

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH THÁI NGUYÊN**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: *144* /BC-UBND

Thái Nguyên, ngày *20* tháng *6* năm 2025

BÁO CÁO
Kết quả thực hiện Đề án “Mỗi xã một sản phẩm”
tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019-2025

Kính gửi: Hội đồng nhân dân tỉnh Thái Nguyên

Thực hiện Nghị quyết số 94/NQ-HĐND ngày 10/12/2024 của HĐND tỉnh Thái Nguyên về thông qua Kế hoạch tổ chức các kỳ họp thường lệ năm 2025 của Hội đồng nhân dân tỉnh Thái Nguyên khóa XIV, nhiệm kỳ 2021-2026; sau khi xem xét đề nghị của Sở Nông nghiệp và Môi trường tại Tờ trình số 499/TTr-SNNMT ngày 09/6/2025, UBND tỉnh báo cáo kết quả thực hiện Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019-2025 (Đề án OCOP), cụ thể như sau:

I. CÔNG TÁC QUẢN LÝ, ĐIỀU HÀNH THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH

1. Về công tác lãnh đạo, chỉ đạo, tổ chức triển khai thực hiện

Để triển khai thực hiện có hiệu quả Nghị quyết số 33/NQ-HĐND ngày 23/7/2019 của Hội đồng nhân dân tỉnh thông qua Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025, UBND tỉnh đã trình HĐND tỉnh ban hành Nghị quyết số 05/2019/NQ-HĐND ngày 23/7/2019 trong đó có cơ chế, chính sách hỗ trợ triển khai Đề án.

Đồng thời, UBND tỉnh đã ban hành nhiều Quyết định, kế hoạch, văn bản để chỉ đạo, triển khai thực hiện Đề án, như: Quyết định số 3485/QĐ-UBND ngày 28/10/2019 ban hành Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025; Kế hoạch số 135/KH-UBND ngày 14/9/2022 thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021-2025; bổ sung nhiệm vụ chỉ đạo thực hiện Chương trình OCOP cho Ban Chỉ đạo các chương trình mục tiêu quốc gia giai đoạn 2021-2025 tỉnh Thái Nguyên; thành lập Hội đồng và Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thái Nguyên (OCOP); ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng, Tổ tư vấn và Cơ quan Thường trực của Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP tỉnh; thường xuyên kiện toàn Hội đồng và Tổ tư vấn Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thái Nguyên (OCOP) khi có sự thay đổi.

(Có danh mục văn bản tại Phụ lục I kèm theo)

Cấp huyện: Các huyện, thành phố đã xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện, bổ sung nhiệm vụ chỉ đạo thực hiện Chương trình OCOP cho Ban Chỉ đạo Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới cấp huyện, trong đó giao cơ quan tham mưu, giúp việc chuyên trách là Văn phòng Điều phối nông thôn mới cấp huyện; thành lập Hội đồng đánh giá và xếp hạng sản phẩm ở cấp huyện tại mỗi kỳ đánh giá thường niên do UBND cấp huyện quyết định.

Cấp xã: Bổ sung nhiệm vụ chỉ đạo thực hiện Chương trình OCOP cho Ban chỉ đạo, Ban quản lý chương trình xây dựng nông thôn mới; có phân công cán bộ (nông nghiệp, môi trường, khuyến nông) phụ trách việc tham mưu, tổng hợp thực hiện Chương trình.

2. Công tác thông tin, tuyên truyền

Công tác thông tin, tuyên truyền Đề án OCOP được thực hiện bằng nhiều hình thức phong phú (trên các phương tiện thông tin truyền thông, mạng xã hội, tổ chức hội nghị, hội thảo,...) để nâng cao nhận thức của hệ thống quản lý Chương trình OCOP các cấp và cộng đồng, chủ thể tham gia Chương trình OCOP:

- Cơ quan thường trực Chương trình OCOP đã phối hợp với các cơ quan truyền thông Trung ương, địa phương xây dựng 40 phóng sự, phim tư liệu về Chương trình OCOP tạo sức lan tỏa cũng như “tiếng vang” cho Chương trình OCOP tỉnh Thái Nguyên. Ngoài ra còn thực hiện đăng tin, bài trên Cổng thông tin điện tử tỉnh, website nông thôn mới tỉnh, website Chương trình OCOP Thái Nguyên; các báo, tạp chí chuyên ngành địa phương, Trung ương,... nhằm giới thiệu các mục tiêu, nội dung Đề án Chương trình OCOP của tỉnh; đồng thời quảng bá tiềm năng, thế mạnh và xúc tiến thương mại cho các sản phẩm OCOP của tỉnh...

- Xây dựng nội dung và phát hành 500 cuốn kỷ yếu sản phẩm OCOP, gần 1.000 cuốn sổ tay chuyển đổi số, trên 5.000 mã QR giới thiệu, quảng bá, xúc tiến thương mại cho du lịch và các sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên. Trung tâm Văn hóa
- thể thao và truyền thông cấp huyện đã phát trên 750 tin, bài về Chương trình OCOP trên hệ thống loa truyền thanh của huyện, xã, xóm.

- Tổ chức Hội thi tìm hiểu kiến thức về Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” từ tỉnh đến các huyện, thành phố.

- Tổ chức các Hội thảo: “Giải pháp ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong trồng, chế biến, tiêu thụ nhằm nâng cao năng suất, chất lượng, thương hiệu và giá trị sản phẩm chè”; “Giải pháp ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong trồng, chế biến, bảo quản, tiêu thụ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị, thương hiệu các sản phẩm từ củ, quả, hạt trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên”; “Giải pháp xúc tiến, quảng bá, giới thiệu và bán sản phẩm OCOP”...

