhờ vậy, tăng trưởng GDP toàn vùng đạt 8,09%; thu nhập bình quân đầu người 41,6 triệu đồng tính đến thời điểm cuối năm 2017.

Thứ hai, tận dụng những ưu đãi đang được hưởng lợi từ AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới để thay đổi mô hình xuất khẩu các sản phẩm chủ lực, tạo thương hiệu bền vững cho sản phẩm, tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Hội nhập kinh tế quốc tế đã mang lại động lực và điều kiện cho Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng phát triển nhanh và bền vững, góp phần khẳng định vị trí của Việt Nam trong khu vực và thế giới. Chính quá trình hội nhập sâu rộng cũng góp phần tạo động lực cho Việt Nam thực hiện cải cách mạnh mẽ trong nước. Bên cạnh đó, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế cũng mang lại một số thách thức trong quá trình thực thi các cam kết và thỏa ước quốc tế, nhất là trong bối cảnh gia tăng cạnh tranh. Với phạm vi và độ sâu của các cam kết trong các Hiệp định FTA thế hệ mới tiếp tục gia tăng so với cam kết trong WTO và các thỏa ước hội nhập kinh tế quốc tế truyền thống khác, những thách thức từ hội nhập kinh tế quốc tế sẽ đan xen với các cơ hội và ở cách phức tạp hơn, ảnh hưởng đáng kể đến quá trình xác định và khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong thời gian tới. Do vậy, việc lựa chọn các đối tác của Việt Nam và Tây Nguyên đều hướng tới lợi ích mở rộng thị trường, gia tăng xuất khẩu cho hàng hóa. Các FTA đang đàm phán, đã kết thúc đàm phán hoặc đã ký kết đều hướng tới tăng cường tiếp cận ở những thị trường tiềm năng cho hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có nhiều hàng hoá thuộc về lợi thế của Tây Nguyên. Tây Nguyên sẽ có lợi thế trong trung hạn trước nhiều đối thủ cạnh tranh khi xâm nhập các thị trường. Đây là các lợi ích có ý nghĩa chiến lược trong quan hệ thương mại. Việc tham gia các FTA thế hệ mới sẽ giúp hàng hóa và dịch vụ của Tây Nguyên thuận lợi hơn khi tiếp cận thị trường các nước thành viên thông qua cắt giảm thuế quan, bãi bỏ các điều kiện hạn chế đối với đầu tư, dịch vụ. Việc tham gia các FTA thế hệ mới cũng là “cú hích” giúp Tây Nguyên tiếp cận và thu hút được dòng vốn FDI với giá trị lớn

hơn trong tương lai nếu biết khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế.

Kết quả khảo sát các cán bộ quản lý ở Lâm Đồng và Đắk Lắk cho thấy, các bộ cấp địa phương về cơ bản đã nắm được thông tin về hội nhập và cần phải hiểu được những vấn đề cơ bản của tổ chức hay hiệp định Việt Nam tham gia. Trong cuộc khảo sát, 95% cán bộ đã nghe, đã biết thông tin về Cộng đồng Kinh tế ASEAN, chỉ 5% số cán bộ chưa nghe thông tin về Cộng đồng Kinh tế ASEAN. Như vậy, có thể nói, hầu hết các cán bộ trong mẫu khảo sát đã nghe thông tin về AEC. Nói chung, trong khảo sát, hầu hết các cán bộ khi đã nghe về AEC đều có những hiểu biết tương đối đầy đủ về AEC. Chẳng hạn, họ đều cho rằng: AEC “là tổ chức hợp tác kinh tế các nước khu vực Đông Nam Á” hoặc “là khu vực thương mại các nước Đông Nam Á”. Những hiểu biết về các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới có ít hơn, chỉ khoảng 71%; còn số cán bộ chưa nghe gì về hiệp định thương mại tự do thế hệ mới chiếm tỷ lệ 29%. Tỷ lệ cán bộ nghe về hiệp định thương mại tự do thế hệ mới đã thấp hơn so với tỷ lệ cán bộ nghe về Cộng đồng Kinh tế ASEAN, hiểu biết của các cán bộ về hiệp định tự do cũng chưa đầy đủ mặc dù về cơ bản là tốt. Phần lớn các cán bộ khi đã nghe về hiệp thương mại tự do thế hệ mới đều hiểu FTA thế hệ mới là “mở rộng thị trường hàng hóa” và “giảm thuế, miễn thuế hàng hóa”. Để có kiến thức về AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, tỷ lệ lớn nhất các cán bộ thu thập được qua đài, tivi, chiếm 32%. Tiếp đến là tỷ lệ cán bộ nghe thông tin và có kiến thức về hội nhập qua mạng internet, chiếm 26%; qua báo chí, chiếm 25% và qua các cuộc họp, hội thảo chiếm tỷ lệ thấp hơn, 10%. Như vậy, có thể nói, kênh đài, tivi, mạng internet và báo chí đang phát huy hiệu quả tương đối tốt trong việc tuyên truyền, cung cấp thông tin về hội nhập cho các cán bộ tại địa phương.

Về lợi ích đem lại của AEC và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, phần lớn các cán bộ ở Lâm Đồng và Đắk Lắk cho rằng hội nhập sẽ là nhân tố thuận lợi để địa phương phát huy tốt lợi thế. Một tỷ lệ thấp hơn, 11% đánh giá hội nhập qua AEC và hiệp định thương mại tự do thế hệ mới không hẳn sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho địa phương phát huy và khai thác lợi thế. Với những cán bộ cho rằng hội nhập sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho địa phương phát huy lợi thế đánh giá, hội nhập sẽ đem lại những lợi ích như:

- Hạ giá thành các sản phẩm nhập từ nước ngoài, người dân mua sản phẩm giá rẻ hơn

- Mở rộng cơ hội xuất khẩu sản phẩm của địa phương
- Tạo sự cạnh tranh lành mạnh
- Tăng tính cạnh tranh cho hàng hóa.

Với những cán bộ cho rằng hội nhập chưa thể tạo điều kiện thuận lợi cho địa phương phát huy lợi thế bởi các lý do như:

- Chưa thấy các yếu tố ảnh hưởng đến địa phương

- Đòi hỏi chất lượng sản phẩm cao, sạch trong khi người dân sản xuất với kỹ thuật chưa cao, lạm dụng các loại thuốc bảo vệ thực vật sẽ làm mất giá cả các mặt hàng nông sản của địa phương.

- Còn gặp nhiều hạn chế do người dân chủ yếu trồng các cây công nghiệp và trao đổi thương mại hàng hoá thông qua các đại lý và các thương lái.

Thứ ba, có thể hình thành các vùng chuyên canh lớn, áp dụng công nghệ cao, là cực phát triển mới của Việt Nam, có khả năng thu hút và lựa chọn được đầu tư nước ngoài từ các nhà đầu tư lớn trên thế giới.

Tây Nguyên có thể hưởng lợi từ xu hướng của thế giới là tập trung phát triển vào các vùng nguyên liệu có lợi thế đặc thù. Một số sản phẩm Tây nguyên đang có lợi thế đặc thù đều nằm trong top những hàng hoá thế giới đang thiếu nguyên liệu. Chẳng hạn như cao su. Theo Hiệp hội các nước sản xuất cao su thiên nhiên (ANRPC), triển vọng nhu cầu cao su tự nhiên toàn cầu năm 2018 dự báo sẽ tăng 2,8%, tức tăng từ 12,9 triệu tấn của năm 2017 lên 13,5 triệu tấn trong năm nay. ANRPC cũng cho biết các thành viên Hiệp hội tiếp tục nỗ lực để khuyến khích tăng sử dụng cao su tự nhiên tại các thị trường nội địa, nhằm cân đối tốt hơn cung cầu cao su tự nhiên và tính bền vững về dài hạn của ngành cao su tự nhiên trong tương lai.

Trong ngành bô xít nhôm thế giới: Phần lớn các nhà sản xuất nhôm lớn hiện đang rất thiếu nguồn cung bô xít có chất lượng cao và dự kiến sẽ càng thiếu hụt hơn trong những năm tới. Ngược lại, nguồn cung bô xít chất lượng cao đang giảm dần, ngày càng khó mua và việc cấp phép khai thác các mỏ mới ngày càng khó khăn hơn. Sự tăng trưởng của ngành công nghiệp chế biến nhôm và nhôm của Trung Quốc và Trung Đông đang giảm dần sự tích hợp theo chiều dọc (khai thác bô xít, chế

biển alumin, luyện nhôm; tức là mỏ bô xít nhà máy alumin nhà máy luyện nhôm nằm trong một dây chuyền khép kín) do các mỏ trực tiếp cung cấp bô xít đã bị khai thác cạn kiệt trữ lượng. Những nhà sản xuất alumin hiện thiếu nguồn cung bô xít đang phụ thuộc rất nhiều vào nguồn cung bô-xít được vận chuyển bằng đường biển từ bên thứ 3 những nhà cung cấp bô xít nằm ngoài dây chuyền khai thác bô xít - tinh chế alumin - luyện nhôm. Đây là một cơ hội cho ngành khai thác khoáng sản bô xít ở Tây Nguyên nhằm phát huy các điểm mạnh để đem lại các tác động tích cực trong phát triển kinh tế xã hội Tây Nguyên.

Từ góc nhìn của các cán bộ trong số liệu điều tra khảo sát của đề tài, lợi thế hiện tại của địa phương gồm có cà phê, hồ tiêu, cây ăn quả, sầu riêng; địa phương đã có các giải pháp, chính sách phát huy hiệu quả lợi thế của địa phương và đã khai thác tốt lợi thế của địa phương. Tuy nhiên, quan trọng hơn nữa là *lợi thế tiềm năng* của địa phương. Nắm bắt được lợi thế tiềm năng sẽ có các chính sách và giải pháp tập trung vào các lợi thế tiềm năng đó.

Hình dưới đây cho thấy lợi thế tiềm năng của địa phương mà các cán bộ lựa chọn. Theo đó, tỷ lệ cao nhất, chiếm 19% số cán bộ được hỏi, cho biết địa phương có lợi thế tiềm năng về cà phê và cây ăn quả. Hồ tiêu và hoạt động du lịch, dịch vụ được số lượng cán bộ lựa chọn nhiều thứ hai với tỷ lệ 10%. Như vậy, ngoài các sản phẩm mà hiện tại địa phương đang có lợi thế như cà phê, hồ tiêu và cây ăn quả; các cán bộ thêm vào đó là hoạt động du lịch, dịch vụ như là lĩnh vực tiềm năng của địa phương.

Hình 3.2. Lợi thế tiềm năng của địa phương tại Lâm Đồng và Đắk Lắk

Đơn vị: % số cán bộ trả lời



Nguồn: Số liệu điều tra khảo sát của đề tài

Đặc điểm tạo nên lợi thế tiềm năng của địa phương cũng bao gồm các đặc tính như đặc thù đất đai, thời tiết, khí hậu; thị trường; chất lượng sản phẩm; giá cả; công nghệ, kỹ thuật. Thứ tự lựa chọn đặc điểm tạo nên *lợi thế tiềm năng* có sự tương tự với thứ tự lựa chọn các đặc điểm tạo nên *lợi thế hiện tại* của Tây Nguyên. Đặc thù đất đai, thời tiết và khí hậu được tỷ lệ cán bộ cao nhất lựa chọn là đặc điểm tạo nên lợi thế tiềm năng của vùng, chiếm 32%. Tiếp sau đó là 22% cán bộ lựa chọn thị trường; 18% cán bộ lựa chọn chất lượng sản phẩm; và 15% cán bộ lựa chọn giá cả như là các đặc điểm tạo nên lợi thế tiềm năng cho sản phẩm của địa phương.

Thứ tư, có thể phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ cho các lĩnh vực đang có lợi thế đặc thù của từng tỉnh và toàn vùng, từ đó tạo ra mối liên kết doanh nghiệp chặt chẽ hơn, cải thiện tốt hơn vị trí của mỗi ngành có lợi thế đặc thù trong chuỗi giá trị sản phẩm toàn cầu. Tây Nguyên có lợi thế và các chủ thể sản xuất và chế biến có thể tham gia sâu hơn chuỗi giá trị của sản phẩm đó. Tùy từng vùng (hay tỉnh) với các điều kiện địa lý tự nhiên khác nhau mà mỗi vùng (hay tỉnh) có những sản phẩm lợi thế khác nhau. Cần phải dựa trên lợi thế so sánh đó và trên nguyên tắc thị trường để cấu trúc lại sản phẩm chủ lực. Phát triển các sản phẩm này cần phải theo hướng gia tăng sự tham gia của các chủ thể sản xuất của vùng Tây Nguyên trong chuỗi giá trị. Phát triển kinh tế trang trại và hộ gia đình cũng phải căn cứ và dựa trên qui mô hợp lý và gắn với sản phẩm nông sản cụ thể có lợi thế của địa phương đó và gắn với việc tham gia sâu vào chuỗi giá trị. Phát huy các thế mạnh của mình, Tây Nguyên có thể khuyến khích phát triển công nghiệp sơ chế và sau đó là công nghiệp chế biến sâu nông, lâm sản phẩm ở vùng sâu, vùng xa, sử dụng lao động là người dân tộc tại chỗ; đầu tư công nghệ cao, kỹ thuật tiên tiến trong sản xuất, chế biến nông sản xuất khẩu; hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã, trang trại đầu tư sản xuất, chế biến, kinh doanh trên địa bàn; phát triển sản phẩm nông nghiệp sạch, cao sản, chất lượng sản phẩm.

Nhờ tận dụng các cơ hội và điểm mạnh, Tây Nguyên có thể thay đổi mô hình xuất khẩu từ chiều rộng sang chiều sâu bằng cách nắm bắt các cơ hội đang đến với Tây Nguyên, nâng cao giá trị cạnh tranh sản phẩm, tạo thương hiệu cho sản phẩm, đưa Tây Nguyên phát triển bền vững. Các ngành nông nghiệp ở Tây Nguyên nếu phát

huy được điểm mạnh và cơ hội thì có thể chuyển dần sang nông nghiệp công nghệ cao, tiết kiệm tài nguyên đất, nước, thân thiện với môi trường sinh thái và ngày càng tham gia nhiều hơn vào chuỗi giá trị các sản phẩm nông nghiệp đặc thù có lợi thế của vùng. Các ngành dịch vụ được chọn lọc để phát triển dựa trên các lợi thế, đặc thù của vùng và gắn nhiều hơn với chuỗi giá trị. Trong đó, du lịch phải được có vị trí ưu tiên. Du lịch liên ngành (ví dụ du lịch gắn với nông nghiệp sinh thái, du lịch gắn với các cơ sở công nghiệp chế biến...), du lịch liên vùng kể cả vùng quốc tế và khu vực ASEAN, du lịch kết hợp đa dạng với các ngành công nghiệp và nông nghiệp khác của vùng Tây Nguyên. Việc tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị các sản phẩm du lịch sẽ giúp mang lại cho Tây Nguyên nhiều giá trị gia tăng hơn, tạo ra tính lan toả kinh tế nhiều hơn (như việc làm, đầu ra của các ngành nông, công nghiệp dịch vụ khác).

Thứ năm, có thể trở thành vùng nguyên liệu các sản phẩm nông sản chất lượng cao, trung tâm du lịch văn hoá của cả nước, là mẫu hình phát triển nông nghiệp công nghệ cao, là đầu mối logistics kết nối các địa phương trong cả nước, là cực kết nối Đông Tây, kết nối các nước trong khu vực. Tây Nguyên có thể trở thành vùng phát triển kinh tế với thế mạnh đặc thù, kết hợp bảo vệ an ninh trật tự, khai thác các nét văn hoá dân tộc truyền thống khi kết hợp các thế mạnh và cơ hội sẵn có, nhờ có những chính sách chỉ đạo, quy hoạch đúng đắn của chính phủ và chính quyền các cấp.

Thứ sáu, tận dụng cách mạng công nghệ 4.0 để phân công lại lao động, dịch chuyển từ lao động phổ thông sang lao động tay nghề cao; thay đổi cơ cấu kinh tế, đổi mới mô hình tăng trưởng của Tây Nguyên, hình thành đội ngũ doanh nhân mới, kết hợp khoa học công nghệ hiện đại, kỹ năng sản xuất tiên tiến với kinh nghiệm sản xuất truyền thống, lợi thế sản phẩm địa phương, để từ đó xây dựng một số sản phẩm có thương hiệu mạnh trong tương lai.

Theo kết quả khảo sát cán bộ các cấp chính quyền ở hai tỉnh Lâm Đồng và Đắk Lắk, các cán bộ đều cho rằng Tây Nguyên có thể khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù của địa phương mình và điều này đem lại tác động tích cực đến phát triển kinh tế của địa phương. Lý do các địa phương đã khai thác tốt lợi thế gồm có:

- Chính quyền định hướng người dân trồng các loại cây thế mạnh của địa phương.

- Các cây trồng tại địa phương cho năng suất cao, chất lượng tốt và dễ tiêu thụ.

- Chất lượng sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của thị trường tiêu thụ.

- Dựa vào điều kiện về đất đai, nguồn nước, áp dụng kỹ thuật sản xuất mới nên cây trồng cho năng suất cao hơn trước đây.

- Người dân tiến hành trồng các loại cây công nghiệp phù hợp với đất đai, thời tiết, khí hậu của địa phương.

- Dẫn chuyển đổi mục tiêu phát triển kinh tế địa phương từ nông nghiệp sang thương mại và dịch vụ.

- Người dân đã tiến hành trồng xen canh trên 1 diện tích như trồng cà phê, hồ tiêu, sầu riêng, bơ.

- Phối hợp tập huấn, hội thảo đến người dân để người dân chọn sản phẩm phù hợp.

- Tuyên truyền, định hướng người dân phát triển cây trồng, tiến hành đa cây, đa con.

Số liệu điều tra khảo sát các hộ gia đình cũng cho thấy, người dân có những quan điểm tích cực khi đánh giá về triển vọng phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Khi được hỏi về giải pháp quan trọng nhất đối với hộ trong thời gian tới, phần lớn nhất các hộ cho biết giải pháp quan trọng nhất là thay đổi quy hoạch của địa phương trong phát triển nông nghiệp, du lịch. Tiếp đến, số lượng hộ gia đình nhiều thứ hai coi chính sách hỗ trợ vốn đóng vai trò quan trọng trong sản xuất – kinh doanh của hộ. Các giải pháp khác được nhiều hộ đánh giá quan trọng như thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp chế biến cà phê, cao su, tiêu, điều, rau sạch, hoa; xây dựng thương hiệu; liên kết doanh nghiệp với người dân; và chính sách hỗ trợ công nghệ, kỹ thuật.

Bảng 3.5. Các giải pháp cần thiết để khai thác tốt các lợi thế đặc thù của Lâm Đồng trong thời gian tới

Đơn vị: số hộ trả lời

Tiêu chí	Rất quan trọng	Quan trọng	Bình thường	Không quan trọng	Không quan tâm
Thay đổi quy hoạch của địa phương trong phát triển nông nghiệp, du lịch	434	250	193	0	2
Chính sách hỗ trợ vốn	278	414	188	1	1
Thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp chế biến cà phê, cao, tiêu, điều, rau sạch, hoa	237	203	421	13	2
Xây dựng thương hiệu	216	218	425	10	5
Liên kết doanh nghiệp với người dân	201	210	444	16	3
Chính sách hỗ trợ công nghệ, kỹ thuật	200	305	366	3	1
Tạo thị trường, kết nối thị trường	189	261	414	10	2
Tư vấn loại hình sản xuất, kinh doanh	188	275	404	5	1
Mở rộng đầu tư phát triển du lịch	145	327	382	9	7
Bảo vệ bản sắc văn hóa Tây Nguyên	119	360	376	12	4
Chống xói mòn, thoái hóa đất đai	114	311	429	24	4

Nguồn: Số liệu điều tra khảo sát của đề tài

3.3.3.2. Phân tích ma trận SWOT và đánh giá tác động tiêu cực

Thứ nhất, cạnh tranh ngày càng khốc liệt, gây tác động tiêu cực đến khai thác các lợi thế đặc thù.

Hội nhập quốc tế và tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới ngày càng sâu rộng khiến các lĩnh vực sản xuất đặc thù của Tây Nguyên phải cạnh tranh khốc liệt bởi hiện nay các lợi thế này vẫn chủ yếu là sản phẩm truyền thống, nguyên liệu thô, hàm lượng khoa học công nghệ thấp... Nếu không khắc phục được những điểm yếu và thách thức, Tây Nguyên có nguy cơ bị tụt hậu so với các vùng khác trên cả nước.

Các tỉnh Tây Nguyên hiện nay có nhiều lợi thế, nhưng việc xác định các lợi thế đặc thù và có thể mạnh còn chưa rõ ràng. Hơn nữa, phần lớn là lợi thế tĩnh, nguyên

liệu, nằm ở vị trí thấp trong chuỗi cung ứng, không có sức bật cạnh tranh. Do mới tập trung phát triển lợi thế tĩnh, việc áp dụng khoa học công nghệ vào các lĩnh vực đặc thù gặp nhiều khó khăn, công nghệ phục vụ cho ngành nông nghiệp công nghệ cao còn ít, đa số còn phải nhập khẩu nên dẫn đến giá thành sản phẩm nông nghiệp cao, cơ hội mở rộng thị trường chưa thuận lợi. Tây Nguyên chưa quy hoạch các vùng sản xuất hàng hóa tập trung với quy mô đủ lớn, có khả năng cơ giới hóa ở nhiều khâu để giảm áp lực lao động sống, hạ giá thành sản phẩm và nâng cao hiệu quả kinh tế. Khả năng còn hạn chế trong khai thác tiềm năng của vùng, địa phương, chưa tạo sản phẩm hàng hóa có sức cạnh tranh cao, chưa xây dựng chỉ dẫn địa lý và đăng ký nhãn hiệu hàng hóa cho các sản phẩm đặc thù của địa phương. Thị trường xuất khẩu các sản phẩm lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đang bó hẹp trong một số bạn hàng truyền thống, bị cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại của các nước khác trên thế giới, rất khó tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu, vì vậy tác động tiêu cực trở lại đối với định hướng ưu tiên phát triển các lĩnh vực lợi thế đặc thù của các tỉnh và vùng Tây nguyên. Tây Nguyên cần thay đổi mô hình xuất khẩu các sản phẩm có lợi thế đặc thù trong tương lai.

