

Phát triển công nghiệp xuất bản ở Việt Nam: thực trạng và giải pháp

Developing Vietnam's publishing industry: Current situation and solutions

ThS. TRẦN THU QUỲNH

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: quynhtrn79@gmail.com

Ngày nhận bài: 26/1/2026

Ngày phản biện: 5/2/2026

Ngày chấp nhận đăng: 20/4/2026

Chủ đề của bài viết thuộc lĩnh vực: Báo chí và Truyền thông

Tóm tắt: Với vai trò là lĩnh vực sản xuất nội dung văn hóa gốc, ngành xuất bản giữ vị trí trung tâm trong chuỗi giá trị của các ngành sáng tạo khác như điện ảnh, truyền hình, truyền thông đa phương tiện và trò chơi điện tử. Tuy nhiên, quá trình phát triển của ngành xuất bản Việt Nam chịu sự chi phối của một sứ mệnh kép: vừa thực hiện chức năng văn hóa, tư tưởng theo định hướng của Đảng và Nhà nước, vừa phải vận hành như một ngành kinh tế trong cơ chế thị trường. Sự đan xen và căng thẳng giữa hai yêu cầu này đã nảy sinh nhiều hạn chế về nhận thức, chính sách và mô hình hoạt động, khiến tiềm năng của ngành chưa được khai thác tương xứng. Vì vậy, việc phân tích thấu đáo các vấn đề lý luận và thực tiễn, đồng thời đề xuất các giải pháp chiến lược phù hợp, là điều kiện quan trọng nhằm thúc đẩy ngành xuất bản Việt Nam phát triển bền vững, hiện đại và hội nhập.

Từ khóa: xuất bản số; công nghiệp xuất bản; công nghiệp văn hóa; chuyển đổi số; hội nhập quốc tế.

Abstract: As a sector that produces original cultural content, the publishing industry occupies a central position in the value chain of other creative industries such as cinema, television, multimedia communication, and video games. However, the development of Vietnam's publishing industry is shaped by a dual mission: fulfilling cultural and ideological functions in line with the orientation of the Party and the State, while also operating as an economic sector within a market economy. The interplay and tension between these two requirements have led to various limitations in awareness, policy, and operational models, preventing the industry from fully realizing its potential. Therefore, a thorough analysis of both theoretical and practical issues, along with the proposal of appropriate strategic solutions, is essential to promote the sustainable, modern, and internationally integrated development of Vietnam's publishing industry.

Keywords: digital publishing; publishing industry; cultural industries; digital transformation; international integration.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số đang làm thay đổi căn bản cách thức tri thức được sản xuất, phân phối và tiêu dùng, qua đó tái định hình cấu trúc của các ngành công nghiệp nội dung trên phạm vi toàn cầu. Trong bối cảnh đó, xuất bản không còn được hiểu như một hoạt động in ấn - phát hành truyền thống, mà ngày càng được nhìn nhận như một lĩnh vực sản xuất nội dung mang tính

công nghiệp, gắn với sáng tạo, công nghệ và thị trường (Thompson, 2010). Sự chuyển dịch sang môi trường số cùng với sự xuất hiện của các định dạng nội dung mới đã mở rộng không gian phát triển, đồng thời đặt ra yêu cầu tái cấu trúc mô hình hoạt động của ngành xuất bản.

Tại Việt Nam, quá trình này diễn ra trong một bối cảnh đặc thù khi ngành xuất bản đồng thời thực hiện hai chức năng cơ bản: vừa là thiết chế tư tưởng

- văn hóa phục vụ nhiệm vụ chính trị, vừa là một lĩnh vực kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường (Thủ tướng Chính phủ, 2016). Sự song hành giữa hai chức năng này tạo nên một “cấu trúc sứ mệnh kép”, trong đó các mục tiêu chính trị - xã hội và mục tiêu kinh tế không phải lúc nào cũng đồng thuận, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh của ngành.

Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, đặc biệt trong quá trình chuyển đổi số, ngành xuất bản Việt Nam vẫn đối mặt với nhiều điểm nghẽn như mô hình kinh doanh chậm đổi mới, năng lực công nghệ hạn chế, tình trạng vi phạm bản quyền phổ biến và thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Những vấn đề này cho thấy khoảng cách đáng kể giữa tiềm năng phát triển và thực trạng của ngành.

