



تطوير خطة وسياسة الاتصالات الخارجية

في مؤسسة الأقرض الزراعي

٢٠٢١ - ٢٠٢٣

١- المقدمة

يعد الاتصال من أهم الوسائل التي تتبعها الإدارة الناجحة لتيسير جميع أعمالها , فالإتصال التنظيمي سواء كان داخليا أو خارجيا ضمنا هو مجموع العمليات الاتصالية والإدارية التي تنظم العمل في المؤسسة وتخلق جوا من التفاهم والتعاون والتنسيق ما بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسة من جهة وجمهور المستفيدين أو متلقي الخدمة من جهة أخرى .

ونتيجة لإهتمام مؤسسه الإقرض الزراعي , حرصت على تلبية متطلبات معايير جائزه الملك عبدالله الثاني لتميز الاداء الحكومي والشفافية على مراجعة وتقييم وتطوير خطتها الإستراتيجية للإتصالات الخارجية لعام (٢٠٢٣/٢٠٢١) استنادا الى خطتها للاعوام (٢٠٢٠/٢٠١٨) الأمر الذي يتوقع منه تعزيز قنوات الأتصال لتلبية احتياجات وتوقعات المتعاملين والمستفيدين و تسهيل العمل وأخذ اقتراحاتهم وكسب التأييد منهم بشكل يحقق رؤية ورسالة كل من الخطة الاستراتيجية وخطة ادارة المعرفة ,حيث انها جاءت مكمله وداعمة لكل من الاستراتيجية العامة واستراتيجية إدارة المعرفة.



٢- منهجية اعداد الخطة

١. تم تكليف فريق معيار الشركاء والموارد بإعداد منهجية لتطوير خطة وسياسة الإتصالات الخارجية.

٢. قام فريق المعيار بمراجعة وتقييم استراتيجيات الإتصالات الخارجية السابقه في المؤسسة وهي استراتيجية

الإتصالات الخارجية للفترة ٢٠٢١ - ٢٠٢٣ وجمع البيانات والمعلومات اللازمة لإعداد الخطة

باستخدام :-

- المقابلات واللقاءات مع ذوي العلاقة.

- مصادر البيانات والمعلومات الأخرى المتاحة.

وفي اطار المتابعة والتقييم سيقوم فريق المعرفة بمراجعة ومتابعة خطة وسياسة الإتصالات الخارجية

كل عام.

٣. قام الفريق بإجراء تحليل البيئة الداخلية و الخارجية (SWOT ANALYSIS) لواقع الإتصالات

الخارجية في المؤسسة .

٤. قام الفريق بإعداد مسوده تطوير خطة وسياسة الإتصالات الخارجية للمؤسسة للفترة ٢٠٢١-٢٠٢٣ م .

٥. تم عرض المسودة على اللجنة التوجيهية للجائزة وإجراء التعديلات بناءا على المقترحات.

٦. تم عرض المسودة الثانية على مجموعة من الادارات ذات العلاقة مثل مركز التدريب , مديرية

المشاريع والتعاون الدولي , مديرية العلاقات العامة والاعلام , ادارة الجودة والمعرفة ,ادارة المخاطر والاستثمار, ادارة الموارد البشرية ,مديرية الدراسات والتخطيط وتلقي التغذية الراجعة من هذه المديريات والوحدات الادارية .

٧. تم الاخذ بالتوصيات والتعديلات المقترحة.

٨. تم تعميم المسودة النهائية على الموظفين من خلال البريد (out look) لبيان الملاحظات والتوصيات والتعديلات المقترحة .

٩. بعد وصول الردود والتغذية الراجعة تم اجراء التصويبات والتعديلات

١٠. تم اقرار الصيغة النهائية لهذه الخطة من الادارة العليا للمؤسسة والمباشرة بتطبيقها

١١. تم تعميم الخطة على المديريات المختلفة والفروع والاقاليم لتزويد فريق المعرفة بالملاحظات لغايات المراجعة والتعديل السنوي والعمل على تطوير المنهجيه .



3- الرؤية

الإستثمار الأمثل للاتصالات الخارجية بما يحقق زيادة الوعي بأهمية و دور المؤسسة .

٤- الرسالة

تجسيد صورة ايجابية حقيقية عن المؤسسة وبناء الثقة والتعاون مع متلقي الخدمة وكافة الجهات الخارجية.

