

QUẢN LÝ NHÀ XUẤT BẢN TRONG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRONG THỜI ĐẠI HỘI NHẬP CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Nguyễn Danh Nguyên*, Nguyễn Đạt Minh**

Bài viết này đề cập đến vai trò và vị trí của nhà xuất bản trong trường đại học như là một trung tâm chuyển giao và công bố tri thức và những tài liệu học thuật của các học giả trong trường đại học cho xã hội. Ngày nay, mặc dù công nghệ kỹ thuật số dường như phát triển rất mạnh mẽ và giúp cho việc tìm kiếm các thông tin học thuật trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn. Ngược lại với xu hướng phát triển thay đổi mạnh mẽ đó, các nhà xuất bản đại học lại thường nhận được sự quan tâm ít hơn từ lãnh đạo các trường đại học. Tuy nhiên, với vai trò là trung tâm công bố các kết quả học thuật cho xã hội, các nhà xuất bản đại học vẫn rất cần được quan tâm và quản lý một cách có hệ thống và hiệu quả. Bài báo đánh giá công tác quản lý và kết hợp triển khai hoạt động xuất bản của các nhà xuất bản đại học và vai trò tương lai của các trường đại học trong hệ thống xuất bản học thuật.

Từ khóa: Nhà xuất bản, Đại học, Hội nhập CNTT

1. Giới thiệu

Bài viết này bàn về các hoạt động và công tác quản lý, phát triển nhà xuất bản trong các trường đại học (NXB ĐH) hiện nay. Vì cho đến nay, nhà xuất bản trong trường đại học thực sự vẫn đóng một vai trò lớn trong việc xuất bản các công trình nghiên cứu và tri thức khoa học, kinh tế xã hội. Tác giả cũng chỉ ra những yếu tố khó khăn cho các nhà xuất bản đại học để theo kịp với những thay đổi trong xã hội công nghệ thông tin phát triển nhanh chóng. Cuối cùng, bài viết giúp định hướng một cái nhìn về vai trò của các nhà xuất bản trong trường đại học tương lai đóng góp cho các hoạt động nghiên cứu phát triển của chính trường đại học đó, đặc biệt là đối với hệ thống thư viện, giảng viên, các khoa viện, sáng kiến, phát minh và các công trình nghiên cứu khoa học, các ấn phẩm học thuật công bố cho xã hội.

1.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích đầu tiên của nghiên cứu này là đánh giá và chỉ ra những hạn chế trong công tác quản lý xuất bản của các nhà xuất bản trong trường đại học trên thế giới và Việt Nam hiện nay.

Thứ hai là chỉ ra cho các NXB trong trường đại học thấy được những điểm mạnh điểm yếu để có

cách tiếp cận mới trong việc xây dựng chiến lược phát triển, từ đó có sự đầu tư phù hợp hơn nhằm sử dụng hiệu quả các nguồn lực con người, tài chính và cơ sở hạ tầng.

Thứ ba là chỉ ra những thách thức và cơ hội cụ thể để các NXB trong trường đại học thích ứng và phát triển trong môi trường thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ hiện nay.

Thứ tư, nghiên cứu này chỉ ra rằng các NXB trong trường đại học phải giữ vai trò là cánh cửa chuyển giao các thông tin về học thuật và tri thức cho xã hội.

Cuối cùng, nhóm tác giả chỉ ra rằng các NXB đại học giống như một trung gian thứ ba giúp kết nối tri thức giữa trường đại học với các học giả và cả sinh viên của trường đại học nơi NXB đang hoạt động.

1.2. Vấn đề nghiên cứu

Nghiên cứu này giải thích lý do tại sao việc quản lý các NXB trong trường đại học trong bối cảnh hiện nay lại hết sức quan trọng và cấp thiết. Thực tế hoạt động xuất bản và các thông tin học thuật nói chung đang thay đổi nhanh chóng. Bergtrom, C. (2001) cho rằng hiện nay, có bốn vấn đề chính cho việc thay đổi bối cảnh thị trường xuất bản sách. Thứ

nhất là thông tin và nghiên cứu của các học giả hiện nay được truyền tải trực tuyến khá phổ biến. Tình trạng thông tin và sách điện tử đang dần thay thế cho những cuốn sách giấy truyền thống bởi khả năng đáp ứng nhanh và truy cập từ xa. Hành vi của người đọc thay đổi khá nhanh và những tài liệu xuất bản ngày càng khó khăn hơn trong việc duy trì và phát triển.

