

HỘI LHPN TỈNH BÌNH DƯƠNG
BAN THƯỜNG VỤ

Số: 331 /BTB-TGCS
V/v triển khai Tổ công nghệ số cộng đồng
tỉnh Bình Dương

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Bình Dương, ngày 27 tháng 9 năm 2022

Kính gửi:

- Hội LHPN các huyện, thị xã, thành phố;
- Hội phụ nữ trực thuộc.

Nhằm đưa nền tảng số, dịch vụ số, kỹ năng số đến người dân theo cách đơn giản, tự nhiên, dễ tiếp cận, dễ sử dụng, xuất phát từ nhu cầu thực tế, để tạo ra các giá trị thiết thực phục vụ cho nhân dân; tạo điều kiện thuận lợi để người dân tham gia vào các hoạt động quản lý nhà nước, hỗ trợ xây dựng, cập nhật cơ sở dữ liệu tổ chức, doanh nghiệp, chính quyền cấp xã (*bao gồm: khu áp, hộ gia đình, doanh nghiệp, tổ chức xã hội và các tổ chức khác*), Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Dương đã ban hành Kế hoạch số 4862/KH-UBND, ngày 19/9/2022 về triển khai Tổ công nghệ số cộng đồng tỉnh Bình Dương. Ban Thường vụ Hội LHPN tỉnh đề nghị Hội LHPN huyện, thị xã, thành phố và Hội phụ nữ trực thuộc tuyên truyền đến cán bộ, hội viên và phụ nữ trong sinh hoạt tại Chi, tổ Hội, trên các trang mạng của các cấp Hội những nội dung như sau:

1. Nhiệm vụ của chuyển đổi số

- Tuyên truyền sâu rộng các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, của tỉnh về chuyển đổi số đến các doanh nghiệp, tổ chức, hộ gia đình, người dân.

- Hướng dẫn người dân sử dụng dịch vụ công trực tuyến; sử dụng các dịch vụ số và tương tác với chính quyền qua các nền tảng số do chính quyền tỉnh triển khai.

- Hướng dẫn doanh nghiệp, tổ chức, hộ gia đình trên địa bàn đăng ký tham gia các sàn thương mại điện tử như “voso.vn”, “postmart.vn”,...; mở tài khoản thanh toán điện tử; sử dụng nền tảng số để đăng ảnh, quảng bá sản phẩm, tạo gian hàng, nhận đơn, đóng gói sản phẩm và xác thực cam kết cung cấp sản phẩm đúng chất lượng

- Hướng dẫn ứng dụng các nền tảng số, dịch vụ số trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh, xây dựng thương hiệu theo các điều kiện kinh tế - xã hội đặc trưng của địa phương và theo nhu cầu của doanh nghiệp, tổ chức, hộ gia đình,...

- Hướng dẫn người dân tiếp cận, cài đặt, sử dụng các dịch vụ số phục vụ cho các nhu cầu thiết yếu như y tế, giáo dục, chính sách xã hội, vay vốn sản

xuất, điện, nước, thông tin liên lạc, bưu chính, vệ sinh môi trường, giao thông công cộng, phòng chống dịch... thông qua các nền tảng số.

- Hướng dẫn người dân tiếp cận, cung cấp thông tin và khai thác sử dụng cơ sở dữ liệu chính quyền tỉnh cung cấp thông qua các nền tảng số.

- Triển khai thực hiện các hoạt động về chuyển đổi số khác trên địa bàn khu áp theo yêu cầu của Ban Chỉ đạo chuyển đổi số tỉnh.

2. Thành lập và tổ chức hoạt động Tổ công nghệ số cộng đồng

- Tại mỗi khu áp theo Quyết định thành lập Tổ công nghệ số cộng đồng do Chủ tịch UBND xã, phường, thị trấn ban hành, gồm: Trưởng khu áp là Tổ trưởng, Bí thư Chi đoàn là Tổ phó, thành viên Tổ (*từ 3 – 7 người tùy theo tình hình thực tế địa phương*) là đoàn viên thanh niên, phụ nữ, công an và các cá nhân tình nguyện tham gia hoạt động cộng đồng, trong đó tối thiểu một nhân sự có kiến thức cơ bản về công nghệ thông tin, có năng lực sáng tạo, tinh thần nhiệt huyết vì cộng đồng và kỹ năng tuyên truyền, hướng dẫn, hỗ trợ người dân sử dụng nền tảng số, dịch vụ số.

- Tại các tổ chức, doanh nghiệp theo Quyết định thành lập Tổ công nghệ số cộng đồng do lãnh đạo tổ chức, doanh nghiệp ban hành.

- Thành viên các Tổ công nghệ số cộng đồng được tập huấn nâng cao nhận thức, kiến thức về chuyển đổi số; phổ cập kỹ năng số cộng đồng từ các chương trình đào tạo tập huấn về chuyển đổi cộng đồng của Bộ Thông tin và Truyền thông, tỉnh; tập huấn sử dụng các nền tảng số, dịch vụ số, ứng dụng Quốc gia và tỉnh cung cấp.

