

أنشطة الشركة التجارية:

تعمل شركة عمان للمرطبات ش م ع ع في مجالات تعبئة وتوزيع المشروبات الغازية ومياه الشرب والعصائر بالإضافة إلى تجارة السلع الاستهلاكية المعبأة. تمتلك الشركة حقوق الإمتياز لإنتاج وتعبئة وتوزيع منتجات شركة بيبسيكو التي تشمل مجموعة المشروبات الغازية ومياه الشرب النقية " أكوافينا " إضافة إلى توزيع المشروبات غير الغازية ومنتجات الوجبات الخفيفة "فريتو ليو" مجموعة منتجات "كويكر" من منتجات الشوفان ومنتجات يورو كيك و مخبوزات و معجنات إيديتا ومنتجات شركة فروناري للآيس كريم (نستلة ، مونديليز ، ديل مونتي وغيرها) ومنتجات الألبان لعلامتين التجاريتين (بلدي & برادا) في جميع أنحاء سلطنة عمان. بالإضافة إلى ذلك، أطلقت الشركة مجموعة جديدة من المنتجات الغذائية المجمدة (Ns & K) في الربع الرابع من عام 2022. كما تقوم الشركة بإنتاج وتوزيع العصائر تحت علامتها التجارية الخاصة بها "توبفروت".

تأسست الشركة في عام 1975 كشركة مساهمة وبدأت عمليات الإنتاج بكميات صغيرة ومرافق تعبئة محدودة تم توسعتها من وقت لآخر كجزء من استراتيجيات التوسع والنمو في الأعمال التجارية لتلبية الطلب المتزايد في السوق.

توجد مصانع الإنتاج والتعبئة ومرافق التخزين المركزية في محافظة مسقط - الغبرة كما يوجد لديها عدد (9) فروع متواجدة في: الوافي، عبري، نزوى، صحار، صلالة، بخا، المصنعه، هيماء والمضيبي لتلبية احتياجات العملاء اليومية في جميع أنحاء سلطنة عمان.

حافظت شركة عُمان للمرطبات ش م ع ع خلال العام على شهادة الجودة في أنظمة إدارة السلامة الغذائية FSSC 22000 V4.1 و ISO 22000:2005 (FSMS).

بلغ عدد موظفي الشركة 785 موظفاً في نهاية العام الحالي وهم جميعاً على دراية تامة بأهداف الشركة التجارية التي ترضي وتلبي طموحات ومصالح جميع مساهمي الشركة.

استحوذت الشركة على شركة أطلس بوتلنج كربورسيون ، صاحبة حقوق الإمتياز من شركة بيبسيكو في الجزائر، إلى جانب حق التعبئة والتوزيع الحصري للسوق اعتباراً من 1 سبتمبر 2021.

الشركة لديها منشأة تصنيع واحدة في الجزائر العاصمة إلى جانب أربعة خطوط تصنيع بالإضافة الى مركزان للتوزيع وما مجموعه 732 فلف حتى نهاية العام يعملون على تحقيق أهداف وإستراتيجية الشركة.

في الوقت الحاضر، تقوم الشركة بتصنيع وتوزيع منتجات بيبسيكولا، ميرندا بعدة نكهات و سفن اب في ثلاثة عشر عبوة مختلفة، والإشتراك في تعبئة العلب المعدنية لدى طرف ثالث وتوزيعها في السوق. تحافظ الشركة على أعلى مستوى من الجودة ولها معيار عالمي لسلامة الأغذية للمستهلك من خلال اعتماد أداة التقييم الوقائي ISO 9001:2018 و ISO 22000:2018 معتمدة من (FSMS وAIB)

نظرة شاملة:

حققت الشركة الأم أرباحاً صافية بعد الضرائب مقدارها 7,778,837 ريال عماني على اجمالي إيرادات مقدارها 76,863,585 ريال عماني للعام 2022 مقارنة مع أرباح صافية بعد الضرائب مقدارها 9,609,771 ريال عماني على اجمالي إيرادات مقدارها 69,290,408 ريال عماني في عام 2021م مسجلة بذلك إنخفاض بنسبة 1% على صافي الارباح بعد الضرائب وارتفاع على اجمالي الإيرادات بنسبة 10.9%.