- Tổ chức các hoạt động quảng bá, giới thiệu, kết nối và phát triển kênh phân phối các sản phẩm OCOP trong và ngoài tỉnh: Tổ chức các Hội chợ triển lãm sản phẩm OCOP cấp tỉnh, các huyện, thành phố; tham gia các hội chợ, triển lãm, hội nghị, diễn đàn tại chương trình xúc tiến thương mại các tỉnh, thành phố trong cả nước; truyền thông trên các mạng xã hội (facebook, zalo, tiktok...)... để quảng bá các sản phẩm OCOP tới thị trường trong nước và quốc tế.

3. Công tác kiểm tra, giám sát

- UBND tỉnh ban hành quy chế quản lý sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên¹; chỉ đạo các sở, ngành liên quan tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát đối với các sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên²; thành lập Đoàn liên ngành Kiểm tra, giám sát, kiểm soát chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả và các sản phẩm, nhóm sản phẩm thực phẩm, hàng hoá thuộc thẩm quyền quản lý của ngành Nông nghiệp và Môi trường³.

- Sở Nông nghiệp và Môi trường (Sở Nông nghiệp và PTNT trước đây) đã xây dựng, ban hành kế hoạch và tổ chức kiểm tra, giám sát việc tổ chức, triển khai thực hiện Chương trình/Đề án OCOP; công tác đánh giá, phân hạng và quản lý sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh hàng năm; phối hợp với các sở, ngành (Công Thương, Y tế, Khoa học và Công nghệ,...) tổ chức các đợt kiểm tra, giám sát công tác quản lý và các sản phẩm OCOP đột xuất và hàng năm theo yêu cầu.

- Các đơn vị trực thuộc Sở Nông nghiệp và Môi trường (Văn phòng Điều phối nông thôn mới tỉnh, Chi cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản...) xây dựng, ban hành Kế hoạch và tổ chức kiểm tra, giám sát đối với các sản phẩm OCOP đã được công nhận.

II. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÁC MỤC TIÊU, NHIỆM VỤ ĐỀ ÁN

1. Kết quả thực hiện mục tiêu giai đoạn 2019-2025

- Hệ thống quản lý, điều hành Chương trình OCOP đã được thành lập đồng bộ từ tỉnh đến huyện, xã; thường xuyên củng cố, kiện toàn theo quy định, đảm bảo hoạt động hiệu quả, thông suốt từ tỉnh đến xã (*hoàn thành mục tiêu Đề án*).

- Đến nay toàn tỉnh đã có 315 sản phẩm được đánh giá, xếp hạng đạt từ 3 sao trở lên (*vượt 162,5% so với mục tiêu đề án*); có 04 sản phẩm đạt OCOP 5 sao cấp quốc gia⁴, 02 sản phẩm tiềm năng đang trình Bộ Nông nghiệp và Môi trường đánh giá, phân hạng OCOP 5 sao⁵, dự kiến hết năm 2025 sẽ có 6 sản phẩm đạt 5 sao (*hoàn thành mục tiêu của Đề án*).

- Công nhận 14 điểm du lịch cấp tỉnh, trong đó có 9 điểm du lịch cộng đồng theo mô hình Làng văn hóa du lịch⁶ (*hoàn thành mục tiêu Đề án*).

¹ Quyết định số 302/QĐ-UBND ngày 14/02/2025 của UBND tỉnh.

² Văn bản số 6977/UBND-CNN&XD ngày 26/11/2024 về việc tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát đối với các sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

³ Quyết định số 1601/QĐ-UBND ngày 28/5/2025 của UBND tỉnh.

⁴ Chè Tôm non và chè đinh của HTX Hảo Đạt; Nấm Phú Gia; miến dong Việt Cường...

⁵ Gồm: Sản phẩm Trà tôm non Hương quê của HTX Nông sản Phú Lương và sản phẩm Nấm hương của Công ty TNHH sinh học Phú Gia

⁶ (1) Khu bảo tồn Làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải (xã Thịnh Đức, TP. Thái Nguyên); (2) Điểm du lịch Vùng chè đặc sản Tân Cương (TP. Thái Nguyên); (3) Điểm du lịch cộng đồng xã Tân Cương; (4) Điểm du lịch cộng đồng hồ Ghềnh Chè (xã Bình Sơn, TP. Sông Công); (5) Điểm du lịch cộng đồng xóm Mỏ Gà (xã Phú Thượng, Võ Nhai); (6) Điểm du lịch cộng đồng xóm Tân Sơn (xã La Bằng, huyện Đại Từ); (7) Làng văn hóa du lịch Bản Quyền (xã Điềm Mặc, huyện Định Hóa); (8) Điểm du lịch sinh thái xóm Đồng Khuân (xã Hoàng Nông, Đại Từ); (9) Điểm du lịch cộng đồng Khuôn Tát (Xóm Khuôn Tát, xã Phú Đình)

- 100% các hợp tác xã, doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia Chương trình OCOP đều được củng cố, kiện toàn đáp ứng các tiêu chí của Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP. Đến nay, đã có 176 chủ thể có sản phẩm được chứng nhận đạt tiêu chuẩn OCOP, trong đó: 131 hợp tác xã (tỷ lệ 74,4%); 22 doanh nghiệp (tỷ lệ 12,5%); 07 tổ hợp tác (tỷ lệ 4%); 16 cơ sở sản xuất kinh doanh và hộ kinh doanh (tỷ lệ 9,1%).

