

KẾ HOẠCH

Triển khai Chương trình số 01/CTr-BCH ngày 29/12/2023 về “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam giai đoạn 2023 - 2028”

Căn cứ Chương trình số 01/CTr-BCH ngày 29/12/2023 của Ban Chấp hành Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam giai đoạn 2023-2028”;

Thực hiện Nghị quyết Đại hội VI Công đoàn Điện lực Việt Nam và Nghị quyết Đại hội XIII Công đoàn Việt Nam, nhiệm kỳ 2023-2028, Ban Chấp hành Công đoàn Điện lực Việt Nam ban hành Kế hoạch triển khai Chương trình số 01/CTr-BCH ngày 29/12/2023 của Ban Chấp hành Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam giai đoạn 2023-2028”, cụ thể như sau:

I. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Tập trung nguồn lực, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông trong và ngoài Tập đoàn Điện lực Việt Nam, sử dụng đa dạng và hiệu quả các hình thức, phương thức truyền thông, lan tỏa mạnh mẽ đến đoàn viên, người lao động và toàn xã hội về hoạt động của Công đoàn Điện lực Việt Nam; tập trung quảng bá, giới thiệu vị trí, vai trò, chức năng, nhiệm vụ, đóng góp và những đổi mới của Công đoàn Điện lực Việt Nam trong bảo vệ các giá trị và truyền thống vẻ vang của tổ chức Công đoàn và giai cấp công nhân ngành Điện lực Việt Nam; phản ánh kịp thời đời sống, việc làm, tâm tư, nguyện vọng của đoàn viên, người lao động; tuyên truyền, vận động nâng cao bản lĩnh chính trị, kiến thức pháp luật, trình độ kỹ năng nghề nghiệp, tác phong công nghiệp, góp phần phát triển Tập đoàn và đất nước.

2. Các chỉ tiêu cụ thể

- Hàng năm có 95% đoàn viên, người lao động được tiếp cận thông tin về chủ trương, nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến lao động và công đoàn.

- 100% cán bộ, đoàn viên, người lao động tại các công đoàn trực thuộc tuân thủ thực hiện quy định của Tập đoàn Điện lực Việt Nam về công tác truyền thông, cung cấp thông tin báo chí.

- Đến năm 2028 có 100% cán bộ công đoàn làm công tác chỉ đạo và trực tiếp tham mưu công tác truyền thông tại các công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn Điện lực Việt Nam; 70% cán bộ lãnh đạo công đoàn tại các công đoàn cơ sở/công đoàn bộ phận trực thuộc công đoàn cấp trên cơ sở (9 tổng công ty) được bồi dưỡng nâng cao năng lực truyền thông.

- Đến năm 2028, tỉ trọng các sản phẩm truyền thông về công đoàn trên nền tảng số chiếm 50% tổng số sản phẩm truyền thông của các cấp công đoàn.

- Phấn đấu đến năm 2028, 100% tài liệu phục vụ công tác truyền thông được số hóa, kết nối, sử dụng chung và phổ biến trên không gian mạng để lan tỏa thông tin tích cực, nhân văn; phát hiện, xử lý 90% trở lên tin sai lệch, tin xấu độc về người lao động và tổ chức Công đoàn.

- Phấn đấu đến năm 2028, 100% cán bộ làm công tác truyền thông, công tác tuyên giáo tại các công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn ĐLVN và 50% công đoàn cơ sở trực thuộc công đoàn cấp trên cơ sở (9 tổng công ty) được đào tạo, bồi dưỡng cấp chứng chỉ về báo chí, truyền thông.

II. NỘI DUNG VÀ ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

1. Nội dung

Kết hợp hài hòa giữa truyền thông chính trị, truyền thông chính sách và truyền thông hình ảnh; bên cạnh truyền thông về hoạt động công đoàn, cần đẩy mạnh truyền thông về các nội dung, vấn đề mà đoàn viên, người lao động quan tâm; thông qua truyền thông công đoàn, phải đưa đường lối, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước đến với đoàn viên, người lao động và người sử dụng lao động.

