

Thực trạng và thách thức về nhân lực công nghiệp văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và AI từ thực tiễn vùng Đông Nam Bộ

07/06/2026 09:00

TS NGUYỄN THỊ HẰNG
ThS PHẠM MAI PHƯƠNG
Học viện Chính trị khu vực II

DOI: <https://doi.org/10.70786/PTOJ.2026.4216>

Tóm tắt: Những biến đổi về cơ cấu nghề nghiệp, kỹ năng và phương thức lao động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa; đồng thời phân tích năm vấn đề cốt lõi đang đặt ra trong quá trình phát triển nhân lực sáng tạo số tại Việt Nam. Từ đó, bài viết đề xuất một số định hướng nhằm đổi mới đào tạo, tăng cường liên kết đào tạo - doanh nghiệp và hoàn thiện chính sách phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa trong kỷ nguyên số. Bài viết là kết quả nghiên cứu của đề tài khoa học cấp bộ “Phát triển công nghiệp văn hóa ở vùng Đông Nam Bộ hiện nay”, Học viện Chính trị khu vực II chủ trì thực hiện

1. Đặt vấn đề

Công nghiệp văn hóa đã nổi lên như một trong những động lực quan trọng của kinh tế sáng tạo toàn cầu. Trước những biến đổi sâu sắc của chuyển đổi số và sự xuất hiện của AI đặt ra câu hỏi: nguồn nhân lực công nghiệp văn hóa của vùng Đông Nam Bộ hiện đang ở đâu và cần phát triển theo hướng nào trong bối cảnh kinh tế sáng tạo số? Để trả lời câu hỏi đó, nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp phân tích dữ liệu khảo sát thực tiễn (n=400) tại vùng Đông Nam Bộ. Kết quả cho thấy khoảng cách kỹ năng số và kỹ năng liên ngành là vấn đề trung tâm, trong đó 68,4% đơn vị khảo sát phản ánh thiếu hụt nghiêm trọng về năng lực ứng dụng AI sáng tạo, đòi hỏi đổi mới căn bản cả về chính sách đào tạo lẫn hệ sinh thái hợp tác đào tạo - doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Từ đó, tập trung làm rõ: (1) hệ thống hóa cơ sở lý luận về nhân lực công nghiệp văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và AI; (2) phân tích thực trạng và những vấn đề đang đặt ra; (3) đề xuất một số định hướng phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa phù hợp với yêu cầu giai đoạn mới.

2. Nội dung

2.1. Một số vấn đề lý luận về nhân lực công nghiệp văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và AI

a) Khái niệm công nghiệp văn hóa và nhân lực công nghiệp văn hóa

Công nghiệp văn hóa được hiểu là tổ hợp các ngành kinh tế dựa trên sáng tạo văn hóa, kết hợp tài nguyên văn hóa với quy trình công nghiệp để tạo ra sản

phẩm, dịch vụ có giá trị kinh tế và biểu tượng (UNESCO, 2009). Tại Việt Nam, Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 ban hành theo Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 (Chiến lược 2025) xác định 10 ngành công nghiệp văn hóa chủ chốt được ưu tiên phát triển gồm: điện ảnh; mỹ thuật - nhiếp ảnh - triển lãm; nghệ thuật biểu diễn; phần mềm và trò chơi giải trí; quảng cáo; thủ công mỹ nghệ; du lịch văn hóa; thiết kế sáng tạo; truyền hình – phát thanh; xuất bản.

Nhân lực công nghiệp văn hóa hay lao động sáng tạo là lực lượng lao động làm việc trong các ngành công nghiệp văn hóa, bao gồm nghệ sĩ, nhà thiết kế, nhà sản xuất nội dung, kỹ thuật viên sáng tạo, nhà quản lý văn hóa và các chuyên gia liên ngành. Điểm đặc thù của lao động sáng tạo là tính dự án, phi tuyến tính; sự giao thoa giữa năng lực cá nhân và hạ tầng công nghệ; và tính phi chính thức cao trong quan hệ lao động (Caves, 2000).

b) Chuyển đổi số và AI trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa

Chuyển đổi số trong công nghiệp văn hóa không đơn thuần là số hóa sản phẩm mà là tái cấu trúc toàn bộ chuỗi giá trị: từ sáng tạo, sản xuất, phân phối đến tiêu thụ và tương tác với công chúng. Các nền tảng số như YouTube, Spotify, Netflix, TikTok đã tạo ra hạ tầng phân phối mới, trong khi Big Data và phân tích hành vi người dùng đang định hình xu hướng sáng tạo nội dung.

