

# KINH DOANH VỐN TRONG NGÀNH BÁO CHÍ TRUYỀN THÔNG: KINH NGHIỆM TRUNG QUỐC

NGUYỄN THÀNH CÔNG <sup>(\*)</sup>

NGUYỄN ANH TUẤN <sup>(\*\*)</sup>

*Việc các doanh nghiệp báo chí truyền thông có được vốn và các nguồn tài nguyên khác để mở rộng và phát triển là vô cùng quan trọng, nó liên quan trực tiếp tới sự tồn tại và phát triển của mỗi cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp truyền thông. Trong những năm qua, vấn đề kinh doanh vốn trong ngành báo chí truyền thông ở Trung Quốc đã trở thành một “điểm nóng”, thu hút sự quan tâm của giới nghiên cứu cũng như giới kinh doanh truyền thông và các nhà quản lý. Bài viết này giới thiệu về một số hình thức kinh doanh vốn đang áp dụng phổ biến trong các doanh nghiệp báo chí truyền thông Trung Quốc hiện nay; phân tích một số ý kiến về vấn đề này; đồng thời tìm hiểu hướng đi trong tương lai của việc kinh doanh vốn trong ngành truyền thông. Các tác giả bài viết cho rằng điểm mấu chốt trong kinh doanh vốn ngành báo chí truyền thông là phải sớm xây dựng một quy tắc phù hợp giữa vấn đề vốn và doanh nghiệp báo chí, vừa đảm bảo quyền lợi kinh tế, vừa giữ được sự đúng đắn, công bằng trong thông tin và định hướng dư luận xã hội, thúc đẩy ngành kinh tế truyền thông phát triển một cách lành mạnh, ổn định.*

**K**hái niệm kinh doanh vốn trong các cơ quan, tổ chức báo chí truyền thông được các học giả định nghĩa như sau: “kinh doanh vốn trong các doanh nghiệp báo chí truyền thông là việc các cơ quan báo chí tái tổ chức, mở rộng quy mô vốn, thực hiện việc tối đa hóa lợi nhuận thông qua việc lưu thông, sáp nhập, tái cơ cấu, góp vốn, nắm giữ cổ phần khống chế, trao đổi, chuyển nhượng hoặc cho thuê đối với những tài

sản mang tính chất kinh doanh của mình, gồm quảng cáo, phát hành, in ấn, sản xuất chương trình (tiết mục), xuất bản, thông tin, v.v...” (1). Vốn trong kinh tế thị trường luôn chiếm một vị trí quan trọng, đối với các doanh nghiệp báo chí, vốn và các nguồn tài nguyên khác cũng mang ý nghĩa sống còn, liên

---

<sup>(\*)</sup> NCS. Đại học Vũ Hán, Trung Quốc.

<sup>(\*\*)</sup> Viện Khoa học xã hội Việt Nam.

quan trực tiếp tới sự tồn tại và phát triển của các tờ báo hay đài phát thanh, truyền hình.

Vài năm trở lại đây, vấn đề kinh doanh vốn trong ngành báo chí truyền thông Trung Quốc đã trở thành một “điểm nóng”, thu hút sự quan tâm của cả giới nghiên cứu và giới kinh doanh báo chí, truyền thông. Có thể nói, việc các tập đoàn báo chí truyền thông Trung Quốc lớn mạnh, mở rộng quy mô thông qua việc kinh doanh vốn đã là con đường tất yếu để phát triển. Sách xanh về lĩnh vực báo chí truyền thông, cuốn “Báo cáo phát triển ngành báo chí truyền thông Trung Quốc 2004 - 2005”, cho thấy, năm 2009, quy mô thị trường truyền thông Trung Quốc đã đạt mức 490,8 tỷ NDT (tương đương 72,2 tỷ USD) (2), trở thành một ngành kinh tế phát triển bùng nổ, là lĩnh vực có hiệu suất và triển vọng đầu tư rất cao. Công ty Morgan – Stanley (Mỹ) đã tiến hành thống kê, phân tích về số năm cần thiết để một công ty vươn lên đẳng cấp thế giới đối với 11 lĩnh vực, kết quả cho thấy ngành truyền thông chỉ mất 8 năm, vượt xa các ngành như y dược, hàng tiêu dùng, tài chính tiền tệ hay năng lượng, xây dựng. Đối với một nước đang phát triển mạnh mẽ như Trung Quốc, quá trình này chỉ mất 2 năm (3). Năm 2002, trong cuốn “Hướng dẫn phân loại ngành nghề các công ty niêm yết”, Ủy ban chứng khoán Trung Quốc đã xác định rõ “ngành công nghiệp truyền thông và văn hóa” là một trong 13 lĩnh vực cơ bản của các công ty giao dịch trên thị trường chứng khoán (4). Ngày 14/10/2003, “Nghị quyết về một số vấn đề về hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường XHCN của BCHTW Đảng Cộng sản Trung Quốc” thông qua tại Hội nghị lần thứ 3

