ỦY BAN NHÂN DÂN **XÃ HẢI LĂNG**	**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**
Số: 1106/KH-UBND	*Hải Lăng, ngày 19tháng 6 năm 2026*

KẾ HOẠCH
Xây dựng và phát triển thương hiệu Nông sản Hải Lăng giai đoạn 2026-2030

Thực hiện Nghị quyết số 01-NQ/ĐH ngày 21/8/2025 của Đảng bộ xã Hải Lăng lần thứ I, nhiệm kỳ 2025-2030; Nghị quyết số 25/NQ-HĐND ngày 30/12/2025 của HĐND xã Hải Lăng về nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội, đảm bảo quốc phòng an ninh năm 2026; căn cứ Chương trình công tác năm 2026, UBND xã Hải Lăng xây dựng Kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu Nông sản Hải Lăng giai đoạn 2026-2030 như sau:

I. THỰC TRẠNG

Xã Hải Lăng có diện tích đất nông nghiệp lớn, điều kiện tự nhiên đa dạng với vùng đồng bằng, gò đồi, diện tích rừng và mặt nước phong phú, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển sản xuất nông nghiệp toàn diện gồm trồng trọt, chăn nuôi, lâm nghiệp và nuôi trồng thủy sản. Trong những năm qua, ngành nông nghiệp của xã đã có nhiều chuyển biến tích cực; cơ cấu cây trồng, vật nuôi từng bước được điều chỉnh phù hợp với điều kiện sản xuất và nhu cầu thị trường; nhiều tiến bộ khoa học kỹ thuật được đưa vào ứng dụng, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả sản xuất.

Tuy nhiên, nhìn chung sản xuất nông nghiệp của địa phương vẫn chủ yếu theo quy mô nhỏ lẻ, phân tán; liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm còn hạn chế. Việc tiêu thụ nông sản phần lớn phụ thuộc vào thương lái, giá cả thiếu ổn định, chưa hình thành được các chuỗi liên kết bền vững giữa người sản xuất, hợp tác xã và doanh nghiệp.

Mặc dù địa phương có nhiều sản phẩm nông nghiệp đặc trưng đã được thị trường biết đến như: Cam K4, Cam Quảng Lâm, Bánh tét Mặt Trăng,..Tuy nhiên trong thời gian qua, việc xây dựng thương hiệu cho các loại nông sản này chưa được đầu tư và phát triển đúng mức, xây dựng và phát triển chỉ dừng lại ở việc sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn, VietGAP, hữu cơ (với diện tích còn rất hạn chế) và truyền thông đại chúng chỉ dừng lại ở quảng bá trên các phương tiện thông tin, báo đài địa phương. Việc đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, xây dựng nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, mã số vùng trồng, truy xuất nguồn gốc còn hạn chế. Bao bì, nhãn mác, hoạt động quảng bá và xúc tiến thương mại chưa được đầu tư đồng bộ nên giá trị gia tăng của sản phẩm chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của địa phương.

Bên cạnh đó, yêu cầu của thị trường ngày càng cao về chất lượng, an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn sản xuất. Trong khi đó, việc áp dụng các quy trình sản xuất tiên tiến như VietGAP, hữu cơ, sản xuất an toàn trên

địa bàn còn ở mức thấp; năng lực cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp địa phương còn hạn chế so với các sản phẩm cùng loại trên thị trường.

II. SỰ CẦN THIẾT

Xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản là yêu cầu tất yếu nhằm thực hiện hiệu quả mục tiêu tái cơ cấu ngành nông nghiệp, nâng cao giá trị gia tăng và phát triển nông nghiệp bền vững theo định hướng của xã Hải Lăng giai đoạn 2026-2030. Đây là giải pháp quan trọng để phát huy tiềm năng, lợi thế các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng của địa phương, góp phần nâng cao sức cạnh tranh và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Việc xây dựng thương hiệu sẽ tạo cơ sở để bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm nông sản chủ lực; nâng cao uy tín, chất lượng và khả năng nhận diện sản phẩm trên thị trường; đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các hợp tác xã, tổ hợp tác, doanh nghiệp và người dân tham gia các chuỗi liên kết sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm.

