

ĐIỂM BÁO

Nguồn: Báo Dân Việt
Ngày đăng: 03/12/2021

Mục: Hội nông dân

Hội NDVN – Bưu điện VN: Ký kết thỏa thuận hợp tác hỗ trợ nông dân chuyển đổi số

Một trong những nội dung hợp tác quan trọng của Hội Nông dân Việt Nam và Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là sẽ xây dựng sàn thương mại điện tử Agripostmart.vn và hỗ trợ nông dân đưa nông sản lên sàn Agripostmart.vn. Đây là nội dung mà nhiều nông dân rất mong chờ và kỳ vọng.

Ngày 2/12, tại Hà Nội, Hội Nông dân Việt Nam và Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam tổ chức ký kết thỏa thuận hợp tác về hỗ trợ nông dân chuyển đổi số trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, hàng hoá giai đoạn 2021-2025.

Dự và chứng kiến lễ ký có đồng chí Lương Quốc Đoàn - Ủy viên Trung ương Đảng, Bí thư Đảng đoàn, Chủ tịch Ban Chấp hành Trung ương Hội Nông dân Việt Nam; các Phó Chủ tịch Hội Nông dân Việt Nam: Phạm Tiến Nam, Bùi Thị Thơm, Nguyễn Xuân Định; ông Chu Quang Hào – Tổng Giám đốc Tổng công ty Bưu điện Việt Nam; đại diện các ban, ngành liên quan.



Tổng giám đốc Chu Quang Hào và Phó Chủ tịch Nguyễn Xuân Định ký thỏa thuận hợp tác giữa Tổng công ty Bưu điện Việt Nam và Trung ương Hội Nông dân Việt Nam.

Ông Nguyễn Xuân Định - Phó Chủ tịch Trung ương Hội Nông dân Việt Nam cho biết: Đây là một trong những hoạt động quan trọng, nhằm cụ thể hóa các nội dung hợp tác về việc hỗ trợ nông dân chuyển đổi số trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, hàng hoá giai đoạn 2021-2025.

Theo đó, trong thỏa thuận hợp tác giữa Hội Nông dân Việt Nam, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam sẽ tập trung phối hợp thực hiện 5 nhiệm vụ chính đó là: Phối hợp tuyên truyền, giới thiệu và kết nối tiêu thụ sản phẩm; Phối hợp triển khai chuỗi cung ứng các hàng hoá, nông sản nông nghiệp an toàn, chất lượng cao của các hội viên, nông dân, chi, tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã; Hợp tác xây dựng và phát triển chuỗi sản xuất giá trị bền vững gắn với các chương trình mục tiêu quốc gia; Hợp tác phát triển lực lượng cộng tác viên, đại lý bán hàng. Bưu điện Việt Nam cung cấp các sản phẩm, dịch vụ cho Hội Nông dân Việt Nam, cán bộ, hội viên, nông dân, các chi, tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, các tổ hợp tác, hợp tác xã với chính sách ưu đãi.



Hai đơn vị sẽ phối hợp xây dựng và phát triển sàn Agripostmart.vn trở thành sàn giao dịch quy mô quốc gia đối với các sản phẩm nông sản an toàn, hàng hóa của người dân tại khu vực nông thôn.

Cụ thể nội dung phối hợp giữa Hội Nông dân Việt Nam, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam sẽ rà soát thông tin và đưa hàng hoá, nông sản nông nghiệp an toàn, chất lượng cao của hội viên, nông dân, chi tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã lên sàn thương mại điện tử Agripostmart.vn.

Hai đơn vị sẽ phối hợp xây dựng và phát triển sàn Agripostmart.vn trở thành sàn giao dịch quy mô quốc gia đối với các sản phẩm nông sản an toàn, hàng hóa của người dân tại khu vực nông thôn.

Bên cạnh đó, hai đơn vị sẽ phối hợp cập nhật thông tin sản phẩm nông nghiệp an toàn, hàng hóa của các hộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã lên bản đồ số V-MAP (vmap.vn) phục vụ công tác quản lý, quy hoạch và tra cứu thông tin.

Cùng với sàn Agripostmart.vn, một nội dung hợp tác quan trọng nữa giữa 2 đơn vị là tổ chức triển khai chuỗi cung ứng các hàng hoá, nông sản nông nghiệp an toàn, chất lượng cao của các hội viên, nông dân, chi, tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã.