Bám sát Nghị quyết Đại hội XIII Công đoàn Việt Nam, Nghị quyết Đại hội VI Công đoàn Điện lực Việt Nam, các định hướng và nhiệm vụ công tác hàng năm của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Công đoàn Điện lực Việt Nam và Tập đoàn Điện lực Việt Nam, công tác truyền thông phải được cụ thể hóa nội dung, triển khai các thông điệp theo chủ đề và sự kiện. Trong đó, tập trung truyền thông về các nội dung sau:

- Các giá trị cốt lõi của chủ nghĩa Mác - Lê-nin, tư tưởng Hồ Chí Minh; chủ trương, đường lối của Đảng; truyền thống tốt đẹp của dân tộc, truyền thống vẻ vang của giai cấp công nhân ngành Điện lực Việt Nam và tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Các phong trào thi đua lao động sản xuất hoàn thành chỉ tiêu, kế hoạch sản xuất, kinh doanh; trên các công trình trọng điểm đảm bảo tiến độ, chất lượng giai đoạn 2023-2028 của Tập đoàn và các đơn vị trực thuộc.

- Các hoạt động góp ý xây dựng chính sách, pháp luật của Nhà nước, chương trình, kế hoạch hoạt động công đoàn, nhất là chính sách, pháp luật liên quan đến đoàn viên, người lao động ngành Điện. Những hoạt động triển khai Luật thực hiện dân chủ ở cơ sở, hội nghị người lao động, đối thoại cấp Tập đoàn và các đơn vị trực thuộc nhằm xây dựng nội quy, quy chế, quy định của Tập đoàn, đơn vị liên quan đến đoàn viên, người lao động Tập đoàn. Tuyên truyền các quy định người lao động cần nắm vững để nâng cao năng lực tự bảo vệ; thông tin chỉ dẫn, giáo dục, tư vấn pháp luật, hỗ trợ đoàn viên, người lao động.

- Nâng cao nhận thức về tổ chức Công đoàn Việt Nam là một tổ chức chính trị - xã hội hoạt động trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa do Đảng lãnh đạo, Nhà nước quản lý; vừa là tổ chức chính trị - xã hội, vừa là tổ chức đại diện, chăm lo, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động. Hoạt động của Công đoàn đặt dưới sự lãnh đạo toàn diện, tuyệt đối của Đảng.

- Hoạt động Công đoàn, nhất là lợi ích Công đoàn mang lại để người lao động hiểu rõ mục tiêu “vào tổ chức Công đoàn để làm gì và có quyền lợi gì?”.

- Công đoàn tham gia xây dựng chính sách, pháp luật; tham gia các hoạt động chăm lo, bảo vệ quyền lợi của đoàn viên, người lao động, phát triển đoàn viên, thành lập công đoàn cơ sở; thông tin đối ngoại và các hoạt động hợp tác quốc tế.

- Gương người tốt, việc tốt, các phong trào thi đua; về việc học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh; phản bác thông tin sai lệch, xuyên tạc, quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, bảo vệ giá trị cốt lõi và truyền thống vẻ vang của giai cấp công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Tâm tư, tình cảm, nhu cầu, nguyện vọng chính đáng, đời sống, việc làm của đoàn viên, người lao động Tập đoàn Điện lực Việt Nam; những đề xuất, kiến nghị hoàn thiện chính sách, pháp luật và các sáng kiến, hiến kế phát triển Tập đoàn, đất nước của người lao động.

