

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA
HỒ CHÍ MINH

HỌC VIỆN BÁO CHÍ VÀ TUYÊN TRUYỀN

NGUYỄN ANH TUẤN

ẢNH HƯỞNG CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI NÂNG CAO
NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG TẠI CÁC DOANH NGHIỆP
NHỎ VÀ VỪA VIỆT NAM

Ngành: Báo chí học

Mã số: 9320101

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ
BÁO CHÍ HỌC

Hà Nội - 2023

**Công trình được hoàn thành tại:
Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

Người hướng dẫn khoa học:

- 1. PGS, TS. Nguyễn Thị Trường Giang**
- 2. PGS, TS. Phạm Xuân Hảo**

Phản biện 1: PGS, TS. Đỗ Thị Thu Hằng

Phản biện 2: PGS, TS. Nguyễn Thành Lợi

Phản biện 3: PGS, TS. Đinh Thị Thu Hằng

L luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp trường

Họp tại: Học viện Báo chí và Tuyên truyền

Vào hồi: 14 giờ 00 ngày 22 tháng 12 năm 2023

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam**
- Trung tâm Thông tin khoa học, Học viện Báo chí và Tuyên truyền**

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong quá trình phát triển của xã hội, báo chí đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hiện đại. Mặc dù có sự bùng nổ của các mạng xã hội thời gian qua, nhưng báo chí vẫn giữ vị thế không thể thay thế là nguồn thông tin tin cậy đối với công chúng. Với nền tảng chuyên nghiệp và tiêu chuẩn chất lượng thông tin cao, báo chí đảm bảo cung cấp những thông tin chính xác, kịp thời và đa chiều về các sự kiện, vấn đề kinh tế, xã hội, chính trị và văn hóa. Vai trò của báo chí không chỉ giới hạn ở việc cung cấp thông tin mà còn có ảnh hưởng đến phát triển của các doanh nghiệp qua giới thiệu các thông tin cơ hội kinh doanh, thị trường, sản phẩm...

Năng suất lao động (NSLĐ) là khái niệm quan trọng trong lĩnh vực kinh tế và quản lý, dùng để đo mức độ hiệu quả mà người lao động (NLĐ) thực hiện công việc và sản xuất hàng hóa, dịch vụ trong một đơn vị thời gian. Đối với doanh nghiệp, NSLĐ là nền tảng thiết yếu để nâng cao khả năng cạnh tranh, hiệu quả hoạt động và là cơ sở quan trọng để tăng thu nhập, cải thiện phúc lợi xã hội và nâng cao chất lượng sống cho NLĐ. Với số lượng chiếm tới 98,1% tổng số doanh nghiệp trên cả nước, doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) là nguồn cung cấp phần lớn việc làm cho NLĐ, đồng thời đóng góp đáng kể vào GDP của cả nước. Thúc đẩy nâng cao NSLĐ tại DNNVV có ý nghĩa quan trọng đối với nâng cao NSLĐ xã hội của nước ta.

Báo cáo của Tổ chức Năng suất Châu Á (APO) về nâng cao NSLĐ của nhiều nước khu vực châu Á cho thấy, báo chí có vai trò quan trọng đối với nhận thức, thái độ và hành vi cụ thể của doanh nghiệp. Báo, phát thanh, truyền hình có thể tiếp cận tới mọi gia đình, vì vậy báo chí phải trở thành một đối tác quan trọng trong chiến lược nâng cao NSLĐ của quốc gia.

Để cung cấp cơ sở khoa học về hoạt động báo chí với nâng cao NSLĐ của doanh nghiệp, tác giả đã chọn đề tài nghiên cứu về ***“Ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam”***. Kết quả nghiên cứu dự kiến góp phần làm sáng tỏ rõ hơn về tác động lý thuyết và thực tế của báo chí đối nâng cao NSLĐ tại DNNVV và là nguồn dữ liệu hữu ích để nâng cao vai trò của báo chí trong phát triển kinh tế.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Xác định được các yếu tố ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV; khảo sát, phân tích thực trạng ảnh hưởng của báo chí đến nâng cao NSLĐ; từ đó đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV Việt Nam.

2.2. *Nhiệm vụ nghiên cứu*

- Tổng hợp và phân tích các nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV để xác định vấn đề nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu của đề tài;

- Làm rõ mối liên hệ, cơ sở ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV và xác định tiêu chí đánh giá ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ;

- Tiến hành phân tích tác phẩm đại diện 04 loại hình báo chí (báo in, phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử) để xác định thực trạng thông tin liên quan nâng cao NSLĐ trên báo chí; khảo sát DNNVV đại diện, kết hợp với phỏng vấn chuyên sâu để xác định việc tiếp nhận, sử dụng và ảnh hưởng của thông tin trên báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV hiện nay;

- Xác định những vấn đề đặt ra đối với công tác thông tin về nâng cao NSLĐ trên báo chí và đề xuất giải pháp tăng cường ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. *Đối tượng nghiên cứu*

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV.

3.2. *Phạm vi nghiên cứu*

- Nghiên cứu tập trung vào các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và quy mô vừa tại các khu vực: Đồng bằng sông Hồng, Đông Nam Bộ, Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung, đối với cả 3 khu vực kinh tế: Công nghiệp - Xây dựng, Dịch vụ và Nông, Lâm nghiệp và Thủy sản;

- Đối với báo chí: phân tích thông tin liên quan nâng cao NSLĐ trên 04 loại hình báo: Báo Đầu tư, Đài Tiếng nói Việt Nam (khảo sát kênh VOV1), Đài Truyền hình Việt Nam (khảo sát kênh VTV1) và Báo Tuổi Trẻ Online;

- Về ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ, do đề tài nghiên cứu về nâng cao NSLĐ, vì vậy sẽ tập trung xem xét những khía cạnh có tác động nâng cao NSLĐ tại DNNVV (kể cả những thông tin báo chí phản ánh tiêu cực, phản biện... nhưng có tác dụng cảnh báo, giúp DNNVV có biện pháp hạn chế, phòng ngừa góp phần nâng cao NSLĐ).

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. *Cơ sở lý luận*

Các lý thuyết về ảnh hưởng của báo chí, truyền thông; lý thuyết về yếu tố ảnh hưởng đối với NSLĐ và quá trình nâng cao NSLĐ; chủ trương, chính

sách của Đảng và Nhà nước về tăng cường vai trò của báo chí trong phát triển kinh tế - xã hội và vai trò thông tin về nâng cao NSLĐ của báo chí.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp phân tích nội dung*: tìm kiếm và hệ thống các tài liệu trong và ngoài nước để phân tích, xác định vấn đề nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu của đề tài; xây dựng bảng mã để phân tích nội dung, hình thức, tần suất thông tin có nội dung liên quan nâng cao NSLĐ trên báo chí;

- *Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi - Anket*: nhằm thu thập ý kiến đánh giá từ lãnh đạo, cán bộ quản lý DNNVV về việc tiếp nhận thông tin từ báo chí; học hỏi, vận dụng thông tin vào hoạt động thực tế và ảnh hưởng của thông tin báo chí đối với nâng cao NSLĐ. Nội dung khảo sát DNNVV được xây dựng từ các giả thuyết nghiên cứu và tiêu chí đánh giá ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại doanh nghiệp. Sử dụng công thức của Yamane Taro để tính cỡ mẫu khảo sát là 300 DNNVV. Doanh nghiệp chọn theo các tiêu chí: quy mô doanh nghiệp: doanh nghiệp nhỏ 51%, doanh nghiệp vừa 49%; vùng miền: Đồng bằng sông Hồng 44,3%; Đông Nam Bộ chiếm 35,3%; Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung 8,0%; khu vực khác 12,3%; khu vực kinh tế: CN-XD 49,0%, Dịch vụ: 27,3% và NLN-TS 23,7%. Có 75 người trả lời là Chủ tịch/Giám đốc/Tổng giám đốc; 45 người là Phó giám đốc, Phó Tổng giám đốc và 180 người là phụ trách các phòng ban;

- *Phương pháp phỏng vấn sâu*: dùng để trao đổi, phỏng vấn lãnh đạo DNNVV và nhà báo, lãnh đạo quản lý cơ quan báo chí để có cái nhìn chi tiết và toàn diện hơn về mối quan hệ giữa báo chí và nâng cao NSLĐ tại các DNNVV. 20 DNNVV và nhà báo từ 12 cơ quan báo thuộc 4 loại hình báo chí được phỏng vấn theo các nội dung Phụ lục 3 và Phụ lục 4 của Luận án.

- *Phương pháp phân tích thống kê*: SPSS, Excel được sử dụng để xử lý và phân tích dữ liệu, từ đó tìm ra mối liên hệ, xu hướng và mức độ ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV;

- *Phương pháp phân tích hệ thống*: nhằm tìm hiểu mối liên hệ, tương tác giữa báo chí với việc tạo ra nhận thức, thái độ và tác động đến hành vi, từ đó dẫn tới những thay đổi, tác động tới nâng cao NSLĐ tại DNNVV.

5. Câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên tổng quan về tình hình nghiên cứu và cơ sở ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV, đề tài “Ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam” xác định các câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu như sau:

+) *Câu hỏi 1*: Liệu báo chí có vai trò hỗ trợ nâng cao NSLĐ tại DNNVV của Việt Nam hay không? 02 giả thuyết được xây dựng cho câu hỏi này

gồm: 1. Báo chí thường xuyên phản ánh thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ của DNNVV; 2. DNNVV tiếp nhận được các thông tin có nội dung liên quan tới nâng cao NSLĐ từ báo chí và có học hỏi, vận dụng vào hoạt động SX-KD của doanh nghiệp.

