

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA trên cơ sở phát huy nguồn lực di sản văn hóa ở đô thị miền Trung hiện nay

TS ĐOÀN TUẤN ANH

Học viện Chính trị khu vực III

Đặt vấn đề

Văn kiện Đại hội XIII của Đảng đã xác định: “Khẩn trương triển khai phát triển có trọng tâm, trọng điểm ngành công nghiệp văn hóa và dịch vụ văn hóa trên cơ sở xác định và phát huy sức mạnh mềm của văn hóa Việt Nam, vận dụng có hiệu quả các giá trị, tinh hoa và thành tựu mới của văn hóa, khoa học, kỹ thuật, công nghệ của thế giới”¹. Theo định hướng đó, phải tập trung phát triển các ngành công nghiệp văn hóa (CNVH) có thế mạnh, lấy đô thị làm địa bàn trung tâm để từ đó tạo động lực, sự lan tỏa ra các địa bàn khác.

Đô thị miền Trung (tính từ tỉnh Quảng Bình đến Khánh Hòa) bao gồm 11 thành phố và 08 thị xã. Trong đó có 4 đô thị loại I (Đà Nẵng; Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế; Quy Nhơn, tỉnh Bình Định; Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa). Các đô thị được đề cập trong bài viết này chủ yếu tập trung vào 04 đô thị loại I và 01 đô thị loại III (Hội An, tỉnh Quảng Nam).

Từ năm 2017, chính quyền đô thị miền Trung (ĐTMT) đã tập trung triển khai thực hiện Chiến lược phát triển các ngành CNVH hóa phù hợp với thế mạnh của từng đô thị. Trên thực tế, CNVH đã tạo được những sản phẩm đặc trưng, có thế mạnh, có độ lan tỏa, góp phần quảng bá hình ảnh, thương hiệu ĐTMT trong và ngoài nước.

1. Thực trạng phát huy nguồn lực di sản văn hóa trong phát triển công nghiệp văn hóa ở đô thị miền Trung

1.1. Những kết quả đạt được

Một là, thu hút các doanh nghiệp, tập đoàn có thế mạnh đầu tư xây dựng các điểm đến du lịch có sức hấp dẫn lớn

Bằng các chính sách, một số ĐTMT đã thu hút được các tập đoàn, doanh nghiệp lớn trong nước và quốc tế đầu tư xây dựng các khu vui chơi giải trí, khu hội nghị, nghỉ dưỡng đẳng cấp, phát triển du lịch văn hóa (DLVH). Tập đoàn Sun Group với các hệ thống công viên, tổ hợp vui chơi giải trí Sun World Ba Na Hills, Sun World Danang Wonder, Cầu Vàng; Tập đoàn Vin Group với tổ hợp vui chơi giải trí Vinpearl Land Nha Trang, Vinpearl Land Nam Hội An; nhà sản xuất Gami Theme Park Show với Ký ức Hội An... Các mô hình này được xây dựng dựa trên sự kết hợp của nhiều loại hình: du lịch di sản, du lịch ẩm thực, công viên chủ đề, kiến trúc đô thị gắn với các lễ hội, các sự kiện lớn mang sắc thái văn hóa của vùng Trung Bộ. Sự thăng tiến vượt bậc trong phát huy các di sản văn hóa (DSVH) để phát triển kinh tế - xã hội của ĐTMT ngoài vai trò của Nhà nước, chính quyền còn có sự đóng góp rất lớn của các doanh nghiệp, tập đoàn trong lĩnh vực CNVH.

Hai là, phát triển các ngành CNVH có thể mạnh để phát triển kinh tế - xã hội

Du lịch văn hóa đang là loại hình công nghiệp văn hóa có thể mạnh, phát huy hiệu quả rõ nét nhất ở một số đô thị miền Trung.