Từ đó đặt ra câu hỏi làm thế nào để dung hòa hiệu quả giữa chức năng tư tưởng - văn hóa và yêu cầu phát triển kinh tế, nhằm thúc đẩy ngành xuất bản Việt Nam phát triển như một ngành công nghiệp văn hóa hiện đại trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Trên cơ sở đó, bài viết tập trung phân tích cơ sở lý luận, thực trạng và kinh nghiệm quốc tế, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm phát triển công nghiệp xuất bản ở Việt Nam theo hướng bền vững và hội nhập.

2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu định tính nhằm phân tích sự phát triển của công nghiệp xuất bản tại Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế. Cụ thể, phương pháp phân tích - tổng hợp tài liệu được sử dụng để hệ thống hóa các quan điểm lý luận về công nghiệp xuất bản và công nghiệp văn hóa từ các nguồn học thuật và báo cáo chính thức của các tổ chức trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, phương pháp so sánh được áp dụng nhằm đối chiếu thực trạng ngành xuất bản Việt Nam với một số quốc gia tiêu biểu như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc và Singapore, qua đó rút ra các bài học kinh nghiệm phù hợp. Phương pháp thống kê mô tả cũng được sử dụng để phân tích các số liệu về sản lượng, doanh thu và xu hướng phát triển của ngành xuất bản Việt Nam

trong những năm gần đây.

Trên cơ sở đó, bài viết tiến hành phân tích, đánh giá và đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển công nghiệp xuất bản Việt Nam theo hướng bền vững và hiện đại.

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Cơ sở lý luận và đặc trưng của công nghiệp xuất bản

Theo UNESCO (2009), xuất bản không chỉ được xem là hoạt động in ấn và phát hành, mà là một lĩnh vực sản xuất nội dung mang tính công nghiệp, dựa trên sáng tạo để tạo ra giá trị. Từ cách tiếp cận này, xuất bản được nhìn nhận như một ngành có vai trò đa chiều, thực hiện đồng thời các chức năng văn hóa, xã hội và kinh tế trong đời sống hiện đại (Thompson, 2010).

Trước hết, xuất bản có vai trò then chốt trong việc cung cấp tri thức, định hướng giá trị và nuôi dưỡng đời sống tinh thần của con người. Thông qua việc sản xuất và phổ biến xuất bản phẩm, ngành xuất bản góp phần lan tỏa các giá trị văn hóa dân tộc và tinh hoa văn hóa nhân loại, nâng cao dân trí và xây dựng chuẩn mực đạo đức, lối sống (UNESCO, 2009). Trong bối cảnh Việt Nam, xuất bản đồng thời là một thiết chế văn hóa quan trọng, giữ vai trò truyền bá tư tưởng, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước (Quốc hội, 2012). Về mặt kinh tế, xuất bản được xem là một bộ phận của công nghiệp văn hóa, có khả năng tạo ra giá trị gia tăng dựa trên nội dung sáng tạo, đồng thời cung cấp nguồn “nội dung gốc” cho nhiều ngành công nghiệp liên quan như điện ảnh, truyền hình và truyền thông đa phương tiện (Thompson, 2010).

Một trong những vấn đề mang tính bản chất của ngành xuất bản hiện nay là mâu thuẫn trong sứ mệnh kép giữa chức năng tư tưởng - văn hóa và yêu cầu phát triển kinh tế. Một mặt, xuất bản được xác định là lĩnh vực hoạt động tư tưởng sắc bén, đặt dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Đảng và sự quản lý của Nhà nước, nhằm phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng và văn hóa, như được khẳng định trong Luật Xuất bản 2012. Mặt khác, trong bối cảnh phát triển công nghiệp văn hóa, các chủ trương của Đảng và Nhà nước lại nhấn mạnh việc xây dựng

xuất bản trở thành một ngành kinh tế quan trọng, vận hành theo cơ chế thị trường và có khả năng tạo ra giá trị gia tăng, tiêu biểu là *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*, trong đó xuất bản được xác định là một trong các ngành công nghiệp văn hóa trọng điểm (Thủ tướng Chính phủ, 2016).