+) Câu hỏi 2: *Ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ của DNNVV hiện nay như thế nào?* 03 giả thuyết được xây dựng cho câu hỏi này gồm: 3. Thông tin trên báo chí giúp DNNVV cải thiện nhận thức, hiểu biết về NSLĐ, đồng thời truyền cảm hứng, tạo động lực và mong muốn nâng cao NSLĐ; 4. Sự tăng cường nhận thức, hiểu biết và việc được truyền cảm hứng, động lực từ báo chí thúc đẩy triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV; 5. Thông tin tích cực về sản phẩm và doanh nghiệp được đăng tải trên báo chí làm tăng thêm số lượng bán và giá trị bán sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp.

+) Câu hỏi 3: *Cần có giải pháp gì để tăng cường ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV Việt Nam?* câu hỏi này hướng tới đề xuất được những giải pháp có tính sáng tạo, phù hợp với thực tế hoạt động báo chí và nhu cầu thông tin về nâng cao NSLĐ của DNNVV. Vì vậy không xây dựng giả thuyết cố định trước nhằm tạo cơ hội tự do khám phá và phát triển những giải pháp mà không bị ràng buộc bởi các giả thuyết cụ thể.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của đề tài

- Đề tài giúp mở rộng kiến thức và hiểu biết về mối quan hệ giữa báo chí và nâng cao NSLĐ tại DNNVV, từ đó có thể cung cấp cơ sở lý luận hữu ích cho các nghiên cứu tương tự trong tương lai;

- Nghiên cứu còn giúp hiểu rõ hơn về vai trò và tác động của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại doanh nghiệp, qua đó cung cấp thông tin hữu ích cho cơ quan quản lý, doanh nghiệp nghiên cứu giải pháp tăng cường vai trò của báo chí trong hỗ trợ hoạt động SX-KD và nâng cao NSLĐ của doanh nghiệp;

- Kết quả nghiên cứu giúp DNNVV nhận thức được tầm quan trọng của báo chí, qua đó thúc đẩy khai thác, tận dụng sức mạnh của báo chí để nâng cao hiệu quả SX-KD và quảng bá thương hiệu của doanh nghiệp.

7. Điểm mới của luận án

- Là nghiên cứu có hệ thống trên cơ sở tổng hợp các lý thuyết, mô hình hiện có, đồng thời thực hiện khảo sát thực tế tác phẩm báo chí và DNNVV về ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV Việt Nam. Các dữ liệu được thu thập và phân tích trong nghiên cứu là hoàn toàn mới, chưa từng được khám phá trước đây;

- Nghiên cứu mang đến một góc nhìn mới về nâng cao NSLĐ tại các DNNVV thông qua ảnh hưởng của thông tin báo chí, trên cơ sở xác định rõ sự tương tác giữa báo chí và nâng cao NSLĐ. Điều này thể mở ra những hướng mới về cách mà báo chí có thể đóng góp vào thúc đẩy sự phát triển của DNNVV;

- Rút ra được các kết luận mới về ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV, cụ thể: (i) Báo chí phản ánh thường xuyên và đa dạng thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ; (ii) DNNVV tiếp nhận được các thông tin có nội dung liên quan đến nâng cao NSLĐ từ báo chí và có học hỏi, vận dụng vào hoạt động SX-KD; (iii) Thông tin trên báo chí giúp DNNVV cải thiện nhận thức, hiểu biết về NSLĐ; (iv) Báo chí truyền cảm hứng, tạo động lực nâng cao NSLĐ thông qua giới thiệu các mô hình, kinh nghiệm thành công về nâng cao NSLĐ; (v) Việc tăng cường nhận thức, hiểu biết và được truyền cảm hứng, động lực từ báo chí thúc đẩy triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV; (vi) Thông tin tích cực về sản phẩm về doanh nghiệp được đăng tải trên báo chí làm tăng thêm số lượng bán và giá trị bán sản phẩm/ dịch vụ, qua đó tác động vào nâng cao NSLĐ của DNNVV.

8. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Tổng quan tình hình nghiên cứu, Tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án được kết cấu thành 04 chương.

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1. Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan tới đề tài

Phần Tổng quan đã phân tích và đánh giá những nghiên cứu quan trọng trong và ngoài nước liên quan đến đề tài nghiên cứu. Kết quả cho thấy nhiều nghiên cứu đã tập trung vào ảnh hưởng của báo chí đối với các lĩnh vực đời sống xã hội như kinh tế, chính trị, xã hội, sức khỏe và môi trường. Tuy nhiên, hiện chưa tìm được nghiên cứu đánh giá cụ thể về ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ của các doanh nghiệp.

Nhiều nghiên cứu đã tổng hợp các dạng ảnh hưởng của báo chí đối với cá nhân và thực thể xã hội sau khi tiếp xúc với thông điệp từ báo chí. Các dạng ảnh hưởng gồm: nhận thức, niềm tin, thái độ, cảm xúc, và hành vi. Sự ảnh hưởng này có thể ở nhiều cấp độ, xuất hiện ngay sau tiếp xúc hoặc dần dần trong thời gian dài. Ảnh hưởng có thể diễn ra theo cách có chủ đích hoặc không chủ đích, và có thể trực tiếp hoặc gián tiếp...

Tổng hợp các nghiên cứu cho thấy báo chí có ảnh hưởng đến hoạt động SX-KD của doanh nghiệp thông qua cung cấp thông tin, hướng dẫn thực hiện chủ trương, chính sách pháp luật của Đảng, Nhà nước; cung cấp thông

tin về thị trường, lao động, nguyên liệu, công nghệ; giới thiệu mô hình kinh doanh tiên tiến và chia sẻ những kinh nghiệm thành công. Báo chí cũng có vai trò cổ vũ, khích lệ, và tạo động lực để cải thiện hoạt động SX-KD, đồng thời góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu, sản phẩm của doanh nghiệp.

2. Đánh giá về nội dung, phương pháp nghiên cứu đã thực hiện và hướng nghiên cứu tiếp theo của đề tài

Qua các báo cáo nghiên cứu, sách, bài báo và tài liệu có liên quan trong phần tổng quan cho thấy đã có nhiều nghiên cứu khẳng định ảnh hưởng/tác động của báo chí lên nhiều mặt, khía cạnh của đời sống kinh tế, chính trị, xã hội. Trong đó nghiên cứu tổng quan đã thu thập thông tin và phân tích sâu được một số nghiên cứu điển hình: (i) Ảnh hưởng của báo chí đối với các vấn đề chính trị; (ii) Ảnh hưởng của báo chí đối với các vấn đề xã hội; (iii) Ảnh hưởng của báo chí đối với môi trường, sức khỏe; (iv) Ảnh hưởng của báo chí đối với văn hóa, giải trí và (v) Ảnh hưởng của báo chí đối với phát triển kinh tế và quảng bá sản phẩm, hoạt động của các doanh nghiệp.

Các dạng ảnh hưởng của báo chí đối với cá nhân và thực thể xã hội sau khi tiếp xúc với thông điệp từ báo chí đã được nhiều nghiên cứu chỉ ra gồm: nhận thức, niềm tin, thái độ, cảm xúc, và hành vi. Sự ảnh hưởng này có thể ở nhiều cấp độ, xuất hiện ngay sau tiếp xúc hoặc dần dần trong thời gian dài. Ảnh hưởng có thể diễn ra theo cách có chủ đích hoặc không chủ đích, và có thể trực tiếp hoặc gián tiếp, ảnh hưởng có thể quan sát dễ dàng hoặc ẩn, khó quan sát được. Ảnh hưởng có thể chỉ trong vài giây hoặc kéo dài cả đời; sự ảnh hưởng có thể là tích cực hoặc là tiêu cực; có thể hiển thị rõ ràng dưới dạng sự thay đổi hoặc chỉ củng cố cái hiện có...

Kết quả phân tích, đánh giá các nghiên cứu đã hỗ trợ đề tài trong việc xác định các vấn đề, khoảng trống và hạn chế của các nghiên cứu đã thực hiện. Từ đó định hướng được các nội dung và phương pháp nghiên cứu phù hợp cho việc thực hiện đề tài nghiên cứu. Cụ thể:

- Trong số các nghiên cứu đã tiếp cận được thì nghiên cứu về ảnh hưởng của báo chí đối với phát triển kinh tế và doanh nghiệp là chủ đề gần nhất với đề tài nghiên cứu. Nghiên cứu của đề tài cần tập trung đánh giá được ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ của doanh nghiệp;

- Các thông tin tổng hợp cho thấy báo chí có ảnh hưởng cả tích cực và tiêu cực đến hoạt động SX-KD của doanh nghiệp. Sự ảnh hưởng này ngày càng được khẳng định trong xu thế phát triển kinh tế - xã hội và thông tin – truyền thông hiện nay. Ở chiều hướng tích cực: báo chí cung cấp thông tin và hướng dẫn doanh nghiệp thực hiện các chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của nhà nước; cung cấp thông tin về thị trường, lao động, vật tư thiết bị, thị trường công nghệ, giới thiệu những mô hình, điển hình tiên

tiến trong sản xuất và kinh doanh, phổ biến các kinh nghiệm thành công hay thất bại trong quản lý, kinh doanh và áp dụng công nghệ mới, tiết kiệm chi phí trong sản xuất. Báo chí cũng giúp cổ vũ, khích lệ tinh thần, truyền cảm hứng và tạo động lực thúc đẩy nâng cao hiệu quả hoạt động SX-KD; ngoài ra, báo chí còn giúp nâng cao hình ảnh thương hiệu doanh nghiệp và sản phẩm...;

- Đã định hướng được các phương pháp, kỹ thuật được sử dụng trong các nghiên cứu, bao gồm 2 nhóm phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng. Ngoài ra, tham khảo các kỹ thuật chuyên sâu về thu thập, phân tích thông tin, dữ liệu, phương pháp nghiên cứu lý thuyết, phương pháp điều tra bằng bảng hỏi anket, thực hiện các cuộc phỏng vấn sâu... để thực hiện đề tài.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN ẢNH HƯỞNG CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI NÂNG CAO NSLĐ TẠI DNNVV

1.1. Khái niệm về ảnh hưởng của báo chí, nâng cao năng suất lao động và doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.1.1. Báo chí và nghiên cứu ảnh hưởng của báo chí

Qua tổng hợp các khái niệm cho thấy những từ khóa chính về “Báo chí” gồm: phương tiện truyền thông đại chúng như báo, tạp chí, truyền hình, phát thanh và báo mạng điện tử; thực hiện nhiệm vụ thu thập, xử lý và truyền đạt thông tin, tin tức và ý kiến đến công chúng; đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp thông tin chính xác và tin cậy; có khả năng tạo ý thức và tác động đến quan điểm của xã hội thông qua trình bày thông tin và bàn luận về các vấn đề quan trọng.

