



گمرک جمهوری اسلامی ایران

شیوه نامه اطلاع رسانی و شفاف سازی عملکرد گمرک (روابط عمومی)



سال ۱۴۰۳

شماره: ۹۱۸۹۲۲

تاریخ: ۱۴۰۳/۰۶/۲۸

پست:

崇禎御製

مقدمه.....	۴
فصل ۱.....	۵
الف) مستندات قانونی.....	۵
ب) وظایف روابط عمومی گمرک ایران.....	۶
ج) وظایف ناظرین و مدیران گمرکی.....	۸
د) وظایف مسئولان روابط عمومی گمرکات اجرایی.....	۱۰
فصل ۲- دفتر آموزش، تحقیقات و ظرفیت سازی.....	۱۳
فصل ۳- شیوه تهیه و انتشار گزارش های خبری - تحلیلی.....	۱۴
فصل ۴- نحوه پایش و ارزیابی.....	۱۸

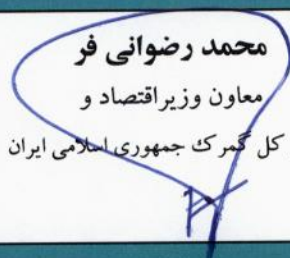
مرتضی نصیری دوغانی *لغمان*
(مدیر کل حوزه ریاست کل و روابط عمومی)



فرهاد ولی
(معاون حوزه ریاست کل و روابط عمومی)



محمد رضوانی فر
معاون وزیر اقتصاد و
رئیس کل گمرک جمهوری اسلامی ایران



مقدمه

با توجه به اهمیت جایگاه روابط عمومی در عصر حاضر و پیشتازی همه جانبه اطلاع رسانی و لزوم ایجاد ارتباط سازنده سازمان با عموم، بویژه خدمت گیرندگان و انعکاس دغدغه ها و انتظارات ایشان به مسئولان امر و متقابلاً تبیین هنرمندانه تصمیمات و سیاست های دولت محترم و سازمان متبوع، توجه به این بخش یک ضرورت ایجابی و عیان بوده، لذا تقویت و حرفه ای سازی جایگاه روابط عمومی امری لازم و اجتناب ناپذیر است.

این کارآمدی حرفه ای به معنای بازتاب یکسویه اقدامات و دستاوردهای یک سازمان نیست بلکه می تواند با تبیین صحیح، اصولی، علمی و به روز تصمیمات، اقدامات و تسهیلات سازمان به خدمت گیرندگان و پاسخ گویی به جامعه، در میان مدت جریان سازی کند و یک سازمان را در مسیر یادگیری و توسعه هرچه بیشتر سوق دهد.

گمرک جمهوری اسلامی ایران یکی از ارکان مهم حاکمیتی نظام اقتصادی در ایران است. پوشیده نیست روابط عمومی در این سازمان با نقش بی بدیل خود می تواند دامنه آگاهی از اقدامات و تسهیلات این سازمان را گسترده، خدمت گیرندگان را همسوتر و گمرک را در پیشبرد اهداف خود موفق تر کند.

اکنون که اطلاع رسانی به موقع و موثر با بکارگیری ابزارها و شیوه های نوین ارتباطی یک ضرورت آشکار است؛ ضروری است نحوه انجام اقدامات عملی و اجرایی به منظور رسیدن به هدف یادشده به صورت نظام مند بازشناسی و اجرا شود. از همین رو این شیوه نامه با هدف وحدت رویه در سیاست ها، برنامه ها و توفیق بیشتر در نحوه ی اطلاع رسانی از اقدامات و عملکرد گمرک تدوین شده است. لازم است مدیران محترم با توجه به ظرفیت های منطقه حوزه مدیریت خود، با عنایت به اولویت ها و حساسیت ها و به هرنحو ممکن ارتقای جایگاه روابط عمومی را از طریق اجرای مفاد این شیوه نامه پیگیری نمایند.