Hai đơn vị sẽ phối hợp xây dựng Bưu điện văn hoá xã và hệ thống các điểm giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm của Hội Nông dân Việt Nam thành điểm cung cấp thông tin cho hội viên, nông dân đối với các sản phẩm vật tư nông nghiệp, tìm hiểu, mua sắm các hàng hoá, nông phẩm nông nghiệp an toàn chất lượng cao; đồng thời kết nối cung cầu tiêu thụ nông sản và cung cấp hàng hóa Việt Nam chất lượng cao với chính sách ưu đãi, cạnh tranh mang lại giá trị cho hội viên, nông dân.

Hai đơn vị cũng triển khai xây dựng phương án kết nối tiêu thụ, vận chuyển các hàng hoá, nông sản nông nghiệp an toàn, chất lượng cao của hội viên, nông dân, chi, tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã với hệ thống phân phối, tiêu thụ sản phẩm (chuỗi cửa hàng tiện lợi, hệ thống siêu thị) trên thị trường Việt Nam.

Để nông dân nâng cao năng lực chuyển đổi số, hai đơn vị sẽ phối hợp mở các khoá đào tạo, các lớp tập huấn để nâng cao năng lực sử dụng máy tính, điện thoại thông minh, internet và thương mại điện tử cho cán bộ, hội viên, nông dân, các chi, tổ hội nghề nghiệp, câu lạc bộ nông dân, tổ hợp tác, hợp tác xã trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, hàng hóa trên phạm vi toàn quốc.

Nguồn: VNExpress

Ngày đăng: 03/12/2021

Mục: Kinh tế

PTI tiếp tục duy trì dịch vụ bảo hiểm qua kênh bưu điện

Vietnam Post vẫn là đối tác cung cấp các dịch vụ bảo hiểm phi nhân thọ trên mạng lưới của PTI, dù thoái vốn khỏi đơn vị này.

Việc chuyển nhượng vốn của Vietnam Post đầu tư tại Tổng công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện (PTI) thực hiện theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Thông tin - Truyền thông và Bộ Tài chính về việc cơ cấu lại khoản vốn góp của Vietnam Post trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm.

Hiện nay, Vietnam Post không chỉ là kênh phân phối lớn nhất cung cấp đa dạng sản phẩm bảo hiểm PTI thuộc tất cả các nhóm bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm con người, bảo hiểm tài sản - kỹ thuật, bảo hiểm hàng hóa... mà còn là đầu mối tiếp nhận hồ sơ và chi trả tiền bồi thường bảo hiểm PTI cho khách hàng.

Hợp tác từ năm 2008, doanh thu từ hoạt động kinh doanh bán lẻ bảo hiểm PTI trên mạng lưới kênh bưu điện giai đoạn 2015-2020 có mức tăng trưởng hàng năm từ 18% đến 20%. Năm 2020, trong bối cảnh kinh tế khó khăn do dịch Covid -19, doanh số bảo hiểm PTI trên kênh bưu điện vẫn có mức tăng trưởng tốt, lần đầu tiên vượt mốc doanh thu 1.000 tỷ đồng. Hiện tại, Vietnam Post là đại lý có doanh số chiếm tỉ trọng cao nhất tại PTI.



Khách hàng mua sản phẩm bảo hiểm PTI tại Bưu điện Thăng Long. Ảnh: PTI

Với kinh nghiệm triển khai dịch vụ bảo hiểm trong 13 năm qua và mạng lưới bán hàng rộng khắp, Vietnam Post vẫn là kênh phân phối uy tín trên thị trường. Do đó, dù không còn là cổ đông nhưng PTI vẫn được thừa hưởng những thế mạnh của doanh nghiệp này để cung cấp các sản phẩm bảo hiểm trên toàn quốc.

Ngoài ra, khi có thêm cổ đông mới, PTI sẽ có thêm nguồn lực để phát triển chiến lược đã đề ra, trong đó, tập trung chủ yếu vào việc xây dựng chất lượng dịch vụ thông qua ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại.