Nghiên cứu ảnh hưởng của báo chí tập trung vào việc hiểu cách báo, truyền hình, phát thanh và báo mạng điện tử, tác động đến nhận thức, thái độ và hành vi của cá nhân và xã hội. Sự ảnh hưởng của báo chí có thể ở nhiều góc độ khác nhau như: loại hình tác động (nhận thức, thái độ và hành vi); cấp độ ảnh hưởng; sự thay đổi; thời gian ảnh hưởng...

1.1.2. Năng suất lao động và nâng cao năng suất lao động

NSLĐ là chỉ số được đo bằng số lượng hoặc giá trị sản phẩm được NLĐ tạo ra trong một đơn vị thời gian. NSLĐ không chỉ phụ thuộc vào năng lực và nỗ lực của NLĐ mà có chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác như thiết bị, công nghệ, tổ chức quản lý sản xuất, quy mô kinh tế...

Nâng cao NSLĐ là nỗ lực gia tăng kết quả “Đầu ra” về mặt số lượng hoặc giá trị với yếu tố “Đầu vào” là lao động được giữ nguyên hoặc tăng ít hơn, kết quả là chỉ số NSLĐ = Đầu ra/Đầu vào sẽ cao hơn. Có nhiều cách tiếp cận để nâng cao NSLĐ như: ứng dụng công nghệ tiên tiến, cải tiến quy

trình làm việc, nâng cao kỹ năng của NLĐ.... Ngoài ra, còn liên quan tới những yếu tố ảnh hưởng bên ngoài khác như hạ tầng, giao thông, thủ tục hành chính; Nhà nước tham gia vào các hiệp định thương mại tự do...

Quá trình nâng cao NSLĐ tại DNNVV được Alan Lawlor khái quát thành bốn giai đoạn như sau: (1)- *Nhận ra nhu cầu*, (2)- *Đưa ra quyết định*, (3)- *Đảm bảo các điều kiện cần thiết*, (4)- *Hành động cụ thể* để đạt được kết quả nâng cao NSLĐ như mong muốn.

1.1.3. Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) là cơ sở kinh doanh đã đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật, được chia thành ba cấp: siêu nhỏ, nhỏ và vừa theo quy mô tổng nguồn vốn hoặc số lao động bình quân năm. Luật Hỗ trợ DNNVV số 04/2017/QH14, quy định DNNVV là doanh nghiệp có số lao động bình quân năm không quá 200 người và đáp ứng 01 trong 02 tiêu chí: Tổng nguồn vốn không quá 100 tỷ đồng, hoặc tổng doanh thu của năm trước không quá 300 tỷ đồng.

Nâng cao NSLĐ tại DNNVV có ý nghĩa và tác động quan trọng tới nâng cao NSLĐ của cả nước, giúp thu hẹp khoảng cách về năng suất giữa Việt Nam với các nước. Ngoài ra, nâng cao NSLĐ còn có vai trò quan trọng trong việc cải thiện thu nhập, duy trì việc làm và nâng cao phúc lợi, chất lượng sống của người lao động tại các DNNVV trên cả nước.

1.2. Báo chí và ảnh hưởng đối với nâng cao năng suất lao động

1.2.1. Cơ sở và lý thuyết ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra các dạng ảnh hưởng của báo chí sau khi tiếp xúc với thông điệp hoặc loạt thông điệp của truyền thông đại chúng gồm: nhận thức, niềm tin, thái độ, cảm xúc và hành vi. Một số lý thuyết về truyền thông và xã hội có thể áp dụng đối với nghiên cứu của đề tài như Lý thuyết sử dụng và hài lòng, Lý thuyết truyền thông phát triển, Lý thuyết nhận thức xã hội và Lý thuyết Mã hóa/Giải mã. Cơ sở và ứng dụng của các lý thuyết này giúp làm rõ hơn về cách báo chí ảnh hưởng đến nhận thức, thái độ và hành vi của lãnh đạo, cán bộ quản lý trong việc nâng cao NSLĐ tại DNNVV.

Tổng hợp các nghiên cứu và lý thuyết cho thấy thông tin từ báo chí có thể ảnh hưởng đến nhận thức, niềm tin, thái độ, cảm xúc và hành vi của công chúng. Khi báo chí đăng tải nội dung thông tin liên quan nâng cao NSLĐ, DNNVV tiếp nhận có thể giúp nâng cao hiểu biết, làm thay đổi nhận thức, thái độ, được truyền cảm hứng và tiến tới các hành vi, hành động cụ thể để cải thiện NSLĐ và thúc đẩy phát triển doanh nghiệp.

Ngoài ra, với khả năng tiếp cận và tác động lớn đến đại chúng, báo chí có thể giúp nâng cao hình ảnh thương, sản phẩm của doanh nghiệp và thúc

đẩy sự tương tác tích cực từ khách hàng qua đó có thể giúp tăng doanh số, giá trị bán sản phẩm của doanh nghiệp.

1.2.2. Báo chí với việc thông tin về những yếu tố có ảnh hưởng đối với nâng cao năng suất lao động

1.2.2.1. Những yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao năng suất lao động

Từ định nghĩa cho thấy NSLĐ tại DNNVV chịu sự tác động đa dạng từ nhiều yếu tố khác nhau. Việc xác định được những yếu tố có ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ của doanh nghiệp sẽ hỗ trợ việc phân tích, đánh giá về những nội dung thông tin liên quan tới nâng cao NSLĐ phản ánh trên các tác phẩm báo chí. Đây là một trong những cơ sở để xác định sự ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ.

Mô hình yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ sử dụng trong nghiên cứu gồm: (1) Nhóm yếu tố bên trong doanh nghiệp: Sản phẩm, dịch vụ; công nghệ; thiết bị, nhà xưởng; nguyên liệu, năng lượng; nhân lực; tổ chức và quản trị; phương pháp làm việc; xây dựng thương hiệu; (2) Nhóm yếu tố bên ngoài doanh nghiệp: Thị trường; kinh tế, chính trị thế giới; thể chế, chính sách; điều kiện kinh doanh, thủ tục hành chính; lực lượng lao động; đất đai; vốn tài chính; giao thông, điện, CNTT-TT.

1.2.2.2. Báo chí thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao năng suất lao động

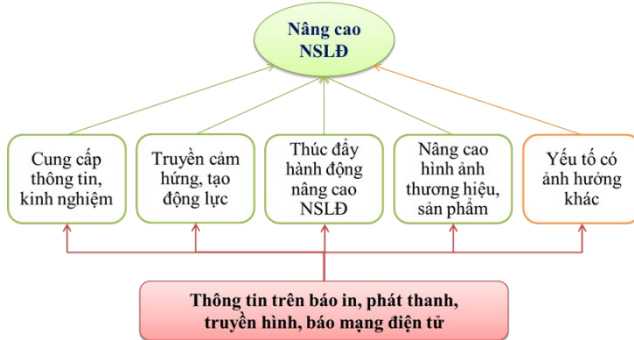
Với các yếu tố ảnh hưởng đối với đối với nâng cao NSLĐ bên trên, có thể thấy thông tin phản ánh về những yếu tố này có trong nhiều mục của các báo. Cụ thể, Báo Đầu tư có các mục thông tin phản ánh về yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ như: Thời sự, Đầu tư, Quốc tế, Doanh nghiệp, Doanh nhân, Ngân hàng, Tài chính - Chứng khoán, Sức khỏe doanh nghiệp, Không gian khởi nghiệp, Thông tin doanh nghiệp, Viễn thông - Công nghệ, Chuyển đổi số - Kinh tế số, Đầu tư phát triển bền vững, Tiêu dùng. VOV1: Thời sự sáng - chiều, Bản tin kinh tế, Dòng chảy kinh tế, Tài nguyên và Môi trường, Bản tin nông nghiệp, Bản tin pháp luật, Khởi nghiệp, Chuyên gia của bạn. VTV1: Thời sự 19h, Tài chính-Kinh doanh, Cải cách hành chính, Tiêu điểm kinh tế, Truyền hình công thương, Tạp chí kinh tế cuối tuần, Lao động và Công đoàn, 24h công nghệ, Doanh nghiệp, doanh nhân. Tuổi Trẻ Online: Chính trị, Thời sự, Kinh doanh, Công nghệ...

1.2.3. Mô hình ảnh hưởng của thông tin báo chí đối với nâng cao năng suất lao động

Từ các nội dung phân tích bên trên có thể tổng hợp những ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV gồm: Báo chí cung cấp thông tin giúp nâng cao nhận thức, hiểu biết của DNNVV về NSLĐ; báo chí có thể truyền cảm hứng, tạo động lực và mong muốn nâng cao NSLĐ;

báo chí thúc đẩy hành động nâng cao NSLĐ; báo chí nâng cao hình ảnh thương hiệu, sản phẩm của doanh nghiệp, qua đó giúp tăng doanh số và giá trị bán sản phẩm, hàng hóa của DNNVV. Ngoài ra, báo chí còn có thể có ảnh hưởng khác, sẽ được xem xét, tìm kiếm trong quá trình khảo sát, phỏng vấn DNNVV và chuyên gia.

Mối liên hệ giữa báo chí và nâng cao NSLĐ tại DNNVV được tóm tắt như trong Hình 1 dưới đây:



Hình 1. Mối liên hệ giữa báo chí và nâng cao NSLĐ của DNNVV

1.2.4. Yêu cầu của Đảng và Nhà nước về vai trò của báo chí trong phát triển kinh tế và nâng cao năng suất lao động

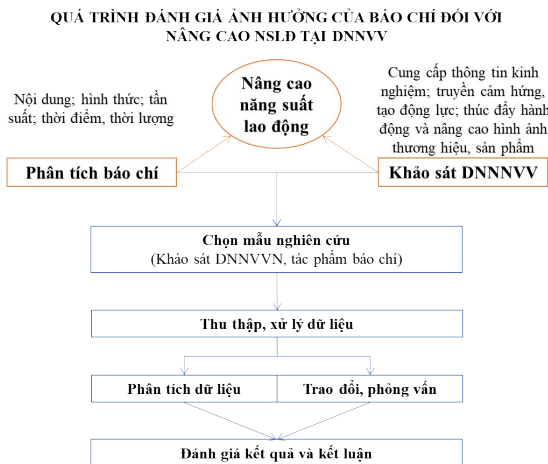
Báo chí đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế qua thông tin cơ hội kinh doanh, hỗ trợ khởi nghiệp và thu hút đầu tư, quảng bá thành tựu và tiềm năng của doanh nghiệp, các ngành kinh tế, qua đó thúc đẩy sự phát triển kinh tế và nâng cao hình ảnh quốc gia Việt Nam trên thế giới. Để tiếp tục phát huy vai trò của báo chí trong phát triển KT-XH của đất nước, thời gia qua Đảng và Nhà nước đã ban hành các chủ trương, chính sách phát huy vai trò của báo chí trong phát triển kinh tế và thúc đẩy báo chí tham gia tuyên truyền về nâng cao NSLĐ như: Nghị quyết số 16-NQ/TW của BCHTW Đảng (khóa X); Nghị quyết 05-NQ/TW của BCHTW Đảng; Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII; Chỉ thị số 09/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ; các Quyết định số 712/QĐ-TTg, Quyết định số 1322/QĐ-TTg, Quyết định số 36/QĐ-TTg ngày của Thủ tướng Chính phủ.

1.3. Đánh giá ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa

Ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ có thể được đánh giá thông qua nhiều cách tiếp cận khác nhau. Nghiên cứu của đề tài chọn cách đánh giá đã được nhiều nghiên cứu thực hiện, đồng thời thuận tiện cho việc triển khai đó là phân tích tác phẩm báo chí để xác định thông tin nâng cao NSLĐ phản ánh trên báo chí; khảo sát DNNVV kết hợp với phỏng vấn sâu

để xác định việc tiếp nhận, sử dụng và ảnh hưởng cụ thể. Các tiêu chí đánh giá gồm: Báo chí hiện đang thông tin về các yếu tố có ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ như thế nào? DNNVV có tiếp nhận và sử dụng thông tin về nâng cao NSLĐ trên báo chí hay không? Việc tiếp nhận thông tin từ báo chí giúp cải thiện nhận thức và hiểu biết của DNNVV về nâng cao NSLĐ như thế nào? Thông tin từ báo chí có giúp truyền cảm hứng, tạo động lực và mong muốn nâng cao NSLĐ tại DNNVV? Thông tin báo chí có thúc đẩy triển khai hoạt động nâng cao năng suất lao động cụ thể tại DNNVV? Báo chí có giúp nâng cao hình ảnh thương hiệu, sản phẩm và gia tăng số lượng, giá trị bản sản phẩm của DNNVV?

Các tiêu chí đánh giá trên là cơ sở để đưa ra 05 giả thuyết nghiên cứu như đã trình bày ở phần Mở đầu của luận án. Đồng thời, các tiêu chí này cũng tạo khuôn khổ để xác định 19 nội dung khảo sát, đánh giá với các thang đo cụ thể dùng để khảo sát tại DNNVV. Quá trình khảo sát, xử lý dữ liệu và phân tích ảnh hưởng của thông tin báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV được thực hiện như trong mô hình bên dưới:



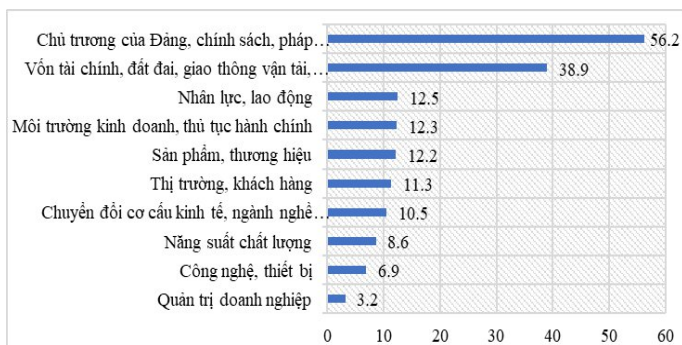
Hình 2. Đánh giá ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ

CHƯƠNG 2: THÔNG TIN VỀ NÂNG CAO NSLĐ TRÊN BÁO CHÍ VÀ TIẾP NHẬN THÔNG TIN CỦA DNNVV

2.1. Thông tin nâng cao năng suất lao động phản ánh trên báo chí hiện nay

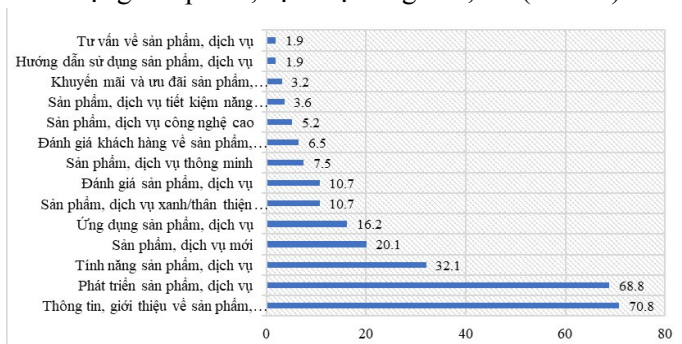
Phân tích tác phẩm 4 loại hình báo chí: Báo Đầu tư, Đài Tiếng nói Việt Nam (khảo sát kênh VOV1), Đài Truyền hình Việt Nam (khảo sát kênh VTV1) và Tuổi Trẻ Online trong năm 2021 thu được 1.586 tác phẩm chứa nội dung thông tin liên quan nâng cao NSLĐ. Trong đó, VTV1 có 558 tác

phẩm, chiếm 35,2%, VOV1 có 398 tác phẩm, chiếm 25,1%, Tuổi Trẻ Online có 325 tác phẩm, chiếm 20,5% và Báo Đầu tư có 305 tác phẩm, chiếm 19,2%. Nội dung thông tin và tỷ lệ được phản ánh như trong Hình 3 bên dưới.



Hình 3. Nội dung thông tin liên quan NSLD phản ánh trên báo chí

Phân tích theo nhóm thông tin về sản phẩm dịch vụ cho thấy trong 308 tác phẩm, thông tin giới thiệu về sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất tới 70,8%. Tiếp đến là các thông tin về phát triển sản phẩm, dịch vụ 68,8%. Thấp nhất là các thông tin tư vấn về sản phẩm dịch vụ; hướng dẫn sử dụng sản phẩm, dịch vụ cùng là 1,9% (Hình 4).



Hình 4. Thông tin về sản phẩm, dịch vụ được phản ánh trong tác phẩm

Luận án cũng đã tiến hành phân tích sâu về tần suất đưa tin của các báo về các nội dung chi tiết và phân tích sâu về các nội dung được đưa tin tương tự. Cụ thể, phân tích chi tiết về tỷ lệ các nội dung được đưa tin: (i) thông tin công nghệ, các thông tin về công nghệ tiên tiến, chuyển đổi số, công nghệ thông minh với 192 tác phẩm; (ii) Các thông tin về yếu tố thị trường, khách hàng gồm: Tình hình thị trường, Xu hướng thị trường, Dữ liệu thị trường, Phân tích thị trường, Doanh số bán hàng, Cầu và cung thị trường, Chỉ số tiêu dùng, Tăng trưởng kinh tế, Phát triển ngành nghề, Thói quen tiêu dùng,

Xu hướng mua hàng, Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua hàng, Đánh giá khách hàng, Khách hàng mục tiêu, Thị hiếu khách hàng, Mô hình tiêu dùng, Sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng, Thói quen tiêu dùng với 650 tác phẩm. (iii) Thông tin về yếu tố nhân lực bao gồm: Chính sách và chiến lược nhân sự, Tuyển dụng và tuyển chọn nhân sự, Đào tạo và phát triển nhân sự, Quản lý nhân sự, Đánh giá công việc và hiệu quả nhân viên, KPI, Khuyến khích, khen thưởng NLĐ, Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, Quản lý và phát triển tài năng, Tiền lương và phúc lợi với 181 tác phẩm.

Kết quả khảo sát ý kiến của DNNVV về nội dung thông tin cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ đã được phản ánh trên báo chí đã đa dạng và đáng kể. Tuy nhiên đối với các thông tin thuộc nhóm yếu tố ảnh hưởng bên ngoài DNNVV (chính sách, thủ tục hành chính, hạ tầng, nhân lực, môi trường,...) cần được phản ánh thường xuyên, cập nhật, đa chiều. Đối với các thông tin thuộc nhóm yếu tố bên trong, ảnh hưởng trực tiếp đến NSLĐ của doanh nghiệp (sản phẩm, thương hiệu, thị trường, công nghệ, tối ưu hóa quản trị, kinh nghiệm quốc tế, mô hình tiên tiến,...) cần được phản ánh nhiều và chuyên sâu hơn.

Về hình thức thông tin liên quan đến nâng cao năng suất lao động trên báo chí đề tài chỉ tập trung phân tích được về thể loại tác phẩm. Trong 1.586 các thể loại tác phẩm phân tích thì thể loại tin chiếm nhiều nhất tương ứng 77,9%, tiếp đến là phóng sự 14,2%, phỏng vấn 4%, tường thuật 1,2% và loại khác là 2,7%. Tỷ lệ thể loại tác phẩm phân tích được cho thấy thông tin yếu tố ảnh hưởng tới nâng cao NSLĐ trên báo chí chủ yếu mang dạng điểm tin, chưa có nhiều tác phẩm có thông tin chuyên sâu, chia sẻ những kinh nghiệm và bài học thực tế tại các doanh nghiệp.

Khảo sát về hình thức thể hiện thông tin đối với DNNVV tập trung vào ý kiến đánh giá mức độ hấp dẫn của thông tin trên báo chí. Kết quả khảo sát cho thấy ý kiến đánh giá ở mức “Rất hấp dẫn” và “Hấp dẫn” là 45,7%. Còn tổng các ý kiến đánh giá từ “Hấp dẫn trung bình” cho đến “Rất không hấp dẫn” là 54,3%. Qua trao đổi, phỏng vấn với lãnh đạo DNNVV cho thấy không có nhiều ý kiến về hình thức thông tin trên báo chí. Một số ý kiến bên dưới tập trung vào việc cần có chuyên mục về nâng cao NSLĐ trên báo chí để hỗ trợ tốt hơn cho hoạt động SX-KD của doanh nghiệp.

Khi khảo sát các doanh nghiệp về tần suất thông tin liên quan đến nâng cao năng suất lao động trên báo chí, có 2,3% ý kiến được hỏi đánh giá là tần suất thông tin trên báo chí về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV hiện nay là “Rất thấp”. Gần 50% ý kiến đánh giá ở mức “Trung bình”, số ý kiến đánh giá “Cao” và “Rất cao” gộp lại là khoảng 1/3 số ý kiến đánh giá. Qua phân tích các thông tin chi tiết và cùng với các ý

kiến trao đổi cụ thể cho thấy DNNVV cũng không quá chú ý hoặc có yêu cầu cụ thể đối với vấn đề tần suất thông tin trên báo chí.

2.2. Việc tiếp nhận và chia sẻ sử dụng thông tin liên quan nâng cao năng suất lao động trên báo chí của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trong bốn loại hình báo chí, loại hình Báo mạng điện tử được hầu hết lãnh đạo, quản lý các DNNVV theo dõi thường xuyên, hàng ngày, với giá trị trung bình các phương án trả lời là 4,39. Trong 300 doanh nghiệp được xin ý kiến, có 140 doanh nghiệp (chiếm 46,7%) trả lời là “thường xuyên theo dõi” Báo mạng điện tử và 138 doanh nghiệp (chiếm 46%) trả lời là “theo dõi báo mạng điện tử hàng ngày”. Độ lệch chuẩn là 0,621 thể hiện dữ liệu dao động xung quanh giá trị trung bình không lớn. Nói cách khác, sự chênh lệch đánh giá của người trả lời là không đáng kể, đa phần ở mức 4 và 5. Bên cạnh việc theo dõi thông tin hàng ngày trên Báo mạng điện tử, nhiều lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp cũng chọn phương án theo dõi thông tin thường xuyên trên Truyền hình, với giá trị trung bình các phương án trả lời là 3,63. Việc theo dõi thông tin trên Báo in và Phát thanh không được nhiều doanh nghiệp quan tâm. Đa phần các DNNVV phản hồi là “ít khi theo dõi” hoặc “đôi khi theo dõi”.

Về mức độ theo dõi được thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ: Kết quả khảo sát các DNNVV cho thấy các thông tin về Thị trường, khách hàng; Quản trị doanh nghiệp; Công nghệ, thiết bị và thông tin về Chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước được theo dõi ở mức cao hơn, tương ứng với các tỷ lệ theo dõi ở mức thường xuyên và rất thường xuyên là 64%, 60%, 59% và 58%. Đối với các nội dung khác, sự khác biệt cũng không quá lớn: “Vốn tài chính, đất đai, giao thông vận tải, điện, CNTT-TT” tỷ lệ theo dõi “Thường xuyên” và “Hàng ngày” cũng đạt mức 41%. Nếu tính cả những trả lời là “Đôi khi theo dõi được” thì tỷ lệ đạt được hầu hết trên 90%. Chỉ có 2 chủ đề Vốn tài chính, đất đai, GTVT, điện, CNTT-TT và Chuyển đổi cơ cấu kinh tế, ngành nghề SX-KD ở mức thấp hơn là 86% và 87% tương ứng. Xét theo ý kiến về mức độ theo dõi được thông tin các yếu tố có ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ nói chung cho thấy mức độ “Đôi khi theo dõi được” thông tin về các yếu tố có ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ trở lên lên tới 91,6%, số người trả lời không theo dõi được chỉ chiếm 1 tỷ lệ rất nhỏ là 1,1%. Qua kết quả khảo sát trên cho thấy thông tin yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ từ các loại hình báo chí đã đến được với lãnh đạo, cán bộ quản lý tại các DNNVV ở mức độ “Đôi khi theo dõi được” trở lên.

Mức độ tin của DNNVV đối với nội dung thông tin trên báo chí tập trung chủ yếu tại mức 3 “tin một phần” và mức 4 “tin đa phần”, với giá trị

trung bình các phương án trả lời là 3,51. Với sự phát triển một cách mạnh mẽ của các loại hình thông tin trên internet với sự kiểm duyệt tương đối lỏng lẻo đã tạo ra một môi trường thông tin phức tạp và không chắc chắn, khiến việc xác định độ tin cậy của thông tin trở nên khó khăn hơn. Đối với các cơ quan báo chí ở Việt Nam, bên cạnh việc tạo các điều kiện thuận lợi và thúc đẩy phát triển, các cơ quan quản lý nhà nước cũng đã mạnh tay xử lý các trường hợp không tuân thủ các quy định của pháp luật. Chính vì vậy thông tin trên báo chí hiện nay được xem là một nguồn chính thống, tin cậy đối với hầu hết công chúng. Kết quả khảo sát chi tiết của nghiên cứu là một trong những minh chứng rõ ràng nhất.

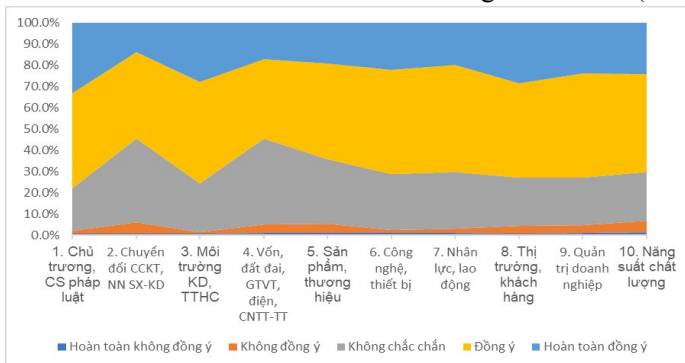
Kết quả khảo sát về mức độ chia sẻ thông tin tiếp nhận được về nâng cao NSLĐ tại DNNVV cho thấy báo mạng điện tử có tần suất chia sẻ lại thông tin từ báo chí ở mức “Chia sẻ thường xuyên” và “Chia sẻ rất thường xuyên” là 62,7%. Thấp nhất là báo in tỷ lệ này chỉ ở mức 15%.

Về mức độ DNNVV học hỏi, sử dụng thông tin trên báo chí vào hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp, kết quả khảo sát cho thấy mức độ vận dụng, sử dụng thông tin trên báo chí vào hoạt động nâng cao NSLĐ tập trung chủ yếu tại mức 3 “Vận dụng, sử dụng trung bình”.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG ẢNH HƯỞNG CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI NÂNG CAO NSLĐ TẠI DNNVV VIỆT NAM

3.1. Báo chí với việc cải thiện nhận thức, hiểu biết về nâng cao năng suất lao động và truyền cảm hứng, tạo động lực nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa

Khảo sát ý kiến đánh giá của DNNVV về sự cải thiện nhận thức và hiểu biết của DNNVV về nâng cao NSLĐ cho thấy phần lớn các ý kiến đều đánh giá “Đồng ý” và “Hoàn toàn đồng ý” đối với việc thông tin báo chí giúp cải thiện nhận thức và hiểu biết của DNNVV về nâng cao NSLĐ (Hình 5).



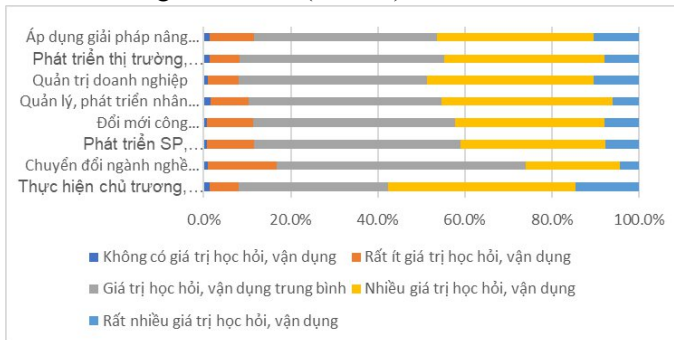
Hình 5. Đánh giá sự cải thiện nhận thức và hiểu biết về nâng cao NSLĐ

Có 89,9% ý kiến đánh giá mức độ truyền cảm hứng, tạo động lực và mong muốn nâng cao NSLĐ từ các thông tin trên báo chí ở mức trung bình cho đến mạnh mẽ. Trong đó, có 40,1% ý kiến đánh giá ở mức mạnh. Chỉ 1,2% số ý kiến được hỏi đánh giá là thông tin báo chí không có vai trò truyền cảm hứng, tạo động lực và mong muốn nâng cao NSLĐ tại DNNVV.

Khi được thông tin giới thiệu về thành tích, hình ảnh tích cực trên báo chí, gần 90% DNNVV đánh giá là có ảnh hưởng ở mức độ động viên, cổ vũ ở mức trung bình đến mức mạnh mẽ. Chỉ có chưa tới 2% ý kiến đánh giá thông tin giới thiệu doanh nghiệp trên báo chí không có vai trò động viên cổ vũ đối với doanh nghiệp.

3.2. Báo chí với thúc đẩy triển khai hoạt động nâng cao năng suất lao động cụ thể tại doanh nghiệp nhỏ và vừa

Kết quả khảo sát về giá trị học hỏi, vận dụng kinh nghiệm, bài học về nâng cao năng suất lao động trên báo chí cho thấy cho thấy phần lớn các ý kiến đánh giá cao đối với các nhóm thông tin về kinh nghiệm, bài học được chia sẻ trên báo chí. Trong đó các nhóm thông tin về: Quản trị doanh nghiệp; thực hiện chủ trương, chính sách pháp luật của nhà nước; phát triển thị trường, khách hàng và quản lý, phát triển nhân lực được đánh giá cao hơn so với các nhóm thông tin còn lại (Hình 6).

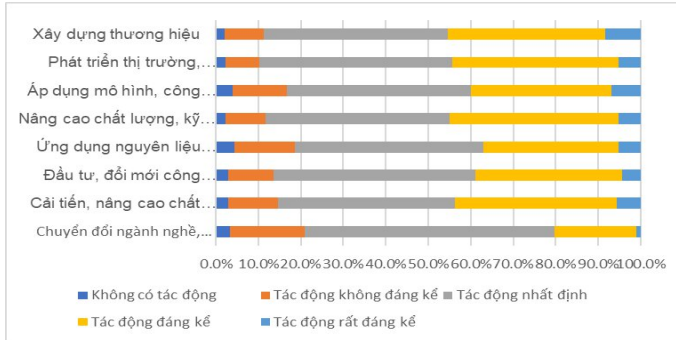


Hình 6. Giá trị học hỏi, vận dụng đối với các nhóm thông tin chia sẻ kinh nghiệm, bài học về nâng cao NSLĐ

Tổng hợp ý kiến đánh giá đối với các nhóm thông tin khảo sát cho thấy có tới 89,4% DNNVV cho rằng những kinh nghiệm, bài học trên báo chí có giá trị học hỏi, vận dụng từ mức trung bình cho đến mức nhiều và rất nhiều. Chỉ 9,5% ý kiến cho rằng thông tin thông tin kinh nghiệm, bài học về nâng cao NSLĐ trên báo chí có rất ít giá trị học hỏi, vận dụng và 1,1% ý kiến cho là không có giá trị học hỏi, vận dụng. Kết quả khảo sát và phỏng vấn trực tiếp lãnh đạo các cụ thể của DNNVV đều cho thấy thông tin chia sẻ kinh nghiệm, bài học về nâng cao NSLĐ trên báo chí được đánh giá tương đối

tích cực về giá trị học hỏi, vận dụng vào các hoạt động nâng cao NSLĐ tại DNNVV.

Khảo sát các nhóm thông tin báo chí tác động như thế nào đến việc triển khai các hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV cho thấy thông tin Phát triển thị trường, nâng cao sự hài lòng khách hàng; xây dựng thương hiệu; nâng cao chất lượng, kỹ năng NLĐ; và đầu tư, đổi mới công nghệ, thiết bị được đánh giá ở mức tác động nhất định đến mức rất đáng kể cao hơn nhóm thông tin còn lại (Hình 7).



Hình 7. Tác động của các nhóm thông tin đối với việc triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV

Phân tích cho thấy có 85,2% ý kiến từ DNNVV đánh giá rằng thông tin nâng cao NSLĐ trên báo chí có tác động ở mức nhất định cho tới tác động rất đáng kể đối với việc triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV. Một số ý kiến phỏng vấn trực tiếp đánh giá, đối với doanh nghiệp, báo chí là kênh thông tin vô cùng hấp dẫn, tạo động lực góp phần thúc đẩy doanh nghiệp cải thiện NSLĐ.

3.3. Báo chí với nâng cao hình ảnh thương hiệu, sản phẩm và gia tăng số lượng, giá trị bản sản phẩm của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Khoảng hơn một nửa số DNNVV trả lời là chưa được giới thiệu hình ảnh thương hiệu và sản phẩm của DN trên báo chí. Còn lại 27,7% nói là “Đã được thông tin, giới thiệu một vài lần” và số “Đã được thông tin, giới thiệu thường xuyên” là 17%. Xem xét sơ bộ cho thấy những DNNVV trả lời đã được thông tin giới thiệu trên báo chí thường là doanh nghiệp đã triển khai các hoạt động nâng cao NSLĐ, có NSLĐ tương đối cao hoặc có tham gia các chương trình đào tạo, hội thảo về nâng cao NSLĐ. Chính vì vậy cơ hội được báo chí tiếp cận và đưa tin cao hơn so với các DNNVV khác.

Với những doanh nghiệp được giới thiệu trên báo chí thì những thông tin phản ánh yếu tố tích cực về hình ảnh thương hiệu và sản phẩm của DN là tương đối tích cực khi có tới 48,1% ý kiến đánh giá là thông tin đã phản

ánh được “Đáng kể” hoặc “Rất nhiều” yếu tố tích cực về sản phẩm hay thương hiệu của DN. Chỉ có 11,4% ý kiến đánh giá là thông tin được “Rất ít”. Nếu tính cả những đánh giá thông tin hạn chế thì tỷ lệ này là 19%.

Kết quả khảo sát cho thấy chỉ có 9,1% DNNVV được hỏi cho rằng khi được báo chí thông tin, giới thiệu nâng cao hình ảnh thương hiệu và sản phẩm thì không làm tăng số lượng, giá trị bán sản phẩm của doanh nghiệp. Trong khi có 37,7% ý kiến của DNNVV cho rằng số lượng, giá trị bán sản phẩm/dịch vụ của DN tăng đáng kể và rất đáng kể sau khi được thông tin giới thiệu trên báo chí. Nếu tính các ý kiến đánh giá số lượng, giá trị bán sản phẩm ở mức tăng nhẹ trở lên thì tỷ lệ này đạt khá cao là 90,9%.

Bảng 1. Đánh giá về gia tăng số lượng, giá trị bán hàng sau khi được thông tin giới thiệu hình ảnh thương hiệu, sản phẩm trên báo chí

Ý kiến đánh giá	N	Tỷ lệ %
Không tăng số lượng, giá trị bán sản phẩm	27	9,1%
Tăng nhẹ về số lượng, giá trị bán sản phẩm	78	26,0%
Tăng trung bình về số lượng, giá trị bán sản phẩm	82	27,3%
Tăng đáng kể về số lượng, giá trị bán sản phẩm	78	26,0%
Tăng rất đáng kể về số lượng, giá trị bán sản phẩm	35	11,7%
Tổng	300	100%

Cùng với các ý kiến phỏng vấn cho thấy hầu hết các DNNVV đều cho rằng thông tin giới thiệu về hình ảnh thương hiệu và sản phẩm của doanh nghiệp có ảnh hưởng tới kết quả bán sản phẩm về số lượng/giá trị bán.

3.4. Ảnh hưởng khác của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa

Qua trao đổi, phỏng vấn còn tìm thấy một số ảnh hưởng khác của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV, các ảnh hưởng này liên quan đến các yếu tố bên ngoài của doanh nghiệp. Lãnh đạo một số DNNVV cũng đã đánh giá cao vai trò của báo chí trong việc phản ánh những khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp với Chính phủ và các cơ quan có thẩm quyền.

CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG ẢNH HƯỞNG CỦA BÁO CHÍ ĐỐI VỚI NÂNG CAO NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG TẠI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA Ở NƯỚC TA

4.1. Những vấn đề đặt ra đối với công tác thông tin báo chí hỗ trợ nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện nay

4.1.1. Doanh nghiệp nhỏ và vừa cần thông tin phong phú, chất lượng từ báo chí để nâng cao năng suất lao động

Kết quả khảo sát 300 doanh nghiệp và phỏng vấn lãnh đạo một số doanh nghiệp về các tiêu chí (i) Đánh giá về hiệu quả thông tin, giới thiệu trên báo chí đối với việc tăng số lượng/giá trị bán sản phẩm của DNNVV; (ii) Đánh giá về vai trò cải thiện nhận thức và hiểu biết về nâng cao NSLĐ của thông tin báo chí; (iii) Đánh giá về giá trị học hỏi, áp dụng những kinh nghiệm, bài học chia sẻ trên báo chí; (iv) Mức độ chia sẻ thông tin trên báo chí tại DNNVV; (v) Mức độ truyền cảm hứng, tạo động lực; (vi) Đánh giá ảnh hưởng thông tin báo chí đối với thực hiện các hoạt động nâng cao NSLĐ cụ thể tại DNNVV cho thấy, DNNVV đánh giá cao vai trò của báo chí trong việc cung cấp các thông tin hỗ trợ hoạt động SX-KD cho doanh nghiệp. Thông qua báo chí, doanh nghiệp có thể giới thiệu sản phẩm, nâng cao hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp đến với khách hàng tại Việt Nam và trên thế giới. Phần lớn DNNVV đánh giá rằng khi báo chí thông tin, giới thiệu về thương hiệu doanh nghiệp và sản phẩm thì có tác động đối với tăng số lượng/giá trị bán sản phẩm của doanh nghiệp. Như vậy, DNNVV có thể dùng cách tiếp cận qua báo chí để nâng cao NSLĐ một cách khá nhanh và hiệu quả có thể nhìn thấy, đánh giá được rõ ràng, cụ thể.

