|  |  |
| --- | --- |
| **ỦY BAN NHÂN DÂN**  **THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc |
| Số: /BC-UBND  DỰ THẢO | *Đà Nẵng, ngày tháng năm 2023* |

**BÁO CÁO ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH**

**Nghị quyết của Hội đồng nhân dân thành phố quy định chính sách**

**hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng**

**I. NHỮNG VẤN ĐỀ TỔNG QUAN**

**1. Bối cảnh xây dựng chính sách**

Thực hiện Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2020 ban hành kèm theo Quyết định số 208/QĐ-TTg ngày 14/02/2011 của Thủ tướng Chính phủ, UBND thành phố Đà Nẵng đã ban hành Kế hoạch triển khai Chiến lược Ngoại giao văn hoá đến năm 2020 *(Quyết định số 2809/QĐ-UBND ngày 06/5/2014, Quyết định số 1255/QĐ-UBND ngày 03/3/2015 ban hành Kế hoạch hoạt động ngoại giao văn hóa thành phố Đà Nẵng năm 2015)*. Để triển khai nhiệm vụ tại các Quyết định này, UBND thành phố đã ban hành Quy chế xét công nhận Sản phẩm thương mại mang tính đặc trưng (gọi tắt là SPTMĐT) của thành phố Đà Nẵng *(theo Quyết định số 6875/QĐ-UBND ngày 10/10/2016)* làm cơ sở xem xét, đánh giá và công nhận SPTMĐT của thành phố để giới thiệu với du khách khi đến thăm Đà Nẵng. Đây là quy định riêng có của thành phố nhằm công nhận, tôn vinh SPTMĐT, khuyến khích doanh nghiệp phát triển sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm và hỗ trợ quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp; góp phần xây dựng và quảng bá hình ảnh của thành phố thông qua hình ảnh sản phẩm đặc trưng địa phương, thực hiện có hiệu quả hoạt động ngoại giao văn hóa, đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội thành phố một cách bền vững.

Để triển khai Quy chế xét công nhận SPTMĐT, UBND thành phố đã ban hành Quyết định số 6220/QĐ-UBND ngày 01/11/2017 về việc thành lập Hội đồng xét công nhận SPTMĐT; Chủ tịch Hội đồng xét công nhận SPTMĐT đã ban hành Thể lệ chấm điểm SPTMĐT theo Quyết định số 36/QĐ-HĐ ngày 03/4/2018; chỉ đạo Sở Công Thương phối hợp với các sở, ban, ngành, UBND các quận, huyện, các hội/hiệp hội doanh nghiệp thông tin rộng rãi việc tổ chức xét chọn SPTMĐT đến doanh nghiệp trên địa bàn thành phố; đồng thời, đăng tải thông tin trên website để doanh nghiệp, cơ sở biết, quan tâm tham gia; hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở hoàn thiện hồ sơ đăng ký xét chọn cũng như thông tin về các quyền lợi khi sản phẩm được công nhận là SPTMĐT.

Với việc chấm điểm, xét chọn công khai, minh bạch và đánh giá công tâm, khách quan của Hội đồng xét công nhận SPTMĐT qua 03 đợt triển khai *(các năm 2018, 2019 và 2020)* đã có 17 sản phẩm của 10 doanh nghiệp được công nhận là SPTMĐT[[1]](#footnote-1). Các sản phẩm đạt SPTMĐT của thành phố được cấp Giấy chứng nhận SPTMĐT có giá trị trong 5 năm; được sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” để gắn lên sản phẩm, bao bì của sản phẩm nhằm mục đích quảng bá; được hỗ trợ quảng bá thông tin, hình ảnh sản phẩm trên Cổng Thông tin điện tử thành phố, webiste các Sở: Sở Công Thương, Văn hóa và Thể thao, Du lịch, Ngoại vụ; các ấn phẩm xúc tiến đầu tư, thương mại, đặc san…, đặc biệt, được hỗ trợ cung cấp thông tin, tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối giao thương trong nước và quốc tế.

Việc triển khai xét công nhận SPTMĐT đã đạt được một số kết quả tích cực song hiệu quả chưa cao, chưa thu hút được sự quan tâm của doanh nghiệp do bởi một số nguyên nhân như:

- Việc giới hạn mục tiêu xét công nhận SPTMĐT là nhằm tìm ra sản phẩm đặc trưng để giới thiệu cho khách du lịch (phục vụ mục tiêu phát triển ngoại giao văn hoá) mà chưa có tầm nhìn rộng hơn, định hướng cụ thể hơn để xây dựng sản phẩm tiêu biểu, thật sự có thế mạnh của thành phố và xây dựng nền tảng cho sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng. Do đó, các tiêu chí và điều kiện xét công nhận SPTMĐT *(theo Quyết định số 6875/QĐ-UBND) là* chưa đầy đủ, chưa toàn diện và chưa phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp thành phố.

- Quyền lợi của doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có sản phẩm được công nhận là SPTMĐT chưa rõ ràng, thiết thực, chưa phong phú về hình thức hỗ trợ nên chưa đủ sức hấp dẫn đối với doanh nghiệp. Quyền lợi của các đơn vị này thời gian qua mới chỉ dừng ở việc được gắn nhãn hiệu “DANANG VALUE, hình” và quảng bá trên các website của một số sở, ban, ngành, báo, đài...và các ấn phẩm liên quan. Các hỗ trợ về ưu tiên vay vốn ưu đãi hầu như chưa thể tiếp cận do chưa có cơ chế chính sách cụ thể *(nhất là quy định mức hỗ trợ từ ngân sách nhà nước thuộc thẩm quyền ban hành VBQPPL của HĐND thành phố)*. Các nội dung hỗ trợ tham gia hoạt động xúc tiến thương mại, giao thương trong nước và quốc tế.... mới chỉ là hoạt động cung cấp thông tin, mời tham gia các chương trình hoặc hỗ trợ giới thiệu, kết nối…

Trước thực trạng đó, việc ban hành Nghị quyết của HĐND thành phố quy định chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng vào thời điểm hiện nay là hết sức cần thiết vì các lý do sau:

(1) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp để triển khai các nội dung chỉ đạo tại Chương trình hành động số 08-CTr/TU ngày 23/4/2021 của Thành ủy Đà Nẵng về thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội đại biểu lần thứ XXII Đảng bộ thành phố *(Kế hoạch số 121/KH-UBND ngày 23/6/2021 của UBND thành phố về việc triển khai Chương trình hành động số 08-CTr/TU, trong đó có nhiệm vụ số 22, Mục II, Phụ lục đính kèm Kế hoạch “Tăng cường quảng bá, giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của thành phố thông qua việc triển khai các chương trình xúc tiến thương mại”; Kế hoạch số 12/KH-UBND ngày 19/01/2022 về việc triển khai Chương trình hành động số 01-CTr/TU và Chương trình hành động số 08-CTr/TU của Thành ủy Đà Nẵng về thực hiện Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng gắn với thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ XXII Đảng bộ thành phố, trong đó có nhiệm vụ số 3.2, Phụ lục I “Triển khai có hiệu quả các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quảng bá, giới thiệu sản phẩm, thiết kế bao bì, xây dựng và phát triển thương hiệu cho các sản phẩm đặc trưng, sản phẩm chủ lực của thành phố...”).*

