

Xuất bản sách chính trị - pháp luật dưới góc nhìn kinh tế học

ThS TRẦN THỊ MAI DUNG

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

Nhận ngày 8 tháng 3 năm 2022; chấp nhận đăng tháng 5 năm 2022.

Tóm tắt: Sách chính trị - pháp luật là bộ phận quan trọng của cơ cấu xuất bản sách ở Việt Nam, đóng vai trò đặc biệt phục vụ công tác tư tưởng, lý luận của Đảng, phổ biến hệ tư tưởng, lý luận, kinh nghiệm, chính sách, pháp luật của Nhà nước, phục vụ cho thực tiễn xây dựng đất nước trong tình hình mới. Trên cơ sở các quan điểm của Chỉ thị 42-CT/TW về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản về định hướng xây dựng ngành xuất bản thành ngành kinh tế - công nghiệp toàn diện trong cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, bài viết phân tích xuất bản sách chính trị - pháp luật dưới góc độ kinh tế học, từ đó đưa ra nhận định đặc trưng kinh tế, văn hoá - tư tưởng của mảng sách này.

Từ khóa: xuất bản; sách chính trị - pháp luật; kinh tế học.

Abstract: Books about politics and laws account for a large part in Vietnam's book publishing structure. They not only play a specific role in serving and disseminating the Party's ideologies, policies and laws but also contribute to the national construction in the new situation. Based on Directive No.42 CT/TW about improving the quality of publishing activities towards building a comprehensive economic - industrial sector in market-oriented mechanisms, the article analyzes the activities of publishing books about politics and law from economics perspectives, thereby giving certain judgments about the economic, cultural and ideological features of this type of books.

Keywords: publishing; books about politics and law; economics.

1. Xuất bản sách chính trị - pháp luật, một hoạt động sản xuất thuộc nền sản xuất xã hội

Sách chính trị - pháp luật là một bộ phận cấu thành của cơ cấu sách xuất bản. So với các xuất bản phẩm khác, sách chính trị - pháp luật là loại sách đặc biệt ở nội dung truyền tải, phương thức phản ánh. Sách chính trị - pháp luật *trực tiếp* truyền bá hệ tư tưởng giai cấp, quan điểm, đường lối của một chính đảng, chính sách của Nhà nước, của các tổ chức chính trị - xã hội nhằm bảo vệ lợi ích của một giai cấp, một dân tộc. Tương tự như xuất bản phẩm khác, phát triển sách chính trị - pháp luật thực hiện thông qua truyền đạt thông tin đến với công chúng thông qua điều tiết của hoạt động sản xuất, lưu thông và tiêu dùng sản phẩm. Hay nói một cách khác, xuất bản sách chính trị - pháp luật biểu hiện là một hoạt động kinh tế sản xuất.

Trước hết, tính kinh tế sản xuất thể hiện mục

đích sản xuất

Khi nói về mục đích sản xuất xuất bản phẩm, chúng ta cần thừa nhận rằng: mục đích sản xuất không chỉ dừng lại ở trao đổi mà còn để truyền bá các giá trị tư tưởng. Bởi từ khi ra đời, theo tiếng Latinh, xuất bản là *Publicare*, nghĩa là công bố cho mọi người được biết. Các sản phẩm được sản xuất vì nhu cầu xã hội, chứ không phải sản xuất để tự tiêu dùng. Ngoài những phương diện đặc thù của sách chính trị - pháp luật, mục đích của xuất bản sách chính trị - pháp luật nhằm công bố cho mọi người những tri thức về chính trị, pháp luật, đặc biệt là chủ trương, đường lối, chính sách pháp luật của Đảng và Nhà nước, xây dựng thế giới quan, nhân sinh quan cách mạng. Sách chính trị - pháp luật thoả mãn nhu cầu xã hội, được trao đổi trên thị trường, thực hiện giá trị sử dụng, chuyển đổi giá trị, qua đó giúp nhà nhà xuất bản không ngừng thực hiện tái sản xuất và tái

sản xuất mở rộng xuất bản phẩm.

Cũng như các xuất bản phẩm khác, quá trình sản xuất sách chính trị - pháp luật là quá trình làm biến hóa các hình thái giá trị của tư bản, quá trình tích tụ giá trị của lao động xuất bản. Đơn vị xuất bản ứng ra một lượng tư bản ban đầu (T) đầu tư vào quá trình sản xuất hàng hóa để mua nhân lực, vật lực (H), từ đó tạo ra hàng hóa mới (H').