2. Kết quả thực hiện các nội dung, nhiệm vụ của Đề án

2.1. Triển khai thực hiện Chu trình OCOP

Chỉ đạo các địa phương nghiêm túc tuân thủ Chu trình OCOP quốc gia hàng năm (6 bước), trên cơ sở nguyên tắc “dân biết, dân bàn, dân làm” (đề xuất nhu cầu từ dưới lên, theo nhu cầu và khả năng của hộ sản xuất, HTX, doanh nghiệp nhỏ và vừa). Khắc phục tình trạng triển khai không đầy đủ các bước của Chu trình, triển khai “ngược” từ trên xuống nên, “đi chệch hướng”, hiệu quả không cao.

Từ năm 2023, thực hiện Chu trình OCOP thường niên linh hoạt, phù hợp với điều kiện, đặc điểm của sản phẩm, phát huy các điều kiện về nguồn nguyên liệu, lao động địa phương, lợi thế về chất lượng sản phẩm. Trong quá trình triển khai thực hiện Chu trình OCOP, UBND tỉnh đã chỉ đạo Cơ quan thường trực Chương trình OCOP hướng dẫn các địa phương tham gia hỗ trợ các chủ thể ngay từ khi hình thành ý tưởng, xây dựng và triển khai phương án kinh doanh, hỗ trợ chủ thể tiếp cận tín dụng, ứng dụng khoa học công nghệ, đào tạo nghề,... để các chủ thể nâng cao năng lực, phát triển sản phẩm OCOP.

Tổ chức nhiều đợt khảo sát, đánh giá và lựa chọn ý tưởng sản phẩm tham gia Chương trình OCOP để xây dựng kế hoạch và tổ chức tập huấn cho các chủ thể; hướng dẫn, tư vấn, hỗ trợ trực tiếp tại thực địa, thường xuyên và liên tục cho các chủ thể để triển khai phương án kinh doanh, xây dựng hồ sơ đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP,...

Công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm được triển khai thực hiện đầy đủ, chặt chẽ, nghiêm túc quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm theo các quy định của Trung ương về việc ban hành Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm; thường xuyên tổ chức tập huấn cho các thành viên Tổ tư vấn hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm tỉnh và Hội đồng đánh giá, phân hạng sản phẩm cấp huyện; Xây dựng và triển khai công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm trên phần mềm; công bố công khai danh mục hồ sơ, tài liệu minh chứng phục vụ công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP... nhằm không ngừng nâng cao chất lượng công tác đánh giá, phân hạng sản phẩm.

2.2. Phát triển sản phẩm, dịch vụ OCOP

Đến nay toàn tỉnh có 315 sản phẩm được chứng nhận đạt OCOP từ 3 sao trở lên thuộc 4 nhóm sản phẩm. Trong đó: Nhóm thực phẩm: 306 sản phẩm; Nhóm đồ uống: 3 sản phẩm; Nhóm hàng thủ công mỹ: 4 sản phẩm và Nhóm Dịch vụ du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và điểm du lịch: 2 sản phẩm. Còn 2 nhóm chưa có sản phẩm được chứng nhận (Nhóm dược liệu và sản phẩm từ dược liệu; Nhóm sinh vật cảnh).

2.3. Thực hiện các dự án thành phần của Chương trình OCOP

2.3.1. Xây dựng mô hình điểm về phát triển sản phẩm OCOP cấp huyện

Đến nay cả 9/9 huyện, thành phố đều có các mô hình về phát triển sản phẩm OCOP cấp huyện theo các quy trình sản xuất, tiêu chuẩn sản phẩm (sản phẩm địa phương hướng tới toàn cầu) như: VietGAP, Organic, GlobalGAP, GMP, ISO, HACCP,...⁷

2.3.2. Dự án cấp tỉnh:

- Trên địa bàn tỉnh hiện có 05 điểm quảng bá, giới thiệu, bán sản phẩm OCOP cấp tỉnh, thực hiện giới thiệu và bán các sản phẩm OCOP tiêu biểu của các chủ thể trong trên địa bàn toàn tỉnh và một số sản phẩm OCOP của các tỉnh bạn⁸; có 03 huyện đã xây dựng được các điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP, gian hàng Chương trình OCOP cấp huyện (thuộc Trung tâm dịch vụ nông nghiệp các huyện: Định Hóa, Phú Bình, Đại Từ), Chi cục Kinh tế hợp tác và Phát triển nông thôn xây dựng gian hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm OCOP tại Văn phòng Chi cục (vượt mục tiêu đề ra).

- Dự án xây dựng website Chương trình OCOP Thái Nguyên, phần mềm quản lý Chương trình OCOP: Văn phòng Điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới tỉnh (nay là Chi cục Kinh tế hợp tác và Phát triển nông thôn) đã xây dựng website Chương trình OCOP Thái Nguyên (ocop.thainguyen.gov.vn) để phục vụ công tác quản lý và đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP; xây dựng gian hàng công nghệ thực tế ảo sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên nhằm quảng bá thương hiệu và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm OCOP và quản lý các sản phẩm OCOP đã được chứng nhận (hoàn thành mục tiêu Đề án).

2.3.3 Dự án xây dựng điểm làng, bản văn hóa du lịch: Có 9 điểm du lịch cộng đồng theo mô hình Làng văn hóa du lịch đã được UBND tỉnh quyết định công nhận (hoàn thành mục tiêu Đề án).