4.1.2. Ý kiến của doanh nghiệp về những vấn đề báo chí cần cải thiện nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả thông tin về nâng cao năng suất lao động

Qua phân tích kết quả khảo sát DNNVV và trao đổi phỏng vấn với lãnh đạo một số DNNVV đối với công tác truyền thông của báo chí về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ tại doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng, ý kiến các doanh nghiệp tập trung vào một số vấn đề sau:

- Thiếu thông tin chuyên sâu;
- Nghi ngờ về tính chính xác, tin cậy của thông tin;
- Hạn chế về phương thức truyền thông trong bối cảnh phát triển các loại hình truyền thông hiện nay;
- Thiếu những thông tin chia sẻ kinh nghiệm thực tế, thông tin có tính hướng dẫn cụ thể;
- Chưa tập trung vào nhu cầu DNNVV và sự tương tác còn rất hạn chế.

4.1.3. Ý kiến của nhà báo nhằm cải thiện công tác thông tin, tuyên truyền về nâng cao năng suất lao động trên báo chí

Những khó khăn, hạn chế của báo chí cũng như kiến nghị đến các bên liên quan trong công tác truyền thông hỗ trợ hoạt động SX-KD và nâng cao NSLĐ của DNNVV cũng được các nhà báo và lãnh đạo quản lý tại một số cơ quan báo chí có các ý kiến dưới các góc nhìn từ phía chủ thể đưa tin như sau: Trước tiên, các ý kiến đều cho rằng các cơ quan báo chí mong muốn được đồng hành cùng các doanh nghiệp nói chung và các DNNVV nói riêng,

đặc biệt trong giai đoạn khó khăn hiện nay. Để hoạt động này thực sự hiệu quả cần sự phối hợp đồng bộ của các bên liên quan bao gồm: Cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đến địa phương, các Hiệp hội, các cơ quan báo chí, các doanh nghiệp và cộng đồng. Đặc biệt các ý kiến nhấn mạnh đến sự chỉ đạo, quan tâm của cơ quan quản lý và các hiệp hội ngành nghề về hành lang pháp lý, sự đầu tư, khuyến khích,... Từ đó, các nhà báo đề xuất nhiều giải pháp chuyên sâu về kỹ thuật, cách thức cho nhà báo cơ quan báo chí để hoạt động đưa tin hiệu quả, chất lượng, tiếp cận và đáp ứng được nhu cầu các bên liên quan. Song song với việc đặt ra yêu cầu cho chính mình, các nhà báo cũng đề xuất, mong muốn sự phối hợp từ các doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin và hình thức quảng bá thông tin, trong đó chú trọng đến sự chủ động của các doanh nghiệp về sự cung cấp, loại hình thông tin, tần suất đưa thông tin,...

4.2. Một số giải pháp tăng cường ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa

4.2.1. Nhóm giải pháp với cơ quan báo chí

Có nhiều yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ mà DNNVV có thể quan tâm. Phóng viên cần tìm hiểu từ các báo cáo, bài viết hoặc chuyên gia để tìm ra những khía cạnh, chiến lược đã được áp dụng thành công. Ngoài ra cần có thông tin chi tiết, dữ liệu/số liệu liên quan để chứng minh và hỗ trợ ý kiến, khuyến nghị được đưa ra, đồng thời khai thác ý kiến chuyên gia, kinh nghiệm thực tế từ doanh nghiệp để cung cấp những ví dụ và hướng dẫn cụ thể để DNNVV có thể hình dung và học hỏi, vận dụng vào công việc thực tế. Báo chí cũng cần xây dựng một mạng lưới tiếp cận thông tin và hỗ trợ các thông tin chuyên môn, chuyên sâu thông quan hợp tác với các chuyên gia, cơ quan chuyên môn và cơ quan quản lý liên quan đến nâng cao NSLĐ. Việc có nguồn thông tin chính xác và chuyên sâu từ các chuyên gia giúp tăng cường sự tin tưởng và uy tín của báo chí. Để có thể tập trung và dành nguồn lực cần thiết trong cơ quan báo chí cho việc tạo ra những tác phẩm có nội dung phong phú và chất lượng về đề tài nâng cao NSLĐ, cơ quan báo chí cần xem xét xây dựng mục/chuyên đề về nâng cao NSLĐ như tờ New York Times của Mỹ hiện đang duy trì chuyên mục về Năng suất - Productivity với các bài đăng khá thú vị về nâng cao NSLĐ. Ngoài ra, báo chí giải pháp cũng là một hướng tiếp cận khả thi và hiệu quả nhằm tập trung nghiên cứu và thông tin về những giải pháp nâng cao NSLĐ đã được thử nghiệm và chứng minh thành công trong thực tế tại doanh nghiệp.

Để đảm bảo độ tin cậy và tính khách quan, một số cơ quan thông tấn hàng đầu thế giới đã ban hành các bộ quy tắc riêng. Người đứng đầu cơ quan báo chí tại Việt Nam cần thay đổi cách nhìn nhận về vấn đề “tin cậy, khách quan”

trong việc thông tin liên quan tới doanh nghiệp, không nên tiếp tục để DNNVV “sợ hãi” báo chí như hiện nay. Bằng cách đưa ra các bộ quy tắc đạo đức nghề nghiệp phù hợp với đặc thù của từng loại hình báo chí, đồng thời thiết lập một hệ thống kiểm soát nội bộ hiệu quả. Báo chí sẽ dần thay đổi các định kiến không hay mà một số DNNVV đang nghĩ về báo chí như hiện nay. Phóng viên, biên tập viên tuân thủ nghiêm túc các nguyên tắc đạo đức nghề nghiệp về sự chính xác, minh bạch, trung thực... sẽ tạo tiền đề quan trọng để có được sự tin tưởng từ nhóm công chúng DNNVV. Ngoài ra, trước khi công bố thông tin, báo chí cần tiến hành kiểm chứng thông tin từ các nguồn đáng tin cậy để đảm bảo tính chính xác và đáng tin cậy. Để tăng tính khách quan, cần sử dụng đa dạng nguồn tin nhằm đảm bảo sự cân nhắc và tránh thiên vị trong quá trình truyền tải thông tin.

Trong bối cảnh công chúng có xu hướng tiếp cận thông tin qua các thiết bị điện tử cầm tay, thiết bị trên ô tô... cơ quan báo chí sẽ phải thay đổi, cải tiến các hình thức truyền thông để đưa được thông tin đến với công chúng. Một số hình thức truyền thông đang được công chúng quan tâm và các báo cũng dần định hướng phát triển gồm: phát triển phiên bản trực tuyến của báo chí truyền thống như: báo in, phát thanh, truyền hình để cung cấp thông tin trang web và ứng dụng di động. Một số hình thức truyền thông đang được công chúng quan tâm và các báo cũng dần định hướng phát triển gồm: Tiếp tục phát triển phiên bản trực tuyến của báo chí truyền thống như báo in, phát thanh, truyền hình để cung cấp thông tin trang web và ứng dụng di động; Truyền thông qua Podcast, đây là hình thức truyền thông âm thanh trực tuyến, cho phép người nghe tải file âm thanh về để nghe qua các thiết bị di động, máy tính bảng hoặc máy tính cá nhân để nghe ngay cả khi không có kết nối mạng; Truyền thông qua mạng xã hội như Facebook, Twitter, TikTok, YouTube, Instagram, LinkedIn, Zalo..., đây là các hình thức cung cấp một nền tảng để báo chí chia sẻ và tương tác với độc giả thông qua hình ảnh, video và bài viết ngắn; Thông tin qua Infographic và hình ảnh tương tác; Truyền tải sự kiện và thông tin trực tiếp qua video phát trực tiếp.

4.2.2. Nhóm giải pháp với doanh nghiệp nhỏ và vừa

DNNVV cũng cần nhận thức được tầm quan trọng và quan tâm, chủ động xây dựng mối quan hệ với báo chí để có cơ hội xuất hiện trên các báo. DNNVV cần tìm hiểu về các báo như chủ đề đưa tin, công chúng mục tiêu... để lựa chọn những cơ quan báo phù hợp loại hình và đặc thù hoạt động của doanh nghiệp. Khi có các thông tin, sự kiện quan trọng, DNNVV có thể chủ động gửi thông tin/thông cáo báo chí đến các cơ quan báo đã xác định như: thông tin về sản phẩm, dự án mới, hoạt động xã hội và các sự kiện sắp tới. DNNVV cũng nên tăng cường tham gia vào các sự kiện triển lãm, hội

nghe/hội thảo và sẵn sàng chia sẻ, cung cấp thông tin qua phỏng vấn để tăng cường sự xuất hiện của doanh nghiệp trên báo chí. Qua sự tương tác này, DNNVV có thể tạo dựng được hình ảnh thương hiệu và giới thiệu được sản phẩm của mình với công chúng là các khách hàng tiềm năng.

Thông tin trên báo chí thường rất phong phú và đa dạng, DNNVV nên xác định thông tin quan trọng và ưu tiên, tập trung vào những thông tin có liên quan trực tiếp đến hoạt động SX-KD và những vấn đề quan trọng nhất đối với doanh nghiệp. DNNVV cũng cần xác định rõ mục tiêu và nhu cầu của mình trong việc triển khai các thông tin về nâng cao NSLĐ để định hình những thông tin và kinh nghiệm cần tìm kiếm. Sau đó, xác định rõ những thông tin, kinh nghiệm nào nên có chuyên gia, cơ quan chuyên môn cung cấp, hỗ trợ; những loại thông tin nào có thể khai thác từ các báo để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp một cách hiệu quả nhất. Để có nhận được những thông tin hữu ích một cách kịp thời, DNNVV cũng cần chủ động đăng ký theo dõi các nguồn thông tin trên báo chí để lọc và chọn lựa được những thông tin phù hợp và có giá trị.