فصل ۱

الف) مستندات قانونی

- ۱- آیین نامه شماره ۶۵۳۵۴/ت/۳۷۳۷۴ هـ ۱۳۸۶/۴/۲۷ در خصوص نحوه فعالیت، وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاههای اجرایی (که در سال ۱۳۹۰ مورد اصلاح قرار گرفت)
- ۲- بخشنامه ۸ ماده ای ریاست کل محترم گمرک به شماره ۶۷۹۰۵۴ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲۳ با سرفصل های بکارگماری نیروهای توانمند، هماهنگی با ستاد، تجهیز روابط عمومی و تقویت جایگاه آن و...
- ۳- شرح وظایف روابط عمومی ابلاغی از سوی ریاست کل محترم گمرک مندرج طی شماره ۵۱۶۹۳ مورخ ۱۴۰۲/۱/۲۰ با سرفصل های ...



ب) وظایف روابط عمومی گمرک ایران

- ۱- سیاست گذاری در راستای افزایش توانمندی روابط عمومی و تقویت جایگاه آن با هدف هماهنگی و ایجاد وحدت رویه در اجرای بهینه سیاست ها، برنامه ها و توفیق بیشتر در نحوه ی اطلاع رسانی از اقدامات و عملکرد سازمان
- ۲- اولویت بندی و برجسته سازی دستاوردهای مورد نظر و تمرکز بر بازنشر آنها به نحوی که در اذهان عمومی تثبیت شود.
- ۳- تهیه فیلم و گزارش های تصویری از فرآیند تشریفات امور گمرکی و تسهیلات جدید گمرکی به فعالان اقتصادی به منظور آگاهی بخشی
- ۴- برجسته سازی سیاست های مورد نظر و ترسیم خطوط مانورهای تبلیغی
- ۵- هماهنگی با شورای اطلاع رسانی دولت، مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت امور اقتصادی و دارایی و سایر ارگان ها و سازمان های همجوار جهت پوشش اخبار و بازتاب گسترده در رسانه های جمعی
- ۶- گردآوری، جمع بندی و تحلیل نظرها و دیدگاه های مردم، نخبگان و رسانه ها در زمینه فعالیت های سازمان و ارائه آن به مدیریت
- ۷- تصمیم گیری درخصوص نحوه چیدمان پیوست رسانه ای اقدامات مهم سازمان در بازه های زمانی مورد نظر
- ۸- تصمیم گیری درخصوص نحوه واکنش به شبهات و جهت گیری های منفی احتمالی در رسانه ها
- ۹- عضویت و شرکت در جلسه های مهم سازمان به منظور آگاهی از سیاست ها، خط مشی ها، برنامه ها و روند فعالیت ها و نیز آگاهی از نتایج سایر نشست ها و گردهمایی ها و جلسه ها
- ۱۰- تدوین «تقویم جامع ارتباطات سازمانی» در قالب ملاقات ها و بازدیدهای مسئولان سازمان با شخصیت های حقیقی و حقوقی، کارکنان و اقشار مختلف مردم با هدف تداوم و گسترش روابط با خدمت گیرندگان
- ۱۱- انجام بررسی های میدانی، جمع آوری اطلاعات از مسئولان و بررسی شرایط برگزاری رویداد و یا مراسم پیش رو در حیطه وظایف روابط عمومی، بررسی های اسنادی و ...
- ۱۲- تدوین برنامه سالانه مصاحبه های مسئولان سازمان با مطبوعات، متناسب با اولویت های سازمانی و نیازهای افکار عمومی فراهم کردن شرایط سخت افزاری و نرم افزاری متناسب جهت انجام حرفه ای امور روابط عمومی و پشتیبانی و پیگیری درخواست گمرکات در این زمینه