- Các hoạt động, sự kiện nổi bật hàng năm: Chương trình Tết Sum vầy và hoạt động chăm lo Tết cho đoàn viên, người lao động; Tháng Công nhân – Tháng hành động về An toàn vệ sinh lao động, kỷ niệm ngày Quốc tế Lao động 1/5; các chương trình lãnh đạo các cấp ủy, chính quyền, đại biểu dân cử các cấp gặp gỡ, đối thoại, tiếp xúc với đoàn viên, người lao động; kỷ niệm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam (28/7), Ngày truyền thống ngành Điện lực Việt Nam (21/12); các sự kiện tôn vinh người lao động tiêu biểu ngành Điện; hoạt động kỷ niệm, ngày truyền thống của các đơn vị; các sự kiện trọng đại của Đảng, của đất nước.

2. Đối tượng và phân khúc đối tượng truyền thông

2.1. Đối tượng

- Cán bộ công đoàn các cấp; đoàn viên công đoàn và người lao động.
- Cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, các đoàn thể chính trị; cán bộ lãnh đạo, quản lý, người sử dụng lao động.
- Cộng đồng xã hội và mọi người dân.
- Các đối tác quốc tế.

2.2. Phân khúc đối tượng truyền thông

Căn cứ nội dung truyền thông cụ thể, tiến hành phân chia đối tượng truyền thông thành các nhóm nhỏ dựa trên các đặc điểm nhân khẩu học như: độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, lĩnh vực công tác và làm việc, vùng miền, thói quen tiếp cận thông tin, thời gian làm việc và nghỉ ngơi... để thiết kế thông điệp, lựa chọn công cụ, phương tiện tác động, tổ chức chiến dịch truyền thông và đánh giá, đo lường hiệu quả.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Nâng cao nhận thức của cán bộ công đoàn các cấp về vai trò, ý nghĩa và tầm quan trọng của công tác truyền thông trong hoạt động công đoàn; tập trung hoàn thiện các văn bản về công tác truyền thông

- Lãnh đạo công đoàn cấp trên quán triệt, đặt ra yêu cầu đối với lãnh đạo công đoàn cấp dưới về vị trí, vai trò, ý nghĩa, tầm quan trọng và đóng góp của công tác truyền thông trong hoạt động công đoàn, nhất là trong bối cảnh hiện nay; tiếp tục thay đổi tư duy, nhận thức, đề cao trách nhiệm về công tác truyền thông.

- Người đứng đầu công đoàn các cấp chịu trách nhiệm định hướng nội dung, yêu cầu công tác truyền thông ở cấp mình; đưa vào chương trình công tác hàng năm giải pháp truyền thông phù hợp với yêu cầu, nhiệm vụ.

- Tham mưu với cấp ủy, phối hợp với chuyên môn, người sử dụng lao động; Ban truyền thông Tập đoàn, Trung tâm Thông tin Điện lực và các đơn vị về nội dung, cách thức truyền thông, tạo sự quan tâm, hỗ trợ công tác truyền thông công đoàn. Phát huy năng lực, sở trường của mỗi cán bộ công đoàn trong công tác truyền thông; khuyến khích mỗi cán bộ, đoàn viên trở thành một tuyên truyền viên về hoạt động công đoàn.

- Rà soát, xây dựng, bổ sung, hoàn thiện hệ thống các quy định, quy chế liên quan đến lĩnh vực truyền thông công đoàn; nghiên cứu, ban hành quy định khuyến khích, hỗ trợ một số cán bộ, đoàn viên, cộng tác viên kiêm nhiệm hoặc có nhiều đóng góp cho công tác truyền thông. Sửa đổi, bổ sung quy định chế độ nhuận bút, thù lao đối với Trang thông tin điện tử và mạng xã hội của Công đoàn Điện lực Việt Nam.

2. Đổi mới, đa dạng hóa các hình thức, phương tiện truyền thông, đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ mới trong công tác truyền thông công đoàn

- Tiếp tục phát huy hiệu quả các hình thức truyền thông đang được đông đảo cán bộ, đoàn viên, người lao động đón nhận; linh hoạt kết hợp các phương pháp, công cụ, kênh, nền tảng truyền thông đa dạng, đa phương tiện gồm: Trang thông tin điện tử, truyền hình qua kênh Youtube, các nền tảng tương tác trên internet, các diễn đàn online, các nhóm mạng xã hội, các ứng dụng di động, hội nghị, hội thảo... và tổ chức các sự kiện để đảm bảo hiệu ứng tốt và đạt kết quả cao.

