

BẢO HIỂM XÃ HỘI VIỆT NAM
BẢO HIỂM XÃ HỘI TỈNH, TP...

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: /BC-BHXH

....., ngày tháng.... năm

BÁO CÁO

Kết quả công tác thông tin, truyền thông 6 tháng/năm...

I. KẾT QUẢ THỰC HIỆN CÔNG TÁC THÔNG TIN, TRUYỀN THÔNG

1. Công tác báo cáo, tham mưu, tranh thủ sự lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, chính quyền trong hoạt động truyền thông chính sách BHXH, BHYT

Trong đó, nêu rõ một số nội dung sau:

- Số lượng văn bản, tên các văn bản BHXH tỉnh đã tham mưu cho cấp ủy, chính quyền ban hành chỉ đạo thực hiện chính sách BHXH, BHYT, trong đó có công tác truyền thông. Nêu rõ tác động của các văn bản đối với hoạt động truyền thông.

- Công tác tham mưu: Đưa chỉ tiêu phát triển người tham gia BHXH, BHYT vào chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương; Hỗ trợ cho các nhóm chủ thể tham gia BHXH tự nguyện, BHYT (nếu có).

- Số lượng văn bản, tên văn bản do BHXH tỉnh ban hành chỉ đạo, hướng dẫn triển khai thực hiện chính sách BHXH, BHYT, trong đó có công tác truyền thông.

2. Kết quả thực hiện các mục tiêu năm 2025 theo Quyết định số 294/QĐ-LĐTBXH về việc phê duyệt Kế hoạch tuyên truyền BHXH đến năm 2025

2.1. Kết quả thực hiện mục tiêu về nhân lực

- Tỷ lệ % cán bộ, công chức, viên chức, người lao động làm công tác truyền thông tại BHXH tỉnh, BHXH huyện được đào tạo, tập huấn, bồi dưỡng chuyên sâu về kiến thức BHXH, BHYT và nghiệp vụ thông tin, truyền thông.

- Tỷ lệ % cộng tác viên tuyên truyền, nhân viên các tổ chức dịch vụ do BHXH Việt Nam ủy quyền (các tổ chức dịch vụ thu BHXH, BHYT,...) trên địa bàn tỉnh được tham gia các lớp tập huấn, bồi dưỡng kiến thức về BHXH, BHYT và nghiệp vụ thông tin, truyền thông.

2.2. Kết quả thực hiện mục tiêu về chủ thể được truyền thông

- Tỷ lệ % cán bộ, đảng viên được truyền thông 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.

- Tỷ lệ % lực lượng lao động trong độ tuổi được truyền thông chính sách, pháp luật về BHXH, 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.

- Tỷ lệ % lực lượng lao động trong độ tuổi được truyền thông chính sách, pháp luật về BHXH tự nguyện, ý nghĩa, tầm quan trọng, lợi ích của việc tham gia BHXH tự nguyện.

3. Công tác tổ chức các hội nghị truyền thông

- Số lượng các đơn vị sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội phối hợp truyền thông (bao nhiêu đơn vị ký quy chế, bao nhiêu đơn vị ký Hợp đồng triển khai); Kết quả triển khai với từng đơn vị phối hợp.

Trong đó nêu cụ thể một số nội dung:

+ Công tác vận động, khuyến khích các nhân vật thực tế tham gia truyền thông về lợi ích thiết thực của các chế độ BHXH, BHYT tại các hội nghị.

+ Công tác truyền thông trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi (nếu có): Nội dung; Cách thức triển khai hiệu quả; Việc mời báo cáo viên là người biết tiếng dân tộc; ...

- Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu tại Kế hoạch:

+ Số lượng 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.

+ Tỷ lệ % số xã, phường, thị trấn trên địa bàn tỉnh có tổ chức hội nghị truyền thông, phổ biến, tập huấn, tư vấn, đối thoại trực tiếp,... cho các nhóm chủ thể tại cơ sở.

- Đánh giá hiệu quả, khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp.

