

Phụ lục 12
BÁO CÁO CHUYÊN ĐỀ
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN LĨNH VỰC THƯƠNG MẠI VÀ
DỊCH VỤ NÔNG THÔN TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH GIAI ĐOẠN 2021 - 2025,
ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ hướng tới công nghiệp hoá, hiện đại hoá, tỉnh Hà Tĩnh đã xác định khu vực kinh tế nông thôn là một trong những trụ cột chiến lược để duy trì sự ổn định và tạo đà tăng trưởng bền vững. Giai đoạn 2020 - 2025 đánh dấu một bước ngoặt quan trọng khi các hoạt động thương mại, dịch vụ tại khu vực nông thôn không còn bó hẹp trong các mô hình chợ truyền thống tự cung tự cấp, mà đã bắt đầu tích hợp sâu rộng vào chuỗi giá trị toàn cầu thông qua chuyển đổi số và hiện đại hoá hạ tầng.

1. Thực trạng phát triển thương mại, dịch vụ nông thôn giai đoạn 2021 - 2025

Sự phát triển của thương mại, dịch vụ nông thôn Hà Tĩnh trong nửa đầu thập kỷ 2020 diễn ra trong một bối cảnh phức tạp, đan xen giữa những tác động tiêu cực của đại dịch toàn cầu và những cơ hội đột phá từ làn sóng chuyển đổi số. Tổng sản phẩm trên địa bàn tỉnh (GRDP) theo giá hiện hành trong năm 2025 ước tính đạt 120.811 tỷ đồng, với mức tăng trưởng 8,78 % so với cùng kỳ năm trước. Điều này cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ của nền kinh tế tỉnh nhà, trong đó khu vực dịch vụ đóng vai trò là động lực thúc đẩy quan trọng với mức tăng trưởng ổn định mỗi năm.

1.1. Biến động tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng

Hoạt động bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng tại Hà Tĩnh, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, đã ghi nhận những chuyển biến tích cực, trở thành điểm sáng rõ nét trong bức tranh kinh tế tổng thể. Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng tỉnh Hà Tĩnh giai đoạn 2021 - 2025 có xu hướng tăng mạnh, năm 2025 đạt 93.361,32 tỷ đồng, bình quân tăng 15%/năm; trong đó doanh thu bán lẻ hàng hoá đạt 78.238,44 tỷ đồng, tăng 12,15% so với năm trước. Sự tăng trưởng này phản ánh sức mua ngày càng lớn của cư dân nông thôn, khi thu nhập bình quân đầu người của tỉnh đạt 94 triệu đồng năm 2025, phản ánh rõ sự cải thiện trong đời sống vật chất.

Sự phân hoá trong các nhóm hàng tiêu dùng cho thấy một xu hướng chuyển dịch từ các mặt hàng thiết yếu sang các mặt hàng nâng cao chất lượng sống. Nhóm lương thực và thực phẩm vẫn giữ vị trí chủ đạo (chiếm 49,01%), phản ánh nhu cầu cơ bản nhưng đang có sự chuyển dịch sang các sản phẩm an toàn, có thương hiệu.

Chỉ tiêu hàng hoá/dịch vụ	Doanh thu cả năm 2025 (tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Tác động và xu hướng
Tổng mức bán lẻ hàng hoá	78.238,44	12,15	Doanh thu bán lẻ đạt kỷ lục mới
Lương thực, thực phẩm	38.346,49	15,11	Chiếm 49,01% tổng mức bán lẻ hàng hoá
Đồ dùng, thiết bị gia đình	4.254,12	14,41	Tăng mạnh nhờ nhu cầu hiện đại hoá sinh hoạt
Gỗ và vật liệu xây dựng	10.518,29	16,56	Sự phục hồi của hạ tầng và xây dựng NTM
May mặc	3.179,35	12,39	Tăng trưởng khá theo nhu cầu thời trang
Dịch vụ lưu trú, ăn uống và lữ hành	9.760,00	14,22	Phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch Covid-19
Vật phẩm văn hoá, giáo dục	549,94	16,11	Phản ánh nhu cầu đầu tư cho giáo dục

Số liệu cho thấy nhóm hàng đồ dùng và thiết bị gia đình tăng trưởng rất nhanh (14,41%), điều này chứng tỏ người dân nông thôn đang dành một phần thu nhập đáng kể để đầu tư vào hạ tầng sinh hoạt tiện nghi. Ngược lại, doanh thu các nhóm hàng không thiết yếu khác lại có xu hướng giảm do chịu ảnh hưởng từ lãi suất tín dụng cao và sự trầm lắng của thị trường bất động sản, nơi vốn của một bộ phận dân cư đang bị thắt chặt.

1.2. Hệ thống hạ tầng thương mại và mạng lưới logistics nông thôn

Hạ tầng thương mại nông thôn Hà Tĩnh đã có những bước tiến dài, thoát khỏi tình trạng manh mún để hình thành một mạng lưới có tính kết nối cao. Chương trình Mục tiêu quốc gia xây dựng Nông thôn mới đã tạo ra nguồn lực khổng lồ để nâng cấp hệ thống chợ¹. Giai đoạn 2021 - 2025, tổng số chợ xây mới là 3 chợ; nâng cấp cải tạo 32 chợ với tổng kinh phí là 424,6 tỷ đồng, trong đó nguồn ngân sách là 6,9 tỷ đồng, nguồn ngoài ngân sách 417,7 tỷ đồng. Đến nay toàn tỉnh hiện có 151 chợ đang hoạt động². Thực hiện sắp xếp mô hình chính quyền địa phương hai cấp, hiện nay các tài sản kết cấu hạ tầng chợ do UBND cấp huyện cũ quản lý đã thực hiện bàn giao về cho UBND cấp xã.

