

Trí tuệ nhân tạo trong tái định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản ở Việt Nam

TS. PHẠM THỊ LIÊN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: lienpham0980@gmail.com

Nhận ngày 6 tháng 6 năm 2025; chấp nhận đăng tháng 8 năm 2025.

Tóm tắt: Trí tuệ nhân tạo (AI) đang tác động mạnh mẽ đến hầu hết các lĩnh vực trong đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội của các nước trên thế giới và Việt Nam, trong đó có lĩnh vực xuất bản. AI đang trở thành một công cụ cốt lõi, không chỉ hỗ trợ mà còn đang tái định hình chuỗi giá trị xuất bản và tác động mạnh mẽ đến xu hướng phát triển ngành công nghiệp xuất bản trên thế giới nói chung, ở Việt Nam nói riêng. Trước yêu cầu cấp thiết về việc ứng dụng AI một cách hiệu quả nhằm định hình xu hướng phát triển bền vững cho ngành xuất bản, bài viết phân tích tổng quan về AI và chuỗi giá trị ngành xuất bản; đánh giá tác động của AI đến chuỗi giá trị ngành xuất bản thế giới và ảnh hưởng đến sự chuyển dịch chuỗi giá trị của ngành xuất bản Việt Nam. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng AI vào định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản trong nước.

Từ khóa: trí tuệ nhân tạo; chuỗi giá trị; ngành xuất bản Việt Nam.

Abstract: Artificial intelligence (AI) is exerting a strong influence on almost all areas of economic, cultural, and social life worldwide, including Vietnam, and the publishing sector is no exception. AI has become a core tool that not only supports but also reshapes the publishing value chain, significantly affecting the development trajectory of the global publishing industry in general and Vietnam's publishing sector in particular. In response to the urgent need for effective AI application to shape the sustainable development of the publishing industry, this article provides an overview of AI and the publishing value chain; evaluates the impact of AI on the global publishing value chain and its implications for the transformation of Vietnam's publishing sector. Based on this analysis, the article proposes several solutions to enhance the effective application of AI in reshaping the domestic publishing value chain.

Keywords: artificial intelligence; value chain; publishing industry in Vietnam.

1. Trí tuệ nhân tạo và chuỗi giá trị ngành xuất bản

1.1. Trí tuệ nhân tạo (AI)

John McCarthy, được coi là cha đẻ của trí tuệ nhân tạo, đã nhắc đến thuật ngữ AI (artificial intelligence) lần đầu tiên vào năm 1956 và AI được hiểu là trí thông minh của máy móc/được thể hiện bởi máy móc, trái ngược với trí thông minh của con người và các loài động vật khác⁽¹⁾. AI cũng được hiểu là "những hành động của máy móc gắn liền với tư duy của con người, ví dụ như ra quyết định hay giải quyết vấn đề" hay "là nghệ thuật tạo ra các cỗ máy có thể thực hiện những chức năng yêu cầu trí tuệ khi thực hiện bởi con người"⁽²⁾.

Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ, AI đã trở thành công cụ hiệu quả được ứng dụng vào hầu hết các lĩnh vực trong đời sống xã hội, từ nông nghiệp, ngân hàng, y học, quân sự đến báo chí, xuất bản. AI

cũng có những ảnh hưởng khác nhau đến các quốc gia, doanh nghiệp, lĩnh vực. Theo nhà đầu tư công nghệ thông tin người Trung Quốc Kai-Fu Lee, có 04 làn sóng AI là: Trí tuệ nhân tạo Internet (Internet A.I.); Trí tuệ nhân tạo doanh nghiệp (Business A.I.); Trí tuệ nhân tạo nhận thức (Perception A.I.); và Trí tuệ nhân tạo tự động (Autonomous A.I.). Mỗi quốc gia, doanh nghiệp sẽ có lợi thế khác nhau trong từng làn sóng, tùy thuộc vào khả năng tiếp cận dữ liệu, hạ tầng công nghệ và cơ cấu ngành công nghiệp⁽³⁾. Điều này được minh chứng qua việc ứng dụng công nghệ AI trong ngành công nghiệp xuất bản ở các quốc gia có nền kinh tế phát triển như Mỹ, châu Âu, Trung Quốc và Nhật Bản đạt được sự phát triển vượt trội hơn các quốc gia khác.