Bên cạnh đó, xây dựng thương hiệu gắn với mã số vùng trồng, truy xuất nguồn gốc, tiêu chuẩn chất lượng và các chương trình OCOP sẽ góp phần chuẩn hóa quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng và thị trường trong nước cũng như xuất khẩu.

Thực hiện Kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản Hải Lăng còn là giải pháp quan trọng nhằm cụ thể hóa mục tiêu phát triển thị trường và xây dựng thương hiệu nông sản góp phần nâng cao thu nhập cho người dân, phát triển kinh tế tập thể, thúc đẩy chuyển đổi số trong nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới và phát triển kinh tế - xã hội địa phương theo hướng bền vững.

III. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

Xây dựng thương hiệu và đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ dưới các hình thức: Chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận mang tên địa danh cho các sản phẩm nông sản của xã Hải Lăng nhằm mục tiêu bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm nông sản của xã. Đồng thời khai thác, quản lý và phát triển có hiệu quả nhãn hiệu sản phẩm. Từ đó, có chiến lược phát triển quảng bá các đặc sản tiềm năng của xã.

Tạo điều kiện thuận lợi, phát huy sự chủ động của các thành phần kinh tế (doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác,…) trên địa bàn xã Hải Lăng xây dựng và phát triển thương hiệu gắn với nông sản chủ lực nhằm phát triển, ổn định sản xuất, nâng cao danh tiếng, chất lượng, giá trị nông sản xã Hải Lăng.

Tạo chuyển biến tích cực trong nhận thức và hành động của các cộng đồng doanh nghiệp, người sản xuất, kinh doanh và toàn xã hội về vai trò, ý nghĩa, tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản chủ lực trong phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

2. Yêu cầu

Đảm bảo kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu các nông sản chủ lực phù hợp, đồng bộ với chương trình, đề án, kế hoạch phát triển của xã.

Phân bổ nguồn lực hỗ trợ thực hiện hoạt động phát triển thương hiệu sản phẩm nông nghiệp có trọng tâm, trọng điểm; tập trung tổ chức phát triển thương hiệu các sản phẩm chủ lực, có tiềm năng và thế mạnh của xã.

Kế hoạch được triển khai khẩn trương, có trách nhiệm của các cơ quan, đơn vị được giao chủ trì các nhiệm vụ; đảm bảo sự phối hợp tích cực, có hiệu quả của cơ quan, đơn vị liên quan.

IV. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Triển khai đồng bộ, hiệu quả nhiều giải pháp khởi tạo, hỗ trợ trong tất cả các khâu của chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp gắn với nông sản chủ lực nhằm tạo điều kiện xây dựng và phát triển thương hiệu cộng đồng (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể) và thương hiệu của doanh nghiệp (doanh nghiệp, hợp tác xã, tổ hợp tác,…).

Góp phần thực hiện cơ cấu lại ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao chất lượng, giá trị gia tăng và phát triển bền vững. Thiết lập xây dựng thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm nông sản của địa phương, của doanh nghiệp, góp phần xây dựng thương hiệu nông sản của xã Hải Lăng.

Thúc đẩy mở rộng vùng nguyên liệu, gắn với chuỗi giá trị sản phẩm, chuỗi cung ứng. Ứng dụng khoa học công nghệ về giống, kỹ thuật, chế biến, bảo quản, đóng gói và phân phối tiếp thị.

Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về vai trò và giá trị thương hiệu; hướng dẫn, trang bị kiến thức, tư vấn xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu cho các THT, HTX, doanh nghiệp liên quan đến sản xuất và thu mua nông sản thông qua các cuộc tập huấn, hội thảo hoặc chuyên đề…

Hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn xã xây dựng, quản trị và phát triển thương hiệu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo sự tin cậy về chất lượng đối với sản phẩm hàng hóa của các doanh nghiệp trên thị trường.

2. Mục tiêu cụ thể

Giá trị các sản phẩm nông sản sau khi được xây dựng và phát triển thương hiệu tăng khoảng 10% so với trước khi có thương hiệu sản phẩm.

