



TỪ KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN TRUNG QUỐC ĐẾN GỢI MỞ CHIẾN LƯỢC QUY HOẠCH PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN TẠI VIỆT NAM

KTS TRƯƠNG NAM THUẬN

BỐI CẢNH NÔNG THÔN VIỆT NAM HIỆN NAY

Một trong những nguyên nhân lớn nhất khiến nông thôn Việt Nam hiện nay chưa thể phát triển đúng tầm chính là vì chúng ta chưa thật sự hiểu đúng và coi trọng nông thôn. Phần lớn chính sách và đầu tư trong nhiều năm qua vẫn coi nông thôn như “vùng đệm” của đô thị, là nơi cung cấp lao động giá rẻ và nguyên liệu thô, chứ không phải là một không gian sống và sáng tạo, có giá trị văn hóa, sinh thái và kinh tế riêng. Chính sự nhìn nhận phiến diện này đã dẫn đến nhiều hệ quả hạn chế:

Thứ nhất, tư duy phát triển ngắn hạn và chạy theo hình thức. Nhiều nơi tập trung xây dựng các công trình dễ thấy - cổng chào, nhà văn hóa, đường bê

tông - để đạt tiêu chí “nông thôn mới”, trong khi những yếu tố gốc rễ như sinh kế cho nông dân, bảo tồn văn hóa bản địa, hay hạ tầng sản xuất - tiêu thụ thì lại bị xem nhẹ. Kết quả là làng quê “đẹp” trên báo cáo, nhưng người trẻ vẫn bỏ đi, người già và trẻ nhỏ bị bỏ lại, kinh tế không tự đứng vững.

Thứ hai, các mô hình đầu tư thiếu bền vững và áp đặt từ trên xuống. Nhiều dự án nông nghiệp công nghệ cao, khu du lịch sinh thái, hay khu dân cư “nông thôn mới” được triển khai theo phong trào, nhưng không dựa trên điều kiện tự nhiên, nhu cầu thị trường, hay khả năng của người dân. Khi dự án thất bại, người nông dân gánh nợ, đất đai bị bỏ hoang, cộng đồng rơi vào rối loạn. Một số mô hình nuôi tôm, nuôi cá ồ ạt từng khiến nhiều vùng ven biển rơi vào vòng xoáy ô nhiễm và dịch bệnh - đó là những bài học đắt giá.

Thứ ba, tình trạng đầu cơ và thao túng đất nông thôn ngày càng nặng nề. Nhiều nhà đầu tư đô thị đổ về mua gom đất, phân lô bán nền, biến đất sản xuất thành đất ở. Điều này không chỉ làm giá đất tăng vọt, khiến người dân bản địa không thể mua đất hay mở rộng sản xuất, mà còn phá vỡ cấu trúc làng quê, đẩy cộng đồng vào vòng xoáy bất ổn. Có nơi, đất nông nghiệp bị bỏ hoang vì chủ mới chỉ chờ tăng giá để bán lại, trong khi người dân thiếu đất canh tác.

Thứ tư, quản trị cộng đồng yếu và phụ thuộc. Ở nhiều xã, hợp tác xã chỉ tồn tại trên danh nghĩa, người dân không có cơ chế để hợp lực hay chia sẻ lợi ích. Trong khi đó, doanh nghiệp hay thương lái dễ dàng thao túng giá nông sản. Người nông dân “mạnh ai nấy làm”, dẫn đến vòng luẩn quẩn: sản xuất dư thừa thì rút giá, khan hiếm thì không



Du lịch trải nghiệm nông thôn



Một bức tranh nông thôn vừa thừa, vừa thiếu

đủ đáp ứng.

Tất cả những yếu tố này cộng hưởng với nhau đã tạo ra một bức tranh nông thôn vừa thừa, vừa thiếu: thừa công trình bê tông, thừa những dự án treo, thừa đất bị đầu cơ; nhưng lại thiếu sinh kế ổn định, thiếu bản sắc, thiếu niềm tin của người trẻ để quay về.

