

### **Phụ lục 3**

**Chính sách phát triển du lịch và công nghiệp văn hóa đáp ứng yêu cầu  
chủ động tham gia Cách mạng công nghiệp lần thứ tư của Việt Nam**  
(Ban hành theo Công văn số /BVHTTDL-KHCNMT ngày tháng 5 năm 2018  
của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch)

#### **1. Tổng quan**

##### **1.1. Cơ sở lý luận về chính sách huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cuộc CMCN lần thứ tư trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch**

1.1.1. Khái niệm chính sách huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch

Chính sách đầu tư là hệ thống những biện pháp sử dụng các công cụ và đòn bẩy kinh tế tác động vào những hoạt động đầu tư của các chủ thể kinh tế nhằm định hướng chúng theo chiến lược định trước.

Chính sách huy động (khuyến khích) đầu tư là bộ phận của chính sách đầu tư nhằm khuyến khích, thúc đẩy đầu tư tùy theo các mục đích của tác động chính sách. Để huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính bên trong và bên ngoài quốc gia nhằm thực hiện mục tiêu kinh tế xã hội, Nhà nước sử dụng các biện pháp, cách thức, công cụ như thuế, chi ngân sách... Hệ thống các biện pháp công cụ đó là chính sách tài chính.

Chính sách huy động nguồn lực tài chính là chính sách mang tính tổng hợp bao gồm chính sách huy động nguồn lực vào ngân sách nhà nước (chính sách thu thông qua thuế, phí), chính sách chi ngân sách, chính sách tài chính doanh nghiệp, chính sách tài chính dân cư, chính sách tài chính đối ngoại. Đối tượng chịu tác động của chính sách tài chính rất rộng, bao gồm tất cả các chủ thể trong hệ thống kinh tế xã hội.

Như vậy, chính sách huy động tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch được hiểu là hệ thống các biện pháp, cách thức, công cụ mà Nhà nước sử dụng để thu hút vốn từ các nguồn lực tài chính trong và ngoài nước nhằm thúc đẩy việc thực hiện ứng dụng Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch bao gồm việc ứng dụng các công nghệ kỹ thuật số, vật lý và sinh học để tạo ra các sản phẩm trong lĩnh vực du lịch, thể dục thể thao, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, di sản văn hóa và thư viện.

1.1.2. Đặc điểm chính sách huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch

- Chủ thể của chính sách huy động tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình là Nhà nước. Khách thể của chính sách gồm cộng đồng văn hóa (nhóm nghiên cứu văn hóa, nhóm sáng tác và phê bình, nhóm giữ gìn các hiện vật văn hóa, nhóm đào tạo tài năng và nghề nghiệp, nhóm biểu diễn và trưng bày), cộng đồng doanh nghiệp kinh doanh du lịch, các thiết chế thể thao, cộng đồng công chúng (các tầng lớp dân cư, nhóm dân cư hay toàn thể cộng đồng dân cư, du khách nước ngoài).

- Đối tượng của chính sách huy động tài chính là những vấn đề nảy sinh trong quá trình thu hút nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình.

- Mục tiêu của chính sách huy động tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch là việc thu hút các nguồn lực tài chính nhằm đảm bảo việc thực hiện các đường lối chủ trương của Đảng, luật pháp của Nhà nước về quản lý và phát triển lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch theo hướng ứng dụng các công nghệ của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0.

- Hình thức của chính sách huy động tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình hầu hết đều thể hiện dưới hình thức văn bản quy phạm pháp luật của các cơ quan Nhà nước (các Nghị định, Quyết định, Chỉ thị của Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ; Thông tư, Thông tư liên tịch, Quyết định, Chỉ thị của Bộ VHTTDL và các Bộ, ngành khác có liên quan khác). Đồng thời cũng được thực hiện thông qua hình thức các Đề án, Dự án hoặc Chương trình mục tiêu.

- Phạm vi của chính sách huy động tài chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình bao gồm một số bộ phận cấu thành như sau.

Thứ nhất, quản lý ngân sách nhà nước: chính sách đầu tư tài chính trong lĩnh vực cần quản lý sự vận động của các nguồn tài chính gắn liền với quá trình tạo lập, phân bổ, sử dụng quỹ tiền tệ ngân sách phù hợp với các quy định nhằm thực hiện các chức năng quản lý của Nhà nước.

Thứ hai, quản lý các quỹ tài chính khác của nhà nước: ở nước ta hiện nay đã hình thành một số quỹ tài chính Nhà nước, trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình là các quỹ hỗ trợ phát triển, chương trình mục tiêu. Mỗi quỹ tài chính hoặc chương trình được quản lý thông qua các quy trình riêng biệt, có thể khác với quy trình quản lý ngân sách Nhà nước thông thường, qua đó tạo ra sự linh hoạt trong quyết định chi tiêu của Nhà nước. Nguồn hình thành chủ yếu của các quỹ tài chính nhà nước thường từ ngân sách Nhà nước hoặc sự kết hợp nguồn vốn từ ngân sách Nhà nước và huy động đóng góp của các tổ chức cá nhân. Việc sử dụng quỹ tài chính/chương trình để đầu tư hoặc vận hành các thiết chế đặc thù như thiết chế

văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình cần có nhưng quy định cụ thể chuyên biệt bên cạnh những quy định chung.

Thứ ba, quản lý đầu tư phát triển nguồn nhân lực: Bên cạnh việc quản lý nguồn vốn, tài sản vật chất, chính sách đầu tư tài chính còn điều chỉnh những quy định liên quan trực tiếp đến phát triển nguồn nhân lực của ngành để đảm bảo nguồn nhân lực chất lượng cao đủ khả năng ứng dụng tri thức công nghệ cao.

1.1.3. Vai trò chính sách huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch

Lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình là lĩnh vực được nhà nước quan tâm đầu tư phát triển nhằm mục tiêu xây dựng một nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc, nâng cao đời sống tinh thần, vật chất của người dân. Chính sách Nhà nước, đặc biệt là chính sách huy động đầu tư tài chính, có vai trò rất quan trọng trong việc thực hiện định hướng trên vì nó giúp tạo lập và duy trì các điều kiện vật chất thuận lợi để các cá nhân, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình sáng tạo và thực hiện giá trị, góp phần ứng dụng các thành tựu của Cách mạng công nghiệp lần thứ 4 (4.0) theo chủ trương của Đảng và Nhà nước.

*Chính sách đầu tư, tài chính hỗ trợ, phát triển các công nghệ ứng dụng trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình:* Đầu tư kinh phí cho lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình chủ yếu từ hai nguồn: nguồn đầu tư từ phía Nhà nước, từ các tổ chức kinh tế xã hội và tư nhân. Đối với nguồn đầu tư từ ngân sách nhà nước: chính sách đầu tư tài chính có vai trò quản lý, điều tiết các hoạt động sử dụng ngân sách nhà nước. Chính sách đầu tư tài chính đưa ra những khuôn khổ pháp lý để các hoạt động trong lĩnh vực tuân theo các quy định về phân cấp ngân sách và theo định hướng đầu tư phát triển của Nhà nước. Đối với nguồn đầu tư chỉ một phần từ ngân sách, chính sách đầu tư, tài chính đảm bảo sự quản lý, can thiệp, định hướng của nhà nước bằng tiền và bằng luật ở một mức độ nhất định. Còn đối với các nguồn đầu tư không từ ngân sách như nguồn vốn tư nhân, nguồn vốn xã hội hóa thì chính sách đầu tư, tài chính chủ yếu mang tính quản lý chung bằng pháp luật và mang tính định hướng.

*Chính sách đầu tư, tài chính phát triển nguồn nhân lực:* Trong các nguồn lực để phát triển thì nguồn lực con người là quan trọng nhất, có tính chất quyết định. Nhân lực văn hóa, thể thao là những chủ thể vừa sáng tạo và vừa thực hiện những giá trị. Do lĩnh vực hoạt động rộng, bao gồm cả những hoạt động thiên về sáng tạo giá trị tinh thần như văn học, mỹ thuật đến những hoạt động mang tính thể lực cao như thể thao, và cả những hoạt động mang tính kinh doanh giải trí như du lịch, nên nhân lực trong lĩnh vực này rất đa dạng, bao gồm nhà văn nghệ sỹ, nhà phê bình, diễn viên, vận động viên, huấn luyện viên, hướng dẫn viên, nhà quản lý... Tính chất đặc biệt của đội ngũ nhân lực của ngành thể hiện ở tính sáng tạo và dấu ấn cá nhân cao. Điều này khiến các chính sách quản lý nhân lực trong ngành cũng phải

linh hoạt và có tính đặc thù cao. Trong đó chính sách đầu tư, tài chính theo định hướng của Đảng và Nhà nước có vai trò quan trọng trong việc nuôi dưỡng và phát triển nhân lực của ngành, đặc biệt là việc phát triển đội ngũ nhân lực có trình độ học vấn và chuyên môn cao, đảm bảo khả năng ứng dụng và triển khai các sản phẩm công nghệ cao. Bằng việc ban hành những chế độ chính sách đãi ngộ đã tạo điều kiện cho các cá nhân chuyên tâm phát triển tài năng của mình. Đồng thời chính sách đầu tư, tài chính có vai trò cơ bản nhất trong việc xây dựng điều kiện vật chất, trang thiết bị để hỗ trợ các cá nhân có điều kiện hơn để hiện thực hóa khả năng.

## ***1.2. Tình hình quốc tế***

### ***1.2.1. Về du lịch***

Tổ chức Du lịch thế giới đã tiến hành nghiên cứu đánh giá vai trò của các dịch vụ du lịch dựa trên kết nối, chia sẻ cá nhân trên nền tảng số, nhất là đối với 5 lĩnh vực: thông tin và marketing du lịch (ví dụ thông qua TripAdvisor), lưu trú (ví dụ thông qua Airbnb), giao thông (ví dụ thông qua Uber hoặc BlaBlaCar), ăn uống (ví dụ thông qua EatWith) và các hoạt động khác (ví dụ thông qua ToursByLocals) (World Tourism Organization, 2017).

*Về tầm quan trọng của các lĩnh vực dịch vụ số*, trong 5 lĩnh vực, dịch vụ thông tin như TripAdvisor hoặc Yelp được coi là quan trọng nhất với hơn 80% đánh giá “quan trọng” hoặc “rất quan trọng; tiếp theo là dịch vụ lưu trú với 67% lựa chọn “quan trọng” hoặc “rất quan trọng”; thứ 3 là “giao thông với 44% lựa chọn “quan trọng” hoặc “rất quan trọng”. Ăn uống và các hoạt động khác được coi là không thực sự quan trọng với ít hơn 1/3 số người trả lời lựa chọn.

*Về tác động của các lĩnh vực dịch vụ số*, nhìn chung tác động của các dịch vụ số được cho là tích cực đối với tất cả các lĩnh vực. Tác động tích cực nhất là đối với lĩnh vực thông tin và marketing du lịch với 82% lựa chọn “tích cực hơn” trong khi chỉ 3% lựa chọn “tiêu cực hơn”; tiếp theo là lĩnh vực giao thông với 47% lựa chọn “tích cực hơn”, 6% lựa chọn “tiêu cực hơn”. Đối với các hoạt động khác, hơn 40% lựa chọn “tích cực hơn”, chỉ 3% lựa chọn “tiêu cực hơn”, tuy nhiên có đến 40% không xác định được rõ lựa chọn của mình.