Thứ hai, sự xuất hiện các mô hình xuất bản mới trong môi trường điện tử. Hình thức xuất bản truyền thống trong các nhà xuất bản nói chung và NXB đại học nói riêng đến nay được coi là khá lạc hậu so với công nghệ xuất bản điện tử mới. Mặc dù những tài liệu học thuật điện tử được coi là kém thân thiện với sức khỏe người đọc nhưng nó có được tất cả sự tiện lợi, gọn nhẹ và chi phí thấp. Nó cho phép chia sẻ nội dung một cách nhanh chóng và rộng rãi.

Thứ ba, quan điểm lợi nhuận – phi lợi nhuận trong các NXB đại học cũng đã thay đổi rất nhiều. Đến nay, các nhà xuất bản đại học cũng đã có những kế hoạch hoạt động mang tính thương mại nhiều hơn, dù vậy họ vẫn không được tiếp cận nhiều với các khoản đầu tư từ các trường đại học, do đó làm giảm khả năng cạnh tranh với các ấn phẩm điện tử và khó đáp ứng được nhu cầu xuất bản của các học giả.

Thứ tư, vai trò của các NXB đại học đang là một câu hỏi. Nhà xuất bản đại học, được xem như cánh tay xuất bản truyền thống của các trường đại học hiện đang phải vật lộn để theo kịp được các xu hướng mới nổi (Paul, N. 2007). Do đó, việc đánh giá lại công tác quản trị và kiểm soát trong các nhà

xuất bản của các trường đại học nhằm tìm ra những cách tiếp cận mới giúp cải thiện tình hình cạnh tranh yếu kém như hiện tại.

Thompson (2007) đã chỉ ra rằng sự ổn định tài chính của các NXB trong trường đại học càng trở nên không chắc chắn hơn bao giờ hết. Nhu cầu cho các sản phẩm truyền thống ngày càng giảm, các ấn phẩm chuyên khảo dưới dạng tài liệu giấy ngày càng bị giới trẻ lãng quên. Crow (2006) cũng đã nhấn mạnh rằng, trong tương lai có rất ít NXB trong các trường đại học có thể cạnh tranh và duy trì được các khoản chi phí cho việc duy trì hoạt động và chi trả cho các tác giả.

1.3. Phương pháp tiếp cận

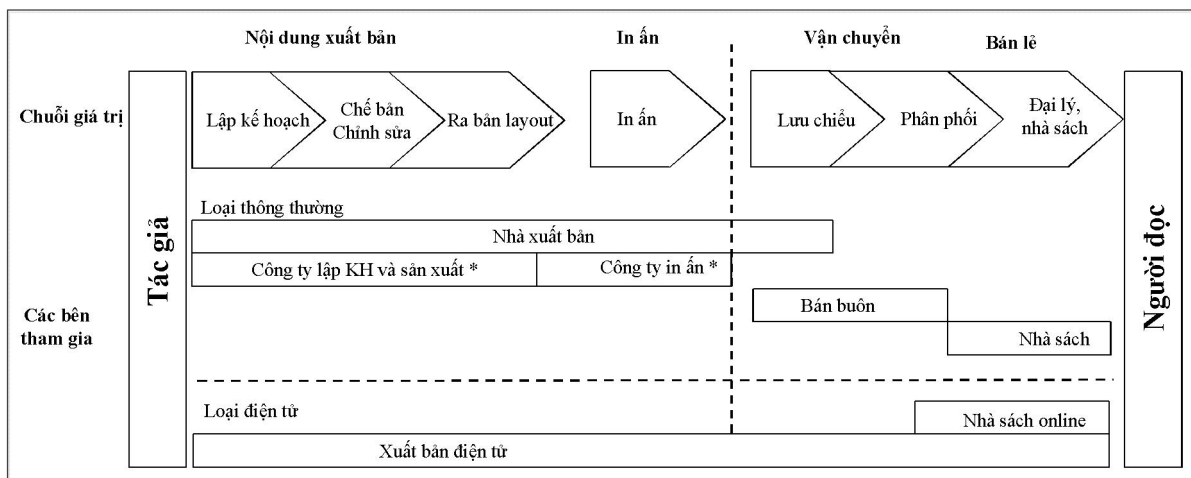
Mục tiêu thực nghiệm của nghiên cứu này là tìm hiểu đánh giá hoạt động quản lý các nhà xuất bản trong trường đại học và đề xuất một số định hướng mang tính chất quản lý. Trong nghiên cứu này, tác giả sẽ tập trung vào việc nghiên cứu, tập hợp các nghiên cứu của các tác giả trước đó về hoạt động xuất bản và quản lý các nhà xuất bản trong trường đại học trong và ngoài nước. Do đó, cách tiếp cận lý thuyết và dựa trên các kết quả nghiên cứu, điều tra khảo sát trước đó sẽ được sử dụng chính trong nghiên cứu này.

