

مسودة وثيقة إدارة التواصل

المقدمة:

تم إعداد وثيقة إدارة التواصل لصندوق استثمار أموال الضمان الاجتماعي لترسيخ صورة الصندوق لدى الجمهور كمستثمر وطني استراتيجي في قطاعات اقتصادية حيوية ومشاريع ذات أثر تنموي تتوزع جغرافياً على مختلف محافظات المملكة، حيث يتولى الصندوق ادارة استثمار أموال المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي بهدف تحقيق عوائد مجدية ومنتظمة للأموال المستثمرة مع الحفاظ على القيمة الحقيقية للموجودات وأصولها وتوفير السيولة اللازمة لمواجهة الالتزامات المستقبلية المترتبة على المؤسسة.

وتعكس هذه الوثيقة دور الصندوق في تحقيق مضامين الرؤى الوطنية الثلاث "رؤية التحديث الاقتصادي، خارطة طريق تحديث القطاع العام، وثيقة اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية".

إضافة إلى أنه ينبثق من هذه الوثيقة خطط اتصال داخلية وخارجية، استناداً إلى أهداف واضحة وآليات تنفيذ فعالة وقنوات اتصال وعملية تقييم وتحسين محددة ومستمرة بناءً على التغذية الراجعة من الجمهور.

الأهداف الرئيسية للوثيقة:

1. تحقيق مضامين الرؤى الوطنية الثلاث "رؤية التحديث الاقتصادي، خارطة طريق تحديث القطاع العام، وثيقة اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية". تعد هذه الوثيقة رافعة أساسية في بيان دور الصندوق في تحقيق هذه الرؤى وبالتحديد في دعم نمو الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المستدامة، والمشاركة في مشروع التطوير الوطني الشامل.

2. تعزيز الصورة الذهنية عن الصندوق واستثماراته، ورفع مستوى وعي الجمهور بمهام الصندوق ومشاريعه وانجازاته، ومساهمته في تعزيز متانة المركز المالي للضمان الاجتماعي، بالإضافة إلى أثر استثماراته على الاقتصاد والمجتمع والبيئة، وذلك من خلال تنويع محتوى الرسائل الاعلامية، وتحديد القنوات الأمثل للتواصل مع فئة من فئات الجمهور المستهدف.

وسائل تحقيق الأهداف الرئيسية للوثيقة:

1. بناء الخطة الإعلامية للصندوق: تحديد وتوحيد الرسائل الإعلامية للصندوق وأبرزها البيانات المالية، مشاريع واستثمارات الصندوق، الدور التنموي للصندوق، منظومة الحوكمة المؤسسية، دور الصندوق

في منظومة الضمان الاجتماعي، ودور الصندوق في الاقتصاد الوطني ودعمه للرؤى والأولويات والمؤشرات الوطنية، إضافةً إلى مساهمة الصندوق في إيصال الرسائل العامة للدولة الأردنية وإبراز إنجازاتها..

2. تعزيز التواصل الداخلي والخارجي: رفع كفاءة الاتصال الداخلي الأفقي والعمودي في الصندوق، ورفع كفاءة الاتصال الخارجي من خلال إعداد وتنفيذ خطط وبرامج تسهم في تعزيز ثقة الجمهور والمواطنين ووسائل الإعلام في عمليات التواصل مع الصندوق واستجابته الإعلامية، وتمكين الناطق الإعلامي، وتحديد المسؤولين عن توفير وتحديث المعلومات على مختلف المستويات الإدارية ضمن الخطة، وتحديد الفئات المستهدفة من الاتصال الداخلي والخارجي والرسائل الموجهة لكل فئة وأدوات إيصالها الفعالة.
3. تعزيز الثقافة والقيم المؤسسية داخل الصندوق ومن أبرزها الالتزام بالشفافية والممارسات المهنية، سياسة الباب المفتوح، بيئة العمل الإيجابية، تقدير ومكافأة الموظفين، التمكين وتنمية القدرات، تعزيز ثقافة الإبداع والابتكار وإدارة المواهب وتعزيز ممارسات التنمية المستدامة.
4. تعزيز الثقافة والقيم المؤسسية مع الجهات الخارجية ومن أبرزها الالتزام بالشفافية والافصاح، وسياسة الباب المفتوح، تعظيم القيمة المضافة للمتعاملين، اتباع نهج البيانات المفتوحة، وتوظيف التغذية الراجعة لتطوير أداء الصندوق.
5. تقييم الأثر والتحسين المستمر من خلال قياس فعالية الخطط المرتبطة بالاتصال الداخلي والخارجي وتطوير الأعمال بناءً على الاحتياجات والتوقعات والملاحظات والتغذية الراجعة من الجمهور الداخلي والخارجي.