- Chủ động triển khai các giải pháp công nghệ; chia sẻ thông tin, sản phẩm truyền thông dùng chung trong công đoàn các cấp:

+ Đẩy mạnh truyền thông trên môi trường internet, tăng cường sự tương tác của đoàn viên, người lao động với vai trò vừa là người thụ hưởng thông tin, vừa là người sáng tạo nội dung thông tin.

+ Phát triển nền tảng số của công đoàn để cung cấp các nội dung về hoạt động công đoàn, nội dung người lao động quan tâm: chế độ, chính sách, tiền lương,... và tập hợp ý kiến, tâm tư, nguyện vọng người lao động để phân tích, phân loại và có giải pháp kịp thời.

+ Xây dựng, thiết kế nội dung, thông điệp truyền thông theo chủ đề, nội dung hoạt động phù hợp với đối tượng đoàn viên, người lao động theo phân khúc đối tượng (tại mục 2, phần II); tăng cường sản xuất và phát hành các sản phẩm truyền thông hiện đại đa nền tảng, chất lượng cao góp phần nâng cao nhận thức chính trị, ý thức chấp hành pháp luật, kỷ luật lao động, tác phong công nghiệp cho đoàn viên, người lao động. Nghiên cứu áp dụng ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) trong việc sản xuất các sản phẩm truyền thông. Quan tâm đầu tư sản xuất các sản phẩm truyền thông phục vụ công tác thông tin tương tác như: video; đồ họa thông tin (infographic...); quà tặng có logo, thông điệp, màu nhận diện của tổ chức Công đoàn Việt Nam...

- Thường xuyên tổ chức các cuộc thi trực tuyến thu hút đông đảo đoàn viên, người lao động tham gia.

- Tiếp tục đổi mới phương thức truyền tải thông tin thông qua mạng xã hội đảm bảo nguyên tắc “Nhanh”, “Ngắn” để đoàn viên, người lao động tiếp cận, “Sâu”, “Rõ” để người lao động hiểu, làm theo. Có giải pháp tiếp cận các nhóm, diễn đàn trên mạng xã hội của đoàn viên, người lao động, cung cấp thông tin chính xác, tuyên truyền các nội dung phù hợp đồng thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng và các vấn đề liên quan đến công nhân thông qua mạng xã hội.

- Biên soạn tài liệu phù hợp, xây dựng các clip ngắn, thiết kế bài giảng bằng công nghệ để đẩy mạnh truyền thông trong hoạt động công đoàn. Quan tâm truyền thông nhận diện, truyền thông qua hình ảnh và hoạt động của cơ quan công đoàn, cán bộ công đoàn các cấp.

3. Xây dựng hệ thống báo chí, xuất bản, các kênh truyền thông nội bộ của công đoàn đủ mạnh; tăng cường phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông của Tập đoàn và các đơn vị bên ngoài để chủ động thông tin đến đoàn viên, người lao động

- Nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng thông tin tuyên truyền trên Trang thông tin điện tử (gọi chung là website) và mạng xã hội của các cấp công đoàn. Trong đó, website đóng vai trò cung cấp thông tin và tư liệu chuẩn xác về chủ trương, chính sách, hoạt động của các cơ quan công đoàn; kênh liên thông, trao đổi thông tin trong hệ thống công đoàn.

- Định kỳ tổ chức các cuộc thi báo chí, nhiếp ảnh, video clip... về đề tài công nhân, người lao động và hoạt động công đoàn.