Sự đồng thời tồn tại của hai định hướng này đặt ra cho ngành xuất bản một nhiệm vụ kép đầy thách thức: vừa phải bảo đảm thực hiện tốt chức năng tư tưởng - văn hóa, giữ vững định hướng chính trị và giá trị xã hội, vừa phải nâng cao hiệu quả hoạt động, thích ứng với cơ chế thị trường và từng bước khẳng định vai trò như một ngành kinh tế trong hệ thống công nghiệp văn hóa quốc gia.

Thực tiễn cho thấy, nhiệm vụ kép này còn gặp nhiều khó khăn, xuất phát từ sự thiếu nhất quán giữa nhận thức và tổ chức thực hiện. Các nhà xuất bản ở Việt Nam thuộc sở hữu nhà nước và được coi như một cơ quan văn hóa hơn là một doanh nghiệp khác với phần lớn các quốc gia coi xuất bản là một ngành công nghiệp. Điều này dẫn đến việc nhiều cơ quan quản lý thiếu các chính sách hỗ trợ phù hợp, cho rằng nhà xuất bản phải “tự bơi” trong cơ chế thị trường và tự cân đối tài chính. Sự thiếu hụt cơ chế tài chính linh hoạt và các chính sách hỗ trợ rõ ràng cho các nhà xuất bản hoạt động theo mô hình sự nghiệp đã hạn chế đáng kể khả năng cạnh tranh và hiện thực hóa tiềm năng kinh tế của ngành. Việc ưu tiên chức năng tư tưởng có thể làm giảm tính đa dạng và sự linh hoạt cần thiết để ngành xuất bản có thể thực sự bứt phá trên thị trường.

3.2. Thực trạng và thách thức của ngành xuất bản Việt Nam trong bối cảnh mới

3.2.1. Thực trạng quy mô, tăng trưởng và tiềm năng ngành xuất bản Việt Nam

Ngành Xuất bản Việt Nam những năm gần đây ghi nhận xu hướng phát triển tương đối ổn định, thể hiện qua cả sản lượng và hiệu quả kinh tế. Theo Báo cáo tổng kết hoạt động xuất bản năm 2025, tổng sản phẩm toàn ngành xuất bản đạt 51.574 xuất bản phẩm với 543.544.860 bản, duy trì mức ổn định về quy mô sản xuất so với năm trước. Về cơ cấu, xuất bản điện tử tiếp tục ghi nhận sự phát triển

đáng chú ý với 5.218 xuất bản phẩm điện tử, đạt khoảng 35 triệu lượt truy cập, phản ánh xu hướng chuyển dịch sang môi trường số ngày càng rõ nét. Về hiệu quả kinh tế, tổng doanh thu của các nhà xuất bản đạt khoảng 4.165,447 tỷ đồng, trong khi nộp ngân sách nhà nước đạt 332,950 tỷ đồng, cho thấy đóng góp ổn định của ngành đối với nền kinh tế (Cục Xuất bản, In và Phát hành, 2026).

Mặc dù duy trì đà tăng trưởng và có những chuyển biến tích cực, đặc biệt trong lĩnh vực xuất bản điện tử, quy mô thị trường xuất bản Việt Nam vẫn còn khoảng cách đáng kể so với tiềm năng. Với mức doanh thu hiện tại mới đạt trên 4.100 tỷ đồng, ngành xuất bản chưa tương xứng với quy mô dân số và nhu cầu tiêu dùng văn hóa ngày càng gia tăng (Cục Xuất bản, In và Phát hành, 2026). Trong bối cảnh các chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa của Nhà nước đặt ra yêu cầu mở rộng quy mô thị trường và nâng cao đóng góp của các ngành nội dung, khoảng cách giữa tiềm năng và quy mô thực tế cho thấy ngành xuất bản vẫn đang đối mặt với những hạn chế trong việc khai thác hiệu quả thị trường và thích ứng với tiến trình chuyển đổi số. Các báo cáo tổng kết ngành xuất bản những năm gần đây cho thấy xu hướng dịch chuyển rõ rệt trong hành vi tiêu dùng của độc giả, với sự gia tăng nhanh của xuất bản phẩm điện tử và các hình thức nội dung số. Diễn biến này phản ánh quá trình mở rộng của thị trường nội dung số tại Việt Nam theo hướng đa nền tảng và linh hoạt hơn.