Lĩnh vực lưu trú gây nhiều tranh cãi nhất theo kết quả điều tra: Tỷ lệ trả lời tiêu cực nhiều hơn cao nhất (16%). Điều này thể hiện sự tranh cãi gay gắt về tác động của dịch vụ du lịch mới này đến lĩnh vực lưu trú. Lĩnh vực ăn uống với nghĩa là trải nghiệm ăn uống tại các gia đình cho thấy sự cân bằng tích cực với tỷ lệ đánh giá tích cực hơn thấp nhất 36% (nhưng vẫn cao hơn tiêu cực). Đối với các hoạt động khác, khoảng 40% không xác định được câu trả lời chủ yếu vì chưa có thực tế tại điểm đến.

*Về triển vọng của các lĩnh vực dịch vụ số*, đa số đồng ý về tầm quan trọng ngày càng tăng của các dịch vụ trong 5-10 năm tới, trong đó 40%-50% kỳ vọng các dịch vụ này sẽ “quan trọng hơn” và đến 50% đánh giá sẽ “quan trọng hơn rất

nhiều”. Đánh giá ít quan trọng hơn chỉ từ 3% trở xuống trong khi khoảng 9%-17% kỳ vọng sẽ không thay đổi hoặc không thể đưa ra câu trả lời.

Đối với chung tất cả 5 lĩnh vực, trên 80% đánh giá “quan trọng hơn” hoặc “quan trọng hơn rất nhiều”. Đối với lĩnh vực thông tin và marketing, lưu trú và giao thông, tỉ lệ tương ứng là 90%, 89% và 88%. Các lĩnh vực này đang biến chuyển mạnh mẽ và kỳ vọng sẽ quan trọng hơn trong tương lai. Mặc dù ăn uống và các hoạt động khác đang được coi là “không quan trọng” ở thời điểm hiện tại, tỷ lệ lần lượt là 81% và 83% đánh giá các lĩnh vực này sẽ “quan trọng hơn” trong tương lai. Đáng lưu ý, những ý kiến thuộc khu vực chính quyền và tổ chức du lịch có xu hướng kỳ vọng thấp nhất về sự thay đổi trong tương lai đối với tất cả 5 lĩnh vực dịch vụ.

### 1.2.2. Về công nghiệp văn hóa

#### a) Anh Quốc

Năm 2007, Chính phủ Anh đã xác định danh mục các ngành công nghiệp văn hóa gồm 11 lĩnh vực: Quảng cáo; Kiến trúc; Thị trường nghệ thuật và đồ cổ; Thủ công; Thiết kế; Thiết kế thời trang; Phim, Video và Nhiếp ảnh; Âm nhạc, Nghệ thuật thị giác và Nghệ thuật biểu diễn; Xuất bản; Phần mềm, các trò chơi máy tính và xuất bản điện tử; Truyền hình và phát thanh. Nước Anh đã tiến hành khảo sát và lập bản đồ các ngành công nghiệp văn hóa để xác định các ngành cụ thể. Đồng thời xác định các ngành công nghiệp văn hóa luôn có mối quan hệ chặt chẽ với nhau (ví dụ: Thời trang có thể liên quan chặt chẽ với quảng cáo hay truyền hình).

Năm 2014, theo báo cáo của Special Unit for South-South Cooperation UNDP, đây là một trong những ngành công nghiệp mũi nhọn đóng góp 8,6% vào GDP của nước Anh. Bốn mục tiêu trọng điểm phát triển công nghiệp văn hóa là: Khuyến khích hưởng thụ rộng rãi hơn về văn hóa, truyền thông và thể thao; Hỗ trợ tài năng xuất sắc trong văn hóa, truyền thông và thể thao; Tăng cường lợi ích kinh tế; Cung cấp điển hình thành công và truyền cảm hứng Olympic và Paralympic với một di sản bền vững. Do vậy, hơn 95% ngân sách của Bộ Văn hóa, Truyền Thông và Thể Thao được phân bổ cho các cơ quan như: Hội đồng Nghệ thuật Anh, Cục Di sản, Bảo tàng và thư viện, Hội đồng Lưu trữ (MLA) và Thể thao Anh.

Ở Anh, vai trò của Nhà nước và các tổ chức, cá nhân trong phát triển công nghiệp văn hóa được xác định rõ, trong đó Nhà nước đóng vai trò định hướng, dẫn dắt thông qua chính sách hỗ trợ và đầu tư cơ sở vật chất có trọng tâm, trọng điểm, các tổ chức, tư nhân làm những phần việc còn lại. Đầu tư cho công nghiệp văn hóa là một hình thức đầu tư mạo hiểm. Kinh nghiệm của nước Anh là Nhà nước muốn thành công thì phải tạo điều kiện hỗ trợ từ ngân sách hoặc qua chính sách thuế... để kích cầu công nghiệp sáng tạo nhưng không được kiểm soát sự phát triển sáng tạo.

Các chính sách phát triển công nghiệp văn hóa ở Anh tập trung vào những vấn đề chung, xuyên suốt của các phân ngành cụ thể như phát triển tài năng sáng

tạo, môi trường pháp lý, cơ sở hạ tầng, doanh nghiệp sáng tạo, phát triển khán giả, thị trường, bảo vệ quyền tác giả, quyền liên quan.

Hoạt động bảo vệ bản quyền đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển các ngành công nghiệp văn hóa ở Anh. Ngoài vấn đề hoàn thiện cơ chế chính sách, pháp luật liên quan, có nhiều tổ chức quản lý tập thể thu tiền bản quyền trong các lĩnh vực khác nhau. Các tổ chức này do các đơn vị ngoài Nhà nước đứng ra quản lý và điều hành. Nhiều tổ chức cùng hoạt động sẽ tạo ra sự cạnh tranh, tạo thêm sự lựa chọn cho nghệ sĩ trong lĩnh vực này.

#### b) Hàn Quốc

Theo Luật Xúc tiến công nghiệp văn hóa năm 1999 của Hàn Quốc, phạm vi công nghiệp văn hóa bao gồm nghệ thuật nghe nhìn, game (trò chơi máy tính), âm nhạc, phát thanh truyền hình, quảng cáo, xuất bản, thiết kế, nghề thủ công, phim đặc tả nhân vật, mỹ thuật, video, phim, hoạt hình, các nội dung số hóa. Phòng Chính sách công nghiệp văn hóa của Viện Chính sách Văn hóa và Du lịch Hàn Quốc định nghĩa công nghiệp văn hóa là: “Công nghiệp dịch vụ có liên quan đến phát triển, sản xuất, chế tác, phân phối và tiêu thụ các nội dung văn hóa”.

Theo số liệu của Viện Chính sách Văn hóa và Du lịch Hàn Quốc, tỉ lệ tăng trưởng hàng năm của công nghiệp văn hóa Hàn Quốc khoảng 10% (năm 2005). Bộ Văn hóa và Du lịch Hàn Quốc ước tính quy mô xuất khẩu công nghiệp văn hóa năm 2001 đạt 328 triệu USD, chiếm 0,2% tổng kim ngạch xuất khẩu. Công nghiệp phim hoạt hình đạt tới 270 triệu USD, chiếm 0,4% thị trường thế giới. Năm 2005, ở Hàn Quốc có 200 công ty hoạt động trong ngành sản xuất phim hoạt hình, thu hút 15000 nhân công.

Ở Hàn Quốc, Tổng cục Công nghiệp Văn hóa được thành lập trực thuộc Bộ Văn hóa và Du lịch bao gồm 6 cục khác nhau là Cục Công nghiệp văn hóa, Cục Xuất bản và Báo chí, Cục Truyền hình Phát thanh và Quảng cáo, Cục Phim và Video, Cục Truyền thông tương tác và Cục Xúc tiến nội dung văn hóa. Năm 1999, Đạo luật Xúc tiến công nghiệp văn hóa được ban hành và được bổ sung vào năm 2002. Chính sách xúc tiến công nghiệp văn hóa còn thúc đẩy, hỗ trợ cho công nghệ cao và kỹ thuật thông tin.

Để phát triển được các ngành công nghiệp văn hóa như điện ảnh, chính phủ Hàn Quốc có những chính sách đồng bộ về ưu đãi thuế, đào tạo nguồn nhân lực, thúc đẩy môi trường kinh doanh.

#### c) Nhật Bản

Theo Hệ thống phân loại công nghiệp tiêu chuẩn - Japan Standard Industrial Classification JSIC Nhật Bản năm 2007, các ngành công nghiệp văn hóa của Nhật Bản bao gồm: Quảng cáo; Thiết kế kiến trúc; Thủ công, nghệ thuật, đồ cổ và văn hóa truyền thống; Thiết kế; Phim, video và nhiếp ảnh; Âm nhạc; Nghệ thuật biểu diễn; Nghệ sĩ, học giả và các tổ chức văn hóa; Xuất bản; Phần mềm vi tính; Truyền hình và truyền thanh.

Kể từ những năm 2006, ngành công nghiệp văn hóa của Nhật Bản đã có tới 250.000 đơn vị kinh doanh sáng tạo và khoảng 2,19 triệu nhân lực làm việc cho lĩnh vực này, theo thứ tự chiếm 4,4% và 4,0% trên tổng số các đơn vị công nghiệp và lao động ngành công nghiệp của toàn nước Nhật (số liệu của Tổng điều tra Doanh nghiệp và đăng ký kinh doanh năm 2006 của Nhật Bản) . Theo số liệu của Điều tra cơ bản về cấu trúc và hoạt động của doanh nghiệp Nhật Bản năm 2012 và Tổng điều tra kinh tế đối với các hoạt động kinh doanh 2012 ở Nhật Bản của Bộ Kinh Tế, Thương Mại và Công Nghiệp Nhật Bản (METI), năm 2010, tổng doanh thu của ngành công nghiệp sáng tạo vào khoảng 396,5 triệu USD. Vào năm 2011, ngành công nghiệp sáng tạo Nhật Bản đạt doanh thu bán hàng (386 triệu USD, chiếm 6,6% doanh thu toàn ngành công nghiệp cả nước và đóng góp của công nghiệp văn hóa dịch vụ lớn hơn nhiều so với công nghiệp sáng tạo sản xuất, vốn là xu hướng chủ đạo trong phát triển ngành này ở Nhật trong nhiều năm qua. Năm 2010, số người lao động trong các ngành công nghiệp sáng tạo của Nhật Bản chiếm tới 4,2% tổng số lao động toàn quốc.

Chính phủ Nhật Bản trong nhiều năm qua luôn coi trọng sở hữu trí tuệ. Ở giai đoạn đầu của sự phát triển công nghiệp sáng tạo, Chính phủ Nhật Bản tập trung vào các ngành công nghiệp (phim ảnh, âm nhạc, phần mềm trò chơi và hoạt hình) nên Bộ Kinh Tế, Thương Mại Và Công Nghiệp Nhật Bản (METI), Bộ Giáo Dục, KH&CN, Văn Hóa, Thể Thao (MEXT) và các cơ quan có liên quan đặt vấn đề bảo vệ bản quyền, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là nền tảng và cốt lõi cho sự phát triển của ngành này. Ở Nhật Bản, ngay từ cấp tiểu học, học sinh đã được giảng dạy về các vấn đề liên quan tới bản quyền một cách đơn giản, sinh động và hiệu quả. Bên cạnh việc nâng cao nhận thức của người dân Nhật Bản, Văn phòng Bản quyền Nhật Bản còn chú trọng hợp tác quốc tế với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới để hỗ trợ củng cố hệ thống bản quyền quốc gia của nước đó, động viên khuyến khích cá nhân sáng tạo và phát triển các hoạt động sáng tạo văn hóa ở các nước này, phát triển hệ thống bảo vệ bản quyền ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương và xúc tiến các hoạt động trao đổi văn hóa quốc tế.