khóa XVI đã nêu rõ: “hoàn thiện các chính sách cho ngành công nghiệp văn hóa, khuyến khích việc thu hút vốn bằng nhiều nguồn, thúc đẩy các ngành văn hóa cùng phát triển, hình thành một nhóm các tập đoàn doanh nghiệp văn hóa quy mô lớn, tăng cường năng lực tổng thể và khả năng cạnh tranh quốc tế cho ngành công nghiệp văn hóa”. Từ đó có thể thấy vai trò quan trọng mang tính tất yếu của kinh doanh vốn trong các doanh nghiệp báo chí truyền thông.

## I. Một số hình thức kinh doanh vốn chính

### 1. Hình thức “mẹ sinh con”

Đây là hình thức mà trong đó một tờ báo lớn sinh ra nhiều tờ báo và tạp chí con, giữa chúng hình thành mối quan hệ tập đoàn theo hình thức mẹ - con, nguồn vốn và tài nguyên trong tập đoàn được tái tổ chức theo một định hướng phù hợp bằng cách chia tách hoặc sáp nhập. Ví dụ Tập đoàn Báo chí “Nhật Báo Quảng Châu” – tập đoàn báo chí đầu tiên của Trung Quốc, sau khi thành lập năm 1996 đã sáp nhập ba tờ “Họa báo hiện đại”, “Báo Thương mại Quảng Châu” và “Báo người già”, cho đình bản hoặc cải tổ một số tờ báo yếu kém của mình. Đến cuối năm 2008, trong Tập đoàn, ngoài tờ báo chính là “Quảng Châu Nhật báo” còn có 15 tờ báo con, 5 tạp chí, 1 nhà xuất bản, 2 website tin tức. Tập đoàn này còn mở rộng lĩnh vực kinh doanh sang quảng cáo, in ấn, nhiếp ảnh, kinh doanh khách sạn, chuỗi cửa hàng bán lẻ. Những bước đi mạnh dạn đó đã khiến Tập đoàn báo chí “Nhật Báo Quảng Châu” nhanh chóng trở thành tập đoàn báo chí lớn nhất, mạnh nhất của Trung Quốc, giá trị thương hiệu của Tập đoàn năm 2008 lên tới 6,48 tỷ NDT (khoảng 950 triệu USD) (5).

## 2. Hình thức sáp nhập, tái cơ cấu

Ví dụ điển hình của hình thức này là Tập đoàn báo chí Văn Hối – Tân Dân. Đây là tập đoàn được thành lập trên cơ sở sáp nhập hai tờ báo mạnh, có truyền thống của Thượng Hải là “Văn Hối báo” và “Tân Dân văn báo”. Tập đoàn mới thành lập đã hợp nhất ban biên tập, thống nhất quản lý các bộ phận kinh doanh. Hình thức kết hợp các tờ báo mạnh kiểu này đã góp phần giảm bớt sự trùng lặp, tránh được lãng phí trong việc phân phối, sử dụng có hiệu quả hơn vốn và các nguồn tài nguyên khác. Sau một thời gian thành lập, các tờ báo thuộc sở hữu của Tập đoàn đã nhanh chóng lớn mạnh như tờ “Tuần san Tân Dân”, “Nhật báo Thượng Hải”, “Thượng Hải thứ tư”, Tập đoàn cũng mở ra những hướng phát triển mới, như việc xây dựng Trung tâm giao dịch Quảng cáo Tân Thế Kỷ. Trong lần giao dịch đầu tiên, Trung tâm đã thu hút hơn 50 công ty quảng cáo, 80 đơn vị báo chí tham gia, doanh số giao dịch đạt 310.000 NDT. Những điều chỉnh về nguồn vốn, về bộ máy tổ chức và cơ chế kinh doanh đã khiến hiệu quả kinh tế của Tập đoàn Văn Hối – Tân Dân tăng rõ rệt, tỷ suất lợi nhuận đứng đầu ngành truyền thông Trung Quốc. Hiện nay Tập đoàn đang hoạt động trong ba lĩnh vực chính: lĩnh vực báo chí truyền thông gồm 17 tờ báo và tạp chí, 1 nhà xuất bản, 1 website tin tức; lĩnh vực in ấn gồm 1 Trung tâm in thuộc Tập đoàn và 1 Công ty in do Tập đoàn nắm cổ phần khống chế; lĩnh vực kinh doanh văn hóa gồm 11 công ty, 1 nhà hát và 1 đoàn kịch hoạt động âm nhạc, biểu diễn, tổ chức sự kiện, sản xuất phim truyện, phim truyền hình và phim hoạt hình.

