

اقتصاديات الإنتاج للشركة المصرية للغذاء (فرجللو)

السيد محمود الشرقاوى، سعد زغول سليمان، محمد حسن عطية^١

الملخص العربي

لاشك أن القطاع الخاص له دور اقتصادي كبير في الاقتصاد القومي بصفة عامة، ولقطاع الصناعات الغذائية أهمية كبيرة بصفة خاصة، لما له من دور فعال في إنتاج وتسويق المنتجات الغذائية. وقد اختيرت الشركة المصرية للغذاء (فرجللو) لاعتبارها واحدة من أكبر شركات إنتاج وتسويق المنتجات الغذائية في مصر ولها أهمية كبيرة في سوق هذه المنتجات من الناحية الإنتاجية والتسويقية والتصديرية.

ومن دراسة النشاط الإنتاجي للشركة خلال فترة الدراسة من عام ٢٠١١ - ٢٠١٥ فقد تبين أن متوسطات كمية الإنتاج السنوي للشركة بلغت للنتراباك العصائر نحو ١٦٧,٢ ألف طن بمعدل تغير حوالي ٢٢,٣%، وللنتراباك الألبان نحو ٣٩٥٤ ألف كرتونه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٩,٤%، والخضر نحو ٦٣٤ ألف كرتونه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٣%، والمرق نحو ١٦٠,٥ ألف كرتونه بمعدل تغير حوالي ٢٣,١%، والجبن نحو ١٦,٦ ألف طن، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٨,٣%.

وتبين من تكاليف الإنتاج أن متوسطات تكاليف الإنتاج السنوية من المواد المباشرة نحو ٥٨١,٨ مليون جنيه، بمعدل تغير حوالي بلغ ١٤,٦%، والأجور المباشرة نحو ٣٢,١ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٥,١%، والمصروفات غير المباشرة نحو ٨٠,٩ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٧,٦%، وإهلاك الأصول الثابتة نحو ٣٤,٨ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٠,٥%، بإجمالي متوسط تكلفة إنتاج نحو ٧٢٩,٦، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٤,٢%.

ومن دراسة مبيعات الشركة تبين أن متوسطات المبيعات السنوية للشركة خلال فترة الدراسة بلغت لمبيعات العصائر نحو ٥٩٤ مليون جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٥,٥%، ولمبيعات الألبان نحو ١٨٣,٨ مليون جنيه، بمعدل تغير حوالي ١٦,٩%،

ولمبيعات الجبن نحو ٣٩,٤ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ٩%، ولمبيعات الخضر نحو ٥٠,٨ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٩,٣%، ولمبيعات المرق والبودر نحو ٢٧,٧ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٤,٥%.

وبدراسة الأرباح تبين أن متوسط الأرباح الموزعة نحو ٤٦,١ مليون جنيه، بمعدل تغير بلغ حوالي ١٨%، بمتوسط سنوي نحو ٦٧,٤% من قيمة صافي الربح، بمعدل تغير بلغ حوالي ٧,٨%، وأن متوسط نصيب السهم في الأرباح بلغ نحو ٤٢,٩ جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٤,٤%، وتعتبر تلك النتائج مؤشرات مالية واقتصادية للشركات التي تعمل في ذات النشاط، يمكن أن تهتدي بها في تصحيح أوضاعها المالية والاقتصادية ومواجهة المنافسين للعمل على استمرارية تواجدها في هذا النشاط الاقتصادي الزراعي القومي الهام.

الكلمات الدالة: الإنتاج - التسويق - النشاط الاقتصادي.

المقدمة

انطلاقاً من الدور الإيجابي الذي يلعبه القطاع الخاص في الاقتصاد القومي لخدمة وتنمية المجتمع، وما يقوم به قطاع الصناعات الغذائية من نشاط إنتاجي لتوفير المنتجات الغذائية بأشكالها المتنوعة وصورها المختلفة لإشباع حاجات ورغبات السكان من ناحية، والمساعدة في التنمية الاقتصادية وزيادة حجم وقيمة الصادرات المصرية من ناحية أخرى. ولا ريب أن تقييم الأداء المالي يعتبر من أهم الأدوات التي تعتمد عليها المنشآت الاقتصادية من أجل تحقيق أهدافها والمحافظة على قدراتها التنافسية، والذي ازدادت أهميته في ظل تعقد وتوسع أنشطة المنشآت الاقتصادية، بفضل الاستثمارات الكبيرة في هذا المجال، واستخدام التقنيات الصناعية الحديثة، بالإضافة إلى الاهتمام

^١ قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية - كلية الزراعة جامعة الإسكندرية

الأسلوب البحثي

استخدمت الدراسة التحليل الوصفي في عرض البيانات التي تم الحصول عليها من سجلات الشركة، وتحديد متغيرات الدراسة تمهيداً لإجراء التحليل المالي، كما استخدم معايير التقييم المالي للمشروعات الاقتصادية، لتحديد الكفاءة الاقتصادية للشركة ومعرفة إلى أي مدى يمكن زيادة قدرتها الإنتاجية والتسويقية. وقد اعتمدت الدراسة على البيانات المنشورة وغير المنشورة التي تصدرها الجهات المعنية ذات الصلة بموضوع الدراسة، مثل سجلات الشركة محل الدراسة، الهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات.

أولاً: التعريف بالشركة

تأسست الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) عام ١٩٩٥، وهي شركة مساهمة مصرية وتتم إدارتها من خلال مجلس إدارة برئاسة السيد المهندس/ محمد فرج عامر الذي اشتق من اسمه اسم الشركة. وتقوم الشركة بالإنتاج والتعبئة لعدد كبير من العلامات التجارية المميزة لمنتجاتها والتي حققت تميزاً لمنتجاتها في السوق العالمي، بفضل التزامها المتواصل بتقديم باقة واسعة من المنتجات الغذائية الصحية والأمنة التي تتميز بجودتها الفائقة، حيث تقوم الشركة بتصدير منتجاتها خاصة العصائر عالية الجودة، ومن جانب آخر فإن الشركة تركز في التوسع بأنشطتها الإنتاجية، مستفيدة من نجاحاتها التي حققتها في البلدان العربية وأفريقيا وأوروبا وأمريكا واستراليا، وعلى هذه الخلفية تلتزم الشركة بالعمل على تنمية قاعدة العملاء والتوسع بالنطاق الجغرافي لأعمال الشركة في أسواق جديدة وعلى رأسها الأسواق الأمريكية وروسيا.

