

Số: ~~4892~~/QĐ-UBND

Hà Nội, ngày 29 tháng 9 năm 2015

QUYẾT ĐỊNH
**Phê duyệt Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội
giai đoạn 2016-2020**

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Căn cứ Luật Tổ chức HĐND và UBND ngày 26/11/2003;

Căn cứ Nghị định số 45/2012/NĐ-CP ngày 20/5/2012 của Chính phủ về khuyến công;

Căn cứ Quyết định số 1288/QĐ-TTg ngày 01/8/2014 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình khuyến công quốc gia đến năm 2020;

Căn cứ Quyết định số 27/2015/QĐ-UBND ngày 16/9/2015 của UBND Thành phố ban hành “Quy định quản lý kinh phí khuyến công và mức hỗ trợ cho các hoạt động khuyến công thành phố Hà Nội”;

Xét đề nghị của Sở Công Thương tại Tờ trình số 2931/TTr-SCT ngày 26/8/2015 về việc phê duyệt Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2016-2020;

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2016-2020 (Chương trình kèm theo).

Điều 2. Các Sở, ban, ngành; UBND các quận, huyện, thị xã căn cứ Chương trình, triển khai thực hiện theo chức năng, nhiệm vụ được giao.

Điều 3. Quyết định có hiệu lực từ ngày ký.

Chánh Văn phòng UBND Thành phố; Giám đốc Sở: Công Thương, Tài chính, Kế hoạch và Đầu tư, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Giám đốc Kho bạc Nhà nước Hà Nội; Thủ trưởng các Sở, ban, ngành, Chủ tịch UBND các quận, huyện, thị xã và các đơn vị, cá nhân liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- Như điều 3;
- TTr: Thành ủy, HĐND Thành phố;
- Chủ tịch UBND Thành phố;
- Bộ Công Thương;
- Phó Chủ tịch; Nguyễn Văn Sửu,
Trần Xuân Việt, Nguyễn Ngọc Tuấn;
- VPUB: PCVP N.N.Kỳ, KT, CT, CTv, TH;
- Lưu: VT, CTh, Văn.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH**



PHÓ CHỦ TỊCH
Nguyễn Ngọc Tuấn

CHƯƠNG TRÌNH

Khuyến công giai đoạn 2016-2020

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 4892/QĐ-UBND ngày 29/9/2015
của UBND Thành phố Hà Nội)*

I. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ THỰC HIỆN CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG THÀNH PHỐ GIAI ĐOẠN 2011-2015

Thực hiện Quyết định số 1697/QĐ-UBND ngày 09/4/2011 của UBND thành phố Hà Nội phê duyệt Chương trình khuyến công địa phương giai đoạn 2011-2015. Qua 5 năm triển khai, Thành phố giao dự toán ngân sách cho Sở Công Thương 82,155 tỷ đồng, đạt 95,53% kế hoạch, giải ngân 77,63 tỷ đồng, đạt 94,5% kế hoạch so với tổng kinh phí ngân sách Thành phố dự kiến 86 tỷ đồng. Kết quả các chỉ tiêu, nhiệm vụ, kế hoạch đề ra trong Chương trình cơ bản đã hoàn thành, cụ thể như sau:

1. Kết quả thực hiện các nội dung trong Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2011-2015

1.1. Nội dung truyền nghề và nhân cấy nghề:

Tổ chức 473 lớp truyền nghề, nhân cấy nghề cho 17.800 lao động nông thôn (đạt 71,2% kế hoạch) với các nghề như: Dệt may, da giày, chế biến thực phẩm, thủ công mỹ nghệ, cơ khí... Kết thúc các khóa truyền nghề, cấy nghề, trên 80% số lao động có việc làm. Đặc biệt từ năm 2012-2015 đã cấy nghề cho 250 làng thuần nông, các làng được cấy nghề cơ bản duy trì được nghề.

Số lao động được truyền nghề đạt 71,2% kế hoạch, do từ năm 2012 quy mô học viên của lớp truyền nghề giảm từ 50 người xuống còn 35 người/lớp theo quy định chung của Thành phố.