Quá trình chế bản, nhân bản sách chính trị - pháp luật giống như mọi quá trình sản xuất vật chất tạo ra hàng hóa, chịu sự chi phối của quy luật sản xuất vật chất, chịu ràng buộc của các chỉ tiêu, định mức kinh tế - kỹ thuật, phải được hạch toán trong sản xuất.

Thứ hai, tính kinh tế của hoạt động sản xuất thể hiện trong quá trình lưu thông

Lưu thông xuất bản phẩm là quá trình phổ biến, truyền bá các giá trị văn hóa, tư tưởng đến người tiêu dùng. Khi bước sang nền kinh tế thị trường, xuất bản được định hướng trở thành một ngành kinh tế - công nghệ phát triển độc lập, vững chắc, bên cạnh mục đích phổ biến, truyền bá, thì lưu thông xuất bản phẩm có mục đích bên trong là thực hiện giá trị của hàng hóa, thực hiện khâu đầu ra của sản xuất. Không được lưu thông, mọi sản phẩm xuất bản không thực hiện được giá trị, lao động xuất bản được tích lũy không biến thành giá trị, hoạt động xuất bản sẽ bị đình trệ, không phát triển. Dưới góc độ kinh tế học, quá trình lưu thông là quá trình làm biến đổi, tăng trưởng giá trị của tư bản tiền tệ. Tuy nhiên, đối với sách chính trị - pháp luật, quá trình lưu thông xuất hiện hai trường hợp sau đây:

- Quá trình lưu thông sách chính trị - pháp luật làm biến đổi, tăng trưởng tư bản tiền tệ, giống như mọi quá trình lưu thông hàng hóa khác trên thị trường. Người mua ứng trước một lượng tiền (T) mua hàng hóa xuất bản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của mình, đơn vị xuất bản thu hồi được lượng tiền lớn hơn lượng T' , trong đó $T' > T$.

- Quá trình lưu thông trên phải thực hiện quy luật kinh tế thị trường, các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật, phải tiến hành hạch toán kinh tế để có lợi nhuận cao.

- Quá trình lưu thông sách chính trị - pháp luật không làm biến đổi, tăng trưởng tư bản tiền tệ. Người mua ứng trước một lượng tiền (T) mua hàng hóa xuất bản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu của

mình, đơn vị xuất bản thu hồi được lượng tiền T' , trong đó $T' = T$, $T' < T$ hoặc $T' = 0$.

Thứ ba, tính kinh tế của hoạt động sản xuất thể hiện trong tiêu dùng

Tiêu dùng sách chính trị - pháp luật thể hiện cơ bản nhất qua hành vi mua và sử dụng xuất bản phẩm. Mua là một hoạt động kinh tế, phải có một lượng giá trị ngang giá trả cho người bán, phải tiêu hao một lượng tiền mặt nhất định. Các hoạt động mua - bán hàng hoá nói chung, sách chính trị - pháp luật nói riêng phải tuân theo quy luật kinh tế thị trường: trao đổi ngang giá, cạnh tranh qua giá cả,... Cùng với hành vi mua, tiêu dùng sách chính trị - pháp luật còn thực hiện thông qua chuyển nhượng tự nguyện với các hình thức như phát, biểu, cho, tặng để đưa sản phẩm đến người tiêu dùng. Dưới góc độ kinh tế học, trong tiêu dùng sản phẩm, người mua và người bán đều mong muốn thu được lợi ích nhất định. Ngoài những lợi ích kinh tế, lợi ích tiêu dùng là phương diện người bán, sản xuất xã hội hướng tới.

Tiêu dùng sách chính trị - pháp luật mang lại lợi ích cho người tiêu dùng sản phẩm. Độc giả thu được những lợi trực tiếp: lợi ích về văn hóa, tinh thần, tư tưởng, thậm chí cả lợi ích kinh tế. Từ lợi ích văn hóa sẽ dẫn đến lợi ích kinh tế cho người sử dụng. Tri thức trong sách chính trị - pháp luật được áp dụng để nâng cao hiệu quả kinh tế trực tiếp trong sản xuất; nâng cao nhận thức tư tưởng, đạo đức pháp luật của người lao động; xây dựng đời sống văn hóa làm động lực tinh thần cho sự phát triển của kinh tế xã hội...