أما على مستوى مجموعة الشركات الموحدة لشركة عُمان للمرطبات، فلقد حققت المجموعة أرباحاً صافية بعد الضرائب مقدارها 7,697,574 ريال عماني على إجمالي إيرادات مقدارها 95,004,170 ريال عماني للعام 2022م، مقارنة مع أرباح صافية بعد الضرائب مقدارها 7,069,611 ريال عماني على اجمالي إيرادات مقدارها 73,686,228 ريال عماني في عام 2021م مسجلة بذلك إرتفاع بنسبة 3.9% صافي الأرباح بعد الضرائب ونسبة 28.9% في إجمالي الإيرادات.

التطلعات المستقبلية:

يتضمن هذا التقرير آراء وبيانات مستقبلية يمكن تحديدها باستخدام كلمات مثل “خطط”، “توقع”، “سوف”، “توقعات”، “إعتقادات”، “نوايا”، “مشاريع”، “تقديرات” أو بمفردات أخرى تحمل معاني مماثلة. كافة التقارير التي تتناول التوقعات أو الأفكار المستقبلية، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر بيانات بخصوص إستراتيجية نمو الشركة، تطوير المنتجات، حالة السوق، النفقات والنتائج المالية، كلها تقارير تدرج تحت مفهوم التطلعات المستقبلية.

المساهمين والقراء حذرون عندما يتعلق الأمر بمثل هذه البيانات والمعلومات الخارجية على الرغم من أنها تستند إلى مصادر يعتقد بأنها موثوقة ولكن لا يوجد هناك أي دليل يعزز دقتها أو شموليتها. علاوة

على ذلك، وعلى الرغم من أن الإدارة تتخذ أقصى درجات الحيطة والحذر لضمان أن الآراء التي تعرب عنها تحتوي على وجهة نظرها بما يخص معظم الجوانب المهمة التي لها تأثير جوهري على عمليات الشركة، إلا أنه يوجد دليل فعلي على أن ما يحمله المستقبل سيكون متطابقاً مع بعض أو كل الآراء المتصلة بتصورات الإدارة.

إضافة لذلك، إن المناقشة التالية تعكس تصورات حول قضايا أساسية حصلت لتاريخه والآراء التي تم الإعراب عنها هي عرضة للتغيير. إن الشركة غير ملزمة علانية بتحديث أو تعديل أي من هذه الآراء أو البيانات الخاصة بالتطلعات المستقبلية والواردة في هذا التقرير نتيجة لمعلومات حديثة وأحداث مستقبلية أو غير ذلك.

البيئة العملية:

شهد الاقتصاد العماني تحسناً ملحوظاً في عام 2022. بالعام السابق بسبب الزيادة في أسعار النفط العالمية والتي انعكست بشكل مباشر على تحسن العجز المالي والخارجي وتقليل الدين العام والخارجي كما هو متوقع في عام 2023. أظهر الانتعاش في عام 2022 ، مع نمو إجمالي الناتج المحلي غير الهيدروكربوني بنسبة 2.6 في المائة مع انتعاش الطلب الخارجي والذي عمل على تخفيف التضخم.

لا يزال سوق السلع المعبأة للمستهلكين في سلطنة عمان ضعيفاً ويرجع ذلك أساساً إلى تكيف مرسوم ضريبة انتقائية جديد على جميع المشروبات ذات الصلة بالمنتجات السكرية إلى جانب البيئة التشغيلية التي فرضت العديد من التحديات مثل القدرة على تحمل تكلفة جميع أنواع المشروبات جنباً إلى جنب مع المنافسة الشديدة في قطاع منتجات الوجبات الخفيفة في سوق محلي شديد الحساسية للسلوى اعتماد ضريبة القيمة المضافة (VAT) مؤخراً خلال أبريل 2021 زيادة إنفاق المستهلكين على السلع الاستهلاكية المعبأة. من ناحية أخرى ، أدى ركود أسعار المستهلكين على قنوات العملاء المتعددة إلى زيادة التحديات الحالية لبيئة الأعمال. كذلك زادت أسعار السلع الأساسية الرئيسية مثل الألومنيوم والسكر ومواد التغليف بنسبة كبيرة، كما أن تأثير سلاسل التوريد العالمية أدى إلى زيادة تكلفة النقل، وقد أثر ذلك سلباً على هوامش الأرباح. بالإضافة إلى التأثير السلبي للضغوط المتزايدة من الرسوم والنفقات المعدلة وسوق العمل وفاتورة الأجور.

