TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Đà Nẵng: Khuyến công mở đường cho sản phẩm làng nghề

09:28 02/11/2026

Hoạt động bàn giao thiết bị khuyến công cuối tháng 10/2026 cùng chính sách hỗ trợ mới cho thấy TP. Đà Nẵng đang chú trọng năng lực sản xuất và thị trường sản phẩm thủ công. Tuy nhiên, đầu ra, doanh thu và việc làm mới là thước đo hiệu quả.



Nghệ nhân Huỳnh Sướng truyền nghề cho thế hệ tiếp nối tại làng mộc Kim Bồng, Đà Nẵng. Ảnh: Trung tâm Bảo tồn Di sản Văn hóa Thế giới Hội An.

Ngày 28/10/2026, Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến thương mại TP. Đà Nẵng tổ chức nghiệm thu, bàn giao máy móc thiết bị hỗ trợ đợt 1 năm 2026. Đây là một bước triển khai hoạt động khuyến công, song kết quả bàn giao thiết bị chưa đủ để đánh giá khả năng tiêu thụ sản phẩm của các cơ sở.

Hỗ trợ sản xuất, tiếp sức thương hiệu

Nghị quyết số 58/2026/NQ-HĐND được HĐND thành phố ban hành ngày 29/6/2026 và có hiệu lực từ ngày 10/7/2026, quy định chính sách khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch. Ngoài hỗ trợ ứng dụng thiết bị, chính sách còn hướng tới xây dựng thương hiệu và ứng dụng công nghệ trong sản xuất, kinh doanh.

Theo Điều 18 của nghị quyết, chi phí xây dựng, vận hành trang thông tin điện tử và đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử được hỗ trợ tối đa 50 triệu đồng mỗi đơn vị. Hoạt động xây dựng, đăng ký nhãn hiệu có mức hỗ trợ tối đa 35 triệu đồng mỗi nhãn hiệu, theo điều kiện và giới hạn số lần hỗ trợ được quy định.

Đây là cơ hội để các cơ sở thủ công cải thiện cách giới thiệu và bán sản phẩm. Song với những nghề có đặc thù riêng như gỗ mỹ nghệ, đóng tàu hoặc sản xuất theo đơn đặt hàng, việc phát triển thị trường không thể chỉ dựa vào sản phẩm lưu niệm. Mỗi cơ sở cần lựa chọn hướng đi phù hợp với năng lực, khách hàng và điều kiện sản xuất.



Làng rau Trà Quế Hội An được công nhận “Làng du lịch tốt nhất” của UN Tourism năm 2024.

Đánh giá đúng tác động, hiệu quả

Quyết định số 588/QĐ-UBND ngày 6/2/2026 phê duyệt chương trình khuyến công và phát triển sản xuất sản phẩm lưu niệm phục vụ du lịch giai đoạn 2026–2030, với tổng kinh phí dự kiến 183,377 tỷ đồng. Trong đó, 92,45 tỷ đồng là nguồn huy động khác, chủ yếu từ các đơn vị thụ hưởng. Đây là số liệu kế hoạch, không phải khoản ngân sách đã giải ngân.

Đối với làng nghề gắn với du lịch, hoạt động tham quan, trình diễn và trải nghiệm có thể tạo thêm cơ hội quảng bá. Nhưng hiệu quả kinh tế vẫn phải được thể hiện ở lượng hàng bán ra, hợp đồng mới, chi phí sản xuất và thu nhập người lao động. Số khách đến xem nghề, nếu không chuyển thành giao dịch, chưa đủ phản ánh sức sống của thị trường.

Vì vậy, sau mỗi đợt hỗ trợ, cơ quan triển khai cần công khai kết quả theo từng nhóm nội dung: Số cơ sở thụ hưởng, kinh phí thực tế, tình hình vận hành thiết bị và khả năng mở rộng đầu ra. Phân biệt rõ hỗ trợ theo chính sách với hiệu quả đã đạt được sẽ giúp đánh giá đúng tác động của khuyến công đối với sản xuất và sinh kế làng nghề.

Hoàng Hữu Quyết