Hội An là một mô hình khai thác DLVH hết sức hiệu quả minh chứng cho sức mạnh của ngành CNVH đặc thù này. Để phát triển DLVH, từ năm 1999 - 2021 chính quyền Hội An đã chú trọng kêu gọi, kết nối các dự án hợp tác đầu tư quốc tế để tu bổ, trùng tu hơn 600 công trình trong quần thể di tích Phố cổ Hội An với tổng kinh phí hàng trăm tỷ đồng. Từ năm 2019, toàn bộ nguồn thu từ phí tham quan phố cổ Hội An (295,663 tỷ đồng), các hoạt động dịch vụ từ Trung tâm Văn hóa Hội An (125,980 tỷ đồng) đều dành cho hoạt động văn hóa. Nhờ vậy, địa phương đã có đủ nguồn lực để trùng tu, tôn tạo di tích và tổ chức các sự kiện quảng bá, xúc tiến du lịch trong và ngoài nước².

Hội An là trường hợp duy nhất ở Việt Nam và hiếm thấy trên thế giới đã tạo ra “một bảo tàng sống” về kiến trúc và lối sống Đô thị cổ. Du lịch văn hóa Phố cổ Hội An đã trở thành sản phẩm chủ lực, đặc trưng thu hút hàng triệu lượt khách đến tham quan, du lịch. Theo Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh Quảng Nam và các hãng lữ hành địa phương: hơn 75% khách du lịch trong nước và quốc tế kết hợp đến Quảng Nam là nhằm mục đích tìm hiểu, khám phá giá trị các DSVH; du lịch Phố cổ Hội An xuất hiện 100% trên các trang quảng bá du lịch và các chương trình du lịch đang chào bán có uy tín trong nước và thế giới. Lượng khách quốc tế đến 02 DSVH thế giới của tỉnh Quảng Nam đạt xấp xỉ lượng khách đến DSVH thế giới Đại Nội (Huế) và chiếm gần 80% lượng du khách đến tỉnh Quảng Nam.

Tỉnh Thừa Thiên Huế, theo đánh giá của UNESCO, công cuộc bảo tồn Quần thể Di tích Cố đô Huế đã chuyển sang giai đoạn phát triển ổn định và bền vững, góp phần đáng kể vào tăng trưởng kinh tế của địa phương và khu vực. Năm 2023, ngành du lịch Huế đón 3,2 triệu lượt khách, trong đó khách quốc tế tăng trưởng mạnh, với gần 1,2 triệu lượt, tăng 361% so với cùng kỳ năm trước. Tổng thu từ du lịch ước đạt hơn 6.606 tỷ đồng, đạt hơn 145% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó lượng khách và

doanh thu du lịch của thành phố Huế chiếm một tỷ trọng lớn của toàn tỉnh³.

Thông qua khai thác, phát huy các DSVH để phát triển du lịch thành một ngành kinh tế mũi nhọn mà Đà Nẵng đã khẳng định được thương hiệu trên bản đồ du lịch quốc tế. Hàng loạt các sự kiện văn hóa lớn: Lễ hội pháo hoa Quốc tế Đà Nẵng, Lễ hội giao lưu văn hóa Việt - Nhật, Việt - Hàn, Liên hoan phim châu Á được tổ chức. Các phương tiện truyền thông đã tập trung quảng bá các sự kiện trong và ngoài nước, được đông đảo du khách biết đến và lựa chọn làm điểm đến du lịch và tìm hiểu truyền thống văn hóa địa phương. Các khu: Du lịch danh thắng Ngũ Hành Sơn, Di tích thành Điện Hải, Hải Vân Quan, Bảo tàng Điều khắc Champa... đều được khai thác, phát huy hiệu quả trong phát triển du lịch. Năm 2019, tổng lượt khách đến tham quan, du lịch khoảng 8.692.421 lượt (đạt 106,1% kế hoạch. Tổng thu du lịch ước đạt 30.973 tỷ đồng, tăng 16,7% so với cùng kỳ năm 2018, đạt 113% kế hoạch⁴. Năm 2022, sau đại dịch COVID-19, khách lưu trú ước đạt 3,69 triệu lượt khách, tăng 3,1 lần so với năm 2021, tăng 5% so với kế hoạch. Doanh thu lưu trú, lữ hành ước đạt 8.872 tỷ đồng, tăng hơn 3,5 lần so với năm 2021 và tăng 2,5% so với năm 2019; doanh thu lưu trú, ăn uống, lữ hành ước đạt 21,3 ngàn tỷ đồng (chiếm tỷ trọng 17% trong cơ cấu kinh tế thành phố), tăng gần gấp đôi năm 2021 và phục hồi tương đương 100% so với năm 2019 (21,39 ngàn tỷ đồng)⁵. Du lịch văn hóa không chỉ bắt kịp xu hướng phát triển chung mà còn thu hút một lực lượng lao động lớn, góp phần giải quyết công ăn việc làm, tác động đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng bền vững. Năm 2023, thành phố Đà Nẵng có 5.678 hướng dẫn viên du lịch; khoảng 525 đơn vị kinh doanh lữ hành; 1.285 cơ sở lưu trú du lịch; 16 khu điểm du lịch; 25 tàu du lịch⁶.

