

Chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, marketing xuất bản phẩm

TS. TRẦN CHÍ ĐẠT

Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông; Email: tcdat@mic.gov.vn

Nhận ngày 12 tháng 12 năm 2023; chấp nhận đăng tháng 2 năm 2024.

Tóm tắt: Đối với lĩnh vực xuất bản, chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ số hiện cũng đang dần được triển khai nhằm thích ứng với yêu cầu mới. Chuyển đổi số trong xuất bản được tiến hành trong tất cả các khâu, từ việc sáng tạo tác phẩm, hoàn thiện nội dung đến lựa chọn công nghệ sản xuất, phương thức truyền thông - marketing cho sản phẩm và cách quản trị chuỗi cung ứng sản phẩm trên thị trường xuất bản phẩm. Nó không chỉ tác động đến những tổ chức hay doanh nghiệp xuất bản mà còn tác động đến những nhóm đối tượng khác như khách hàng, đối tác. Đây là một quá trình phức tạp, diễn ra dưới sự tác động của nhiều yếu tố tích cực và tiêu cực đan xen lẫn nhau.

Từ khóa: chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ số, truyền thông, marketing xuất bản phẩm.

Abstract: In the publishing industry, digital transformation and the application of digital technology are gradually being implemented to adapt to new requirements. Digital transformation in publishing is carried out in all stages, from creating works, refining content, selecting production technology, marketing and communication methods for products, to managing the product supply chain in the publishing market. It affects not only publishing organizations or businesses but also other groups such as customers and partners. This is a complex process, influenced by various both positive and negative factors.

Keywords: Digital transformation, digital technology application, media, publishing marketing.

1. Chuyển đổi số - xu hướng của thời đại

Chuyển đổi số (CDS) là xu hướng tất yếu, là lẽ sống còn của các quốc gia, tổ chức, doanh nghiệp và người tiêu dùng trên toàn thế giới, đã và đang diễn ra mạnh mẽ ở nhiều quốc gia. Hiện nay có nhiều cách diễn đạt khác nhau về nội dung khái niệm CDS. Trong bài viết này, chúng tôi hiểu CDS (Digital Transformation) theo nghĩa rộng là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của các cá nhân và tổ chức về cách sống, cách làm việc và phương thức sản xuất trên môi trường số với các công nghệ số. Nói cách khác, CDS là việc sử dụng các công nghệ kỹ thuật số để thay đổi mô hình quản lý, kinh doanh, cung cấp dịch vụ truyền thống (hiện trên giấy tờ, khẩu lệnh) bằng mô hình quản lý, kinh doanh cung cấp dịch vụ dựa trên môi trường số trong cơ quan, doanh nghiệp nhằm tạo ra năng suất lao động mới, giá trị mới, cơ hội cạnh tranh phát triển mới. Theo quan

niệm này thì CDS là số hóa mọi hoạt động của xã hội và con người. Các công nghệ số được sử dụng trong CDS là công nghệ dữ liệu lớn (Big data), công nghệ Internet kết nối vạn vật (IoT), công nghệ điện toán đám mây (Cloud) và công nghệ điện tử. Công nghệ đã trở thành một phần không thể thiếu của cuộc sống và đang được xem là chìa khóa quan trọng giúp con người, doanh nghiệp, nền kinh tế thích ứng và bứt lên sau đại dịch. Trên thế giới, dòng chảy công nghệ cứ liên tục thay đổi từng ngày, từng giờ, từng phút, thậm chí là từng giây, vì vậy việc nắm bắt xu hướng công nghệ mới trở nên hết sức cần thiết để quyết định tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tương lai. Muốn vượt lên và bứt phá trong thời đại Công nghệ 4.0, bất kỳ tổ chức nào cũng cần chuẩn bị sẵn sàng các nguồn lực để đón đầu những xu hướng công nghệ, tận dụng tối đa lợi thế từ công nghệ, tạo nên sức mạnh kinh doanh một cách nhanh

chóng. Công nghệ sáng tạo cùng khả năng bắt tận của con người trong việc cải tiến công nghệ mới sẽ tạo ra tăng trưởng phi thường cho các mô hình kinh doanh, tăng trưởng kinh tế nếu bám đúng trọng tâm của các xu hướng trên.

Thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã có những chủ trương, định hướng về CDS quốc gia: Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư; Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 17/11/2022 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XIII về tiếp tục đẩy mạnh CNH-HĐH đất nước đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã xác định CDS là phương thức mới có tính đột phá để rút ngắn quá trình CNH - HĐH; Nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc lần XIII của Đảng nhấn mạnh một trong các định hướng phát triển đất nước giai đoạn 2021 - 2030, đó là "đẩy mạnh chuyển đổi số quốc gia, phát triển kinh tế số trên nền tảng khoa học và công nghệ, đổi mới sáng tạo"¹. Tiếp theo đó, Thủ tướng Chính phủ ban hành Chương trình CDS quốc gia, Chiến lược Chính phủ số, Chiến lược kinh tế số và xã hội số và các bộ, ngành, địa phương ban hành các nghị quyết, chương trình CDS của bộ, ngành, địa phương mình.

Tại Việt Nam, chỉ vài năm trước, CDS vẫn còn là một "rào cản" lớn khi có tới 30,7% doanh nghiệp cho biết họ đã tìm hiểu về CDS nhưng chưa biết cần phải làm gì, 38% băn khoăn chuyển đổi số nên bắt đầu từ đâu, hay chưa hiểu tin học hóa khác với chuyển đổi số ra sao (*Theo khảo sát của Hiệp hội Phần mềm và Dịch vụ CNTT Việt Nam Vinasa năm 2019*). Tuy nhiên tới nay, khi các doanh nghiệp đã có những nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của CDS thì nhu cầu và quyết tâm thực hiện nó đang gia tăng mạnh mẽ hơn bao giờ hết.

Theo giáo sư David L. Rogers, chuyên gia trong lĩnh vực chuyển đổi số, nhận định, CDS phải là tổng hòa của hai yếu tố: Chiến lược và chuyển đổi tự thân trong tổ chức. Muốn thành công trong chuyển đổi số, phải đặc biệt chú ý tới hai yếu tố này. Lộ trình chuyển đổi số bao gồm 5 bước: Xác định được tầm nhìn chung; lựa chọn những vấn đề

quan trọng nhất; kiểm chứng các thử nghiệm mới; quản lý tăng trưởng quy mô lớn và không ngừng tăng trưởng về năng lực. Giáo sư David L. Rogers khẳng định bản chất cốt lõi của CDS không hẳn chỉ là chuyển đổi về mặt công nghệ. Quá trình này bao gồm cả việc phải xác định cả việc thay đổi tư duy, áp dụng tư duy mới vào trong chính tổ chức của mình. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp phải nghĩ tới dữ liệu vì đây là tài sản đóng vai trò cốt lõi trong chặng đường phát triển của doanh nghiệp trong tương lai. Để thành công, các doanh nghiệp cần không ngừng theo đuổi và phát hiện ra những vấn đề cần giải quyết của khách hàng, công việc kinh doanh. Nhiều doanh nghiệp đã thành công khi tìm cách giải quyết các nhu cầu của khách hàng, qua đó thiết lập vị thế đi trước trên thị trường. Chuyển đổi số không thể chỉ bắt đầu từ đội ngũ lãnh đạo cấp cao, mà phải được thực hiện từ cấp thấp nhất và gắn kết từ mọi cấp trong tổ chức. Chuyển đổi số không phải một dự án có ngày bắt đầu và kết thúc, mà là một quá trình liên tục.

Trong thế giới kinh doanh, CDS hiện nay đang từng bước thay đổi, không chỉ thay đổi cách doanh nghiệp được nhìn nhận mà còn thay đổi cả cách tổ chức hoạt động. Với mỗi một doanh nghiệp, quá trình CDS sẽ diễn ra với lộ trình khác nhau. Chúng ta chưa bao giờ sống trong thời đại đổi mới công nghệ diễn ra nhanh và biến đổi mạnh mẽ như hiện nay. Các công nghệ đáng kinh ngạc như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, robot thông minh, ô tô tự lái, in 3D và hệ gen tiên tiến, cùng với các xu hướng công nghệ khác đã mở ra một cuộc cách mạng công nghiệp mới. Điều chắc chắn là tất cả những công nghệ này sẽ thay đổi kinh doanh, định hình lại mô hình kinh doanh và chuyển đổi toàn bộ ngành công nghiệp. Giống như các cuộc cách mạng công nghiệp trước đây, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư sẽ thay đổi các doanh nghiệp, định hình lại các mô hình kinh doanh và chuyển đổi toàn bộ các ngành công nghiệp. Những công nghệ mới sẽ thay đổi cách chúng ta điều hành kinh doanh, những nghề nghiệp chúng ta sẽ làm và nhiều khía cạnh khác về cách chúng ta vận hành xã hội.