2. Giới thiệu ngành xuất bản và các nhà xuất bản đại học

2.1. Chuỗi giá trị ngành công nghiệp xuất bản sách

Ngành xuất bản nói riêng hay bất kỳ ngành công nghiệp nào đều phải trải qua một chuỗi giá trị từ khi

Hình 1: Chuỗi giá trị và các bên tham gia xuất bản sách



(*) NXB có thể tự thực hiện hoặc thuê ngoài; Nguồn: Miyamoto và Whittaker (2005)

cuốn sách còn đang là bản thảo của tác giả cho tới khi đến tay người đọc. Các nhà xuất bản có kế hoạch, chỉnh sửa, in ấn, và phân phối chúng, và cuối cùng đến các hiệu sách bán cho độc giả hoặc phân phối cho các bên có liên kết (hình 1). Theo Thompson (2007) thường thì các nhà xuất bản có thể chọn cách thuê ngoài in ấn và đưa ra các điều kiện ràng buộc, tuy nhiên một số nhà xuất bản chọn cách tự thực hiện tất cả các công việc trong cả chuỗi.

Sau khi in ấn, nhà xuất bản thường có những kênh phân phối khác nhau, nhưng thông thường cách phân phối cho các nhà bán buôn đến nay là cao nhất, chiếm 70% của cuốn sách và 90% của các tạp chí (Miyamoto và Whittaker 2005).

Theo Epstein (2001), ngành xuất bản là một ngành công nghiệp có phạm vi tương đối hẹp với rào cản nhập ngành thấp. Tuy nhiên, sự xuất hiện của Internet dựa trên thương mại điện tử vào giữa những năm 1990 mang lại một kênh phân phối mới, nhà sách trực tuyến như Amazon.com (nay hợp tác với Borders.com) và Barnesandnoble.com là những nhà phân phối sách trực tuyến thành công trên thế giới.

2.2. Nhà xuất bản trong trường đại học

Nhà xuất bản đại học cũng là một phần tham gia

vào ngành công nghiệp xuất bản. Mặc dù các NXB tham gia vào quá trình xuất bản sách nhưng thường thì ở đây họ công bố các giáo trình và các ấn phẩm mang tính chất học thuật hơn là các ấn phẩm giải trí. Ngoài ra, mục đích hoạt động của các nhà xuất bản hoạt động nằm trong chiến lược và giá trị cốt lõi của trường đại học, nơi quản lý họ.

Hiện nay, mô hình hoạt động của các NXB trong trường đại học cũng có nhiều thay đổi về công nghệ và mục đích hoạt động. Các NXB trong trường đại học không còn đơn thuần chỉ phục vụ mục đích học thuật phi lợi nhuận mà còn đảm bảo cả mục đích thương mại (Thompson, 2007). Dù vậy, do những hạn chế và ràng buộc trong quản lý và kinh doanh, các NXB trong trường đại học có những đặc thù riêng so với các NXB thương mại khác. Bảng 1 dưới đây tổng hợp lại những điểm mạnh và điểm yếu của các NXB đại học so với các tổ chức xuất bản thương mại.