(2) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp với xu hướng hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng của Việt Nam khi mà sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cả trong và ngoài nước ngày càng khốc liệt. Do đó, khuynh hướng xây dựng thương hiệu địa phương gắn với thế mạnh sản phẩm/ dịch vụ hoặc định hướng phát triển địa phương được các tỉnh, thành phố phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây *(chẳng hạn như thành phố Hồ Chí Minh với quyết tâm xây dựng thương hiệu sản phẩm có “bản sắc” (Sản phẩm bản sắc thành phố Hồ Chí Minh), tỉnh Khánh Hòa với Chương trình phát triển thương hiệu các sản phẩm đặc trưng của tỉnh giai đoạn 2016-2020 (Quyết định số 1667/QĐ-UBND ngày 13/6/2016),…)* đã cho thấy có sự chuyển biến trong nhận thức và hành động của các địa phương trong định hướng xây dựng thương hiệu sản phẩm gắn với định vị thành phố không chỉ tại thị trường trong nước mà còn vươn tầm quốc tế bởi thương hiệu không chỉ là thông điệp sản phẩm, hình ảnh của doanh nghiệp mà còn là hình ảnh của quốc gia, địa phương trong hội nhập. Muốn phát triển bền vững, có năng lực cạnh tranh tốt thì phải có thương hiệu uy tín trên thị trường. Do đó, việc xây dựng thương hiệu cho hàng hóa, giúp định vị, tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm của địa phương đóng vai trò rất quan trọng và cấp thiết đối với mỗi địa phương.

(3) Việc xây dựng chính sách hỗ trợ phát triển SPĐT của thành phố Đà Nẵng là phù hợp với yêu cầu thực tế của thành phố và nhu cầu phát triển của doanh nghiệp thành phố. Những năm qua, bên cạnh triển khai các chính sách từ Trung ương, thành phố Đà Nẵng cũng đã nghiên cứu, ban hành một số chính sách đặc thù nhằm định hướng, tạo động lực phát triển một số ngành, lĩnh vực; song chưa có chính sách cụ thể làm cơ sở định hướng phát triển sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng. Nhìn lại thực tế thành phố hiện nay, thật khó chỉ ra những sản phẩm đặc trưng, có bản sắc hoặc có thế mạnh nổi trội đủ tầm để cạnh tranh ngay cả thị trường trong nước cũng như quốc tế bởi các doanh nghiệp có quy mô vừa và lớn chủ yếu tập trung sản xuất hàng gia công, xuất khẩu, chưa chú trọng việc xây dựng sản phẩm mang thương hiệu riêng đem lại giá trị gia tăng cao hoặc còn bị giới hạn phát triển khi phải xây dựng thương hiệu đơn lẻ; trong khi đó, một số sản phẩm mang nét đặc trưng, bản sắc thì chủ yếu do các doanh nghiệp, cơ sở, hợp tác xã sản xuất với quy mô nhỏ lẻ, manh mún, chưa có năng lực cũng như định hướng tốt để phát triển thành những sản phẩm nổi trội, có thế mạnh. Do đó, chỉ dựa vào năng lực thực tế của doanh nghiệp mà không có định hướng và chính sách hỗ trợ từ chính quyền thành phố thì không thể xây dựng thương hiệu sản phẩm Đà Nẵng xứng tầm với tiềm năng, vị thế và định hướng về vai trò, vị trí của thành phố Đà Nẵng tại Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

*Tóm lại, chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng là chính sách đặc thù của địa phương, chưa có văn bản hướng dẫn từ Trung ương cũng như tiền lệ ở các địa phương. Việc nghiên cứu, xây dựng chính sách này sẽ có những khó khăn nhất định do cơ sở tham chiếu còn hạn chế nhưng nhận thấy đây là nội dung quan trọng, mang tính định hướng, có tác động lớn đến cộng đồng doanh nghiệp và được sự hưởng ứng tích cực của doanh nghiệp thành phố (thông qua việc lấy ý kiến của các Hội và Hiệp hội doanh nghiệp cũng như tổ chức đoàn làm việc trực tiếp tại doanh nghiệp thời gian qua); không chỉ khuyến khích doanh nghiệp tham gia xây dựng và phát triển SPĐT của thành phố, tạo động lực để doanh nghiệp cải tiến sản xuất, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao giá trị, uy tín của sản phẩm đáp ứng xu thế cạnh tranh trên thị trường; giúp doanh nghiệp quảng bá sản phẩm; góp phần xây dựng và quảng bá thương hiệu Đà Nẵng thông qua hàng hoá mang nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” (Thành phố đã được Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu “DANANG VALUE, hình” theo số 367846); góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội thành phố một cách bền vững.*

**2. Mục tiêu xây dựng chính sách**

- Xây dựng nội dung, mức hỗ trợ từ ngân sách thành phố đối với các hoạt động phát triển sản phẩm đặc trưng nhằm khuyến khích, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng tham gia phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng; từng bước xây dựng sản phẩm chất lượng, uy tín gắn với thương hiệu Đà Nẵng, đáp ứng xu thế cạnh tranh trên thị trường, thúc đẩy xuất khẩu, mở rộng thị trường.

- Đảm bảo sự phù hợp với quy định của Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật và Luật Ngân sách nhà nước.

- Xây dựng nội dung chính sách mang tính đột phá, đem lại hiệu quả thiết thực đối với doanh nghiệp; có tác dụng khuyến khích, huy động các nguồn lực tham gia xây dựng và phát triển sản phẩm đặc trưng.

- Tạo thuận lợi cho việc tiếp cận và thụ hưởng chính sách của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân thuộc đối tượng thụ hưởng của chính sách.

**II. ĐÁNH GIÁ TÁC ĐỘNG CỦA CHÍNH SÁCH**

# 1. Chính sách 1: Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước phát triển hạ tầng sản xuất

1.1. Xác định vấn đề bất cập

- Trong hoạt động sản xuất, việc cải tiến máy móc, thiết bị, chuyển giao công nghệ, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật thông qua đầu tư máy móc, dây chuyền sản xuất là thật sự cần thiết nhằm tối ưu hoá sản xuất, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, góp phần tăng năng lực cạnh tranh cho sản phẩm của doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tế các doanh nghiệp Đà Nẵng phần lớn là doanh nghiệp có quy mô vừa, nhỏ và siêu nhỏ, nguồn vốn khá hạn chế trong khi để cải tiến máy móc, đầu tư dây chuyền sản xuất thì cần một khoản kinh phí lớn; việc mở rộng sản xuất, đổi mới máy móc, thiết bị, dây chuyền sản xuất đối với nhiều doanh nghiệp hiện nay còn rất khó khăn.