1.2. Nội dung nâng cao năng lực quản lý cho lãnh đạo, cán bộ quản lý các doanh nghiệp, cơ sở công nghiệp nông thôn (CNNT):

- Tổ chức 35 lớp tập huấn nâng cao kỹ năng quản lý, quản trị, thiết kế mẫu, xuất nhập khẩu, quản trị bán hàng, quản trị tài chính... cho 3.000 lượt cán bộ lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp, cơ sở CNNT (đạt 41,1% kế hoạch).

- Tổ chức 18 lớp tập huấn giới thiệu các văn bản, chủ trương, chính sách của Nhà nước, Thành phố về khuyến công, phát triển nghề, làng nghề cho 1.800 lượt cán bộ làm công tác khuyến công các huyện, thị xã, các tổ chức chính trị, chính trị - xã hội, các hội, hiệp hội và một số doanh nghiệp, cơ sở CNNT (đạt 94,7% kế hoạch).

- Tổ chức 04 hội thảo về phát triển nghề, làng nghề thu hút gần 700 đại biểu đến từ các làng nghề, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, chỉ đạt 40% kế hoạch do phải cắt giảm kinh phí theo chỉ đạo của Thành phố và điều chỉnh, tập trung kinh phí thực hiện các nội dung khác có quy mô lớn hơn của chương trình, gắn với nhu cầu cần thiết của các doanh nghiệp, cơ sở CNNT.

1.3. Nội dung xây dựng mô hình trình diễn, chuyển giao công nghệ, ứng dụng tiến bộ KHKT vào sản xuất:

- Hỗ trợ 02 mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất tiêu biểu (đạt 20% kế hoạch) của các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT để các đơn vị khác học tập và áp dụng theo.

- Hỗ trợ 38 dự án đầu tư đổi mới thiết bị, ứng dụng máy móc tiên tiến, hiện đại vào sản xuất của các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT, góp phần nâng cao năng suất, giảm thiểu ô nhiễm môi trường (đạt 31,67% kế hoạch). Các dự án sau đầu tư đã phát huy hiệu quả, góp phần giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT phát triển.

Kết quả thực hiện chưa đạt kế hoạch vì nhiều doanh nghiệp, cơ sở sản xuất không muốn lộ bí quyết công nghệ, sản xuất qua mô hình trình diễn kỹ thuật sản xuất tiêu biểu, nhiều doanh nghiệp chưa biết chính sách hỗ trợ của nhà nước về đầu tư đổi mới thiết bị, ứng dụng máy móc tiên tiến, hiện đại vào sản xuất.

1.4. Nội dung hỗ trợ phát triển sản phẩm CNNT:

- Tổ chức 05 hội chợ xuất khẩu chuyên ngành thủ công mỹ nghệ (đạt 100% kế hoạch) với tổng số 2.642 gian hàng của trên 1.000 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất của Hà Nội và gần 40 tỉnh, thành phố trong cả nước; thu hút trên 2.000 nhà nhập khẩu đến từ hơn 30 quốc gia và vùng lãnh thổ đến tham quan, giao dịch, giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tham gia hội chợ ký kết nhiều hợp đồng tiêu thụ sản phẩm trị giá trên 15 triệu USD, tạo thêm việc làm cho hàng nghìn lao động nông thôn.

- Hỗ trợ 187 lượt doanh nghiệp, cơ sở sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ trong các làng nghề tham gia hội chợ quốc tế hàng thủ công mỹ nghệ tại nước ngoài và hội chợ công nghiệp thương mại trong nước (đạt 187% kế hoạch). 100% doanh nghiệp, cơ sở CNNT tham gia hội chợ nước ngoài tìm kiếm và ký kết được hợp đồng tiêu thụ sản phẩm với giá trị bình quân 50.000USD/doanh nghiệp/năm. Các cơ sở CNNT tham gia hội chợ trong nước đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, duy trì và mở rộng thị trường tiêu thụ và tìm kiếm thêm nhiều khách hàng mới, từ đó tạo thêm nhiều việc làm cho lao động nông thôn.

Trong giai đoạn 2011-2015, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp, cơ sở sản xuất đẩy mạnh tiêu thụ, giảm hàng tồn kho, UBND Thành phố đã tập trung kinh phí cho nội dung này. Đây là một trong những nội dung hỗ trợ thiết thực, hiệu quả đối với các doanh nghiệp, cơ sở CNNT.