"Sau khi thoái vốn, ngoài lợi thế về mạng lưới bán hàng thông qua kênh bưu điện rộng khắp trên toàn quốc, PTI sẽ có thêm sự hỗ trợ, tiếp sức từ phía các cổ đông mới. Chúng tôi sẽ tiếp

tục đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin trong việc đơn giản hóa toàn bộ quy trình bán hàng và bồi thường", đại diện PTI nhấn mạnh. Lãnh đạo doanh nghiệp này cũng cho biết, thời gian tới, Vietnam Post vẫn là kênh phân phối quan trọng nhất của PTI.

Việc triển khai các sản phẩm bảo hiểm PTI gắn bó với mạng lưới bưu điện những năm vừa qua dần tạo thành thói quen cho người dân. Theo PTI, bên cạnh các lợi ích về kinh tế cho cả hai bên, việc cung cấp các sản phẩm bảo hiểm đến với người dân từ thành thị đến nông thôn đã góp phần ổn định an sinh xã hội, giảm thiểu các chi phí khi không may có rủi ro xảy ra đối với người dân nói riêng và xã hội nói chung.

Tuệ Minh

Nguồn: Tạp chí Công thương

Ngày đăng: 03/12/2021

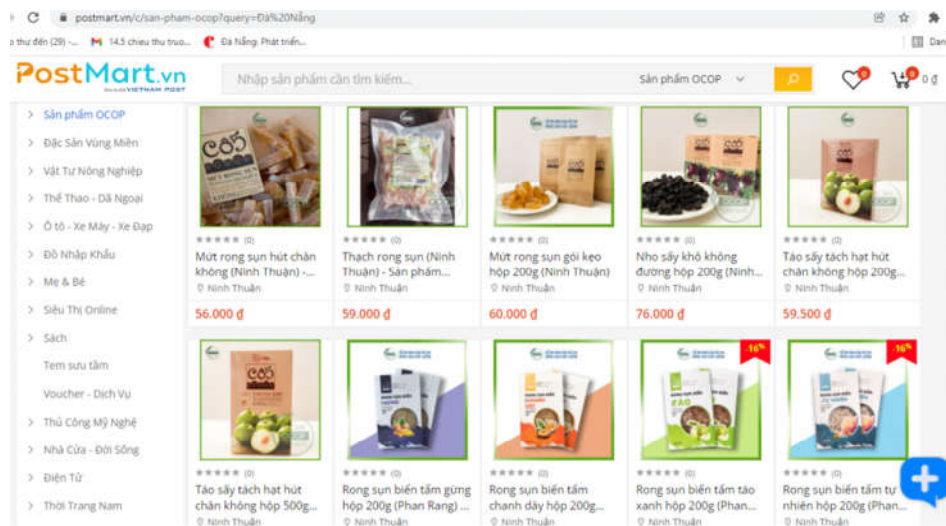
Mục: Xã hội

Đà Nẵng: Gỡ thế khó đưa sản phẩm OCOP lên sàn thương mại điện tử

Trước những khó khăn của dịch Covid-19, các sàn thương mại điện tử (TMĐT) đang từng bước trở thành một kênh bán hàng mới hiệu quả đối với các sản phẩm OCOP TP Đà Nẵng, đưa sản phẩm OCOP của địa phương đến gần hơn với người tiêu dùng.

Khó khăn khi nông sản lên sàn

Những năm gần đây, các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất nông sản, sản phẩm OCOP thành phố Đà Nẵng vẫn đang từng bước thay đổi theo sự phát triển của công nghệ. Dịch Covid – 19 khiến việc tiêu thụ sản phẩm qua kênh bán hàng trực tiếp bị gián đoạn. Đây cũng là yếu tố thúc đẩy các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất có sản phẩm OCOP mạnh dạn đẩy mạnh hình thức kinh doanh trực tuyến, trong đó, lên sàn thương mại điện tử là sự lựa chọn nổi bật để đưa sản phẩm đến rộng rãi và gần hơn với người tiêu dùng, từng bước cạnh tranh với nông sản ngoại nhập.



Các đơn vị OCOP Đà Nẵng đang tích cực chuyển từ bán hàng theo phương thức truyền thống sang bán hàng trực tuyến như lên sàn thương mại điện tử

Dù vậy, đặc thù là những đơn vị sản xuất nhỏ lẻ, hạn chế cả về quy mô sản xuất lẫn kinh nghiệm marketing, đặc biệt là marketing online, nên khi đưa sản phẩm lên sàn thương mại điện tử, các đơn vị OCOP vẫn gặp nhiều khó khăn nhất định.

