Một số phân tích định lượng vai trò ngành công nghệ sáng tạo trong nền kinh tế Việt Nam

BÙI KHẮC LINH*

Nền kinh tế tri thức đang là nền kinh tế chủ chốt, đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với sự phát triển nhân loại. Trong nền kinh tế đó, một bộ phận kinh tế đang dần định hình, phát triển mạnh mẽ theo lộ trình của kỷ nguyên sáng tạo mới vừa mang những nét chung của nền kinh tế tri thức, lại vừa hàm chứa những điểm khác biệt, gọi là nền kinh tế sáng tạo (KTST). Trong nền KTST, ngành công nghệ sáng tạo (CNST) được nhận định là ngành công nghiệp cốt lõi, đem lại giá trị kinh tế cao, giúp nền kinh tế các nước nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Coi sáng tạo là yếu tố động lực tạo đà nhảy vọt trong phát triển kinh tế - xã hội, rất nhiều quốc gia đã sớm định hình và có những bước đi chiến lược trong phát triển ngành công nghiệp mang tính bền vững và siêu lợi nhuận này. Ở Việt Nam, định hình về ngành CNST còn khá mới mẻ, vì vậy việc làm rõ những lý luận nền tảng, bản chất và những đánh giá định lượng vai trò của nhóm ngành công nghiệp tiềm năng này được coi là những việc làm mang tính cấp thiết và tiên phong trong việc xây dựng các giải pháp phát triển đúng đắn.

1. Khái quát chung về ngành CNST

- *Sáng tạo*

Xét về bản chất đã có rất nhiều ý kiến và quan điểm trái chiều, trong đó có hai luồng quan điểm chính đó là sáng tạo là bản chất con người hay sáng tạo chính là quá trình mà qua đó những ý tưởng nguyên gốc được sản sinh. Tuy nhiên, có thể thấy trong các phương diện đánh giá thì phương diện đánh giá theo quá trình (process) là hợp lý hơn cả, thể hiện được bản chất của sáng tạo là một quá trình tích hợp chứ không phải hoàn toàn từ các yếu tố thuộc về bản

* Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới

chất, đồng thời phù hợp và biểu hiện rõ trong nội hàm định nghĩa của Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD): *"Sáng tạo là một quá trình qua đó các ý tưởng được hình thành, kết nối và quy tụ thành một thể giá trị thống nhất hay nói cách khác, sáng tạo chính là việc tái sử dụng các ý tưởng để tạo ra các ý tưởng mới"*. Thông qua cách định nghĩa này sẽ làm rõ được bản chất cốt lõi, đặc điểm nổi bật của ngành CNST.

- Nền kinh tế sáng tạo

John Howkins lần đầu tiên đề cập đến khái niệm này trong cuốn "Nền kinh tế sáng tạo" và cho rằng nền KTST là một hệ thống kinh tế của việc sản xuất, trao đổi và tiêu dùng các sản phẩm sáng tạo, trong đó các sản phẩm sáng tạo là những hàng hóa và dịch vụ được cấu thành từ sáng tạo và mang hàm lượng giá trị kinh tế cao. Phát triển quan điểm của John Howkins[1], UNCTAD đã chính thức công bố khái niệm về nền KTST như sau: *"nền KTST được hiểu là nền kinh tế chứa đựng các tài sản sáng tạo mà một cách tiềm năng đóng góp vào sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của nền KTST đó"*. CNST được coi là ngành công nghiệp cốt lõi, động cơ (engine industries) cho nền KTST.

- CNST. Theo cách tiếp cận về các yếu tố sản xuất, Hiệp hội Ngành CNST Vương quốc Anh định nghĩa: "Ngành CNST là những hoạt động bắt nguồn từ sự sáng tạo, các kỹ năng và năng khiếu cá nhân có tiềm năng lớn tạo ra việc làm, đóng góp của cải xã hội thông qua quá trình khai thác tài sản trí tuệ ". Theo đó, ngành CNST được xác định gồm 13 phân ngành nhỏ, bao gồm: quảng cáo, kiến trúc, mỹ thuật và thị trường đồ cổ, thủ công mỹ nghệ, thiết kế, thời trang, phim và video, phần mềm giải trí tương tác, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, xuất bản, phần mềm dịch vụ máy tính, phát thanh và truyền hình.

Theo cách tiếp cận về quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng, tổ chức UNCTAD đã đưa ra khái niệm về ngành CNST như sau: "CNST là tổ hợp chuỗi hoạt động của sáng tạo, sản xuất và phân phối hàng hóa và dịch vụ mà sự sáng tạo và các tài sản trí tuệ đóng vai trò là yếu tố đầu vào tiên quyết cấu thành. Đồng thời, CNST sản sinh ra các hoạt động mang hàm lượng trí tuệ cao, tập trung nhưng không giới hạn ở các hoạt động nghệ thuật, một cách tiềm năng tạo ra nguồn lợi nhuận từ thương mại và quyền sở hữu trí tuệ".

Từ cách tiếp cận này, UNCTAD đã phân chia các ngành CNST làm 13 ngành cơ bản như trên, phân bổ vào 4 nhóm phân ngành lớn là: Nhóm Di sản; Nhóm Nghệ thuật; Nhóm Truyền thông; Nhóm ngành Giải trí chức năng. Ưu điểm của cách định nghĩa này là làm rõ được bản chất của ngành CNST là một quá trình thống nhất của sản xuất, phân phối và tiêu dùng, đồng thời tiếp nối được sự đánh giá theo quá trình (process) của sáng tạo. Vậy, có thể nhận định CNST là tổ hợp lớn của 2 quá trình vận hành căn bản: Quá trình hình thành yếu tố sáng tạo (đóng vai trò là yếu tố đầu vào) và quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng sản phẩm sáng tạo (thể hiện quá trình hình thành, phân phối yếu tố đầu ra). Dựa vào sự khác biệt trong từng quá trình của mỗi ngành mà từ đó đưa ra tiêu chí phân loại thành các nhóm lớn. Đây được xem như những nền tảng để các quốc gia dựa vào đó đưa ra các tiêu chí để có thể xếp và phân loại các ngành (nhóm ngành) thuộc ngành CNST.