4. Truyền thông trên các phương tiện truyền thông của Ngành

4.1. Truyền thông trên Cổng Thông tin điện tử của BHXH tỉnh

- Công tác truyền thông trên Cổng Thông tin điện tử của BHXH tỉnh: Nội dung; Hình thức (trong đó nêu rõ việc truyền thông qua các sản phẩm truyền thông mới, hiện đại như Infographic, motion graphic,...); Tuyển tin bài; Các đợt truyền thông cao điểm theo chủ đề, chủ điểm.

- Số lượng người theo dõi, truy cập.

- Đánh giá hiệu quả, khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp.

4.2. Truyền thông trên các trang mạng xã hội của BHXH tỉnh

- Tổng số trang mạng xã hội của đơn vị (Fanpage Facebook, Zalo OA, Youtube, TikTok,...).

- Nội dung; Hình thức truyền thông; Số lượt người theo dõi của từng trang mạng xã hội.

- Các hình thức truyền thông hay, hiệu quả, sáng tạo (nếu có).

- Đánh giá những ưu điểm, hạn chế của hoạt động này và đề xuất giải pháp.

5. Truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng

- Số lượng các đơn vị ký hợp đồng phối hợp truyền thông.

- Công tác cung cấp thông tin cho các cơ quan báo chí (qua email, hội nghị, văn bản,...): Số lượt cung cấp, hình thức cung cấp.

- Số lượng các tin, bài, phóng sự, chuyên trang, chuyên mục,... đã thực hiện đối với từng cơ quan, đơn vị, trong đó nêu cụ thể:

+ Các chuyên trang/chuyên mục cố định: Tên, ngày giờ phát sóng, tần suất/số lượng (nếu có).

+ Các sản phẩm báo chí hiện đại, dễ tiếp cận qua các ứng dụng di động (như Infographic, mega story, podcast, clip tin tức, tọa đàm - giao lưu trực tuyến,...).

+ Công tác truyền thông trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số miền núi (nếu có).

- Đánh giá hiệu quả, khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp.

6. Truyền thông qua hệ thống loa truyền thanh cơ sở

- Công tác phối hợp truyền thông qua hệ thống loa truyền thanh cơ sở.

- Công tác biên tập, sản xuất các file phát thanh, câu chuyện truyền thanh,... phù hợp với đặc thù địa phương.

- Tổng số lượt phát thanh qua đài truyền thanh cơ sở.

Trong đó, nêu rõ một số nội dung:

+ Công tác truyền thông về BHXH tự nguyện: Nội dung, số lượt phát.

+ Công tác truyền thông trong vùng đồng bào dân tộc thiểu số miền núi (nếu có).

- Đánh giá hiệu quả, khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp.

7. Truyền thông qua các sản phẩm truyền thông

- Truyền thông qua các sản phẩm truyền thông tại địa phương:

+ Công tác biên tập, sản xuất các sản phẩm truyền thông của BHXH tỉnh phù hợp với đặc thù địa phương.

Trong đó, nêu rõ loại sản phẩm truyền thông bằng tiếng dân tộc, số lượng in ấn, phát hành (nếu có).

+ Việc triển khai, sử dụng các hình thức online, điện tử, truyền thông qua QR code, trên các ứng dụng di động

+ Số đợt tuyên truyền trực quan theo hướng dẫn.

- Công tác in ấn, phát hành, sử dụng các sản phẩm truyền thông do BHXH Việt Nam cấp.

- Đánh giá những ưu điểm, hạn chế của hoạt động này và đề xuất giải pháp.

8. Truyền thông qua các hoạt động thiện nguyện; qua sơ kết, tổng kết các hoạt động truyền thông, bồi dưỡng, tập huấn và các hoạt động khác

- Các đợt/phong trào thiện nguyện tặng sổ BHXH, thẻ BHYT cho người có hoàn cảnh khó khăn trên địa bàn (có số liệu cụ thể về số lượng sổ BHXH, thẻ BHYT đã trao tặng);...

- Số lượng, công tác duy trì đội ngũ cộng tác viên; Trong đó nêu rõ việc phát huy vai trò của già làng, trưởng bản, người có uy tín trong truyền thông chính sách BHXH, BHYT (số lượng già làng, trưởng bản tham gia truyền thông chính sách - nếu có).