Một số sáng kiến khác đã hỗ trợ hiệu quả cho việc phát triển ngành công nghiệp văn hóa ở Nhật Bản bao gồm:

- Hợp tác chặt chẽ liên ngành giữa các Bộ, ban ngành (du lịch, văn hóa, kinh tế, thương mại,...) cũng là một trong những yếu tố khiến cho nhiều chiến lược, chương trình quốc gia về công nghiệp nội dung, công nghiệp sáng tạo của Nhật Bản có thể thành công.

- Mối liên hệ giữa di sản văn hóa với phát triển du lịch và phát triển công nghiệp sáng tạo: Việc bảo tồn di sản văn hóa được gắn kết chặt chẽ không chỉ với phát triển du lịch văn hóa mà còn là tài nguyên có khả năng khai thác, tái tạo cho các hoạt động của nhiều lĩnh vực công nghiệp sáng tạo như thời trang, thiết kế, kiến trúc, nghệ thuật biểu diễn, nghệ thuật thị giác...

- Phát triển công nghiệp sáng tạo không mang tính đồng nhất giữa các khu vực, địa phương hay thành phố trong một quốc gia mà cần dựa vào đặc trưng và thế mạnh sáng tạo cũng như tài nguyên văn hóa của từng vùng.

#### d) Singapore

Các ngành học mang tính sáng tạo được chính phủ Singapore xác định là một động lực quan trọng cho sự phát triển của đất nước trong nền kinh tế mới. Theo ước tính năm 2000, nguồn lợi mà ngành công nghiệp sáng tạo mang lại cho Singapore vào khoảng 2,8 - 3,2% tổng sản phẩm quốc nội. Đây là con số thấp hơn so với Mỹ (7,5%), Anh (5%) và Úc (3,3%).

Bên cạnh đó, Singapore còn được biết đến là nơi có môi trường giáo dục tiên tiến, hiện đại. Với nền tảng giáo dục vững chắc cộng với sự đầu tư của các trường nổi tiếng trên thế giới vào hệ thống giáo dục Singapore nói chung và ngành sáng tạo nói riêng, Singapore đã phát triển phương thức giáo dục được đánh giá cao về tính khoa học và tổ chức tốt với triết lý: Đào tạo luôn đi đôi với nhu cầu của thị trường. Các chương trình đào tạo về sáng tạo nghệ thuật rất đa dạng và phong phú. Với chiến lược tìm kiếm các nhân viên trẻ, năng động và sáng tạo của các tập đoàn, các sinh viên tốt nghiệp tại Singapore, đặc biệt là trong ngành công nghiệp sáng tạo luôn có một cơ hội việc làm rất lớn ngay tại quốc đảo, nhờ có sự hợp tác thường xuyên và ngày càng chặt chẽ giữa các trường học và doanh nghiệp.

#### e) Trung Quốc

Từ năm 2012 đến nay, Trung Quốc triển khai các chính sách trọng điểm nhằm phát triển công nghiệp văn hóa, kích thích sáng tạo văn hóa, hình thành các giá trị từ đó từng bước xác lập vị thế nước lớn văn hóa trên phạm vi toàn cầu. Theo thông báo của Bộ Tài chính Trung Quốc, năm 2013, nguồn vốn cung cấp cho quỹ hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa đạt 4,8 tỷ NDT, tăng 41,18% so với năm 2012. Tính đến nay, tổng nguồn vốn của Chính phủ đầu tư cho các quỹ này đã đạt mức 14,2 tỷ NDT. Đây chính là nguồn lực quan trọng để Trung Quốc đẩy mạnh việc đầu tư nghiên cứu điều chỉnh kết cấu văn hóa, hợp lý hóa bố cục phát triển ngành nghề văn hóa. Sự đầu tư mạnh mẽ của nguồn vốn trong và ngoài nước, sự đa dạng hóa các nhóm ngành nghề văn hóa đã tạo nên những đóng góp quan trọng vào GDP của Trung Quốc. Năm 2014, nhóm ngành nghề này đã đóng góp 3,76 vào GDP.

Năm 2012, Văn kiện Đại hội XVIII của ĐCS Trung Quốc xác định trong giai đoạn tiếp theo sẽ tập trung phát triển khả năng sáng tạo của công nghiệp văn hóa để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế và thúc đẩy hiện thực hóa chiến lược biến Trung Quốc thành cường quốc văn hóa XHCN trong lộ trình thực hiện mục tiêu hiện thực hóa “giấc mộng Trung Hoa”. Để đáp ứng mục tiêu này, các giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa được tập trung vào các phương diện chính sau:

Thứ nhất, hướng phát triển công nghiệp văn hóa vào việc xây dựng môi trường phát triển văn hóa có lợi cho đổi mới, sáng tạo chính là phải từng bước



hoàn thiện môi trường thị trường, môi trường pháp luật và môi trường chính sách phát triển văn hóa. Trong đó, trọng tâm cải cách tập trung vào 3 điểm: (1) Tiếp tục đi sâu cải cách doanh nghiệp văn hóa và đơn vị sự nghiệp văn hóa nhà nước; (2) Xác lập và tôn trọng địa vị chủ thể trong phát triển văn hóa của quần chúng nhân dân, thực hiện quyền sáng tạo văn hóa của quần chúng nhân dân, thông qua con đường tạo sân chơi văn hóa rộng rãi cho người dân, tăng cường sức sáng tạo văn hóa của người làm công tác văn hóa chuyên nghiệp và không chuyên; (3) Mở rộng khả năng gia nhập thị trường văn hóa, thực hiện ưu đãi quốc dân cho đơn vị văn hóa tư nhân, tạo điều kiện chế độ để đơn vị tư nhân trong lĩnh vực phi văn hóa bước vào lĩnh vực văn hóa, đồng thời ủng hộ và khuyến khích doanh nghiệp văn hóa tư nhân phát triển.

Thứ hai, tiếp tục đặt trọng tâm vào cải cách doanh nghiệp nhà nước. Một mặt, Trung Quốc tập trung vào việc tái tạo chủ thể thị trường văn hóa, thúc đẩy xây dựng chế độ doanh nghiệp hiện đại, nâng cao thực lực và sức cạnh tranh của doanh nghiệp văn hóa. Mặt khác, đi sâu cải cách chế độ nhân sự và phân phối thu nhập của cơ sở sự nghiệp văn hóa mang tính công ích nhằm phát huy tối đa hiệu quả xã hội.

Đối với chính sách xuất khẩu công nghiệp văn hóa được tập trung ở những phương diện sau:

- Hỗ trợ có trọng điểm: Tăng cường hỗ trợ trên các phương diện như thiết kế, phiên dịch, phối âm, mở rộng thị trường. Khuyến khích các doanh nghiệp văn hóa sử dụng các hình thức giao dịch mới như thương mại điện tử để khai thác thị trường quốc tế. Hỗ trợ các doanh nghiệp văn hóa tích cực tiếp thu kỹ thuật tiên tiến quốc tế, nâng cao năng lực tiếp nhận và tái sáng tạo.

- Tăng cường hỗ trợ về thuế: Áp dụng mức thu 0% thuế giá trị gia tăng cho các sản phẩm xuất khẩu trọng điểm; miễn thuế kinh doanh đối với các ngành xuất khẩu dịch vụ trọng điểm, từng bước thực hiện thí điểm cải cách từ thuế kinh doanh sang thuế giá trị gia tăng đối với ngành dịch vụ văn hóa và thực hiện thuế suất 0% hoặc miễn thuế cho các doanh nghiệp dịch vụ văn hóa đã chuyển vào khu vực trung thu thuế GTGT.

- Đẩy mạnh dịch vụ tài chính: Phát hành trái phiếu doanh nghiệp, kết hợp vốn vay của doanh nghiệp phi tài chính để tiến hành dung hợp và lưu thông nguồn vốn của mình; cổ vũ các doanh nghiệp văn hóa có nhu cầu đầu tư bên ngoài mở trái phiếu ngoại hối trong nước; khuyến khích hệ thống bảo hiểm sáng tạo các sản phẩm bảo hiểm và dịch vụ bảo hiểm mới, triển khai các gói bảo hiểm về vi phạm quyền sở hữu trí tuệ, bảo hiểm tổn thất cho sản phẩm của ngành biểu diễn, triển lãm, hoạt hình, trò chơi điện tử, xuất bản.

- Hoàn thiện các dịch vụ liên quan: Chính phủ yêu cầu các ban bộ ngành liên quan rút gọn các thủ tục, thời gian kiểm tra, thẩm định hành chính đối với xuất khẩu văn hóa. Đối với các biên kịch, đạo diễn, diễn viên, người kinh doanh trong

lĩnh vực xuất khẩu văn hóa của các doanh nghiệp văn hóa nhà nước thì giảm hóa các thủ tục kiểm tra, thẩm định, chỉ cần làm một lần có hiệu lực cả năm.

Đặc biệt, Chính phủ đẩy mạnh công tác bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, nghiên cứu triển khai việc đánh giá giá trị quyền sở hữu trí tuệ, cung cấp kịp thời dịch vụ tư vấn về bản quyền, hệ thống luật pháp ở nước ngoài, hỗ trợ doanh nghiệp triển khai các hoạt động liên quan đến bản quyền.

## **2. Thực trạng huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch**

### **2.1. Tổng quan về tình hình ban hành chính sách đầu tư tài chính ngành văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình.**

#### **2.1.1. Đối với lĩnh vực văn hóa**

+ Chính sách kinh tế trong văn hóa nhằm gắn văn hóa với các hoạt động kinh tế, khai thác tiềm năng kinh tế, tài chính hỗ trợ cho phát triển văn hóa, đồng thời đảm bảo yêu cầu chính trị, tư tưởng của hoạt động văn hóa, giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc.

+ Thực hiện cơ chế mở rộng hoạt động kinh doanh dịch vụ (hoạt động thể thao, dịch vụ văn hóa...), tạo nguồn thu hỗ trợ cho hoạt động sự nghiệp của các đơn vị văn hóa, nghệ thuật.

+ Cải tiến chế độ tài trợ, đặt hàng đối với điện ảnh, biểu diễn nghệ thuật, báo chí, xuất bản; thuê đối với báo chí; trợ giá cho một số báo chí, văn hóa phẩm đưa ra nước ngoài nhằm mục đích tuyên truyền đối ngoại và sách báo đưa lên miền núi, hải đảo, vùng sâu, vùng xa.

+ Quy định cụ thể chế độ cho các doanh nghiệp đặc thù của ngành văn hóa thông tin (hãng phim, rạp chiếu bóng, hiệu sách, khu vui chơi giải trí, nhà xuất bản, trung tâm triển lãm, tu bổ di tích...) được hưởng mức thuế ưu đãi trong hoạt động kinh doanh (thuế đất, thuế vốn khấu hao cơ bản).

+ Cho phép các thành phần kinh tế kể cả tư nhân trong nước và nước ngoài, thực hiện kết số hình thức liên doanh, liên kết với một số cơ sở hoạt động văn hóa theo quy định của pháp luật nhằm xây dựng cơ sở hạ tầng, đổi mới công nghệ và tham gia tổ chức một số hoạt động văn hóa có nội dung lành mạnh, bổ ích.

+ Thực hiện chính sách miễn, giảm phần chịu thuế cho các khoản đầu tư, đóng góp của các doanh nghiệp vào sự nghiệp văn hóa.