## 3. Hình thức hợp tác kinh doanh

Một số doanh nghiệp báo chí Trung Quốc áp dụng hình thức này bằng cách coi những kênh truyền hình, sóng phát thanh hoặc tờ báo, trang báo mà mình quản lý, sở hữu như nguồn vốn ban đầu rồi nhượng quyền kinh doanh quảng cáo, quyền phát hành sản phẩm trong một thời gian nhất định, thậm chí nhượng hẳn quyền sản xuất, phát sóng chương trình của kênh truyền hình, sóng phát thanh hay nội dung của một trang báo, tờ báo để đổi lại có được vốn. Cũng có khi các cơ quan báo chí hợp tác với các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán thành lập các công ty con để cùng kinh doanh. Hình thức này đơn giản và khá phổ biến, nhưng nó còn tồn tại nhiều vấn đề. Tuy nguồn vốn có đổ vào các cơ quan báo chí, nhưng đó là trên quan hệ vay mượn, tuy nó không làm thay đổi chủ sở hữu của đài phát thanh, truyền hình hay tờ báo, song trong thời hạn hợp đồng, quyền kinh doanh quảng cáo hay quyền sản xuất phát sóng chương trình phát thanh, truyền hình không còn nằm trong tay của cơ quan báo chí nữa mà do các doanh nghiệp hợp tác nắm giữ. Khi đó không chỉ quyền chủ động, quyền quản lý mất đi mà nguồn tài nguyên của quốc gia là sóng phát thanh, truyền hình hay các tờ báo đã trở thành một thứ hàng hóa bị đưa ra kinh doanh, mua bán kiếm lời.

Một hình thức hợp tác khác là Cục quản lý về phát thanh và truyền hình các địa phương bắt tay với các doanh nghiệp, thành lập công ty cổ phần hợp tác xây dựng, kinh doanh mạng cáp cung cấp dịch vụ phát thanh, truyền hình. Hình thức này chưa được Tổng cục

phát thanh truyền hình Trung ương Trung Quốc công nhận. Trong công văn số 93 (1993), cơ quan này yêu cầu “trước khi các chính sách có liên quan của nhà nước ban hành, tạm ngừng phê duyệt các dự án xây dựng, kinh doanh truyền hình cáp mà có sự tham gia của nguồn vốn từ bên ngoài”. Song hình thức này thực sự đã giải quyết được vấn đề thiếu vốn trong xây dựng cơ sở hạ tầng về phát thanh, truyền hình cho nhiều tỉnh, thành ở Trung Quốc, nó đã góp phần đẩy nhanh tốc độ xây dựng mạng lưới truyền hình cáp ở nhiều địa phương, vì thế tuy có văn bản nhưng trên thực tế vấn đề này khó giải quyết triệt để.

#### 4. Hình thức thu hút vốn qua thị trường chứng khoán

Gồm hai hình thức nhỏ sau:

Thứ nhất, các công ty con trực tiếp niêm yết trên thị trường chứng khoán. Các cơ quan báo chí truyền thông tách riêng phần tài sản kinh doanh, tiến hành tái cơ cấu, và đăng ký thành lập các công ty cổ phần trực thuộc, có tư cách pháp nhân độc lập.

Sau đó lập hồ sơ xin phép giao dịch cổ phiếu trên thị trường chứng khoán, nhằm tìm kiếm nguồn đầu tư thông qua thị trường này. Các công ty Đông Phương Minh Châu Thượng Hải năm 1994, Công ty Truyền thông CTV năm 1997, hay Công ty Truyền thông Phát thanh, truyền hình Hồ Nam (Hunan TV and Broadcast Intermediary) năm 1999 và trường hợp Công ty truyền thông Báo Thanh niên Bắc Kinh (Beijing Media Corporation) niêm yết trên thị trường chứng khoán Hồng Kông cuối năm 2005 đều áp dụng phương thức này. Ưu điểm của hình thức hợp tác này là đầu tư ban đầu nhỏ, rủi ro thấp, thu hút được lượng

vốn lớn, song theo “Luật Chứng khoán” và những quy định của Ủy ban Chứng khoán Trung Quốc, để một cổ phiếu công ty truyền thông mới kiểu này được giao dịch sẽ phải qua một loạt quy trình chặt chẽ, đòi hỏi nhiều thời gian và công sức.