Nếu nhìn thẳng, ta sẽ thấy hạn chế lớn nhất của nông thôn Việt Nam không nằm ở thiếu tiền, mà nằm ở thiếu tầm nhìn và thiếu sự đồng hành thực chất với người dân. Chính sự thiếu này đã mở đường cho các mô hình đầu tư sai lầm, khiến đời sống cộng đồng bị thao túng, rối loạn và mất phương hướng.

TRUNG QUỐC VÀ CHƯƠNG TRÌNH “PHỤC HƯNG NÔNG THÔN”

Trong nhiều năm qua, Trung Quốc đã tiến hành một chương trình quy mô

lớn mang tên “Phục hưng nông thôn”. Điểm đáng chú ý là họ không làm theo kiểu phong trào, dàn trải trên tất cả các địa phương, mà lựa chọn những nơi có điều kiện thuận lợi làm điểm mẫu, đầu tư mạnh mẽ, rút kinh nghiệm rồi mới nhân rộng. Chính nhờ cách làm này, nhiều tỉnh như Chiết Giang, Giang Tô, Quảng Đông đã trở thành hình mẫu, nơi nông thôn không chỉ thoát nghèo mà còn trở thành không gian phát triển mới, hấp dẫn cả dân cư đô thị quay trở lại.

Có thể thấy rõ một số bài học cơ bản:

Thứ nhất, họ có tư duy chiến lược dài hạn, không ngắn hạn vài năm, mà là những kế hoạch gắn với tầm nhìn quốc gia, trải dài hàng chục năm. Ở Trung Quốc, khái niệm “phục hưng nông thôn” (乡村振兴) không chỉ là một chương trình vài năm, mà là chiến

lược quốc gia kéo dài hàng chục năm, bắt đầu từ khi họ tuyên bố “nông thôn là mắt xích yếu nhất trong hiện đại hóa Trung Quốc” vào đầu thập niên 2000. Từ đó đến nay, họ đã nối tiếp các giai đoạn: xóa đói giảm nghèo, nâng cấp hạ tầng, xây dựng “làng mẫu”, đưa công nghệ số về nông thôn, và hiện nay là giai đoạn phát triển chất lượng cao, gắn nông thôn với toàn bộ tiến trình hiện đại hóa đất nước. Như vậy, tầm nhìn của họ không bị cắt khúc theo nhiệm kỳ, mà liên tục, có tính kế thừa và có khả năng hiệu chỉnh linh hoạt.

Việt Nam nếu chỉ đặt ra kế hoạch nông thôn mới theo từng giai đoạn 5 năm, hoặc chỉ dừng ở mục tiêu hạ tầng cơ bản, thì sẽ không bao giờ tạo ra động lực phát triển thực chất. Nông thôn phải được nhìn nhận như một trụ cột chiến lược trong tiến trình hiện đại hóa quốc gia, ít nhất với tầm nhìn 30-50 năm, chia thành các chặng đường rõ ràng:

10 năm đầu: hoàn thiện hạ tầng thiết yếu (đường giao thông, điện, nước sạch, trường học, y tế), đồng thời hình thành một số mô hình xã điểm. 10 năm tiếp theo: chuyển đổi kinh tế nông thôn sang mô hình giá trị cao hơn - nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ, du lịch sinh thái, dịch vụ cộng đồng.

10-20 năm sau nữa: nông thôn trở thành không gian đáng sống, nơi hội tụ công nghệ, sáng tạo và văn hóa, chứ không chỉ là nơi sản xuất. Khi đó, nông thôn không thua kém gì thành phố về dịch vụ, nhưng lại vượt trội về môi trường và chất lượng sống.