تعد الشركة المورد الرئيسي للغالبية العظمى من المطاعم والمؤسسات العالمية في مصر والشرق الأوسط. كما قامت الشركة بتسويق منتجاتها خارج مصر لفترة تجاوزت العشرون عاماً، ويتم تمثيل علاماتها التجارية الآن

بالسلامة والجودة وهما الركبان الأساسيان لتصنيع وإنتاج الغذاء، حيث أصبح لزاماً على الإدارة التعرف على المركز المالي للمنشأة الاقتصادية قبل التفكير في وضع الخطط المستقبلية.

مشكلة الدراسة

لاشك أن القطاع الخاص له دور اقتصادي كبير في الاقتصاد القومي بصفة عامة، ولقطاع الصناعات الغذائية أهمية كبيرة بصفة خاصة، لما له من دور فعال في إنتاج وتسويق المنتجات الغذائية، التي يحتاج إليها أفراد المجتمع، وكذلك لمساهمته في تحقيق الاكتفاء الذاتي محلياً، وتصدير الفائض وفتح أسواق جديدة في السوق العالمي. لذا يكون من الأهمية بمكان التعرف على طبيعة هذا النشاط الإنتاجي والتسويقي والتصديري الهام ودوره الحقيقي في الاقتصاد القومي، فإن ذلك الأمر يتطلب إجراء دراسة اقتصادية لهذا النشاط الإنتاجي لواحدة من المنشآت الاقتصادية الخاصة، كدراسة حالة من ناحية الإنتاج والتسويق الذي تقوم بهما المنشأة محل الدراسة.

أهداف الدراسة

تستهدف هذه الدراسة تقييم أداء الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) والدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع والاقتصاد القومي، ومن ثم التوصل إلى عدد من المؤشرات الإنتاجية والتسويقية والمالية والاقتصادية، التي يمكن الاستفادة منها في تحسين أداء المنشأة الاقتصادية محل الدراسة وغيرها من المنشآت المماثلة، وتحديد السبل العملية التي يمكن إتباعها لزيادة الإنتاج ورفع مستوى الجودة وزيادة الكفاءة التسويقية، وذلك كله سينعكس على النواحي المالية ممثلة في تقليل تكاليف الإنتاج والتسويق وزيادة العائد من النشاط الاقتصادي في هذا المجال.

في عبوات تتراباك، كما يقوم المصنع بإنتاج لبن حليب بنكهة الفواكه.

٤- إنتاج المرق والحلويات:

يقوم المصنع بإنتاج المرق والبودر عالية الجودة سريعة التجهيز والتحضير والذوبان مثل مرقة الدجاج، وبودرة كل من جبلي الفراولة والأناناس والمشمش، الكريم كراميل، وبودرة كل من عصير البرتقال والمانجو، الأيس كريم بالفانيليا وبالفراولة.

ثالثاً: الطاقة الإنتاجية والتسويقية للشركة

تعتبر الطاقة الإنتاجية والتسويقية كبيرة، فالشركة قامت بإنتاج ما يقرب من ٧٠٠ مليون عبوة في عام ٢٠١٥ من منتجات العصير والألبان الطبيعية والألبان بنكهات الفواكه وغيرها في عبوات تتراباك من خلال ١١ خط إنتاجي سعة ٦٥٠ طن/يوم، وتقوم بتصدير حوالي ٦٥% من هذا الإنتاج، كما قامت الشركة بإنتاج مصنعات الجبن عالية الجودة بمتوسط إنتاجية بلغ حوالي ٣٤ طن/يوم، وتقوم الشركة بتصدير حوالي ٩٠% من الإنتاج، كما قامت الشركة أيضاً بإنتاج الخضروات المجمدة ذات جودة عالية بمتوسط إنتاجية بلغ حوالي ٣٢ طن/يوم، وتقوم الشركة بتصدير حوالي ٨٥% من الإنتاج، وقامت الشركة بإنتاج مرقة الدجاج والبودرات ذات الجودة العالية بمتوسط إنتاجية ١٩ طن/يوم، وتقوم الشركة بتصدير حوالي ٨٥% من الإنتاج، وقامت الشركة بإنتاج لب الفواكه الطبيعية مثل (المانجو، الخوخ، الجوافة، الفراولة، المشمش) ومعجون الطماطم من خلال خطوط إنتاج سعة ٢٥٠ طن فواكه/يوم، والطماطم ٣٥٠ طن/يوم، ٤٠% من هذا الإنتاج قامت الشركة بتصديره إلى العديد من البلدان العربية وأوروبا وأفريقيا وأمريكا وأستراليا.

في ٦ قارات وصادراتها إلى أكثر من ١٣٠ دولة في جميع أنحاء العالم.

ثانياً: أهم المنتجات التي تقوم الشركة المصرية للغذاء بتصنيعها

١- المنتجات الغذائية المصنعة من الفواكه:

يتم توريد الفاكهة للمصانع كمادة خام، فمنها ما يتم تنظيفه وتعبئته وحفظه مثل الفراولة، وأخرى يتم تحويلها من خلال عملية التصنيع إلى منتجات جاهزة للاستهلاك الأدمي المباشر، تتميز بمحافظتها على قيمتها الغذائية لفترة طويلة من الزمن ويمكن نقلها إلى أبعد مكان ممكن، مثل العصائر التي تنتجها المنشأة في صور مختلفة وفي عبوات ساعات مختلفة.

٢- المواد الغذائية المصنعة من الخضر:

تساهم الخضر كمادة أولية في تزويد مصانع الشركة بالخضروات الطازجة وذلك لتعليبها وحفظها بعد إجراء العمليات اللازمة عليها من تنظيف وتقطيع وخرط وتجميد وتعبئتها في عبوات من ألومنيوم فويل. وأخرى في محلول ملحي يتم تعبئتها في عبوات زجاجية.