Các sự kiện văn hóa, nghệ thuật được phát huy, tạo ra những khởi sắc mới

Các ĐTMT hiện đang khai thác, tổ chức hàng trăm lễ hội dân gian truyền thống, lễ hội lịch sử cách mạng và các lễ hội mới hiện đại.

Thành phố Đà Nẵng đã tổ chức tốt các lễ hội truyền thống, như lễ hội Nghinh Ông, lễ Cầu ngư, nhất là lễ hội Quán Thế Âm 19 - 2 Ngũ Hành Sơn với

hiều hoạt động phong phú, hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu của tăng ni, Phật tử và khách tham quan du lịch thập phương. Lễ hội Quán Thế Âm không chỉ mang ý nghĩa tôn giáo mà còn là môi trường cổ kết cộng đồng, bảo tồn và phát huy truyền thống văn hóa tốt đẹp của dân tộc. Ở thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, lễ hội Tháp Bà Ponagar diễn ra hàng năm luôn thu hút bà con dân tộc Chăm từ nhiều địa phương về hành hương và tham dự hội. Tháp Bà Ponagar Nha Trang do đó không chỉ là một điểm tham quan DLVH nổi tiếng mà còn là trung tâm văn hóa tín ngưỡng thờ Mẫu Thiên Y A Na của vùng Nam Trung Bộ. Thành phố Hội An đã gắn kết tổ chức lễ hội với việc khôi phục và phát huy các làng nghề truyền thống; xây dựng được nhiều tour du lịch mới gắn với phát triển làng nghề (Mộc Kim Bông, làng rau Trà Quế, gốm Thanh Hà...), khôi phục, tái hiện lại không gian Hội An xưa.

Bên cạnh các lễ hội truyền thống, các ĐTMT còn tổ chức thành công nhiều sự kiện lễ hội văn hóa, thể thao và du lịch hiện đại, có quy mô lớn, với sự tham dự của nhiều quốc gia trong khu vực. Thành phố Tam Kỳ, tỉnh Quảng Nam với lễ hội *Quảng Nam - Hành trình di sản* nay là *Festival Di sản Quảng Nam*; thành phố Hội An với Lễ hội Đêm rằm Phố cổ, Hội An - Cảm xúc mùa hè; lễ hội giao lưu văn hóa Việt Nam - Nhật Bản. Trong đó, lễ hội *Quảng Nam - Hành trình Di sản* được Bộ Văn hóa, Thể Thao và Du lịch ghi vào danh mục lễ hội cấp Quốc gia góp phần giới thiệu, tôn vinh các giá trị DSVH đất Quảng và tuyên truyền, quảng bá, thu hút du khách trong nước và quốc tế.