Như vậy, tầm nhìn tối thiểu phải là 30 năm, để mỗi thế hệ người trẻ nhìn thấy tương lai và yên tâm gắn bó. Đặc biệt đối với TPHCM mở rộng (bao gồm Bình Dương, Bà Rịa - Vũng Tàu), nơi đô thị hóa rất nhanh, thì càng cần quy hoạch tầm nhìn dài: nếu không có chiến lược 30-50 năm, vùng này sẽ dễ rơi vào vòng xoáy “đô thị hóa nửa vời”: đất nông nghiệp bị phân lô, nông dân mất đất, làng mạc biến dạng, mà cuối cùng cũng không trở thành đô thị hiện đại, lại cũng không giữ được nông thôn.

Nói cách khác, Việt Nam cần có “Chiến lược phục hưng nông thôn đến năm 2050”, trong đó coi nông thôn không phải là “phần phụ” hay “vùng đệm”, mà là không gian sống và sản xuất tích hợp với đô thị, là trụ đỡ văn hóa - sinh thái của quốc gia.

Thứ hai, kinh tế nông thôn không tách biệt với đô thị mà gắn liền, đặc biệt là qua thương mại điện tử, logistics và du lịch trải nghiệm. Nông sản ở Chiết Giang hay Quảng Đông không chỉ là lúa gạo hay rau củ, mà được chế biến, đóng gói, đưa thẳng vào hệ thống siêu thị và nhà hàng ở các thành phố lớn. bởi vì mấu chốt của phát triển nông thôn hiện đại không còn nằm ở việc “sản xuất nhiều hơn”, mà là tạo ra chuỗi giá trị gắn liền với thị trường đô thị.

Trung Quốc, đặc biệt ở Chiết Giang, Quảng Đông, đã làm rất rõ điều này: nông thôn không phải “vùng bên lề”, mà là “cánh tay nối dài” của đô thị, bổ sung lương thực, thực phẩm, dịch vụ văn hóa - sinh thái, và ngược lại, đô thị cung cấp công nghệ, vốn, thị trường cho nông thôn.

Với Việt Nam, nhất là TPHCM mở rộng (gồm TPHCM, Bình Dương, Bà Rịa - Vũng Tàu), bài học rút ra có thể chia thành mấy điểm cụ thể:

(i) Tổ chức lại chuỗi cung ứng nông sản từ nông thôn đến đô thị. Hiện nay, nông sản ở Củ Chi, Hóc Môn, Bình Chánh hay Bình Dương chủ yếu bán qua chợ đầu mối, thương lái thu gom, dẫn đến thất thoát, chất lượng kém ổn định, giá trị gia tăng thấp. Trong khi đó, ở Trung Quốc, sản phẩm từ nông thôn được chuẩn hóa - đóng gói - dán nhãn - vận chuyển lạnh - đưa thẳng vào siêu thị, trường học, nhà hàng. Điều này làm tăng giá trị ít nhất 20-30%, đồng thời tạo thương hiệu cho địa phương. TPHCM có thể xây dựng các trung tâm logistics nông sản vùng ven (Củ Chi, Bình Chánh, Bà Rịa - Vũng Tàu) làm nơi sơ chế, đóng gói, kiểm định chất lượng, sau đó phân phối thẳng vào hệ thống đô thị.

(ii) Phát triển mạnh thương mại điện tử nông sản. Ở Chiết Giang, nhiều làng quê trở thành “làng Taobao”, nơi nông



Người dân đang đóng gói các hộp táo tại một Làng Taobao

dân bán hàng trực tuyến, livestream sản phẩm, kết nối trực tiếp với người tiêu dùng đô thị. TPHCM hoàn toàn có thể làm tương tự: các xã nông thôn trở thành điểm sản xuất - kho hàng - trung tâm thương mại số, để nông sản, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm du lịch cộng đồng đến thẳng tay người tiêu dùng qua Shopee, TikTok Shop, Lazada, hoặc các nền tảng riêng của thành phố. Nếu làm tốt, thanh niên nông thôn không chỉ làm nông, mà còn trở thành “doanh nhân số” ngay tại quê nhà.

