Logo Logo not found or type unknown

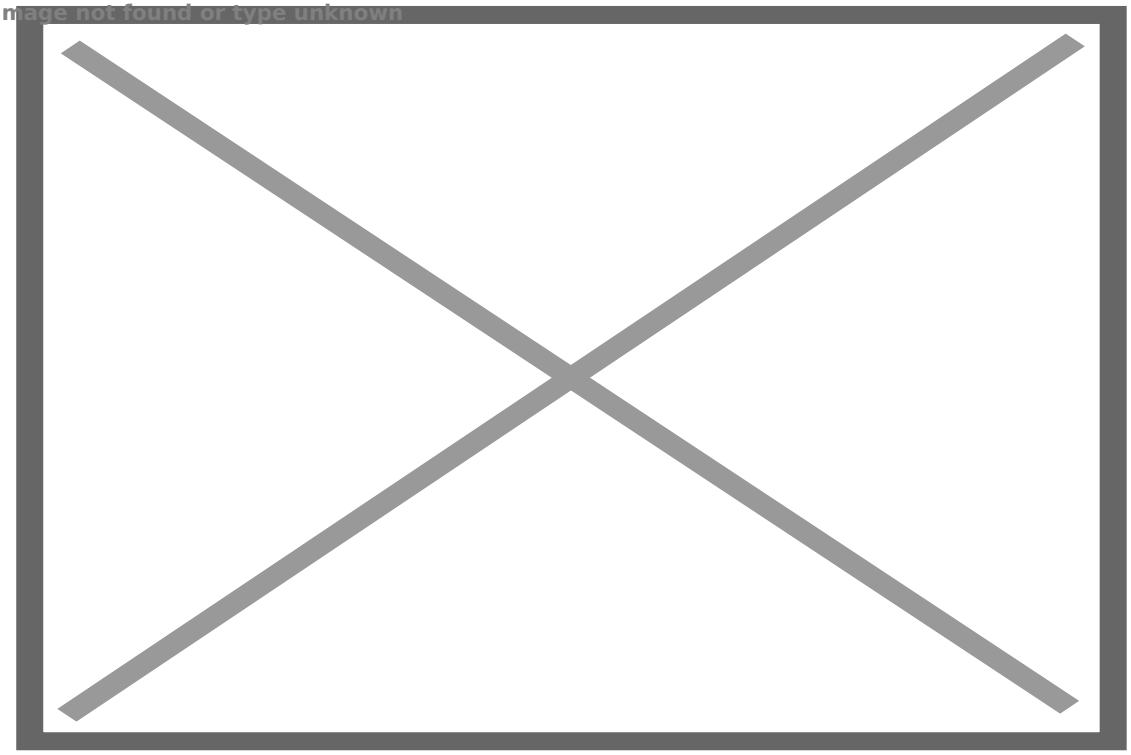
# Truyền thông doanh nghiệp thu hút vốn đầu tư nước ngoài ở tỉnh Bình Dương

17:28 23/04/2022

Tác giả: Thế Anh

**Nhiều năm qua, Bình Dương luôn nằm trong danh sách những địa phương thu hút đầu tư các doanh nghiệp FDI nhiều nhất nước. Bên cạnh việc quan tâm hỗ trợ cho sự phát triển doanh nghiệp đầu tư thông qua cải thiện môi trường đầu tư, nâng cao năng lực cạnh tranh, áp dụng khoa học công nghệ đơn giản hóa thủ tục hành chính, Bình Dương còn áp dụng nhiều mô hình truyền thông quảng bá thương hiệu hình ảnh các Khu công nghiệp (KCN) trên địa bàn tỉnh thông qua Ban Quản lý (BQL) các KCN tỉnh.**

Image not found or type unknown



*Để làm chủ hoạt động truyền thông, doanh nghiệp cần có chiến lược bài bản_Ảnh:TL*