٥- اهداف الإتصالات الخارجية للمؤسسة

- إيصال صورة ايجابية عن المؤسسة حول البيئة الخارجية بما يحقق زيادة الوعي بأهمية ودور المؤسسة في التنمية الزراعية والتحديات التي تواجهها.
- تعريف متلقي الخدمة والمتعاملين مع المؤسسة على أهم أنشطة المؤسسة وإنجازاتها والتطورات والتغيرات التي تؤثر على عمل المؤسسة .
- توفير قاعدة بيانات ومعلومات حديثة ودقيقة وبصورة شفافة عن كافة خدمات المؤسسة والعمليات والاجراءات والسياسات العامة للمؤسسة.
- توفير مجموعة الأنظمة والقوانين والتعليمات النازمة لعمل المؤسسة لكافة الجهات الخارجية.
- مد جسور التعاون والعمل مع مؤسسات البحث العلمي وتوفير قاعدة بيانات للباحثين والإستفادة من هذه المؤسسات ومخرجاتها بما ينعكس ايجابيا على عمل المؤسسة .
- تقديم التقارير السنوية والتقارير المتخصصة وكافة المعلومات للأطراف ذات العلاقة.
- تقديم المعلومات للموردين حول احتياجات المؤسسة من اللوازم.
- تقديم المشورة الفنية والمالية للمزارعين و المستثمرين في القطاع الزراعي
- تسخير وسائل الإتصال في زيادة التعاون والإتصال مع الوزارات والمؤسسات والصناديق الحكومية ذات العلاقة بعمل المؤسسة
- فتح آفاق التعاون والتنسيق مع مؤسسات المجتمع المدني من نقابات مهنية وجمعيات خيرية ومنظمات غير حكومية ومنظمات نسائية وهيئات غير ربحية تعمل في قطاع الزراعة والتمويل الزراعي.



تحليل البيئة الداخلية والخارجية (SWOT ANALYSIS)

الرقم	نقاط القوة
١	التحديث المستمر للاتصالات ومواكبة التطورات.
٢	وجود موظفين مؤهلين.
3	وجود موقع الكتروني مطور.
٤	تفويض الصلاحيات.
5	وجود خدمات الكترونية في المؤسسة (E-mail server).
6	نظام الإعلانات الحكومي.
٧	وجود صفحة على face book خاصة بالمؤسسة.

الرقم	نقاط الضعف
١	سياسة إتصال بحاجة للتطوير.
٢	نقص في استغلال وسائل الاتصال الحديثة الموجودة في المؤسسة بالشكل الأمثل.
3	عدم استغلال الفرص التدريبية المتاحة بالشكل الأمثل.
٤	قلة الوعي بسياسة الإتصال وأهميتها داخليا.

الرقم	الفرص
١	الربط على الشبكة الحكومية الامنة SGN
٢	الإستفادة من مشاريع الحكومة الإلكترونية.
٣	نظام ربط الدوائر الحكومية بمنظومة موحده GSB ونظام CRIF للاستعلام الإتماني .
الرقم	التحديات
١	وجود أعطال أجهزة و وسائل الاتصال من طرف المزودين.
٢	عدم تعاون الجهات من المؤسسات التي تعمل في نفس المجال.
٣	نقص المعلومات عن المتعاملين بما فيها تصنيف المتعاملين من قبل البنوك والبنك المركزي



أهداف خطة الإتصال الخارجي :

١. إدارة العلاقات مع الشركاء والموردين لتحقيق التواصل الفعال وتعزيز المصالح المشتركة .
٢. تعزيز سمعة المؤسسة والإنتطباع العام عنها.
٣. زيادة نسبة رضا الشركاء والموردين الخارجين عن المؤسسة.

الهدف رقم (١) ادارة العلاقات مع الشركاء والموردين لتحقيق التواصل الفعال وتعزيز المصالح المشتركة

النشاط	التطبيق	الدليل /الإثبات	الدائرة/القسم المسؤول
- منهجية تحديد الشركاء - منهجية تصنيف الشركاء	تم تحديد الشركاء الحاليين والمحتملين , وتصنيفهم الى استراتيجي, رئيسي , ثانوي , ودورهم في تحقيق الاهداف الاستراتيجية والقطاعية والوطنية للمؤسسة	منهجية تحديد الشركاء الخطة الاستراتيجية	لجنة التخطيط , الدراسات
- التنسيق مع الشركاء والموردين لتحقيق الاهداف المؤسسية الوطنية والمبادرات الملكية ومشاريع التطوير المشتركة وعلاقة مستدامة	تم تنسيق مع البنك المركزي ووزارة المالية لرفع سقف سلف المركزي لدعم سيولة المؤسسة , ومع وزارة الزراعة لتنفيذ مشاريع مشتركة , ومع وزارة الطاقة لتنفيذ مشروع الطاقة الشمسية , ومع وزارة النقل لتنفيذ مراقبة السيارات الحكومية .	كتب صادرة وثيق المشاريع المشتركة كتاب عطاء الطاقة الشمسية	لجنة التخطيط , المشاريع, الدراسات المخاطر
- بناء علاقات مع الشركاء والموردين لتعزيز التعاون وفرص التشارك المستقبلي لصالح متلقي الخدمة	بناء شبكة علاقات مع الشركاء الاستراتيجيين والرئيسيين(عضوية مجلس الادارة , عضوي اللجنة المركزية واللجان الفنية, بناء مشاريع مشتركة , تبادل معرفة وتكامل ادوار). كما تم تحديد افاق التعاون المستقبلي معهم عقد اجتماعات, كتب رسمية ومخاطبات, يتم التواصل مع الموردين الحاليين والمحتملين عبر الهاتف والبريد الالكتروني قبل وأثناء وبعد طرح العطاءات, تم عمل استبانة رضا الشركاء والموردين	الاتفاقيات الموقعة مع الشركاء نتائج استطلاع الرأي للموردين	لجنة التخطيط, المخاطر قسم اللوازم الدراسات المشاريع