Tuyên truyền nâng cao nhận thức về xây dựng, phát triển thương hiệu sản phẩm cho các đối tượng liên quan trên địa bàn xã tham gia.

Phát triển thương hiệu cho tối thiểu 2 sản phẩm nông sản đã được cấp văn bằng bảo hộ ở trong nước.

Xây dựng phóng sự, chuyên mục về xây dựng và phát triển thương hiệu, tối thiểu 01 phóng sự cho một sản phẩm được xây dựng thương hiệu.

Hỗ trợ xây dựng nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận cho ít nhất 2 sản phẩm chủ lực, sản phẩm đặc thù, có lợi thế và sản phẩm OCOP của xã để phục vụ phát triển thương hiệu nông sản; hỗ trợ doanh nghiệp thiết kế mẫu mã, bao bì, đóng gói.

Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường thông qua các hoạt động kết nối cung cầu, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, giới thiệu tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, thương mại điện tử. Hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá thương hiệu thông qua xây dựng các ấn phẩm, catalog…giới thiệu về thương hiệu sản phẩm của doanh nghiệp và thông tin trên báo, đài.

V. NỘI DUNG XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

1. Xây dựng và phát triển thương hiệu

1.1. Đối với sản phẩm đã được cấp văn bằng bảo hộ (đã được cấp: Nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý)

Hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu đối với sản phẩm đã được cấp văn bằng bảo hộ, bao gồm các hoạt động:

Tổ chức thu thập thông tin, rà soát, thống kê thực trạng các sản phẩm đã được cấp nhãn hiệu chứng nhận, nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý, chứng nhận hữu cơ, VietGAP… nhãn hiệu, bao bì sản phẩm đã có, đánh giá những mặt mạnh, yếu và đề xuất phát huy, cải tiến, sửa đổi cho phù hợp hơn với thị hiếu và nhu cầu của thị trường.

Tư vấn thiết kế nhận diện thương hiệu (logo, slogan, bao bì, nhãn mác…), bao gồm: Hỗ trợ thuê tư vấn thiết kế mẫu mã, bao bì, đóng gói; Hỗ trợ in ấn, sản xuất bao bì, tem nhãn đưa vào ứng dụng thực tế; Hỗ trợ, hướng dẫn đăng ký mã số vùng trồng, mã vạch sản phẩm; truy xuất nguồn gốc sản phẩm, kết nối tiêu thụ website, zalo...;

Hỗ trợ phát triển thương hiệu nông sản qua hoạt động kết nối cung cầu, liên kết và tiêu thụ sản phẩm, giới thiệu, tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Lựa chọn sản phẩm nông sản đã được cấp văn bằng bảo hộ để xây dựng và phát triển thương hiệu: Trên cơ sở các sản phẩm nông sản đã được cấp văn bằng bảo hộ, tổ chức đánh giá nhu cầu xây dựng thương hiệu nông sản của các địa phương, lựa chọn các sản phẩm để xây dựng và phát triển thương hiệu.

1.2. Đối với các sản phẩm chưa được cấp văn bằng bảo hộ (chưa được cấp: Nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý)

Hỗ trợ xây dựng thương hiệu cho sản phẩm nông sản chưa được cấp văn bằng bảo hộ, bao gồm các hoạt động: Hỗ trợ xây dựng nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận cho 2 sản phẩm nông sản, hỗ trợ xây dựng chỉ dẫn địa lý và Tư vấn đăng ký quyền sở hữu trí tuệ; xây dựng phóng sự tư liệu để giới thiệu sản phẩm nông sản; Hỗ trợ, đăng ký mã vùng trồng, mã số mã vạch cho sản phẩm; tạo Qrcode truy xuất nguồn gốc sản phẩm, kết nối tiêu thụ website, zalo, facebook...; Hỗ trợ thiết kế, in ấn bao bì, tem nhãn, đóng gói cho sản phẩm.