¹ Điển hình tại huyện Kỳ Anh cũ, hạ tầng chợ đã được quan tâm đầu tư với tổng vốn đạt hơn 136 tỷ đồng, trong đó nguồn vốn từ doanh nghiệp chiếm tới 88,9%. Điều này cho thấy sự thành công của tỉnh trong việc xã hội hoá hạ tầng thương mại, giảm bớt gánh nặng cho ngân sách nhà nước.

² gồm 06 chợ hạng I; 06 chợ hạng II, 134 chợ hạng III và 5 chợ tạm; trong đó có 101 chợ do nhà nước đầu tư quản lý là tài sản kết cấu hạ tầng chợ

Bên cạnh hệ thống chợ, các loại hình thương mại hiện đại như siêu thị mini và cửa hàng tiện lợi đang bắt đầu len lỏi vào các trung tâm cụm xã. Doanh thu bán lẻ tại các trung tâm thương mại và siêu thị trong tháng 5 năm 2025 tăng đột biến tới 45,69% so với cùng kỳ năm trước, cho thấy một bộ phận cư dân nông thôn đang thay đổi thói quen mua sắm, ưu tiên các môi trường giao dịch an toàn, tiện lợi và có kiểm soát chất lượng.

Logistics cũng đang dần trở thành xương sống cho thương mại nông thôn. Ngành vận tải và kho bãi ghi nhận mức doanh thu 868,43 tỷ đồng trong tháng 9 năm 2025, tăng hơn 32% so với cùng kỳ. Điều này có thể khẳng định ngoài vận chuyển hành khách thì lưu thông hàng hoá nông sản từ các vùng sản xuất tập trung đến các cảng biển và thị trường tiêu thụ ngoại tỉnh chiếm thị phần rất lớn. Các tuyến tỉnh lộ như 546, 547 và 548 được nâng cấp giúp giảm chi phí vận hành và thời gian vận chuyển, từ đó trực tiếp nâng cao giá trị cho hàng hoá nông thôn³.

1.3. Chương trình OCOP và giá trị gia tăng trong thương mại nông sản

Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) không chỉ là một phong trào sản xuất mà thực chất là một chiến lược thương mại hoá đặc sản nông thôn⁴. Hà Tĩnh đã đạt được những con số ấn tượng với 410 sản phẩm OCOP, trong đó nhiều sản phẩm đạt tiêu chuẩn 4 sao và 5 sao như mật ong Cờng Nga, nước mắm Nhất Ninh, Luận nghiệp, Phú Khương... Việc chuẩn hoá quy trình, bao bì và tem truy xuất nguồn gốc đã biến những sản phẩm thô sơ trở thành hàng hoá có giá trị cao, đủ sức hiện diện tại các hệ thống siêu thị lớn như WinMart hay Co.op Mart tại các thành phố lớn.

Hoạt động xúc tiến thương mại sản phẩm OCOP, công nghiệp nông thôn tiêu biểu được đẩy mạnh, nhiều sự kiện xúc tiến thương mại được tổ chức có hiệu quả đã góp phần mở rộng các kênh tiêu thụ bền vững, các hoạt động nổi bật như: tổ chức Hội chợ Công Thương vùng Bắc Trung Bộ - Hà Tĩnh năm 2025 với tổng doanh thu đạt trên 6 tỉ đồng; Hội chợ Mùa Thu năm 2025 với tổng giá trị giao dịch, hợp đồng và biên bản ghi nhớ ký kết tại hội chợ của doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất trong tỉnh đạt hơn 3 tỷ đồng; tổ chức tham gia trưng bày, quảng bá, giới thiệu sản phẩm OCOP, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu (CNNTTB) tại các sự kiện xúc tiến thương mại do Cục Xúc tiến thương mại, các tổ chức xúc tiến thương mại các tỉnh, thành phố trong nước tổ chức; tổ chức các hội nghị kết nối cung - cầu; tham gia các hội chợ trong và ngoài nước...

³ Hệ thống giao thông kết nối từ trung tâm tỉnh đến các xã tiếp tục được đầu tư nâng cấp; các doanh nghiệp bưu chính, chuyên phát, logistics như VNPost, Viettel Post, Giao hàng nhanh, Giao hàng tiết kiệm... đã mở rộng mạng lưới đến hầu hết các địa bàn nông thôn, góp phần rút ngắn thời gian lưu thông hàng hoá, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiêu thụ nông sản, sản phẩm OCOP và hàng hoá thiết yếu phục vụ đời sống dân sinh

⁴ Tác động kinh tế của OCOP đối với thương mại nông thôn là rất rõ rệt. Tại Hương Khê, việc đưa các sản phẩm như cam Khe Mây đạt chuẩn OCOP 3 sao đã trở thành động lực chính thúc đẩy thu nhập bình quân đầu người tăng gấp hơn 3 lần trong vòng 4 năm. Cơ chế này tạo ra một vòng lặp tích cực, sản xuất hàng hoá tốt thu hút thương lái và hệ thống phân phối hiện đại, từ đó tăng thu nhập cho người dân, dẫn đến sức mua tại địa phương tăng cao, kích thích các dịch vụ thương mại khác phát triển.

