

CHUYÊN ĐỀ

Một số nội dung trọng tâm trong công tác truyền thông năm 2023

Trung tâm Truyền thông

I. Kết quả công tác truyền thông năm 2022 tại BHXH các tỉnh, thành phố

1. Kết quả đạt được

Căn cứ Kế hoạch số 4376/KH-BHXH về công tác thông tin, truyền thông năm 2022 và các văn bản hướng dẫn của BHXH Việt Nam, 100% BHXH tỉnh, thành phố (BHXH tỉnh) đã chủ động xây dựng các kế hoạch, văn bản về công tác thông tin, truyền thông, bám sát định hướng chỉ đạo của BHXH Việt Nam, phù hợp với điều kiện thực tế tại địa phương và tích cực triển khai kế hoạch đề ra.

Công tác tuyên truyền tại BHXH tỉnh được triển khai một cách đồng bộ, bài bản, linh hoạt, bám sát nội dung và các hoạt động của Ngành, huy động được sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị. Theo báo cáo của BHXH 63 tỉnh cho thấy, 100% BHXH tỉnh đã thường xuyên báo cáo kết quả thực hiện công tác BHXH, BHYT, BHTN và tham mưu cho Tỉnh ủy, HĐND tỉnh, UBND tỉnh ban hành các văn bản chỉ đạo thực hiện chính sách BHXH, BHYT, BHTN trong đó có công tác truyền thông chính sách trên địa bàn tỉnh theo tinh thần Nghị quyết số 28-NQ/TW; chủ động ban hành văn bản và triển khai các đợt truyền thông cao điểm, theo chủ đề, chủ điểm bám sát hướng dẫn của BHXH Việt Nam như truyền thông Tháng vận động, triển khai BHXH toàn dân (tháng 5), Ngày BHYT Việt Nam (1/7), BHYT HSSV năm học 2022-2023,...

Tăng cường chỉ đạo, hướng dẫn BHXH cấp huyện triển khai thực hiện công tác truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT, BHTN, trong đó chú trọng công tác tham mưu cho Huyện ủy, HĐND, UBND huyện trong triển khai thực hiện các chính sách này trên địa bàn nói chung và công tác truyền thông nói riêng; tăng cường tổ chức tuyên truyền lưu động, truyền thông lồng ghép thông qua các cuộc họp tổ dân phố, chú trọng hình thức tư vấn, đối thoại, truyền thông nhóm nhỏ tới tận địa bàn thôn xóm và tuyên truyền qua hệ thống đài phát thanh xã, phường, thị trấn.

BHXH tỉnh đã tích cực phối hợp với các sở, ban, ngành, các cơ quan truyền thông báo chí địa phương và các đơn vị liên quan trong công tác truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT, BHTN. Theo đó, các hình thức thông tin, truyền thông được triển khai khá đa dạng, phong phú, tạo được điểm nhấn và thu hút sự quan tâm của đông đảo các tầng lớp Nhân dân, người lao động (NLĐ). Nội dung truyền thông được đổi mới theo hướng chú trọng đến việc truyền thông về ý nghĩa, tính nhân đạo, nhân văn của các chính sách BHXH, BHYT, BHTN cũng như quyền lợi của người tham gia; lợi ích của việc nhận lương hưu hằng tháng và tấm thẻ BHYT được cấp miễn phí cho người hưởng lương hưu; truyền thông khuyến khích NLĐ không nhận BHXH một lần; trách nhiệm, ý nghĩa việc hỗ trợ kinh phí từ ngân sách địa phương đối với người tham gia;... Kết quả, trong năm 2022, BHXH 63 tỉnh đã triển khai thực hiện được khoảng **45.900 hội nghị** truyền thông, tập huấn, tư vấn, đối thoại, khách hàng (*tăng gấp 2 lần so với năm 2021*) với khoảng **1,7 triệu lượt** người tham

dự; khoảng **139.000 cuộc** truyền thông nhóm nhỏ (*tăng gấp khoảng 2,8 lần so với năm 2021*) với khoảng **989.000 lượt người** được truyền thông - đây là một trong những hình thức truyền thông được đánh giá mang lại hiệu quả cao và được hầu hết BHXH tỉnh tổ chức thực hiện. Trong năm đã có khoảng: **1,05 triệu lượt** phát thanh trên hệ thống loa truyền thanh cơ sở (*tăng gấp 1,4 lần so với năm 2021*); **18.000 tin, bài, phóng sự...** được đăng tải, phát sóng trên các cơ quan báo đài địa phương (*tăng gấp 1,06 lần so với năm 2021*).

