

# **ĐẨY MẠNH XÂY DỰNG VĂN HÓA TRONG KINH TẾ PHÙ HỢP VỚI BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XÃ HỘI CHỦ NGHĨA Ở NƯỚC TA HIỆN NAY**

NGUYỄN VĂN HÙNG\*

*Văn hóa và kinh tế cùng là sản phẩm của lịch sử loài người, phản ánh trình độ phát triển, hoàn thiện của con người ở mỗi xã hội nhất định. Giữa văn hóa và kinh tế có mối quan hệ biện chứng. Nếu như văn hóa “là mục tiêu, động lực” thúc đẩy phát triển kinh tế thì kinh tế là “nền tảng và điều kiện” cho sự phát triển văn hóa. Do đó, bảo đảm sự hài hòa mối quan hệ giữa kinh tế và văn hóa chính là yếu tố then chốt của chiến lược phát triển bền vững. Điều này đặt ra yêu cầu cần đẩy mạnh xây dựng văn hóa trong kinh tế ở nước ta hiện nay, nhất là trong bối cảnh phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.*

1- Xây dựng văn hóa trong kinh tế là quá trình thực hành và bảo đảm các giá trị văn hóa trong tổ chức và cá nhân tham gia hoạt động kinh tế, nhằm làm cho các giá trị văn hóa thấm sâu và lan tỏa vào đời sống kinh tế của đất nước. Tất cả các yếu tố, như chủ trương, đường lối, cơ chế, chính sách, chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, hệ thống thể chế, các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động kinh tế đều phải hướng tới nâng cao năng lực sáng tạo và cạnh tranh, đề cao tinh thần chia sẻ, trách nhiệm xã hội và đạo đức nghề nghiệp, khắc phục những mặt trái của cơ chế thị trường, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, bảo vệ môi trường, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.

Những nội dung cơ bản để xây dựng văn hóa trong kinh tế là: *xây dựng các giá trị và chuẩn mực văn hóa trong kinh tế*, chú trọng vai trò nền tảng tinh thần, vừa là mục tiêu, vừa là động lực phát triển bền vững đất nước của văn hóa; *phát triển nguồn nhân lực cho sự phát triển kinh tế* (nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, có khả năng sáng tạo và chiếm lĩnh khoa học - công nghệ hiện đại, có lý tưởng chính trị và khát vọng dân tộc, có đạo đức, có trách nhiệm xã hội, ý chí và bản lĩnh trong lao động, sản xuất), đặt con người vào vị trí trung tâm của quá trình phát

\* Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch

triển kinh tế; *xây dựng môi trường văn hóa trong kinh tế* (tạo dựng môi trường pháp lý minh bạch, đề cao các giá trị nhân văn trong hoạt động kinh tế); *tăng cường sự tham gia của văn hóa trong phát triển kinh tế thông qua việc thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa phát triển*, để vừa đóng góp quan trọng vào sự phát triển kinh tế - xã hội, vừa góp phần xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.

Có thể thấy, phát triển văn hóa góp phần tạo sức mạnh nội sinh và môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế, đồng thời kinh tế phát triển là điều kiện cho sự phát triển của văn hóa để cùng bảo đảm sự bền vững và trật tự xã hội. Trong mối quan hệ này, kinh tế càng phát triển thì văn hóa càng nở rộ; khi hoạt động văn hóa sôi nổi, hiệu quả thì sẽ có tác động mạnh mẽ đến sự phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, sự phát triển của kinh tế và văn hóa cũng chịu sự tác động của những quy luật khách quan và đặc thù của từng lĩnh vực và của đường lối, chủ trương và chính sách phát triển của mỗi quốc gia. Chính vì thế, từ rất sớm, ngay từ khi chưa giành được chính quyền, Đảng Cộng sản Việt Nam đã xác định sự cần thiết phải gắn kết phát triển văn hóa với xây dựng, phát triển kinh tế - xã hội cũng như xây dựng văn hóa trong chính trị khi khẳng định: “Mặt trận văn hóa là một trong ba mặt trận (kinh tế, chính trị, văn hóa) ở đó người cộng sản phải hoạt động”<sup>(1)</sup>. Khi đề cập đến mối quan hệ giữa văn hóa và kinh tế, Chủ tịch Hồ Chí Minh nhiều lần nhấn mạnh: “Văn hóa, nghệ thuật cũng như mọi hoạt động khác, không thể đứng ngoài, mà phải ở trong kinh tế và chính trị”<sup>(2)</sup>. Người cũng khẳng định một trong năm điểm lớn xây dựng nền văn hóa dân tộc là “xây dựng kinh tế”<sup>(3)</sup>. Trong Báo cáo về chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của Chính phủ trình Quốc