Trong kinh doanh, bước quan trọng nhất là nắm

bất thị trường. Khi bạn biết khách hàng của mình là ai, họ muốn gì, tức nắm được tâm lý, sở hữu, thói quen và nhu cầu tiêu dùng của khách hàng□ thì bạn sẽ xác định được lĩnh vực sản phẩm mà công ty đang theo đuổi. Trước kia, việc khảo sát rất khó khăn khi bạn phải tiến hành phỏng vấn, nghiên cứu từng người một. Đồng thời phải đợi rất lâu những phản hồi mang tính xây dựng. Nhưng bây giờ đã có công nghệ số với kênh truyền thông mạng xã hội (Social Media) và phân tích dữ liệu (Data Analytic) có thể giải quyết tốt những vấn đề này. Đây là một ứng dụng hiệu quả của công nghệ số trong truyền thông, marketing.

2. Ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, marketing xuất bản phẩm

Đối với lĩnh vực xuất bản, CDS và ứng dụng công nghệ số hiện cũng đang dần được triển khai nhằm thích ứng với yêu cầu mới. CDS trong lĩnh vực xuất bản được hiểu là quá trình áp dụng những thành tựu mới nhất của công nghệ thông tin và truyền thông nhằm thay đổi phương cách quản lý mô hình và quy trình hoạt động xuất bản, đa dạng hóa hình thức truyền tải nội dung và kênh phân phối, rút ngắn thời gian đưa sản phẩm đến độc giả, từ đó nâng cao hiệu quả kinh tế, xã hội của hoạt động xuất bản. CDS được tiến hành trong tất cả các khâu, từ việc sáng tạo nội dung đến lựa chọn công nghệ sản xuất, phương thức truyền thông - marketing cho sản phẩm và cách quản trị chuỗi cung ứng sản phẩm trên thị trường xuất bản phẩm. Nó không chỉ tác động đến những tổ chức hay doanh nghiệp xuất bản mà còn tác động đến những nhóm đối tượng khác như khách hàng, đối tác. Đây là một quá trình phức tạp, diễn ra dưới sự tác động của nhiều yếu tố tích cực và tiêu cực đan xen lẫn nhau.

Thực tế cho thấy, CDS trong lĩnh vực truyền thông, marketing xuất bản phẩm đã ngày càng rõ nét, mà rõ nhất là trong các hoạt động marketing, bán hàng trên các trang thương mại điện tử, xuất bản điện tử. Hầu hết các nhà xuất bản, công ty sách đã thúc đẩy ứng dụng công nghệ vào trong hoạt động truyền thông phát hành. Các kênh phát hành hiện đang được mở rộng, vượt ra ngoài khuôn khổ của các kênh phát hành truyền thống như điện

thoại, email, phát tờ rơi, đăng báo,... các kênh phát hành trực tuyến được ứng dụng công nghệ đa nền tảng, đa giao diện để có thể tương thích và phù hợp với nhiều chủng loại thiết bị, nền tảng công nghệ truyền thông.

Hoạt động truyền thông, marketing khi ứng dụng công nghệ số sẽ có sự kết hợp và tương tác mạnh mẽ của các nền tảng dịch vụ mạng xã hội khác nhau, đặc biệt là qua các nền tảng facebook, tiktok, với những clip ngắn gọn kịp thời truyền tải những thông tin chính của cuốn sách mà không mất nhiều thời gian xem của bạn đọc. Những clip review sách qua nền tảng youtube cũng là một phương pháp đưa nội dung xuất bản phẩm đến với bạn đọc theo một cách mới, giúp bạn đọc không phải đọc sách nhưng bị hấp dẫn bởi nội dung sách lúc nào không hay, và tò mò tìm mua để được đọc trọn vẹn cuốn sách hay bộ sách đó.

Dễ thấy, ngày nay bất kỳ bạn đọc nào có account định danh trên một nền tảng mạng xã hội nào đó, như facebook. Tiktok, google,... hay trên các nền tảng, công cụ marketing phát hành xuất bản phẩm riêng, khi quan tâm, tìm kiếm một tựa sách thì nhu cầu này sẽ được hệ thống ghi nhận, lưu vào dữ liệu khách hàng. Ngay cả khi ngừng tìm kiếm thì các tựa sách, chủ đề sách tương tự vẫn sẽ được mời chào đến bạn đọc đó hàng ngày khi sử dụng các nền tảng đó.

