TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo

18:00 16/03/2024

Ngày 16/3, trong khuôn khổ Hội Báo toàn quốc 2024 đã diễn ra phiên thảo luận về đa dạng nguồn thu các cơ quan báo chí. Các đại biểu đã chia sẻ thực trạng sụt giảm quảng cáo trên báo giấy truyền thống cũng như cách thức tạo ra các nguồn thu khác.

Dịch chuyển nguồn thu sang không gian số

Tại phiên thảo luận, ông Nguyễn Quang Đồng, Viện trưởng Viện Nghiên cứu chính sách và phát triển truyền thông (IPS) nhận định, sự bùng nổ và xâm nhập sâu sắc của công nghệ số đã làm thay đổi căn bản thị trường báo chí.

Trong đó, sự thay đổi thể hiện rõ trên 3 khía cạnh là hành vi tiêu thụ tin tức, cấu trúc thị trường (nguồn cung, kênh phân phối, bán hàng) và nguồn thu.

Từ đó, ông Đồng gợi ý các cơ quan báo chí cần chú trọng tới nguồn thu mới từ độc giả nhiều hơn. Muốn vậy phải hiểu được hành vi xem tin tức của độc giả. Các báo cần đầu tư những bài viết phân tích, chuyên sâu sẽ phù hợp với độc giả nhiều hơn.

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo ảnh 1

Ông Lê Thanh Tuấn, Giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long. (Ảnh: THẾ ANH)

Là đơn vị có nguồn thu mạnh từ kinh tế báo chí, ông Lê Thanh Tuấn, Giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long cho biết, xuất phát từ tình hình thực tế là sự dịch chuyển quảng cáo từ báo chí truyền thống sang các nền tảng số và mạng xã hội, Đài Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long đã từng bước mở rộng phân phối nội dung đa nền tảng, đa phương tiện, nỗ lực khai thác mạng xã hội để đưa nội dung đến khán giả, tạo doanh thu, ổn định nguồn thu quảng cáo cho đài.

Hạ tầng nền tảng số của Đài Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long hiện có 1 trang Thông tin điện tử; 1 Ứng dụng xem truyền hình miễn phí trên internet THVLi; 1 Ứng dụng nghe phát thanh miễn phí trên internet THVLaudio.

Các nền tảng mạng xã hội gồm: 48 kênh YouTube, 23 Fanpage Facebook, 4 kênh Tiktok, 1 kênh Instagram, 1 kênh X, 5 kênh Zalo, 1 kênh Threads, 6 kênh Myclip, 5 kênh Dailymotion.

Bước đầu, đài cũng thu được một số kết quả. Lượng khán giả số của Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long không ngừng tăng qua từng năm; đồng thời, góp phần mang về nguồn thu mới cho đài.

Ông Trần Xuân Toàn, Phó Tổng biên tập Báo Tuổi Trẻ, chia sẻ, Báo Tuổi Trẻ là đơn vị tự chủ về tài chính. Mỗi tháng, tòa soạn cần 14 tỷ đồng để trả thu nhập cho cán bộ, nhân viên.

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo ảnh 2

Ông Trần Xuân Toàn, Phó Tổng biên tập Báo Tuổi Trẻ (người ngồi giữa). (Ảnh: THẾ ANH)

Thời gian gần đây, thói quen người đọc thay đổi, làm cho cơ cấu nguồn thu của Báo Tuổi Trẻ thay đổi, nguồn thu từ quảng cáo báo giấy tụt giảm mạnh. Trước đây, 75% là nguồn thu từ bán báo và quảng cáo trên báo giấy, bây giờ đảo lại 75% nguồn thu đến từ các nền tảng số.

Để thích ứng, Báo Tuổi Trẻ buộc phải thay đổi, đầu tư nhiều vào công nghệ, thay đổi tư duy, thói quen làm báo của các nhóm phóng viên, biên tập viên. Báo cũng phải xoay xở vừa đặt mục tiêu giảm thiểu đà sụt giảm trên báo giấy, đồng thời tiếp tục đa dạng hóa nguồn thu.

Theo đó, Báo Tuổi Trẻ chia khách hàng làm ba nhóm: độc giả đọc báo hằng ngày, doanh nghiệp và các cơ quan nhà nước. Trong đó, tập trung chăm sóc lớn nhất là nhóm khách hàng độc giả, cố gắng chuyển thói quen của bạn đọc từ báo giấy qua online.

Đối với nhóm khách hàng doanh nghiệp, báo cố gắng để họ thấy được sản phẩm dịch vụ của họ chia sẻ trên tờ báo sẽ tiếp cận được tệp khách hàng họ mong muốn.

Còn đối với nhóm cơ quan quản lý nhà nước, báo sẽ tạo ra cách chuyển tải để công chúng dễ hiểu hơn, dễ tiếp cận chính sách hơn.

Cần đầu tư tốt nội dung

Theo nhận định của người đứng đầu các đơn vị báo chí, để thích ứng với các thách thức, các báo hiện nay phải đầu tư tốt nội dung, thỏa mãn nhu cầu thông tin của người đọc.

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo ảnh 3

Bà Nguyễn Thị Hồng Nga, Tổng Biên tập Báo Giao thông. (Ảnh THẾ ANH)

Bà Nguyễn Thị Hồng Nga, Tổng Biên tập Báo Giao thông cho biết, Báo Giao thông là trường hợp đặc biệt (cơ quan của Bộ), có những thuận lợi, khó khăn của một cơ quan báo chí trực thuộc bộ ngành.

