

Ngành BHXH Việt Nam chú trọng, đổi mới công tác truyền thông

22:12 26/10/2023

Tác giả: Đang cập nhật

Với phương châm lấy người dân, doanh nghiệp làm chủ thể, làm trung tâm phục vụ. Thời gian qua, ngành BHXH Việt Nam tập trung đổi mới nội dung, hình thức truyền thông theo hướng hiện đại, đa dạng, linh hoạt, xây dựng kịch bản, cách thức truyền thông phù hợp với từng nhóm chủ thể tham gia.



Ngành BHXH Việt Nam chú trọng, đổi mới công tác truyền thông theo hướng hiện đại, đa dạng, linh hoạt, phù hợp với xu thế phát triển của xã hội.

Những điểm nhấn trong công tác truyền thông

Ngành BHXH Việt Nam luôn xác định công tác truyền thông chính sách BHXH, BHYT, BHTN có vai trò đặc biệt quan trọng đưa chủ trương, chính sách, pháp luật của Đảng, Nhà nước về BHXH, BHTN, BHYT đến các tầng lớp nhân dân, để từ đó nâng cao nhận thức, thay đổi hành động của các cấp, các ngành, đơn vị, doanh nghiệp, người lao động, người dân. Đồng thời, đây cũng là kênh hữu hiệu để tiếp nhận những thông tin phản hồi của các chủ thể tham gia BHXH, BHTN, BHYT về hiệu quả thực thi chính sách, những khó khăn, vướng mắc trong thực tiễn; về những đề xuất điều chỉnh, xây dựng chính sách. Qua đó, tạo ra sự đồng thuận của toàn xã hội trong việc xây dựng, tổ chức thực hiện chính sách, pháp luật BHXH, BHTN, BHYT.

Thời gian qua, công tác truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHYT luôn được ngành BHXH Việt Nam ưu tiên tập trung các nguồn lực, phối hợp chặt chẽ với các bộ, ban, ngành liên quan; tổ chức chính trị, xã hội, đoàn thể; cơ quan thông tấn báo chí từ Trung ương đến địa phương triển khai đồng bộ, quyết liệt nhiều giải pháp để đẩy mạnh công tác truyền thông trên phạm vi toàn quốc. Đến nay, hầu hết cấp ủy đảng, chính quyền các cấp từ Trung ương đến địa phương đã vào cuộc chỉ đạo triển khai công tác truyền thông BHXH, BHYT. Qua đó đội ngũ cán bộ, đảng viên và nhân dân ngày càng nhận thức đầy đủ, sâu sắc về sự cần thiết, vai trò, ý nghĩa, lợi ích của chính sách BHXH, BHYT trong việc đảm bảo an sinh xã hội, ổn định đời sống.

Trong 9 tháng đầu năm 2023, BHXH Việt Nam đã phối hợp với các bộ, ngành, tổ chức chính trị - xã hội tổ chức 17 hội nghị tư vấn, đối thoại, tọa đàm, tập huấn với hơn 3.600 lượt người tham dự; phối hợp với các cơ quan truyền thông báo chí ở Trung ương phát hành khoảng 84 thông tin báo chí; thực hiện hơn 24.000 tin, bài, phóng sự tuyên truyền BHXH, BHYT (gấp 1,3 lần số tin, bài, phóng sự cùng kỳ năm 2022). Cổng Thông tin điện tử BHXH Việt Nam đăng tải khoảng 1.500 tin, bài, văn bản trong lĩnh vực BHXH, BHYT, thu hút trên 22,5 triệu lượt người truy cập; Fanpage đã đăng tải gần 200 tin, bài, ảnh, infographic, video (phóng sự) về BHXH, BHTN, BHYT thu hút 1,6 triệu lượt tiếp cận, gần 235.000 lượt tương tác, gần 38.000 lượt theo dõi; Tài khoản Zalo thực hiện đăng tải 450 tin bài, thu hút 1,2 triệu lượt xem, hơn 15.000 lượt theo dõi, hơn 10.000 lượt chia sẻ và 42.000 người quan tâm.

Tại các địa phương, BHXH các tỉnh đã phối hợp với các sở, ban, ngành, tổ chức chính trị - xã hội tổ chức khoảng 117.900 hội nghị truyền thông, tư vấn, đối thoại với khoảng 1,8 triệu lượt người; Phối hợp với các cơ quan thông tấn báo chí ở địa phương thực hiện đăng tải, phát sóng khoảng 12.710 tin, bài, phóng sự truyền thông về BHXH, BHYT; khoảng 889.000 lượt phát thanh trên hệ thống loa

truyền thanh cơ sở. Cổng Thông tin điện tử BHXH các tỉnh, thành phố đăng tải khoảng 28.090 tin, bài; in ấn, phát hành khoảng 6,6 triệu ấn phẩm; trên 548.800 tin, bài, phóng sự đăng tải, chia sẻ trên môi trường mạng. Đặc biệt phát huy vai trò của hơn 12.100 già làng, trưởng bản, người có uy tín trong việc truyền thông, vận động đồng bào tham gia BHXH; mời người biết tiếng dân tộc phiên dịch tại các hội nghị cho đồng bào với gần 4.700 người; đồng thời có khoảng 650 cán bộ BHXH biết tiếng dân tộc tham gia tuyên truyền chính sách BHXH, BHYT;...

