

Thực trạng và giải pháp tạo nguồn thu cho báo mạng điện tử ở Việt Nam

10:22 28/11/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Trong bối cảnh hiện nay, báo chí Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ để hòa nhịp cùng mạch đập phát triển sôi động của thời đại. Ngày nay, loại hình báo in dần lui về phía sau để nhường lại “không gian tương tác” cho loại hình báo mạng điện tử bởi những thế mạnh mà báo in truyền thống không có...Với thế mạnh nổi trội của mình, báo mạng điện tử không chỉ là nguồn cung cấp thông tin “nhanh, hot, cập nhật không ngừng”, mà còn hứa hẹn là một cánh đồng rộng lớn cho mục tiêu gia tăng giá trị về mặt kinh tế. Việc phát triển các nguồn thu bền vững có thể nói là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển lâu dài của các cơ quan báo chí nói chung và các cơ quan báo mạng điện tử nói riêng.

Điểm mạnh và tiềm lực nguồn thu của báo mạng điện tử

Xuất hiện ở Việt Nam vào những năm 2000, khi internet bắt đầu phát triển mạnh mẽ, với việc nhận thấy được tiềm năng của nền tảng này trong việc cung cấp thông tin đến công chúng, các cơ quan báo mạng như VnExpress, Zing News, và Tuổi Trẻ Online nhanh chóng khẳng định vị trí của mình và trở thành những đại diện tiêu biểu cho báo chí điện tử trong nước. Báo mạng điện tử hoạt động chủ yếu trên nền tảng internet và cung cấp thông tin theo dạng tin, bài, video, audio, và các dạng nội dung tương tác khác. Ngoài việc cung cấp thông tin, các cơ quan báo chí này còn tham gia vào các hoạt động giải trí, giáo dục và quảng cáo trực tuyến, giúp mở rộng phạm vi kinh doanh và thu hút sự chú ý của nhiều đối tượng khán giả.

Nguồn thu của cơ quan báo mạng điện tử chủ yếu liên quan đến việc ứng dụng công nghệ số và mô hình kinh doanh trực tuyến, vì vậy nó có những đặc điểm riêng biệt:

Một là, nguồn thu đa dạng. Báo mạng điện tử không chỉ phụ thuộc vào quảng cáo trực tuyến mà còn khai thác nhiều nguồn thu khác nhau như mô hình đăng ký trả phí (subscription model), kinh doanh dữ liệu người dùng, và hợp tác với các đối tác bên ngoài để tạo ra nội dung tài trợ. Mỗi nguồn thu này có đặc điểm và chiến lược phát triển riêng biệt, giúp các cơ quan báo chí không chỉ giảm bớt sự phụ thuộc vào quảng cáo mà còn tìm ra những cách thức tăng trưởng bền vững.

Hai là, chuyển đổi số và tối ưu hóa công nghệ. Việc áp dụng công nghệ số vào các hoạt động báo chí đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển nguồn thu. Các công nghệ như phân tích dữ liệu người dùng (big data), trí tuệ nhân tạo (AI) và SEO giúp các cơ quan báo chí tối ưu hóa quảng cáo trực tuyến và cung cấp dịch vụ cá nhân hóa. Công nghệ cũng hỗ trợ việc xây dựng các mô hình kinh doanh mới như các gói đăng ký trả phí hoặc bán dữ liệu người dùng cho các đối tác kinh doanh.

Ba là, kinh doanh quảng cáo trực tuyến. Quảng cáo trực tuyến vẫn là nguồn thu chủ yếu của báo mạng điện tử. Các hình thức quảng cáo như quảng cáo banner, video, và native ads (quảng cáo gắn liền với nội dung) đang được triển khai mạnh mẽ. Các báo mạng điện tử thường sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu và dự đoán hành vi người dùng để tối ưu hóa chiến lược quảng cáo, từ đó gia tăng doanh thu.

Bốn là, mô hình người dùng trả phí (Paywall). Việc phát triển mô hình trả phí để người đọc tiếp cận nội dung độc quyền là một xu hướng nổi bật. Tuy nhiên, đối với thị trường Việt Nam, việc triển khai mô hình này gặp phải một số thách thức như thói quen tiêu dùng miễn phí của người đọc và sự cạnh tranh với các nền tảng mạng xã hội. Dù vậy, các cơ quan báo mạng có thể áp dụng các gói dịch vụ linh hoạt, vừa thu phí nhưng vẫn thu hút được lượng người dùng lớn.

Năm là, tối ưu hóa mối quan hệ với đối tác. Các cơ quan báo mạng điện tử thường xuyên hợp tác với các thương hiệu và đối tác để tạo ra nội dung tài trợ. Đây là một nguồn thu không nhỏ, đặc biệt khi các thương hiệu muốn tiếp cận đối tượng độc giả của báo mạng. Tuy nhiên, việc duy trì tính trung lập và bảo vệ uy tín của cơ quan báo chí là rất quan trọng để không làm giảm giá trị của nội dung báo chí. Những đặc điểm này cho thấy rằng, phát triển nguồn thu của báo mạng điện tử là một quá trình liên tục và linh hoạt, muốn phát triển được nguồn thu yêu cầu các cơ quan báo chí phải không ngừng sáng tạo và áp dụng các mô hình kinh doanh mới phù hợp với xu hướng và nhu cầu thị trường.

Thực trạng của báo mạng điện tử

Trong những năm gần đây, báo mạng điện tử tại Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ và khẳng định được vị thế của mình trong hoạt động báo chí nói chung. Nhờ việc biết tận dụng ưu thế thời đại, định hướng phát triển nguồn thu tốt và công tác quản lý chi tiêu được quan tâm xứng đáng nên “sức khỏe” tài chính tại các tờ báo khảo sát cơ bản được đánh giá tốt, báo cáo kết quả kinh doanh của tòa soạn báo luôn là con số dương. Quản lý hoạt động kinh tế hiệu quả giúp các tòa soạn báo phát huy hiệu quả các nguồn lực thúc đẩy sự phát triển chung, toàn diện của cả tòa soạn. Đi đôi với việc phát triển kinh tế, tôn chỉ, mục đích của các tờ báo luôn được đảm bảo, nội dung thông tin đáp ứng nhu cầu càng cao của độc giả.

Việc phát triển tốt nguồn thu đã giúp đưa vị thế của cơ quan báo chí lên bậc cao mới. Các hợp đồng đặt hàng giao nhiệm vụ của nhà nước cùng với các hợp đồng quảng cáo dài hạn với doanh nghiệp sẽ giúp các cơ quan báo chí đảm bảo được nguồn thu ổn định cho việc duy trì hoạt động, tập trung phát triển nâng cao chất lượng nội dung. Báo mạng điện tử xác định hoạt động kinh tế là nguồn sống của báo nhưng phải độc lập, không ảnh hưởng đến nội dung. Các cơ quan báo mạng điện tử khảo sát trong khuôn khổ luận văn đều được tách bạch bộ phận làm quảng cáo và nội dung. Tính minh bạch trong chi tiêu, cũng như chế độ đãi ngộ được ban biên tập đặt ra tiêu chí cụ thể, sẽ khiến mọi bộ phận trong tòa soạn phấn khởi khi xác định được mức thu nhập cũng như an tâm gắn bó với nghề dài lâu.

Đặc biệt, báo mạng điện tử vô cùng chú trọng đến việc quảng bá thương hiệu, củng cố và đối ngoại rộng, phát triển mối liên kết với đối tác, tăng cường quảng cáo các sản phẩm điện tử, duy trì và phát triển không ngừng chất lượng các chương trình và sự kiện lớn nhỏ để gia tăng giá trị thương hiệu. Trong xu hướng chung của nền kinh tế thị trường, việc kết hợp tư duy báo chí với quản trị doanh nghiệp là điều tất yếu nhằm mang lại hiệu quả cao giúp tờ báo tích lũy và tái đầu tư cấu trúc từ đó mở rộng và đảm bảo lâu dài về mặt phúc lợi cho nhân sự. Tuy nhiên, việc phát triển nguồn thu của các cơ quan báo chí này vẫn còn nhiều thách thức. Dưới đây là một số thực trạng chính về phát triển nguồn thu của báo mạng điện tử tại Việt Nam:

Thứ nhất, nguồn thu chủ yếu là quảng cáo trực tuyến. Quảng cáo trực tuyến tiếp tục là nguồn thu chính của các báo mạng điện tử tại Việt Nam. Các hình thức quảng cáo như banner, video, quảng cáo native (quảng cáo hòa mình trong nội dung bài viết), và quảng cáo tìm kiếm đều được sử dụng phổ biến. Tuy nhiên, thị trường quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các nền tảng lớn toàn cầu như Google và Facebook. Những nền tảng này có lượng người dùng lớn và mạng lưới quảng cáo mạnh, khiến cho các cơ quan báo mạng địa phương phải tìm cách tối ưu hóa chiến lược quảng cáo để gia tăng doanh thu.

Thứ hai, chuyển đổi mô hình thu phí (Paywall). Mô hình thu phí thông qua đăng ký người dùng (paywall) đã được áp dụng tại một số cơ quan báo mạng điện tử lớn ở Việt Nam, nhưng chưa thực sự phát huy hiệu quả như kỳ vọng. Người đọc tại Việt Nam vẫn có thói quen tiếp cận thông tin miễn phí, nên việc triển khai paywall gặp phải nhiều khó khăn. Tuy nhiên, một số báo điện tử như VnExpress, Zing News đã thử nghiệm các gói trả phí cho những nội dung độc quyền và chất lượng cao, nhưng tỷ lệ người dùng trả phí còn thấp. Điều này cho thấy rằng, mặc dù mô hình thu phí là một hướng đi quan trọng, nhưng còn phụ thuộc nhiều vào việc thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân.

Thứ ba, kinh doanh dữ liệu và phân tích người dùng. Các cơ quan báo mạng điện tử hiện nay đang chú trọng vào việc khai thác dữ liệu người dùng để phục vụ cho các mục đích quảng cáo, nghiên cứu thị trường và tối ưu hóa nội dung. Việc thu thập và phân tích dữ liệu giúp các cơ quan báo chí hiểu rõ hơn về hành vi, sở thích của độc giả, từ đó cung cấp các dịch vụ quảng cáo nhắm mục tiêu hiệu quả. Tuy nhiên, việc quản lý và bảo vệ dữ liệu người dùng vẫn còn nhiều thách thức liên quan đến bảo mật và các quy định pháp lý.

Thứ tư, hợp tác với các đối tác bên ngoài. Bên cạnh việc phát triển nguồn thu từ quảng cáo và trả phí, các cơ quan báo mạng còn hợp tác với các doanh nghiệp, tổ chức, và thương hiệu để tạo ra các chiến dịch quảng cáo tài trợ. Các chương trình tài trợ này giúp các cơ quan báo chí không chỉ tăng thu nhập mà còn mở rộng sự hiện diện và mối quan hệ với các thương hiệu lớn. Việc duy trì tính độc lập và uy tín của các cơ quan báo chí trong các chiến dịch tài trợ này là rất quan trọng.

Thứ năm, thách thức và cơ hội. Mặc dù đã có những bước tiến đáng kể trong việc phát triển nguồn thu, nhưng các cơ quan báo mạng điện tử tại Việt Nam vẫn đang phải đối mặt với một số thách thức. Đầu tiên là sự cạnh tranh gay gắt từ các nền tảng mạng xã hội và các dịch vụ thông tin miễn phí như Google news, Facebook. Những nền tảng này chiếm lĩnh phần lớn thị phần quảng cáo trực tuyến và thu hút độc giả mà không phải chịu chi phí sản xuất nội dung. Thứ hai là nhu cầu cải tiến mô hình thu phí, bởi người dùng Việt Nam vẫn có xu hướng sử dụng dịch vụ miễn phí. Mặc dù vậy, với sự phát triển của các công nghệ mới như AI và big data, các cơ quan báo chí vẫn có thể tối ưu hóa nguồn thu của mình, mở rộng các hình thức kinh doanh và thu hút thêm nhiều đối tác hợp tác.

