

البحث الثاني

Processed Chili Peppers for Export Markets: A Capital Budgeting Study on the AgroFood Company

Ayman A. Shelaby, Wael M. Semida, Daniel F. Warnock, and David Hahn

International Food and Agribusiness Management Review, Volume 14, Issue 1, 2011

English Summary:

The AgroFood Company, which currently exports fresh chili peppers to European clients, desires to expand the product mix offered. The company, as it expands its production of fresh peppers for export, has an increasing supply of grade 2 peppers that are unmarketable in Egypt. However, an attractive market for processed frozen chili peppers exists in Europe. To expand their client base, capitalize on a value added product, and minimize product waste, the AgroFood Company desires to develop processing practices for chili peppers produced in Egypt. The AgroFood Company would like to identify its options in the processed pepper market. An analysis of the company, competition, consumer, market channel, and conditions, provides insight into possible solutions to the challenges faced by the farm management. Designed for undergraduate classroom use, this case will provide students with an opportunity to evaluate the merits of business expansion into a high capacity, automated mechanical processing facility for grade 2 vegetables.

الفلل الحار المصنع لأسواق التصدير: دراسة لميزانية رأس المال على شركة أجروفود

ايمن شيلابي ، وائل صميده ، دانيال وارنوك ، ديفيد هان

المجلة الدولية لإدارة مشروعات الغذاء والزراعة – المجلد ١٤ – العدد ١ – ٢٠١١

الملخص باللغة العربية:

شركة أجروفود التي تصدر حالياً الفلفل الحار الطازج إلى العملاء الأوروبيين ، ترغب في توسيع مزيج المنتجات المعروضة. وحيث أن الشركة توسع إنتاجها من الفلفل الطازج للتصدير ، لديها فائض متزايد من الفلفل من الدرجة الثانية غير القابلة للتسويق في مصر. ومع ذلك ، يوجد سوق جذاب للفلفل الحار المجمد المعالج في أوروبا. لتوسيع قاعدة عملائها والاستفادة من منتج ذي قيمة مضافة وتقليل هدر المنتجات ، ترغب شركة أجروفود في تطوير عمليات معالجة للفلفل الحار المنتج في مصر و تود الشركة تحديد خياراتها في سوق الفلفل المصنع. يوفر تحليل الشركة ، والمنافسة ، والمستهلك ، والقنوات التسويقية، والبيئة نظرة ثاقبة على الحلول الممكنة للتحديات التي تواجه إدارة الشركة. تم تصميم هذه الحالة للاستخدام في الفصول الدراسية للطلاب الجامعيين ، وسوف توفر للطلاب فرصة لتقييم مزايا توسيع الأعمال التجارية في منشأة تصنيع عالية السعة للخضروات من الدرجة الثانية.