

# NGÀNH CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO CẦN SỰ HỖ TRỢ ĐỂ TĂNG TỐC

ThS Phạm Thanh Nga  
Trường Đại học FPT

Tuy mới bắt đầu nở rộ từ thế kỷ XX, nhưng ngành công nghiệp sáng tạo (CNST) đã mang lại nhiều thành tựu về phát triển văn hóa và kinh tế cho nhân loại. Thị trường ngành CNST được dự báo sẽ đạt giá trị 985 tỷ USD vào năm 2023 và có thể chiếm 10% GDP toàn cầu trước năm 2030. Mặc dù chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch Covid-19, song các chuyên gia cho rằng nếu có sự hỗ trợ và đầu tư đúng hướng, đây sẽ là cánh cửa giúp các nước đang phát triển thoát khỏi khó khăn sau đại dịch.

## CNST là gì?

Theo định nghĩa của Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên hợp quốc (UNESCO), CNST bao gồm những sản phẩm mang tính sáng tạo thuộc lĩnh vực văn hóa và nghệ thuật. Đó là hoạt động bắt nguồn từ sự sáng tạo, kỹ năng và năng khiếu của cá nhân, có tiềm năng tạo ra của cải, việc làm qua quá trình khai thác quyền sở hữu trí tuệ.

Những ý tưởng về sự ra đời của ngành CNST đã có từ năm 1986. Tại Anh, CNST được định nghĩa bao gồm 13 lĩnh vực, trong số đó có cả thợ thủ công mỹ nghệ truyền thống, âm nhạc, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, quảng cáo và kiến trúc.

Sự phát triển của ngành CNST được cho là sẽ thúc đẩy hình thành một môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp, từ đó tạo ra một môi trường thuận lợi để phát triển kinh tế của quốc gia. Ngành CNST tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm công nghiệp (ví dụ như: thiết kế bao bì, kiểu dáng công nghiệp, quảng cáo, truyền thông...). Tại một số quốc gia, CNST có nhiều tiềm năng kết



Giải trí là mảng đem lại doanh thu khổng lồ trong ngành CNST.

hợp với xu hướng phát triển các sản phẩm thân thiện môi trường, tạo ra nhiều sản phẩm mới cho các ngành công nghiệp và dịch vụ như ngành công nghiệp thời trang, du lịch sinh thái, những chương trình truyền thông hướng về môi trường<sup>1</sup>. CNST tạo giá trị kết nối giữa văn hóa truyền thống và những giá trị văn hóa mới.

<sup>1</sup>Theo báo cáo của UNCTAD 2010,

Theo báo cáo của Hội nghị Liên hợp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD), việc thương mại hóa những sản phẩm mang tính sáng tạo đem lại giá trị kinh tế đo lường được cho sản phẩm văn hóa, ví dụ như ngành công nghiệp âm nhạc tại các quốc gia Mỹ Latinh. Nhờ đó, những giá trị văn hóa truyền thống tốt đẹp có cơ hội được bảo tồn và phát huy đến thế hệ sau. Ngành này

## Diễn đàn Khoa học và Công nghệ

cũng mang lại các giá trị về đào tạo thông qua phát triển tính sáng tạo, đổi mới đối với lực lượng lao động trẻ... Các nghiên cứu đã cho thấy ngành CNST chiếm 3,1% GDP toàn cầu, chiếm 6,2% tổng số việc làm và đóng góp khoảng 2-8% lực lượng lao động hàng năm. Người lao động trong ngành có mức độ hài lòng cao tương đối so với các ngành nghề khác. Tại Hội nghị thế giới về kinh tế sáng tạo năm 2018, các nhà lãnh đạo đã thừa nhận tiềm năng to lớn và những đóng góp đáng kể của CNST trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế toàn cầu và phát triển văn hóa, xã hội.

### Sự hình thành và phát triển của CNST trên thế giới

Tại châu Âu và Bắc Mỹ, đã hình thành mạng lưới các thành phố sáng tạo, được UNESCO công nhận, như thành phố văn học Edinburg (Scotland), thành phố âm nhạc Bologna (Ý) hay thành phố thiết kế Montréal (Canada), kinh đô thời trang Paris (Pháp)... Sự hình thành phân vùng, tạo mạng lưới các ngành CNST đã thúc đẩy tập trung hóa và phân công lao động, giúp cho việc tiếp cận nguồn tri thức văn hóa và sáng tạo trở nên dễ dàng hơn. Tỷ lệ đóng góp của CNST đối với phát triển kinh tế tại các quốc gia châu Âu lần lượt là: ~ 3% (Anh), 3,2% (Thụy Sĩ), 3,4% (Litva)<sup>2</sup>.

