

ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM

INFORMATION TECHNOLOGY ADOPTION AND INNOVATION
IN CREATIVE INDUSTRY ENTERPRISES IN VIETNAM

Vũ Thị Thu Hương^{1,*}, Nguyễn Thị Minh Nhân¹

DOI: <https://doi.org/10.57001/huinh5804.2026.195>

TÓM TẮT

Bài báo phân tích thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin và đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp sáng tạo tại Việt Nam. Dựa trên dữ liệu Điều tra doanh nghiệp năm 2020 với 18.579 doanh nghiệp công nghiệp sáng tạo và 788.559 doanh nghiệp ngoài ngành, nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả và kiểm định t cho hai mẫu độc lập nhằm so sánh sự khác biệt giữa hai nhóm doanh nghiệp. Kết quả cho thấy cơ cấu doanh nghiệp công nghiệp sáng tạo tập trung cao vào Quảng cáo, Thiết kế và Xuất bản phần mềm, trong khi ngành văn hóa như Bảo tồn di sản, Âm nhạc có quy mô rất nhỏ. Kiểm định t cho thấy nhóm công nghiệp sáng tạo vượt trội về đầu tư R&D, đổi mới sản phẩm và sử dụng internet, phần mềm văn phòng, nhưng kém hơn nhóm ngoài ngành về đổi mới tổ chức, đổi mới quy trình và ứng dụng công nghệ thông tin chuyên sâu (website, phần mềm quản lý, tự động hóa). Các khác biệt đều có ý nghĩa thống kê. Từ đó, bài báo đề xuất chính sách thúc đẩy phát triển ngành công nghiệp sáng tạo thông qua hiệu quả đổi mới sáng tạo và ứng dụng công nghệ thông tin.

Từ khóa: Công nghệ thông tin, công nghiệp sáng tạo, đổi mới sáng tạo, đổi mới sản phẩm.

ABSTRACT

This article analyses the current state of information technology adoption and innovation activities among enterprises in Vietnam's creative industries. Using data from the 2020 Enterprise Survey, which covers 18,579 creative industry enterprises and 788,559 non-creative industry enterprises, the study employs descriptive statistics and independent-samples t-tests to compare differences between the two groups of firms. The results show that the structure of creative industry enterprises is highly concentrated in Advertising, Design, and Software Publishing, while cultural sectors such as Heritage Conservation and Music remain very small in scale. The t-test results indicate that the creative industries outperform non-creative industries in R&D investment, product innovation, and the use of the internet and office software. However, they perform less effectively than non-creative sectors in organizational innovation, process innovation, and the application of advanced information technologies (such as websites, management software, and automation systems). All observed differences are statistically significant. Based on these findings, the paper proposes policy recommendations to promote the development of the creative industries through more effective innovation activities and the application of information technology.

Keywords: Information technology, creative industries, innovation, product innovation.

¹Trường Đại học Thương mại

*Email: huong.vtt@tmu.edu.vn

Ngày nhận bài: 15/5/2026

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 18/6/2026

Ngày chấp nhận đăng: 29/6/2026

1. GIỚI THIỆU

Trong những thập niên gần đây, công nghiệp sáng tạo (CNST) đã trở thành một trong những động lực tăng

trưởng quan trọng của nền kinh tế tri thức, đóng góp ngày càng lớn vào tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Khác với các

ngành sản xuất truyền thống dựa chủ yếu vào vốn và lao động, CNST tạo ra giá trị gia tăng từ tri thức, tài năng, nội dung văn hóa và khả năng sáng tạo của con người.

Tại Việt Nam, thuật ngữ công nghiệp văn hóa được sử dụng phổ biến trong các văn bản chính sách nhà nước, đặc biệt trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 được phê duyệt theo Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 của Thủ tướng Chính phủ. Trong khi đó, thuật ngữ công nghiệp sáng tạo được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu học thuật và trong hệ thống tài liệu của các tổ chức quốc tế như UNESCO, UNCTAD và WIPO. UNESCO định nghĩa CNST là các ngành tập trung vào việc sản xuất và phân phối các nội dung văn hóa, nghệ thuật và đổi mới sáng tạo (ĐMST), trong khi UNCTAD (<https://unctad.org/>) xem CNST là các hoạt động kinh tế dựa trên sự sáng tạo, tri thức, công nghệ và tài sản trí tuệ.

Ngành công nghiệp văn hóa ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Việt Nam. Theo Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, ngành này được kỳ vọng đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 10%/năm, đóng góp 7% GDP vào năm 2030 và 9% GDP vào năm 2045 [1].

Để đạt được các mục tiêu này, ĐMST và ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) được xem là những động lực then chốt. Với đặc trưng dựa trên tri thức, sáng tạo và tài sản trí tuệ, các doanh nghiệp (DN) văn hóa và sáng tạo không ngừng tạo ra sản phẩm, dịch vụ, nội dung và mô hình kinh doanh mới. Đồng thời, trong bối cảnh chuyển đổi số, CNTT đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất, mở rộng thị trường và thúc đẩy các hình thức sáng tạo mới. OECD cũng chỉ ra rằng các ngành văn hóa và sáng tạo thuộc nhóm tiên phong trong quá trình số hóa và phát triển các mô hình sản xuất, tiêu dùng mới [2].

Mặc dù vai trò của ĐMST và CNTT đối với sự phát triển của ngành CNST đã được thừa nhận rộng rãi, các bằng chứng thực nghiệm về mức độ ứng dụng CNTT và hoạt động ĐMST của DN CNST tại Việt Nam vẫn còn hạn chế. Đặc biệt, còn thiếu các nghiên cứu sử dụng dữ liệu DN quy mô lớn để đánh giá thực trạng và so sánh một cách hệ thống giữa DN CNST và các DN ngoài ngành. Xuất phát từ khoảng trống này, bài báo tập trung: (i) phân tích thực trạng ĐMST và ứng dụng CNTT của DN CNST tại Việt Nam; (ii) kiểm định sự khác biệt giữa DN CNST và DN ngoài ngành; và (iii) cung cấp bằng chứng thực nghiệm phục vụ hoạch định chính sách phát triển ngành CNST trong bối cảnh chuyển đổi số.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

2.1. Khái quát về ngành công nghiệp sáng tạo

Ngành CNST nổi lên như một lĩnh vực kinh tế then chốt toàn cầu, dựa trên tri thức, văn hóa và sức sáng tạo. Tuy nhiên, chưa có định nghĩa hay khung phân loại thống

nhất do khác biệt về bối cảnh văn hóa và chính sách giữa các quốc gia [2, 3].