hội hơn 20 năm trước, cố Thủ tướng Võ Văn Kiệt cũng đã chỉ ra, kinh tế không tự phát triển nếu thiếu nền tảng văn hóa và văn hóa không phải là sản phẩm thụ động của kinh tế. Phát triển trên cơ sở kết hợp hài hòa kinh tế với văn hóa là sự phát triển năng động có hiệu quả và vững chắc nhất. Có thể thấy, tư tưởng của Đảng về văn hóa trong kinh tế là hệ thống quan điểm nhân văn và khoa học trong xây dựng cũng như phát triển nền kinh tế Việt Nam vì hạnh phúc của nhân dân. Tư tưởng này tiếp tục được kế thừa, bổ sung, hoàn thiện trong các văn kiện quan trọng của Đảng, từ *Cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội* (Bổ sung, phát triển năm 2011) cho tới các văn kiện qua các kỳ đại hội.

Nghị quyết Hội nghị Trung ương 5 khóa VIII “*Về xây dựng và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc*” đã nhấn mạnh đến việc xây dựng, hoàn thiện các chính sách văn hóa, trong đó có chính sách kinh tế trong văn hóa, chính sách văn hóa trong kinh tế, chính sách xã hội hóa các hoạt động văn hóa,... Đây là những chủ trương hoàn toàn đúng đắn để giải quyết những vấn đề mới của văn hóa, nghệ thuật thời kỳ đầu chuyển sang cơ chế thị trường. Bước vào thời kỳ mới, trước những yêu cầu của thực tiễn, Đảng ta đã ban hành Nghị quyết số 33-NQ/TW, ngày 9-6-2014, “*Về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*”. Nghị quyết chỉ rõ nhiệm vụ xây dựng văn hóa trong kinh tế là: “Thường xuyên quan tâm xây dựng văn hóa trong kinh tế. Con người thực sự là trung tâm trong quá

(1) *Văn kiện Đảng toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2000, t. 7, tr. 316

(2) Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2011, t. 7, tr. 246

(3) Xem Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, *Sđd*, t. 3, tr. 458

trình phát triển kinh tế - xã hội. Tạo lập môi trường văn hóa pháp lý, thị trường sản phẩm văn hóa minh bạch, tiến bộ, hiện đại để các doanh nghiệp tham gia xây dựng, phát triển văn hóa. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân với ý thức tôn trọng luật pháp, giữ chữ tín, cạnh tranh lành mạnh, vì sự phát triển bền vững và bảo vệ Tổ quốc<sup>(4)</sup>. Đồng thời, Nghị quyết cũng xác định nhiệm vụ quan trọng là phát triển công nghiệp văn hóa nhằm khai thác, phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam, khuyến khích xuất khẩu sản phẩm văn hóa, có cơ chế khuyến khích đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng sản phẩm văn hóa; tạo thuận lợi để các doanh nghiệp văn hóa, văn nghệ, thể thao, du lịch thu hút các nguồn lực xã hội để phát triển, góp phần quảng bá văn hóa Việt Nam ra thế giới. Ngày 8-9-2016, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 1755/QĐ-TTg “*Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*”, trong đó khẳng định các ngành công nghiệp văn hóa là một bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi nhằm thu hút tối đa nguồn lực từ các doanh nghiệp và xã hội để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, gắn liền với việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, góp phần bảo vệ, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình giao lưu, hội nhập và hợp tác quốc tế. Như vậy, phát triển công nghiệp văn hóa vừa khai thác được những giá trị kinh tế của các nguồn lực văn hóa, vừa phát huy được các giá trị văn hóa, làm cho văn hóa thấm sâu vào mọi mặt của đời sống xã hội, trong đó có kinh tế, là một chiến lược hiệu quả để củng cố “sức mạnh mềm” của quốc gia.