Và, việc ứng dụng công nghệ số, nhiều công đoạn của xuất bản truyền thống sẽ được giảm bớt và sản phẩm sẽ dễ đến được tay nhiều độc giả nhất trong thời gian nhanh nhất. Chuỗi quá trình, từ sáng tạo tác phẩm đến khi được phát hành đến bạn đọc có thể được điều chỉnh phù hợp với nhiều mô hình kinh doanh khác nhau. Cùng với đó là khả năng đo lường nhu cầu, sự quan tâm của bạn đọc với một xuất bản phẩm đang trong kế hoạch xuất bản hoặc sắp được công bố, thông qua mạng xã hội và các kênh phát hành riêng của Nhà xuất bản, để kịp thời có những bước đi hợp lý trong việc xuất bản và phát hành tới tay bạn đọc.

Trong xuất bản truyền thống, các nhà xuất bản thường thực hiện các hoạt động đặt mua sách, trưng bày sách, gặp gỡ tác giả, tham quan truyền thông,

tiếp thị sách, quảng cáo giá... để tổ chức các hoạt động tiếp thị. Tuy nhiên, các nhà xuất bản không biết liệu những hoạt động này có thực sự thúc đẩy việc bán hàng, thực sự có khả năng thúc đẩy doanh số bán sách hoặc liên kết kinh doanh khác hay không. Nhưng với việc ứng dụng công nghệ số, AI có thể giúp cải thiện độ chính xác của tiếp thị thông qua học tập, tính toán và phân tích, đồng thời cũng giúp tăng cường sự tương tác giữa độc giả và nhà xuất bản thông qua việc thiết lập cơ sở dữ liệu về độc giả. Với sự trợ giúp của AI, các nhà marketing có thể thu thập dữ liệu về đọc sách, dữ liệu đánh giá, dữ liệu bán hàng, dữ liệu truyền tải, thói quen đọc của độc giả để đưa ra chiến lược tiếp thị, đúc kết kinh nghiệm tiếp thị và đề ra giải pháp.

Công nghệ số giúp cho việc tích hợp các loại hình dữ liệu: hình ảnh, âm thanh, video, số liệu, tạo khả năng hoán đổi và liên kết giữa các hình thức truyền thông khác, như điện ảnh, báo chí, truyền hình, truyền thanh, quảng cáo,... Từ đó, giá trị nội dung cần truyền thông được nâng lên nhiều lần. Ngày nay, các xuất bản phẩm số còn xuất hiện với nhiều hình thức khác nhau: sản phẩm số hóa văn bản (CD-ROM, DVD-ROM, sách điện tử), hoặc sản phẩm âm thanh (sách nói), sách tương tác, các video clip,...; từ đó, dẫn tới sự đa dạng trong phương thức tiếp thị sản phẩm. Phạm vi thị trường không phải là những khu vực địa lý xác định, mà là phạm vi rộng lớn hơn nhiều. Việc truyền thông, marketing, giới thiệu sản phẩm có thể được thực hiện thông qua các trang mạng xã hội một cách dễ dàng. Bạn đọc vừa dễ tiếp cận với nội dung giới thiệu, vừa có thể trải nghiệm ngay nội dung với những phần đọc thử để quyết định có mua hay không mua xuất bản phẩm. Với việc thực hiện hình thức kinh doanh, phân phối này, chuỗi kinh doanh được rút ngắn, chi phí được giảm thiểu, hiệu quả được nâng lên; và theo đó, phương thức phân phối sản phẩm được thực hiện theo các kênh, hệ thống khác nhau và các đơn vị xuất bản đều có xu hướng chuyển đổi vai trò từ nhà sản xuất nội dung sang nhà cung cấp dịch vụ nội dung.

