

ĐỀ ÁN

Phát triển thương mại, dịch vụ tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030

Phần thứ nhất

SỰ CẦN THIẾT VÀ CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Thực hiện Nghị quyết số 202/2025/QH15 về sắp xếp đơn vị hành chính, từ ngày 01/7/2025 tỉnh Thái Nguyên (mới) được hình thành trên cơ sở hợp nhất 02 tỉnh Thái Nguyên và Bắc Kạn, với 92 đơn vị hành chính cấp xã, diện tích 8.375,21km² và dân số gần 1,8 triệu người. Tỉnh có vị trí địa lý chiến lược về kinh tế, văn hóa, giáo dục và quốc phòng trong vùng Trung du và miền núi phía Bắc, là cửa ngõ kết nối vùng Thủ đô Hà Nội với khu vực Đông Bắc, tạo điều kiện thuận lợi cho giao thương và phát triển kinh tế. Với hơn 50% diện tích đất tự nhiên của tỉnh là nông nghiệp và rừng, khí hậu mang đặc điểm nhiệt đới gió mùa, tỉnh Thái Nguyên có tiềm năng lớn trong phát triển nông lâm nghiệp bền vững, trong đó phổ biến là cây chè, cây ăn quả, cây dong riềng và một số loại cây dược liệu, cây nông sản ngắn ngày, cây công nghiệp,..., đóng góp vào phát triển kinh tế địa phương.

Về tài nguyên thiên nhiên, tỉnh Thái Nguyên có lợi thế với các loại khoáng sản như sắt, chì, kẽm, vàng, than, đá vôi..., tạo điều kiện cho phát triển công nghiệp khai khoáng, luyện kim, vật liệu xây dựng và công nghiệp hỗ trợ. Sau khi hợp nhất, tỉnh Thái Nguyên có lợi thế lớn về phát triển kinh tế - xã hội, tạo không gian và dư địa phát triển các ngành công nghiệp - dịch vụ, giáo dục, đào tạo, khai thác khoáng sản, chế biến gỗ và nông sản, phát triển du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng...

Giai đoạn 2021 - 2025, lĩnh vực thương mại nội địa, thương mại điện tử, xúc tiến thương mại, xuất nhập khẩu hàng hóa trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đạt mức tăng trưởng cao, tuy nhiên tăng trưởng chưa bền vững, chưa đồng đều giữa các vùng trong tỉnh và chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của trung tâm vùng. Để cụ thể hóa triển khai các định hướng phát triển, thu hút đầu tư, đề xuất giải pháp phát triển lĩnh vực thương mại, xuất nhập khẩu góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ I nhiệm kỳ 2025 - 2030, việc xây dựng Đề án "*Phát triển thương mại, dịch vụ tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030*" là hết sức cần thiết.

II. CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

- Luật Thương mại năm 2005.
- Quyết định số 1163/QĐ-TTg, ngày 13/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”.
- Quyết định số 2326/QĐ-TTg, ngày 21/10/2025 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2050.
- Quyết định số 1719/QĐ-TTg, ngày 14/10/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030; Quyết định số 920/QĐ-TTg, ngày 14/5/2025 của Thủ tướng Chính phủ Điều chỉnh một số nội dung của Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 – 2030.
- Quyết định số 749/QĐ-TTg ngày 03/6/2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.
- Quyết định số 2229/QĐ-TTg ngày 09/10/2025 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển dịch vụ logistics Việt Nam thời kỳ 2025 - 2035, tầm nhìn đến 2050;.
- Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03/6/2025 của Bộ trưởng Bộ Công thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030.
- Nghị quyết số 01-NQ/ĐH, ngày 23/9/2025 của Đại hội Đại biểu Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ I nhiệm kỳ 2025 - 2030.
- Chương trình hành động số 04-CTr/TU, ngày 27/10/2025 của Tỉnh ủy về việc thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh lần thứ I, nhiệm kỳ 2025 - 2030.

Phần thứ hai

KẾT QUẢ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ TỈNH THÁI NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2021 - 2025

I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU CHỦ YẾU

1. Mục tiêu của đề án đến năm 2025

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng¹ đến năm 2025, Thái Nguyên ước đạt 73.740 tỷ đồng (tăng bình quân 13,0%/năm) và Bắc Kạn ước đạt 11.200 tỷ đồng (tăng 11,5%/năm).

¹ Chỉ tiêu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng được đề cập trong phạm vi Đề án gồm: Tổng mức bán lẻ hàng hóa; doanh thu dịch vụ ăn uống, lưu trú; doanh thu dịch vụ lữ hành và doanh thu dịch vụ khác

- Giá trị xuất khẩu trên địa bàn: Thái Nguyên tăng bình quân từ 7%/năm, trong đó, xuất khẩu địa phương tăng bình quân từ 11%/năm trở lên; Bắc Kạn tăng bình quân 10,0%/năm.

- Tăng trưởng lĩnh vực thương mại góp phần quan trọng để tỷ trọng dịch vụ và thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm Thái Nguyên là 31%; Bắc Kạn là 53,0% trong cơ cấu GRDP của tỉnh.

2. Công tác chỉ đạo điều hành

Công tác xây dựng quy hoạch: Đã hoàn thành xây dựng Phương hướng phát triển hạ tầng thương mại tích hợp vào quy hoạch chung của tỉnh và đang thực hiện rà soát, điều chỉnh Phương hướng phát triển hạ tầng thương mại, dịch vụ tích hợp vào quy hoạch chung của tỉnh theo quy định;

Công tác xây dựng kế hoạch: Đã xây dựng Kế hoạch thực hiện Quyết định số 194/QĐ-TTg ngày 09/2/2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án đổi mới phương thức tiêu thụ nông sản giai đoạn 2021-2025 định hướng đến năm 2030; Kế hoạch số 221/KH-UBND, ngày 4/4/2022 của UBND tỉnh triển khai Quyết định số 1163/QĐ-TTg, ngày 13/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược "Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045"; Kế hoạch hành động số 223/KH-UBND, ngày 30/3/2023 thực hiện Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa tỉnh Bắc Kạn đến năm 2030; Kế hoạch hành động số 703/KH-UBND, ngày 20/10/2023 thực hiện Nghị quyết số 93/NQ-CP, ngày 05/7/2023 của Chính phủ về nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy kinh tế phát triển nhanh và bền vững giai đoạn 2023 - 2030; Quyết định số 1568/QĐ-BCT, ngày 03/6/2025 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030; Kế hoạch số 202/KH-UBND, ngày 12/11/2021 của UBND tỉnh thực hiện Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA) trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên; Kế hoạch số 50/KH-UBND, ngày 28/3/2022 của UBND tỉnh thực hiện Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (Hiệp định RCEP) trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên; Kế hoạch số 68/KH-UBND, ngày 20/4/2022 của UBND tỉnh thực hiện Đề án Nâng cao năng lực về phòng vệ thương mại trong bối cảnh tham gia các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên; Kế hoạch số 133/KH-UBND, ngày 7/7/2023 của UBND tỉnh thực hiện chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên; Kế hoạch số 89/KH-UBND, ngày 09/6/2022 của UBND tỉnh nâng cao năng lực cạnh tranh và

phát triển dịch vụ Logistics trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2022 - 2026; Kế hoạch số 168/KH-UBND, ngày 22/9/2023 của UBND tỉnh thực hiện Nghị quyết số 93/NQ-CP, ngày 5/7/2023 của Chính phủ về nâng cao hiệu quả hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy kinh tế phát triển nhanh và bền vững giai đoạn 2023-2030 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

3. Kết quả thực hiện một số nhiệm vụ cụ thể

3.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2025 ước đạt 104.445 tỷ đồng, tăng 15,99% so với cùng kỳ năm trước, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2025 là 17,7%/năm (Thái Nguyên ước đạt 92.240 tỷ đồng, tăng bình quân 18,1%/năm (vượt mục tiêu đề ra, mục tiêu là 13,0%/năm) và Bắc Kạn ước đạt 12.205 tỷ đồng, tăng 15,0%/năm (vượt mục tiêu đề ra, mục tiêu đề ra là 11,2 nghìn tỷ đồng, tăng bình quân 11,5%/năm)².