الاتصال الداخلي:

■ أهداف الاتصال الداخلي:

1. تعزيز القيم المؤسسية (الاستثمار بمسؤولية، العمل بمهنية، الحكومة المؤسسية، الولاء والانتماء، الإبداع والابتكار، المسؤولية المجتمعية، القيادة من خلال الرؤية والإلهام والنزاهة، العمل بروح الفريق، المساءلة والمحاسبة).
2. تعزيز ثقة الموظفين في أدوات التواصل المؤسسية الأفقية والعمودية في الصندوق، وتعزيز الحوار البناء معهم.
3. تطبيق الخطة التوعوية وضمان تدفق وتوفير المعلومات للموظفين، وتوعيتهم بأهداف الصندوق وخطته واستثماراته ومشاريعه التي تدعم الاقتصاد الوطني ومسارات الرؤى الوطنية الثلاث، وتوعيتهم بإنجازاته ودوره التنموي وكذلك خطته المستقبلية.
4. تحقيق نسبة مشاركة أعلى للموظفين في استبيان قياس الرضا الوظيفي.

5. تحقيق نسبة مشاركة أعلى للموظفين في الفعاليات التي يعقدها الصندوق.
6. تحقيق نسب مشاركة أعلى للموظفين في ممارسات التنمية المستدامة.
6. تحقيق نسبة متابعة ومشاركة أعلى للموقع الإلكتروني للصندوق ولصفحاته على مواقع التواصل الاجتماعي.

■ الفئات المستهدفة:

1. الإدارة العليا
2. الإدارة المتوسطة
3. موظفو الصندوق
5. موظفو الفئة الثالثة

■ وثائق الاتصال:

1. الخطة التنفيذية لوثيقة التواصل – التواصل الداخلي (سياسة إدارة المواهب، سياسة النوع الاجتماعي وتكافؤ الفرص، وثيقة التنمية المستدامة).
2. الاستبيانات الداخلية.
3. الخطة التنفيذية للتواصل الداخلي.
4. سياسة إدارة المواهب.
5. وثيقة التنمية المستدامة.

■ قنوات الاتصال:

1. الاجتماعات الوجيهة أو عبر قنوات الاتصال المرئي.
2. البريد الإلكتروني.
3. الهاتف.
4. المخاطبات الرسمية.
5. الموقع الإلكتروني الداخلي والخارجي.
6. نوافذ الصندوق على مواقع التواصل الاجتماعي.
7. فريق دراسة وتقييم الأفكار الإبداعية.
8. فريق دراسة المقترحات والشكاوى.
9. فريق إدارة الازمات.
10. تطبيق راصد.

■ القياس والتقييم:

استطلاعات الرأي حول مستوى فعالية خطة الاتصال الداخلي:

1. مستوى الرضا الوظيفي.
2. مستوى التقدم في تحقيق مؤشرات خطة الاتصال الداخلي وفعالية قنوات الاتصال الداخلي.
3. مستوى تقييم الموظفين للموقع الإلكتروني الداخلي والخارجي.
4. مستوى تقييم بيئة الابتكار والابداع في الصندوق.