Một trong những khung phân loại có ảnh hưởng sớm nhất là của Bộ Văn hóa, Truyền thông và Thể thao Vương quốc Anh (DCMS). Theo mô hình này, CNST được định nghĩa là "các ngành có nguồn gốc từ sự sáng tạo, kỹ năng và tài năng cá nhân, có tiềm năng tạo ra của cải và việc làm thông qua khai thác sở hữu trí tuệ", bao gồm 13 lĩnh vực như quảng cáo, kiến trúc, thị trường nghệ thuật và đồ cổ, thủ công mỹ nghệ, thiết kế, thời trang, phim ảnh, âm nhạc, nghệ thuật biểu diễn, xuất bản, phần mềm và truyền hình/phát thanh [3].

Một cách tiếp cận toàn diện hơn được đưa ra bởi Hội nghị Liên Hợp Quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD). Khung phân loại này không chỉ nhấn mạnh vai trò của sáng tạo và sở hữu trí tuệ mà còn tập trung vào khía cạnh thương mại quốc tế của hàng hóa và dịch vụ sáng tạo [4]. Theo UNCTAD, CNST được phân thành bốn nhóm lớn: (i) Di sản văn hóa (các biểu đạt văn hóa truyền thống, lễ hội, địa điểm văn hóa); (ii) Nghệ thuật (nghệ thuật thị giác, nghệ thuật biểu diễn); (iii) Truyền thông (xuất bản, phương tiện truyền thông in ấn, nghe nhìn); và (iv) Chức năng sáng tạo (thiết kế, dịch vụ sáng tạo mới như quảng cáo, và dịch vụ kỹ thuật số). Sự phân chia thành hàng hóa và dịch vụ sáng tạo trong mô hình của UNCTAD được coi là một bước tiến quan trọng về mặt khái niệm [3, 4].

Ở cấp độ khu vực, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) ghi nhận sự đa dạng trong định nghĩa CNST giữa các quốc gia thành viên, từ việc bao gồm các lĩnh vực CNTT như dịch vụ tư vấn phần mềm cho đến các lĩnh vực như công viên giải trí, du lịch hay ẩm thực [2]. Tương tự, Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hợp Quốc đã nhiều lần cập nhật Khung Thống kê Văn hóa nhằm cung cấp một chuẩn mực quốc tế để đo lường các ngành văn hóa và sáng tạo, bao gồm các lĩnh vực như di sản văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, sách báo, và phương tiện truyền thông nghe nhìn [5]. Mặc dù có sự khác biệt, các khung phân loại quốc tế này đều có những điểm hội tụ quan trọng khi cùng nhấn mạnh vào vai trò trung tâm của sự sáng tạo, giá trị biểu tượng, và sở hữu trí tuệ trong việc tạo ra các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu văn hóa và kinh tế của xã hội [3].

Đặc điểm chung của các DN trong ngành CNST là hoạt động dựa trên hàm lượng tri thức và sáng tạo cao, quy mô thường nhỏ và siêu nhỏ, sản phẩm mang tính phi vật thể và giá trị gia tăng lớn từ yếu tố sở hữu trí tuệ. Các nghiên cứu trước đây cũng chỉ ra rằng DN CNST thường có cấu trúc tổ chức linh hoạt, phụ thuộc nhiều vào tài năng cá nhân và có mức độ tương tác cao với thị trường [6, 7].

2.2. Đổi mới sáng tạo và đo lường đổi mới sáng tạo

ĐMST trong DN là một khái niệm đa chiều. Theo OECD, ĐMST được hiểu là "sản phẩm mới hoặc cải tiến hoặc quy trình kinh doanh khác biệt đáng kể so với trước đây và đã được giới thiệu ra thị trường hoặc đưa vào sử dụng trong DN" [8].

Tuy nhiên, việc đo lường ĐMST gặp nhiều thách thức. Nghiên cứu [9] chỉ ra hầu hết nghiên cứu sử dụng chỉ số đại diện đơn lẻ nhưng có hạn chế: (i) chỉ tiêu R&D chỉ phản ánh đầu vào, không phù hợp với ngành dịch vụ; (ii) số bằng sáng chế không đồng đều về chất lượng và khác biệt giữa các ngành; (iii) tỷ trọng doanh thu từ sản phẩm mới chỉ phản ánh ĐMST sản phẩm [9]. Để khắc phục, nghiên cứu [9] đề xuất định nghĩa ĐMST dựa trên kết quả đầu ra: "khai thác thành công các ý tưởng mới", theo đó DN chỉ được coi là ĐMST nếu hoạt động này tạo ra cải thiện hiệu quả hoạt động [9]. Gần đây, nghiên cứu [10] đề xuất chỉ số tổng hợp đa chiều với 8 chỉ số đo lường ĐMST qua 3 giai đoạn: đầu vào, xử lý và đầu ra.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu thường dựa trên bộ chỉ số của Tổng cục Thống kê gồm: đầu tư R&D, đổi mới sản phẩm, quy trình, tổ chức và tiếp thị, phù hợp với khung đo lường OECD.

Đáng chú ý, DN ĐMST nhất không nhất thiết thuộc quốc gia ở ranh giới công nghệ hay ngành công nghệ cao [9]. Phát hiện này có ý nghĩa quan trọng đối với nghiên cứu về ĐMST trong ngành CNST.

2.3. Ứng dụng công nghệ thông tin và vai trò đối với doanh nghiệp ngành công nghiệp sáng tạo

Ứng dụng CNTT trong DN được hiểu là việc sử dụng các hệ thống máy tính, phần mềm, mạng internet và các công nghệ số khác để hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh, quản lý và giao dịch với đối tác, khách hàng. Các chỉ số đo lường ứng dụng CNTT phổ biến có thể kể đến như sử dụng internet, sử dụng website, sử dụng phần mềm nói chung, sử dụng phần mềm quản lý (như ERP, CRM), và sử dụng hệ thống tự động hóa.