3.2. Giá trị xuất khẩu, thu hút đầu tư và thị trường xuất khẩu

3.2.1. Kết quả giá trị xuất khẩu

- Giá trị xuất khẩu giai đoạn 2021 - 2025 trên địa bàn: Thái Nguyên tăng bình quân 4,2%/năm; Bắc Kạn tăng bình quân 32,7%/năm⁵.

- Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu giai đoạn 2021-2025: Điện thoại các loại và linh kiện (chiếm khoảng 94% tổng giá trị xuất khẩu) tăng bình quân 9,9%/năm; sản phẩm may tăng 10,75%/năm; sản phẩm kim loại màu và tinh quặng kim loại màu tăng 20,45%/năm; sản phẩm từ sắt thép tăng 4,99%/năm;... Các mặt hàng nhập khẩu đa dạng, đáp ứng nhu cầu cho việc đầu tư các dự án và nguyên liệu đầu vào cho sản xuất xuất khẩu (nguyên phụ liệu may mặc, linh kiện điện tử, than, gạch chịu lửa, sắt thép...) ³.

² Chỉ tiêu cụ thể trong tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng:

Bán lẻ hàng hóa: năm 2021 đạt 31.442,8 tỷ đồng, năm 2025 ước đạt 73.092,26, chiếm tỷ trọng 78,6% trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2025: 17,7%/năm; Dịch vụ lưu trú và ăn uống: năm 2021 đạt 4.161,8 tỷ đồng; năm 2025 ước đạt 20.460,2 tỷ đồng, tăng gấp gần 5 lần so với năm 2021, chiếm tỷ trọng khoảng 19,6% trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, tăng bình quân giai đoạn 2021 - 2025: 37,5%/năm đạt mức tăng trưởng cao; Du lịch lữ hành: doanh thu dịch vụ tiêu dùng (khoảng 0,34% tổng mức). Tuy nhiên có mức tăng trưởng cao, ước đạt 52,0%/năm. Năm 2021 đạt 43,8 tỷ đồng, năm 2025 ước đạt 355,3 tỷ đồng, tăng gấp trên 8 lần so với năm 2021 và chỉ tiêu này có tiềm năng phát triển trong giai đoạn tới. Dịch vụ khác năm 2021 đạt 5.703,1 tỷ đồng; năm 2025 ước đạt 13.709,3 tỷ đồng, tăng gấp gần 2,4 lần so với năm 2021, chiếm tỷ trọng 13,1% trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng, tăng trưởng bình quân giai đoạn 2021-2025: 19,2%/năm.

³ Thị trường xuất nhập khẩu chủ yếu đến nay (tính đến ngày 15/10/2025): Thị trường các nước thuộc CPTPP: Giá trị xuất khẩu vào thị trường này đạt 2,633 tỷ USD, tăng 3% so với cùng kỳ. Giá trị nhập khẩu từ các nước thuộc CPTPP đạt 3,078 tỷ USD, tăng 8,4% so với cùng kỳ; Thị trường các nước thuộc EVFTA: Giá trị xuất khẩu vào thị trường này đạt 3,3 tỷ USD tăng 6,6% so với cùng kỳ. Giá trị nhập khẩu từ các nước thuộc EVFTA đạt 29,6 triệu USD, bằng 31% so với cùng kỳ; Thị trường Vương quốc liên hiệp Anh và Bắc Ireland (UK): Giá trị xuất khẩu vào thị trường này đạt 616 triệu USD tăng 23% so với cùng kỳ. Giá trị nhập khẩu từ thị trường UK

3.2.2. Kết quả thu hút đầu tư FDI

Trong năm 2025, tỉnh Thái Nguyên thu hút trên 100 nhà đầu tư Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore,... tìm hiểu cơ hội đầu tư tại các KCN. Đến hết tháng 10/2025, tỉnh Thái Nguyên đã cấp mới 19 giấy chứng nhận đăng ký đầu tư với số vốn đăng ký đầu tư khoảng 107.307,9 tỷ đồng. Lũy kế, có 318 dự án trong các KCN được cấp giấy chứng nhận còn hiệu lực, trong đó có 178 dự án FDI với tổng số vốn đăng ký đầu tư là 10,636 tỷ USD và 140 dự án DDI với tổng số vốn đăng ký đầu tư 22.598,270 tỷ đồng.

Đối với các dự án đầu tư ngoài KCN, tỉnh đã thu hút 10 dự án FDI đăng ký đầu tư mới và đầu tư mở rộng với số vốn đầu tư trực tiếp là 41,511 triệu USD, 01 dự án dưới hình thức góp vốn/mua cổ phần/mua phần vốn góp với số vốn là 484 nghìn USD. Các lĩnh vực đầu tư chính bao gồm: Sản xuất và gia công kim loại, điện tử, cơ khí, tấm lát sàn.

3.3. Tăng trưởng lĩnh vực thương mại

- Tăng trưởng lĩnh vực thương mại góp phần quan trọng để tỷ trọng dịch vụ Thái Nguyên đạt 34% (vượt mục tiêu đề ra, mục tiêu là 31,0%); Bắc Kạn đạt 53,17% (vượt mục tiêu đề ra, mục tiêu là 53,0%) trong cơ cấu GRDP của tỉnh.

- Để đạt được mức tăng trưởng như đã nêu trên, giai đoạn 2021 - 2025 tổng vốn đầu tư trong nước vào các dự án, công trình công nghiệp, thương mại, dịch vụ đã đi vào hoạt động ước đạt khoảng 6.005,2 tỷ đồng và vốn đầu tư của các dự án nước ngoài FDI khoảng 20.418 tỷ đồng. Trong đó, có 22 dự án đầu tư vào lĩnh vực thương mại, dịch vụ với tổng vốn đầu tư khoảng 2.950,2 tỷ đồng; 06 dự án đầu tư trong nước ngoài khu công nghiệp với tổng vốn đầu tư ước đạt khoảng 2.059,8 tỷ đồng; 17 dự án đầu tư trong nước trong khu công nghiệp đạt khoảng 944,3 tỷ đồng và 56 dự án đầu tư nước ngoài FDI với tổng vốn đầu tư khoảng 20.418 tỷ đồng. Ngân sách nhà nước đầu tư xây dựng, nâng cấp, cải tạo mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh khoảng 50,968 tỷ đồng.