Bà Mai Thị Ý Nhi, chủ cơ sở Bánh ngọt Mỹ Phương, cho biết, các chủ thể OCOP đều là những người nông dân chưa có kinh nghiệm về công nghệ, khi tham gia vào thương mại điện tử nên còn bỡ ngỡ, gặp nhiều khó khăn. “Các thủ tục khi tham gia những sàn TMĐT quá phức tạp, dù doanh nghiệp đã thuê nhân viên có kinh nghiệm nhưng vẫn phải mất đến 1 ngày mới có thể đăng ký xong.” Bà Nhi chia sẻ.

Bên cạnh đó, mặc dù doanh nghiệp đã đảm bảo được hình ảnh và chất lượng sản phẩm, nhưng do chưa có kinh nghiệm quản lý TMĐT, các chủ thể OCOP gặp khó khi không thể kết nối đến đúng đối tượng khách hàng. “Những sàn TMĐT như Shopee, Lazada đều quá rộng lớn, chưa có sự hỗ trợ cho các sản phẩm OCOP. Khi doanh nghiệp đăng tải sản phẩm, đều bị lẫn vào các sản phẩm khác, nhiều ngày vẫn không có đơn” Bà Nhi thông tin.

Một số đơn vị có sản phẩm OCOP là hàng công nghệ thực phẩm thì gặp khó khăn trong việc bảo quản, vận chuyển để đảm bảo nguyên vẹn chất lượng sản phẩm trong thời gian từ khi giao hàng để chuyển phát đến tay khách hàng. “Điều khó khăn mà doanh nghiệp khi tham gia sàn thương mại điện tử gặp phải là đảm bảo được chất lượng sản phẩm qua thời gian phân phối”, bà Nguyễn Thị Hồng Thu, Giám đốc Công ty TNHH Bắc Đầu nói.

Đồng hành cùng sản phẩm OCOP

Hỗ trợ các đơn vị OCOP tháo gỡ các khó khăn, ngành Công Thương và các doanh nghiệp công nghệ đã có những phương án đồng hành, hỗ trợ cụ thể nhằm tiêu thụ sản phẩm nông sản của TP Đà Nẵng.

Theo ông Võ Văn Khanh, đại diện Hiệp hội thương mại điện tử Việt Nam (VECOM) khu vực Miền Trung – Tây Nguyên, hầu hết các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh nông sản còn thiếu cán bộ hiểu biết về công nghệ thông tin, quy trình bán hàng, marketing... Để sản phẩm đến tay người tiêu dùng, doanh nghiệp cần phải được huấn luyện và đào tạo bài bản về cách thức quảng bá trực tuyến, xây dựng hình ảnh sản phẩm và hình ảnh doanh nghiệp. Bên cạnh đó, là cách thức chăm sóc khách hàng, những dịch vụ sau bán hàng, các hình thức cam kết, quản lý chất lượng sản phẩm...

“VECOM sẽ có giải pháp là tổ chức tập huấn, đào tạo liên tục trong thời gian sắp tới, xây dựng các giải pháp TMĐT giải quyết nhu cầu của doanh nghiệp sản xuất vừa và nhỏ, kết hợp cùng Sở Công Thương chọn lựa và hỗ trợ trực tiếp từ tư vấn đến chi phí sử dụng giải pháp cho doanh nghiệp khi tham gia bán hàng kênh TMĐT”, ông Khanh cho hay.



Bên cạnh sự nỗ lực của các đơn vị OCOP, ngành Công Thương Đà Nẵng và các doanh nghiệp công nghệ cũng tiếp sức để tăng khả năng tiếp cận của sản phẩm OCOP đến với người tiêu dùng

Trong năm 2021, Postmart.vn – sàn thương mại điện tử của Bưu điện Việt Nam đã hỗ trợ 2,5 triệu nông sản Việt Nam đưa nông sản lên sàn, làm tăng tính tiếp cận của các sản phẩm với người tiêu dùng.

Bưu điện Việt Nam cũng phối hợp chặt chẽ với địa phương để lựa chọn, đưa các nông sản đặc trưng, chất lượng cao lên sàn thương mại điện tử Postmart.vn, trong đó, có các sản phẩm OCOP.