3. Thực trạng hoạt động của các NXB trong trường đại học trên thế giới và Việt Nam

Theo thống kê của Thompson (2007) thì hiện nay, phần lớn các NXB trong trường đại học đang rơi vào tình trạng khó khăn, công tác quản lý lỏng lẻo và nguồn lực tài chính rất hạn hẹp. Mặc dù các nhà

Bảng 1: Điểm mạnh và điểm yếu của các NXB trong trường đại học

| Điểm mạnh | Điểm yếu |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Năng lực chuyên môn cao; - Hiểu rõ quá trình xuất bản; - Biết cách đánh giá nhu cầu; - Khả năng lựa chọn biên tập và rà soát; - Có uy tín cao trong nghiên cứu học thuật; - Có khả năng phát triển và nâng cao chất lượng nội dung; - Mối quan hệ với giảng viên là tác giả có khả năng sáng tạo các nội dung học thuật; - Hiểu nhu cầu về học thuật theo ngành học; - Hiểu bảo vệ quyền tác giả và quyền quản lý. | <ul style="list-style-type: none"> - Mô hình hoạt động (thương mại) không phù hợp với hầu hết các trường đại học; - Khả năng tài chính cho thử nghiệm, tuyển dụng, xây dựng cơ sở hạ tầng điện tử mới, và nghiên cứu thị trường yếu; - Thiếu quy mô: khó đạt được tính kinh tế và đầu tư đôn bầy; - Thiếu công nghệ, cơ sở hạ tầng, con người, kiến thức thị trường; - Các nguồn lực hạn chế và thiếu linh hoạt; - Khả năng thu hút đầu tư cho các sáng kiến mới; - Khả năng phát triển và thúc đẩy một chiến lược dài hạn; - Khả năng xây dựng sản phẩm mới với công nghệ thông tin; - Chậm đổi mới bởi các ràng buộc truyền thống. |

Nguồn: Brown, Griffiths, Rascoff (2007)

xuất bản đại học giữ một vai trò to lớn trong việc công bố các kết quả nghiên cứu giúp nâng cao uy tín của trường trong cộng đồng học thuật trong và ngoài nước. Vậy những thách thức nào đã khiến cho các NXB trong trường đại học rơi vào tình trạng khó khăn hiện tại. Thompson (2007) cũng cho rằng nhiều nhà xuất bản của trường đại học đang phải cân bằng cùng một lúc hai mục tiêu. Đầu tiên là phục vụ cộng đồng khoa học của các tác giả và độc giả thông qua các ấn phẩm học thuật có giá trị tri thức cao. Mục tiêu thứ hai là thúc đẩy các hoạt động kinh doanh như một tổ chức thương mại. Ông cũng cho rằng, các NXB được coi là một doanh nghiệp. Điều này gây ra những mâu thuẫn đáng kể trong các NXB vì họ đang phải cùng một lúc đảm bảo mục tiêu lợi nhuận và mục tiêu phi lợi nhuận (phục vụ nhu cầu nghiên cứu khoa học thực sự của cộng đồng).

Hiện nay, nhiều nhà xuất bản trong các trường đại học đang cố gắng chuyển đổi sang các phương tiện xuất bản điện tử. Theo khảo sát của Brown, Griffiths, Rascoff (2007) về vấn đề triển khai xuất bản điện tử. Kết quả cho thấy trong số 18 NXB, có 14 (78%) cho biết đang triển khai một số ấn phẩm điện tử và 100% cho biết có áp dụng thương mại trực tuyến. Đây có thể coi là hệ quả tất yếu khi xu thế phát triển công nghệ thông tin và thương mại điện tử thế giới đang phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, những lợi ích kỳ vọng thường không như mong đợi bởi khả năng quản lý kiểm soát và cập nhật thông tin của các nhà xuất bản còn khá hạn chế.

Nhiều NXB trong trường đại học đã bắt đầu thay đổi, nhưng hầu hết còn thiếu các nguồn lực và năng lực cần thiết. Kết quả khảo sát cũng cho thấy hầu hết (17/18 NXB) mong muốn sắp xếp các chương trình xuất bản của họ trên những lợi thế cạnh tranh của chính trường đại học chủ quản bằng cách kết hợp với năng lực nghiên cứu và ứng dụng của trường đại học thông qua các công trình nghiên cứu và các ấn phẩm học thuật có chất lượng.