Cuộc cách mạng AI tạo sinh từ năm 2022 đến nay đã đưa công nghiệp văn hóa đến ngưỡng biến đổi cấu trúc. Các công cụ như ChatGPT, Midjourney, Sora, Runway, Udio có khả năng tạo văn bản, hình ảnh, âm nhạc, video theo yêu cầu trong thời gian rất ngắn. Theo dự báo của Gartner (12/2025), trong lĩnh vực báo chí và truyền thông, các hệ thống AI đang hình thành khả năng tự suy nghĩ, hành động và cá nhân hóa nội dung theo thời gian thực (Responsive Content Design). Đồng thời, quy mô kinh tế số Việt Nam dự báo đạt mốc 50 tỷ USD năm 2026 (Google, Temasek và Bain, 2025).

c) Những yêu cầu mới đối với nhân lực công nghiệp văn hóa

Trong bối cảnh chuyển đổi số và AI, nhân lực công nghiệp văn hóa cần đáp ứng các yêu cầu mới trên ít nhất năm phương diện: (1) kỹ năng số – không chỉ sử dụng phần mềm mà còn làm việc trên nền tảng số và ứng dụng AI vào quy trình sáng tạo; (2) tư duy sáng tạo có chiều sâu văn hóa và phán đoán thẩm mỹ, lợi thế cạnh tranh của con người trước AI; (3) năng lực liên ngành kết hợp văn hóa - nghệ thuật với công nghệ, kinh doanh và truyền thông số; (4) năng lực thích ứng công nghệ học và tái học liên tục theo vòng đời công nghệ ngắn; (5) năng lực làm việc trên nền tảng số thành thạo mô hình gig economy, cộng tác xuyên biên giới và quản lý dự án phi tập trung.

Tư duy sáng tạo, tính linh hoạt, khả năng phục hồi và học tập suốt đời cũng là những kỹ năng đang gia tăng mạnh về tầm quan trọng, song song với các kỹ năng công nghệ (WEF, 2025).

2.2. Thực trạng nhân lực công nghiệp văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và AI hiện nay

a) Xu hướng chuyển đổi của thị trường lao động công nghiệp văn hóa

Tại Việt Nam, ngành công nghiệp văn hóa giai đoạn 2021-2025, giá trị sản xuất của các ngành công nghiệp văn hóa đạt bình quân trên 1 triệu tỷ đồng, tương đương khoảng 44 tỷ USD (Kinh tế Đô thị, 2026). Chiến lược 2025 đặt mục tiêu đến năm 2030 lực lượng lao động công nghiệp văn hóa tăng bình quân 10%/năm, chiếm 6% tổng lao động xã hội; tầm nhìn đến năm 2045 hướng đến 8%, với các sản phẩm công nghiệp văn hóa số chiếm trên 80% tổng sản phẩm.

Các chỉ số thị trường phản ánh sự phát triển năng động: tổng doanh thu phim điện ảnh Việt Nam năm 2025 đạt hơn 3.000 tỷ đồng, với tỷ trọng phim Việt tăng từ 42% (2024) lên 62% (2025) (Kinh tế Đô thị, 2026), cho thấy Việt Nam đang là thị trường điện ảnh có tốc độ phát triển.

Song song đó, thị trường lao động sáng tạo đang chứng kiến sự bùng nổ của các mô hình việc làm phi truyền thống. Lực lượng content creator, thiết kế số, truyền thông đa nền tảng và freelance sáng tạo tăng mạnh, phản ánh xu thế “kinh tế nền tảng” (platform economy) trong lĩnh vực văn hóa. Lao động từ xa, làm việc theo dự án và đa thu nhập đang trở thành phổ biến, đặc biệt trong các lĩnh vực truyền thông số, thiết kế đồ họa và sản xuất nội dung số.

b) Những biến đổi về yêu cầu kỹ năng và nghề nghiệp

Chuyển đổi số và AI đang tạo ra ba luồng biến đổi song song trong yêu cầu kỹ năng nhân lực công nghiệp văn hóa.