- Bên cạnh đó, hiện số lượng doanh nghiệp lớn có khả năng sản xuất sản phẩm hoàn chỉnh và mang thương hiệu riêng tại thành phố Đà Nẵng không nhiều, chủ yếu gia công, lắp ráp theo đơn hàng; một số doanh nghiệp, cơ sở có quy mô nhỏ hơn, có thể phát triển các sản phẩm mang thương hiệu riêng thì gặp rất nhiều khó khăn về mặt bằng sản xuất, máy móc thiết bị, vốn, cơ sở sản xuất hoạt động khá manh mún, phân bố rải rác xen lẫn trong các khu dân cư trên địa bàn thành phố với diện tích sản xuất nhỏ, thậm chí phải thuê nhà ở trong khu dân cư để sản xuất... dẫn đến sự thiếu ổn định trong hoạt động phát triển sản xuất, mở rộng đầu tư.

Vì vậy, với chính sách hỗ trợ phát triển hạ tầng sản xuất sẽ là động lực thúc đẩy hoạt động đầu tư, cải tiến máy móc thiết bị của doanh nghiệp; đồng thời, chia sẻ gánh nặng về chi phí cho doanh nghiệp, nhất là trong điều kiện khó khăn về cạnh tranh và các tác động tiêu cực khác, giúp doanh nghiệp có điều kiện tập trung nghiên cứu, phát triển sản phẩm chất lượng, thúc đẩy hoạt động sản xuất, kinh doanh đóng góp vào việc ổn định, phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

- Theo quy định tại khoản 2 Điều 12 của Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020, mức hỗ trợ ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ, tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp là không quá 300 triệu đồng/cơ sở và không quá 450 triệu đồng/cơ sở đối với hỗ trợ dây chuyền công nghệ. Tuy nhiên, đối tượng của Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND là giới hạn bởi phạm vi *(các xã huyện Hòa Vang, một số phường trong kế hoạch thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới trên địa bàn thành phố Đà Nẵng),* ngành nghề, do vậy mức hỗ trợ chưa phù hợp đối với sản phẩm đặc trưng, đại diện cho hình ảnh của thành phố. Mặt khác, qua khảo sát thực tế thì các doanh nghiệp cần phải chú trọng đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, hiện đại để sản xuất các sản phẩm phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và đáp ứng được số lượng sản phẩm tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

- Theo quy định tại điểm b khoản 2 điều 18 của Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020, mức hỗ trợ đặc thù riêng đối với sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch 50% chi phí thuê mặt bằng để thực hiện các dự án đầu tư sản xuất sản phẩm lưu niệm du lịch tại các cụm công nghiệp trên địa bàn thành phố không quá 30 triệu đồng/đơn vị/năm. Tuy nhiên, mức hỗ trợ phù hợp với đối tượng của Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND nhưng đối với đối tượng của sản phẩm đặc trưng thì chưa tạo ra sự khuyến khích để các đơn vị tích cực tham gia.

1.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Thúc đẩy doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tích cực đầu tư, mở rộng sản xuất kinh doanh; nghiên cứu cải tiến công nghệ máy móc thiết bị, góp phần nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm; hiệu quả sử dụng nguyên liệu, nhiên liệu, vật liệu; giảm thiểu ô nhiễm môi trường hoặc tạo ra sản phẩm mới…

1.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

a) Giải pháp 1: Giữ nguyên hiện trạng (Không ban hành chính sách).

b) Giải pháp 2: Ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm đặc trưng trên cơ sở vận dụng nội dung hỗ trợ theo quy định tại khoản 2 Điều 12, khoản 2 Điều 18 Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020 quy định Chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đồng thời mở rộng đối tượng thụ hưởng chính sách là các doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng và điều chỉnh mức hỗ trợ phù hợp theo từng nhóm doanh nghiệp *(doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm trên 200 tỷ, doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ 30-200 tỷ; doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ 1 tỷ đồng đến 30 tỷ đồng)*.

- Đối tượng áp dụng: Quy định này áp dụng đối với doanh nghiệp, cơ sở, hợp tác xã (sau đây gọi chung là doanh nghiệp) có trụ sở chính đóng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng; sản xuất sản phẩm được công nhận là sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng; có doanh thu từ hoạt động kinh doanh hàng hóa được sản xuất tại doanh nghiệp chiếm trên 70% tổng doanh thu của năm.

Nội dung và mức chi được đề xuất cụ thể như sau:

- Hỗ trợ 50% chi phí đầu tư máy móc thiết bị tiên tiến, chuyển giao công nghệ, tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm đặc trưng; mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ không quá một lần; trong đó tổng mức hỗ trợ cụ thể:

+ Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm trên 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 5 tỷ đồng/doanh nghiệp.

+ Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ trên 30 tỷ đồng đến 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 3 tỷ đồng/doanh nghiệp.

+ Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ 1 tỷ đồng đến 30 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 400 triệu đồng/doanh nghiệp.

- Hỗ trợ 50% chi phí thuê mặt bằng để thực hiện dự án đầu tư mới hoặc mở rộng nhà xưởng sản xuất sản phẩm đặc trưng tại các khu, cụm công nghiệp, khu công nghệ thông tin tập trung trong thời gian tối đa 02 năm với tổng mức hỗ trợ cụ thể như sau:

+ Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm trên 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 500 triệu đồng/ doanh nghiệp /năm.

+ Đối với doanh nghiệp có tổng doanh thu của năm từ trên 30 tỷ đồng đến 200 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 300 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

+ Đối với doanh nghiệp tổng doanh thu của năm từ 1 tỷ đồng đến 30 tỷ đồng: Hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/ doanh nghiệp /năm.

1.4. Đánh giá tác động của giải pháp đối với đối tượng chịu tác động trực tiếp của chính sách và các đối tượng khác có liên quan

a) Giải pháp 1

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với Nhà nước: Thành phố không phải tốn ngân sách để hỗ trợ phát triển hạ tầng sản xuất. Tác động tiêu cực là không có tác dụng khuyến khích, thúc đẩy hoạt động đầu tư, cải tiến máy móc thiết bị của doanh nghiệp cũng như chia sẻ gánh nặng về chi phí cho doanh nghiệp, nhất là trong điều kiện khó khăn về cạnh tranh và các tác động tiêu cực khác như hiện nay; không thúc đẩy việc đầu tư phát triển, hoàn thiện sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng. Và Nghị quyết khi được phê duyệt sẽ thiếu phần gốc, cốt lõi để cho ra sản phẩm đó là đầu tư hạ tầng sản xuất- nền tảng để có được sản phẩm đặc trưng ổn định, chất lượng, có thể cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

+ Đối với đối tượng: Không có tác động tích cực. Tác động tiêu cực là đối tượng không có đủ điều kiện để phát triển sản xuất, mở rộng hoạt động sản xuất.

- Tác động về mặt xã hội: Chưa có tác động thúc đẩy, tạo thêm nhiều việc làm cho thành phố.

- Tác động về giới: Không có tác động về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Không ban hành thủ tục hành chính.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Không có tác động đối với hệ thống, pháp luật.

b) Giải pháp 2

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với nhà nước: Thành phố phải chi một khoản ngân sách tương đối lớn để thực hiện chính sách. Tuy nhiên, nội dung và mức hỗ trợ theo chính sách này phù hợp với khả năng cân đối ngân sách thành phố và phù hợp với mục tiêu, yêu cầu phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố. Mặt khác, chính sách này sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng nền tảng để phát triển sản xuất kinh doanh, tăng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp, qua đó thúc đẩy phát triển sản phẩm đặc trưng để đóng góp nhiều hơn cho kinh tế thành phố.