1.5. Nội dung hỗ trợ các hoạt động tư vấn, cung cấp thông tin

- Hỗ trợ 39 lượt doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu thiết kế mẫu sản phẩm mới (đạt 130% kế hoạch), mỗi doanh nghiệp được hỗ trợ thiết kế từ 02 đến 05 mẫu sản phẩm mới, đã có gần 100 mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ mới được thiết kế và đưa ra thị trường. Tổ chức 01 cuộc bình chọn sản phẩm CNNT tiêu biểu cấp Thành phố và 4 cuộc thi thiết kế mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ cấp Thành phố (đạt 100% kế hoạch) thu hút sự tham gia của gần 500 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, nghệ nhân, giáo viên, sinh viên và những người yêu thích ngành thủ công mỹ nghệ, tạo ra trên 1.000 mẫu sản phẩm mới. Việc hỗ trợ này góp phần quan trọng giúp nhiều doanh nghiệp,

cơ sở sản xuất đa dạng hóa mẫu mã, đáp ứng yêu cầu thị trường, đẩy mạnh tiêu thụ và xuất khẩu sản phẩm.

- Đẩy mạnh các hoạt động thông tin, truyền truyền về công tác khuyến công, làng nghề, cung cấp thông tin hữu ích cho các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trên các phương tiện truyền thông như: Đài Truyền hình, Báo viết, Báo mạng, Internet...

1.6. Duy trì hoạt động phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm làng nghề

Mở rộng, duy trì và đẩy mạnh hoạt động phòng trưng bày giới thiệu sản phẩm làng nghề, góp phần hỗ trợ các làng nghề quảng bá, giới thiệu lịch sử hình thành phát triển, tiêu thụ sản phẩm; Tổ chức các hội thảo, hội nghị kết nối các đơn vị lẻ hành đưa khách đến tham quan, mua sản phẩm tại phòng trưng bày. Đã có trên 5.000 lượt khách, trong đó có nhiều đoàn khách nước ngoài đến tham quan và mua sắm sản phẩm, tạo ra giá trị doanh thu hàng tỷ đồng, giúp các làng nghề đẩy mạnh quảng bá sản phẩm đến thị trường trong và ngoài nước, đồng thời thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm thủ công mỹ nghệ tại chỗ.

1.7. Chương trình hợp tác với các tỉnh, thành phố

Thực hiện chỉ đạo của Thành ủy, từ năm 2012 - 2015, UBND Thành phố đã hỗ trợ nhiều nội dung cho các tỉnh miền núi phía Bắc, cụ thể:

- Hỗ trợ 100% chi phí thuê 200 gian hàng tiêu chuẩn tại Hội chợ quà tặng hàng thủ công mỹ nghệ Hà Nội trong các năm 2011-2015, góp phần giúp các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất các tỉnh miền núi phía Bắc đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm tại thị trường Hà Nội cũng như các thị trường khác.

- Hỗ trợ tổ chức 12 lớp cấy nghề, truyền nghề tiểu thủ công nghiệp cho lao động các làng, bản của 7 tỉnh miền núi phía Bắc với tổng số 420 lao động. Các lao động sau truyền nghề được các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất bố trí việc làm phù hợp.

1.8. Chương trình quản lý hoạt động khuyến công

- Hàng năm tổ chức các hội nghị tổng kết, đánh giá kết quả công tác khuyến công năm qua, đồng thời thảo luận bàn giải pháp cho hoạt động khuyến công các năm tiếp theo.

- Thực hiện các hoạt động khảo sát, kiểm tra, nghiệm thu các Đề án khuyến công trên địa bàn Thành phố.

- Tổ chức 03 đoàn với 30 cán bộ đi tham quan, trao đổi kinh nghiệm về công tác khuyến công với một số tỉnh, thành phố trong nước.

2. Đánh giá chung Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2011-2015

2.1. Kết quả đạt được

- Các mục tiêu đề ra của Chương trình cơ bản đạt và vượt so với kế hoạch đề ra. Tốc độ tăng trưởng bình quân của CNNT giai đoạn 2011-2015 đạt trên 10%/năm, góp phần đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngoại thành theo hướng công nghiệp - nông nghiệp - dịch vụ, tạo việc làm và tăng thu nhập cho lao động nông thôn, xóa đói giảm nghèo, thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới, đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội, phát triển kết cấu hạ tầng giao thông nông thôn.