Thứ nhất, xuất hiện nghề nghiệp mới. Các vị trí như AI content strategist, prompt engineer cho thiết kế sáng tạo, digital cultural curator, NFT artist, hay data analyst phân tích hành vi văn hóa tiêu dùng đang nhanh chóng hình thành. Theo WEF (2025), AI và xử lý thông tin là công nghệ tạo ra nhiều việc làm nhất (khoảng 11 triệu) nhưng cũng thay thế nhiều nhất (khoảng 9 triệu) – nhiều hơn bất kỳ công nghệ nào khác, với kỹ năng AI và Big Data dẫn đầu danh sách kỹ năng tăng trưởng, tiếp theo là an ninh mạng và kiến thức công nghệ. Điều này phản ánh sự dịch chuyển từ mô hình lao động sáng tạo dựa trên kỹ năng chuyên môn đơn lẻ sang mô hình lao động sáng tạo lai ghép (hybrid workforce), trong đó năng lực kết hợp giữa tư duy văn hóa, công nghệ và dữ liệu trở thành yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của người lao động.

Thứ hai, biến đổi nội dung kỹ năng. Các kỹ năng “lai” (hybrid skills) ngày càng được đề cao, kết hợp sáng tạo nghệ thuật với thành thạo công cụ AI, marketing số và phân tích dữ liệu người dùng. Đến năm 2030, tỷ lệ nhiệm vụ do con người thực hiện và do công nghệ thực hiện sẽ gần như ngang nhau, thay đổi căn bản so với hiện tại khi 47% nhiệm vụ do con người thực hiện và chỉ 22% do công nghệ.

Thứ ba, bộ phận lao động bị đe dọa thay thế. Theo WEF (2025), AI đang thay thế không chỉ các vai trò thông thường mà cả các công việc sáng tạo như thiết kế đồ họa; đến năm 2030, khoảng 40% kỹ năng cốt lõi trong mọi vị trí việc làm sẽ thay đổi, thậm chí một số năm đào tạo đại học có thể đã lỗi thời ngay tại thời điểm tốt nghiệp.

2.3. Những điểm nghẽn trong phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa trước tác động của AI và chuyển đổi số

Từ phân tích thực trạng, xu thế, có năm vấn đề cốt lõi đang đặt ra đối với nhân lực công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Trong đó, khoảng cách kỹ năng số và kỹ năng liên ngành là vấn đề trung tâm, có tính căn nguyên đối với các vấn đề còn lại: thiếu kỹ năng số khiến lao động dễ bị AI thay thế; thiếu năng lực liên ngành làm cho chương trình đào tạo không đáp ứng được yêu cầu thị trường; cũng chính khoảng cách kỹ năng là rào cản lớn nhất ngăn cản liên kết hiệu quả giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp công nghiệp văn hóa. Theo WEF (2025a), gần 40% kỹ năng cần thiết trong công việc đang thay đổi và 63% nhà tuyển dụng toàn cầu xác nhận khoảng cách kỹ năng là rào cản lớn nhất cho quá trình chuyển đổi doanh nghiệp. Đây cũng là vấn đề cấp thiết nhất trong bối cảnh hệ sinh thái công nghiệp văn hóa Đông Nam Bộ – vùng kinh tế sáng tạo năng động nhất Việt Nam – đang cần lực lượng lao động sáng tạo số đủ năng lực để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng.

Thứ nhất, khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thị trường

Chương trình đào tạo nhân lực công nghiệp văn hóa tại các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam phần lớn còn thiên về kiến thức lý thuyết và kỹ năng nghề nghiệp truyền thống, trong khi thị trường đòi hỏi kỹ năng số và năng lực ứng dụng AI. Khoảng cách này phản ánh thực trạng chung của giai đoạn chuyển đổi số (2020–2025), khi tỷ lệ nhân lực có trình độ cao và kỹ năng số còn thấp so với khu vực và thế giới, vẫn tồn tại khoảng cách giữa nhà trường và thị trường lao động. Khoảng cách giữa đào tạo và nhu cầu thị trường hiện nay không đơn thuần là khoảng cách về nội dung chương trình mà sâu xa hơn là khoảng cách về tốc độ thích ứng. Trong khi chu kỳ đổi mới công nghệ số và AI chỉ diễn ra trong vài tháng đến một năm, quá trình điều chỉnh chương trình đào tạo đại học thường kéo dài nhiều năm. Điều này dẫn đến tình trạng sinh viên tốt nghiệp có thể đã sở hữu những kiến thức và kỹ năng không còn hoàn toàn phù hợp với yêu cầu thực tiễn của thị trường lao động. Đây được xem là một trong những nguyên nhân quan

trọng làm gia tăng tình trạng thiếu hụt nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực sáng tạo số mặc dù số lượng người được đào tạo vẫn tiếp tục tăng lên