الديناميات المتغيرة لبيئة العمل في سلطنة عمان التي تشمل في جملة أمور، تقييد توظيف الأجانب، ونقص القوى العاملة العمانية الماهرة. إن غياب سياسة التوظيف وتسريح الموظفين والتنقل للقوى العاملة العمانية الماهرة من القطاع الخاص إلى الوظائف الحكومية تخلق ضغوطاً إضافية على إيجاد بديل للقوى العاملة المؤهلة تأهيلاً مناسباً إلى جانب ارتفاع تكاليف التوظيف والأجور. وقد أثر اعتماد الضريبة الانتقائية الجديدة مؤخراً على منتجات مختارة بما في ذلك المشروبات الغازية ومشروبات الطاقة التي تشكل المحرك الرئيسي للإيرادات في الشركة على النمو وأسفر عن انكماش الإيرادات. ويزيد إلغاء الدعم المقدم للوقود والكهرباء والمياه إلى جانب زيادة الرسوم العامة والضرائب المباشرة والغير المباشرة من الضغط على عملية التصنيع والتوزيع.

منذ تأسيسها، لعبت الشركة دوراً رئيسياً في قطاع المشروبات الغازية والمشروبات في سلطنة عمان، واستمرت في أن تكون لاعباً رائداً في هذا السوق. وإلى جانب مجموعة بيبسيكو من المشروبات الغازية، أطلقت شبكة التوزيع على نطاق السلطنة العديد من المنتجات الأخرى في قطاع "المشروبات والعصائر" على مر السنين. وتتمتع منتجات الشركة، المدعومة بعلاقات العملاء الراسخة، برعاية المستهلكين المخلصين. يستمر سوق المشروبات في سلطنة عمان في النمو مع نمو السكان المحليين وكذلك تدفق القوى العاملة الوافدة إلى البلاد لتلبية متطلبات الاقتصاد المتنامي وتنوع الطلب على السوق. في سوق المواد الغذائية، وارتفاع الطلب على المنتجات ذات الجودة العالية والتنوع في السلع المعبأة جنباً إلى جنب مع المستهلكين في الوعي الصحي المتنامي قد أعطى الشركة اقتراحات للفئات الغذائية التي تعمل عليها لا سيما في قطاعات الوجبات الخفيفة المالحة والحلوة. وقد أدخلت الإدارة بالشراكة مع صاحب العلامة التجارية (بيبسيكو) خطاً جديداً لإنتاج منتجات مشروب الرياضة (جاتوريد) و(شاي ليبتون آيس العبوات البلاستيكية) بالإضافة إلى مجموعة منتجات العصائر (بدون سكر)، بالإضافة إلى حبوب الإفطار والخضروات المجمدة.

واصلت الشركة جهودها الرامية إلى الحد من تأثير الأسعار على المستهلكين، وقد تم باستمرار تحسين الكفاءة من مختلف تدابير مراقبة التكاليف والتكاليف الأمثل، على الرغم من تحديات زيادة أسعار بعض المواد الرئيسية المدخلات مقارنة بالعام السابق، وذلك بسبب ظروف سوق العمل الساندة.

تواصل الشركة السير بحذر في رحلتها "التوسع التجاري وتنوع المنتجات" لتلبية احتياجات مختلف شرائح المستهلك لتلبية احتياجات الاستهلاك المناسبة المتنوعة وأذواق المستهلكين المتنوعة.