Tập trung mở rộng mô hình sản xuất, gắn với chuỗi giá trị sản phẩm, chuỗi cung ứng. Ứng dụng khoa học công nghệ về giống, kỹ thuật, chế biến, bảo quản, đóng gói và phân phối tiếp thị; xây dựng và duy trì lòng tin của doanh nghiệp, người tiêu dùng đối với sản phẩm bằng chất lượng của sản phẩm, uy tín của doanh nghiệp, của địa phương và sự đảm bảo của nhà nước, nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế xã hội cho người dân;

Tuyên truyền và phổ biến kiến thức về vai trò và giá trị thương hiệu cho các doanh nghiệp, HTX liên quan đến sản xuất và thu mua nông sản thông qua các cuộc tập huấn, hội thảo hoặc chuyên đề.

2. Tổ chức tuyên truyền, phổ biến về thương hiệu sản phẩm

Tuyên truyền và phổ biến kiến thức về vai trò và giá trị thương hiệu cho các doanh nghiệp, HTX liên quan đến sản xuất và thu mua nông sản thông qua việc tổ chức cuộc hội nghị, hội thảo, đào tạo, tập huấn về xây dựng, quản lý và phát triển thương hiệu.

Xây dựng phóng sự, chuyên mục tuyên truyền, phổ biến kiến thức về sở hữu trí tuệ và các nội dung có liên quan phát triển thương hiệu trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Xây dựng tài liệu, ấn phẩm, tờ rơi, áp phích, cẩm nang, catalog, sổ tay… tuyên truyền, quảng bá sản phẩm và hướng dẫn về sở hữu trí tuệ, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, mã số, mã vạch…

3. Hỗ trợ nâng cao chất lượng sản phẩm và chuẩn hóa quy trình chế biến, bảo quản để phục vụ công tác xây dựng thương hiệu nông sản

Tổ chức xây dựng và hình thành các doanh nghiệp, HTX liên kết sản xuất, chế biến, bảo quản sản phẩm; áp dụng các quy trình thực hành sản xuất tốt đảm bảo chất lượng, an toàn thực phẩm đối với sản phẩm xây dựng thương hiệu.

Hỗ trợ chuyển giao quy trình và xây dựng mô hình chế biến nông sản đối với các sản phẩm chủ lực, sản phẩm tiềm năng và sản phẩm OCOP của xã.

4. Nâng cao năng lực cho các chủ sở hữu, đơn vị tổ chức quản lý sử dụng nhãn hiệu, thương hiệu nông sản và xúc tiến thương mại

Tổ chức lớp tập huấn nâng cao kỹ năng xây dựng và phát triển thương hiệu cho cán bộ quản lý và doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân sản xuất và kinh doanh nông sản trên địa bàn xã.

Tổ chức hội nghị, hội thảo chia sẻ kỹ năng marketing và thông tin sản phẩm cho các cơ sở sản xuất, tổ hợp tác, HTX, doanh nghiệp.

5. Quảng bá và xúc tiến thương mại cho các sản phẩm

5.1. Xây dựng hệ thống phân phối nông sản nhằm phát triển thương hiệu

Xây dựng, nhân rộng và phát triển các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, nông sản đặc trưng của xã.

Tuyên truyền, quảng bá về điểm giới thiệu và bán sản phẩm nông sản trên các phương tiện truyền thông.

5.2. Phát triển thị trường trong và ngoài tỉnh

Tham gia các hội nghị, hội thảo, diễn đàn kết nối cung cầu, tiêu thụ sản phẩm nông sản địa phương tại các tỉnh, thành phố trên địa bàn cả nước.

Tổ chức đoàn giao thương xúc tiến tiêu thụ các sản phẩm nông sản.

5.3. Quảng bá và phát triển thương hiệu

Tổ chức hoạt động tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm có thương hiệu của xã tới người tiêu dùng; nhân rộng các mô hình kinh doanh phân phối sản phẩm có thương hiệu trên địa bàn xã và trên thị trường trong nước.

Giới thiệu các sản phẩm có thương hiệu tham gia các hội chợ trong và ngoài tỉnh; thiết kế các ấn phẩm, tờ rơi giới thiệu sản phẩm,.. quảng bá, giới thiệu các sản phẩm trên website của xã.

Tổ chức, tham gia hội chợ, triển lãm, giới thiệu sản phẩm.