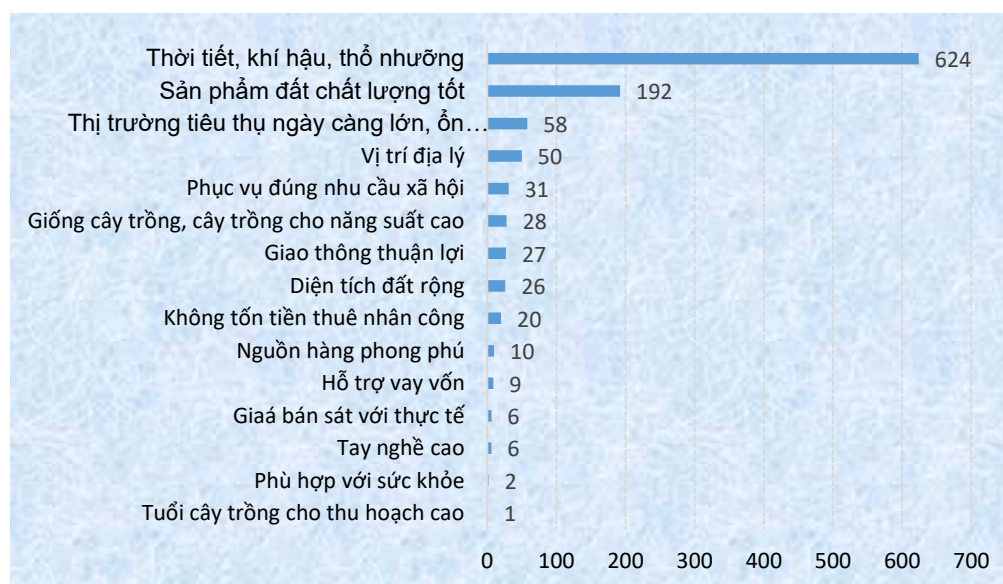
Đầu tư cho nghiên cứu khoa học cho các giống cây trồng năng suất cao, chất lượng tốt, phù hợp với điều kiện từng vùng còn nhiều hạn chế. Liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp, nhà khoa học và hộ nông dân trong sản xuất chế biến nông sản, đặc biệt là đầu tư vào các sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc thù theo chuỗi giá trị sản phẩm còn hết sức hạn chế. Sự liên kết hộ sản xuất với các tác nhân của chuỗi giá trị toàn cầu gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của mô hình hợp tác xã trước đây và doanh nghiệp cam kết thu mua không thực sự ổn định. Có thể dễ dàng nhận thấy, các hộ gia đình thường gặp thuận lợi trong các mối liên kết với người gần gũi, thân quen và có sự cộng tác lâu dài (cùng địa phương, thương lái), trong khi đó các hộ gặp nhiều khó khăn trong liên kết với các tác nhân và tổ chức khác như doanh nghiệp nước ngoài, doanh nghiệp nhà nước, liên kết ngoại tỉnh, ngoại vùng do thiếu thông tin liên kết và năng lực liên kết kém. Mặc dù nhu cầu liên kết để sản xuất của các hộ nông dân Tây Nguyên là rất lớn, nhưng sự liên kết này thực tế lại rất yếu ở nhiều khâu và nhiều công đoạn sản xuất kinh doanh.

Thứ hai, khai thác lợi thế đặc thù theo chiều rộng đang khiến Tây Nguyên gặp khó khăn trong hấp thụ công nghệ cao.

Tài Nguyên đất và nước bị khai thác cạn kiệt, phá vỡ quy hoạch trong phát triển các cây trồng có lợi thế, di dân ồ ạt, phá vỡ mạch nước ngầm, giảm nguồn nước sinh hoạt, đói nghèo, bất bình đẳng. Khảo sát về những thuận lợi của hộ gia đình ở hai địa phương Lâm Đồng và Đắk Lắk cho thấy, phần lớn hộ dân đều cho rằng điều kiện thời tiết, khí hậu, thổ nhưỡng, nhân lực giá rẻ là những nhân tố thuận lợi nhất trong hoạt động sản xuất kinh doanh và phát triển du lịch. Trong khi đó, những yếu tố như giống cây trồng cho năng suất cao, lao động kỹ năng cao, các kỹ thuật để giảm chi phí đầu vào sản xuất, hỗ trợ vốn, công nghệ từ doanh nghiệp và chính quyền... lại không được đánh giá cao, không được coi là các nhân tố thuận lợi cho phát triển sản xuất kinh doanh.

Hình 3.3. Thuận lợi của hộ gia đình trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch (số hộ trả lời)

a. Lâm Đồng



b. Đắk Lắk

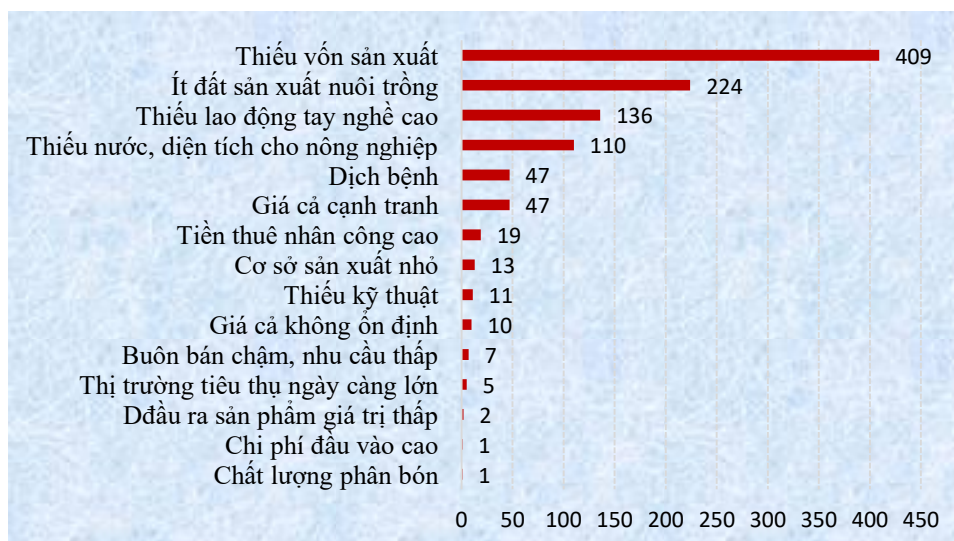


Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

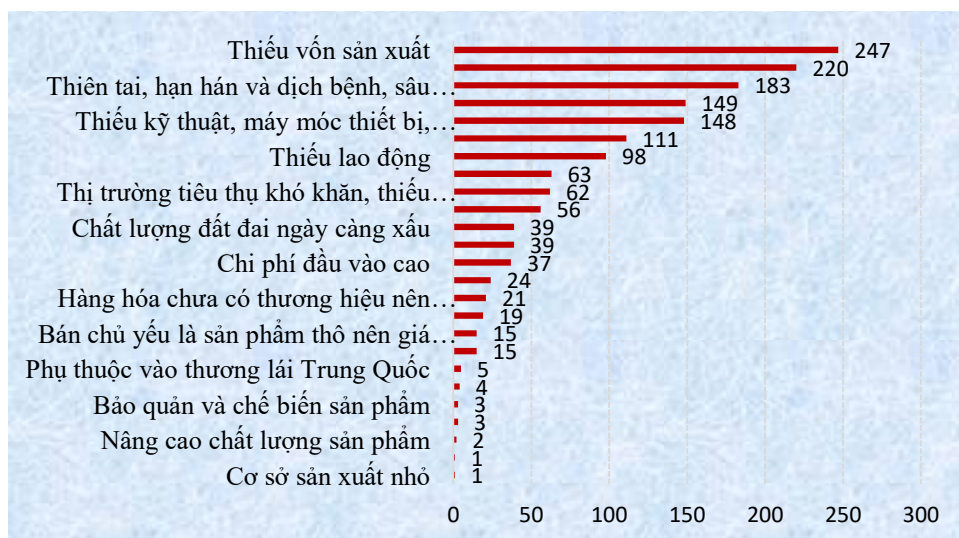
Cùng với đó, kết quả khảo sát cũng cho thấy các hộ gia đình ở hai tỉnh Đắk Lắk và Lâm Đồng gặp rất nhiều khó khăn trong khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù. Kết quả điều tra ở Lâm Đồng cho thấy, những khó khăn được các hộ đề cập nhiều nhất là thiếu vốn sản xuất (409 hộ). Tiếp đến là các khó khăn như ít đất sản xuất nuôi trồng (224 hộ), thiếu lao động tay nghề cao (136 hộ), và thiếu nước, diện tích cho nông nghiệp (110 hộ). Kết quả ở Đắk Lắk cho thấy, 5 khó khăn được nhiều hộ lựa chọn nhất gồm có thiếu vốn sản xuất (247 hộ), thiên tai, hạn hán và dịch bệnh, sâu bệnh (220 hộ), thiếu kỹ thuật, máy móc thiết bị (183 hộ).

Hình 3.4. Những khó khăn của hộ gia đình trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch (số hộ trả lời)

a. Lâm Đồng



b. Đắc Lắc



Nguồn: Kết quả khảo sát của đề tài

Kết quả khảo sát các cán bộ các cấp ở hai tỉnh Lâm Đồng và Đắc Lắc cho thấy, các khó khăn lớn nhất cản trở địa phương khai thác lợi thế tiềm năng gồm có:

- Người dân thường chạy theo trồng những cây trồng có giá cả hiện tại cao, ví dụ như trồng hồ tiêu, sầu riêng, bơ ồ ạt không theo quy hoạch.
- Khó chuyển đổi ngành nghề sản xuất, kinh doanh của địa phương.
- Thiếu vốn trong đầu tư, đặc biệt là trong phát triển du lịch sinh thái
- Hoạt động thương mại còn đơn điệu (hoạt động ăn uống và các tiệm tạp hóa)
- Công nghiệp không phát triển
- Không có các dự án lớn (đặc biệt là các nhà máy sản xuất)
- Quy mô sản xuất chưa lớn
- Thiếu thương hiệu cho sản phẩm
- Thiếu nhà máy chế biến nông sản
- Không có sản phẩm nổi bật so với vùng khác
- Chất lượng sản phẩm chưa đồng đều
- Thiếu doanh nghiệp đầu tư
- Thiếu sự liên kết để mở rộng thị trường; thiếu sự liên kết trong sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm.
- Thiếu nhân lực qua đào tạo để xây dựng, phát triển kinh tế trang trại.
- Giá sản phẩm bấp bênh dẫn đến việc trồng rồi chặt bỏ rồi trồng mới
- Trong xã vẫn còn đông đồng bào dân tộc thiểu số vì vậy việc phát triển sản xuất đối với họ cũng khó khăn đặc biệt trong tình hình mới.

- Tâm lý ngại chuyển đổi mô hình sản xuất; người dân chưa mạnh dạn đầu tư, sản xuất quy mô nhỏ

- Sản xuất vẫn theo tự phát dựa trên sự biến động về giá cả
- Khí hậu biến đổi thất thường
- Chăn nuôi chưa phát triển
- Người dân chưa quen với việc làm dịch vụ du lịch.

Các lý do chưa khai thác tốt lợi thế phân lớn cán bộ ở Đắk Lắk và Lâm Đồng cho rằng: chất lượng sản phẩm chưa tốt do ít áp dụng khoa học kỹ thuật, bán sản phẩm thô. Người dân chưa tận dụng tốt lợi thế về đất đai để tiến hành trồng xen canh nhiều loại cây trên 1 diện tích. Phát triển sản xuất theo chiều rộng khiến sản phẩm đặc thù phụ thuộc vào điều kiện bên ngoài, đặc biệt là phụ thuộc vào giá cả thị trường lên xuống bấp bênh, biến động mạnh và phụ thuộc vào biến động của thời tiết. Trong khi đó, các nhu cầu về vốn, kỹ thuật công nghệ chưa được đáp ứng đầy đủ để khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù.

Thứ ba, biến đổi khí hậu đang làm thay đổi hệ sinh thái, nguồn nước, tài nguyên, cây trồng của Tây Nguyên. Những điểm yếu và thách thức về biến đổi khí hậu, năng lực công nghệ, tiềm năng vốn, chất lượng nguồn nhân lực... đang làm cho các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên phát huy không đúng giá trị, đôi khi bị lạm dụng quá mức, hoặc chưa khai thác hiệu quả, ảnh hưởng đến phát triển bền vững. Việc khai thác lợi thế và tiềm năng các nguồn tài nguyên này đã đẩy Tây Nguyên đứng trước nhiều thách thức và nguy cơ mất cân bằng sinh thái và khai thác cạn kiệt tài nguyên. Phát triển sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là cây công nghiệp (cà phê, cao su, hồ tiêu...), phát triển công nghiệp (thủy điện, khai khoáng...) vừa theo kế hoạch vừa phát triển tự phát ồ ạt theo nhu cầu nhất thời của thị trường đã dẫn đến tình trạng phải chuyển mục đích sử dụng đất, đánh đổi tài nguyên không hợp lý và không hiệu quả. Nhiều diện tích rừng đã bị chặt phá, chuyển mục đích sử dụng đất sang trồng cây trồng công nghiệp và phát triển công nghiệp, xây dựng cơ bản. Nhiều diện tích rừng đã bị chặt phá trở thành đất trống đồi trọc và chuyển đổi đất rừng sang phát triển cây công nghiệp, thủy điện... cùng với diễn biến phức tạp của biến đổi khí hậu đã làm gia tăng hiện tượng hoang mạc hoá, đất đai bị thoái hoá xói mòn, rửa trôi, sạt lở đất, lũ quét... Tài nguyên nước ở Tây Nguyên đang bị khai thác quá mức vào mùa khô (chủ yếu do gia tăng nước tưới cho cây công nghiệp, trữ nước cho thủy điện) nên ngày

càng có nguy cơ mất cân đối nghiêm trọng không những cho nội vùng mà đối với cả khu vực rộng lớn ở hạ lưu. Lượng nước sử dụng (chủ yếu cho nông nghiệp) không được hoàn lại và bị tổn thất khá lớn ước tính trên 20%. Về mùa khô, các sông suối ở các khu vực không còn rừng tự nhiên hầu như cạn kiệt nước (như lưu vực hồ chứa thủy điện Yaly, Pleikrông trên sông sông Se San), mực nước ngầm tụt sâu gây thiếu nước nghiêm trọng. Việc xây dựng nhiều công trình thủy điện trong thời gian qua ở Tây Nguyên đã phải đánh đổi lớn về tài nguyên đất, tài nguyên rừng và đặc biệt là đã gây ra nhiều tác động bất lợi đến môi trường sinh thái, kinh tế và văn hóa xã hội của vùng.

Thứ tư, tác động đến đời sống văn hoá tinh thần mang đậm đà bản sắc Tây Nguyên nếu không tính đến tính hiệu quả và cân bằng trong khai thác lợi thế đặc thù để phát triển kinh tế và tính bền vững về văn hoá tộc người ở Tây Nguyên.

Hiện nay, văn hóa Tây Nguyên đang ngày càng mai một. Rừng bị tàn phá, người dân tộc phải bỏ rừng, trong khi rừng vốn được coi là cội nguồn của đời sống tâm linh, là phần sâu xa của con người và cộng đồng các dân tộc Tây Nguyên.

Văn hoá truyền thống của người Tây Nguyên là làm rẫy bằng cách đốt một khoảnh rừng và tía lúa xuống đất. Chất mùn do lá rụng lâu năm và chất tro đốt có tác dụng phân bón. Một khoảnh đất canh tác như vậy trong hai hay ba năm thì bạc màu, người ta để hưu canh (ở Tây Nguyên gọi là “rẫy đẻ”), chuyển sang đốt một khoảnh rừng khác. Kỹ thuật chặt và đốt rừng làm rẫy được quy định rất chặt chẽ trong luật tục, không hề lãng phí và không bao giờ để xảy ra cháy rừng... Mỗi hộ trong làng thường có từ 10 đến 20 rẫy. Khi đã khai thác đến rẫy thứ 10 hay thứ 20, quay lại rẫy đầu tiên thì đã là 40 đến 60 năm, đủ thời gian cho rừng tái sinh. Đây là phương thức tìm lấy thức ăn từ rừng và nuôi rừng khôn ngoan đã được tích lũy và thử thách hàng nghìn đời. Trong thời gian gần đây, dân số Tây Nguyên tăng nhanh, đột ngột, với cường độ lớn. Đây là tăng cơ học, tức do đưa người nơi khác đến, chứ không phải tăng tự nhiên. Tăng tự nhiên với tỷ lệ sinh đẻ quá cao cũng gây ra nhiều khó khăn, như các dịch vụ xã hội thiết yếu (giáo dục, y tế, an sinh xã hội...) không theo kịp. Tốc độ tăng dân số tăng cơ học đưa đến một tình hình nghiêm trọng bởi nó làm đảo lộn cơ cấu dân cư, và từ đó tất yếu gây ra những đảo lộn về mọi mặt. Những tập tục văn hoá truyền thống bị phai nhạt và dân số di cư với số lượng lớn vào Tây Nguyên đang dẫn đến việc khai thác các lợi thế đặc thù ở khu vực này phát triển “nóng” theo chiều rộng, không đảm bảo phát triển bền vững.

Phát triển kinh tế nhanh trong thời gian gần đây đi kèm với di dân, phá rừng để mở rộng diện tích canh tác đã khiến quy mô của làng bản ở Tây Nguyên không còn như xưa, nhất là những khu định cư mới cho các công trình thủy điện. Không còn những buôn làng trong một không gian truyền thống, những nhà rông, nhà dài, nhà sàn đã mất đi. Thực trạng này thực sự rất đáng báo động. Đời sống nhân dân các dân tộc Tây Nguyên hiện đang có rất nhiều khó khăn nên đồng bào chưa có điều kiện quan tâm đến việc giữ gìn, phát huy văn hóa truyền thống. Thậm chí, ở một số địa phương, người dân phải bán cả tài sản văn hóa vật thể như công chiêng, ché, nhà cổ... để lấy tiền làm vốn sản xuất, đời sống. Để phát triển bền vững, khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên, cần xây dựng mô hình về buôn làng đồng bào dân tộc Tây Nguyên để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa Tây Nguyên, đảm bảo sự phát triển bền vững trên vùng đất có nhiều lợi thế đặc thù về giá trị văn hoá, dân tộc.

3.4. Bối cảnh mới và định hướng khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030

3.4.1. Bối cảnh mới và sự lựa chọn định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030

3.4.1.1. Bối cảnh quốc tế

Thứ nhất, xu hướng hoà bình, hợp tác và phát triển vẫn tiếp tục là xu thế nổi trội trong quan hệ quốc tế. Từ nay đến năm 2030, cục diện thế giới đa cực hình thành rõ nét hơn do thay đổi nhanh chóng trong tương quan sức mạnh giữa các quốc gia. Mỹ vẫn tiếp tục là siêu cường trên thế giới, trong khi đó Trung Quốc tiếp tục phát triển và có tiếng nói quan trọng trong các diễn đàn kinh tế - chính trị khu vực và trên thế giới. Ấn Độ và các quốc gia mới nổi khác tiếp tục vươn lên thành các nền kinh tế có quy mô khá lớn trên thế giới, trở thành đối trọng của các nước lớn khác.

Về tương quan sức mạnh toàn cầu, hầu hết các đánh giá đều cho rằng đến năm 2030 Mỹ vẫn giữ được vị trí vượt trội về sức mạnh so với các cường quốc khác bởi hiện nay Mỹ vẫn đang dẫn trước các nước khác một khoảng cách lớn về kinh tế, quân sự, khoa học và công nghệ. Tuy nhiên, quyền lực của Mỹ sẽ suy giảm một cách tương đối, nhường chỗ cho Trung Quốc và Ấn Độ. Mặc dù gặp phải cuộc chiến tranh thương mại với Mỹ và chiến lược Ấn Độ - Thái Bình Dương của Mỹ, sức mạnh của Trung Quốc sẽ tiếp tục tăng lên, trở thành một cực quan trọng của thế giới, có sức mạnh quan trọng về kinh tế và tiềm lực quân sự. Bên cạnh đó, Ấn Độ dự đoán sẽ trở

thành một cường quốc quân sự có công nghệ hạt nhân chiến thuật và công nghệ vệ tinh hiện đại, lực lượng hải quân mạnh. Theo dự báo mới nhất của ngân hàng Standard Chartered (tháng 1 năm 2019), 10 nền kinh tế lớn nhất thế giới tính theo GDP đến năm 2030 lần lượt sẽ là Trung Quốc, Ấn Độ, Mỹ, Indonesia, Thổ Nhĩ Kỳ, Brazil, Ai Cập, Nga, Nhật Bản và Đức. Dự báo này cho rằng tăng trưởng kinh tế của Trung Quốc sẽ khoảng 5%/năm vào năm 2030 phản ánh xu hướng suy giảm tự nhiên dựa vào quy mô nền kinh tế, trong khi Ấn Độ sẽ đạt mức tăng trưởng 7,8%/năm đến năm 2030.

Thứ hai, châu Á – Thái Bình Dương tiếp tục là trung tâm phát triển kinh tế năng động và trở thành trung tâm quyền lực mới của thế giới. Là khu vực tăng trưởng nhanh nhất trong những thập niên qua, tỷ trọng của châu Á sẽ là 35% GDP toàn cầu vào năm 2030, bằng tỷ lệ của Mỹ và EU cộng gộp lại. Bên cạnh Trung Quốc và Ấn Độ, ASEAN với dân số gần 640 triệu người sẽ là những nền kinh tế thị trường mới nổi quan trọng trên thế giới, tiếp tục có thành tựu vượt bậc trong xoá đói giảm nghèo. Tuy nhiên, khu vực châu Á Thái Bình Dương sẽ phải đứng trước bối cảnh phát triển nhiều biến động và phức tạp do những diễn biến toàn cầu và những thách thức khu vực mới nổi lên, trong đó có vấn đề an ninh, biến đổi khí hậu và rủi ro thiên tai, áp lực môi trường, đói nghèo và tác động từ sự cạnh tranh của các nước lớn và từ toàn cầu hoá.