+ Chính sách xã hội hóa hoạt động văn hóa nhằm động viên sức người, sức của để xây dựng và phát triển văn hóa. Chính sách này được tiến hành đồng thời với việc nâng cao vai trò, trách nhiệm của Nhà nước. Các cơ quan chủ quản về văn hóa của Nhà nước phải làm tốt chức năng quản lý và hướng dẫn nghiệp vụ đối với các hoạt động xã hội về văn hóa.

+ Chính sách khuyến khích sáng tạo trong các hoạt động văn hóa đòi hỏi tăng nguồn đầu tư thích đáng cho sáng tạo văn hóa, văn học, nghệ thuật. Chú trọng đầu tư hỗ trợ những tác giả có uy tín, những tài năng trẻ, đầu tư cho lực lượng chuyên

nghiệp và cả những phong trào quần chúng. Có chính sách chăm sóc đặc biệt đối với các văn nghệ sỹ tuổi cao tiêu biểu, các mầm non nghệ thuật xuất sắc.

#### 2.1.2. Đối với lĩnh vực thể thao

+ Tiếp tục thực hiện lộ trình chuyển đổi hoạt động của các cơ sở thể dục, thể thao công lập sang phương thức cung ứng dịch vụ công.

+ Đẩy mạnh thực hiện chủ trương xã hội hóa hoạt động thể dục, thể thao; tăng cường huy động và tạo điều kiện thuận lợi để mọi tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư phát triển thể dục, thể thao quần chúng, thể thao thành tích cao và thể thao chuyên nghiệp.

+ Ban hành các chính sách khuyến khích, hỗ trợ thực hiện việc chuyển giao một số hoạt động tác nghiệp trong lĩnh vực thể dục, thể thao cho các tổ chức xã hội và các cơ sở ngoài công lập thực hiện.

+ Đẩy mạnh đầu tư xây dựng, củng cố cơ sở vật chất cho thể dục, thể thao quần chúng ở xã, phường, thị trấn, khu dân cư và phát triển thể dục, thể thao học đường ở các trường học.

#### 2.1.3. Đối với lĩnh vực du lịch

+ Nhà nước có chính sách, chương trình ưu tiên hỗ trợ đầu tư cơ sở hạ tầng du lịch, đào tạo nhân lực và xúc tiến quảng bá, phát triển thương hiệu du lịch; có chính sách liên kết, huy động nguồn lực để tập trung đầu tư nâng cao năng lực và chất lượng cung ứng dịch vụ du lịch, hình thành một số trung tâm dịch vụ du lịch có tầm cỡ khu vực và quốc tế.

+ Ưu tiên tập trung đầu tư phát triển các khu du lịch quốc gia, điểm du lịch quốc gia, đô thị du lịch; các khu, tuyến, điểm du lịch thuộc các địa phương có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn, vùng sâu, vùng xa nhưng có tiềm năng phát triển du lịch.

+ Thực hiện chính sách phát triển bền vững; có chính sách ưu đãi đối với phát triển du lịch sinh thái, du lịch “xanh”, du lịch cộng đồng, du lịch có trách nhiệm.

+ Thực hiện chính sách khuyến khích xã hội hóa, thu hút các nguồn lực cả trong và ngoài nước đầu tư phát triển hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch, phát triển nhân lực và quảng bá, xúc tiến du lịch.

#### 2.1.4. Đối với lĩnh vực gia đình

+ Huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực tài chính cho công tác gia đình.

+ Chi ngân sách nhà nước cho công tác gia đình theo phân cấp ngân sách nhà nước hiện hành; ưu tiên nguồn lực cho vùng nông thôn, vùng nghèo, vùng miền núi còn nhiều tập tục lạc hậu, vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

### **2.2. *Thực trạng huy động nguồn lực tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch.***

Triển khai các mục tiêu về phát triển khoa học công nghệ được đề ra tại Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng, ngày 04/5/2017, Chính phủ đã ban hành Chỉ thị 16/CT-TTg về tăng cường năng lực tiếp cận cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư, nhằm chủ động nắm bắt cơ hội, đưa ra các giải pháp thiết

thực tận dụng tối đa các lợi thế, đồng thời giảm thiểu những tác động tiêu cực của Cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư đối với Việt Nam.

Theo đó, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã rà soát, xây dựng kế hoạch và nhiệm vụ trọng tâm của ngành mình để tổ chức triển khai phù hợp với xu thế phát triển của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành Quyết định số 4610/QĐ-BVHTTDL ngày 28/11/2017 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch về việc định hướng danh mục sản phẩm chủ lực của ngành văn hóa, thể thao và du lịch giai đoạn 2017-2020 bao gồm 15 nhóm sản phẩm thuộc lĩnh vực du lịch, thể dục thể thao, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, di sản văn hóa, thư viện.

Hiện nay, nguồn vốn để triển khai thực hiện các sản phẩm ứng dụng công nghệ 4.0 đối với các đơn vị trực thuộc Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ yếu được bố trí từ nguồn chi ngân sách sự nghiệp không thường xuyên. Giai đoạn 2017-2018, khoảng 3-5% vốn ngân sách sự nghiệp được các đơn vị bố trí để mua sắm các trang thiết bị, công nghệ ứng dụng có liên quan (công nghệ số, âm thanh, ánh sáng, điện ảnh) và xây dựng các hệ thống dữ liệu điện tử (công nghệ lưu trữ, số hóa...).

Nhìn chung do ngân sách nhà nước đầu tư dành cho lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch giai đoạn 2017-2018 còn hạn chế và hiện nay chưa có quy định cụ thể về danh mục chi riêng nên nguồn vốn triển khai ứng dụng Cách mạng công nghiệp 4.0 trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch rất thấp và chỉ được triển khai xen lẫn với các nhiệm vụ khác trong danh mục chi không thường xuyên.

### **3. Đề xuất chính sách**

#### ***3.1. Chính sách huy động nguồn lực thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch***

3.1.1. Đổi mới chính sách đầu tư tài chính thông qua đổi mới chi ngân sách Nhà nước trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình.

- Chính phủ ban hành tỷ lệ phần trăm trong tổng Ngân sách nhà nước đầu tư tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0)

+ Giao Bộ tài chính chủ trì và các Bộ, ngành liên quan xây dựng khung chính sách tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0). Trong đó thể hiện những nội dung cơ bản cần huy động nguồn tài chính theo các tiêu chí của Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đối với các ngành, lĩnh vực và địa phương.

+ Đẩy mạnh cơ chế tăng nguồn thu lấy từ những nguồn vốn thông qua hệ thống thuế, phí, phạt vi phạm..., chính vì vậy cần đánh giá, rà soát lại các cơ chế chính sách, hệ thống luật pháp liên quan đến tăng nguồn thu hiện hành từ đó có những bổ sung phù hợp.

+ Phân cấp rõ nguồn vốn tài chính trung ương và địa phương đầu tư cho Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0), phát huy nội lực và thế mạnh tài chính của địa phương để đầu tư thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0).

- Đổi mới chính sách đầu tư tài chính thông qua đổi mới chi ngân sách Nhà nước trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và gia đình

Việc đầu tư tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch hiện nay chưa có quy định cụ thể, đồng thời Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cũng mới ban hành Kế hoạch thực hiện và Danh mục các sản phẩm chủ lực của ngành giai đoạn 2017-2020. Do đó, trước hết cần tiếp tục hoàn thiện các chính sách đầu tư tài chính cho văn hoá, thể thao, du lịch gia đình, trong đó tập trung vào đổi mới chi ngân sách Nhà nước, đảm bảo việc cân đối ngân sách đầu tư cho việc ứng dụng Cách mạng công nghiệp 4.0.

+ Hoàn thiện thể chế quản lý chi ngân sách nhà nước của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thông qua việc xây dựng cơ chế phối hợp và phân công trách nhiệm cụ thể rõ ràng giữa các bộ phận xây dựng và quản lý ngân sách, đặc biệt là giữa Phòng ban của Vụ Kế hoạch Tài chính trong việc lập dự toán chi đầu tư và chi thường xuyên ngân sách nhà nước và chi chương trình mục tiêu, nhằm đảm bảo sự gắn kết, tiết kiệm và hiệu quả giữa các khoản chi này.

+ Nghiên cứu xây dựng cơ chế mới về phương thức lập dự toán và phân bổ ngân sách theo nhiệm vụ và kết quả đầu ra, gắn với hiệu quả công việc và việc ứng dụng ứng dụng Cách mạng công nghiệp 4.0.

+ Xây dựng hệ thống các tiêu chí xác định các ưu tiên ngân sách cũng như xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả chi ngân sách. Trên cơ sở đó thực hiện phân loại các nhiệm vụ chi theo thứ tự ưu tiên để đảm bảo kinh phí thực hiện các mục tiêu phát triển văn hóa, thể thao, du lịch, gia đình đã đề ra.

+ Thực hiện có cấu lại chi ngân sách nhà nước theo hướng tăng mức cho nguồn nhân lực. Thực hiện đẩy mạnh đầu tư vào các công trình cơ sở hạ tầng cho ngành văn hóa thể thao, du lịch, tập trung vào các kết cấu hạ tầng có sức lan tỏa về mặt kinh tế xã hội. Phân bổ nguồn lực ngân sách theo hướng nâng cao hiệu quả, thúc đẩy quá trình tự chủ tài chính của các đơn vị. Rà soát và thực hiện có hiệu quả các biện pháp đa dạng hóa nguồn lực đầu tư cho phát triển, khuyến khích sự tham gia của khu vực tư nhân trong quá trình xã hội hóa của ngành văn hóa thể thao du lịch.

+ Tăng cường công khai, minh bạch ngân sách gắn với trách nhiệm giải trình. Cần thực hiện công khai chi tiêu và sử dụng ngân sách thông qua nhiều hình thức khác nhau với số liệu kịp thời, chính xác, chấp hành chế độ báo cáo định kỳ tình hình sử dụng ngân sách nhà nước. Tăng cường công tác thanh, giám sát phân bổ và sử dụng ngân sách nhằm chống thất thoát, lãng phí, kịp thời phát hiện ngăn ngừa xử phạt các vi phạm nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng ngân sách nhà nước.

3.1.2. Đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch.

Việc triển khai thực hiện chủ trương xã hội hóa của Đảng, Nhà nước đối với lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch trong thời gian qua đã được quan tâm triển

khai và đạt được những kết quả nhất định. Tuy nhiên, công tác xã hội hóa phát triển còn chậm, chưa tương xứng với tiềm năng xã hội và yêu cầu chủ trương xã hội hóa của Đảng, Nhà nước. Do đó, để thúc đẩy việc thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch, cần tiếp tục triển khai xây dựng một số chính sách thu hút xã hội hóa sau:

- + Tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho hoạt động xã hội hóa. Hoàn thiện các văn bản hướng dẫn và xây dựng cơ chế chính sách cho công tác xã hội hóa hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch, trong đó ưu tiên việc thu hút xã hội hóa đối với các lĩnh vực đòi hỏi nguồn vốn đầu tư công nghệ ứng dụng công nghệ 4.0 lớn.