Từ những định nghĩa trên và những đặc điểm căn bản nhất của ngành CNST, ta có thể hiểu

[1] John Howkins: Sđd, p.88

ngành CNST như sau: "*Ngành CNST là tổ hợp chuỗi hoạt động của sáng tạo, sản xuất và phân phối hàng hóa và dịch vụ sáng tạo trong đó yếu tố đầu vào chính là những ý tưởng mới. Thông qua quá trình tích hợp cao độ và thống nhất giữa ba yếu tố sáng tạo cấu thành cốt lõi của những ý tưởng mới: sáng tạo công nghệ, sáng tạo kinh tế, sáng tạo văn hóa, CNST sản sinh ra sản phẩm và dịch vụ sáng tạo mang giá trị cao, khác biệt từ đó đem lại nguồn lợi nhuận lớn sau quá trình đưa vào thị trường và thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Một cách phổ biến, CNST gồm 13 phân ngành cơ bản và 3 động lực chính của ngành CNST là yếu tố nguồn nhân lực sáng tạo, thị trường và cơ sở hạ tầng*". Do ranh giới mềm giữa các nhân tố sáng tạo văn hóa, sáng tạo kinh tế, sáng tạo công nghệ chưa được thống nhất rõ ràng nên việc sắp xếp các ngành kinh tế thuộc nhóm ngành CNST rất khác nhau theo từng quốc gia, vùng lãnh thổ, phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố văn hóa, quan niệm đánh giá của mỗi quốc gia.

- ***Các tiêu chí định hình ngành CNST.*** CNST mang những đặc điểm nổi bật sau: i) Luôn đổi mới; ii) Có khả năng mang lại giá trị gia tăng cao; iii)Tiết kiệm chi phí đầu vào và thân thiện với môi trường; iv) Mang tính liên kết nội bộ ngành chặt chẽ; v) Mức độ ảnh hưởng liên ngành lớn.

CNST có những tác động vô cùng to lớn đến bình diện kinh tế, văn hóa, xã hội của các quốc gia. Hiện nay, doanh thu ngành CNST trên toàn thế giới vào khoảng 3.000 tỷ USD, trong đó thu từ xuất khẩu chiếm một lượng đáng kể, từ năm 2002 - 2008, tổng giá trị xuất khẩu dịch vụ và hàng hóa sáng tạo của thế giới đã tăng gấp đôi từ 267 tỷ lên 592 tỷ USD. Tại Mỹ, đóng góp của ngành CNST vào GDP là 11,12%; Australia là 10% ; Thái Lan: 12%; Hàn Quốc: 8,67%; Trung Quốc: 6,41%... Có thể kể đến Trung Quốc như một ví dụ điển hình về sự phát triển CNST mang tính đột phá của quốc gia này trong kỷ nguyên sáng tạo[2]. Số lượng các cụm CNST (creative industries clusters) ở Trung Quốc tăng một cách mạnh mẽ từ 53 cụm (năm 2005) đến 200 cụm (năm 2008), từ đó hình thành một hệ thống mạng lưới CNST trải khắp trên 12 thành phố chính. Theo UNCTAD, CNST đã đem lại giá trị xuất khẩu hàng hóa sáng tạo khổng lồ cho Trung Quốc từ 32.348 triệu USD (năm 2002) lên đến 84.807 triệu USD (năm 2008), giúp Trung Quốc ở vị trí số 1 thế giới về tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa sáng tạo. Chiến lược phát triển ngành CNST của Trung Quốc triển khai bắt đầu từ việc thiết lập hệ thống đồng bộ thống nhất giữa các ngành CNST, hiện tại đang phát triển, củng cố các cụm CNST và trong tương lai ở mức độ cao hơn sẽ hình thành nên hệ thống các công viên CNST (creative industrial parks).

2. Một số phân tích định lượng vai trò ngành CNST ở Việt Nam

Tại Việt Nam, tiềm lực của ngành CNST là rất mạnh, song đến nay vẫn chưa có số liệu chính thức về quy mô, mức đóng góp của từng ngành và toàn bộ ngành CNST vào GDP quốc gia. Việc áp dụng mô hình Input – Output (I-O) sẽ góp phần chỉ ra được mức đóng góp cụ thể của từng nhóm ngành thuộc CNST và tổng thể mức đóng góp giá trị gia tăng vào GDP quốc gia năm 2007, đồng thời bằng phân tích liên kết ngược và liên kết xuôi trong phân tích mô hình I-O sẽ đưa ra luận cứ để đánh giá được mức độ ảnh hưởng của từng nhóm ngành vào nền kinh tế Việt Nam, xác định được nhóm ngành cần ưu

[2] Zhang, Jincheng (2008), Sđd, p. 32.

tiên phát triển trong giai đoạn trước mắt để từ đó góp phần định hướng cho các giải pháp phát triển mang tính chiến lược.