Truyền thông lan tỏa tới từng nhóm chủ thể, từng hộ gia đình

Với phương châm lấy người dân, doanh nghiệp làm chủ thể, làm trung tâm phục vụ, BHXH Việt Nam đã tập trung đổi mới nội dung, hình thức truyền thông theo hướng linh hoạt, đa dạng, xây dựng kịch bản, cách thức truyền thông phù hợp với từng nhóm chủ thể tham gia như tổ chức đối thoại, tư vấn trực tiếp, truyền thông qua mạng xã hội, qua hệ thống tổng đài hỗ trợ của BHXH Việt Nam, Cổng TTĐT BHXH Việt Nam, Tạp chí BHXH... Qua đó, đã góp phần củng cố niềm tin của Nhân dân đối với chính sách an sinh xã hội của Đảng, Nhà nước, giúp người dân nhận thức đầy đủ ý nghĩa, giá trị nhân văn, lợi ích của BHXH, BHYT đối với bản thân và gia đình.

Công tác truyền thông của ngành cũng góp phần nâng cao ý thức tuân thủ, chấp hành pháp luật BHXH, BHYT, BHTN của các doanh nghiệp; nhiều doanh nghiệp đã nhận thức rõ việc đóng BHXH, BHYT, BHTN không chỉ là nghĩa vụ, mà còn là yếu tố quan trọng để nâng cao uy tín, thương hiệu của doanh nghiệp, để người lao động yên tâm tham gia sản xuất, đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Bằng nhiều phương thức truyền thông trong ngành BHXH Việt Nam đã tạo ra sức lan tỏa và truyền cảm hứng tới đông đảo nhân dân, BHXH Việt Nam chủ động đẩy mạnh truyền thông về gương người tốt, việc tốt, cách làm hay, sáng tạo, nhân rộng các điển hình tiên tiến, qua đó góp phần lan tỏa, phát huy tinh thần tương thân tương ái, vận động, thu hút sự quan tâm của các tổ chức, cá nhân, các nhà hảo tâm làm công tác thiện nguyện, giúp đỡ những người yếu thế, khó khăn được tham gia BHXH, BHYT; cùng chung tay xây dựng hệ thống an sinh xã hội bao phủ tới người dân, không để ai bị bỏ lại phía sau; truyền thông về những thiệt thòi khi rút BHXH một lần, đưa tin cảnh báo đến người dân, người lao động về hành vi thu mua sổ BHXH để người dân, người lao động không bị lôi kéo xúi giục; đồng thời, lên án, phê phán các hành vi vi phạm pháp luật về BHXH, BHYT; phản bác lại các thông tin xấu, độc, xuyên tạc, giả mạo về BHXH, BHYT...

Đặc biệt, trong bối cảnh số người nhận BHXH một lần có xu hướng tăng, nhằm đảm bảo quyền lợi

lâu dài, bền vững cho người lao động, bên cạnh việc đẩy mạnh cải cách hành chính, giảm thủ tục hồ sơ, giấy tờ, tạo thuận lợi cho người tham gia, thụ hưởng chính sách, BHXH Việt Nam còn tập trung tuyên truyền, đối thoại với người lao động tại các khu công nghiệp, khu chế xuất; tư vấn trực tiếp tại bộ phận một cửa của cơ quan BHXH cấp tỉnh/huyện và tổng đài chăm sóc khách hàng của ngành; đẩy mạnh truyền thông trên các cơ quan báo chí, qua Cổng Thông tin điện tử/Fanpage Facebook/Zalo OA của BHXH Việt Nam và BHXH các tỉnh, trên Tạp chí BHXH...giúp người lao động hiểu được những thiệt thòi khi rút BHXH một lần để tiếp tục tích lũy, tham gia BHXH, BHYT với nhiều quyền lợi thiết thực.

Qua công tác truyền thông, tuyên truyền, giải thích chế độ chính sách và thực hiện nhiều giải pháp khác, trong khoảng 4,9 triệu lượt người hưởng BHXH một lần giai đoạn 2016-2022 đã có khoảng 1,3 triệu người quay trở lại đóng BHXH, chiếm tỷ lệ gần 26,6% số người hưởng giai đoạn này. Trên thực tế, nhiều người lao động đến cơ quan BHXH làm thủ tục rút BHXH một lần nhưng được cán bộ tại bộ phận một cửa tuyên truyền, giải thích thì đã từ bỏ ý định và bảo lưu thời gian đóng để khi có việc làm sẽ tiếp tục tham gia BHXH, BHYT, BHTN hoặc chủ động đóng BHXH tự nguyện nhằm cộng nối thời gian để được hưởng lương hưu khi về già.

Có thể nói, những kết quả tích cực, toàn diện trong công tác truyền thông của ngành BHXH Việt Nam đã cho thấy quyết tâm chính trị của toàn ngành trong việc thực hiện các chỉ tiêu, nhiệm vụ được giao, góp phần tạo sự đồng thuận, định hướng dư luận, tạo thêm niềm tin vững chắc, sự ủng hộ của toàn xã hội trong suốt quá trình xây dựng, hoàn thiện và thực thi chính sách BHXH, BHYT, BHTN.

Nam Nguyễn

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/nganh-bhxh-viet-nam-chu-trong-doi-moi-cong-tac-truyen-thong>