الفرص والمخاطر:

تحتل الشركة مركز الريادة في سوق المشروبات الغازية في سلطنة عمان كما أنها لاعباً أساسياً في قطاع منتجات الوجبات الخفيفة. إلى جانب المخاطر المتزايدة على منتجات الشركة من قبل المنافسين في سوق المشروبات الغازية، إلا أن سوق المشروبات الغازية بشكل عام يواجه منافسة شرسة من قبل منتجات الألبان والعصائر ومنتجات المشروبات الأخرى، وقد أدى اعتماد الضريبة الانتقائية الجديدة التي تلتهها ضريبة القيمة المضافة على مجموعة كاملة من المنتجات السكرية بما في ذلك العصائر والمشروبات والوجبات الخفيفة الأخرى وما إلى ذلك إلى تهديد الإيرادات الإجمالية لمنتجات المشروبات والتي هي بمثابة المحرك الرئيسي للإيرادات للشركة. ومع تطبيق الضريبة الانتقائية، أدخلت الشركة مجموعة جديدة من العصير الخالي من السكر المضاف لتعزيز مكانة الشركة في سوق المشروبات والعصائر ونتيجة لتغير سلوك المستهلك وزيادة الوعي الصحي، فلقد قامت الشركة بتوسعة قاعدة منتجاتها من المنتجات التي تلائم هذا التوجه . في حين تتمتع الشركة بمركز الريادة في سوق المشروبات الغازية، إلا أنها تواجه منافسة شرسة من عدة منافسين في سوق مياه الشرب والعصائر وسوق الوجبات الخفيفة والآيس كريم. تتوقع الشركة توسيع قاعدة المستهلكين وتعزيز إيراداتها عن طريق التوسع المدروس والمخطط لمجموعة منتجاتها الغذائية والمشروبات.

الشركة تعمل بيئة تعزيز الأداء القائم على ثقافة الإدارة في المنظومة. تواصل الشركة جذب وتطوير والإبقاء على أفضل المواهب الوطنية المتاحة والمحافظة على نسبة دوران وظيفي معقولة خاصة بين المواطنين العمانيين. من ناحية أخرى، استمر ارتفاع فاتورة الأجور بسبب التقلبات الديناميكية بما في ذلك تخفيض أيام العمل الأسبوعية، والحد الأدنى في الرواتب بالنسبة للقوى العاملة المحلية وزيادة أجر العمل الإضافي وتأثير تمديد فترة الغياب بعد أيام العطل الرسمية المصرح بها من قبل القوى العاملة المحلة مما يؤدي إلى تشغيل عمالة محلية مؤقتة بأجور يومية أعلى.

إن تقلب الأسعار العالمية للسلع التي تعتبر عناصر أساسية وضرورية لعمليات الإنتاج اليومية قد يكون لها تأثير سلبي على ربحية الشركة الحالية والمستقبلية. تسعى الشركة للحد من الآثار السلبية لتقلبات الأسعار من خلال الرقابة الحثيثة والدخول في عقود آجلة لبعض المواد الخام الأساسية ومواد التعبئة والتغليف. علاوة على ذلك، فإن الشركة تراقب أيضا التغيرات الإقتصادية الجارية في المنطقة ، خاصة بدول مجلس التعاون الخليجي من خلال تطبيق الضريبة الإنتقائية وضريبة القيمة المضافة والتي قد تؤثر أيضا بشدة على أداء أعمالها وبالتالي استراتيجياتها الاستثمارية.

من جهة أخرى، إن ركود أسعار السلع الاستهلاكية بالإضافة إلى الضغط الناتج من انخفاض هامش الربح له تأثير كبير على السوق. لإمتصاص آثار ارتفاع تكاليف المواد الخام وتكاليف العمالة، تعمل الشركة بشكل وثيق مع السلطات المحلية واللاعبين الآخرين الأساسيين لمعالجة هذا الموضوع من أجل المصلحة العامة للإقتصاد والمستهلك العماني.

لدى الشركة استراتيجية تسويقية محددة جيداً، تعمل بموجبها بالتنسيق مع "شركة بببسيكو" وشركائها الآخرين تهدف إلى تنويع قاعدة إيراداتها من خلال توسيع وتنويع قاعدة منتجاتها الأساسية لتلبية رغبات وأذواق المستهلكين المختلفة بالتنسيق الدقيق مع المبادئ الرئيسية الأخرى.