1.4. Chuyển đổi số và thương mại điện tử

Sự bùng nổ của internet và các thiết bị di động đã thay đổi hoàn toàn diện mạo thương mại nông thôn Hà Tĩnh. Sàn thương mại điện tử của tỉnh cùng với các nền tảng lớn như Shopee, Lazada, TikTok đã trở thành "cánh cửa" đưa nông sản vươn xa. Thống kê cho thấy 100% sản phẩm OCOP Hà Tĩnh đã có mặt trên sàn thương mại điện tử tỉnh, 40% sản phẩm đã vươn lên các sàn giao dịch quốc gia và quốc tế. Việc ứng dụng công nghệ số không chỉ dừng lại ở việc đăng tin bán hàng mà còn là quá trình số hoá chuỗi cung ứng. Người nông dân tại các vùng sâu, vùng xa đã bắt đầu tiếp cận với kỹ năng livestream bán hàng, quản lý đơn hàng qua ứng dụng di động. Sự hỗ trợ từ các đơn vị bưu chính như Postmart đã đào tạo kỹ năng số cho hàng triệu hộ sản xuất, giúp rút ngắn khoảng cách giữa "cánh đồng" và "bàn ăn", loại bỏ bớt các khâu trung gian kém hiệu quả.

Các sự kiện xúc tiến thương mại, ứng dụng thương mại điện tử đã góp phần phát triển bền vững các kênh tiêu thụ hàng hoá của tỉnh, nhận được sự quan tâm của đông đảo Nhân dân và sự hưởng ứng của các cơ sở sản xuất. Đến nay, nhiều cơ sở có sản phẩm doanh thu tăng tăng hơn 40% so với trước năm 2021; một số sản phẩm nông sản, thủy sản chế biến đã xuất khẩu sang thị trường nước ngoài (như bánh đa vùng Nguyên Lâm, sứa Mai Dung, bánh ram Anh Thu, bánh đa nem Nam Chi, nước mắm Luận Nghiệp, nước mắm Phú Sáng...) và tiêu thụ trong hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại có uy tín trong nước (siêu thị Co.op Mart, Winmart, GO!, chuỗi thực phẩm sạch...).

1.5. Đào tạo, nâng cao năng lực thương nhân, tiểu thương và người dân nông thôn

Trong giai đoạn vừa qua, công tác đào tạo, bồi dưỡng kiến thức trong lĩnh vực thương mại trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh được quan tâm triển khai với bình quân hằng năm tổ chức khoảng 8 - 10 lớp tập huấn, bồi dưỡng, thu hút từ 900 - 1.200 lượt học viên là cán bộ quản lý, doanh nghiệp, thương nhân, tiểu thương và hộ kinh doanh, trong đó trên 60% học viên đến từ khu vực nông thôn. Nội dung đào tạo tập trung vào các lĩnh vực trọng tâm như xuất nhập khẩu, hội nhập kinh tế quốc tế; kinh doanh theo phương thức đa cấp; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; quản lý và kinh doanh chợ, văn minh thương mại; thương mại điện tử và kinh doanh trên nền tảng số.

1.6. Công tác quản lý nhà nước về thương mại và dịch vụ nông thôn

UBND tỉnh đã ban hành Quyết định 2420/QĐ-UBND ngày 30/11/2022 về hướng dẫn chi tiết một số nội dung tại Quyết định số 1214/QĐ-BCT ngày 22/6/2022 của Bộ Công Thương về xét công nhận tiêu chí hạ tầng thương mại nông thôn trong Bộ tiêu chí quốc gia về xã nông thôn mới và xã nông thôn mới nâng cao giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh; Quyết định số 1761/QĐ-UBND ngày 17/7/2024 về hướng dẫn tiêu chí lĩnh vực Công Thương trong Bộ tiêu chí quốc gia về nông thôn mới, áp dụng trên địa bàn tỉnh Hà Tĩnh theo quy định tại Quyết định số 1327/QĐ-BCT ngày 03/6/2024 của Bộ Công

Thương; Kế hoạch số 580/KH-UBND ngày 22/12/2023 về phát triển hệ thống chợ trên địa bàn tỉnh đến năm 2023.

Ban hành các chính sách theo Nghị quyết số 51/2021/NQ-HĐND, được sửa đổi, bổ sung tại Nghị quyết số 125/2024/NQ-HĐND và Nghị quyết số 165/2025/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân tỉnh. Các nghị quyết này tập trung khuyến khích, hỗ trợ phát triển thương mại, dịch vụ gắn với sản xuất nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới.

2. Những tồn tại, hạn chế

Dù đã đạt được những bước tiến dài, thương mại và dịch vụ nông thôn Hà Tĩnh vẫn đang đối mặt với những rào cản mang tính hệ thống, ngăn cản việc phát huy tối đa tiềm năng của khu vực này.

2.1. Sự lạc hậu trong tư duy và kỹ năng vận hành kinh doanh

Thực tế hạ tầng viễn thông đã phủ khắp nhưng trình độ sử dụng công nghệ của phần lớn chủ thể kinh doanh nông thôn vẫn còn rất hạn chế. Nhiều HTX và hộ kinh doanh cá thể vẫn duy trì phương thức bán hàng truyền thống "chờ người mua đến" thay vì chủ động tìm kiếm khách hàng qua các nền tảng số. Việc đăng tải hình ảnh sản phẩm, viết nội dung quảng bá còn sơ sài, chưa tạo được sự tin cậy và ấn tượng mạnh với người tiêu dùng thành thị vốn có yêu cầu rất cao về thẩm mỹ, thông tin.

Cơ cấu nhân lực tại nông thôn chủ yếu là những người lớn tuổi hoặc lao động chưa qua đào tạo chuyên sâu về thương mại. Tỷ lệ lao động qua đào tạo có bằng cấp, chứng chỉ dù đang tăng nhưng vẫn chưa đáp ứng được đòi hỏi của một nền kinh tế số vốn thay đổi từng ngày.