Thứ hai, các công ty nhỏ nắm giữ cổ phần khống chế trong các công ty niêm yết. Một số tổ chức và doanh nghiệp báo chí truyền thông ở Trung Quốc tiến hành mua bán cổ phiếu, nắm giữ cổ phần khống chế của các công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán, đó là một kênh vốn khá an toàn. Ví dụ, năm 1999, Công ty Bắc Thụy trực thuộc Tập đoàn Báo chí Tứ Xuyên mua lại Tập đoàn Điện khí Tứ Xuyên (SEAC), năm 2000, Công ty Hoa Văn trực thuộc “Nhật Báo Nhân Dân” mua cổ phần của Công ty Khí thiên nhiên Hải Nam. Hình thức này có nhiều rủi ro hơn so với hình thức trên bởi vì để có được nguồn vốn, doanh nghiệp báo chí cần có thực lực kinh tế, cộng với đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, ngoài ra cũng cần sự ủng hộ của các cổ đông khác cùng nắm giữ cổ phần trong công ty.

## II. Những vấn đề cần thảo luận xoay quanh kinh doanh vốn trong ngành truyền thông

Thực tế cho thấy kinh doanh vốn trong ngành truyền thông luôn là vấn đề gây ra nhiều tranh luận, chủ yếu xoay quanh những vấn đề sau: Kinh doanh vốn có ảnh hưởng tới vai trò “cơ quan phát ngôn” của báo chí hay không? Có gây ra thất thoát tài sản nhà nước hay không? Có ảnh hưởng tới tính công bằng, khách quan của báo chí hay không? Có thể tiến hành cải tổ cơ quan báo chí, truyền thông bằng sức mạnh hành chính thay vì dùng hình thức kinh doanh vốn không? v.v...

Trả lời được những câu hỏi trên có nghĩa là chúng ta sẽ đỡ bỏ được các trở ngại đối với vấn đề này. Quản lý các cơ quan báo chí thế nào trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay? Về mặt này, có thể nói Chính phủ Trung Quốc đã tích lũy được khá nhiều kinh nghiệm. Chính phủ cho phép các cơ quan báo chí có thể kinh doanh trong nhiều lĩnh vực hay thu hút vốn từ nhiều nguồn khác nhau, nhưng phải trên cơ sở tuân thủ sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Trung Quốc, tôn trọng tính Đảng trong báo chí và kiên trì công tác định hướng dư luận đúng đắn. Kinh doanh vốn hiện nay phải tôn trọng vai trò quản lý, kiểm soát của nguồn vốn nhà nước, điều này không chỉ đảm bảo sức mạnh kinh tế của ngành báo chí truyền thông nằm trong tay Nhà nước, mà còn giúp các cơ quan báo chí tăng cường sức mạnh kinh tế của mình, thông qua đó Nhà nước Trung Quốc quản lý tốt hơn lĩnh vực báo chí truyền thông.

Mục đích của kinh doanh vốn là tìm kiếm nguồn đầu tư và lợi nhuận, làm tăng giá trị tài sản. Đối với ngành báo chí truyền thông Trung Quốc, nó còn giúp điều chỉnh cơ cấu, tổ chức lại nguồn tài nguyên, tối ưu hóa hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp báo chí Trung Quốc cũng như nhiều doanh nghiệp quốc doanh khác, một khi đã tham gia vào thị trường, tiến hành cải tổ theo hướng doanh nghiệp rõ ràng cũng sẽ phải tôn trọng những quy luật của kinh tế thị trường và đối mặt với nhiều rủi ro.

Cung cấp những sản phẩm báo chí chất lượng cao là điều kiện tiên quyết để các cơ quan báo chí giữ được uy tín với xã hội, tạo dựng thương hiệu cho mình. Đây vừa là yêu cầu của chính sách báo chí

tuyên truyền, của tính chất công ích xã hội, mà còn là tiền đề để các tổ chức, doanh nghiệp báo chí truyền thông tìm kiếm được nguồn vốn để đầu tư phát triển.