Kỹ năng thiếu hụt	Tỷ lệ đơn vị phản ánh (%)	Mức độ ảnh hưởng
Kỹ năng số và công cụ AI sáng tạo	68,4	Rất cao
Marketing số và quản lý mạng xã hội	61,2	Cao
Thiết kế đa phương tiện (multimedia)	57,8	Cao
Phân tích dữ liệu người dùng (data analytics)	49,3	Cao
Sản xuất nội dung video/audio số	45,6	Trung bình cao
Kỹ năng liên ngành (nghệ thuật + công nghệ)	42,1	Trung bình cao
Quản lý dự án sáng tạo theo phương pháp Agile	38,7	Trung bình

Bảng 1. Các kỹ năng thiếu hụt chủ yếu trong nhân lực CNVH vùng Đông Nam Bộ (%)

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, 2025, n=400

Kết quả khảo sát về phát triển công nghiệp văn hóa tại vùng Đông Nam Bộ năm 2025 cho thấy bức tranh thiếu hụt kỹ năng số toàn diện. Đáng chú ý, các kỹ năng thiếu hụt nhiều nhất đều là các kỹ năng mang tính “lai” giữa sáng tạo và công nghệ như AI sáng tạo, marketing số và thiết kế đa phương tiện. Điều này cho thấy vấn đề của nhân lực công nghiệp văn hóa hiện nay không đơn thuần là thiếu lao động kỹ thuật số, mà là thiếu lực lượng có khả năng tích hợp tư duy nghệ thuật với công nghệ và dữ liệu. Đây cũng là đặc trưng mới của thị trường lao động sáng tạo trong bối cảnh AI, khi giá trị lao động không còn nằm chủ yếu ở thao tác kỹ thuật mà chuyển sang năng lực sáng tạo, kết nối liên ngành và tạo ra trải nghiệm văn hóa số.

Thứ hai, thiếu kỹ năng số và kỹ năng liên ngành

Khảo sát của PwC (2021) cho thấy 84% người Việt Nam được khảo sát cho rằng họ cần có khung kỹ năng để định hướng cho sự phát triển năng lực Công nghiệp 4.0; đồng thời Ngân hàng Thế giới trong báo cáo “Việt Nam số hóa: con đường đến tương lai” (2021) cảnh báo rằng phân bố kỹ năng không đồng đều có thể gia tăng bất bình đẳng. Tình trạng thiếu hụt kỹ năng số đặc biệt rõ nét trong lực lượng lao động ngành nghệ thuật và văn hóa truyền thống.

Theo khảo sát cho thấy, không chỉ thiếu hụt kỹ năng công nghệ, nhiều đơn vị công nghiệp văn hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh và Bình Dương còn phản ánh tình trạng lao động trẻ có khả năng sử dụng công cụ số nhưng thiếu tư duy sáng tạo chiều sâu, khả năng kể chuyện văn hóa và năng lực phát triển sản phẩm văn hóa có bản sắc. Điều này cho thấy thách thức của nhân lực công nghiệp văn hóa

hiện nay không đơn thuần nằm ở trình độ kỹ thuật, mà còn ở khả năng kết hợp giữa sáng tạo văn hóa, công nghệ và hiểu biết thị trường trong môi trường số hóa.

Thứ ba, nguy cơ thay thế một bộ phận lao động sáng tạo giản đơn bởi AI

Các vị trí dễ bị AI thay thế trong lĩnh vực sáng tạo bao gồm nhà thơ, người viết lời bài hát, nhà văn, chuyên gia PR và nhà báo. Tại Việt Nam, các vị trí như thiết kế banner quảng cáo, biên dịch nội dung marketing, viết nội dung chuẩn hóa, hay chỉnh sửa ảnh cơ bản đang chịu sức ép thay thế ngày càng tăng từ AI.

Thứ tư, thiếu liên kết giữa cơ sở đào tạo và doanh nghiệp công nghiệp văn hóa

Hệ sinh thái đào tạo – doanh nghiệp – Nhà nước trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn rời rạc. Báo cáo Viet Research (2024) nhấn mạnh cần đẩy mạnh hợp tác giữa doanh nghiệp và các trường đại học, cao đẳng để bảo đảm chương trình đào tạo đáp ứng nhu cầu thực tiễn, đồng thời khuyến khích văn hóa học tập suốt đời trong doanh nghiệp. Cơ chế “đồng đào tạo” (co-training) giữa cơ sở giáo dục và doanh nghiệp sáng tạo chưa được thể chế hóa đầy đủ.

