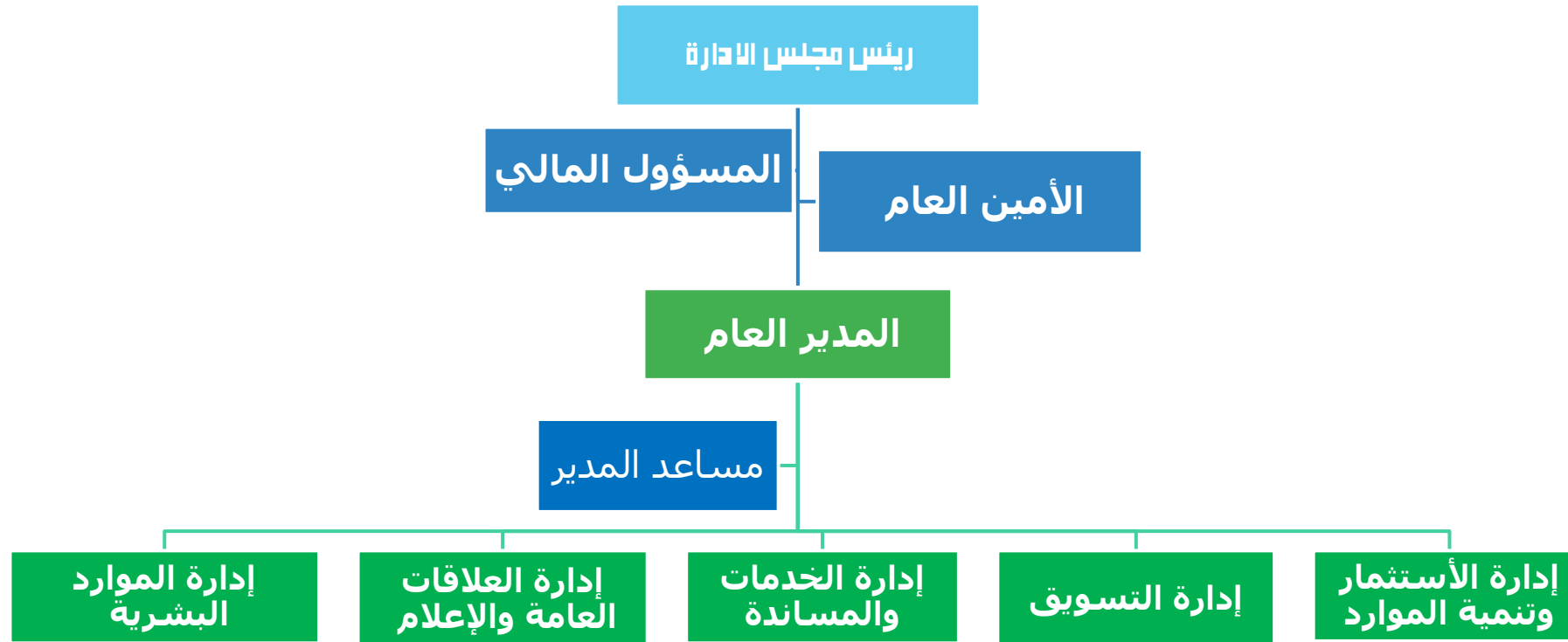


الجمعية التعاونية التسويقية الزراعية بمنطقة الجوف
Agricultural Marketing Cooperative Society in Al-Jouf

عبدالله

الهيكل التنظيمي للجمعية التعاونية التسويقية بالجوف



الخطة الاستراتيجية **Plan Strategic**

جدول التحليل الرباعي
SWOT Analysis

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

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.

عبدالله

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

عبدالله

الأهداف الاستراتيجية

الدعم اللوجستي وتنمية الوعي وإيجاد حلول المشاكل الزراعية والتسويقية.

تسويق منتجات المنطقة الزراعية والمساهمة في تحقيق الأمن الغذائي.

تحقيق الاستدامة المالية وتنمية وتنويع مصادر الدخل ومساعدة المساهمين

التوسع في استثمارات الجمعية والعمل مع الشركاء على ضمان كفاءة الانفاق

بناء القدرات البشرية للمزارعين في الجوانب المعرفية والمهارية

عبدالله