Môi trường kinh doanh quốc tế ngày càng cạnh tranh khốc liệt, tốc độ thị trường hóa ở Trung Quốc diễn ra ngày càng nhanh chóng, vấn đề kinh doanh vốn trong doanh nghiệp báo chí truyền thông cũng đang có những bước tiến rõ rệt. Song trong vấn đề này, vẫn còn tồn tại một số điểm bất cập như cơ chế phù hợp cho hoạt động của ngành truyền thông chưa hoàn thiện, những yếu tố kinh tế trong kinh doanh truyền thông còn chưa được xem xét thấu đáo. Vì vậy, khi vấn đề kinh doanh vốn được đưa vào ngành báo chí truyền thông, đã nảy sinh luồng ý kiến trái ngược, cho rằng dường như chỉ khi sắp xếp lại một cách hệ thống các khâu, các yếu tố của doanh nghiệp báo chí truyền thông thì mới hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro đầu tư, mang lại hiệu suất đầu tư cao, song rõ ràng đang tồn tại một thực tế, đó là phạm vi và quyền hạn của việc sắp xếp lại này đang bị giới hạn một cách nghiêm ngặt, ở những khâu khác nhau đang có những tiếng nói khác nhau, và xu hướng vận động của chúng nhiều khi không thống nhất, thậm chí trong nhiều trường hợp còn là mâu thuẫn (xem thêm: 6). Kinh doanh vốn trong ngành truyền thông mới chỉ dừng lại ở “bề ngoài”, một cơ chế doanh nghiệp hiện đại và hoàn thiện dành cho kinh doanh vốn trong ngành truyền thông vẫn chưa được xây dựng, còn thiếu hành lang pháp lý và chính sách hữu quan bảo đảm cho quyền lợi của bên đầu tư...

Trong điều kiện cơ chế thị trường chưa hoàn chỉnh, sử dụng hình thức

hành chính, mệnh lệnh đã giúp thúc đẩy cho ngành báo chí truyền thông có được những bước phát triển, tìm được những hướng đi tốt. Nhưng khi cơ chế kinh tế thị trường đang từng bước hoàn thiện, nguồn đầu tư sẽ là đầu mối, kết hợp với quy luật thị trường, để vai trò hành chính và yếu tố thị trường cùng phát huy tác dụng. Hành chính mệnh lệnh chỉ nên là một phương thức quản lý thô đóng vai trò thúc đẩy, định hướng chứ không thể tham gia trực tiếp. Nên tiến hành tái cơ cấu và tổ chức kinh doanh theo hình thức chính phủ khuyến khích, các doanh nghiệp báo chí tự nguyện tham gia.

Môi trường kinh doanh quốc tế ngày càng cạnh tranh khốc liệt, tốc độ thị trường hóa ở Trung Quốc diễn ra ngày càng nhanh chóng, vấn đề kinh doanh vốn trong doanh nghiệp báo chí truyền thông cũng đang có những bước tiến rõ rệt. Song trong vấn đề này, vẫn còn tồn tại một số điểm bất cập như cơ chế phù hợp cho hoạt động của ngành truyền thông chưa hoàn thiện, những yếu tố kinh tế trong kinh doanh truyền thông còn chưa được xem xét thấu đáo. Vì vậy, khi vấn đề kinh doanh vốn được đưa vào ngành báo chí truyền thông, đã nảy sinh luồng ý kiến trái ngược, cho rằng đương nhiên chỉ khi sắp xếp lại một cách hệ thống các khâu, các yếu tố của doanh nghiệp báo chí truyền thông thì mới hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro đầu tư, mang lại hiệu suất đầu tư cao, song rõ ràng đang tồn tại một thực tế, đó là phạm vi và quyền hạn của việc sắp xếp lại này đang bị giới hạn một cách nghiêm ngặt, ở những khâu khác nhau đang có những tiếng nói khác nhau, và xu hướng vận động của chúng nhiều khi không thống nhất, thậm chí trong nhiều

trường hợp còn là mâu thuẫn (xem thêm: 6). Kinh doanh vốn trong ngành truyền thông mới chỉ dừng lại ở “bề ngoài”, một cơ chế doanh nghiệp hiện đại và hoàn thiện dành cho kinh doanh vốn trong ngành truyền thông vẫn chưa được xây dựng, còn thiếu hành lang pháp lý và chính sách hữu quan bảo đảm cho quyền lợi của bên đầu tư