1.2. Chuỗi giá trị ngành xuất bản

Chuỗi giá trị (value chain) được hiểu là toàn bộ các hoạt động cần thiết hoặc quy trình bao gồm nguồn cung

ứng vật liệu, sản xuất, tiêu thụ và xử lý/tái chế để tạo ra sản phẩm/dịch vụ và cung cấp cho người tiêu dùng. Theo Michael E. Porter, có thể phân tích tính cạnh tranh của doanh nghiệp/sản phẩm bằng cách xem xét chuỗi giá trị, bao gồm nhiều hoạt động riêng biệt mà doanh nghiệp thực hiện trong việc thiết kế, sản xuất, tiếp thị, phân phối và hỗ trợ sản phẩm của mình⁽⁴⁾.

Từ đó có thể hiểu chuỗi giá trị ngành xuất bản là toàn bộ các hoạt động trong quy trình xuất bản để đưa một xuất bản phẩm (XBP) từ ý tưởng đến tay bạn đọc. Maria Norbäck đã mô phỏng chuỗi giá trị truyền thống trong ngành xuất bản sách gồm các nội dung cơ bản là: sáng tạo/sản xuất (tác giả/biên tập viên/nhà xuất bản); quảng cáo/phân phối; bán lẻ/cửa hàng; và người tiêu dùng/người đọc⁽⁵⁾.

Chuỗi giá trị này được thể hiện cụ thể trong quy trình xuất bản (tổ chức bản thảo -> biên tập -> thiết kế -> chế bản -> in ấn -> truyền thông -> phát hành -> dịch vụ khách hàng -> phản hồi của độc giả), cùng các yếu tố hỗ trợ quan trọng khác (cơ sở vật chất, chiến lược và kế hoạch sản xuất/kinh doanh, nguồn nhân lực tài chính) đã tạo nên XBP và định hình giá trị XBP.

Trước tác động của AI, chuỗi giá trị truyền thống của ngành xuất bản cũng phải thay đổi để thích ứng với các nhu cầu của ngành công nghiệp xuất bản trong bối cảnh số hóa. AI đang tái định hình các "mắt xích" trong quy trình xuất bản, từ ý tưởng, tổ chức bản thảo, biên tập, thiết kế đến phân phối và tiêu thụ, nhằm đáp ứng được nhu cầu xã hội và cá nhân hóa trải nghiệm người đọc. Sự chuyển dịch này đặt ra yêu cầu tái cấu trúc chuỗi giá trị ngành xuất bản theo hướng tích hợp công nghệ, đa dạng hóa nội dung và hình thức XBP, cũng như điều chỉnh cách thức/kênh phân phối sản phẩm đến độc giả.

2. Vai trò của AI trong tái định hình chuỗi giá trị của ngành xuất bản

2.1. AI tái định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản thế giới

Giống như bất kỳ ngành công nghiệp hiện đại nào khác, AI đang được ứng dụng mạnh mẽ vào ngành công nghiệp xuất bản. Các nhà xuất bản (NXB) trên thế giới đã ứng dụng AI vào các quy trình sản xuất XBP như: định dạng bài viết, biên tập văn bản, hiệu đính, thiết kế, phân tích dữ liệu, cá nhân hóa nội dung, Chat bot, dịch thuật, kiểm duyệt nội dung. Các công cụ như Grammarly, ProWritingAid và PerfectIt được ứng dụng để phát hiện lỗi chính tả, ngữ pháp và cải thiện

chất lượng văn bản, giúp rút ngắn thời gian xuất bản lên đến 30%; công nghệ xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) được ứng dụng vào công đoạn biên tập và dịch thuật, giúp kiểm tra ngữ pháp, phân tích ngữ nghĩa và hỗ trợ dịch máy với độ chính xác cao; các mô hình AI sinh nội dung (Generative AI) như DALL-E, Midjourney, hay Adobe Firefly ứng dụng vào khâu thiết kế để hỗ trợ minh họa và thiết kế bìa sách; công nghệ tổng hợp giọng nói (Text-to-Speech) và mô phỏng giọng nói (Voice Cloning) được ứng dụng để sản xuất audiobook với giọng đọc tự nhiên; các mô hình AI tạo sinh văn bản như ChatGPT hay Claude có thể hỗ trợ biên soạn, tóm tắt nội dung sách, xây dựng nội dung truyền thông; các thuật toán học máy (Machine Learning) dùng để phân tích hành vi người dùng nhằm đưa ra các gợi ý phù hợp. Việc ứng dụng các loại hình AI tương ứng với từng công đoạn xuất bản như trên đã hình thành nên "bức tranh công nghệ" đang tái định hình ngành công nghiệp xuất bản thế giới.