Phân tích ở góc độ kinh tế, xuất bản sách chính trị - pháp luật là hoạt động sản xuất, biểu hiện rõ nét ở mục đích, lưu thông và tiêu dùng sản phẩm. Xuất bản sách chính trị - pháp luật vừa phải tuân theo quy luật sản xuất sản phẩm tinh thần, quy luật của ngành văn hóa - tư tưởng, vừa cần tuân theo quy luật sản xuất hàng hóa và kinh tế thị trường.

2. Xuất bản sách chính trị - pháp luật, một hoạt động sản xuất trên lĩnh vực văn hoá, tư tưởng

Tiếp cận trên phương diện kinh tế, xuất bản sách chính trị - pháp luật là hoạt động sản xuất, kinh doanh sản phẩm hàng hoá đặc thù chứa đựng các sáng tạo tư tưởng của con người. Ở mức độ nhất định, xuất bản sách chính trị - pháp luật tuân theo quy luật sản xuất vật chất (sản xuất cái gì? sản xuất

như thế nào? phân phối ra sao?), cũng chịu sự chi phối của các quy luật kinh tế thị trường - quy luật cạnh tranh, quy luật cung cầu, quy luật giá trị, cơ chế kinh tế hạch toán thu chi.

Tiếp cận trên phương diện văn hoá, xuất bản là hoạt động sản xuất văn hoá tinh thần. *Điều 3: Vị trí, mục đích của hoạt động xuất bản đã nêu:* Hoạt động xuất bản thuộc lĩnh vực văn hóa, tư tưởng nhằm phổ biến, giới thiệu tri thức thuộc các lĩnh vực của đời sống xã hội, giá trị văn hóa dân tộc và tinh hoa văn hóa nhân loại, đáp ứng nhu cầu đời sống tinh thần của nhân dân, nâng cao dân trí, xây dựng đạo đức và lối sống tốt đẹp của người Việt Nam, mở rộng giao lưu văn hóa với các nước, phát triển kinh tế - xã hội, đấu tranh chống mọi tư tưởng và hành vi làm tổn hại lợi ích quốc gia, góp phần vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa⁽¹⁾. Quan điểm của Đảng về nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản nói nhấn mạnh: hoạt động xuất bản phải coi trọng việc phục vụ nhiệm vụ chính trị, tư tưởng, đáp ứng nhu cầu đọc của nhân dân, đồng thời phải thực hiện tốt nhiệm vụ kinh doanh, xây dựng ngành xuất bản thành một ngành kinh tế - công nghệ phát triển toàn diện, vững chắc⁽²⁾. Xuất bản sách chính trị - pháp luật là lĩnh vực sản xuất đặc thù trên lĩnh vực chính trị, tư tưởng, được ví như ngành công nghiệp nặng của công tác tư tưởng⁽³⁾.

Từ phương diện hoạt động sản xuất trên lĩnh vực văn hoá - tư tưởng, xuất bản sách chính trị - pháp luật mang tính đặc thù, xuất phát từ đặc điểm cá biệt của sách chính trị - pháp luật.

Trước hết, sách chính trị - pháp luật tác động tích cực, trực tiếp đến nhận thức chính trị, pháp luật của xã hội. Sách chính trị - pháp luật có vai trò góp phần làm cho thế giới quan Mác - Lênin và tư tưởng Hồ Chí Minh giữ vị trí chủ đạo trong đời sống tinh thần xã hội; phổ biến chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nâng cao kiến thức của cán bộ, đảng viên và các tầng lớp nhân dân về chính trị, lý luận và pháp luật, phục vụ sự nghiệp đổi mới và hai nhiệm vụ chiến lược là xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Như vậy, mục tiêu giá trị của sách chính trị - pháp luật không thể đánh giá ngang bằng với giá thành xuất bản.

Đối với xã hội, người đọc sách chính trị - pháp luật càng nhiều, lợi ích xã hội thu lại càng lớn. Sách chính trị - pháp luật trở thành nhịp cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với nhân dân, là kênh thông tin chính thống về các vấn đề chính trị, lý luận, thực tiễn trong nước và quốc tế. Đây là một trong những cơ sở khách quan để mục đích xuất bản sách chính trị - pháp luật vượt ra khỏi mục đích lợi nhuận của hoạt động sản xuất vật chất đơn thuần.