Ở đây, chúng ta có một vấn đề cần làm rõ nữa, đó là vấn đề chủ thể và khách thể của nguồn vốn ở các doanh nghiệp báo chí. Thứ nhất là vấn đề chủ thể, ở Trung Quốc, tuy các cơ quan báo chí đều là doanh nghiệp vốn nhà nước, song trong trường hợp cụ thể lại do nhiều cơ quan khác nhau như Ban Tuyên giáo, Cục quản lý phát thanh truyền hình, Cục Báo chí xuất bản, các đơn vị hành chính sự nghiệp, các đoàn thể quần chúng, v.v... quản lý. Về lý thuyết, chủ thể kinh doanh vốn là rõ ràng, nhưng trên thực tế lại rất mơ hồ, vì thế trong vấn đề kinh doanh vốn cần làm rõ pháp nhân về quyền sở hữu doanh nghiệp báo chí. Thứ hai là khách thể, đầu là nguồn vốn có giá trị, đầu là vốn không có giá trị trong kinh doanh. Ở Trung Quốc, với vai trò là “tai mắt miệng lưỡi”, “là người phát ngôn”<sup>(\*)</sup>, các cơ quan báo chí trở thành một nguồn tài nguyên phi thương mại. Vì thế vấn đề đặt ra là làm thế nào để các cơ quan báo chí vừa kinh doanh, lại giữ được tính chất là người phát ngôn và phương tiện

(\*) Nguyên văn âm Hán Việt: nhĩ mục hầu thiệt. Nhà duy tân Trung Quốc thế kỷ XIX – một trong những người đầu tiên đặt nền móng cho nền báo chí Trung Quốc – Lương Khởi Siêu là người đầu tiên nêu ra lý thuyết này. Ông cho rằng “người làm báo phải là tai mắt, miệng lưỡi của quốc gia”. Năm 1942, tờ báo của TW Đảng Cộng sản Trung Quốc ở chiến khu Diên An, “Nhật báo Giải phóng” khẳng định “Báo chí là miệng lưỡi của Đảng, miệng lưỡi của một tập thể lớn này”.

tuyên truyền của mình. Khi nguồn vốn đổ vào báo chí, cần làm rõ phạm vi của nó, xác định rõ “vùng hoạt động” và “vùng cấm”. Điều này rõ ràng liên quan tới vấn đề tính chất của ngành báo chí truyền thông xã hội chủ nghĩa (xem thêm: 7).

### III. Xu thế của kinh doanh vốn trong ngành truyền thông ở Trung Quốc trong tương lai

Có thể dự đoán một số xu thế phát triển của vấn đề kinh doanh vốn trong cơ quan báo chí truyền thông Trung Quốc trong tương lai như sau.

#### 1. Kinh doanh vốn kết hợp với sự đa dạng trong hình thức sở hữu

Trung Quốc sẽ xây dựng một cơ chế quyền sở hữu đa dạng, nhiều tầng bậc, các cơ quan báo chí thuộc sở hữu khác nhau sẽ đảm nhiệm những chức năng khác nhau, nghĩa là chúng sẽ có những hình thức kinh doanh vốn khác nhau. Đối với các cơ quan báo chí hoàn toàn thuộc sở hữu nhà nước, chúng không cần tham gia vào thị trường vốn bởi chức năng “người phát ngôn” và định hướng chuẩn mực đạo đức phi thương mại của mình. Chính phủ sẽ có những hỗ trợ về tài chính cho các cơ quan này, các cơ quan này sẽ chịu sự quản lý kết hợp giữa quản lý hành chính và quản lý bằng pháp luật. Đối với những doanh nghiệp báo chí mà nhà nước giữ cổ phần khống chế, có thể kinh doanh vốn trong một giới hạn cho phép, các doanh nghiệp này chịu sự giám sát và quản lý của luật pháp và quy luật kinh tế. Đối với những doanh nghiệp truyền thông khác mà nhà nước tham gia cổ phần, có thể cho hoạt động theo cơ chế thị trường, tiến hành kinh doanh vốn một cách tự chủ.

#### 2. Từ bộ phận tới chỉnh thể

Ngày 17/10/2007, khi trả lời phỏng vấn báo chí tại Đại hội XVII Đảng Cộng sản Trung Quốc, Tổng cục trưởng Tổng cục Báo chí xuất bản nhà nước Trung Quốc, ông Liễu Bân Kiệt đã nói: “Cho phép các doanh nghiệp báo chí truyền thông được giao dịch chính thể trên thị trường chứng khoán, không tách nghiệp vụ phỏng vấn biên tập và kinh doanh quảng cáo thương mại của báo chí như trước đây”. Phát biểu này được hiểu là Chính phủ Trung Quốc đã đồng ý mở cửa thị trường một cách thận trọng cho ngành công nghiệp văn hóa truyền thông (8).