2.2. Rào cản chi phí và quy mô sản xuất nhỏ lẻ

Các doanh nghiệp, HTX tại nông thôn Hà Tĩnh phần lớn là quy mô nhỏ và siêu nhỏ, dẫn đến thiếu nguồn lực tài chính để thực hiện các chiến dịch marketing bài bản. Một rào cản lớn khác là chi phí quản lý và chiết khấu khi tham gia các sàn thương mại điện tử hiện nay quá cao, dao động từ 25% đến 45% giá trị sản phẩm. Đối với những nông sản có biên lợi nhuận thấp, mức phí này gần như triệt tiêu động lực tham gia của người sản xuất.

Thêm vào đó, sản xuất nông thôn vẫn còn tình trạng manh mún. Khi có những đơn hàng lớn từ các đối tác quốc tế hoặc các chuỗi siêu thị quy mô toàn quốc, các HTX thường gặp khó khăn trong việc đảm bảo số lượng đồng nhất và nguồn cung duy trì ổn định quanh năm. Điều này làm giảm uy tín của thương hiệu nông sản Hà Tĩnh trên thị trường lớn.

2.3. Hạ tầng logistics và chuỗi bảo quản chưa đồng bộ

Mặc dù hệ thống giao thông đã cải thiện, nhưng hạ tầng logistics chuyên dụng cho nông nghiệp như kho lạnh, trung tâm sơ chế và đóng gói tiêu chuẩn tại các vùng nguyên liệu vẫn còn thiếu trầm trọng. Nông sản Hà Tĩnh chủ yếu vẫn

tiêu thụ ở dạng tươi sống hoặc sơ chế đơn giản, dẫn đến giá trị gia tăng thấp và rủi ro hư hỏng cao trong quá trình vận chuyển.

Việc thiếu các trung tâm logistics quy mô lớn tại các nút giao thông trọng điểm khiến việc thu gom và phân phối hàng hoá bị xé lẻ, làm tăng chi phí vận tải trên mỗi đơn vị sản phẩm. Sự liên kết giữa các doanh nghiệp vận tải với người sản xuất còn lỏng lẻo, chưa hình thành được những chuỗi cung ứng khép kín và chuyên nghiệp.

2.4. Sự biến động của thị trường và tác động của thiên tai

Kinh tế nông thôn Hà Tĩnh vẫn chịu ảnh hưởng nặng nề bởi các yếu tố ngoại cảnh như thời tiết và dịch bệnh. Trong 9 tháng năm 2025, các đối tượng sâu bệnh và thời tiết bất lợi đã gây thiệt hại cho hàng nghìn ha lúa và hoa màu. Sự sụt giảm sản lượng không chỉ ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân mà còn gây đứt gãy nguồn cung cho thị trường thương mại, khiến giá cả biến động thất thường và gây khó khăn cho các kế hoạch kinh doanh dài hạn.

3. Nguyên nhân và bài học kinh nghiệm

3.1. Nguyên nhân đạt được

Hà Tĩnh đã nỗ lực vượt bậc trong việc tạo dựng nền tảng cho kinh tế nông thôn. Sự quyết liệt trong đầu tư hạ tầng viễn thông đã tạo ra một "mặt bằng số" đồng bộ, tạo điều kiện cho mọi người dân tiếp cận thông tin và dịch vụ công trực tuyến.

Việc triển khai chương trình OCOP một cách bài bản đã giúp khơi dậy tiềm năng của các sản phẩm đặc sản vùng miền, tạo ra hàng trăm sản phẩm có giá trị kinh tế cao, góp phần nâng cao thu nhập cho lao động nông thôn. Tỉnh cũng đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ kịp thời như hỗ trợ phí sàn thương mại điện tử, hỗ trợ thành lập mới và tổ chức lại HTX với mức kinh phí lên tới 100% ngân sách địa phương cho các thủ tục đăng ký. Các sàn thương mại điện tử địa phương bước đầu đã trở thành bệ đỡ cho sản phẩm OCOP, giúp kết nối cung cầu một cách hiệu quả hơn.

3.2. Nguyên nhân tồn tại, hạn chế

a) Nguyên nhân khách quan

Sự phục hồi chậm chạp và thiếu ổn định của kinh tế thế giới, gây khó khăn cho việc mở rộng thị trường, thu hút đầu tư. Hệ thống quy định pháp luật hiện hành vẫn còn những điểm chồng chéo, chưa đồng bộ, đặc biệt là trong các lĩnh vực quản lý đất đai và hỗ trợ kinh tế tập thể, khiến địa phương lúng túng trong quá trình tháo gỡ các dự án tồn đọng.

Bên cạnh đó, nguồn lực hỗ trợ từ Trung ương cho các chương trình mục tiêu quốc gia đôi khi còn hạn chế, chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu đầu tư hạ tầng quy mô lớn tại các vùng khó khăn. Đặc thù địa lý của Hà Tĩnh với địa hình chia cắt mạnh cũng làm tăng chi phí đầu tư hạ tầng và logistics so với các tỉnh đồng bằng.

b) Nguyên nhân chủ quan

Công tác lãnh đạo, chỉ đạo của một số cấp uỷ, chính quyền địa phương vẫn chưa thực sự quyết liệt, thiếu sự quan tâm đúng mức trong việc tháo gỡ khó khăn cho người dân và doanh nghiệp.