Các NXB lớn như Springer Nature đã thử nghiệm sử dụng AI để xuất bản cuốn sách nghiên cứu đầu tiên trên thế giới, tạo tiền lệ cho việc xuất bản nội dung học thuật một cách nhanh chóng. Amazon Kindle, Scribd hay các nền tảng đọc trực tuyến như Wattpad đã áp dụng các thuật toán gợi ý dựa trên dữ liệu người dùng nhằm nâng cao trải nghiệm độc giả. Công ty Nuanxed (Thụy Điển) đã sử dụng mô hình dịch thuật kết hợp AI và con người giúp ngành xuất bản tích hợp được AI vào quy trình biên dịch, rút ngắn thời gian xuất bản sách mà vẫn đảm bảo chất lượng. Họ đã hoàn thành gần 800 bản dịch với 69 cặp ngôn ngữ, bao gồm cả những ngôn ngữ khó như Nhật Bản sang Hà Lan, với tốc độ lên đến 50 dự án mỗi tháng⁽⁶⁾. Công ty TNHH Beijing Formax (Trung Quốc) đã áp dụng công nghệ AI cho các NXB để phân tích bố cục tự động, thu thập hình ảnh, chú thích, nhận dạng giọng nói, phân tích ngữ nghĩa, sản xuất các XBP số, phân phối sách kỹ thuật số trên toàn cầu⁽⁷⁾.

Việc ứng dụng AI vào hoạt động xuất bản đã định hình xu hướng phát triển các dòng sách trên thế giới. Theo Báo cáo của The Business Research Company, xu hướng xuất bản kỹ thuật số và sách điện tử, tự xuất bản, sách nói, podcast, sách tự xuất bản, các hoạt động in ấn bền vững đã đẩy quy mô tăng trưởng của thị trường sách toàn cầu đạt 97,14 tỷ USD năm 2024 lên 100,14 tỷ USD vào năm 2025 và dự kiến sẽ tăng lên 108,53 tỷ USD vào năm 2029; sở thích ngày càng tăng

của người tiêu dùng đối với các phiên bản kỹ thuật số dự kiến sẽ tác động đáng kể đến sự tăng trưởng của thị trường trong giai đoạn này⁽⁸⁾. Mô hình của ngành công nghiệp xuất bản cũng chuyển dịch từ mô hình truyền thống sang mô hình số hóa, thông minh hóa. Điều này thể hiện từ công đoạn biên tập, xuất bản, truyền thông đến phát hành. Theo tổng hợp tại Hội chợ Sách London 2025, đã xuất hiện rõ nét các xu hướng mới về sản xuất, tiêu dùng, phân phối sách từ truyền thống sang số hóa và các kênh phân phối mới⁽⁹⁾.

2.2. AI tái định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản Việt Nam

Ở Việt Nam, từ năm 2004, khi hoạt động xuất bản có sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân và bắt đầu mở rộng hợp tác quốc tế, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, thì ngành xuất bản mới bắt đầu phát triển nhanh chóng, nhất là trong lĩnh vực xuất bản điện tử và phân phối xuất bản phẩm (XBP) qua các kênh trực tuyến. Đến năm 2016, ngành xuất bản được xác định là một ngành công nghiệp và là một trong 12 thành phần của ngành công nghiệp văn hóa⁽¹⁰⁾.

Đến nay, ngành xuất bản Việt Nam đã có những đóng góp nhất định vào thành tựu chung của các ngành công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo với các XBP đa dạng về hình thức, phong phú về nội dung, mức tăng trưởng toàn ngành khá cao. Tính hết tháng 12/2024, cả nước có 57 NXB, với tổng số 51.443 XBP, với 597.182.861 bản (tăng 37,2% về XBP và tăng 11,3% về bản/lượt truy cập), trong đó XBP dạng điện tử chiếm khoảng 6,8%; có 31/576 NXB tham gia xuất bản và phát hành XBP điện tử (tăng 29,16%), chiếm 54,38% tổng số NXB. Tổng doanh thu toàn ngành đạt 4.528,249 tỷ đồng (tăng 10,3%); lợi nhuận (sau thuế) đạt 507,470 tỷ đồng (tăng 11,41%)⁽¹¹⁾.