Trong bối cảnh mới với nhiều biến động khó lường của khu vực và thế giới, Văn kiện

Đại hội XIII của Đảng tiếp tục nhấn mạnh nhiệm vụ đẩy mạnh xây dựng văn hóa trong kinh tế, trong đó có việc chú trọng “xây dựng văn hóa doanh nghiệp, doanh nhân và kinh doanh”<sup>(5)</sup>, “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”<sup>(6)</sup>. Trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 - 2030, Đảng ta cũng nhấn mạnh nhiệm vụ phát triển văn hóa, trong đó có nhiệm vụ đẩy mạnh sự tham gia của lĩnh vực văn hóa trong kinh tế, trong việc góp phần xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh và quảng bá văn hóa trên trường quốc tế, như “hình thành thị trường sản phẩm dịch vụ văn hóa, thông tin lành mạnh”<sup>(7)</sup>... “hoàn thiện các cơ chế, chính sách phát triển công nghiệp văn hóa; phát triển những sản phẩm, loại hình văn hóa độc đáo, sáng tạo có sức lan tỏa để quảng bá, giới thiệu ra thế giới”<sup>(8)</sup>.

Đại hội XIII của Đảng cũng tiếp tục nhấn mạnh đặc trưng cơ bản của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta là: “nền kinh tế thị trường hiện đại, hội nhập quốc tế, vận hành đầy đủ, đồng bộ theo các quy luật của kinh tế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, do Đảng Cộng sản Việt Nam lãnh đạo; bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa vì mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh” phù hợp với từng giai đoạn phát triển của đất nước”<sup>(9)</sup>. Do đó, để bảo đảm tính định hướng xã hội chủ nghĩa

(4) Văn kiện Hội nghị lần thứ chín Ban Chấp hành Trung ương khóa XI. Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2014, tr. 53

(5), (6), (7), (8), (9) Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII. Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2021, t. I, tr. 144, 145, 263, 264, 128

trong phát triển kinh tế ở nước ta thì cần phải kết hợp tăng trưởng kinh tế với thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội (không chỉ trong phân phối lợi ích, mà còn là công bằng về cơ hội phát triển), phục vụ lợi ích của con người, của cộng đồng. Vì vậy, xây dựng văn hóa trong kinh tế trong điều kiện phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay chính là yêu cầu tất yếu, nhằm phát huy sức mạnh của văn hóa, làm cho các giá trị văn hóa thấm sâu và lan tỏa vào mọi lĩnh vực, trong đó có kinh tế; qua đó góp phần thực hiện mục tiêu “dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh”, hiện thực hóa khát vọng phát triển đất nước phồn vinh, hạnh phúc.

2- Thực tế đã chứng minh, trong quá trình phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta, việc tập trung xây dựng văn hóa trong kinh tế đã đạt được nhiều thành tựu khả quan, tác động tích cực đến nhiều lĩnh vực của đời sống xã hội, tạo tiền đề để từng bước nâng cao đời sống mọi mặt của nhân dân. Nhờ việc tích cực triển khai đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước trong lĩnh vực văn hóa, nhìn chung, nhận thức của toàn xã hội về vị trí, vai trò của văn hóa trong kinh tế đã có những chuyển biến tích cực. Việc lựa chọn ngày 13-10 hằng năm là “Ngày Doanh nhân Việt Nam” (Quyết định số 990/QĐ-TTg, ngày 20-9-2004, của Thủ tướng Chính phủ) và ngày 10-11 là “Ngày Văn hóa doanh nghiệp Việt Nam” (Quyết định số 1846/QĐ-TTg, ngày 26-9-2016, của Thủ tướng Chính phủ) đã khẳng định sự coi trọng của Nhà nước và nhân dân về vị trí, vai trò của văn hóa trong kinh tế, của văn hóa doanh nghiệp, cũng như sự tôn vinh của đất nước và xã hội dành cho các doanh nhân, doanh nghiệp có những đóng góp tích cực trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân góp phần tạo lập môi trường kinh