Thứ ba, toàn cầu hoá tiếp tục là xu thế phát triển. Xu thế khu vực hoá diễn ra mạnh mẽ, đặc biệt là ở khu vực châu Á – Thái Bình Dương. Xu hướng hội nhập quốc tế đang hình thành các thể chế đa phương, mang tính chất liên kết rất cao, trong đó có sự phát triển của các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, nhất là CPTPP, RCEP, FTA với EU, khu vực tự do hoá thương mại châu Á- Thái Bình Dương (FTAAP), Khu vực thương mại tự do Á – Âu (ASEM). Các hình thức hội nhập kinh tế khác như hội nhập tiểu vùng, hội nhập xuyên biên giới ngày phát triển. Cộng đồng kinh tế ASEAN đã hình thành, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tự do hoá thương mại, vốn, con người và dịch vụ trong khu vực ASEAN.

Thứ tư, sự phát triển của khoa học công nghệ và cách mạng công nghệ 4.0 đang làm thay đổi nền kinh tế thế giới và mô hình kinh doanh của các quốc gia, các doanh nghiệp. Cách mạng công nghiệp 4.0 tác động mạnh mẽ và trực tiếp đến tất cả các khâu của nền kinh tế, bao gồm sản xuất và tiêu dùng, thúc đẩy nền kinh tế thế giới

chuyển sang kinh tế tri thức. Đối với các nhà sản xuất, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 chứng kiến sự du nhập của các công nghệ tiên tiến giúp tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới, tăng hiệu quả sản xuất, thúc đẩy sáng tạo và phát triển của nền công nghiệp trong dài hạn. Chi phí vận chuyển và liên lạc giảm, dây chuyền cung cấp hiệu quả hơn, chi phí thương mại được giảm thiểu. Khâu sản xuất hiện nay đang dần được ứng dụng máy móc một cách triệt để, khi đó vai trò của người lao động trực tiếp sẽ giảm. Những nước có nguồn nhân lực giá rẻ dồi dào lại là những nước kém phát triển sẽ càng khó cạnh tranh được với các nước phát triển trong khâu sản xuất. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đặt ra nhiều thách thức mới cho các nền kinh tế, đặc biệt là đối với các nước phát triển kinh tế dựa vào tài nguyên. Cuộc cách mạng này cũng làm thay đổi về thói quen sản xuất, tiêu dùng, cách thức quản lý sẽ làm biến đổi mạnh mẽ trong sinh hoạt và thu nhập. Những người có trình độ tay nghề cao sẽ tận dụng được sức mạnh công nghệ và sẽ có thu nhập cao hơn. Sự chênh lệch giàu nghèo của tầng lớp được coi là “sáng tạo” nhất so với những lao động “tay chân” là rất lớn. Từ đó, bất bình đẳng xã hội có thể sẽ tiếp tục tăng. Đối với khu vực châu Á, cách mạng công nghệ 4.0 đang mở ra nhiều cơ hội để kết nối, giao thương, tiếp cận các dịch vụ hiện chưa sẵn có, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và cải thiện đời sống xã hội. Nhưng cách mạng công nghệ 4.0 đang đòi hỏi các kỹ năng mà nhiều người lao động các nước châu Á chưa có, làm gia tăng khả năng thất nghiệp, thiếu việc làm, hoặc việc làm lương thấp đối với các lao động giản đơn.

Thứ năm, thế giới từ nay đến năm 2030 phải đối phó với nhiều vấn đề mang tính toàn cầu như biến đổi khí hậu, ô nhiễm môi trường, an ninh năng lượng, an ninh lương thực, an ninh nguồn nước, an ninh mạng, dịch bệnh, tội phạm xuyên quốc gia, chủ nghĩa khủng bố, khủng hoảng di cư, chủ nghĩa bảo hộ, chủ nghĩa cực đoan, mâu thuẫn sắc tộc và tôn giáo...

Theo thông báo của Tổ chức Khí tượng Thế giới (WMO, 2016), nhiệt độ trung bình toàn cầu đã tăng khoảng 0,89 độ C (dao động từ 0,69 đến 1,08 độ C) trong thời kỳ 1901-2012. Dự báo nhiệt độ toàn cầu sẽ tăng thêm 02 độ C trong giai đoạn từ nay đến năm 2100, nếu các quốc gia trên thế giới không có giải pháp quyết liệt ngăn hiện tượng trái đất ấm lên (chủ yếu do gia tăng lượng khí thải CO₂). Lượng mưa ở nhiều khu vực nhiệt đới có xu thế giảm. Biến đổi khí hậu dẫn đến tranh chấp nguồn nước diễn ra nghiêm trọng, đặc biệt là ở châu Á, nơi chiếm 72% tổng diện tích được tưới

tiêu của thế giới. Đến nay, cộng đồng quốc tế đã đưa ra nhiều kêu gọi, cam kết về ứng phó với biến đổi khí hậu.

Còn theo Hội đồng người tị nạn Na Uy, mỗi năm trên thế giới có khoảng 20 triệu người phải di cư do thời tiết khắc nghiệt trong thập kỷ 20 của thế kỷ XXI và tiếp tục trở nên phổ biến trong năm 2030. Nhiều người sẽ phải rời bỏ nhà cửa do lũ lụt, cháy rừng, hạn hán, làm cho nhiều khu vực dân cư trên thế giới bị tổn thương do biến đổi khí hậu, tạo ra nguy cơ tiềm ẩn cao về an ninh lương thực, an ninh nguồn nước, có thể gây ra những căng thẳng hoặc chiến tranh. Chủ nghĩa Hồi giáo cực đoan tuy có suy giảm về mặt lực lượng nhưng vẫn tiếp tục là mối đe dọa đối với hoà bình và ổn định trên thế giới.

3.4.1.2. Bối cảnh trong nước

Thứ nhất, thế và lực của Việt Nam đã lớn mạnh lên nhiều và dự báo đến năm 2030 Việt Nam sẽ trở thành quốc gia công nghiệp. Nghị quyết số 23-NQ/TW ngày 22/3/2018 đã nêu rõ: Đến năm 2030, Việt Nam hoàn thành mục tiêu công nghiệp hoá, hiện đại hoá, cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại; thuộc nhóm 3 nước dẫn đầu khu vực ASEAN về công nghiệp, trong đó một số ngành công nghiệp có sức cạnh tranh quốc tế và tham gia sâu vào chuỗi giá trị toàn cầu. Tầm nhìn đến năm 2045, Việt Nam trở thành nước công nghiệp phát triển hiện đại.

Nghị quyết xác định rõ mục tiêu cụ thể đến năm 2030 là: Tỷ trọng công nghiệp trong GDP đạt trên 40%; tỷ trọng công nghiệp chế biến, chế tạo trong GDP đạt khoảng 30%, trong đó công nghiệp chế tạo đạt trên 20%. Tỷ trọng giá trị sản phẩm công nghiệp công nghệ cao trong các ngành chế biến, chế tạo đạt tối thiểu 45%. Tốc độ tăng trưởng giá trị gia tăng công nghiệp đạt bình quân trên 8,5%/năm, trong đó công nghiệp chế biến, chế tạo đạt bình quân trên 10%/năm. Tốc độ tăng năng suất lao động công nghiệp đạt bình quân 7,5%/năm. Chỉ số hiệu suất cạnh tranh công nghiệp (CIP) nằm trong nhóm 3 nước dẫn đầu ASEAN. Tỷ lệ lao động trong lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ đạt trên 70%. Xây dựng được một số cụm liên kết ngành công nghiệp, doanh nghiệp công nghiệp trong nước có quy mô lớn, đa quốc gia, có năng lực cạnh tranh quốc tế.

Để thực hiện được mục tiêu đề ra, Nghị quyết đã nêu lên định hướng xây dựng chính sách phát triển công nghiệp quốc gia, gồm: chính sách phân bổ không gian và chuyển dịch cơ cấu ngành công nghiệp; chính sách phát triển các ngành công nghiệp

ưu tiên; chính sách tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh thuận lợi cho phát triển công nghiệp; chính sách phát triển doanh nghiệp công nghiệp; chính sách phát triển nguồn nhân lực công nghiệp; chính sách khoa học và công nghệ cho phát triển công nghiệp; chính sách khai thác tài nguyên, khoáng sản và chính sách bảo vệ môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu trong quá trình phát triển công nghiệp; nâng cao năng lực lãnh đạo của Đảng, hiệu lực, hiệu quả quản lý của Nhà nước, phát huy quyền làm chủ của nhân dân trong xây dựng và triển khai thực hiện chính sách phát triển công nghiệp quốc gia.

Thứ hai, từ nay đến 2020 Việt Nam bước vào giai đoạn thực thi các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế trên nhiều tầng nấc, trong đó có những cam kết FTA thế hệ mới với các tiêu chuẩn cao. Năm 2018, Việt Nam hoàn thành lộ trình thực hiện cam kết trong Hiệp định hàng hoá ASEAN (ATIGA), cam kết gia nhập WTO (31/12/2018). Giai đoạn từ 2020 đến 2025 Việt Nam sẽ lần lượt hoàn tất các cam kết FTA ASEAN với Trung Quốc, Australia, New Zealand, Ấn Độ, Hàn Quốc, Nhật Bản. Từ 2026 đến 2030 là giai đoạn hoàn tất các cam kết FTA của Việt Nam với Nhật Bản, Liên minh kinh tế Á – Âu, Chi lê, CPTPP. Đây là giai đoạn Việt Nam phải thực hiện nhiều cam kết cắt giảm dẫu, tiêu chuẩn cao, trong khi thời hạn phải triển khai các FTA thế hệ mới đã đến rất gần. Điều này sẽ mang lại những tác động tích cực và tiêu cực, trực diện và sâu rộng đến kinh tế Việt Nam, đến từng địa phương, doanh nghiệp và người dân, khiến môi trường cạnh tranh ngày càng gia tăng và gay gắt hơn.

Thứ ba, kinh tế Việt Nam đã ra khỏi nhóm các nước có thu nhập trung bình, duy trì sự ổn định kinh tế vĩ mô, nâng cao chất lượng tăng trưởng kinh tế, tăng cường năng lực cạnh tranh và cải thiện môi trường kinh doanh, giảm dần khoảng cách chênh lệch giữa các vùng miền. Dự báo từ nay đến 2030, với việc ký kết CPTPP và các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, kinh tế Việt Nam có thể giảm bớt được các tác động tiêu cực từ các biện pháp bảo hộ thương mại ở bên ngoài, đem lại triển vọng tăng trưởng kinh tế tích cực trong dài hạn. Theo dự báo, do trở thành thành viên chính thức của CPTPP, thu nhập quốc gia của Việt Nam có thể tăng trưởng thêm 2% vào năm 2030. Hội nhập kinh tế tích cực đang giúp các ngành công nghiệp và dịch vụ ở Việt Nam thay đổi và chuyển dịch cơ cấu mang tính chất tích cực, tạo thêm thế và lực mới cho kinh tế Việt Nam từ nay đến 2030.

Thứ tư, Việt Nam còn gặp nhiều thách thức trong phát triển kinh tế- xã hội.

Thách thức trước hết là Việt Nam vẫn đang thiếu nền tảng kinh tế tư nhân phát triển vững chắc để có thể trở thành động lực chính cho tăng trưởng kinh tế và tăng năng suất lao động. Điều này đòi hỏi tiếp tục phải nỗ lực xây dựng hệ thống luật pháp thể chế để cởi trói cho kinh tế tư nhân phát triển. Mặc dù Việt Nam đang nỗ lực chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế và tái cấu trúc nền kinh tế, nhưng tăng trưởng kinh tế của Việt Nam vẫn chủ yếu theo chiều rộng, xuất khẩu sản phẩm thô, thu hút đầu tư nước ngoài ồ ạt và chưa nhấn mạnh đến chất lượng nguồn vốn FDI, chưa tập trung vào đầu tư công nghệ cao và giá trị gia tăng lớn, chưa chú ý khai thác hiệu quả mối liên kết giữa doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Hơn nữa, chất lượng nguồn vốn nhân lực của Việt Nam đang gặp nhiều vấn đề, khiến các ngành kinh tế Việt Nam khó nâng cấp trong chuỗi giá trị toàn cầu. Sự phát triển kinh tế nhanh chóng của Việt Nam trong hơn 30 năm qua đang tạo ra những gánh nặng về chi phí môi trường ngày càng lớn, ảnh hưởng đến phát triển kinh tế bền vững.

Biến đổi khí hậu đang tác động trực tiếp đến phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam, đang khiến Việt Nam vấp phải những nguy cơ về an ninh lương thực, an ninh nguồn nước, an ninh lương thực, đe dọa đời sống và sinh kế của người nghèo. Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả đề tài cho thấy, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, mặc dù Việt Nam đạt được nhiều thành tựu phát triển kinh tế, nhưng đầu tư nước ngoài và các lĩnh vực sản xuất hướng vào xuất khẩu không có tác động tích cực to lớn đến vấn đề tạo việc làm và giảm nghèo, và trong năm 2008 tỷ lệ việc làm trong khu vực FDI ở Việt Nam chỉ chiếm 1,61% tổng việc làm tạo ra trong toàn xã hội. Những người làm trong khu vực nông nghiệp càng ít có cơ hội giảm nghèo và tăng thêm thu nhập bởi các yếu tố liên quan đến giáo dục và nghề nghiệp tại một quốc gia đang công nghiệp hoá nhanh chóng như Việt Nam hiện nay. Điều đó cho thấy trong giai đoạn tới Việt Nam vẫn phải đối mặt với một tình trạng vô cùng khó khăn, đó là nghèo đói vẫn là một hiện tượng khó giải quyết tận gốc, đặc biệt là ở các vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa. Tại các vùng có lợi thế về tài nguyên (như Tây Nguyên và một số vùng khác) hoặc tại các khu đô thị, nghèo đói có thể giảm nhanh hơn nhưng vẫn không thể giải quyết một cách hiệu quả nếu như thiếu các chính sách phát triển mang tính chất bền vững và cân bằng⁷⁸.

⁷⁸ Bùi Nhật Quang – Hoàng Xuân Trung (2017), Sectoral employment and poverty in rural Vietnam in 2000s, Economics Bulletin, vol 37, Issue 4.

Một vấn đề khác là Việt Nam đang phải đối mặt với những nguy cơ bất ổn định chính trị xã hội, an ninh biển Đông, vấn đề biên giới, tội phạm, dịch bệnh ung thư và nhiều dịch bệnh khác, an toàn xã hội, chiến tranh mạng, an toàn thông tin, tham nhũng... Trong bối cảnh toàn cầu hoá tiếp tục lan rộng và cuộc cách mạng 4.0 phát triển nhanh chưa từng có, các vấn đề này đang tạo ra những thách thức đối với sự phát triển bền vững của Việt Nam.

3.4.2. Yêu cầu đặt ra và lựa chọn định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên

3.4.2.1. Các yêu cầu đặt ra đối với Tây Nguyên trong khai thác lĩnh vực lợi thế đặc thù đến năm 2030

Thứ nhất, các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên buộc phải có sự chuyển dịch từ lợi thế tĩnh sang lợi thế động để đáp ứng yêu cầu mới của thời đại.

Trong thời đại toàn cầu hoá, các nguồn lực được tự do di chuyển. Sự phân bổ nguồn lực dựa trên lợi thế so sánh, lợi thế đặc thù buộc phải đáp ứng với sự phát triển của nền kinh tế tri thức và cách mạng công nghiệp 4.0. Trong một thế giới đang thay đổi rất nhanh, việc dựa quá lâu vào lợi thế đặc thù tĩnh sẽ tiềm ẩn nhiều nguy cơ thất bại trong cuộc cạnh tranh quốc tế, là rào cản trong tiếp nhận công nghệ cao hơn và khó có thể thoát khỏi vị trí đáy trong chuỗi giá trị toàn cầu. Tây Nguyên là một vùng đi sau về trình độ phát triển kinh tế so với cả nước, do vậy cần phải nỗ lực chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tiếp nhận nền kinh tế tri thức và công nghệ cao để có thể cạnh tranh trong nước và hội nhập quốc tế. Những lợi thế đặc thù hiện nay ở Tây Nguyên đang khai thác dưới dạng tĩnh, buộc phải có sự thay đổi trong thập niên thứ 3 của thế kỷ XXI bởi thực tế cho thấy giá cả hàng hoá chủ lực của Tây Nguyên đang có xu hướng giảm trong thời gian gần đây (do phần lớn là xuất khẩu dưới dạng thô) và chất lượng hàng hoá không đảm bảo, không có giá trị gia tăng cao. Trình độ công nghệ của các doanh nghiệp chế biến các nông sản chủ lực của Tây Nguyên còn rất thấp. Theo đánh giá của Hội đồng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (năm 2015), 63% số doanh nghiệp cà phê được hỏi cho rằng công nghệ chế biến cà phê hiện nay thấp hơn so với công nghệ của thế giới. Có tới 80% cà phê ở Tây Nguyên được sơ chế, chế biến tại khu vực hộ gia đình.⁷⁹ Việt Nam tuy đã trở thành quốc gia sản xuất,

⁷⁹ Hội đồng doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (2015), Báo cáo năng lực cạnh tranh của ba ngành chè, cà phê & cao su, Hà Nội.

xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới, nhưng vẫn chủ yếu là xuất khẩu cà phê nhân. Cà phê chế biến sâu còn nhiều hạn chế, chiếm tỷ trọng nhỏ trong sản lượng và kim ngạch cà phê của Việt Nam, giá trị gia tăng thấp do công nghệ lạc hậu, quy mô sản xuất của các nhà máy nhỏ bé. Trong ngành điều, các sản phẩm điều chế biến tại Gia Lai (từ quả điều tươi ở tỉnh Gia Lai và hạt điều thô từ nhập khẩu) mới chỉ chế biến đến công đoạn điều nhân và xuất khẩu. Việc chế biến điều tại đây chủ yếu là bằng việc sử dụng sức lao động, chỉ một số ít công đoạn mới cần tới máy móc. Việc chế biến từ điều nhân sang thực phẩm (như điều rang muối, điều mật ong, sô cô la điều,...) là công đoạn có giá trị gia tăng cao hơn, nhưng lại không diễn ra trên địa bàn Tây Nguyên. Không những vậy, thực hiện chế biến điều nhân còn có tác dụng kéo theo sự phát triển các lĩnh vực khác như sản xuất các loại bao bì đóng gói, các phụ gia đi kèm⁸⁰... Yêu cầu đặt ra với Tây Nguyên là cần chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế, hình thành hệ thống doanh nghiệp hạt nhân trong các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, tiếp thu công nghệ hiện đại, tăng nhanh mức độ chế biến các sản phẩm đặc thù, hình thành sự liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp, nhà khoa học để nâng cấp các lợi thế đặc thù sẵn có của vùng.

Thứ hai, tham gia sâu vào mạng sản xuất và chuỗi giá trị toàn cầu.

Hệ thống phân công lao động quốc tế mới đang hình thành buộc các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên phải có những đột phá trong phát triển để tham gia mạng sản xuất toàn cầu. Trong quá trình hội nhập AEC, FTA thế hệ mới, Tây Nguyên có nhiều lợi thế về sản phẩm, giá cả, thị trường, nhưng cũng buộc phải cạnh tranh bình đẳng với các đối tác khác trong các cam kết. Hội nhập quốc tế hiện nay không chỉ là các vấn đề về hàng rào thuế quan, mà còn liên quan nhiều đến các vấn đề môi trường kinh doanh, chính sách luật pháp, công nghệ và nhiều vấn đề liên quan khác. Những vấn đề này buộc các tỉnh Tây Nguyên phải nhìn nhận lại các nguồn lực đầu tư, đổi mới kỹ thuật công nghệ, thực hiện nghiêm ngặt các điều kiện vệ sinh kiểm dịch, đóng gói bao bì, truy xuất nguồn gốc xuất xứ sản phẩm, các tiêu chuẩn liên quan đến sức khỏe và đời sống con người. Hội nhập quốc tế và sự phát triển của mạng sản xuất toàn cầu cũng đòi hỏi hệ thống doanh nghiệp của Tây Nguyên nâng cao năng lực cạnh

⁸⁰ Bùi Quang Tuấn (2015), *Tái cơ cấu kinh tế Tây nguyên theo hướng phát triển bền vững*, Đề tài thuộc Chương trình Tây Nguyên 3, Mã số TN3/X01.

tranh để có thể duy trì thị phần của mình trên thị trường nội địa và nước ngoài khi hội nhập.

Tây Nguyên cũng cần phải có tư duy đột phá về thu hút FDI trong khai thác lợi thế đặc thù, lựa chọn các nhà đầu tư phù hợp và lĩnh vực đặc thù phù hợp để nâng cấp tiềm lực phát triển kinh tế của mình. Là một vùng nguyên liệu cây công nghiệp mang tính duy nhất và khác biệt so với các vùng khác trên cả nước, cần nhận định rõ các lợi thế này và phương thức nâng cấp lợi thế này bằng cách phát triển các cụm ngành với vai trò quan trọng của FDI và các công ty đầu tư nước ngoài lớn. Ưu thế về quy mô kinh tế, giá trị công nghệ trong hàng nông sản chế biến và thương hiệu sản phẩm cần đặt lên hàng đầu khi Tây Nguyên bước sang thập niên thứ 3 của thế kỷ XXI.

Thứ ba, tránh tình trạng tư duy nhiệm kỳ để hình thành nên một hệ điều phối vùng hiệu quả.

Yêu cầu đặt ra đối với Tây Nguyên là phải xoá bỏ các điểm nghẽn, rào cản trong phát triển kinh tế vùng để xây dựng cơ chế và tổ chức điều phối chung giữa các tỉnh Tây Nguyên. Cho đến nay, những vấn đề phân vùng của Việt Nam còn đang trong quá trình trao đổi, nhưng thực tế khai thác lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong thời gian qua cho thấy chủ thể cấp vùng, cấp tỉnh và địa phương chưa được làm rõ, khiến các tỉnh có tâm lý ỷ lại, không phối hợp liên kết chặt chẽ và cơ chế kiểm tra giám sát hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội của toàn vùng còn yếu kém. Để tránh tình trạng mạnh tỉnh nào tỉnh nấy làm, phá nát quy hoạch và cạnh tranh không lành mạnh, cần phải nhanh chóng xây dựng cơ sở dữ liệu về vùng. Trong phạm vi đề tài, đó là phải xây dựng cơ sở dữ liệu về các lĩnh vực lợi thế đặc thù của toàn vùng, từ đó có những quy hoạch mang tính chuyên ngành để phát triển các cụm ngành của toàn vùng, chứ không phải của các tỉnh riêng lẻ, dự báo các nguồn lực đầu vào, các chính sách hỗ trợ và thị trường đầu tư, cơ chế theo dõi giá cả, tác động môi trường của toàn vùng...