Hỗ trợ doanh nghiệp, HTX phát triển thị trường thông qua các hoạt động kết nối cung cầu, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, giới thiệu tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, thương mại điện tử. Hỗ trợ doanh nghiệp, HTX quảng bá thương hiệu thông qua xây dựng các ấn phẩm, video clip về thương hiệu của doanh nghiệp và thông tin trên báo, đài.

VI. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Giải pháp lựa chọn nhóm sản phẩm ưu tiên

Sản phẩm và nhóm sản phẩm được lựa chọn xây dựng thương hiệu là những sản phẩm mà xã có tiềm năng và lợi thế phát triển, có thị trường ổn định và lâu dài. Tuy nhiên, thời gian trước mắt cần ưu tiên cho những sản phẩm đã có nhãn hiệu và những sản phẩm đã thực hiện nhưng chưa được cấp văn bằng bảo hộ.

2. Giải pháp tổ chức quản lý sản xuất

Quy hoạch vùng sản xuất và thiết lập các vùng chuyên canh sản xuất kết hợp với công nghiệp hóa nông nghiệp nông thôn, đầu tư trang thiết bị máy móc hiện đại phục vụ sản xuất và chế biến các sản phẩm nông nghiệp, áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật.

Tăng cường mối liên kết bốn nhà để xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản. Trong đó, nhà nông cần bảo đảm quy trình sản xuất, được hướng dẫn kỹ thuật canh tác; Nhà nước có nhiều chương trình hỗ trợ thúc đẩy sản xuất nông nghiệp phát triển; nhà khoa học tiếp tục nghiên cứu giống mới chất lượng cao, đề nghị quy trình thực hiện sau thu hoạch một cách khoa học; nhà doanh nghiệp cam kết thực hiện hợp đồng bao tiêu sản phẩm với giá hợp lý cho nhà nông.

Tổ chức xây dựng các hình thức kinh tế hợp tác là yếu tố mang tính quyết định để đảm bảo thực hiện Kế hoạch đạt kết quả và phải thực hiện trước tiên để có cơ sở tổ chức với quy mô diện tích lớn, tạo ra khối lượng lớn sản phẩm, chất lượng đồng đều, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Đẩy mạnh xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp thông qua chương trình phát triển thương mại, dịch vụ du lịch của xã.

Đẩy mạnh việc liên kết giữa các chủ thể sản xuất bằng nhiều hình thức khác nhau, trong đó có sự hỗ trợ kỹ thuật và đầu tư lồng ghép các chương trình.

Ưu tiên đầu tư phát triển tại các hợp tác xã, tổ hợp tác, xã điểm nông thôn mới và các vùng sản xuất lớn tập trung.

Quy hoạch các vùng sản xuất an toàn tập trung, các đối tượng được chọn cần xây dựng dự án cụ thể để thực hiện.

Tăng cường công tác kiểm tra đánh giá, giám sát để việc thực hiện đạt được tiến độ, kế hoạch và mục tiêu của Kế hoạch.

3. Giải pháp tiêu thụ

Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường để định hướng sản xuất. Đẩy mạnh các hoạt động, chương trình xúc tiến thương mại như tham gia các hội chợ triển lãm, quảng bá, giới thiệu thương hiệu nông sản Hải Lăng; đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá sản phẩm trên các tạp chí, báo, ấn phẩm.

Xây dựng chuỗi điểm bán sản phẩm tại một số chợ, cửa hàng, siêu thị và địa phương thông qua việc phối hợp, lồng ghép nguồn lực từ các kế hoạch, dự án, đề tài, đề án có liên quan.

Xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm.

Liên kết với nhà phân phối để tiêu thụ sản phẩm.

4. Giải pháp tuyên truyền

Tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức của các cấp về vai trò, ý nghĩa và sự cần thiết của việc xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản đặc sản của địa phương. Mỗi tổ chức, cá nhân nhận thức được việc xây dựng thương hiệu cho các nông sản đặc sản là trách nhiệm chung của toàn xã hội, không phải của một ngành, địa phương hay tổ chức nào.

Tăng cường tuyên truyền để các đối tượng có điều kiện tham gia hiểu rõ và tiếp cận với Kế hoạch.

Tuyên truyền để người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm an toàn, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng và người sản xuất tạo ra sản phẩm chất lượng. Nâng cao nhận thức của người dân về thương hiệu (nhãn hiệu) hàng hóa.