Ông Đào Sỹ Toàn, Phó giám đốc bưu điện TP Đà Nẵng, cho biết, Postmart.vn là sàn TMĐT chuyên về các sản phẩm, hàng hóa nông sản, đặc sản đầu tiên tại Việt Nam, kết hợp hệ thống bưu cục có hơn 14 nghìn điểm giao dịch, trải khắp theo chiều dài đất nước, đến cả những vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo, hỗ trợ kết nối trực tiếp từ hộ sản xuất đến người tiêu dùng. “Sàn TMĐT Postmart.vn luôn đặt tiêu chí minh bạch về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm lên hàng đầu. Chúng tôi sẽ cố gắng đưa Postmart.vn trở thành sàn TMĐT lớn nhất hỗ trợ cho người nông dân sản xuất và tiêu thụ nông sản, trở thành kênh phân phối chủ lực của địa phương” ông Toàn chia sẻ.

Không chỉ lên sàn TMĐT, nhiều đơn vị OCOP cũng đang dần thích ứng với Covid – 19 bằng việc đa dạng hóa các kênh bán hàng như Facebook và website (bán hàng đa kênh). Báo cáo khảo sát của Sapo Việt Nam năm 2020 cho thấy trong nhóm các nhà bán hàng có tăng trưởng doanh thu đều có đặc điểm chung là nhanh chóng chuyển đổi mô hình sang bán hàng đa kênh.

Ông Nguyễn Quý Tâm, Quản lý kinh doanh Sapo TP. Đà Nẵng, cho biết, hiện nay Sapo đang cung cấp giải pháp Sapo Omnichannel, giúp doanh nghiệp quản lý tập trung và bán hàng đa kênh, có 1 nền tảng hiện đại có thể đảm bảo tính thống nhất, liên tục và đồng bộ của cả hệ thống trong cách quản lý các kênh, chi nhánh và sản phẩm của mình.

Ngoài ra, Sở Công Thương TP. Đà Nẵng liên tục tổ chức các chương trình kết nối trực tuyến kết nối cung cầu các sản phẩm OCOP nhằm tạo cơ hội cho các doanh nghiệp trên địa bàn Đà Nẵng đẩy mạnh việc giới thiệu, quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng. “Sở Công Thương hy vọng rằng các chương trình sẽ mang lại nhiều lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp, tạo hiệu ứng lan toả góp phần hỗ trợ doanh nghiệp vượt qua khó khăn, khôi phục và phát triển”, ông Nguyễn Hữu Hạnh, Phó Giám đốc Sở Công Thương TP. Đà Nẵng, cho biết.

Đức Thảo - Vũ Lê

Nguồn: Báo Hà Giang
Ngày đăng: 03/12/2021

Mục: Kinh tế

Hơn 10.000 tấn cam Vàng Hà Giang đã được tiêu thụ

Tính đến 2.12, hơn 10.000 tấn cam Vàng Hà Giang đã được tiêu thụ, trong đó, bán qua các sàn giao dịch thương mại điện tử là hơn 115 tấn và bán cho các thương lái tự do trên 10.300 tấn. Giá bán cam trung bình đạt từ 6 – 8 nghìn đồng/kg.



Sở Công thương mở gian hàng hỗ trợ tiêu thụ cam Vàng cho Hợp tác xã Thương mại và Dịch vụ vật tư nông nghiệp Giàn Thượng, xã Tiên Kiềm (Bắc Quang).

Niên vụ 2021 – 2022, toàn tỉnh có hơn 2.000 ha cam Vàng, trong đó có trên 1.700 ha cho thu hoạch, tập trung chủ yếu tại huyện Bắc Quang, Quang Bình và Vị Xuyên; năng suất bình quân ước đạt 111,68 tạ/ha, sản lượng ước đạt trên 19.000 tấn.