Phát triển nguồn thu của báo mạng điện tử tại Việt Nam hiện nay đang gặp phải nhiều thử thách, nhưng cũng không thiếu cơ hội. Các cơ quan báo chí cần phải linh hoạt, sáng tạo trong việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới, từ quảng cáo trực tuyến cho đến mô hình trả phí và hợp tác đối tác. Chỉ khi nào có sự đổi mới mạnh mẽ trong các chiến lược phát triển nguồn thu, báo mạng điện tử mới có thể duy trì và phát triển bền vững trong tương lai.

Một số giải pháp tăng nguồn thu của báo mạng điện tử trong thời gian tới

Để tăng cường phát triển nguồn thu của báo mạng điện tử tại Việt Nam trong thời gian tới, các cơ quan báo chí có thể áp dụng các giải pháp chiến lược sau:

Thứ nhất, đẩy mạnh mô hình thu phí (Paywall) và dịch vụ trả phí. Một trong những giải pháp quan trọng là phát triển mô hình thu phí đối với những nội dung chất lượng cao hoặc độc quyền. Các báo điện tử có thể áp dụng chiến lược paywall linh hoạt, chẳng hạn như cung cấp một số bài viết miễn phí mỗi tháng và yêu cầu người đọc trả phí để tiếp cận các bài viết chuyên sâu hoặc video tài liệu đặc biệt. Mô hình trả phí này sẽ giúp các cơ quan báo chí duy trì nguồn thu ổn định mà không phụ thuộc quá nhiều vào quảng cáo.

Thứ hai, tăng cường cá nhân hóa và sử dụng dữ liệu người dùng. Việc khai thác dữ liệu người dùng để cá nhân hóa nội dung và quảng cáo sẽ giúp các cơ quan báo chí tối ưu hóa trải nghiệm người đọc và nâng cao hiệu quả quảng cáo. Các công cụ phân tích dữ liệu (big data, AI) có thể giúp nhận diện thói quen, sở thích của người đọc và từ đó đưa ra các chiến lược nội dung phù hợp. Việc tăng cường cá nhân hóa sẽ không chỉ cải thiện chất lượng dịch vụ mà còn giúp gia tăng doanh thu từ quảng cáo.

Thứ ba, khám phá các hình thức quảng cáo sáng tạo. Các cơ quan báo mạng cần tập trung vào phát triển các hình thức quảng cáo sáng tạo, chẳng hạn như quảng cáo native, video quảng cáo, và quảng cáo tương tác. Hình thức quảng cáo native (quảng cáo ẩn mình trong bài viết) đang ngày càng phổ biến, vì chúng ít gây cảm giác “quấy rầy” hơn và dễ dàng thu hút người xem hơn. Báo điện tử cũng có thể thử nghiệm với các chiến lược video quảng cáo hấp dẫn, đặc biệt là trên nền tảng di động, nơi người dùng có xu hướng tiêu thụ video nhiều hơn.

Thứ tư, hợp tác với các doanh nghiệp và thương hiệu lớn. Việc hợp tác với các thương hiệu lớn để tạo ra các chiến dịch quảng cáo tài trợ hoặc chương trình hợp tác nội dung là một hướng đi hiệu quả. Các báo mạng có thể cung cấp không chỉ các bài viết thông thường mà còn các nội dung tài trợ, giúp doanh nghiệp quảng bá sản phẩm đồng thời tạo ra nguồn thu ổn định cho cơ quan báo chí. Mỗi quan hệ hợp tác này cũng giúp các báo mạng tăng cường sự hiện diện thương hiệu và kết nối với độc giả.