Tại Việt Nam, trong những năm gần đây, tình hình hoạt động của hệ thống NXB trên toàn quốc nói chung đang tồn tại khá nhiều hạn chế trong các hoạt động quản lý (Theo Nguyễn Kiêm – Phó chủ tịch hiệp hội xuất bản Việt Nam). Theo đó, trong năm 2013 đã có 19 NXB hoạt động thua lỗ, một số NXB cho cán bộ nghỉ hưu trước thời hạn do tình trạng hoạt động khó khăn.

Ngoài ra, tác giả Phương Liên (2013) trong bài viết của mình cũng đã chỉ ra những khó khăn trong

hoạt động của hệ thống các NXB Việt Nam như thiếu vốn, thiếu nguồn nhân lực quản lý, cơ sở hạ tầng hạn chế. Bên cạnh những khó khăn và hạn chế năng lực của các NXB nói chung và NXB trong trường đại học nói riêng thì hiện nay, số lượng các NXB đang hoạt động trên toàn quốc là rất lớn. Theo thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông, chỉ tính riêng các NXB có vốn nhà nước thì năm 2013, cả nước có 64 NXB lớn.

Như đã trình bày trong mục 2.2, do đặc điểm là trung tâm tri thức của trường đại học nên các NXB trong trường đại học có những lợi thế nhất định so với các NXB khác. Đó là khả năng cập nhật tri thức và nắm bắt xu thế nghiên cứu học thuật trên thế giới. Năng lực thẩm định và khả năng quan hệ với các học giả là giảng viên cũng là một lợi thế cho các NXB trong trường đại học. Mặc dù vậy, rất nhiều NXB này cũng đã và đang gặp những khó khăn trong công tác quản lý và phát triển hoạt động. Hạn chế về cơ chế và tài chính là khó khăn lớn cho các NXB trong trường đại học.

Tác giả Mai Thy (2013) chỉ ra những khó khăn mà các NXB gặp phải trong quá trình hội nhập với hệ thống xuất bản điện tử. Thứ nhất, khả năng công nghệ thông tin của các NXB khá hạn chế và chưa thể cạnh tranh tốt được với các NXB thương mại. Thứ hai, việc quản lý cơ sở dữ liệu sách điện tử là khó khăn gây ra tình trạng giảm sút doanh thu cho các NXB.

4. Bàn luận và kiến nghị

Một hệ thống các yêu cầu hành động cho các nhà xuất bản trong trường đại học quản lý và thúc đẩy hoạt động xuất bản hiệu quả hơn. Trong bối cảnh Việt Nam, hệ thống các NXB trong trường đại học là khá đa dạng và có tác động lớn đến việc đánh giá năng lực khoa học và khả năng nghiên cứu của trường và của đất nước. Do đó, đưa ra các hành động kịp thời nhằm định hướng trong công tác quản lý và cơ chế giúp các NXB trong trường đại học vừa đảm bảo được hoạt động khoa học vừa có khả năng tự trang trải các khoản chi phí duy trì hoạt động hiệu quả.

Đầu tiên, cần phải xác định một cách rõ ràng về vai trò tích cực của công tác xuất bản các ấn phẩm học thuật nghĩa là vai trò của nhà xuất bản. NXB đại học đang phải cùng lúc cân bằng nhiệm vụ khoa học và lợi nhuận, duy trì hoạt động xuất bản khá độc lập nhưng cần ưu tiên cho các sản phẩm khoa học từ trường chủ quản, điều này có thể làm ảnh hưởng

hoặc không mang lại lợi nhuận cho NXB. Vì vậy, việc quan tâm, hỗ trợ cho hoạt động của NXB trong các trường đại học là rất quan trọng. Hoạt động xuất bản trong các NXB đại học có một đặc thù riêng về mối quan hệ với các giảng viên và các hoạt động khác của trường. Nâng cao vai trò và củng cố các mối quan hệ nội bộ được kỳ vọng là sẽ mang lại khá nhiều lợi ích.

Nhà trường và NXB phải cùng nhau xây dựng một chiến lược hiệu quả cho công tác truyền thông học thuật. Lãnh đạo nhà trường và NXB cần có một cách tiếp cận chiến lược với truyền thông và phổ biến, liên kết với các học giả sao cho dịch vụ xuất bản là hiệu quả nhất, không tốn kém nhiều chi phí trợ cấp của trường. Cần xác định rõ ràng và cụ thể hoạt động nào NXB nên kiểm soát (nội dung học thuật) và hoạt động nào nên thuê ngoài (các hoạt động thương mại). Chiến lược xuất bản phải đi cùng với tầm nhìn sứ mệnh của trường.