**Vai trò của truyền thông**

Truyền thông trong tổ chức hay doanh nghiệp là tập hợp tất cả các hoạt động tuyên truyền, truyền tải thông tin xuất phát từ doanh nghiệp đến các đối tượng khác nhau như công chúng, khách hàng tiềm năng, đối tác, đối thủ cạnh tranh... và cả nhân viên trong doanh nghiệp đó. Truyền thông tổ chức hay truyền thông doanh nghiệp có hai bộ phận chính tương ứng với hai mục đích khác nhau. Một là, quảng bá hình ảnh, thương hiệu, hoặc các sản phẩm, dịch vụ thuộc sở hữu của đơn vị đó tới

công chúng bên ngoài nhằm xây dựng mối quan hệ tin cậy giữa doanh nghiệp và công chúng. Hai là, truyền tải thông điệp, thông tin chính thống từ phía đại diện doanh nghiệp tới chính toàn thể cán bộ nhân viên trong nội bộ nhằm xây dựng mối quan hệ gắn bó, gắn kết, yêu thương từng cá nhân vào bức tranh chung của tập thể. Hai bộ phận đó lần lượt được gọi tên là truyền thông bên ngoài và truyền thông nội bộ.

Truyền thông có ảnh hưởng rất lớn đến mọi vấn đề của xã hội. Truyền thông tác động đến nhận thức của công chúng, từ nhận thức sẽ tác động đến hành động và ứng xử của công chúng. Khi mà một ứng xử của công chúng được lặp đi lặp lại sẽ thành nề nếp, tập quán cuối cùng trở thành những chuẩn mực của xã hội.

Nhờ đến truyền thông mà những vấn đề này được xã hội chấp nhận và lan truyền nhanh trong công chúng. Nhờ truyền thông mà doanh nghiệp có thể quảng bá sản phẩm và dịch vụ, giúp người mua nhận biết và sử dụng sản phẩm và dịch vụ. Truyền thông cũng tạo ra nhu cầu tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ, giúp các công ty tạo công ăn việc làm cho nhiều người, giúp kinh tế phát triển.

Truyền thông góp phần giúp doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, mang sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp tiếp cận gần hơn với những khách hàng tiềm năng. Từ đó gia tăng tỷ lệ chuyển đổi: thu hút khách hàng biết tới, quan tâm và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp. Do đó, doanh nghiệp cần xây dựng thông điệp truyền thông phù hợp để đạt được hiệu quả truyền thông cao nhất. Bản chất của hoạt động truyền thông là chuỗi các hành động được hoạch định có chủ ý để cải thiện cái nhìn của khách hàng về một tổ chức, một doanh nghiệp, triển khai phát hành thông tin tới giới truyền thông và lôi kéo sự chú ý của họ. Tổ chức, doanh nghiệp thực hiện truyền thông phải có khả năng thuyết phục, biết cách tạo sức ảnh hưởng của thương hiệu đến công chúng. Mặc dù hiệu quả đạt được không dễ đo lường, nhưng việc tạo ra hình ảnh riêng và tăng thiện ý từ phía khách hàng, công chúng là những kết quả cuối cùng mà thương hiệu của bạn mong đợi.

**Khảo sát tại Ban quản lý các Khu công nghiệp Bình Dương**

Có thể thấy, dù ở cấp chính quyền nào hay ở bất kỳ cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp nào cũng cần thiết phải đề cao vai trò của hoạt động truyền thông trong hoạt động của tổ chức. Thực tế, hoạt động truyền không chỉ góp phần là công cụ đắc lực để quản lý bộ máy nhà nước hay tổ chức, doanh nghiệp một cách hiệu quả theo hướng dân chủ và minh bạch mà còn góp phần xây dựng mối quan hệ tốt đẹp, tạo dựng uy tín giữa tổ chức tới người dân và các nhóm công chúng. Tuy

nhiên, trong khi hoạt động truyền thông ở Việt Nam đang từng bước trưởng thành và mục tiêu đi vào chuyên nghiệp hóa, thì hoạt động truyền thông tại các cơ quan nhà nước nói chung và tại các doanh nghiệp nói riêng vẫn chưa được chú trọng đúng mức. Thời gian qua, Ban Quản lý các Khu công nghiệp Bình Dương đã và đang thực hiện tổng thể các hoạt động truyền thông nội bộ, truyền thông với cơ quan quản lý Nhà nước, truyền thông với các cơ quan báo chí, khách hàng, đối tác (Chủ đầu tư, doanh nghiệp và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của Khu công nghiệp), cộng đồng xã hội trong và ngoài nước.