Thứ năm, sự phân hóa cơ hội tiếp cận công nghệ số

Quá trình chuyển đổi số không đồng đều giữa các vùng, miền và nhóm lao động đang tạo ra nguy cơ gia tăng bất bình đẳng trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Trong bối cảnh chuyển đổi số và ứng dụng AI diễn ra mạnh mẽ, nâng cao năng lực sử dụng công nghệ số cho đối tượng thanh niên là yêu cầu thiết yếu và bắt buộc để tạo dựng đội ngũ lao động chất lượng cao. Trong công nghiệp văn hóa, bất bình đẳng số có thể khoét sâu khoảng cách giữa lao động sáng tạo ở đô thị lớn và địa phương.

2.4. Một số định hướng phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa trong bối cảnh mới

a) Đổi mới chương trình đào tạo nhân lực công nghiệp văn hóa

Chương trình đào tạo công nghiệp văn hóa cần được thiết kế theo hướng liên ngành và tích hợp kỹ năng số. Kết quả khảo sát cho thấy 68,4% đơn vị phản ánh thiếu hụt nghiêm trọng kỹ năng ứng dụng AI sáng tạo; đồng thời gần 60% doanh nghiệp gặp khó khăn trong tuyển dụng nhân lực có khả năng kết hợp công nghệ số với tư duy sáng tạo nghệ thuật. Điều này cho thấy chương trình đào tạo công nghiệp văn hóa hiện nay không còn phù hợp nếu tiếp tục tách rời kỹ năng nghệ thuật với công nghệ số. Vì vậy, chương trình đào tạo cần chuyển sang mô hình liên ngành, tích hợp AI ứng dụng, sáng tạo nội dung số và phân tích dữ liệu văn hóa tiêu dùng.

Bên cạnh các định hướng tổng quát, cần đặc biệt chú trọng một số giải pháp đào tạo mang tính đột phá trong kỷ nguyên số.

Thứ nhất, xây dựng chương trình AI literacy (hiểu biết về AI) chuyên biệt cho lao động sáng tạo – không phải đào tạo lập trình AI mà là năng lực sử dụng, đánh giá và định hướng sáng tạo với AI, bao gồm prompt engineering, AI ethics trong sáng tạo văn hóa và phân biệt giá trị con người với sản phẩm AI.

Thứ hai, phát triển mô hình studio số dùng chung (shared digital studio) – hạ tầng thực hành số (thiết bị thu âm, phòng dựng, studio đa phương tiện, máy chủ render) được chia sẻ giữa các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp công nghiệp văn hóa trong khu vực, tương tự mô hình FabLab đang phổ biến ở các nước phát triển.

Thứ ba, triển khai micro-credential cho kỹ năng sáng tạo số – các chứng chỉ ngắn hạn (4–12 tuần) được công nhận bởi ngành, cho phép lao động cập nhật nhanh các kỹ năng mới (AI video, generative design, spatial audio) mà không cần chờ chu kỳ sửa đổi chương trình đào tạo chính quy thường kéo dài 3–5 năm.

Thứ tư, đào tạo theo dự án số (digital project-based learning) trong đó sinh viên thực hành thông qua các dự án sáng tạo thực tế với doanh nghiệp công nghiệp văn hóa, bao gồm sản xuất content cho nhãn hàng, thiết kế sản phẩm văn hóa số và triển khai chiến dịch truyền thông đa nền tảng - mô hình này đã được áp dụng thành công tại một số trường đại học sáng tạo ở Hàn Quốc, Singapore.

b) Tăng cường liên kết giữa đào tạo và doanh nghiệp công nghiệp văn hóa

Mô hình hợp tác nhà trường – doanh nghiệp cần được thể chế hóa, trong đó doanh nghiệp tham gia thiết kế chương trình, cung cấp môi trường thực hành và đồng giảng dạy với giảng viên. Các mô hình có thể học hỏi từ kinh nghiệm quốc tế bao gồm: studio-based education (đào tạo dựa trên xưởng sáng tạo), creative residency (thực tập sáng tạo dài hạn tại doanh nghiệp) và mô hình doanh nghiệp đồng đào tạo (company-embedded training).