Cùng với xu hướng chung của xuất bản thế giới, thông qua chiến lược chuyển đổi số ngành xuất bản, việc ứng dụng AI vào các công đoạn của quy trình xuất bản và phân phối XBP cũng đã được triển khai từng bước và dần phổ biến hơn trong các NXB, các công ty phát hành sách, và thị trường XBP ở Việt Nam cũng ngày càng phong phú, đa dạng và sôi động hơn. AI được ứng dụng vào các công đoạn xuất bản sách ở Việt Nam, từ phát triển công nghệ số hỗ trợ hoạt động xuất bản; ứng dụng AI trong công tác biên tập nội dung sách; thiết kế bìa, tạo audiobook; đến đề xuất sách, dịch thuật tự động. Bên cạnh xuất bản truyền thống, nhiều loại hình XBP điện tử đã ra đời như sách điện tử, sách

nói, sách đa phương tiện, sách thực tế ảo... Cùng với đó là sự tăng trưởng ấn tượng của một số doanh nghiệp với các ứng dụng như sách nói Fonos, Voiz FM, MyDio, sách điện tử Waka, giải pháp công nghệ V&V với các nền tảng quảng bá và phát hành sách. Fonos hiện đang là đối tác chiến lược của hầu hết các NXB lớn tại Việt Nam, mang đến hơn 3.000 nội dung độc quyền, trong đó có hơn 1.000 sách nói. Công ty cổ phần Waka với thí điểm nền tảng ChatGPT cho biên tập viên, hiện cũng đang hợp tác với hầu hết các NXB và phát hành ở Việt Nam với những hình thức như ebook, audiobook, truyện tranh xuất bản trên nền tảng điện tử có bản quyền lớn. Công ty V&V với ứng dụng AI trong triển lãm sách, hoạt cảnh animation với các nhân vật ảo sinh động tương tác với bạn đọc...

Một số NXB cũng đi đầu trong việc ứng dụng AI vào quy trình xuất bản sách, như NXB Thông tin và Truyền thông đã ứng dụng AI trong thiết kế bìa sách (giảm tải 50% khối lượng công việc cho người thiết kế), sản xuất audio book, rà soát lỗi chính tả, sử dụng Chatbot, xây dựng nền tảng sách dùng chung ebook.gov.vn, ebook365. NXB Chính trị Quốc gia Sự thật cũng ứng dụng AI trong các công đoạn như triển khai Chat GPT hỗ trợ cho công tác biên tập, phát hiện lỗi chính tả, xuất bản sách điện tử, tổ chức xuất bản sách nói audiobook. NXB Giáo dục ứng dụng AI trong quy trình xuất bản, rút ngắn thời gian xử lý và giao nhận file in ấn, tối ưu hóa quy trình làm việc, phát triển nền tảng học liệu điện tử, cung cấp sách giáo khoa và học liệu đa phương tiện, hỗ trợ đặc lực cho giáo viên và học sinh trong quá trình dạy và học. NXB Trẻ ứng dụng AI công nghệ chống hàng giả bằng tem thông minh, công nghệ nhận diện QR code cho phép người đọc tra cứu thông tin về XBP, hỗ trợ nhận diện sách thật. Các NXB khác như Kim Đồng, Phụ nữ Việt Nam Xây dựng, Tổng hợp TP HCM, cũng ứng dụng AI một cách hiệu quả vào một số công đoạn xuất bản, đặc biệt là xuất bản điện tử. Sự phát triển này cho thấy xuất bản Việt Nam đang tái định hình về chuỗi giá trị, từng bước tiệm cận thị trường xuất bản thế giới về mặt công nghệ và xu hướng.