Tổ chức tập huấn, chuyển giao kỹ thuật, thông tin thị trường cho các đối tượng liên quan và tổ chức tập huấn triển khai nội dung cho cán bộ của các đơn vị liên quan, của các tổ chức đoàn thể.

5. Giải pháp nhân lực

Đào tạo đội ngũ cán bộ kỹ thuật, cán bộ quản lý cho các tổ chức sản xuất tập thể, chủ trang trại, hộ nông dân.

Đào tạo nâng cao năng lực cho cán bộ nông nghiệp xã và cộng tác viên nông nghiệp, chú trọng nâng cao kiến thức về các vấn đề liên quan đến sở hữu trí tuệ.

6. Giải pháp về xây dựng phát triển thương hiệu

Rà soát, định hướng chọn lựa các sản phẩm có thế mạnh để tổ chức và đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ với hình thức phù hợp cho từng thương hiệu nông sản địa phương; xây dựng hình ảnh đặc trưng của thương hiệu gắn liền với giá trị về lịch sử và đặc thù địa phương; lồng ghép các chương trình dự án phát triển thương hiệu để tăng cường hỗ trợ, tư vấn, hướng dẫn, nâng cao năng lực để đăng ký về sở hữu trí tuệ, đăng ký và phát triển thương hiệu địa phương.

Hỗ trợ các cá nhân, cơ sở, tổ chức, doanh nghiệp đăng ký nhãn hiệu, quảng bá sản phẩm có nhãn hiệu.

Duy trì và nâng cao chất lượng những sản phẩm đã có nhãn hiệu hàng hóa thông qua các đề tài, dự án cụ thể, giúp chủ sở hữu nhãn hiệu phát triển thương hiệu.

7. Giải pháp về tài chính

Sử dụng nguồn lực tổng hợp vốn mang tính xã hội hóa, trong đó đối với hoạt động sản xuất đơn thuần vốn của dân là chủ yếu, tranh thủ nguồn vốn của các doanh nghiệp, chỉ hỗ trợ kinh phí từ ngân sách với mục tiêu để thúc đẩy nhanh tiến độ và những khâu, những công đoạn nông dân khó thực hiện được.

Sử dụng các nguồn kinh phí từ các chương trình mục tiêu (Nông thôn mới,...), chương trình giống, hỗ trợ giống cây trồng vật nuôi, Đề án Nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, Đề án tái cơ cấu nông nghiệp,... để hỗ trợ thực hiện các nội dung có liên quan.

Rà soát chính sách phù hợp thực tiễn nhằm khuyến khích và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, HTX đăng ký xây dựng thương hiệu và đầu tư phát triển sản phẩm, thương hiệu hướng đến phân phối rộng khắp trong nước và xuất khẩu; Tăng cường định hướng doanh nghiệp xây dựng và quảng bá thương hiệu trong nước cũng như quốc tế.

VII. NGUỒN KINH PHÍ THỰC HIỆN

Kinh phí thực hiện lồng ghép từ các chương trình, dự án, đề án, vốn ngân sách Nhà nước được phân bổ hàng năm cho các cơ quan, đơn vị.

Kinh phí đóng góp của doanh nghiệp, HTX, hộ sản xuất và các hình thức hợp tác công tư khác (nếu có).

Vốn tín dụng (bao gồm: vốn tín dụng ưu đãi từ Ngân hàng Chính sách xã hội, vốn vay từ các tổ chức tín dụng khác, các quỹ đầu tư, quỹ phát triển doanh nghiệp, quỹ hỗ trợ phát triển hợp tác xã,...).

Vốn huy động hợp pháp khác.

VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Phòng Kinh tế

Chủ trì tham mưu cho UBND xã trong việc chỉ đạo, tổ chức thực hiện Kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu Nông sản Hải Lăng giai đoạn 2026-2030.