Sử dụng các phương pháp truyền thông hiện đại như: xây dựng trang Website, Fanpage… tiếp cận gần hơn với công chúng và bước đầu đã thu được những kết quả khả quan. Hiện tại trang Website của Ban quản lý đã thu hút được hơn 15,5 triệu lượt truy cập, còn trang Fanpage cũng thu hút hàng nghìn người xem, yêu thích. Số lượt truy cập vào các trang Website, Fanpage của Ban quản lý các KCN chưa tương xứng với giá trị vốn có… Do đó, để các KCN phát huy hết giá trị của mình, xứng đáng là nơi đầu tư làm ăn lý tưởng của tỉnh đã được UBND tỉnh Bình Dương công nhận đòi hỏi công tác truyền thông cần phải được đổi mới và có những giải pháp phù hợp với hoạt động của đơn vị, có thể rút ra một số vấn đề sau:

*Thứ nhất*, xây dựng và duy trì trang Web để đăng tải những tin tức, sự kiện có liên quan đến hoạt động của Ban Quản lý các KCN. Trang Web được thiết kế giao diện tiếng Việt và tiếng Anh để phù hợp với các đối tượng trong và ngoài nước;

*Thứ hai*, xuất bản các ấn phẩm như: Đặc san Ban quản lý các KCN (định kỳ 1 số/quý); Báo cáo thường niên (1 năm 1 số);

*Thứ ba*, phối hợp với các cơ quan báo chí ở Trung ương trên cơ sở các hợp đồng/thỏa thuận hợp tác truyền thông để thực hiện thông tin tuyên truyền. Các hình thức truyền thông thông qua phối hợp với cơ quan báo chí được thực hiện gồm: - Tổ chức họp báo khi có các sự kiện lớn như: Kỷ niệm Ngày thành lập, tổng kết chương trình/chính sách đầu tư… để cung cấp thông tin và trả lời những nội dung thông tin báo chí quan tâm;

- Gửi thông cáo/thông tin báo chí về các sự kiện, các chính sách mới được ban hành… để các cơ quan báo chí đăng tải trên các ấn phẩm báo viết, bản tin phát thanh, truyền hình…;

- Tổ chức cho phóng viên báo, đài đi thực tế cơ sở để lấy tư liệu, xây dựng tin bài, phóng sự… để phát trên kênh phát thanh, truyền hình, báo in, báo điện tử;

- Phối hợp sản xuất các chương trình phát thanh, truyền hình phát sóng trên đài phát thanh, truyền hình ở Trung ương và các tỉnh, thành phố; các tác phẩm để đăng tải trên báo giấy, báo điện tử; sản xuất phim tài liệu, phóng sự nhân các sự kiện lớn của KCN, như: Kỷ niệm 10 năm, Hội nghị Thi đua yêu nước, Đại hội Đảng bộ…

*Thứ tư*, tổ chức các hình thức tuyên truyền tại các doanh nghiệp, các diễn đàn kinh tế, phối hợp với chính quyền các cấp tuyên truyền qua hệ thống loa phát thanh của địa phương; phát tờ rơi…

