

Kinh nghiệm của một số quốc gia trong phát triển kinh tế sáng tạo và những gợi ý cho Việt Nam

15/11/2024

TS. Trần Thị Hằng – ThS. Trần Thị Thủy

Trường Đại học Thành Đô

ThS. Ngũ Nam

Thanh tra Xây dựng TP Hồ Chí Minh

(Quanlynhanuoc.vn) – Kinh tế sáng tạo là mô hình kinh tế mới được các nước trên thế giới quan tâm và đẩy mạnh phát triển. Đây cũng là xu hướng phát triển kinh tế của các quốc gia khi mô hình kinh tế sáng tạo bảo đảm khai thác lợi thế so sánh, bản sắc văn hóa quốc gia, tính bền vững trong phát triển, tính hiện đại khi các ngành kinh tế từ truyền thống đến hiện đại ứng dụng công nghệ của cách mạng công nghiệp 4.0 trong sản xuất – kinh doanh. Bài viết đề cập đến kinh nghiệm phát triển kinh tế sáng tạo của các nước Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore và những gợi ý cho Việt Nam khi phát triển mô hình kinh tế sáng tạo hiện nay.

Từ khóa: Kinh tế sáng tạo, ngành kinh tế, mô hình kinh tế mới, đẩy mạnh phát triển.

1. Đặt vấn đề

Sau gần 40 năm Đổi mới, Việt Nam đã thoát ra khỏi tình trạng kém phát triển, trở thành nước đang phát triển có thu nhập trung bình với một nền kinh tế thị trường năng động, hội nhập mạnh mẽ, kinh tế tăng trưởng khá cao, liên tục và bao trùm, bảo đảm mọi người dân được hưởng lợi từ quá trình phát triển. Tuy nhiên, những lo ngại về mức độ bền vững của tăng trưởng vẫn hiện hữu. Hiện nay, kinh tế sáng tạo nổi lên như một mô hình kinh tế mới có nhiều tiềm năng quan trọng và có thể phát huy tác động tương hỗ đối với cả mô hình tăng trưởng kinh tế truyền thống và các mô hình kinh tế mới khác. Mô hình kinh tế này giúp các nước đang phát triển có cơ hội rút ngắn khoảng cách với các nước phát triển. Việc học tập kinh nghiệm của các quốc gia đang triển khai kinh tế sáng tạo ở các ngành kinh tế, giúp cho Việt Nam rút ra những bài học quý báu khi áp dụng vào phát triển kinh tế sáng tạo.

2. Quan điểm về kinh tế sáng tạo của các quốc gia trong phát triển kinh tế sáng tạo

Trong quá trình phát triển kinh tế hiện đại với mong muốn xây dựng được mô hình kinh tế bảo đảm tính bền vững thì mô hình kinh tế sáng tạo từng bước định hình, phát triển cùng với ứng dụng khoa học – công nghệ mới. Khái niệm kinh tế sáng tạo cũng từ đó được hình thành và xem xét trên nhiều khía cạnh khác nhau, từ nghệ thuật, văn hóa tới các ngành giải trí, thời trang và xuất bản, công nghiệp... Hiện nay, các quốc gia đều coi kinh tế sáng tạo đặt trọng tâm vào những ngành công nghiệp và dịch vụ sáng tạo. Điều này đòi hỏi chu kỳ kinh doanh của ngành nghề từ đầu vào, sản xuất và đầu ra phải có sự đổi mới sáng tạo so với cách kinh doanh trước, hàm lượng trí tuệ trong giá thành sản phẩm và dịch vụ tăng lên.

Hội nghị Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD) định nghĩa kinh tế sáng tạo là tổng hợp của tất cả các ngành công nghiệp và dịch vụ sáng tạo (hoặc các ngành sáng tạo), bao gồm cả thương mại, sản xuất và lao động. Cũng theo UNCTAD (2022), “kinh tế

sáng tạo” là một khái niệm tập trung vào sự tương tác giữa sự sáng tạo, ý tưởng, sở hữu trí tuệ, kiến thức và công nghệ của con người. Điểm cốt lõi của kinh tế sáng tạo cho phép các ngành kinh tế hoạt động từ nghề thủ công truyền thống đến ngành nghề hiện đại phải dựa trên sự đổi mới, áp dụng công nghệ số.