doanh lành mạnh; qua đó, đề cao tinh thần thượng tôn pháp luật, đạo đức kinh doanh, trách nhiệm xã hội và ý thức cạnh tranh lành mạnh của các đơn vị sản xuất, kinh doanh trong hoạt động kinh tế.

Thời gian qua, Nhà nước đã có nhiều nỗ lực trong việc xây dựng và hoàn thiện thể chế, bảo vệ quyền tài sản, quyền tự do kinh doanh, giữ ổn định kinh tế vĩ mô, tạo môi trường thuận lợi, công khai, minh bạch cho các doanh nghiệp hoạt động. Chính phủ đã thúc đẩy cải cách mạnh mẽ thủ tục hành chính; có các chính sách hỗ trợ phát huy và nâng cao hiệu quả hoạt động các doanh nghiệp, trong đó có hỗ trợ đổi mới sáng tạo, hiện đại hóa công nghệ và phát triển nguồn nhân lực, nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp để đủ khả năng tham gia mạng sản xuất, chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu; có chính sách về ưu đãi về thuế, tín dụng cho doanh nghiệp, nhất là đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa... Nhờ đó, môi trường văn hóa kinh doanh ở nước ta ngày càng được cải thiện. Theo Báo cáo Môi trường kinh doanh của Ngân hàng Thế giới (WB) năm 2019, Việt Nam đạt 68,36/100 điểm, xếp thứ 69 trong 190 nền kinh tế được đánh giá. Năm 2020, Việt Nam đạt 69,8/100 điểm, xếp thứ 70/190. Chỉ số đổi mới sáng tạo của Việt Nam cũng có bước cải thiện tích cực trong các năm gần đây, xếp thứ 42/129 nền kinh tế năm 2019 (tăng 17 bậc so với năm 2016).

Đáng chú ý là thời gian qua, các yếu tố văn hóa ngày càng được đề cao và chú trọng trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh và bước đầu mang lại những kết quả đáng ghi nhận. Một số thương hiệu sản phẩm, dịch vụ có bản sắc văn hóa riêng, nhận được sự đánh giá cao của nhiều khách hàng trong nước và quốc tế với triết lý kinh doanh lành mạnh, chiến lược phát triển bền vững, gắn kết hoạt động sản xuất, kinh doanh với hoạt động bảo

vệ môi trường và bảo đảm an sinh xã hội. Nhờ đó, nhiều thương hiệu sản phẩm Việt Nam đã tham gia ngày càng sâu, rộng vào chuỗi giá trị sản phẩm, dịch vụ toàn cầu. Ngoài ra, sự xuất hiện ngày càng nhiều các doanh nghiệp xã hội hoạt động đa dạng trên các lĩnh vực, như văn hóa, giáo dục, đào tạo, chăm sóc sức khỏe, thủ công mỹ nghệ, truyền thông cộng đồng, bảo vệ môi trường... cũng mang lại nhiều lợi ích cho cộng đồng, góp phần lan tỏa sâu rộng xu hướng tiêu dùng văn minh, khơi dậy trách nhiệm xã hội của mỗi cá nhân (nhất là của giới trẻ), thúc đẩy các hoạt động có ý nghĩa trong cộng đồng, phát huy các giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc.