+ Đối với đối tượng hưởng lợi: Không có tác động tiêu cực; chính sách hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong hoạt động đầu tư, phát triển doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.

- Tác động về mặt xã hội: Không có tác động tiêu cực; chính sách này góp phần thúc đẩy việc mở rộng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, qua đó tạo thêm việc làm và góp phần phát triển kinh tế - xã hội thành phố.

- Tác động về giới: Chính sách này không gây bất bình đẳng về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Có ban hành thủ tục hành chính theo biểu mẫu đánh giá tác động của thủ tục hành chính đính kèm.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Chính sách này đảm bảo tính hợp hiến, hợp pháp, tính đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật hiện hành.

1.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Thực hiện theo giải pháp 2. Đây là chính sách đặc thù của Đà Nẵng nên thẩm quyền ban hành chính sách là của Hội đồng nhân dân thành phố.

**2. Chính sách 2: Hỗ trợ doanh nghiệp phát triển Sản phẩm đặc trưng**

2.1. Xác định vấn đề bất cập

Sản phẩm muốn tồn tại và phát triển theo năm tháng thì việc nghiên cứu cải tiến sản phẩm là hết sức cần thiết, đó có thể là việc đáp ứng quy chuẩn kỹ thuật mới, nâng cao chất lượng, đa dạng mẫu mã, kiểu dáng, bao bì nhằm đáp ứng tốt hơn thị hiếu tiêu dùng đối với thị trường mục tiêu... Hiện nay, các doanh nghiệp lớn chủ yếu gia công theo đơn đặt hàng, mẫu mã theo yêu cầu của đơn vị đặt hàng, không chú trọng xây dựng sản phẩm mang thương hiệu riêng nên không chú trọng đến việc nghiên cứu phát triển sản phẩm. Trong khi đó, các doanh nghiệp, cơ sở nhỏ thì lại không có điều kiện và năng lực để nghiên cứu phát triển sản phẩm; điều này càng hạn chế việc phát triển sản phẩm đặc trưng, sản phẩm tiềm năng, có thế mạnh giữ vai trò là sản phẩm động lực của thành phố.

2.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

Khuyến khích việc nghiên cứu cải tiến sản phẩm, góp phần tăng khả năng thích ứng, cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng, giúp thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

2.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

a) Giải pháp 1: Giữ nguyên hiện trạng (Không ban hành chính sách).

b) Giải pháp 2: Ban hành chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng dựa trên hoạt động thực tế của doanh nghiệp. Các nội dung và mức chi hỗ trợ cụ thể đề xuất quy định tại chính sách này như sau:

- Hỗ trợ 100% chi phí tư vấn thiết kế mẫu mã, phát triển sản phẩm. Mức hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp.

- Hỗ trợ thiết kế, thay đổi bao bì sản phẩm lần đầu sau khi sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng và có sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” trên bao bì sản phẩm: Hỗ trợ 100% chi phí thiết kế, in ấn bao bì sản phẩm nhưng không quá 50 triệu đồng/doanh nghiệp.

2.4. Đánh giá tác động của giải pháp đối với đối tượng chịu tác động trực tiếp của chính sách và các đối tượng khác có liên quan

a) Giải pháp 1

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với Nhà nước: Thành phố không phải tốn ngân sách để hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng. Tác dụng động tiêu cực là không khuyến khích doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu phát triển sản phẩm đặc trưng, có thể dần giảm tính cạnh tranh cũng như giá trị của sản phẩm, không kịp thời đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng. Không có cơ sở để thúc đẩy việc xây dựng thương hiệu Đà Nẵng thông qua hình ảnh sản phẩm; không hỗ trợ được doanh nghiệp thành phố trong quảng bá, tăng cường tính nhận diện nhằm tăng năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

+ Đối với đối tượng: Không có tác động tích cực. Tác động tiêu cực là không khuyến khích đầu tư nghiên cứu cải tiến sản phẩm, nâng cao giá trị, uy tín sản phẩm của đối tượng thụ hưởng.

- Tác động về mặt xã hội: Chưa tạo ra nhiều việc làm cho thành phố.

- Tác động về giới: Không có tác động về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Không ban hành thủ tục hành chính.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Không có tác động đối với hệ thống, pháp luật.

b) Giải pháp 2

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với nhà nước: Thành phố phải chi một khoản ngân sách để thực hiện chính sách. Tuy nhiên, nội dung và mức hỗ trợ theo chính sách này phù hợp với khả năng cân đối ngân sách thành phố. Mặt khác, các chính sách mới sẽ có tác dụng khơi gợi doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu cải tiến sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng, góp phần tăng lượng tiêu thụ và doanh thu của sản phẩm, đóng góp tích cực hơn cho kinh tế thành phố.

+ Đối với đối tượng thụ hưởng chính sách: Không có tác động tiêu cực. Chính sách mới khuyến khích doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu cải tiến sản phẩm, nâng cao giá trị, uy tín sản phẩm, góp phần phát triển ổn định, tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

- Tác động về mặt xã hội: Không có tác động tiêu cực. Chính sách này góp phần thúc đẩy hoạt động mở rộng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, qua đó tạo thêm việc làm và góp phần phát triển kinh tế - xã hội thành phố.

- Tác động về giới: Chính sách này không gây bất bình đẳng về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Có ban hành thủ tục hành chính theo biểu mẫu đánh giá tác động của thủ tục hành chính đính kèm.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Chính sách này đảm bảo tính hợp hiến, hợp pháp, tính đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật hiện hành.

2.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Thực hiện theo giải pháp 2. Đây là chính sách đặc thù của Đà Nẵng nên thẩm quyền ban hành chính sách là của Hội đồng nhân dân thành phố.

**3. Chính sách 3: Hỗ trợ hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu, phát triển thị trường và quảng bá thương hiệu sản phẩm đặc trưng**

3.1. Xác định vấn đề bất cập

- Trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng như hiện nay, khi sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng trở nên gay gắt thì công tác xúc tiến thương mại trở thành đòn bẩy hữu hiệu giúp doanh nghiệp tìm đầu ra cho sản phẩm hàng hóa, duy trì và mở rộng thị trường; Mặt khác, với sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin, chuyển đổi số và đặc biệt là tác động của đại dịch Covid-19 đã làm thay đổi thói quen mua sắm của người tiêu dùng làm cho phương thức kinh doanh qua thương mại điện tử phát triển nhanh. Tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp đều đủ điều kiện để chuyển đổi hình thức, tiếp cận phương thức bán hàng mới. Do đó, chính sách hỗ trợ sẽ là một trong những giải pháp thúc đẩy doanh nghiệp thay đổi phương thức kinh doanh phù hợp với bối cảnh hiện nay.