الاتصال الخارجي:

■ أهداف الاتصال الخارجي:

1. تعزيز الهوية المؤسسية للصندوق كمستثمر استراتيجي وطني في قطاعات اقتصادية حيوية ومشاريع ذات أثر تنموي تتوزع جغرافياً على مختلف محافظات المملكة.
2. تعزيز الرسائل الإعلامية للصندوق التي تدعم الرسائل الإعلامية الوطنية في المواضيع التي تتقاطع مع عمل الصندوق.
3. تعزيز ثقة الجمهور ووسائل الإعلام والمواطنين في الرسائل الإعلامية للصندوق.
4. تفعيل المشاركة الرقمية.
5. تمكين الناطق الإعلامي من ضمان التدفق الإعلامي نحو الجمهور والتأكيد على تحفيزه وتطويره وتأهيله وإعطائه الصلاحيات اللازمة.
6. الترويج لوسائل الحصول على المعلومات من خلال قانون حق الحصول على المعلومة، ونهج البيانات المفتوحة، لإتاحة الفرصة لمن يرغب من الجمهور الخارجي في استخدام البيانات الحكومية المفتوحة.
7. تفعيل وسائل الاتصال وأنظمة استقبال المقترحات والشكاوى والأفكار الابتكارية من الجمهور ووسائل الإعلام.
8. تشجيع الجمهور ووسائل الاعلام على التفاعل مع الرسائل الإعلامية والقنوات الرسمية للصندوق، وتقديمهم التغذية الراجعة عن الرسائل والقنوات.

■ الفئات المستهدفة:

المتعاملون	الأفراد	المؤسسات	وسائل الإعلام
<ul style="list-style-type: none"> ● شركاء ● المتعاملون ● الموردون ● متلقو الخدمة 	<ul style="list-style-type: none"> ● مشتركى ومتقاعدي الضمان الاجتماعي ● خبراء الاستثمار والاقتصاد والمال ● الجمهور العام ● طلاب المدارس والجامعات 	<ul style="list-style-type: none"> ● رئاسة الوزراء ● الوزارات الحكومية والمؤسسات الرسمية والغير الرسمية ● مجلسي الأعيان والنواب ● المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي. ● الشركات المملوكة بالكامل للمؤسسة العامة للضمان الاجتماعي. ● المستثمرين المحليين العرب والأجانب. ● مؤسسات المجتمع المدني. 	<ul style="list-style-type: none"> ● وسائل الإعلام: - وسائل الإعلام المقروءة - وسائل الإعلام المرئية والمسموعة - وسائل التواصل الاجتماعي

■ وثائق الاتصال:

1. الخطة الإعلامية.
2. خطة سياسة المشاركة الرقمية.
3. إدارة الأزمات الإعلامية.
4. خطة إدارة شبكة المتعاملين/الشراكات وتصنيف المتعاملين/الشراكات.
5. خطة التمكين/خطة التدريب والتطوير المجتمعي والانتشار الخارجي للصندوق.

■ قنوات الاتصال:

1. الاجتماعات واللقاءات والمؤتمرات والجلسات وورش العمل (الوجاهية أو عبر وسائل الاتصال المرئي).
2. الناطق الإعلامي.
3. منصة "ناطق" لشبكة الناطقين الإعلاميين.
4. الموقع الإلكتروني للصندوق (www.ssif.gov.jo)
5. الهاتف (06-5501111)
6. البريد الإلكتروني الرسمي للصندوق (info@ssif.gov.jo)