Đối với DN ngành CNST, vai trò của ứng dụng CNTT càng trở nên quan trọng trong bối cảnh chuyển đổi số. Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030 đặt mục tiêu đến năm 2045, quy mô sản phẩm công nghiệp văn hóa số chiếm trên 80% tổng sản phẩm ngành CNST [1]. Điều này cho thấy, ứng dụng CNTT và số hóa là xu hướng tất yếu và là điều kiện để ngành CNST phát triển bền vững.

Nghiên cứu [11] chỉ ra rằng DN CNST có đặc thù là sản phẩm thường ở dạng số hóa hoặc có thể số hóa cao (như phần mềm, âm nhạc, xuất bản, quảng cáo), do đó ứng

dụng CNTT không chỉ là công cụ hỗ trợ mà còn là nền tảng để tạo ra sản phẩm và tiếp cận thị trường. Tại Việt Nam, sự phát triển của kinh tế số và thương mại điện tử đang mở ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp CNST tiếp cận thị trường toàn cầu thông qua các nền tảng số [11].

Tuy nhiên, khoảng cách số giữa các DN có quy mô khác nhau và giữa các phân ngành CNST khác nhau là vấn đề cần được quan tâm. Các DN nhỏ và siêu nhỏ trong lĩnh vực thủ công mỹ nghệ, nhiếp ảnh, âm nhạc có thể gặp khó khăn trong tiếp cận và ứng dụng CNTT so với các DN trong lĩnh vực phần mềm, quảng cáo. Nghiên cứu này sẽ góp phần cung cấp bằng chứng thực nghiệm về thực trạng này tại Việt Nam.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Số liệu

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu Điều tra DN năm 2020 do Tổng cục Thống kê thực hiện. Đây là cuộc điều tra toàn bộ thường niên, thu thập thông tin toàn diện về hoạt động sản xuất kinh doanh của DN trên phạm vi cả nước, phục vụ quản lý nhà nước, hoạch định chính sách và là nguồn dữ liệu quan trọng cho các nghiên cứu về khu vực doanh nghiệp Việt Nam. Đặc biệt, năm 2021, Tổng cục Thống kê tiến hành Tổng điều tra Kinh tế - Xã hội năm 2020, trong đó bổ sung câu hỏi khảo sát về tình hình ứng dụng CNTT và ĐMST của DN. Các cuộc điều tra trước và sau năm 2021 đều không có thông tin này. Do đó, nghiên cứu chỉ sử dụng dữ liệu từ Điều tra DN năm 2020.

3.2. Doanh nghiệp ngành công nghiệp sáng tạo

Trong nghiên cứu này, DN thuộc ngành CNST được xác định thông qua việc đối sánh mã ngành kinh tế trong bộ dữ liệu Điều tra DN năm 2020 với các lĩnh vực văn hóa và sáng tạo theo các khung phân loại quốc tế và bối cảnh chính sách tại Việt Nam. Việc phân loại được thực hiện ở cấp mã ngành kinh tế cấp 5, do đó số lượng phân ngành được nhận diện trong dữ liệu có thể khác với số lượng lĩnh vực công nghiệp văn hóa hoặc CNST được quy định trong các văn bản chính sách hay đề xuất trong các khung lý thuyết. Cách tiếp cận này phù hợp với thông lệ nghiên cứu quốc tế, trong đó phạm vi ngành CNST thường được xác định dựa trên khả năng đối sánh với hệ thống phân ngành kinh tế và nguồn dữ liệu thống kê sử dụng [2, 4].

Kết quả thống kê từ bảng 1 cho thấy bức tranh tổng thể về cơ cấu DN trong ngành CNST tại Việt Nam năm 2020 với một số đặc điểm nổi bật sau:

Một là, tập trung cao vào một số ngành thương mại. Ba ngành lớn nhất (Quảng cáo 51,58%, Thiết kế 17,49%, Xuất bản phần mềm 8,5%) chiếm 77,6% tổng số DN, phản ánh nhu cầu thị trường và tính thương mại hóa.

Hai là, nhiều ngành có quy mô rất nhỏ. Bảo tồn di sản (0,33%), Phát thanh truyền hình (0,48%), Âm nhạc (0,8%) và Xuất bản sách báo (1,12%) đều dưới 1,5%, cho thấy rào cản gia nhập cao ở lĩnh vực cần nguồn lực lớn hoặc gắn với hoạt động công ích.

Ba là, mất cân đối giữa các nhóm ngành. Theo khung phân loại trong [4], nhóm "chức năng sáng tạo" chiếm tỷ trọng áp đảo, trong khi nhóm "di sản và nghệ thuật" rất khiêm tốn, phản ánh xu hướng đầu tư vào lĩnh vực có khả năng sinh lời nhanh [4].

Bảng 1. Thống kê các DN theo phân ngành thuộc CNST

STT	Ngành	Số DN	Tỷ lệ (%)	Tỷ lệ cộng dồn (%)
1	Thủ công mỹ nghệ	575	3,09	3,09
2	Xuất bản sách báo	209	1,12	4,22
3	Xuất bản phần mềm	1.579	8,5	12,72
4	Phim ảnh	918	4,94	17,66
5	Âm nhạc	149	0,8	18,46
6	Phát thanh truyền hình	90	0,48	18,95
7	Quảng cáo	9.583	51,58	70,53
8	Thiết kế	3.249	17,49	88,01
9	Nhiếp ảnh	555	2,99	91
10	Giáo dục nghệ thuật	1.045	5,62	96,63
11	Sáng tác	566	3,05	99,67
12	Bảo tồn di sản	61	0,33	100
Tổng		18.579	100	

Nguồn: Kết quả tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

Tóm lại, cơ cấu DN CNST thiếu cân đối, tập trung vào ngành thương mại, trong khi nhiều ngành giàu tiềm năng văn hóa còn ở quy mô nhỏ.

3.3. Phương pháp thống kê mô tả và kiểm định sự khác biệt nhóm

Thống kê mô tả: Là phương pháp tóm tắt và trình bày dữ liệu, giúp mô tả các đặc điểm cơ bản của mẫu nghiên cứu, làm nền tảng cho các phân tích suy luận [12]. Nghiên cứu sử dụng phương pháp này để tính tỷ lệ phần trăm các chỉ tiêu về đổi mới sáng tạo và ứng dụng CNTT theo nhóm DN.