Công tác tuyên truyền trực quan và phát hành các ấn phẩm truyền thông cũng tiếp tục được BHXH tỉnh tăng cường thực hiện. 100% BHXH tỉnh đã ban hành văn bản và triển khai các hoạt động tuyên truyền trực quan nhân: Ngày thành lập Ngành, Tháng vận động, triển khai BHXH toàn dân, Ngày BHYT Việt Nam. Bên cạnh đó, BHXH tỉnh cũng chủ động in ấn, phát hành các tờ rơi, tờ gấp tuyên truyền do BHXH Việt Nam cấp như: “Những điều cần biết về BHXH tự nguyện”, “Những điều cần biết về BHYT hộ gia đình”, “Những điều cần biết về BHYT HSSV”... Năm 2022, đã có **trên 8,8 triệu ấn phẩm** truyền thông (tờ rơi, tờ gấp, băng rôn, phướn) được BHXH 63 tỉnh phát hành.

BHXH tỉnh đã chú trọng hơn nữa trong việc truyền thông trên Cổng TTĐT BHXH của đơn vị. Năm 2022, Cổng TTĐT BHXH 63 tỉnh đã sản xuất, biên tập, đăng tải **khoảng 38.000 tin, bài, văn bản** thông tin về chính sách BHXH, BHYT, BHTN và các hoạt động của BHXH địa phương (*tăng gấp hơn 1,3 lần so với năm 2021*). Qua đó đã phát huy vai trò chủ lực, là đầu mối cung cấp thông tin chính thống về BHXH, BHYT, BHTN, tiếp cận đến hàng chục triệu độc giả, trở thành diễn đàn, người bạn tin cậy của người dân, NLĐ, người sử dụng lao động trong lĩnh vực thông tin về các chính sách an sinh xã hội của Đảng, Nhà nước.

Hoạt động truyền thông trên môi trường Internet, mạng xã hội như Facebook, Zalo,... đều được BHXH tỉnh đẩy mạnh và đạt nhiều kết quả tích cực. Trong năm, đã có khoảng **950 hội nghị** truyền thông trực tuyến (livestream, trực tuyến qua điểm cầu, phần mềm Zoom, ứng dụng Google Meet,...); khoảng **846.000 sản phẩm** truyền thông (tin, bài, video, phóng sự,...) được đăng tải, chia sẻ trên trang Fanpage, Zalo, Youtube của BHXH tỉnh và CCVC của BHXH tỉnh (*tăng gấp gần 2 lần so với năm 2021*).

Có thể khẳng định, năm 2022 các hoạt động truyền thông tại BHXH 63 tỉnh đã được triển khai chuyên nghiệp, bài bản, linh hoạt, phối hợp thường xuyên, chặt chẽ với các sở, ngành, tổ chức chính trị - xã hội, cơ quan truyền thông, báo chí để kịp thời triển khai đồng bộ nhiều giải pháp đẩy mạnh truyền thông trên phạm vi toàn quốc. Nội dung, hình thức truyền thông tiếp tục được chú trọng đổi mới theo hướng đa dạng, phong phú, đặc biệt phương thức truyền thông qua mạng xã hội và các ứng dụng số mang lại hiệu quả cao; đồng thời, tăng cường tổ chức các hoạt động truyền thông trực tiếp như tọa đàm, tư vấn, đối thoại,... phù hợp với từng nhóm chủ thể tham gia, từng vùng miền. Qua đó, đã: Huy động được sự vào cuộc tích cực hơn của cấp ủy, chính quyền các cấp, các cơ quan, đơn vị trong lãnh đạo, chỉ đạo, phối hợp thực hiện tốt công tác truyền thông BHXH, BHYT, BHTN đến cán bộ, đảng viên và Nhân dân; Tạo sự đồng thuận trong việc xây dựng và thực hiện chính sách BHXH,

BHYT, BHTN gắn với công tác phát triển người tham gia; Góp phần nâng cao ý thức tuân thủ, chấp hành pháp luật về BHXH, BHYT, BHTN của người dân, doanh nghiệp. Đồng thời, đây cũng là kênh hữu hiệu để tiếp nhận những thông tin phản hồi của người tham gia về hiệu quả thực thi chính sách BHXH, BHYT, BHTN cùng những khó khăn, vướng mắc trong thực tiễn và các đề xuất, giải pháp nhằm điều chỉnh, xây dựng, hoàn thiện các chính sách an sinh xã hội.

