

Doanh nghiệp KH&CN và những vấn đề đặt ra trong truyền thông

Chương trình 592 (được phê duyệt theo Quyết định số 592/QĐ-TTg ngày 22/5/2012 của Thủ tướng Chính phủ) là chương trình hướng đến một trong những nhóm đối tượng mục tiêu là các doanh nghiệp khoa học và công nghệ (KH&CN). Tuy nhiên, trên thực tế, doanh nghiệp KH&CN (một trong những đối tượng thụ hưởng trực tiếp) lại chưa có thông tin đầy đủ về Chương trình và nội dung tuyên truyền về doanh nghiệp KH&CN cũng chưa đáp ứng được yêu cầu. Chính vì vậy, Tạp chí KH&CN Việt Nam đã chủ trì và phối hợp với các cơ quan truyền thông đại chúng khác đẩy mạnh công tác tuyên truyền về Chương trình 592 nói chung và doanh nghiệp KH&CN nói riêng. Đây cũng là một trong những nội dung quan trọng của dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 do Tạp chí chủ trì.

Doanh nghiệp KH&CN chưa biết nhiều và đầy đủ về Chương trình 592

Kết quả khảo sát của dự án cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp KH&CN vẫn chưa từng biết đến Chương trình 592 (70,4%). Đây là một trong những nguyên nhân khiến những năm qua Chương trình 592 còn chưa thu hút được sự tham gia của các tổ chức/cá nhân có nhu cầu, nó cũng phần nào thể hiện sự hạn chế trong công tác truyền thông về Chương trình.

Trên thực tế, Chương trình 592 đề cập trực tiếp đến những nội dung hỗ trợ chứ chưa đề cập trực tiếp đến đối tượng hỗ trợ. Tuy nhiên, kết quả khảo sát lại cho thấy, có đến 92,9% doanh nghiệp KH&CN trả lời là Chương trình đề cập trực tiếp đến đối tượng hỗ trợ. Điều này cho thấy sự hiểu biết chưa đầy đủ của doanh nghiệp KH&CN về Chương trình. Sự hiểu biết chưa đầy đủ về Chương trình 592 còn thể hiện ở khía cạnh vẫn còn một số người thuộc nhóm các doanh nghiệp KH&CN cho rằng, Chương trình hỗ trợ cả nghiên cứu cơ bản (9,8% trả lời) và hỗ trợ thương mại hóa các công nghệ (13,1% trả lời). Một trong những hỗ trợ của Chương trình 592 là nghiên cứu sửa đổi chính sách. Tuy nhiên, có tới 50% những người được hỏi

(thuộc doanh nghiệp KH&CN) khẳng định Chương trình không hỗ trợ cho nội dung này.

Từ những con số trên đây có thể khẳng định được phần nào sự hồ hững, thiếu quan tâm của các doanh nghiệp KH&CN đối với Chương trình 592. Những doanh nghiệp KH&CN đã từng biết đến Chương trình 592 thì hiểu biết còn chưa đầy đủ, thậm chí không đúng với tinh thần của chính sách.

Nội dung thông tin liên quan đến Chương trình 592 và doanh nghiệp KH&CN chưa đáp ứng được yêu cầu

Trước thời điểm tiến hành thực hiện dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 thì nhận định nêu trên hoàn toàn có cơ sở. Nó được minh chứng bằng những con số thông qua kết quả khảo sát về nội dung thông tin liên quan đến doanh nghiệp KH&CN. Dự án đã tiến hành khảo sát các nhóm độc giả mục tiêu, trong đó có các doanh nghiệp KH&CN về mức độ rõ ràng, đầy đủ theo 3 cấp độ (cao, trung bình, thấp) với các thông tin cơ bản: Đối tượng, điều kiện, kinh phí, tổ chức/cá nhân được hỗ trợ; cơ quan điều phối của Chương trình; những bất cập, khó khăn trong việc tiếp cận Chương trình... Kết quả cho thấy, nhiều nội

dung thông tin vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu (dưới 50% số người trả lời đáp ứng ở mức độ cao). Đối với doanh nghiệp KH&CN, thông tin đáp ứng được mức độ cao đều ở tỷ lệ rất thấp: Thông tin về điều kiện được hỗ trợ (37,1%); thông tin về những khó khăn trong tiếp cận Chương trình 592 (28,6%); thông tin về các tổ chức/cá nhân được hỗ trợ (25,7%); thông tin về cơ quan điều phối Chương trình (25,7%); thông tin về hội nghị/hội thảo và những vấn đề liên quan (5,7%); thông tin về mức kinh phí được hỗ trợ (5,7%).

Về tính chất, dự án đã khảo sát các doanh nghiệp KH&CN về mức độ đáp ứng thông tin ở các khía cạnh (cung cấp thông tin cần thiết; tính kịp thời của thông tin; thông tin đáng tin cậy; thông tin sâu, có tính lý luận; nội dung diễn đạt dễ hiểu; thông tin được lan tỏa rộng rãi trên nhiều kênh) về Chương trình 592 trên 3 cấp độ (đáp ứng cao, đáp ứng trung bình và đáp ứng thấp). Kết quả cho thấy, những thông tin này cũng chưa đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp KH&CN. Các thông tin đáp ứng ở mức độ cao đều có tỷ lệ trả lời dưới 50% như: Thông tin có tính kịp thời (21,4%); thông tin cần thiết về Chương trình 592 (23,8%); thông tin được lan tỏa rộng rãi (26,2%);

Diễn đàn Khoa học - Công nghệ

thông tin có nội dung diễn đạt dễ hiểu (28,6%); thông tin sâu, có tính lý luận (33,3%); thông tin đáng tin cậy (45,2%).

Đề cập trực tiếp về doanh nghiệp KH&CN, cuộc khảo sát đưa ra câu hỏi với 3 lựa chọn (đáp ứng cao, trung bình, thấp) với các tiêu chí: 1. Cung cấp thông tin tương đối phong phú về doanh nghiệp KH&CN; 2. Tính kịp thời của thông tin; 3. Thông tin đáng tin cậy; 4. Thông tin sâu, có tính lý luận; 5. Nội dung diễn đạt dễ hiểu; 6. Thông tin được lan tỏa rộng rãi trên nhiều kênh; 7. Khác. Kết quả cho thấy, mức độ đáp ứng các thông tin về doanh nghiệp KH&CN cho chính các doanh nghiệp KH&CN vẫn còn hạn chế: 14,1% cho rằng thông tin tương đối phong phú về doanh nghiệp KH&CN đáp ứng ở mức cao; 5,6% cho rằng thông tin kịp thời đáp ứng ở mức cao; 29,8% cho rằng thông tin đáng tin cậy đáp ứng ở mức cao; 25,4% cho rằng thông tin sâu, có tính lý luận đáp ứng ở mức cao; 19,9% cho rằng nội dung thông tin dễ hiểu đáp ứng ở mức cao; 11,3% cho rằng thông tin được lan tỏa rộng rãi đáp ứng ở mức cao.

Phân tích về mức độ đáp ứng thông tin cả trên phương diện nội dung và tính chất cho thấy, việc cung cấp thông tin về Chương trình 592 và doanh nghiệp KH&CN chưa đáp ứng được yêu cầu của nhóm đối tượng mục tiêu, đặc biệt là các doanh nghiệp KH&CN. Điều này cho thấy, việc truyền thông về Chương trình 592 trước đây còn chưa được tiến hành một cách thường xuyên, liên tục, bài bản và có kế hoạch cụ thể.

Đẩy mạnh truyền thông liên quan đến doanh nghiệp KH&CN

Một trong những nội dung mà dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 là phải đề ra một kế hoạch và đẩy mạnh truyền thông về Chương trình 592. Một số sản phẩm truyền thông chính của

dự án là: 24 phóng sự/talk show trên truyền hình; 12 bài báo trên Tạp chí KH&CN Việt Nam; 24 bài, 96 tin đăng tải trên các kênh truyền thông đại chúng khác; 104 tin chuyên mục trên các website của Tạp chí KH&CN Việt Nam và Văn phòng các Chương trình KH&CN quốc gia. Nội dung tin/bài trên các kênh truyền thông đại chúng phải luôn bám sát nội dung của Chương trình 592.

Căn cứ vào kết quả điều tra của dự án, có thể khẳng định rằng: Doanh nghiệp KH&CN chưa biết nhiều và đầy đủ về Chương trình 592; thông tin về Chương trình 592 và doanh nghiệp KH&CN chưa đáp ứng được yêu cầu của nhóm đối tượng mục tiêu, đặc biệt là các doanh nghiệp KH&CN. Từ thực trạng này, Tạp chí KH&CN Việt Nam đã chủ động và phối hợp với các cơ quan truyền thông đại chúng khác đẩy mạnh truyền thông về Chương trình 592, đặc biệt là những nội dung liên quan trực tiếp đến doanh nghiệp KH&CN.

Tính đến tháng 12/2017, Tạp chí KH&CN Việt Nam đã đăng tải 75 tin/bài; 20 phóng sự truyền hình; hơn 100 tin/bài trên các kênh truyền thông khác đề cập trực tiếp đến Chương trình 592. Nhiều nội dung đã đề cập trực tiếp về doanh nghiệp KH&CN và hướng đến doanh nghiệp KH&CN như: “Cần có chính sách hỗ trợ mang tính hệ thống cho các doanh nghiệp KH&CN”, “Chương trình 592 góp phần bảo tồn và phát triển cây thuốc quý có giá trị kinh tế cao”, “Phát triển doanh nghiệp KH&CN ở TP Đà Nẵng”, “Công ty Cổ phần giống vật tư nông nghiệp công nghệ cao Việt Nam: Thành công nhờ đẩy mạnh nghiên cứu, ứng dụng KH&CN”; “Khai phóng mọi nguồn lực để thúc đẩy doanh nghiệp KH&CN phát triển”; “Tạo thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận công nghệ mới”; “Doanh nghiệp

KH&CN tại Hải Phòng chủ động tiếp cận Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia”; “Khẳng định vai trò của doanh nghiệp KH&CN trong nông nghiệp tại Sơn La”; “Công ty Cổ phần phát triển nông lâm nghiệp và môi trường Việt Nam: Khẳng định hiệu quả từ mô hình doanh nghiệp KH&CN”...

Những nội dung tuyên truyền về Chương trình 592 nói chung và về doanh nghiệp KH&CN nói riêng do Tạp chí KH&CN và một số cơ quan truyền thông đại chúng khác thực hiện bước đầu tạo ra được hiệu ứng tốt, lan tỏa Chương trình 592 đến đông đảo độc giả, trong đó có các doanh nghiệp KH&CN. Đại diện một doanh nghiệp của Đà Nẵng cho biết: “Hoạt động truyền thông về doanh nghiệp KH&CN trước đây nhìn chung còn trầm lắng, nếu không muốn nói là yếu, chưa tạo được hiệu ứng lan tỏa đến người dân, đặc biệt là các doanh nghiệp cũng như toàn xã hội; họ cũng chưa thực sự quan tâm đến loại hình doanh nghiệp KH&CN. Tuy nhiên, trong thời gian gần đây, tôi thấy trên các phương tiện truyền thông đại chúng (truyền hình, báo/tạp chí mạng) đã bắt đầu tuyên truyền nhiều về các doanh nghiệp KH&CN. Đây là một trong những thông tin mà chúng tôi rất quan tâm để học hỏi kinh nghiệm hoạt động của các doanh nghiệp KH&CN khác”. Sự khẳng định của đại diện doanh nghiệp Đà Nẵng phần nào nói lên kết quả mà dự án Nâng cao hiệu quả truyền thông về Chương trình 592 đã đạt được trong thời gian qua. Hy vọng, kết quả của dự án sẽ tạo ra sự lan tỏa rộng rãi; hiệu ứng tuyên truyền thường xuyên, liên tục về Chương trình khi dự án kết thúc ✍

Vũ Hưng