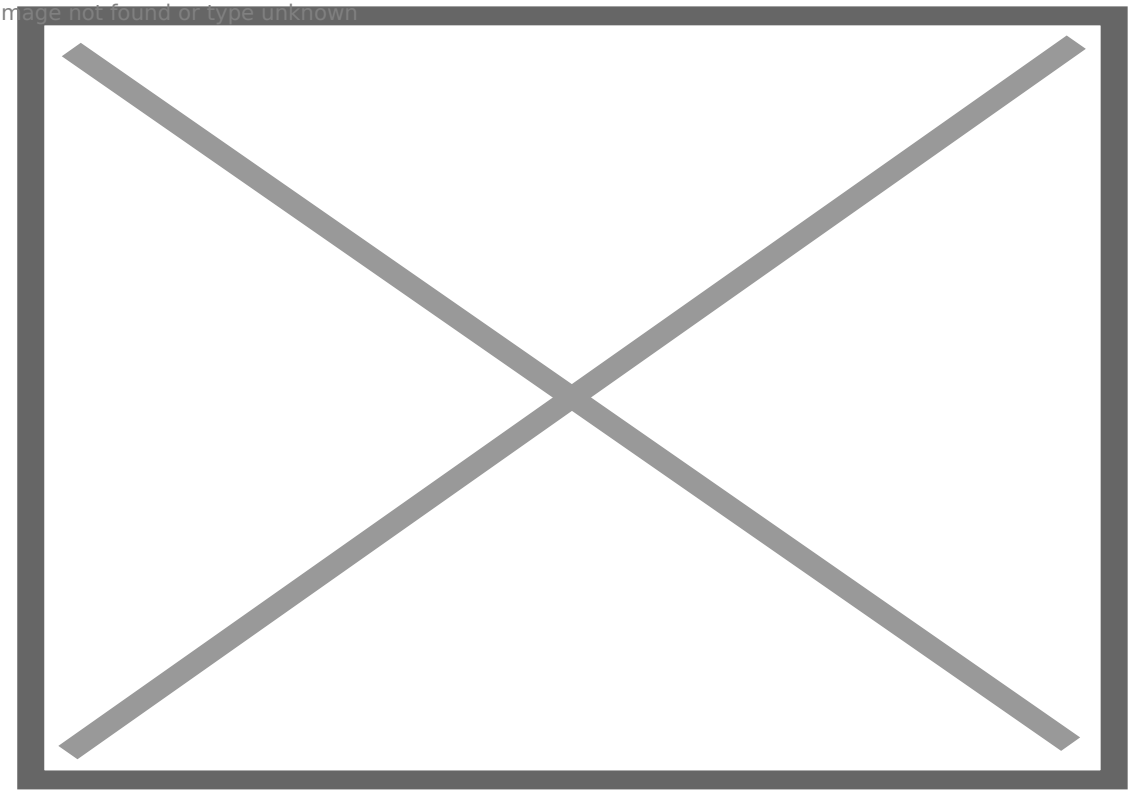
*Thứ năm*, báo cáo trực tiếp hoặc gửi báo cáo định kỳ về hoạt động của KCN đến các cơ quan Nhà nước có liên quan (Văn phòng Trung ương Đảng, Quốc hội, Chính phủ, các Bộ ngành…), Hội đồng quản trị, Ban đại diện HĐQT các cấp.

*Thứ sáu*, giữ mối liên hệ thường xuyên đối với Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh/thành phố; Hội đồng nhân dân các cấp để kịp thời nắm bắt, xử lý thông tin. Thông qua việc trả lời ý kiến cử tri cũng đồng thời là thực hiện công tác thông tin tuyên truyền về chính sách thu hút đầu tư và hoạt động của các KCN.