Theo Viet Research (2024), xây dựng chiến lược phát triển nhân lực số quốc gia cần được thực hiện thông qua các chính sách ưu đãi, chương trình đào tạo và hợp tác công – tư, trong đó doanh nghiệp cần tạo điều kiện và khuyến khích nhân viên tham gia các khóa đào tạo, cập nhật kiến thức mới để nâng cao khả năng thích ứng và sáng tạo.

c) Phát triển hệ sinh thái sáng tạo số

Phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa không thể tách rời việc xây dựng hệ sinh thái sáng tạo số. Các không gian sáng tạo (creative hubs), trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp văn hóa số và mô hình sandbox sáng tạo vừa là môi trường thực hành cho sinh viên, vừa là nơi thử nghiệm mô hình kinh doanh sáng tạo mới. Sau khi phủ sóng 5G toàn quốc năm 2025, Việt Nam đang đẩy mạnh nghiên cứu các tiêu

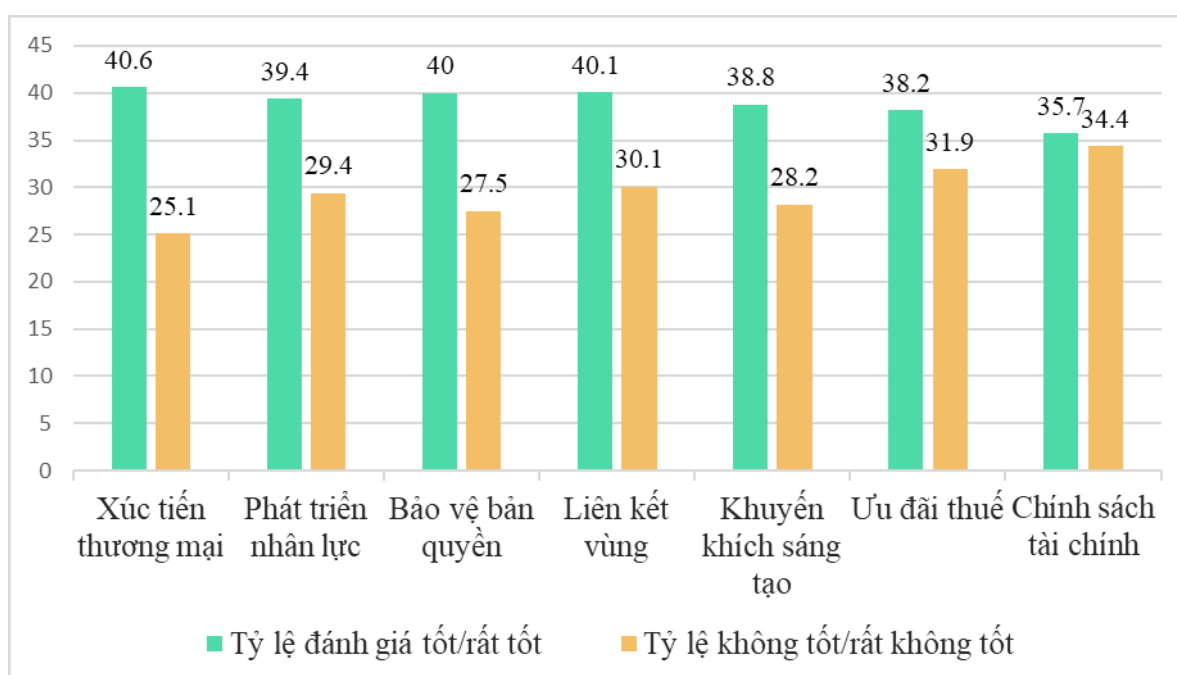
chuẩn và thiết bị mạng 6G để chuẩn bị cho kỷ nguyên siêu kết nối và Internet vạn vật thế hệ mới – cơ sở hạ tầng số này là điều kiện tất yếu để hệ sinh thái sáng tạo số phát triển toàn diện.

Trên cơ sở kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn Đông Nam Bộ, có thể đề xuất mô hình đào tạo đồng sáng tạo với doanh nghiệp nền tảng (platform co-creation model) như một hướng đột phá. Trong mô hình này, các nền tảng số lớn đang hoạt động tại Việt Nam (YouTube, TikTok, Spotify, Shopee Live) trở thành đối tác đào tạo trực tiếp: cung cấp dữ liệu xu hướng thực tế, mentor industry, học bổng sáng tạo và môi trường thực hành “live” trên nền tảng của họ cho sinh viên công nghiệp văn hóa.

Mô hình creative sandbox – không gian thử nghiệm sáng tạo có hạ tầng số đầy đủ, được bảo trợ bởi cả doanh nghiệp và nhà nước – là giải pháp trung gian cụ thể có thể triển khai tại các trung tâm công nghiệp văn hóa đang được quy hoạch ở TP. Hồ Chí Minh và Bình Dương trong giai đoạn 2025–2030. Đây cũng là hướng tiếp cận phù hợp với Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa, vốn nhấn mạnh vai trò của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo và hợp tác công – tư trong phát triển công nghiệp văn hóa số.