(iii) Gắn kết kinh tế nông thôn với du lịch trải nghiệm. Ở Quảng Đông, Chiết Giang, nhiều làng quê không chỉ bán nông sản, mà còn bán trải nghiệm sống: du lịch cuối tuần, nghỉ dưỡng sinh thái, lễ hội mùa vụ, ẩm thực địa phương. TPHCM cũng có tiềm năng lớn: Củ Chi có địa đạo, làng nghề, bò sữa. Cần Giuộc có rừng ngập mặn, biển, thủy sản. Bình Chánh, Hóc Môn có vườn cây ăn trái. Bà Rịa - Vũng Tàu có du lịch biển, kết hợp trải nghiệm nông nghiệp. Nếu tổ chức bài bản, những xã này có thể trở thành “sân sau sinh thái” cho đô thị 10 triệu dân, vừa bán sản phẩm, vừa bán dịch vụ.

(iv) Xây dựng thương hiệu địa phương thay vì sản phẩm rời rạc. Trung Quốc không chỉ bán “cam” hay “chè”, mà bán thương hiệu “Cam Quảng Tây”, “Trà Long Tĩnh”. Việt Nam, đặc biệt là vùng ven TPHCM, cũng cần xây dựng thương

hiệu tập thể: “Rau Bình Chánh”, “Sữa Củ Chi”, “Tôm Cần Giuộc”. Khi có thương hiệu, sản phẩm mới đủ sức cạnh tranh trong siêu thị, xuất khẩu và trên nền tảng số.

(v) Đô thị phải trở thành “người bảo trợ” cho nông thôn. TPHCM có hệ thống siêu thị, chợ, nhà hàng, trường học, bệnh viện với nhu cầu khổng lồ. Nếu chính quyền tổ chức cơ chế liên kết hợp đồng tiêu thụ dài hạn (ví dụ trường học TPHCM dùng rau củ từ Bình Chánh, bệnh viện thành phố dùng thực phẩm hữu cơ từ Cần Giuộc, siêu thị ưu tiên gian hàng cho sản phẩm Củ Chi), thì nông thôn sẽ có đầu ra ổn định, không còn phụ thuộc thương lái.

Tóm lại, bài học cốt lõi từ Chiết Giang hay Quảng Đông là: nông thôn không thể tự tồn tại một mình, mà phải gắn vào chuỗi đô thị - công nghiệp - dịch vụ. Đối với TPHCM, điều này càng rõ rệt: nếu nông thôn ven đô biết tận dụng sức mua, hệ thống dịch vụ, hạ tầng số và thương mại của thành phố, thì họ sẽ không chỉ tồn tại, mà còn phát triển thịnh vượng.

Thứ ba, Trung Quốc rất coi trọng đặc sắc địa phương: mỗi thôn, mỗi xã có một bản sắc riêng, từ cảnh quan, nghề truyền thống đến lễ hội văn hóa. Ở Trung Quốc, nếu đi từ tỉnh này sang tỉnh khác, ta sẽ nhận thấy rõ sự khác biệt - không chỉ ở kiến trúc làng quê, mà còn ở nghề thủ công, phong tục, lễ



Nông thôn mới huyện Bình Chánh

hội, ẩm thực. Điều này không chỉ làm giàu thêm bản sắc văn hóa, mà còn trở thành nguồn lực phát triển kinh tế, bởi mỗi địa phương có thể tạo dựng “thương hiệu vùng” riêng của mình. Thậm chí, nhiều ngôi làng nhỏ nhờ giữ gìn nghề truyền thống hay kiến trúc cổ mà trở thành điểm đến du lịch, tạo ra việc làm và thu nhập ổn định cho người dân.