أما بخصوص الاستثمارات الجديدة في الأعمال التجارية، نفذت الشركة تطبيق نظام المبيعات (SFA) ونظام إدارة المستودعات (WMS) لتوسع المستمر في قدراتها التصنيعية والتخزينية واللوجستية في مواقع الأعمال المختلفة لتحسين الكفاءة التشغيلية والتسويقية، كجزء من الهدف المتمثل في أن يكون الغرض مناسباً لمراكز التوزيع خارج مسقط. كما استثمرت الشركة في تعزيز قدراتها الإنتاجية خلال العام الحالي لتحقيق أهداف الأداء والكفاءة. كما استثمرت الشركة في تعزيز قدراتها الإنتاجية خلال العام الحالي لتحقيق أهداف الأداء والكفاءة. تستثمر الشركة بشكل كبير ومنتظم في صيانة خطوط الإنتاج الحالية، والتخزين المتوافق مع اللوائح المعمول بها في سلطنة عمان، وقدرات التوزيع الخاصة بالشركة ومعدات التسويق، مع التركيز على تحسين الكفاءة التشغيلية بالإضافة إلى زيادة عدد العملاء. ومن خلال شركتها التابعة (مشاريع الروضة المتكاملة للتجارة والاستثمار "ش م م")، تقوم الشركة وبصفة مستمرة باستكشاف فرص جديدة مناسبة لنمو اعمالها.

علاوة على ذلك، تقوم شركة عمان للمرطبات ش م ع ع بمتابعة "المبادرات الخضراء" التي تم إنشاؤها لإدارة النفايات السائلة والصلبة الناتجة عن عمليات الإنتاج والتعبئة. وقد تم تدريب الموظفين بشكل منتظم على مختلف الجوانب المتعلقة بالصحة وسلامة البيئة العملية مع التركيز على تعزيز معايير الصحة والسلامة والبيئة في كافة عمليات التشغيل في المصنع ومواقع العمل المختلفة التي أظهرت فوائد كبيرة في حماية أصول الشركة من حوادث غير المتوقعة. لقد أثبتت هذه التدابير فاعليتها بمراجعة النتائج الملموسة لعمليات التدقيق غير المعلنة التي تقوم بها منظمات دولية ومحلية مستقلة.

إن الشركة مشارك نشط حيث تقوم وبشكل مستمر بمساندة المبادرات التي تُعنى بحفظ البيئة ، وبالتعليم ، وتطوير المجتمع ، خلال عام 2022 كزت استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة على دعم مركز الأمل للمعاقين (وزارة الدفاع) والهيئة الخيرية العمانية ، وقد ساهمت الشركة بمبلغ 42 ألف ريال عماني في جميع أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركات خلال عام 2022لتتزم الشركة بمتابعة استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة في عام 2023 بهدف التأثير بشكل إيجابي على المجتمعات في جميع أنحاء السلطنة.

علاوة على ذلك، نفذت الشركة العديد من أنشطة "التعليم والتطوير" لموظفيها خلال 2022من طريق إنشاء فريق متمكن من إدارة الموارد البشرية للتركيز على كافة أنشطة "التعلم والتطوير". تواصل الشركة الاستثمار في الموارد البشرية – سواء وطنية أو وافدة - من خلال عمليات التقييم وتطوير المهارات المهنية في وظائفهم بشكل عام وتعزيز المهارات الفردية بشكل خاص لضمان قيام الموظفين بالمسؤوليات الملقاة على عاتقهم بكفاءة وإنتاجية محددة.

تقوم الشركة وبشكل نشط في تطوير القوى العاملة الوطنية لتمكينها من تقلد مناصب عليا في الهيكل التنظيمي للشركة من خلال رعاية الموظفين ذوو الإمكانات العالية لتكملة تعليمهم العالي. لقد حافظت الشركة بصفة مستمرة على نسبة تعمين أعلى من المتطلبات القانونية وتواصل الشركة تشجيع وتوظيف القوى العاملة الوطنية في كافة الوظائف المتاحة. تلاحظ الشركة الآثار الإيجابية لهذه التدابير في تنمية قدرات الموظفين ورعايتهم وتبسيط سياسات وممارسات إدارة الموارد البشرية مما ساعد على انخفاض معدلات دوران الأيدي العاملة الوطنية.