- Các phong trào thi đua, hoạt động sơ kết, tổng kết các hoạt động truyền thông, bồi dưỡng, tập huấn và các hoạt động truyền thông khác.

9. Truyền thông qua các đợt truyền thông cao điểm theo chủ đề, chuyên đề, chiến dịch

- Số đợt truyền thông cao điểm theo chủ đề, chuyên đề, chiến dịch; Nội dung truyền thông trọng tâm; Hình thức thực hiện; Thời gian thực hiện; Nhóm chủ thể hướng đến;...

- Số Lễ ra quân đã tổ chức; Số người phát triển qua các lễ ra quân.

10. Công tác chỉ đạo, kiểm tra, hướng dẫn BHXH huyện; kết quả triển khai các hoạt động truyền thông tại BHXH huyện

- Số văn bản chỉ đạo, hướng dẫn đã ban hành.

- Số cuộc kiểm tra, hướng dẫn; Số đơn vị BHXH huyện được kiểm tra, hướng dẫn (đạt tỷ lệ bao nhiêu % so với tổng số BHXH huyện của đơn vị).

- Kết quả kiểm tra, hướng dẫn.

- Kết quả triển khai truyền thông thực hiện chính sách, pháp luật BHXH, BHYT tại BHXH huyện; những khó khăn, vướng mắc và đề xuất giải pháp.

11. Tình hình sử dụng kinh phí

(Số liệu chi tiết tại phụ lục đính kèm - Mẫu biểu số 04)

12. Đánh giá chung

- Những kết quả đạt được: Trong đó đánh giá kết quả, hiệu quả của công tác thông tin, truyền thông gắn với thực hiện các mục đích, chỉ tiêu đã đề ra (tác động đến công tác phát triển người tham gia, thay đổi nhận thức của người dân đối với các chính sách BHXH, BHYT, BHTN,...); Kết quả về công tác phát triển người tham gia BHXH, BHYT.

- Những khó khăn, vướng mắc, hạn chế.

II. CÁC MÔ HÌNH, CÁCH LÀM HAY, HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG HIỆU QUẢ TRÊN ĐỊA BÀN

Nêu rõ các mô hình, cách làm hay, hình thức truyền thông hiệu quả tại đơn vị; Hình thức truyền thông đối với các nhóm chủ thể tiềm năng, nhóm chủ thể đặc thù (đồng bào dân tộc thiểu số, các vị chức sắc, chức việc, già làng, trưởng bản, người có uy tín,...).

III. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG 6 THÁNG/NĂM TIẾP THEO

- Căn cứ Kế hoạch công tác thông tin, truyền thông năm của BHXH Việt Nam, Kịch bản phát triển người tham gia năm của BHXH tỉnh và đặc điểm tình hình tại địa phương để xây dựng kế hoạch thông tin, truyền thông năm của BHXH tỉnh.

- Căn cứ vào Kế hoạch công tác thông tin, truyền thông và Kịch bản phát triển người tham gia năm của BHXH tỉnh để xây dựng kế hoạch truyền thông 6 tháng.

IV. NHỮNG GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG GIAI ĐOẠN TỚI

V. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ

Trong đó có những đề xuất, kiến nghị cụ thể để đảm bảo triển khai hiệu quả các hoạt động truyền thông; Về nguồn nhân lực làm công tác truyền thông;...

Nơi nhận:

- Trung tâm Truyền thông;
- GD/ các PGD;
- BHXH huyện;
- Các phòng nghiệp vụ;
- Tổ tuyên truyền (nếu có);
- Lưu: VT,...

THỦ TRƯỞNG ĐƠN VỊ

(Ký tên, đóng dấu)

Ghi chú:

1. Báo cáo bao gồm bảng số liệu tại Mẫu 03, Mẫu 04 đính kèm.
2. Thời hạn gửi báo cáo:
 - Báo cáo 06 tháng: Gửi trước ngày 20/6.
 - Báo cáo năm: Gửi trước ngày 25/12 hằng năm.