Việt Nam ta, nếu nhìn thẳng, sẽ thấy tình trạng ngược lại: nông thôn đang dần bị “đồng phục hóa” bởi những kiểu nhà bê tông lụp đi lụp lại, chợ quê bị thay thế bởi siêu thị nhỏ, nghề thủ công mai một, lễ hội thì hoặc thương mại hóa, hoặc mai một trong đời sống trẻ. Kiến trúc và quy hoạch nhiều khi chỉ tập trung vào hạ tầng “thấy được” - đường, trường, trạm - mà chưa chú ý đến những hạ tầng “văn hóa - tinh thần” vốn là cốt lõi của làng xã.

Nếu muốn đi xa, Việt Nam cần coi bản sắc nông thôn không phải là thứ để “trung bày”, mà là nguồn lực phát triển dài hạn. Điều này đòi hỏi một chiến lược đầu tư và nghiên cứu rõ ràng:

(i) Khảo cứu và hệ thống hóa bản sắc nông thôn: từ lối sống, kiến trúc truyền thống, đến tập quán sản xuất, lễ hội, nghề thủ công. Đây không phải là việc của riêng ngành văn hóa, mà cần sự tham gia của kiến trúc, quy hoạch, du lịch, kinh tế.

(ii) Tái cấu trúc quy hoạch làng xã trên nền tảng bản sắc: không bê nguyên mẫu đô thị vào nông thôn, mà thiết kế hạ tầng mới tôn trọng cảnh quan, gắn với truyền thống và nhịp sống địa phương.

(iii) Đầu tư vào văn hóa - kiến trúc như một ngành kinh tế: tạo ra sản phẩm du lịch văn hóa - sinh thái, phát triển thương hiệu “làng nghề”, gắn nông thôn với thị trường nhưng không đánh mất hồn cốt.

(iv) Khuyến khích sáng tạo từ chính cộng đồng: để người dân không chỉ là “người thụ hưởng”, mà là “người đồng kiến tạo”, từ việc giữ nghề đến việc tham gia vào các dự án kiến trúc - quy hoạch mới.

Nếu không làm, nông thôn Việt Nam sẽ mất bản sắc chỉ trong một thế hệ. Nhưng nếu làm tốt, mỗi làng quê có thể trở thành một “thương hiệu nhỏ”, góp vào bức tranh lớn của quốc gia, vừa giữ được cội rễ văn hóa, vừa mở ra nguồn lực kinh tế bền vững.

Chính điều này biến nông thôn trở thành nơi có giá trị văn hóa và kinh tế song song. Cuối cùng, họ không quên tổ chức cộng đồng: hợp tác xã kiểu mới, tổ hợp tác, câu lạc bộ nông dân trẻ, tất cả đều nhằm nâng cao sức mạnh tập thể.

Điểm cốt lõi trong chiến lược của Trung Quốc là đầu tư nền tảng hạ tầng và dịch vụ cơ bản. Họ không xây những công trình đồ sộ ở nông thôn, mà tập trung vào những hạ tầng thiết thực: đường nhỏ, điện nước ổn định, kho lạnh, chợ nông sản, Internet tốc độ cao. Chính những “cái nhỏ” ấy tạo nên thay đổi lớn trong sinh kế.

ĐẾN BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN TPHCM

Với Việt Nam, nếu nhìn lại mô hình xây dựng “nông thôn mới” trong hơn 10 năm qua, có thể thấy chúng ta đã đạt được những kết quả đáng kể về hạ tầng, điện, đường, trường, trạm. Tuy nhiên, nhiều nơi mới chỉ dừng ở “hình thức”: đường bê tông có nhưng sinh kế vẫn nghèo; nhà văn hóa xây xong nhưng bỏ trống; sản phẩm nông nghiệp còn manh mún, không có chuỗi giá trị. Đây chính là điểm cần rút kinh nghiệm từ Trung Quốc.

