

Báo chí & Doanh nghiệp: Tin cậy, nương tựa và tôn trọng nhau

14:24 30/07/2016

Tác giả: Thái Sơn

Báo chí vừa là người bạn đồng hành thân thiết, vừa là cầu nối hữu hiệu giữa doanh nghiệp và cộng đồng. Doanh nghiệp là một trong những đối tượng phản ánh không thể thiếu của báo chí, đồng thời cũng là một đối tượng độc giả đặc biệt của báo chí.

Doanh nghiệp ăn nên làm ra thì báo chí cũng có thêm điều kiện phát triển. Để là rõ hơn về mối quan hệ này, tạp chí Người Làm Báo đã có cuộc gặp gỡ, trò chuyện với chuyên gia tư vấn Đỗ Thanh Năm, giám đốc công ty tư vấn và hỗ trợ chiến lược Win-Win.

Là doanh nhân, ông nhìn nhận thế nào về vai trò của báo chí đối với doanh nghiệp?

Mục tiêu của báo chí không chỉ là cung cấp một thông tin đa dạng, phong phú, chính xác cho cộng đồng, mà còn cảnh báo, phản biện với nhiều nội dung liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Trong một số trường hợp, báo chí giúp doanh nghiệp nhận ra những non kém, thiếu sót để khắc phục, sửa chữa, tiếp tục vươn lên trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Theo tôi, bất cứ một doanh nghiệp nào cũng cần có một thông tin chính xác và đầy đủ để hoạch định một chiến lược, chính sách kinh doanh đúng. Nhiều tờ báo, nhà báo luôn sát cánh cùng các chuyên gia kinh tế theo dõi, phân tích tình hình kinh tế để kịp thời đưa ra những dự báo, giúp các doanh nghiệp lựa chọn được đường hướng kinh doanh đúng đắn. Cộng đồng doanh nghiệp rất biết ơn họ.

Đấy là những giá trị mà báo chí đã mang lại cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, cũng có những nhà báo "sách nhiễu" doanh nghiệp. Ông suy nghĩ sao về việc này?

Đúng là "một con sâu là rầu nồi canh". Thời gian qua, mối quan hệ doanh nghiệp và báo chí cũng bộc lộ một số bất cập, thậm chí bức xúc, dẫn đến việc thông tin chưa chuẩn xác trên báo chí gây ảnh hưởng đến lợi ích của doanh nghiệp. Nguyên nhân chính của tình trạng này là: thứ nhất, nhiều doanh nghiệp chưa chủ động cung cấp thông tin cho báo chí, cơ chế phát ngôn chưa định hình, thống nhất đặc biệt khi doanh nghiệp gặp khó khăn, va vấp; thứ hai, một vài nhà báo lợi dụng vai

trò giám sát, phản biện xã hội của mình để phê bình vô căn cứ, thổi phồng quá mức sự việc để đe dọa, tống tiền doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây chỉ là con số rất nhỏ mà thôi.

Là một doanh nghiệp, ông đã có những biện pháp nào để ngăn ngừa những hiện tượng nêu trên?

Công ty tư vấn Win-Win luôn công khai mọi hoạt động của mình trên mọi phương tiện truyền thông để khách hàng, cộng đồng, cán bộ nhân viên đều hiểu. Ngay từ ngày thành lập, chúng tôi đã có một sứ mệnh, một tầm nhìn, một triết lý kinh doanh rõ ràng. Dựa trên những giá trị và chuẩn mực hành vi chúng tôi sẽ hành xử. Nếu báo chí cần thông tin nào về công ty, chúng tôi cung cấp đầy đủ, chính xác, kịp thời. Chúng tôi hiểu báo chí và tạo mọi điều kiện để báo chí hiểu chúng tôi. Có hiểu nhau thì mới trở thành bạn tốt của nhau được.

Trong thời gian qua, báo chí giúp gì cho công ty của ông?

Biết sống cho người khác là biết sống cho bản thân mình. Thông qua báo chí, tôi đã chia sẻ những mô hình quản lý mới, chiến lược mới theo từng giai đoạn cũng như những kinh nghiệm vận hành thành công một chiến lược, một mô hình kinh doanh. Thông qua các bài báo, các doanh nghiệp đánh giá cao năng lực của Win-Win, và họ mời Win-Win tư vấn.

Được biết, ông là cộng tác viên thường xuyên cho nhiều tờ báo kinh tế, ông nhận xét thế nào vai trò của doanh nghiệp trong việc "đồng hành cùng báo chí"?

Hoạt động của doanh nghiệp, của doanh nhân là đối tượng để báo chí phản ánh, là một trong những chủ đề lớn, có nội dung phong phú, thu hút sự quan tâm của công chúng thông qua báo chí. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp luôn có nhu cầu được các cơ quan báo chí, nhà báo quan tâm, tuyên truyền cổ vũ để có thể quảng bá sản phẩm, phát triển thương hiệu hay tìm kiếm những cơ hội làm ăn, hợp tác mới. Làm thế nào để hài hòa lợi ích của 2 bên trên cơ sở tuân thủ luật pháp và vì lợi ích của cộng đồng, đó là lúc báo chí và doanh nghiệp đồng hành với nhau.

Cần làm gì để mối quan hệ giữa báo chí và doanh nghiệp trở nên tốt đẹp hơn?

Mối quan hệ thân thiết giữa doanh nghiệp và báo chí là một đòi hỏi tất yếu. Nó thể hiện qua tính xác thực và độ tin cậy của thông tin, là sự tương hỗ hai chiều: doanh nghiệp cần báo chí và báo chí cũng cần doanh nghiệp chứ không phải là sự xin - cho. Doanh nghiệp luôn cần đến báo chí để thu thập thông tin, nắm bắt tình hình, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của mình. Ngược lại, báo chí cũng cần đến doanh nghiệp để có đối tượng phản ánh, thu thập thông tin.

Trong công cuộc Việt Nam chấn hưng kinh tế và bước ra thế giới, không thể thiếu sự kết hợp chặt chẽ, nhịp nhàng của hai lực lượng này. Để làm được điều này, giữa báo chí và doanh nghiệp cần phải cởi mở hơn nữa với nhau, đặc biệt là phải tin cậy, nương tựa, tôn trọng nhau vì một lợi ích chung của cộng đồng. Doanh nghiệp cần cung cấp thông tin chính xác và báo giới cần khách quan và linh hoạt trong việc đưa thông tin chính xác ra công chúng.

Hoạt động của doanh nghiệp và báo chí gặp nhau ở mục tiêu cao cả là làm cho mục tiêu phát triển kinh tế, đưa nước ta trở thành một nước công nghiệp sớm trở thành hiện thực. Để làm được điều này, báo chí phải tiếp cận và nhờ đến sự hỗ trợ từ doanh nghiệp để phục vụ lại doanh nghiệp.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/ba-o-chi-amp-doanh-nghie-p-tin-cay-nuong-tua-va-ton-trong-nhau>