Hình thành một bộ máy tổ chức phù hợp cần thiết để thực hiện các chiến lược xuất bản. Bước đầu tiên, rất quan trọng chính là rà soát lại toàn bộ các hoạt động liên quan đến xuất bản đang diễn ra tại NXB. Hiểu được quy trình và các bước trong toàn bộ chuỗi giá trị xuất bản cũng như các dịch vụ kèm theo là điều kiện cần giúp định hướng xác định vấn đề và đưa ra giải pháp cơ cấu lại.

Xây dựng một mô hình hợp tác giữa các NXB. Hiện nay, các NXB trong trường đại học thường không cạnh tranh được với các NXB thương mại bởi quy mô và khả năng chuyên môn hóa. Do đó, cần một tư duy đổi mới để thích ứng với những thay đổi trên thị trường, đó chính là sự liên kết. Các NXB của trường đại học khó có thể cạnh tranh được trong môi trường số với quy mô nhỏ của mình. Việc liên kết các NXB đại học với nhau có thể là một giải pháp cho bài toán cạnh tranh bằng quy mô và sự đa dạng. Một minh chứng điển hình cho giải pháp này chúng ta nên học hỏi là việc liên kết giữa các tạp chí danh tiếng như Highwire Press, Wiley InterScience, ScienceDirect. (Brown, L., Griffiths, R., Rascoff, M., 2007).

Cần phải phát triển năng lực xuất bản trực tuyến của các NXB trong trường đại học. Có sáu lý do tại sao phát triển năng lực xuất bản trực tuyến là quan trọng: (1) đây là kênh để các ấn phẩm học thuật được công bố, (2) các trường đại học có thêm một kênh tốt để phổ biến các sản phẩm học thuật đầu ra của mình, (3) có thể xuất bản những ấn phẩm với số

lượng nhỏ hơn mà không tốn kém nhiều chi phí, (4) xuất bản trực tuyến có thể mang lại nguồn doanh thu mới thông qua các nội dung chuyên khảo, khoa học, (5) làm cho các sản phẩm hiện tại thú vị và linh hoạt hơn trong việc cung cấp đến người đọc, (6) có cơ hội tiếp cận với các học thuật thông qua một mô hình mới. Mặc dù không thể làm cùng lúc tất cả những điều này, nhưng cần phải xây dựng một kế hoạch chiến lược ngay từ giờ.

Đổi mới trong phong cách quản lý, lãnh đạo các NXB. Tất cả những giải pháp trên đều không thể thực hiện được nếu không có lãnh đạo, đặc biệt là người đứng đầu nhà trường và NXB. Do chịu quản lý trực tiếp của trường nên các NXB không thể thay đổi được nếu không có sự hỗ trợ từ lãnh đạo trường.

5. Kết luận

Xuất bản và nhận xuất bản chính là một phần trong nhiệm vụ và hoạt động cốt lõi của trường đại học để truyền tải tri thức và các nghiên cứu học thuật ra xã hội. Việc xây dựng một chiến lược phát triển các NXB trong trường đại học hiện nay đang là một nhiệm vụ cần được lãnh đạo các trường đại học quan tâm. Làm thế nào để các NXB đại học vừa duy trì được mục tiêu học thuật thông qua các công bố khoa học, giáo trình mà vẫn đảm bảo được tính kinh tế. Danh tiếng và uy tín của một trường đại học phụ thuộc rất nhiều vào hoạt động xuất bản và ngược lại danh tiếng của trường sẽ hỗ trợ cho NXB tồn tại và phát triển. Trong bài viết này, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp quản lý và phát triển các NXB trong các trường đại học trong môi trường công nghệ thông tin phát triển mạnh mẽ. Thứ nhất, cần phải coi hoạt động xuất bản là cốt lõi cho một trường đại học uy tín, chất lượng. Thứ hai, cần rà soát lại toàn bộ hoạt động xuất bản đang diễn ra để phân tích và tìm ra các vấn đề tồn tại. Thứ ba, định hướng xây dựng một bộ máy quản lý NXB chuyên nghiệp theo chiến lược phát triển chung của nhà trường. Thứ tư, kết hợp và tận dụng danh tiếng của nhà trường để phát huy những lợi thế cạnh tranh đồng thời hạn chế những điểm yếu của mình. Thứ năm, là phát triển năng lực xuất bản trực tuyến cho các danh mục và nội dung của NXB dưới định dạng điện tử. Đây được coi là giải pháp chiến lược quan trọng nhất đối với các NXB đại học hiện nay. Cuối cùng là việc cam kết cung cấp các nguồn lực kịp thời để thực hiện kế hoạch chiến lược từ phía lãnh đạo các trường đại học. □