Thời gian qua, do tình hình dịch Covid-19 diễn biến phức tạp trên địa bàn tỉnh nói riêng và toàn quốc nói chung, các thương lái tại địa phương khác đến tỉnh mua nông sản giảm, các sản phẩm chủ yếu bán nội tỉnh nên sức tiêu thụ chậm. Nhằm hỗ trợ người dân tiêu thụ cam, Sở Công thương đã phối hợp, đề nghị Tập đoàn FPT, Bưu điện tỉnh, Chi nhánh Bưu chính Viettel Hà Giang hỗ trợ quảng bá, tiêu thụ cam cho nông dân Hà Giang; tổ chức các lớp tập huấn vận hành gian hàng trực tuyến trên sàn giao dịch thương mại điện tử Sendo, Voso và Postmart cho các doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh. Bên cạnh đó, một số sở, ngành, đoàn hội cũng đẩy mạnh công tác quảng bá, giới thiệu, kết nối tiêu thụ cam cho nông dân huyện Bắc Quang, Quang Bình và Vị Xuyên theo phương án tiêu thụ cam niên vụ 2021 – 2022 của UBND tỉnh. Theo ngành chuyên môn, dự báo trong thời gian tới, tình hình dịch bệnh cơ bản được kiểm soát, hoạt động tiêu thụ cam sẽ thuận lợi hơn.

Tin, ảnh: TRẦN KẾ

Nguồn: VTV.vn

Ngày đăng: 03/12/2021

Mục: Kinh tế

Nông sản ồ ạt lên sàn điện tử

Sau hơn 3 tháng triển khai kế hoạch hỗ trợ người nông dân làm quen với kinh tế số, đã có hơn 3 triệu hộ sản xuất nông nghiệp được hỗ trợ lên các sàn thương mại điện tử.

Bộ Thông tin và Truyền thông vừa ra mắt Cổng thông tin điện tử hỗ trợ sản xuất nông nghiệp trên các sàn Thương mại điện tử (gọi tắt là cổng 1034). Việc này được kỳ vọng sẽ đẩy nhanh tốc độ chuyển đổi số nông nghiệp, sớm đưa hàng triệu hộ nông dân Việt tham gia và nền kinh tế số.

Kể từ tháng 7/2021 đến nay, để giúp người dân có các kỹ năng số và hiểu rõ cách thức bán hàng trực tuyến, sàn Postmart đã liên tục cử cán bộ xuống tận các địa phương để cầm tay chỉ việc.

Nay với cổng thông tin 1034, bà con đã có thêm một kênh thông tin dễ dàng tìm hiểu, học hỏi trực tuyến ngay tại nhà các kiến thức nông sản, các phương thức, kỹ năng để sớm làm quen với kinh tế số.



Cổng thông tin điện tử hỗ trợ sản xuất nông nghiệp 1034 của Bộ Thông tin và Truyền thông có tên miền tmdt.mic.gov.vn, được ra đời với mục đích trở thành nơi hướng dẫn cụ thể các thông tin, kiến thức cho người nông dân về kiến thức nuôi trồng, sản xuất, các phương thức mở gian hàng, kinh doanh trên sàn thương mại điện tử.

"Khi truy cập cổng này, không nhất thiết là các hộ nông nghiệp mà cả các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương, đặc biệt là Sở Thông tin và Truyền thông các tỉnh sẽ được cập nhật thông tin triển khai chương trình. Chúng tôi cũng cập nhật thông tin về sản phẩm tại khắp 63 tỉnh, thành để nó có sức lan tỏa", ông Dương Tôn Bảo - Vụ Bưu chính, Bộ Thông tin và Truyền thông cho hay.

Sau hơn 3 tháng triển khai kế hoạch hỗ trợ người nông dân làm quen với kinh tế số đã có hơn 3 triệu hộ sản xuất nông nghiệp trên cả nước được hỗ trợ lên các sàn thương mại điện tử. Sự ra đời của cổng thông tin 1034 được kỳ vọng sẽ mang đến thêm một giải pháp để thúc đẩy nhanh hơn sự phát triển của kinh tế số nông nghiệp, sớm đạt mục tiêu đưa 5 triệu hộ sản xuất lên các sàn thương mại điện tử.

Nguồn: VTCNews

Ngày đăng: 03/12/2021

Mục: An sinh

BHXH huyện Thái Thụy: Đại lý thu bám sát địa bàn, tuyên truyền tới từng thôn xóm để phát triển người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình, đại lý thu BHXH huyện Thái Thụy thực hiện phương châm bám sát địa bàn, tuyên truyền tới từng thôn xóm.

Trả lời PV VTC News, ông Tạ Mạnh Thương - Phó Giám đốc BHXH huyện Thái Thụy (Thái Bình) cho biết, Thái Thụy là huyện ven biển, nhiều thiên tai bão lụt, kinh tế - xã hội còn khó khăn, người dân sống dựa vào đánh bắt hải sản và làm nông nghiệp; các doanh nghiệp chủ yếu với quy mô vừa và nhỏ, chưa có các khu công nghiệp lớn.

