TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Tác động của truyền thông trong việc quảng bá các điển hình khởi nghiệp

16:31 19/12/2019

Sáng 19/12/2019, Đài Truyền hình Việt Nam đã tổ chức hội thảo "Tổng kết nhiệm vụ truyền thông quảng bá các điển hình khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp" với sự tham gia đông đảo của các cơ quan truyền thông và các doanh nghiệp, cá nhân điển hình khởi nghiệp.

Ban Khoa giáo là đơn vị của Đài truyền hình Việt Nam chủ trì và được sự hỗ trợ của Công ty truyền thông ALO đã thực hiện “Truyền thông quảng bá điển hình khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp”, thuộc đề án 844, của Bộ Khoa học và Công nghệ thuộc các lĩnh vực: Fintech, Logistic và Smart City trên nhiều nền tảng khác nhau: truyền hình, báo in, báo điện tử và mạng xã hội.



Toàn cảnh hội thảo

Trong năm 2019, 12 chương trình phát sóng 21h10 trên kênh VTV2 về các đề tài chuyên sâu về Vườn ươm khởi nghiệp là gì? Vai trò của vườn ươm khởi nghiệp, làm thế nào để Phát triển và duy trì vườn ươm khởi nghiệp. Các chương trình về Mentor là ai trong khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo, Vai trò của Mentor đối với Startup, Vai trò của Mentor trong lĩnh vực Fintech. Cũng như giới thiệu về mô hình của các quỹ đầu tư cho các startup tại Việt Nam, các mô hình quỹ đầu tư mạo hiểm trong nước và quốc tế. Vai trò của các chuyên gia trong các lĩnh vực khởi nghiệp đặc thù như Logictics, quản lý doanh nghiệp…

Có thể nói truyền thông đa phương tiện đã góp phần quan trọng vào việc truyền tải các chủ trương, chính sách của Chính phủ về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam. Tuy nhiên, việc truyền thông quảng bá cho các điển hình khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp vẫn chưa được thực hiện một cách tập trung, có chiều sâu. Vì vậy việc các cơ quan nhà nước và các doanh nghiệp trong lĩnh vực truyền thông cùng chung tay thúc đẩy vai trò và hiệu quả của truyền thông cho hệ sinh thái khởi nghiệp là vô cùng cần thiết.

Doanh nghiệp được gì từ truyền thông?

Truyền thông có thể là phương tiện quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp tới công chúng bằng nhiều hình thức, trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các kênh truyền hình, phát thanh, báo in, mạng xã hội, báo mạng điện tử… Truyền thông giúp doanh nghiệp xác định được những đối tượng phù hợp để tiếp cận với mức chi phí phù hợp với từng doanh nghiệp.

Các nhà truyền thông sẽ có những thông tin nghiên cứu cập nhật về công chúng, xã hội: sở thích, thị hiếu, mong muốn, nhu cầu, xu hướng… Truyền thông sẽ đưa ra những kiến thức về khởi nghiệp: rủi ro, cơ hội trong kinh doanh, cách xử lý vấn đề, cách tiếp cận/khảo sát thị trường, kinh nghiệm từ các doanh nghiệp thành công (hoặc khởi nghiệp thành công)…cho các doanh nghiệp khởi nghiệp để họ có một hình dung bao quát nhất về lĩnh vực mình sẽ lựa chọn để bắt đầu kinh doanh.

Các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể kết nối với nhau nhờ truyền thông. Bằng nhiều hình thức quảng bá, các doanh nghiệp có thể biết tới nhiều doanh nghiệp khác cùng lĩnh vực, từ đó tạo thành mạng lưới liên kết chặt chẽ, mang tới lợi ích cho mỗi doanh nghiệp. Hầu hết các doanh nghiệp khởi nghiệp luôn gặp khó khăn về tài chính trong thời gian đầu, truyền thông sẽ là một công cụ hữu ích để giúp các nhà khởi nghiệp kêu gọi vốn đầu tư nếu họ có một đường lối kinh doanh tốt, được vạch định rõ ràng. Có thể tóm tắt các yếu tố mà truyền thông mang lại cho những doanh nghiệp khởi nghiệp đó là: - Cung cấp khả năng quảng bá dưới nhiều hình thức - Cung cấp khả năng kết nối - Hỗ trợ kiến thức

làm Startup - Hỗ trợ động viên tinh thần các Startup

Những khó khăn khi thực hiện

Những năm gần đây, thực tế báo chí chính thống, mặc dù có tính tiên phong và uy tín hơn nhưng đang gặp nhiều khó khăn trong việc cạnh tranh với mạng xã hội. Báo chí luôn luôn phải kiểm định nguồn tin cực kỳ chặt chẽ kể cả những thông tin quảng cáo, chính vì thế đôi khi có những thông tin phải hạn chế, hoặc cách đưa tin phải cẩn trọng nên thiếu đi tính hấp dẫn.