Thay vì dàn trải, chúng ta cần có những xã, những làng điểm làm thật kỹ, trở thành “hạt nhân phát triển”. Thay vì coi nông thôn chỉ là nơi sản xuất nông nghiệp, cần nhìn nó như một không gian kinh tế - xã hội đa dạng, gắn chặt với đô thị, cung cấp không chỉ thực phẩm, mà cả dịch vụ, văn hóa, du lịch. Mỗi xã cần tìm ra bản sắc riêng để phát triển, tránh tình trạng “xã nào cũng làm bò sữa, cũng làm du lịch sinh thái” rồi cạnh tranh nhau, dẫn đến thừa sản phẩm và rối loạn thị trường.

Trường hợp TPHCM và các xã nông thôn ven đô

TPHCM là một đô thị siêu lớn với hơn 10 triệu dân, nhưng vẫn còn những vùng nông thôn điển hình như Củ Chi, Bình Chánh, Hóc Môn, Nhà Bè, Cần Giuộc. Đây không phải là nông thôn truyền thống thuần nông, mà là vùng ven đô, nơi vừa mang đặc điểm nông thôn vừa chịu áp lực đô thị hóa nhanh chóng. Điều này tạo ra cơ hội nhưng cũng đặt ra những thách thức đặc biệt.

Ở Củ Chi, truyền thống bò sữa và địa đạo Củ Chi có thể trở thành trụ cột, kết hợp giữa nông nghiệp công nghệ cao và du lịch xanh. Ở Cần Giuộc, rừng ngập mặn và thủy sản nước mặn lợi



Nông thôn Trung Quốc

lợi thế, nếu biết phát triển đúng hướng sẽ trở thành điểm đến sinh thái hấp dẫn, đồng thời bảo vệ được hệ sinh thái độc đáo. Bình Chánh có thể mạnh hoa kiểng và nông nghiệp công nghệ cao, trong khi Hóc Môn vẫn còn vườn cây ăn trái, hoàn toàn có thể phát triển thành nguồn cung rau quả, trái cây sạch cho nội đô.

Điểm chung của các xã này là đều nằm rất gần siêu đô thị, và đó chính là lợi thế. Họ không cần tìm thị trường xa xôi, mà ngay tại TPHCM đã có một nguồn cầu khổng lồ cho nông sản sạch, thực phẩm chế biến, du lịch cuối tuần. Vấn đề là làm thế nào để tổ chức sản xuất hiệu quả, kết nối với doanh nghiệp, xây dựng thương hiệu, và bảo đảm chuỗi giá trị.

Những định hướng then chốt

Một số định hướng cho TPHCM có thể khái quát như sau:

Thứ nhất, tận dụng lợi thế gần đô thị siêu lớn, tổ chức lại sản xuất để phục vụ trực tiếp cho nhu cầu đô thị.

Thứ hai, phát triển du lịch sinh thái - văn hóa ven đô, biến nông thôn thành không gian nghỉ dưỡng, trải nghiệm cho người dân thành phố.

Thứ ba, xây dựng các “xã đặc sắc”, mỗi nơi một hướng, tránh đồng loạt.

Thứ tư, đẩy mạnh doanh nghiệp về nông thôn, đầu tư logistic, kho lạnh, xưởng chế biến, và trung tâm dịch vụ nông thôn hiện đại.

Thứ năm, cân bằng phát triển và bảo tồn: nông thôn không được biến thành bản sao của đô thị, mà phải giữ được cảnh quan, môi trường, bản sắc văn hóa.

Nếu học được bài học từ Trung Quốc, điều quan trọng nhất không phải là sao chép mô hình, mà là học cách họ tư duy dài hạn, biết chọn điểm đột phá, biết gắn kết nông thôn với đô thị và biết giữ gìn đặc sắc địa phương.

Với TPHCM, nông thôn không chỉ là nơi trồng trọt hay chăn nuôi, mà phải được coi như “ngoại ô sáng tạo” của siêu đô thị: nơi cung cấp thực phẩm sạch, dịch vụ trải nghiệm sinh thái, không gian văn hóa đặc sắc. Nếu làm tốt, nông thôn TPHCM sẽ vừa giữ được đất đai và văn hóa truyền thống, vừa trở thành động lực phát triển mới, giống như cách Chiết Giang đã biến làng quê thành những “không gian đáng sống” trong lòng một nền kinh tế năng động.

