

# NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI NGÀNH QUẢNG CÁO TRONG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (2016-2021)

Đạo Thanh Quyến\*

**Tóm tắt:** Thành phố Hồ Chí Minh là một đô thị có số dân tập trung đông nhất và là một trong những trung tâm kinh tế, chính trị, văn hóa xã hội của cả nước; Thành phố Hồ Chí Minh là một trong ba vùng kinh tế trọng điểm quốc gia và là hạt nhân của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam; với tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và đóng góp gần 27% tổng sản phẩm quốc gia; là một thành phố có truyền thống năng động, sáng tạo, là nơi khởi xướng và đi đầu trong các chương trình phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Bên cạnh đó, Thành phố Hồ Chí Minh còn là một trung tâm mua sắm, giải trí và du lịch; với hệ thống các khu vui chơi - giải trí, hệ thống các nhà hàng, quán ăn... Đó là tiền đề cho ngành quảng cáo phát triển và đóng góp nhiều hơn cho GRDP của Thành phố. Tuy nhiên, ngành quảng cáo ở Thành phố Hồ Chí Minh chủ yếu dựa vào loại hình quảng cáo truyền thống, chưa xây dựng và phát triển các đơn vị, doanh nghiệp quảng cáo lớn và hiện đại, chưa phát huy hết tiềm năng về con người, công nghệ cũng như lợi thế về địa kinh tế, thị trường rộng lớn, đặc biệt là trong công cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4.

Bài viết này đánh giá sự đóng góp của ngành quảng cáo cũng như những điểm mạnh, điểm yếu, thời cơ và thách thức đối với ngành quảng cáo ở Thành phố Hồ Chí Minh thông qua phương pháp phân tích SWOT; đồng thời góp phần định hướng để ngành quảng cáo đóng góp một tỷ trọng đáng kể trong ngành công nghiệp văn hóa của Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2030.

**Từ khóa:** Quảng cáo, thời cơ và thách thức, thành tựu, công nghiệp văn hóa, Thành phố Hồ Chí Minh.

**Đạo Thanh Quyến: Opportunities and challenges for the advertising industry in implementing the strategy for cultural industry development in Hồ Chí Minh city**

Hồ Chí Minh city is the most densely populated city in the country. It is one of the economic, political, cultural centers, one of the three national key economic regions, the nucleus of the Southern key economic region. Enjoying a high economic growth rate, the city has contributed nearly 27% of the gross national product. It is wellknown as as a vibrant city with creativity which initiates and takes the lead in economic, cultural and social development. Systems of amusement and entertainment facilities and restaurants make Hồ Chí Minh city a shopping, entertainment and tourism center, which provides preconditions for the advertising industry to develop and contribute to the city's GRDP. The advertising industry in Hồ Chí Minh city has mainly relied on traditional advertising and not developed big and modern advertising establishments and enterprises. The city has not brought into full play human potential, technology as well as geo-economics and large market advantages, especially in the 4th industrial revolution.

This paper reviewed the contribution of the advertising industry, the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the advertising industry in Hồ Chí Minh City, using the SWOT analysis. It suggested directions for the advertising industry to make a significant contribution to the cultural industry of Hồ Chí Minh city by 2030.

**Keywords:** Advertising, opportunities and threats, achievements, cultural industry, Hồ Chí Minh city.

\* ThS. Phân Viện Văn hoá Nghệ thuật quốc gia Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh.