



Báo chí luôn là người bạn đồng hành với DN

Một trong những thành công của kinh tế Việt Nam thời gian qua là các chủ trương, quyết sách của Chính phủ về phòng chống dịch đã được truyền thông một cách nhất quán, tạo lòng tin cho xã hội. Thời điểm dịch bệnh diễn biến phức tạp, nhiều DN đã cập nhật thông tin trên báo chí để đưa ra kế hoạch sản xuất kinh doanh phù hợp.

► Thanh Loan

Khẳng định thêm về vấn đề này, ông Hoàng Tùng, chủ chuỗi cửa hàng PizzaHome cho biết, thời gian qua, báo chí đã hỗ trợ rất tốt cho DN, nhất là trong những giai đoạn xảy ra dịch Covid-19. Thông qua các tin, bài về kinh nghiệm vượt khó như cách marketing mới, chuyên đổi kênh bán hàng... được cập nhật liên tục trên các phương tiện truyền thông mà nhiều DN đã lường trước những khó khăn để chủ động nắm bắt và chuyển đổi trạng thái hoạt động cho phù hợp. Chưa kể, báo chí đã thể hiện tốt vai trò gắn kết DN với người tiêu dùng. Đơn cử các đợt giải cứu nông sản, kết nối giao thương, xúc tiến thị trường trực tuyến... đều được báo chí ghi nhận và truyền tải kịp thời, hỗ trợ hiệu quả về đầu ra cho các DN, cơ sở sản xuất trong bối cảnh bị cách ly hay giãn cách xã hội. Không những thế, những mong mỏi của DN về cơ chế chính sách đã được các cơ quan báo chí phản ánh kịp thời đến các ban ngành chức năng để có giải pháp tháo gỡ, giúp DN có được môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng, minh bạch.

Đồng quan điểm, bà Lê Thanh Lâm, Phó Tổng giám đốc Công ty Sài Gòn Food nhận định, chính nhờ những bài báo ghi nhận nỗ lực vừa chống dịch vừa phát triển kinh tế đã tiếp thêm cho DN sức mạnh để tăng cường sản xuất phục vụ người tiêu dùng. Điều này đã tạo động lực không chỉ cho Sài Gòn Food nói riêng, mà còn cho cộng đồng DN nói chung cố gắng để vượt qua đại dịch. Hơn thế, thời gian qua, nhiều tờ báo đã tạo được kênh kết nối từ thiện để ủng hộ bà con bị ảnh hưởng nặng nề trong đại dịch Covid-19. Thông qua đó, các DN, doanh

nhân đã tích cực chung tay hưởng ứng các hoạt động thiện nguyện cho cộng đồng, hỗ trợ và giúp đỡ người nghèo vượt qua thiên tai, dịch bệnh.

Không chỉ dừng lại ở đó, nhiều DN cũng cho rằng, quan trọng hơn hiện nay là báo chí giống như một kênh tiếp thị hoạt động của DN. Theo đó, báo chí giúp DN quảng bá thương hiệu, sản phẩm; tiếp cận thị trường tốt hơn. Đặc biệt, thông qua các thông tin trên báo chí, Chính phủ và các cơ quan nhà nước lắng nghe ý kiến DN, từ việc phản biện đến thực hiện chủ trương, chính sách, góp phần hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động của DN.

Có thể thấy, để cổ vũ sản xuất, kinh doanh, DN luôn cần đến báo chí và ngược lại, các đề tài về kinh tế, doanh nhân, DN sẽ mang lại sự phong phú, hấp dẫn cho nội dung của tờ báo. Quan trọng hơn cả là sự chân thành, cởi mở, chủ động của cả báo chí và DN trong việc hợp tác, chia sẻ thông tin trên tinh thần bình đẳng, tôn trọng lẫn nhau. Theo đó, người làm báo cần nâng cao kiến thức, hiểu biết về kinh tế thị trường, về pháp luật... để đưa tin, viết bài chính xác, nhất là những vấn đề nhạy cảm liên quan đến lợi ích của từng DN và lợi ích quốc gia. Về phía DN cũng cần chủ động cung cấp thông tin cho báo chí tốt hơn, thường xuyên hơn, góp phần tạo nên những bài viết giá trị, góp phần quan trọng trong việc tạo nên những thương hiệu, sản phẩm Việt ■



Phòng viên tác nghiệp mùa dịch Covid-19

Ảnh: Q. Vinh