- Triển khai thực hiện cơ chế ký hợp tác công tác tuyên truyền nhiệm vụ chính trị của tổ chức Công đoàn ĐLVN trên báo chí, xuất bản trên các ấn phẩm báo chí thuộc tổ chức Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, Cơ quan ngôn luận Bộ Công thương và các đơn vị truyền thông của Tập đoàn Điện lực Việt Nam.

4. Tăng cường nguồn lực cho công tác truyền thông công đoàn

- Tiếp tục kiện toàn củng cố mạng lưới công tác truyền thông tại các cấp công đoàn, tăng cường đào tạo bồi dưỡng đội ngũ cán bộ làm truyền thông về bản lĩnh chính trị, năng lực chuyên môn về nghiệp vụ và ý thức chính trị.

- Tổ chức bồi dưỡng, tập huấn, đào tạo nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn làm công tác truyền thông, nhất là cán bộ tại Công đoàn cơ sở như: kỹ năng phối hợp với báo chí và quan hệ công chúng; tổ chức sự kiện truyền thông; quản lý diễn đàn và sử dụng phần mềm để theo dõi và phân tích thông tin trên mạng xã hội; kỹ năng truyền thông trên mạng xã hội; kỹ năng sản xuất các sản phẩm truyền thông đa phương tiện (infographic, video...).

- Tuyển dụng, bố trí nhân sự có đủ năng lực, trình độ chuyên môn về báo chí, truyền thông, về tuyên truyền để triển khai công tác truyền thông công đoàn.

- Hàng năm dành nguồn lực tài chính thỏa đáng cho công tác truyền thông. Đầu tư, đổi mới trang thiết bị, phương tiện truyền thông ứng dụng công nghệ hiện đại và thành tựu của trí tuệ nhân tạo (AI) trong các hoạt động truyền thông công đoàn bao gồm: Đầu tư trang thiết bị, phương tiện thực hiện truyền thông đa phương tiện (máy ảnh, máy quay, máy tính có cấu hình cao, flycam...); ứng dụng

các phần mềm chuyên dùng phục vụ công tác truyền thông đa phương tiện (phần mềm xử lý hình ảnh, phần mềm dựng Video clip; phần mềm chuyển bản Word sang giọng nói; phần mềm chuyển từ bản thu âm sang bản Word (doc); kinh phí mua dung lượng phục vụ lưu trữ dữ liệu sản phẩm truyền thông dung lượng lớn (ổ cứng, không gian mạng đám mây, google drive)...

5. Nâng cao khả năng tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động; đẩy mạnh truyền thông công đoàn cơ sở

- Định kỳ 2 năm/lần khảo sát nhu cầu về nội dung, mô hình tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động; cung cấp kiến thức, hướng dẫn kỹ năng bằng các hình thức phù hợp giúp đoàn viên, người lao động chủ động tìm hiểu, khai thác, sử dụng thông tin hiệu quả.

- Nghiên cứu, xây dựng, triển khai các mô hình tăng cường tiếp cận thông tin phù hợp với từng đối tượng đoàn viên, người lao động; cơ chế động viên đoàn viên, người lao động cung cấp thông tin; thu hút, công nhận và biểu dương các sáng kiến trong công tác truyền thông hữu ích trong hỗ trợ người lao động nâng cao năng lực tiếp cận thông tin.

- Tạo lập các diễn đàn, cộng đồng để kết nối với đoàn viên, người lao động thông qua mạng xã hội và các ứng dụng di động; tổ chức thông tin, tuyên truyền thường xuyên, liên tục để hình thành thói quen tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động.

- Đẩy mạnh sự hiện diện của tổ chức Công đoàn Việt Nam trong các đơn vị trực thuộc Tập đoàn. Các Công đoàn cơ sở có từ 100 đoàn viên trở lên đề xuất với chuyên môn bố trí không gian sinh hoạt công đoàn (Văn phòng Công đoàn), có huy hiệu và hình ảnh, màu sắc nhận diện Công đoàn Việt Nam để tổ chức hội họp và tiếp đoàn viên, người lao động.