٣- المواد الغذائية المصنعة من الألبان:

تعد الألبان من المواد الأولية التي تزود بها المصانع لإنتاج سلع غذائية ذات قيمة تحويلية أعلى، ونظراً لقلّة المعروض من الألبان، فإن الشركة تقوم باستيراد الألبان الجافة. وهناك نوعين من اللبن المجفف يتم استيرادهما من نيوزيلندا وألمانيا وأمريكا وهما لبن بودرة كامل الدسم، ولبن بودرة خالي الدسم، وذلك لاستخدامهما في صناعة المنتجات الغذائية، حيث يقوم مصنع الجبن بإنتاج الجبن ذات جودة عالية، مثل الجبن الشيدر السادة، وجبن الشيدر بالبسطرمة، جبن شيدر بالفلفل، جبن الشيدر بالزيتون، جبن المثلثات الثمانية قطعة. ويقوم مصنع الألبان بإنتاج الألبان ذات جودة عالية مثل لبن الحليب خالي الدسم ولبن الحليب كامل الدسم،

رابعاً: كمية الإنتاج السنوي للشركة

٤- كمية الإنتاج من المرق

يظهر من جدول (١) الذي يستعرض كمية إنتاج المرق للشركة المصرية للغذاء أن إجمالي إنتاج عدد الكراتين السنوي من المرق يتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين، أدناهما حوالي ١٠١,٨ ألف كرتونه عام ٢٠١٢، وأعلاهما حوالي ٢١٢,٩ ألف كرتونه عام ٢٠١٣، وقد بلغ مقدار التغير السنوي بين الزيادة والنقصان حوالي ٣٧ ألف كرتونه، أي أن معدل التغير السنوي لكمية الإنتاج من المرق بلغ حوالي ٢٣,١% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١٦٠,٥ ألف كرتونه.

٥- كمية الإنتاج من الخضر

يتضح من جدول (١) الذي يستعرض كمية إنتاج الخضر للشركة المصرية للغذاء أن إجمالي عدد الكراتين السنوي من إنتاج الخضر في تزايد مستمر من عام لآخر، حيث بلغ حده الأدنى في بداية الفترة حوالي ٥٥٣ ألف كرتونه، وحده الأعلى عام ٢٠١٤، بحوالي ٧١٨ ألف كرتونه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ٨٢,٥ ألف كرتونه، أي أن معدل التغير السنوي لكمية الإنتاج من الخضر بلغ حوالي ١٣% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٦٣٤ ألف كرتونه سنوياً.

خامساً: التكاليف الإنتاجية لمنتجات الشركة

١- قيمة التكلفة الصناعية المباشرة

يبدو من جدول (٢) الذي يستعرض تكاليف الإنتاج السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن التكلفة الصناعية المباشرة في تصاعد مستمر نظراً لارتفاع أسعار المواد الخام، فقد بلغ الحد الأدنى للتكاليف في بداية الفترة حوالي ٤٢٥,٣ مليون جنيه، والحد الأعلى في نهاية الفترة حوالي ٧٦٤,١ مليون جنيه، وقد بلغت قيمة الزيادة السنوية حوالي ٨٤,٧ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٤,٦% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٥٨١,٨ مليون جنيه.

١- كمية الإنتاج من عبوات تتراباك العصائر

يتضح من البيانات الواردة في جدول (١) الذي يستعرض كمية إنتاج تتراباك العصائر للشركة المصرية للغذاء أن الوزن الإجمالي السنوي من إنتاج عبوات تتراباك العصائر في تزايد مستمر من عام لآخر، حيث بلغ حده الأدنى في بداية الفترة حوالي ١٠٦,٢ ألف طن، وحده الأعلى في نهاية الفترة حوالي ٢١٧,٩ ألف طن، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ٣٧,٢ ألف طن، أي أن معدل التغير السنوي لكمية الإنتاج من العصائر بلغ حوالي ٢٢,٣% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١٦٧,٢ ألف طن سنوياً.

٢- كمية الإنتاج من الجبن

يتبين من جدول (١) الذي يستعرض كمية إنتاج الجبن للشركة المصرية للغذاء أن الوزن الإجمالي السنوي من إنتاج الجبن يتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين، أدناهما حوالي ١٤ ألف طن عام ٢٠١٥، وأعلاهما حوالي ٢٣,١ ألف طن عام ٢٠١٢، وقد بلغ النقص السنوي حوالي ٣ آلاف طن، أي أن معدل التغير السنوي لكمية الإنتاج من الجبن بلغ حوالي ١٨,٣% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١٦,٦ ألف طن.

٣- كمية الإنتاج من عبوات تتراباك الألبان

يبدو من جدول (١) الذي يستعرض كمية إنتاج تتراباك الألبان للشركة المصرية للغذاء أن إجمالي عدد الكراتين السنوي من إنتاج عبوات تتراباك الألبان في تزايد مستمر من عام لآخر، حيث بلغ حده الأدنى في بداية الفترة حوالي ٢٩١٤ ألف كرتونه، وحده الأعلى في نهاية الفترة بحوالي ٥٢١١ ألف كرتونه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ٧٦٥,٧ ألف كرتونه، أي أن معدل التغير السنوي لكمية الإنتاج من الألبان بلغ حوالي ١٩,٤% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٣٩٥٤ ألف كرتونه سنوياً.

جدول ١. تطور كمية الإنتاج السنوي للشركة المصرية للغذاء خلال الفترة من عام ٢٠١٢-٢٠١٥

السنة	العصائر بالآلاف طن	الجبن بالآلاف طن	الألبان بالآلاف كرتونه	المرق بالآلاف كرتونه	الخضر بالآلاف كرتونه
٢٠١٢	١٠٦,٢	٢٣,١	٢٩١٤	١٠١,٨	٥٥٣
٢٠١٣	١٥٣,٩	١٤,٢	٣٥٥٩	٢١٢,٩	٦٣١
٢٠١٤	١٩٠,٩	١٥	٤١٣٢	١٦٧,١	٧١٨
٢٠١٥	٢١٧,٩	١٤	٥٢١١	١٦٠,٢	(٢)---
المتوسط السنوي	١٦٧,٢	١٦,٦	٣٩٥٤	١٦٠,٥	٦٣٤
معدل التغير السنوي	%٢٢,٣	-%١٨,٣	%١٩,٤	%٢٣,١	%١٣

مقدار التغير السنوي = الحد الأعلى - الحد الأدنى / (طول السلسلة - ١)

معدل التغير السنوي = مقدار التغير السنوي / المتوسط الحسابي $\times 100$

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات الإنتاج والتكاليف، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١٢-٢٠١٥.