Mặc dù ở Việt Nam hiện nay chưa có NXB nào có thể xây dựng, tập hợp, tích hợp được kho dữ liệu số thực sự lớn; mức độ và trình độ ứng dụng AI vào các công đoạn xuất bản vẫn còn hạn chế nhất định, song mô hình xuất bản sách ở Việt Nam đã dịch chuyển từ mô hình gồm 5 thành tố (tác giả ↔ biên tập viên ↔ NXB

←→ nhà phân phối ←→ người đọc) sang mô hình đơn giản hóa với 2 thành tố chính là tác giả ←→ độc giả; chuyển dịch từ XBP truyền thống sang XBP kỹ thuật số với các hình thức XBP đa dạng, từ ebook, audio book, multimedia book, phát triển các thiết bị đọc sách, xem/nghe nội dung số (new reading CX) gồm VR/AR, IoT, □ ; chuyển dịch từ nhà cung cấp nội dung sang nhà cung cấp dịch vụ với các kênh phân phối XBP đa dạng như các nền tảng sách dùng chung, dùng riêng, các kênh phân phối trên mạng xã hội, tik tok □

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng AI trong tái định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản Việt Nam

3.1. Một số thách thức khi ứng dụng AI vào hoạt động xuất bản

Mặc dù ngành xuất bản Việt Nam đã có những bước tiến mới trong việc ứng dụng AI vào quy trình xuất bản, phát hành XBP, chuyển dịch chuỗi giá trị để thích nghi với yêu cầu chuyển đổi số, song việc ứng dụng AI phải đối diện với nhiều khó khăn, thách thức như: các NXB còn bị hạn chế về công nghệ, tài chính, nguồn nhân lực, nguồn tài nguyên số, cơ sở vật chất; các rủi ro về bản quyền nội dung do AI tạo sinh; đạo đức, sự liên chính trong sáng tạo và biên tập bằng AI; bảo mật dữ liệu cho khách hàng; sự thiếu hụt khung pháp lý và quy chuẩn chuyên môn về ứng dụng AI tại Việt Nam... Ngoài ra, ngành Xuất bản Việt Nam còn thiếu hụt nguồn nhân lực có kỹ năng về công nghệ và hiểu biết về AI, khiến việc áp dụng AI vào quy trình xuất bản còn gặp nhiều trở ngại; thiếu dữ liệu số hóa và hệ thống quản lý dữ liệu hiệu quả, làm giảm khả năng tận dụng AI trong các quy trình xuất bản.

Trước những thách thức đó, ở Việt Nam đã bước đầu có những □ tín hiệu mới □ trong việc xây dựng một hệ sinh thái AI trong khuôn khổ đạo đức, để đảm bảo khả năng cạnh tranh toàn cầu và bảo vệ các giá trị xã hội. Ngày 5/12/2024, Hiệp hội Phần mềm và Dịch vụ CNTT Việt Nam (VINASA) đã công bố thành lập Ủy ban Đạo đức Trí tuệ nhân tạo, nhằm định hướng lộ trình phát triển AI của Việt Nam theo chuẩn mực đạo đức, đổi mới sáng tạo song hành với lợi ích xã hội, và thúc đẩy môi trường pháp lý thuận lợi cho AI. Đối với ngành xuất bản, từ cuối năm 2024 đến nay, nhiều hợp đồng bản quyền quốc tế đã bổ sung điều khoản □ nghiêm cấm việc sử dụng trí tuệ nhân tạo trong quá trình dịch và biên tập tác phẩm văn học □^[12]. Nếu vi phạm điều khoản này có thể dẫn đến việc đối tác nước ngoài đơn phương

chấm dứt hợp đồng, gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín cũng như hoạt động xuất nhập khẩu bản quyền của các đơn vị xuất bản tại Việt Nam. Tuy nhiên, trong thời gian tới, vẫn cần phải xây dựng một khung pháp lý cụ thể để quy định và thiết lập tiêu chuẩn về xuất bản và ứng dụng AI nhằm bảo vệ quyền lợi của các tác giả, NXB và cả bạn đọc.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng AI trong tái định hình chuỗi giá trị ngành xuất bản Việt Nam

Để phát huy hiệu quả ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quy trình xuất bản, qua đó góp phần tái cấu trúc chuỗi giá trị xuất bản theo hướng phù hợp với yêu cầu trong giai đoạn mới, chúng tôi kiến nghị một số nhóm giải pháp chủ yếu như sau:

- Giải pháp về chính sách, pháp luật: Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đầu tư phù hợp vào phát triển AI trong lĩnh vực xuất bản và hoàn thiện khuôn khổ pháp lý một cách đồng bộ, bắt kịp với xu thế phát triển của công nghệ và tiệm cận với chuẩn mực quốc tế. Trước hết, cần xây dựng hành lang pháp lý về xuất bản số, về phạm vi ứng dụng AI để nâng cao khả năng cạnh tranh về nội dung và hình thức XBP, đặc biệt là quy định về quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm do AI tạo ra, nhằm đảm bảo tính minh bạch và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các bên liên quan. Thiết lập các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật và hướng dẫn sử dụng AI trong hoạt động xuất bản, nhằm kiểm soát chất lượng của các khâu biên tập, kiểm duyệt nội dung, dịch thuật... Chính phủ và các cơ quan chức năng cũng có thể xây dựng các chương trình ưu đãi về tài chính, tín dụng, thuế, như hình thành các quỹ hỗ trợ đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất bản.

- Giải pháp về công nghệ, hạ tầng, dữ liệu trong hoạt động xuất bản: Cần xây dựng và vận hành hệ thống công nghệ quản lý, điều hành mới phù hợp với sự chuyển dịch từ mô hình xuất bản truyền thống sang xuất bản công nghệ số (như chữ ký số, quản lý phi văn bản, tích hợp dữ liệu số □), nhằm thiết lập hệ sinh thái xuất bản số. Bên cạnh đó cần chuẩn hóa các cơ sở dữ liệu ngành xuất bản như các dữ liệu về sách, tác giả, người dùng, thị trường □ đảm bảo khả năng kết nối, chia sẻ và khai thác hiệu quả bằng Machine Learning, NLP, Big Data... Các hệ thống bảo mật, lưu trữ đám mây, nhận diện bản quyền số, kiểm duyệt nội dung thông minh □ cũng cần được triển khai đồng bộ nhằm đảm bảo an toàn, bảo mật thông tin và nâng cao năng

lực quản lý nhà nước trong môi trường số.

- Giải pháp về hợp tác, liên kết trong xuất bản: Trong bối cảnh nguồn lực về tài chính, công nghệ trong ngành xuất bản còn hạn chế, các NXB cần mở rộng hợp tác, liên kết với các đơn vị khác, nhất là các công ty về công nghệ để nâng cao khả năng ứng dụng AI vào các quy trình xuất bản và phát hành. Cần quan tâm, chú trọng các kênh quảng bá, phát hành, ứng dụng AI trong cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng để đáp ứng được các nhu cầu của độc giả. Bên cạnh đó cần thúc đẩy hợp tác quốc tế để học hỏi mô hình ứng dụng AI tiên tiến từ các thị trường xuất bản phát triển, tiếp nhận công nghệ chuyển giao phù hợp và tham gia các mạng lưới đổi mới sáng tạo toàn cầu trong lĩnh vực sách và truyền thông. Song song với đó cần có sự hợp tác, chia sẻ kết quả ứng dụng AI giữa các đơn vị xuất bản trong nước để tiết kiệm chi phí và hỗ trợ quá trình chuyển đổi số toàn ngành.

- Giải pháp về con người: Trong bất cứ ngành nghề, lĩnh vực nào thì nhân tố con người vẫn giữ vai trò trọng yếu. Do đó, các NXB cần có chiến lược đào tạo, đào tạo lại, nâng cao kỹ năng số và thúc đẩy tư duy sáng tạo cho cán bộ, biên tập viên, người làm phát hành để thích ứng với môi trường mới. Tăng cường hợp tác đào tạo với các trường đào tạo xuất bản và công nghệ để nâng cao năng lực triển khai và quản trị hoạt động xuất bản cũng như công nghệ, từ đó mới tạo được bước đột phá trong quá trình ứng dụng AI trong ngành xuất bản. Đối với các trường đào tạo về ngành Xuất bản, như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Đại học Văn hóa Hà Nội, Đại học Văn hóa TPHCM, cần rà soát, điều chỉnh, đổi mới chương trình đào tạo tại theo hướng tăng cường các nội dung về công nghệ số, về ứng dụng AI trong biên tập, sản xuất XBP điện tử, trong marketing, thương mại điện tử, logistics thông minh nhằm nâng cao năng lực số và đạo đức AI cho sinh viên.