4. Hiện trạng hệ thống cơ sở hạ tầng thương mại, dịch vụ

4.1. Hệ thống chợ

Trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên hiện có 191 chợ đang hoạt động (trong đó có 05 chợ hạng 1, 17 chợ hạng 2 và 169 chợ hạng 3). Tính chung giai đoạn 2021-2025: xây dựng, nâng cấp, cải tạo 40 chợ với tổng vốn 59,167

đạt 337 triệu USD, bằng 35% so với cùng kỳ; Thị trường các nước tham gia Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP): Giá trị xuất khẩu vào thị trường này đạt 5,7 tỷ USD, chiếm 23,4% tổng giá trị xuất khẩu của tỉnh, giảm 23% so với cùng kỳ. Giá trị nhập khẩu từ thị trường RCEP đạt 13,7 tỷ USD, chiếm 88,4% tổng giá trị nhập khẩu của tỉnh, tăng 12% so với cùng kỳ. (các nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu gồm điện thoại di động, linh kiện điện tử, thiết bị y tế, sản phẩm may mặc, các sản phẩm từ sắt, thép...)

tỷ đồng, trong đó NSNN 50,967 tỷ đồng, xã hội hóa 8,2 tỷ đồng. Nhìn chung, các chợ dân sinh được đầu tư xây dựng trên địa bàn đã phát huy hiệu quả tốt trong việc thu hút, tập trung lực lượng hàng hoá lớn từ các nguồn sản xuất, kinh doanh trong và ngoài địa bàn, cơ bản đáp ứng được nhu cầu mua bán trao đổi hàng hoá và tiêu dùng của nhân dân.

4.2. Hệ thống trung tâm thương mại, siêu thị

- *Hệ thống trung tâm thương mại (TTTTM)*: Các trung tâm thương mại đang hoạt động được đầu tư xây dựng tương đối hoàn chỉnh, nhiều công năng sử dụng có các loại hình kinh doanh thương mại hiện đại, đa chức năng bao gồm tổ hợp các loại hình cửa hàng, cơ sở hoạt động dịch vụ, hội trường, phòng họp, khách sạn, văn phòng cho thuê... được bố trí tập trung, liên hoàn, đáp ứng các tiêu chuẩn về diện tích kinh doanh, trang bị kỹ thuật và trình độ quản lý⁴.

- *Hệ thống siêu thị và cửa hàng tự chọn, phố thương mại*:

+ Siêu thị: Trên địa bàn tỉnh có 16 siêu thị đang hoạt động; trong đó có 02 siêu thị hạng I, 06 siêu thị hạng II và 08 siêu thị hạng III.

+ Các đường phố thương mại: Việc phát triển kinh doanh thương mại, dịch vụ trên đường phố của tỉnh Thái Nguyên chủ yếu tập trung trên các tuyến phố trung tâm tỉnh Thái Nguyên. Các mặt hàng kinh doanh đa dạng, phong phú nhưng phần lớn là hỗn hợp. Trên địa bàn tỉnh đã hình thành các tuyến phố chuyên doanh như: Tuyến phố chuyên doanh thời trang (Lương Ngọc Quyến, Hoàng Văn Thụ), tuyến chuyên doanh dịch vụ ăn uống (Bắc Sơn, Minh Cầu), chuyên doanh ô tô, mô tô, xe máy (đường Cách mạng tháng 8, đoạn kho Ba mái - Đường tàu).

4.3. Hệ thống kinh doanh xăng dầu, khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG)

- *Hệ thống kinh doanh xăng dầu*: Mạng lưới kinh doanh xăng dầu trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên phát triển khá đồng đều với 07 thương nhân phân phối/thương nhân ủy quyền thương nhân đầu mối, 298 cửa hàng bán lẻ xăng dầu và 01 kho xăng dầu (Đa Phúc), mạng lưới này cơ bản đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ nhiên liệu của người dân và doanh nghiệp. Đến thời điểm hiện tại có 08/92 xã chưa có cửa hàng bán lẻ xăng dầu (xã Vạn Phú,

⁴ Trên địa bàn tỉnh có 5 Trung tâm thương mại đang hoạt động, trong đó có 03 TTTM hạng 2 và 02 TTTM hạng 3. Các TTTM được hình thành từ nguồn vốn đầu tư ngoài nhà nước, tập trung tại khu vực trung tâm kinh tế, thương mại, dịch vụ của tỉnh.

Thần Sa, Văn Lãng, Sảng Mộc, Vĩnh Thông, Phong Quang, Cường Lợi và Thượng Quan).

- *Hạ tầng cung cấp khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG)*: toàn tỉnh hiện có 06 thương nhân chiết nạp khí dầu mỏ hóa lỏng (LPG); 09 thương nhân mua bán khí hóa lỏng (LPG) với trên 700 cửa hàng bán lẻ tại 92 xã, phường, các doanh nghiệp cơ bản tuân thủ quy định về phòng cháy chữa cháy, an toàn và đo lường chất lượng.

4.4. Trung tâm Hội chợ triển lãm

Theo định hướng trong Nghị quyết số 182/NQ-HĐND ngày 04/11/2021 của Hội đồng nhân dân tỉnh Thái Nguyên thông qua Chương trình phát triển thương mại, dịch vụ tỉnh Thái Nguyên đã định hướng thu hút đầu tư xây dựng 01 trung tâm hội chợ triển lãm - chợ vùng Việt Bắc mang tính liên kết vùng tại trung tâm tỉnh Thái Nguyên làm nơi tổ chức các sự kiện lớn của tỉnh, trung tâm hội chợ triển lãm cấp vùng. Tuy nhiên, đến nay chưa được đầu tư xây dựng dẫn đến việc tổ chức các chương trình, sự kiện gặp khó khăn về địa điểm.

4.5. Hệ thống logistics

Hệ thống giao thông tỉnh Thái Nguyên hiện nay khá đồng bộ, bao gồm các tuyến đường huyết mạch như cao tốc Hà Nội - Thái Nguyên, Quốc lộ 3, Quốc lộ 37, Quốc lộ 1B, Quốc lộ 17, cùng các tuyến đang được đầu tư như đường Vành đai V vùng Thủ đô, góp phần tăng cường khả năng kết nối và vận chuyển hàng hóa; Trên địa bàn tỉnh hiện có nhiều khu công nghiệp (KCN) và cụm công nghiệp (CCN) như: Yên Bình, Sông Công, Nam Phổ Yên, Diềm Thụy... Đây là nền tảng quan trọng để phát triển dịch vụ logistics phục vụ hoạt động sản xuất, xuất nhập khẩu.

4.6. Cơ sở lưu trú, ăn uống

Dịch vụ lưu trú, ăn uống được quan tâm đầu tư, tăng trưởng lĩnh vực dịch vụ ăn uống, lưu trú giai đoạn 2021-2024 khoảng 37,5%/năm. Toàn tỉnh Thái Nguyên có 785 cơ sở lưu trú, trong đó có 95 khách sạn (10 khách sạn 3 sao, 07 khách sạn 2 sao, 03 khách sạn 1 sao, 75 khách sạn đạt tiêu chuẩn); 691 nhà nghỉ du lịch và nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê và có trên 4.700 nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động với trên 100 nhà hàng có sức chứa lớn. Số lượt khách đến Thái Nguyên giai đoạn 2021- 2025 ước đạt 18,6 triệu lượt khách (bao gồm cả khách quốc tế và trong nước).