- Thông qua hoạt động khuyến công với một phần kinh phí hỗ trợ từ ngân sách Nhà nước đã khuyến khích nhiều doanh nghiệp, cơ sở CNNT mạnh dạn đầu tư kinh phí đến hàng trăm tỷ đồng để thực hiện các nội dung nhằm đẩy mạnh và phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị.

- Giá trị sản xuất công nghiệp nông thôn hàng năm chiếm từ 25-30% tổng giá trị sản xuất công nghiệp toàn Thành phố, giá trị xuất khẩu ước đạt gần 1 tỷ USD (riêng nhóm hàng thủ công mỹ nghệ đạt kim ngạch trên 200 triệu USD năm 2015). Thu nhập bình quân đạt 2 triệu đồng/người/tháng (mục tiêu Chương trình đề ra là 1,8 triệu đồng/người/tháng).

- Trên 5.000 lượt doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn được hỗ trợ kinh phí khuyến công, các doanh nghiệp được hỗ trợ không chỉ tăng trưởng sản xuất bình quân từ 5-15%/năm mà còn tạo việc làm cho hàng chục nghìn lao động nông thôn.

- Trên 1.000 mẫu sản phẩm mới được tạo ra, góp phần quan trọng giúp nhiều doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT đa dạng hoá mẫu mã sản phẩm, đáp ứng yêu cầu của khách hàng, từ đó ký kết thêm nhiều hợp đồng tiêu thụ sản phẩm.

- Gần 50.000 lao động nông thôn được tạo việc làm thông qua Chương trình khuyến công giai đoạn 2011-2015 (chiếm trên 7% tổng số lao động được tạo việc làm toàn Thành phố), đưa tỷ lệ lao động qua đào tạo của Hà Nội tăng lên đáng kể (trên 42%).

- Góp phần tích cực vào phát triển nghề và làng nghề mới, giai đoạn 2011-2015 đã có gần 100 xã, làng từ thuần nông thành xã, làng có nghề tiểu thủ công nghiệp, đưa tổng số làng nghề Hà Nội năm 2015 là 1.350 làng có nghề.

- Công tác triển khai Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2011-2015 đã phối kết hợp tốt với các chương trình khác của Thành phố (Chương trình xúc tiến thương mại, Chương trình hỗ trợ phát triển làng nghề...), góp phần nâng cao hiệu quả trong hỗ trợ phát triển công nghiệp nông thôn.

2.2. Một số khó khăn, tồn tại hạn chế

- Một số ngành nghề công nghiệp nông thôn phát triển chưa bền vững, ô nhiễm môi trường nhiều địa phương ở mức nghiêm trọng.

- Số lượng doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT của Hà Nội rất lớn (trên 100.000 đơn vị), phần lớn có quy mô nhỏ và siêu nhỏ; tuy nhiên do nguồn kinh phí khuyến công còn hạn chế, số lượng các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn được hỗ trợ chưa nhiều (khoảng 5% tổng số doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT toàn Thành phố).

- Nhiều nội dung hoạt động khuyến công đề ra trong kế hoạch nhưng không triển khai được hoặc triển khai đạt tỷ lệ thấp như: Thành lập cụm liên kết công nghiệp, mô hình làng nghề kết hợp du lịch, hỗ trợ xây dựng thương hiệu, xây dựng mô hình trình diễn, hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến hiện đại, tổ chức Hội thảo, tổ chức đoàn tham quan khảo sát trong và ngoài nước.

2.3. Nguyên nhân của những tồn tại

- Các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT có quy mô nhỏ và siêu nhỏ, nguồn lực hạn chế, nhiều cơ sở sản xuất phát triển một cách tự phát, không có

định hướng, vì vậy sản phẩm làm ra có sức cạnh tranh thấp, nhất là giai đoạn Việt Nam ngày càng hội nhập sâu rộng với thế giới.

- Do đội ngũ cán bộ, viên chức làm công tác khuyến công của Sở Công Thương còn mỏng (20 người), địa bàn hoạt động rộng (18 huyện, thị xã, 3 quận, 1.350 làng nghề), cán bộ phụ trách công tác khuyến công cấp huyện chủ yếu là kiêm nhiệm, không có cán bộ khuyến công viên cấp xã, vì vậy việc xây dựng, tổ chức triển khai thực hiện kế hoạch, đề án khuyến công gặp nhiều khó khăn.