Mặt khác, cùng với việc ứng dụng nhanh của khoa học – công nghệ nhất là ứng dụng trí tuệ nhân tạo (IT) và sự phát triển đa dạng, nhanh chóng của các ngành công nghiệp và dịch vụ sáng tạo cũng đang đối mặt rủi ro vi phạm quyền sở hữu trí tuệ cũng gia tăng. Do đó, việc tuân thủ và xử lý nghiêm *Luật Sở hữu trí tuệ* ở phạm vi quốc gia và quốc tế có ý nghĩa rất lớn trong phát triển kinh tế sáng tạo hiện nay.

Quan niệm kinh tế sáng tạo của một số quốc gia: (1) Ở Trung Quốc, kinh tế sáng tạo gắn với việc giải phóng tiềm năng sáng tạo của con người trong quá trình chuyển đổi từ mô hình sản xuất công nghiệp hướng xuất khẩu sang mô hình kinh tế sáng tạo có tính bền vững. Trung Quốc coi trọng việc tuân thủ *Luật Sở hữu trí tuệ* và khuyến khích các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu toàn cầu nhằm đẩy mạnh khả năng cạnh tranh nền kinh tế của mình. (2) Để thúc đẩy kinh tế sáng tạo, Singapore đã định nghĩa các ngành công nghiệp và dịch vụ sáng tạo là “*những ngành bắt nguồn từ sự sáng tạo văn hóa và nghệ thuật, có tiềm năng tạo ra giá trị kinh tế mới thông qua việc tạo ra và khai thác tài sản trí tuệ*”. Singapore tập trung vào ba lĩnh vực sáng tạo theo nghĩa rộng, bao gồm: nghệ thuật – văn hóa; thiết kế; truyền thông.

Mặc dù các quốc gia đã và đang thực hiện phát triển kinh tế sáng tạo, song khái niệm này vẫn chưa có sự đồng thuận ở một số khía cạnh, như: mức độ đóng góp của các tài sản từ sáng tạo, các ngành kinh tế sáng tạo cho tăng trưởng và phát triển kinh tế. Sự thiếu đồng thuận ấy là do cách tiếp cận kinh tế sáng tạo từ nhiều khía cạnh kinh tế, văn hóa, xã hội dựa trên lợi thế so sánh của mỗi quốc gia. Sự không đồng thuận ở quan niệm này cũng không gây khó khăn khi các quốc gia tiếp cận và có chính sách, chương trình hành động phát triển kinh tế sáng tạo phù hợp với mình.

3. Chiến lược và hành động của các quốc gia trong phát triển kinh tế sáng tạo

Ở Trung Quốc

Các ngành kinh tế sáng tạo ở Trung Quốc bao gồm những ngành phụ thuộc vào ý tưởng sáng tạo, kỹ năng và áp dụng công nghệ hiện đại như những yếu tố cốt lõi, qua đó làm gia tăng giá trị trong hàng hóa và dịch vụ khi đưa ra thị trường. Cũng như các nước trên thế giới, Trung Quốc đã nhận thấy vai trò quan trọng của các ngành văn hóa và sáng tạo. Các ngành sáng tạo đã tạo ra hơn 27 triệu việc làm vào năm 2018, tăng hơn 30% so với 2013 (UNESCO và Ngân hàng Thế giới 2021). Trung Quốc chính là quốc gia xuất khẩu hàng hóa sáng tạo lớn nhất châu Á và cũng là nước châu Á duy nhất trong 10 nước xuất khẩu dịch vụ sáng tạo lớn nhất năm 2020.

Trung Quốc đã nhận thấy sự cần thiết phải phát triển chiến lược đổi mới sáng tạo quốc gia giúp vượt lên khỏi khả năng cạnh tranh dựa trên giá rẻ và thúc đẩy ảnh hưởng từ lan tỏa quyền lực “*mềm*” của Trung Quốc thông qua xuất khẩu sáng tạo văn hóa. Theo đó, ngành văn hóa và sáng tạo cần sử dụng các yếu tố hiện đại, kết hợp với công nghệ, nhu cầu thị trường và sự sáng tạo để gia tăng khả năng tiếp cận thị trường quốc tế giá trị cao (Bernardi và cộng sự 2012).