- + Tăng cường thực hiện Nghị quyết số 40/NQ-CP ngày 09 tháng 8 năm 2012 của Chính phủ về Đề án “Đổi mới cơ chế hoạt động của các đơn vị sự nghiệp công lập, đẩy mạnh xã hội hóa một số loại hình dịch vụ sự nghiệp công”, theo đó tạo điều kiện và tăng tính tự chủ cho các đơn vị sự nghiệp để khai thác hiệu quả nguồn lực tài sản của các đơn vị sự nghiệp, giảm bớt sức ép về ngân sách để bao cấp. Thực hiện đổi mới cơ chế tài chính đối với nhóm các đơn vị sự nghiệp cung cấp các dịch vụ sự nghiệp công có khả năng xã hội hóa cao, tự đảm bảo toàn bộ kinh phí hoạt động theo hướng: giao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm đồng bộ cả về tổ chức thực hiện nhiệm vụ, nhân lực, tài chính, tài sản khi cung cấp dịch vụ gắn với nhu cầu của xã hội.

- + Có chính sách ưu đãi hoặc trợ giá, hoàn thuế, giảm thuế đối với các doanh nghiệp tham gia vào các Dự án có ứng dụng công nghệ 4.0 lĩnh vực du lịch, thể dục thể thao, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, di sản bảo tàng, thư viện. Khuyến khích việc xây dựng cơ sở vật chất, cung cấp trang thiết bị hiện đại ứng dụng công nghệ 4.0.

- + Ban hành các cơ chế, chính sách phù hợp đối với xã hội hóa các hoạt động thể dục thể thao, trong đó cần quy định rõ các khoản ưu đãi cụ thể cho các đối tượng tham gia xã hội hóa, tạo môi trường thông thoáng hơn, ưu đãi hơn về đất đai, về thuế, vay vốn... nhằm khuyến khích các tổ chức, thành phần trong xã hội an tâm đầu tư xã hội hóa phù hợp với từng hình thức hoạt động, yêu cầu phát triển trong từng thời kỳ. Khuyến khích tư nhân đầu tư, không hạn chế trên các lĩnh vực xây dựng cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại theo hướng công nghệ 4.0, tài trợ, bảo trợ, đào tạo các vận động viên thể thao phù hợp với quy hoạch phát triển, với yêu cầu, đặc điểm của từng lĩnh vực và phù hợp với quy định của pháp luật.

- + Các cơ sở điện ảnh thực hiện xã hội hóa được vay vốn tín dụng đầu tư hoặc hỗ trợ sau đầu tư theo quy định về tín dụng đầu tư của Nhà nước. Được phép huy động vốn dưới dạng góp cổ phần, vốn góp từ người lao động trong đơn vị, huy động các nguồn vốn hợp pháp khác thông qua hợp tác, liên kết với doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, tổ chức tài chính, cá nhân trong nước và nước ngoài để đầu tư xây dựng cơ sở vật chất.

+ Nhà nước áp dụng mức ưu đãi cao nhất về thuế thu nhập doanh nghiệp cho các cơ sở, công trình, thiết bị lĩnh vực văn hóa (nghệ thuật biểu diễn, di sản văn hóa, bảo tàng, thư viện...) để khuyến khích đầu tư, tăng cường cơ sở vật chất, nâng cao chất lượng phục vụ.

+ Các cơ sở văn hoá thực hiện xã hội hóa được ưu đãi về thuế giá trị gia tăng, thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu theo quy định của Luật thuế giá trị gia tăng, Luật thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu và các quy định hiện hành.

+ Tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách trong lĩnh vực thư viện (xây dựng Luật Thư viện và các văn bản pháp quy có liên quan), trong đó nhấn mạnh công tác xã hội hóa thư viện. Thường xuyên chỉ đạo hệ thống thư viện công cộng và các hệ thống thư viện khác ở Việt Nam tranh thủ sự hỗ trợ, giúp đỡ, tài trợ về nguồn vốn của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước để nâng cấp trang thiết bị thư viện và ứng dụng v.v... của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước cho các thư viện tỉnh, thư viện huyện, thư viện cơ sở - kể cả ở vùng sâu, vùng xa, vùng đồng bào dân tộc thiểu số.

3.1.3. Tăng cường thu hút và chuyển giao công nghệ có hiệu quả nguồn vốn của các tổ chức trong và ngoài nước.

- Tiếp tục đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đối với lĩnh vực du lịch, đặc biệt là việc triển khai các sản phẩm phục vụ du lịch thông minh như du lịch thực tế ảo, hệ thống quản lý điểm đến... Xây dựng hệ thống chính sách thu hút nguồn vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đối với các lĩnh vực khác như: thể dục thể thao, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn.

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến lĩnh vực chuyển giao công nghệ để thu hút, tiếp nhận các công nghệ 4.0 từ các nước phát triển liên quan đến lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch. Bên cạnh đó, cần có các định chế trung gian trên thị trường công nghệ để hình thành, phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực, cơ sở dữ liệu công nghệ; xây dựng cơ chế riêng cho hoạt động chuyển giao công nghệ để phát triển văn hóa, thể thao và du lịch.

- Tiếp tục hài hòa quy trình, thủ tục giữa Chính phủ Việt Nam và nhà tài trợ, tạo thuận lợi cho việc tiếp nhận, quản lý và thực hiện dự án ODA lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch. Tăng cường hoàn thiện hệ thống thông tin, công khai hóa chính sách, những lĩnh vực nhà tài trợ ưu tiên xem xét đầu tư trong từng năm, từng thời kỳ để các Bộ, ngành, địa phương và các thành phần kinh tế khác chủ động tìm hiểu, tiếp cận với nhà tài trợ và cơ quan liên quan trong việc vận động, thu hút vốn ODA.

- Bên cạnh sự chủ động của các Bộ, ngành, địa phương trong việc tìm kiếm và thu hút nguồn vốn ODA, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cần tích cực hơn trong việc giúp các Bộ, ngành, địa phương vận động các Nhà tài trợ, đặc biệt đối với các Bộ, ngành, địa phương ngân sách Nhà nước cấp hạn chế, nhưng ít nhận được nguồn vốn viện trợ ODA và các nguồn vốn bổ sung khác.

- Tăng cường công tác chỉ đạo, kiểm tra, giám sát và hỗ trợ các chủ dự án giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc của các chương trình, dự án ODA, đồng thời Bộ sẽ cụ thể hóa danh mục những lĩnh vực ưu tiên trong quan hệ hợp tác phát triển, thu hút nguồn vốn ODA của các nhà tài trợ đa phương và song phương cho giai đoạn tới. Theo đó, ngành sẽ tiếp tục ưu tiên thu hút, sử dụng vốn ODA cho các dự án hỗ trợ kỹ thuật nâng cao năng lực, đào tạo phát triển nguồn nhân lực, hỗ trợ chính sách và tăng cường thể chế, hợp tác phát triển trong việc nghiên cứu nâng cao năng lực cạnh tranh các sản phẩm thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của ngành văn hóa, thể thao và du lịch.

- Thành lập quỹ hỗ trợ thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch. Việc hình thành quỹ này sẽ là địa chỉ thu hút các nguồn tài chính của Nhà nước và xã hội bổ sung cho đầu tư tài chính thực hiện Cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0) trong lĩnh vực văn hóa, thể thao và du lịch.

### **3.2. Chính sách phát triển du lịch**

3.2.1. Chính sách 1. Xây dựng đề án tổng thể ứng dụng CNTT tiếp cận cuộc CMCN lần thứ 4 của ngành Du lịch. Thiết kế mô hình phát triển, định hướng các hoạt động du lịch trên cơ sở hợp tác công tư, tham gia cuộc CMCN lần thứ 4.

a) Đề án xác định rõ nhiệm vụ, giải pháp tổng thể chung, lộ trình để ngành Du lịch, chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Thiết kế mô hình tổng thể ứng dụng CNTT, tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0. Trong đó có nội dung xây dựng nền tảng tích hợp Du lịch thông minh bao gồm: Cơ sở dữ liệu tổng thể về du lịch; Cổng dữ liệu mở về du lịch; Trục tích hợp dữ liệu du lịch; Các thư viện lập trình (APIs và services) phát triển ứng dụng; Các công cụ quản trị nền tảng; Trục tích hợp hệ thống ứng dụng du lịch

b) Phổ biến mô hình đến các địa phương, doanh nghiệp để tạo mục tiêu hệ thống, chung sức, phối hợp công – tư, cùng tham gia phát triển du lịch thông minh.

#### **Giải thích**

Cuộc CMCN lần thứ 4 tạo ra những cơ hội và thách thức với Du lịch Việt Nam, bằng việc áp dụng và quản lý sản phẩm, dịch vụ sáng tạo dựa trên giải pháp công nghệ mới. Các vấn đề nảy sinh từ xu hướng số hóa tác động đến du lịch như là dữ liệu lớn (Big Data), máy học (Machine Learning), công nghệ Blockchain, trí tuệ nhân tạo, Internet vạn vật (IOT), phân tích dữ liệu về địa điểm (Location Intelligence), điện toán đám mây, tương tác thực tế ảo

Hệ thống thông tin tổng thể ngành Du lịch Việt Nam cần phục vụ cho 03 nhóm đối tượng: Người quản lý du lịch, Nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch, và Khách du lịch.

Mô hình phải phù hợp với chủ trương xã hội hóa và lấy doanh nghiệp làm trung tâm, trong đó Nhà nước đóng vai trò tạo sân chơi và kiến tạo các cơ hội. Khi nền tảng dữ liệu du lịch thông minh được thiết lập và các luật chơi được sắp đặt rõ



ràng, minh bạch và phù hợp, các doanh nghiệp sẽ tham gia đóng góp và hưởng lợi tạo ra một hệ sinh thái cùng phát triển.

Do nền tảng này mang lại lợi ích cho mọi bên tham gia nên có thể thấy nhà nước chỉ cần bỏ vốn môi và sau đó hệ thống sẽ tự vận hành bền vững theo mô hình cung cấp dịch vụ và có thể được vận hành bởi chính các doanh nghiệp.

Du lịch thông minh là du lịch số với việc áp dụng công nghệ của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 vào các hoạt động du lịch

Quản lý du lịch thông minh: Đối với Người quản lý du lịch, Hệ thống thông tin tổng thể ngành Du lịch Việt Nam cần cung cấp khả năng quản lý và giám sát hoạt động của toàn ngành Du lịch Việt Nam, bao gồm:

- Quản lý chuyên ngành Du lịch (khu/tuyến/điểm du lịch, lễ hành, lưu trú, thị trường du lịch, quảng bá và xúc tiến du lịch, kế hoạch và quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, đào tạo ngành Du lịch, hợp tác quốc tế);

- Quản lý công tác chỉ đạo điều hành du lịch (Chính phủ, Bộ VHTT&DL, các Bộ, ngành có liên quan, Tổng cục Du lịch, các đơn vị của Tổng cục Du lịch, các tổ chức, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch ở Việt Nam);

- Quản lý việc xử lý các yêu cầu thủ tục hành chính công lĩnh vực du lịch (ví dụ: Cấp giấy phép thành lập chi nhánh của doanh nghiệp du lịch nước ngoài tại Việt Nam);

- Quản lý các dữ liệu báo cáo thống kê về tình hình hoạt động du lịch ở Việt Nam.

Dịch vụ du lịch thông minh: Đối với nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch, Hệ thống thông tin tổng thể ngành Du lịch Việt Nam cần cung cấp các khả năng giúp nhà cung cấp quản lý và giám sát việc sử dụng đối với các sản phẩm và dịch vụ du lịch thuộc sở hữu:

- Đăng ký và hủy đăng ký tham gia mạng lưới nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch ở Việt Nam.

- Quản lý các thông tin về các sản phẩm và các dịch vụ thuộc sở hữu của nhà cung cấp.