2.1. Phương pháp phân tích định lượng: mô hình Input - Output

Mô hình I-O là một trong những mô hình toán kinh tế được ứng dụng rộng rãi và hữu hiệu để mô tả bức tranh kinh tế cân bằng tổng thể của một quốc gia. Mô hình I-O phân tích đồng thời quan hệ kinh tế giữa các nganh, trên các phương diện phân phối và hình thành sản phẩm, phân tích được các quan hệ cân đối hiện vật cũng như giá trị, phân tích được các tác động dây chuyền trong nền kinh tế. Do vậy, mô hình I-O là một mô hình cân bằng tiêu biểu. Dưới đây là một số thao tác phân tích trong bảng cân đối liên ngành I-O được sử dụng để lượng hóa vai trò ngành CNST:

- *Phương trình phân phối sản phẩm*

Từ phương trình phân phối sản phẩm:

Giá trị sản xuất (X) = Chi phí trung gian (x) + Chi tiêu cuối cùng của hộ gia đình và chính phủ + Tổng tích lũy tài sản + Xuất khẩu (E) – Nhập khẩu (N).

Ta có S (Chi tiêu cuối cùng của hộ gia đình, chính phủ và tích lũy tài sản) bao gồm cả tiêu dùng cuối cùng và đầu tư.

Và đặt Y (Nhu cầu cuối cùng) = S + E – N

Phương trình trở thành:

$$X = x + Y$$

Áp dụng vào bảng cân đối liên ngành I-O, cộng gộp các phần tử giá trị theo hàng của của các giá trị chi phí trung gian trực tiếp (x_{ij}) của ngành i và giá trị sản xuất (X_i) cùng nhu cầu tiêu dùng cuối cùng tương ứng (Y_i) ta có phương trình tổng quát sau:

$$X_i = \sum_{j=1}^{n} x_{ij} + Y_i$$

Ở đây x_{ij} giá trị chi phí trung gian trực tiếp của ngành i để sản xuất cho ngành j.

Đặt $a_{ij} = \frac{xij}{Xi}$ là hệ số chi phí trung gian trực tiếp, thể hiện để có một đơn vị giá trị sản phẩm ngành j thì ngành i phải cung cấp cho ngành này một lượng sản phẩm có giá trị là a_{ij}.

Phương trình tương đương với:

$$X_i = \sum_{j=1}^{n} a_{ij} X_i + Y_i \quad (*)$$

Ta đặt:

$$X = \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ . \\ . \\ X_n \end{bmatrix}; Y = \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ . \\ . \\ Y_n \end{bmatrix}; A = \begin{bmatrix} a_{11}a_{12} \ldots\ldots a_{1n} \\ a_{21}a_{22} \ldots\ldots a_{2n} \\ . \\ . \\ a_{n1}a_{n2} \ldots\ldots a_{nn} \end{bmatrix}$$

Đồng thời sử dụng ma trận đơn vị I. Lúc đó phương trình (*) trở thành:

$$X = (I - A)^{-1} Y$$

Trong đó các thành phần như sau:

X : Véc tơ giá trị sản xuất Y : Véc tơ nhu cầu tiêu dùng cuối cùng

A: Ma trận hệ số chi phí trung gian trực tiếp

$(I-A)^{-1}$: Ma trận nghịch đảo Leontief mở, ma trận này thể hiện hệ số chi phí toàn phần của các ngành cho một đơn vị sử dụng cuối cùng tương ứng.

- *Cách tiếp cận để tính GDP và mức đóng góp giá trị gia tăng của mỗi nhóm ngành từ bảng cân đối liên ngành I-O:*

Để đạt được mục đích trên, hai cách tiếp cận được đưa ra đó là:

Cách tiếp cận theo cách tính tổng giá trị gia tăng

GDP = Tổng giá trị sản xuất tính theo giá cơ bản - Tổng chi phí trung gian tính theo giá người sử dụng cuối cùng + Thuế sản phẩm

= Tổng giá trị gia tăng (value added) tính theo giá cơ bản + Thuế sản phẩm[3]

Từ cách tiếp cận này sẽ suy ra tỷ lệ đóng góp vào tổng giá trị gia tăng của mỗi nhóm ngành trong tổng giá trị GDP.

- Cách tiếp cận theo phương pháp đánh giá tiêu dùng

Dựa trên cách tiếp cận này, giá trị GDP sẽ được tính toán đưa ra kết quả cụ thể.

- Cách tiếp cận để chọn ra nhóm ngành có mức độ ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế.

Ở đây ta đánh giá mối liên hệ giữa một ngành và các ngành khác trong nền kinh tế thông qua 2 nhóm liên kết là: liên kết ngược (backward linkages) và liên kết xuôi (forward linkages)

Liên kết ngược (backward linkages) [4]

Là phép tính toán để đánh giá mức độ quan trọng tương đối của một ngành với tư cách sử dụng các sản phẩm vật chất và dịch vụ làm đầu vào từ toàn bộ hệ thống sản xuất. Liên kết này được xác định bằng tỷ lệ của tổng các phần tử theo cột trong ma trận nghịch đảo Leontief (ma trận hệ số chi phí toàn phần) so với mức trung bình của toàn bộ hệ thống kinh tế. Tỷ lệ này được gọi là chỉ số lan tỏa (index of the power of dispersion) và được đo lường qua công thức:

$$\mu_j = \frac{\sum_{i=1}^{n} r_{ij}}{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} r_{ij}}$$

Trong đó:

r_{ij} là phần tử của ma trận nghịch đảo Leontief $(I-A)^{-1}$

$\sum_{i=1}^{n} r_{ij}$: Tổng theo cột các phần tử r_{ij} ma trận của nghịch đảo Leontief của ngành j.

