

Báo chí - người bạn đồng hành tin cậy của cộng đồng doanh nghiệp

09:42 26/06/2024

Những năm qua, báo chí - truyền thông đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp, doanh nhân; là người bạn đồng hành, hỗ trợ kịp thời đối với hoạt động sản xuất, kinh doanh của cộng đồng doanh nghiệp, từ đó góp phần thực hiện hiệu quả các mục tiêu phát triển kinh tế, xã hội của đất nước...

***CEO Thương hiệu bút bi Thiên Lộc (Tập đoàn Thanh niên Việt Nam),
Trần Huệ Ngọc:***

Thời gian qua, báo chí đã có nhiều đóng góp thiết thực đối với hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp, khẳng định được mối quan hệ 2 chiều, gần bó, hỗ trợ lẫn nhau và là cầu nối giữa doanh nghiệp với Nhà nước.

Cụ thể, doanh nghiệp (DN) cần có sự hỗ trợ từ các cơ quan báo chí, truyền thông để nắm bắt được chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, tiếp nhận thông tin, phục vụ sản xuất, kinh doanh. Bên cạnh đó DN cần sự hỗ trợ của báo chí để quảng bá thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ tới người tiêu dùng để động viên, khích lệ những thành quả lao động sáng tạo của DN và người lao động...

Báo chí là cầu nối hữu ích, phản ánh những tâm tư, mong muốn của cộng đồng DN với Chính phủ. Thông qua thông tin được đăng tải trên báo chí, Chính phủ và các cơ quan nhà nước lắng nghe ý kiến của DN về việc thực hiện chủ trương, chính sách được ban hành, để nâng cao hiệu quả quản lý.

Báo chí góp phần chia sẻ những khó khăn của DN, phản biện những chính sách của Nhà nước đối với DN và phản biện những cách làm của chính các DN, vì sự phát triển và lợi ích chung của đất nước.

Báo chí cũng là diễn đàn để DN thể hiện quan điểm của mình về các quy định pháp luật, cũng như chính sách; là nơi tập hợp các ý kiến, nguyện vọng của cộng đồng DN để đề xuất lên Chính phủ; qua đó, góp phần tạo ra những thay đổi tích cực trong việc đổi mới chính sách để đạt hiệu quả cao hơn.



CEO Thương hiệu bút bi Thiên Lộc Trần Huệ Ngọc

Có thể nói, vai trò của báo chí ngày càng được đánh giá cao. Báo chí vừa là người bạn đồng hành, vừa là cầu nối thông tin giữa DN với Chính phủ, thúc đẩy thay đổi chính sách, tạo thuận lợi cho hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Chúng tôi mong rằng, các cơ quan báo chí sẽ tiếp tục hợp tác và hỗ trợ các DN trong và ngoài nước trong thời gian tới”.

Tổng giám đốc Công ty CP Bibica, Nguyễn Quốc Hoàng:

“Báo chí không chỉ là một kênh truyền thông, mà còn là đối tác quan trọng trong việc hỗ trợ và đồng hành cùng DN vượt qua các giai đoạn khó khăn, đồng thời góp phần không nhỏ vào sự phát triển bền vững của công ty, trong suốt hơn 25 năm qua.

Báo chí đã chia sẻ những thông tin về những nỗ lực của DN trong việc duy trì sản xuất, kinh doanh, đảm bảo an toàn cho người lao động và đóng góp cho cộng đồng. Điều này, không chỉ giúp chúng tôi củng cố niềm tin với người tiêu dùng, mà còn truyền cảm hứng cho đội ngũ nhân viên, giúp chúng tôi vượt qua khó khăn.

Trong các giai đoạn khó khăn, báo chí là kênh truyền thông quan trọng, giúp Bibica truyền tải thông tin chính xác và kịp thời đến công chúng, đối tác và khách hàng, tạo cơ hội cho các DN như Bibica trình bày quan điểm, chiến lược, tầm nhìn hay kế hoạch giải quyết khó khăn của công ty trong các biến động của thị trường.

Thông qua các cuộc phỏng vấn, bài viết chuyên sâu và các bài bình luận, Bibica có thể giải thích rõ ràng về những thách thức mà công ty đang đối mặt, cũng như các biện pháp sẽ thực hiện để giải quyết những vấn đề đó. Điều đó, giúp tránh sự hoang mang và hiểu lầm, đồng thời giữ vững niềm tin của cổ đông và khách hàng đối với công ty.