Trung Quốc đặt ưu tiên chiến lược đặc biệt đối với việc phát triển các ngành văn hóa và sáng tạo. Nghiên cứu của Park (2022) cho thấy, các ngành văn hóa và sáng tạo của Trung Quốc phát triển mạnh mẽ ở các thành phố lớn có hạ tầng văn hóa mạnh mẽ. Những thành phố này đóng vai trò như trung tâm cho các dự án văn hóa lớn, các nỗ lực quảng bá và quốc tế hóa văn hóa Trung Quốc. Các ngành văn hóa và sáng tạo này cũng đang ngày càng phát triển đa dạng, phát triển theo hướng hình thành một mô hình ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo thân thiện với con người, ưu tiên thúc đẩy giá trị trải nghiệm. Đây cũng là định hướng chính sách văn hóa của Trung Quốc trong tương lai.

Trung Quốc chủ trương đẩy nhanh phát triển các ngành công nghiệp mới nổi như âm thanh và video trực tuyến, đa phương tiện di động, xuất bản số, hoạt hình, truyện tranh và trò chơi, bên cạnh việc cải thiện và nâng cấp các ngành công nghiệp truyền thống, như xuất bản, sản xuất phim và truyền hình, nghệ thuật và nghề thủ công. Trung Quốc cũng dự định thúc đẩy phát triển các hình thức kinh doanh mới trong lĩnh vực văn hóa, phát triển các ngành sáng tạo và văn hóa, tích hợp sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa với khoa học, công nghệ, thông tin, du lịch, thể thao và tài chính. Bên cạnh đó, Trung Quốc khuyến khích sáp nhập và tái cơ cấu các doanh nghiệp văn hóa và hỗ trợ phát triển của các doanh nghiệp văn hóa nhỏ và vừa.

Mặt khác, Trung Quốc công bố chiến lược tham vọng "Made in China 2025" vào năm 2015 nhằm thúc đẩy sự chuyển đổi và nâng cấp ngành công nghiệp. Chiến lược này tập trung phát triển các lĩnh vực công nghiệp có giá trị gia tăng và công nghệ cao để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ có chất lượng cao, nâng cao sức cạnh tranh của Trung Quốc trong kinh tế toàn cầu. Kế hoạch 5 năm lần thứ XIII của Trung Quốc (2016-2020), đề cập đến ngành công nghiệp sáng tạo số như là một trong năm "ngành công nghiệp mới nổi chiến lược". Đi kèm với đó, Trung Quốc cũng sẽ thúc đẩy ứng dụng các công nghệ thông minh để hỗ trợ sự phát triển các ngành công nghiệp và dịch vụ sáng tạo.

Trung Quốc áp dụng các chính sách hỗ trợ tài chính và tạo động lực cho các doanh nghiệp trong các ngành sáng tạo phát triển, đặc biệt là trong lĩnh vực sáng tạo số. Ví dụ truyền hình trực tiếp, video ngắn và văn học trực tuyến, đều được hưởng lợi từ việc nới lỏng các quy định về bản quyền, thuế, kiểm duyệt và điều kiện gia nhập thị trường trong những năm đầu phát triển.

Để hỗ trợ và tạo điều kiện phát triển cho các ngành sáng tạo, Chính phủ Trung Quốc đóng vai trò không chỉ là một nhà hoạch định chính sách mà còn là một nhà đầu tư, người đổi mới và người tiêu dùng. Theo Kế hoạch 5 năm lần thứ 13, ngành công nghiệp sáng tạo số được xác định là một trong những lĩnh vực mới nổi chiến lược. Trung Quốc đặt mục tiêu trở thành một trong những quốc gia đổi mới nhất vào năm 2020 và là quốc gia dẫn đầu về đổi mới sáng tạo vào năm 2030, hướng tới hiện thực hóa mục tiêu trở thành cường quốc hàng đầu về khoa học và công nghệ trên thế giới vào năm 2049.

