

الشركة المصرية للمنتجات السياحية
 تقرير إدارة الشركة عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٩/٣/٣١

السادة المساهمين المحترمين،

يشرفني أن أعرض على سيادتكم تقرير إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٩/٣/٣١.

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ٢٩,١ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٣٣ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٨/٣/٣١، هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال الفترة مبلغ ٨,٢ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١٦,٢ مليون جنيه مصري خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٨، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ٢٠,٩ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١٦,٨ مليون جنيه مصري خلال الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٨/٣/٣١.

ويلقي الجدول التالي الضوء على بنود الإيرادات بشكل أكثر تفصيلاً:

الإيراد	الربع الأول - ٢٠١٩	الربع الأول - ٢٠١٨
	(مليون جنيه مصري)	(مليون جنيه مصري)
أولاً: المبيعات المتعاقد عليها:		
تعاقداً مبيعات أراضي	---	---
تعاقداً مبيعات جمران	٦,٠	١٩,٥
تعاقداً مبيعات طوايا	١٩,٧	٩,٩
تعاقداً مبيعات Bay Village	٥٧,٠	---
إجمالي المبيعات المتعاقد عليها	٨٢,٧	٢٩,٤
ثانياً: إيرادات النشاط:		
مبيعات أراضي	---	---
مبيعات جمران (أراضي ومباني فيلات)	٤,٧	٤,١
مبيعات طوايا	٣,٠	١١,٤
إيجارات محلات وإيرادات أخرى	٠,٥	٠,٧
إجمالي إيرادات النشاط	٨,٢	١٦,٢
ثالثاً: إيرادات الخدمات المؤداة:		
خدمات توريد مياه	٤,٧	٤,١
خدمات توريد كهرباء	٨,٠	٦,٥

خدمات توريد مياه ري	٠,٦	٠,٦
خدمات اتصالات	٠,٢	٠,٢
خدمات المنتجع	٥,٤	٧,٤
إجمالي إيرادات الخدمات المؤداة	١٦,٨	٢٠,٩

وقد بلغت صافي الخسارة بالقوائم المالية المجمعة ٥,٥ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي ربح قدره ٠,٧ مليون جنيه مصري في الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٨/٣/٣١، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح/الخسارة بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي خسارة ٨,٧ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٩/٣/٣١ وصافي خسارة ٠,٦ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٨/٣/٣١.

ويرجع السبب الأساسي لتحقيق الشركة لخسائر هو استمرار سياسة الشركة في الحد من عمليات بيع الأراضي وذلك لتحجيم العرض والحفاظ على القيمة السوقية للأراضي على المدى الطويل وذلك على الرغم من تلقيها عددا من عروض الشراء الجادة، وقامت عوضا عن ذلك بالتركيز على بيع وحدات الإسكان السياحي مع الأخذ في الاعتبار الفروق الكبيرة بين الاستراتيجيتين وكذلك الفروق المحاسبية التي تجعل الشركة لا تتمكن من الاعتراف بإيراد بيع الوحدة إلا بعد تسليمها للعميل مما يؤدي إلى تأخر الاعتراف المحاسبي بالمبيعات التعاقدية حيث أن دورة الإنتاج في صناعة التطوير العقاري والوقت اللازم لتسليم المنتجات تتطلب ما بين ٣-٤ سنوات، لذلك فإن تحقيق إيرادات من المبيعات التعاقدية التراكمية سيظهر أثره في بيان الأرباح والخسائر بداية من نهايات ٢٠١٩ فصاعداً.

إنجازات الشركة خلال الفترة:

- بدأت الشركة المصرية للمنتجات السياحية منذ فترة توجهاً استراتيجياً جديداً يتبلور في إعادة تركيز جهودها ومواردها على نشاط التطوير العقاري باعتباره المصدر الرئيسي للنمو بدلاً عن أنشطة بيع الأراضي. واتخذت الشركة هذا القرار نتيجة لتباطؤ عمليات التطوير وتعثر المستثمرين والمطورين الفرعيين في سداد التزاماتهم المالية الخاصة بمنتج سهل حشيش السياحي، بالإضافة إلى التقلبات الكبيرة في مبيعات الأراضي. واستناداً لهذا التوجه الجديد، عكفت إدارة الشركة على تبني عملية إعادة هيكلة لأنشطتها يتم بمقتضاها تركيز الجهود بشكل أساسي على عملاتها من الأفراد والمنتجات من الوحدات العقارية سواء السكنية أو التجارية، بدلاً من الاعتماد على عملاتها من الشركات وبيع الأراضي. وطبقاً للاستراتيجية الجديدة، قامت الشركة بتخصيص جزء مهم من مواردها لرفع قدرات أقسام المبيعات والتسويق وخدمة العملاء وتكنولوجيا المبيعات والتصميم وإدارة المشروعات والعقود سعياً لتعزيز مستويات النمو المستهدفة خلال المرحلة القادمة، حيث تضخ الشركة استثمارات ملموسة ومتواصلة لبناء شبكة مبيعات متطورة، فضلاً عن تعزيز العلامة التجارية لكل من الشركة المصرية للمنتجات السياحية وأيضاً منتج سهل حشيش السياحي. ووجهت الشركة أيضاً موارد إضافية لتطوير نظم الحاسبات للفريق الإداري وفريق تكنولوجيا المعلومات. بالتزامن مع ذلك، تم تخفيض الموارد المخصصة لأنشطة تطوير المخطط العام. ومن المتوقع أن تؤدي مبادرة إعادة توزيع الموارد بمرورها الإيجابي وتأثيرها الكبير والمتنامي على مدار السنوات الخمس المقبلة، مع الاستمرار في تخصيص الحد الأدنى من الموارد لنشاطات بيع الأراضي والبنى الأساسية.
- أطلقت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) مشروع "باي فيليج" (Bay Village) وهو مشروع مقام على مساحة نحو ١١ ألف متر مربع وتبلغ إجمالي مساحته البنائية القابلة للبيع نحو ١٨,٥٠٠ متر مربع تقريباً، ويقع بالقرب من مشروع طوايا (داخل "المدينة القديمة")، وقامت بتصميمه شركة MA Architects الرائدة في مجال الهندسة المعمارية. ووفقاً للتصميمات المبينة يضم المشروع الجديد ٩ مجمعات سكنية تحتوي على نحو ٢٠٢ وحدة سكنية تطل على حمامي سباحة ومطعم لخدمة ملاك الوحدات بالإضافة إلى مركز للتسوق.
- وسوف يساهم المشروع الجديد في تنويع المشروعات العقارية التي تقدمها الشركة فضلاً عن تلبية احتياجات المستثمرين على الساحتين المحلية والدولية الذين يتطلعون إلى الاستثمار في سوق المنازل الثانية في مصر.
- وقد قامت الشركة بفتح باب الحجز لوحدات المرحلة الأولى في الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ٢٠١٨، وقد جاءت معدلات الحجوزات مباشرة حتى الآن حيث بلغت إجمالي المبيعات التعاقدية نحو ١٣٩,٣ مليون جنيه مصري بما يعادل نحو ٣٨% من إجمالي المبيعات المخططة للمشروع، ومن المتوقع أن يتم الانتهاء من جميع مراحل بناء وتنفيذ المشروع بحلول عام ٢٠٢٣.

- استمرت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) في مجهوداتها لتسويق وبيع شقق مشروع طوايا ذات التشطيب المتميز في ظل تحالفها الاستراتيجي مع شركة "بالم هيلز"، وقد أسفرت تلك الجهود التسويقية عن زيادة واضحة في معدلات التعاقدات والحجوزات حيث بلغت إجمالي المبيعات التعاقدية نحو ٢٧٥,٩ مليون جنيه مصري بما يعادل نحو ٨٤% من إجمالي المبيعات المخططة للمشروع.
- تكف الشركة المصرية للمنتجات السياحية على معالجة بعض المشكلات القديمة وأهمها تحصيل المستحقات المالية القائمة على عملائها من الشركات من خلال وسائل متنوعة مثل إعادة جدولة الديون، ومبادلة ديون مقابل أسهم وأصول، ومردودات المبيعات/الفسخ التعاقدية.
- وبالفعل تمت إعادة جدولة أرصدة بعض المستثمرين المؤثرين بمنتج سهل حشيش خلال العامين الماضيين وجرى تحصيل مديونياتهم تجاه الشركة، وقد حدث تقدم في عملية التحصيل للمديونيات المتأخرة بدءاً من الربع الثالث من عام ٢٠١٨ وذلك بفضل المفاوضات التي تقوم بها الإدارة العليا.
- وتقوم إدارة الشركة حالياً بالتفاوض مع عدد من المستثمرين والمطورين بغرض إعادة جدولة وهيكله مديونياتهم المتأخرة، ومن المتوقع أن يتم تسوية مديونيات تصل قيمتها إلى ما يقرب من ٦٠٠ مليون جنيه مصري في الفترات القادمة.
- تواصل الشركة مجهوداتها التسويقية لترويج الفيلات المتبقية من مشروع جمران حيث من المتوقع الانتهاء من بيع الفيلات المتبقية في ٢٠١٩.
- واصلت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) مجهوداتها الترويجية للترويج للمنطقة التجارية بالمدينة القديمة، وقد تكلفت تلك المجهودات بتوقيع عدد من عقود الإيجار الجديدة لعدة محال تعمل في مجالات متنوعة لضمان تقديم وتوفير عدد أكبر من السلع والخدمات للسادة قاطني المدينة والمترددين عليها مما يساعد على جعل "المدينة القديمة" مركزاً حيوياً داخل سهل حشيش.
- واصلت الشركة تنفيذ سياساتها التي تهدف إلى جذب عدد أكبر من الزائرين إلى المدينة عن طريق تنظيم العديد من الفعاليات الترفيهية والرياضية والاجتماعية لزيادة عدد المترددين على المنتج ككل كما تم تنظيم بعض الفعاليات خصيصاً لدعم المحال والمطاعم التي تواجدت حديثاً داخل سهل حشيش.