Tài liệu tham khảo:

- Bergstrom, C. (2001). Free Labor for Costly Journals? *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 15, No. 4.
- Brown, L., Griffiths, R., Rascoff, M. (2007). *University Publishing in a Digital Age*. Ithaca Press.
- Crow, R. (2006). Publishing Cooperatives: an alternative for Non-Profit Publishers. *First Monday*, volume 11, number 9.
- Epstein, J. (2001). *Book Business*, Boston: W.W. Norton and Company.
- Greco, A.N. (1997). *The Book Publishing Industry*, Boston: Allyn and Bacon.
- Greco, A. (2001). *The market for university press books in the United States: 1985-1999*. Learned Publishing, Vol. 14, No. 2, pp. 97-105.
- Miyamoto, D., Whittaker, D. (2005). *The book publishing industry in Japan and UK: Corporate philosophy/objectives, behavior and market structure*. ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge Working Paper No. 309
- Paul, N. C. (2007). Scholarly and Academic Libraries and their Kin in a World of Google. *First Monday*, Vol. 11, No. 8.
- Thompson, J. B. (2007). *Books in the Digital Age: The Transformation of Academic and Higher Education Publishing in Britain and the United States*, Cambridge: Polity Press.
- Các nhà xuất bản chưa thoát khỏi “bầu sũa mẹ” bao cấp, truy cập ngày 4/3/2013, từ <http://fica.vn/doanh-nghiep/cac-nha-xuat-ban-chua-thoat-khoi-bau-sua-me-bao-cap-1-8588.html>
- Mai Thy, (2013). *Cuộc chiến nảy lửa giữa sách giấy và sách điện tử*, truy cập ngày 3/3/2014, từ <http://m.nguoiduatin.vn/cuoc-chien-nay-lua-cua-sach-giay-va-sach-dien-tu-a122762.html>
- Nguyễn Phương Liên, (2013). *Gỡ khó cho các nhà xuất bản*, truy cập ngày 3/3/2104, từ http://nhandan.com.vn/mobile/_mobile_xahoi/_mobile_tintucxh/item/22202902.html

Managing the publishers in universities in the age of informatic technology integration

Abstract

This article discusses the role of the university's publisher as center transferring knowledge from university to society. Nowadays, in the context where information technology has been developing rapidly, academic and scholarly material could be found easier and faster online. Unfortunately, publishers in universities generally receive little attention from the university's leaders even when they still play an important role in the publishing industry and universities. The main purpose of this paper is to evaluate publishing activities at the publishers in universities and confirm the future role of the universities in the system publishing scholarly work.

Thông tin tác giả:

***Nguyễn Đạt Minh**, thạc sĩ

- Nơi công tác: Viện Kinh tế và Quản lý – Đại học Bách Khoa Hà Nội.

- Định hướng nghiên cứu: Quản trị sản xuất tác nghiệp, Các mô hình quản lý mới như LEAN, 6Sigma, TQM, JIT, Chất lượng và chất lượng dịch vụ và ứng dụng các mô hình quản lý vào ngành dịch vụ.

- Một số tạp chí đã đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Công Thương, Tạp chí Khoa học & Công nghệ, Đại học Công nghiệp Hà Nội, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, *Proceeding of International Conference on Enterprises Challenges*,

Email: datminh207@gmail.com minhnd@sem.hut.edu.vn

****Nguyễn Danh Nguyên**, tiến sĩ

- Nơi công tác: Viện Kinh tế và Quản lý – Đại học Bách Khoa Hà Nội.