Trước đây, kinh doanh vốn của doanh nghiệp báo chí chủ yếu diễn ra trong lĩnh vực quảng cáo và phát hành, chứ chưa liên quan tới lĩnh vực nội dung, điều này đã ảnh hưởng tới chuỗi hoạt động của doanh nghiệp báo chí nói riêng và toàn ngành báo chí truyền thông nói chung, vì thế hiệu quả đầu tư chưa cao và gặp nhiều trở ngại trong quá trình thu hồi vốn. Việc chính phủ cho phép các doanh nghiệp báo chí truyền thông được giao dịch theo một chính thể trên thị trường chứng khoán là biện pháp tốt để nguồn vốn được kinh doanh đúng theo quy luật thị trường hơn, mang lại lợi ích lớn hơn cho cả doanh nghiệp báo chí và nhà đầu tư.

#### 3. Chuyển từ doanh nghiệp mới sang doanh nghiệp cũ (\*)

Một đặc điểm nổi bật trong cải cách truyền thông hơn 20 năm qua ở Trung Quốc là, cải cách nghiệp vụ ở tầng vĩ mô đã vượt xa những cải cách về cơ chế ở tầng vĩ mô; cải cách ở vòng ngoài đi nhanh hơn ở trung tâm; cải cách của các

(\*) Giới nghiên cứu Trung Quốc dùng từ “tăng lượng truyền môi” chỉ các doanh nghiệp mới và “tích lượng truyền môi” chỉ các doanh nghiệp cũ.

doanh nghiệp mới (doanh nghiệp báo chí truyền thông thành lập mới) nhanh hơn của các doanh nghiệp cũ (các doanh nghiệp báo chí truyền thông có từ trước). Thực tế, sự phát triển của ngành truyền thông Trung Quốc ngày nay là kết quả của ba yếu tố trước kể trên, trong khi đó ba yếu tố sau kể trên lại đang là tác nhân gây ra nhiều trở ngại, kìm hãm tốc độ phát triển (9, tr.3).

Các doanh nghiệp mới sinh ra trong bối cảnh kinh tế thị trường thích nghi nhanh chóng với thị trường và vốn. Còn các doanh nghiệp cũ, những doanh nghiệp chịu nhiều tác động của các yếu tố tích chất, chức năng của bản thân và cả những yếu tố lịch sử, khi đối mặt với kinh tế thị trường thường tỏ ra kém thích nghi, trong khi đó những doanh nghiệp báo chí loại này đang chiếm một tỷ lệ lớn trong ngành truyền thông ở Trung Quốc. Các doanh nghiệp này có thể tìm hiểu những mặt mạnh trong kinh doanh vốn của doanh nghiệp mới, các doanh nghiệp mới có thể học hỏi những kinh nghiệm cải cách thành công của doanh nghiệp cũ. Từ đó, phân loại doanh nghiệp dựa trên những chức năng mà chúng đang đảm nhiệm, rồi từng bước đưa chúng tham gia thị trường vốn.

Ngoài việc tìm một hình thức kinh doanh vốn phù hợp cho các doanh nghiệp báo chí, chúng ta cũng cần thấy rằng, ảnh hưởng của nguồn vốn có tác dụng hai mặt. Một mặt nó giúp các doanh nghiệp truyền thông mở rộng quy mô, tăng cường năng lực, áp dụng những mô hình quản lý tiên tiến, và thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, tạo điều kiện về mặt vật chất để báo chí làm tốt chức năng chính trị của mình, song nếu sự quản lý vĩ mô không tốt, doanh nghiệp chỉ chú ý chạy theo lợi nhuận, sẽ

gây ra ảnh hưởng xấu, báo chí không còn đi đúng quỹ đạo của mình. Vì thế, các cơ quan quản lý cần bắt tay nghiên cứu ban hành những chính sách phù hợp để ngăn chặn những hiện tượng tiêu cực cũng như rủi ro kinh doanh trong vấn đề này.

Điểm mấu chốt trong kinh doanh vốn ngành báo chí truyền thông là phải sớm xây dựng một quy tắc phù hợp giữa vấn đề vốn và doanh nghiệp báo chí, vừa đảm bảo quyền lợi kinh tế, vừa giữ được sự đúng đắn, công bằng trong thông tin và định hướng dư luận xã hội, thúc đẩy ngành kinh tế truyền thông phát triển một cách lành mạnh, ổn định.

