

# WEBSITE VÀ LỢI ÍCH TỐI ĐA CHO DOANH NGHIỆP

IU. V. BABUSHKINA

## 1. Tầm quan trọng của chính sách truyền thông đối với doanh nghiệp

Chính sách truyền thông là một hoạt động được định hướng để thiết lập và duy trì các quan hệ làm ăn thuận lợi của doanh nghiệp với các cơ quan, các tổ chức xã hội và nghề nghiệp, các nhóm công dân (chính sách đối ngoại) và với người làm việc trong doanh nghiệp (chính sách đối nội). Do vậy, chính sách truyền thông cho phép vừa giải quyết được các nhiệm vụ marketing, vừa thiết lập được hệ thống quản lý ngay trong doanh nghiệp với hiệu quả cao hơn.

Theo nhận xét của V.A. Minkina\*, chính sách truyền thông, khi đóng vai trò là phương tiện mở rộng ảnh hưởng của doanh nghiệp và sự thích ứng của nó với những thay đổi của hoàn cảnh bên ngoài, sẽ bảo đảm những lợi ích như sau:

- Công khai thông tin về hoạt động của doanh nghiệp, là cái tạo ảnh hưởng thuận lợi cho danh tiếng của doanh nghiệp và thể hiện sự tôn trọng đối với các khách hàng, đối tác làm ăn và người làm việc của doanh nghiệp;

- Lý giải các nguyên nhân của động thái này hay động thái khác của doanh nghiệp, chuẩn bị cho các khách hàng và đối tác của mình đón nhận những thay đổi sắp sửa diễn ra;

- Xúc tiến các sản phẩm sản xuất;

- Thể hiện ảnh hưởng của doanh nghiệp

tới đời sống kinh tế-xã hội của vùng, lĩnh vực và đất nước;

- Thiết lập các quan hệ cộng tác kinh doanh;

- Thúc đẩy sự tham gia tích cực của các chuyên gia trong doanh nghiệp vào hoạt động của các hội nghề nghiệp;

- Trao đổi tri thức và kinh nghiệm;

- Kết hợp các điều kiện để bảo vệ lợi ích chung và xây dựng chuẩn mực hành xử của doanh nghiệp.

Thành công của chính sách truyền thông phần lớn phụ thuộc vào việc nạp tin vào các bản tin và lựa chọn đúng phương tiện để truyền đạt cho các đối tượng mục tiêu. Hiện nay, để thực thi chính sách truyền thông, người ta đang sử dụng một loạt các phương tiện, bao gồm cả những phương tiện truyền thống như quảng cáo, PR (quan hệ công chúng) lẫn những xuất bản phẩm nội bộ doanh nghiệp, các quy tắc đạo đức nghề nghiệp, các kịch bản đàm phán kinh doanh,... Nhờ các phương tiện này, thông tin được đưa tới các đối tượng mục tiêu khác nhau, nhưng chúng phải được cấu trúc sao cho doanh nghiệp một mặt được nhận biết, nhưng mặt khác lại khác biệt với các đối thủ cạnh tranh. Vấn đề chính mà các nhà quản lý thông tin gặp phải khi lập kế hoạch về chính sách truyền thông đó là lựa chọn những phương tiện hiệu quả nhất để đạt kết quả mong muốn, nghĩa là, nhận được sự hưởng ứng cần thiết nơi thính giả/đối tượng dùng tin

\* Minkina V.A. "Các mục đích của việc hoạch định chính sách truyền thông doanh nghiệp", 2005, tr. 371-372

mà doanh nghiệp nhằm vào. Đồng thời cũng nên làm thế nào để những yếu tố chủ quan bên ngoài (chẳng hạn như khối lượng thông tin không đủ, hay những thông tin quảng cáo của các đối thủ cạnh tranh) chỉ tác động ở mức tối thiểu lên các đối tượng mục tiêu trong quá trình làm quen với các bản tin.

## **2. Website- một trong những phương tiện hiệu quả nhất để thực thi chính sách truyền thông của doanh nghiệp**

Theo chúng tôi, một trong những phương tiện hiệu quả nhất để thực thi chính sách truyền thông của doanh nghiệp là website- “đại diện điện tử” của doanh nghiệp trên mạng Internet. Trong các tài liệu khác nhau, ta bắt gặp vô số định nghĩa về thuật ngữ này, nhưng đa số các định nghĩa đó đều biểu thị website như một tập hợp các trang web với thiết kế lặp lại, được kết hợp với nhau theo ý nghĩa, nằm trong một webserver. Trong những định nghĩa đó, trọng tâm nằm về phía công nghệ tạo lập website, chứ không phản ánh yêu cầu về nội dung đưa vào. Tuy nhiên, theo chúng tôi, điểm chủ chốt của website là tính logic trong cấu trúc của nó, được tạo dựng trên cơ sở cân nhắc đến những quan tâm/lợi ích của đối tượng mục tiêu, cũng như việc nạp tin, cái đáng giá nhất đối với người ghé thăm website. Do vậy, đối với doanh nghiệp, website đóng vai trò như một sản phẩm thông tin, là kết quả lao động của tập thể các nhà nghiên cứu, còn đối với những người sử dụng Internet, nó là nguồn tài nguyên thông tin, cung cấp cho họ những thông tin cần thiết.

Xuất phát từ đó, chúng tôi đưa ra định nghĩa website của mình. Website là sản

phẩm thông tin, gồm tập hợp các trang chủ đề liên hệ với nhau một cách logic, nằm trong một webserver, nhằm thỏa mãn nhu cầu thông tin của các đối tượng mục tiêu nhờ cung cấp sự tiếp cận ở chế độ online tới các tài nguyên thông tin thường xuyên được cập nhật.

Nhìn chung, những nhiệm vụ mà website có thể hỗ trợ giải quyết, được tạm chia làm 3 nhóm:

- Những nhiệm vụ mang tính chất tạo dựng hình ảnh và quảng cáo;
- Những nhiệm vụ mang tính chất thương mại;
- Những nhiệm vụ mang tính chất phát triển tổ chức, tạo động lực cộng tác, tạo lập nhóm.

Cần lưu ý rằng, tất cả những nhiệm vụ đó đều liên quan mật thiết với việc thực thi chính sách truyền thông của doanh nghiệp, kể cả đối ngoại lẫn đối nội. Ngoài ra, môi trường điện tử có một loạt những lợi thế so với các phương tiện truyền thống. Trong số những lợi thế chính có thể kể đến:

- Tạo dựng hình ảnh hấp dẫn của doanh nghiệp bằng cách cung cấp tổng thể các thông tin về lịch sử, hiện trạng, khả năng tài chính, tiềm năng khoa học-kỹ thuật, sự tham gia thực hiện các dự án quy mô lớn,...;
- Truyền thông mang tính tương tác;
- Cung cấp sự tiếp cận tới thông tin liên tục 24 giờ trong ngày, 7 ngày một tuần cho tất cả những người ghé thăm website trên toàn thế giới;
- Linh hoạt đổi mới thông tin, trong đó có cân nhắc đến các chi phí và đề xuất của

người dùng tin;

- Cung cấp một khối lượng thông tin vô hạn;

- Khả năng nhận được thông tin đa phương tiện;

- Tạo lập các site dành riêng cho từng loại sản phẩm hoặc dịch vụ;

- Cá nhân hoá thông tin cho từng nhóm người dùng khác nhau;

- Khả năng tìm kiếm nhanh và đa phương diện các thông tin cần thiết nằm trong “đại dương” thông tin;

- Nhận thông tin về số lượt ghé thăm site, nghĩa là tính kết quả của site với tư cách là một phương tiện truyền thông.

Một lợi thế quan trọng nữa của công cụ này là nó thu hút người làm việc từ các bộ phận khác nhau trong doanh nghiệp tham gia vào việc chuẩn bị tư liệu thông tin để nạp vào và tiếp tục duy trì website, việc này giúp gia tăng sự quan tâm của người làm việc vào công việc chung và cuốn hút họ tham gia thực hiện các quyết định đã được thông qua.

### **3. Cách thức phát huy thế mạnh của website**

Tuy nhiên, những ưu điểm liệt kê ở trên không tự nhiên có được, chúng chỉ xuất hiện nhờ cách tiếp cận được cân nhắc kỹ lưỡng và có cơ sở chắc chắn khi tạo lập website. Hiện nay, vấn đề cung cấp thông tin cho website được chú ý đặc biệt. Trong quá trình xây dựng website cần xét đến những điểm sau đây:

- Mục tiêu tạo lập website, với vai trò là đại diện điện tử của doanh nghiệp, những nhiệm vụ cần phải giải quyết nhờ website đó;

- Những đặc điểm của các đối tượng mục tiêu mà thông tin nhằm vào;

- Đặc trưng của việc cung cấp thông tin dạng điện tử, sự khác biệt của nó với thông tin ở dạng in ấn, tầm quan trọng của việc sử dụng ưu thế của siêu văn bản;

- Tính liên tục và khối lượng lớn của công việc liên quan đến “thời sự hóa” thông tin, nâng cao tính hấp dẫn của website đối với người đọc;

- Sự tiện lợi, xét trên quan điểm của người dùng tin...;

- Bốn phạm vi đồng thời cả những khó khăn của việc xúc tiến website...

Ngoài ra, cũng cần phải cân nhắc những điểm sau:

- Phản hồi của người dùng tin là phương tiện cực kỳ tiện dụng để hiệu chỉnh cách thức truyền thông của doanh nghiệp. Tuy nhiên, bản thân các câu hỏi, các ý kiến, đề xuất, kỳ vọng của người đọc không được dùng làm cơ sở để thay đổi cấu trúc và nội dung của site. Chúng chỉ có thể là xuất phát điểm để ra quyết định;

- Phần lớn các website đều không đem lại lợi nhuận cảm nhận được cho doanh nghiệp. Trách nhiệm hoàn vốn không phải là của website mà là của chính việc kinh doanh. Website chỉ hỗ trợ cho doanh nghiệp trong việc này.

Như vậy, khi tạo lập và sử dụng lâu dài website, doanh nghiệp cần phải xem xét cả những đặc điểm đó lẫn đặc trưng của môi trường điện tử. Ngoài ra, một điều quan trọng là phải xác định loại site cần tạo lập, vì điều này quyết định đến cấu trúc, đến việc đưa thông tin và thực thi kỹ thuật của nó. Tuy nhiên, khó khăn hiện nay là vẫn

chưa có một cách phân loại thống nhất đối với các website...

#### 4. Kết luận

- Khi tạo lập và sử dụng lâu dài website như một phương tiện truyền thông cần phải cân nhắc đến loại site và các đặc điểm của môi trường điện tử;

- Khi thiết kế website cần sử dụng kinh nghiệm hoạt động truyền thông đã tích lũy được của bản thân doanh nghiệp, cũng như nghiên cứu và phân tích kinh nghiệm sử dụng website của các doanh nghiệp khác;

- Nội dung thông tin của website có tầm quan trọng không hề thua kém so với các vấn đề kỹ thuật triển khai và duy trì website. Cán bộ thông tin của doanh nghiệp ngay trong giai đoạn đầu tiên của thiết kế cần phải đưa ra các yêu cầu về nội dung. Nội dung này phải phù hợp với bản thân doanh nghiệp (quy mô, cơ cấu,...), mục tiêu marketing và đáp ứng các nhu cầu và kỳ vọng của đối tượng mục tiêu;

- Trách nhiệm về nội dung thông tin (cả việc xây dựng lẫn việc cập nhật về sau) thuộc về cán bộ thông tin làm việc tại doanh nghiệp, vì họ có các kiến thức và kỹ năng cần thiết;

- Các nhân viên của doanh nghiệp phải cảm thấy tầm quan trọng của việc duy trì site và đổi mới thông tin trong đó, cũng như tham gia vào việc xúc tiến và duy trì nó. Điều này chỉ làm được khi có chính sách truyền thông nội bộ tốt và sự quan tâm của những người làm việc nhằm đạt mục đích chung;

- Khi được tổ chức đúng đắn, website có thể là một phương tiện hữu dụng để thực thi không chỉ chính sách truyền thông với bên ngoài, mà còn cả trong nội bộ doanh nghiệp.

Hải Tâm *Lược dịch*

(Theo Nauchno-Technicheskaja Informaxia, serie 1, 2007, N<sup>o</sup>4, PP. 14-17)

## ĐỊCH VỤ MẠNG THÔNG TIN VISTA

VISTA là mạng thông tin khoa học và công nghệ Việt Nam (Vietnam Information for Science and Technology Advance) do Trung tâm Thông tin KH-CN Quốc gia tổ chức và quản lý.

VISTA cũng là ngân hàng dữ liệu KH-CN lớn nhất Việt Nam, tập hợp nhiều CSDL trong nước và nước ngoài.

### *Tham gia VISTA, người dùng tin có quyền:*

- ◆ Truy nhập và tìm tin theo chế độ trực tuyến (on-line) trong ngân hàng dữ liệu VISTA
- ◆ Nhận các bản tin điện tử về các lĩnh vực khác nhau
- ◆ Truy nhập 12 ấn phẩm thông tin do Trung tâm phát hành
- ◆ Khai thác miễn phí dịch vụ INTERNET như WWW, FTP, Email.