Bên cạnh đó, các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam đã có những bước phát triển nhất định và ngày càng trở thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế với 3,42% GDP cả nước năm 2019<sup>(10)</sup>, giải quyết được nhiều việc làm, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước và con người Việt Nam với thế giới.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, thực tiễn phát triển nền kinh tế thị trường ở nước ta thời gian qua cho thấy, việc xây dựng văn hóa trong kinh tế còn lúng túng và bộc lộ không ít hạn chế, kết quả đạt được chưa tương xứng với tài nguyên văn hóa của đất nước. Sự đóng góp của lĩnh vực văn hóa cho phát triển kinh tế - xã hội chưa được như kỳ vọng. Hệ thống luật pháp còn một số hạn chế và chậm sửa đổi. Ngành công nghiệp văn hóa chưa có khả năng cạnh tranh với thị trường quốc tế; văn hóa chưa thực sự trở thành một nguồn “vốn” phục vụ cho phát triển. Đáng lo ngại là thực trạng phân hóa giàu nghèo, phân cực trong xã hội; tình trạng khai thác cạn kiệt môi trường, tài nguyên vì mục tiêu lợi nhuận kinh tế thuần túy; tình trạng suy thoái về tư tưởng chính trị, đạo đức, lối sống trong một bộ phận không nhỏ cán bộ, đảng viên, người dân đang diễn ra

phức tạp, môi trường văn hóa bị xâm hại, lai căng, thiếu lành mạnh, trái với thuần phong, mỹ tục; các tệ nạn xã hội, tội phạm và sự xâm nhập của các sản phẩm và dịch vụ độc hại đã và đang để lại hậu quả khôn lường, làm băng hoại đạo đức cũng như phai nhạt giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc. Bên cạnh đó, trình độ văn hóa doanh nghiệp và doanh nhân ở nước ta chưa đáp ứng được yêu cầu kinh doanh trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay; còn tình trạng sản xuất, kinh doanh chộp giật, thiếu đạo đức, phản văn hóa ở nhiều lĩnh vực, trong đó nghiêm trọng hơn cả là ở lĩnh vực liên quan đến sức khỏe và tính mạng con người. Do sức ép của tăng trưởng kinh tế nên nhiều chương trình, dự án mới chỉ tập trung vào lợi ích kinh tế, chưa quan tâm đúng mức tới nhân tố văn hóa và hiệu quả văn hóa cũng như việc bảo vệ môi trường, phát triển giáo dục, y tế...

3- Trong bối cảnh phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta hiện nay, cùng với những đổi mới quan trọng trong tư duy về vai trò của văn hóa đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, chúng ta cần nỗ lực nhiều hơn nữa trong hành động theo quan điểm mà Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng đã nhấn mạnh: “Chúng ta coi văn hóa là nền tảng tinh thần của xã hội, sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc; xác định phát triển văn hóa đồng bộ, hài hòa với tăng trưởng kinh tế và tiến bộ, công bằng xã hội là một định hướng căn bản của quá trình xây dựng chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam”<sup>(11)</sup>. Khi đóng vai trò là nhân tố bên trong, là cái nằm

(10) Số liệu chưa đầy đủ do nhóm chuyên gia phân tích số liệu (Viện Văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam) thực hiện

(11) Nguyễn Phú Trọng: “Một số vấn đề lý luận và thực tiễn về chủ nghĩa xã hội và con đường đi lên chủ nghĩa xã hội ở Việt Nam”, *Tạp chí Cộng sản*, số 966, tháng 5-2021, tr. 9

ở tầng sâu của đời sống xã hội, văn hóa Việt Nam sẽ góp phần cho sự phát triển của xã hội Việt Nam hiện đại đi theo quỹ đạo của một xã hội tiên bộ, công bằng, văn minh với con người là trung tâm của sự phát triển. Nói cách khác, xây dựng văn hóa trong kinh tế là để văn hóa thực sự trở thành nguồn lực phát triển kinh tế hiệu quả cao, toàn diện hơn, bền vững hơn, và vì con người hơn, bảo đảm tính ưu việt của chế độ xã hội chủ nghĩa.