- Doanh nghiệp thành phố Đà Nẵng chủ yếu là doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ nên việc trưng bày, giới thiệu hàng hóa tại nước ngoài; xây dựng và phát triển thương hiệu tại thị trường trong nước và quốc tế vẫn còn là vấn đề khó khăn. Do vậy, với chính sách mới được ban hành sẽ khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp tăng cường hoạt động trưng bày, giới thiệu hàng hóa tại nước ngoài, mở rộng thị trường, tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng; hạn chế được những ảnh hưởng, thiệt hại bởi sản phẩm bị sao chép, làm nhái, làm giả... Ngoài ra, trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh luôn diễn ra đồng thời, việc xây dựng thương hiệu, quảng bá cho hàng hóa, giúp định vị tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm của mình là rất quan trọng. Tuy nhiên, để quảng bá sản phẩm ra thị trường nước ngoài đối với nhiều doanh nghiệp còn là thách thức lớn liên quan đến việc cân nhắc giữa chi phí và hiệu quả quảng bá.

Thực tế cho thấy hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu, phát triển thương mại điện tử, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, quảng bá sản phẩm... tốn khá nhiều chi phí của doanh nghiệp; vì vậy mà nhiều doanh nghiệp dù rất quan tâm nhưng vẫn còn tâm lý e ngại về hiệu quả hoạt động nên chưa mạnh dạn triển khai hoặc chưa đủ khả năng để trang trải các khoản kinh phí này. Các chính sách hỗ trợ của thành phố đối với các nội dung này là hết sức thiết thực, tạo động lực và đòn bẩy cho doanh nghiệp ở nhiều khía cạnh.

- Tại khoản 6, khoản 7 Điều 7 Nghị quyết số 53/2021/NQ-HĐND ngày 17/12/2021 quy định chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, hỗ trợ 100% chi phí tổ chức đoàn tham gia hội chợ triển lãm, hội nghị, chương trình (gọi chung là hội chợ) kết nối công nghiệp hỗ trợ ở trong nước (với tối thiểu 03 doanh nghiệp tham gia)… Khoản 2, 3, 4 Điều 9 Nghị quyết số 53/2021/NQ-HĐND ngày 17/12/2021 quy định nội dung hỗ trợ đăng ký chứng nhận đạt tiêu chuẩn quốc tế, chi phí doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ xây dựng và đăng ký bảo hộ thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm công nghiệp hỗ trợ và chi phí quảng bá, giới thiệu sản phẩm công nghiệp hỗ trợ của doanh nghiệp trên phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, các chính sách nêu trên đều giới hạn về đối tượng áp dụng là các tổ chức, cá nhân trực tiếp đầu tư sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ ưu triên phát triển trên địa bàn thành phố nên không thể áp dụng cho doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng và mức hỗ trợ phù hợp với đối tượng là sản xuất sản phẩm công nghiệp hỗ trợ.

Do đó, để khích lệ các doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng quảng bá thương hiệu thành phố, dự thảo Nghị quyết đề xuất các chính sách có tham chiếu, vận dụng Nghị quyết số 53/2021/NQ-HĐND và đề xuất mức hỗ trợ doanh nghiệp phù hợp với điều kiện của thành phố góp phần thúc đẩy phát triển sản phẩm mang thương hiệu Đà Nẵng.

3.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

- Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá giới thiệu sản phẩm đặc trưng của thành phố ra thị trường nước ngoài thông qua các hoạt động như tham gia hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường, hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài.

- Khuyến khích các doanh nghiệp sản phẩm đặc trưng tăng cường xây dựng và quảng bá thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm; giới thiệu, cung cấp thông tin về năng lực của doanh nghiệp trên môi trường mạng để tăng cường cơ hội tìm kiếm khách hàng tiềm năng, thúc đẩy hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới.

- Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng, đăng ký nhãn hiệu... giúp bảo vệ tài sản trí tuệ của doanh nghiệp, gia tăng khả năng cạnh tranh.

3.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

a) Giải pháp 1: Giữ nguyên hiện trạng (Không ban hành chính sách).

b) Giải pháp 2:

- Ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm đặc trưng trên cơ sở vận dụng nội dung và mức hỗ trợ theo quy định tại khoản 6, khoản 7 Nghị quyết 53/2021/NQ-HĐND ngày 17/12/2021 quy định chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng; tuy nhiên giới hạn số lần doanh nghiệp được hưởng hỗ trợ, giới hạn hỗ trợ doanh nghiệp tự tham gia gian hàng riêng và chi phí vé máy bay khứ hồi tại các khu vực châu Á, châu Âu, châu Phi, châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á, Trung Mỹ, Mỹ La Tinh đảm bảo phù hợp ngân sách của thành phố đồng thời mở rộng đối tượng thụ hưởng chính sách là các doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng của thành phố.

- Ban hành chính sách trên cơ sở vận dụng nội dung tại Điều 10 Thông tư số 11/2019/TT-BCT ngày 30/7/2019 của Bộ Công Thương về việc hướng dẫn thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương thuộc chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại, riêng mức kinh phí hỗ trợ 100% chi phí tổ chức khảo sát thị trường, tham gia Hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài tuy nhiên giới hạn mức trần kinh phí tại các khu vực châu Á, châu Âu, châu Phi, châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á, Trung Mỹ, Mỹ La Tinh đảm bảo phù hợp ngân sách của thành phố.

- Ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm đặc trưng trên cơ sở vận dụng nội dung hỗ trợ và mức chi theo quy định tại điểm c, d khoản 3 Điều 25 Nghị định số 80/2021/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm đặc trưng trên cơ sở vận dụng nội dung hỗ trợ tại khoản 2,3,4 Điều 9 Nghị quyết số 53/2021/NQ-HĐND ngày 17/12/2021 quy định chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ trên địa bàn thành phố Đà Nẵng và giảm mức hỗ trợ để phù hợp với sản phẩm đặc trưng của thành phố đồng thời đảm bảo phù hợp với ngân sách thành phố.

- Ban hành chính sách hỗ trợ doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm đặc trưng của doanh nghiệp trên các phương tiện thông tin đại chúng (Sản phẩm truyền thông phải có hình ảnh sản phẩm và nhãn hiệu chứng nhận ”DANANG VALUE, hình) *(Mức hỗ trợ tối đa là 50 triệu đồng/đơn vị/năm để quảng bá ở trong nước, 70 triệu đồng/đơn vị/năm để quảng bá ở nước ngoài; mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ không quá 02 năm)*; trưng bày giới thiệu hàng hóa tại nước ngoài *(mức hỗ trợ 100 triệu đồng/năm/doanh nghiệp và không quá 02 năm/đơn vị)*,

Các nội dung và mức chi hỗ trợ cụ thể đề xuất quy định tại chính sách này như sau:

- Hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở tham gia hội chợ triển lãm tại các tỉnh, thành trong nước: Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức đoàn tham gia hội chợ triển lãm ở trong nước (với tối thiểu 05 doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm các khoản chi phí: Thuê gian hàng và trang trí chung của khu vực thành phố Đà Nẵng; vận chuyển tư liệu, hàng hóa trưng bày chung của thành phố; công tác phí cho cán bộ thuộc đơn vị tổ chức (tối đa không quá 03 người); chi phí thuê gian hàng riêng (nếu có) của doanh nghiệp tham gia (không quá 02 gian hàng/doanh nghiệp); chi phí vận chuyển sản phẩm riêng (nếu có) của doanh nghiệp tham gia. Mức hỗ trợ không quá 20 triệu đồng/doanh nghiệp và không quá 02 lần tham gia/năm.