Phát huy lợi thế văn hóa biển đảo, Festival Biển Nha Trang - Khánh Hòa đã tăng cường giới thiệu, quảng bá và góp phần nâng cao vị thế, hình ảnh về đất nước, con người Việt Nam. Năm 2023, tại thành phố Nha Trang đã triển khai nhiều chương trình, sự kiện lớn, trong đó Festival Biển Nha Trang - Khánh Hòa đã quy tụ hơn 70 hoạt động văn hóa, các chương trình biểu diễn nghệ thuật, thi đấu thể thao, hội thảo, xúc tiến du lịch, thương mại. Theo Sở Du lịch Khánh Hòa, chỉ trong 04 ngày diễn ra Festival Biển đã đón hơn 150.000 lượt khách lưu trú (khoảng 16.600 lượt khách quốc tế và hơn 133.400 lượt du khách nội địa), hơn 450.000 lượt khách đến tham quan, vui chơi,

nghỉ dưỡng. Công suất phòng lưu trú đạt khoảng 78,8%. Năm 2023, tỉnh Khánh Hòa đón khoảng 2,5 triệu lượt khách nội địa và 1,5 triệu lượt khách quốc tế, doanh thu du lịch ước đạt 21.000 tỷ đồng⁷.

Xây dựng làng nghề thành các điểm đến du lịch mang giá trị thương hiệu

Mô hình tiêu biểu là thành phố Hội An. Làng nghề Đèn lồng Hội An được vinh danh là làng nghề tiêu biểu Việt Nam trong tổng số 9 làng nghề truyền thống cả nước. Làng gốm Thanh Hà nổi tiếng với nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ đã trở thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Số lượt khách, nhất là khách nước ngoài đến với làng gốm tăng lên rõ rệt: năm 2001 chỉ đón nhận được 700 du khách/năm, đến năm 2014 đã có 44.000 lượt khách, đỉnh điểm năm 2019 đã thu hút tới hơn 650.000 lượt khách tham quan. Sau thời gian đại dịch, 6 tháng đầu năm 2022 du khách đã trở lại với làng gốm với hơn 14 nghìn lượt khách. Tương tự, Làng mộc Kim Bông, Làng rau Trà Quế cũng đang có sự đầu tư, phát triển gắn với việc thu hút khách du lịch⁸. Làng mộc Kim Bông với hàng trăm hộ gia đình đang tiếp tục bảo lưu phong cách kiến trúc truyền thống kết hợp với nghệ thuật trang trí, chạm khắc gỗ hài hòa và điều luyện góp phần vào công cuộc bảo vệ, trùng tu, tôn tạo di tích đô thị cổ Hội An. Năm 2023, Hội An được công nhận là thành viên của mạng lưới các thành phố sáng tạo toàn cầu của UNESCO trên lĩnh vực “Thủ công và Nghệ thuật dân gian”.

Làng nghề đá mỹ nghệ Non Nước được Đà Nẵng phát triển thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Năm 2014, Bộ Văn hóa, Thể Thao và Du lịch chính thức công nhận Làng nghề đá mỹ nghệ Non Nước là DSVH phi vật thể cấp Quốc gia. “Làng nghề hiện có gần 500 cơ sở sản xuất đá mỹ nghệ, tập trung xung quanh danh thắng Ngũ Hành Sơn với gần 4.000 lao động, chiếm gần 80% hộ dân cư trên các tuyến đường Nguyễn Duy Trinh, Huyện Trần Công Chúa”⁹. Làng nghề quy tụ nhiều nghệ nhân nổi tiếng, nhiều gia đình có tới bảy tám thế hệ làm nghề điêu khắc đá.

Các làng nghề truyền thống nổi tiếng ở ĐTMT đã ứng dụng công nghệ hiện đại vào quy trình sản xuất, được khai thác thành điểm đến du lịch hấp dẫn. Qua chi phí cho sự ra đời của sản phẩm giảm

đáng kể, mẫu mã phong phú, đa dạng, nhưng vẫn giữ được nét tinh xảo, đặc trưng của sản phẩm làng nghề. Các làng nghề tiêu biểu ở ĐTM không còn tồn tại như một đơn vị sản xuất, mà là một điểm đến để chiêm ngưỡng nét tài hoa, tinh xảo của các nghệ nhân làng nghề, trải nghiệm phong tục, tập quán, lễ thức thường nhật của người dân từ ngàn đời nay.