μ_j : Chỉ số lan tỏa của ngành j

N là số ngành được khảo sát trong mô hình (trong bảng I-O Việt Nam n=138)

$\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} r_{ij}$: Giá trị trung bình của hệ số chi phí toàn phần của toàn bộ hệ thống kinh tế.

Chỉ số lan tỏa của một ngành (nhóm ngành) càng cao sẽ đồng nghĩa với liên kết ngược càng lớn và ngành (nhóm ngành) đó càng phát triển sẽ dẫn đến mức tăng trưởng càng cao của toàn bộ nền kinh tế. Đây chính là cơ sở khoa học để các nhà hoạch định chính sách sử dụng để phát hiện và ưu tiên phát triển những ngành có chỉ số lan tỏa cao.

[3] Bản chất là thuế đã trừ đi tiền trợ giá trên sản phẩm (taxes less subsidies on products) trong bảng I-O của Việt Nam thể hiện là thuế sản phẩm.

[4] Một số tài liệu nghiên cứu dùng với tên "Liên kết thượng nguồn" (backward linkages) và "Liên kết hạ nguồn" (forward linkages).

Liên kết xuôi (forward linkages)

Đánh giá mức độ quan trọng của một ngành (nhóm ngành) đóng vai trò là nguồn cung ứng sản phẩm vật chất và dịch vụ cho toàn bộ hệ thống sản xuất. Tỷ lệ này được coi là *độ nhạy* của nền kinh tế, được đo lường bằng tổng các phần tử theo hàng của ma trận nghịch đảo Leontief so với mức trung bình của toàn bộ hệ thống ngành. Liên kết này được đánh giá qua công thức sau:

$$\mu_i = \frac{\sum_{j=1}^{n} r_{ij}}{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} r_{ij}}$$

Trong đó:

$\sum_{j=1}^{n} r_{ij}$: Tổng theo hàng các phần tử r_{ij} của ma trận nghịch đảo Leontief theo ngành i.

μ_i : Độ nhạy của ngành i hay mức độ cần thiết tương đối của ngành i, thể hiện mức độ của liên kết xuôi

Bảng cân đối liên ngành I-O của Việt Nam mới đây nhất được công bố là số liệu của năm 2007, với cỡ ngành 138 x 138. Bảng cân đối được sử dụng để phân tích một số tác động của một số ngành CNST của Việt Nam. Qua bảng cân đối liên ngành I-O (2007), cho thấy, trong số 138 ngành sản xuất thì có 8 phân ngành thuộc nhóm ngành CNST (nếu xếp theo tiêu chí của Hiệp hội ngành CNST Vương quốc Anh và UNCTAD) gồm: *Đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn, nhạc cụ, dụng cụ thể dục, thể thao, đồ chơi, trò chơi; Dịch vụ xuất bản; Điện ảnh, truyền hình, ghi âm, và xuất bản âm nhạc, Phát thanh truyền hình; Dịch vụ kiến trúc và thiết kế; Dịch vụ quảng cáo và nghiên cứu thị trường; Sáng tác, nghệ thuật và giải trí, dịch vụ thư viện, bảo tàng và các dịch vụ văn hóa khác; Thể thao, vui chơi và giải trí.*

Có thể nói, mức độ tin cậy và số liệu của 8 phân ngành này đã thể hiện gần như đầy đủ 13 nhóm ngành thuộc CNST, bởi lẽ tiêu chí xếp các phân ngành của mô hình I-O đã cộng gộp các nhóm ngành nhỏ lẻ khác của 13 nhóm ngành vào những nhóm ngành lớn hơn. Ví dụ như điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc được xếp chung vào cùng 1 nhóm. Ngành công nghiệp phần mềm được xếp phân tán vào trong các ngành lớn khác như: ngành công nghiệp giải trí và các dịch vụ văn hóa. Các nghiên cứu của Singapore và Thái Lan cũng đã sử dụng phân tích bảng I-O để từ đó đánh giá về vai trò kinh tế của ngành CNST quốc gia.

2.2. Kết quả nghiên cứu

Từ số liệu của 8 ngành đó trong ma trận số liệu của bảng liên ngành I-O Việt Nam năm 2007 và áp dụng mô hình phân tích trong I-O qua cách tiếp cận tính GDP theo tổng giá trị gia tăng, ta thu được kết quả cụ thể như sau:

Bảng 1: **Mức đóng góp giá trị gia tăng của ngành CNST vào GDP quốc gia năm 2007**

Mã số	Ngành	Tổng giá trị gia tăng VA (100.000 VND)[5]	Giá trị gia tăng VA/GDP (%)	Giá trị xuất khẩu[6] (100.000 VND)
80	Đồ kim hoàn,..., trò chơi	2.803.419	0,256	5.966.429
105	Dịch vụ xuất bản	1.687.104	0,154	NA
106	Điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc.	192.127	0,0175	NA
107	Phát thanh, truyền hình	1.115.431	0,102	500.000
117	Dịch vụ kiến trúc và thiết kế	5.205.464	0,476	321.000
119	Dịch vụ quảng cáo	4.097.441	0,374	NA
133	Sáng tác, nghệ thuật và giải trí	2.160.698	0,197	224.282
135	Thể thao, vui chơi, giải trí	3.123.776	0,285	512.000
	Tổng giá trị gia tăng trong GDP	20.385.460	1,863	7.523.711

Nguồn: *Tính toán của tác giả dựa trên số liệu bảng cân đối liên ngành I-O năm 2007.*