Do đó, việc phát triển người tham gia BHXH, BHYT nói chung và BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình nói riêng đối với BHXH huyện Thái Thụy còn gặp nhiều khó khăn, thách thức.

Tuy nhiên, với tinh thần tích cực tham gia chính sách an sinh xã hội của người dân trong huyện, các đại lý thu hoạt động với phương châm bám sát địa bàn, tuyên truyền đến từng thôn xóm, từng người, Thái Thụy hiện có hơn 6.000 người tham gia BHXH tự nguyện, gần 70.000 người có thẻ BHYT hộ gia đình.



Cán bộ BHXH huyện Thái Thụy tuyên truyền vận động phát triển người dân tham gia BHXH tự nguyện và BHYT hộ gia đình.

“Xuất phát từ tình hình thực tế, chúng tôi nhận thấy, việc phát triển người tham gia 2 loại hình bảo hiểm trên cần sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị. Những năm gần đây, đơn vị tham mưu cho UBND huyện Thái Thụy ban hành công văn chỉ đạo các doanh nghiệp tham gia BHXH, đặc biệt công văn giao chỉ tiêu phát triển người tham gia BHYT, BHXH tự nguyện đối với UBND các xã, thị trấn.

Đồng thời, BHXH huyện chủ động giao chỉ tiêu phát triển người tham gia cho đại lý thu các xã, thị trấn cũng như Bru điện, Hội Nông dân huyện. Đây cũng là 3 hệ thống làm đại lý thu ở thời điểm hiện tại”, ông Thương nói.

Để thấy rõ vai trò, trách nhiệm, ý nghĩa an sinh trong việc tham gia BHXH tự nguyện, lãnh đạo BHXH huyện Thái Thụy trực tiếp làm việc với Chủ tịch UBND các xã, thị trấn; hướng dẫn nghiệp vụ, quy hoạch các nhóm cần phát triển đối với nhân viên đại lý thu cũng như trực tiếp giải đáp thắc mắc của người dân.

Qua nhiều buổi hội ý, họp cơ quan, đơn vị đánh giá những mặt được, mặt còn tồn tại để đưa ra những phương pháp, ý tưởng mới trong công tác tuyên truyền, phát triển người dân tham gia BHXH tự nguyện đối với hệ thống đại lý thu là UBND các xã, thị trấn.

Ngay đầu năm, BHXH huyện Thái Thụy triển khai đồng bộ các giải pháp, như: Giao chỉ tiêu phát triển người tham gia đối với đại lý thu là UBND các xã, thị trấn; tập huấn hướng dẫn nghiệp vụ, đào tạo bổ sung, kiện toàn nhân viên đại lý.



Để phát triển người tham gia BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình, đại lý thu BHXH huyện Thái Thụy thực hiện phương châm bám sát địa bàn, tuyên truyền tới từng thôn xóm.

Trong năm 2021, để phù hợp với công tác phòng chống dịch COVID-19, BHXH huyện Thái Thụy đổi mới hình thức tuyên truyền từ tổ chức các hội nghị theo quy mô lớn, đông đại biểu tham dự sang hình thức tuyên truyền theo nhóm nhỏ hoặc xuống trực tiếp hộ gia đình.

Cụ thể, 9 tháng đầu năm 2021, đơn vị phối hợp cùng nhân viên đại lý thu các xã, thị trấn tổ chức 101 Hội nghị tại 36 xã, thị trấn với 4.801 đại biểu là người nông dân nằm trong độ tuổi tham gia.

Các hội nghị tập trung tuyên truyền những chính sách mới về BHXH tự nguyện như từ 1/1/2018, người tham gia BHXH tự nguyện được hỗ trợ 30% đối với hộ nghèo, 25% với hộ cận nghèo, các hộ khác là 10%; được hưởng giảm trừ đối với người tham gia đóng một lần cho những năm về sau tối đa không quá 5 năm; được hưởng lương hưu ngay sau tháng đóng tiền đối với người có 10 năm đóng BHXH trở lên và hết tuổi lao động; các quyền lợi khi tham gia BHYT...