جدول ٢. تطور تكاليف الإنتاج لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥

(القيمة بالمليون جنيه)

السنة	تكلفة صناعية مباشرة	أجور صناعية مباشرة	مصروفات غير مباشرة	إهلاك أصول ثابتة	إجمالي تكلفة الإنتاج
٢٠١١	٤٢٥,٣	٢١,٣	٥٦,٣	٣١,١	٥٣٤
٢٠١٢	٤٤٥,٩	٢٩,١	٦٢,٧	٤٠,٥	٥٧٨,٢
٢٠١٣	٥٥٦,٥	٣٢,٨	٧٠,٧	٤٣,٣	٧٠٣,٣
٢٠١٤	٧١٧,٢	٣٦,٥	١٠١,٥	٢٨,٧	٨٨٣,٩
٢٠١٥	٧٦٤,١	٤٠,٧	١١٣,٣	٣٠,٥	٩٤٨,٦
المتوسط السنوي	٥٨١,٨	٣٢,١	٨٠,٩	٣٤,٨	٧٢٩,٦
معدل التغير السنوي	%١٤,٦	%١٥,١	%١٧,٦	%١٠,٥	%١٤,٢

مقدار التغير السنوي = الحد الأعلى - الحد الأدنى / (طول السلسلة - ١)

معدل التغير السنوي = مقدار التغير السنوي / المتوسط الحسابي $\times 100$

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات الإنتاج والتكاليف، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥.

٢- قيمة الأجور الصناعية المباشرة

الأعلى في نهاية الفترة حوالي ٤٠,٧ مليون جنيه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ٤,٨ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٥,١% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٣٢,١ مليون جنيه.

يتبين من جدول (٢) الذي يستعرض تكاليف الإنتاج لمنتجات الشركة المصرية للغذاء أن الأجور الصناعية المباشرة في تصاعد مستمر، نظراً للزيادة السنوية في الأجور وكذلك لمجابهة غلاء المعيشة، فقد بلغ الحد الأدنى للتكاليف في بداية الفترة حوالي ٢١,٣ مليون جنيه، والحد

(٢) الشركة لم تقم بإنتاج الخضر عام ٢٠١٥.

٣- قيمة المصروفات غير المباشرة

يبدو من جدول (٢) الذي يستعرض تكاليف الإنتاج لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن المصروفات غير المباشرة تتماشى وترتفع مع ارتفاع تكاليف المواد المباشرة والأجور المباشرة، فقد بلغ الحد الأدنى في بداية الفترة حوالي ٥٦,٣ مليون جنيه، والحد الأعلى في نهاية الفترة حوالي ١١٣,٣ مليون جنيه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ١٤,٢ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٧,٦% من قيمة المتوسط السنوي البالغ حوالي ٨٠,٩ مليون جنيه.

٤- قيمة إهلاك الأصول الثابتة

يبدو من جدول (٢) الذي يستعرض تكاليف الإنتاج لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن إهلاك الأصول الثابتة تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين، أدناهما في عام ٢٠١٤ حوالي ٢٨,٧ مليون جنيه، وأعلاهما في عام ٢٠١٣ حوالي ٤٣,٣ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي بين الزيادة والنقصان حوالي ٣,٦ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٠,٥%، من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٣٤,٨ مليون جنيه سنوياً.

٥- إجمالي قيمة تكاليف الإنتاج السنوية للشركة.

تبين من جدول (٢) الذي يستعرض تكاليف الإنتاج السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن تكلفة الإنتاج السنوية في تزايد مستمر خلال فترة الدراسة، فقد بلغت تكاليف الإنتاج السنوية في بداية الفترة حوالي ٥٣٤ مليون جنيه، بينما في نهاية الفترة حوالي ٩٤٨,٦ مليون جنيه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ١٠٣,٧ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٤,٢% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٧٢٩,٦ مليون جنيه سنوياً.

سادساً: التكاليف التسويقية لمنتجات الشركة

١- قيمة الأجور والمرتبات

يبدو من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع (التكاليف التسويقية) لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال فترة الدراسة أن الأجور والمرتبات تتذبذب بين الزيادة والنقصان خلال فترة الدراسة بين حدين أدناهما في عام ٢٠١٣ حوالي ١٦,٥ مليون جنيه، وأعلاهما في نهاية الفترة حوالي ٢٥,٨ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٢,٣ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٨,٧% (٣) من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٢٦,٣ مليون جنيه.

٢- قيمة مصاريف السيارات والإيجارات

يتضح من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال فترة الدراسة أن مصاريف السيارات والإيجارات تتذبذب بين الزيادة والنقصان خلال فترة الدراسة بين حدين أدناهما في عام ٢٠١٤ حوالي ٩,٤ مليون جنيه، وأعلاهما في بداية الفترة حوالي ١٤,٣ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ١,٢ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٠,٤% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١١,٥ مليون جنيه.

٣- قيمة مصاريف الصيانة والوقود

يبدو من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال فترة الدراسة أن مصاريف الصيانة والوقود تتزايد خلال فترة الدراسة، فقد بلغت في بداية الفترة حوالي ١,٢ مليون جنيه، وفي نهاية الفترة حوالي ٩,١ مليون جنيه، وقد بلغت

(٣) السيد محمود الشرفاوي، رؤى نقدية بحثية في مجال العلوم الاقتصادية والاقتصادية الزراعية فيما بين النظرية والتطبيق، الجزء الثاني، قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، ٢٠١٢.

التغير السنوي حوالي ١,٧ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٢٢,٧% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٧,٥ مليون جنيه.

٦- قيمة المصروفات المتنوعة

يتضح من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن المصروفات المتنوعة تتزايد خلال فترة الدراسة، فقد بلغت في بداية الفترة حوالي ٢,٣ مليون جنيه، وفي نهاية الفترة حوالي ١٩,٨ مليون جنيه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي ٤,٤ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٤٢,٧% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١٠,٣ مليون جنيه.

٧- إجمالي قيمة تكاليف التسويق السنوية للشركة

يبدو من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال فترة الدراسة، أن إجمالي قيمة تكاليف التسويق السنوية للشركة تتذبذب بين الزيادة والنقصان، بين حدين أدناها في بداية الفترة حوالي ٤٩,٥ مليون جنيه، وأعلاهما في نهاية الفترة حوالي ٨٢,٢ مليون جنيه،

الزيادة السنوية حوالي ٢ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٤٥,٥% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٤,٤ مليون جنيه.