Năng lực nội tại của các HTX và doanh nghiệp nông thôn còn yếu. Sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, có kiến thức về quản trị hiện đại và kỹ năng số là một điểm nghẽn lớn. Các chủ thể kinh tế vẫn còn tâm lý trông chờ, ỷ lại vào các chính sách hỗ trợ của Nhà nước, chưa thực sự nỗ lực vươn lên bằng nội lực và đổi mới sáng tạo.

3.3. Bài học kinh nghiệm

- Tầm quan trọng của việc phát triển sản phẩm giá trị gia tăng cao: Các mặt hàng nông sản, thủy sản của Hà Tĩnh hiện nay vẫn chủ yếu dừng lại ở dạng thô hoặc sơ chế đơn giản, dẫn đến giá trị xuất khẩu chưa cao. Việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ sinh học và công nghệ chế biến sâu là con đường duy nhất để thoát khỏi "bẫy" sản phẩm thô. Những tấm gương như cơ sở chế biến nước mắm Phú Khương hay nhung hươu Hiền Ngọc, gạo của Công ty KC... đã cho thấy khi được đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, giá trị sản phẩm có thể tăng lên gấp nhiều lần. Đây là bài học về việc cần phải có những chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào khâu chế biến tại các vùng nguyên liệu để tạo ra sự đột phá về giá trị gia tăng.

- Bài học về sự gắn kết giữa thương mại, dịch vụ và du lịch nông thôn: Một trong những mô hình thành công nhất của Hà Tĩnh là việc gắn kết sản phẩm OCOP với du lịch nông nghiệp và du lịch trải nghiệm. Việc đưa các sản phẩm đặc sản vào các điểm dừng chân du lịch và làng nghề truyền thống đã tạo ra kênh tiêu thụ tại chỗ vô cùng hiệu quả. Các mô hình như du lịch cộng đồng gắn với vườn mẫu, khu dân cư kiểu mẫu đã giúp người dân đa dạng hoá thu nhập, không chỉ từ bán nông sản mà còn từ các dịch vụ lưu trú, ăn uống và hướng dẫn trải nghiệm.

4. Tiềm năng, lợi thế và dư địa phát triển lĩnh vực thương mại, dịch vụ nông thôn trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2026 - 2030

Hà Tĩnh sở hữu những nền tảng vững chắc để bứt phá trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ nông thôn, nhờ sự kết hợp giữa vị trí chiến lược, tài nguyên thiên nhiên và nguồn lực con người.

4.1. Vị trí địa kinh tế chiến lược: Hà Tĩnh là cửa ngõ giao thương quan trọng của vùng Bắc Trung Bộ với hệ thống giao thông đa phương thức. Tỉnh nằm trên các trục huyết mạch Bắc - Nam (Quốc lộ 1A, đường Hồ Chí Minh, đường sắt, đường cao tốc) và các hành lang kinh tế Đông - Tây kết nối với Lào và Thái Lan qua Quốc lộ 8 và Quốc lộ 12. Đặc biệt, hệ thống cảng nước sâu Vũng Áng - Sơn Dương có khả năng tiếp nhận tàu lên đến 350.000 tấn, tạo lợi thế lớn cho dịch vụ logistics và xuất khẩu nông sản trực tiếp từ khu vực nông thôn ra thế giới.

4.2. Hệ sinh thái sản phẩm nông thôn phong phú: Với 410 sản phẩm OCOP đã được công nhận, Hà Tĩnh có nguồn hàng hoá dồi dào, mang đậm bản sắc vùng miền. Bên cạnh đó, các làng nghề truyền thống lâu đời như mộc dân dụng Đức Thịnh, mây tre đan Sơn Tiến hay sản xuất trầm hương Phúc Trạch đóng vai trò là "hạt nhân" thúc đẩy thương mại tại các địa phương.

4.3. Nguồn nhân lực năng động: Tỉnh có hơn 56,5% dân số trong độ tuổi lao động với tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 61%. Mỗi năm, hệ thống giáo dục nghề nghiệp đào tạo trên 20.000 lao động, cung cấp đội ngũ nhân sự có kỹ năng để vận hành các mô hình thương mại hiện đại và chuyển đổi số nông nghiệp.

4.4. Sự cộng hưởng từ công nghiệp nặng và du lịch: Sự hiện diện của các tập đoàn lớn như Formosa, Vingroup tạo ra nhu cầu tiêu dùng dịch vụ khổng lồ tại các khu vực phụ cận. Đồng thời, tiềm năng du lịch biển (Thiên Cầm, Tiên Điền) và du lịch sinh thái (Vũ Quang, Kẻ Gỗ) tạo cơ hội tích hợp mô hình "thương mại - du lịch - dịch vụ" tại nông thôn.

5. Mục tiêu, định hướng phát triển giai đoạn 2026 - 2030

Quy hoạch tỉnh Hà Tĩnh thời kỳ 2021 - 2030 đã vạch ra những nét chiến lược nhằm đưa thương mại, dịch vụ nông thôn trở thành một bộ phận cấu thành hữu cơ của nền kinh tế hiện đại.

5.1. Các mục tiêu chiến lược và chỉ tiêu tăng trưởng

Mục tiêu đến năm 2030, Hà Tĩnh phấn đấu trở thành một tỉnh phát triển khá với GRDP bình quân đầu người đạt 168 triệu đồng. Trong cơ cấu kinh tế, ngành dịch vụ dự kiến chiếm 40%, trong đó thương mại nông thôn đóng vai trò là mạch máu lưu thông hàng hoá.