Kiểm định t trên hai mẫu độc lập: Thuộc nhóm thống kê suy luận, dùng để xác định liệu sự khác biệt giữa hai nhóm có ý nghĩa thống kê hay do ngẫu nhiên [12, 13]. Công thức $t = (mean_1 - mean_2) / SE$. So sánh t với giá trị tới hạn từ bảng phân phối t dựa trên bậc tự do và mức ý nghĩa α (thường là 0,05). Nếu $p\text{-value} < 0,05$, bác bỏ giả thuyết không, kết luận hai nhóm khác biệt có ý nghĩa thống kê. Nghiên cứu sử dụng kiểm định này để so sánh các chỉ tiêu giữa hai nhóm (ngành CNST và ngoài ngành CNST).

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Ứng dụng công nghệ thông tin

4.1.1. Phân tích theo quy mô

Bảng 2 thống kê tỷ lệ DN ngành CNST có ứng dụng CNTT theo quy mô, bao gồm các chỉ tiêu: sử dụng internet, website, phần mềm nói chung, phần mềm quản lý và hệ thống tự động hóa trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Kết quả cho thấy:

Thứ nhất, mức độ phổ cập internet cao, nhưng chênh lệch theo quy mô: tỷ lệ DN sử dụng internet tăng dần theo quy mô (từ 75,3% với DN siêu nhỏ, tăng lên 96,8% với DN lớn). Khoảng cách giữa nhóm lớn và siêu nhỏ là 21,5%, cho thấy DN nhỏ vẫn còn rào cản trong việc tiếp cận hạ tầng số cơ bản.

Thứ hai, các ứng dụng CNTT nâng cao có sự phân hóa mạnh: Tỷ lệ sở hữu website chênh lệch rất lớn giữa nhóm DN siêu nhỏ (9,7%) và nhóm DN lớn (64,9%). Điều này phản ánh hạn chế về nguồn lực và nhận thức của DN nhỏ trong xây dựng kênh bán hàng và thương hiệu trực tuyến. Tỷ lệ sử dụng phần mềm tăng mạnh theo quy mô (siêu nhỏ (31,2%), DN nhỏ (59,0%), DN vừa (87,3%), DN lớn (89,1%)). DN càng lớn càng có nhu cầu và khả năng đầu tư vào phần mềm hỗ trợ vận hành. Sử dụng phần mềm quản lý là ứng dụng phổ biến thứ hai sau internet, với tỷ lệ khá cao ngay từ nhóm siêu nhỏ (58,8%) và tăng dần lên 85,6% ở nhóm lớn. Điều này cho thấy nhu cầu quản trị DN đã được số hóa ở hầu hết các quy mô. Sử dụng hệ thống tự động hóa có tỷ lệ thấp nhất và chênh lệch rất lớn giữa nhóm DN siêu nhỏ (1,6%) so với nhóm DN lớn (17,3%). Đây là lĩnh vực đòi hỏi vốn đầu tư lớn, chuyên môn cao, chỉ phù hợp với DN quy mô lớn. Ngoài ra, độ lệch chuẩn cao ở hầu hết các chỉ tiêu (đặc biệt là website, phần mềm) cho thấy sự chênh lệch lớn giữa các DN trong cùng nhóm quy mô: có DN ứng dụng mạnh mẽ, có DN hầu như chưa ứng dụng.

Bảng 2. Thống kê tỷ lệ DN có ứng dụng CNTT theo quy mô

Quy mô	Sử dụng internet	Sử dụng Website	Sử dụng phần mềm	Sử dụng phần mềm quản lý	Sử dụng hệ thống tự động hóa
Siêu nhỏ	0,7534 (0,4310)	0,0974 (0,2965)	0,3124 (0,4635)	0,5881 (0,4922)	0,0160 (0,1256)
Nhỏ	0,8600 (0,3470)	0,3020 (0,4593)	0,5899 (0,4920)	0,7214 (0,4485)	0,0425 (0,2018)
Vừa	0,9530 (0,2123)	0,4507 (0,4993)	0,8725 (0,3347)	0,8231 (0,3831)	0,1007 (0,3019)
Lớn	0,9679 (0,1767)	0,6490 (0,4789)	0,8910 (0,3126)	0,8561 (0,3522)	0,1731 (0,3795)
Tổng	0,7679 (0,4222)	0,1305 (0,3369)	0,3506 (0,4772)	0,6218 (0,4850)	0,0208 (0,1426)

Lưu ý: Các số trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

4.1.2. Phân tích theo các phân ngành thuộc công nghiệp sáng tạo

Kết quả thống kê trong bảng 3 về tỷ lệ DN ứng dụng CNTT theo 12 phân ngành thuộc lĩnh vực CNST cho thấy:

(i) Mức độ phổ cập internet và sử dụng phần mềm quản lý ở hầu hết các phân ngành CNST đều cao. Sử dụng internet với mức trung bình trên 76%, cao nhất là Phát thanh truyền hình (87,8%), Xuất bản phần mềm (86,3%), Xuất bản sách báo (79,9%). Âm nhạc (60,4%) và Thủ công mỹ nghệ (65,9%) có tỷ lệ thấp hơn, phản ánh khoảng cách về hạ tầng số. Phần mềm quản lý được sử dụng phổ biến từ 60 - 76% ở hầu hết các ngành, cao nhất là Xuất bản sách báo (76,5%), Bảo tồn di sản (73,08%), Phát thanh truyền hình (72,9%). Nhiếp ảnh (49,7%) có tỷ lệ thấp nhất, cho thấy hoạt động cá nhân hóa cao, ít có nhu cầu quản trị phức tạp.