Ở Hàn Quốc

Trong thập kỷ qua, Hàn Quốc đã nổi lên như một trung tâm sản sinh ra nền văn hóa đại chúng xuyên quốc gia. Làn sóng văn hóa Hàn Quốc lan tỏa ra thế giới thông qua các bộ phim truyền hình ghi dấu ấn khán giả ở châu Á; làn sóng nhạc pop (K-pop) đã lan rộng và vượt ra ngoài châu Á, thâm nhập tới khu vực Mỹ Latinh, châu Phi và Trung Đông, văn hóa ẩm thực (kim chi, lẩu cay). Sự thành công của Hàn Quốc với tư cách là nước xuất khẩu dịch vụ sáng tạo nhờ vào các sản phẩm văn hóa chất lượng cao kết hợp các yếu tố

phương Tây trong khi không mất đi lợi thế thông qua việc tái tạo các giá trị truyền thống và bản sắc văn hóa Hàn Quốc.

Làn sóng văn hóa Hàn Quốc đã đạt đến tầm cao mới cùng với sự phát triển của công nghệ kỹ thuật số và phương tiện truyền thông trực tuyến đã thu hẹp khoảng cách, cho phép văn hóa địa phương lan tỏa đến những nơi xa trên thế giới. Ví dụ: Đĩa đơn “Gangnam Style” của nghệ sĩ PSY đã lan truyền phổ biến trên Internet và đã đạt tới 5 tỷ lượt xem trên YouTube vào tháng 12/2023.

Theo UNCTAD (2017), kể từ ngày 05/6/2013, Chính phủ Hàn Quốc đã thiết lập kế hoạch chi tiết về nền kinh tế sáng tạo, với kế hoạch hành động và các biện pháp để thiết lập hệ sinh thái kinh tế sáng tạo. Đó là nền kinh tế sáng tạo chiến lược trên nền tảng sử dụng khoa học, công nghệ, thông tin và truyền thông của Hàn Quốc. Kế hoạch Hành động Kinh tế Sáng tạo đã thiết lập một tầm nhìn về “*Một kỷ nguyên hạnh phúc mới cho người dân Hàn Quốc với nền tảng kinh tế sáng tạo*”.

Cộng hòa Singapore

Năm 2001, Chính phủ Singapore đã thành lập Ủy ban Kinh tế (ERC) với 7 tiểu ban, nhằm duy trì sự thịnh vượng kinh tế của đất nước. Tiểu ban chuyên trách về công nghiệp sáng tạo (ERC-CI) đã đề xuất Singapore chuyển từ một nền kinh tế công nghiệp sang một nền kinh tế được thúc đẩy bởi sáng tạo, tìm kiếm các phương thức “*kết hợp nghệ thuật, kinh doanh và công nghệ*”. Ngay từ 2003, Ủy ban Kinh tế đã xác định công nghiệp sáng tạo là một trong ba lĩnh vực dịch vụ mới và triển vọng, bên cạnh giáo dục và y tế. Singapore cũng xác định lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa là cốt lõi nghệ thuật của nền kinh tế sáng tạo, đóng vai trò quan trọng để bảo đảm hiệu suất kinh tế tổng thể của các ngành công nghiệp sáng tạo. Lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa là nguồn cung cấp các công cụ học tập và không gian thử nghiệm cho các cá nhân sáng tạo, tương tác với các lĩnh vực truyền thông và thiết kế.

Kinh tế sáng tạo ở Singapore được vận hành theo cách tiếp cận từ trên xuống với định hướng của Chính phủ và sự vào cuộc tích cực của các cơ quan chức năng trong quản lý các ngành sáng tạo. Từ những năm 2000, Singapore đã chuyển đổi cơ cấu kinh tế từ các cơ sở công nghiệp chế tác và điện tử sang làm các dịch vụ tài chính, viễn thông, khoa học sinh học, du lịch và các ngành công nghiệp sáng tạo và coi đó là tương lai phát triển của đất nước. Nhân tố mấu chốt đóng góp vào giàu có của quốc đảo này được xác định đến từ nguồn nhân lực chất lượng cao (Ooi 2006).

Singapore đã ban hành ba kế hoạch tổng thể để phối hợp và triển khai các nhóm chính sách và chiến lược khác nhau, bao gồm: (1) Kế hoạch thành phố phục hưng; (2) Kế hoạch truyền thông quốc gia; và (3) Kế hoạch thiết kế quốc gia.