7. المخاطبات الرسمية.
8. نوافذ الصندوق على منصات الحكومة الإلكترونية (بوابة الحكومة الإلكترونية، منصة البيانات المفتوحة، منصة تصنيف البيانات).
9. نوافذ الصندوق على منصات التواصل الاجتماعي (منصة X، لينكد إن، الفيسبوك، اليوتيوب، الإنستغرام).
10. برنامج سفراء الصندوق.
11. دورات التدريبية من الموظفين للجمهور.
12. جلسات العصف الذهني (Focus Group).
13. قائمة الاتصال المعتمدة لبيانات الإعلاميين والمتخصصين في الشأن الاقتصادي.
14. وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة والإلكترونية.
15. قنوات استقبال الصندوق للمقترحات والشكاوى والأفكار الابتكارية وطلبات الحصول على المعلومات (الصناديق الموجودة في مبنى الصندوق، البريد الإلكتروني (info@ssif.gov.jo)، نافذة رأيكم يهمننا على الموقع الإلكتروني للصندوق، منصة حقل تعرف، منصة بخدمتكم الحكومية).

■ القياس والتقييم:

(1) إجراء الدراسات المجتمعية/استطلاعات الرأي حول مستوى فعالية الخطة الإعلامية:

- مستوى تقييم الجمهور للموقع الإلكتروني الخارجي.
- مستوى وعي الجمهور باستثمارات الصندوق وأعماله وأنشطته وانجازاته وخطته المستقبلية.
- مستوى تفاعل الجمهور مع رسائل الصندوق الإعلامية والإعلانية.
- مستوى متابعة تفاعل الجمهور مع صفحات الصندوق الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- مستوى استجابة الصندوق للمقترحات والشكاوى والأفكار الابتكارية.
- مستوى الوعي في مساهمة الصندوق في تحقيق التوجهات الوطنية والقطاعية والتنمية المستدامة.

(2) إجراء الدراسات المجتمعية/استطلاعات الرأي حول مستوى فعالية خطة إدارة الشراكات:

- مستوى رضا المتعاملين (الشركاء ومتلقي الخدمة والموردين).

(3) تطوير الخطة الإعلامية وخطة إدارة الشراكات والمصفوفات المرتبطة بها بناءً على التغذية الراجعة من الدراسات المجتمعية حول مدى فعالية هذه الخطط.

المراجع والمرتكزات:

1. الدستور الأردني، وما تضمنه من مبادئ أساسية أشارت الى أن الدولة تكفل حرية الرأي ضمن حدود القانون.
2. الرؤية الملكية للإعلام التي وجهت الى بناء نظام إعلامي أردني حديث يشكل ركيزة تحقيق التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
3. وثيقة اللجنة الملكية لتحديث المنظومة السياسية والتي أشارت الى أن أحد شروط التحديث أحد شروط التحديث السياسي إعلام حديث وتدفق حر للمعلومات.
4. مكونات تحديث القطاع العام: الخدمات الحكومية، والإجراءات والرقمنة، والهيكل التنظيمي والحوكمة، ورسم السياسة وصنع القرار، والموارد البشرية، والتشريعات، والثقافة المؤسسية.
5. الاتفاقيات والمعاهدات والالتزامات الدولية التي تؤكد على احترام حقوق الانسان وحرية الرأي والتعبير.
6. التشريعات الإعلامية في المملكة الأردنية الهاشمية، ومنها السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي، الدليل الاسترشادي لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الجهات والوحدات الحكومية في المملكة الأردنية الهاشمية.
7. قانون ضمان حق الحصول على المعلومات رقم (47) لسنة 2007، والقانون المعدل لقانون ضمان حق الحصول على المعلومات رقم (3) لسنة 2024.
8. أهداف التنمية المستدامة - برنامج الأمم المتحدة الإنمائي.
9. مخرجات البرنامج التدريبي "تمكين الناطقين الإعلاميين" بتنظيم من وزارة الاتصال الحكومي.
10. مخرجات الورشات التدريبية في إدارة التغيير والابتكار.
11. سياسة المشاركة الرقمية والدليل الاسترشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي للهيئة الاتحادية للموارد البشرية الحكومية في دولة الامارات العربية.