Bảng 3. Thống kê tỷ lệ DN có ứng dụng CNTT theo phân ngành

Phân ngành	Sử dụng internet	Sử dụng Website	Sử dụng phần mềm	Sử dụng phần mềm quản lý	Sử dụng hệ thống tự động hóa
Thủ công mỹ nghệ	0,6591 (0,4744)	0,0871 (0,2823)	0,3635 (0,4814)	0,6746 (0,4696)	0,0400 (0,1961)
Xuất bản sách báo	0,7990 (0,4017)	0,3114 (0,4644)	0,4689 (0,5002)	0,7653 (0,4260)	0,0431 (0,2035)
Xuất bản phần mềm	0,8632 (0,3437)	0,2575 (0,4374)	0,5446 (0,4982)	0,7174 (0,4505)	0,0374 (0,1897)
Phim ảnh	0,7941 (0,4046)	0,1495 (0,3568)	0,3660 (0,4820)	0,6369 (0,4816)	0,0153 (0,1226)
Âm nhạc	0,6040 (0,4907)	0,0778 (0,2693)	0,2148 (0,4120)	0,6563 (0,4826)	0,0067 (0,0819)
Phát thanh truyền hình	0,8778 (0,3294)	0,1139 (0,3197)	0,5333 (0,5017)	0,7292 (0,4491)	0,0889 (0,2862)
Quảng cáo	0,7826 (0,4125)	0,1150 (0,3190)	0,3470 (0,4760)	0,6003 (0,4899)	0,0219 (0,1464)
Thiết kế	0,7276 (0,4453)	0,1218 (0,3272)	0,3007 (0,4586)	0,5998 (0,4902)	0,0132 (0,1143)
Nhiếp ảnh	0,7586 (0,4283)	0,0811 (0,2734)	0,3441 (0,4755)	0,4974 (0,5013)	0,0144 (0,1193)
Giáo dục nghệ thuật	0,6785 (0,4673)	0,1016 (0,3023)	0,2478 (0,4320)	0,6023 (0,4904)	0,0038 (0,0618)
Sáng tác	0,7420 (0,4379)	0,0905 (0,2872)	0,2686 (0,4436)	0,6250 (0,4857)	0,0106 (0,1025)
Bảo tồn di sản	0,7541 (0,4342)	0,1522 (0,3632)	0,4262 (0,4986)	0,7308 (0,4523)	0,0164 (0,1280)
Tổng	0,7679 (0,4222)	0,1305 (0,3369)	0,3506 (0,4772)	0,6218 (0,4850)	0,0208 (0,1426)

Lưu ý: Các số trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

(ii) Mức phân hóa mạnh ở các ứng dụng nâng cao. Tỷ lệ sở hữu website trong hoạt động sản xuất kinh doanh chênh lệch lớn giữa các ngành. Xuất bản sách báo (31,1%) và Xuất bản phần mềm (25,8%) dẫn đầu do đặc thù kinh doanh nội dung số cần kênh phân phối trực tuyến. Ngược lại, Âm nhạc (7,8%), Nhiếp ảnh (8,1%), Thủ công mỹ nghệ (8,7%) có tỷ lệ rất thấp, phản ánh hạn chế trong xây dựng kênh bán hàng và thương hiệu trực tuyến. Dẫn đầu trong việc sử dụng phần mềm là ngành Xuất bản phần mềm (với tỷ lệ 54,5%), tiếp đến là Phát thanh truyền hình (53,3%), điều này cũng phù hợp với đặc thù công nghệ của ngành. Các phân ngành CNST có tỷ lệ sử dụng phần mềm thấp như Âm nhạc (21,5%), Giáo dục nghệ thuật (24,8%), Sáng tác (26,9%), cho thấy các ngành này hoạt động dựa nhiều vào thiết bị cơ bản, ít ứng dụng phần mềm chuyên sâu. Hầu hết các ngành đều có tỷ lệ sử dụng hệ thống tự động hóa rất, từ 0,4% đến 8,9%, cao nhất là Phát thanh truyền hình (8,9%) và Thủ công mỹ nghệ (4,0%). Thực tế này một phần do các hệ thống tự động hóa đòi hỏi vốn lớn, chuyên môn cao, chưa phù hợp với đa số DN CNST với quy mô nhỏ, siêu nhỏ. Ngoài ra, độ lệch chuẩn lớn phản ánh sự không đồng đều trong nội bộ ngành, có DN ứng dụng CNTT mạnh, nhưng cũng có DN hầu như chưa ứng dụng.

4.2. Đổi mới sáng tạo

4.2.1. Phân tích theo quy mô

Bảng 4 thống kê tỷ lệ DN có hoạt động ĐMST theo quy mô, phân theo bốn loại hình: đầu tư R&D, đổi mới sản phẩm, đổi mới tổ chức và đổi mới quy trình. Kết quả cho thấy:

(i) Có sự tương quan thuận giữa quy mô và tỷ lệ ĐMST: Ở cả hai khu vực, tỷ lệ DN thực hiện ĐMST tăng dần theo quy mô. Cụ thể: Nhóm siêu nhỏ có tỷ lệ đổi mới thấp nhất (chỉ khoảng 2 - 10% tùy theo loại hình). Nhóm DN lớn có tỷ lệ cao nhất, đặc biệt ở ngành CNST, tỷ lệ 41,7% đầu tư R&D và 50,6% đổi mới sản phẩm. Xu hướng này phản ánh thực tế và cũng phù hợp với lý thuyết ĐMST của Schumpeter [14]. Theo đó, các DN lớn có lợi thế vượt trội trong hoạt động đổi mới nhờ: khả năng huy động nguồn lực tài chính dồi dào để đầu tư bài bản vào R&D; năng lực thu hút nhân tài và xây dựng các phòng thí nghiệm chuyên nghiệp; quy mô lớn giúp phân tán rủi ro từ các dự án đổi mới thất bại.

(ii) So sánh hai khu vực: Ngành CNST có tỷ lệ đổi mới cao hơn ở hầu hết các loại hình và quy mô, đặc biệt nổi bật ở nhóm DN lớn. Các DN ngành CNST có tỷ lệ đầu tư R&D là 41,7%, cao gần gấp đôi các DN ngoài ngành (24,9%). Đối