Trường hợp không đủ số lượng doanh nghiệp theo quy định để tổ chức đoàn tham gia thì hỗ trợ cho doanh nghiệp tự tham gia với các khoản chi hỗ trợ thuê gian hàng riêng và vận chuyển sản phẩm riêng theo quy định tại khoản này.

- Hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở tham gia hội chợ triển lãm tại nước ngoài:

+ Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức, tham gia hội chợ triển lãm tại nước ngoài đối với doanh nghiệp trong nước (với quy mô tối thiểu 03 doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm: Thuê mặt bằng và thiết kế, dàn dựng gian hàng; trang trí chung của khu vực thành phố Đà Nẵng (bao gồm cả gian hàng nếu có); tổ chức hội thảo: Chi phí thuê hội trường, trang thiết bị, trang trí, âm thanh, ánh sáng, phiên dịch, an ninh, lễ tân, nước uống, tài liệu, diễn giả; trình diễn sản phẩm: Thuê địa điểm, thiết kế và trang trí sân khấu, âm thanh, ánh sáng, trang thiết bị, người trình diễn, người dẫn chương trình, phiên dịch; chi vận chuyển tư liệu, hàng hóa trưng bày chung của thành phố; công tác phí cho cán bộ của đơn vị tổ chức đoàn; các khoản chi liên quan khác (nếu có). Mức hỗ trợ tối đa với nội dung này là 150 triệu đồng/1 doanh nghiệp tham gia và không quá 02 lần tham gia/năm.

Trường hợp doanh nghiệp, cơ sở (tham gia theo đoàn hoặc tự tham gia riêng) có nhu cầu thuê gian hàng riêng thì hỗ trợ chi phí thuê tối đa 02 gian hàng tiêu chuẩn cho doanh nghiệp với mức hỗ trợ 100% chi phí và không quá 02 lần tham gia/năm, tối đa không quá 20 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 30 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 40 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

+ Hỗ trợ 50% chi phí vé máy bay khứ hồi (01 chặng quốc tế) đối với doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm và không quá 02 lần tham gia/năm. Mức hỗ trợ tối đa không quá 10 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 20 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 30 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

- Hỗ trợ doanh nghiệp trong nước khảo sát thị trường, tham gia Hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài:

Hỗ trợ 100% chi phí tổ chức khảo sát thị trường, tham gia Hội nghị giao thương, kết nối cung cầu tại nước ngoài (với quy mô tối thiểu 05 doanh nghiệp, cơ sở có sản phẩm đặc trưng tham gia) gồm: Công tác tuyên truyền, quảng bá, mời các tổ chức, doanh nghiệp; tổ chức hội thảo, giao thương: Hội trường, thiết bị, trang trí, khu trưng bày sản phẩm mẫu, phiên dịch, lễ tân, giải khát giữa giờ, tài liệu, thẻ tên, văn phòng phẩm; công tác phí cho cán bộ thuộc đơn vị tổ chức *(tối đa không quá 03 người)*; Các hoạt động tổ chức, quản lý của đơn vị chủ trì; chi phí đi lại *(bao gồm tiền vé máy bay khứ hồi, vé tàu, vé xe từ Việt Nam đến nước công tác và ngược lại, kể cả vé máy bay, vé tàu xe trong nội địa nước đến công tác)* cho 01 người/ doanh nghiệp tham gia đối với doanh nghiệp trong nước, 50% đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư ngước ngoài. Mức hỗ trợ không quá 02 lần tham gia/năm và tối đa không quá 40 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Á; 60 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Châu Âu, Châu Phi, Châu Úc, Bắc Mỹ, Tây Á; 100 triệu đồng/ doanh nghiệp tham gia tại khu vực Trung Mỹ, Mỹ La Tinh.

- Hỗ trợ phát triển hoạt động thương mại điện tử thương mại điện tử, xây dựng và quảng bá thương hiệu:

+ Hỗ trợ tối đa 50% giá trị hợp đồng tư vấn đăng ký thành công tài khoản bán sản phẩm đặc trưng trên các sàn thương mại điện tử quốc tế nhưng không quá 100 triệu đồng/doanh nghiệp/năm.

+ Hỗ trợ tối đa 50% chi phí duy trì tài khoản bán sản phẩm đặc trưng trên các sàn thương mại điện tử trong nước và quốc tế nhưng không quá 50 triệu đồng/năm/doanh nghiệp và không quá 02 năm kể từ thời điểm doanh nghiệp đăng ký thành công tài khoản trên sàn thương mại điện tử.

+ Hỗ trợ 100% chi phí đăng ký Chứng nhận đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với sản phẩm đặc trưng của thành phố. Mức hỗ trợ tối đa không quá 200 triệu đồng/ doanh nghiệp.

+ Hỗ trợ 50% chi phí duy trì lần đầu đăng ký chứng nhận đạt tiêu chuẩn quốc tế đối với sản phẩm đặc trưng của thành phố. Mức hỗ trợ tối đa không quá 100 triệu đồng/ doanh nghiệp.

+ Hỗ trợ 100% chi phí xây dựng và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu/ kiểu dáng công nghiệp/ độc quyền sáng chế đối với sản phẩm đặc trưng. Mức hỗ trợ tối đa là 35 triệu đồng/ nhãn hiệu đăng ký ở trong nước, 70 triệu đồng/ nhãn hiệu đăng ký ở nước ngoài nhưng không quá 05 sản phẩm và tại 05 quốc gia.

+ Hỗ trợ 70% chi phí quảng bá, giới thiệu sản phẩm đặc trưng của doanh nghiệp trên các phương tiện thông tin đại chúng (Sản phẩm truyền thông phải có hình ảnh sản phẩm và nhãn hiệu chứng nhận ”DANANG VALUE, hình). Mức hỗ trợ tối đa là 50 triệu đồng/ doanh nghiệp /năm để quảng bá ở trong nước, 70 triệu đồng/ doanh nghiệp/năm để quảng bá ở nước ngoài; mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ không quá 02 năm.

+ Hỗ trợ trưng bày, giới thiệu hàng hóa tại nước ngoài: Hỗ trợ 50% chi phí thuê gian hàng trưng bày, giới thiệu sản phẩm đặc trưng ở nước ngoài; mức hỗ trợ không quá 100 triệu đồng/năm/doanh nghiệp và không quá 02 năm/đơn vị.

- Được ưu tiên giới thiệu sản phẩm trên Cổng Thông tin điện tử thành phố, Sàn giao dịch thương mại điện tử Đà Nẵng, Website các Sở, ban ngành có liên quan.

