

Truyền thông là “chìa khóa” để phát triển người tham gia bảo hiểm

Ngày 19/4, Bảo hiểm xã hội (BHXH) Việt Nam tổ chức Hội nghị tập huấn nghiệp vụ thông tin, truyền thông năm 2022 theo hình thức trực tuyến. Theo đánh giá, công tác truyền thông có vai trò quan trọng, là chìa khóa để phát triển người tham gia BHXH, bảo hiểm y tế (BHYT), bảo hiểm thất nghiệp (BHTN).

► Quỳnh Hương

Phát biểu tại hội nghị, Phó Tổng Giám đốc BHXH Việt Nam Đào Việt Ánh cho biết, năm 2021, bối cảnh dịch Covid-19 đã ảnh hưởng không nhỏ tới công tác vận động, phát triển người tham gia BHXH, BHYT. Song với tinh thần chủ động, nỗ lực, ngành BHXH Việt Nam đã thực hiện linh hoạt, đa dạng các giải pháp truyền thông, phù hợp với từng vùng miền, từng nhóm chủ thể và tình hình diễn biến dịch bệnh, nên công tác phát triển người tham gia tiếp tục đạt được những kết quả đáng ghi nhận.

Trong năm qua, toàn quốc đã có hơn 31.000 tin, bài, phóng sự... tuyên truyền thông về chính sách BHXH trên các phương tiện thông tin đại chúng. Trung bình mỗi ngày có khoảng 86 tin, bài, phóng sự được đăng tải hoặc phát sóng. Cơ quan BHXH đã tổ chức trên 72.000 hội nghị truyền thông, khách hàng, tư vấn, đối thoại với khoảng 1.281.900 lượt người tham gia; trên 730.000 lượt phát thanh trên hệ thống loa truyền thanh cơ sở; khoảng 429.000 sản phẩm được truyền thông trên mạng xã hội.

Bước sang năm 2022, công tác truyền thông tiếp tục được toàn ngành triển khai một cách chủ động, tích cực, mạnh mẽ ngay từ những tháng đầu năm, trên nguyên tắc truyền thông phải đảm bảo đúng và trúng nhóm tiềm năng. Theo đó, đến hết quý I/2022, đã có khoảng 14.870 hội nghị truyền thông (trực tiếp, trực tuyến), truyền thông



đăng tải, phát sóng trên các các cơ quan thông tấn, báo chí trung ương và địa phương; gần 900 tin, bài, văn bản được đăng tải trên Cổng thông tin điện tử BHXH Việt Nam; trên 206.600 lượt phát thanh trên hệ thống loa truyền thanh cơ sở; trên 100 cuộc ra quân truyền thông, vận động người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình quy mô cấp tỉnh, cấp huyện; trên 160.100 sản phẩm truyền thông (tin, bài, video, phóng sự,...) được đăng tải, chia sẻ trên Fanpage, Zalo, Youtube của BHXH các tỉnh.

Nhờ đó, số người tham gia BHXH tự nguyện đã vượt chỉ tiêu đề ra tại Nghị quyết số 28-NQ/TW (cao hơn 1,96% so với chỉ tiêu được giao). BHYT cơ bản hoàn thành mục tiêu bao phủ toàn dân với tỷ lệ bao phủ 91,01% dân số. Tính đến hết quý I/2022, số người tham gia BHXH là trên 16,4 triệu người, đạt 32,47% lực lượng lao

năm 2021); BHTN trên 13,4 triệu người, đạt 26,57% lực lượng lao động trong độ tuổi, tăng 2,05% so với cùng kỳ 2021.

Ghi nhận, đánh giá cao những đóng góp của công tác truyền thông vào kết quả hoạt động của ngành, nhất là trong bối cảnh dịch Covid-19, Phó Tổng Giám đốc Đào Việt Ánh cho biết, công tác truyền thông đóng vai trò hết sức quan trọng. Vì thế thời gian tới, BHXH các tỉnh, TP cần tăng cường hơn nữa truyền thông tại cơ sở; tiếp tục rà soát, phân nhóm chủ thể để xây dựng kế hoạch, kịch bản truyền thông chi tiết đến tận xã, phường và triển khai các giải pháp truyền thông phù hợp, có mục tiêu, trọng tâm, trọng điểm; tăng cường truyền thông theo chiều sâu, gắn với phương châm lấy người dân, người lao động, người sử dụng lao động làm trung tâm phục vụ. Cùng với đó, cần thường xuyên quan tâm