

## Đa dạng nguồn thu cho các cơ quan báo chí

23:11 16/03/2024

Tác giả: Đang cập nhật

**Ngày 16/3, trong khuôn khổ diễn đàn Báo chí Việt Nam đã diễn ra phiên thảo luận với chủ đề: “Đa dạng nguồn thu các cơ quan báo chí”.**

Tại Phiên thảo luận, Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Thanh Lâm cho biết, nguồn thu báo chí đang đặt ra nhiều thách thức cho các cơ quan báo chí hiện nay. Nếu chỉ trông chờ, phụ thuộc nhiều vào quảng cáo, các cơ quan báo chí sẽ luôn phải đối diện với nguy cơ sụt giảm doanh thu, trong bối cảnh nhiều cách tìm khách hàng không còn phải đi qua các cơ quan báo chí.

Các doanh nghiệp đã và đang tìm những phương thức quảng bá sản phẩm, bán hàng có hiệu quả khác. Thêm nữa, việc các trang tin, trang mạng xã hội lấy lại nội dung có chọn lọc một cách chủ đích từ các cơ quan báo chí cũng thu hút doanh thu quảng cáo khiến miếng bánh kinh tế cho các cơ quan báo chí ngày một nhỏ đi.



Thứ trưởng Bộ Thông tin và Truyền thông Nguyễn Thanh Lâm phát biểu tại tọa đàm.

Theo Thứ trưởng Nguyễn Thanh Lâm, trong thời gian qua, các doanh nghiệp đã và đang tìm nhiều phương thức quảng bá sản phẩm, bán hàng có hiệu quả hơn. Do đó, các cơ quan báo chí cũng cần tiếp cận nhiều con đường khác để tìm kiếm nguồn thu.

Dựa trên dữ liệu nghiên cứu, ông Nguyễn Quang Đồng, Viện trưởng Viện nghiên cứu chính sách và phát triển truyền thông (IPS) cho biết, hiện có 5 nguồn thu chính của cơ quan báo chí, gồm: quảng cáo trên báo in; ngân sách từ nhà nước, cơ quan chủ quản; doanh thu từ phát hành báo in; hợp đồng truyền thông, nội dung được tài trợ, tiếp thị liên kết; quảng cáo điện tử. Trong đó, việc đa dạng các nguồn thu gặp nhiều khó khăn. Do đó, doanh thu từ độc giả vẫn là chặng đường dài. Theo kết quả khảo sát, có 7 cơ quan báo chí được khảo sát có doanh thu từ độc giả; 5 cơ quan báo chí doanh thu độc giả chỉ chiếm một phần rất nhỏ, không đáng kể trong doanh thu tòa soạn.; 56,5% cơ quan báo chí chưa thu phí độc giả đọc báo điện tử không có dự định triển khai hình thức này trong 3 năm tới. Bên cạnh đó đã xuất hiện các hình thức thu phí độc giả phổ biến, trong đó tiêu biểu là Báo Người Lao động triển khai gói đăng ký dành cho bạn đọc VIP.

Ông Nguyễn Quang Đồng cũng chỉ ra, những khó khăn khi triển khai thu phí độc giả, đó là, độc giả chỉ trả tiền để đọc một tờ báo trực tuyến; nhận thức về tầm quan trọng của dữ liệu độc giả còn hạn chế dẫn đến việc ứng dụng dữ liệu để hiểu và phục vụ nhu cầu độc giả chưa phổ biến. Tuy nhiên, các cơ quan báo chí không thể thu phí khi không hiểu hành vi độc giả. Chính vì không hiểu nên có độ vênh giữa số lượng nội dung xuất bản và nhu cầu của người đọc.

Đề xuất về hướng đi dài hạn cho kinh tế báo chí, ông Nguyễn Quang Đồng cho rằng, thời gian tới, Bộ Thông tin và Truyền thông cần đề xuất lãnh đạo Chính phủ hỗ trợ nhiều hơn cho các cơ quan báo chí. Trong đó, miễn giảm thuế giá trị gia tăng cho toàn bộ sản phẩm báo chí; đơn giản hóa thủ tục hành chính với các gói truyền thông chính sách; tạo thuận lợi trong thực hiện nhiệm vụ kiểm soát tương tác của người dùng trên các nền tảng mạng xã hội. Trong hướng đi dài hạn, cần đẩy mạnh xã hội hóa để tăng đầu tư cho cho năng lực công nghệ, kinh doanh cho các cơ quan báo chí; hỗ trợ các cơ quan báo chí tăng cường hiện diện và hợp tác kinh doanh với nền tảng mạng xã hội qua vai trò “cầu nối” của Bộ Thông tin và Truyền thông...

Là một trong số những cơ quan báo chí có nguồn thu trong top đầu trong cả nước, ông Lê Thanh Tuấn, Giám đốc Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Vĩnh Long cho biết, có hai nguồn thu chính, bao gồm từ hoạt động quảng cáo và tuyên truyền, chủ yếu để hỗ trợ làm phim tư liệu cho các sở, ngành trong tỉnh và các video clip giới thiệu doanh nghiệp. Trong đó, quảng cáo chiếm đến 90% trong tổng nguồn thu của Đài. Bên cạnh đó, quảng cáo trên phát thanh là hình thức quảng cáo

được sự quan tâm của nhiều doanh nghiệp trong những năm 2000 - 2010, với nhiều hình thức như quảng cáo spot xen các chương trình phát thanh trực tiếp như ca nhạc, tin tức... hoặc tài trợ qua các chương trình tư vấn sức khỏe, tư vấn giáo dục, tư vấn tuyển sinh,... Hiện, nguồn thu này vẫn có một vai trò nhất định và phát thanh vẫn là kênh quảng cáo có tiềm năng phát triển.

Theo ông Lê Thanh Tuấn, để tạo nguồn thu trên phát thanh, hiện Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh Vĩnh Long đã thực hiện nhiều chương trình trực tiếp và livestream, các bản tin thời sự đầu giờ thông tin nhanh nhất các sự kiện vừa diễn ra nhằm nỗ lực tiếp cận và thu hút công chúng ở nhiều nền tảng khác nhau trên không gian mạng. Đối với quảng cáo trên sóng truyền hình, từ năm 2014, đơn vị cũng đã bắt đầu thực hiện hoạt động liên kết sản xuất chương trình. Trung bình mỗi năm, Đài liên kết sản xuất 40 - 50 chương trình, đa dạng về thể loại từ chương trình truyền hình thực tế, gameshow đến phim ngắn, phim thiếu nhi và chương trình khoa giáo,... Riêng với nguồn thu trên nền tảng số, 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 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 với 48 kênh YouTube, 23 Fanpage Facebook, 4 kênh Tiktok, 6 kênh Myclip, 5 kênh Dailymotion...

**Thu Hương**

**Link bài viết:** <https://nguoilambao.vn/da-dang-nguon-thu-cho-cac-co-quan-bao-chi>