Chỉ tiêu đến năm 2030	Mục tiêu cụ thể	Ý nghĩa đối với nông thôn
Tốc độ tăng trưởng GRDP	$\geq 10\%/năm$	Tạo nguồn lực đầu tư lại cho hạ tầng nông thôn
Tỷ lệ lao động qua đào tạo	85%	Nâng cao kỹ năng kinh doanh và dịch vụ số
Giá trị xuất khẩu	4 tỷ USD	Mở rộng thị trường cho nông sản và sản phẩm OCOP
Tỷ lệ dân số dùng nước sạch	80% (nông thôn)	Cải thiện chất lượng sống và dịch vụ du lịch nông thôn
Tỷ trọng dịch vụ trong GRDP	40%	Chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn từ thuần nông sang dịch vụ

5.2. Phát triển các hành lang kinh tế và không gian thương mại

Định hướng không gian phát triển của tỉnh dựa trên 3 hành lang kinh tế then chốt, mỗi hành lang mang lại những cơ hội riêng biệt cho khu vực nông thôn:

- Hành lang kinh tế đồng bằng ven biển cùng với Quốc lộ 1, cao tốc Bắc - Nam và đường ven biển: Tận dụng Quốc lộ 1 và đường ven biển để phát triển thương mại, dịch vụ gắn với du lịch biển và hậu cần nghề cá. Đây sẽ là nơi tập trung các trung tâm thương mại, dịch vụ tổng hợp.

- Hành lang dọc Quốc lộ 8: Kết nối kinh tế nông thôn với thị trường Lào và Thái Lan thông qua Khu kinh tế Cửa khẩu Cầu Treo, thúc đẩy thương mại biên giới.

- Hành lang trung du và miền núi phía Tây: Gắn với đường Hồ Chí Minh, tập trung phát triển thương mại nông lâm sản, dược liệu và du lịch sinh thái rừng.

5.3. Hiện đại hoá hệ thống thương mại và chuyển đổi số toàn diện

Xây dựng một hệ thống thương mại đa tầng đến năm 2030, chợ truyền thống tại các xã, phường sẽ được chuyển đổi mô hình quản lý sang doanh nghiệp hoặc HTX chuyên nghiệp.

Chuyển đổi số sẽ không còn là lựa chọn mà là yêu cầu tất yếu khách quan, việc gắn mã định danh cho toàn bộ các hộ sản xuất kinh doanh nông thôn, quản lý chất lượng nông sản bằng công nghệ blockchain là cần thiết để tạo niềm tin tuyệt đối cho người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Thương mại điện tử sẽ trở thành phương thức giao dịch chính, chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng mức bán lẻ hàng hoá nông thôn.

Để hiện thực hoá mục tiêu chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp - xây dựng (51%), dịch vụ (40%) và nông nghiệp (9%) vào năm 2030, tỉnh Hà Tĩnh đã xác định hệ thống các nhiệm vụ trọng tâm cùng kế hoạch huy động nguồn lực đầu tư quy mô lớn.

6. Nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm

Để đạt được cơ cấu kinh tế mong muốn, tỉnh tập trung vào 5 nhiệm vụ trọng tâm và 3 đột phá chiến lược: (i) Phát triển "**một trung tâm động lực**", "**ba hành lang kinh tế**", "**bốn ngành trọng điểm**", "**ba vùng đô thị**", **kinh tế biển**: Xây dựng Khu kinh tế Vũng Áng trở thành trung tâm công nghiệp, năng lượng, cảng biển và logistics của cả khu vực và quốc gia. Đây là hạt nhân chính để đẩy tỷ trọng công nghiệp - xây dựng lên mức 51%. (ii) **Đột phá chuyển đổi số**: Đẩy mạnh trên cả 3 trụ cột: chính quyền số, kinh tế số (phần đầu chiếm 15 - 20% GRDP) và xã hội số. Nhiệm vụ này nhằm hiện đại hoá ngành dịch vụ và thương mại nông thôn. (iii) **Phát triển hạ tầng chiến lược**: Tập trung vào các khu, cụm công nghiệp quy mô lớn, hạ tầng giao thông kết nối các hành lang kinh tế và hạ tầng logistics phục vụ xuất nhập khẩu. (iv) **Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao**: Xây dựng đội ngũ cán bộ và lao động có trình độ thực tiễn, đáp ứng yêu cầu của các dự án công nghiệp hiện đại và kinh tế số. (v) **Cải thiện môi trường đầu tư**: Thúc đẩy kinh tế tư nhân, phần đầu đến năm 2030 có khoảng 18.000 - 20.000 doanh nghiệp hoạt động.

Đề chuyên đổi từ định hướng sang kết quả thực tế, cần một lộ trình giải pháp đồng bộ, quyết liệt, tập trung vào việc tháo gỡ những nút thắt về vốn, công nghệ và con người.

6.1. Cải thiện thể chế và môi trường đầu tư kinh doanh

Quán triệt Nghị định số 60/2024/NĐ-CP về phát triển và quản lý chợ, xây dựng, cụ thể hoá bằng các chính sách ưu đãi riêng của tỉnh. Bên cạnh đó, tiếp tục thực hiện các chính sách đặc thù hỗ trợ về tiền thuê đất, miễn giảm thuế trong những năm đầu cho các doanh nghiệp đầu tư vào hạ tầng thương mại nông thôn hoặc các trung tâm logistics tại các vùng trung du, miền núi.

Rà soát, đơn giản hoá tối đa các thủ tục hành chính liên quan đến chứng nhận chất lượng và truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Việc triển khai chính quyền điện tử và dịch vụ công trực tuyến tại cấp xã phải được đẩy mạnh để hỗ trợ các hộ kinh doanh thực hiện thủ tục nhanh chóng, giảm chi phí tuân thủ.