- ۱۳- اتخاذ تدابیر لازم به منظور تقویت توان حرفه‌ای و دانش فنی کارشناسی روابط عمومی در ستاد و گمرکات اجرایی
- ۱۴- تمهیدات لازم جهت برگزاری آموزش‌های تخصصی (تولید موشن گرافیک، اینفوگرافیک، فتوشاپ و...) در قالب کارگاه‌های سراسری و منطقه‌ای برای مسئولان روابط عمومی، متناسب با سیاست‌ها و برنامه‌های سازمان بصورت جدی، مستمر و هدفمند
- ۱۵- جمع‌بندی و ارائه مشاوره لازم در خصوص نقاط قوت، ضعف، چالش‌ها و و انعکاس به هنگام آن به ریاست کل سازمان
- ۱۶- پایش نحوه انجام مفاد این شیوه نامه و ارائه گزارش آن به رئیس کل گمرک ایران
- ۱۷- مشارکت در برگزاری همایش‌ها و گردهمایی تخصصی و عمومی سازمان
- ۱۸- پوشش تبلیغی فضاهای عمومی سازمان در گرامیداشت ایام و مناسبت‌های ویژه
- ۱۹- تهیه، تدوین و اجرای تقویم مناسبت‌های ملی و مذهبی
- ۲۰- تولید و سفارش ساخت آگهی‌های تلویزیونی و فیلم‌های مورد نیاز برای تبلیغ عملکرد و مستندسازی سازمان.
- ۲۱- تدوین کتب، جزوه‌ها و تهیه مواد انتشاراتی به منظور معرفی سازمان
- ۲۲- نقد و بررسی بازتاب فعالیت‌های سازمان در نظر اقشار مردم به‌ویژه نخبگان، رسانه‌ها و دستگاه‌ها از یکسو و مدیران و کارکنان از سوی دیگر و ارائه گزارش آن به مدیریت
- ۲۳- سنجش افکار عمومی درون سازمانی به منظور بازبینی مسائل و ارائه راه‌کارهای مناسب به مدیریت
- ۲۴- نوآوری، خلاقیت و طراحی فعالیت‌های جدید در قلمرو وظایف روابط عمومی



ج) وظایف ناظرین و مدیران گمرکی

۱- تبیین متعهدانه و شفاف از عملکرد و اقدامات گمرک در جهت تنویر افکار عمومی نسبت به وظایف و مسئولیت های گمرک و ارتباط گیری موثر و مداوم با رسانه ها و انجام مصاحبه های اختصاصی با ملاحظه جوانب امر و عندالزوم مشورت با روابط عمومی ستاد.

تبصره: در اینگونه موارد شایسته است پیش از انجام مصاحبه، با روابط عمومی گمرک ایران هماهنگی و دقت شود روند اصلی مصاحبه به عملکرد گمرک اجرایی معطوف گردد.

۲- از آنجائیکه حضور مستمر مسئول روابط عمومی در نشست ها، صرفاً به منظور تهیه خبر و گزارش نبوده بلکه تداوم این حضور قطعاً موجب افزایش آگاهی بیشتر و ایجاد بینش درست نسبت به رویکردها و برنامه های سازمان خواهد بود، از همین رو بایسته است مدیران گمرکات پیش از برگزاری مراسم، همایش های دستگاهی و استانی و در بازدیدها و رویدادهای خبرساز، مسئول روابط عمومی را در جریان امر قرار دهند، بطوریکه با حضور نامبرده در جلسات، گزارش مربوطه به طور مستقیم توسط وی تهیه شود.

تبصره: جلسات محرمانه از شمول این بند مستثنی خواهند بود.

۳- به منظور سنجش قابلیت های تخصصی و ارتقای توانمندی های حوزه روابط عمومی در حوزه نظارت/گمرکات لازم است هرگونه انتصاب، جابجایی و دستور خدمت همکاران روابط عمومی با اطلاع و هماهنگی با روابط عمومی گمرک ایران انجام شود.

تبصره: در صورت صدور احکام انتصاب یا دستور خدمت، یک نسخه از حکم صادره به روابط عمومی گمرک ایران ارسال شود.

۴- از آنجائیکه سازمان در پی استمرار دوره های آموزشی تخصصی برای کارکنان روابط عمومی است، لازم است از تغییرات پی در پی و خصوصاً بکارگیری نیروی انسانی غیر متخصص در روابط عمومی خودداری شود. برای این منظور لازم است از نیروهایی بهره گیری شود که دارای پست سازمانی روابط عمومی هستند.

۵- بکارگیری افرادی در روابط عمومی که افزون بر تخصص و تجربه لازم، با مدیریت واحد رابطه نزدیک و معتمدانه داشته و کاملاً مشرف بر سیاست های سازمان باشند.

