

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

CỘNG HOÀ 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. TÌNH HÌNH CHUNG

##### 1. Đặc điểm tình hình

*Đặc điểm dân cư, tôn giáo, tình hình kinh tế-xã hội,.... của tỉnh.*

##### 2. Thuận lợi

##### 3. Khó khăn

*(Chú ý những đặc điểm có tác động đến hoạt động truyền thông chính sách, pháp luật BHXH, BHTN, BHYT).*

#### II. 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 thực hiện chính sách, pháp luật 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 văn bản đến hoạt động truyền thông.

- Công tác tham mưu đưa chỉ tiêu phát triển đối tượng tham gia BHXH, BHYT vào chỉ tiêu phát triển kinh tế-xã hội của địa phương; Tham mưu 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 2022 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 các tỉnh, BHXH các quận, huyện, thị xã 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 đại lý 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, truyền thông nhóm nhỏ**

- 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).

- Số lượng các hoạt động, hội nghị truyền thông (phổ biến, tư vấn đối thoại, tập huấn, hội thảo, khách hàng,...) đã triển khai; số người tham dự hội nghị. Trong đó nêu cụ thể số lượng hội nghị truyền thông phát triển người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình (hội nghị khách hàng).

- Số lượng cuộc truyền thông nhóm nhỏ/gặp trực tiếp từng người; số lượt người được truyền thông.

(Số liệu chi tiết tại cột số 2, 3, 4, 5,6 ,7, 8 phụ lục mẫu 03 đính kèm).

- 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, hội nghị khách hàng, tư vấn, đối thoại trực tiếp,... cho các nhóm đối tượng tại cơ sở.

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

## **4. Truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng**

- Số lượng các đơn vị ký hợp đồng phối hợp truyền thông (số đơn vị báo đài Trung ương, số đơn vị báo đài địa phương).

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

- Số lượng các tin, bài, phóng sự, chuyên trang, chuyên mục,... đã thực hiện đối với từng cơ quan, đơn vị.

- Số lượt phát thanh qua đài truyền thanh cơ sở; trong đó, nêu rõ số lượt phát thanh về BHXH tự nguyện.

(Số liệu chi tiết tại cột số 9, 16 phụ lục mẫu 03 đính kèm)

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

### **5. Truyền thông trên Cổng thông tin điện tử của BHXH tỉnh**

- Số lượng tin, bài, video, giao lưu trực tuyến... đã đăng tải. Các sản phẩm truyền thông theo công nghệ truyền thông mới, hiện đại như infographic, motion graphic,...

- Số lượng người theo dõi, truy cập.

(Số liệu chi tiết tại cột số 17, 18, 19, 20 phụ lục mẫu 03 đính kèm)

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

### **6. Truyền thông trên môi trường Internet, mạng xã hội**

- Tổng số trang mạng xã hội của đơn vị (fanpage, zalo, youtube, ...).

- Số lượng hoạt động truyền thông trên môi trường Internet, mạng xã hội:

+ Số hội nghị trực tuyến (livestream, qua ứng dụng Zoom, qua điểm cầu, ...).

+ Số lượt đăng tải, chia sẻ các sản phẩm truyền thông trên Fanpage, Zalo OA, Youtube của đơn vị;

+ Số lượt đăng tải, chia sẻ các sản phẩm truyền thông trên facebook, Zalo OA, Youtube của CCVC; ...

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

(Số liệu chi tiết tại cột số 10, 11, 12, 13, 14 phụ lục mẫu 03 đính kèm)

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

### **7. Truyền thông qua các sản phẩm truyền thông (tờ rơi, tờ gấp, băng rôn, phướn, sản phẩm truyền thông online,....)**

- Số lượng từng loại sản phẩm đã phát hành, thời điểm phát hành.

- Số đợt tuyên truyền trực quan.

(Số liệu chi tiết tại cột số 15 phụ lục mẫu 03 đính kèm)

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

## **8. Truyền thông qua nhân vật thực tế, các hoạt động thiện nguyện; qua sơ kết, tổng kết các hoạt động truyền thông, bồi dưỡng, tập huấn và các hoạt động tuyên truyền khác**

- 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; các đợt/phong trào thiện nguyện tặng sổ BHXH, thẻ BHYT cho người có hoàn cảnh khó khăn trên địa bàn; ...

- Số lượng, công tác duy trì đội ngũ cộng tác viên.

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

(Số liệu chi tiết tại cột số 1, 2, 3 phụ lục mẫu 04 đính kèm).

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

- Số đợt truyền thông cao điểm theo chủ đề, chuyên đề, theo 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, số người phát triển qua các lễ ra quân; ...

## **10. Công tác chỉ đạo, kiểm tra, hướng dẫn BHXH cấp quận, huyện; kết quả triển khai các hoạt động truyền thông thực hiện chính sách, pháp luật BHXH, BHYT tại BHXH cấp quận, huyện**

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

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

- Kết quả kiểm tra, hướng dẫn.

(Số liệu chi tiết tại cột số 4, 5, 6 phụ lục mẫu 04 đính kèm)

- Kết quả triển khai truyền thông thực hiện chính sách, pháp luật BHXH, BHYT tại BHXH quận, 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)

## **12. Đánh giá chung**

- Những kết quả đạt được

Trong đó có 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 đối tượng, 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.*

*(Số liệu chi tiết tại cột số 7, 8, 9 phụ lục mẫu 04 đính kèm)*

- Những khó khăn, vướng mắc, hạn chế

### **III. CÁC CÁCH LÀM HAY, HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG HIỆU QUẢ TRÊN ĐỊA BÀN**

*Nêu rõ các 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 tại đơn vị (đồng bào dân tộc thiểu số, các vị chức sắc, chức việc, già làng, trưởng bản, người có uy tín,...).*

### **IV. KẾ HOẠCH TRUYỀN THÔNG 6 THÁNG/NĂM TIẾP THEO**

- Căn cứ Kế hoạch công tác thông tin, truyền thông năm của BHXH Việt Nam và đặc điểm tình hình tại địa phương để xây dựng kế hoạch thông tin, truyền thông năm của BHXH tỉnh, thành phố.

- Căn cứ vào Kế hoạch công tác thông tin, truyền thông năm của BHXH tỉnh, thành phố để xây dựng kế hoạch 6 tháng/năm.

### **V. NHỮNG GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG BHXH, BHYT GIAI ĐOẠN TỚI**

#### **VI. ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ**

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

#### **Nơi nhận:**

- Trung tâm Truyền thông BHXH Việt Nam;
- GD, các PGD;
- BHXH các huyện, thị xã;
- 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 hàng năm.