#### IV. Kết luận

Tập đoàn báo chí đầu tiên ở Trung Quốc được thành lập tới nay mới trải qua giai đoạn thực tiễn ngắn ngủi 14 năm. Vấn đề kinh doanh vốn trong tập đoàn báo chí không chỉ liên quan tới bản thân ngành báo chí truyền thông mà còn chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố như chính trị, kinh tế, văn hóa, tài chính, v.v..., và nó vẫn đang là một quá trình tiệm tiến, liên tục hoàn thiện, song qua thực tế hoạt động, ngành báo chí truyền thông Trung Quốc đã có được một số kinh nghiệm quý báu trong vấn đề này.

Ở Việt Nam, tại Đại hội toàn quốc lần thứ IX, trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội đến năm 2010, Đảng ta đã xác định mục tiêu: “Phát triển và hiện đại hóa mạng lưới thông tin đại chúng, nâng cao chất lượng các sản phẩm, dịch vụ phát thanh, truyền hình, báo chí, xuất bản” (16). Điều này cũng đã được cụ thể hóa trong “Chiến lược phát triển thông tin đến 2010” của Thủ tướng Chính phủ, trong đó đề cập tới việc “thử nghiệm xây dựng tổ hợp xuất

bản, tập đoàn báo chí, kết hợp với các hoạt động kinh doanh, dịch vụ theo quy định của pháp luật để tạo nguồn thu đầu tư cho hoạt động báo chí” (17). Do vậy song song với việc nghiên cứu lý luận, thì việc học hỏi, tìm hiểu những kinh nghiệm của nước ngoài, đặc biệt của các nước có môi trường văn hóa, bối cảnh chính trị, mục tiêu phát triển tương đối giống Việt Nam, rồi kết hợp với thực tiễn trong nước, từ đó tìm ra hướng đi phù hợp cho mình là việc làm cần thiết để thực hiện những mục tiêu mà Đảng và Nhà nước đã đề ra.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tạ Văn Canh. Nghiên cứu một số vấn đề trong kinh doanh vốn của truyền thông Trung Quốc. Tạp chí *Báo giới*, 2006, số 3.
2. <http://finance.sina.com.cn/chanjing/cyxw/20100422/02247801140.shtml>
3. Du Quốc Minh. “Lý thuyết bọt bong bóng” trong đầu tư truyền thông không tồn tại. Tạp chí *Quan sát truyền thông*, 2002, số 9.
4. <http://www.csrc.gov.cn/>
5. <http://baike.baidu.com/view/2146067.htm>
6. Du Quốc Minh. Bàn về cơ hội, phương thức thực hiện và tránh rủi ro trong mối liên kết giữa thị trường vốn và ngành truyền thông. Tạp chí *Nghiên cứu Báo chí Truyền thông*, 1999, số 4.
7. Đoàn Vĩnh Cương. Kinh doanh vốn trong ngành truyền thông nước ta. Tạp chí *Nghiên cứu Báo chí truyền thông*, 2001, số tháng 2.
8. Ngôn luận giới truyền thông 2007, Tạp chí *Truyền thông*, 2008, số 1.
9. Du Quốc Minh, Trương Tiểu Tranh. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp truyền thông. Trung Quốc: Hoa Hạ, 2005.
10. Chiêm Tân Huệ. Nghiên cứu về kinh doanh vốn trong tập đoàn báo Đảng. Trung Quốc: Đại học Truyền thông Trung Quốc, 2009.
11. Lưu Thành Phụ. Những điểm mới về thể chế truyền thông phát thanh truyền hình Trung Quốc. *Nhật báo Nam Phương*, 2007.
12. Lý Tùng Linh. Nghiên cứu lý thuyết kinh tế truyền thông. Trung Quốc: Đại học Hồ Nam, 2008.
13. Nghiêm Cửu Tam. Nghiên cứu về kinh doanh vốn của các cơ quan truyền thông Trung Quốc. Trung Quốc: Văn hóa Thượng Hải, 2007.
14. Tạ Văn Canh. Kinh doanh vốn truyền thông. Trung Quốc: Đại học Phúc Đán, 2006.
15. Vương Kiến Nam. Bàn về vốn của báo Đảng. Trung Quốc: Cáp Nhĩ Tân, 2001.
16. [http://123.30.49.74:8080/tiengviet/tulieuvankien/vankiendang/details.asp?topic=191&subtopic=8&leader\\_topic=226&id=BT1370335562](http://123.30.49.74:8080/tiengviet/tulieuvankien/vankiendang/details.asp?topic=191&subtopic=8&leader_topic=226&id=BT1370335562)
17. [http://www.chinhphu.vn/portal/page?\\_pageid=578,33345598&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL&docid=14867](http://www.chinhphu.vn/portal/page?_pageid=578,33345598&_dad=portal&_schema=PORTAL&docid=14867)