



الرقم:
التاريخ:
المرفقات:



المملكة العربية السعودية
الجمعية التعاونية
لمنتج العنب بمنطقة القصيم
تحت إشراف وزارة الموارد البشرية والتنمية
الاجتماعية ترخيص برقم (١٠٢٣)

خطة الأهداف الاستراتيجية وآلية المتابعة



خطة الأهداف الاستراتيجية وآلية المتابعة

الجمعية التعاونية لمنتجي العنبر بالقصيم

اولاً : مقدمة عن الجمعية :

تأسست **الجمعية التعاونية لمنتجي العنبر بالقصيم ** بتاريخ 30/02/1446هـ برقم تسجيل (10223) بموجب نظام الجمعيات التعاونية الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم (73). تهدف الجمعية الى:

- العمل على تحسين منتج العنبر ومشتقاته
- تنظيم الملتقيات والمهارات الخاصة بالعنبر
- توفير الأسمدة والمبادرات الفطرية بالاستيراد أو الشراكة بالتعاون مع الشركات
- العمل على إنشاء ثلاجات تخزين العنبر وتوفير معامل خاصة بها
- تسويق منتج العنبر في الأسواق المحلية واسعة النطاق
- عقد الشراكات مع الهيئات الحكومية الرسمية لتسويق منتجاتها.

الرؤية.

أن تصبح الجمعية التعاونية لمنتجي العنبر بالقصيم رمزاً للتميز والإبداع في إنتاج العنبر وتطوير الصناعات التحويلية، وأن تقود التحول نحو مستقبل زراعي وصناعي مزدهر ومستدام على المستوى المحلي والدولي.

الرسالة.

تعزيز إنتاج العنبر والصناعات التحويلية في منطقة القصيم من خلال تقديم خدمات مبتكرة وشاملة تدعم المزارعين والمصنعين، بما يحقق جودة استثنائية، وقيمة مضافة، تُسهم في تنمية الاقتصاد الوطني واستدامته.

ثانياً: تحليل الوضع الراهن (Analysis SWOT)

العوامل الداخلية	نقاط القوة (Strengths)	نقاط الضعف (Weaknesses)
الإمكانات والموارد	وجود أعضاء ذوي خبرة واسعة في زراعة العنبر. - سجل إنجازات واضح (6) مهرجانات العنبر). - توفر مقر وعرض لبيع أدوات ومنتجات العنبر. - نمو ملحوظ في تقرير الحوكمة السنوي بنسبة 14.08%.	محدوية قنوات التسويق - الإلكترونية.- ضعف التمويل المخصص لمشاريع التطوير.- حاجة بعض الأعضاء لتدريب متقدم. - نقص في الكوادر المتخصصة في التسويق الرقمي.

العامل الخارجية	الفرص (Opportunities)	التهديدات (Threats)
البيئة والسوق	<p>ارتفاع الطلب على العنب الطبيعي - ومنتجات العنب.- دعم حكومي متزايد للقطاع التعاوني.- إمكانية عقد شراكات مع الجامعات والمراكم البحثية.- توسيع التجارة الإلكترونية في قطاع المنتجات الطبيعية.</p>	<p>انتشار منتجات العنب المغشوشة وتاثيرها - على نفقة المستهلك.- التغيرات المناخية التي تؤثر على المزارعين -. ارتفاع أسعار مستلزمات الإنتاج.- المنافسة من منتجات مستوردة منخفضة الجودة والسعر.</p>

ثالثاً: الأهداف الاستراتيجية والمبادرات

الهدف الأول: تعزيز البنية المؤسسية والحكومة
المبادرات:

1. تحديث السياسات والإجراءات الإدارية والمالية وفق معايير الحكومة.
2. إنشاء نظام إلكتروني لإدارة الأعضاء والمشاريع.
3. تدريب مجلس الإدارة والموظفين على أسس الحكومة.