Tuy nhiên, xét trên phương diện hiệu quả kinh tế, doanh thu từ xuất bản điện tử vẫn chưa tương xứng với mức tăng về số lượng đầu sách và lượt tiếp cận. Thực trạng này cho thấy giá trị kinh tế của nội dung số chưa được khai thác đầy đủ, đồng thời đặt ra yêu cầu cấp thiết về hoàn thiện mô hình thương mại hóa, nâng cao năng lực phân phối và tăng cường cơ chế bảo hộ bản quyền trong môi trường số.

3.2.2. Thách thức đến từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và vi phạm bản quyền

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã và đang tạo ra những thay đổi sâu sắc cho ngành xuất bản. Sự phát triển của công nghệ số, internet và trí tuệ

nhân tạo (AI) mở ra nhiều cơ hội: thông tin được lan tỏa tức thời, sản phẩm xuất bản được phổ biến đến nhiều độc giả hơn mà không bị giới hạn không gian, thời gian. AI cũng trở thành một “trợ lý sáng tạo” đắc lực, hỗ trợ biên tập, kiểm tra lỗi và phân tích thị hiếu độc giả, giúp rút ngắn chu trình sản xuất.

Tuy nhiên, song hành với những cơ hội là những thách thức không nhỏ. Sự thay đổi trong mối quan hệ giữa tác giả, nhà xuất bản và độc giả đòi hỏi các nhà xuất bản phải đổi mới mô hình kinh doanh và quy trình vận hành. Thách thức lớn nhất hiện nay là vấn nạn vi phạm bản quyền trên không gian mạng. Gần như mọi cuốn ebook mới ra mắt đều bị sao chép và phát tán tràn lan trên các trang mạng cá nhân, diễn đàn hoặc ứng dụng không bản quyền. Các đối tượng vi phạm còn chuyển thể sách in và ebook thành sách nói, phát tán trên các nền tảng như YouTube để thu lợi bất chính từ quảng cáo (Tuyết Loan, 2023).

Vấn nạn này gây ra những hệ lụy nghiêm trọng. *Thứ nhất*, gây thiệt hại trực tiếp về doanh thu và lợi nhuận cho các đơn vị xuất bản, làm giảm động lực và nguồn vốn để tái đầu tư vào các dự án mới. Nhiều đơn vị như Nhã Nam và một số đơn vị, cộng đồng ebook đã phải tạm dừng mảng ebook vì lý do này. *Thứ hai*, vi phạm bản quyền gây thất thu thuế cho ngân sách nhà nước, khi các đối tượng kiếm lợi nhuận không lồ mà không thực hiện nghĩa vụ tài chính. *Thứ ba*, và cũng quan trọng nhất, là phá hủy văn hóa đọc lành mạnh, làm giảm sự tôn trọng đối với lao động sáng tạo và công sức của tác giả. Khi độc giả có thể dễ dàng tiếp cận nội dung miễn phí, họ sẽ ít có động lực chi tiền cho sản phẩm chính hãng.

Một rào cản lớn khác đối với sự phát triển của ngành xuất bản thành một ngành công nghiệp là *những hạn chế về khung pháp lý và chính sách*. Mặc dù Luật Xuất bản năm 2012 đã tạo ra một hành lang pháp lý cơ bản để ngành phát triển ổn định, hệ thống này vẫn chưa theo kịp tốc độ của cách mạng công nghiệp 4.0. Các quy định còn thiếu nhất quán và chưa đủ mạnh mẽ để quản lý hiệu quả hoạt động trên không gian mạng và các nền tảng

số trung gian.

Bên cạnh đó, việc thiếu các chính sách hỗ trợ cụ thể, đặc biệt là về tài chính và đầu tư công nghệ, đã cản trở các doanh nghiệp xuất bản trong quá trình chuyển đổi số. Vấn đề này làm chậm trễ việc áp dụng các công nghệ tiên tiến như AI hay blockchain, những công nghệ có thể giúp giải quyết các vướng mắc hiện tại.