Tuy nhiên, để các mô hình này có thể triển khai hiệu quả tại Việt Nam, cần lựa chọn lộ trình phù hợp với điều kiện thực tiễn của từng địa phương. Trước mắt, có thể ưu tiên thí điểm tại các trung tâm sáng tạo và đô thị có mức độ phát triển công nghiệp văn hóa cao như Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương và Đồng Nai; sau đó từng bước mở rộng sang các địa phương khác thông qua cơ chế liên kết vùng và hợp tác công – tư.

d) Hoàn thiện chính sách phát triển nhân lực công nghiệp văn hóa



Biểu đồ 2. Đánh giá các khía cạnh chính sách phát triển CNVH vùng Đông Nam Bộ (%)

(Điểm trung bình thang đo 5 mức)

Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, 2025, n=160

Các khía cạnh chính sách phát triển công nghiệp văn hóa được đánh giá riêng biệt, kết quả khảo sát về các khía cạnh này cho thấy mức độ đánh giá tích cực (tốt/rất tốt) và tiêu cực (không tốt/rất không tốt) có sự phân hóa nhưng nhìn chung chưa tạo được sự vượt trội rõ rệt. Tỷ lệ đánh giá tích cực dao động trong khoảng 35,7% – 40,6%, trong khi tỷ lệ đánh giá tiêu cực cũng ở mức từ 25,1% đến 34,4%, phản ánh tính hai mặt và mức độ hiệu quả chưa ổn định của hệ thống chính sách hiện nay. Trong đó, các nội dung như xúc tiến thương mại (40,6%), bảo vệ bản quyền (40,0%) và liên kết vùng (40,1%) có tỷ lệ đánh giá tích cực cao hơn so với các nội dung khác, cho thấy những nỗ lực bước đầu trong việc hỗ trợ thị trường và bảo vệ quyền lợi của các chủ thể sáng tạo.

Tuy nhiên, ngay cả ở các lĩnh vực này, tỷ lệ đánh giá tiêu cực vẫn chiếm từ 25% đến trên 30%, cho thấy hiệu quả triển khai còn chưa đồng đều và chưa đáp ứng kỳ vọng của các bên liên quan. Đáng chú ý, các chính sách liên quan đến nguồn lực và tài chính lại nhận được mức đánh giá thấp hơn. Cụ thể, chính sách tài chính có tỷ lệ đánh giá tích cực thấp nhất (35,7%) và đồng thời có tỷ lệ đánh giá tiêu cực cao nhất (34,4%), trong khi chính sách ưu đãi thuế cũng có mức đánh giá tiêu cực lên tới 31,9%. Điều này phản ánh rõ những hạn chế trong việc tạo lập các cơ chế hỗ trợ đủ mạnh để thúc đẩy doanh nghiệp và các chủ thể sáng tạo tham gia vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

Như vậy, cần xây dựng chiến lược phát triển nhân lực sáng tạo quốc gia gắn với hệ sinh thái công nghiệp văn hóa; hoàn thiện chính sách hỗ trợ kỹ năng số cho lao động công nghiệp văn hóa, đặc biệt lực lượng freelance sáng tạo; và ưu tiên hỗ trợ lao động sáng tạo trẻ qua học bổng, vốn khởi nghiệp sáng tạo và không gian làm việc ưu đãi. Việc tiếp tục hoàn thiện thể chế thị trường lao động, nâng cao chất lượng đào tạo, thúc đẩy tạo việc làm chính thức và hỗ trợ các nhóm lao động yếu thế sẽ là những giải pháp then chốt cần được triển khai đồng bộ trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

3. Kết luận

Chuyển đổi số và AI đang tái cấu trúc sâu sắc lực lượng lao động công nghiệp văn hóa Việt Nam. Đây vừa là thách thức, vừa là cơ hội: thách thức ở chỗ một bộ phận lao động sáng tạo truyền thống có nguy cơ bị thay thế và khoảng cách kỹ năng số ngày càng rõ rệt; cơ hội ở chỗ công nghệ số mở ra không gian sáng tạo và thị trường lao động mới chưa từng có. Theo WEF (2025), AI sẽ thay thế 92 triệu việc làm nhưng đồng thời tạo ra 170 triệu việc làm mới; trong đó tư duy sáng tạo, suy luận theo ngữ cảnh và phán đoán đạo đức là những năng lực mà không thuật toán nào có thể thay thế hoàn toàn.