Ngày nay, có một khái niệm đang được sử dụng, đó là khái niệm Truyền thông số, và Nhà xuất bản hội tụ. Nhà xuất bản hội tụ được hiểu là mô hình

xuất bản hiện đại, có sự hội tụ về sở hữu, công nghệ, các loại hình sản phẩm xuất bản□ dựa trên nền tảng số hóa và đa phương tiện, nhằm hiện đại hóa và tối ưu hóa hoạt động xuất bản. Mô hình nhà xuất bản hội tụ nhằm giúp cho việc tìm kiếm, tập hợp, xử lý và truyền tải nội dung một cách nhanh nhất trong điều kiện có sự cạnh tranh khốc liệt từ mạng xã hội, các kỹ thuật truyền thông số. Trước sự thống trị của các loại hình truyền thông mạng, có thể hình thành liên minh giữa một số nhà xuất bản có quy mô vừa và nhỏ hoặc giữa nhà xuất bản truyền thống với các đơn vị xuất bản số, với các đơn vị cung cấp giải pháp kỹ thuật trong thực hiện các chiến dịch truyền thông, quảng bá các xuất bản phẩm.

Sự lên ngôi của truyền thông số đặt ra yêu cầu trước tiên là mỗi người làm sách phải trở thành một nhà truyền thông. Ngày nay, bên cạnh các loại hình truyền thông như truyền hình, phát thanh, mạng Internet trở thành một kênh truyền thông vô cùng hiệu quả. Các biên tập viên có thể khai thác hữu hiệu các trang mạng xã hội như Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Tumblr□ vào việc tuyên truyền, quảng bá xuất bản phẩm. Tuy nhiên, để thực hiện được điều này, biên tập viên phải có kỹ năng, phương pháp chia sẻ, truyền tải thông tin, đồng thời phải trang bị cho mình những tố chất, yêu cầu của một nhà truyền thông chuyên nghiệp. Công nghệ số đang làm thay đổi mô hình kinh doanh của doanh nghiệp và thói quen tiêu dùng của con người; xuất bản không ngoại lệ. Nhu cầu tri thức không thay đổi và theo quy luật sẽ ngày càng cao hơn. Sách không những có cơ hội để tồn tại mà còn có thời cơ để phát triển nhưng để sách đến được với bạn đọc thì sản phẩm sách phải đa dạng đáp ứng nhu cầu khác của con người, nhất là trong điều kiện con người ngày càng ít thời gian và chịu sự cạnh tranh của các sản phẩm thông tin khác. Mặt khác, chuyển đổi số xét đến cùng chính là quá trình thay đổi tổng thể, toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm và phương thức sản xuất dựa trên công nghệ số. Để tồn tại và phát triển, nhà xuất bản cần tiến hành thay đổi cách làm, phương thức sản xuất và đổi mới sản phẩm của mình.

Để giải quyết các nội dung nêu trên, trong thời

gian tới công tác chuyển đổi số và xu thế ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, marketing xuất bản phẩm cần thực hiện một số giải pháp đồng thời như sau:

- *Thứ nhất*, về nhận thức chúng ta đều biết hoạt động xuất bản hiện nay thiếu và khó tiếp cận các bản thảo giá trị để xuất bản, vì vậy cần nghiên cứu xây dựng nền tảng hỗ trợ các đơn vị xuất bản (nhà xuất bản và các đơn vị làm sách) tìm kiếm các bản thảo giá trị trong nước và thế giới để tổ chức xuất bản phục vụ bạn đọc; hình thành một nền tảng có thể kết nối giữa bạn đọc, tác giả và nhà xuất bản, đơn vị làm sách để xác định trúng nhu cầu, phát triển quỹ hỗ trợ (hoặc các hình thức đóng góp tài chính khác), lựa chọn các đầu sách hoặc tác giả phù hợp với nhu cầu; tổ chức sáng tác, dịch thuật, xuất bản, phát hành với kinh phí thấp nhất được nhiều đầu sách với số lượng lớn nhất đáp ứng nhu cầu đa dạng của bạn đọc.

- *Thứ hai*, sách đang bị cạnh tranh bởi các phương tiện nghe nhìn, nhà xuất bản đang gặp khó khăn khi sản phẩm khó tiếp cận thị trường. Vì vậy, về sản phẩm sách cần đa dạng các sản phẩm, hình thành nhiều phiên bản theo nhu cầu, phối hợp các sản phẩm đã có thành sản phẩm mới tạo nhu cầu mới; đặc biệt, trước mắt, thí điểm phát triển thị trường sách ngắn, biến sách thành sản phẩm văn hóa có tính đại chúng, phục vụ số lượng lớn, vừa giải quyết bài toán kinh tế của doanh nghiệp, vừa thực hiện mục tiêu của xuất bản là truyền bá tri thức. Về phương thức sản xuất, bên cạnh cách làm truyền thống, nhà xuất bản ứng dụng công nghệ số để chuyển từ người làm sách sang người cung ứng dịch vụ làm sách, bán sách, dùng môi trường số để kích thích nhu cầu đọc. Theo đó, nghiên cứu, phát triển mô hình nhà xuất bản số.