Thứ hai, sách chính trị - pháp luật là hàng hóa đặc biệt, quyết định tính hai mặt của sản xuất. Sách chính trị - pháp luật là sản phẩm văn hóa tinh thần đặc biệt. Trên thị trường, nó là một loại hàng hóa văn hóa, cũng chịu sự chi phối của các quy luật: giá trị, cạnh tranh, cung - cầu, ... Xét ở khía cạnh hàng hóa văn hóa, sách có tính hai mặt quyết định sản xuất: với vai trò là hàng hóa, lợi nhuận phải là mục tiêu; nhưng với vai trò là hàng hóa văn hóa, phục vụ xã hội là mục tiêu hàng đầu. Tính hai mặt của sách có lúc có thể dung hòa lẫn nhau, nhưng cũng có khi không dung hòa được.

Thực tế cho thấy, các loại sách chính trị - pháp luật phổ thông đại chúng, chủ yếu phục vụ mục tiêu phổ cập tri thức... thường có thị phần lớn hơn nhiều so với thị phần của sách lý luận chính trị. Vì vậy, mục tiêu lợi nhuận và mục tiêu xã hội trong xuất bản sách chính trị - pháp luật đại chúng ít bị xung đột và mâu thuẫn hơn, dễ dung hòa được với nhau hơn. Nhưng đối với sách lý luận chính trị, nhiệm vụ chính trị, tư tưởng - văn hóa (mục tiêu xã hội) là hàng đầu, tiếp đến là nhiệm vụ kinh doanh (mục tiêu lợi nhuận). Trong nhiều trường hợp để thực hiện mục tiêu xã hội, sách lý luận chính trị phải bỏ qua mục tiêu lợi nhuận. Bên cạnh đó, sách lý luận chính trị là loại sách “kén” người đọc nên thị phần của sách chính trị - pháp luật thường nhỏ, phạm vi độc giả tương đối hẹp.

Thứ ba, sách chính trị - pháp luật có tính cá biệt cao. Tính cá biệt cao của sách chính trị - pháp luật nói lên mức độ khó có thể thay thế bởi các hàng hóa khác. Tính cá biệt càng cao, sự lựa chọn đối với đối tượng tiêu dùng càng đặc biệt. Sách chính trị - pháp luật chứa đựng nội dung tri thức và đối tượng độc giả riêng mà các loại sách khác khó có thể thay thế. Tính cá biệt cao, thị trường sách chính trị - pháp luật

thường phân khúc nhỏ.

Đề đáp ứng nhu cầu của các đối tượng độc giả có trình độ khác nhau, phải có nhiều loại sách chính trị - pháp luật phù hợp. Ngay trong từng loại chính trị - pháp luật đều có độc giả riêng mà các sách chính trị - pháp luật khác không thể thay thế hoặc hoán đổi. Mặt khác, ngay trong cùng loại sách chính trị - pháp luật cũng nảy sinh những khác biệt về ấn phẩm bởi mức độ nổi tiếng của tác giả, mức độ nghiên cứu nông hay sâu, rộng hay hẹp của cuốn sách, cách thức trình bày... Tính cá biệt này đã tạo không gian phát triển cho các loại sách chính trị - pháp luật. Chẳng hạn, ở Nhà xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, sách chính trị - pháp luật được chia ra thành các mảng như: sách kinh điển; sách văn kiện Đảng; sách viết về Hồ Chí Minh và tư tưởng Hồ Chí Minh;... trong mỗi loại sách kể trên còn có thể phân loại chi tiết hơn.

Thứ tư, cầu về sách chính trị - pháp luật có độ co giãn lớn. Độ co giãn của cầu theo giá (Price Elasticity of Demand) là sự thay đổi của lượng cầu khi có sự thay đổi về giá. Theo quy luật cung cầu, khi giá cả tăng thì cầu giảm và ngược lại. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, cầu về sách nói chung, sách chính trị - pháp luật nói riêng có độ co giãn lớn không chỉ bị chi phối bởi yếu tố giá cả. Cầu sách chính trị - pháp luật chịu sự chi phối của các yếu tố:

- Sự cần thiết của hàng hoá đó đối với người tiêu dùng. Nhu cầu đối với sách chính trị - pháp luật đối với các hàng hóa nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống của con người như lương thực, thực phẩm...

- Cầu sách chính trị - pháp luật phụ thuộc vào nhiều yếu tố như trình độ dân trí, yêu cầu nâng cao nhận thức, năng lực công tác,... của cán bộ, đảng viên và bạn đọc nói chung. Điều này tác động trực tiếp đến thị trường sách chính trị - pháp luật, từ đó kế hoạch xuất bản, in, phát hành sách cũng co giãn khá lớn.