Bảng 1 cho thấy trong năm 2007 mức đóng góp của ngành CNST vào GDP quốc gia là 1,863%. Trong đó, ngành có mức đóng góp cao nhất là dịch vụ kiến trúc, thiết kế (0,476%), dịch vụ quảng cáo (0,374%), thể thao, vui chơi, giải trí (0,285%) và đồ kim hoàn, trò chơi (0,256%). Giá trị xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ sáng tạo cao thuộc về nhóm ngành đồ kim hoàn,..., trò chơi; phát thanh, truyền hình. Có thể nói, mức đóng góp giá trị gia tăng gần 2% của ngành CNST trong tổng GDP quốc gia vẫn là con số hết sức khiêm tốn khi so sánh với mức đóng góp của các quốc gia khác trong khu vực như trong năm 2007 - 2008, ngành CNST cũng đóng góp 12% GDP Thái Lan; các số liệu tương ứng của Indonesia: 6,3%, của Hàn Quốc: 5,8%; Singapore: 5,6%; Philippines: 5%; và Hồng Kông: 4%. Vì vậy, mục tiêu gia tăng mức độ đóng góp của ngành công nghiệp này trong GDP là mục tiêu cần được chúng ta cụ thể hóa, xác lập và đưa ra những kế hoạch trong thời gian tới để hiện thực hóa mục tiêu đó.

[5] Số liệu từ bảng cân đối liên ngành I-O theo giá cơ bản.
[6] Số liệu từ bảng cân đối liên ngành I-O theo giá người sử dụng cuối cùng.

- ***Định lượng đóng góp của ngành CNST qua cơ cấu giá trị sản xuất***

Ta có thể tính được cơ cấu giá trị sản xuất của từng ngành trong tổng giá trị sản xuất như sau: Tỷ lệ % giá trị sản xuất từng ngành/tổng giá trị sản xuất

$$b = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^{n} X_i} * 100$$

Trong đó:

b: Tỷ lệ % giá trị sản xuất 1 ngành/tổng giá trị sản xuất

$\sum_{i=1}^{n} X_i$: Tổng giá trị sản xuất

X_i : Giá trị sản xuất của ngành i

Từ đó ta có thể tính được kết quả như sau:

Mã số	Ngành	Tỷ lệ (%)
80	Đồ kim hoàn, trò chơi	0,23
105	Dịch vụ xuất bản	0,19
106	Điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc.	0,017
107	Phát thanh, truyền hình	0,008
117	Dịch vụ kiến trúc	0,31
119	Dịch vụ quảng cáo	0,24
133	Sáng tác, nghệ thuật và giải trí	0,15
135	Thể thao, vui chơi, giải trí	0,20

Nguồn: *Tính toán của tác giả dựa trên số liệu bảng cân đối liên ngành I-O năm 2007.*

Như vậy, tỷ lệ của toàn bộ giá trị sản xuất 8 ngành trong tổng giá trị sản xuất của quốc gia là: 1,34%. Trong đó, có thể kể đến các ngành có tỷ lệ cơ cấu giá trị sản xuất cao như: quảng cáo, dịch vụ kiến trúc và thiết kế, đồ kim hoàn, trò chơi, đồ chơi... So sánh với cơ cấu một số nhóm ngành khác, ta có thể thấy rõ được vai trò to lớn của nhóm ngành CNST trong nền kinh tế quốc gia. Ví dụ, cơ cấu giá trị sản xuất của nhóm ngành "Gỗ tròn và các sản phẩm lâm nghiệp" là 0,51%, "Cá và các sản phẩm khác từ biển" là 2,88%, "Quặng kim loại và khoáng sản phi kim loại" là 4,71% thì ngành CNST thực sự là ngành tiềm năng để chúng ta chú trọng phát triển với việc sử dụng yếu tố đầu vào là sự sáng tạo thay thế vai trò cho các ngành nghề khác chỉ đơn thuần là việc khai thác nguồn nguyên nhiên liệu tự nhiên.

- ***Định lượng tác động lan tỏa của CNST sang các ngành kinh tế khác qua hệ số trung gian trực tiếp***

Mô hình I-O đã được sử dụng để đo lường tác động này. Các sản phẩm sáng tạo đầu ra của CNST đem lại những ảnh hưởng số nhân đến các ngành công nghiệp khác, là nhân tố đóng vai trò đầu vào, kích thích và bổ sung cho sự phát triển của công nghệ, sự cải tiến và thúc đẩy năng lực cạnh tranh của nền kinh tế.

Bảng 2: **Hệ số trung gian trực tiếp của các ngành CNST và các ngành sản xuất khác**

Mã số	Ngành (i)	Số lượng ngành sử dụng (j)	Các ngành có hệ số trung gian trực tiếp(a_{ij}) cao hơn so với các ngành khác
80	Đồ kim hoàn, trò chơi	Trung bình	Đồ kim hoàn (hệ số: 0,23207); Bán buôn và bán lẻ (0,00459); Giáo dục (0,00177); Sáng tác, nghệ thuật (0,00217)
105	Dịch vụ xuất bản	Cao	Dịch vụ xuất bản (0,0728); Thể thao, vui chơi, giải trí (0,02721); Sáng tác, nghệ thuật (0,00881)...
106	Điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc.	Trung bình	Điện ảnh (0,06483); Phát thanh (0,01253); Quảng cáo (0,00991); Dịch vụ tin học (0,00046)
107	Phát thanh, truyền hình	Trung bình	Điện ảnh (0,02624); Thể thao, giải trí (0,00764); Mô tô, xe máy (0,00054).
117	Dịch vụ kiến trúc	Trung bình	Xây dựng chuyên dụng (0,0385); Dịch vụ trụ sở văn phòng (0,11099); Dịch vụ kiến trúc (0,12986)
119	Dịch vụ quảng cáo	Rất cao	Đồ điện dân dụng (0,0215);Dịch vụ lao động (0,01585); Dịch vụ du lịch (0,03690); Thể thao, vui chơi, giải trí (0,01104)
133	Sáng tác, nghệ thuật và giải trí	Thấp	Sáng tác, nghệ thuật (0,10941); Dịch vụ chuyên môn và khoa học (0,01519); Điện ảnh, xuất bản âm nhạc (0,01283)
135	Thể thao, vui chơi, giải trí	Trung bình	Thể thao, giải trí (0,02242); Bưu chính và chuyển phát (0,00166); Điều hòa không khí, sản xuất nước đá (0,00042).