Để tồn tại và phát triển, Báo Giao Thông xác định, phải làm nội dung tốt nhất có thể, tốt lên từng ngày. Những dịch vụ sở trường phải mở rộng, gồm quảng cáo, hội thảo, tọa đàm (những hội thảo chuyên sâu, hội thảo quốc tế như đã từng làm với UNDP), phát hành sách về an toàn giao thông, thực hiện cầu truyền hình tại các sự kiện khởi công, khánh thành các dự án giao thông tại những khu vực không có điện, internet.

Cụ thể như cầu truyền hình 12 dự án cao tốc bắc nam giai đoạn 2. Tất cả các dịch vụ này để phần nào bù đắp cho việc sụt giảm lượng phát hành của báo in chung trong giai đoạn hiện nay.

Ông Tô Đình Tuân, Tổng Biên tập Báo Người Lao Động cho rằng, sự xuống dốc của báo in và các cơ quan báo chí đã gần xuống đáy. Theo quy luật thì sẽ có sự trở lại. Không có giải pháp nào chung cho tất cả các cơ quan báo chí nói chung. Mỗi cơ quan báo chí với thế mạnh của mình sẽ tìm ra những hướng đi phù hợp.

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo ảnh 4

Ông Tô Đình Tuân, Tổng Biên tập Báo Người Lao Động. (Ảnh THẾ ANH)

Ông Tô Đình Tuân chia sẻ, báo phải thực hiện nội dung tốt, nhân văn, tin cậy, từ đó đã thu hút bạn đọc, doanh nghiệp đến với báo.

Ngoài ra, từng bước tổ chức các sự kiện nhỏ đến lớn và thành tự tin, chuyên nghiệp. Giải Mai Vàng là một ví dụ điển hình, trước đây Báo Người Lao Động phải thuê đơn vị sự kiện bên ngoài, nhưng từng bước đã tự thực hiện nên giảm được nhiều chi phí.

Báo Người Lao Động hiện đi đầu trong việc thu phí bạn đọc báo điện tử từ năm 2022. "Hiện nay, chúng tôi đã có 30.000 tài khoản đăng ký đọc thường xuyên".

“Chủ trương của báo là không phải bán tin tức mà bán những thông tin có hàm lượng chất xám cao hơn. Mong rằng các cơ quan báo chí khác cũng đồng hành để từng bước thay đổi thói quen của bạn đọc”, ông Tô Đình Tuân nhấn mạnh.

Xây dựng cơ chế hỗ trợ cơ quan báo chí

Chia sẻ giải pháp tăng nguồn thu kinh tế báo ảnh 5

Ông Nguyễn Thanh Lâm, Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông. (Ảnh: THẾ ANH)

Ông Nguyễn Thanh Lâm, Thứ trưởng Thông tin và Truyền thông cho rằng, các cơ quan báo chí quan tâm đến nguồn thu, nhưng cũng phải quan tâm đến hiệu quả hóa nguồn chi.

Trong thời đại công nghệ số, việc tận dụng công nghệ để hiệu quả nguồn chi là rất tốt.

Trong thời gian tới, cơ quan quản lý sẽ điều tiết quảng cáo sạch về với báo chí sạch. Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ phối hợp với Bộ Tài chính để xây dựng các chính sách để kiểm soát vấn đề này.

Bộ Thông tin và Truyền thông đang xây dựng danh sách các trang mạng, báo chí. Những trang nào vi phạm bản quyền sẽ đưa ra khỏi danh sách để các nhãn hàng biết và không quảng cáo trên đó.

Điều quan trọng của báo chí là bạn đọc, việc thu phí báo chí với bạn đọc báo điện tử là một xu hướng. Trong thời đại thanh toán điện tử, việc hướng đến thói quen thanh toán báo chí qua điện tử cũng cần triển khai sớm. Về bản quyền báo chí, các cơ quan báo chí cần phải xây dựng quy chế quản lý chặt chẽ để ngăn chặn tình trạng vi phạm bản quyền.

Ông Nguyễn Quang Đồng kiến nghị các bộ liên quan đề xuất cơ chế giảm thuế cho các sản phẩm báo chí và các cơ quan báo chí để báo chí có thêm nguồn lực đầu tư cho công nghệ, nội dung. Mặt khác, các cơ quan cũng tạo cơ chế đơn giản hóa thủ tục, việc giải ngân đối với nguồn thu từ truyền thông chính sách. Cùng với đó, có cơ chế hậu kiểm bình luận, giảm bớt các nghĩa vụ về kiểm soát tương tác của người dùng trên các nền tảng mạng xã hội. Có bình luận mới có tương tác, có tương tác mới có doanh thu.

Bộ Thông tin và Truyền thông cần tạo các diễn đàn kết nối các nền tảng mạng xã hội với cơ quan báo chí để có sự hợp tác nguồn thu.

Ông Lê Thanh Tuấn cũng đề xuất Bộ Thông tin và Truyền thông có sự linh động trong việc không khống chế thời lượng quảng cáo trong các chương trình của các đơn vị báo chí nhằm giúp thu hút nguồn thu. Bên cạnh đó, cho phép thu phí người dùng thông qua trả tiền thuê bao. Đồng thời, miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho các cơ quan báo chí.

Theo Nhandan.vn