Tại châu Á, tuy khởi động muộn hơn các quốc gia châu Âu, nhưng các thành phố sáng tạo cũng đã được hình thành từ giai đoạn 2001-2006 và mang nét đặc

trung văn hóa như Yokohama (Nhật Bản), Thượng Hải (Trung Quốc), Seoul (Hàn Quốc), quận văn hóa Tây Kowloon (Hong Kông, Trung Quốc), quận nghệ thuật Daishanzi Art (Bắc Kinh, Trung Quốc)... Theo báo cáo của UNCTAD (2008), tại Hàn Quốc, làn sóng CNST đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các sản phẩm công nghệ game, ảnh động và đồ họa đa chiều về thị giác, với sự gia tăng từ 12,7 triệu USD (năm 1999) lên 37,5 triệu USD (năm 2003) trong trị giá xuất khẩu lập trình truyền hình. Tại Thượng Hải, trong giai đoạn 2006-2010, đã có khoảng 75 khu CNST mới mọc thành phố, tạo cơ hội việc làm cho hơn 25.000 người, đẩy trị giá đóng góp của ngành CNST trong tổng GDP lên mức 6% vào năm 2015. Tại Úc, một số dự án nhằm phát triển ngành CNST được tiến hành từ năm 2008 tại bang Queensland.

Tại Mỹ Latinh, các chương trình trao đổi và kết nối khu vực đã tạo cơ hội trao đổi, chia sẻ những kinh nghiệm trong khu vực về âm nhạc, vũ điệu và thời trang giữa các quốc gia Nam Mỹ. Những lễ hội carnival hình thành nền công nghiệp carnival tại các quốc gia như Brasil, Cuba, Columbia. Với đội ngũ nhân lực có trình độ cao, Chile đang được đánh giá là nước đi đầu trong hệ thống thông tin CNST với những thống kê về CNST được xuất bản thành ấn phẩm mỗi năm

Các quốc gia vùng Trung Đông và châu Phi cũng đã bước đầu nhận thức được tầm quan trọng của nền CNST. Báo cáo của UNCTAD (2008) cho thấy, có khoảng 7 quốc gia châu Phi có

nền công nghiệp biểu diễn và 2 trong số đó đã hình thành được nền công nghiệp ghi âm là Nam Phi và Zimbaque. Các quốc gia vùng Trung Đông, theo khảo sát của WIPO (2004), xuất bản sách, âm nhạc (hòa âm, ghi âm), sản xuất phim ảnh và công nghiệp phần mềm đang trở thành những ngành công nghiệp giàu tiềm năng.

### Thách thức từ đại dịch Covid-19 đối với ngành CNST

Đại dịch Covid-19 trong hơn hai năm qua đã tác động đến hầu hết mọi mặt của đời sống, kinh tế - xã hội, bao gồm cả ngành CNST. Trong đó, nổi bật là những tác động sau:

*Tác động lên công nghiệp văn hóa:* ngay tại Việt Nam, trong thời gian diễn ra đại dịch Covid-19, các địa phương đều dừng hoặc giảm những hoạt động lễ hội, đặc biệt là các lễ hội có số lượng lớn người dân và du khách tham gia; dừng tổ chức các hoạt động văn hóa, văn nghệ, lễ kỷ niệm, ngày truyền thống, các chương trình vui chơi, giải trí tập trung đông người để phục vụ cho công tác phòng, chống dịch. Đến giữa năm 2021, hầu hết các tỉnh, thành phố trong cả nước phải tạm dừng các hoạt động vui chơi, giải trí tập trung đông người. Các di tích lịch sử - văn hóa, danh lam, thắng cảnh, bảo tàng, hệ thống thư viện công cộng trên cả nước cũng phải tạm dừng để phòng, chống dịch bệnh... Hoạt động kinh doanh du lịch gần như tạm dừng toàn bộ, dẫn đến nguồn lực về tài chính của các doanh nghiệp cạn kiệt. Ở Hàn Quốc, chi tiêu trong ngành du lịch năm 2021 ước tính

<sup>2</sup>Theo số liệu điều tra của Eurostat và AMADEUS (2006).



Xuất bản là mảng tăng trưởng hiếm hoi của CNST trong thời gian diễn ra đại dịch Covid-19.

giảm 21,8% so với năm trước đó, xuống còn 134.890 tỷ won (121 tỷ USD).