Ngành nghệ thuật biểu diễn được quan tâm đầu tư, khai thác tạo điểm nhấn cho các điểm du lịch

Đô thị miền Trung có nhiều loại hình nghệ thuật dân gian độc đáo như tuồng, hò khoan, đối đáp, bài chòi, bả trạo, mang đậm nét văn hoá vùng Trung Bộ có khả năng phát huy thành những sản phẩm du lịch đặc sắc. Trong những năm qua, các show trình diễn các loại hình nghệ thuật ở Hội An (như: Chương trình trình diễn nghệ thuật dân gian “Đêm Hoài giang”; biểu diễn nghệ thuật cổ truyền tại Hội An; Show diễn trong VinWonders Nam Hội An) đã trở thành những sản phẩm ấn tượng được du khách đánh giá cao. Đặc sắc nhất là *Ký ức Hội An* - chương trình diễn thực cảnh về lịch sử, văn hóa, và bản sắc của Hội An với một sân khấu ngoài trời hoành tráng (25.000m²; 3.300 chỗ ngồi; 500 diễn viên) đã được hơn 220 cơ quan thông tấn báo chí uy tín quốc tế ngợi ca là chương trình biểu diễn thực cảnh đẹp nhất thế giới, thực sự đáng xem không thể bỏ qua. Chương trình biểu diễn đã thu hút một lượng khách chủ lực trong và ngoài nước đến Hội An, là tâm điểm của các tuyến du lịch.

2. Một số hạn chế, bất cập

Trong cái nhìn tổng thể, CNVH ở một số ĐTM phát triển chưa tương xứng với tiềm năng và vị thế sẵn có, cụ thể như sau:

- Ở ĐTM, ngoại trừ DLVH, xét trên những tiêu chí cụ thể, chưa có lĩnh vực nào phát triển thành một ngành CNVH đầy đủ, hầu hết mới ở mức “bán công nghiệp”. Thực tế, đang tồn tại nhiều loại hình đan xen: những cơ sở sản xuất các sản phẩm văn hóa là loại hàng hóa có khả năng kinh doanh và có điều kiện công nghiệp hóa, khẳng định được vị trí trên thương trường (chưa nhiều); những đơn vị sản xuất các sản phẩm văn hóa mang tính bán công nghiệp, chưa hoàn toàn điều tiết bằng quy luật kinh tế thị trường + đơn vị sản xuất các sản phẩm hàng hóa văn hóa không thể tự hạch toán (khá phổ biến).

- Ngoại trừ thành phố Đà Nẵng, Nha Trang (Khánh Hòa), Hội An (Quảng Nam), các đô thị còn lại ở miền Trung vẫn chưa thu hút được các tập đoàn, doanh nghiệp lớn tham gia đầu tư phát triển. Chủ thể tham gia vào quá trình sản xuất, phân phối, phổ biến, bảo quản các sản phẩm, dịch vụ văn hóa vẫn chủ yếu do các đơn vị nhà nước đảm nhận, chịu sự bao cấp của Nhà nước, khả năng mang lại lợi nhuận thấp. Các đơn vị, doanh nghiệp tư nhân chủ yếu tham gia ở khâu lưu thông, quảng bá, tiếp thị trên thị trường. Và nhìn chung sự tham gia này vẫn còn manh mún, tự phát, thiếu tính liên kết và tính chuyên nghiệp.

- Các tổ chức hoạt động văn hóa - nghệ thuật do nhà nước quản lý trực tiếp còn phụ thuộc khá lớn vào ngân sách nhà nước, tư tưởng bao cấp vẫn còn tồn tại, chưa phát huy được tính năng động, sáng tạo; mô hình kinh doanh thiếu sự linh hoạt, đổi mới để phù hợp với quy luật của thị trường.