الرؤية المستقبلية

سوف تعمل الشركة على تطوير نموذج العمل وذلك كما يلي:

- (١) أن تقوم الشركة بإطلاق مشاريعها العقارية الخاصة بها وبالاعتماد على قدراتها التمويلية الذاتية، حيث تقوم الشركة حالياً باستكمال الدراسات والتصميمات والتراخيص والموافقات الخاصة بعدد من المشاريع العقارية السكنية المتميزة التي تستهدف تقديم مزيج متنوع ومتكامل من المنتجات العقارية التي تناسب عدد أكبر من الشرائح التسويقية حيث يبلغ عدد الوحدات المتوقع طرحها في عام ٢٠١٩ عدد ٦٠٠ وحدة بمساحات وتصميمات متنوعة. كما ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها لتسويق مشروع "باي فيليج" و"طوايا" واللذان يشملان طرح وحدات اسكان سياحي متنوعة بمشروع المدينة القديمة داخل مدينة سهل حشيش.
- (٢) أن تتجه الشركة للاستثمار في أصول عقارية منتجة تدر عوائد دورية ويتضمن ذلك الفنادق والشقق الفندقية وقطاع الضيافة بشكل عام، وبناء على ذلك فقد وضعت الشركة خطة متكاملة لإحياء المدينة القديمة وإعادة تخطيطها وتطويرها ثم شرعت في تطبيقها، فقد قامت بعملية إعادة تخطيط شاملة للمدينة القديمة تتضمن بداية تحديد السلع والخدمات المطلوب توافرها ثم تحديد المنافذ والمحال والمناطق المناسبة لبيع كل سلعة وتقديم كل خدمة، كما تم إعادة تخطيط المناطق العامة. وبالإضافة إلى ذلك طبقت معايير جديدة أكثر صرامة عند اختيار المستأجرين الجدد لضمان جودة السلع والخدمات التي يقدمونها وأيضاً التطوير الشامل العام للمنطقة والحفاظ عليه. ومن الجدير بالذكر أن الشركة تولي اهتماماً خاصاً للمنطقة القديمة حيث تعتبر مكوناً رئيسياً (بأجزائها السكنية والتجارية) في استراتيجية الشركة في تنوع مصادر الإيرادات وكذلك استراتيجيتها في العمل على خلق مجتمع من الساكنين المصريين، كما تولي الشركة اهتماماً كبيراً للمشروعات ذات العائد الدوري ولذلك تقوم الشركة حالياً باستكمال الدراسات الخاصة بالاستثمار في مشروعات الضيافة بشكل عام (مثل الفنادق والشقق الفندقية)، كما تعمل الشركة على تطوير قطاعي بيع الخدمات وكذلك الأنشطة المرتبطة بإدارة المنتج ورفع كفاءة التحصيل للقطاعين.