Bảng 4. Thống kê tỷ lệ DN có ĐMST theo quy mô

Quy mô	Ngành CNST				Ngoài ngành CNST			
	Đầu tư R&D	Đổi mới sản phẩm	Đổi mới tổ chức	Đổi mới quy trình	Đầu tư R&D	Đổi mới sản phẩm	Đổi mới tổ chức	Đổi mới quy trình
Siêu nhỏ	0,0266 (0,1608)	0,1070 (0,3091)	0,0853 (0,2794)	0,0784 (0,2688)	0,0133 (0,1147)	0,0766 (0,2660)	0,0771 (0,2667)	0,0694 (0,2541)
Nhỏ	0,0762 (0,2654)	0,2208 (0,4149)	0,2063 (0,4048)	0,1835 (0,3872)	0,0420 (0,2007)	0,1766 (0,3813)	0,1768 (0,3815)	0,1781 (0,3826)
Vừa	0,1678 (0,3749)	0,3356 (0,4738)	0,3423 (0,4761)	0,3356 (0,4738)	0,1088 (0,3113)	0,3013 (0,4588)	0,2859 (0,4519)	0,3044 (0,4601)
Lớn	0,4167 (0,4946)	0,5064 (0,5016)	0,4487 (0,4990)	0,4615 (0,5001)	0,2495 (0,4327)	0,4540 (0,4979)	0,4141 (0,4926)	0,4408 (0,4965)
Tổng	0,0361 (0,1866)	0,1240 (0,3296)	0,1030 (0,3040)	0,0946 (0,2926)	0,0292 (0,1682)	0,1147 (0,3187)	0,1134 (0,3171)	0,1093 (0,3120)

Lưu ý: Các số trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

với đổi mới sản phẩm, tỷ lệ DN ngành CNST là 50,6%, cao hơn so với các DN ngoài ngành (45,4%). Các DN ngành CNST cũng có tỷ lệ đổi mới tổ chức và quy trình cao hơn từ 3 - 5% so với các DN ngoài ngành. Kết quả này phù hợp với đặc thù của ngành CNST, nơi ĐMST là yếu tố sống còn, gắn liền với hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày.

(iii) *Loại hình đổi mới phổ biến nhất*: Ở cả hai khu vực, đổi mới sản phẩm là hoạt động phổ biến nhất, tiếp đến là đổi mới tổ chức và đổi mới quy trình. Đầu tư R&D có tỷ lệ thấp nhất, đặc biệt ở nhóm DN có quy mô siêu nhỏ và nhỏ, phản ánh rào cản về chi phí và nguồn lực. Ngoài ra, độ lệch chuẩn cao (gần bằng hoặc lớn hơn giá trị trung bình) cho thấy mức độ chênh lệch lớn giữa các DN trong cùng nhóm, có DN đổi mới mạnh mẽ, nhưng cũng có DN hoàn toàn chưa đầu tư cho đổi mới.

4.2.2. Phân tích theo phân ngành thuộc công nghiệp sáng tạo

Bảng 5 thống kê tỷ lệ DN có hoạt động ĐMST theo 12 phân ngành thuộc lĩnh vực CNST. Kết quả cho thấy:

(i) Có sự phân hóa mạnh về tỷ lệ đổi mới giữa các ngành: Xuất bản phần mềm có tỷ lệ cao nhất ở hầu hết các loại hình đổi mới: 14,8% đầu tư R&D, 27,0% đổi mới sản phẩm, 19,7% đổi mới tổ chức và 18,7% đổi mới quy trình, vượt xa mức trung bình toàn ngành. Điều này phù hợp với đặc thù của ngành công nghệ, nơi đổi mới liên tục là yêu cầu sống còn. Ngược lại, các ngành có tỷ lệ ĐMST thấp như Âm nhạc (0,7% đầu tư R&D, 8,1% đổi mới sản phẩm), Sáng tác văn học, Nhiếp ảnh và Giáo dục nghệ thuật. Các ngành này hoạt động dựa nhiều vào tài năng cá nhân, quy mô nhỏ, ít có điều kiện đầu tư bài bản vào R&D và đổi mới quy trình.

(ii) *Loại hình đổi mới phổ biến*: Đổi mới sản phẩm là hoạt động phổ biến nhất ở hầu hết các ngành (từ 7 - 27%),

phản ánh đặc thù của lĩnh vực sáng tạo, ở đó, sản phẩm mới là yếu tố cốt lõi để cạnh tranh. Đầu tư R&D có tỷ lệ thấp nhất ở tất cả các ngành (chỉ 0,7 - 14,8%), cho thấy hoạt động nghiên cứu bài bản còn hạn chế, đặc biệt ở các ngành quy mô nhỏ như Âm nhạc, Nhiếp ảnh, Thiết kế.

Bảng 5. Thống kê tỷ lệ DN có ĐMST theo phân ngành

Phân ngành	Đầu tư R&D	Đổi mới sản phẩm	Đổi mới tổ chức	Đổi mới quy trình
Thủ công mỹ nghệ	0,0400 (0,1961)	0,1670 (0,3733)	0,1009 (0,3014)	0,1078 (0,3104)
Xuất bản sách báo	0,0766 (0,2665)	0,1818 (0,3866)	0,1244 (0,3308)	0,1148 (0,3196)
Xuất bản phần mềm	0,1482 (0,3554)	0,2698 (0,4440)	0,1970 (0,3978)	0,1868 (0,3899)
Phim ảnh	0,0272 (0,1629)	0,1285 (0,3349)	0,1187 (0,3237)	0,1100 (0,3131)
Âm nhạc	0,0067 (0,0819)	0,0805 (0,2730)	0,0738 (0,2624)	0,0336 (0,1807)
Phát thanh truyền hình	0,0778 (0,2693)	0,1222 (0,3294)	0,1111 (0,3160)	0,0889 (0,2862)
Quảng cáo	0,0268 (0,1616)	0,1105 (0,3135)	0,0953 (0,2936)	0,0904 (0,2867)
Thiết kế	0,0194 (0,1379)	0,1086 (0,3112)	0,0856 (0,2798)	0,0776 (0,2675)
Nhiếp ảnh	0,0180 (0,1331)	0,1081 (0,3108)	0,0811 (0,2732)	0,0883 (0,2840)
Giáo dục nghệ thuật	0,0239 (0,1529)	0,0737 (0,2614)	0,0976 (0,2969)	0,0565 (0,2309)
Sáng tác	0,0141 (0,1181)	0,0813 (0,2735)	0,0760 (0,2652)	0,0548 (0,2277)
Bảo tồn di sản	0,0328 (0,1796)	0,1311 (0,3404)	0,1311 (0,3404)	0,0820 (0,2766)

Tổng	0,0361 (0,1866)	0,1240 (0,3296)	0,1030 (0,3040)	0,0946 (0,2926)
------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Lưu ý: Các số trong ngoặc đơn là độ lệch chuẩn