- Các sản phẩm CNVH dựa trên khai thác các DSVH còn chưa đa dạng, chưa phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng. Trong đó nổi lên một số vấn đề sau:

Phát huy giá trị DSVH còn thiếu tính ổn định, bền vững

Khó khăn trong phát huy DSVH để phát triển CNVH ở ĐTM là số lượng di tích khá nhiều nhưng mật độ phân bố không đồng đều, khả năng mang lại lợi nhuận không cao nên rất khó khai thác, phát huy. Ngay như Hội An là đô thị phát triển du lịch gắn với bảo tồn, phát huy giá trị DSVH khá hiệu quả, song cũng phải gánh chịu không ít hệ lụy. Hội An hiện có 453 căn nhà trên tổng số 475 căn nằm trên mặt tiền 4 con đường có lưu lượng khách du lịch lớn được sử dụng làm cửa hàng - cửa hiệu; có tới 90,3% số căn nhà sử dụng phục vụ khách du lịch, làm dịch vụ như kinh doanh khách sạn, nhà trọ, nhà hàng, bán đồ lưu niệm... Trong khi đó, UNESCO khuyến cáo chỉ khai thác không quá 80% nhà trong khu phố cổ để kinh doanh. Trái ngược với khu phố cổ Hội An luôn nằm trong tình trạng tập trung đông đảo du khách, tạo nhiều áp lực cho công tác bảo tồn di tích, thì các di tích lịch sử, cách mạng tại nhiều nơi khác chưa được phát huy tốt để thu hút du khách.



Ngo Môn Huế, một trong những quần thể Di tích Cố Đô Huế được Unesco công nhận là Di sản văn hóa thế giới (Ảnh: SN)

Phát huy các giá trị văn hóa, nghệ thuật trong phát triển du lịch đang gặp nhiều thách thức

Trong các chương trình nghệ thuật khai mạc, bế mạc các lễ hội lớn, các ĐTMT tuy đã có nhiều cố gắng hướng đến những kịch bản có màn trình diễn cộng đồng, mời gọi sự tham gia của đông đảo công chúng và du khách, cố thoát khỏi tình trạng “sân khấu hóa” nhưng vẫn chưa khả thi vì chưa tìm ra được một hình thức mới có sức hút tương xứng với một sự kiện lớn mang tầm quốc gia, quốc tế. Nhiều lễ hội của khu vực có quy mô vừa và nhỏ, sức hấp dẫn và độ lan tỏa chưa cao, doanh thu từ các lễ hội không đủ trang trải cho hầu hết các hoạt động.

Ngoại trừ Huế, Đà Nẵng, Hội An, Nha Trang là những đô thị đã đầu tư khá bài bản các sự kiện lớn gây được tiếng vang, phần lớn các đô thị còn lại không nổi trội với sản phẩm du lịch này. Đơn cử, nghệ thuật Bài Chòi - DSVH phi vật thể đại diện của nhân loại, ngoài Hội An còn các vùng khác vẫn chưa phát huy xứng tầm với danh hiệu là DSVH phi vật thể đại diện của nhân loại.

- Một số làng nghề truyền thống chưa được phát huy đúng với tiềm năng

Điều dễ nhận thấy nhất ở làng nghề truyền thống các ĐTMT là còn thiếu hụt một cung cách làm du lịch bài bản và có tính chuyên nghiệp. Các sản phẩm làng nghề vẫn thiên về tính thực dụng, phục vụ sản xuất, tiêu dùng hơn là các sản phẩm thủ công mỹ nghệ có độ tinh xảo, khéo léo, có tính riêng biệt cao để trở thành vật phẩm lưu niệm phục vụ du lịch. Trình độ tay nghề của người thợ ít được trau dồi, học

hỏi các sản phẩm có hàm lượng tinh xảo cao. Sản phẩm làm ra là sản phẩm thô, mẫu mã không phong phú, chất lượng không cao, tính cạnh tranh kém, hiệu quả kinh tế thấp. Người dân chưa thực sự chú trọng đến việc đa dạng hóa sản phẩm làng nghề đáp ứng nhu cầu, thị hiếu đa dạng của du khách, chưa chú trọng việc tôn tạo cảnh quan làng xóm.

3. Một số giải pháp

Thứ nhất, nâng cao nhận thức và tầm ảnh hưởng của CNVH trong chiến lược phát triển. Chính quyền ĐTMT cần thiết xây dựng định hướng phát triển các ngành CNVH phù hợp với nguồn lực, tiềm năng và lợi thế của từng đô thị. Phải thay đổi lối tư duy truyền thống coi phát triển văn hóa chỉ nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu tinh thần của người dân bằng tư duy mới năng động, coi toàn sản phẩm CNVH có sự gắn bó mật thiết với thị trường để tạo ra các sản phẩm, dịch vụ vừa mang lại hiệu ích kinh tế vừa mang lại những giá trị xã hội đích thực.