٣) تعمل الشركة على تطوير ورفع قيمة بنك الأراضي الخاص بالشركة والبالغ نحو ٣,٤ مليون متر مربع، كما تعمل على استكمال الموافقات اللازمة لإجراء بعض التعديلات في المخطط العام مما يمكن من زيادة بنك الأراضي المتاح للاستخدام وكذلك زيادة قيمته، حيث تقوم الشركة بإعادة تنظيم قطاع المخطط العام/ وبيع الأراضي ليلبي رغبات وأذواق المستثمرين التجاريين ومطوري الفنادق. وكانت السنوات الأخيرة قد شهدت إقبالا كبيرا على قطع الأراضي من مستثمري ومطوري المشروعات السكنية ومن المتوقع أن يتزايد الطلب في الفترة المقبلة على شراء الأراضي من الشركة من أجل تطوير مشروعات فندقية وذلك في ضوء تحسن القطاع السياحي في مصر. وقد أدرجت الشركة في خططها بيع ١٠٠ ألف متر مربع من أراضيها سنوياً للمستثمرين التجاريين والسياحيين، بينما أوقفت الشركة في الوقت ذاته مبيعات الأراضي المخصصة لمشروعات سكنية بداية من 2018 فصاعداً. وتتركز أولوية الشركة في المستقبل على تطوير مشروعات سكنية على ما تملكه من أراض غير مطورة، حيث تشير تقديرات الشركة إلى أن تلك الأراضي تكفي لتوليد مبيعات سكنية على مدار ال 15 سنة المقبلة. ومن المقرر أن يساهم الحد من عرض وبيع قطع الأراضي إلى تعزيز قيمة محفظة الشركة وخلق توازن بين العرض والطلب على العقارات السكنية في السنوات الخمس المقبلة داخل منطقة سهل حشيش.

٤) يُعتبر تطوير المرافق الفندقية لمنتجع سهل حشيش السياحي أحد أهم أركان النجاح في القطاع العقاري للشركة المصرية للمنتجات السياحية على مدار السنوات الخمس المقبلة، حيث تركز استراتيجية الشركة على تجديد الحي التجاري ومتاجر التجزئة بالمدينة القديمة لخدمة القاعدة العريضة من رواد المنتجع السياحي. وقد أعادت الشركة بالفعل تخطيط الحي وبدأت عملية تجديد متعددة النواحي تشمل تجديد الشاطئ والممشى والمنشآت. وتسعى إدارة الشركة إلى اجتذاب متاجر التجزئة ومقدمي الخدمات الشاملة كالبنوك والمطاعم والعيادات الصحية ومتاجر الأغذية لإتاحة كافة وسائل الراحة لرواد منتجع سهل حشيش السياحي. وتعمل الشركة أيضاً على توفير الدعم للمستأجرين ومقدمي الخدمات، وذلك من خلال عقود إيجار جذابة وجدول فاعليات يستمر طوال العالم، فضلاً عن توقيع اتفاقات توريد تفضيلية وأنشطة رعاية تجارية معهم. وتعكف الإدارة على تطوير شبكة انتقالات داخل المنتجع لضمان وصول رواد المنتجع للمدينة القديمة والخروج منها بسهولة، وهي الخدمات التي سيستغرق تطويرها سنوات حتى تصل لمستوى الاستدامة.

٥) سوف تكثف الشركة جهودها التسويقية خلال الفترة القادمة من خلال حملات إعلانية وأنشطة متواصلة في سهل حشيش بهدف الاستحواذ على نصيب أكبر من السوق وزيادة المدينة لنشاطها، ومواصلة العمل على خلق مجتمع من المصريين يترددون بشكل دوري على المدينة مما يساعد في زيادة الحركة داخلها وجعلها أكثر جاذبية للاستثمارات، وتهدف الحملات الإعلانية للشركة إلى بيان المميزات التي تنفرد بها سهل حشيش كمدينة متكاملة.

مساهمة الشركة خلال العام في تنمية المجتمع:

خلال الربع الأول من عام ٢٠١٩ وفي إطار حرص الشركة على المساهمة في حماية البيئة ومساعدة الأسر من ذوي الاحتياجات الاجتماعية وكذلك الاستفادة من الورق الفائض، قامت الشركة بالتبرع بكميات من الورق الفائض والمستعمل (أكثر من ١٥٠ كيلو جرام) الي جمعيات تنمية المجتمع، حيث تقوم الجمعيات بإعادة تدوير الورق للاستفادة من عائدته والحفاظ على البيئة والحد من انتشار المخلفات الورقية.

وتأتي هذه المبادرات من الشركة تأكيدا على إيمانها بالمسؤولية المجتمعية للشركات كاداة فعالة لدعم المجتمع المصري.



الاسم : وائل مسعد فرج محمد الحتو

الوظيفة : العضو المنتدب

التوقيع : 

التاريخ : ١٣ مايو ٢٠١٩