Kế hoạch thành phố phục hưng hướng tới phối hợp các chiến lược trong lĩnh vực nghệ thuật và văn hóa để chuẩn bị cho Singapore trong quá trình chuyển từ nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức, định hướng phát triển Singapore trở thành thành phố toàn cầu với sự đa dạng về sáng tạo và văn hóa, nghệ thuật. Tầm nhìn tổng thể là biến Singapore thành một “*Thành phố nghệ thuật toàn cầu đặc sắc*”, nơi nghệ thuật và văn hóa sẽ tăng cường sức hút của Singapore như một điểm đến hấp dẫn để sống và làm việc, mang lại lợi ích cho người dân Singapore và nâng cao hình ảnh của quốc gia như một trung tâm nghệ thuật của thế giới. Kế hoạch thành phố phục hưng được triển khai theo ba

giai đoạn, bám sát các mục tiêu trọng tâm và phân bổ ngân sách hỗ trợ triển khai các hoạt động cụ thể.

Nhiều kế hoạch tham vọng đã được triển khai và đem lại kết quả tích cực. Các hoạt động quảng bá văn hóa và nghệ thuật được nhìn nhận là “*làm phong phú đời sống tinh thần mọi người*”, “*nâng cao chất lượng cuộc sống*”, “*hỗ trợ công cuộc xây dựng đất nước*”, “*đóng góp cho sự phát triển ngành du lịch và giải trí*”. Bên cạnh việc xây dựng các cơ sở vật chất “*phần cứng*” phục vụ văn hóa và nghệ thuật, Singapore ngày càng chú trọng quan tâm đến “*phần mềm*” hoặc “*khía cạnh tâm hồn*” của người dân, coi việc truyền đạt cho nhân dân giác quan thẩm mỹ và sự quan tâm đối với di sản là bước kế tiếp trong phát triển đất nước.

Kế hoạch thiết kế quốc gia, hướng tới mục tiêu xây dựng Singapore thành trung tâm thiết kế xuất sắc hàng đầu khu vực, trong đó phát triển tổ hợp thiết kế trở thành nhân tố quan trọng thúc đẩy cạnh tranh và sáng tạo quốc gia. Kế hoạch thiết kế quốc gia được khởi xướng vào năm 2003 để phối hợp các chiến lược trong lĩnh vực thiết kế, với tầm nhìn đặt Singapore làm trung tâm thiết kế xuất sắc của châu Á và tạo ra một cụm dịch vụ thiết kế và văn hóa sôi động. Kế hoạch này do Hội đồng Thiết kế Singapore chủ trì, chịu trách nhiệm hình thành cụm thiết kế đủ năng lực cạnh tranh toàn cầu, giúp doanh nghiệp áp dụng thành công những thiết kế sáng tạo vào sản phẩm để tạo ra lợi thế cạnh tranh, và biến Singapore thành “*nhà lãnh đạo*” trong đổi mới thiết kế và tạo lập quyền sở hữu trí tuệ.

Kế hoạch truyền thông quốc gia đặt mục tiêu là phát triển hệ sinh thái truyền thông Singapore với sự hội nhập quốc tế mạnh mẽ. Kế hoạch truyền thông quốc gia 21 của Singapore được khởi động vào năm 2003 để phối hợp các chiến lược cho lĩnh vực truyền thông, với mục tiêu phát triển đất nước thành “*một thị trường truyền thông và trung tâm tài chính hàng đầu, sản xuất nội dung truyền thông chất lượng cao và phát triển truyền thông số*”. Singapore đã đặt mục tiêu tăng trưởng GDP của cụm ngành truyền thông ở mức 1,44% trong 10 năm và tăng cơ hội việc làm cho người Singapore. Các sáng kiến chiến lược quan trọng, bao gồm việc thu hút các công ty truyền thông đến Singapore, xuất khẩu nội dung truyền thông được sản xuất trong nước, khuyến khích sản xuất truyền thông số, quốc tế hóa các doanh nghiệp truyền thông Singapore, và nuôi dưỡng các tài năng truyền thông.

Chính phủ Singapore đã đưa ra nhiều chính sách và chiến lược nhằm thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp sáng tạo. Các nhóm chính sách này có phạm vi khá rộng, từ việc cung cấp các ưu đãi, đáp ứng nhu cầu về hạ tầng, thu hút chuyên gia và các công ty nước ngoài đến khởi nghiệp tại Singapore, cho đến các nỗ lực mang tính cơ bản hơn, đặc biệt là cải cách hệ thống giáo dục đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.