Trong điều kiện Ban chỉ đạo Tây Nguyên bị giải thể, cần phải tiếp tục đổi mới và thể chế hoá cơ chế điều phối liên kết vùng Tây Nguyên nhằm chỉ đạo, điều phối, có cơ chế pháp lý phối hợp thực hiện các chủ trương, định hướng, chính sách, pháp luật về phát triển vùng, đặc biệt trong các lĩnh vực ưu tiên như: điều phối xây dựng quy hoạch, kế hoạch 5 năm hoặc hàng năm; điều phối liên kết thu hút đầu tư theo

danh mục ưu tiên toàn vùng; điều phối xây dựng cơ chế chính sách; điều phối thiết lập hệ thống thông tin toàn vùng để các tỉnh trong vùng nắm vững các cơ chế chính sách, dự báo thị trường và các thông tin khác trong phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của toàn vùng, nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh của kinh tế vùng.

3.4.2.2. Các định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030

a) Quan điểm phát triển vùng Tây Nguyên

Theo Quyết định số 1194/QĐ-TTg ngày 22/7/2014, Tây Nguyên được xác định là có vị trí chiến lược đặc biệt quan trọng về an ninh quốc phòng của quốc gia; là đầu mối giao thương, trung chuyển hàng hóa và dịch vụ thương mại - du lịch của các nước tiểu vùng sông Mêkông và vùng biển Đông; vùng trọng điểm phát triển cây công nghiệp chủ lực cà phê, hồ tiêu, cao su và sản xuất rau hoa công nghệ cao phục vụ xuất khẩu; vùng phát triển nông - lâm nghiệp, thủy điện - thủy lợi, khai thác chế biến bauxit; là vùng có vai trò phòng hộ đầu nguồn, bảo tồn và phát triển tài nguyên rừng, bảo vệ đa dạng sinh học của quốc gia và khu vực; vùng đệm an toàn sinh thái và cung cấp nước cho khu vực Duyên hải Nam Trung Bộ, Đông Nam Bộ; và là vùng bảo tồn bản sắc văn hóa đặc trưng lâu đời của vùng Tây Nguyên; phát triển du lịch văn hóa nhân văn, sinh thái, cảnh quan thiên nhiên, nghỉ dưỡng cấp quốc gia và quốc tế.

b) Định hướng phát triển vùng Tây Nguyên

Thứ nhất, phát triển các tiểu vùng:

1) Tiểu vùng Bắc Tây Nguyên

Gồm 2 tỉnh Gia Lai và Kon Tum tập trung phát triển công nghiệp thủy điện; hình thành các khu du lịch sinh thái, các khu du lịch gắn với vườn quốc gia, khu bảo tồn thiên nhiên. Ổn định phát triển các loại cây công nghiệp; thúc đẩy phát triển giao lưu thương mại hành lang biên giới Việt Nam - Lào - Campuchia.

2) Tiểu vùng Trung Tây Nguyên

Gồm toàn bộ tỉnh Đắk Lắk, tập trung phát triển công nghiệp chế biến nông lâm sản, đặc biệt là sản xuất, chế biến, xuất khẩu cà phê.

3) Tiểu vùng Nam Tây Nguyên

Gồm 2 tỉnh Đắk Nông và Lâm Đồng, tập trung phát triển ngành dịch vụ, du lịch nghỉ dưỡng; công nghiệp khai thác, chế biến khoáng sản và nông nghiệp công nghệ cao.

Thứ hai, phát triển các dải hành lang phát triển kinh tế - đô thị:

- Dải kinh tế phía Đông: Gồm các huyện nằm phía Đông tỉnh Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk là vùng phát triển nông lâm nghiệp. Tại những vùng địa hình đồng bằng và tương đối bằng phẳng phát triển cây lúa, mía; vùng núi cao duy trì và phát triển rừng, bảo tồn đa dạng sinh học; xây dựng các cụm công nghiệp chế biến nông - lâm sản gắn với vùng trồng cây nguyên liệu; phát triển các khu du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, du lịch văn hóa - lịch sử gắn với các địa điểm danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử.

- Dải kinh tế trung tâm (cao nguyên Kon Tum, Pleiku, Đắk Lắk) là vùng nằm dọc hai bên đường Hồ Chí Minh. Trọng tâm phát triển các loại cây công nghiệp chủ lực phục vụ xuất khẩu (cà phê, cao su, điều, tiêu...) phát triển các loại cây ăn trái phục vụ nội địa; cây lương thực và chăn nuôi gia súc gia cầm. Phát triển các đô thị lớn, vừa và nhỏ, các khu - cụm công nghiệp lớn gắn với đô thị và vùng nguyên liệu, các đầu mối giao thông liên vùng. Phát triển các trung tâm dịch vụ thương mại, trung chuyển hàng hóa, du lịch, đào tạo, y tế, văn hóa thể thao cấp vùng.

- Dải hành lang kinh tế phía Tây: Gồm toàn bộ vùng không gian phía Tây huyện Đắk Glây, Ngọc Hồi, Sa Thầy (tỉnh Kon Tum), Ia Grai, Đức Cơ, Chư Prông (tỉnh Gia Lai), Ea Súp, Buôn Đôn, Cư Jút (tỉnh Đắk Lắk) và toàn bộ tỉnh Đắk Nông. Trọng tâm phát triển công nghiệp khai thác chế biến bauxit, luyện nhôm và năng lượng thủy điện; khu vực dọc biên giới hình thành các đô thị vừa và nhỏ, các khu kinh tế quốc phòng gắn với hệ thống cửa khẩu và chợ đường biên. Khu vực núi cao phát triển lâm nghiệp để bảo vệ hệ sinh thái tự nhiên, nguồn nước, rừng đặc dụng, rừng đầu nguồn.

- Vùng kinh tế - Đô thị Nam Tây Nguyên (tỉnh Lâm Đồng): Gồm toàn bộ tỉnh Lâm Đồng. Vùng chuyên canh rau, hoa ôn đới công nghệ cao phục vụ xuất khẩu và nội địa; vùng trồng chè, dâu tằm, bông, cà phê, trái cây; vùng du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, hội nghị, hội thảo, văn hóa, lễ hội. Vùng bảo tồn đa dạng sinh học, bảo vệ đầu nguồn hệ thống sông Đồng Nai; trung tâm du lịch lớn cấp quốc gia và quốc tế tại thành phố Đà Lạt; trung tâm đào tạo đa ngành cấp vùng; trung tâm nghiên cứu hạt nhân, sinh học cấp quốc gia.

- Phát triển các khu và cụm công nghiệp lớn gắn với đô thị Liên Nghĩa - Liên Khương, Bảo Lộc và các đầu mối giao thông liên vùng, vùng nguyên liệu. Trọng tâm

sản xuất công nghiệp chế biến nông - lâm sản, khai thác bauxit, luyện nhôm, sản xuất giấy, vật liệu xây dựng, hóa dược, phân bón, dệt, may, bánh kẹo, rượu, cơ khí, đồ gỗ gia dụng, vật liệu xây dựng; tiểu thủ công nghiệp - thủ công truyền thống (đan, dệt thổ cẩm, nấu rượu, chế biến mứt hoa quả...). Xây dựng trung tâm dịch vụ trung chuyển hàng hóa (logistic) tại đô thị lớn, đầu mối giao thông đa phương tiện (đô thị Liên Nghĩa - Liên Khương, thành phố Bảo Lộc); vùng phát triển các công trình thủy điện quan trọng.

Thứ ba, phát triển du lịch ở Tây Nguyên

Phát triển du lịch có trọng tâm, trọng điểm để hình thành các khu du lịch tầm cỡ quốc gia và khu vực, tạo thương hiệu cho du lịch vùng Tây Nguyên và Việt Nam. Phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường, phát huy các giá trị truyền thống bản sắc văn hóa dân tộc. Đẩy mạnh liên kết du lịch vùng Tây Nguyên với các tỉnh thuộc khu vực miền Trung và Đông Nam Bộ.

Xây dựng các trung tâm dịch vụ du lịch lớn của vùng tại thành phố Buôn Ma Thuột, Pleiku, Đà Lạt gắn với các khu du lịch Quốc gia, điểm du lịch Quốc gia và đô thị du lịch Đà Lạt.

Xây dựng các trung tâm dịch vụ du lịch khác tại các thành phố, thị xã và điểm dịch vụ du lịch đơn lẻ được gắn với cảnh quan thiên nhiên và làng văn hóa dân tộc, danh lam thắng cảnh và hồ thủy điện.

Thứ tư, phát triển các khu, cụm công nghiệp

Đến năm 2030, xây dựng 24 khu công nghiệp và 74 cụm công nghiệp, gồm các ngành: Công nghiệp chế biến nông lâm sản, năng lượng, sản xuất thủy điện, sản xuất vật liệu xây dựng, công nghiệp khai thác khoáng sản, sản xuất phân vi sinh, sản xuất hàng tiêu dùng, dệt, may, da giày, cơ khí, sản xuất thiết bị chế biến, thiết bị giao thông, máy nông nghiệp, lắp ráp máy nông nghiệp. Các khu công nghiệp trọng điểm gồm: Hòa Bình, Sao Mai, Bờ Y, Trà Đa, Tây Pleiku, Hòa Phú, Ea H'leo, Tâm Thắng, Quảng Đức, Lộc Sơn, Phú Hội, Đại Lào, Tân Phú, cửa khẩu quốc tế Lệ Thanh, chế biến bauxit tại khu vực Đăk Nông, Gia Lai và Lâm Đồng.

Mỗi huyện hình thành từ 1 - 2 cụm hoặc điểm công nghiệp quy mô 20 - 50 ha chủ yếu là công nghiệp chế biến nông - lâm sản để phát triển kinh tế địa phương. Phát triển cụm tiểu thủ công nghiệp và làng nghề gắn với phát triển sản xuất nông lâm nghiệp, các ngành dịch vụ ở nông thôn.

Thứ năm, phát triển các vùng nông, lâm nghiệp

Gắn phát triển vùng sản xuất nông nghiệp với phát triển khu dân cư nông thôn. Hạn chế tối đa chuyển đổi diện tích đất nông nghiệp sang đất chuyên dùng; mở rộng diện tích trồng cao su ở vùng biên giới kết hợp giữa phát triển kinh tế với bảo vệ an ninh quốc phòng, phủ xanh đất trống đồi núi trọc. Giảm diện tích trồng cà phê có năng suất thấp nhằm giảm khai thác nước ngầm. Tăng cường cơ sở hạ tầng, cơ sở chế biến, ứng dụng khoa học công nghệ phục vụ lâm nông nghiệp.

Bảo vệ diện tích rừng hiện có, trồng lại diện tích rừng tạp bằng rừng nguyên liệu công nghiệp có giá trị kinh tế để tăng độ che phủ lên 61%.

Hoàn thiện hệ thống rừng đặc dụng, khu bảo tồn thiên nhiên, vườn Quốc gia, với quy mô đã được quy hoạch để bảo tồn tính đa dạng sinh học, bảo vệ nguồn gen quý hiếm, cảnh quan thiên nhiên và giá trị khoa học - văn hóa - lịch sử đồng thời phát triển du lịch tham quan nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái.

Phát triển hệ thống rừng phòng hộ có quy mô đáp ứng yêu cầu phòng hộ đầu nguồn, ven biên giới và các khu đô thị, khu công nghiệp để tạo ra các vành đai rừng chắn gió, cản lũ, chống sạt lở đất, điều tiết các tác động bất lợi của thiên nhiên.

c) Mục tiêu phát triển các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2025, tầm nhìn 2035 của chính phủ

Thứ nhất, trồng trọt các cây trồng chủ lực

- Cây cà phê: giảm dần diện tích cà phê, đặc biệt giảm ở các khu vực đất xấu, đất mỏng, độ dốc cao, khu vực có nguy cơ hạn hán cao. Đến năm 2020, điều chỉnh diện tích cà phê xuống còn 460 nghìn ha, tập trung ở các tỉnh có điều kiện thuận lợi cho phát triển cà phê như Đắk Lắk (170-180 nghìn ha), Lâm Đồng (115-120 nghìn ha), Đắk Nông (80-85 nghìn ha), Gia Lai (70-75 nghìn ha); sản lượng toàn vùng đạt khoảng 1,1-1,2 triệu tấn. Đến năm 2030, tăng nhẹ diện tích cà phê và đạt khoảng 465-570 nghìn ha, trong đó Đắk Lắk 180-185 nghìn ha, Lâm Đồng 115-120 nghìn ha, Đắk Nông 85-90 nghìn ha, Gia Lai 70-75 nghìn ha, năng suất đạt gần 30 tạ/ha, sản lượng đạt khoảng 1,3-1,4 triệu tấn.

Tiếp tục thực hiện tái canh cây cà phê, sử dụng các giống cà phê mới có năng suất, chất lượng cao. Áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất, đặc biệt là biện pháp tưới tiết kiệm nước. Mở rộng chế biến sâu các sản phẩm cà phê để thu được

giá trị cao hơn. Chú trọng mở rộng thị trường, quảng bá, xây dựng thương hiệu cà phê Tây Nguyên.

- Cây cao su: Với thị trường cao su thiên nhiên có triển vọng phát triển dài lâu và việc cây cao su vẫn đạt hiệu quả kinh tế cao so với các cây trồng khác, đặc biệt là trên vùng đất không có hoặc hiếm nguồn nước mới, đến năm 2020 diện tích cao su tiếp tục được mở rộng và đạt khoảng 265-270 nghìn ha, được trồng tập trung ở các tỉnh khu vực địa hình cao như Gia Lai (90-100 nghìn ha), Kon Tum (70-75 nghìn ha), Đắk Lắk (50-60 nghìn ha), sản lượng đạt khoảng 280 nghìn tấn mù. Đến năm 2030, diện tích đạt khoảng 270-280 nghìn ha, sản lượng đạt 320 nghìn tấn mù. Để ổn định và phát triển bền vững cây cao su trong vùng, cần tiếp tục chuyển đổi diện tích cao su không đúng độ cao trồng trên đỉnh quá 600 m, không đúng chủng loại hạt giống dẫn đến sản lượng và chất lượng mù thấp.

- Cây hồ tiêu: trong thời gian tới, điều chỉnh giảm diện tích xuống còn 44-46 nghìn ha vào năm 2020, tập trung trồng ở một số tỉnh có điều kiện thích hợp như Đắk Lắk 16-16,5 nghìn ha, Đắk Nông 14-15 nghìn ha, Gia Lai 13-15 nghìn ha, sản lượng đạt 145-150 nghìn tấn. Đến năm 2030 diện tích hồ tiêu đạt khoảng 48-50 nghìn ha, sản lượng đạt khoảng 180-190 nghìn tấn.

Tiếp tục rà soát, bố trí lại diện tích trồng hồ tiêu tại các vùng có điều kiện phù hợp với sinh thái của cây. Thực hiện tái canh cây tiêu tại các vườn tiêu già cỗi. Sử dụng các giống có năng suất, chất lượng cao, có khả năng chống chịu sâu bệnh.

- Cây chè: Tiếp tục xây dựng vùng chuyên canh chè tại Lâm Đồng. Tập trung đầu tư thâm canh, cải tạo giống chè trên diện tích hiện có, áp dụng tiến bộ kỹ thuật tiên tiến vào trong khâu sản xuất chế biến chè. Đến năm 2020, dự kiến toàn vùng có 25 nghìn ha chè, trong đó tập trung tại Lâm Đồng 23 nghìn ha, mở rộng diện tích chè sang Gia Lai (1-1,5 nghìn ha); sản lượng đạt 265 tấn búp tươi. Đến năm 2030 diện tích chè đạt khoảng 26 nghìn ha, sản lượng đạt khoảng 310 nghìn tấn búp tươi.

- Cây điều: trong giai đoạn tới dự báo nhu cầu thị trường sản phẩm điều được mở rộng. Dự kiến đến năm 2020 diện tích trồng điều được điều chỉnh tăng đạt 92-95 nghìn ha, sản lượng đạt 90 nghìn tấn, tập trung ở 4 tỉnh Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông, Lâm Đồng, bình quân mỗi tỉnh khoảng 20-25 nghìn ha. Đến năm 2030 nâng diện tích trồng điều lên 98-100 nghìn ha, sản lượng đạt 145-150 nghìn tấn.

- Cây hoa, rau đậu, cây ăn quả:

Hoa: Tiếp tục mở rộng vùng trồng hoa xuất khẩu tại Lâm Đồng nhất là phát triển cây hoa ở thành phố Đà Lạt, các huyện Đức Trọng, Đơn Dương.

Rau đậu: Ngoài sản xuất tại Lâm Đồng, các tỉnh xây dựng các mô hình trồng rau an toàn nhân rộng ra toàn tỉnh. Hoàn thành quy trình VietGAP phù hợp với từng địa phương. Xây dựng các hệ thống bán rau an toàn tại các siêu thị, chợ cùng với xây dựng thương hiệu sản phẩm.

Cây ăn quả: Tiếp tục phát triển các sản phẩm cây ăn quả phù hợp với điều kiện khu vực Tây Nguyên như bơ, sầu riêng, mít, măng cầu, cam, quýt... Hình thành các vùng sản xuất tập trung, chuyên canh, cải tạo vườn tạp, tuyển chọn các giống mới, áp dụng kỹ thuật canh tác tiên tiến, kết hợp đầu tư công nghệ chế biến vào sản xuất.

- Cây dược liệu:

Tây Nguyên có gần 1.000 loài thực vật được sử dụng làm thuốc. Đây là tiềm năng cây thuốc rất lớn để phát triển dược liệu ở Việt Nam. Do đó, trong thời gian tới cần tiếp tục phát triển một số cây dược liệu quý như sâm Ngọc Linh tại tỉnh Kon Tum, cây atiso tại Lâm Đồng, sa nhân, thảo quả...

Thứ hai, phát triển công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản

Giai đoạn đến năm 2020:

- Đẩy mạnh công tác điều tra cơ bản địa chất - khoáng sản, đánh giá triển vọng kinh tế của các loại khoáng sản để phát triển bền vững ngành công nghiệp khai thác, chế biến khoáng sản.

- Tập trung khai thác chế biến các loại khoáng sản có tiềm năng lớn và có triển vọng trong Vùng; đầu tư mở rộng quy mô và nâng cấp công nghệ thiết bị hiện đại nhằm tăng năng suất, cải thiện điều kiện lao động và bảo vệ môi trường công nghiệp đối với bauxite - alumin - nhôm, khoáng sản vật liệu xây dựng và khoáng chất công nghiệp.

Giai đoạn 2021-2025:

- Tiếp tục đầu tư cho công tác thăm dò, đánh giá trữ lượng các mỏ để đảm bảo nguồn tài nguyên cho phát triển bền vững ngành công nghiệp khai khoáng.

- Đầu tư đồng bộ cơ sở hạ tầng, phát triển các cơ sở công nghiệp có liên quan tại các vùng có tiềm năng khoáng sản để hình thành và phát triển các trung tâm công nghiệp khai khoáng hiện đại, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và thân thiện môi trường như: trung tâm sản xuất alumina - nhôm; trung tâm sản xuất nguyên, vật liệu

xây dựng, trong đó vật liệu xây dựng nhẹ và không nung là chủ đạo; trung tâm sản xuất nguyên, vật liệu chịu lửa và khoáng chất công nghiệp tại các tỉnh Gia Lai và Kon Tum.

- Đầu tư khai thác và chế biến các mỏ kim loại (sắt, chì, kẽm, mangan), các mỏ kim loại màu và quý hiếm (đồng, vàng, antimoan, thiếc, wolfram...).

Tầm nhìn đến 2035:

- Tập trung đầu tư công nghệ chế biến sâu, nâng cao giá trị gia tăng, chất lượng sản phẩm và hiệu quả sản xuất kinh doanh chế biến các loại khoáng sản. Đặc biệt chú trọng đầu tư chế biến nhôm và các sản phẩm sau nhôm.

- Khai thác hợp lý và tiết kiệm tài nguyên khoáng sản phục vụ nhu cầu phát triển các ngành công nghiệp trong nước, các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo từ nguyên liệu khoáng sản có lợi thế và giá trị xuất khẩu.

Thứ ba, phát triển công nghiệp chế biến nông, lâm sản

Giai đoạn đến năm 2020:

- Đầu tư mới và nâng công suất một số dự án chế biến các sản phẩm có lợi thế về nguyên liệu trong vùng (cao su, cà phê, hồ tiêu, điều, mắc ca, chế biến thịt, da động vật, sữa, bột giấy, ván nhân tạo, đồ gỗ tinh chế xuất khẩu, hàng lâm sản, thủ công mỹ nghệ...).

- Hình thành các khu, cụm công nghiệp chế biến nông, lâm sản, thực phẩm quy mô lớn gắn với vùng nguyên liệu ổn định để phát triển sản xuất, có điều kiện xử lý chất thải, bảo vệ môi trường với mục tiêu tham gia vào chuỗi sản xuất của thị trường thế giới.

Giai đoạn 2021-2025:

- Ưu tiên đầu tư các cơ sở chế biến lớn có thiết bị tiên tiến, công nghệ hiện đại, đầu tư phát triển ứng dụng khoa học công nghệ để nâng cao tính cạnh tranh sản phẩm xuất khẩu, đồng thời đảm bảo yếu tố bảo vệ môi trường.

- Khuyến khích các nhà máy hình thành các liên doanh, liên kết; đầu tư phát triển các vùng nguyên liệu chuyên canh quy mô lớn có trình độ canh tác, cơ giới hóa cao, gắn kết vùng nguyên liệu với nhà máy chế biến.