4.7. Dịch vụ lữ hành

Dịch vụ lữ hành của tỉnh đóng góp chung vào giá trị tổng mức bán lẻ chưa lớn nhưng trong giai đoạn 2021 - 2024 có mức tăng trưởng cao, tăng trưởng bình quân giai đoạn khoảng 56,53%/năm. Trong giai đoạn tới với

những dự án quy mô lớn được hoàn thành đi vào khai thác, dự kiến sẽ đóng góp đáng kể vào tổng mức bán lẻ của tỉnh.

4.8. Dịch vụ khác

Các dịch vụ khác bao gồm: Doanh thu dịch vụ kinh doanh bất động sản; doanh thu dịch vụ hành chính và dịch vụ hỗ trợ (trừ dịch vụ du lịch lữ hành; doanh thu thuần hoạt động giáo dục và đào tạo; doanh thu thuần hoạt động y tế; doanh thu hoạt động xổ số, thể thao, vui chơi và giải trí...).

Giai đoạn 2021 - 2025: doanh thu dịch vụ khác có tốc độ tăng trưởng bình quân ổn định, ước đạt 16,5%/năm. Trong giai đoạn tới, cùng với tốc độ tăng trưởng các lĩnh vực thương mại, dịch vụ thì dịch vụ khác tiếp tục đóng góp vai trò quan trọng trong cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ của tỉnh.

5. Hoạt động xúc tiến thương mại

5.1. Công tác thông tin tuyên truyền

Công tác thông tin tuyên truyền được triển khai đồng bộ, linh hoạt và ngày càng chuyên nghiệp. Các hoạt động được truyền tải qua nhiều kênh như báo chí, truyền hình, cổng thông tin điện tử, mạng xã hội và các ấn phẩm truyền thông, góp phần quảng bá hiệu quả tiềm năng, sản phẩm đặc trưng và môi trường đầu tư của tỉnh. Nhờ đó, hình ảnh Thái Nguyên năng động - thân thiện - hội nhập được lan tỏa rộng rãi, thu hút doanh nghiệp, mở rộng thị trường tiêu thụ, thúc đẩy hợp tác và phát triển kinh tế địa phương.

5.2. Tổ chức các Hội chợ, Hội chợ triển lãm

Tổ chức thành công nhiều hội chợ, hội trợ triển lãm, cụ thể: 02 Hội chợ Xuân; 01 Hội chợ triển lãm “Mỗi xã, phường một sản phẩm - Thái Nguyên”; 03 “Hội chợ triển lãm Công Thương - OCOP Thái Nguyên”; 01 Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại “Hội chợ Công Thương khu vực Đông Bắc - Thái Nguyên 2024”; 02 “Festival Nông sản, OCOP, làng nghề gắn kết du lịch - Thái Nguyên”; 01 Chương trình “Xúc tiến sắc màu nông sản thời kỳ 4.0 - Thái Nguyên 2023” giới thiệu các sản phẩm nông sản, thực phẩm chế biến, sản phẩm OCOP, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, làng nghề truyền thống, qua đó góp phần quảng bá các thành tựu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh; kết nối cung cầu tiêu thụ sản phẩm, mở rộng thị trường, tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, hộ kinh doanh; gắn kết giữa hoạt động xúc tiến thương mại với hoạt động sản xuất, cung ứng dịch vụ trên địa bàn tỉnh đảm bảo ổn định và phát triển.

5.3. Triển khai thực hiện Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"

Giai đoạn 2021-2025 Sở Công Thương đã tổ chức nhiều Phiên chợ “Đưa hàng Việt về miền núi” tại địa bàn các xã vùng sâu, vùng xa. Tổ chức thành công 14 Chương trình “Kích cầu tiêu dùng nội địa gắn với Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; 06 Chương trình xúc tiến, kết nối tiêu thụ hàng Việt; Tuần hàng Việt - Thái Nguyên; 03 Chương trình Tuần Nông sản; 05 Chương trình Xúc tiến, kết nối tiêu thụ sản phẩm Na và nông sản tỉnh Thái Nguyên; 02 Chương trình xúc tiến, kết nối tiêu thụ sản phẩm Gà đồi Phú Bình và các sản phẩm nông sản tỉnh Thái Nguyên góp phần tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, kết nối cung cầu, phát triển thị trường trong nước gắn với thực hiện hiệu quả Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" do Bộ Chính trị, Ban Bí thư Trung ương Đảng phát động.

6. Thương mại điện tử

Giai đoạn 2021 - 2025, tỉnh Thái Nguyên đã xác định thương mại điện tử (TMĐT) là một trong những lĩnh vực trọng tâm của chương trình chuyển đổi số và phát triển kinh tế hiện đại, hoạt động TMĐT trên địa bàn đã có bước phát triển rõ rệt cả về quy mô, nhận thức và hạ tầng kỹ thuật. Đến năm 2025, toàn tỉnh có hơn 215 website TMĐT được xác nhận; Công tác hỗ trợ doanh nghiệp, thương nhân, nông dân sản xuất và kinh doanh lên sàn TMĐT được triển khai mạnh mẽ. Qua đó quy tụ, tạo lập cộng đồng TMĐT năng động, sáng tạo, với hệ sinh thái sản phẩm đa dạng, kết nối các yếu tố đặc sắc về văn hóa, con người và sản vật địa phương, góp phần nâng cao đời sống nhân dân, phát triển kinh tế số tỉnh Thái Nguyên theo hướng bền vững.

II. NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ

1. Những kết quả đạt được

- Với sự quyết tâm đồng hành của cả hệ thống chính trị, sự vào cuộc, đồng hành của các đơn vị kinh doanh hoạt động trên địa bàn, cơ bản các chỉ tiêu đề ra đã đạt kết quả nhưng vẫn còn có chỉ tiêu chưa đạt như kỳ vọng (chỉ tiêu tăng trưởng xuất khẩu đạt thấp); công tác xây dựng quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án, cơ chế chính sách được ban hành kịp thời góp phần tạo hành lang pháp lý trong việc thúc đẩy phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh.

- Công tác cải cách hành chính, nhất là cải cách thủ tục hành chính chuyển biến tích cực. Việc giải quyết các thủ tục đầu tư, cấp Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, Giấy chứng nhận đầu tư, Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất theo cơ chế “một cửa” và “một cửa liên thông” thực hiện khá tốt. Môi trường đầu tư, kinh doanh, năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chính sách hỗ trợ, đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp đã góp phần tạo dựng môi trường đầu tư thông thoáng, hấp dẫn, minh bạch, tạo niềm tin cho các nhà đầu tư mạnh dạn đầu tư vào tỉnh Thái Nguyên.

- Việc phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ đã tạo điều kiện cho lưu thông tăng nhanh, số mặt hàng đưa ra trao đổi trên thị trường ngày càng phong phú, đa dạng, đáp ứng được nhu cầu cơ bản của sản xuất, góp phần quan trọng vào sự phát triển và chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cải thiện đời sống các tầng lớp dân cư, góp phần giải quyết việc làm, thực hiện phân công lại lao động trong tỉnh.

