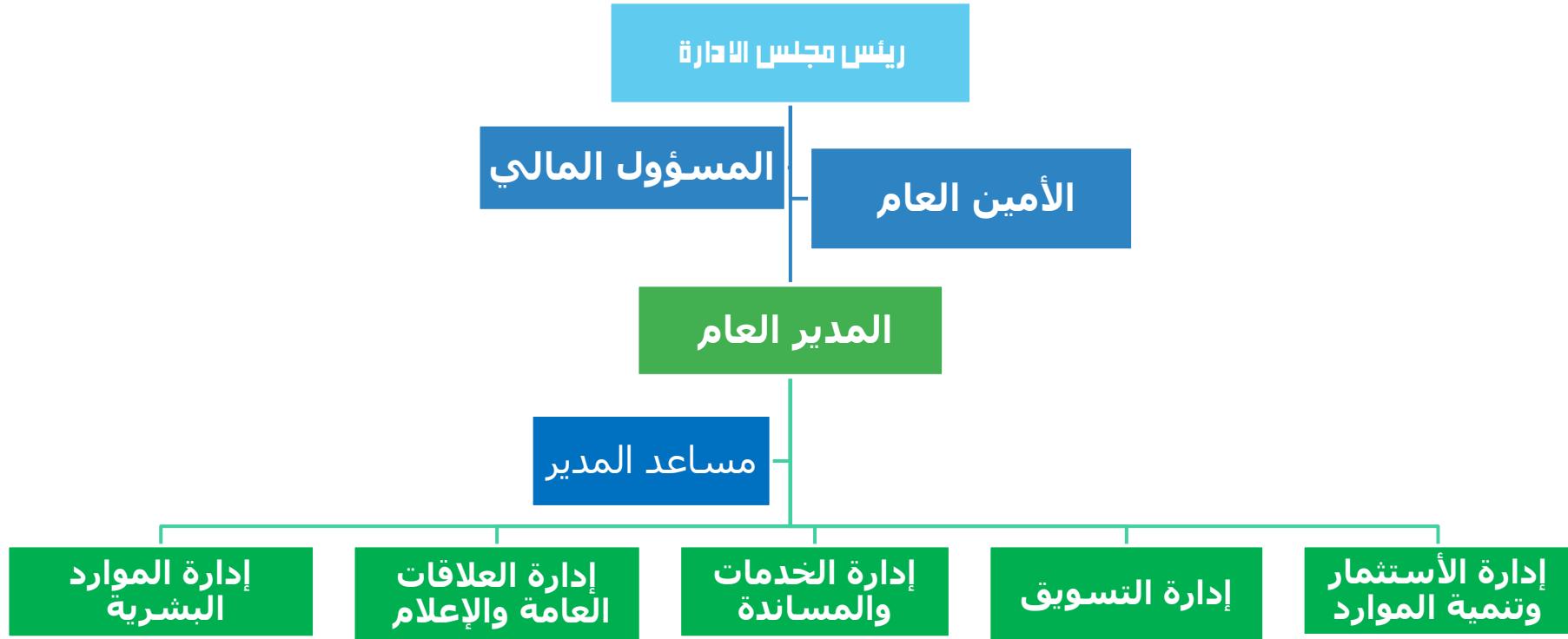


الجمعية التعاونية التسويقية الزراعية بمنطقة الجوف

Agricultural Marketing Cooperative Society in Al-Jouf

(ج)

## الهيكل التنظيمي للجمعية التعاونية التسويقية بالجوف



الخطة الاستراتيجية  
**Plan Strategic**

جدول التحليل الرباعي  
SWOT Analysis

البيئة الداخلية	
نقاط الضعف (Weakness)	نقاط القوة (Strength)
عدم وجود خطة استراتيجية و خطة تنفيذية	الجمعية التخصصية الوحيدة في التسويق الزراعي بالمنطقة
عدم وجود لوائح محدثة	مجلس إدارة جديد متمن و فاعل
ضعف درجة الحكومة	الميز النسبية للاستثمار الزراعي بالمنطقة
ضعف الموارد المالية وعدم وجود إدارة استثمار	وجود فرص قروض للمشاريع النوعية
عدم توفر موظفين لإدارة الجمعية وأقسامها	
عدم تفاعل أعضاء الجمعية العمومية	
البيئة الخارجية	
التهديدات (Threats)	الفرص (Opportunities)
عدم وجود كادر إداري كافي	إعادة بناء الجمعية بناءً مؤسسي من خلال مجلس إدارة فاعل
زيادة الالتزامات المالية	الشراكة مع المزارعين والشركات الزراعية والجهات ذات العلاقة
الوصول إلى الأقلاب	زيادة عدد المساهمين وزيادة الأسهم
عدم ثقة المساهمين والشركات بالجمعية	الاستثمار في التسويق الزراعي بالمنطقة

## الرؤية

جمعية تعاونية رائدة في التسويق الزراعي محلياً وعالمياً

## الرسالة:

جمعية تعاونية تقدم حلولاً متكاملة و مميزة لتسويق منتجات الجوف الزراعية وتسهم في تطوير عالم التسويق الزراعي الحديث.

(محلية)

## القيم:

تم بناء منظومة قيم الجمعية لكي تكون الإطار الأخلاقي الذي يحقق الرؤية والغايات الاستراتيجية، وتشمل القيم المؤسسية التي تحكم العلاقة بالمساهمين والعملاء:

وعي

ريادة

تعاون

نماء

(  
بساطة)

## الأهداف الاستراتيجية

الدعم اللوجستي وتنمية الوعي وإيجاد حلول المشاكل الزراعية والتسويقيّة.

تسويق منتجات المنطقة الزراعية والمساهمة في تحقيق الأمن الغذائي.

تحقيق الاستدامة المالية وتنمية وتنويع مصادر الدخل ومساعدة المساهمين

التوسيع في استثمارات الجمعية والعمل مع الشركاء على ضمان كفاءة الإنفاق

بناء القدرات البشرية للمزارعين في الجوانب المعرفية والمهارية

(  
سباح)