Nguồn: *Số liệu được tổng hợp từ bảng cân đối liên ngành I-O Việt Nam năm 2007.*

Mô hình I-O giải thích sự tác động liên ngành giữa các ngành CNST đến các ngành công nghiệp khác trong nền kinh tế thông qua chỉ số Input – Output (đầu vào – đầu ra) từ đó giúp cho chúng ta đánh giá được một cách khoa học và định lượng vai trò của các ngành này đến các ngành khác. Sản phẩm CNST là đầu vào cho các ngành công nghiệp khác sử dụng, chỉ số I-O càng cao thể hiện mức độ sử dụng sản phẩm CNST trong các ngành công nghiệp khác càng lớn. Từ chỉ số đó, ta có thể đánh giá tầm quan trọng của các ngành đối với nhau trong tổng thể chung như thế nào. Hệ số trung gian trực tiếp (a_{ij}) thể hiện để có một đơn vị giá trị sản phẩm ngành j thì ngành i (ngành CNST) phải cung cấp cho ngành này một lượng sản phẩm có giá trị là a_{ij}.

Qua *Bảng 2* cho thấy hệ số trung gian trực tiếp, có thể thấy rằng, hầu hết hệ số trung gian trực tiếp giữa nội bộ ngành CNST (yếu tố gia tăng đầu vào cho cùng ngành đó và cho các ngành khác thuộc CNST) đều rất cao. Ví dụ như ngành điện ảnh có chỉ số yếu tố gia tăng cao cho ngành điện ảnh, ngành quảng cáo... Điều đó chứng tỏ sự liên kết mang tính tuyến tính cao, tổ hợp giữa các ngành CNST. Thêm vào đó còn thể hiện được đặc tính đặc thù của ngành CNST đó là sự tái sử dụng yếu tố đầu vào sáng tạo.

- ***Đánh giá định lượng và lựa chọn nhóm ngành ưu tiên qua phân tích liên kết ngược (Backward linkages) và liên kết xuôi (Forward linkages)***

Phân tích liên kết ngược

Sau khi tổng hợp cộng gộp và tính toán bộ số liệu của các nhóm ngành phân tích và tổng thể 138 ngành (qua ma trận nghịch đảo Leontife) ta có kết quả như Bảng 3.

Qua bảng các chỉ số, ta có thể thấy một số nhóm ngành có chỉ số lan tỏa cao như đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn, nhạc cụ, dụng cụ thể dục, thể thao, đồ chơi, trò chơi (μ_j=0,889); Điện ảnh, truyền hình, ghi âm, và xuất bản âm nhạc (μ_j=0,726); Dịch vụ xuất bản (μ_j= 0,692); Sáng tác, nghệ thuật và giải trí (μ_j=0,725). Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng chỉ số lan tỏa của một ngành (nhóm ngành) càng cao sẽ đồng nghĩa với liên kết ngược càng lớn và ngành (nhóm ngành) đó càng phát triển sẽ dẫn đến mức tăng trưởng càng cao của toàn bộ nền kinh tế. Đây chính là cơ sở khoa học để trong chiến lược phát triển CNST ngắn hạn, chúng ta ưu tiên phát triển nhóm những ngành có chỉ số lan tỏa cao đó là nhóm ngành về điện ảnh, truyền hình, ghi âm, xuất bản âm nhạc; đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn, đồ chơi, trò chơi; sáng tác, nghệ thuật và giải trí. Tuy nhiên, hệ số liên kết ngược của các phân ngành đều nhỏ hơn 1, điều này phản ánh nền kinh tế còn chưa quy tụ nhiều yếu tố sáng tạo.

Bảng 3: **Chỉ số lan tỏa trong phân tích liên kết ngược của các nhóm ngành CNST**

Mã số	Ngành	$\sum_{i=1}^{n} r_{ij}$	μ_j
80	Đồ kim hoàn..., trò chơi	2,7997	0,889
105	Dịch vụ xuất bản	2,1876	0,692
106	Điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc.	2,2950	0,726
107	Phát thanh, truyền hình	1,8623	0,589
117	Dịch vụ kiến trúc	1,6403	0,519
119	Dịch vụ quảng cáo	1,5343	0,485
133	Sáng tác, nghệ thuật và giải trí	2,2917	0,725
135	Thể thao, vui chơi, giải trí	2,074	0,656

$$\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} r_{ij} = \frac{436,398}{138} = 3,1623$$

Phân tích liên kết xuôi

Chỉ số được tạo lập sau tính toán thể hiện qua *Bảng 4:*

Việc phân tích xuôi đã đánh giá mức độ quan trọng của một ngành (nhóm ngành) đóng vai trò là nguồn cung ứng sản phẩm vật chất và dịch vụ cho toàn bộ hệ thống sản xuất. Tỷ lệ này được coi là độ nhạy của nền kinh tế, độ nhạy của một ngành (nhóm ngành) càng cao thì tức là nhóm ngành đó càng có vai trò quan trọng, đóng vai trò là yếu tố đầu vào quan trọng cho sự tiêu dùng của các ngành khác. Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy, dịch vụ quảng cáo và dịch vụ kiến trúc, thiết kế là 2 nhóm ngành có chỉ số độ nhạy cao.