- Quản lý các thông tin cập nhật theo thời điểm (ví dụ: giá, khuyến mãi,...) của các sản phẩm và các dịch vụ thuộc sở hữu của Nhà cung cấp.

- Quản lý các thông tin về các giao dịch (tìm kiếm thông tin, thanh toán sử dụng) của khách hàng đối với các sản phẩm và các dịch vụ thuộc sở hữu của nhà cung cấp.

- Quản lý các dữ liệu báo cáo thống kê về tình hình sử dụng đối với các sản phẩm và các dịch vụ thuộc sở hữu của nhà cung cấp.

- Truy cập được các dữ liệu báo cáo thống kê du lịch có liên quan đến các sản phẩm và các dịch vụ thuộc sở hữu của nhà cung cấp.

Khách du lịch thông minh: Đối với khách du lịch, Hệ thống thông tin tổng thể ngành Du lịch Việt nam cần hỗ trợ khách du lịch tìm kiếm thông tin và sử dụng các

sản phẩm và dịch vụ xuyên suốt chuyến du lịch của anh ta (throughout the traveler's trip lifecycle).

- Hỗ trợ trong khoảng thời gian trước chuyến đi du lịch (Pre-travel support): Người du lịch cần được cung cấp các thông tin (điểm đến du lịch, địa điểm du lịch, sản phẩm và dịch vụ du lịch, ...) phù hợp với nhu cầu và sở thích của anh ta, theo cả 2 phương thức: chủ động tìm kiếm (search/pull model) và tự động được nhận (proactive/push model). Người du lịch cần được hỗ trợ hiệu quả trong việc lập kế hoạch chuyến du lịch phù hợp với nhu cầu và sở thích của anh ta (personalized trip planning), bao gồm cả việc thanh toán cho các sản phẩm và dịch vụ du lịch được chọn.

- Hỗ trợ trong khoảng thời gian đang đi du lịch (On-tour support): Người du lịch cần được thông báo tức thời về các thay đổi (ví dụ: thời tiết, sự kiện mới, các thay đổi của các sản phẩm, dịch vụ, ...) có ảnh hưởng đến sự phù hợp của các thành phần đã chọn trong chuyến du lịch (trip plan/case) của anh ta; và Người du lịch cần được hệ thống hỗ trợ để cập nhật chuyến du lịch (trip plan/case) cho phù hợp với những thay đổi đó. Người du lịch cũng cần được hệ thống hỗ trợ để bổ sung/cập nhật các thành phần (địa điểm du lịch, sản phẩm và dịch vụ du lịch, ...) của chuyến du lịch, sao cho phù hợp với những nhu cầu và sở thích mới phát sinh khi anh ta đang trên đường đến hoặc đang ở tại điểm đến du lịch đã chọn. Người du lịch cũng cần được hỗ trợ bởi hệ thống để nhanh chóng và thuận tiện trong việc ghi lại và chia sẻ các ý kiến và cảm nhận cá nhân về các trải nghiệm thực tế tại điểm đến và các địa điểm du lịch, hoặc trải nghiệm thực tế khi sử dụng các sản phẩm và dịch vụ du lịch tại điểm đến.

- Hỗ trợ trong khoảng thời gian sau chuyến đi du lịch (Post-travel support): Người du lịch cần được hỗ trợ để cập nhật và hoàn tất các ý kiến và cảm nhận cá nhân về các trải nghiệm thực tế tại điểm đến du lịch, và chia sẻ các ý kiến và cảm nhận này với các người du lịch khác. Những ý kiến và cảm nhận của người du lịch là một thông tin rất quan trọng cho: Người quản lý du lịch (để hiểu về tình hình hiện trạng du lịch), Nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch (để biết về mức độ chấp nhận của người du lịch đối với các sản phẩm và dịch vụ thuộc sở hữu), và Hệ thống (để cải thiện hiệu quả và sự phù hợp đối với các thông tin, kết quả, cách tương tác của hệ thống đối với người du lịch). Dựa trên dữ liệu hệ thống thu thập được từ những phiên truy cập hệ thống và những trải nghiệm thực tế của khách du lịch, thì hệ thống có thể chủ động gửi (to proactively deliver) những thông tin, sản phẩm, dịch vụ du lịch phù hợp với anh ta.

3.2.2. Chính sách 2. Số hóa công tác quản lý ngành du lịch, phát triển chính quyền điện tử, hướng tới du lịch bền vững trong đó lấy nhu cầu của du khách, người dân, doanh nghiệp làm trung tâm.

a) Xây dựng và ban hành Quy chế về hiện đại hóa báo cáo (Theo Đề án 559 của Chính Phủ)

Xây dựng tiêu chuẩn và quy trình, hệ thống CNTT nhằm hiện đại hóa hệ thống báo cáo, hỗ trợ điều hành trong ngành tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế phục vụ quản lý toàn ngành Du lịch

b) Xây dựng và ban hành Quy chế tích hợp và công bố thông tin về các đối tượng quản lý của du lịch (Đề án hệ trí thức Việt số hóa của Chính phủ)

Nhà nước đầu tư xây dựng các cơ sở dữ liệu chuyên ngành về du lịch (Lữ hành, lưu trú, khu du lịch, điểm du lịch, số liệu thống kê khách du lịch...) trên cơ sở các trục tích hợp dữ liệu thống nhất từ Trung ương đến địa phương.

Công bố dữ liệu minh bạch về các đối tượng quản lý của du lịch để nâng cao khả năng quản lý du lịch

c) Lập danh sách và lộ trình triển khai các dịch vụ công trực tuyến

Hiện đại hóa các hệ thống dịch vụ công của cơ quan quản lý du lịch theo hình thức trực tuyến để tạo thuận tiện cho doanh nghiệp và lao động trong ngành Du lịch

d) Xây dựng và ban hành Quy chế về quản lý kỹ năng nguồn nhân lực du lịch

Thiết lập các tiêu chuẩn và quy trình toàn ngành về kỹ năng nguồn nhân lực du lịch và hệ thống CNTT quản lý kỹ năng nguồn nhân lực

e) Xây dựng và ban hành Quy chế lấy phản hồi từ du khách, người dân và doanh nghiệp

Thiết lập tiêu chuẩn, quy trình tập trung và hệ thống CNTT để lấy phản hồi từ du khách, người dân, doanh nghiệp và hệ thống quản lý du lịch để tăng cường tính chủ động trong quản lý

Giải thích

Trong quá khứ, khi môi trường thông tin chưa bùng nổ thì các nhà quản lý ngành du lịch từ các đơn vị quản lý điểm đến, quản lý du lịch địa phương (cấp sở), hay Tổng cục du lịch có thể dựa trên nghiệp vụ quản lý hành chính để đảm bảo các hoạt động du lịch được thực hiện phù hợp. Tuy nhiên với sự bùng nổ của thông tin khi du khách dễ dàng lựa chọn và chuyển đổi các dịch vụ thì các cơ quan quản lý cần những công cụ nhanh, mạnh và sát hơn để không những nắm bắt được tình hình mà còn giúp các doanh nghiệp và du khách cung cấp và có được những trải nghiệm tốt nhất.

Do số lượng doanh nghiệp và điểm đến du lịch là rất lớn, việc quản lý trực tiếp 1-1 là không khả thi, vì thế các nhà quản lý ngành du lịch rất cần có sự trợ giúp của công cụ CNTT để có thể thu thập được dữ liệu tổng thể và qua đó đưa ra các phân tích nhằm ưu tiên hoạt động, dự báo sự vận động của thị trường và đưa ra những quyết định phù hợp.

Yêu cầu công nghệ:

- Phát triển chính phủ điện tử: Internet và điện toán đám mây, các ứng dụng quản trị thông minh.

- Phát triển hệ thống CSDL dùng chung: Big Data

3.2.3. Chính sách 3. Áp dụng các công nghệ số trong công tác quảng bá xúc tiến du lịch và tiếp thị số tiên tiến.

a) Xây dựng và ban hành Quy chế về quản lý thông tin điểm đến

b) Xây dựng và nhân rộng mô hình hợp tác công – tư trong quảng bá xúc tiến du lịch bằng công nghệ số.

Sử dụng công nghệ của CMCN 4.0 để số hóa dữ liệu các Khu du lịch, điểm du lịch, dịch vụ du lịch. Tích hợp giữa trực tuyến và trực tiếp để chủ động tiếp cận khách hàng mục tiêu

Thiết lập bản đồ quy hoạch và giám sát hệ thống du lịch quốc gia để nâng cao hiệu quả quy hoạch, theo dõi và giám sát hiệu quả quá trình phát triển tổng thể các khu du lịch và điểm điểm du lịch

#### **Giải thích**

Trong hệ thống du lịch thông minh, du khách sẽ được «phục vụ» ngay từ khi bắt đầu hành trình trải nghiệm, tức là từ khi đọc về du lịch. Sau đó với hệ thống thông tin tích hợp, các thông tin của du khách, về các tương tác của du khách với các dịch vụ du lịch sẽ được lưu giữ, tiếp nối và khai thác tốt nhất để du khách có được những trải nghiệm tốt nhất. Chính những trải nghiệm này sẽ thành động lực và cảm hứng để du khách tiếp tục viết về các dịch vụ (review) khi họ trở về.

Với cơ quan xúc tiến du lịch: Đổi mới công tác quảng bá, xúc tiến du lịch bằng E-marketing: Công nghệ thực tế ảo, công nghệ 360, điện toán đám mây

Với khách du lịch: Thiết bị sử dụng chủ yếu là PC và SmartPhone. Hạ tầng CNTT kết nối Internet, wifi, 3G, 4G, 5G. Sử dụng các ứng dụng công nghệ được cung cấp bởi doanh nghiệp và cơ quan quản lý du lịch.

3.2.4. Chính sách 4. Đẩy mạnh số hóa trong công tác quản lý điểm đến, chia sẻ và làm giàu dữ liệu điểm đến để phát huy nội hàm văn hóa, giá trị gia tăng về du lịch, cải thiện yếu tố môi trường và hạ tầng phục vụ du lịch.

a) Xây dựng mô hình hợp tác công – tư trong việc phát triển các ứng dụng du lịch thông minh (Smart Tourism App) tại các tỉnh, thành phố, phục vụ khách du lịch

b) Tổ chức hội thảo, nhân rộng mô hình phát triển các ứng dụng du lịch thông minh trên toàn quốc.

c) Xây dựng trực tích hợp dữ liệu, kết nối các ứng dụng du lịch thông minh các địa phương trên phạm vi quốc gia.

#### **Giải thích**

Phần mềm ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động sẽ được tích hợp bản đồ số du lịch, giúp du khách tìm kiếm thông tin hữu ích một cách chủ động trong suốt chuyến đi; từ việc tra cứu các thông tin cơ bản, các sự kiện đang và sắp diễn ra, lịch trình chuyến bay, tàu xe... tới việc kết nối du khách với các điểm đến, nhà hàng, khách sạn, siêu thị, cơ sở mua sắm... Ứng dụng còn hỗ trợ cảnh báo về tình trạng tắc nghẽn giao thông quanh khu vực du khách đang đứng, vùng cảnh báo

an ninh trật tự, vùng cảnh báo dịch bệnh... Nó được xem như một trợ lý du lịch ảo uy tín cho du khách.

Ứng dụng du lịch thông minh tự nó sẽ tạo nhu cầu phát triển và tích hợp các dịch vụ du lịch thông minh của các doanh nghiệp, tạo ra nền tảng dịch vụ số và phát triển nền kinh tế số.

Ứng dụng du lịch thông minh thường là một cấu phần của Thành phố thông minh, phục vụ người dân và du khách.