٤- قيمة مصاريف تصدير منتجات الشركة

يتبين من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال فترة الدراسة أن مصاريف تصدير منتجات الشركة تتزايد خلال فترة الدراسة، فقد بلغت في بداية الفترة حوالي ٥,٥ مليون جنيه، بينما بلغت في نهاية الفترة حوالي ٩,٥ مليون جنيه، وقد بلغت الزيادة السنوية حوالي مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٣,٧% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٧,٣ مليون جنيه.

٥- قيمة مصاريف الدعاية والإعلان والوكلاء ومعارض البيع

يبدو من جدول (٣) الذي يستعرض مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) أن مصاريف الدعاية والإعلان والوكلاء ومعارض البيع تتذبذب بين الزيادة والنقصان خلال فترة الدراسة بين حدين أدناها في عام ٢٠١٣ حوالي ٣,٢ مليون جنيه، وأعلاهما في عام ٢٠١٤ حوالي ٩,٩ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار

جدول ٣. مصروفات البيع والتوزيع لمنتجات الشركة المصرية للغذاء (فرجلو) خلال الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥

(القيمة بالمليون جنيه)					السنة	بنود المصروفات
٢٠١٥	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١		
٨,٢٥	٩,٢٤	٥,١٦	٥,١٩	٥,١٨	أجور ومرتبآت	
٨,١٠	٤,٩	٧,٩	٣,١٣	٣,١٤	مصاريف سيارات وإيجارات	
١,٩	٢,٦	٦,٣	٩,١	٢,١	صيانة ووقود	
٥,٩	٨,٧	٩,٦	٧,٦	٥,٥	مصاريف تصدير	
٢,٧	٩,٩	٢,٣	٤,٩	٧,٧	مصاريف دعاية وإعلان والوكلاء ومعارض البيع	
٨,١٩	٤,١٣	٨,١٢	١,٣	٣,٢	مصروفات متنوعة	
٢,٨٢	٦,٧١	٧,٥٢	٩,٥٣	٥,٤٩	إجمالي المصروفات	

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات التكاليف بدون إهلاك الأصول الثابتة والصيانة وقطع الغيار، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥.

الدراسة ، أن قيمة مبيعات الألبان في تزايد بين حدين، أدناهما في بداية الفترة حوالي ١٣٩,٦ مليون جنيه عام ٢٠١١، وأعلاهما في نهاية الفترة حوالي ٢٦٤ مليون جنيه في عام ٢٠١٥، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٣١,١ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٦,٩% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ١٨٣,٨ مليون جنيه.

٣- قيمة مبيعات الشركة من الجبن:

يبدو من خلال جدول (٤) الذي يستعرض قيم المبيعات لمنتجات الشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيمة مبيعات الجبن تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين، أدناهما حوالي ٣٢,٢ مليون جنيه في عام ٢٠١٢، وأعلاهما حوالي ٤٦,٤ مليون جنيه في عام ٢٠١٤، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٣,٦ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٩% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٣٩,٤ مليون جنيه.

وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٨,٢ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي لقيمة تكاليف التسويق السنوية للشركة بلغ حوالي ١٣,٢% من المتوسط السنوي البالغ حوالي مبلغ ٦٢ مليون جنيه.

سابعاً: قيمة المبيعات السنوية من منتجات الشركة

١- قيمة مبيعات الشركة من العصائر:

يتبين من جدول (٤) الذي يستعرض قيم المبيعات السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيمة مبيعات العصائر تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين، أدناهما حوالي ٤٠٧ مليون جنيه في عام ٢٠١١، وأعلاهما حوالي ٧٧٤,٤ مليون جنيه في عام ٢٠١٤، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٩١,٩ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٥,٥% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٥٩٤ مليون جنيه.

٢- قيمة مبيعات الشركة من الألبان:

يتضح من خلال جدول (٤) الذي يستعرض قيم المبيعات السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء خلال فترة

جدول ٤. مبيعات الشركة المصرية للغذاء خلال الفترة من عام ٢٠١١ - ٢٠١٥

(القيمة بالمليون جنيه)

السنة	عصائر	ألبان	الجبن	خضّر	مرق و بودر
٢٠١١	٤٠٧	١٣٩,٦	٤٠	٣٨,٦	٢٠,٧
٢٠١٢	٤٧٢,٥	١٥٣,١	٣٢,٢	٤٠,٩	٢١,٢
٢٠١٣	٥٧١,٢	١٦٤,٤	٤١,٨	٤٥,٩	٣٠,٨
٢٠١٤	٧٧٤,٤	١٩٧,٧	٤٦,٤	٥٠,٧	٢٩,١
٢٠١٥	٧٤٤,٩	٢٦٤	٣٦,٦	٧٧,٩	٣٦,٨
المتوسط السنوي	٥٩٤	١٨٣,٨	٣٩,٤	٥٠,٨	٢٧,٧
معدل التغير السنوي	١٥,٥%	١٦,٩%	٩%	١٩,٣%	١٤,٥%

مقدار التغير السنوي = الحد الأعلى - الحد الأدنى / (طول السلسلة - ١)

معدل التغير السنوي = مقدار التغير السنوي / المتوسط الحسابي $\times 100$

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات المبيعات، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥.

٤- قيمة مبيعات الشركة من الخضر:

يبدو من خلال جدول(٤) الذي يستعرض قيم المبيعات السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيمة مبيعات الخضر في تزايد بين حدين خلال فترة الدراسة، أدها في بداية الفترة حوالي ٣٨,٦ مليون جنيه، وأدها في نهاية الفترة حوالي ٧٧,٩ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٩,٨ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٩,٣% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٥٠,٨ مليون جنيه.

٥- قيمة مبيعات الشركة من المرق والبودر:

يبدو من خلال جدول(٤) الذي يستعرض قيم المبيعات السنوية لمنتجات الشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيمة مبيعات المرق والبودر تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين خلال فترة الدراسة، أدها في بداية الفترة حوالي ٢٠,٧ مليون جنيه، وأدها في نهاية الفترة حوالي ٣٦,٨ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٤ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٤,٥% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٢٧,٧ مليون جنيه.