Thực tế hiện nay, không ít cán bộ lãnh đạo, quản lý còn chưa hiểu rõ về CNVH, chưa coi CNVH có khả năng tạo nên sự phát triển kinh tế - xã hội. Kết quả điều tra trong 300 cán bộ lãnh đạo, quản lý ở ĐTMT cho thấy có tới 79,39% cho rằng, nhận thức xã hội về vị trí, vai trò của CNVH chưa cao¹⁰ và 90,9% khẳng định phải tuyên truyền nâng cao nhận thức, tư duy về phát triển CNVH. Ở các đô thị lớn như Huế, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Nha Trang hoạt động của một số ngành CNVH rất sôi động, nhưng vẫn chưa có một cơ chế đặc thù, một chiến lược tổng thể để phát triển bền vững.

Thứ hai, tích cực, chủ động mở rộng thị trường, tham gia vào mạng lưới liên kết phát triển CNVH trong nước và quốc tế để khai thác tối đa lợi thế các DSVH để phát triển kinh tế, xã hội. Giải pháp này sẽ định vị CNVH ở ĐTMT trên thị trường trong nước và quốc tế. Hiện nay, CNVH ở ĐTMT chưa được biết đến nhiều trên thị trường có nghĩa là mức độ phát triển, khả năng đổi mới, năng lực cạnh tranh, kết nối thị trường, hiệu năng quảng bá... đều chưa đạt yêu cầu.

Thứ ba, tập trung đào tạo nguồn nhân lực, tập hợp đội ngũ chuyên gia đầu ngành, ưu tiên phát triển “không gian sáng tạo”, “không gian khởi nghiệp” để

phát triển CNVH tương xứng với tiềm năng và thế mạnh hiện có. Ở một số ĐTMТ vẫn thiếu vắng những tập đoàn, doanh nghiệp CNVH có quy mô, thực lực, hàm lượng công nghệ, kỹ thuật cao đủ sức cạnh tranh bình đẳng trong nước và quốc tế, đóng vai trò định hướng và điều tiết thị trường của toàn vùng. Sự yếu kém về chất lượng nguồn nhân lực và cơ sở vật chất kỹ thuật khiến cho kết cấu các ngành CNVH ở các ĐTMТ thiếu hợp lý, chất lượng vận hành không cao và hiệu quả kinh tế chưa tương xứng với tiềm năng hiện có. Kết quả điều tra: 78,78% đối tượng được khảo sát cho rằng nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu và 82,42% khẳng định phải đầu tư phát triển nguồn nhân lực CNVH đáp ứng yêu cầu¹¹.

Thứ tư, tập trung xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển ngành CNVH trong toàn vùng. Một tình trạng khá phổ biến ở ĐTMТ, kể cả những đô thị lớn là chưa xây dựng được quy hoạch tổng thể phát triển các ngành CNVH. Việc liên kết, chia sẻ mô hình, kinh nghiệm và phương thức tổ chức thực hiện giữa các đô thị còn khá mờ nhạt. Tính chất “cát cứ”, “khép kín” trong việc hoạch định và thực thi các chiến lược phát triển văn hóa không chỉ gây ra lãng phí nguồn lực mà còn hạn chế sự trao đổi, học tập kinh nghiệm, hỗ trợ lẫn nhau, làm suy giảm tính liên kết giữa các nhà doanh nghiệp, các nhà sáng tạo ở các đô thị.

Thứ năm, khắc phục tối đa sự đầu tư dàn trải để tập trung nguồn nhân lực, tài chính, khoa học công nghệ để phát triển các ngành CNVH có thế mạnh.