3.2.5. Chính sách 5. Tăng cường chất lượng môi trường cạnh tranh kinh doanh, tạo điều kiện để doanh nghiệp du lịch hợp tác công tư, hợp tác phát triển theo chuỗi trên nền tảng số hóa nhằm nâng cao giá trị gia tăng trong việc cung cấp dịch vụ du lịch.

a) Nhà nước tạo điều kiện bằng chính sách tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch.

b) Tổ chức hội thảo công nghệ về du lịch thông minh đến các doanh nghiệp. Khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tham gia tích cực vào nền kinh tế số bằng việc ứng dụng công nghệ mới, số hóa sản phẩm, phát triển thương mại điện tử, chia sẻ và kết nối chuỗi trên các sàn giao dịch điện tử Việt Nam, phục vụ ngày càng tốt hơn khách du lịch, tăng lợi thế cạnh tranh, gia tăng thu nhập từ kinh tế số.

### **Giải thích**

Phần lớn các nhà cung cấp dịch vụ du lịch là các doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành du lịch. Do đặc thù liên thông của ngành du lịch, khi một du khách sử dụng nhiều dịch vụ và tiếp xúc với nhiều đối tượng khác nhau, doanh nghiệp du lịch khó có thể cung cấp một trải nghiệm tốt tới khách du lịch nếu thiếu đi những thông tin tổng thể và cụ thể về các tương tác của du khách với các điểm đến, các dịch vụ du lịch. Vì vậy để có thể cung cấp được các dịch vụ du lịch thông minh tới du khách, thì ngoài việc ứng dụng CNTT tại tổ chức của mình, doanh nghiệp cần kết nối và chia sẻ tới các dữ liệu chung của toàn ngành để có thể nắm được nhu cầu, lịch sử sử dụng dịch vụ, các đặc điểm của du khách. Việc kết nối với “Hệ thống tích hợp và trao đổi dữ liệu du lịch thông minh Việt Nam” vì vậy sẽ là một mô hình gia tăng giá trị cho các bên. Đặc biệt hiện nay các công nghệ Internet vạn vật, điện toán đám mây và trí tuệ nhân tạo đã rất phổ biến và phù hợp với cách thức này.

Yêu cầu công nghệ:

- Trang thiết bị thông minh: công nghệ Internet vạn vật, trí tuệ nhân tạo, Robot phục vụ, thẻ thanh toán... nhằm tự động hóa một số khâu trong chuỗi dịch vụ cung cấp.

- Dịch vụ du lịch thông minh: Tùy chọn, cá nhân hóa dịch vụ theo nhu cầu của du khách thông qua phát triển thương mại điện tử, sàn giao dịch điện tử.

- Quản trị du lịch thông minh: quản trị khách hàng, chiến lược kinh doanh bằng kinh tế số

3.2.6. Chính sách 6: Nâng cao chất lượng nhân lực du lịch, trên cơ sở tiếp cận công nghệ mới của cuộc CMCN 4.0, chủ động sáng tạo nâng cao hiệu quả hoạt động du lịch.

a) Phối hợp với Bộ Lao động, Thương binh và Xã hội, xây dựng và ban hành tiêu chuẩn nghề Du lịch, trong đó ưu tiên hàm lượng công nghệ, tiếp cận cuộc CMCN 4.0 trong chương trình đào tạo.

b) Phối hợp với các Bộ, Ngành liên quan, khuyến khích các cơ sở đào tạo đầu tư trang thiết bị công nghệ, phát triển công tác đào tạo thông minh, đào tạo từ xa, đào tạo online... để bồi dưỡng nhân lực ngành du lịch.

3.2.7. Chính sách 7. Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo (Startup) trong lĩnh vực du lịch dựa trên công nghệ.

a) Xây dựng và ban hành Quy chế cho phép sử dụng dữ liệu của ngành để các doanh nghiệp khai thác, làm ứng dụng, khuyến khích các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo.

b) Phối hợp với các Bộ, Ngành liên quan có những khuyến khích doanh nghiệp công nghệ đầu tư phát triển ứng dụng du lịch thông minh (Smart travel App).

c) Tổ chức hội thảo kết nối doanh nghiệp công nghệ với doanh nghiệp du lịch, khuyến khích các doanh nghiệp xây dựng các thư viện lập trình (APIs và services) phát triển ứng dụng, phát triển các công cụ quản trị nền tảng, hỗ trợ các hoạt động du lịch, phát triển du lịch thông minh.

### **Giải thích**

Dưới góc nhìn về tích hợp và chia sẻ dữ liệu du lịch Việt Nam, nền tảng này bao gồm 3 thành phần: Cơ sở dữ liệu tổng thể về du lịch, Cổng dữ liệu mở về du lịch, và Trục tích hợp dữ liệu du lịch. Cơ sở dữ liệu tổng thể về du lịch quản lý tất cả các cơ sở dữ liệu về các điểm đến, địa điểm, sản phẩm, dịch vụ, quản lý hành chính, nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ, trải nghiệm và sử dụng, ... của du lịch Việt Nam. Cổng dữ liệu mở về du lịch cho phép tạo nên và chia sẻ các tập dữ liệu mở (open datasets) về du lịch Việt Nam. Các tập dữ liệu mở này là hết sức quan trọng cho 2 việc: tạo thuận lợi cho sự phát triển nhiều, nhanh chóng, và đa dạng các ứng dụng du lịch Việt Nam, và công khai minh bạch về tình hình du lịch Việt Nam. Trục tích hợp dữ liệu du lịch cho phép nền tảng có thể thu thập và chia sẻ dữ liệu với các hệ thống bên ngoài có liên quan đến du lịch Việt Nam.

Dưới góc nhìn về tích hợp ứng dụng du lịch Việt Nam, nền tảng này bao gồm 3 thành phần: Các thư viện lập trình (APIs và services) phát triển ứng dụng, Các công cụ quản trị nền tảng, và Trục tích hợp hệ thống ứng dụng du lịch. Các thư viện lập trình (APIs và services) sẽ cung cấp các tính năng nền tảng cần thiết cho các ứng dụng du lịch. Việc sử dụng các thư viện lập trình này của nền tảng sẽ cho phép các ứng dụng mới được phát triển nhanh chóng, tiết kiệm chi phí, và dễ dàng hoạt động cộng tác với các ứng dụng du lịch khác (cũng được phát triển dựa trên

nền tảng này). Các công cụ quản trị nền tảng cung cấp các chức năng quản lý và giám sát hoạt động của nền tảng. Trục tích hợp hệ thống ứng dụng du lịch cho phép nền tảng (và các ứng dụng hoạt động trên nó) có thể hoạt động cộng tác với các hệ thống ứng dụng bên ngoài có liên quan đến du lịch Việt Nam./

### **3.3. Chính sách công nghiệp văn hóa**

#### **3.3.1. Giải pháp chung**

##### **a) Hoàn thiện cơ chế, chính sách**

- Xây dựng, bổ sung và hoàn thiện các cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0; cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa, nâng cao hiệu quả việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ, thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh trên thị trường; xây dựng và triển khai các chính sách ưu đãi về vốn, thuế, đất đai, khuyến khích sáng tạo đối với văn nghệ sỹ, các doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Rà soát, điều chỉnh, bổ sung cơ chế phối hợp có hiệu quả giữa các Bộ, ngành, bảo đảm đồng bộ, tránh chồng chéo, trùng lặp và thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; tăng cường phân cấp trong hệ thống hành chính, đồng thời đẩy mạnh hoạt động theo dõi, đôn đốc, kiểm tra, thanh tra, giám sát hoạt động thực thi công vụ; tăng cường vai trò của các tổ chức hiệp hội ngành nghề trong việc đầu tư, hỗ trợ phát triển các hoạt động sáng tạo, sản xuất, phân phối, phổ biến và tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa; củng cố mô hình tổ chức, nâng cao năng lực của các tổ chức đại diện tập thể và các tổ chức tư vấn, dịch vụ quyền tác giả, quyền liên quan.

- Xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê và cơ sở dữ liệu các ngành công nghiệp văn hóa; ứng dụng công nghệ thông tin, tổ chức kết nối liên thông hệ thống cơ sở dữ liệu phục vụ nhu cầu công tác quản lý, phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

- Nhà nước tạo môi trường pháp lý thuận lợi, hỗ trợ đầu tư phát triển nguồn nhân lực, quảng bá, phát triển thị trường văn hóa, tạo môi liên kết thị trường về ngành nghề và khu vực, xây dựng thương hiệu quốc gia cho các ngành công nghiệp văn hóa; đa dạng hóa các mô hình đầu tư, đặc biệt mô hình hợp tác công tư (PPP); khuyến khích hình thành và phát triển các loại quỹ đầu tư trong lĩnh vực văn hóa.

##### **b) Đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao nhận thức**

- Đẩy mạnh truyền thông, nâng cao nhận thức và trách nhiệm của các cấp, các ngành, địa phương và toàn xã hội về vị trí, vai trò của các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội; triển khai các chiến lược, quy hoạch phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại các tỉnh, thành phố, hoặc khu vực, vùng phát huy tiềm năng, lợi thế sẵn có; nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp trong việc đầu tư cho văn hóa như là một phần chiến lược kinh doanh và thể hiện trách nhiệm

với xã hội, cộng đồng tạo thành hệ thống thông suốt từ Chính phủ đến doanh nghiệp, đến nhà sáng tạo, đến người dân đối với CMCN 4.0.

- Huy động sự tham gia rộng rãi, có hiệu quả của các phương tiện thông tin đại chúng trong việc tuyên truyền, phổ biến các chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của nhà nước về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0; phát huy vai trò tuyên truyền, giáo dục của các đơn vị, tổ chức văn hóa nhằm phát triển công chúng, người tiêu dùng về năng lực hiểu biết, cảm thụ các sản phẩm, dịch vụ văn hóa.

*c) Đẩy mạnh phát triển nguồn nhân lực*

- Xây dựng kế hoạch về phát triển nguồn nhân lực, phát huy lợi thế nguồn nhân lực dồi dào, thúc đẩy trao đổi kiến thức, nâng cao năng lực chuyên môn, đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp cho các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0;

- Đổi mới nội dung, chương trình đào tạo, đẩy mạnh giáo dục trực tuyến kết hợp với việc sử dụng phần mềm, công nghệ hình ảnh ... nhằm nâng cao năng lực và cải thiện kỹ năng quản lý và kỹ năng kinh doanh trong các ngành công nghiệp văn hóa; đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý, thực thi về quyền tác giả, quyền liên quan; thường xuyên tập huấn chuyên môn về bảo vệ bản quyền và thu phí bản quyền hiệu quả; hình thành đội ngũ chuyên gia trong các ngành công nghiệp văn hóa và lĩnh vực bản quyền; tăng cường liên kết, hợp tác để các cơ sở giáo dục đại học, các viện nghiên cứu tham gia có hiệu quả vào phát triển nguồn nhân lực nói riêng cũng như phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia cách mạng công nghiệp lần thứ tư;

- Có chế độ đãi ngộ phù hợp để thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, được đào tạo cơ bản, có kinh nghiệm chuyên môn từ các nước có trình độ phát triển cao về các ngành công nghiệp văn hóa đến Việt Nam làm việc.