4. Một số gợi ý đối với Việt Nam

Qua phân tích kinh nghiệm mô hình phát triển kinh tế sáng tạo của các nước Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam, như sau:

Thứ nhất, muốn phát triển kinh tế sáng tạo đòi hỏi Chính phủ, doanh nghiệp phải nhận thức sâu sắc về mô hình kinh tế này và so sánh mô hình đang áp dụng. Trên cơ sở này mới có tiêu chí đổi mới sáng tạo về ngành, lĩnh vực, công nghệ cần áp dụng... Đặc biệt, trong việc cơ cấu lại nền kinh tế quốc gia theo mô hình kinh tế sáng tạo cần theo hướng đa dạng hơn, phát huy lợi thế so sánh, gia tăng hàm lượng chất xám để tạo ra các sản phẩm có giá

trị gia tăng mới. Cần coi các ngành sáng tạo là trung tâm của kinh tế sáng tạo. Các ngành này cần có chính sách, chương trình hành động hỗ trợ từ Chính phủ và quyết liệt đổi mới sáng tạo từ doanh nghiệp.

Thứ hai, thể chế và chính sách Chính phủ giữ vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế sáng tạo. Đặc biệt từ kinh nghiệm của Trung Quốc khi xác định Chính phủ vừa là nhà hoạch định chính sách, nhà đầu tư, người đổi mới, vừa là người tiêu dùng. Mặt khác, Trung Quốc nhấn mạnh vào tăng cường bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ; hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp; phát triển các cơ chế khuyến khích hợp tác giữa doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu; tăng cường thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp sáng tạo.

Ở khía cạnh khác, cách tiếp cận thể chế phải bảo đảm cân bằng, vừa tạo không gian và động lực phù hợp cho sáng tạo, quá trình tạo giá trị gia tăng từ sáng tạo, song cũng cần tôn trọng sự đa dạng và bản sắc của văn hóa.

Thứ ba, cách xây dựng cách ngành kinh tế sáng tạo cần xây dựng từ các điển hình tốt, gây tiếng vang ở quốc gia và lan rộng ra khu vực và thế giới. Đây là kinh nghiệm của Hàn Quốc trong phát triển ngành văn hóa sáng tạo. Mặt khác, cũng cần chú ý phương thức khai thác hiệu quả giá trị gia tăng từ kinh tế sáng tạo theo cách tiếp cận chuỗi giá trị từ đầu vào, đầu ra; từ xuất khẩu hàng hóa sáng tạo sang xuất khẩu nhiều dịch vụ sáng tạo hơn.

Thứ tư, mô hình trung tâm quốc gia, quỹ quốc gia thể hiện cam kết và cụ thể hóa nguồn lực cho phát triển các ngành sáng tạo ở Singapore cũng là điểm để xem xét áp dụng. Mặt khác cần phải hoàn thiện, đổi mới cơ chế, chính sách khuyến khích, hỗ trợ đầu tư, đơn giản hóa các quy định; giảm thuế, có các hình thức hỗ trợ phù hợp, hấp dẫn nhằm thúc đẩy các hoạt động đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp trong các ngành văn hóa – sáng tạo.

Thứ năm, ưu tiên đầu tư hạ tầng công nghệ và thúc đẩy nhanh chuyển đổi số trong các lĩnh vực, tạo tiền đề cho chuyển đổi sang mô hình kinh tế sáng tạo của quốc gia. Sự phát triển vượt bậc của công nghệ, bao gồm công nghệ thông tin và các công nghệ mới, nhưng không giới hạn bởi trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, internet vạn vật, chuỗi khối, thực tại ảo/thực tại tăng cường để số hoá thế giới thực, thu thập, lưu trữ, truyền đưa, xử lý thông tin và dữ liệu số phục vụ chuyển đổi số và đổi mới... trong thập kỷ gần đây đã tạo nên bước ngoặt trong ngành công nghiệp sáng tạo, đòi hỏi các quốc gia phải tìm cách thích ứng để đáp ứng nhu cầu và thị hiếu đa dạng trong thương thức nghệ thuật, văn hóa và các sản phẩm của kinh tế sáng tạo trong thời đại số.