⁷ Cả 9/9 huyện, thành phố đều có sản phẩm được đánh giá, công nhận đạt OCOP 4 sao.

⁸ Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của Sở Công Thương; Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP tại Khách sạn May Plaza (Công ty cổ phần Tập đoàn Khách Sạn Đông Á); Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của Hợp tác xã Sản xuất và Thương mại dịch vụ Bản Việt (tại TP. Thái Nguyên); Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của Công ty TNHH sản xuất và chế biến chè Thúy Vân (tại TP. Sông Công); Điểm giới thiệu và bán sản phẩm OCOP của Công ty cổ phần Hải Đăng (cao tốc Hà Nội - Thái Nguyên thuộc TP. Phổ Yên).

2.4. Công tác xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP

Các chương trình xúc tiến thương mại và quảng bá thương hiệu sản phẩm OCOP luôn được tỉnh và các địa phương quan tâm đẩy mạnh bằng nhiều hình thức, cả trong và ngoài tỉnh:

- Xây dựng website để thực hiện số hóa việc quản lý, đánh giá, xếp hạng và quảng bá phát triển các sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên; xây dựng gian hàng công nghệ thực tế ảo sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên,... Hỗ trợ kinh phí xây dựng website quảng bá, giới thiệu và bán sản phẩm cho các chủ thể; hỗ trợ biển hiệu giới thiệu và bán sản phẩm OCOP cho hơn 360 cửa hàng tại các đơn vị cấp huyện, cấp xã.

- Tổ chức các Hội chợ triển lãm sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên hằng năm; Đưa sản phẩm OCOP tỉnh Thái Nguyên tham gia các Hội chợ, sự kiện giới thiệu, quảng bá của các tỉnh, thành phố trong cả nước; lựa chọn, đăng ký với Bộ Nông nghiệp và Môi trường 28 sản phẩm OCOP tham gia quảng bá, giới thiệu ở một số hệ thống phân phối tại thị trường Mỹ. Giới thiệu sản phẩm Làng du lịch Thái Hải lên Tạp chí Heritage nổi tiếng quốc tế đảm nhiệm vai trò cầu nối văn hóa của Việt Nam với Thế giới của Hãng hàng không Vietnam Airlines; tổ chức Ngày hội trưng bày và giới thiệu sản phẩm OCOP; Hội thi tìm hiểu kiến thức về Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” từ tỉnh đến các huyện, thành phố, Hội thi tinh hoa ẩm thực,... thu hút đông đảo các chủ thể và người dân tham gia.

- Giới thiệu các sản phẩm OCOP trên các sàn giao dịch điện tử (Vietel, VinaPost, Facebook, Lazada, tiki, Tiktok...). Tổ chức ký biên bản hợp tác giữa tỉnh Thái Nguyên với Công ty TNHH Shopee Việt Nam; xây dựng “Gian hàng sản phẩm Thái Nguyên” trên sàn thương mại điện tử Shopee.

2.5. Công tác đào tạo, tập huấn

Từ năm 2019-2025 các Sở, ngành của tỉnh và các huyện, thành phố đã tổ chức trên 120 lớp tập huấn cho trên 8.000 lượt người tham gia trực tiếp⁹ và trên 1.500 lượt người tham gia bằng hình thức trực tuyến (online); 100% cán bộ quản lý thực hiện Chương trình OCOP các cấp và lãnh đạo doanh nghiệp, hợp tác xã, chủ hộ sản xuất có đăng ký kinh doanh tham gia Chương trình OCOP được tập huấn, đào tạo với các nội dung phù hợp với thực tế triển khai thực hiện Chương trình của mỗi địa phương, đối tượng hàng năm (về tinh thần hợp tác, tính cộng đồng; đổi mới hình thức tổ chức sản xuất, kỹ năng quản trị; đổi mới sáng tạo về sản phẩm; quản lý chất lượng an toàn thực phẩm; bao bì; sở hữu trí tuệ; ứng dụng chuyển đổi số gắn với yêu cầu thị trường).

3. Kết quả kinh phí thực hiện Đề án

Tổng kinh phí hỗ trợ trực tiếp thực hiện Đề án OCOP giai đoạn 2019-2025: 26.981,3 triệu đồng. Trong đó:

- Ngân sách Trung ương: 11.033 triệu đồng.
- Ngân sách tỉnh: 15.948,3 triệu đồng.

(Chi tiết tại Phụ lục II, Phụ lục III kèm theo)

⁹ Riêng Văn phòng Điều phối Chương trình xây dựng nông thôn mới tỉnh từ năm 2021-2024 đã tổ chức được 33 lớp tập huấn, với gần 1.600 lượt đối tượng tham gia.

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG

1. Kết quả đạt được

- Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) nói chung và Đề án mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019 - 2025 đã tạo nên những tín hiệu tích cực, trở thành động lực phát triển kinh tế vùng nông thôn, tạo ra những sản phẩm chất lượng cao, khẳng định được thương hiệu (chè Hảo Đạt, miến dong Việt Cường, nấm Phú Gia...); hình thành các chuỗi liên kết trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ, góp phần nâng cao giá trị sản phẩm, tạo nhiều việc làm, gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống; tạo sự lan tỏa tinh thần khởi nghiệp nông thôn,... là giải pháp quan trọng để hoàn thành các tiêu chí trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

- Hoàn thành tất cả các mục tiêu, nội dung cơ bản của Đề án, trong đó một số mục tiêu, nội dung hoàn thành vượt mức rất cao so với Đề án¹⁰. Có 4 sản phẩm OCOP 5 sao (trong 79 sản phẩm OCOP 5 sao cấp quốc gia của cả nước), đặc biệt có 1 trong 2 sản phẩm OCOP 5 sao về du lịch.