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

4.3. Kiểm định sự khác biệt nhóm về tình trạng ĐMST và ứng dụng CNTT

Bảng 6. Kiểm định sự khác biệt nhóm theo tình trạng có ĐMST và có ứng dụng CNTT

Tiêu chí	Ngoài ngành CNST		Ngành CNST		Mean(0) - Mean(1)	T-Test (P-value)
	Số DN	Mean(0)	Số DN	Mean(1)		
Có đầu tư R&D	788.559	0,0292	18.579	0,0361	-0,0070	Pr(T < t) = 0,0000
Có đổi mới sản phẩm	788.560	0,1147	18.579	0,1240	-0,0093	Pr(T < t) = 0,0000
Có đổi mới tổ chức	788.560	0,1134	18.579	0,1030	0,0104	Pr(T > t) = 0,0000
Có đổi mới quy trình	788.560	0,1093	18.579	0,0946	0,0147	Pr(T > t) = 0,0000
Có sử dụng internet	788.559	0,7518	18.579	0,7679	-0,0161	Pr(T < t) = 0,0000
Có sử dụng Website	592.801	0,1177	14.263	0,1305	-0,0129	Pr(T < t) = 0,0000
Có sử dụng phần mềm	788.559	0,4048	18.579	0,3506	0,0542	Pr(T > t) = 0,0000
Có sử dụng phần mềm quản lý	319.178	0,6935	6.513	0,6218	0,0717	Pr(T > t) = 0,0000
Có sử dụng hệ thống tự động hóa	788.559	0,0446	18.579	0,0208	0,0238	Pr(T > t) = 0,0000

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu điều tra DN năm 2020

Bảng 6 thể hiện kết quả kiểm định T-test nhằm so sánh sự khác biệt về tỷ lệ DN có hoạt động đổi mới sáng tạo và ứng dụng CNTT giữa hai nhóm: DN ngoài ngành CNST và DN thuộc ngành CNST. Kết quả cho thấy: tất cả các chỉ tiêu (9/9) đều có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê (P-value = 0,0000).

(i) So sánh về ĐMST: Ngành CNST có tỷ lệ cao hơn ở các chỉ tiêu: tỷ lệ đầu tư R&D (các ngành CNST (3,61%) cao hơn ngoài ngành (2,92%), chênh lệch 0,7%); tỷ lệ đổi mới sản phẩm (các ngành CNST (12,40%) cao hơn ngoài ngành (11,47%), chênh lệch 0,93%). Ở chiều ngược lại, các DN ngoài ngành CNST có tỷ lệ cao hơn ở các chỉ tiêu: tỷ lệ đổi mới tổ chức (ngoài ngành (11,34%) cao hơn ngành CNST (10,30%), chênh lệch 1,04%); tỷ lệ đổi mới quy trình (ngoài ngành (10,93%) cao hơn ngành CNST (9,46%), chênh lệch 1,47%).

(ii) So sánh về ứng dụng CNTT: Các DN ngành CNST có tỷ lệ cao hơn ở các chỉ tiêu: Sử dụng internet (ngành CNST (76,79%) cao hơn ngoài ngành (75,18%), chênh lệch 1,61%); Sử dụng website (ngành CNST (13,05%) cao hơn ngoài ngành (11,77%), chênh lệch 1,28%). Ngược lại, các DN ngoài ngành CNST có tỷ lệ cao hơn ở các chỉ tiêu: Sử dụng phần mềm (ngoài ngành (40,48%) cao hơn ngành CNST (35,06%), chênh lệch 5,42%); Sử dụng phần mềm quản lý (ngoài ngành (69,35%) cao hơn CNST (62,18%), chênh lệch 7,17%); Sử dụng hệ thống tự động hóa (ngoài ngành (4,46%) cao hơn CNST (2,08%), chênh lệch 2,38%).

Nhận xét: Các DN ngành CNST dẫn đầu về các ứng dụng CNTT cơ bản như sử dụng internet và website, phù

hợp với đặc thù kinh doanh số và tiếp cận thị trường trực tuyến. Ngược lại, khu vực ngoài ngành dẫn đầu về các ứng dụng CNTT nâng cao như sử dụng phần mềm quản lý, sử dụng hệ thống tự động hóa, phản ánh nhu cầu quản trị phức tạp và tối ưu hóa quy trình sản xuất quy mô lớn.

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

5.1. Kết luận

Kết quả phân tích thống kê mô tả và kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm (DN ngành CNST và nhóm ngoài ngành) cho thấy bức tranh ĐMST và ứng dụng CNTT trong ngành CNST có sự phân hóa sâu sắc, chịu tác động đồng thời của quy mô DN và đặc thù kinh tế - kỹ thuật của từng phân ngành.

Thứ nhất, tồn tại mối tương quan thuận và khoảng cách lớn giữa quy mô DN với năng lực ĐMST. DN lớn có tỷ lệ đầu tư R&D và đổi mới sản phẩm cao hơn hẳn, trong khi DN nhỏ và siêu nhỏ - vốn chiếm đa số trong ngành CNST - đang đối mặt với rào cản đáng kể về nguồn lực tài chính, nhân lực chất lượng cao và khả năng tiếp cận công nghệ lõi.

Thứ hai, ứng dụng CNTT ghi nhận mức độ phổ cập cao đối với các công cụ quản lý văn phòng (internet, phần mềm). Tuy nhiên, có sự phân hóa mạnh ở các ứng dụng chuyên sâu như website thương mại và hệ thống tự động hóa, phản ánh năng lực công nghệ nền tảng và chiến lược chuyển đổi số không đồng đều giữa các DN.

Thứ ba, xét theo phân ngành, xuất hiện hai cực phát triển rõ rệt: (1) Nhóm dẫn đầu là Xuất bản phần mềm, với tỷ lệ đầu tư R&D và đổi mới sản phẩm vượt trội, cho thấy thế mạnh của các ngành có hàm lượng công nghệ cao. (2) Nhóm thách thức gồm Âm nhạc, Nhiếp ảnh, Thiết kế và Thủ công mỹ nghệ có tỷ lệ ĐMST rất thấp, do đặc thù quy mô siêu nhỏ, tính chất lao động cá thể và hạn chế trong ứng dụng công nghệ số hóa.