Trong khi đó, mạng xã hội thì nguồn tin không được kiểm định nên có nhiều thông tin giật gân, tạo sự chú ý, đôi khi sai sự thật nhưng lại thu hút đông đảo người đọc, người xem. Đây cũng là yếu tố ảnh hưởng lớn tới doanh nghiệp khởi nghiệp.

Nếu như xuất hiện những thông tin gây nhiễu, thông tin bịa đặt sai sự thật hoặc không được kiểm duyệt theo quy định (đặc biệt qua mạng xã hội), sẽ tổn hại đến uy tín của mỗi doanh nghiệp. Với các doanh nghiệp mới thì điều này vô cùng khủng khiếp, có thể khiến cho doanh nghiệp đó không thể tiếp tục tồn tại được nữa hoặc sẽ phải cực kỳ gian nan để xây dựng lại lòng tin với người tiêu dùng.

Đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp thì chi phí truyền thông là một rào cản lớn. Thông thường, để quảng bá một sản phẩm, các doanh nghiệp sẽ mất nhiều chi phí từ khâu lên ý tưởng, đăng ký bảo trợ truyền thông, chọn kênh truyền thông… Bên cạnh đó là sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp với nhau. Truyền thông có thể giúp các doanh nghiệp liên kết nhưng cũng có thể tạo nên những mâu thuẫn. Ví dụ như cạnh tranh về kênh truyền thông, hình ảnh sản phẩm…

Làm thế nào để truyền thông có thể quảng bá những doanh nghiệp khởi nghiệp?

Để nâng cao vai trò của báo chí, truyền thông trong việc quảng bá các điển hình khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp, các cơ quan báo chí cần chú trọng hơn nữa trong việc kiểm định thông tin để tránh sai sót.

Bên cạnh đó, cần tập trung truyền thông kiến thức khởi nghiệp để doanh nghiệp khởi nghiệp nắm được những kiến thức về khởi nghiệp, định giá đúng được giá trị của doanh nghiệp. Ngoài ra, cần tận dụng mạng xã hội để nâng cao hiệu quả truyền thông.

Ở chiều ngược lại, đây cũng là bài học cho bất cứ doanh nghiệp khởi nghiệp nào. Chỉ khi nào doanh nghiệp của mình có sản phẩm tốt, phục vụ hiệu quả nhu

cầu của người tiêu dùng, giá cả hợp lý, những người lãnh đạo có kiến thức chắc chắn và vững vàng, mình sẽ được đánh giá một cách đúng mực. Khi ấy, báo chí truyền thông sẽ tìm đến mình như những điển hình, những tấm gương tốt. Và sản phẩm của doanh nghiệp của mình sẽ được quảng bá rộng rãi với chiều hướng tích cực.

Ngoài ra, những cơ quan báo chí truyền thông cũng cần xây dựng những hình thức hỗ trợ truyền thông 0 đồng với những nội dung như hướng dẫn, đào tạo chuyên môn cho các bạn trẻ đang muốn khởi nghiệp, giúp các bạn có thể xây dựng cơ bản một dự án khả thi; tổ chức các sự kiện kết nối doanh nghiệp khởi nghiệp và nhà đầu tư quốc tế để giúp các startup Việt có thể tiếp cận nguồn vốn lớn hơn.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp chưa tiếp cận với cơ quan truyền thông, bởi lẽ có rất nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp có sản phẩm tốt nhưng chưa đi thi cuộc thi nào nên chưa được biết đến rộng rãi. Vì vậy, doanh nghiệp khởi nghiệp rất cần tới các cơ quan truyền thông để đưa sản phẩm của họ tới công chúng, từ đó thu hút được nhiều nhà đầu tư. Mỗi doanh nghiệp cũng phải mạnh dạn, tự tin vào khả năng của mình khi trình bày về dự án của mình. Điều này sẽ có được khi doanh nghiệp của bạn thực sự có những sản phẩm chất lượng, phù hợp với nhu cầu của thị trường

D.N