وستكون استراتيجية الاستثمار في الجزائر داعم للنمو بمنظور متوسط إلى طويل الأجل. وفي حين أن الإدارة تركز من منظور قصير الأجل على تحويل الأعمال التجارية الجديدة من خلال تحسين الاستراتيجية وتحسين الإجراءات والاستثمار في الإنتاجية.

الأداء المالي والتشغيلي:

على الرغم من التحديات الاقتصادية الناشئة عن ضريبة الإنتاج على تنفيذ المنتجات المحلاة ومنتجات السكر في أكتوبر 2020 ، وتنفيذ ضريبة القيمة المضافة في أبريل 2021آصلت شركة عمان للمرطبات

رحلة أداؤها الناجحة في عام 2022م مساعدة استراتيجيات تسويقية مبتكرة ومكثفة والتركيز على أعمال التصدير مع ظروف السوق الصعبه مثل المستهلكين الحساسين للغاية للأسعار، والعادات الاستهلاكية المتغيرة ، والعصائر والمياه ومنتجات الوجبات الخفيفة ذات القدرة التنافسية العالية حيث سجلت حقق حجم المبيعات الإجمالي للمجموعة نمواً بنسبة 48.2٪ ونمو حجم الشركة الأم بنسبة 5.3٪

من ناحية أخرى، واصلت تكاليف التشغيل بالارتفاع خاصة تكاليف المواد الأساسية (عدم القدرة على التنبؤ بأسعارها المتقلبة)، وارتفاع فاتورة العمالة مما أثر سلباً على هوامش التشغيل وعلى كفاءة عمليات التشغيل، كل هذه العوامل أدت الى إنخفاض النمو في صافي الأرباح خلال عام 2020م مقارنة مع 2021م على النتائج المالية على مستوى الشركة.

الأداء الاجتماعي و الحوكمي:

نجحت المجموعة الشريكتكّاه قضية الحفاظ على المنظومة الاجتماعية والحوكمة ، وقد حققت ذلك من خلال تبني أفضل الممارسات العالمية داخل المجتمع والسوق الذي نعمل به. استثمرت الشركة الأم واستخدمت أفضل التقنيات والعمليات لتوفير استخدامات المياه وإعادة تدوير المياه المستخدمة وتقليل استخدامات البلاستيك. خفّضت الشركة 1.3 مليون لترًا من المياه و 63 طنًا من استهلاك البلاستيك.

وبنفس الروح لتقليل استهلاك الطاقة وتعويض ثاني أكسيد الكربون عن طريق توليد الطاقة من المصادر الخضراء ، تعمل الشركة على مشروع الطاقة الشمسية لتوليد 460 كيلوواط في موقع التصنيع النهائي في مسقط ، سيتم نقل هذا المشروع إلى مرافق الشركة الأخرى في جميع أنحاء السلطنة.

تؤمن الشركة بالثناء و رد الجميل للمجتمع ودعم الأسباب ذات الصلة. وعليه ساهمت الشرفيّة بناء مركز الأمل للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة ، كما أن الشركة داعم قوي لجمعية الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة ".

الأداء حسب المنتجات المختلفة:

تعمل الشركة في قطاع "المشروبات والعصائر" وكذلك استيراد وتوزيع المواد الغذائية. فيما يلي مساهمة المنتجات المختلفة في إجمالي مبيعات الشركة (المبيعات بآلاف الكراتين):

فئة المنتج	2022م	2120م	نسبة الزيادة / النقص
المشروبات الغازية	16,508	16,057	2.8%
مياه الشرب	2,907	2,936	(1.0%)
العصائر	2,426	1,708	42.1%
مشروبات أخرى	260	201	29.4%
منتجات المواد الغذائية	2,204	1,778	23.9%
مبرد و مجمد	254	201	26.4%
عمان ريفكو – محلي	24,560	22,881	7.3%
تصدير	4,441	4,673	(5.0%)
المجموع الكلي	29,000	27,554	5.3%

ملاحظة: البيانات أعلاه لا تشمل الشركة العربية لأجهزة البيع الآلي (ش.م.م) و شركة أطلس بوتلنج كربورسيون.