6.2. Đầu tư hạ tầng logistics và kết nối đa phương thức

Tiếp tục hoàn thiện hạ tầng giao thông, đặc biệt là các tuyến đường sắt và cảng biển để giảm chi phí vận tải dài hạn. Dự kiến đến sau năm 2030, việc đầu tư đường sắt tốc độ cao và đường sắt Vũng Áng - Mụ Giạ sẽ tạo ra một cú hích khổng lồ cho việc vận chuyển nông sản xuất khẩu.

Hỗ trợ đầu tư các trung tâm thu gom, sơ chế và bảo quản lạnh tại các vùng sản xuất tập trung như bưởi Phúc Trạch (Hương Khê) hay cam (Vũ Quang)... Coi đây là mắt xích thiết yếu hiện nay. Việc sở hữu các kho lạnh đạt chuẩn sẽ giúp người nông dân chủ động điều tiết nguồn cung, tránh tình trạng "được mùa mất giá" và kéo dài thời gian thương mại cho nông sản.

6.3. Nâng cao năng lực nhân lực và thúc đẩy đổi mới, sáng tạo

Đẩy mạnh chiến lược đào tạo nghề thương mại và dịch vụ cho lao động nông thôn. Trong đó tập trung vào các nội dung chính như sản xuất, cách làm thương hiệu, cách quản trị tài chính và cách sử dụng các công cụ marketing số. Chủ động liên kết với các trường đại học và các chuyên gia từ các tập đoàn thương mại lớn để huấn luyện cho các HTX, doanh nghiệp, các chủ thể sản xuất kinh doanh nhằm nâng cao nhận thức, đáp ứng yêu cầu hội nhập.

Khuyến khích các mô hình khởi nghiệp đổi mới, sáng tạo trong lĩnh vực thương mại nông thôn. Thành lập các quỹ hỗ trợ khởi nghiệp cho thanh niên nông thôn trở về quê hương lập nghiệp, mang theo kiến thức công nghệ để thay đổi cách thức kinh doanh truyền thống.

6.4. Xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu và liên kết chuỗi giá trị

Công tác xúc tiến thương mại chuyển từ diện rộng sang chiều sâu, tập trung vào các sự kiện kết nối cung cầu quy mô lớn, thu hút các nhà thu mua trong và ngoài nước, các sàn thương mại điện tử đến tận nơi sản xuất.

Xây dựng thương hiệu "Nông sản Hà Tĩnh" dựa trên những giá trị văn hoá và sinh thái đặc trưng. Mỗi sản phẩm OCOP là một câu chuyện về vùng đất và con người đặc trưng, tạo ra giá trị gia tăng khác biệt đối với người tiêu dùng. Đồng thời, củng cố các liên kết chuỗi giá trị giữa "Nhà nông - Nhà doanh nghiệp - Nhà khoa học - Nhà quản lý" để đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững.

6.5. Phát triển thương mại, dịch vụ gắn với du lịch và bảo vệ môi trường

Tích hợp thương mại, dịch vụ nông thôn vào các tour du lịch trải nghiệm. Khách du lịch, khách tham quan là những "đại sứ thương hiệu" và người tiêu dùng trực tiếp tại chỗ. Quy hoạch các làng nghề truyền thống, các vườn cây ăn quả chuẩn OCOP thành các điểm dừng chân kết hợp mua sắm đặc sản.

Chú trọng đến công tác bảo vệ môi trường, đặc biệt là xây dựng hệ thống xử lý rác thải và nước thải đạt chuẩn tại các chợ và trung tâm thương mại nông thôn. Phát triển thương mại đi đôi với bảo tồn đa dạng sinh học, thích ứng với biến đổi khí hậu, đảm bảo hài hoà và phát triển bền vững.

7. Khái toán kinh phí giai đoạn 2026 - 2030

Hà Tĩnh xác định chiến lược sử dụng vốn đầu tư công làm "vốn môi" để kích hoạt các nguồn lực xã hội. Cơ cấu nguồn vốn dự kiến gồm:

- Nguồn vốn khu vực Nhà nước (18%): Khoảng 90.000 tỷ đồng, tập trung vào hạ tầng giao thông chiến lược, hạ tầng số và hỗ trợ các tiêu chí nông thôn mới hiện đại.

- Nguồn vốn khu vực ngoài Nhà nước (40%): Khoảng 200.000 tỷ đồng từ các doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ gia đình đầu tư vào cửa hàng tiện lợi, trung tâm thương mại và dịch vụ tiêu dùng.

- Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) (42%): Khoảng 210.000 tỷ đồng, chủ yếu hướng vào các dự án logistics quy mô lớn, hạ tầng kho bãi và chế biến nông sản xuất khẩu.

8. Danh mục các dự án trọng điểm giai đoạn 2026 - 2030

Để hiện thực hoá tầm nhìn 2030, tỉnh tập trung triển khai các dự án hạ tầng và thương mại chiến lược:

8.1. Dự án hạ tầng giao thông kết nối

- Đường sắt tốc độ cao đoạn qua Hà Tĩnh (103,42 km), với 2 ga hành khách tại Phường Hà Huy Tập và xã Kỳ Hoa, 1 ga hàng hoá tại phường Sông Trĩ.

- Đường sắt Vũng Áng - Mụ Giạ (kết nối Lào), tạo trục vận tải xuyên biên giới cho hàng hoá nông sản.

- Nâng cấp các tuyến tỉnh lộ 548 (Bình Lộc - Đồng Lộc) và hoàn thiện các tuyến ven biển 546, 547.