Đối với hệ thống đại lý Bưu điện, lãnh đạo BHXH và Bưu điện huyện Thái Thụy thường xuyên trao đổi, đưa ra những giải pháp phù hợp. Trong năm 2021, hai đơn vị phối hợp tổ chức 5 cuộc ra quân truyền tuyên chính sách BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình.

Đặc biệt, trong tháng 7/2021, BHXH thực hiện cuộc vận động triển khai BHXH, BHYT toàn dân, vận động người dân tham gia BHXH tự nguyện, BHYT Hộ gia đình nhân ngày BHYT Việt Nam (1/7/2021).

“Năm 2021 là năm đầu tiên Hội nông dân huyện Thái Thụy thực hiện hợp đồng làm nhân viên đại lý thu BHXH, BHYT của BHXH huyện Thái Thụy.

Ngay từ những ngày đầu, chúng tôi định hướng cho Hội nông dân lựa chọn nhân sự, đào tạo cấp thẻ hành nghề nhân viên đại lý thu; cùng Hội nông dân huyện tổ chức 5 hội nghị tuyên

truyền, tư vấn đối thoại chính sách BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình”, Phó Giám đốc BHXH huyện Thái Thụy chia sẻ.

Các phương pháp tuyên truyền trên được nhân rộng tại huyện và đạt được kết quả cao. Theo ông Tạ Mạnh Thường, đó là sự kết hợp tuyên truyền, phối hợp giữa BHXH huyện, UBND xã, thị trấn với Bu điện, Hội Nông dân huyện; sự phối hợp giữa viên chức BHXH huyện cùng nhân viên đại lý thu với phương châm “bám sát địa bàn, tuyên truyền đến từng thôn xóm, từng đối tượng”.



Những lợi ích khi người dân tham gia BHXH tự nguyện.

Với phương pháp, cách làm trên, trong năm 3 hệ thống đại lý thu đã phát triển được 1.715 người tăng mới, nâng tổng số người tham gia BHXH tự nguyện tại huyện Thái Thụy là 6.032, số tiền thu 9 tháng đầu năm là trên 23 tỷ đồng, đạt 103% kế hoạch được BHXH tỉnh Thái Bình giao. Đồng thời, toàn huyện có 69.299 người tham gia BHYT hộ gia đình đưa tỷ lệ bao phủ BHYT của huyện lên 88,03% dân số có thẻ BHYT.

Năm 2021 là năm BHXH huyện Thái Thụy đạt được những kết quả đáng khích lệ trong công tác phát triển người dân tham gia hai loại hình bảo hiểm trên. Tuy nhiên, ông Thường chỉ rõ, đơn vị còn gặp những khó khăn, thách thức nhất định.

Cụ thể, nhiều người vẫn chưa hiểu đầy đủ về chính sách BHXH tự nguyện, một bộ phận dân cư còn chưa biết có chính sách này. Trong khi, thu nhập của người lao động ở nông thôn thấp, không ổn định, người lao động phải làm nhiều nghề, tranh thủ xoay xở nhiều khoảng thời gian để tìm kiếm thu nhập đảm bảo cuộc sống.

Bên cạnh đó, người lao động ở Việt Nam chưa có thói quen tham gia BHXH khi trẻ để hưởng lương hưu khi tuổi già..

“Việc số người tham gia BHXH tự nguyện đạt thấp còn do mạng lưới đại lý thu còn ít, kiêm nhiệm nên chưa dành nhiều thời gian tuyên truyền, vận động người dân tham gia”, ông Thường cho hay.

Để hoàn thành chỉ tiêu phát triển BHXH tự nguyện, BHYT hộ gia đình trong thời gian tới và những năm tiếp theo, BHXH huyện Thái Thụy luôn tranh thủ sự ủng hộ của BHXH tỉnh Thái Bình, Huyện uỷ, UBND huyện Thái Thụy; tiếp tục phối hợp với Bưu điện, Hội nông dân huyện, UBND các xã, thị trấn tổ chức các buổi tuyên truyền, đối thoại với người dân về chính sách hai loại hình bảo hiểm này.

Đồng thời, đơn vị thường xuyên tập huấn nhằm bồi dưỡng nghiệp vụ, nâng cao kỹ năng vận động cho nhân viên đại lý thu các xã, thị trấn để hoạt động tuyên truyền tại cơ sở đạt chất lượng cao, hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu, kế hoạch được BHXH tỉnh Thái Bình giao trong năm 2021.