Nếu muốn thu hút người trẻ trở về nông thôn, nhất là các xã nông thôn trong vùng TPHCM mở rộng, thì điều quan trọng nhất là phải biến nông thôn thành nơi “đáng sống” hơn cả đô thị. Người trẻ sẽ không quay về chỉ vì lời kêu gọi, mà họ cần những điều kiện thực chất: có đất, có nhà, có dịch vụ giáo dục - y tế chất lượng, có môi trường sống lành mạnh và có cơ hội phát triển nghề nghiệp.

Bốn trụ cột chính cần được xây dựng đồng bộ để thu hút người trẻ trở về nông thôn

Thứ nhất, vấn đề đất ở và nhà ở là nền tảng. Một thanh niên nếu được cấp một phần đất để sản xuất và một ngôi nhà nhỏ để ở, thì họ mới có thể an cư và tính chuyện lập nghiệp. Nhưng chính sách này không thể làm theo kiểu cho không rồi để mặc, mà cần gắn với cam kết: người trẻ phải tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh tại địa phương, và không được bán lại ngay để đầu cơ.

Ở Trung Quốc, nhiều “làng thanh niên lập nghiệp” đã thành công nhờ cách làm này: đất và nhà trở thành phương tiện để giữ chân, chứ không chỉ là tài sản.

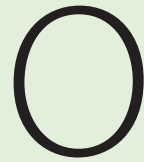
Thứ hai, dịch vụ công phải được nâng lên một tầm mới. Người trẻ sẽ không

đưa gia đình về nông thôn nếu con cái họ học trong những ngôi trường xuống cấp, hay nếu khi đầu ốm lại phải chạy hàng chục cây số mới có bệnh viện. Do đó, ở mỗi xã cần xây dựng những cụm dịch vụ công kiểu mẫu: trường học đạt chuẩn, trạm y tế hiện đại, và hệ thống kết nối trực tiếp với bệnh viện, trường đại học ở trung tâm đô thị gần nhất. Chỉ khi giáo dục và y tế nông thôn ngang bằng, thậm chí có mặt vượt chuẩn thành phố, thì nông thôn mới thực sự cạnh tranh được với đô thị.

Thứ ba, môi trường sống là yếu tố quyết định. Người trẻ rời bỏ thành phố không chỉ vì chật chội và ô nhiễm, mà vì họ mong tìm một không gian trong lành, an toàn và đáng sống hơn. Vì vậy, các xã cần đầu tư hạ tầng môi trường: hệ thống cấp nước sạch, xử lý rác thải, không gian xanh, và kiểm soát chặt chẽ ô nhiễm từ công nghiệp và nông nghiệp. Nếu một xã nông thôn có môi trường sống trong lành, cảnh quan đẹp, không khí yên tĩnh mà vẫn tiện nghi, thì đó sẽ là sức hút lớn hơn bất cứ gói hỗ trợ tài chính nào.

Cuối cùng, cơ hội phát triển nghề nghiệp và cộng đồng. Người trẻ cần việc làm ổn định và có ý nghĩa. Nhà nước và địa phương có thể hỗ trợ đào tạo nghề, cấp vốn ưu đãi cho các dự án nông nghiệp công nghệ cao, du lịch trải nghiệm, dịch vụ cộng đồng, khởi nghiệp xanh. Quan trọng hơn, cần xây dựng một hệ sinh thái hợp tác: hợp tác xã kiểu mới, các câu lạc bộ thanh niên, trung tâm khởi nghiệp nông thôn. Nhờ vậy, người trẻ không cảm thấy mình “làm ăn đơn độc”, mà được kết nối, học hỏi, cùng nhau tạo ra giá trị. Nếu bốn điều kiện này được thực hiện, nông thôn vùng TPHCM không chỉ là nơi sản xuất lương thực hay “hậu cần đô thị”, mà sẽ trở thành không gian sống đầy đủ, sáng tạo và bền vững. Khi đó, dòng người trẻ trở về nông thôn sẽ không còn là một giấc mơ xa vời, mà là một xu hướng tất yếu.