Bảng 4: **Chỉ số độ nhạy trong phân tích liên kết xuôi của các nhóm ngành CNST**

Mã số	Ngành	$\sum_{j=1}^{n} r_{ij}$	μ_i
80	Đồ kim hoàn..., trò chơi	1,4376	0,454
105	Dịch vụ xuất bản	1,1955	0,378
106	Điện ảnh, truyền hình, ghi âm và xuất bản âm nhạc.	1,1152	0,353
107	Phát thanh, truyền hình	1,1215	0,355
117	Dịch vụ kiến trúc, thiết kế	1,90511	0,602
119	Dịch vụ quảng cáo	1,9713	0,623
133	Sáng tác, nghệ thuật và giải trí	1,2097	0,383
135	Thể thao, vui chơi, giải trí	1,0689	0,338

$$\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{n} r_{ij} = \frac{436,398}{138} = 3,1623$$

3. Kết luận

- Nghiên cứu định lượng vai trò ngành CNST trong nền kinh tế Việt Nam, cho phép chúng ta rút ra những nhận xét quan trọng sau: *Thứ nhất,* CNST ở Việt Nam đã bước đầu thể hiện được vai trò kinh tế quan trọng của nó đối với nền kinh tế quốc gia, góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng hiện đại. Đặc biệt, qua phân tích mức đóng góp của ngành CNST vào GDP thì 4 nhóm ngành là Dịch vụ kiến trúc và thiết kế; Đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn, nhạc cụ, dụng cụ thể dục, thể thao, và đồ chơi, trò chơi; Dịch vụ quảng cáo và Nhóm ngành dịch vụ thể thao, vui chơi, giải trí đã có đóng góp lớn cho nền kinh tế. Thêm vào đó, các ngành có chỉ số cao qua phân tích ngược là 3 nhóm ngành Đồ kim hoàn..., trò chơi; Điện ảnh, truyền hình, ghi âm, và xuất bản âm nhạc; Sáng tác, nghệ thuật và giải trí và các ngành có chỉ số cao qua phân tích xuôi là 2 nhóm ngành Dịch vụ kiến trúc, thiết kế; Dịch vụ quảng cáo. Vậy căn cứ vào 3 cơ sở phân tích khoa học chặt chẽ nêu trên, 5 nhóm ngành

được đề xuất ưu tiên phát triển bao gồm: Đồ kim hoàn, đồ giả kim hoàn, nhạc cụ, dụng cụ thể dục, thể thao, đồ chơi, trò chơi; Điện ảnh, truyền hình, ghi âm, và xuất bản âm nhạc; Sáng tác, nghệ thuật và giải trí; Dịch vụ kiến trúc, thiết kế và Dịch vụ quảng cáo. *Thứ hai,* hệ số trung gian nội bộ giữa các nhóm phân ngành thuộc ngành CNST đã chứng tỏ sự liên kết mang tính tuyến tính cao, tổ hợp giữa các ngành CNST. Điều này cho thấy, sự tác động liên ngành giữa các nhóm phân ngành cao, do vậy trong quá trình phát triển CNST cần phải coi trọng đặc tính riêng này của ngành CNST, từ đó tăng cường phát triển mang tính liên kết cụm cao giữa các ngành CNST.

- Một số đề xuất giải pháp phát triển ngành CNST Việt Nam

Một là, tiến hành nghiên cứu, lập bản đồ cho ngành CNST. Sự thiếu hụt số liệu của ngành CNST ở Việt Nam đặt ra yêu cầu bức thiết trong việc thiết kế bản đồ CNST quốc gia. Bản đồ CNST có thể hiểu là một khung xếp loại các nhóm ngành công nghiệp, theo đó các nhóm ngành này được đính các mã số (codes) cụ thể và tuân theo những trình tự nhất định. Những mã số này sẽ liên kết nhằm tạo ra một mạng lưới mã số cố định để những người thu thập số liệu về các nhóm ngành này có thể dễ dàng theo dõi chúng (benchmarking). Ví dụ, tại Indonesia năm 2009, bản đồ CNST của họ gồm 14 mảng ngành nghề, trong đó có thời trang (chiếm 44%), thủ công mỹ nghệ (28%), quảng cáo (7%), xuất bản và in ấn (3,5%), kiến trúc (3,2%), là các ngành nghề đóng góp nhiều vào ngành CNST của họ.

Hai là, nâng cao năng lực sáng tạo quốc gia. Về cơ bản, cần tập trung giải quyết tốt 3 yếu tố trụ cột của CNST là: nguồn nhân lực sáng tạo; thị trường; và cơ sở hạ tầng. Cụ thể:

i) Để có một nguồn nhân lực sáng tạo tiềm năng, trước hết cần một nền giáo dục sáng tạo, biết kích thích và mở đường cho trí sáng tạo của người học, hướng vào việc tạo nên năng lực sáng tạo một cách có chủ ý bằng những phương pháp và những điều kiện sư phạm phù hợp. Một số gợi ý giải pháp như: Mở rộng hợp tác với các tổ chức đào tạo, giáo dục quốc tế để thu hút đào tạo, áp dụng các phương thức đào tạo tiên tiến về các ngành CNST chủ đạo: ngành quảng cáo, phần mềm, điện ảnh, âm nhạc, thiết kế thời trang, truyền thông, nghệ thuật biểu diễn...; Có chính sách ưu tiên cho những ngành học mang tính sáng tạo, trước hết là các ngành thiết kế, văn hóa nghệ thuật, truyền thông đa phương tiện...; Nâng cao chất lượng đội ngũ giảng viên.