3.4. Đánh giá tác động của giải pháp đối với đối tượng chịu tác động trực tiếp của chính sách và các đối tượng khác có liên quan

a) Giải pháp 1

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với Nhà nước: Thành phố không phải tốn ngân sách để hỗ trợ phát triển hoạt động xúc tiến thương mại, xúc tiến xuất khẩu, phát triển thị trường và quảng bá thương hiệu sản phẩm đặc trưng. Tác dụng động tiêu cực là Không khuyến khích, tạo động lực thúc đẩy hoạt động quảng bá, mở rộng thị trường đối với sản phẩm đặc trưng, có thế mạnh của thành phố; không tạo được sự cạnh tranh cân bằng với các doanh nghiệp lớn có thế mạnh và được hưởng các chính sách hỗ trợ từ Trung ương và của các tỉnh, thành khác vốn có thế mạnh về tài chính và tiềm năng phát triển sản phẩm; làm giảm cơ hội phát triển thị trường, sản phẩm, doanh nghiệp.

+ Đối với đối tượng: Không có tác động tích cực. Tác động tiêu cực là không thúc đẩy doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp, cơ sở nhỏ và vừa quảng bá, xây dựng thương hiệu, để chuyển đổi phương thức kinh doanh thương mại điện tử phù hợp với xu thế phát triển hiện nay.

- Tác động về mặt xã hội: Chưa tạo ra nhiều việc làm và nâng cao năng suất đời sống của người lao động của thành phố.

- Tác động về giới: Không có tác động về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Không ban hành thủ tục hành chính.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Không có tác động đối với hệ thống, pháp luật.

b) Giải pháp 2

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với nhà nước: Thành phố phải chi một khoản ngân sách để thực hiện chính sách này; tuy nhiên, chính sách được ban hành sẽ có tác động mạnh mẽ thúc đẩy quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm đặc trưng, mở rộng thị trường, phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và đóng góp vào phát triển kinh tế xã hội của thành phố.

+ Đối với đối tượng thụ hưởng chính sách: Không có tác động tiêu cực. Tác động tích cực là thúc đẩy doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ tích cực quảng bá, xây dựng thương hiệu, chủ động chuyển đổi phương thức kinh doanh thương mại điện tử phù hợp với xu thế phát triển nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ; tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng tham gia các hội chợ triển lãm, hội nghị giao thương ở trong nước và nước ngoài qua đó thúc đẩy việc tiêu thụ sản phẩm, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

- Tác động về mặt xã hội: Không có tác động tiêu cực. Chính sách này góp phần thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, qua đó góp phần tạo thêm nhiều việc làm và nâng cao đời sống cho người lao động.

- Tác động về giới: Chính sách này không gây bất bình đẳng về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Có ban hành thủ tục hành chính theo biểu mẫu đánh giá tác động của thủ tục hành chính đính kèm.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Chính sách này đảm bảo tính hợp hiến, hợp pháp, tính đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật hiện hành.

3.5. Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Thực hiện theo giải pháp 2. Đây là chính sách đặc thù của Đà Nẵng nên thẩm quyền ban hành chính sách là của Hội đồng nhân dân thành phố.

**4. Chính sách 4: Chi cho công tác quản lý nhà nước về phát triển sản phẩm đặc trưng và chi khen thưởng Sản phẩm đặc trưng**

4.1. Xác định vấn đề bất cập

- Việc đề xuất chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng theo dự thảo Nghị quyết bao gồm việc tổ chức xét công nhận sản phẩm đặc trưng và quy định về mức hỗ trợ kinh phí. Để các chính sách này đến được với đông đảo doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất, cần có các quy định cụ thể, minh bạch làm cơ sở triển khai thực hiện. Do đó, cần xây dựng chính sách quy định hỗ trợ công tác quản lý nhà nước về phát triển sản phẩm đặc trưng nhằm thúc đẩy phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố cũng như công tác quảng bá, tăng nhận diện sản phẩm đặc trưng và xây dựng uy tín cho sản phẩm địa phương thông qua nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình”.

- Theo quy định tại khoản 2 Điều 20 Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020 quy định Chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, hỗ trợ 100% chi phí xây dựng các chương trình, truyền thanh; xuất bản các bản tin ấn phẩm....tổng mức hỗ trợ không quá 50 triệu đồng/chương trình. Tuy nhiên, mức hỗ trợ chưa phù hợp đối với việc quảng bá sản phẩm đặc trưng của thành phố và nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình”, việc quảng bá cần phải xây dựng cụ thể, nội dung quảng bá ý nghĩa về Đà Nẵng thông qua sản phẩm và nhãn hiệu chứng nhận thông qua các phương tiện thông tin đại chúng ở trong nước và quốc tế để hình ảnh, sản phẩm Đà Nẵng đến gần hơn với bạn bè quốc tế.

4.2. Mục tiêu giải quyết vấn đề

- Làm cơ sở để triển khai các nhiệm vụ liên quan đến công tác quản lý, phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố bao gồm công tác tổ chức xét công nhận, công bố, quảng bá sản phẩm đặc trưng trên các phương tiện thông tin đại chúng...

- Khích lệ doanh nghiệp bằng tiền thưởng và các chứng nhận kèm theo khi công nhận sản phẩm đặc trưng.

4.3. Các giải pháp đề xuất để giải quyết vấn đề

a) Giải pháp 1: Giữ nguyên hiện trạng (Không ban hành chính sách).

b) Giải pháp 2: Ban hành chính sách hỗ trợ sản phẩm đặc trưng trên cơ sở vận dụng nội dung hỗ trợ theo quy định tại khoản 2 Điều 16, Điều 20 Nghị quyết 324/2020/NQ-HĐND ngày 09/12/2020 quy định Chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch trên địa bàn thành phố Đà Nẵng nhưng nâng mức chi *(do là 2 nội dung chi cho công tác quản lý nhà nước)* công tác tổ chức thẩm định, xét công nhận, công bố sản phẩm đặc trưng của thành phố và chi công tác thẩm định hỗ trợ kinh phí doanh nghiệp có sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng không quá 100 triệu đồng/lần/năm *(không phân chia thẩm định hồ sơ theo cấp thành phố và quận, huyện)*, nâng mức chi tiền thưởng cho sản phẩm đặc trưng không quá 15 triệu đồng/ sản phẩm *(tăng 12 triệu đồng/ sản phẩm)*; nâng mức chi hỗ trợ chi phí xây dựng các chương trình truyền hình, truyền thanh... tổng mức hỗ trợ không quá 200 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá trong nước và 300 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá ở nước ngoài đồng thời mở rộng đối tượng thụ hưởng chính sách là các doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng.

Nội dung và mức chi được đề xuất cụ thể như sau:

- Chi công tác tổ chức thẩm định, xét công nhận, Lễ công bố Sản phẩm đặc trưng, hiện vật thưởng (giấy chứng nhận và khung, biểu trưng, hoa...); Chi công tác thẩm định hỗ trợ kinh phí cho doanh nghiệp có sản phẩm được công nhận là Sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng. Mức chi không quá 100 triệu đồng/năm.

- Tiền thưởng cho sản phẩm đặc trưng là 15 triệu đồng/sản phẩm, kinh phí được trích từ Quỹ thi đua, khen thưởng thành phố Đà Nẵng.