Để nắm bắt cơ hội và vượt qua thách thức, Việt Nam cần đổi mới căn bản tư duy đào tạo nhân lực công nghiệp văn hóa theo hướng tích hợp kỹ năng số, liên ngành và thực hành; đồng thời hoàn thiện hệ sinh thái đào tạo – doanh nghiệp – Nhà nước để nuôi dưỡng thể hệ lao động sáng tạo số mới.

Nghiên cứu tiếp theo cần có điều tra khảo sát thực nghiệm về thực trạng kỹ năng số của nhân lực công nghiệp văn hóa Việt Nam và đánh giá hiệu quả các chính sách đang triển khai, nhằm cung cấp cơ sở thực tiễn vững chắc hơn cho hoạch định chính sách phát triển nhân lực sáng tạo trong kỷ nguyên số. Trong bối cảnh công nghiệp văn hóa đang trở thành một trong những động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế sáng tạo, phát triển nguồn nhân lực sáng tạo số sẽ là điều kiện quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh văn hóa quốc gia trong kỷ nguyên số.

Ngày nhận bài: 2/6/2026; Ngày bình duyệt: 6/7/2026; Ngày quyết định đăng: 7/6/2026.

Tài liệu tham khảo

Báo cáo điều tra khảo sát (2025), *Đề tài cấp bộ 2025-2026 “Phát triển Công nghiệp văn hóa vùng Đông Nam Bộ hiện nay”*

Caves, R. E. (2000). *Creative industries: Contracts between art and commerce*. Harvard University Press.

Eikhof, D. R., & Warhurst, C. (2013). The promised land? Why social inequalities are systemic in the creative industries. *Employee Relations*, 35(5), 495–508.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.

Gartner. (2025). *Top strategic technology trends for 2026*. Gartner Research.

Google, Temasek, & Bain & Company. (2025). *e-Conomy SEA 2025 report*. Retrieved from <https://economysea.withgoogle.com>

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1944). *Dialectic of Enlightenment*. Herder and Herder.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Press.

International Labour Organization (ILO). (2023). *The future of work in the creative economy*. International Labour Organization.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Kinh tế và Dự báo. (2024). Đào tạo kỹ năng số cho lực lượng lao động Việt Nam: Cơ hội và thách thức. Truy xuất từ <https://kinhtevadubao.vn>

Kinh tế Đô thị. (2026, tháng 1). Bài 2: Sôi động ngành công nghiệp văn hóa. *Báo Kinh tế Đô thị*.

McKinsey Global Institute. (2023). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*. McKinsey & Company.

Nhân Dân. (2025, ngày 16 tháng 11). Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. *Báo Nhân Dân điện tử*. Truy xuất từ <https://nhandan.vn>

Oakley, K., & O'Brien, D. (2016). Learning to labour unequally: Understanding the relationship between creative education, training and work. *Social Identities*, 22(1), 35–51.

OCD. (2025). *Những thành tựu công nghệ Việt Nam 2025 và xu hướng 2026*. Công ty Tư vấn Quản lý OCD.

OpenAI. (2024). *GPTs are GPTs: An early look at the labor market impact potential of large language models*. OpenAI Research.

PwC. (2021). *Upskilling Hopes and Fears Survey 2021*. PricewaterhouseCoopers.

Tạp chí Quản lý Nhà nước. (2025). Phát triển nguồn nhân lực hướng tới kỷ nguyên số sau 50 năm thống nhất đất nước. Truy xuất từ <https://quanlynhanuoc.vn>

Thủ tướng Chính phủ (2025). *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045* (Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2025).

UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy – A feasible development option*. United Nations Conference on Trade and Development.

UNESCO. (2009). *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics*. UNESCO Institute for Statistics.

UNESCO. (2022). *Reshaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Viet Research. (2024). *Báo cáo thị trường lao động Việt Nam 2024–2025: Kiến tạo giá trị, phát triển nhân tài trong kỷ nguyên số*. Công ty Cổ phần Nghiên cứu Kinh doanh Việt Nam.

VnEconomy. (2026, tháng 2). Công nghiệp văn hóa: Động lực tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Truy xuất từ <https://vneconomy.vn>

World Economic Forum (WEF). (2025a). *Future of Jobs Report 2025*. World Economic Forum.

World Economic Forum (WEF). (2025b). *Educating a future workforce that will match AI disruption*. World Economic Forum Stories.

World Bank. (2021). *Vietnam digital transformation: Pathways to the future*. World Bank Group.