*Thứ bảy*, sử dụng phần mềm quản lý văn bản điện tử để nhanh chóng chuyển đi các văn bản, quy trình, quy chế nghiệp vụ, nội quy, công điện… để tạo sự thống nhất trong cách hiểu, cách thực hiện đối với các đơn vị trong toàn hệ thống. Sử dụng hệ thống diễn đàn trên trang Web. Tổ chức đối thoại trực tiếp với người lao động để giải tỏa những vướng mắc…

*Thứ tám*, thông qua chiến lược xúc tiến, Ban quản lý các KCN thông tin cho khách hàng tiềm năng biết được những lợi thế của sản phẩm. Do vậy, chiến lược xúc tiến giúp doanh nghiệp tăng doanh số của các sản phẩm hiện tại, tạo ra sự nhận biết và ưa thích của khách hàng đối với sản phẩm mới, và xây dựng một hình ảnh tốt đẹp về doanh nghiệp. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần phải kết hợp chiến lược xúc tiến với các thành tố khác của Marketing hỗn hợp để tạo ra hiệu quả tổng hợp. Xúc tiến cũng giúp cho doanh nghiệp quảng bá thương hiệu.

Image not found or type unknown



*Ảnh minh họa*

**Giải pháp về truyền thông**

Để đẩy mạnh công tác truyền thông doanh nghiệp, trong thời gian tới, Ban quản lý các KCN cần hoàn thiện mô hình chiến lược về truyền thông hình ảnh các KCN bao gồm:

*Một là*, xác định rõ chủ thể của chiến lược truyền thông xây dựng hình ảnh các KCN được đặt dưới sự lãnh đạo và chỉ đạo của Tỉnh ủy, UBND tỉnh Bình Dương (có các cơ quan đơn vị chức năng trực thuộc làm tham mưu và triển khai hoạt động cụ thể, có cơ quan thường trực) theo một đường hướng thống nhất mang tính lâu dài và bền vững. Trong đó, đối với mỗi giai đoạn cần xác định các mục tiêu cụ thể ngắn hạn. Chủ thể của chiến lược truyền thông luôn bám sát thực tế và giúp lãnh đạo hoàn thiện các chính sách mang tính bao quát cho quá trình truyền thông. Mục tiêu thu hút các doanh nghiệp FDI đến với các KCN Bình Dương luôn gắn kết với mục tiêu thu hút nguồn lực đầu tư phát triển toàn diện của tỉnh trong suốt quá trình thực hiện các chiến dịch truyền thông.

*Hai là,* nội dung truyền thông cần xác định rõ vấn đề hình ảnh Bình Dương và các KCN gắn với hình ảnh của một tỉnh năng động, nhiều hoa thơm trái ngọt với những chiến tích lịch sử ghi vào sử sách. Hệ thống đền, chùa, di tích nổi tiếng như Chùa Hội Khánh, Nhà tù Phú Lợi… còn lưu giữ trong ca dao, văn thơ…

*Ba là,* cần một chính sách về thông tin đối ngoại của tỉnh thống nhất trong chiến lược quốc gia, trong đó có công tác thông tin quảng bá hình ảnh vùng miền rất được coi trọng. Sử dụng lực lượng báo chí, truyền thông đại chúng kết hợp với lực lượng truyền thông xã hội, truyền thông cá nhân, sử dụng các kênh tiếp cận công chúng đông đảo, hướng ra bên ngoài địa giới hành chính và bên ngoài biên giới quốc gia để chuyển tải những nội dung đã được xác định. Nắm bắt và phân loại công chúng đích của mỗi chiến dịch truyền thông cụ thể ngắn hạn và chiến lược truyền thông lâu dài.

*Bốn là*, "xây dựng mô hình truyền thông tích hợp marketing". Trong bối cảnh bùng nổ thông tin mạng xã hội, nếu chỉ sử dụng các phương pháp truyền thông cơ bản, các kênh truyền thông truyền thống, các mô hình thông tin tuyên truyền kiểu cũ sẽ khó đạt được sự tăng trưởng bùng nổ để kích cầu du lịch địa phương. Do đó, cần đa dạng hóa các hoạt động truyền thông, xây dựng hình ảnh cho địa phương.

**Trần Như Hải**

**Link bài viết:** https://nguoilambao.vn/public/truyen-thong-doanh-nghiep-thu-hut-von-dau-tu-nuoc-ngoai-o-tinh-binh-duong