المؤشرات المالية لشركة عُمان للمربطبات ش م ع ع:

	2022	2021	2020	2019	2018
	(ريال)	(ريال)	(ريال)	(ريال)	(ريال)
الإيرادات	76,863,585	69,290,408	63,441,144	63,169,098	75,895,580

إجمالي الربح	27,322,217	26,276,327	26,796,019	25,361,421	31,451,701
الأرباح قبل الضرائب	9,149,245	11,324,724	10,246,070	9,927,787	13,874,869
الضرائب	(1,370,408)	(1,714,953)	(1,565,153)	(1,465,220)	(2,081,268)
صافي الأرباح بعد الضرائب	7,778,837	9,609,771	8,680,917	8,462,567	11,793,601
توزيعات نقدية	3,000,000	3,000,000	2,500,000	2,500,000	3,750,000
صافي حقوق المساهمين	81,125,497	76,346,660	69,236,889	63,055,972	58,343,405

* توزيعات الأرباح المقترحة لعام 2022م تخضع لموافقة المساهمين في اجتماع الجمعية العامة العادية السنوية القادم.

المؤشرات المالية الموحدة للمجموعة:

	2022	2021	2020	2019	2018
	(ريال)	(ريال)	(ريال)	(ريال)	(ريال)
الإيرادات	95,004,170	73,686,228	63,962,261	63,765,515	76,024,055
إجمالي الربح	30,661,074	26,505,347	26,975,935	25,582,660	31,530,131
الأرباح قبل الضرائب	8,988,730	8,865,291	10,152,901	9,935,665	13,895,500
الضرائب	(1,291,156)	(1,795,680)	(1,567,703)	(1,479,619)	(2,086,312)
صافي الأرباح بعد الضرائب	7,697,574	7,069,611	8,585,198	8,456,046	11,809,188
توزيعات نقدية	3,000,000	3,000,000	2,500,000	2,500,000	3,750,000
صافي حقوق المساهمين	78,610,624	73,471,743	69,139,795	63,054,597	58,348,551

الختام:

ستواصل الشركة سياسة توسيع وتنوع قاعدة منتجاتها لتلبية احتياجات ورغبات المستهلكين المتفاوتة من خلال تقديم منتجات عالية الجودة واعتماد استراتيجيات توزيع مبتكرة تضمن وصول كافة منتجاتها إلى جميع المستهلكين.

علاوة على ذلك، الإستحواذ الجديد في الجزائر سيؤدي للوصول الى زيادة التنوع في النطاق الجغرافي وتحسين فرص النمو. إن خطط نمو الشركة تعتمد في الأساس على نجاح جهودها في الإستفادة من نمو وتنوع الطلب في السوق وتبني نظام توزيع نوعي ومميز لكافة منتجاتها والتركيز على تطوير الكفاءات المهنية وتحسين تكاليف الإنتاج وتطوير الموارد البشرية لتلبي الاحتياجات المتزايدة للسوق.

بعد أن أشرنا إلى كافة الاستعدادات الداخلية التي تم اتخاذها من قبل الشركة، نرى من الضروري أيضا عدم التقليل من شأن الأوضاع الاقتصادية الإقليمية والمحلية ومختلف التدابير التي تتخذها السلطات الحكومية ~~مقتل~~ الرسوم ومراجعة معدل الضريبة، والضرائب الجديدة المقترحة، وتقليل الدعم، للتخفيف من العجز المتزايد في الميزانية بسبب انخفاض أسعار النفط. على الرغم من أن الرؤية غير واضحة في المستقبل القريب في الظروف الاقتصادية العامة للمنطقة بسبب جائحة كورونا كوفيد-19 وأسعار النفط الغير مستقو~~مع~~ ذلك، تعتقد الشركة بأنها في وضع جيد في قطاع أعمالها نظراً لنهجها الحذر الذي تعتمده في التوسع بشكل انتقائي وإضافة منتجات جديدة، في حين تستمر الشركة في تحسين الكفاءات العملية الداخلية وتحسين مدة الاستجابة لمتطلبات السوق، على خلفية سمعة علاماتها التجارية القوية والعلاقات التجارية المميزة القائمة مع العملاء.