Việc đưa người trẻ về nông thôn không thể chỉ dựa vào lời kêu gọi hay phong trào, mà phải gắn với lợi ích cụ thể và môi trường sống hấp dẫn. Người trẻ ngày nay không chỉ cần công ăn việc làm, mà còn cần chất lượng sống, sự



one of the biggest reasons why Vietnam's rural areas are currently unable to develop to their full potential is because we have not truly understood and valued the countryside. Most policies and investments over the years have still considered the countryside as a “buffer zone” of the city, a place that provides cheap labor and raw materials, rather than a living and creative space with its own cultural, ecological and economic values. For many years, China has been carrying out a large-scale program called “Rural Renaissance”. It is noteworthy that they did not follow a movement model, spreading it across all localities, but instead selected places with favorable conditions as models, invested heavily, learned from experience, and then expanded it. Thanks to this approach, many provinces such as Zhejiang, Jiangsu, and Guangdong have become models, where the countryside has not only escaped poverty but also become a new development space, attracting urban residents to return. For Vietnam, if we look back at the “new rural” construction model over the past 10 years, we can see that we have achieved significant results in infrastructure, electricity, roads, schools, and stations. However, many places are still just “formal”: concrete roads exist but livelihoods are still poor; cultural houses are built but left empty; agricultural products are fragmented, without a value chain. This is the point that needs to be learned from China./

phát triển cá nhân và cơ hội sáng tạo. Vì vậy, cần hình thành các vùng động lực nông thôn - đô thị lai ghép (rural-urban nodes), nơi hạ tầng y tế, giáo dục, văn hóa, công nghệ được đầu tư tương đương hoặc thậm chí vượt trội so với đô thị trung tâm. Các vùng động lực này sẽ trở thành “trạm trung chuyển” cho lực lượng trẻ, vừa tạo cảm giác quen thuộc như thành phố, vừa giữ được lợi thế thiên nhiên và không gian mở của nông thôn. Khi đã có nơi ở, trường học cho con, dịch vụ y tế chất lượng và kết nối internet tốt, người trẻ sẽ có lý do để về và ở lại.

Không thể để người trẻ về nông thôn mà “tự bơi”. Họ cần một hệ sinh thái doanh nghiệp phù hợp để phát triển. Điều này đòi hỏi chính quyền và cộng đồng phải tạo ra cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ, khởi nghiệp nông thôn: từ vốn vay ưu đãi, đất đai, hạ tầng sản xuất, cho đến mạng lưới logistics và thương mại điện tử để tiêu thụ

sản phẩm. Những doanh nghiệp này không nhất thiết phải lớn, nhưng phải phù hợp với địa phương: hợp tác xã công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ, du lịch trải nghiệm, dịch vụ sáng tạo, hay các xưởng chế biến gắn liền với vùng nguyên liệu. Chính hệ sinh thái này mới giúp nông thôn không bị phụ thuộc vào một ngành nghề đơn điệu, mà có thể mở rộng sang các chuỗi giá trị khác nhau, từ sản xuất đến dịch vụ, từ truyền thống đến hiện đại.

Khi hai lộ trình này kết hợp - người trẻ về nông thôn và hệ sinh thái doanh nghiệp cùng phát triển - thì nông thôn vùng TPHCM mở rộng mới thực sự trở thành nơi “đáng sống” và “đáng làm”. Đây không chỉ là tái cấu trúc kinh tế nông thôn, mà còn là tái thiết lập lại văn hóa cộng đồng, nơi thế hệ trẻ và doanh nghiệp cùng kiến tạo một tương lai cân bằng, bền vững giữa đô thị và nông thôn./