- Hình thành vùng nguyên liệu tập trung, chuẩn hóa về quy trình chăm sóc, (*VietGAP, hữu cơ, an toàn sinh học,...*), chế biến (ISO, HACCP,...). Năng lực sản xuất (quy mô sản xuất, sản lượng...) của các chủ thể có sản phẩm được chứng nhận đạt chuẩn OCOP đã tăng lên, các chủ thể đã quan tâm đến chất lượng sản phẩm, liên kết tiêu thụ sản phẩm, quảng bá xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường; các sản phẩm OCOP gia tăng về số lượng, đa dạng về chủng loại, hình thành nhóm sản phẩm đặc trưng của vùng, miền, nhiều sản phẩm đã đủ tiêu chuẩn, được phân phối tại hệ thống siêu thị và cửa hàng trên toàn quốc, tiêu biểu như: Hợp tác xã chè Hảo Đạt, Hợp tác xã trà Sơn Dung, Hợp tác xã Tâm trà thái, Hợp tác xã chè Trung du Tân Cương, Hợp tác xã Thái Minh, Hợp tác xã chè Thịnh An, Hợp tác xã chè an toàn Nguyên Việt, Hợp tác xã chè Tuyết Hương, Hợp tác xã chè Nhật Thức, Hợp tác xã chè La Bằng, Hợp tác xã miến Việt Cường, Công ty TNHH nấm Phú Gia...

- Phát huy tốt tiềm năng lợi thế của các địa phương, tạo ra các sản phẩm tiêu chuẩn: có nhãn hiệu, thương hiệu và sức cạnh tranh trên thị trường, thúc đẩy phát triển các sản phẩm OCOP “*Tạo cuộc cách mạng về bao bì, tiêu chuẩn hóa cho sản phẩm nông nghiệp*”.

- Tạo được sự liên kết giữa doanh nghiệp, hợp tác xã với các trang trại, hộ gia đình với quy mô lớn. Thúc đẩy phát triển các hợp tác xã, hoàn thành tốt tiêu chí Tổ chức sản xuất trong Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

- Thu hút các nguồn lực đầu tư vào phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn góp phần đẩy nhanh tiến độ xây dựng nông thôn mới trên địa bàn tỉnh.

¹⁰ Số sản phẩm được đánh giá, xếp hạng đạt từ 3 sao trở lên vượt 162,5% so với mục tiêu đề án và vượt 110% so với mục tiêu Kế hoạch số 135/KH-UBND ngày 14/9/2022 của UBND tỉnh; số chủ thể là HTX vượt 4,4%; số điểm giới thiệu và bán sản phẩm cấp tỉnh gấp 4 lần so với Đề án.

- Giá trị kinh tế của các sản phẩm được đánh giá xếp hạng OCOP nâng lên từ 20% trở lên. Doanh số bán hàng của các đơn vị có sản phẩm đạt 3 sao, 4 sao, 5 sao tăng từ 20% - 50%, đặc biệt một số sản phẩm được doanh số tăng từ 70-100% như sản phẩm miền của Hợp tác xã miền Việt Cường, sản phẩm của Hợp tác xã chè Hảo Đạt,...

- Tổng kết Chương trình OCOP giai đoạn 2018-2020, tỉnh Thái Nguyên có một tập thể (trong 07 tập thể của cả nước) được Thủ tướng Chính phủ trao tặng bằng khen có thành tích tiêu biểu trong triển khai Chương trình OCOP giai đoạn 2018-2020 (*Văn phòng Điều phối Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới*) và 01 đơn vị được tặng bằng khen Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (*Công ty cổ phần chè Hà Thái*).

2. Khó khăn, hạn chế

- Nguồn kinh phí hỗ trợ của nhà nước còn hạn chế, thiếu đồng bộ, chủ yếu là lồng ghép; trình tự thủ tục hỗ trợ còn nhiều bất cập, khó khăn trong tổ chức triển khai thực hiện, chưa “hấp dẫn” các chủ thể nên việc thu hút nguồn vốn đầu tư của các doanh nghiệp, hợp tác xã vào phát triển sản xuất sản phẩm OCOP còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng.

- Số lượng sản phẩm OCOP tăng nhanh nhưng chưa thực sự bền vững; tập trung ở một số nhóm, phân nhóm, thiếu tính độc đáo, sự khác biệt, chưa tương xứng với tiềm năng, lợi thế, thế mạnh của các địa phương. Sự tham gia của các chủ thể vào Chương trình OCOP chưa được chủ động; quy mô sản xuất, kinh doanh còn nhỏ lẻ, vùng nguyên liệu thiếu ổn định. Việc ứng dụng khoa học - công nghệ, đổi mới, sáng tạo, nâng cao hàm lượng chế biến, chế biến sâu gắn với vùng nguyên liệu địa phương, làng nghề, làng nghề truyền thống trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, phát triển sản phẩm mới còn hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng của địa phương, chủ thể. Một số sản phẩm chưa tuân thủ đầy đủ các quy định về quản lý chất lượng, ghi bao bì, nhãn mác, sở hữu trí tuệ. Nhiều sản phẩm thiết kế bao bì chưa thuận tiện, thân thiện môi trường, thiếu sự khác biệt rõ rệt, khó nhận diện thương hiệu; một số bao bì có tỷ trọng giá trị cao so với giá sản phẩm.