Rà soát, bổ sung quy hoạch vùng sản xuất sản phẩm đã và đang xây dựng thương hiệu cho phù hợp nhằm duy trì và phát triển thương hiệu bền vững; phát triển vùng nguyên liệu hàng hóa tập trung có chất lượng được chứng nhận đạt các tiêu chuẩn tiên tiến (VietGAP, hữu cơ, HACCP, ISO 22000...) được cấp mã số vùng trồng gắn với chế biến, tiêu thụ sản phẩm, nâng cao giá trị nông sản phục vụ công tác xây dựng thương hiệu.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, doanh nghiệp, HTX xây dựng chuỗi liên kết sản xuất - tiêu thụ nông sản; hỗ trợ kết nối thị trường, xúc tiến thương mại và phát triển thương mại điện tử.

Chủ động lồng ghép các chương trình mục tiêu quốc gia, chương trình OCOP, khuyến công, khuyến nông, chuyển đổi số và các dự án phát triển sản xuất vào thực hiện Kế hoạch.

2. Phòng Văn hóa - Xã hội

Chủ trì phối hợp với các cơ quan có liên quan hướng dẫn thủ tục đăng ký, bảo hộ và phát triển tài sản trí tuệ, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm chủ lực của địa phương.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan tổ chức tuyên truyền về xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản Hải Lăng trên các phương tiện thông tin đại chúng, hệ thống truyền thanh cơ sở và nền tảng số.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng các chuyên mục, phóng sự, tin bài quảng bá sản phẩm nông sản chủ lực, sản phẩm OCOP của xã.

Phối hợp hướng dẫn các đơn vị, HTX, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử, mạng xã hội trong quảng bá và tiêu thụ sản phẩm.

Đẩy mạnh tuyên truyền nâng cao nhận thức cộng đồng về sản xuất sạch, tiêu dùng nông sản an toàn, bảo vệ thương hiệu và chống hàng giả, hàng nhái.

Phối hợp xây dựng nội dung quảng bá gắn với hình ảnh văn hóa, truyền thống và bản sắc địa phương nhằm nâng cao giá trị thương hiệu nông sản Hải Lăng.

3. Trung tâm Dịch vụ tổng hợp

Xây dựng kế hoạch thực hiện hằng năm; tổng hợp nhu cầu kinh phí, tham mưu bố trí nguồn lực để triển khai các nội dung của Kế hoạch.

Hướng dẫn, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân xây dựng và duy trì chuỗi sản xuất cung ứng sản phẩm an toàn áp dụng quy trình quản lý chất lượng tiên tiến đối với các sản phẩm xây dựng và phát triển thương hiệu.

Tăng cường chuyển giao khoa học kỹ thuật, ứng dụng công nghệ mới trong sản xuất, sơ chế, bảo quản, chế biến nhằm nâng cao chất lượng và giá trị sản phẩm.

Hướng dẫn xây dựng mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, hữu cơ, an toàn thực phẩm; hỗ trợ nhân rộng các mô hình hiệu quả.

Hướng dẫn các đơn vị, HTX, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử, mạng xã hội trong quảng bá và tiêu thụ sản phẩm.

Xây dựng, nhân rộng và phát triển các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, nông sản đặc trưng của xã; tuyên truyền, quảng bá về điểm giới thiệu và bán sản phẩm nông sản trên các phương tiện truyền thông.

Phối hợp tổ chức các hội nghị, hội thảo, sự kiện quảng bá thương hiệu nông sản gắn với hoạt động văn hóa, du lịch và xúc tiến thương mại của địa phương.

Nghiên cứu xây dựng cơ chế phối hợp giữa chính quyền, MTTQ, các đoàn thể, hợp tác xã và doanh nghiệp trong công tác quảng bá, xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm nông sản của địa phương.

Theo dõi, kiểm tra, đánh giá tình hình thực hiện Kế hoạch; định kỳ tổng hợp báo cáo UBND xã, đề xuất điều chỉnh các nội dung phù hợp với tình hình thực tế.

4. Đề nghị UBMTTQVN và Tổ chức chính trị - xã hội xã

Quan tâm hỗ trợ các hợp tác xã, tổ hợp tác, hộ sản xuất trong việc áp dụng quy trình sản xuất an toàn, truy xuất nguồn gốc, chuyển đổi số và kết nối tiêu thụ sản phẩm nhằm nâng cao giá trị, sức cạnh tranh của nông sản Hải Lăng.