- Hỗ trợ 100% chi phí xây dựng các chương trình truyền hình, truyền thanh; xuất bản các bản tin, ấn phẩm, tờ rơi, tờ gấp; xây dựng dữ liệu, trang thông tin điện tử; các hình thức quảng bá sản phẩm đặc trưng của thành phố và nhãn hiệu chứng nhận “DANANG VALUE, hình” qua các tạp chí và phương tiện thông tin đại chúng khác ở trong nước và quốc tế. Mức chi thực hiện theo hình thức hợp đồng với đơn vị dịch vụ hoặc cơ quan thông tin đại chúng theo phương thức đấu thầu, trường hợp đặt hàng giao nhiệm vụ thực hiện theo đơn giá được cấp thẩm quyền phê duyệt. Tổng mức hỗ trợ không quá 200 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá trong nước và 300 triệu đồng/năm đối với hoạt động quảng bá ở nước ngoài.

4.4. Đánh giá tác động của giải pháp đối với đối tượng chịu tác động trực tiếp đến chính sách

a) Giải pháp 1

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với Nhà nước: Thành phố không phải tốn ngân sách để hỗ trợ đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tư vấn pháp lý. Tác dụng động tiêu cực là Không có cơ sở để triển khai thực hiện các chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng, không khích lệ doanh nghiệp, cơ sở tham gia phát triển sản phẩm đặc trưng, dần xây dựng sản phẩm có thế mạnh của thành phố mang thương hiệu Đà Nẵng.

+ Đối với đối tượng: Không có tác động tích cực. Tác động tiêu cực không có các công cụ hữu hiệu giúp sản phẩm đặc trưng được người tiêu dùng trong nước và quốc tế biết đến.

- Tác động về mặt xã hội: Chưa tạo ra nhiều việc làm và nâng cao năng suất đời sống của người lao động của thành phố.

- Tác động về giới: Không có tác động về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Không ban hành thủ tục hành chính.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: Không có tác động đối với hệ thống, pháp luật.

b) Giải pháp 2

- Tác động về kinh tế:

+ Đối với nhà nước: Thành phố phải chi một khoản ngân sách để thực hiện chính sách. Tuy nhiên, nội dung và mức hỗ trợ theo chính sách này phù hợp với khả năng cân đối ngân sách thành phố, hỗ trợ thúc đẩy đầu tư sản xuất sản phẩm đặc trưng, phát triển sản phẩm có thế mạnh, có thể cạnh tranh, khẳng định vị thế của thành phố, góp phần phát triển kinh tế xã hội của thành phố. Có tác động tương hỗ đến sự phát triển của các ngành như du lịch, thương mại xuất nhập khẩu, thương mại điện tử, logistics…

+ Đối với đối tượng: Chính sách giúp quảng bá hiệu quả sản phẩm đặc trưng của thành phố, là công cụ hữu hiệu giúp các sản phẩm đặc trưng được người tiêu dùng trong nước và quốc tế biết đến và yên tâm lựa chọn khi có sự công nhận của cơ quan quản lý nhà nước.

- Tác động về mặt xã hội:

+ Đổi mới, đa dạng hóa các hình thức thông tin tuyên truyền.

+ Nhận thức của các cấp, các ngành của cộng đồng doanh nghiệp về vai trò, vị trí của doanh nghiệp có sản phẩm đặc trưng ngày càng được nâng cao.

- Tác động về giới: Chính sách này không gây bất bình đẳng về giới.

- Tác động về thủ tục hành chính: Có ban hành thủ tục hành chính theo biểu mẫu đánh giá tác động của thủ tục hành chính đính kèm.

- Tác động đối với hệ thống pháp luật: chính sách này đảm bảo tính hợp hiến, hợp pháp, tính đồng bộ, thống nhất với hệ thống pháp luật hiện hành.

c) Kiến nghị giải pháp lựa chọn

Thực hiện theo giải pháp 2. Đây là chính sách đặc thù của Đà Nẵng nên thẩm quyền ban hành chính sách là của Hội đồng nhân dân thành phố**.**

**III. LẤY Ý KIẾN**

Hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị quyết của Hội đồng nhân dân thành phố quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố đã được gửi đến các cơ quan liên quan để lấy ý kiến gồm: Ủy ban Mặt trận Tổ quốc Việt Nam thành phố Đà Nẵng; các sở, ban, ngành; UBND các quận, huyện; các hiệp hội doanh nghiệp; Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Chi nhánh tại Đà Nẵng; các doanh nghiệp có sản phẩm được công nhận là Sản phẩm thương mại đặc trưng của các năm 2018, 2019 và 2020. Ngoài ra, hồ sơ đã được đăng tải trên Cổng thông tin điện tử của thành phố để lấy ý kiến đóng góp rộng rãi của các đối tượng có liên quan.

Trên cơ sở ý kiến góp ý của các đơn vị, tổ chức, cá nhân, cơ quan soạn thảo đã tổng hợp, tiếp thu, hoàn thiện và gửi Sở Tư pháp thẩm định trước khi thực hiện các bước tiếp theo theo quy định.

**IV. GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ**

1. Cơ quan thi hành chính sách: UBND thành phố Đà Nẵng.

2. Cơ quan giám sát, đánh giá việc thực hiện chính sách: Thường trực HĐND thành phố, các Ban của HĐND thành phố và các đại biểu HĐND thành phố Đà Nẵng.

Trên đây là báo cáo đánh giá tác động của hồ sơ đề nghị xây dựng Nghị quyết của HĐND thành phố quy định chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm đặc trưng của thành phố Đà Nẵng. UBND thành phố kính báo cáo HĐND thành phố./.

|  |  |
| --- | --- |
| ***Nơi nhận:***  - TT HĐND TP;  - Ban pháp chế HĐND TP;  - Sở Tư pháp;  - Lưu: VT, SCT, KT. | **TM. UBND THÀNH PHỐ**  **CHỦ TỊCH** |

1. Áo sơ mi nam casual meriman, Quần khaki lưng tangdor, quần tây lưng tangdor *(Tổng Công ty CP Dệt may Hòa Thọ)*; Mô hình Cầu Rồng *(Công ty TNHH MTV XNK mỹ nghệ Lê Quang Huy)*; Lót giày Hương Quế, Dép dưỡng sinh chất lượng cao Hương Quế *(Công ty TNHH Sản xuất chế biến kinh doanh XNK Hương Quế)*; Nước mắm Nam Ô - Hương Làng Cổ *(Công ty TNHH Mắm Hồng Hương)*, Bánh khô mè Bà Liễu mẹ *(Cơ sở sx bánh khô mè Bà Liễu mẹ)*, Mắm nhĩ Bình Minh *(HTX mắm Bình Minh)*, nhóm sản phẩm cà phê sạch MaYaCa *(Công ty TNHH MTV Cà phê MaYaCa)*; Tảo xoắn Spidana nguyên chất sấy lạnh *(HTX Công nghệ cao Mặt trời Việt)*, Bánh tráng Đại Cường *(Công ty TNHH TM&SX Đại Cường)*; Cao xoa bóp Bạch hổ Hoạt lạc cao, kem nghệ Bảo Phu Khang, Kem gừng Mẫu chi bảo, Bình xịt xua đuổi côn trùng Fly@way, Kem gót chân Bảo Linh *(Công ty TNNH Đông Nam Dược Bảo Linh)*. [↑](#footnote-ref-1)