Về nguồn nhân lực, ngành xuất bản đang đối mặt với sự thiếu hụt nghiêm trọng đội ngũ nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là những người có kiến thức về công nghệ số, quản lý dự án, tiếp thị số và quản lý bản quyền. Mặc dù các cơ sở đào tạo lớn như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội và Đại học Văn hoá TP. Hồ Chí Minh đã có những nỗ lực đổi mới chương trình đào tạo để đáp ứng yêu cầu về trình độ lao động cho xuất bản số, nhưng khoảng cách giữa đào tạo và thực tiễn vẫn còn lớn, cần có sự hợp tác chặt chẽ hơn.

3.3. Kinh nghiệm quốc tế và bài học cho Việt Nam

Nghiên cứu kinh nghiệm từ các thị trường xuất bản phát triển cho thấy nhiều bài học có giá trị đối với Việt Nam. Tại Hoa Kỳ, thị trường xuất bản ghi nhận sự đa dạng hóa định dạng, trong đó sách nói nổi lên như một phân khúc tăng trưởng nhanh. Theo Audio Publishers Association (2023), doanh thu sách nói đạt khoảng 1,8 tỷ USD vào năm 2022 và duy trì xu hướng tăng trưởng liên tục trong nhiều năm. Điều này cho thấy sách in và các định dạng số không loại trừ lẫn nhau mà có thể cùng tồn tại, đáp ứng nhu cầu đa dạng của độc giả.

Tại Nhật Bản, bên cạnh thị trường sách in ổn định, xuất bản điện tử, đặc biệt là truyện tranh điện tử (e-comic), chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu. Theo All Japan Magazine and Book Publisher's and Editor's Association (2019), doanh thu xuất bản điện tử của Nhật Bản đã vượt 300 tỷ yên (tương đương hơn 2 tỷ euro) vào năm 2018, trong đó e-comic chiếm phần lớn. Kinh nghiệm này cho thấy việc khai thác các phân khúc nội dung đặc thù, gắn với văn hóa đọc có thể tạo ra động lực tăng trưởng mạnh.

Các quốc gia châu Á cũng cung cấp những mô

hình đáng tham khảo. Tại Trung Quốc, thị trường xuất bản số phát triển nhanh chóng. Theo Chinese Academy of Press and Publication (2022), doanh thu từ sách điện tử, báo điện tử và tạp chí trực tuyến năm 2021 đạt khoảng 10,117 tỷ NDT, tăng so với 9,403 tỷ NDT năm 2020.

Tại Indonesia, thị trường xuất bản phát triển theo hướng đa dạng với sự tham gia đồng thời của các tập đoàn lớn như Gramedia Pustaka Utama và các nhà xuất bản độc lập, tạo nên môi trường cạnh tranh và năng động (International Publishers Association, 2021).

Trong khi đó, tại Singapore, sự phát triển của xuất bản số gắn liền với quá trình số hóa và sự hỗ trợ của hạ tầng công nghệ - viễn thông, cũng như các chính sách thúc đẩy nội dung số của Nhà nước, qua đó cho thấy vai trò của hợp tác đa ngành trong việc phát triển hệ sinh thái xuất bản số (Infocomm Media Development Authority, 2020).

Bài học cho Việt Nam là cần tiếp cận chuyển đổi số ngành xuất bản theo hướng hệ thống và tích hợp mà trong đó Nhà nước giữ vai trò kiến tạo thể chế, còn doanh nghiệp là chủ thể triển khai đổi mới sáng tạo. Việc phát triển xuất bản số, đặc biệt là sách nói, sách điện tử và các định dạng nội dung số cần gắn với đặc điểm văn hóa đọc, thói quen tiếp nhận nội dung và năng lực chi trả của công chúng Việt Nam. Bên cạnh đó, cần khuyến khích hình thành các thị trường ngách, các mô hình xuất bản chuyên sâu, đồng thời tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh cho khu vực tư nhân tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị xuất bản. Quan trọng hơn, kinh nghiệm từ Singapore cho thấy xuất bản số không thể phát triển tách rời hạ tầng công nghệ; do đó, Việt Nam cần thúc đẩy mạnh mẽ hợp tác liên ngành giữa xuất bản - công nghệ - nền tảng số, coi đây là điều kiện then chốt để mở rộng quy mô thị trường, nâng cao khả năng tiếp cận độc giả và hình thành một hệ sinh thái xuất bản số bền vững trong bối cảnh kinh tế số và xã hội số.