- Một số nội dung hoạt động khuyến công đề ra trong kế hoạch nhưng không thực hiện được do chưa có hướng dẫn cụ thể từ Trung ương đến địa phương (thành lập cụm liên kết công nghiệp, mô hình kết hợp làng nghề với du lịch), một số nội dung tổ chức triển khai thực hiện gặp nhiều khó khăn do ít cơ sở sản xuất đăng ký nhu cầu hỗ trợ (xây dựng mô hình trình diễn, hỗ trợ ứng dụng máy móc tiên tiến hiện đại vào sản xuất), một số nội dung do chi phí hỗ trợ thấp không đủ để triển khai thực hiện (tổ chức hội thảo, hỗ trợ xây dựng phát triển thương hiệu), riêng nội dung tổ chức đoàn tham quan, khảo sát trong và ngoài nước phải hạn chế tổ chức để tiết kiệm chi ngân sách.

- Công tác tuyên truyền về hoạt động khuyến công mặc dù đã được chú trọng và có nhiều chuyển biến tích cực, tuy nhiên do thời lượng tuyên truyền còn ít và không đều, nên nhiều địa phương, đơn vị chưa nhận thức được tầm quan trọng.

- Nhiều nội dung hoạt động khuyến công có mức hỗ trợ kinh phí thấp hơn các chương trình khác (hỗ trợ kinh phí truyền nghề trong khuyến công thấp hơn hỗ trợ đào tạo nghề theo Chương trình 1956, hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, giới thiệu sản phẩm, tìm kiếm thị trường thấp hơn Chương trình xúc tiến thương mại, xây dựng phát triển thương hiệu thấp hơn Chương trình của Bộ Khoa học và Công nghệ...); mặt khác, quy định về các thủ tục thanh quyết toán còn phức tạp, mất nhiều thời gian nên chưa thu hút nhiều cơ sở sản xuất công nghiệp nông thôn tham gia chương trình.

- Hệ thống văn bản quy phạm pháp luật trong hoạt động khuyến công ban hành chưa kịp thời, thiếu chi tiết dẫn đến khó khăn trong quá trình triển khai (như Nghị định số 45/2012/NĐ-CP của Chính phủ về khuyến công ban hành từ năm 2012 thay thế Nghị định số 134/2004/NĐ-CP, đến năm 2014 mới có Thông tư hướng dẫn về quản lý kinh phí khuyến công; nhiều nội dung vẫn chưa được hướng dẫn cụ thể như: Hỗ trợ đầu tư phòng trưng bày sản phẩm, hỗ trợ lãi suất vốn vay cho các cơ sở sản xuất di dời vào các khu, cụm công nghiệp, hỗ trợ thành lập cụm liên kết công nghiệp, sản xuất sạch hơn...).

II. CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN CÔNG THÀNH PHỐ GIAI ĐOẠN 2016-2020

1. Dự báo tình hình

Nền kinh tế thế giới sau khi trải qua giai đoạn khủng hoảng trầm trọng bắt đầu đi vào ổn định và lấy lại đà tăng trưởng; tuy vẫn còn tiềm ẩn nhiều nguy cơ, nhưng dự báo nhu cầu tiêu dùng sắp tới sẽ tăng, tạo điều kiện và cơ hội tốt cho các doanh nghiệp phát triển, mở rộng thị trường.