2. Khó khăn, hạn chế

- Cơ chế tài chính, định mức liên quan tới: Thẻ loại báo chí mới, hiện đại (bài emagazine, infographic, toạ đàm trực tuyến,...); Hội nghị truyền thông trực tuyến, nhóm nhỏ, lồng ghép; Thù lao viết tin, bài đăng trên mạng xã hội... chưa được quy định cụ thể, ảnh hưởng tới việc thực hiện đổi mới công tác truyền thông theo tinh thần các Nghị quyết của Đảng, Quyết định của Thủ tướng Chính phủ và Nghị quyết số 96/NQ-BCS của Ban Cán sự Đảng BHXH Việt Nam.

- Từ năm 2022, mức đóng BHXH tự nguyện tối thiểu điều chỉnh tăng do tăng mức chuẩn nghèo khu vực nông thôn khiến việc triển khai công tác truyền thông duy trì, phát triển người tham gia BHXH tự nguyện tại các địa phương gặp nhiều khó khăn.

- Do tác động của Quyết định số 861/QĐ-TTg ngày 04/6/2021 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt danh sách các xã khu vực III, Khu vực II, Khu vực I thuộc đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi giai đoạn 2021-2025; Quyết định số 353/QĐ-TTg ngày 15/3/2022 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt danh sách huyện nghèo, xã đặc biệt khó khăn vùng bãi ngang, ven biển và hải đảo giai đoạn 2021-2025, khiến nhiều người dân thuộc các đối tượng trên không còn được Nhà nước cấp thẻ BHYT, dẫn đến công tác truyền thông, vận động nhóm đối tượng này chuyển sang tham gia BHYT hộ gia đình gặp nhiều khó khăn.

- Việc kiện toàn tổ chức, nâng cao năng lực đội ngũ làm công tác truyền thông tại các địa phương tuy đã được quan tâm nhưng vẫn chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu nhiệm vụ trong tình hình hiện nay. Số viên chức, NLD thuộc Phòng Truyền thông tại các địa phương được đào tạo chuyên ngành báo chí, truyền thông chiếm tỷ lệ rất nhỏ; chưa có cán bộ chuyên trách thực hiện công tác truyền thông tại BHXH cấp huyện. Cạnh đó, kỹ năng truyền thông của một số nhân viên tổ chức dịch vụ thu còn hạn chế... ảnh hưởng đến hiệu quả triển khai công tác truyền thông tại các địa phương.

II. Một số nội dung trọng tâm trong công tác truyền thông năm 2023

Căn cứ Quyết định số 294/QĐ-LĐTBXH ngày 3/3/2021 về phê duyệt Kế hoạch tuyên truyền BHXH đến năm 2025 (Quyết định số 294) của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, Kế hoạch số 4057/KH-BHXH ngày 30/12/2022 về công tác thông tin, truyền thông năm 2023 (Kế hoạch số 4057) của BHXH Việt Nam và Kế hoạch công tác thông tin, truyền thông của tỉnh, để triển khai hiệu quả công tác truyền thông gắn với phát triển người tham gia năm 2023, BHXH tỉnh cần tiếp tục chủ động triển khai các hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT, BHTN đảm bảo hiệu quả, linh hoạt, phù hợp với điều kiện thực tế tại địa phương.

1. Một số chỉ tiêu cụ thể theo Quyết định số 294

1.1. Về nhân lực

- Duy trì tập huấn, bồi dưỡng kiến thức BHXH và nghiệp vụ thông tin, truyền thông cho đội ngũ cán bộ làm công tác truyền thông.

- Có 100% cộng tác viên truyền thông, nhân viên tổ chức dịch vụ thu được tham gia các lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức về BHXH và nghiệp vụ thông tin, truyền thông.