- ۶- پرهیز از بکارگیری نیروی روابط عمومی به صورت همزمان در سایر بخش ها به طوریکه همه ظرفیت و توان این نیروها معطوف به کارویژه تخصصی مربوطه آنها در حوزه روابط عمومی باشد.
- ۷- با توجه به اینکه کارشناسان روابط عمومی در همه روزهای سال و خارج از ساعات اداری و بعضاً به صورت شبانه روزی همراه با مدیران محترم نسبت به انجام وظایف حساس (رصد اخبار و حواشی، تهیه خبر و گزارش های مکتوب، تصویری و سایر امور مرتبط مشغول می باشند، شایسته است مدیران محترم با هدف جبران زحمات و خدمات شاغلین فعال روابط عمومی به هر طریق ممکن **(فوق العاده ها، پاداش های مناسبی، بهره وری، اضافه کار و ...)** جهت ترغیب و ایجاد انگیزه برای سفیران خدمت در عرصه با اهمیت اطلاع رسانی اقدام کنند.
- ۸- پیگیری و حمایت از مسئول روابط عمومی در خصوص تجهیز سخت افزاری و ایجاد دسترسی سریع و همیشگی به ابزارهای سیستم مانند یو اس بی، سی دی خوان و سی دی نویس، دسترسی به اینترنت و توانایی نصب نرم افزارهای مورد نیاز ناظر به ماده ۳ بخشنامه شماره ریاست کل محترم گمرک.
- ۹- اعزام به موقع مسئولان روابط عمومی به کارگاه های آموزشی تخصصی.
- تبصره:** آموزش های تخصصی کشوری و منطقه ای به صورت مستمر توسط مرکز آموزش، تحقیقات و ظرفیت سازی برنامه ریزی و در تقویم آموزشی لحاظ خواهد شد.
- ۱۰- نظارت بر اجرای دقیق و مستمر این شیوه نامه.
- ۱۱- هدایت عملکرد روابط عمومی هر استان و نیز ترتیب انجام موارد فوق بطور مستقیم برعهده بالاترین مقام مسئول آن استان خواهد بود.



د) وظایف مسئولان روابط عمومی گمرکات اجرایی

- ۱- حضور میدانی و موثر مسئولان روابط عمومی ستاد و گمرکات اجرایی در حین برگزاری رویدادها، نشست ها، دیدارهای دو و چند جانبه داخلی و خارجی، همایش ها، کارگاه های آموزشی و ...
- ۲- تهیه اخبار، گزارش ها و آمار عملکرد گمرکات اجرایی کشور یا اخبار اعلامی از سوی ناظرین و مدیران محترم اجرایی کشور در حیطه امور استانی و انتشار در کانال ها و شبکه های تحت مسئولیت گمرکات، سایت ها و روزنامه های محلی و استانی.
- ۳- ارسال برخط گزارش های خبری و تصویری از دیدارهای رسمی، سخنرانی ها، بازدیدهای میدانی رئیس کل محترم
- ۴- پایش اخبار و حواشی مندرج در رسانه های همسو و جریان مقابل و ارائه گزارش های کتبی یا شفاهی حسب شرایط
- ۵- ارسال فوری اخبار و گزارش های تولیدی در گمرکات استان ها با هماهنگی مدیریت گمرک مربوطه به روابط عمومی گمرک ایران
- ۶- تهیه محتوای خبری و تبلیغی به اشکال و شیوه های موثر در قالب خبر، گزارش تحلیلی، اینفوگرافی، موشن گرافی، گزارش مکتوب و عکس نوشت
- تبصره:** تهیه خبر و گزارش تحلیلی و فیلم و کلیپ با زبان و لهجه منطقه ای و قومی می تواند بر جذابیت و اثرگذاری محتوای تولیدی بیفزاید.
- ۷- تهیه مستندات تبلیغی و تعریفی جهت شناسایی رویه ها، قوانین مبتلابه و خدمات پرکاربرد هر گمرک به خدمت گیرندگان و در معرض دید قراردادن آنها
- ۸- انجام هماهنگی برای انجام مصاحبه های اختصاصی مدیران گمرکات
- تبصره:** انجام مصاحبه مسئولان گمرک با رسانه های خبری و صدا و سیما در مراکز استان ها با هماهنگی روابط عمومی ستاد انجام شود.