الهدف الثاني: تنمية قدرات مزراعي العنبر

الأعضاء المبادرات:

1. تنفيذ برامج تدريبية تأسيسية ومتقدمة.
- 2 توفير استشارات ميدانية لزيادة الإنتاجية.
- 3 إعداد أدلة إرشادية مطبوعة وإلكترونية مطبوعة

الهدف الثالث: تحسين جودة المنتجات ومكافحة الغش

المبادرات:

1. إنشاء مختبر لفحص جودة منتجات العنبر.
- 2 وضع علامة جودة خاصة بالجمعية.
3. حملات توعية بمخاطر المنتجات المغشوشة.

الهدف الرابع: تطوير منظومة التسويق وزيادة المبيعات

المبادرات:

1. إطلاق متجر إلكتروني متكامل.
2. تنظيم مهرجانات وعارض سنوية.
3. توقيع عقود مع منافذ بيع محلية ووطنية. الهدف الخامس: حماية وتنمية مزارع العنب المبادرات:

1. التنسيق مع الجهات المعنية لحماية مواقع المزارع. 2. تنفيذ مبادرة منتجات العنب التحويلية.

3. حملات توعية بيئية لأعضاء الجمعية والمجتمع.

الهدف السادس: تنويع مصادر الدخل واستدامة الموارد

المبادرات:

1. إنشاء وحدة لتعبئة وتغليف منتجات العنب.
2. إنتاج مشتقات العنب (مربي، سmad . سكر العنب)، 3. استثمار فوائض الجمعية في مشاريع مدروسة.

الهدف السابع: تعزيز الشراكات والعلاقات المؤسسية

المبادرات:

1. إبرام اتفاقيات مع الجامعات ومراكز البحث. 2. شراكات مع الجمعيات الزراعية والبيئية.
3. التعاون مع الجهات الإعلامية للتسويق.

رابعاً: آلية المتابعة والتقييم

الهدف	مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)	الجهة المسؤولة	دورية المتابعة	وسيلة التحقق
تعزيز البنية المؤسسية	عدد السياسات المحدثة، عدد الموظفين المدربيين	مجلس الإدارة	نصف سنوي	تقارير إدارية
تنمية قدرات المزارعين	عدد الدورات، نسبة التحسن في الإنتاج	إدارة التدريب	ربع سنوي	استبيانات وتقارير
تحسين جودة المنتجات	نسبة المنتجات المطابقة للمواصفات	لجنة الجودة	ربع سنوي	تقارير مخبرية
تطوير التسويق	قيمة المبيعات، عدد قنوات البيع	إدارة التسويق	شهري	تقارير مالية
حماية المراعي	مساحة الأراضي المحمية أو المزروعة	لجنة البيئة	سنوي	تقارير ميدانية
تنوع الدخل	عدد المشاريع الاستثمارية	مجلس الإدارة	سنوي	القواعد المالية
تعزيز الشراكات	عدد الاتفاقيات الموقعة	رئيس المجلس	نصف سنوي	قاعدة بيانات الشراكات

خامساً: آلية التقييم والتحسين المستمر

- اجتماعات دورية لمجلس الإدارة كل 3 أشهر لمراجعة التقدم.
- تقارير نصف سنوية عن الإنجازات والتحديات.
- استطلاعات رضا الأعضاء سنوياً لقياس أثر الخدمات.
- تعديل الخطة بناءً على نتائج التقييم.

نموذج متابعة هدف استراتيجي

القيمة المستهدفة	القيمة المحققة	نسبة الإنجاز %	التاريخ	المؤول	الملحوظات / التوصيات

المجال الاستراتيجي	الهدف الاستراتيجي	المبادرات المرتبطة	مؤشرات الأداء (KPIs)

تم اعتماده في اجتماع مجلس الإدارة في الجلسة رقم () المنعقدة بتاريخ / 1447 هـ
 الموافق / 2025 م