ثامناً: نسب توزيع الأرباح

١- معدل الربح الموزع للسهم:

وهي نسبة الأرباح السنوية الموزعة لكل سهم إلى قيمته الدفترية للشركة محل الدراسة خلال فترة الدراسة ، نظراً لعدم وجود قيمة سوقية للسهم ولعدم طرح أسهم الشركة في الأسواق المالية. وهذه النسبة هامة للمستثمر الذي يهتم بالعائد النقدي السنوي.

معدل الربح الموزع للسهم = الأرباح الموزعة للسهم / سعر السهم.

نصيب السهم في ربح العام = صافي الربح العام / عدد الأسهم

نسبة صافي الربح للسهم = صافي الربح للسهم / القيمة الاسمية للسهم × ١٠٠

يتم حساب النصيب الأساسي للسهم في الأرباح بقسمة صافي أرباح الفترة للشركة على المتوسط المرجح لعدد الأسهم العادية خلال الفترة. ويتم حساب المتوسط المرجح للأسهم العادية خلال الفترة على أساس عدد الأسهم أول الفترة، وتعديلها بالأسهم العادية التي تم إصدارها مرجحاً بعامل الوقت خلال تلك الفترة على أساس عدد الأيام التي ظل فيها عدد الأسهم قائماً نسبة إلى إجمالي عدد أيام الفترة.

يتبين من الجدول التالي جدول (٥) الذي يستعرض نسبة ربحية سهم الشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيم صافي الربح في ازدياد خلال فترة الدراسة، فقد بلغ حدها الأدنى في بداية الفترة حوالي ٤١,٤ مليون جنيه، وبلغ حدها الأعلى في نهاية الفترة حوالي ٨٥,٩ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ١١,١ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٦,٤% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٦٧,٩ مليون جنيه.

ويبدو من الجدول أن نصيب السهم في الأرباح (جنيه/سهم) يتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين أدها بلغ في بداية الفترة حوالي ٢٧,٦ جنيه، وأدها في عام ٢٠١٤ بلغ حوالي ٥٢,٣ جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٦,٢ جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٤,٤% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٤٢,٩ جنيه.

٢- نسبة التوزيع:

وهي نسبة الأرباح الموزعة لصافي الربح، وهذه النسبة تبين سياسة الشركة في توزيع الأرباح.

جدول ٥. ربحية سهم الشركة المصرية للغذاء خلال الفترة من عام ٢٠١١ - ٢٠١٥

(القيمة بالمليون جنيه)

السنة	صافي الربح العام	عدد الأسهم بالمليون	القيمة الدفترية للأسهم	نصيب السهم في ربح العام (جنيه/ سهم)	نسبة صافي الربح للسهم / القيمة الاسمية للسهم
٢٠١١	٤١,٤	١,٥	١٥٠	٢٧,٦	٢٧,٦%
٢٠١٢	٦٠,٣	١,٥	١٥٠	٤٠,٢	٤٠,٢%
٢٠١٣	٧٢	١,٥	١٥٠	٤٨	٤٨%
٢٠١٤	٨٠,١	*١,٥٢٩	*١٦٢,٥	٥٢,٣	٤٩,٣%
٢٠١٥	٨٥,٩	**١,٨٥٩	**٢٠٠	٤٦,٢	٤٣%
المتوسط السنوي	٦٧,٩			٤٢,٩	٤١,٦%
معدل التغير السنوي	١٦,٤%			١٤,٤%	١٣%

مقدار التغير السنوي = الحد الأعلى - الحد الأدنى / (طول السلسلة - ١)

معدل التغير السنوي = مقدار التغير السنوي / المتوسط الحسابي X ١٠٠

تم زيادة رأس مال الشركة بموجب قرار مجلس الإدارة بمبلغ ٥٠ مليون جنيه في شهر يوليو عام ٢٠١٤.

القيمة الاسمية للسهم ١٠٠ جنيه

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات قوائم التغير في حقوق الملكية، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥.

* تم سداد مبلغ ٥ مليون جنيه تمثل ١٠% من قيمة زيادة رأس المال في شهر يوليو عام ٢٠١٤.

* تم سداد مبلغ ٧,٥ مليون جنيه تمثل ١٥% من قيمة زيادة رأس المال في شهر ديسمبر عام ٢٠١٤.

* المتوسط المرجح للأسهم المدفوعة خلال العام ٢٠١٤.

** تم سداد مبلغ ٣٧,٥ مليون جنيه تمثل ٧٥% لاستكمال زيادة رأس المال المصدر البالغ ٥٠ مليون جنيه في شهر مايو ٢٠١٥ ليصبح رأس المال

المصدر مسدد بالكامل.

** المتوسط المرجح للأسهم المدفوعة خلال العام ٢٠١٥.

نسبة توزيع أرباح الشركة:

يبدو من جدول (٦) الذي يستعرض نسبة توزيع الأرباح الموزعة للشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن نسبة توزيع أرباح الشركة تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين أدناهما في بداية الفترة حوالي ٥٩%، وأعلاهما في عام ٢٠١٣ حوالي ٨٠%، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٥,٣%، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ٧,٨% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٦٧,٤%.

قيم الأرباح الموزعة:

يتضح من جدول (٦) الذي يستعرض نسبة توزيع الأرباح الموزعة للشركة المصرية للغذاء خلال فترة الدراسة، أن قيم الأرباح الموزعة تتذبذب بين الزيادة والنقصان بين حدين أدناهما حوالي ٢٤,٦ مليون جنيه، وأعلاهما حوالي ٥٧,٩ مليون جنيه، وقد بلغ مقدار التغير السنوي حوالي ٨,٣ مليون جنيه، أي أن معدل التغير السنوي بلغ حوالي ١٨% من المتوسط السنوي البالغ حوالي ٤٦,١ مليون جنيه.