- Quản lý Nhà nước về hoạt động thương mại, dịch vụ của Thái Nguyên những năm qua đã có nhiều chuyển biến tích cực, công tác hướng dẫn chính sách, pháp luật, định hướng phát triển thương mại, cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, tăng cường kiểm tra, kiểm soát thị trường, góp phần thiết lập trật tự kỷ cương trong kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh.

2. Tồn tại, hạn chế

- Tình hình phát triển sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất khu vực địa phương đa phần có quy mô nhỏ, khả năng mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư ứng dụng công nghệ hiện đại còn hạn chế.

- Hạ tầng cơ sở của Thái Nguyên đã được đầu tư nâng cấp, nhưng chưa thực sự đồng bộ, còn có công trình giao thông chậm tiến độ đã hạn chế tốc độ phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ, đặc biệt là chưa đầu tư được cơ sở dịch vụ du lịch trọng điểm để thu hút khách du lịch.

- Xuất khẩu tăng trưởng phần lớn thuộc nhóm doanh nghiệp FDI, chi phối sự biến động tăng, giảm giá trị xuất khẩu toàn tỉnh; chưa phát huy hết được tiềm năng và lợi thế của tỉnh để đa dạng hóa các mặt hàng xuất khẩu.

- Cơ sở hạ tầng đến khu vực có tiềm năng phát triển du lịch như Hồ Núi Cốc, Hồ Ba Bể, Hồ Ghèn Chè ... còn hạn chế, do đó chưa thu hút được nhà đầu tư tiềm năng đến đầu tư phát triển.

3. Nguyên nhân

- Việc nắm bắt thông tin và dự báo nhu cầu tiêu dùng, tốc độ phát triển kinh tế chưa sát tình hình thực tế, còn chịu nhiều tác động khách quan chưa dự báo được (như thiên tai, dịch bệnh, tình hình thế giới); diễn biến giá nguyên liệu, sản phẩm xuất khẩu khó lường; nhu cầu tiêu thụ thế giới phục hồi chậm hơn so với kỳ vọng;

- Xuất khẩu hàng hóa của khối doanh nghiệp FDI chiếm tỷ trọng 97,3% giá trị xuất khẩu của tỉnh; hiện nay, các doanh nghiệp FDI này đã hoạt động ổn định ở mức cao, tuy nhiên, giá trị xuất khẩu chưa có bước tăng trưởng đột phá do chưa thu hút dự án mới/quy mô lớn có hàm lượng công nghệ cao.

Phần thứ ba

MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ TỈNH THÁI NGUYÊN GIAI ĐOẠN 2026 - 2030

I. MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ

1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển nhanh và bền vững các loại hình thương mại, dịch vụ trên địa bàn, xây dựng tỉnh Thái Nguyên thành trung tâm thương mại cấp vùng, trung tâm giao thương và kinh tế của khu vực Trung du và miền núi phía Bắc, vùng Thủ đô Hà Nội. củng cố, phát triển các kênh phân phối hàng hóa theo hướng văn minh, hiện đại; kết hợp hài hòa giữa phát triển các loại hình thương mại truyền thống gắn với phát triển TMĐT. Tạo sự đột phá trên cơ sở mở rộng quy mô, đa dạng hóa loại hình thương mại, dịch vụ nâng cao chất lượng đáp ứng nhu cầu xã hội và đời sống Nhân dân.

2. Mục tiêu cụ thể

- Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2026 - 2030 phấn đấu tăng bình quân 15%/năm⁵ trở lên. Trong đó:

+ Tăng trưởng bán lẻ hàng hóa bình quân khoảng 15%/năm;

+ Tăng trưởng dịch vụ lưu trú và ăn uống bình quân khoảng 15,6%/năm;

⁵ Theo Quyết định số 1163/QĐ-TTg ngày 13/7/2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt chiến lược “phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 “Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (TMBLHH&DTDVTD) (chưa loại trừ yếu tố giá) đạt tốc độ tăng bình quân 13,0 - 13,5%/năm”; Chiến lược phát triển thị trường bán lẻ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2050 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 2326/QĐ-TTg ngày 21/10/2025, định hướng mục tiêu tăng trưởng Tổng mức bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (chưa loại trừ yếu tố giá) đến năm 2030 tăng bình quân 11,0-11,5%/năm.

- + Tăng trưởng dịch vụ lữ hành bình quân khoảng 19,4%/năm;
- + Tăng trưởng dịch vụ khác bình quân khoảng 13,9%/năm.
 - Giá trị xuất khẩu trên địa bàn tăng bình quân 10%/năm; trong đó, xuất khẩu địa phương tăng bình quân 10%/năm⁶.
 - Tăng trưởng lĩnh vực thương mại, dịch vụ góp phần quan trọng để tỷ trọng dịch vụ chiếm 36,5% trong cơ cấu GRDP của tỉnh⁸;
 - Doanh số thương mại điện tử (B2C) (*tính cho cả hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng trực tuyến*) chiếm 20% trở lên so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng của tỉnh⁷;
 - Tập trung rà soát công tác quản lý chợ, đầu tư nâng cấp, cải tạo chợ đảm bảo theo quy định, tiêu chuẩn (tiêu chuẩn quốc gia chợ - tiêu chuẩn thiết kế TCVN 9211:2012); thu hút các tập đoàn lớn đầu tư xây dựng được một hệ sinh thái đa lĩnh vực khu tổ chức sự kiện, Hội chợ triển lãm, Trung tâm thương mại, dịch vụ, cửa hàng bách hoá tổng hợp; chợ đầu mối Linh Sơn, chợ đầu mối Diêm Thụy;
 - Nghiên cứu phát triển các không gian kinh tế đêm, tuyến phố đêm với bản sắc “đêm xứ trà gắn kết tinh hoa” tại các khu vực trung tâm trọng điểm văn hóa chính trị, du lịch.
 - Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại trong và ngoài nước; triển khai hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” nhằm quảng bá hình ảnh, sản phẩm và con người Thái Nguyên; phát triển các sản phẩm, hàng hóa có thương hiệu là đặc trưng, đặc sản, tiềm năng, lợi thế của của tỉnh đáp ứng tiêu chuẩn, chất lượng để đưa vào hệ thống phân phối trong và ngoài nước;
 - Phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ với phát triển giao thông, đô thị mới trên địa bàn; định hướng, quy hoạch phát triển tuyến phố chuyên doanh, phấn đấu đến năm 2030 hình thành một số tuyến phố chuyên doanh chính; hoàn thành việc sắp xếp, di dời, xóa bỏ địa điểm kinh doanh không phù hợp.
 - Tăng cường công tác hội nhập kinh tế quốc tế, thu hút đầu tư, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu các sản phẩm của tỉnh.

⁶ Nghị quyết Đại hội đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ I nhiệm kỳ 2025 - 2030.

⁷ Theo Quyết định số 1568/QĐ-BCT ngày 03/6/2025 của Bộ Công Thương phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử Quốc gia giai đoạn 2026 - 2030.

II. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

1. Nhiệm vụ phát triển thương mại, dịch vụ tỉnh Thái Nguyên

1.1. Hoàn thiện thể chế, chính sách, cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh và quản lý hoạt động thương mại, dịch vụ

- Kịp thời rà soát, cập nhật các văn bản sửa đổi, bổ sung liên quan đến quản lý hoạt động đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ bảo đảm tính thống nhất, thông suốt, đồng bộ, phù hợp với các luật chuyên ngành và phù hợp với cam kết quốc tế; cập nhật, tham mưu kịp thời các chính sách ưu đãi đầu tư, chính sách khuyến khích xã hội hóa đầu tư để phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ theo hướng đồng bộ, hiện đại; các chính sách hỗ trợ ngân sách nhà nước đối với các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại tại các địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, không có điều kiện để thực hiện xã hội hóa; cải thiện môi trường đầu tư, kinh doanh, cải cách thủ tục hành chính;

- Triển khai thực hiện hiệu quả công tác xúc tiến thương mại; nâng cao chất lượng hệ thống phân phối bán lẻ; tổ chức các lớp tập huấn về hội nhập kinh tế quốc tế phù hợp với cam kết hội nhập đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu, kiểm soát nguồn cung hàng nhập khẩu, bảo vệ hàng hóa và doanh nghiệp trong nước; tiếp tục thực hiện tốt công tác quản lý thị trường đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ phòng chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trên thị trường nội địa trong tình hình mới.

1.2. Đẩy mạnh tiêu dùng trong nước, gắn kết lưu thông với sản xuất và liên kết các chuỗi cung ứng sản phẩm, hàng hóa

- Tăng cường phát huy kết nối cung cầu hàng hóa; hình thành các chuỗi liên kết dọc và liên kết ngang, giữa các nhà sản xuất, nhà phân phối và nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ; nghiên cứu thúc đẩy chuỗi liên kết giữa các tỉnh theo trục phát triển

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, dự báo thị trường và gắn kết hiệu quả các quá trình sản xuất với nhu cầu thị trường;

1.3. Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại, dịch vụ

- Đẩy nhanh quá trình chuyển đổi mô hình quản lý chợ và xã hội hóa đầu tư xây dựng, khai thác chợ, nâng cao chất lượng dịch vụ theo hướng bảo đảm an toàn thực phẩm, văn minh thương mại; lồng ghép việc triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới để nâng cấp, cải tạo hạ tầng chợ nông thôn;

- Nghiên cứu thu hút các tập đoàn lớn đầu tư xây dựng được một hệ sinh thái đa lĩnh vực Trung tâm thương mại, dịch vụ, cửa hàng bách hoá tổng hợp (nghiên cứu quỹ đất tại khu vực phía nam tỉnh Thái Nguyên); Thu hút đầu tư xây dựng hệ thống kho tổng hợp và chuyên dụng, kho lạnh (đặc biệt là kho dự trữ, bảo quản hàng nông sản và hàng tiêu dùng thiết yếu) phục vụ bình ổn thị trường và cân đối cung cầu trong các thời điểm bất ổn về giá trong và ngoài nước;

- Khuyến khích phát triển và quản lý các loại hình trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tiện lợi, máy bán hàng tự động...; đẩy nhanh tiến độ triển khai các điểm bán sản phẩm OCOP và đẩy mạnh các hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại cho sản phẩm OCOP; sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu, sản phẩm đặc trưng, đặc sản của địa phương.

- Bám sát và triển khai thực hiện phát triển dịch vụ logistics, đồng thời nghiên cứu phát triển gắn với hành lang kinh tế trọng điểm theo trục Bắc – Nam (phía đông Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, hành lang Lạng Sơn – Bắc Ninh - Hà Nội);

1.4. Phát triển thương mại điện tử, các loại hình thương mại dựa trên nền tảng số hóa

- Tiếp tục nghiên cứu tham mưu hoàn thiện pháp lý về hoạt động TMĐT; kịp thời xử lý các hành vi gian lận thương mại, hàng giả, hàng kém chất lượng, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ người tiêu dùng trong TMĐT; tăng cường kết nối, tích hợp hạ tầng thanh toán không dùng tiền mặt của tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, trung gian thanh toán với hạ tầng của các đơn vị chấp nhận thanh toán, đáp ứng yêu cầu thanh toán điện tử trong thương mại điện tử; Khuyến khích sự chuyển đổi từ thanh toán tiền mặt sang các loại hình thanh toán không dùng tiền mặt; chú trọng phát triển hệ thống thanh toán hiện đại an toàn và linh hoạt.

- Triển khai các giải pháp ứng dụng TMĐT nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất, kinh doanh cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ gia đình các tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm hàng hóa chất lượng đặc trưng của địa phương; ưu tiên chuyển đổi số tại các chợ truyền thống, khu vực nông thôn, đồng bào thiểu số miền núi, vùng sâu, vùng xa.

1.5. Phát triển, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Tổ chức các chương trình đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực tổng hợp phân tích thông tin thị trường phục vụ công tác quản lý nhà nước và hỗ trợ cung cấp thông tin cho doanh nghiệp;

- Triển khai các hoạt động hỗ trợ đào tạo, nâng cao năng lực quản trị kinh doanh, kiến thức an toàn thực phẩm, văn minh thương mại cho các đối tượng hoạt động trong các cơ sở kinh doanh thương mại; khuyến khích doanh nghiệp đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực phân phối, bán lẻ nhằm thúc đẩy hiệu quả hoạt động của các chủ thể kinh doanh; chú trọng đào tạo kỹ năng quản lý, kỹ năng chuyên môn cho lao động trong ngành;

- Hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp tham gia các chương trình đào tạo, các chương trình phổ biến kiến thức, nâng cao kỹ năng văn minh thương mại cho các hộ kinh doanh ở khu vực nông thôn.

1.6. Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, cung cấp thông tin dự báo xu hướng thị trường nhằm hỗ trợ doanh nghiệp kịp thời ứng phó với những biến động bất lợi của thị trường

- Nâng cao chất lượng thu thập thông tin thị trường các nhóm hàng, mặt hàng, cung cấp thông tin kịp thời cho doanh nghiệp, người sản xuất cũng như người tiêu dùng; tổ chức đa dạng các kênh thông tin và thực hiện quảng bá sản phẩm thân thiện môi trường, cơ sở phân phối bền vững tới người tiêu dùng thông qua các kênh tuyên truyền;

- Quảng bá thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm vùng dân tộc thiểu số và miền núi; Tổ chức các phiên chợ gắn với Lễ hội và du lịch để giới thiệu và tiêu thụ các sản phẩm vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi của tỉnh.

1.7. Đổi mới, tăng cường công tác quản lý nhà nước, nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật về hoạt động thương mại, dịch vụ

- Nâng cao năng lực, thực thi hiệu quả hệ thống pháp luật, các đề án, chiến lược liên quan đến thương mại, dịch vụ và thị trường trong nước; nâng cao năng lực quản lý nhà nước về phát triển thương mại, dịch vụ;

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường nhằm ngăn chặn hàng lậu, hàng giả, hàng kém chất lượng, gian lận thương mại; bảo đảm các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường.