Phối hợp tuyên truyền, vận động đoàn viên, hội viên và Nhân dân nâng cao nhận thức về ý nghĩa, tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản Hải Lăng; tích cực tham gia sản xuất nông nghiệp theo hướng an toàn, chất lượng, đáp ứng yêu cầu thị trường.

Hội Nông dân xã chủ trì vận động hội viên nông dân tham gia các mô hình sản xuất hàng hóa tập trung, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ sản phẩm; nghiên cứu, đề xuất hỗ trợ các dự án, mô hình sản xuất hiệu quả từ nguồn Quỹ Hỗ trợ nông dân theo quy định hiện hành.

Hỗ trợ trong việc vận động các hợp tác xã, tổ kinh tế hợp tác, hộ sản xuất, doanh nghiệp tham gia xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản xã Hải Lăng; xem xét ưu tiên nguồn Quỹ hỗ trợ nông dân đầu tư phát triển mô hình sản xuất có đăng ký nhãn hiệu hàng hóa, gắn kết chuỗi giá trị.

Phối hợp với các cơ quan chuyên môn tuyên truyền, vận động hội viên tham gia các lớp đào tạo, tập huấn, chuyển giao khoa học kỹ thuật, ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất, chế biến và tiêu thụ nông sản.

Phát huy vai trò giám sát của cộng đồng trong việc thực hiện các quy định về chất lượng sản phẩm, an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường, sử dụng nhãn hiệu đúng quy định và giữ gìn uy tín thương hiệu nông sản Hải Lăng.

Chú trọng lồng ghép các nội dung xây dựng thương hiệu nông sản với các phong trào thi đua yêu nước, Cuộc vận động *"Toàn dân đoàn kết xây dựng nông thôn mới, đô thị văn minh"*, góp phần phát huy vai trò chủ thể của người dân trong phát triển kinh tế nông nghiệp.

5. Thôn trưởng các thôn

Phối hợp tuyên truyền, vận động người dân tham gia thực hiện Kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu nông sản trên địa bàn.

Rà soát, thống kê các sản phẩm nông sản đặc trưng, sản phẩm tiềm năng tại địa phương để đề xuất xây dựng thương hiệu.

Phối hợp với các cơ quan chuyên môn hướng dẫn người dân áp dụng quy trình sản xuất an toàn, bảo đảm chất lượng sản phẩm và truy xuất nguồn gốc.

Hỗ trợ triển khai các hoạt động xây dựng vùng nguyên liệu, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm tại địa bàn thôn.

Kịp thời phản ánh những khó khăn, vướng mắc trong quá trình triển khai thực hiện về UBND xã để xem xét, giải quyết.

6. Các Hợp tác xã, Tổ hợp tác, doanh nghiệp và hộ sản xuất

Chủ động tham gia xây dựng, đăng ký và phát triển thương hiệu sản phẩm nông sản.

Tuân thủ quy trình sản xuất an toàn, tiêu chuẩn chất lượng, sử dụng nhãn hiệu đúng quy định.

Tăng cường đầu tư máy móc, công nghệ, bao bì, nhãn mác, chuyển đổi số và ứng dụng thương mại điện tử trong tiêu thụ sản phẩm.

Phối hợp với các cơ quan chức năng trong hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Trên đây là Kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu Nông sản Hải Lăng giai đoạn 2026-2030. Yêu cầu các cơ quan, đơn vị liên quan trên địa bàn xã triển khai thực hiện tốt kế hoạch này. Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc các cơ quan, đơn vị kịp thời báo cáo về Trung tâm Dịch vụ tổng hợp xã để tổng hợp, trình UBND xã xem xét chỉ đạo giải quyết kịp thời./.

Nơi nhận:
- Sở NN&MT tỉnh (b/c);
- TT Đảng ủy (b/c);
- TT HĐND xã;
- CT, các PCT UBND xã ;
- Ủy ban MTTQ VN và các Tổ chức CT -XH;
- Các phòng chuyên môn thuộc xã;
- Trung tâm DVTH;
- Các thôn, HTX, THT;
- CVP, PVP, CV;
- Lưu: VT.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Trần Kim Cương