3. Nội dung triển khai của Tổ công nghệ số cộng đồng

a. Chính quyền số

- Tuyên truyền, hướng dẫn, phổ biến, nâng cao nhận thức của người dân về việc sử dụng các dịch vụ công trực tuyến, hướng dẫn người dân cài đặt và sử dụng các nền tảng số, ứng dụng công nghệ số như: Cổng Dịch vụ công Bình Dương, Tổng đài 1022, App di động Bình Dương..., góp phần đẩy quá trình chuyển đổi số trên địa bàn tỉnh.

b. Kinh tế số

- Hướng dẫn nữ chủ doanh nghiệp, hộ kinh doanh và người dân trên địa bàn đăng ký tham gia các sàn thương mại điện tử như “Voso.vn”, “postmart.vn”, “Sàn thương mại điện tử Bình Dương <https://binhduongtrade.vn>”; mở tài khoản thanh toán điện tử; hướng dẫn người dân sử dụng nền tảng số, công nghệ số để đăng ảnh, quảng bá sản phẩm, tạo gian hàng, nhận đơn, đóng gói sản phẩm và quan trọng nhất là cam kết cung cấp sản phẩm đúng chất lượng cho khách hàng; hướng dẫn ứng dụng công nghệ số trong các hoạt động sản xuất, kinh doanh phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của địa phương.

- Triển khai hướng dẫn, hỗ trợ cài đặt các tài khoản thanh toán điện tử, ví điện tử cho các hộ gia đình tại khu, áp, phần đầu đạt chỉ tiêu tối thiểu 30% hộ gia đình có tài khoản thanh toán điện tử, ví điện tử, tiền điện tử (*mobile money*).

- Tuyên truyền vận động hộ sản xuất kinh doanh tham gia sàn thương mại điện tử, có tài khoản thanh toán điện tử và sử dụng các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt (*quét mã QR, chuyển khoản...*).

- Hỗ trợ các nữ chủ hộ kinh doanh kết nối với các đơn vị phân phối triển khai việc vận chuyển tối ưu, đảm bảo chất lượng sản phẩm, thời gian vận chuyển, quy trình đóng gói, bảo quản và phân phối sản phẩm nông sản.

c. Xã hội số

- Thông tin, tuyên truyền sâu rộng các chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của nhà nước về chuyển đổi số đến các hộ gia đình, người dân và doanh nghiệp.

- Phối hợp tuyên truyền nâng cao nhận thức cho hội viên, phụ nữ và người dân về việc chuyển đổi số trong các cuộc họp chi tổ hội phụ nữ, trong các chương trình, sự kiện của địa phương hoặc do Hội phụ nữ tổ chức.

- Hỗ trợ, hướng dẫn người dân trong tìm kiếm việc làm trực tuyến; đăng tin và tìm nhà cho thuê; thông tin phương tiện đi lại, cập nhật tin tức đời sống - xã hội; mua bán, rao vặt và nhận các ưu đãi, khuyến mãi mới nhất.

- Phối hợp các cơ quan, đơn vị quản lý chuyên ngành tổ chức các lớp đào tạo, tập huấn, các chương trình nâng cao nhận thức về chuyển đổi số (các lớp đào tạo sử dụng công nghệ thông tin, dịch vụ công trực tuyến, thanh toán trực tuyến điện tử, khám chữa bệnh trực tuyến, học tập trực tuyến và các ứng dụng thông minh khác,...) cho hội viên phụ nữ trên địa bàn

Kết quả tuyên truyền tổng hợp chung trong báo cáo tháng gửi về Ban Tổ chức Hành chính Hội LHPN tỉnh, tin ảnh hoạt động gửi Ban Tuyên giáo – Chính sách để tuyên truyền./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Ban TG TW Hội;
- VP UBND tỉnh;
- Ban DV TU; Ban TG TU;
- Sở TTTT;
- TTTH; Các ban tỉnh Hội;
- Website; fanpage Hội LHPN tỉnh;
- Lưu: VT, TGCS.

TM. BAN THƯỜNG VỤ
PHÓ CHỦ TỊCH



Trịnh Thị Thúy Phương

the results of the study, we can conclude that the main factor influencing the choice of the type of the car is the age of the consumer.

The second factor that influenced the choice of the type of the car was the income level of the consumer. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

It is also worth noting that the choice of the type of the car depends on the place where the consumer lives. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The third factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's gender. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The fourth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's education level. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The fifth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's marital status. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The sixth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's occupation. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The seventh factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's family size. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The eighth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving experience. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The ninth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving license. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The tenth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving history. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The eleventh factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving behavior. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The twelfth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving attitude. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The thirteenth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving motivation. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The fourteenth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving needs. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).

The fifteenth factor that influenced the choice of the type of the car was the consumer's driving goals. This is in line with the results of the study conducted by K. S. Garg et al. (2011).