1.8. Nâng cao ý thức, đẩy mạnh công tác bảo vệ môi trường trong các hoạt động thương mại, dịch vụ

- Thực hiện nghiêm pháp luật về bảo vệ môi trường và các quy định về bảo vệ môi trường trong các hoạt động thương mại, dịch vụ; phòng ngừa, ngăn chặn kết hợp với xử lý nghiêm các hoạt động thương mại, dịch vụ gây ô nhiễm, cải thiện môi trường và bảo tồn thiên nhiên;

- Đối với các dự án đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, dịch vụ phải triệt để tuân thủ các quy định, tiêu chuẩn môi trường trong quá trình xây dựng, khai thác, vận hành dự án; quản lý sử dụng năng lượng tiết kiệm và bền vững, khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo, quản lý tốt công tác thu hồi, thu gom phục vụ tái chế, tái sử dụng các loại chất thải trong hoạt động phân phối hàng hóa;

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát, thanh tra, kiểm tra về môi trường. Khuyến khích chuyển đổi, thay thế công nghệ, thiết bị lạc hậu bằng công nghệ, thiết bị tiên tiến trong hoạt động lưu thông và phân phối hàng hóa, dịch vụ;

- Tăng cường năng lực quản lý môi trường cho đội ngũ lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp, các tổ chức, đoàn thể; thực hiện tốt công tác tuyên truyền, giáo dục, nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường cho các chủ thể tham gia kinh doanh, lao động trong ngành thương mại, cộng đồng và xã hội.

2. Giải pháp phát triển thương mại, dịch vụ

2.1. Giải pháp về vốn đầu tư

2.1.1. Dự kiến nhu cầu vốn đầu tư cho phát triển thương mại, dịch vụ

Phát triển thương mại, dịch vụ gắn liền với cơ sở hạ tầng giao thông, du lịch, khu, cụm công nghiệp... Để đảm bảo mục tiêu tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2026 - 2030 là 15%/năm trở lên; tăng trưởng giá trị xuất khẩu 10%/năm cần tập trung chỉ đạo đẩy nhanh tiến độ triển khai 11 dự án trọng điểm lĩnh vực thương mại, dịch vụ và 10 dự án đầu tư vào lĩnh vực hạ tầng khu, cụm công nghiệp với tổng vốn đầu tư đã đăng ký khoảng 23.026 tỷ đồng. Trong đó ngân sách nhà nước đầu tư cho lĩnh vực chợ dự kiến khoảng: 69 tỷ đồng.

- Ngân sách nhà nước dự kiến đầu tư, gồm:

+ Đầu tư nâng cấp, cải tạo và xây mới chợ từ nguồn vốn đầu tư công trung hạn; nguồn hỗ trợ từ Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi và các chương trình, đề án khác.

+ Thúc đẩy phát triển dịch vụ logistics, trên cơ sở đầu tư phát triển hạ tầng giao thông, thương mại, công nghệ đảm bảo gắn kết phát huy tối đa lợi thế về vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên của tỉnh, bám sát Quyết định số 2229/QĐ-TTg ngày 09/10/2025 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến

lược phát triển dịch vụ logistics Việt Nam thời kỳ 2025 - 2035, tầm nhìn đến 2050.

+ Tăng cường công tác quản lý nhà nước về TMĐT, tuyên truyền hỗ trợ doanh nghiệp, thương nhân, cá nhân đăng ký hoạt động TMĐT (website bán hàng); triển khai Kế hoạch phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2026 - 2030, bám sát Quyết định số 1568/QĐ-BCT, ngày 03/6/2025 của Bộ Trưởng Bộ Công Thương về Phê duyệt Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2026 - 2030.

+ Xúc tiến thương mại, chương trình hưởng ứng Cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam; bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030.

- Thu hút đầu tư từ các nguồn vốn hợp pháp đầu tư vào lĩnh vực hạ tầng thương mại, dịch vụ.

2.1.2. Nguồn vốn đầu tư

Nguồn vốn đầu tư xây dựng các dự án chuyển tiếp từ giai đoạn 2021 - 2025 từ các dự án đã được chấp thuận chủ trương đầu tư là 22.957 tỷ đồng. Nâng cấp, cải tạo mạng lưới chợ khu vực nông thôn, miền núi đã được ghi vốn trong giai đoạn 2026 - 2030 là 69 tỷ đồng (điểm a, mục X.5, Phụ lục IV, Nghị quyết số 28/NQ-HĐND ngày 30/7/2025), xây dựng trung tâm thương mại, siêu thị, sàn TMĐT... được huy động từ nguồn vốn ngân sách Trung ương, ngân sách địa phương; nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài; nguồn vốn của doanh nghiệp, hộ kinh doanh, vốn vay và các nguồn vốn hợp pháp khác.

2.1.3. Các giải pháp về thu hút vốn đầu tư

- Đẩy mạnh giới thiệu, quảng bá, xúc tiến đầu tư nhằm thu hút các nhà đầu tư nghiên cứu đầu tư xây dựng các cơ sở thương mại, dịch vụ: các khu du lịch, nghỉ dưỡng, logistics, trung tâm thương mại, siêu thị, chợ;...

- Lòng ghép nguồn vốn thuộc các Chương trình mục tiêu quốc gia với các nguồn vốn khác để thực hiện có hiệu quả Đề án phát triển thương mại, dịch vụ nhất là đối với khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa trên địa bàn tỉnh.

- Tạo điều kiện thuận lợi để thu hút vốn đầu tư từ mọi thành phần kinh tế, khuyến khích các hình thức liên doanh, liên kết đầu tư giữa các doanh nghiệp phân phối và tổ chức tín dụng đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại.

2.2 Giải pháp về cơ chế chính sách

- Thường xuyên rà soát, cập nhật các chính sách ưu đãi đầu tư; bám sát, giải quyết kịp thời các vướng mắc phát sinh, đảm bảo tiến độ thực hiện các dự án, công trình trọng điểm, thúc đẩy giải ngân các dự án đầu tư.

- Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát huy hiệu quả các cơ sở hạ tầng thương mại, dịch vụ, các điểm có lợi thế về thương mại dịch vụ gắn với việc hình thành các khu, điểm du lịch trọng điểm.

- Tăng cường công tác tuyên truyền, đào tạo tập huấn cho các doanh nghiệp, thương nhân, cá nhân về phát triển TMĐT; tổ chức sự kiện TMĐT thường niên kích cầu thị trường, thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm thế mạnh của tỉnh.

2.3. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu

- Tiếp tục xây dựng và triển khai thực hiện có hiệu quả các kế hoạch, chương trình hành động thực hiện các thỏa thuận, hiệp định thương mại tự do (FTA) trên địa bàn tỉnh, đổi mới công nghệ, áp dụng công nghệ quản lý tiên tiến theo tiêu chuẩn quốc tế. Nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, đáp ứng những cam kết khi tham gia các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới;

- Tiếp tục tổ chức thực hiện các chương trình hỗ trợ về thị trường; tạo điều kiện cho các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế tham gia các sự kiện xúc tiến đầu tư và thương mại. Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu sản phẩm đặc trưng của tỉnh.