الهدف (٢) تعزيز سمعة المؤسسة والإنطباع العام عنها

النشاط	التطبيق	الدليل / الإثبات	الدائرة/القسم المسؤول
- زيادة تفعيل وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة	- الإعلان بالصحف التقليدية والالكترونية. - زيادة اللقاءات والبرامج التلفزيونية والإذاعية. - تفعيل Face book رسمي خاص بالمؤسسة.	- عدد الإعلانات - عدد اللقاءات التلفزيونية والإذاعية	مديرية العلاقات العامة والإعلام مديرية الحاسوب و المعلومات
- تطوير موقع المؤسسة	طرح عطاء لإعادة تصميم وتطوير الموقع	عدد زوار الموقع	مديرية الحاسوب و المعلومات
- الإعلان على الموقع الإلكتروني للمؤسسة وموقع الإعلانات الحكومي	- عند تصميم أي إعلان يتم بعث نسخة الى مديرية الحاسوب والمعلومات من اجل وضع الإعلان على الموقع الإلكتروني ونسخة الى قسم اللوازم اذا كان خاص بالموردين من أجل وضع الإعلان على موقع الإعلانات الحكومي	الإعلانات على الموقع الإلكتروني و موقع الإعلانات الحكومي	مديرية الحاسوب و المعلومات قسم اللوازم
- إعداد الكتيبات والبروشورات المختلفة	- طباعة الكتيبات أو البروشورات. - وجودها على مدخل المؤسسة.	عدد الكتيبات والبروشورات	مديرية المشاريع والتعاون الدولي و مديرية الدراسات والتخطيط



الهدف (٣) زيادة نسبة رضا الشركاء والموردين الخارجين عن المؤسسة

النشاط	التطبيق	الدليل /الإثبات	الدائرة/القسم المسؤول
- منهجية الإقتراحات والشكاوي	- وجود صندوق الإقتراحات والشكاوي	عدد الإقتراحات والشكاوي	معيار نتائج متلقي الخدمة
- تقييم وتطوير أنظمة المؤسسة التقنية - آلية التعديل على أنظمة	- تم تقييم أنظمة المؤسسة التقنية ووضعت التوصيات بضرورة تحديث قاعدة البيانات الحالية كمرحلة أولى. - التعديل على الأنظمة بناء على نموذج تم وضعه وتعميمه.	- تقارير لجنة تطوير - طرح عطاء قواعد البيانات Oracle.	مديرية الحاسوب والمعلومات ولجنة تطوير الأنظمة
- اختيار الموردين وآليات التعامل معهم	- تم اعداد قائمة الموردين وتصنيفهم - تم عمل استطلاع رأي للموردين لبيان أي ملاحظات أو أفكار مقترحة	- قائمة تقييم الموردين نتائج استطلاع الرأي للموردين	قسم اللوازم



وسائل وادوات الإتصال الخارجي:-

١. اتصال هاتفي / رسائل هاتفية.
٢. قنوات التواصل الإجتماعي و الموقع الإلكتروني.
٣. كتاب رسمي .
٤. اجتماع/ مقابلة .
٥. إعلان بالصحف التقليدية والإلكترونية و اللقاءات والبرامج التلفزيونية والإذاعية.
٦. بريد , فاكس / بريد الكتروني.
٧. نشرات .

الفئة المستهدفة :-

١. الموردين والشركاء العاملين في القطاع الزراعي و الشركات الزراعية الخاصة والعامة.
٢. الوزارات والمؤسسات الحكومية.
٣. منظمات المجتمع المدني.
٤. الجهات المانحة والممولة.