*d) Tăng cường ứng dụng khoa học và công nghệ*

- Ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến, lưu giữ các sản phẩm văn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ văn hóa; thực hiện đổi mới nội dung, phương thức hoạt động của các ngành công nghiệp văn hóa; nâng cao hàm lượng khoa học kỹ thuật trong chuỗi sản xuất sản phẩm, dịch vụ của các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0;

- Đổi mới và phát triển các ngành sản xuất sản phẩm, dịch vụ văn hóa truyền thống như: In ấn, xuất bản phát hành, biểu diễn nghệ thuật, sản xuất phim, giải trí, quảng cáo, triển lãm. Tăng cường hợp tác, tranh thủ kỹ thuật, công nghệ tiên tiến từ các quốc gia phát triển.

*đ) Thu hút và hỗ trợ đầu tư*

- Xây dựng các chính sách ưu đãi, đẩy mạnh tuyên truyền, xúc tiến đầu tư phát triển các ngành công nghiệp văn hóa sẵn có lợi thế, tiềm năng như: Điện ảnh,



Nghệ thuật biểu diễn, Quảng cáo, Thủ công mỹ nghệ, Phần mềm và các trò chơi giải trí, Truyền hình và Phát thanh, Thời trang, Du lịch văn hóa;

- Khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài nước tăng cường đầu tư, vào các hoạt động sáng tạo văn hóa, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ văn hóa; phát triển mạng lưới doanh nghiệp, trong đó hình thành một số tập đoàn lớn về công nghiệp văn hóa ở các lĩnh vực truyền thông, điện ảnh, phát thanh và truyền hình, phần mềm và các trò chơi trực tuyến.

*e) Phát triển thị trường*

- Từng bước hình thành cộng đồng người tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ văn hóa trong nước thông qua hoạt động quảng bá, nâng cao khả năng tiếp cận, sử dụng các sản phẩm, dịch vụ văn hóa của công chúng; huy động các nguồn lực trong xã hội để hình thành và phát triển 3 trung tâm công nghiệp văn hóa tại Hà Nội, Đà Nẵng, Thành phố Hồ Chí Minh và một số trung tâm gắn với các di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới.

- Đổi mới công nghệ sản xuất, nâng cao năng lực sản xuất và sáng tạo các giá trị văn hóa mới, tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ văn hóa có chất lượng cao tham gia vào thị trường văn hóa trong nước và quốc tế; đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm, dịch vụ văn hóa; xây dựng và phát triển thị trường sản phẩm, dịch vụ văn hóa của Việt Nam ở nước ngoài; có chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp trong quá trình tham gia và phát triển thị trường quốc tế đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0.

*g) Mở rộng giao lưu, hợp tác quốc tế*

Xây dựng và triển khai các chương trình quảng bá thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa, thương hiệu doanh nghiệp văn hóa Việt Nam, các tài năng tiêu biểu về văn hóa của đất nước tại các hội chợ quốc tế, liên hoan quốc tế; lồng ghép các chương trình quảng bá phát triển công nghiệp văn hóa gắn với các sự kiện ngoại giao; mở rộng giao lưu, trao đổi văn hóa với các nước trong khu vực và trên thế giới nhằm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0.

**3.3.2. Giải pháp phát triển một số ngành công nghiệp văn hóa cụ thể**

Các ngành công nghiệp văn hóa: Điện ảnh; Nghệ thuật biểu diễn; Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm; Quảng cáo; Du lịch văn hóa triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp chung, đồng thời chú trọng các nhiệm vụ, giải pháp cụ thể của từng ngành như sau:

*a) Điện ảnh*

- rà soát, bổ sung, điều chỉnh các quy định của Luật Điện ảnh và các văn bản pháp luật liên quan cũng như các hiệp định và điều ước quốc tế mà Việt Nam đã ký kết để bảo đảm phù hợp với thực tiễn phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam.

- Xây dựng Trung tâm chiếu phim hiện đại tại thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Xây dựng và hoàn thiện trường quay tại Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh.

- Tập trung đào tạo những ngành nghề: Đạo diễn, Nhà sản xuất, Nhà kinh doanh, Biên kịch, Lý luận phê bình, Quay phim, Thiết kế mỹ thuật (sân khấu), Kỹ thuật - công nghệ, Diễn viên. Bồi dưỡng nâng cao trình độ nghề ngắn hạn trong và ngoài nước; chú trọng đào tạo chính quy ở trong nước và ở những nước có ngành công nghiệp điện ảnh phát triển. Khuyến khích các nhà biên kịch, đạo diễn phát huy tối đa tính sáng tạo trong quá trình xây dựng tác phẩm điện ảnh nhằm phát triển ngành công nghiệp điện ảnh đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0.

#### *b) Nghệ thuật biểu diễn*

- Phát triển thị trường cho các tác phẩm sân khấu, âm nhạc, các chương trình biểu diễn. Bảo tồn và phát huy nghệ thuật truyền thống dân tộc kết hợp với các loại hình nghệ thuật đương đại, tạo ra nhiều sản phẩm chất lượng cao, thể hiện được tính sáng tạo, độc đáo của nghệ thuật truyền thống. Khuyến khích thành lập các doanh nghiệp, ưu tiên các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực âm nhạc, chương trình biểu diễn, tổ chức sự kiện; tăng cường hợp tác giữa các ngành, lĩnh vực liên quan với nghệ thuật biểu diễn; khuyến khích và hỗ trợ các văn nghệ sỹ tham gia học tập, bồi dưỡng, biểu diễn và các hoạt động liên quan khác ở nước ngoài nhằm phát triển ngành công nghiệp biểu diễn nghệ thuật, sân khấu ... đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0;

- Xây dựng và hoàn thiện chính sách đào tạo nguồn nhân lực; chính sách khuyến khích tài năng, sáng tạo, ưu đãi văn nghệ sỹ; chính sách xã hội hóa nghệ thuật biểu diễn; tập trung đào tạo, bồi dưỡng những ngành nghề: Đạo diễn, Nhạc sỹ, Họa sỹ thiết kế sân khấu, Nhà sản xuất, Nhà kinh doanh, Biên kịch, Nghệ sỹ biểu diễn, Người dẫn chương trình, Người mẫu... và mở rộng hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực; hình thành một số thương hiệu có uy tín trong việc tôn vinh các tác phẩm nghệ thuật biểu diễn.

#### *c) Mỹ thuật, Nhiếp ảnh và Triển lãm*

- Xây dựng các cơ chế, chính sách, đề án nhằm phát triển thị trường mỹ thuật, nhiếp ảnh đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0.

- Về Mỹ thuật:

+ Xây dựng các công trình mỹ thuật công cộng, phục vụ dân sinh, cảnh quan kiến trúc có giá trị thẩm mỹ và bản sắc dân tộc; phát triển mỹ thuật công nghiệp, mỹ thuật ứng dụng đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế thị trường;

+ Xây dựng các thương hiệu thiết kế thời trang có uy tín trong nước và quốc tế; tăng cường hàm lượng giá trị thiết kế thời trang;

+ Hình thành Trung tâm giám định và đấu giá tác phẩm mỹ thuật ngoài công lập, các trung tâm thiết kế thời trang và mạng lưới liên kết sản xuất giữa các doanh nghiệp trong ngành;

+ Đào tạo đội ngũ họa sĩ, nhà điêu khắc, nhà thiết kế mỹ thuật công nghiệp, mỹ thuật ứng dụng có trình độ chuyên môn cao, có tính chuyên nghiệp. Phát triển đội ngũ nghiên cứu phê bình, giám tuyển mỹ thuật có trình độ tương đương với các nước trong khu vực và thế giới. Thu hút các chuyên gia thời trang ở nước ngoài tham gia đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ thiết kế thời trang trong nước. Mở chuyên ngành đào tạo thiết kế và kinh doanh thời trang trong trường đại học, cao đẳng và đào tạo nghề ở các trường trung cấp.

- Về Nhiếp ảnh:

+ Xây dựng các bộ sưu tập hình ảnh đất nước, văn hóa, con người Việt Nam nhằm quảng bá văn hóa và đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của khách du lịch và giao lưu quốc tế;

+ Ứng dụng công nghệ hiện đại tạo ra các tác phẩm nhiếp ảnh hấp dẫn, đa dạng. Đưa nhiếp ảnh Việt Nam hội nhập sâu rộng với nhiếp ảnh khu vực và thế giới.

- Về Triển lãm:

+ Xây dựng một số mô hình triển lãm, hội chợ có thương hiệu quốc tế về xúc tiến quảng bá, mua, bán các sản phẩm, dịch vụ văn hóa và du lịch, thực hiện hợp tác, liên doanh, liên kết trong sáng tạo, sản xuất, phổ biến và tiêu dùng theo định kỳ trong nước, khu vực và quốc tế;

+ Tạo điều kiện để các sản phẩm, dịch vụ văn hóa tham gia các triển lãm, hội chợ có uy tín của quốc tế.

*d) Quảng cáo*

- Tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế, chính sách tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động quảng cáo phát triển đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ cao, hiện đại trong quảng cáo, đặc biệt trong lĩnh vực kỹ thuật số, công nghệ di động;

- Tham gia các sự kiện quảng cáo trên thế giới và tổ chức các sự kiện quảng cáo quốc tế tại Việt Nam. Tăng cường quảng cáo ở các sự kiện văn hóa, thể thao, du lịch trong nước và quốc tế. Đa dạng hóa các hình thức quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, ngoài trời và trên sản phẩm, dịch vụ văn hóa, du lịch;

- Đào tạo đội ngũ thiết kế quảng cáo có khả năng tiếp thu và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật, nắm vững kiến thức văn hóa.

*đ) Du lịch văn hóa*

- Khuyến khích phát triển các loại hình du lịch văn hóa, đặc biệt là du lịch di sản, du lịch tâm linh. Liên kết xây dựng sản phẩm du lịch văn hóa với các nước ASEAN, đẩy mạnh liên kết vùng, địa phương; xây dựng và hoàn thiện cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kinh doanh dịch vụ du lịch tại các địa điểm có di sản thế giới, di tích quốc gia đặc biệt, các bảo tàng, nhà hát, trung tâm điện ảnh, làng nghề thủ

công truyền thông, khu vui chơi giải trí. Xây dựng thương hiệu du lịch quốc gia đáp ứng yêu cầu chủ động tham gia CMCN 4.0;

- Chú trọng phối hợp liên ngành trong việc quản lý, khai thác và phát huy các giá trị văn hóa phát triển sản phẩm du lịch văn hóa phù hợp, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững; xúc tiến, quảng bá rộng rãi sản phẩm du lịch văn hóa trong và ngoài nước; tập trung thu hút khách du lịch văn hóa có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày; đẩy mạnh sản xuất các sản phẩm văn hóa đáp ứng nhu cầu mua sắm của khách du lịch;

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch văn hóa, đặc biệt đối với nhân lực quản lý, hướng dẫn viên, thuyết minh viên và nhân lực phục vụ trực tiếp khách du lịch. Nâng cao chất lượng đào tạo nghề du lịch văn hóa theo tiêu chuẩn nghề ASEAN đáp ứng yêu cầu của cuộc CMCN 4.0.

### 3.3.3. Xây dựng Bộ cơ sở dữ liệu quốc gia về các ngành công nghiệp văn hóa

Xây dựng Bộ cơ sở dữ liệu quốc gia về các ngành công nghiệp văn hóa thông qua việc tổ chức điều tra thống kê hàng năm các ngành công nghiệp văn hóa. Xây dựng bộ công cụ phần mềm quản lý và tra cứu đánh giá sự đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa đối với nền kinh tế quốc dân. Đây là nền tảng, điều kiện quyết định giúp cho Việt Nam chủ động tham gia CMCN 4.0 đồng thời tạo động lực đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hóa đất nước.