**Công nghiệp giải trí:** lĩnh vực này không chỉ ở Việt Nam mà trên toàn thế giới đều chịu nhiều thiệt hại bởi Covid-19. Các buổi biểu diễn trực tiếp (liveshow) tại các sân khấu lớn không thể tổ chức, các rạp chiếu phim cũng đóng cửa hàng loạt do lệnh giãn cách xã hội và phong tỏa diện rộng. Viện Nghiên cứu Du lịch và Văn hóa Hàn Quốc đã thống kê và chỉ ra rằng, chi tiêu của người nước ngoài trong lĩnh vực giải trí ở Hàn Quốc giảm gần 80%. Theo báo cáo của UNESCO (2020), đã có 750 triệu USD và 10 triệu việc làm trong ngành này bị mất chỉ trong năm 2020, đây cũng là một trong những ngành chịu tổn thất nặng nề nhất bởi đại dịch Covid-19.

**Công nghiệp xuất bản:** đây là lĩnh vực hiếm hoi có sự tăng trưởng trong thời gian diễn ra

đại dịch. Do ảnh hưởng của Covid-19, nhiều người bị mất việc làm, nên có nhiều thời gian rảnh để đọc sách, báo, tạp chí nên công nghiệp xuất bản gia tăng và có cơ hội phát triển. Đặc biệt, nhờ vào đại dịch mà quá trình chuyển đổi số diễn ra nhanh chóng hơn, số lượng tác phẩm xuất bản cũng nhiều hơn. Tuy nhiên, việc giãn cách bởi Covid-19 cũng ảnh hưởng tới việc tổ chức các triển lãm, trưng bày sách cũng như các hoạt động xúc tiến phát triển văn hóa đọc khác bị ngưng trệ, ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển của hoạt động phát hành và phân phối các sản phẩm của công nghiệp xuất bản.

**Thiết kế:** nhiều hãng thời trang nổi tiếng đã không thể tổ chức được những buổi trình diễn thời trang trực tiếp để cho ra mắt các bộ sưu tập mới. Ngoài ra, việc giãn cách xã hội và phong tỏa cũng khiến cho nhu cầu sử dụng những thiết kế mới bị giảm đi

đáng kể do mọi người đều làm việc tại nhà. Mảng thiết kế kiến trúc cũng bị ảnh hưởng bởi việc xây dựng những công trình mới bị đình trệ do giãn cách xã hội và thu nhập của chủ công trình bị giảm sút.

**Quảng cáo:** tại Việt Nam, năm 2020 có tới 97,7% thành viên của Hội Quảng cáo TP Hồ Chí Minh (HAA) bị giảm doanh thu do dịch Covid-19. Theo Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam, trong thời gian đại dịch, nhiều doanh nghiệp quảng cáo ngoài trời, tổ chức sự kiện, hội chợ, triển lãm, cung ứng vật tư, thiết bị quảng cáo... hầu như phải ngừng hoạt động hoặc phá sản.

Mặc dù chịu ảnh hưởng nặng nề từ đại dịch, song vai trò của ngành CNST vẫn được đề cao. Liên hợp quốc đã chỉ định năm 2021 là năm quốc tế của nền kinh tế sáng tạo vì sự phát triển bền vững. Cuối năm 2021, lần đầu tiên, các nhà lãnh đạo G20 đã công nhận văn hóa và các ngành CNST là động lực cho phát triển bền vững và thúc đẩy khả năng phục hồi kinh tế. Các bộ trưởng văn hóa của các nước G20 đã khuyến nghị văn hóa, di sản văn hóa và CNST là thành phần quan trọng trong chiến lược phục hồi sau đại dịch; đồng thời đưa ra nhận định: đối với một số nước đang phát triển, CNST là con đường thoát khỏi đại dịch.

### Một số khuyến nghị đối với Việt Nam

Tại Việt Nam, ngành CNST hình thành chưa lâu so với thế giới song đã được coi trọng và đang phát triển mạnh trong những năm gần đây. Chỉ tính

riêng tại TP Hồ Chí Minh, theo số liệu của Cục Thống kê TP Hồ Chí Minh, trong số 76.513 doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, có khoảng 753 doanh nghiệp (chiếm gần 1%) làm về các ngành thiết kế quảng cáo, tư vấn đầu tư xây dựng, trang trí nội thất. Báo cáo của Sở Kế hoạch và Đầu tư TP cho thấy, số lượng doanh nghiệp làm xây dựng và dịch vụ xây dựng là 7.515 doanh nghiệp (chiếm gần 10%); khách sạn, nhà hàng có 1.872 doanh nghiệp (chiếm khoảng 2%). Số lượng các doanh nghiệp dịch vụ không thuộc nhóm ngành dịch vụ cơ bản chiếm gần 1/3 trong tổng số doanh nghiệp khảo sát năm 2010. Hệ thống pháp luật quản lý liên quan đến ngành CNST cũng ngày càng hoàn thiện, góp phần không nhỏ vào sự phát triển của ngành này. Các văn bản pháp luật quan trọng có thể kể đến như Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Điện ảnh, Luật Quảng cáo, Luật Xuất bản, Luật Cạnh tranh...