Tầm nhìn đến năm 2035:

Tập trung vào chế biến sâu các sản phẩm nông, lâm sản; đồng thời tiếp tục tạo ra nhiều dòng sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã đẹp và hợp thị hiếu tiêu dùng, xây

dựng hình ảnh và thương hiệu cho các sản phẩm vùng Tây Nguyên nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các sản phẩm đáp ứng tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Thứ tư, mục tiêu phát triển du lịch

- Khách du lịch:

Đến năm 2020 thu hút 800 nghìn lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ 3,9 triệu lượt khách du lịch nội địa; tăng trưởng khách du lịch quốc tế là 12,2%/năm và khách du lịch nội địa là 6,0%/năm;

Năm 2025 thu hút 1,2 triệu lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ 5,1 triệu lượt khách du lịch nội địa; tăng trưởng khách du lịch quốc tế là 8,5%/năm và khách du lịch nội địa là 5,5%/năm;

Năm 2030 thu hút 1,8 triệu lượt khách du lịch quốc tế, phục vụ 6,8 triệu lượt khách du lịch nội địa; tăng trưởng khách du lịch quốc tế là 8,0%/năm và khách du lịch nội địa là 5,0%/năm

- Phát triển thị trường khách du lịch:

+ Khách du lịch nội địa: Phát triển thị trường du lịch nội vùng và các vùng phụ cận, đặc biệt là từ các thành phố và các trung tâm du lịch lớn; chú trọng khách du lịch với mục đích nghiên cứu văn hóa, sinh thái, nghỉ dưỡng núi, giải trí, nghỉ cuối tuần và du lịch gia đình; Khuyến khích phát triển, mở rộng thị trường du lịch theo các chuyên đề đặc biệt (vượt thác, thám hiểm rừng nguyên sinh, leo núi chinh phục đỉnh cao, khinh khí cầu, nhảy dù, tàu lượn...).

+ Khách du lịch quốc tế: Thu hút, phát triển các thị trường gần, có khả năng chi trả cao như: Nhật Bản, Hàn Quốc và các nước ASEAN; Tăng cường khai thác thị trường cao cấp từ Tây Âu, Bắc Mỹ, Úc; Nghiên cứu mở rộng các thị trường mới: Ấn Độ, Bắc Âu.

d) Các định hướng ưu tiên khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030

Thông qua việc phân tích SWOT và bối cảnh phát triển mới, đồng thời dựa vào thực trạng khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong thời gian vừa qua và quan điểm định hướng phát triển vùng Tây Nguyên đến năm 2030, có thể đưa ra các định hướng ưu tiên trong khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đến năm 2030 như sau:

Một là, khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cần một không gian phát triển mở rộng. Cần phá vỡ tư duy phát triển vì lợi ích nhóm và phân mảnh các lợi thế đặc thù của từng vùng. Không gian phát triển không thể bó hẹp ở từng tỉnh riêng lẻ của Tây Nguyên mà cần phải hướng tới một tầm nhìn chung, một không gian chung để có thể triển khai các biện pháp, chính sách đồng bộ, nhằm tận dụng các cơ hội để phát triển các lợi thế đặc thù của vùng Tây Nguyên, đồng thời hạn chế những thách thức, khắc phục những điểm yếu trong khai thác lợi thế đặc thù vùng Tây Nguyên như trong thời gian qua. Một không gian phát triển chung và một thể chế quản trị vùng vững mạnh sẽ giúp Tây Nguyên khai thác hiệu quả các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, hình thành nên các vùng chuyên canh lớn, lựa chọn công nghệ đồng bộ, lựa chọn đối tác đầu tư và thị trường thương mại hiệu quả, có năng lực tốt hơn trong liên kết nội vùng và ngoại vùng. Lợi thế đặc thù của vùng Tây Nguyên cần phải dựa vào lợi thế khác biệt của mỗi tỉnh Tây Nguyên nhưng cũng cần đảm bảo tính thống nhất trong một không gian chung vì sự phát triển bền vững.

Hai là, khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cần thích ứng với sự thay đổi khoa học công nghệ nhanh chóng trên thế giới và điều chỉnh theo lộ trình cam kết cho ngày càng phù hợp với các luật lệ và nguyên tắc quốc tế, đặc biệt trong các cam kết với AEC và FTA thế hệ mới. Xét trong tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, tỷ trọng này là rất nhỏ, cho thấy Tây Nguyên chưa đi theo các cam kết hội nhập một cách hiệu quả. Để giải quyết tình trạng này, lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cần phải chuyển từ tĩnh sang động, hình thành nên các khu chế biến nông sản hiện đại và các cụm công nghiệp mang tính chuyên ngành và liên ngành để đáp ứng yêu cầu hội nhập và cạnh tranh quốc tế. Nói cách khác, Tây Nguyên cần nhanh chóng chuyển từ mô hình khai thác lợi thế đặc thù dựa chủ yếu vào khai thác tài nguyên thô, sản phẩm xuất khẩu thô, đầu tư chủ yếu vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ... sang mô hình khai thác lợi thế đặc thù dựa vào các ngành công nghiệp chế biến, dựa vào công nghệ cao, ưu tiên chất lượng sản phẩm, ưu tiên phát triển các doanh nghiệp lớn và tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng. Sự thay đổi mô hình này đòi hỏi phải có cách ứng xử chính sách của nhà nước trở nên linh hoạt hơn, chính quyền địa phương năng động và có tư duy dài hạn hơn để đảm bảo các lợi thế đặc thù được khai thác hiệu quả.

Ba là, trong khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, Tây Nguyên bộc lộ nhiều hạn chế và thách thức. Chính vì vậy, để khai thác lợi thế đặc thù hiệu quả trong thời gian tới, Tây Nguyên cần phải đi theo một số nguyên tắc sau đây:

- Quy hoạch đất đai trồng và canh tác các cây trồng chủ lực phải tính toán đến quỹ đất và nguồn tài nguyên nước, rừng để cân đối cây trồng nào nên mở rộng và cây trồng nào phát triển trong giới hạn để đảm bảo sự phát triển bền vững.

- Xác định rõ những điểm đột phá cụ thể trong các lĩnh vực có lợi thế đặc thù (chẳng hạn như lựa chọn các ngành chế biến nông sản mũi nhọn hoặc xây dựng thương hiệu cho 1 sản phẩm chủ lực) để tập trung đủ nguồn lực và đối tác đầu tư trong trung hạn và dài hạn, trên cơ sở đó xác định các chính sách và giải pháp đột phá cụ thể tương ứng.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu đầy đủ, thống nhất và cập nhật liên quan đến các lĩnh vực có lợi thế đặc thù (quy hoạch, đất đai, giống cây trồng, vật nuôi từng loại cây trồng, kỹ thuật canh tác, quy mô doanh nghiệp, du lịch, nguồn nước, môi trường, tài nguyên, con người...); đồng thời phải có thông tin đầy đủ và chính xác về thị trường, giá cả, đối tác thương mại và các công tác dự báo khác liên quan đến khai thác lợi thế đặc thù trong ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.

3.5. Các giải pháp nhằm khai thác hiệu quả các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên trong hội nhập quốc tế

Thông qua việc nhận dạng và xác định đúng các lĩnh vực và thực trạng khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên, đề tài có một số kiến nghị sau đây:

Kiến nghị thứ nhất: Thay đổi quan điểm và nhận thức về lợi thế đặc thù và khai thác các lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây Nguyên

Lợi thế đặc thù được hiểu là những lợi thế về sản phẩm, lĩnh vực, ngành, địa phương mang tính độc đáo, duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên (tự nhiên và nhân văn) trong một ngành, lĩnh vực, địa phương và việc khai thác các lợi thế đó giúp các ngành, lĩnh vực, địa phương nâng cao năng lực cạnh tranh trong phát triển kinh tế.

Lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên được xác định là vị trí địa lý, tài nguyên (khí hậu, đất đai, nguồn nước, khoáng sản), văn hoá, thể chế). Căn cứ vào 8 biểu hiện lợi thế đặc thù một quốc gia/vùng lãnh thổ thường có (vị trí địa lý, tài nguyên, con người, công nghệ, kết cấu hạ tầng kỹ thuật, văn hoá, đội ngũ doanh nhân, chính quyền và quản trị), thì Tây Nguyên hiện nay đang có 4 lợi thế đặc thù, trong đó có 3 lợi thế đặc thù tĩnh.

Về các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, có thể xác định Tây Nguyên có 03 lĩnh vực: trồng và sản xuất các sản phẩm nông sản đặc thù (cà phê, cao su, tiêu, điều, chè, gỗ, bông, rau quả, dược liệu.....), chế biến các sản phẩm có lợi thế đặc thù (chế biến nông sản, chế biến lâm sản, khai thác và chế biến khoáng sản), phát triển du lịch (du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, du lịch lịch sử). Đây là các lĩnh vực được cũng được xác định là chủ lực, ưu tiên mũi nhọn trong các quyết định của chính phủ trong các giai đoạn 2001-2010; 2010-2020 và 2020-2030⁸¹.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực, toàn cầu và trước sự thay đổi mạnh mẽ của cuộc cách mạng công nghệ 4.0, việc xác định các lợi thế đặc thù và các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên đang đặt ra nhiều vấn đề cần xác định lại và cần thay đổi.

Thứ nhất, cần xác định rõ hơn tính hiệu quả trong khai thác các lợi thế đặc thù tĩnh của Tây Nguyên. Các lĩnh vực có lợi thế đặc thù của Tây Nguyên hiện nay phần lớn đều là lợi thế tĩnh, đang bị khai thác ồ ạt, phá vỡ quy hoạch và không mang lại hiệu quả kinh tế cao. Do các tỉnh Tây Nguyên có lợi thế đặc thù mang tính chất tương đồng, và do chính quyền địa phương hiểu không đủ hoặc muốn phát huy tối đa lợi thế của tỉnh mình theo cách riêng của mình, nên các sản phẩm từ lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây Nguyên mang tính chất na ná nhau, không có tính đặc trưng địa phương, đôi khi còn cạnh tranh lẫn nhau. Tư duy phát triển kinh tế dựa trên lợi thế đặc thù mang tính nhỏ lẻ, cục bộ địa phương, lợi ích nhóm, thiếu liên kết, thiếu chiến lược và chính sách dài hạn đang khiến việc khai thác lợi thế đặc thù tĩnh không hiệu quả, tạo ra chi phí to lớn và cản trở sự phát triển của các tỉnh bên cạnh, gây ra hiệu ứng cạnh tranh không lành mạnh giữa các tỉnh trong vùng, khiến Tây Nguyên đi vào *vòng phát triển luẩn quẩn*: càng ra sức phát huy lợi thế, sản phẩm ra đời hàng loạt với giá ngày càng

⁸¹ Quyết định 168/2001/QĐ-TTg; Quyết định 25/2008/QĐ-TTg; Quyết định 936/QĐ-TTg 2012; Quyết định 1194/QĐ-TTg 2014

hạ thấp; càng chạy đua vì lợi nhuận, các doanh nghiệp và hộ nông dân càng cạnh tranh không lành mạnh và phá vỡ nguyên tắc khai thác lợi thế đặc thù bền vững; càng tập trung đầu tư cho lợi thế đặc thù, hiệu quả đầu tư càng giảm và các doanh nghiệp lớn ngày càng tháo lui khỏi thị trường do tính cạnh tranh thị trường không còn lành mạnh.

Thứ hai, cần thay đổi nhận thức lợi thế đặc thù sẽ tồn tại mãi mãi. Nếu không phát huy đúng khả năng, không có sự liên kết chặt chẽ giữa các địa phương, lợi thế có thể trở thành yếu tố kìm hãm phát triển, dễ chuyển thành bất lợi thế, có tác động phá vỡ các nỗ lực khai thác các lợi thế đặc thù của các tỉnh Tây nguyên.

Nhiều lĩnh vực lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên đang biến thành bất lợi thế khi việc khai thác lợi thế đặc thù không tuân thủ đúng quy luật khách quan và bị ảnh hưởng quá lớn bởi ý chí chủ quan của con người. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, nhiều bất lợi thế đang xuất hiện chính trong quá trình khai thác lợi thế đặc thù của Tây nguyên: canh tác cây trồng chủ lực manh mún, giống cây bị thoái hoá, sản phẩm bản, sản xuất chủ yếu là gia công và cho sản phẩm thô, quy trình bảo quản sau thu hoạch kém, chất lượng sản phẩm không đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế, cây trồng bị chặt phá tự phát, phát nương làm rẫy tràn lan ảnh hưởng đến tài nguyên rừng, phát triển du lịch bản địa Tây Nguyên nhưng không dựa trên văn hoá bản địa và các dân tộc Tây Nguyên. Các lợi thế về tài nguyên nước, bò xít, văn hoá bản địa do khai thác không hiệu quả cũng đang biến thành bất lợi thế, đặt Tây nguyên trong tình trạng khan hiếm nước ngày càng trầm trọng, nạn bùn đỏ từ khai thác bò xít đang huỷ hoại môi trường sinh thái xung quanh, mất đi bản sắc văn hoá riêng, bản sắc tộc người riêng, làm mất cân đối trong phát triển kinh tế - xã hội, tiềm ẩn các xung đột xã hội, tài nguyên ngày càng bị khai thác kiệt quệ làm ảnh hưởng đến môi trường sinh thái.

Thứ ba, trong điều kiện chưa xuất hiện các lĩnh vực lợi thế mới ở khu vực Tây Nguyên (nền công nghiệp chế biến, kết cấu hạ tầng kỹ thuật hiện đại, các tập đoàn kinh tế lớn đủ khả năng vận hành các cụm ngành), cần xác định lại một số lĩnh vực lợi thế đặc thù của Tây nguyên trong bối cảnh phát triển mới từ nay đến 2030, đó là:

1) Các lĩnh vực lợi thế đặc thù tiếp tục khai thác (có cân nhắc đến tính bền vững và hạn chế những yếu tố bất lợi thế đang nổi lên trong từng lĩnh vực), bao gồm: trồng và sản xuất các sản phẩm nông sản đặc thù (cà phê, cao su, tiêu, điều, chè, gỗ, bông, rau quả, dược liệu.....), chế biến gỗ, sản xuất giấy, phát triển du lịch (du lịch sinh thái, du

lịch văn hoá, du lịch lịch sử); 2) Các lĩnh vực lợi thế đặc thù khuyến khích khai thác, bao gồm: vị trí địa chính trị - kinh tế, đầu tư khoa học công nghệ trong phát triển nông nghiệp chế biến nông lâm sản, nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp công nghệ cao, năng lượng tái tạo; 3) Các lĩnh vực lợi thế đặc thù hạn chế khai thác trong thời gian tới, bao gồm: thủy điện nhỏ; khai thác bô xít và khai thác tài nguyên gây ô nhiễm môi trường.

Kiến nghị thứ hai: Hình thành cơ chế đặc thù cho vùng Tây Nguyên để khai thác hiệu quả các lợi thế đặc thù

Tây Nguyên đang được hưởng lợi từ các chính sách mang tính đặc thù trong phát triển kinh tế - xã hội trong thời gian qua. Tuy nhiên, sau nhiều năm thực hiện các chính sách này, kinh tế vùng Tây Nguyên chưa có chuyển biến mạnh, các lợi thế đặc thù chưa được khai thác đúng, đủ và hiệu quả. Mặc dù có nhiều lợi thế đặc thù, nhưng Tây Nguyên chưa xây dựng được một nền nông nghiệp công nghệ cao; chưa hình thành các ngành công nghiệp chế biến các sản phẩm chủ lực như nông sản, thực phẩm; du lịch còn phát triển manh mún, cơ sở hạ tầng và liên kết vùng trong khai thác lợi thế đặc thù yếu kém.

Trong bối cảnh Ban chỉ đạo Tây Nguyên bị giải thể, cần tiếp tục nghiên cứu để xây dựng cơ chế phù hợp để cởi trói và tạo động lực cho vùng Tây Nguyên có thể khai thác hiệu quả hơn các tiềm năng lợi thế hiện có. Cơ chế này cần đảm bảo tính chia sẻ thông tin, rủi ro, lợi ích và liên kết trong khai thác các lĩnh vực có lợi thế đặc thù, đảm bảo các địa phương thực hiện phát triển kinh tế xã hội đúng quy hoạch, hạn chế những lợi ích cục bộ địa phương, đảm bảo sự liên kết vùng thông suốt, đồng thời phải gắn với những đặc trưng riêng có của Tây Nguyên về hệ sinh thái, giá trị văn hoá dân tộc, gắn kết cộng đồng, đảm bảo an ninh quốc phòng.

Cơ chế đặc thù cho Tây Nguyên cần ưu tiên một số vấn đề chính sau đây:

- Xây dựng ***cơ chế quản trị vùng*** cho toàn khu vực Tây Nguyên: Hiện nay Việt Nam đang quản lý vùng theo mô hình quản lý liên tỉnh, phân cấp và tôn trọng quyền tự chủ của các tỉnh thành trong phát triển kinh tế - xã hội. Quản lý vùng theo cách thức này đang mang tính chất hành chính, các tỉnh đều có quy hoạch phát triển kinh tế xã hội riêng (gần như giống nhau) và các quy hoạch của tỉnh song song tồn tại cùng với quy hoạch của cả vùng trong một khoảng thời gian nhất định (10 năm/lần). Mô hình này đang khiến việc khai thác các lợi thế đặc thù của vùng Tây Nguyên bị phân tán nguồn lực, thiếu phối hợp và thừa chồng chéo giữa các tỉnh, tạo nên những

phương thức khai thác lợi thế đặc thù giữa các tỉnh trong vùng na ná giống nhau giữa các tỉnh, mang tính cạnh tranh lẫn nhau thay vì phối hợp để tạo lợi ích tổng thể toàn vùng.

Trong thời gian tới, cơ chế quản trị vùng Tây Nguyên cần có sự thay đổi theo quy hoạch không gian toàn vùng để tạo nên các lợi thế đặc thù nhờ quy mô kinh tế rộng lớn hơn (không gian kinh tế toàn vùng) kết hợp với các yếu tố ràng buộc và giao thoa kinh tế - văn hoá – xã hội toàn vùng Tây Nguyên. Trong đó, uỷ ban hoặc chính quyền vùng (chứ không phải chính quyền tỉnh như hiện nay) sẽ chịu trách nhiệm thực hiện quy hoạch không gian, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch tổng hợp đa ngành... dưới sự chỉ đạo của chính quyền trung ương; từ đó chính quyền cấp tỉnh/thành phố/huyện sẽ thực hiện các quy hoạch của địa phương mình dưới sự chỉ đạo của chính quyền vùng. Sự thay đổi mô hình quản lý từ cấp trung ương đến địa phương sang mô hình quản lý từ trung ương xuống cấp vùng, sau đó mới đến cấp địa phương sẽ góp phần tập trung và phân bổ nguồn lực lợi thế hiệu quả hơn, tránh lãng phí hoặc triệt tiêu các lợi thế sẵn có.

- **Luật hoá** để thực hiện cơ chế quản trị vùng: Để xây dựng mô hình quản lý cấp vùng, cần phải ban hành luật và nghị định chính phủ về quản lý các hoạt động quy hoạch và đầu tư xây dựng vùng Tây nguyên, trong đó mục tiêu thống nhất các loại hình quy hoạch đang sẵn có của 5 tỉnh Tây nguyên, thống nhất nội dung quy hoạch vùng Tây nguyên, chỉ rõ các danh mục dự án hoặc chương trình đầu tư thuộc cấp vùng hay cấp tỉnh thực hiện. Đồng thời phải nghiên cứu xây dựng Luật liên kết kinh tế vùng (hay Luật phát triển kinh tế vùng); sửa đổi một loạt các luật khác như Luật ngân sách, Luật đầu tư công, Luật tổ chức chính quyền địa phương để tạo thuận lợi cho các dự án đầu tư và phân bổ ngân sách liên tỉnh, toàn vùng.

- Xây dựng các **chính sách đặc thù** cho phát triển kinh tế toàn vùng Tây Nguyên: Các chính sách này phải được kiến tạo dựa trên cơ sở khai thác lợi thế đặc thù toàn vùng trong điều kiện thực hiện các hiệp định thương mại tự do và cam kết thực hiện các hiệp ước/thỏa thuận hợp tác kinh tế quốc tế, đặc biệt là các chính sách thu hút đầu tư nội vùng Tây Nguyên (có sự thống nhất về các ưu đãi, cấp độ đầu tư, lĩnh vực, sản phẩm, địa bàn khuyến khích đầu tư); chính sách phát triển thị trường vùng/liên vùng; cơ chế phân bổ nguồn lực trung ương đối với các chương trình/dự án vùng; xây dựng quỹ phát triển vùng; xây dựng mô hình quản trị vùng; cơ chế thu hút

các doanh nghiệp lớn đầu tư khai thác lợi thế đặc thù của vùng; cơ chế điều phối chiểu lược, quy hoạch, kế hoạch dài hạn, trung hạn, ngắn hạn của vùng và các địa phương trong vùng.

- Đảm bảo **hệ sinh thái** vùng Tây Nguyên trong quá trình khai thác các lợi thế đặc thù: Khác với các vùng khác trên cả nước, Tây nguyên được coi là Mái nhà Đông Dương, là vùng đại ngàn có chức năng là lá phổi cho các vùng ngoại vi. Những từ này lột tả hết lợi thế đặc thù của vùng đất này, có nghĩa là nơi có thể điều tiết hệ sinh thái cho toàn vùng ngoại vi nói riêng, vùng Đông Nam Bộ và cả nước nói chung. Vì vậy, cần xây dựng một cơ chế hưởng lợi từ bảo tồn và phát triển rừng, từ việc mua bán phát thải khí carbon, từ đó tạo ra các động lực phát triển và kêu gọi sự tham gia tự giác, chia sẻ và cộng sinh, đồng thuận và đồng bộ của các chủ thể tham gia khai thác lợi thế đặc thù ở Tây Nguyên, bao gồm cả chính quyền các cấp, doanh nghiệp, người dân trong vùng.

Khai thác lợi thế đặc thù phải gắn với bảo vệ môi trường, bảo vệ nguồn tài nguyên nước, tránh việc khai thác cạn kiệt bừa bãi các lợi thế tĩnh và vì mục tiêu trước mắt, ưu tiên phát triển các lợi thế động để nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm chủ lực. Các nhà khoa học, các nhà quản lý cần nghiên cứu các lộ trình, kỹ thuật và phương thức quản lý nguồn nước mặt, nước ngầm, nghiên cứu kỹ lưỡng chất lượng đất, cây giống, đề ra các giải pháp hiệu quả trong quản lý sâu bệnh, vệ sinh an toàn thực phẩm các mặt hàng nông sản chủ lực Tây nguyên đang có lợi thế. Để khắc phục các rủi ro về thị trường, cần thay đổi tư duy từ sản xuất theo khả năng sang sản xuất theo nhu cầu thị trường, để tránh tình trạng chạy đua sản xuất, phát rừng chặt cây khi được mùa, làm tổn hại đến các cây trồng chủ lực khác.