- *Thứ ba*, thị trường sách nói chung, đặc biệt là sách điện tử tăng trưởng chậm, chưa phát triển; bạn đọc chưa đón nhận sách điện tử do sách điện tử chưa hấp dẫn; người làm sách điện tử còn chưa quan tâm đầu tư do e ngại vấn đề bản quyền cùng với đầu tư lớn, thị trường nhỏ. Chìa khóa ở đây là sách điện tử phải giúp người sử dụng trải nghiệm tốt hơn sách giấy; dịch vụ của sách điện tử phải đáp ứng nhu cầu

tiêu dùng trong thời đại số. Vì vậy, giải pháp ở đây cần phải là: (1) Tăng trải nghiệm và tiện dụng của bạn đọc với sách như: tùy chỉnh cỡ chữ, bát chữ, kiểu chữ, giọng đọc; kết hợp hình ảnh, màu sắc, âm thanh, hỗ trợ cải thiện thị giác khi đọc, khi nghe; cho người đọc có thể ghi chú hoặc nhiều hơn tìm hiểu sâu về một nội dung cần lưu ý dựa trên tìm kiếm ở dữ liệu lớn. (2) Kích thích nhu cầu tiêu dùng, đa dạng hóa các hình thức, dạng thức thanh toán. Nghiên cứu có hình thức bạn đọc dùng bao nhiêu, đọc bao nhiêu thì trả bấy nhiêu; tức là chỉ phải trả tiền cho số trang, số thời gian nghe (như điện thoại trả tiền trước), từ đó giúp cho bạn đọc thay vì đọc một cuốn sẽ đọc hàng trăm cuốn, góp phần tăng lượng tri thức tiếp cận. (3) Tiếp tục triển khai phiên bản sách rút gọn, sách ngắn; nếu làm tốt có thể hóa giải bài toán mâu thuẫn giữa nhu cầu bạn đọc và yêu cầu kinh doanh của nhà xuất bản. Sách rút gọn tạo cơ hội bạn đọc dùng thời gian ít nhất, kinh phí nhỏ nhất để tiếp nhận khối lượng tri thức lớn nhất; ngược lại nhà xuất bản, doanh nghiệp làm sách, người viết sách tạo nguồn thu thông qua số lượng người đọc và số lượng sách đọc./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Chuyển đổi số trong doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay: Những khó khăn cần tháo gỡ*, Nguyễn Đình Quyết (<https://tapchicongsan.org.vn>)
2. *Thực trạng chuyển đổi số ở Việt Nam: Lợi thế và rào cản thực hiện*, (itgtechnology.vn)
3. *Chuyển đổi số ở Việt Nam hiện nay: Một số vấn đề đặt ra và giải pháp*, Lê Thị Tầm - Hồ Thị Nguyệt (Trường Đại học công nghệ Đông Á) - Phan Minh Ngọc (Tổng Công ty Dịch vụ số Viettel) (<https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/chuyen-doi-so-o-viet-nam-hien-nay-mot-so-van-de-dat-ra-va-giai-phap-102058.htm>)
4. *Thực trạng và xu hướng chuyển đổi số tại Việt Nam* (<https://fsivietnam.com.vn/thuc-trang-xu-huong-chuyen-doi-so-tai-viet-nam>)
5. *Mô hình xuất bản ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) và tự xuất bản - gợi ý đối với hoạt động xuất bản Việt Nam*, TS. Nguyễn Thị Trang, (<https://lyluan chinhtrivatruyenthong.vn/mo-hinh-xuat-ban-ung-dung-cong-nghe-tri-tue-nhan-tao-ai-va-tu-xuat-ban-goi-y-doi-voi-hoat-dong-xuat-ban-viet-nam-p25457.html>)
6. *Công nghệ số và ứng dụng trong marketing và doanh nghiệp* (<https://hatex.vn/tin-tuc/cong-nghe-so-va-ung-dung-trong-marketing-va-doanh-nghiep.html>)
7. *Phát triển xuất bản số ở Việt Nam*, PGS, TS. Vũ Trọng Lâm (<https://www.tapchicongsang.org.vn/web/guest/kinh-te-/2018/826062/phat-trien-xuat-ban-so-o-viet-nam.aspx>).