Sau Đại hội Đảng bộ Thành phố lần thứ XVI, nhiều chính sách liên quan

đến phát triển công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp, làng nghề sẽ được định hướng rõ nét, tạo cơ sở thuận lợi cho công tác khuyến công trong giai đoạn 2016-2020. Trong những năm tới, xu hướng đô thị hóa của Hà Nội sẽ tăng nhanh; kinh tế ngoại thành chuyển dịch theo hướng công nghiệp, nông nghiệp và dịch vụ; đòi hỏi phải chuyển đổi nhanh các ngành nghề lao động nông nghiệp sang phi nông nghiệp. Nền kinh tế Thủ đô tiếp tục hội nhập kinh tế thế giới nhanh và sâu rộng thông qua các Hiệp định thương mại tự do song phương và đa phương (Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương, Hiệp định với EU, Hàn Quốc, Hiệp định với Liên minh kinh tế Á - Âu...), tạo nhiều cơ hội thuận lợi mở rộng thị trường tiêu thụ, phát triển sản xuất. Tuy nhiên, bên cạnh đó, việc hội nhập cũng tạo ra sức ép cạnh tranh ngày càng lớn hơn cho các doanh nghiệp, cơ sở CNNT không chỉ ở thị trường nước ngoài mà ngay tại thị trường Việt Nam; do các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT hầu hết quy mô nhỏ, nguồn vốn hạn chế, không có khả năng đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất, sức cạnh tranh thấp, hàm lượng chất xám trong sản phẩm chưa cao, công tác đổi mới mẫu mã sản phẩm chưa bắt kịp nhu cầu thị trường, thị trường tiêu thụ ít được mở rộng, nhất là thị trường xuất khẩu.

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu chung

- Phát triển CNNT góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngoại thành theo hướng công nghiệp-nông nghiệp-dịch vụ, tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội cho khu vực nông thôn, thực hiện chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới.

- Hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp, cơ sở CNNT thuộc các ngành có khả năng phát huy lợi thế cạnh tranh, có tiềm năng về thị trường tiêu dùng trong nước và có thể mạnh xuất khẩu như: Dệt may, Da giày, chế biến nông sản thực phẩm, hàng thủ công mỹ nghệ truyền thống (mây tre, gốm sứ, khảm trai, thêu ren...). Ưu tiên hỗ trợ các doanh nghiệp không gây ô nhiễm môi trường.

- Phát huy lợi thế các doanh nghiệp tiềm năng làm nòng cốt để phát triển mở rộng sản xuất, thu hút nhiều lao động; ưu tiên các doanh nghiệp có lợi thế về thị trường xuất khẩu.

- Huy động mọi nguồn lực của các thành phần kinh tế tham gia phát triển sản xuất công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp ở nông thôn.

- Đẩy mạnh việc hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất phát triển mẫu mã, quảng bá, tiêu thụ sản phẩm; đổi mới công nghệ thiết bị; xử lý ô nhiễm môi trường.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Trên 7.000 lượt doanh nghiệp, cơ sở CNNT trên địa bàn Thành phố được hỗ trợ từ Chương trình khuyến công.

- Thông qua Chương trình khuyến công tạo việc làm cho khoảng 60.000-75.000 lao động nông thôn.

- Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng thủ công mỹ nghệ tăng bình quân 12-15%/năm, năm 2020 đạt kim ngạch trên 400 triệu USD.

- Tạo ra trên 2.500 mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ có thiết kế mới phục vụ xuất khẩu.

- Chú trọng truyền nghề cho các làng thuần nông, phân đầu trên 250 làng thuần nông được truyền nghề tiểu thủ công nghiệp, góp phần hình thành thêm 100 làng nghề mới.

3. Nội dung Chương trình khuyến công Thành phố giai đoạn 2016-2020

3.1. Truyền nghề, nhân cấy nghề

Hỗ trợ tổ chức 600 lớp truyền nghề, nhân cấy nghề, thời gian dưới 03 tháng gắn với các doanh nghiệp, cơ sở CNNT cụ thể để tạo việc làm và thu nhập ổn định cho cho 21.000 lao động nông thôn.

3.2. Nâng cao năng lực quản lý cho lãnh đạo, cán bộ quản lý các doanh nghiệp, cơ sở CNNT

- Hỗ trợ tổ chức 50 lớp tập huấn (dưới 6 ngày) về quản lý, quản trị, thiết kế mẫu, thị trường, tài chính, bán hàng, xuất nhập khẩu... cho 5.000 lượt lãnh đạo, cán bộ quản lý các doanh nghiệp, cơ sở CNNT.

- Hỗ trợ tổ chức 20 lớp tập huấn, giới thiệu các văn bản mới liên quan đến công tác khuyến công cho cán bộ làm công tác khuyến công cấp huyện, xã, các hội, hiệp hội, các tổ chức chính trị, chính trị - xã hội, các cơ sở CNNT.

- Hỗ trợ tổ chức 05 hội thảo, hội nghị chuyên đề giới thiệu kinh nghiệm quản lý, tổ chức sản xuất, tìm kiếm thị trường, thiết kế mẫu mã, phát triển làng nghề ...