Vi vậy, thời gian tới cần đẩy mạnh hơn nữa việc xây dựng văn hóa trong kinh tế. Một số nhiệm vụ, giải pháp được đề xuất là:

*Thứ nhất*, tăng cường các hoạt động thông tin và truyền thông nhằm nâng cao nhận thức của các cấp ủy, chính quyền và toàn xã hội về vai trò của việc xây dựng văn hóa trong kinh tế, làm cho các giá trị văn hóa thấm sâu, lan tỏa và tạo nên chất lượng mới của hoạt động kinh tế. Đồng thời, tích cực tuyên truyền, đấu tranh loại bỏ các yếu tố phản văn hóa trong các hoạt động kinh tế; qua đó góp phần xây dựng văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước.

*Thứ hai*, xác định mục tiêu văn hóa của các hoạt động kinh tế, các lĩnh vực kinh tế, chính sách kinh tế, chiến lược kinh tế và các biện pháp kinh tế là một yêu cầu khách quan, vừa cấp thiết, vừa lâu dài trong quá trình hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường; đồng thời, xác định phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phải được tiến hành song song với việc xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc. Tiếp tục nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước về văn hóa trong điều kiện phát triển nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Gắn kết các mục tiêu, nội dung hoạt động văn hóa với quá trình phát triển kinh tế - xã hội.

*Thứ ba*, tiếp tục hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách để phát huy nguồn lực văn hóa, nhất là nguồn lực con người, làm tiền đề

cho sự phát triển kinh tế. Trước hết là chính sách đào tạo nguồn nhân lực cho sự nghiệp đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao với đầy đủ phẩm chất, năng lực, kỹ năng thích ứng với những yêu cầu của thời kỳ mới. Tập trung xây dựng những giá trị văn hóa cơ bản: chân, thiện, mỹ. Hoàn thiện các chuẩn mực văn hóa, xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện với đầy đủ sức khỏe thể chất, tâm hồn, đạo đức, trách nhiệm xã hội, yêu nước, có ý thức tôn trọng và tuân thủ pháp luật, có sức sáng tạo và năng lực thích nghi với bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.

Tiếp tục phát triển đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Hiện đại hóa và tiếp cận các chuẩn mực khu vực và quốc tế về các chương trình và cơ sở vật chất, phương pháp, công nghệ và sản phẩm đào tạo nguồn nhân lực kinh tế, tập trung vào nhóm đối tượng chuyên gia kỹ thuật, khoa học - công nghệ, doanh nhân và quản lý nhà nước về kinh tế. Hoàn thiện chính sách phát hiện, bồi dưỡng, trọng dụng và tôn vinh nguồn nhân lực chất lượng cao, trong đó có các trí thức, văn nghệ sĩ, nghệ nhân, doanh nhân Việt Nam có ý thức thực hành trách nhiệm xã hội.

*Thứ tư*, nâng cao hàm lượng văn hóa trong cơ cấu và chất lượng sản phẩm kinh tế, gắn kết hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư với quảng bá văn hóa. Xây dựng các chuẩn mực và giá trị phù hợp về văn hóa cạnh tranh, văn hóa quảng cáo, văn hóa tiêu dùng, văn hóa kinh doanh, văn hóa xây dựng và phản biện chính sách... Chú trọng vấn đề đạo đức kinh doanh, đạo đức trong kinh tế để xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân.

Tăng nội hàm văn hóa trong đầy mạnh cơ cấu lại nền kinh tế, nhất là về cơ cấu sản phẩm, cơ cấu công nghệ và cơ cấu lao động. Tập trung phát triển các ngành công nghiệp

văn hóa với những ngành, nghề và sản phẩm có hàm lượng công nghệ, chất xám, giá trị gia tăng và chất lượng cao, mang bản sắc văn hóa Việt Nam, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại; gia tăng tỷ trọng đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa trong cơ cấu kinh tế quốc dân; xây dựng các chương trình quảng bá văn hóa Việt Nam lồng ghép và gắn kết hiệu quả với các thương hiệu hàng Việt Nam; hỗ trợ quảng bá nghệ thuật quốc gia và xuất khẩu các sản phẩm văn hóa ra nước ngoài.