جدول ٦. نسبة توزيع أرباح الشركة المصرية للغذاء خلال الفترة من عام ٢٠١١ - ٢٠١٥

السنة	الأرباح الموزعة	صافى الربح	نسبة التوزيع
٢٠١١	٢٤,٦	٤١,٤	%٥٩
٢٠١٢	٤٤	٦٠,٣	%٧٣
٢٠١٣	٥٧,٩	٧٢	%٨٠
٢٠١٤	٤٨,٥	٨٠,١	%٦٠,٥
٢٠١٥	٥٥,٣	٨٥,٩	%٦٤,٤
المتوسط الحسابي	٤٦,١	٦٧,٩	%٦٧,٤
معدل التغير السنوي	%١٨	%١٦,٤	%٧,٨

نسبة التوزيع = الأرباح الموزعة / صافي الربح × ١٠٠

المصدر: جمعت وحسبت من:

- الشركة المصرية للغذاء (فرجلو)، سجلات قوائم التغير في حقوق الملكية، بيانات غير منشورة، الفترة من عام ٢٠١١-٢٠١٥.

النتائج والتوصيات

من خلال الدراسة التطبيقية، فقد أمكن التوصل إلى عدد من النتائج المالية والاقتصادية التي تم الاستناد إليها في استخلاص عدد من التوصيات التي تساعد الشركة على زيادة كفاءتها الإنتاجية والتسويقية والمالية بصفة خاصة، وتعتبر مؤشرات يهتدي بها بالنسبة لشركات الصناعات التحويلية الغذائية الأخرى في مصر.

١- أن متوسطات التكاليف التسويقية السنوية بلغت نحو ٦٢ مليون جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٠% وأن المصروفات الإدارية بلغت نحو ١٩,٢ مليون جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٥,٦%. ويبدو من معدل تزايد بنود التكاليف التسويقية انه معدل عالي نسبياً، ولكنه يرجع إلى توسع الشركة في الإنتاج والتوزيع الخارجي، مما استلزم إقامة المعارض والتعامل مع عدد أكبر من الوكلاء.

٢- أن متوسطات الربحية السنوية في تزايد مستمر، حيث أن صافي الربح بلغ نحو ٦٨ مليون جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ١٦,٣%. وأن العائد على الأصول الذي يحققه صافي الربح نحو ٧,٩% بمعدل تغير بلغ حوالي

١٢,٣%. وأن العائد على حقوق الملكية الذي يحققه صافي الربح نحو ٢٦,٥% بمعدل تغير بلغ حوالي ١٤,٢%. ويبدو من ذلك أن الشركة تحقق صافي ربح سنوي بمعدل مرتفع نسبياً، مما يشير إلى نجاح الشركة من الناحية الإنتاجية والمالية أيضاً، حيث يمكنها من توزيع الأرباح، مما يضمن استمرارية نشاط الشركة في الإنتاج والتسويق.

٣- أن متوسطات السيولة السنوية للشركة خلال فترة الدراسة، تشير إلى أن النقدية نحو ٥٥,٤ مليون جنيه بمعدل تغير بلغ حوالي ٨٩,٧%، وأن نسبة الأصول المتداولة إلى الالتزامات المتداولة نحو ٨٤,٣% بمعدل تغير بلغ حوالي ٢٨,٨%. وأن الأصول المتداولة إلى إجمالي الأصول نحو ٤٧,٢% بمعدل تغير بلغ حوالي ٥,٧%. وأن السيولة النسبية نحو ٣٧% بمعدل تغير بلغ حوالي ٢٦,٣%. وهذا يبين الخطط الاستثمارية التي تتبعها الشركة وهي خطط إستراتيجية تتطلب مخاطر عالية في الاستثمار عن طريق زيادة في الاقتراض.

٤- أن متوسطات النسب الائتمانية السنوية للشركة خلال فترة الدراسة، تشير إلى أن نسبة الاقتراض إلى حقوق الملكية نحو ٢٢٠,٣%، بمعدل تغير بلغ حوالي

نشاط التصنيع الغذائي سواء في السوق المحلي أو السوق الأجنبي.

وتعتبر تلك النتائج مؤشرات مالية واقتصادية لهذه الشركات يمكن أن تهتدي بها في تصحيح أوضاعها المالية والاقتصادية ومواجهة المنافسين للعمل على استمرارية تواجدها في هذا النشاط الاقتصادي الزراعي القومي الهام.

المراجع

إبراهيم أمين محمد فتح الله، دراسة اقتصادية تحليلية لإنتاج الزيوت للشركة القابضة للصناعات الغذائية في مصر، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة كفر الشيخ، كفر الشيخ، ٢٠١٤.

أحمد أبو اليزيد الرسول، سامح محمد شهاب، مبادئ الاقتصاد الزراعي، قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، ٢٠١٨.

الجمعية المصرية للاقتصاد الزراعي، الأمن الغذائي المصري في ظل مخاطر الأسواق العالمية، المؤتمر الحادي والعشرون للاقتصاديين الزراعيين، نادي الزراعيين، القاهرة، ٢٠١٣.

السيد محمود الشرفاوي، رؤى نقدية بحثية في مجال العلوم الاقتصادية والاقتصادية الزراعية فيما بين النظرية والتطبيق، الجزء الثاني، قسم الاقتصاد وإدارة الأعمال الزراعية، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، ٢٠١٢.

السيد محمود الشرفاوي، حسنى حبيب متولي، مقدمة في التسويق الزراعي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، ٢٠٠٣ / ٢٠٠٤.

عاطف وليم أندراوس، التمويل و الإدارة المالية للمؤسسة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨.

عبد الغفار حنفي، أساسيات التحليل المالي ودراسات الجدوى، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٤.

عبد الله ثيان الثنيان، كمال سلطان محمد سالم، تقييم المشروعات الزراعية (نظريات -أسس- تطبيقات)، المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، ١٩٩٢.

١١,٤%. وأن الاقتراض إلى إجمالي الأصول نحو ٧١,٢%، بمعدل تغير بلغ حوالي ٤,٣%، إلا أن ارتفاع نسبة الاقتراض إلى حقوق الملكية قد يعد مؤشراً جيداً، لأن تكلفة الاقتراض أقل من تكلفة التمويل عن حقوق الملكية بسبب خصم تكلفة فائدة الاقتراض عند احتساب الضريبة. ويبدو من مؤشرات السيولة والنسب الائتمانية أن السياسة المالية التي تتبعها الشركة سياسة ذات مخاطر مالية عالية، تتطلب الحذر المالي خاصة في ظل الظروف الاقتصادية غير المستقرة حالياً في الاقتصاد المصري. وهنا ينبغي على الشركة إعادة النظر في سياساتها الائتمانية المالية في ضوء التغيرات الاقتصادية التي يمر بها الاقتصاد المصري.