1.2. Về đối tượng được tuyên truyền

- Nhóm đối tượng là cán bộ, đảng viên: 100% cán bộ, đảng viên được tuyên truyền về ý nghĩa, tầm quan trọng, lợi ích của 11 nội dung cải cách chính sách BHXH trong Nghị quyết số 28-NQ/TW và các Luật, Nghị quyết mới của Quốc hội cụ thể hóa nội dung cải cách BHXH.

- Nhóm đối tượng là lực lượng lao động trong độ tuổi:

+ Có 55% lực lượng lao động trong độ tuổi được tuyên truyền chính sách, pháp luật về BHXH; hiểu được ý nghĩa, tầm quan trọng, lợi ích của 11 nội dung cải cách chính sách BHXH trong Nghị quyết số 28-NQ/TW và các quy định mới của Quốc hội, Chính phủ cụ thể hóa nội dung cải cách.

+ Có 25% lực lượng lao động trong độ tuổi được tuyên truyền chính sách, pháp luật về BHXH tự nguyện, ý nghĩa, tầm quan trọng, lợi ích của việc tham gia BHXH tự nguyện.

2. Chủ thể truyền thông

Truyền thông theo 6 nhóm chủ thể tại Kế hoạch số 4057. Trong đó, tập trung vào nhóm người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình và nhóm NLĐ tại các khu công nghiệp, khu chế xuất.

3. Nội dung truyền thông

Tiếp tục tăng cường truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT, BHTN theo hướng dẫn tại Phụ lục I Kế hoạch số 4057; trong đó, tập trung truyền thông chuyên sâu một số nội dung sau:

- Truyền thông vai trò, ý nghĩa, giá trị nhân văn của chính sách BHXH, BHYT, BHTN quyền và lợi ích khi tham gia nhằm nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành, người sử dụng lao động, NLĐ và mỗi người dân trong việc chấp hành chính sách, pháp luật về BHXH, BHYT, BHTN.

- Phổ biến các quy định của pháp luật về trách nhiệm tham gia, đóng BHXH, BHYT, BHTN của đơn vị (người sử dụng lao động), NLĐ; quy định của pháp luật về các hành vi vi phạm pháp luật và bị nghiêm cấm; xử lý vi phạm khi đơn vị chậm đóng

BHXH, BHYT, BHTN cho NLĐ; các lợi ích, quyền lợi của đơn vị và của NLĐ khi tham gia BHXH, BHYT, BHTN.

- Truyền thông sâu, rộng về vai trò, lợi ích, tính nhân văn của chính sách BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình; ý nghĩa, giá trị của việc hưởng lương hưu hằng tháng và được nhận thẻ BHYT miễn phí trong suốt thời gian được hưởng lương hưu; những thiệt thòi khi NLĐ lựa chọn nhận BHXH một lần.

- Truyền thông lan tỏa sự thành công trong thực hiện chính sách BHXH, BHYT, BHTN khi cấp ủy, chính quyền vào cuộc mạnh mẽ trong lãnh đạo, chỉ đạo thực hiện các chính sách an sinh xã hội này trên địa bàn; trách nhiệm, ý nghĩa, kết quả việc hỗ trợ kinh phí từ ngân sách địa phương đối với người tham gia BHXH, BHYT.

- Truyền thông những tiện ích cho người dân, doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ công của Ngành nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người tham gia BHXH, BHYT, BHTN như: Việc sử dụng các ứng dụng số, dịch vụ công trực tuyến, thanh toán trực tuyến; Truyền thông để người dân hiểu và thực hiện các dịch vụ Ngành triển khai theo Đề án 06; truyền thông, hướng dẫn người dân nhận các khoản chi trả lương hưu, trợ cấp BHXH hàng tháng qua tài khoản cá nhân;...

- Tăng cường truyền thông về ứng dụng VssID-BHXH số: Tính năng, tiện ích của ứng dụng, đặc biệt là tính năng thông báo thời gian chưa đóng BHXH, BHTN và tính năng thông báo trên ứng dụng cho NLĐ về thời gian chưa đóng BHXH, BHYT, BHTN, bảo hiểm tai nạn lao động - bệnh nghề nghiệp của đơn vị sử dụng lao động... từ đó giúp NLĐ chủ động nắm bắt thông tin, bảo vệ quyền lợi khi tham gia BHXH, BHYT, BHTN.