Thứ năm, sách chính trị - pháp luật có yếu tố bên ngoài tích cực. Khi hành vi của một tổ chức, cá nhân ảnh hưởng trực tiếp đến người khác, lúc đó sẽ xuất hiện yếu tố bên ngoài. Nếu yếu tố bên ngoài là tiêu cực, có nghĩa là cá nhân hay xã hội chịu tổn thất nhưng cá nhân, tổ chức có hành vi gây ảnh hưởng không bỏ ra chi phí bồi thường tương ứng. Nếu yếu tố bên ngoài là tích cực, nghĩa là cá nhân, xã hội nhận được nhiều lợi ích, nhưng cá nhân, tổ chức có

hành vi tích cực trong nhiều trường hợp, có thể không nhận được sự bù đắp hay hỗ trợ nào.

Sách nói chung và sách lý luận chính trị nói riêng đều có yếu tố bên ngoài tích cực. Dưới sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước, đời sống chính trị, kinh tế, văn hóa - xã hội nước ta không ngừng phát triển, nội dung sách chính trị - pháp luật cập nhật thông tin mới, những vấn đề mới nảy sinh từ thực tiễn; những vấn đề mang tính chiến lược, dự báo,... gia tăng giá trị tích cực đối độc giả. Tuy nhiên, xét trên phạm vi thị trường sách, yếu tố bên ngoài không đồng nhất giữa các chủng loại sách. Đối với sách chính trị - pháp luật phổ thông, phổ cập, yếu tố bên ngoài tích cực lớn, cân bằng được lợi ích kinh tế và lợi ích xã hội. Đối với sách chính trị - pháp luật chuyên sâu, yếu tố bên ngoài tích cực mạnh, lợi ích xã hội cao nhưng lợi ích kinh tế thấp, nhà nước cần trở thành nhà cung cấp để lấp đầy khoảng trống thị trường.

3. Một vài quan điểm nhận định về xuất bản sách chính trị - pháp luật dưới góc nhìn kinh tế

Một là, quan điểm của Đảng đã nhấn mạnh rất rõ nhiệm vụ xây dựng một 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⁽⁴⁾. Đối với các ngành công nghiệp văn hoá, Chính phủ đã xây dựng chiến lược phát triển đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 nhấn mạnh quan điểm phát triển: ngành công nghiệp văn hoá là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân phát triển dựa trên sáng tạo, khoa học công nghệ, bản quyền trí tuệ, phát huy được lợi thế của Việt Nam, phù hợp với quy luật kinh tế cơ bản của kinh tế thị trường⁽⁵⁾.

Ngành kinh tế - công nghệ xuất bản, với tính cách là bộ phận của nền kinh tế hiện nay ở nước ta, bộ phận của ngành công nghiệp văn hoá sẽ được vận hành trong khuôn khổ thể chế vĩ mô được hỗ trợ bởi chính sách và cơ chế phù hợp để hoạt động có hiệu quả trong cơ chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nhìn nhận ở phương diện này, ngành kinh tế xuất bản Việt Nam sẽ có nhiều điểm chung với ngành kinh tế xuất bản thế giới. Đó là phải là xu thế phát triển tất yếu của ngành xuất bản nói chung, và xuất bản sách chính trị - pháp luật nói riêng.

Hai là, công tác xuất bản ở Việt Nam đặt dưới sự lãnh đạo, quản lý thống nhất, tập trung của Đảng

và Nhà nước. Pháp luật Việt Nam thừa nhận quyền tự do xuất bản, quyền phổ biến tác phẩm dưới hình thức xuất bản phẩm thông qua nhà xuất bản (nhà nước) và bảo hộ quyền tác giả, quyền liên quan. Nhà nước không kiểm duyệt tác phẩm trước khi xuất bản nhưng không một cơ quan, tổ chức, cá nhân nào được lợi dụng quyền đó để làm thiệt hại lợi ích của Nhà nước, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân. Trong tổ hợp các loại hình truyền thông, xuất bản nói chung, xuất bản sách chính trị - pháp luật nói riêng đặc biệt coi trọng nhiệm vụ tuyên truyền đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, đấu tranh chống mọi tư tưởng và hành vi làm tổn hại lợi ích quốc gia, góp phần vào sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam xã hội chủ nghĩa.