- Phối hợp với bộ phận truyền thông của các đơn vị trong Tập đoàn đẩy mạnh hoạt động truyền thông công đoàn; đa dạng hóa các hình thức thông tin, tuyên truyền, chú trọng xây dựng bản tin (điện tử hoặc âm thanh) để nghe, xem trên thiết bị điện thoại.

6. Tham gia đẩy mạnh việc thực thi văn hóa doanh nghiệp, Văn hoá EVN; tham gia xây dựng và phát triển Tập đoàn Điện lực Việt Nam trở thành thương hiệu mạnh; thực hiện tốt công tác truyền thông và giáo dục chính trị tư tưởng cho CBCNV.

- Đẩy mạnh thực thi văn hóa doanh nghiệp, Văn hoá EVN thông qua việc đẩy mạnh thực hiện sứ mệnh, tầm nhìn, khẩu hiệu, các giá trị cốt lõi, chuẩn mực đạo đức, quy tắc ứng xử và văn hóa giao tiếp trong Tài liệu Văn hóa EVN hướng tới xây dựng môi trường làm việc thân thiện, đảm bảo tính công bằng và minh bạch; xây dựng đội ngũ CBCNV Tập đoàn giỏi chuyên môn, có phong cách và lễ lối làm việc chuyên nghiệp, hiệu quả, hành vi ứng xử thân thiện, văn minh, lịch sự.

- Tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Nghị quyết số 28-NQ/ĐU ngày 17/7/2019 của Đảng ủy Tập đoàn về tăng cường sự lãnh đạo của Đảng, nâng cao hiệu quả công tác truyền thông của Tập đoàn trong tình hình mới bám sát Kế hoạch truyền thông giai đoạn 2021-2025 của EVN và của đơn vị; đẩy mạnh công tác tuyên truyền

Văn hóa EVN trong nội bộ và ra bên ngoài, góp phần xây dựng hình ảnh một EVN thân thiện, có trách nhiệm với cộng đồng và xã hội.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Công đoàn Điện lực Việt Nam:

Ban Chấp hành giao Ban Thường vụ triển khai, đôn đốc thực hiện Kế hoạch này.

1.1. Ban Tuyên giáo – Nữ công.

Là bộ phận thường trực, chủ trì tham mưu chỉ đạo, hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra, giám sát việc thực hiện Kế hoạch; tham mưu tổ chức sơ kết, tổng kết, kịp thời khen thưởng các tập thể, cá nhân có nhiều đóng góp trong thực hiện. Đồng thời, trực tiếp triển khai một số nội dung trọng tâm như sau:

- Tham mưu ban hành và tổ chức thực hiện các kế hoạch, hướng dẫn công tác truyền thông Công đoàn Điện lực Việt Nam hàng năm; xây dựng chương trình tập huấn nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn; biên soạn tài liệu nghiệp vụ công tác truyền thông Công đoàn Điện lực Việt Nam giai đoạn 2023-2028 sử dụng thống nhất trong toàn Công đoàn Điện lực Việt Nam.

- Tham mưu rà soát, sửa đổi các văn bản về công tác truyền thông; phối hợp với Văn phòng nghiên cứu, đề xuất ban hành mới, sửa đổi một số quy định về chế độ nhuận bút, thù lao đối với các sản phẩm truyền thông trên cổng thông tin, trang thông tin điện tử và mạng xã hội của Công đoàn Điện lực Việt Nam.

- Tham mưu tổ chức các hình thức tôn vinh, động viên, khen thưởng điển hình trong chỉ đạo, triển khai công tác truyền thông công đoàn. Định kỳ đánh giá, sơ kết, tổng kết, rút kinh nghiệm trong triển khai công tác truyền thông công đoàn.