- Một số yêu cầu tối thiểu đối với sản phẩm 4 sao, 5 sao rất khó thực hiện, vì vậy số sản phẩm đạt 4 sao (nhất là 5 sao) còn thấp: Đủ điều kiện an toàn thực phẩm cho xuất khẩu và các thủ tục pháp lý khác theo yêu cầu của thị trường đích, phụ thuộc vào các cơ quan, tổ chức (sở hữu trí tuệ)...; năng lực số hóa, thương mại điện tử, quản trị sản phẩm còn hạn chế...; việc đánh giá sản phẩm có truy xuất nguồn gốc điện tử được thực hiện theo quy định tại Thông tư số 02/2024/TT-BKHCN ngày 28/3/2024 của Bộ Khoa học và Công nghệ về quản lý truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa. Tuy nhiên đến nay, toàn quốc chưa có chủ thể, sản phẩm nào thực hiện được nội dung này do vướng mắc các quy định, hướng dẫn của Bộ Khoa học và Công nghệ và chưa có tổ chức, đơn vị nào được Bộ Khoa học và Công nghệ chỉ định để hỗ trợ tư vấn, cấp phép, đánh giá cho các chủ thể, địa phương.

IV. MỘT SỐ NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP CHỦ YẾU GIAI ĐOẠN TỚI

1. **Đẩy mạnh công tác truyền thông, nâng cao nhận thức** cho các tổ chức kinh tế khu vực nông thôn, các cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị phân phối, người tiêu dùng thông qua các hội nghị triển khai Chương trình OCOP. Đa dạng hóa các hình thức truyền thông, qua các Cổng thông tin điện tử (website), truyền thông mạng xã hội, bản tin, chuyên đề, tài liệu (sổ tay, cẩm nang...), hệ thống loa truyền thanh,...; xây dựng pano, áp phích, khẩu hiệu. Phối hợp với các cơ quan truyền thông, báo chí viết bài tuyên truyền, xây dựng clip, phóng sự tuyên truyền về Chương trình OCOP; khuyến khích hỗ trợ xây dựng các gói combo quà tặng, quà lưu niệm sản phẩm OCOP, gắn với lịch sử văn hóa quốc gia, vùng miền, địa phương.

2. **Xây dựng và ban hành cơ chế, chính sách đặc thù** hỗ trợ triển khai Chương trình OCOP phù hợp với nội dung, định mức hỗ trợ của Trung ương và điều kiện thực tế của địa phương.

3. **Đẩy mạnh công tác đào tạo, tập huấn** nhằm nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ triển khai Chương trình OCOP, đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP các cấp; nâng cao năng lực cho chủ thể OCOP về năng lực cộng đồng và tinh thần hợp tác; đổi mới hình thức tổ chức sản xuất, kỹ năng quản trị; đổi mới, sáng tạo về sản phẩm; quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm; kỹ năng về thiết kế bao bì, ghi nhãn và mẫu mã sản phẩm; sở hữu trí tuệ, truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị, tăng cường sử dụng và khai thác thương hiệu cộng đồng các sản phẩm từ khu vực nông thôn.

4. Quy hoạch và phát triển các vùng nguyên liệu gắn với sản phẩm OCOP

- Quy hoạch gắn với bảo tồn, phát triển các vùng nguyên liệu đặc trưng được cấp mã số vùng trồng, theo hướng sản xuất hữu cơ, nông nghiệp sinh thái, đảm bảo an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc dựa trên lợi thế về điều kiện tự nhiên, văn hóa sản xuất của người dân.

- Tổ chức sản xuất theo quy trình quản lý chất lượng tiên tiến, an toàn thực phẩm gắn với phát triển chế biến, hình thành các sản phẩm OCOP đặc trưng, chất lượng và an toàn, thân thiện môi trường.

- Xây dựng các mô hình du lịch nông nghiệp trải nghiệm, nông nghiệp sinh thái gắn với vùng nguyên liệu, sản phẩm OCOP đặc trưng theo vùng, miền.

5. Tập trung chuẩn hóa và phát triển sản phẩm OCOP theo chuỗi giá trị, phù hợp với lợi thế và điều kiện của địa phương

- Đẩy mạnh chuẩn hóa sản phẩm gắn với lợi thế và điều kiện của từng địa phương, bao gồm: Các đặc sản, sản phẩm truyền thống gắn với lợi thế về điều kiện sản xuất, giá trị văn hóa địa phương, đặc biệt là sản phẩm các làng nghề, nghề truyền thống, dịch vụ du lịch nông thôn; các sản phẩm mới hình thành dựa trên ứng dụng khoa học công nghệ, nền tảng lợi thế của địa phương, có chất lượng nổi trội, đặc sắc.

- Nâng cấp và hoàn thiện sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng (đạt 3 sao trở lên) gắn với nhu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu:

+ Sản phẩm đã được đánh giá, phân hạng: Tiếp tục hỗ trợ các chủ thể nâng cấp, hoàn thiện sản phẩm, tập trung đổi mới cải thiện công nghệ, quy trình kỹ thuật; mở rộng vùng nguyên liệu tại địa phương; quản lý chất lượng sản phẩm; hoàn thiện bao bì, nhãn mác theo quy định, phù hợp với yêu cầu của thị trường.