3.4. Giải pháp để phát triển công nghiệp xuất bản Việt Nam

Trên cơ sở lý luận, thực trạng và kinh nghiệm quốc tế, ngành xuất bản Việt Nam có thể hiện thực

hóa tiềm năng và bứt phá thành một ngành công nghiệp văn hóa, cần một hệ thống giải pháp đồng bộ và toàn diện, tập trung vào các trụ cột chính: chính sách, công nghệ, mô hình kinh doanh và nguồn nhân lực.

Thứ nhất, cần hoàn thiện khung pháp lý và chính sách để giải quyết những mâu thuẫn hiện tại. Cụ thể, cần có những chính sách hỗ trợ rõ ràng để thực thi các chủ trương về phát triển công nghiệp văn hóa. Việc sửa đổi Luật Xuất bản năm 2012 là yêu cầu cấp thiết để bổ sung các quy định về quản lý hoạt động trên không gian mạng và các nền tảng số trung gian. Chính phủ cần có các chương trình hỗ trợ chuyển đổi số, giúp các doanh nghiệp xuất bản tiếp cận nguồn vốn đầu tư công nghệ, thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo. Điều này sẽ giúp “lành mạnh hóa” thị trường xuất bản điện tử và tạo ra một môi trường cạnh tranh công bằng hơn.

Thứ hai, ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo. Trong bối cảnh chuyển đổi số, đầu tư vào hạ tầng công nghệ cần được xác định là yếu tố nền tảng để phát triển ngành xuất bản theo hướng hiện đại. Điều này đòi hỏi việc xây dựng một hệ thống xuất bản số đồng bộ, bảo đảm khả năng kết nối hiệu quả giữa các nhà xuất bản, đơn vị phát hành và các nền tảng phân phối nội dung. Trên cơ sở đó, việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI) và blockchain sẽ tạo ra những chuyển biến mang tính đột phá trong toàn bộ chuỗi giá trị xuất bản. Cụ thể, AI cho phép tự động hóa nhiều khâu trong quy trình sản xuất như biên tập, hiệu đính, trình bày và thiết kế, đồng thời hỗ trợ phân tích dữ liệu độc giả, dịch thuật và tạo nội dung, qua đó rút ngắn chu trình sản xuất và nâng cao hiệu quả vận hành. Trong khi đó, blockchain cung cấp một giải pháp công nghệ có tính minh bạch và phi tập trung, cho phép xác lập, lưu trữ và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ một cách an toàn, giảm thiểu nguy cơ xâm phạm bản quyền và bảo đảm phân phối lợi ích công bằng giữa các chủ thể tham gia thị trường. Nhờ đó, việc tích hợp công nghệ không chỉ nâng cao năng suất mà còn góp phần xây dựng một môi trường xuất bản số minh bạch, bền vững.

Thứ ba, đổi mới mô hình kinh doanh để thích

ứng với kỷ nguyên số. Các đơn vị xuất bản cần mạnh dạn chuyển đổi và áp dụng các mô hình kinh doanh mới. Việc phát triển các mô hình như hệ sinh thái, thuê bao (subscription) và freemium đang trở thành xu hướng toàn cầu và mang lại hiệu quả cao. Các nhà xuất bản và doanh nghiệp có thể học hỏi từ các nền tảng sách điện tử đã có những thành công ban đầu tại Việt Nam như Waka, Fonos, và Voiz FM.

Các mô hình này chứng minh rằng việc cung cấp nội dung có bản quyền, chất lượng cao kết hợp với các hình thức thanh toán linh hoạt có thể thu hút độc giả và tạo ra doanh thu bền vững, bất chấp vấn nạn vi phạm bản quyền.