Các biện pháp đề xuất của đề tài đối với vấn đề này là như sau:

- Cần lập đề án quản lý và khai thác hiệu quả tài nguyên đất và nước theo hướng tập trung vào việc điều tiết phân phối nguồn đất hợp lý, điều tiết nguồn nước để giảm tình trạng khan hiếm nước vào mùa khô và lũ lụt vào mùa mưa.

- Có phương án quản lý nguồn tài nguyên nước trên lưu vực sông Serepok và Sê san, có phương án phối hợp liên ngành, liên địa phương trong việc giám sát, phân bổ và chia sẻ các nguồn nước của các con sông lớn ở khu vực Tây Nguyên.

- Đẩy mạnh công tác bảo vệ rừng, xiết chặt quản lý rừng, đầu tư trồng rừng cũng như các dự án trồng cây xanh, quản lý hệ thống thủy lợi để đảm bảo chất lượng tài nguyên đất và khai thác hiệu quả nguồn nước.

- Chú trọng phát triển nông nghiệp hữu cơ bằng cách hình thành nhiều vùng chuyên canh nông nghiệp hữu cơ để giảm sự ô nhiễm mặt đất và nguồn nước, đảm bảo phương thức canh tác truyền thống của đồng bào dân tộc thiểu số không sử dụng phân hoá học và thuốc trừ sâu, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm đặc thù. Đây cũng là một xu hướng tất yếu trong phát triển nông nghiệp sạch trên thế giới. Để làm được điều đó, phải tập trung đầu tư hiệu quả các nguồn lực (cả tài chính, nhân lực, công nghệ, cơ sở hạ tầng).

- Tăng cường đầu tư khoa học công nghệ nước, công nghệ cây trồng, xây dựng cơ cấu cây trồng phù hợp, đầu tư phát triển các giống cây trồng có năng suất cao, chất lượng tốt, có khả năng kháng chịu hạn, chống chịu sâu bệnh, thích ứng với biến đổi khí hậu để đảm bảo nguồn tài nguyên đất, nước cho các tỉnh Tây Nguyên. Trước mắt, cần tập trung nghiên cứu khoa học công nghệ trong canh tác cà phê, hồ tiêu thích ứng với biến đổi khí hậu và cho chất lượng cây trồng cao hơn.

Kiến nghị thứ ba: rà soát các loại quy hoạch sẵn có trên cơ sở khai thác lợi thế đặc thù toàn vùng Tây Nguyên và đảm bảo tốt về an ninh, quốc phòng

Đề xuất về Nguyên tắc rà soát các quy hoạch: Việc rà soát quy hoạch toàn vùng Tây Nguyên phải bám sát các quyết định quy hoạch vùng, quy hoạch phát triển công nghiệp và thương mại, quy hoạch phát triển du lịch, quy hoạch phát triển trồng trọt ở vùng Tây Nguyên, đồng thời phải có sự thống nhất trong rà soát quy hoạch giữa vùng Tây Nguyên với các quyết định quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của từng tỉnh Tây Nguyên đến 2030. Trên cơ sở đề xuất thành lập cơ chế quản trị vùng, các quy hoạch này cần tính toán kỹ lưỡng và thống nhất các quy hoạch về giao thông và cơ sở hạ tầng, quy hoạch phát triển vùng, quy hoạch bảo vệ môi trường, quy hoạch về cụm ngành và doanh nghiệp cốt lõi, quy hoạch văn hoá – du lịch, quy hoạch hệ thống không gian xanh, quy hoạch đô thị và nhiều quy hoạch khác. Tiếp theo đó là phân định và phân cấp rõ quy hoạch nào phải thực hiện theo quy hoạch chung của vùng và quy hoạch nào thuộc thẩm quyền và trách nhiệm của các tỉnh, địa phương. Quy hoạch vùng Tây nguyên cần thực hiện 10 năm/1 lần, có điều chỉnh theo từng giai đoạn 5

năm/lần và phù hợp với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội của cả nước trong cùng giai đoạn.

Đề xuất rà soát một số quy hoạch cụ thể:

- *Rà soát diện tích trồng các cây trồng chủ lực:* hiện nay các tỉnh Tây nguyên đã tiến hành rà soát vùng quy hoạch sản xuất chuyên canh các cây trồng chủ lực theo 3 cấp: tỉnh, huyện, xã. Tuy nhiên, các biện pháp rà soát này mới chỉ tiến hành riêng lẻ ở từng tỉnh. Trong tương lai, cần nhanh chóng quy hoạch và quy hoạch lại các vùng sản xuất các cây trồng chủ lực như cà phê, cao su, chè, tiêu, điều... trên phạm vi toàn vùng Tây nguyên theo hướng phân bố các vùng sản xuất nông nghiệp theo lợi thế đặc thù theo không gian toàn vùng, thích ứng với biến đổi khí hậu. Trong đó, các quy hoạch phải xây dựng chi tiết các vùng cà phê, vùng hồ tiêu, vùng điều, vùng chè, vùng cao su, vùng sản xuất rau củ quả công nghệ cao, vùng chăn nuôi gia súc.. Các quy hoạch này nên đi theo khuynh hướng hình thành các vùng chuyên canh có quy mô lớn, tránh tình trạng quy hoạch nhỏ lẻ, phân tán, khó hình thành các vùng nguyên liệu và khó áp dụng tiến bộ khoa học công nghệ để hình thành các vùng nông nghiệp hàng hoá. Các quy hoạch phải gắn các quy hoạch phát triển toàn vùng, sau đó phân cấp xuống các tỉnh/huyện/xã, tầm nhìn dài hạn, trung hạn và ngắn hạn. Đối với từng vùng sản xuất nguyên liệu đặc thù, cần nghiên cứu và xây dựng các cơ chế chính sách cụ thể đối với từng sản phẩm, từ chính sách khuyến khích đầu tư, xây dựng doanh nghiệp, thị trường, chế biến sản phẩm, thu hút công nghệ, thông tin giá cả, liên kết chuỗi, liên kết 4 nhà, liên kết trong và ngoài tỉnh, xây dựng thương hiệu, kế hoạch trồng mới, kế hoạch xen canh...

- *Rà soát quy hoạch phát triển thủy điện:*

+ Nhanh chóng tổ chức rà soát quy hoạch thủy điện trên toàn vùng Tây Nguyên, trong đó kiên quyết loại bỏ, dừng ngay các dự án, các công trình thủy điện không hiệu quả, không đảm bảo an toàn, có ảnh hưởng xấu đến chế độ dòng chảy, môi trường và đời sống nhân dân.

+ Xây dựng dự án nghiên cứu sự bảo tồn và cân bằng nguồn nước (nước mặt, nước ngầm), mức độ sử dụng thủy điện, mức độ an toàn của các hồ chứa, nghiên cứu các biện pháp quản lý thủy điện toàn vùng Tây nguyên và của các tỉnh Tây Nguyên một cách chủ động và bền vững.

+ Xây dựng quy hoạch phát triển năng lượng toàn vùng Tây Nguyên trong dài hạn, trong đó tính toán đến các quy hoạch phân ngành năng lượng giữa thủy điện, năng lượng tái tạo và các năng lượng khác cho hợp lý, từ đó có kế hoạch chủ động trong quản lý tài nguyên thủy điện và năng lượng tái tạo toàn vùng Tây Nguyên.

- *Rà soát quy hoạch phát triển du lịch:*

+ Nghiên cứu, điều chỉnh và bổ sung Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây nguyên đến năm 2020 và tầm nhìn 2030 theo Quyết định 2162/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 của thủ tướng chính phủ. Hướng sửa đổi, bổ sung Quy hoạch phát triển du lịch vùng Tây nguyên theo quyết định 2162/QĐ-TTg cần phải gắn chặt chẽ với không gian phát triển du lịch chung của toàn vùng. Ngoài việc coi trọng phát triển các sản phẩm du lịch chính theo từng tỉnh Tây nguyên, cần bổ sung các hình thức, sản phẩm du lịch toàn vùng theo chuỗi giá trị sản phẩm, tăng cường liên kết nội vùng và ngoại vùng trong phát triển du lịch. Liên kết du lịch theo Quyết định 2162/QĐ-TTg thiên về kết nối các địa điểm đến, nhưng trong thời gian tới các liên kết này cần phải thay đổi mang tính toàn diện, ở nhiều cấp độ hình thức và nội dung, cụ thể là liên kết trong đào tạo và cung ứng nguồn nhân lực; quy hoạch và đầu tư xây dựng hạ tầng du lịch; xây dựng điểm, tuyến du lịch và thương hiệu điểm đến; xây dựng các sản phẩm; điều tiết và cung ứng các dịch vụ, sản phẩm du lịch; tổ chức quản lý du lịch và xây dựng hành lang pháp lý trong phát triển du lịch toàn vùng.

+ Cần thành lập Ban điều phối phát triển du lịch vùng Tây Nguyên theo mô hình quản trị vùng. Ban điều phối sẽ có trách nhiệm chỉ đạo công tác quản lý, tổ chức, liên kết hợp tác trong phát triển du lịch toàn vùng, hạn chế tình trạng phát triển du lịch manh mún tự phát và các địa phương cạnh tranh không lành mạnh với nhau trong phát triển du lịch, tạo nên giá trị và thương hiệu riêng đậm đà bản sắc và giá trị đặc thù của khu vực Tây nguyên, gắn với bảo vệ môi trường, sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên, đảm bảo du lịch bền vững, bảo tồn thiên nhiên, thân thiện với môi trường.

- *Quy hoạch xây dựng một số cụm ngành chủ lực:*

Nguyên tắc để xây dựng một cụm ngành chủ lực đòi hỏi nhiều yếu tố, trong đó gồm: 1) Có một lượng đủ lớn các công ty (trong nước hoặc nước ngoài) hoạt động trong cụm ngành; 2) Có một số lợi thế đặc thù; 3) Có một số doanh nghiệp FDI quan trọng; 4) Có thế mạnh trong các cụm ngành liên quan ở gần vị trí địa lý; 5) Có sự ưu đãi chính sách của chính phủ và chính quyền địa phương.

Trong tương lai, khi lợi thế đặc thù của Tây Nguyên có sự thay đổi theo hướng phát triển các lợi thế đặc thù mới (công nghệ, doanh nhân, quản trị hiện đại), Tây Nguyên có nhiều tiềm năng trong phát triển một số cụm ngành. Phát triển một cụm ngành (chẳng hạn như cà phê) cần phải thực hiện một số biện pháp sau đây:

+ Lập đề án xây dựng kế hoạch, chiến lược phát triển 1 số cụm ngành trọng điểm, Để đảm bảo các nguồn lực cần thiết cho xây dựng cụm ngành, cần lựa chọn số ít các ngành thực sự có lợi thế và đã sẵn có các mối liên kết phát triển giữa các địa phương, doanh nghiệp. Trong thời gian tới, Tây Nguyên nên tập trung xây dựng các cụm ngành sau: cụm ngành cà phê, cụm ngành du lịch, cụm ngành chè, cụm ngành rau quả....để nâng cao lợi thế cạnh tranh của toàn vùng.

+ Kêu gọi thu hút đầu tư trong và ngoài nước, hình thành các doanh nghiệp hạt nhân trong cụm ngành.

+ Cần thu hút các tập đoàn kinh tế mạnh (trong nước và nước ngoài) bằng các thể chế chính sách đặc thù nhằm tạo lợi thế đặc thù mới cho Tây Nguyên khi xây dựng các cụm ngành chủ lực. Tăng cường vai trò của kinh tế tư nhân và vai trò liên kết giữa các nhà (nhà sản xuất – doanh nghiệp – nhà khoa học – chính phủ) để đầu tư công nghệ hiện đại phục vụ cho chế biến sâu các sản phẩm chủ lực của Tây Nguyên.

+ Thay đổi tư duy từ sản xuất theo khả năng sang sản xuất theo nhu cầu thị trường, để tránh tình trạng chạy đua sản xuất, phát rừng chặt cây khi được mùa, làm tổn hại đến các cây trồng chủ lực khác. Chính phủ hỗ trợ xác định thị trường chiến lược cho từng ngành hàng mà Tây Nguyên đang có lợi thế, có những thông báo, phân tích thị trường, cập nhập tiêu chuẩn chất lượng, xây dựng cơ sở dữ liệu cho từng loại sản phẩm và thị trường cụ thể để giúp nông dân, doanh nghiệp và nhà phân phối hiểu rõ biến động thị trường và có phương thức liên kết phù hợp.

+ Xây dựng chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị cho cụm ngành, chú trọng phát triển các doanh nghiệp phụ trợ, xây dựng thương hiệu các hàng hoá chủ lực cho Tây Nguyên. Việc xây dựng thương hiệu nông sản Tây Nguyên cần phải bắt đầu từ thể chế điều phối quản trị vùng và liên kết vùng.

+ Phát triển các dịch vụ kinh doanh như thông tin, đào tạo, tư vấn, ngân hàng, bảo lãnh vốn, tín dụng... cho các cụm ngành.

+ Phát triển nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng cần thiết cho xây dựng cụm ngành. Đề xuất các biện pháp ưu đãi về thuế, đất đai, nguyên liệu... trong xây dựng cụm ngành.

+ Tăng cường sự hỗ trợ và phối hợp chặt chẽ giữa các cấp chính quyền, nhà khoa học, doanh nghiệp để xây dựng cụm ngành. Tổ chức liên minh và thúc đẩy liên kết trong, liên kết ngoài giữa các cụm ngành.

+ Tăng cường liên kết nội vùng và ngoại vùng trong xây dựng cụm ngành.

- *Rà soát các quy hoạch khác* liên quan đến khai thác các lợi thế đặc thù như quy hoạch đất đai, quy hoạch giao thông, quy hoạch phát triển nguồn nhân lực, quy hoạch phát triển các khu công nghiệp, làng nghề, doanh nghiệp vừa và nhỏ... để đảm bảo tính thống nhất, kết nối giữa các bộ ngành liên quan.

Kiến nghị thứ tư: đánh giá lại các chính sách xã hội, dân tộc, tôn giáo, an ninh của vùng Tây Nguyên trong khai thác các lợi thế đặc thù

Đối với vùng có vị trí địa lý quan trọng về an ninh quốc phòng như Tây Nguyên, những lợi thế trong phát triển kinh tế nếu không được khai thác hiệu quả và bền vững sẽ trở thành bất lợi thế của vùng, ảnh hưởng đến vấn đề ổn định xã hội, an ninh quốc phòng. Trong khai thác lợi thế đặc thù ở vùng Tây Nguyên cho phát triển kinh tế, cần phải đặt tư duy phát triển vùng mang tính chất vừa mở vừa đóng, vừa chú trọng thu hút đầu tư nước ngoài vừa cẩn trọng trong lựa chọn các dự án FDI, vừa mở rộng hành lang phát triển kinh tế vừa tính đến các vấn đề bất lợi cho an ninh quốc phòng, vừa phát triển chọn lọc các ngành có lợi thế đặc thù vừa phải hy sinh lợi ích kinh tế để đảm bảo an ninh quốc phòng.

Để đảm bảo an ninh xã hội và quốc phòng trong khai thác lợi thế đặc thù vùng Tây Nguyên, cần chú trọng đến việc nhận diện bản sắc văn hoá của các cộng đồng dân tộc bản địa nơi đây. Để làm tốt điều đó, cần phải có biện pháp đổi mới công tác quản lý và sử dụng đất đai, giúp đồng bào định canh định cư, có đất và giữ được đất. Chú trọng đào tạo giáo dục và đào tạo nghề cho đồng bào dân tộc thiểu số, giải quyết công ăn việc làm và xoá đói giảm nghèo. Việc khai thác các lợi thế đặc thù của Tây Nguyên cũng phải huy động sự tham gia của người dân bản địa, đưa họ trở thành đối tượng hưởng lợi chính của các dự án phát triển du lịch, dự án phát triển các vùng nguyên liệu nông sản, công nghiệp chế biến, chế tạo... Sự tham gia của người dân tộc bản địa nơi đây sẽ góp phần giữ gìn và phát huy các giá trị văn hoá truyền thống.

Hơn nữa, để đảm bảo sự ổn định xã hội và an ninh quốc gia trong khai thác các lợi thế đặc thù, cần tiếp tục tập trung xây dựng kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội, đặc biệt là hạ tầng nông thôn và các hạ tầng thiết yếu phục vụ sản xuất của các vùng dân tộc thiểu số. ưu tiên cho đầu tư giao thông, thuỷ lợi, phát triển công nghiệp, dịch vụ, du lịch, gắn liền với vấn đề phát triển nghề rừng, các làng nghề truyền thống, phát triển văn hoá cộng đồng, tiếng nói và chữ viết của các dân tộc thiểu số. Hơn nữa, việc di dời dân để xây dựng các công trình thuỷ điện, thuỷ lợi, khai thác khoáng sản, xây dựng vùng sinh thái du lịch... cần phải kết hợp đầu tư giải quyết tốt các vấn đề tái định cư, giao đất, giao rừng cho đồng bào dân tộc để đảm bảo sản xuất, việc làm và phù hợp với phong tục tập quán của người dân nơi đây.

KẾT LUẬN

Tây Nguyên được đánh giá là vùng đất có nhiều lợi thế trong phát triển kinh tế, với những cánh rừng cao su, cà phê, hồ tiêu tươi tốt, các khu nông nghiệp công nghệ cao, các ngành chế biến lâm sản - khoáng sản, và các sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng có của vùng đất này. Trong thời gian qua, các lợi thế đặc thù đã từng bước đưa kinh tế Tây Nguyên khởi sắc, đạt được nhiều kết quả tích cực. Từ một vùng đất nghèo nàn, lạc hậu, Tây Nguyên hiện nay được đánh giá là vùng nguyên liệu của các cây trồng đặc sản, đem lại các giá trị và vị trí cao trong xuất khẩu hàng hoá ra thị trường thế giới. Đây cũng là nơi đang được chú trọng trong phát triển du lịch, thủy điện và khai thác khoáng sản với các dự án quan trọng và mang tính chất chiến lược trong phát triển kinh tế của các tỉnh Tây Nguyên.

Tuy nhiên, các lợi thế của Tây Nguyên đều mang tính chất tự nhiên, chưa có sự đầu tư của khoa học công nghệ, vì vậy việc khai thác các lợi thế đặc thù ở nơi đây trong thời gian qua vẫn diễn ra theo chiều rộng, chưa mang tính bền vững và chưa mang lại giá trị gia tăng cao cho các sản phẩm đặc thù. Kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy, trong thời gian qua đang thiếu phối hợp đồng bộ và liên kết chặt chẽ giữa các ngành, địa phương, nội vùng và ngoại vùng; đồng thời chưa tạo ra các cơ chế khuyến khích và chỉ dẫn người dân khai thác bền vững các lợi thế này, do vậy đã gây ra nhiều hệ lụy trong vấn đề phát triển kinh tế - xã hội bền vững ở Tây Nguyên.

Trong thời gian qua, do chú trọng đến vấn đề phát triển kinh tế nhằm khai thác các nguồn tài nguyên thiên nhiên giàu có của vùng đất này, Tây Nguyên đang dần mất đi những giá trị văn hoá truyền thống mang tính độc đáo riêng có của mảnh đất này. Sự phát triển kinh tế quá mức, không đúng quy hoạch, mạnh địa phương nào địa phương nấy làm đang làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến tài nguyên rừng, tài nguyên đất, tài nguyên nước, tài nguyên văn hoá phi vật thể của núi rừng Tây Nguyên. Trong khi chưa thể nâng cấp lợi thế đặc thù từ lợi thế tĩnh sang lợi thế động, chiều hướng khai thác này đang đưa Tây Nguyên đi vào tình trạng bất lợi, gặp nhiều thách thức do khai thác lợi thế đặc thù quá mức và thiếu bền vững. Những hạn chế và thách thức khiến vùng đất này có nguy cơ rơi vào “bẫy lợi thế” trong phát triển kinh tế - xã hội lâu dài.

Một trong những nguyên nhân khiến đầu tư nước ngoài vào Tây Nguyên không lớn là do vị trí địa chính trị khá nhạy cảm của vùng đất này nói riêng và những khó khăn trong chi phí sản xuất, giao thông. Cho đến nay, Tây Nguyên vẫn là điểm trũng của dòng vốn FDI vào Việt Nam. Đây cũng đặt ra những thách thức đối với việc thu hút và huy động vốn đầu tư cho phát triển kinh tế - xã hội của vùng đất này. Yêu cầu đặt ra đối với vùng đất này là khai thác lợi thế đặc thù trong phát triển kinh tế phải đảm bảo sự ổn định chính trị - xã hội và an ninh quốc phòng. Nó đặt ra các vấn đề về việc lựa chọn chiến lược và mô hình phát triển hợp lý trong tương lai để lợi thế đặc thù không bị khai thác tận thu, tận diệt, không đảm bảo việc làm và thu nhập cho đồng bào dân tộc thiểu số, đồng thời không huỷ hoại tài nguyên và di sản văn hoá, vừa đảm bảo sự ổn định chính trị xã hội và an ninh quốc phòng trong phát triển kinh tế.