Giải quyết hợp lý, hài hòa giữa bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa với phát triển kinh tế - xã hội. Trong quá trình phát triển kinh tế, cần chú trọng kết hợp với nhiệm vụ bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị các di sản văn hóa, nhất là một số loại hình văn hóa - nghệ thuật truyền thống có nguy cơ mai một.

*Thứ năm*, xây dựng môi trường văn hóa trong hoạt động kinh tế. Bảo đảm nguyên tắc dân chủ, minh bạch, công khai, bình đẳng giữa nhà nước, doanh nghiệp và xã hội trong các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội. Thiết lập cơ chế bảo đảm sự cạnh tranh bình đẳng và cơ chế thị trường giữa các loại hình doanh nghiệp. Khuyến khích, hỗ trợ và quản lý hiệu quả nhằm thúc đẩy sự gắn kết, hợp tác, liên doanh, liên kết sâu, rộng, toàn diện, lành mạnh dưới nhiều hình thức trong hoạt động sản xuất, kinh doanh giữa các doanh nghiệp, các thành phần kinh tế. Tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh thuận lợi cho phát triển kinh tế, bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô; hoàn thiện cơ chế, chính sách thu hút đầu tư và bảo đảm hoạt động của kinh tế theo cơ chế thị trường; mở rộng khả năng tham gia thị trường, phát triển kết cấu hạ tầng, tăng cường khả năng tiếp cận các nguồn lực.

Chú trọng việc xây dựng môi trường văn hóa pháp lý minh bạch, đồng bộ, hiện đại, tạo điều kiện để các doanh nghiệp tham gia,

xây dựng phát triển văn hóa doanh nghiệp. Tiêu chuẩn hóa và quy trình hóa văn hóa quản lý nhà nước đối với các hoạt động kinh tế, các đơn vị kinh doanh, đề cao ý thức tôn trọng pháp luật. Đẩy mạnh xây dựng văn hóa doanh nghiệp, văn hóa doanh nhân, văn hóa kinh doanh. Khuyến khích sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp và toàn dân trong xây dựng văn hóa trong kinh tế. Khen thưởng, nhân rộng kịp thời các mô hình hay, những tấm gương tiêu biểu trong xây dựng văn hóa ở các doanh nghiệp và xã hội. Hạn chế và xóa bỏ những chi phối tiêu cực từ lợi ích nhóm, lợi ích cá nhân trong kinh doanh và quản lý nhà nước về kinh tế, góp phần xây dựng môi trường văn hóa lành mạnh, thúc đẩy sự phát triển bền vững.

*Thứ sáu*, phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng và hoàn thiện thị trường các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, nhằm khai thác và phát huy những tiềm năng và giá trị đặc sắc của văn hóa Việt Nam. Bổ sung, hoàn thiện cơ chế, chính sách phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trong thời kỳ mới nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh sản phẩm, dịch vụ văn hóa. Chú trọng xúc tiến đầu tư phát triển các ngành công nghiệp văn hóa có nhiều lợi thế, tiềm năng. Hoàn thiện các chính sách ưu đãi về vốn, thuế, đất đai, khuyến khích sáng tạo đối với văn nghệ sĩ, các doanh nghiệp khởi nghiệp. Khuyến khích đầu tư cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và công nghệ tiên tiến trong sản xuất các sản phẩm văn hóa; tạo thuận lợi cho các ngành công nghiệp văn hóa thu hút các nguồn lực xã hội để phát triển. Đổi mới, hoàn thiện thể chế để xây dựng, phát triển thị trường các sản phẩm và dịch vụ văn hóa. Nâng cao ý thức thực thi các quy định pháp luật về quyền tác giả và các quyền liên quan trong toàn xã hội. Cùng cố và tăng cường hiệu quả hoạt động của các cơ quan quản lý và cơ quan thực thi quyền tác giả từ Trung ương đến địa phương. □