Trong bối cảnh dịch Covid-19 vẫn còn diễn biến phức tạp cũng như những “cú sốc” mà đại dịch đã gây ra trong 2 năm qua, ngành CNST non trẻ trong nước cần có sự quan tâm đặc biệt từ phía Chính phủ cũng như các cơ quan quản lý để có thể sớm phục hồi và lấy lại đà tăng trưởng.

Trước mắt, cơ quan quản lý cần có những chính sách hỗ trợ kịp thời, mang tính “cấp bách”, như xem xét cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực CNST được miễn giảm thuế thu nhập, thuế đất, vay vốn ưu đãi. Ví dụ như đối với hoạt động quảng cáo ngoài trời, Chính phủ cần ban hành chính sách để doanh

nh nghiệp được giảm, gia hạn thuế và miễn tiền lệ phí quảng cáo trong khoảng thời gian 2020-2022; đồng thời, được gia hạn thuế miễn phí hai đến ba năm đối với các bảng thuê đất của Nhà nước để bù cho thời gian dịch bệnh không có khách hàng.

Về dài hạn, các cơ quan nhà nước có thẩm quyền cần quan tâm, thúc đẩy chuyển đổi số trong ngành CNST và hoàn thiện hơn nữa các quy phạm pháp luật liên quan đến hoạt động quản lý, đặc biệt là việc thực thi Luật Sở hữu trí tuệ. Từ đó, nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật cũng như tuân thủ pháp luật của doanh nghiệp, cá nhân và tổ chức có liên quan đến hoạt động sáng tạo. Chỉ khi tài sản trí tuệ, các sản phẩm và dịch vụ của ngành CNST được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ tốt thì mới có thể khuyến khích sự sáng tạo và phát triển hơn nữa từ ngành này. Ngược lại, việc phát triển ngành CNST cũng sẽ góp phần nâng cao nhận thức và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, quyền tác giả của các cá nhân hoạt động trong ngành, từ đó giúp Việt Nam đáp ứng tốt hơn các thỏa thuận và điều ước quốc tế đa phương trong khuôn khổ WTO, WIPO về sở hữu trí tuệ.

Bên cạnh đó, cần nâng cao nhận thức về các nghề sáng tạo như một con đường sự nghiệp khả thi và cung cấp các khóa đào tạo kỹ năng phù hợp cho giới trẻ; huy động sự tham gia của các tổ chức xã hội để tạo điều kiện cho mọi người dân ở mọi lứa tuổi có thể tham gia vào hoạt động sáng tạo. Ở khía cạnh này, Việt Nam có thể học hỏi các kinh nghiệm quốc tế. Ví dụ như, Ngân hàng

Phát triển châu Phi đã xây dựng một trang web để giúp các doanh nghiệp trong ngành thời trang và dệt may, đặc biệt là phụ nữ và thanh niên, kết nối với các nhà cung cấp, người mua hàng và nhà đầu tư; một dự án của Ngân hàng Thế giới đang giúp đào tạo những người trẻ tuổi ở Jamaica về kỹ thuật số để hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp trong lĩnh vực phim hoạt hình; tại châu Mỹ Latinh, tổ chức IDB's Orange Innovation Challenge đã cung cấp các khoản tài trợ cho những mô hình kinh doanh trong lĩnh vực văn hóa, sáng tạo có tác động đến kinh tế và xã hội... Hiện nay ở Việt Nam, phong trào khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo đang thu hút sự quan tâm của giới trẻ nói riêng và xã hội nói chung. Đây là thời điểm thuận lợi để nhấn mạnh hơn nữa mối liên hệ giữa sáng tạo và phát triển kinh tế; khuyến khích sự tham gia của các doanh nghiệp và nhà đầu tư vào lĩnh vực CNST

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật Sở hữu trí tuệ.
2. Luật Điện ảnh.
3. Luật Quảng cáo.
4. Luật Cạnh tranh.
5. Hiệp ước chung về thuế quan và mậu dịch (GATT).
6. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>
7. <https://www.un.org/en/observances/creativity-and-innovation-day>