- Truyền thông biểu dương, khen thưởng, truyền cảm hứng thông qua vận động, thuyết phục, cổ vũ các tổ chức, cá nhân, các nhà hảo tâm làm công tác thiện nguyện trong lĩnh vực BHXH, BHYT, tặng sổ BHXH, thẻ BHYT cho người dân có hoàn cảnh khó khăn; biểu dương các cá nhân, đơn vị, doanh nghiệp thực hiện tốt chính sách BHXH, BHYT.

4. Hình thức truyền thông

BHXH tỉnh bám sát Kế hoạch số 4057, các văn bản hướng dẫn của BHXH Việt Nam và thực tế địa phương để triển khai đồng bộ, linh hoạt các hình thức truyền thông phù hợp với đặc thù vùng miền, chú trọng nhóm người tham gia tiềm năng.

- Trên cơ sở khung kịch bản truyền thông tại Phụ lục II Kế hoạch số 4057, BHXH tỉnh tiếp tục rà soát, phân nhóm chủ thể truyền thông cụ thể (*theo từng lĩnh vực ngành nghề, thời gian làm việc, mức thu nhập bình quân đầu người,...*) để xây dựng kế hoạch, kịch bản truyền thông chi tiết theo từng nhóm đến tận xã, phường và triển khai các hình thức truyền thông linh hoạt, phù hợp, có mục tiêu, trọng tâm, trọng điểm, chú trọng nhóm người tham gia tiềm năng.

- Tích cực phối hợp với các sở, ngành, các đơn vị liên quan triển khai các hoạt động truyền thông phù hợp; tăng cường thực hiện các hoạt động truyền thông trực tiếp như hội nghị truyền thông, tư vấn, đối thoại, truyền thông nhóm nhỏ đến từng cụm dân cư, hộ gia đình.

- Tăng cường truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng, các phương tiện truyền thông của đơn vị đảm bảo từ sớm, từ xa, góp phần nâng cao nhận thức của người dân đối với chính sách, pháp luật BHXH, BHYT.

- Đăng tải thông tin của các đơn vị chậm đóng, đơn vị cố tình vi phạm pháp luật về BHXH, BHYT, BHTN trên các phương tiện thông tin đại chúng, phương tiện truyền thông của Ngành.

- Tiếp tục tổ chức truyền thông, đối thoại với đơn vị sử dụng lao động trên địa bàn bằng các hình thức linh hoạt, phù hợp để phổ biến các quy định, chính sách mới, tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện.

- Đa dạng các hình thức truyền thông phù hợp với đặc thù vùng miền như: sản xuất các sản phẩm truyền thông (file phát thanh, tờ rơi, tờ gấp,...) bằng tiếng dân tộc; phát huy vai trò của già làng, trưởng bản trong công tác truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT cho đồng bào dân tộc thiểu số.

- Tổ chức các đợt truyền thông cao điểm theo chủ đề, chuyên đề, chiến dịch (theo hướng dẫn tại mục 2, phần IV, Kế hoạch số 4057).

*** Lưu ý một số chỉ tiêu cần thực hiện**

- Tổ chức hội nghị truyền thông (phổ biến, tư vấn, đối thoại trực tiếp,...) với người lao động, người sử dụng lao động tại các doanh nghiệp, đảm bảo từ **10-12 cuộc/tỉnh**.

- Tổ chức hội nghị truyền thông (phổ biến, tư vấn, đối thoại trực tiếp,...) theo các nhóm chủ thể tại cơ sở ở khoảng **15-20% số xã, phường, thị trấn**.

- Tuyên truyền trên hệ thống đài truyền thanh cơ sở. **Mỗi tuần có tối thiểu 04 lượt**, trong đó có tối thiểu 02 lượt phát thanh tuyên truyền về BHXH tự nguyện

- Tổ chức các hội nghị tuyên truyền, phổ biến, tập huấn, tư vấn, đối thoại trực tiếp,... cho cộng tác viên tuyên truyền, nhân viên tổ chức dịch vụ thu; già làng; trưởng bản; người có uy tín (**01-03 hội nghị/tổ chức hội, đoàn thể/tỉnh/năm**)/.