- Về đạo đức và văn hóa sử dụng AI trong xuất bản: Trước những thách thức và rủi ro mà AI mang lại, có rủi ro lớn về đạo đức, văn hóa và tính liên chính trong hoạt động xuất bản. Do đó cần phải xây dựng bộ tiêu chí/chuẩn mực đạo đức trong việc sử dụng AI, đồng thời cần bảo đảm tính nhân văn và bản sắc văn hóa trong quá trình ứng dụng AI vào quy trình xuất bản, đảm bảo AI trở thành công cụ hỗ trợ cho con người và khuyến khích sự sáng tạo của con người./

(1) Gunter, Darrell Wayne (2021), *Ứng dụng công nghệ chuỗi khối và trí tuệ nhân tạo trong chuyển đổi hoạt động xuất*

bản học thuật (Transforming scholarly publishing with blockchain technologies and AI), IGI Global Scientific Publishing, tr.102.

(2) Trần Minh Tâm (2019), *Tìm hiểu về trí tuệ nhân tạo*, Tạp chí Khoa học Đại học Văn Lang, số. 13, tháng 01-2019, tr.139-145.

(3) Lee, K.-F. (2018), *Siêu cường AI: Trung Quốc, Thung lũng Silicon, và trật tự thế giới mới* (AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order), Houghton Mifflin Harcourt.

(4) Michael E. Porter (2008), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance - Part I, Chapter 2*, tại trang

https://books.google.com.vn/books?id=7UuQXsQ_dj4C&newbks=1&newbks_redir=0&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false truy cập ngày 31/5/2025.

(5) Norbäck, Maria & Raviola, Elena (2013), *Digitization of newspaper and magazine publishing: The contribution of technology to the construction of the world I - Vol. 1 Business Innovation and Disruption in Publishing*, Media XXI Formalpress, page.70.

(6) Ed Nawotka (2024), *Nuanxed của Thụy Điển hứa hẹn dịch sách AI nhanh chóng và chính xác* (Sweden's Nuanxed Promises Fast, Accurate AI Book Translations), tại trang: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/96529-sweden-s-nuanxed-promises-fast-accurate-ai-book-translations.html> [truy cập ngày 31/5/2025].

(7) Huang, Alice (2019), *Kỷ nguyên Trí tuệ nhân tạo và Dữ liệu lớn mang đến tri thức cho ngành xuất bản tại Trung Quốc* (The Era of Artificial Intelligence and Big Data Provides Knowledge for the Publishing Industry in China), *Publishing Research Quarterly*, 35(1),164-171.

(8) The Business Research Company (2025), *Báo cáo thị trường toàn cầu của các NXB năm 2025* (Book Publishers Global Market Report 2025), tại trang: [https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/book-publishers-global-market-report#:~:text=The%20book%20publishers%20market%20size%20has%20grown%20steadily%20in%20recent,\(CAGR\)%20of%203.1%25](https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/book-publishers-global-market-report#:~:text=The%20book%20publishers%20market%20size%20has%20grown%20steadily%20in%20recent,(CAGR)%20of%203.1%25) truy cập ngày 31/5/2025.

(9) Olha Mukha (2025), *Hội chợ sách London 2025 - Lãng mạn, AI, sách nói, người đọc mới và đọc sách để giải trí* (The London Book Fair 2025 - Romance, AI, audiobooks, new reader and reading for pleasure), tại trang: <https://chytomo.com/en/romantasy-ai-audiobooks-new-reader-and-reading-for-pleasure/> truy cập ngày 31/5/2025.

(10) Thủ tướng Chính phủ (2016), Quyết định số 1755/QĐTTg, ngày 8/9/2016, của Thủ tướng Chính phủ, phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

(11) Cục Xuất bản, In và Phát hành (2025), *Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản, in và phát hành XBP năm 2024 và triển khai nhiệm vụ năm 2025*.

(12) Đức Huy (2025), *Nghiêm cấm dùng AI trong dịch và xuất bản văn học*, tại trang: <https://znews.vn/ai-bi-kiem-soat-trong-khau-dich-thuat-van-hoc-nhu-the-nao-post1553034.html>.