5. Kết luận

Từ kinh nghiệm của Trung Quốc, Hàn Quốc và Singapore cho thấy, phát triển kinh tế sáng tạo đã trở thành một trong những ưu tiên hàng đầu trong những thập niên gần đây. Các ưu tiên ấy đã được cụ thể hóa thành chiến lược, chính sách, bộ máy chỉ đạo ở cấp quốc gia trong thúc đẩy kinh tế sáng tạo. Các quốc gia đã chú trọng vào tính đa dạng và phát triển các ngành kinh tế sáng tạo chất lượng cao, gia tăng năng lực tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu ở phân khúc các sản phẩm giá trị gia tăng cao. Kinh nghiệm của các nước này cũng gợi ý cho Việt Nam khi xây dựng chiến lược, chính sách và hành động khi chuyển sang mô hình kinh tế sáng tạo.

Tài liệu tham khảo:

1. ASEAN (2021), *Nền kinh tế sáng tạo: Văn hóa, bản sắc và kinh doanh sáng tạo* [Creative Economy: Culture, Identity and the Business of Creativity]. <https://asean.org/wp->

content/uploads/2021/11/The-ASEAN-Oct-Nov-2021-Digital-v1.pdf

2. Bernardi, B., M. Tamma, và U. Rosin (2012). *Các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo là yếu tố then chốt cho sự phát triển kinh tế Trung Quốc: Phân tích Bắc Kinh và Thượng Hải (Cultural and Creative Industries as key factors for Chinese Economic Development: Analysis of Beijing and Shanghai (Tesi di Laurea)*. Đại học Ca' Foscari.
3. Fung, A (2016). *Lập chiến lược cho các ngành công nghiệp sáng tạo ở Trung Quốc: Mâu thuẫn và căng thẳng trong việc xây dựng thương hiệu quốc gia (Strategizing for Creative Industries in China: Contradictions and Tension in Nation Branding)*. *Tạp chí Truyền thông Quốc tế*, số 10 (2016), tr. 3004 – 3021. Đại học Trung Hoa Hồng Kông, Hồng Kông; Đại học Sư phạm Bắc Kinh, Trung Quốc.
4. *Củng cố các ngành công nghiệp sáng tạo để phát triển ở Hàn Quốc (Strengthening the Creative Industries for Development in the Republic of Korea)*. https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2017d4_en.pdf.
5. Hội nghị Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD) (2022). *Triển vọng nền kinh tế sáng tạo 2022 (Creative Economy Outlook 2022)*.
6. Jung, K., J.H. Eun, và S.H. Lee (2017). *Khám phá các quan điểm cạnh tranh về hệ sinh thái khởi nghiệp do Chính phủ định hướng: Bài học từ các Trung tâm Kinh tế sáng tạo và đổi mới sáng tạo (CCEI) của Hàn Quốc (Exploring Competing Perspectives On Government-Driven Entrepreneurial Ecosystems: Lessons from Centres for Creative Economy and Innovation (CCEI) of South Korea)*. *Tạp chí Nghiên cứu Quy hoạch châu Âu*, tập 25, số 5, tr. 827 – 847.
7. Ooi, C.S. (2006). *Du lịch và nền kinh tế sáng tạo ở Singapore (Tourism and the Creative Economy in Singapore)*. Khoa Kinh tế và Quản lý quốc tế, Trường Kinh doanh Copenhagen, Đan Mạch. <https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58937680/6605.pdf>.
8. Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hiệp quốc (UNESCO) và Ngân hàng Thế giới (2021). *Các thành phố, văn hóa và sáng tạo: Tận dụng văn hóa và sáng tạo để phát triển đô thị bền vững và tăng trưởng toàn diện [Cities, Culture, and Creativity: Leveraging Culture and Creativity for Sustainable Urban Development and Inclusive Growth]*. Washington DC.
9. *Định hình lại các chính sách cho sự sáng tạo: Coi văn hóa là hàng hóa công toàn cầu [Re-Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good]*. ISBN 978-92-3-100503-9. <https://en.unesco.org/creativity/publications/2022-global-report-reshaping-policies-creativity>.
10. Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương (2021). *Thúc đẩy chuyển đổi số trong thương mại ở Việt Nam nhằm thực hiện hiệu quả các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới. Báo cáo thực hiện trong Chương trình Cải cách kinh tế vĩ mô/Tăng trưởng xanh*.