٥- أن متوسطات نسب الهيكل السنوية للشركة خلال فترة الدراسة تشير إلى أن حقوق الملكية إلى الالتزامات ماعدا القروض نحو ٧٤,١% بمعدل تغير بلغ حوالي ١٣,٣%. وأن الالتزامات طويلة الأجل إلى إجمالي الالتزامات نحو ٢١,٦% بمعدل تغير بلغ حوالي ٢٥,٣%. وأن الالتزامات المتداولة إلى إجمالي الالتزامات نحو ٧٨,٤% بمعدل تغير بلغ حوالي ٧%.

ويبدو من ذلك أن الشركة تسعى إلى زيادة السعة من ناحية الإنتاج والتسويق، وكذلك في زيادة حجم الأصول الرأسمالية للشركة من ناحية أخرى، وذلك يعتبر أمراً جيداً، لكن، يجب التنويه بأن التوسع في حجم الأصول الرأسمالية له خطورة في حالة تدهور النشاط الاقتصادي للشركة، وهنا يجب التنويه بأن التغير في سعر صرف العملات الأجنبية، وتغير سعر الدولار الجمركي قد يتسبب في ارتفاع تكاليف الإنتاج والتسويق بشكل غير عادي.

وتجدر الإشارة إلى، أن تلك النتائج والتوصيات في غاية الأهمية بالنسبة لجميع الشركات العاملة في هذا المجال نظراً لأهمية الاقتصادية الكبيرة للشركة محل الدراسة في

محمد صالح الحناوي، نهال فريد مصطفى ورسمية زكى قرياقص،
أساسيات الإدارة المالية، الدار الجامعية للطباعة والنشر،
الإسكندرية، ٢٠١١.

Frank S. Budnick, Applied Mathematics for business,
Economics, and the Social Sciences, Fourth Edition, Mc
Graw-Hill, INC, New York State, International Edition,
1993.

Heady, Earl O., Dillon John L.; Agricultural Production
Function; Iowa state University Press, Printers Private
Limited, New Delhi-15, 1961.

Hoag, Arleen J. , Hoag John H.; Introductory Economics;
Third Edition, World Scientific, Publishing co pte Ltd,
Singapore, 2002.

Kotler, P; Marketing Management-analysis, planning,
implantation and Control, Prentice Hall, 10th Edition,
New Jersey, 2000.

Sober, Jean; Mathematics for Economics and Business , An
Interactive Introduction, Second Edition; Black well,
Publishing Ltd , 2004.

عصام الدين أبوعلفة، التسويق الدولي، مؤسسة طبية للنشر،
القاهرة، ٢٠٠٣.

عصام الدين أمين أبوعلفة، " التسويق " النظرية والتطبيق، الجزء
الأول، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية،
٢٠٠٢.

على يوسف خليفة، عبد النبي بسيوني عبيد، حسنى حبيب متولي،
محاضرات في السجلات والمحاسبة الزراعية، مركز
سروات للأبحاث، الإسكندرية، ١٩٩٩.

محمد إسماعيل عبد الحميد فرج، عبد اللطيف عطية القاق،
محاضرات في إدارة الأعمال المزرعية، الطبعة الأولى،
مكتب فلمنج للألة الكاتبة، الإسكندرية، ١٩٩٢.

ABSTRACT

The Economics of Production and Marketing of Products, The Egyptian Company for Food (Faragello) (Case Study)

Mohamed H. Attya, El-Sayed M. El-Sharkawy, Saad Z. Soliman

There is no doubt that the private sector has a large economic role in the national economy in general, and the food industries sector is particularly important because it has an effective role in producing and marketing the food products needed by the members of the society, as well as contributing to local self-sufficiency, New markets in the global market. It is therefore important to know the nature of this important production, marketing and export activity and its real role in the national economy. This requires an economic study of this productive activity of one of the private economic establishments, as a case study in terms of production and marketing carried out by the institution under study.

This study aims at evaluating the performance of one of the economic establishments and the role it plays in serving the society and the national economy, and then reaching a number of production, marketing, financial and economic indicators, which can be used to improve the performance of the economic institution under study and other similar establishments, The process that can be followed to increase production and raise the level of quality and increase marketing efficiency, all of which will be reflected in the financial aspects represented in reducing the costs of production and marketing and increase the return of economic activity in this area.

From the study of the productive activity of the company during the study period from 2011 to 2015 showed that the average quantities of the annual production of the company amounted to about 167.2 thousand tons of juices at a rate of change of about 22.3%, and for the dairy consumption of about 3954 thousand cartons at a change rate of about 19.4% , Vegetables about 634 thousand cartons at a rate of change of about 13%, and the stock of about 160.5 thousand cartons at a rate of change of about 23.1%, and cheese about 16.6 thousand tons, at a rate of change about -18.3%. The cost of production showed that average annual production costs of direct materials amounted to LE 581.8 million pounds, at a rate of change about 14.6%, direct wages of about 32.1 million

pounds, at a rate of change about 15.1%, indirect expenses of about 9% the average cost of production about 729.6 million pounds, at a rate of change about 14.2%.

The study of the company's sales showed that the average annual sales of the company during the period of study amounted to sales about 594 million pounds, at a rate of change about 15.5%, and dairy sales to about 183.8 million pounds, at a rate of change about 16.9%, and sales of cheese about 39.4 million pound, at a rate of change about 9%. The sales of vegetables reached about 50.8 million pounds, at a rate of change about 19.3%, and the sales of broth and powder reached 27.7 million pounds, at a rate of change about 14.5%.

The profits showed that the average dividend distributed was about 46.1 million pounds, at a rate of change about 18%. With an annual average of about 67.4% of net profit, at a rate of change about 7.8%. And the average share per share in the profits amounted to about 42.9 pounds at a rate of change about 14.4%. These results are financial and economic indicators for companies operating in the same activity, which can guide them in correcting their financial and economic conditions and facing competitors in order to continue their presence in this important national agricultural economic activity.

It should be noted that these conclusions and recommendations are very important for all companies working in this field due to the great economic importance of the company under study in the food processing activity both in the domestic market and the foreign market.

These results are considered financial and economic indicators for these companies, which can guide them in correcting their financial and economic conditions and facing competitors in order to continue their presence in this important national agricultural economic activity.

Keywords: production - marketing - economic activity