Du lịch văn hóa là một trong những ngành CNVH mũi nhọn cần đầu tư phát triển để tạo động lực lan tỏa sang các lĩnh vực khác trong toàn vùng. Trong phát triển DLVH, chính quyền ĐTMТ cần năng động xây dựng hình ảnh, các sự kiện của riêng mình thông qua các công trình mới, cách làm mới vừa hiện đại, nhân văn vừa mang dấu ấn địa phương.

Nghệ thuật biểu diễn là lĩnh vực mà các ĐTMТ cần lựa chọn phát triển trong thời gian tới. Đối với các đô thị, việc tổ chức các chương trình ca nhạc, sự kiện văn hóa hay các loại hình nghệ thuật biểu diễn khác luôn chiếm một vị trí quan trọng trong đời sống xã hội. Chính vì vậy, xu hướng sắp tới của ngành nghệ thuật biểu diễn của ĐTMТ là tập trung nhiều hơn cho các lĩnh vực như ca nhạc, sân khấu, thời trang, nghệ thuật đường phố.

Đối với công nghiệp điện ảnh, khu vực ĐTMТ là địa điểm lý tưởng thực hiện bối cảnh cho các bộ phim. Việc xây dựng một phim trường tại Đà Nẵng trong tương lai sẽ tạo động lực lớn đối với sự phát triển điện ảnh ở khu vực, cũng như tạo động lực mới cho sự phát triển kinh tế - xã hội không riêng chỉ Đà Nẵng.

Thủ công mỹ nghệ là một xu hướng phát triển đầy triển vọng. Những sản phẩm nổi tiếng của ĐTMТ hoàn toàn có khả năng tạo ra dấu ấn cho các ngành CNVH ở địa phương. Xu hướng này có được là do sự phong phú của các nghề thủ công truyền thống trong vùng kết hợp với sự phát triển của du lịch. Tập trung sự quan tâm của du khách, các sản phẩm nghề gốm, tranh sơn mài, đá mỹ nghệ... rất có triển vọng, cơ hội phát triển tốt trong tương lai.

1. Đảng Cộng sản Việt Nam: *Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, t. 1, Nxb CTQG - ST, H, 2021, tr. 145.
2. Đinh Hải: *25 Năm bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa gắn với phát triển du lịch*, <http://ttvhnqnam.vn/vi/news/ban-tin-van-hoa-the-thao-va-du-lich/25-nam-bao-ton-va-phat-huy-gia-tri-van-hoa-gan-voi-phat-trien-du-lich-176.html>, ngày 26-01-2022.
3. Văn Đình: *Ngành du lịch Huế đón hơn 3,2 triệu lượt khách trong năm 2023*, <https://baotainguyenmoitruong.vn/nganh-du-lich-hue-don-hon-3-2-trieu-luot-khach-trong-nam-2023-368662.html>.
4. Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng: *Báo cáo tổng kết ngành du lịch năm 2019, triển khai nhiệm vụ năm 2020*.
5. Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng: *Báo cáo Tình hình hoạt động du lịch năm 2022, phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2023*.
6. Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng: *Báo cáo Tình hình hoạt động du lịch năm 2023, phương hướng, nhiệm vụ trọng tâm năm 2024*.
7. Thông tấn xã Việt Nam: *Du lịch Khánh Hòa bước vào chặng đường tăng tốc đón du khách*, 04-02-2023.
8. UBND thành phố Hội An, Trung tâm Quản lý bảo tồn di sản văn hóa: *Báo cáo Công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản khu phố cổ Hội An qua 23 năm được công nhận là Di sản Văn hóa thế giới (1999 - 2022) Kinh nghiệm, mô hình quản lý các di sản thuộc sở hữu tư nhân, tập thể và nhà nước*, 2022.
9. Vũ Văn Anh: *Thối hồn vào đá ở Ngũ Hành Sơn*, <http://baophapluat.vn/rubic-cuoc-song/thoi-hon-va-o-d-a-o-ngu-hanh-son-388155.html>.
- 10, 11. Đoàn Tuấn Anh: *Công nghiệp văn hóa ở khu vực đô thị vùng Nam Trung Bộ - thực trạng và giải pháp phát triển*, Nxb LLCT, H, 2021, tr. 147, 208; 226.