3.3. Ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, hiện đại vào sản xuất

Hỗ trợ 50 dự án chuyên giao công nghệ, ứng dụng máy móc thiết bị tiên tiến, hiện đại vào sản xuất cho các cơ sở CNNT nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm và giảm thiểu ô nhiễm môi trường.

3.4. Phát triển sản phẩm CNNT

- Tổ chức 05 hội chợ quốc tế chuyên ngành thủ công mỹ nghệ tại Hà Nội.

- Hỗ trợ: 80-100 lượt doanh nghiệp, cơ sở sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ xuất khẩu tham gia hội chợ quốc tế chuyên ngành thủ công mỹ nghệ ở nước ngoài; 150-200 lượt doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT tham gia Hội chợ trong nước.

- Hỗ trợ 8 huyện, thị xã tổ chức hội chợ triển lãm (hỗ trợ chi phí thuê gian hàng) trong khuôn khổ lễ hội vinh danh làng nghề truyền thống do UBND cấp huyện tổ chức.

3.5. Hỗ trợ Phòng trưng bày quảng bá, giới thiệu sản phẩm CNNT của Thành phố, gồm: chi trả tiền lương nhân viên, quản lý Phòng trưng bày; tiền điện hàng tháng; chi phí quảng bá, giới thiệu phòng trưng bày, thay đổi sản phẩm, sắp đặt trang trí lại Phòng trưng bày.

3.6. Cung cấp thông tin, hỗ trợ phát triển mẫu mã sản phẩm

- Hỗ trợ 50 cơ sở CNNT thuê tư vấn thiết kế mẫu sản phẩm mới.

- Tổ chức 05 cuộc thi thiết kế mẫu sản phẩm thủ công mỹ nghệ cấp Thành phố.

- Hỗ trợ thực hiện các chương trình thông tin tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông; các chương trình, hoạt động nhằm đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền về bảo vệ và cải thiện môi trường làng nghề tới các cơ sở sản xuất, người dân trong các làng nghề.

3.7. Chương trình liên kết với các tỉnh, thành phố trong nước: Hỗ trợ tổ chức 60 lớp nhân cấy nghề tiểu thủ công nghiệp cho các tỉnh miền núi phía Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ, Đông Nam Bộ.

3.8. Nâng cao năng lực quản lý và tổ chức thực hiện hoạt động khuyến công trên địa bàn thành phố:

- Tổ chức các đoàn thẩm tra, khảo sát, nghiệm thu các đề án khuyến công tại các đơn vị.

- Tổ chức các hội nghị triển khai, sơ kết, tổng kết hoạt động khuyến công, chi khen thưởng.

- Chi phí hỗ trợ công tác quản lý khuyến công.

4. Kinh phí thực hiện chương trình khuyến công giai đoạn 2016-2020

Tổng kinh phí thực hiện Chương trình khuyến công Thành phố giai đoạn 2016-2020 dự kiến **163.400.000.000 đồng** (Bằng chữ: Một trăm sáu mươi ba tỷ, bốn trăm triệu đồng) từ nguồn kinh phí sự nghiệp chi cho hoạt động khuyến công; thực hiện theo Quyết định số 27/2015/QĐ-UBND ngày 16/9/2015 của UBND Thành phố ban hành “Quy định quản lý kinh phí khuyến công và mức hỗ trợ cho các hoạt động khuyến công thành phố Hà Nội” (Chi tiết dự kiến kinh phí tại Phụ lục kèm theo).

5. Các giải pháp chủ yếu để thực hiện chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2016-2020

- Các cấp ủy Đảng, chính quyền cần tăng cường công tác lãnh đạo, chỉ đạo đối với hoạt động khuyến công, coi khuyến công là một trong các giải pháp trọng tâm để chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp, góp phần thực hiện Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới. Quan tâm bố trí nguồn nhân lực, kinh phí và cơ sở vật chất cho công tác khuyến công từ cấp huyện tới cấp xã theo đúng quy định và đáp ứng yêu cầu phát triển.