Các vấn đề được báo chí thông tin 1 lần ở 1 doanh nghiệp có thể chưa tạo sự chú ý, tuy nhiên khi thấy thông tin xuất hiện nhiều lần ở nhiều doanh nghiệp chắc chắn sẽ tác động tới những người có liên quan tìm hiểu để học hỏi, áp dụng khi thích hợp. Chia sẻ thông tin báo chí về các xu hướng, ý tưởng mới, thành công trong ngành và bài học từ những doanh nghiệp hàng đầu giúp kích thích sự học hỏi và đổi mới trong nội bộ DNNVV. Thông tin chia sẻ về các giải pháp cải tiến công việc, cải tiến công nghệ, sản phẩm, giải pháp tiết kiệm, giảm lãng phí... sẽ khuyến khích NLĐ nắm bắt và áp dụng vào cải tiến công việc của họ. Ngoài ra, việc chia sẻ thông tin trong nội bộ còn giúp NLĐ cảm thấy mình được quan tâm, có giá trị đối với tổ chức. Điều này sẽ khiến NLĐ có thái độ làm việc tích cực hơn, nỗ lực hơn trong công việc và gắn kết hơn với sự phát triển của doanh nghiệp.

4.2.3. Nhóm giải pháp với cơ quan nhà nước có liên quan

Thứ nhất, nâng cao năng lực và hỗ trợ báo chí tiếp cận thông tin: Các đơn vị quản lý cần chú trọng hơn, có hành lang pháp lý trong việc đào tạo và nâng cao năng lực cho các nhà báo và xây dựng hệ thống thông tin và tương tác giữa báo chí với các hoạt động nâng cao NSLĐ.

Thứ hai, khuyến khích và tạo điều kiện cần thiết cho các hoạt động truyền thông về nâng cao năng suất lao động của báo chí.

Thứ ba, tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về hoạt động báo chí.

KẾT LUẬN

Đề tài nghiên cứu đã hệ thống, làm rõ được cơ sở lý luận và thực tiễn mối liên hệ giữa thông tin báo chí với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV. Từ đó đã xác định được các giả thuyết dự đoán về mối quan hệ giữa báo chí với nâng cao NSLĐ, xây dựng tiêu chí để khảo sát doanh nghiệp và phân tích tác phẩm báo chí làm cơ sở đánh giá ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV Việt Nam.

Đã khảo sát 300 DNNVV được lựa chọn theo tiêu chí quy mô doanh nghiệp, khu vực kinh tế và địa điểm hoạt động; trao đổi, phỏng vấn với 20 lãnh đạo DNNVV về thực trạng tiếp nhận thông tin báo chí và ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV; phân tích tác phẩm của 04 loại hình báo: Báo Đầu tư, Đài Truyền hình Việt Nam (khảo sát kênh VTV1), Đài Tiếng nói Việt Nam (khảo sát kênh VOV1), Tuổi Trẻ Online về các nội dung thông tin liên quan nâng cao NSLĐ; đồng thời, trao đổi, phỏng vấn nhà báo từ 12 cơ quan báo chí về công tác thông tin, tuyên truyền hỗ trợ nâng cao NSLĐ.

Từ kết quả khảo sát thực tế và phân tích thông tin, dữ liệu cho thấy các giả thuyết, câu hỏi về tầm quan trọng và ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV là phù hợp ở Việt Nam. Cụ thể:

- Báo chí cung cấp đa dạng và thường xuyên thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ trên cả 4 loại hình báo chí với 1.586 các thể loại tác phẩm báo chí khảo sát được trong năm 2021. Trong đó, thể loại tin chiếm nhiều nhất 77,9%, phóng sự 14,2%, phỏng vấn 4%, tường thuật 1,2% và loại khác là 2,7%. Về tần suất tác phẩm, Báo Đầu tư có 50,8 tác phẩm/tháng, VOV1 66,3 tác phẩm/tháng, VOV1 93 tác phẩm/tháng và Tuổi Trẻ Online 54,2 tác phẩm/tháng. Ý kiến từ DNNVV cho thấy 51,3% đánh giá thông tin có mức độ chuyên sâu trung bình, 33,3% đánh giá là khá chuyên sâu và rất chuyên sâu. Về hình thức thông tin, ý kiến đánh giá ở mức “Hấp dẫn trung bình” đến “Rất hấp dẫn” là 91,4%. Về tần suất thông tin, ý kiến đánh giá ở mức “Trung bình” là gần 50%, ở mức “Cao” và “Rất cao” là 32,6%;

- DNNVV theo dõi được thông tin về các yếu tố ảnh hưởng đối với nâng cao NSLĐ trên báo chí với mức “Đôi khi theo dõi được” trở lên là 91,6%. Mức độ tin của DNNVV đối với thông tin trên báo chí tập trung chủ yếu ở mức “Tin một phần” và “Tin đa phần”, với tỷ lệ là 48,3% và 41,7% tương ứng. Mức độ chia sẻ lại thông tin trên báo chí trong nội bộ DNNVV đối với báo mạng điện tử ở mức “thường xuyên” và “rất thường xuyên” là 62,7%. Thấp nhất là báo in ở mức 15%. DNNVV đã học hỏi, sử dụng thông tin trên báo chí vào hoạt động SX-KD với mức từ “Trung bình” đến “Rất đáng kể” là 91,3%.

- Báo chí ảnh hưởng tới nâng cao NSLĐ tại DNNVV thông qua: (i) Cải thiện nhận thức, hiểu biết về nâng cao NSLĐ, với 70% ý kiến DNNVV đánh giá báo chí giúp cải thiện nhận thức, hiểu biết về nâng cao NSLĐ ở mức "Đồng ý" và "Hoàn toàn đồng ý"; (ii) Truyền cảm hứng, tạo động lực thông qua giới thiệu các mô hình, kinh nghiệm nâng cao NSLĐ thành công, với 89,9% ý kiến DNNVV đánh giá báo chí truyền cảm hứng, tạo động lực nâng cao NSLĐ ở mức trung bình đến mạnh mẽ; (iii) Thúc đẩy triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ, với 85,2% ý kiến DNNVV đánh giá thông tin báo chí tác động ở mức "nhất định" đến "rất đáng kể" đối với việc triển khai hoạt động nâng cao NSLĐ. (iv) Thông tin tích cực về sản phẩm, doanh nghiệp được đăng tải trên báo chí thường giúp tăng thêm số lượng và giá trị bán sản phẩm/dịch vụ, với 90,9% ý kiến DNNVV cho rằng số lượng, giá trị bán sản phẩm từ mức tăng nhẹ đến tăng rất đáng kể sau khi được thông tin, giới thiệu trên báo chí. Ngoài ra, báo chí còn có ảnh hưởng quan trọng khác như làm cầu nối giúp phản ánh những khó khăn, vướng mắc liên quan tới hoạt động SX-KD, qua đó góp phần giúp nâng cao NSLĐ, hiệu quả hoạt động của DNNVV.

Luận án đã xác định vấn đề đặt ra đối với công tác thông tin về nâng cao NSLĐ và đề xuất những giải pháp tăng cường ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ. Các giải pháp tập trung vào: (i) Với cơ quan báo chí, cần tạo nội dung phong phú, chất lượng và tập trung thông tin về các giải pháp nâng cao NSLĐ; đồng thời, cần nâng cao độ tin cậy, tính khách quan của thông tin báo chí và đa dạng hóa hình thức truyền thông. (ii) Với DNNVV, cần xây dựng mối quan hệ với báo chí; xác định đúng nhu cầu và chủ động theo dõi các nguồn tin báo chí; chia sẻ thông tin hữu ích trong nội bộ DNNVV. (iii) Với cơ quan nhà nước, cần hỗ trợ báo chí nâng cao năng lực và tiếp cận thông tin về nâng cao NSLĐ; có cơ chế khuyến khích báo chí chủ động sáng tạo trong truyền thông về nâng cao NSLĐ; tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý thúc đẩy nâng cao chất lượng, độ tin cậy của thông tin báo chí.

Do những khó khăn về nguồn lực, quá trình nghiên cứu của đề tài còn một số hạn chế sau: Về ảnh hưởng của báo chí, nghiên cứu mới chỉ đánh giá loại ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại DNNVV, chưa đánh giá được cấp độ, thời gian ảnh hưởng. Về nâng cao NSLĐ tại DNNVV, nghiên cứu chưa đo được mức tăng hay xu hướng tăng NSLĐ sau khi DNNVV tiếp nhận thông tin nâng cao NSLĐ từ báo chí.

Đề tài nghiên cứu đã đạt được kết quả theo mục tiêu đặt ra, khẳng định vai trò của thông tin báo chí đối với nâng cao NSLĐ tại các DNNVV. Bên cạnh đó, nghiên cứu đã đưa ra các giải pháp giúp DNNVV tiếp cận và khai thác thông tin báo chí để hỗ trợ nâng cao NSLĐ một cách hiệu quả hơn. Đồng

thời, cung cấp các giải pháp hữu ích đối với cơ quan báo chí trong việc nâng cao hiệu quả thông tin, tuyên truyền về NSLĐ, góp phần nâng cao vai trò của báo chí đối với phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ

1. Nguyễn Anh Tuấn (2023), “Thực trạng ảnh hưởng của báo chí đối với nâng cao năng suất lao động tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam”, *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông điện tử*, 24-07-2023 (ISSN: 2734-9764).
2. Nguyễn Anh Tuấn (2023), “Thông tin của báo chí với thúc đẩy nâng cao năng suất lao động tại doanh nghiệp”, *Tạp chí điện tử Lý luận chính trị*, 03 Tháng 8 2023, (ISSN 2525-2607).
3. Nguyễn Anh Tuấn (2023), “Thông tin về năng suất lao động trên báo chí và việc tiếp nhận, sử dụng nguồn thông tin đó tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Lý luận Chính trị và Truyền thông điện tử*, 06-09-2023, (ISSN: 2734-9764).