Trong thời gian tới, cần triển khai nhiều giải pháp mang tính đồng bộ, khoa học và hiệu quả để giúp Tây Nguyên phát huy thế mạnh của địa phương, cởi trói cơ chế và giúp Tây Nguyên thoát khỏi "vùng trũng" về trình độ phát triển kinh tế, thu nhập đầu người và trở thành địa bàn chế biến các sản phẩm chủ lực và trở thành một cực tăng trưởng năng động ở Đông Nam Á. Những giải pháp này đòi hỏi các điều kiện cần và đủ tương đối lớn, trong đó trước hết phải đổi mới tư duy và nhận thức về lợi thế đặc thù và khai thác lợi thế đặc thù ở khu vực Tây Nguyên. Sau đó, nó đòi hỏi phải có sự huy động nguồn lực rất lớn về tài chính, nhân lực, công nghệ, kinh nghiệm quản trị thể chế... từ trung ương, địa phương, doanh nghiệp, hệ thống ngân hàng, các nhà đầu tư nước ngoài, các nhà tài trợ quốc tế. Nó cũng đòi hỏi phải có một sự phối hợp đồng bộ và hiệu quả giữa các bộ/ban ngành, doanh nghiệp và người dân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tiếng Việt

1. Agro Info (2017), *Nâng cao chất lượng cà phê đạt tiêu chuẩn xuất khẩu*, Trung tâm thông tin phát triển nông thôn, Viện chính sách và chiến lược phát triển nông thôn, Hà Nội 2017
2. Agro Info (2018), *Niên vụ cà phê 2017 ở Tây Nguyên: năng suất cao, giá ổn định*, Báo Kinh tế nông thôn 6/11/2017, http://agro.gov.vn/vn/tID25359_Nien-vu-ca-phe-2017-o-Tay-Nguyen-Nang-suat-cao-gia-on-dinh.html
3. Lưu Thế Anh (chủ nhiệm đề tài) (2015), *Nghiên cứu tổng hợp thoái hoá đất, hoang mạc hoá ở Tây Nguyên và đề xuất giải pháp sử dụng đất bền vững*, Đề tài TN3/T01, Hà Nội.
4. Trần Tuấn Anh (2015), *Nghiên cứu đánh giá khả năng sử dụng một số khoáng sản quan trọng và vị thế của chúng trong phát triển kinh tế - xã hội và đảm bảo an ninh quốc phòng khu vực Tây Nguyên*, Đề tài Tây Nguyên 3 TN3/T05.
5. Vũ Thành Tự Anh (2015), *Khung phân tích năng lực cạnh tranh địa phương*, Chương trình giảng dạy kinh tế Fulbright về phát triển vùng và địa phương.
6. Đỗ Đức Bình – Nguyễn Thường Lạng (2008), *Giáo trình kinh tế quốc tế*, NXB đại học kinh tế quốc dân.
7. Bộ kế hoạch và đầu tư (2014), *Báo cáo tổng quan chiến lược phát triển kinh tế xã hội khu vực tam giác phát triển CLV và tình hình phát triển kinh tế xã hội 5 tỉnh Việt Nam thuộc tam giác phát triển CLV giai đoạn 2011-2013*, Diễn đàn đối tác phát triển khu vực tam giác phát triển Campuchia – Lào - Việt Nam, Đắk Lắk, tháng 4 năm 2014
8. Bộ kế hoạch và đầu tư (2017), *Báo cáo tổng hợp đề án điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội vùng Tây Nguyên thích ứng với biến đổi khí hậu*, Hà Nội 2017
9. Bộ Kế hoạch và đầu tư (2018), *Địa phương nào dẫn đầu về thu hút FDI vào nông nghiệp công nghệ cao*, Tin ngày 16/12/2018, <http://www.mpi.gov.vn/Pages/tinbai.aspx?idTin=40960&idcm=56>
10. Bộ Ngoại giao - UBND tỉnh Lâm Đồng (2016), *Hội nhập quốc tế và phát triển bền vững*, Hội nghị khu vực Tây Nguyên, Lâm Đồng, 20-21/7/2016.

11. *Cà phê Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*, Tạp chí Phát triển bền vững Vùng, số 4, tháng 12, 2014
12. Nguyễn Hồng Cử (2010), *Phương hướng phát triển bền vững sản xuất xuất khẩu nông sản xuất khẩu vùng Tây Nguyên*, Tạp chí khoa học và công nghệ, Đại học Đà Nẵng, số 5 (40), 2010.
13. Hoàng Đức Cường, *Nghiên cứu điều kiện khí hậu, khí hậu nông nghiệp phục vụ phát triển kinh tế - xã hội và phòng tránh thiên tai vùng Tây Nguyên*, Đề tài TN3/T25.
14. Nguyễn Lập Dân, Ngô Lê Long, Ngô Lê An, Dương Quốc Huy, Chu Bá Thi (2013), *Tác động của phát triển thủy điện đến tài nguyên nước khu vực tây Nguyên*, Tạp chí các khoa học về trái đất, số 35 (2), 175-180, 6/2013
15. Diễn đàn đối tác phát triển khu vực tam giác phát triển Campuchia - Lào - Việt Nam (2014), “*Báo cáo tổng quan chiến lược phát triển kinh tế xã hội khu vực tam giác phát triển CLV và tình hình phát triển kinh tế xã hội 5 tỉnh Việt Nam thuộc tam giác phát triển CLV giai đoạn 2011-2013*”, Bộ kế hoạch và đầu tư thực hiện ở Đắk Lắk, tháng 4.
16. Trần Đoàn (2015), *Nhìn từ Tây Nguyên: Cần có Luật liên kết kinh tế lãnh thổ*, VNeconomy, ngày 27/7/2015
17. *Du lịch Đà Lạt – Tây Nguyên hội nhập và phát triển*, Báo du lịch, ngày 27/12/2014
18. *Du lịch loay hoay trước ngưỡng cửa TPP*, Báo Công thương Ninh Bình ngày 19/10/2015
19. *Du lịch văn hoá Tây Nguyên: tiếp cận loại hình, văn hóa dân gian*, Tạp chí Văn hoá, số 2, 2014
20. Vũ Năng Dũng (2016), *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển bền vững cây công nghiệp và cây lương thực ở Tây Nguyên*, Đề tài Nhà nước, TN3/T28.
21. Trúc Gia – Trần Hoàng Dũng – Mỹ Tâm (2015), *Xuất khẩu nông sản Việt Nam và kỳ vọng TPP*”, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 10 năm 2015
22. Phạm Hoàng Hải (2015), *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp nguồn lực tự nhiên, biến động sử dụng tài nguyên và xác lập các mô hình kinh tế - sinh thái bền vững cho một số vùng địa lý trọng điểm khu vực Tây Nguyên*, Đề tài KHCN/TN3/11-15

23. Trương Quang Hải, *Nghiên cứu đánh giá tổng hợp tài nguyên du lịch, hoạch định không gian và đề xuất các giải pháp phát triển du lịch ở Tây nguyên*, Đề tài TN3/T18.
24. Thu Hằng (2017), *Bô xít thu lãi nghìn tỷ*, Báo Vietnamnet, 20/6/2017
25. Hoàng Hạnh (2017), *Thủ phủ chè giảm mạnh diện tích*, Báo mới, ngày 31/8/2017
26. Hiệp hội doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững Việt Nam (2015), *Báo cáo năng lực cạnh tranh của 3 ngành chè, cà phê và cao su*, Hà Nội
27. Đào Duy Huân (2015), *Đánh giá năng lực cạnh tranh của ngành du lịch TP Cần Thơ*, Tạp chí phát triển & hội nhập, số 24(34)
28. Chu Quốc Hùng (2018), *Địa phương nào dẫn đầu về thu hút FDI vào nông nghiệp công nghệ cao*, Báo Mới, ngày 20/9/2018
29. Trần Thị Lan Hương (2018), *Tài nguyên: lời nguyền hay sự thịnh vượng - Nghiên cứu trường hợp Nam Phi, Nigeria, Ghana và Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
30. Quang Huy (2017), *Tây Nguyên chủ yếu chế biến cà phê nhân theo công nghệ chế biến khô*, Báo tin tức, 13/11/2017
31. Quang Huy (2018), *Nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm cà phê*, Báo điện tử Đảng cộng sản Việt Nam, 2/8/2018
32. Quang Huy (2018), *Cà phê với sau khi trồng tái canh cho năng suất rất cao ở Tây Nguyên*, Báo ảnh dân tộc và miền núi, ngày 20/9/2018,
33. Lê Văn Khoa, Phạm Quang Tú (2014), *Hướng tới phát triển bền vững Tây Nguyên*, NXB Tri thức, Hà Nội.
34. Trần Văn Khởi (2018), *Thúc đẩy phát triển sản xuất hồ tiêu bền vững*, Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam, 23/2/2018, <http://peppervietnam.com/thuc-day-phat-trien-san-xuat-ho-tieu-ben-vung/>
35. Nguyễn Duy Mậu (2015), *“Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành du lịch khu vực Tây Nguyên khi tham gia TPP”*, Tạp chí Tài chính, số 623.
36. Nguyễn Duy Mậu (2015), *“Phát triển du lịch Tây Nguyên trong quá trình hội nhập quốc tế”*, Tạp chí Phát triển nhân lực, số 4(47).
37. Nguyễn Duy Mậu (2016), *“Giải pháp phát triển du lịch Tây Nguyên thành ngành kinh tế mũi nhọn trong quá trình hội nhập quốc tế”*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 454.

38. Trần Thị Thuý Nga (2017), *Tổng quan yêu cầu phát triển bền vững đối với ngành cao su thế giới và Việt Nam*, Hiệp hội cao su Việt Nam, tài liệu tập huấn do PanNature, Hiệp hội cao su Việt Nam và Oxfam tổ chức năm 2017
39. Ngân hàng Thế giới (2016), *Chuyển đổi nông nghiệp Việt Nam: tăng giá trị, giảm đầu vào*, Nxb Hồng Đức, Hà Nội.
40. Bình Nguyên (2018), *Đề hoa Đà Lạt trở thành thương hiệu mạnh*, Báo Lâm Đồng Online, 15/2/2018
41. Đan Nguyên (2015), *Nông sản Việt: giá trị xuất khẩu đứng đầu thế giới nhưng giá bán lại gần đội sổ*, Báo CafeF, ngày 21/11/2015
42. *Những vấn đề đặt ra đối với sản phẩm điều ở vùng Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 440, 2015
43. Niên giám Thống kê các tỉnh Lâm Đồng và Đắk Nông năm 2017, NXB Thống kê 2018
44. Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2015, NXB Thống kê 2016
45. Niên giám thống kê các tỉnh Tây Nguyên 2017, NXB thống kê 2018
46. *Phát triển sản xuất cà phê bền vững có chứng nhận tại tỉnh Đắk Lắk*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 438, tháng 9, 2014;
47. Porter, M.E (1990), *Lợi thế cạnh tranh quốc gia*, người dịch: Ngọc Toàn, Ngọc Hà, Quế Nga, Thanh Hải, XNB DT Books & NXB trẻ, 2008.
48. Bùi Nhật Quang (2014), *Phát triển Lâm Đồng: kết nối vùng và một vài gợi ý về chiến lược hướng Đông*, Tạp chí Nghiên cứu Châu Phi và Trung Đông, ISSN 1859-0519, Số 12 (112)
49. Bùi Nhật Quang – Hoàng Xuân Trung (2017), *Sectoral employment and poverty in rural Vietnam in 2000s*, Economics Bulletin, vol 37, Issue 4.
50. Dương Văn Quý (2015), *TPP và những tác động đối với ngành hàng cà phê Việt Nam*”, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 10 năm 2015
51. Hồ Giang San (2017), *Dalat Hasfarm đầu tư nghiên cứu sản xuất hoa*, Báo Thương gia thị trường, 18/9/2017, <https://thuonggiathitruong.vn/dalat-hasfarm-dau-tu-nghien-cuu-san-xuat-hoa>
52. *Sản xuất nông nghiệp công nghệ cao ở Lâm Đồng*, <https://tintaynguyen.com/san-xuat-nong-nghiep-cong-nghe-cao-o-lam-dong/308499/>

53. Võ Minh Sang – Đỗ Văn Xê (2016), *Ba quan điểm chính đo lường lợi thế so sánh trong sản xuất, xuất khẩu hàng hoá quốc gia*, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 44 (2016): 114-126
54. Tạp chí văn hoá (2014), “*Du lịch văn hoá Tây Nguyên: tiếp cận loại hình, văn hóa dân gian*”, số 2, 2014;
55. Đan Thanh (2016), *Cây cao su Tây Nguyên – thực trạng và hướng phát triển*, Báo Lâm Đồng, 8/8/2016.
56. Nguyễn Đức Thành (Chủ biên) (2015), *Tác động của TPP và AEC lên nền kinh tế Việt Nam: khía cạnh kinh tế vĩ mô và trường hợp ngành chăn nuôi*, Viện Nghiên cứu kinh tế và chính sách, Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, tháng 8 năm 2015
57. Văn Thanh (2016), *Tây Nguyên: phát triển nông nghiệp công nghệ cao cần có lộ trình*, Báo Nông nghiệp Việt Nam, 8/7/2016
58. Minh Thông (2018), *Công nghiệp chế biến nông sản: thô nhiều, tinh ít*, Báo Đắk Lắk, 16/8/2018
59. Phan Thu (2016), “*Điểm mặt các mặt hàng chịu sức ép từ TPP*”, tác giả, Báo Hải quan, 22/5/2016.
60. Nguyễn Quang Thuán, *Tây Nguyên trong hợp tác phát triển kinh tế - xã hội xuyên biên giới vùng tam giác phát triển Việt Nam – Lào – Campuchia*, Đề tài TN3/X02.
61. Minh Thuận (2015), *Nông sản vùng Tây Nguyên: vẫn còn yếu về khâu chế biến*, Báo Đắk Lắk ngày 28/8/2015
62. Nguyễn Hồng Tín (2017), *Tổng quan về ô nhiễm nông nghiệp ở Việt Nam: ngành trồng trọt*, Ngân hàng thế giới 2017
63. Tổng cục Du lịch (2012), *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Tây Nguyên đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội
64. Đoàn Trần (2015), “*Nhìn từ Tây Nguyên: Cần có Luật liên kết kinh tế lãnh thổ*”, ngày 27/7/2015.
65. Bùi Quang Tuấn – Vũ Ngọc Quyên (2014), *Phát triển chuỗi giá trị hoa: nghiên cứu trường hợp tỉnh Lâm Đồng*, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 11, 2014
66. Bùi Quang Tuấn (2015), *Tái cơ cấu kinh tế Tây Nguyên theo hướng phát triển bền vững*, Đề tài TN3/X01

67. Bùi Quang Tuấn và nnk (2014), “*Cà phê Tây nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*”, Tạp chí Phát triển bền vững Vùng, số 4, tháng 12.
68. Bùi Quang Tuấn, Nguyễn Đình Hoà (2015), “*Những vấn đề đặt ra đối với sản phẩm điều ở vùng Tây Nguyên trong chuỗi giá trị toàn cầu*”, Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, Số 440
69. Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Lắk, “*Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2011-2015*”, Cổng thông tin điện tử tỉnh Đắk Lắk.
70. Ủy ban Nhân dân tỉnh Đắk Nông, “*Báo cáo tình hình thực hiện kết hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2011-2015*” , Cổng thông tin điện tử tỉnh Đắk Nông.
71. Ủy ban Nhân dân tỉnh Gia Lai (2010), “*Báo cáo tình hình thực hiện kết hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2011-2015*”, Cổng thông tin điện tử tỉnh Gia Lai.
72. Ủy ban Nhân dân Tỉnh Kon Tum (2010), *Báo cáo tình hình thực hiện kết hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm, giai đoạn 2011-2015*, Cổng thông tin điện tử tỉnh Kon Tum.
73. Viettrade (2013), *Tác động của hội nhập kinh tế quốc tế tới vùng kinh tế Tây Nguyên*, Website Sở Công thương tỉnh Đắk Nông, ngày 10/5/2013.
74. Lê Anh Vũ, *Liên kết nội vùng trong phát triển bền vững vùng Tây Nguyên*, đề tài TN3/X16.
75. Trần Văn Ý, Nghiên cứu xây dựng bộ chỉ tiêu phát triển bền vững về các lĩnh vực kinh tế, xã hội và môi trường các tỉnh Tây Nguyên, Đề tài TN3/T08

B. Tiếng Anh

76. Abramson (1998), *Cluster Power Competitive Strategies: If you Can't Beat 'em Join 'em' Rings True to Proponents of Industrial Clustering*, a New Business Strategy. CIO Enterprise No 11.
77. Anomymous (2017), *Thailand Background*, <http://www.isanexplorer.com/thailand-background.html>
78. Anderson (1994), *Industry Clustering for Economic Development*, Economic Development Review 12 (2).
79. Audretsch and Feldman (1996), *Innovative Clusters and the Industry Life Cycle*, Review of Industrial Organization, No 11

80. Clar, Sautter, and Zimmermann (2008), *Strategic Cluster Development: Applying Strategic Policy Intelligence to Create a Joint Research Agenda*, Steinbeis-Europa-Zentrum, Stuttgart, Germany.
81. Couch & Ritchie (2007), “*Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes*”, Technical report, National Library of Australia Cataloguing in Publication data.
82. Couch & Ritchie (2010), “*Destination competitiveness: an analysis of determinant attributes*”, *Journal of Travel Research*, 50(1), pp27-45.
83. Danuvasin Charoen (2017), *Cluster mapping for economic development in Thailand*, IASTEM international conference, San Diego, USA, 21-22/9/2017
84. Ding, K (2007), *Domestic Market-based Industrial Cluster Development in Modern China*, Discussion Paper No. 88, Tokyo: Institute of Development Economics.
85. Dwyer & Kim (2003), “*Destination competitiveness: determinants and indicators*” đăng trên *Current Issues in Tourism* 6(5), p369-414
86. Doeringer and Terkla (1995), *Business Strategy and Cross-Industry Clusters*, *Economic Development Quarterly* 9 (3)
87. Eva Galvez & Nogales (2010), *Agro – based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy*, FAO
88. Hanley & Spash (1993), “*Cost – benefit analysis and the environment*”, Edward Elgar Press
89. Hoover (1933), “*The Location of Shoe industry in the United State*”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol 47 ...
90. Ji-Hyeon, Jang, Byung-Joon (2007), *Agro-industry Cluster Development in Five Transition Economies*, *Journal of Rural Development*, 29(6)
91. Jacques Raoul Boudeville (1974), “*Problem of regional economic planning*”, nhà xuất bản Edinburgh University Press.
92. Jeroen Van Den Bergh (2001), *Evolutionary economic theories of sustainable development*”, *Growth and Change*, Vol 32, Winter 2001
93. Joel D. Moore, John Donaldson (2016), *Human – scale economics: economic growth and poverty reduction in Northeastern Thailand*, *World Development*, Vol 85, 1-15, September

94. Karlsson (2007), *Clusters, Functional Regions and Cluster Policies*, Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS) Electronic working Paper Series No. 84. [www.infra.kth.se/cesis/documents/wP84. pdf](http://www.infra.kth.se/cesis/documents/wP84.pdf)
95. Kenichi Ohno (2010), *National graduate institute for policy studies*, Tokyo, 26/2
96. Klein, Gee and Jones (1998), *Analysing Clusters of Skills in R&D: Core Competencies, Metaphors, visualization, and the Role of IT*, *R&D Management* 28 (1).
97. Klaassen & Opschoor (1991), “*Economics of sustainability or the sustainability of economics: different paradigms*”, *Ecological economics*, Vol 4, 1991.
98. Kyeong Ae Choe - Brian Roberts (2011), *Competitive cities in the 21st century: cluster-based local economic development*”, *Urban development series*, Asian Development Bank, 2011, Philippines
99. Landingin and Wadley (2005), *Export Processing Zones and Growth Triangle Development: The Case of the BIMP-EAGA*, Southeast Asia, *Journal of International Development* 17.
100. Lin Zhu, Bo Xu (2017), *Grey relation analysis on the high tech industry and economic growth – empirical evidence from Yunnan province of China*, *International Journal of business and management*, Vol 12, No 4, ISSN 1833-3850.
101. Li Xiaoxu (2016), *Biological medicine and health industry booms in Yunnan*, *China Daily*, 24/6/2016
102. Mehlum, H., K, Moene and R.Torvik (2006), *Institutions and the resource curve*, *The Economic Journal*, Vo 116, No 508, p.1-20
103. Micheal Porter (1985), “*Competitive advantage*”, Free Press.
104. Michael Porter (1990), “*The competitive Advantage of Nations*”, The Free Press, New York.
105. Micheal Porter (1995), “*What is strategy?*” *Harvard Business revire*, 1996, Nov-Dec.
106. Neven & Dröge (2001), *A Diamond for the Poor? Assessing Porter’s Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries*, East Lansing, Michigan State University.
107. Ramez Badeeb, Hooi Lean, Jeremy Clack (2016), *The evolution of the natural resource curve thesis: a critical literature survey*, Working Paper, No5, University of Canterbury, New Zealand.

108. Roy, Thorat (2008), *Success in High-Value Horticultural Export Markets for Small Farmers: The Case of Mahagrapes in India*, World Development 36(10).
109. Rianto, Zulhamdani, Laksani and Prihadyanti (2009), *Innovation System–Based Industrial Cluster Development: A Comparative Study of Industrial Cluster in Indonesia and Some Asian Countries*, Indonesia Institute of Sciences, Center for Science and Technology Development Studies, Jakarta.
110. Rugman, Alan M; Verbeke, Alain (1988), *Strategic responses to free trade*, Hitotsubashi Journal of commerce and management, 23(1): 69-79
111. Paul Krugman (1985), “*Theory of international trade*”, Working Paper No 1752, 1985.
112. Peter Munder & Jeroen Van Den Bergh (2001), “*Evolutionary economic theories of sustainable development*”, Growth and Change, Vol 32, Winter.
113. Porter (2008), *On competition*, Boston: Harvard Business School press.
114. Prebisch Raul (1980), “*Toward a theory of global change*”, UNCLA review.
115. Smith, Margot (1986), “*Physician’s specialties and medical trade areas: an application of central place theory*”, Papers and proceedings of applied geography conferences, Vol 9, 1986.
116. Sneideriene Agne (2013), *Social issue in multinational corporations activities including the regional dimension*, Social Research, No 1(30), 87-95, ISSN 1392-3110
117. Sukanlaya Choenkwan, Jefferson Metz, A.Terry Rambo (2014), *Agriculture in the mountain of Northeastern Thailand: Current situation and prospects for development*, Mountain research and development, 34(2), 95-106
118. Sritama Suchat (2018), *Nakhon Panom eyed as new tourism hub*, Bangkok Post, 5/6/2018
119. Suan Teck Kin, Ho Woei Chen (2017), *The belt & road: the Yunnan – ASEAN chapter*, Global economic & markets research, 17/11/2017
120. Thunen (1826), “*A theory of agricultural location*”, Der Isolierate stat, German.
121. Treacy và Wiersema (1995), “*The Discipline of market leaders*”, Advdison Wesley, 1995.
122. Thomas Hennig, Wenling Wang, Darrin Magee and Daming He (2016), *Yunnan’s Fast-Paced Large Hydropower Development: A Powershed-Based*

- Approach to Critically Assessing Generation and Consumption Paradigms*, Water 2016, 8, 476.
123. Tracy Igberaese (2013), *The effect of oil dependence on Nigeria's economic growth*, International Institute of social studies, The Hague, Netherlands, December.
124. Vincent Ferraro (1996), "*Dependence theory: an introduction*", Mount Holyoke College, South Hadley.
125. Weber (1929), "*Alfred Weber's theory of the location of industries*", University of Chicago Press.
126. Zhu Zhenming (2011), *Yunan's industrial development policy and intermediate goods trade with MRBCs*, BRC research report No 5, Bangkok research center, IDE-JETRO, Bangkok, Thailand

**PHỤ LỤC
PHỤ LỤC 1**

MẪU 1

CHƯƠNG TRÌNH TÂY NGUYÊN 2016-2020

**ĐỀ TÀI: “XÁC ĐỊNH LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY NGUYÊN
TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA CỘNG ĐỒNG KINH TẾ
ASEAN VÀ THỰC HIỆN CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO THẾ HỆ
MỚI”**

PHIẾU KHẢO SÁT HỘ GIA ĐÌNH

A. THÔNG TIN NHẬN BIẾT

1. Tỉnh:

..... **2.**

Huyện:

3. Xã, phường:

.....