- Thường xuyên rà soát, xây dựng, bổ sung, sửa đổi để hoàn thiện các cơ chế, chính sách của Thành phố trong lĩnh vực khuyến công, nhằm thúc đẩy sản xuất công nghiệp nông thôn phát triển. Chủ động đề xuất điều chỉnh khi xây dựng Kế hoạch khuyến công hàng năm phù hợp với thực tế để nâng cao hiệu quả của Chương trình, trong đó tập trung vào các nội dung mới có sức lan tỏa và tác động lớn đến phát triển CNNT.

- Nâng cao chất lượng trong việc lựa chọn các doanh nghiệp, cơ sở CNNT được thụ hưởng các chương trình khuyến công; tăng cường kiểm tra, giám sát chặt chẽ việc thực hiện Đề án khuyến công đảm bảo nguồn kinh phí khuyến công được sử dụng đúng đối tượng, đúng mục đích và đúng quy định của pháp luật và Thành phố.

- Đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền, giới thiệu các chủ trương, chính sách của Nhà nước, Thành phố trong lĩnh vực khuyến công; tích cực kêu gọi, vận động các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất CNNT, các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước tham gia xã hội hóa thực hiện Chương trình khuyến công. Các cơ quan truyền thông của Thành phố (Đài Phát thanh và Truyền hình Hà Nội, Báo Hà Nội mới, Báo Kinh tế và Đô thị) phối hợp chặt chẽ với Sở Công Thương, Sở Thông tin và Truyền thông làm tốt công tác thông tin, tuyên truyền về hoạt động khuyến công.

6. Tổ chức thực hiện

6.1. Sở Công Thương:

- Là cơ quan chủ trì tổ chức thực hiện Chương trình khuyến công thành phố Hà Nội giai đoạn 2016-2020, đôn đốc, theo dõi việc triển khai thực hiện Chương trình.

- Hàng năm, chủ trì xây dựng, trình UBND Thành phố phê duyệt Kế hoạch khuyến công hàng năm căn cứ Chương trình này và quy định chính sách liên quan; trong đó rà soát, đề xuất điều chỉnh các nội dung cho phù hợp với thực tế để nâng cao hiệu quả của Chương trình; Tổng kết, đánh giá kết quả thực hiện, đề xuất biểu dương khen thưởng các tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp có thành tích trong hoạt động khuyến công trình UBND Thành phố.

- Phối hợp các Sở, Ban ngành, UBND các huyện, thị xã và quận: Bắc Từ Liêm, Nam Từ Liêm định kỳ hoặc đột xuất kiểm tra hoạt động khuyến công trên địa bàn, báo cáo kết quả gửi UBND Thành phố.

- Thường xuyên theo dõi, rà soát các cơ chế, chính sách, đề xuất UBND Thành phố sửa đổi, bổ sung, ban hành cho phù hợp với điều kiện thực tế từng giai đoạn và nâng cao hiệu quả trong hoạt động khuyến công.

6.2. Sở Tài chính: Chủ trì, phối hợp Sở Kế hoạch và Đầu tư cân đối, bố trí kinh phí cho các hoạt động khuyến công của Thành phố; hướng dẫn và kiểm soát định mức chi ngân sách các hoạt động khuyến công đúng chế độ hiện hành của Nhà nước, Thành phố.

6.3. Các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thị xã và quận: Bắc Từ Liêm, Nam Từ Liêm; các tổ chức chính trị, chính trị - xã hội, các hội, hiệp hội ngành nghề theo chức năng, nhiệm vụ có trách nhiệm:

- Hàng năm xây dựng kế hoạch, đề xuất các nội dung hoạt động khuyến công gửi Sở Công Thương tổng hợp, báo cáo UBND Thành phố.

- Phối hợp Sở Công Thương tổ chức có hiệu quả các nội dung trong Chương trình.

- Rà soát, tổng hợp các chương trình, đề án hàng năm có sử dụng nguồn ngân sách Thành phố đảm bảo tránh trùng lặp với Chương trình khuyến công gây lãng phí ngân sách Thành phố.

- Kiến nghị UBND Thành phố sửa đổi, bổ sung các cơ chế, chính sách liên quan đến hoạt động khuyến công (gửi Sở Công Thương tổng hợp), tạo điều kiện hỗ trợ cho các doanh nghiệp, cơ sở CNNT phát triển./.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN

KT. CHỦ TỊCH

PHÓ CHỦ TỊCH



Nguyễn Ngọc Tuấn