Thứ tư, phát triển nguồn nhân lực. Việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng yêu cầu của kỷ nguyên số, đang trở thành một trong những điều kiện mang tính quyết định đối với quá trình chuyển đổi của ngành xuất bản. Thực tiễn cho thấy khoảng cách đáng kể giữa yêu cầu của thị trường lao động số với năng lực đào tạo hiện nay, đặc biệt trong các lĩnh vực như công nghệ xuất bản, quản trị nội dung số và tiếp thị đa nền tảng. Trong bối cảnh đó, các cơ sở đào tạo chuyên ngành như Học viện Báo chí và Tuyên truyền, Trường Đại học Văn hóa Hà Nội và Trường Đại học Văn hóa thành phố Hồ Chí Minh cần tiếp tục đổi mới chương trình theo hướng tích hợp, gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và thực hành, đồng thời tăng cường hơn nữa các học phần liên quan đến chuyển đổi số, trang bị cho người học năng lực thích ứng và làm việc hiệu quả trong môi trường xuất bản số.

4. Kết luận

Ngành xuất bản Việt Nam hiện nay đang đứng trước những cơ hội và thách thức lớn chưa từng có. Mặc dù tiềm năng thị trường rất lớn, sự phát triển của ngành vẫn còn bị cản trở bởi những vấn đề lý luận về sứ mệnh kép, thực trạng vi phạm bản quyền tràn lan, cùng với những hạn chế về cơ chế, chính sách và nguồn nhân lực. Tuy nhiên, nếu nhìn nhận một cách chiến lược, những thách thức này cũng chính là động lực để ngành xuất bản bứt phá.

Việc phát triển ngành xuất bản thành một ngành công nghiệp văn hóa không phải là sự “thương mại

hóa tri thức”, mà là con đường duy nhất để phát huy tối đa tiềm năng sáng tạo, ứng dụng công nghệ hiện đại, kết nối với các lĩnh vực khác để tạo ra giá trị mới, và đưa sách Việt Nam vươn ra thế giới. Để hiện thực hóa tầm nhìn này, cần một lộ trình chiến lược đồng bộ, bắt đầu từ việc hoàn thiện khung pháp lý để quản lý hiệu quả thị trường số, đẩy mạnh đầu tư và ứng dụng các công nghệ tiên tiến như AI và blockchain, đổi mới các mô hình kinh doanh theo hướng năng động và sáng tạo, và tập trung đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Chỉ khi giải quyết được một cách toàn diện những vấn đề cốt lõi này, ngành xuất bản Việt Nam mới có thể thực sự trở thành một ngành kinh tế mũi nhọn, có giá trị gia tăng cao, đồng thời vẫn hoàn thành tốt sứ mệnh là một trụ cột vững chắc của nền văn hóa và tri thức dân tộc./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. All Japan Magazine and Book Publishers' and Editors' Association. (2019). *Publishing industry statistics in Japan 2019*.
2. Audio Publishers Association. (2023). *Audio publishing in the U.S.: Annual survey report 2023*.
3. Chinese Academy of Press and Publication. (2022). *Annual report on China's digital publishing industry (2021–2022)*.
4. Cục Xuất bản, In và Phát hành. (2026). *Báo cáo tổng kết công tác xuất bản, in và phát hành năm 2025*. Bộ Thông tin và Truyền thông.
5. nfocomm Media Development Authority. (2020). *Media industry transformation map*.
6. International Publishers Association. (2021). *Global publishing report*.
7. Quốc hội. (2012). *Luật Xuất bản (Luật số 19/2012/QH13, ban hành ngày 20 tháng 11 năm 2012)*. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật.
8. Thompson, J. B. (2010). *Merchants of culture: The publishing business in the twenty-first century*. Polity Press.
9. Thủ tướng Chính phủ. (2016). *Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 08 tháng 9 năm 2016 về phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*.
10. Tuyệt Loạn. (2023). Xuất bản điện tử, ebook “lậu” và nguy cơ xâm phạm bản quyền. *Báo Nhân Dân*. <https://nhandan.vn/xuat-ban-dien-tu-ebook-lau-va-nguy-co-xam-pham-ban-quyen-post771442.html>
11. UNESCO. (2009). *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics*.