Thứ tư, so với các ngành ngoài CNST, khu vực CNST thể hiện lợi thế tương đối ở các chỉ số về đầu tư R&D và đổi mới sản phẩm (phản ánh đúng bản chất sáng tạo cốt lõi của ngành). Tuy nhiên, khu vực này lại tụt hậu đáng kể về ứng dụng phần mềm quản trị, hệ thống tự động hóa và đổi mới quy trình/tổ chức, cho thấy năng lực quản trị DN và tối ưu hóa vận hành chưa theo kịp khả năng sáng tạo nội dung.

5.2. Hàm ý chính sách

Từ các kết luận trên, các hàm ý chính sách được đề xuất nhằm thúc đẩy ĐMST và ứng dụng CNTT trong ngành CNST bao gồm:

Đề xuất chính sách hỗ trợ có trọng tâm theo quy mô và phân ngành: Nhóm DN nhỏ, siêu nhỏ (đặc biệt trong các ngành Âm nhạc, Nhiếp ảnh, Thủ công mỹ nghệ) cần ưu tiên các gói hỗ trợ kỹ thuật trực tiếp, đào tạo kỹ năng số căn bản và tài trợ một phần chi phí xây dựng website thương mại, sàn giao dịch trực tuyến để thu hẹp khoảng cách ứng dụng CNTT. Nhóm ngành có tiềm năng công nghệ (Xuất bản phần mềm) cần chuyển trọng tâm sang hỗ trợ nghiên cứu phát triển (R&D) chuyên sâu, thương mại hóa sản phẩm và bảo hộ sở hữu trí tuệ ở thị trường quốc tế.

Thu hẹp khoảng cách về ứng dụng CNTT trong quản trị và vận hành: Thiết kế các chương trình đào tạo quản trị DN số dành riêng cho lĩnh vực CNST, tập trung vào kỹ năng ứng dụng phần mềm quản lý DN (ERP, CRM) và tự động hóa quy trình, nhằm khắc phục điểm yếu so với các ngành khác. Hỗ trợ tư vấn chuyển đổi số toàn diện, giúp DN CNST vừa giỏi sáng tạo nội dung, vừa mạnh về quản trị và tối ưu hóa chi phí.

Xây dựng cơ chế khuyến khích đầu tư R&D dài hạn: Duy trì và mở rộng các ưu đãi thuế cho hoạt động R&D trong lĩnh vực CNST, đặc biệt khuyến khích các DN vừa và nhỏ đầu tư bài bản hơn thay vì chỉ dừng lại ở đổi mới sản phẩm tự phát. Thiết lập Quỹ Đổi mới Sáng tạo ngành CNST để tài trợ cho các dự án có tính rủi ro cao nhưng tiềm năng lớn, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ văn hóa và nội dung số.

Kết nối hệ sinh thái và thúc đẩy hợp tác: Khuyến khích sự hợp tác giữa DN CNST với các doanh nghiệp CNTT, các viện nghiên cứu để cùng phát triển các giải pháp tự động hóa phù hợp với đặc thù của từng phân ngành. Xây dựng nền tảng kết nối cung - cầu công nghệ, tạo điều kiện để các DN nhỏ tiếp cận các giải pháp CNTT tiên tiến với chi phí hợp lý, sáng tạo các mô hình kinh doanh mới trong bối cảnh phát triển kinh tế số.

Hạn chế và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo: Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, dữ liệu sử dụng được thu thập từ Điều tra DN năm 2020 nên chưa phản ánh đầy đủ những thay đổi gần đây về chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong DN. Thứ hai, việc xác định DN CNST được thực hiện dựa trên hệ thống mã ngành kinh tế hiện có, do đó có thể chưa bao quát hết các hoạt động sáng tạo mới đang hình thành trong nền kinh tế số. Trong tương lai, các nghiên cứu có thể sử dụng dữ liệu cập nhật hơn hoặc dữ liệu bảng theo thời gian để đánh giá sự thay đổi của hoạt

động ĐMST và ứng dụng CNTT trong DN CNST, đồng thời xem xét tác động của các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo đối với sự phát triển của ngành.

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam, mã số đề tài KX03.09/21-30.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, 2025.
- [2]. OECD, *The Culture Fix: Creative People, Places and Industries*, OECD Publishing, Paris, France, 2022.
- [3]. Damaschin M., "Models and conceptual frameworks of creative industries: Convergences and divergences at the global level," *Economica*, 4(4), 74-82, 2025. <https://doi.org/10.53486/econ.2025.134.07>.
- [4]. UNCTAD, *Advancing the Measurement of the Creative Economy: A Revised Framework for Creative Industries and Trade*, New York, USA: United Nations, 2024. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d1_en.pdf.
- [5]. UNESCO, *Framework for Cultural Statistics*, 2025. <https://www.uis.unesco.org/en/methods-and-tools/framework-cultural-statistics>
- [6]. Caves R. E., *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*, Cambridge, MA, USA: Harvard University Press, 2000.
- [7]. Hesmondhalgh D., *The Cultural Industries*, 2nd ed. London, UK: SAGE Publications, 2007.
- [8]. OECD, *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*, 4th ed. Paris, France: OECD Publishing, 2018. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.
- [9]. Battisti G., Stoneman P., Yuan Y., "Measuring firm innovativeness across countries, sectors and time," *Economics of Innovation and New Technology*, 34, 1-23, 2025. <https://doi.org/10.1080/10438599.2025.2484232>.
- [10]. Singh A. P., Garg S., "Measuring innovation - A composite index of innovation volume at firm level," *Scientometrics*, 131, 1067-1118, 2026. <https://doi.org/10.1007/s11192-026-05555-8>.
- [11]. Potts J., Cunningham S., "Four models of the creative industries," *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 233-247, 2008. <https://doi.org/10.1080/10286630802281780>.
- [12]. Nichols A. L., Edlund J., "Descriptive and inferential statistics," in *The Cambridge Handbook of Research Methods and Statistics for the Social and Behavioral Sciences*, Cambridge University Press, 2023.
- [13]. Meredith W., "A method for studying differences between groups," *Psychometrika*, 30(1), 15-29, 1965. <https://doi.org/10.1007/BF02289744>.
- [14]. Schumpeter, Joseph A., *Capitalism, Socialism, and Democracy*. United Kingdom, 1942.

AUTHORS INFORMATION

Vu Thi Thu Huong, Nguyen Thi Minh Nhan
Thuongmai University, Vietnam