+ Sản phẩm tiềm năng: Tập trung rà soát, lựa chọn, hỗ trợ các sản phẩm gắn với lợi thế, thế mạnh của địa phương, ưu tiên các ý tưởng sản phẩm mới, đặc biệt là sản phẩm chế biến, chế biến sâu, sản phẩm nghề, làng nghề truyền thống; hỗ trợ xây dựng liên kết phát triển sản phẩm theo chuỗi giá trị gắn với vùng nguyên liệu địa phương; hỗ trợ cơ sở hạ tầng nhà xưởng, máy móc, thiết bị chế biến sản phẩm; hỗ trợ xây dựng hệ thống quản lý chất lượng; xây dựng bao bì, nhãn mác, đăng ký sở hữu trí tuệ cho sản phẩm.

6. Ứng dụng khoa học và công nghệ, chuyển đổi số cho sản phẩm OCOP

- Đẩy mạnh chuyển giao ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số trong sản xuất, kết nối thị trường, truy xuất nguồn gốc, đặc biệt là ứng dụng công nghệ thông tin; khoa học xã hội và nhân văn trong phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch nông thôn, bảo tồn giá trị văn hóa bản địa. Hỗ trợ đầu tư ứng dụng khoa học công nghệ, đổi mới, hoàn thiện công nghệ, quy trình sản xuất, sơ chế, bảo quản, chế biến sản phẩm OCOP nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm OCOP.

- Thúc đẩy áp dụng các giải pháp về bảo hộ và khai thác hiệu quả giá trị tài sản trí tuệ (chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận) cho sản phẩm OCOP, đặc biệt là các sản phẩm OCOP cấp quốc gia.

- Tăng cường áp dụng công nghệ số trong tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm OCOP (xây dựng hồ sơ và quản lý dữ liệu sản phẩm OCOP, số hóa quá trình tiếp nhận hồ sơ, chấm điểm, phân hạng sản phẩm,...); số hóa sản phẩm và xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc theo chuỗi giá trị sản phẩm OCOP.

7. Đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại các sản phẩm OCOP, đặc biệt là các sản phẩm OCOP quốc gia; đẩy mạnh kết nối mạng lưới sản phẩm OCOP trong nước và quốc tế; xây dựng và nhân rộng các mô hình điểm bán hàng OCOP, Trung tâm trưng bày và giới thiệu sản phẩm OCOP đồng bộ, hiện đại, ứng dụng công nghệ thông tin gắn với khai thác lợi thế về du lịch nông thôn; tích cực tham gia các Hội chợ, triển lãm sản phẩm OCOP; thúc đẩy hệ thống thương mại điện tử, các kênh bán hàng trực tuyến (online), đặc biệt đối với các sản phẩm có quy mô nhỏ, sản phẩm đặc sản địa phương.

8. Đẩy mạnh hoạt động kiểm tra, giám sát sản phẩm OCOP, đặc biệt là sản phẩm OCOP sau khi được đánh giá, công nhận, đảm bảo điều kiện sản xuất, chất lượng, tiêu chuẩn sản phẩm; tăng cường quản lý việc sử dụng logo quy chuẩn của Chương trình OCOP đối với các chủ thể có sản phẩm đạt sao OCOP và trong các hoạt động truyền thông, thông tin tuyên truyền về Chương trình OCOP trên địa bàn tỉnh.

9. Tăng cường vai trò của cộng đồng trong phát triển sản phẩm OCOP

- Nâng cao vai trò của các hội/hiệp hội trong triển khai Chương trình OCOP, khai thác và phát triển sản phẩm của địa phương gắn với bảo tồn sản phẩm, kỹ năng truyền thống, danh tiếng của cộng đồng.

- Đẩy mạnh giám sát của cộng đồng về sản phẩm, chất lượng sản phẩm, phát triển vùng nguyên liệu; duy trì sự đặc sắc, nét văn hóa của các sản phẩm địa phương; thúc đẩy sự tham gia và có cơ chế chia sẻ lợi ích phù hợp của cộng đồng vào sản xuất, chế biến sản phẩm OCOP; phát triển vùng sản xuất nguyên liệu, sử dụng lao động địa phương.

Trên đây là báo cáo kết quả thực hiện Đề án “Mỗi xã một sản phẩm” tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019-2025. UBND tỉnh Thái Nguyên trân trọng báo cáo./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Thường trực Tỉnh ủy (b/c);
- Chủ tịch, các Phó Chủ tịch UBND tỉnh;
- Sở Nông nghiệp và Môi trường;
- Văn phòng Đoàn ĐBQH và HĐND tỉnh;
- Lãnh đạo VP UBND tỉnh;
- Lưu: VT, CNN&XD, TH.