ii) Để thúc đẩy thị trường CNST, trước tiên trong tình hình mới hiện nay, quản lý ngành CNST đòi hỏi phải có một hành lang pháp lý tạo thuận lợi và thúc đẩy quá trình sản xuất và tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ sáng tạo. Trước thực trạng ngành CNST của nước ngoài đang xâm nhập ngày càng nhiều vào thị trường Việt Nam, các doanh nghiệp phải nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm, mặt khác phải tăng cường các mối quan hệ với thị trường nước ngoài, tham gia sâu rộng các cuộc triển lãm quốc tế về CNST để liên tục đổi mới mình.

iii) Phát triển cơ sở hạ tầng cho ngành CNST đòi hỏi phải có sự quan tâm rất lớn từ phía nhà nước, từ đó sẽ có chiến lược và việc làm cụ thể để phát triển cơ sở hạ tầng cho ngành CNST. Một số gợi ý giải pháp phát triển cơ sở hạ tầng cho ngành CNST như: Đảm bảo và thực thi quyền sở hữu trí tuệ, tạo ra hành lang pháp lý và quy phạm hóa thị trường CNST cho các doanh nghiệp trong ngành CNST; Thành lập một cơ quan thống nhất quản lý nhà nước về CNST, trong đó thực hiện chức năng xây dựng văn bản pháp quy, tư vấn chính sách, quản lý việc thực thi chính sách về các ngành CNST, nhằm đẩy mạnh công tác sở hữu trí tuệ và thực thi quyền tác giả. Bên cạnh đó, qua đặc điểm ngành CNST và phân tích mô hình I-O trên đây cho thấy hầu hết hệ số trung gian trực tiếp giữa nội bộ ngành công nghiệp này (yếu tố gia tăng đầu vào cho cùng ngành đó và cho các ngành khác thuộc CNST) đều rất cao. Do vậy, việc phát triển theo mô hình cụm ngành CNST[7] sẽ tối ưu hóa hiệu quả kinh tế. Điều này được minh chứng rõ ràng qua mô hình phát triển cụm CNST của Trung Quốc[8].

Ba là, lựa chọn những ngành công nghiệp có khả năng tạo giá trị gia tăng cao để tập trung đầu tư phát triển. Dựa vào kết quả phân tích Bảng cân đối liên ngành I-O ở phần trên, xác định được mức đóng góp giá trị gia tăng của từng phân ngành, phân tích "liên kết ngược" và "liên kết xuôi", có tính đến xu hướng phát triển CNST của thế giới cùng những cơ hội và thách thức đối với các ngành CNST Việt Nam, bài viết đã đề xuất 5 nhóm ngành cần ưu tiên phát triển.

*

* *

Để có được những thành công trong phát triển ngành CNST, đòi hỏi Nhà nước phải có sự đầu tư thỏa đáng về tài chính, có sự quản lý chặt chẽ, linh hoạt đồng thời nâng cao nhận thức cộng đồng về tầm quan trọng của ngành CNST đến sự phát triển kinh tế - xã hội quốc gia. Chính từ sự hình thành nhận thức về tầm quan trọng của ngành CNST sẽ đem lại những định hướng thiết thực, đúng đắn để phát triển ngành CNST thông qua một hệ giải pháp tiếp nối như phát triển cơ sở hạ tầng cho ngành CNST, nâng cao chất lượng, số lượng và bồi dưỡng nguồn nhân lực sáng tạo và đảm bảo tính minh mạch, thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong thị trường CNST♦

[7] Phát triển cụm ngành là một trong những giải pháp cấp thiết Việt Nam cần đẩy mạnh mà Micheal Porter – Giáo sư Đại Học Harvard – đã khẳng định trong Báo cáo cạnh tranh Việt Nam năm 2010.

[8] Zhang, Jincheng (2008), Sđd, p. 32.

Tài liệu tham khảo :

1. Bùi Bá Cường, Bùi Trinh, Dương Mạnh Hùng (2004): *Phương pháp phân tích kinh tế và môi trường thông qua mô hình Input-Output*, NXB. Thống kê, Hà Nội.
2. Howkins, John (2001): *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, Penguin, London.
3. Kozbelt, Aaron (2011): "Theories of Creativity", *Encyclopedia of Creativity*, San Diego: Academic Press, 2(2), pp. 473 - 479.
4. Lương Hồng Quang (2010): *Đánh giá thực trạng và việc xây dựng các khuôn khổ chính sách cho sự phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam*, Báo cáo thuộc Dự án Phát triển Chính sách Văn hóa, Bộ Văn Hóa Thể Thao và Du Lịch, Hà Nội.
5. Richard Florida (2002): *The Rise Of The Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community And Everyday Life*, Basic Books, New York.
6. Toh Mun Heng, Adrian Choo, Terence Ho (2003): *Economic Contributions of Singapore's Creative Industries*, Report of Singapore Ministry of Trade and Industry, Singapore.
7. United Nations (1999*): Handbook of Input – Output table compilation and analysis*, Published by United Nations, New York.
8. United Nations (2008): *Creative Industries and Development*, Report at United Nations Conference on Trade and Development, Sao Paulo.
9. Zhang, Jincheng (2008): *China Creative Industries Development Report 2008*, China Economic Publishing House, Beijing, pp. 32 - 72.