Không giống báo chí có chức năng giám sát, phản biện xã hội, xuất bản sách chính trị - pháp luật là kênh truyền thông chính trị, pháp luật chính thống của Đảng, Nhà nước, *đóng vai trò đặc biệt phục vụ công tác tư tưởng, lý luận của Đảng, phổ biến hệ tư tưởng, lý luận, kinh nghiệm phục vụ cho thực tiễn xây dựng đất nước trong tình hình mới*. Điều này thôi cũng tạo ra nhiều nội dung chuyên biệt của sách chính trị - pháp luật, đồng thời chi phối các quyết định sản xuất. Khi xuất bản sách chính trị - pháp luật vẫn là thế mạnh của ngành công nghiệp xuất bản thế giới, xuất bản sách chính trị - pháp luật Việt Nam cần tiếp tục tìm tòi hướng đi mới phù hợp trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập xuất bản quốc tế.

Ba là, nhìn từ phương diện không gian và thị trường xuất bản phẩm, ngành công nghiệp xuất bản đã hình thành một chuỗi giá trị toàn cầu mà trong đó diễn ra quá trình sản xuất và kinh doanh sản phẩm, dịch vụ, công nghệ xuất bản hiện đại. Việt Nam là một trong những quốc gia có mức độ hội nhập quốc tế sâu rộng trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là hội nhập kinh tế. Bởi vậy, xây dựng và phát triển ngành kinh tế - công nghệ xuất bản của nước ta không thể giới hạn trong không gian biên giới quốc gia, lãnh thổ. Định hướng phát triển của ngành xuất bản Việt Nam nói chung, xuất bản sách chính trị - pháp luật nói riêng phải hướng tới mở rộng không gian, mở rộng thị trường, bước ra thế giới.

Bốn là, ngành xuất bản hiện đại được hỗ trợ bởi công nghệ số hoá, với không gian liên kết rộng, nguồn lực xã hội đa dạng. Đề tạo thuận lợi cho ngành xuất bản tuân thủ các quy luật của kinh tế thị trường, đối với xuất bản sách chính trị - pháp luật cần xác định một lần nữa đâu là mảng sách được Nhà nước bao cấp hoàn toàn, đâu là mảng sách phi lợi nhuận và đâu là mảng sách có thể huy động nguồn lực xã hội, đâu là mảng sách có khả năng thu lợi trên thị trường, và sử dụng công nghệ như thế nào để xuất bản, phát hành đạt mục đích xuất bản.

Năm là, xây dựng thương hiệu, định vị sản phẩm trên thị trường, trong lòng công chúng độc giả là hướng đi tích cực nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của sách chính trị - pháp luật ở thị trường trong nước, từng bước tiến ra thị trường quốc tế. Mục tiêu tạo dựng thương hiệu xuất bản phẩm chính trị thông qua việc tạo ra sản phẩm cung cấp, làm thỏa mãn nhu cầu bạn đọc, từ đó đem lại lợi nhuận kinh tế, mà hơn nữa thực hiện mục tiêu kép kinh tế và tư tưởng. Tạo dựng thương hiệu xuất bản phẩm chính trị chính tạo dựng giá trị trường tồn, lan toả của xuất bản phẩm chính trị trên thị trường, xác lập vị trí kinh tế vững chắc của đơn vị xuất bản trên thị trường cạnh tranh./

(1) Xem Điều 3, Luật Xuất bản 2012. <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=164963>.

(2) Xem Chỉ thị 20-CT/TW của Ban Bí thư *Về nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác xuất bản, phát hành sách lý luận, chính trị trong tình hình mới*; <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/chi-thi-so-20-cttw-ngay-27012003-cua-ban-bi-thu-ve-nang-cao-chat-luong-hieu-qua-a-cong-tac-xuat-ban-phat-hanh-sach-ly-2149>.

(3) Xem Chỉ thị 42-CT/TW của Ban Bí thư *Về nâng cao chất lượng toàn diện của hoạt động xuất bản*, <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Chi-thi-42-CT-TW-nang-cao-chat-luong-toan-dien-hoat-dong-xuat-ban-68323.aspx>.

(4) Xem Báo cáo Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng trình bày tại phiên khai mạc Đại hội XII của Đảng sáng 21.1.2016, <https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/ban-chap-hanh-trung-uong-dang/dai-hoi-dang/lan-thu-xii/bao-cao-cua-ban-chap-hanh-trung-uong-dang-khoa-xi-ve-cac-van-kien-dai-hoi-xii-cua-dang-1601>

(5) Xem Quyết định 1755/QĐ-TTg ngày 08/09/2016 của Thủ tướng Chính phủ về *Phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, <https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=186367>.