Báchdtt, 16/6/2025, BC3

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



Nguyễn Thanh Bình

Phụ lục I
TỔNG HỢP MỘT SỐ VĂN BẢN CHỈ ĐẠO, TRIỂN KHAI, THỰC HIỆN
CHƯƠNG TRÌNH MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM

(Kèm theo Báo cáo số ~~14~~ 14/BC-UBND ngày 20/6/2025 của Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên)

STT	Loại Văn bản	Cơ quan ban hành	Số, ký hiệu	Ngày ban hành	Trích yếu
I	Trung ương				
1	Quyết định	Thủ tướng Chính phủ	Số 490/QĐ-TTg	05/07/2018	Về việc phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020
2		Thủ tướng Chính phủ	Số 1048/QĐ-TTg	21/8/2019	Về việc ban hành Bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm
3		Thủ tướng Chính phủ	Số 781/QĐ-TTg	06/08/2020	Sửa đổi, bổ sung một số Phụ lục Quyết định số 1048/QĐ-TTg ngày 21/8/2019 của TTCP
4		Thủ tướng Chính phủ	Số 919/QĐ-TTg	08/01/2022	Về việc phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2021-2025
5		Thủ tướng Chính phủ	Số 148/QĐ-TTg	24/02/2023	Về ban hành Bộ tiêu chí và quy trình đánh giá, phân hạng sản phẩm Chương trình mỗi xã một sản phẩm
II	Tỉnh Thái Nguyên				
1	Nghị quyết	Tỉnh uỷ	Số 10-NQ/TU	21/10/2019	Về phát triển nông nghiệp tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025, định hướng đến năm 2030
2		HĐND tỉnh	Số 33/NQ-HĐND	23/7/2019	Về việc thông qua Đề án "Mỗi xã một sản phẩm" tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2019-2025
3			Số 05/2019/NQ-HĐND	23/7/2020	Quy định chính sách khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

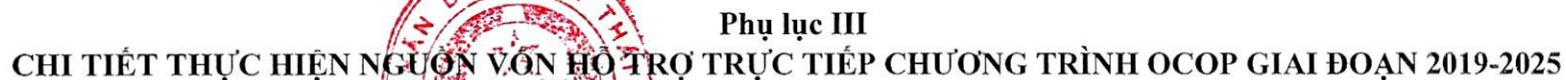
STT	Loại Văn bản	Cơ quan ban hành	Số, ký hiệu	Ngày ban hành	Trích yếu
4	Quyết định	UBND tỉnh	Số 3485/QĐ-UBND	28/10/2019	Về việc ban hành Đề án "Mỗi xã một sản phẩm" tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025
5		UBND tỉnh	Số 592/QĐ-UBND	03/05/2020	Về việc giao chỉ tiêu kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 10-NQ/TU ngày 21/10/2019 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển nông nghiệp tỉnh Thái Nguyên, giai đoạn 2019-2025, định hướng đến năm 2030
6		UBND tỉnh	Số 302/QĐ-UBND	14/02/2025	Ban hành quy chế quản lý sản phẩm Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP) trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên
7		UBND tỉnh	Số 55/QĐ-BCĐ	30/06/2022	Phê duyệt Chương trình truyền thông phục vụ Chương trình MTQG xây dựng nông thôn mới và các Chương trình chuyên đề giai đoạn 2021/2025
8	Kế hoạch	UBND tỉnh	Số 135/KH-UBND	14/9/2022	Kế hoạch thực hiện Chương trình mỗi xã một sản phẩm tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2021-2025
9		UBND tỉnh	Số 118/KH-UBND	08/8/2022	Kế hoạch Đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng cho cán bộ và người dân về Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP) giai đoạn 2022-2025 trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên
10		UBND tỉnh	Số 6977/UBND-CNN&XD	26/11/2024	Về việc tăng cường công tác quản lý, kiểm tra, giám sát đối với các sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên;
11		Sở Nông nghiệp và PTNT	Số 5483/KH-SNN	26/11/2024	Kế hoạch Kiểm tra, giám sát sản phẩm OPCOP trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên
12	Quyết định	Sở Nông nghiệp và PTNT	Số 734/QĐ-SNN	03/12/2024	về việc Thành lập Đoàn kiểm tra, giám sát và Tổ giúp việc kiểm tra, giám sát sản phẩm OCOP trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

Phụ lục II
TỔNG HỢP KINH PHÍ HỖ TRỢ THỰC HIỆN ĐỀ ÁN
MỖI XÃ MỘT SẢN PHẨM GIAI ĐOẠN 2019-2025

(Kèm theo Báo cáo số 44/BC-UBND ngày 10/6/2025
của Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên)

ĐVT: Triệu đồng

STT	Năm	NSTW	NS tỉnh	Tổng
1	Năm 2019	894.300	620.000	1.514.300
2	Năm 2020	6.034.000	2.480.000	8.514.000
3	Năm 2021	1.092.000	1.968.000	3.060.000
4	Năm 2022	2.000.000	2.265.000	4.265.000
5	Năm 2023	1.500.000	1.870.000	3.370.000
6	Năm 2024	1.428.000	880.000	2.308.000
7	Năm 2025	3.000.000	950.000	3.950.000
	Cộng	15.948.300	11.033.000	26.981.300



TT	Nội dung thực hiện	Tổng cộng	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025	
			Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW	Ngân sách tỉnh	Ngân sách TW
11	Quảng bá, xúc tiến thương mại	2.695,6		115		1.750				68,6		441				321
12	Chi Dự án hỗ trợ xây dựng mô hình điểm	680			330	350										
13	Chi hoạt động Ban Chỉ đạo cấp tỉnh	300			50		50		50		50		50		50	
14	Tổ chức đánh giá, phân hạng sản phẩm	2.371,3		289,3		500		500		500		115		265		202
15	Hỗ trợ sản phẩm OCOP đạt chứng nhận theo NQ 05/2019/NQ-HĐND ngày 23/7/2029	5.860	620		1.430		1.360		950		990				510	
16	Tổng kết Đề án	50,0													50,0	
	Tổng cộng	26.981,3	620	894,3	2.480	6.034	1.968	1.092	2.265	2.000	1.870	1.500	880	1.428	950	3.000