۹- اتخاذ تدابیر مناسب و تعامل مستمر با رسانه‌های استانی و محلی برای بازنشر دستاوردها و اقدامات مهم و موثر گمرک در خبرگزاری‌ها و رسانه‌های استانی و شبکه‌های اجتماعی.

در این خصوص تلاش شود اخبار ملی مرتبط و اخبار مربوط به رئیس کل گمرک به طور پیوسته و پرتکرار در رسانه‌های تأثیرگذار در استان بازنشر شود.

تبصره: با هدف یکسان بودن آمار گمرکات و عدم مغایرت آماری لازم است پیش از انتشار دستاوردها و اقدامات مهم سازمان در سایت و کانال‌های مرتبط با گمرک و اطلاع‌رسانی آمار در خصوص قالب خبر، اینفوگرافی، موشن گرافی و ... نسبت به صحت سنجی آمار، حتی‌الامکان هماهنگی با دفتر تخصصی مربوط در ستاد، اقدام و سپس عملکرد گمرکات در قالب‌های یاد شده را پس از تأیید روابط عمومی گمرک ایران در کانال‌های زیر مجموعه و استانی منتشر نمایند.



- ۱۰- اطلاع رسانی برخط و دقیق از دیدارهای صورت گرفته استانی، کشوری و مرزی مدیران.
- ۱۱- حضور موثر در کارگاه های آموزشی تخصصی ادواری در حوزه روابط عمومی
- ۱۲- هماهنگی با روابط عمومی گمرک ایران جهت بازنشر اخبار و رویدادهای حساس و مهم و دسترس بودن همیشگی و ۲۴ ساعته
- ۱۳- ایجاد کانالی در شبکه های اجتماعی پرمخاطب به منظور انعکاس و اطلاع رسانی اخبار گمرک زیرمجموعه با نام یکسان مانند: «اخبار حوزه نظارت گمرکات ...» یا «اخبار گمرک...» با هماهنگی مدیر گمرک در استان با اعلام نشانی آن به روابط عمومی گمرک ایران و تلاش در جهت جذب حداکثری مخاطبان برای عضویت در کانال یاد شده.
- ۱۴- اطلاع رسانی به منظور عضویت همکاران و خدمت گیرندگان در کانال «اخبار گمرک ایران» به نشانی: <http://ble.ir/iricanews>
- ۱۵- بررسی و جمع آوری اسناد و اشیای تاریخی و ذی قیمت در مجموعه گمرک محل خدمت و اعلام آن به ستاد
- ۱۶- تکمیل و ارسال به موقع (در پایان هر ماه) فرم گزارش عملکرد روابط عمومی گمرکات اجرایی به روابط عمومی گمرک ایران (فرم شماره یک)



فصل ۲ - دفتر آموزش، تحقیقات و ظرفیت سازی

دفتر آموزش، تحقیقات و ظرفیت سازی موظف است در اجرای بخشنامه شماره ۶۷۹۰۵۴ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲۳ ریاست کل گمرک ایران مبنی بر پیگیری مستمر و هدفمند آموزش های تخصصی به منظور بالابردن توان فنی و دانش تخصصی مجموعه روابط عمومی، با همکاری و هماهنگی با روابط عمومی گمرک ایران، بطور ادواری و حداقل یکبار در طول سال، کارگاه های آموزشی تخصصی در سطح ملی و منطقه ای و با حضور تمامی مسئولان فعال در عرصه روابط عمومی در گمرکات سراسر کشور برگزار نماید.



فصل ۳- شیوه تهیه و انتشار گزارش های خبری - تحلیلی

۱- در تهیه و تنظیم خبر و ارسال آن موارد ذیل می بایست مورد نظر قرار گیرد:

۱-۱- **تیترو:** در ابتدا انتخاب تیترو مناسب که می بایست با در نظر گرفتن سیاست های سازمان، هدف رویداد، تصمیم و مراسم به صورت شفاف، خوانا و رسا درج شود.