4. Giải pháp phát triển thị trường nông thôn, miền núi

- Cải tạo, nâng cấp hệ thống chợ nông thôn để phục vụ nhu cầu trao đổi hàng hóa của Nhân dân, đặc biệt các chợ khu vực miền núi, vùng sâu, vùng xa trên địa bàn tỉnh;

- Phát triển các sản phẩm, hàng hoá có thương hiệu là đặc trưng, đặc sản, tiềm năng, lợi thế của tỉnh nhằm đưa vào hệ thống phân phối trong nước và ngoài nước; đẩy mạnh hoạt động khuyến mại, xúc tiến thương mại, hội chợ triển lãm và các hình thức giới thiệu sản phẩm hàng hóa khác góp phần tăng nhanh mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ, sức mua của khu vực nông thôn, miền núi;

- Tiếp tục triển khai có hiệu quả Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”; triển khai Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021 - 2030;

5. Giải pháp phát triển thương mại điện tử

- Bám sát các văn bản chỉ đạo của Trung ương xây dựng kế hoạch thực hiện cụ thể hằng năm (trong đó khẩn trương xây dựng Kế hoạch phát triển thương mại điện tử tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030).

- Triển khai phát triển TMĐT của tỉnh gắn với thúc đẩy liên kết vùng; tăng cường xây dựng nền tảng kết nối chia sẻ mua bán nguyên vật liệu thứ cấp có thể tái chế là đầu vào sản xuất; thúc đẩy các hoạt động tuyên truyền và hợp tác quốc tế trong việc đóng gói thân thiện với môi trường.

6. Giải pháp xúc tiến thương mại

- Tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường, giới thiệu, quảng bá các sản phẩm của tỉnh, đặc biệt là các sản phẩm có thế mạnh. Quan tâm hỗ trợ, kết nối tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng của các địa phương khác trên cả nước, tạo chuỗi liên kết, cung ứng chặt chẽ.

- Xây dựng kế hoạch triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại thường xuyên hằng năm; đăng ký các chương trình, đề án thuộc “Chương trình cấp quốc gia về Xúc tiến thương mại”, trong đó tập trung triển khai đồng bộ, có hiệu quả các hội chợ, triển lãm thương mại; đẩy mạnh xúc tiến thương mại tại các tỉnh, thành trong nước và nước ngoài.

7. Đổi mới, nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước

- Thường xuyên đôn đốc, kiểm tra và thực hiện đồng bộ các giải pháp nhằm đẩy nhanh hoạt động đầu tư, triển khai các dự án đã được phê duyệt đảm bảo tiến độ theo quy định của pháp luật.

- Tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước đối với phát triển hạ tầng thương mại, dịch vụ, không để xảy ra khiếu kiện phức tạp. Giải quyết dứt điểm các khiếu kiện, tồn tại, vướng mắc theo phân cấp quản lý, đúng quy định của pháp luật; tăng cường tổ chức đối thoại để nắm bắt tình hình sản xuất kinh doanh, thuận lợi và khó khăn của các đơn vị, cá nhân liên quan.

- Tăng cường phối hợp các cơ quan chức năng trong công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, đấu tranh chống các hành vi buôn bán hàng nhập lậu, hàng cấm, gian lận thương mại, chống sản xuất - buôn bán hàng giả, kiểm tra việc chấp hành pháp luật trong hoạt động thương mại của các tổ chức, cá nhân trên địa bàn tỉnh.

Phần thứ tư

TỔ CHỨC THỰC HIỆN

I. THỜI GIAN THỰC HIỆN

Đề án thực hiện trong 05 năm (từ năm 2026 đến năm 2030). Sơ kết thực hiện Đề án vào năm 2028, tổng kết thực hiện Đề án vào năm 2030.

II. NGUỒN LỰC THỰC HIỆN ĐỀ ÁN

Kinh phí thực hiện Đề án dự kiến là 69 tỷ đồng. Kinh phí thực hiện do ngân sách tỉnh bảo đảm.

III. PHÂN CÔNG THỰC HIỆN

1. Ban Thường vụ Tỉnh ủy Lãnh đạo, chỉ đạo toàn diện, thống nhất việc triển khai Đề án trên phạm vi toàn tỉnh; ban hành kế hoạch triển khai thực hiện Đề án; định kỳ giám sát, xem xét, cho ý kiến chỉ đạo đối với những nội dung, vấn đề quan trọng, phát sinh trong quá trình thực hiện Đề án.

2. Ban Tuyên giáo và Dân vận Tỉnh ủy chủ trì, phối hợp với các cơ quan có liên quan hướng dẫn việc quán triệt nội dung Đề án, Nghị quyết đến các chi đảng bộ, đảng viên và Nhân dân. Chỉ đạo các cơ quan thông tấn báo chí thực hiện các nội dung tuyên truyền về Đề án, Nghị quyết thường xuyên và liên tục.

3. Đảng ủy UBND tỉnh chỉ đạo UBND tỉnh chỉ đạo các sở, ban, ngành, địa phương tổ chức thực hiện Đề án; cụ thể hóa Đề án thành các Chương trình, Kế hoạch cụ thể (*gồm kế hoạch dài hạn, trung hạn và hàng năm*); xác định rõ nội dung, lộ trình, bố trí bảo đảm nguồn lực để triển khai hiệu quả những mục tiêu, nhiệm vụ của Đề án. Chỉ đạo các cấp, các ngành triển khai thực hiện nghiêm túc Đề án này.

Chủ động tham mưu ban hành kế hoạch hằng năm của Ban Thường vụ Tỉnh ủy triển khai thực hiện Đề án trước ngày 20/12 của năm liền trước. Định kỳ hằng quý, 6 tháng, hằng năm, giữa và cuối nhiệm kỳ, chỉ đạo tổng hợp, báo cáo kết quả triển khai thực hiện Đề án với Ban Thường vụ Tỉnh ủy, Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh; chủ động đề xuất, bổ sung điều chỉnh nhiệm vụ, giải pháp thực hiện Đề án cho phù hợp với yêu cầu nhiệm vụ thực tế, đảm bảo hoàn thành thắng lợi các mục tiêu nhiệm vụ của Đề án.

4. Các đảng ủy xã, phường tổ chức quán triệt Đề án; tiến hành xây dựng, triển khai thực hiện Đề án, Dự án, Kế hoạch cụ thể, chi tiết tại địa phương phù hợp với điều kiện thực tế; đồng thời tích cực huy động các nguồn vốn từ ngân sách, các nhà tài trợ và các nguồn vốn từ nhân dân để thực hiện Đề án.

5. Các cơ quan tham mưu, giúp việc của Tỉnh ủy và Đảng ủy UBND tỉnh theo chức năng nhiệm vụ đôn đốc, kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện.

Nơi nhận:

- Ban Bí thư (B/c),
- Các Ban xây dựng Đảng Trung ương (B/c),
- Đảng bộ Chính phủ (B/c),
- Các cơ quan tham mưu, giúp việc Tỉnh ủy,
- Các đảng bộ trực thuộc Tỉnh ủy,
- Đảng ủy Hội đồng nhân dân tỉnh,
- Đảng ủy MTTQ tỉnh,
- Hội đồng nhân dân tỉnh,
- Ủy ban nhân dân tỉnh,
- Ủy ban MTTQ tỉnh; các sở, ban, ngành cấp tỉnh,
- Các đồng chí Ủy viên BCH Đảng bộ tỉnh,
- Lưu Văn phòng Tỉnh ủy.

P.TH/222

**T/M. BAN CHẤP HÀNH
BÍ THƯ**

Trịnh Xuân Trường