8.2. Trung tâm logistics và thương mại

- Xây dựng xã Đức Thọ thành trung tâm logistics trung chuyên hàng hoá cho vùng nông thôn và miền núi phía Tây.

- Đầu tư các tổ hợp dự án khu dân cư kết hợp thương mại, dịch vụ tại các xã Thiên Cẩm, Cổ Đạm, Tiên Điền.

- Hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại và bến xe (dự kiến thu hút 10 - 15 bến xe giai đoạn 2026 - 2030).

8.3. Dự án hỗ trợ sản xuất

- Hình thành các cụm công nghiệp chế biến nông lâm sản gắn với vùng nguyên liệu tại các vùng trung du.

- Dự án năng lượng tái tạo (điện gió) cung cấp năng lượng sạch cho các khu sản xuất và dịch vụ nông thôn.

9. Tổ chức thực hiện

9.1. Sở Tài chính:

- Chủ trì tham mưu phân bổ kinh phí chi thường xuyên và các đề án, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế, cải thiện môi trường đầu tư, thu hút các dự án FDI trọng điểm vào Khu kinh tế Vũng Áng và các khu công nghiệp. Phối hợp xây dựng cơ chế tài chính để phát triển nông nghiệp sinh thái, hữu cơ và các chính sách khuyến khích phát triển kinh tế nông thôn.

- Chủ trì, phối hợp với các sở, ngành, địa phương rà soát, điều chỉnh các quy hoạch đô thị, nông thôn và quy hoạch kỹ thuật chuyên ngành để đảm bảo tính đồng bộ. Rà soát bãi bỏ các quy hoạch hàng hoá dịch vụ lỗi thời để tạo không gian cạnh tranh lành mạnh.

9.2. Sở Nội vụ: Tập trung xây dựng Đề án phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao giai đoạn 2026 - 2030. Tham mưu chính sách thu hút, trọng dụng nhân tài trong lĩnh vực công nghệ thông tin và chuyển đổi số.

9.3. Sở Công Thương:

- Đẩy mạnh phát triển công nghiệp hỗ trợ, chế biến, chế tạo và dịch vụ logistics. Đầu mối quản lý kế hoạch phát triển thương mại điện tử, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã đưa sản phẩm OCOP lên các sàn giao dịch lớn.

- Huy động nguồn lực đầu tư: Sử dụng vốn đầu tư công làm “vốn môi” cho hạ tầng then chốt; đẩy mạnh xã hội hoá qua hình thức đối tác công tư (PPP) trong xây dựng chợ và kho bãi.

- Định kỳ tổ chức các hội nghị xúc tiến đầu tư và kết nối cung cầu quy mô lớn. Tăng cường đào tạo nghề thương mại và dịch vụ lao động nông thôn.

9.4. Sở Nông nghiệp và Môi trường:

- Tiếp tục phát triển nông nghiệp sinh thái, hữu cơ và chứng nhận chất lượng cho các sản phẩm chủ lực. Quy hoạch và hỗ trợ xây dựng các trung tâm logistics nông sản, kho lạnh vệ tinh quy mô nhỏ ngay tại các vùng nguyên liệu

để giảm tổn thất sau thu hoạch; xây dựng hệ thống cửa hàng OCOP và cửa hàng hữu cơ để kết nối tiêu thụ.

- Đẩy mạnh tích tụ ruộng đất, dồn điền đổi thửa tạo cánh đồng lớn; chủ trì tháo gỡ vướng mắc giải phóng mặt bằng cho các dự án hạ tầng thương mại và khu công nghiệp. Xử lý chất thải sinh hoạt nông thôn; thực hiện tiêu chí NTM về cảnh quan với tỷ lệ đường xã có cây xanh để phục vụ du lịch và dịch vụ.

9.5. Sở Khoa học và Công nghệ: Chủ trì thực hiện 3 khâu đột phá về chính quyền số, kinh tế số và xã hội số. Nhiệm vụ trọng tâm là hoàn thiện hạ tầng số lồng ghép vào quy hoạch tỉnh và triển khai các nền tảng số dùng chung.

9.6. Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch: Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đầu tư hệ thống thiết chế văn hoá quy mô lớn và bảo tồn các di sản được UNESCO vinh danh để tạo giá trị gia tăng cho ngành dịch vụ.

9.7. Công an tỉnh: Chủ trì triển khai Đề án 06, xây dựng danh tính số, phương tiện số và bảo đảm an toàn, an ninh mạng trên không gian số để tạo lập "niềm tin số" cho cộng đồng doanh nghiệp và người dân.

9.8. Sở Tư pháp: Tập trung hỗ trợ pháp lý liên ngành cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ kinh doanh giai đoạn 2026 - 2030 nhằm nâng cao năng lực tuân thủ pháp luật và tháo gỡ vướng mắc đầu tư.

9.9. UBND các xã, phường

- Chịu trách nhiệm toàn diện về các chỉ tiêu tăng trưởng trên địa bàn. Tập trung công tác giải phóng mặt bằng, phát triển hạ tầng cụm công nghiệp và các làng nghề truyền thống.

- Mỗi địa phương lựa chọn xây dựng ít nhất một mô hình thí điểm khu dân cư NTM thông minh, gắn phát triển kinh tế với bảo vệ môi trường và thích ứng biến đổi khí hậu.

- Nâng cao vai trò của Trung tâm phục vụ hành chính công để hỗ trợ tốt nhất cho người dân và doanh nghiệp, khắc phục tình trạng né tránh, sợ trách nhiệm trong thực thi công vụ./.

**CHI CỤC TRƯỞNG
CHI CỤC PTNT VÀ QLCL**

Trần Mạnh Cường