۱-۲- خلاصه خبر «لید» به عنوان مهمترین بخش خبر (پاراگراف اول)

۱-۳- توضیح «لید» به عنوان مهمترین بخش خبر که در این قسمت از منبع خبر و گوینده خبر نام برده می شود.

۱-۴- سپس مهمترین رخداد و یا تصمیم های متخذه در نشست، همایش، بازدید و ... عنوان شود. در صورت لزوم نام بردن از حاضرین در نشست یا مراسم، این اسامی در پایان بندی گزارش ذکر شوند.

۱-۵- در نگارش خبر دقت شود همه اعداد به صورت فارسی تایپ شده باشند.

۱-۶- در تیترو و متن خبر و گزارش از آوردن القاب و عناوین اداری (مانند جناب آقای، دکتر و ...) خودداری شود.

۱-۷- اسامی و سمت ها بطور دقیق و کامل درج شوند.

۱-۸- در تایپ خبر آیین نگارش رعایت شود. از جمله نیم فاصله ها رعایت شوند، علامت های نگارشی در محل صحیح قرار گیرند (برای نمونه علامت ویرگول به کلمه قبلی بچسبد و با کلمه بعدی فاصله داشته باشد) و ...



۲- مسئولان روابط عمومی توجه داشته باشند تهیه و انتشار به موقع خبر و گزارش از اتفاقات تازه ای که در گمرکات مرزی و سایر گمرکات روی می دهد، از جمله تسهیلات جدید، پیشامدهای ناگهانی، اختلال در عبور و مرور مرزی، تراکم و کندی به هر علت و مواردی از این قبیل در ارتقاء شفافیت و اطلاع رسانی و بهبود وجهه ی سازمان موثر است.

۳- از آنجاییکه تنها مرجع رسمی انتشار اخبار گمرکات ستادی و اجرایی کشور در شبکه های اجتماعی، در پیام رسان بله با عنوان «اخبار گمرک ایران» به نشانی <http://ble.ir/iricanews> می باشد، می بایست اخبار تهیه شده ابتدا در گروه رسمی «روابط عمومی گمرکات کشور» بازگذاری شود تا در اسرع وقت و به صورت هماهنگ، با تیترا و محتوای یکسان با هدف تاثیرگذاری بیشتر منتشر شود. ضمناً هرگونه کانال دیگری با عناوین مشابه با سازمان گمرک ایران ارتباطی نداشته و بر این اساس صحت و سقم مطالب آنها مورد تایید رسمی سازمان نبوده و مبنای عملکرد مثبت قرار نخواهد گرفت.