Thứ năm, nâng cao chất lượng nội dung và đa dạng hóa sản phẩm. Để thu hút độc giả và giữ họ quay lại, các báo mạng cần liên tục nâng cao chất lượng nội dung và đa dạng hóa các hình thức sản phẩm thông tin, từ bài viết đến video, infographic, podcast, và các chương trình livestream. Bằng cách này, họ không chỉ cung cấp thông tin mà còn tạo ra những trải nghiệm phong phú cho người dùng, từ đó tăng mức độ tương tác và thời gian người dùng ở lại trên trang web.

Thứ sáu, tối ưu hóa nền tảng di động và ứng dụng. Với sự gia tăng của người dùng thiết bị di động, các cơ quan báo mạng cần tập trung vào tối ưu hóa các nền tảng di động và phát triển ứng dụng báo chí. Việc cung cấp ứng dụng miễn phí hoặc dịch vụ bổ sung qua các ứng dụng di động sẽ giúp tạo ra cơ hội phát triển nguồn thu từ các mô hình quảng cáo mobile hoặc gói đăng ký dịch vụ đặc biệt cho người dùng.

Thứ bảy, khuyến khích và phát triển cộng đồng người đọc trung thành. Phát triển cộng đồng độc giả trung thành là một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng mô hình thu phí bền vững. Các báo mạng có thể khuyến khích độc giả tham gia các chương trình đăng ký trả phí, đồng thời tổ chức các hoạt động tương tác trực tiếp (chẳng hạn như các cuộc thi, sự kiện, hội thảo trực tuyến) để tăng mức độ gắn kết và duy trì sự trung thành từ phía độc giả.

Thứ tám, tăng cường giáo dục và đào tạo phóng viên về kỹ năng số. Việc đào tạo đội ngũ phóng viên và biên tập viên có khả năng sản xuất nội dung đa phương tiện và hiểu biết về các công cụ số là vô cùng quan trọng. Các phóng viên cần được trang bị các kỹ năng mới để có thể tạo ra các sản phẩm nội dung sáng tạo, hấp dẫn và tương thích với các xu hướng tiêu dùng thông tin hiện đại.

Thứ chín, mở rộng thị trường quốc tế. Một chiến lược lâu dài cho các báo mạng điện tử tại Việt Nam là mở rộng thị trường ra quốc tế. Việc tạo ra các phiên bản tiếng Anh hoặc các ngôn ngữ khác sẽ giúp các cơ quan báo chí thu hút độc giả quốc tế, từ đó gia tăng nguồn thu từ các hợp tác quảng cáo quốc tế.

Như vậy, phát triển nguồn thu cho các cơ quan báo mạng điện tử ở Việt Nam hiện nay là một quá trình đầy thách thức, nhưng cũng chứa đựng nhiều cơ hội. Việc tối ưu hóa các nguồn thu từ quảng cáo trực tuyến, mô hình trả phí và hợp tác với các đối tác bên ngoài sẽ là những yếu tố then chốt giúp các cơ quan báo chí duy trì sự phát triển bền vững trong tương lai. Để thực hiện điều này, các cơ quan báo chí cần không ngừng đổi mới mô hình kinh doanh, sáng tạo trong việc xây dựng nội dung và áp dụng các công nghệ mới vào hoạt động của mình.

Tài liệu Tham khảo:

1. Nguyễn Thị Trường Giang (2020), *Giáo trình tác phẩm báo mạng điện tử*, Nxb Thông tin truyền thông.
2. Đỗ Thị Thu Hằng (2011), *Mô hình hoạt động của công ty truyền thông ở nước ta hiện nay*, Đề tài khoa học cơ sở trọng điểm 2011, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
3. Đỗ Thị Thu Hằng (2016), *Quy trình tổ chức sản xuất sản phẩm truyền thông trong môi trường truyền thông số hiện nay*, Đề tài khoa học cấp cơ sở, Học viện Báo chí và Tuyên truyền.
4. Đinh Thị Thúy Hằng (2008), *Báo chí thế giới - Xu hướng phát triển*, Nxb Thông tấn, Hà Nội.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/thuc-trang-va-giai-phap-tao-nguon-thu-cho-bao-mang-dien-tu-o-viet-nam>