1.2. Văn phòng.

- Phối hợp với Ban Tuyên giáo – Nữ công thẩm định các quy định liên quan đến chế độ nhuận bút, thù lao đối với Trang thông tin, các trang mạng xã hội; hoạt động đội ngũ công tác viên truyền thông, công tác viên dư luận, báo cáo viên của Công đoàn Điện lực Việt Nam và các đơn vị.

1.3. Ban Tổ chức – Kiểm tra

- Phối hợp xây dựng tài liệu đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn làm công tác tuyên truyền của các cấp Công đoàn Điện lực Việt Nam.

- Phối hợp xây dựng kế hoạch, chương trình bồi dưỡng ngắn hạn cho các đối tượng thuộc diện đào tạo, bồi dưỡng.

- Xây dựng tiêu chí đánh giá Công đoàn vững mạnh hàng năm về trách nhiệm của các Công đoàn trực thuộc Công đoàn Điện lực Việt Nam trong thực hiện công tác truyền thông.

1.4. Ban Chính sách pháp luật và Quan hệ lao động

- Chủ trì xây dựng chương trình hỗ trợ tư vấn pháp luật cho đoàn viên, người lao động; phối hợp với Ban Tuyên giáo - Nữ công công tác tuyên truyền, nắm bắt tâm tư, nguyện vọng và các vấn đề liên quan đến xây dựng chính sách cho người lao động; thường xuyên nắm tình hình dư luận xã hội liên quan đến hoạt động SXKD, thực hiện chế độ chính sách đối với người lao động để có giải pháp trong thực hiện công việc ngày càng tốt hơn.

2. Các Công đoàn trực thuộc

- Trên cơ sở Kế hoạch này, Công đoàn 9 Tổng công ty và các Công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn Điện lực Việt Nam có từ 500 đoàn viên trở lên xây dựng, ban hành Kế hoạch thực hiện Chương trình số 01/CTr-BCH về “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam giai đoạn 2023-2028” để triển khai thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp tại đơn vị.

- Công đoàn 9 Tổng công ty hướng dẫn công đoàn cơ sở trực thuộc triển khai các hoạt động truyền thông và đưa vào tiêu chí thi đua về trách nhiệm của công đoàn cấp trên cơ sở và công đoàn cơ sở trong thực hiện công tác truyền thông. Thường xuyên định hướng, cung cấp thông tin, tài liệu phục vụ công tác tuyên truyền tại các cấp công đoàn trực thuộc.

- Công đoàn cơ sở trực thuộc Công đoàn Điện lực Việt Nam có dưới 500 đoàn viên ban hành văn bản thực hiện Chương trình số 01/CTr-TLĐ theo kế hoạch từng năm để lấy ý kiến Ban Chấp hành định hướng các hoạt động này trong nhiệm kỳ 2023-2028.

- Thực hiện báo cáo kết quả 6 tháng đầu năm (*trước ngày 05/7 hàng năm*) và cả năm (*trước ngày 25/12 hàng năm*) về Công đoàn Điện lực Việt Nam (qua Ban Tuyên giáo – Nữ công). Định kỳ sơ kết, tổng kết và khen thưởng các điển hình tiên tiến trong triển khai công tác truyền thông công đoàn.

Ban Chấp hành Công đoàn Điện lực Việt Nam đề nghị các đồng chí Ủy viên Ban Chấp hành, các Công đoàn trực thuộc khẩn trương triển khai thực hiện./.

**TM. BAN CHẤP HÀNH
CHỦ TỊCH**

Nơi nhận:

- Tổng LĐLĐ Việt Nam (để báo cáo);
- Đảng ủy EVN (để báo cáo);
- Ủy viên BCH CĐĐLVN;
- Ban Truyền thông EVN;
- Các Công đoàn trực thuộc (để thực hiện);
- Các Ban Cơ quan CĐĐVN (để thực hiện);
- Website CĐĐLVN;
- Lưu: VT, TGNC.

Đỗ Đức Hùng