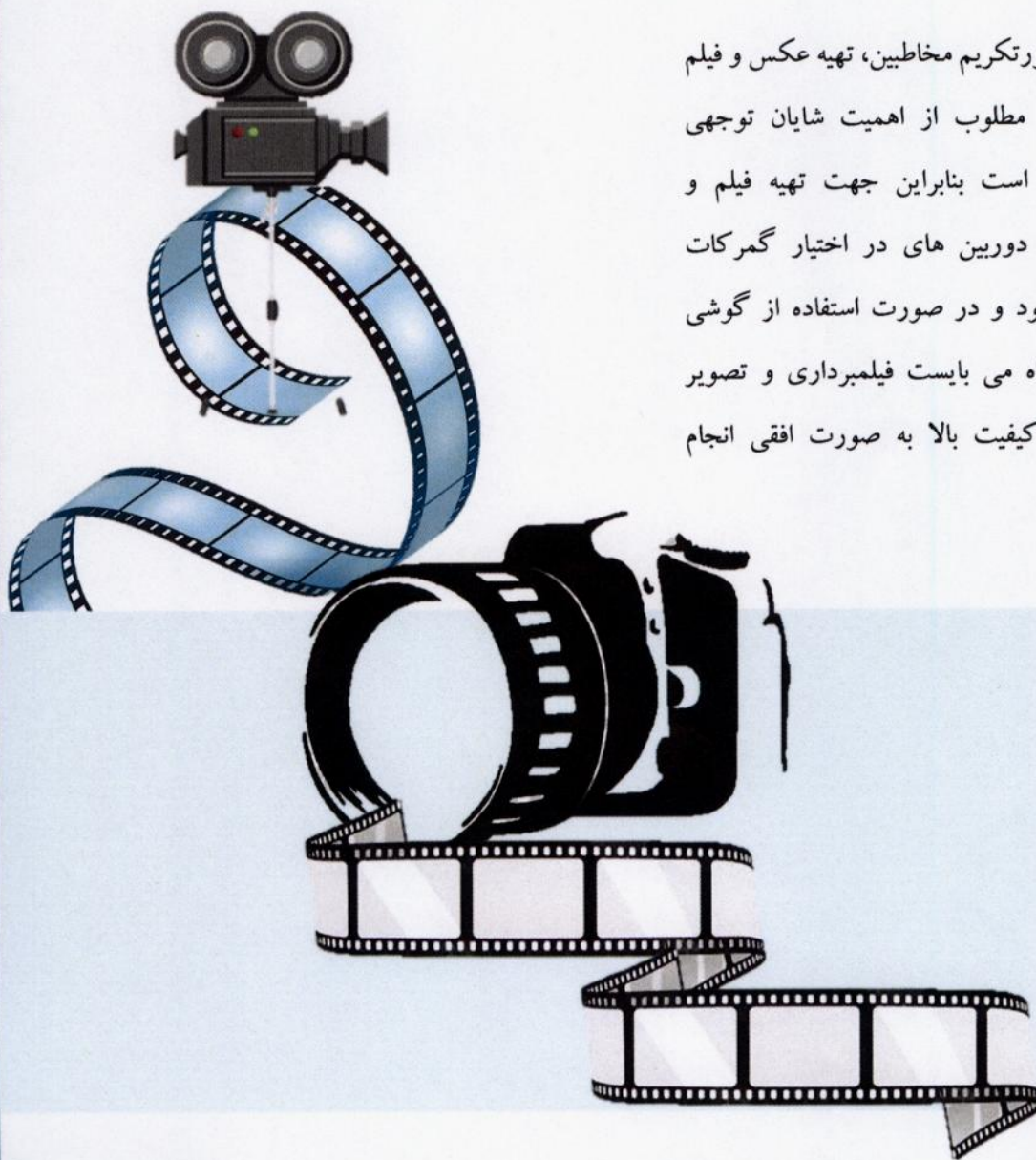


۴- برای انتشار خبر و گزارش دیدارها، سخنرانی ها و رویدادهای حاصل از سفرهای استانی معاون وزیر اقتصاد و رئیس کل گمرک، معاونین وی و مدیران ستادی، در شبکه ها و پایگاه های سازمانی، **لازم است ابتدا مراتب به صورت اختصاصی به روابط عمومی گمرک ایران ارسال و پس از تایید و انتشار آن در کانال رسمی گمرک ایران** نسبت به بازنشر آن در سایر رسانه ها اقدام شود و اخباری که فرامنطقه ای است و جنبه ملی دارد و یا در ارتباط با سیاست های کلی گمرک تنظیم می شود نیز به همین منوال اقدام شود.

۵- برای افزایش ضریب بازنشر اخبار تولید شده ی گمرک از عملکرد، دستاوردها، اقدامات و برنامه های سازمان و همچنین اخبار مرتبط به نقل از رئیس کل محترم و مسئولان ستادی و نیز بخشنامه های مهم در رسانه ها، ضروری است روابط عمومی گمرکات اجرایی نسبت به بازنشر حداکثری اخبار منتشره در سایت و کانال رسمی گمرک، در کانال های زیر مجموعه گمرکات و کانال ها و رسانه های استانی و محلی اقدام و نتیجه را بر مبنای فرم شماره ۱ به روابط عمومی گمرک ایران گزارش نمایند.

۶- در انتشار خبر از عکس های واقعی و به روز اماکن، سردرها و محوطه های عملیاتی گمرکی استفاده گردد و به هیچ وجه از عکس های آرشیوی و قدیمی استفاده نشود.