Báo chí giúp củng cố hình ảnh và thương hiệu của công ty, thông qua việc đăng tải những thông tin tích cực về các nỗ lực và thành tựu của công ty. Đó không chỉ tạo dựng niềm tin, mà còn khuyến khích sự ủng hộ từ người tiêu dùng – nói rộng hơn là nhận được sự quan tâm từ cộng đồng.



Tổng giám đốc Công ty CP Bibica, Nguyễn Quốc Hoàng

Báo chí đóng vai trò giám sát các hoạt động của công ty, phản ánh những vấn đề mà công ty đang đối mặt một cách khách quan, không chỉ giúp công ty nhận thức rõ về các vấn đề nội tại, mà còn tạo động lực để các DN, trong đó có Bibica, liên tục cải tiến và hoàn thiện hơn.

Báo chí giúp Bibica tiếp cận các nguồn lực hỗ trợ, bao gồm các chính sách hỗ trợ từ Nhà nước, các chương trình hỗ trợ DN của Chính phủ, giúp gia tăng lợi thế cạnh tranh trên sân nhà, cũng như hỗ trợ kết nối với các đối tác kinh doanh và nhà đầu tư tiềm năng với nhau.

Báo chí giúp công ty gián tiếp hình thành một chuỗi dây chuyền khép kín để có khả năng tự bảo vệ mình, trước những biến động từ tình hình kinh tế thế giới, trước những đối thủ cạnh lớn từ nước ngoài muốn gia tăng thị phần bánh kẹo ở Việt Nam.

Báo chí là kênh thông tin để xây dựng và phát triển thương hiệu”.

Viện trưởng Viện Chiến lược phát triển kinh tế số IDS, nguyên Phó chủ nhiệm Ủy ban Tài Chính, Ngân sách của Quốc hội, TS. Trần Văn:

“Nhiều DN cho rằng, họ có được kết quả sản xuất, kinh doanh tích cực là do báo chí mang đến, dự báo có độ chính xác cao. Nhiều DN, thông qua kênh báo chí để thực hiện trách nhiệm xã hội, đóng góp nhiều hơn cho cộng đồng.



Viện trưởng Viện chiến lược phát triển kinh tế số IDS, TS. Trần Văn

Trong thời đại số, ngoài báo chí - truyền thống như báo in, radio, truyền hình, đã xuất hiện nhiều loại hình trao đổi thông tin, truyền thông mới trên nền tảng Internet. Báo chí ngày nay - thực sự là công cụ tiềm năng trong việc xây dựng hình ảnh tích cực của DN trong cộng đồng, cũng như xây dựng mối quan hệ giữa DN với thị trường, với người tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ của DN.

Như vậy, có rất nhiều cách tác động qua lại giữa báo chí, DN và người làm chính sách. Quan hệ báo chí - DN - người làm chính sách, có thể được coi là những bộ phận cấu thành không thể tách rời của xã hội, nhất là trong bối cảnh bùng nổ thông tin, số hóa trong hoạt động truyền thông hiện nay”.

Phó chủ tịch Hiệp hội DN TP. HCM, Trịnh Tiến Dũng:

“Doanh nghiệp Việt Nam đang trên con đường hội nhập và phát triển. Do đó, để thành công thì trước tiên doanh nghiệp phải chú trọng công tác xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu của mình. Thương hiệu tạo ra nhận thức và niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp cung ứng.



Phó chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp TP. HCM, Trịnh Tiến Dũng

Báo chí là kênh tuyên truyền đường lối chính sách, cơ chế của cơ quan quản lý nhà nước, phản hồi ý kiến của doanh nghiệp từng ngành nghề, từng lĩnh vực. Từ đó, báo chí đi sát hơn thực tế của doanh nghiệp, phản hồi nguyện vọng của doanh nghiệp.

Nhờ có báo chí, truyền thông, mà vị trí của doanh nghiệp đã được cải thiện trên thị trường trong và ngoài nước, thương hiệu của họ ngày càng nhiều người biết

đến”...

Hoàng Bách - Lê Thanh