4. Thôn, buôn làng:

.....

5. Khu vực sinh sống (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

1/ Đô thị

2/Nông thôn

B. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỘ GIA ĐÌNH

1. Trình độ học vấn của người được phỏng vấn? (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

1.1 Tiểu học

1.2 Tốt nghiệp phổ thông cơ sở

1.3. Tốt nghiệp phổ thông trung học

1.4. Trung học chuyên nghiệp

1.5. Cao đẳng, đại học

1.6. Không biết chữ

1.7. Khác

2. Hộ thuộc dân tộc nào? (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

- 2.1 Dân tộc Kinh
- 2.2 Các dân tộc bản địa Tây Nguyên
- 2.3 Dân tộc di cư nơi khác đến

3. Nguồn thu nhập chính của hộ trong 3 năm qua (2015-2017):

Nguồn thu	Đánh dấu (√)
Trồng trọt	
Buôn bán, dịch vụ	
Làm thuê	
Hoạt động du lịch	
Làm nhà nước	
Khác (ghi rõ):...	

3.1 Nếu thu nhập chính từ trồng trọt, xin cho biết chủ yếu từ trồng cây gì? (Liệt kê 3 loại cây trồng chính)

- a.....
- b.....
- c.....

3.2 Nếu thu nhập chính từ kinh doanh hoạt động du lịch, xin cho biết cụ thể loại hình hoạt động du lịch? (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

- a. Bán hàng cho khách du lịch
- b. Hướng dẫn viên du lịch
- c. Khách sạn, nhà nghỉ
- d. Khác

4. Theo ông/bà, kinh tế gia đình ta thuộc loại nào? (Ông/Bà tự đánh giá trong tương quan với điều kiện ở thôn – không phải theo xếp loại hộ nghèo của UBND xã) (căn cứ theo tiêu chí của nhà nước)

- 1/ Nghèo 2/
- Trung bình.....
- 3/ Khá.....
- 4/ Giàu.....

C. TIỀM NĂNG, LỢI THẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG NƠI GIA ĐÌNH SINH SỐNG

1. Theo ông/bà, địa phương nơi ông bà sinh sống đang có lợi thế trong lĩnh vực nào? (Có thể lựa chọn nhiều phương án) (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

- a. Trồng cà phê
- b. Cao su
- c. Hồ tiêu
- d. Điều.....
- e. Trồng rau quả, hoa.....
- f. Du lịch.....
- i. Khác (ghi rõ)

2. Tình hình đất đai trồng trọt cây trồng chính của hộ gia đình ông/bà như thế nào? (Vui lòng đánh dấu để lựa chọn)

	Có	Không
1. Ba năm qua, diện tích đất trồng trọt của ông/bà tăng không? (nếu có, xin trả lời tiếp câu 3)		
2. Ba năm qua, diện tích đất trồng trọt của ông/bà giảm không? (nếu không, xin trả lời tiếp câu 4)		

3. Nếu diện tích đất đai 3 năm qua tăng lên, xin ông bà cho biết lý do: (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

1. Mua thêm của người khác trong làng.....
2. Mua thêm của người khác ngoài làng.....
3. Phát rừng để trồng cây có giá bán sản phẩm cao.....
4. Được giao thêm đất.....
5. Lý do khác.....

4. Nếu diện tích đất đai 3 năm qua giảm đi, xin ông bà cho biết lý do: (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

- 4.1. Bán cho người khác trong làng.....
- 4.2. Bán cho người khác ngoài làng.....
- 4.3. Bán cho người từ thành phố lên mua lập trang trại..
- 4.4. Bán cho công ty và làm công nhân cho công ty.....
- 4.5. Lý do khác.....

5. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh hộ gia đình ông/bà là gì (đánh dấu theo mức độ tham gia của mỗi lĩnh vực sản xuất của hộ gia đình ông/bà)

Ngành nghề	Nghề chính	Nghề phụ	Không tham gia
a. Trồng cà phê			
b. Cao su			
c. Hồ tiêu			
d. Điều			
e. Trồng rau quả, hoa			
f. Du lịch			
i. Khác (ghi rõ)			

6. Đặc điểm tạo nên lợi thế sản phẩm của hộ là gì (nếu có lợi thế):

Đặc điểm lợi thế	Lựa chọn (√)
Công nghệ, kỹ thuật	
Thị trường	

Đặc thù đất đai, thời tiết, khí hậu	
Giá cả	
Chất lượng sản phẩm	
Mẫu mã	
Danh lam thắng cảnh địa phương	

7. Ông/bà lựa chọn những lợi thế hiện có trong sản xuất và kinh doanh của hộ gia đình mình? (Có thể lựa chọn nhiều phương án)

Khai thác các lợi thế	Lựa chọn (√)
Đất đai phì nhiêu	
Diện tích canh tác phù hợp	
Khí hậu, thời tiết thuận lợi	
Cơ sở hạ tầng tốt	
Điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch	
Thị trường sẵn có	
Công nghệ, kỹ thuật áp dụng phù hợp	
Sự hỗ trợ tài chính của nhà nước	

8. Hoạt động du lịch của địa phương, bản làng của ông bà được thực hiện dưới hình thức nào? (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn các phương án)

1. Tự phát.....
2. Có tổ chức.....
3. Du lịch thiên nhiên kết hợp di sản văn hoá.....
4. Du lịch thiên nhiên kết hợp du lịch nông nghiệp..
5. Khác.....

9. Khách du lịch chủ yếu từ đâu?(Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

1. Trong nước
2. Nước ngoài....

10. Trong 3 năm qua, khách du lịch đến địa phương ông/bà tăng hay giảm? (Vui lòng đánh vào dấu để lựa chọn)

1. Tăng.....
2. Giảm.....

11. Khách du lịch đến địa phương ông/bà thường thích gì?

(Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn mức độ thích của khách du lịch)

Sở thích	Rất thích	Thích	Bình thường
1. Thích ngắm cảnh đẹp thiên nhiên của địa phương			
2. Thích thăm các vườn cây, trang trại			
3. Thích mua sắm đặc sản địa phương			
4. Thích thăm buôn làng			
5. Thích lễ hội, văn hoá địa phương			

D. THỰC TRẠNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA HỘ GIA ĐÌNH

1. Sản lượng và thu nhập của hộ gia đình? (Vui lòng đánh dấu \surd để lựa chọn các

Lĩnh vực kinh doanh	Sản lượng thu hoạch 1 năm (kg)	Tổng sản lượng bán ra hàng năm (kg)	Sản lượng quy thành tiền trong 1 năm/1 hộ gia đình (triệu đồng)
a. Cà phê			
b. Cao su			
c. Hồ tiêu			
d. Điều			
e. Rau quả, hoa			
f. Du lịch			
i. Khác (ghi rõ)			

phương án)

2. Đánh giá tỷ lệ thu nhập của hộ gia đình trong từng lĩnh vực sản xuất, kinh doanh? (Vui lòng đánh dấu \surd để lựa chọn các phương án)

Lĩnh vực kinh doanh	Chiếm trên 70% thu nhập của hộ	Chiếm khoảng 50% thu nhập hộ	Chiếm dưới 25% thu nhập hộ
a. Cà phê			
b. Cao su			
c. Hồ tiêu			
d. Điều			
e. Rau quả, hoa			
f. Du lịch			
i. Khác (ghi rõ)			

3. Hình thức tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh của hộ gia đình? (Vui lòng đánh dấu \surd để lựa chọn các phương án)

Lĩnh vực kinh doanh	Lập doanh nghiệp hoặc cơ sở sản xuất	Phải thuê thêm lao động	Làm thuê, làm công
a. Trồng cà phê			
b. Cao su			
c. Hồ tiêu			
d. Điều			
e. Rau quả, hoa			
f. Du lịch			
i. Khác (ghi rõ)			

4. Hiệu quả sản xuất, kinh doanh của hộ gia đình? (Vui lòng đánh dấu \surd để lựa chọn các phương án)

Lĩnh vực kinh doanh	Năng suất cao	Năng suất có xu hướng giảm	Năng suất thấp
a. Trồng cà phê			
b. Cao su			
c. Hồ tiêu			

d. Điều			
e. Rau quả, hoa			
f. Du lịch			
i. Khác (ghi rõ)			

5. Hộ bán sản phẩm nông nghiệp cho ai?(có thể chọn nhiều phương án) (Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn các phương án)

1. Doanh nghiệp.....
2. Bán cho hộ thu gom hàng nông sản...
3. Thương lái.....
4. Chợ tại buôn/ấp/làng.....
5. HTX làm dịch vụ buôn bán.....
6. Công ty chế biến của nhà nước.....
7. Công ty nước ngoài đến tận nhà để mua..
8. Thương lái trong nước.....
9. Thương lái nước ngoài.....
10. Khác.....

6. Hộ có ký hợp đồng từ trước với bên thu mua sản phẩm không?

1. Có
2. Không

Nếu có, hình thức hợp đồng?

1. Cam kết bằng miệng, dựa trên niềm tin.....
2. Ký kết hợp đồng bằng văn bản theo mùa vụ.....
3. Ký hợp đồng theo thời hạn 3 năm theo giá ổn định.....
4. Ký hợp đồng theo giá thực tế từng năm.....
5. Khác.....

7. Ông/bà lựa chọn những khó khăn, thiếu thốn trong sản xuất và kinh doanh của hộ gia đình mình? (Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn)

Stt	Các loại khó khăn, thiếu thốn	Lựa chọn √
1	Giống cây trồng	
2	Phân bón	
3	Thuốc trừ sâu	
4	Thuế	
5	Thủy lợi (tưới, tiêu)	
6	Thiếu lao động	
7	Thiếu đất sản xuất	
8	Đất bạc màu, xói lở	
9	Tiêu thụ sản phẩm	
10	Thiếu vốn đầu tư	
11	Thiên tai	
12	Dịch bệnh	
13	Kỹ thuật	
14	Máy móc thiết bị sản xuất	
15	Khác (nêu rõ):	

8. Khi gặp khó khăn trong sản xuất, gia đình thường nhờ ai giúp đỡ? (Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn các phương án)

Stt	Nhờ sự giúp đỡ của	Lựa chọn √
1	Chính quyền xã, phường	
2	Doanh nghiệp	
3	Các đoàn thể, hội ở địa phương	
4	Cán bộ kỹ thuật/ nhà khoa học	
5	Khác(ghi rõ):.....	

9. Nếu có kinh doanh hoạt động du lịch, Ông/Bà có gặp khó khăn gì không? (Vui lòng đánh vào dấu □ để lựa chọn các phương án)

1. Có
2. Không

Nếu có, liệt kê 3 khó khăn lớn nhất Ông/Bà gặp phải:

.....
.....
.....

E. NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SẢN XUẤT, KINH DOANH CỦA HỘ

1. Theo ông bà, điều kiện tự nhiên – xã hội của địa phương có ảnh hưởng thế nào đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của hộ và của địa phương? (Vui lòng đánh dấu √ để chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất thuận lợi	Thuận lợi	Bình thường	Khó khăn	Rất khó khăn
Diện tích đất trồng					
Điều kiện thời tiết					
Vị trí địa lý					
Chất lượng đất đai					
Khoáng sản					
Rừng					
Nguồn nước					
Tôn giáo					
Sắc tộc					
An ninh xã hội					

2. Theo ông bà, cơ chế chính sách địa phương có ảnh hưởng thế nào đến hoạt động sản xuất, kinh doanh của hộ? (Vui lòng đánh dấu √ để chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất thuận lợi	Thuận lợi	Bình thường	Khó khăn	Rất khó khăn
--	---------------	-----------	-------------	----------	--------------

Hỗ trợ vốn					
Hỗ trợ phân bón, tư liệu sản xuất					
Hỗ trợ thị trường tiêu thụ					
Hỗ trợ nguyên liệu cho sản xuất					
Hỗ trợ cơ sở hạ tầng giao thông					
Hỗ trợ đào tạo lao động					
Hỗ trợ công nghệ, kỹ thuật					
Hỗ trợ quảng bá sản phẩm					
Hỗ trợ xây dựng đầu mối liên kết với doanh nghiệp					
Hỗ trợ xây dựng hệ thống thủy lợi, tưới tiêu					
Hỗ trợ các dịch vụ du lịch					
Tư vấn người dân kết hợp kinh doanh nông nghiệp và du lịch					

3. Theo ông/bà, thực trạng liên kết trong phát triển nông nghiệp của địa phương diễn ra như thế nào? (Vui lòng đánh dấu ✓ để lựa chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất thuận lợi	Thuận lợi	Bình thường	Khó khăn	Rất khó khăn
Liên kết với hàng xóm, người sống cùng địa phương					
Liên kết với tỉnh ngoài					
Liên kết với doanh nghiệp tư nhân trong nước					
Liên kết với doanh nghiệp nhà nước					
Liên kết với doanh nghiệp nước ngoài					
Liên kết với thương lái					

4. Theo ông/bà, thực trạng hợp tác trong phát triển du lịch của địa phương diễn ra như thế nào? (Vui lòng đánh dấu ✓ để lựa chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất thuận lợi	Thuận lợi	Bình thường	Khó khăn	Rất khó khăn
Hợp tác giữa người dân và các doanh nghiệp kinh doanh du lịch					

Hợp tác giữa các hộ kinh doanh du lịch với các hộ kinh doanh nông nghiệp					
Hợp tác giữa các hộ kinh doanh du lịch với các hộ kinh doanh thương mại (nhà hàng, khách sạn, mua bán đồ lưu niệm)					
Hợp tác giữa các hộ trong vùng và các hộ ngoại tỉnh trong kinh doanh du lịch					
Hợp tác về giao thông liên vùng, ngoại vùng trong kinh doanh du lịch					

5. Theo ông/bà, khai thác thế mạnh của địa phương hiện nay đang gặp thuận lợi và khó khăn như thế nào? (Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất thuận lợi	Thuận lợi	Bình thường	Khó khăn	Rất khó khăn
Trồng trọt					
Chăn nuôi					
Xuất khẩu các sản phẩm thô					
Xuất khẩu các sản phẩm chế biến, sơ chế					
Xây dựng thương hiệu hàng hoá					
Phát triển nông nghiệp công nghệ cao					
Phát triển du lịch theo lợi thế sẵn có hiện nay					
Phát triển du lịch kết hợp nông nghiệp					
Phát triển du lịch kết hợp tham quan văn hoá, tôn giáo địa phương					

6. Hộ gia đình của ông/bà gặp thuận lợi gì nhất trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch? (Liệt kê 3 thuận lợi cơ bản)

- a.....
- b.....
- c.....

7. Hộ gia đình của ông/bà đang gặp những khó khăn gì nhất trong phát triển sản xuất kinh doanh và du lịch? (Liệt kê 3 khó khăn cơ bản)

- a.....
 b.....
 c.....

F. DỰ KIẾN

1. Dự kiến thu nhập chính trong thời gian sắp tới của ông bà từ hoạt động nào?

Hoạt động	Đánh dấu (√)
Trồng trọt	
Chăn nuôi	
Dịch vụ	
Du lịch	
Khác (ghi rõ):...	

2. Ông/Bà có dự định tiến hành chuyển đổi sản xuất kinh doanh

Có Không

2.1. Nếu có, tại sao?

.....

2.2. Nếu không, tại sao?

.....

3. Theo ông/bà, giải pháp nào là quan trọng nhất đối với hộ gia đình trong sản xuất, kinh doanh thời gian tới? (Vui lòng đánh dấu √ để lựa chọn câu trả lời đúng nhất)

	Rất quan trọng	Quan trọng	Bình thường	Không quan trọng	Không quan tâm
Thay đổi quy hoạch của địa phương trong phát triển nông nghiệp, du lịch					
Chính sách hỗ trợ vốn					
Chính sách hỗ trợ công nghệ, kỹ thuật					
Tư vấn loại hình sản xuất, kinh doanh					

Tạo thị trường, kết nối thị trường					
Xây dựng thương hiệu					
Liên kết doanh nghiệp với người dân					
Thu hút đầu tư nước ngoài vào các ngành công nghiệp chế biến cà phê, cao, tiêu, điều, rau sạch, hoa....					
Chống xói mòn, thoái hoá đất đai					
Bảo vệ bản sắc văn hoá Tây Nguyên					
Mở rộng đầu tư phát triển du lịch					

Xin cảm ơn Ông/Bà đã hợp tác!

PHỤ LỤC 2

CHƯƠNG TRÌNH TÂY NGUYÊN 2016 - 2020
ĐỀ TÀI “XÁC ĐỊNH LĨNH VỰC LỢI THẾ ĐẶC THÙ CỦA TÂY
NGUYÊN TRONG BỐI CẢNH VIỆT NAM THAM GIA CỘNG ĐỒNG
KINH TẾ ASEAN VÀ THỰC HIỆN CÁC HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ
DO THỂ HỆ MỚI”

PHIẾU PHỎNG VẤN CÁN BỘ

A. THÔNG TIN NHẬN BIẾT

1. Họ tên:

2. Đơn vị:

3. Nơi cư trú:

- Tỉnh:.....

- Huyện:.....

B. XÁC ĐỊNH VÀ KHAI THÁC LỢI THẾ CỦA ĐỊA PHƯƠNG

1. Xin Ông/Bà cho biết sản phẩm địa phương có lợi thế

Tên sản phẩm	Lựa chọn (√)

2. Đặc điểm tạo nên lợi thế sản phẩm của địa phương là gì (nếu có lợi thế):

Đặc điểm lợi thế	Lựa chọn (√)
Công nghệ, kỹ thuật	
Thị trường	

Đặc thù đất đai, thời tiết, khí hậu	
Giá cả	
Chất lượng sản phẩm	
Mẫu mã	

3. Địa phương đã khai thác tốt lợi thế chưa?

1. Có 2. Chưa

4. Nếu đã khai thác tốt lợi thế, tại sao?

.....

5. Nếu chưa khai thác tốt lợi thế, tại sao?

.....

6. Địa phương đã có những chính sách, giải pháp gì để phát huy lợi thế?

.....

7. Xin Ông/Bà cho biết các chính sách, giải pháp có hiệu quả trong việc phát huy lợi thế của địa phương hay không?

1. Có 2. Không

7.1. Nếu có, tại sao?

.....

7.2. Nếu không, tại sao?

.....

C. XÁC ĐỊNH LỢI THẾ TIỀM NĂNG CỦA ĐỊA PHƯƠNG

1. Xin Ông/Bà cho biết lợi thế tiềm năng của địa phương?

Tên sản phẩm	Lựa chọn (√)

2. Đặc điểm tạo nên lợi thế tiềm năng của địa phương là gì (nếu có lợi thế tiềm năng):

Đặc điểm lợi thế	Lựa chọn (✓)
Công nghệ, kỹ thuật	
Thị trường	
Đặc thù đất đai, thời tiết, khí hậu	
Giá cả	
Chất lượng sản phẩm	
Mẫu mã	

3. Địa phương đã chuẩn bị những gì để khai thác lợi thế tiềm năng?

.....

Nếu chưa chuẩn bị, tại sao?

.....

4. Xin Ông/Bà liệt kê 3 điều kiện thuận lợi để địa phương khai thác lợi thế tiềm năng:

a).....

b).....

c).....

5. Xin Ông/Bà liệt kê 3 khó khăn lớn nhất cản trở địa phương khai thác lợi thế tiềm năng:

a).....

b).....

c).....

D. HIỂU BIẾT VỀ HỘI NHẬP

1. Ông/Bà đã nghe về Cộng đồng Kinh tế ASEAN chưa?

1. Có

2. Chưa

2. Ông/Bà hiểu biết gì về Cộng đồng Kinh tế ASEAN?

.....
.....
.....

3. Ông/Bà đã nghe về Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới?

1. Có

2. Chưa

4. Ông/Bà hiểu biết gì về Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới?

.....
.....
.....

5. Nếu đã nghe thông tin về Hội nhập, Ông/Bà nghe thông tin từ kênh nào:

Nguồn tin	Lựa chọn (√)
Qua các cuộc họp, hội thảo	
Loa phát thanh	
Đài, tivi	
Báo chí	
Mạng Internet	

6. Theo Ông/Bà, Hội nhập ASEAN và Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới có thể tạo điều kiện thuận lợi cho địa phương phát huy lợi thế?

1. Có

2. Không

6.1. Nếu có thì đó là những điều kiện thuận lợi gì?

.....
.....

6.2. Nếu không thì tại sao?

.....

Xin cảm ơn Ông/Bà đã hợp tác!

PHỤ LỤC 3

MỘT SỐ HÌNH ẢNH KHẢO SÁT TẠI XÃ EA TU, EA TIÊU, TP BUÔN MA THUỘT, TỈNH ĐẮK LẮK





PHỤ LỤC 4

MỘT SỐ HÌNH ẢNH TRONG CHUYẾN KHẢO SÁT THÁI LAN





PHỤ LỤC 5

MỘT SỐ HÌNH ẢNH HỘI THẢO KHOA HỌC TẠI HÀ NỘI VÀ ĐẮK LẮK