۷- به منظور تکریم مخاطبین، تهیه عکس و فیلم با کیفیت مطلوب از اهمیت شایان توجهی برخوردار است بنابراین جهت تهیه فیلم و عکس از دوربین های در اختیار گمرکات استفاده شود و در صورت استفاده از گوشی تلفن همراه می بایست فیلمبرداری و تصویر برداری با کیفیت بالا به صورت افقی انجام گیرد.



۸- به منظور شفاف سازی و اطلاع رسانی صحیح اخبار، خدمات و فعالیت های مرتبط به هر گمرک برحسب محتوا و شرایط در قالب پادکست، فیلم و گزارش کوتاه تهیه و در بسترهای مختلف منتشر شود.



۹- ضمن ارائه گزارش مستمر، مطلوب و دقیق از عملکرد و خدمات و تسهیلات ارائه شده به ذینفعان و فعالان اقتصادی، همه این موارد با رعایت اخلاق حرفه ای، انصاف و صحت و درستی انجام پذیرد.





فصل ۴ - نحوه پایش و ارزیابی



در راستای پایش نحوه عملکرد و با توجه به تاکیدات رئیس کل محترم و ضرورت امر، عملکرد روابط عمومی گمرکات متناسب با مفاد این شیوه نامه مورد سنجش قرار خواهد گرفت و در ارزیابی عملکرد کلی ناظرین و مدیران محترم لحاظ خواهد شد. این پایش به صورت مستمر و توأمان به شیوه حضوری و رصد سیستمی مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. شایان ذکر است فرم شماره ۱ (مندرج در همین شیوه نامه) با عنوان «گزارش عملکرد روابط عمومی گمرکات اجرایی» یکی از ملاک های مهم ارزیابی فوق الذکر خواهد بود.

مستولان روابط عمومی گمرکات موظفند، فرم یاد شده را در پایان هرماه تکمیل و پس از امضای بالاترین مقام گمرک هر استان به روابط عمومی گمرک ایران ارسال نمایند.

تبصره: فرم «گزارش عملکرد روابط عمومی گمرکات اجرایی» در بازه های زمانی ۳ ماهه و به شیوه های گوناگون مورد سنجش و پایش قرار خواهند گرفت.



گزارش عملکرد روابط عمومی گمرکات اجرایی

« فرم شماره ۱ »

ردیف	اقدامات	شرح و نوع اقدام انجام شده	لینک / نشانی بازتاب در سایر رسانه ها
۱	میزان تولید محتوا از برنامه ها، فعالیت ها، و دستاوردها - تولید محتوای متنی (خبر، گزارش خبری، گزارش تحلیلی، پیام و ... - تولید محتوای تصویری، (اینفوگرافی، عکس نوشت، پوستر و ...) - تولید محتوای چند رسانه ای (موشن گرافی، انیمیشن و ...)		
۲	رویدادها و اقدامات تبلیغی (حضور در نمایشگاه ها، جشنواره ها، سمینارها، همایش ها و اجرای تبلیغات محیطی برون سازمانی، انتشار و توزیع تبلیغات و محتوا در رسانه ها دیگر فعالیت ها برای معرفی و شناخت بهتر دستگاه به ذی نفعان)		
۳	میزان تعاملات تبیینی - دیدارها و نشست های ناظر/مدیرکل با اتحادیه ها، اصناف، سازمان های مردم نهاد، انجمن های علمی و تخصصی، تشکل های ذی نفع و ... - بازدیدهای تبیینی		
۴	میزان روشنگری (تعداد و سرعت روشنگری و پاسخ گویی به سوالات، انتقادات، شایعات، شبهات)		
۵	میزان حضور در بستر رسانه های نوین حضور حقوقی گمرکات و حضور حقیقی مسئولان در بسترهای جدید ارتباطی در جهت تقویت تعامل با خدمت گیرندگان		
۶	میزان ارتباط با رسانه ها ارتباط با صداوسیما، ارتباط با سایر رسانه ها		



گمرک جمهوری اسلامی ایران



۰۲۱۸۲۹۹۱



WWW.IRICA.IR

Iran customs administration