

الشركة المصرية للمنتجات السياحية
تقرير إدارة الشركة عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٦/٣٠

السادة المساهمين المحترمين،

يشرفني أن أعرض على سيادتكم تقرير إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٦/٣٠.

نتائج أعمال الشركة المصرية للمنتجات السياحية:

حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المستقلة قدرها ١٤٣,٣ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١١,٨ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠، في حين بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المستقلة ٣٩,٦ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي خسارة قدرها ٤,١ مليون جنيه مصري عن فترة الستة أشهر المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠.

كما حققت الشركة إجمالي إيرادات بالقوائم المالية المجمعة قدرها ١٤٩,٦ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ١٦,٣ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠، هذا وقد بلغت إيرادات النشاط بالقوائم المالية المجمعة خلال الفترة مبلغ ١٢٠,٣ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٥,٩ مليون جنيه مصري خلال نفس الفترة من عام ٢٠١٦، في حين بلغت إيرادات بيع الخدمات المؤداة ٣٠,١ مليون جنيه مصري مقارنة بـ ٢٠,١ مليون جنيه مصري خلال الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠.

وقد بلغ صافي الربح بالقوائم المالية المجمعة ٦١ مليون جنيه مصري مقارنة بصافي خسارة قدرها ٣٦,٩ مليون جنيه مصري في الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠، هذا وتبلغ حصة الشركة المصرية للمنتجات السياحية في الربح/الخسارة بعد استبعاد حقوق الأقلية عن الفترتين: صافي ربح ٥٦,٣ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٧/٦/٣٠ وصافي خسارة ٢٩,٨ مليون جنيه مصري عن الفترة المالية المنتهية في ٢٠١٦/٦/٣٠.

وتظهر قواعد البيانات المالية للقوائم المالية المستقلة التحصيلات النقدية التالية:

المتحصلات النقدية	النصف الأول - ٢٠١٧ (مليون جنيه مصري)	النصف الأول - ٢٠١٦ (مليون جنيه مصري)
بيع الأراضي والوحدات السكنية	٦٨,٢	٢٧,٤
بيع الخدمات وأتعاب إدارة المدينة	١٤,٨	١٢,٥
إجمالي المتحصلات النقدية	٨٣	٣٩,٩

ويرجع سبب ارتفاع التحصيلات النقدية إلى تعاقدات الأراضي والوحدات السكنية الجديدة والتحصيلات التي تمت من التعاقدات السابقة، كما أدى ارتفاع معدلات الإشغال إلى التأثير على التدفقات النقدية التي تم تحصيلها خلال الفترة من بيع الخدمات وأتعاب إدارة المدينة.

انجازات الشركة خلال النصف الأول:

- واصلت الشركة سياستها الناجحة في اختيار التوقيت الملائم لعمليات بيع الأراضي بما يعود بالنفع على الشركة وشركائها في النجاح من المطورين الحاليين بالمدينة وأيضاً بما يحقق مصلحة المستثمر الجديد، حيث تمكنت الشركة من بيع أراض بقيمة نحو ١٠٢,٢ مليون جنيه مصري وذلك على الرغم من كل الظروف المعاكسة في السوق.

- 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 اسفرت تلك الجهود التسويقية عن زيادة واضحة في معدلات التعاقدات والحجوزات لتصل إلى نحو ٤٣% من وحدات المشروع.
- وقد قامت الشركة (عن طريق شركتها التابعة) بمجهودات ترويجية للترويج للمنطقة التجارية بالمدينة القديمة، وقد تكللت تلك الجهود بتوقيع عدد من عقود الإيجار الجديدة لعدة محال تعمل في مجالات متنوعة لضمان تقديم وتوفير عدد أكبر من السلع والخدمات للسادة قاطني المدينة والمترددین عليها مما يساعد على جعل "المدينة القديمة" مركزاً حيويًا داخل سهل حشيش.
- قامت الشركة مؤخرًا بتطوير استراتيجيتها التسويقية لدمج منصة الشركة على الانترنت جنبًا إلى جنب مع سائر الأنشطة التسويقية والبيعية الأخرى مثل اللوحات الإعلانية الخارجية وتنظيم الفعاليات التسويقية والبيعية. وقد قامت الشركة بهذا نظراً لتعاظم تأثير المنصات الإلكترونية / الرقمية في الأونة الأخيرة ولأن دورها أصبح حاسماً ولا يمكن إنكاره في الوصول إلى أقصى قدر من الفعالية في تنفيذ الأنشطة التسويقية اللازمة لنمو حجم الأعمال. وقد تم تطبيق تلك الاستراتيجية في "عيد الفصح"، حيث قامت الشركة باستخدام منصات التواصل الاجتماعي للإعلان عن الفعاليات القادمة وذلك لجذب عدد أكبر من الحضور، كما اعتمدت الشركة على تلك المنصات في بث التغطية الحية للفعاليات وذلك جنبًا إلى جنب مع توزيع المنشورات الدعائية في الفنادق. ومن أمثلة التكامل بين مكونات الاستراتيجية التسويقية أيضاً مشروع "طوايا" حيث نفذت الشركة حملة عن طريق اللوحات الإعلانية الخارجية على طول طريق العين السخنة -الغردقة مع تعزيزها على منصاتنا الرقمية لجذب المزيد من العملاء المحتملين. وقامت الشركة بوضع خطة أسبوعية وشهرية للإعلان على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وإينستاجرام) عن الفعاليات والأحداث الجديدة وزيادة أعداد زائري المدينة.
- واصلت الشركة تنفيذ سياساتها التي تهدف إلى جذب عدد أكبر من الزائرين إلى المدينة عن طريق تنظيم العديد من الفعاليات الترفيهية والرياضية.

المسئولية الاجتماعية:

خلال النصف الأول من عام ٢٠١٧:

- قامت الشركة بالاشتراك مع مؤسسة إنجاز مصر في رسالتها الهادفة الي تحسين مستوي التعليم في مصر والارتقاء بمستوي طلاب المدارس من أجل تحسين مهارتهم قبل الالتحاق بسوق العمل عند التخرج حيث قامت الشركة بإتاحة الفرصة لمن يرغب من موظفيها بالتطوع لتدريس المادة العلمية للطلاب داخل المدارس خلال فترة العمل المدفوعة الأجر وقد استطاع السادة المتطوعون من موظفي الشركة تدريس البرنامج إلى أكثر من ١٠٠ طالب في مدينتي القاهرة والغردقة.
 - نظمت الشركة المصرية للمنتجات السياحية احتفالاً بيوم اليتيم حيث استضافت الشركة عددًا من الأطفال لقضاء يوم علي شاطئ سهل حشيش.
 - قامت الشركة بالتبرع بمواد غذائية جافة الي بنك الطعام المصري وذلك بمناسبة عيد الأضحى المبارك.
- وتأتي هذه المبادرات من الشركة تأكيداً علي إيمانها بالمسئولية المجتمعية للشركات كأداة فعالة لدعم المجتمع المصري.

الموقف القانوني:

بخصوص الدعوى المقامة من شركة بيراميزا ضد رئيس مجلس الوزراء ووزير السياحة ورئيس الهيئة العامة للتنمية السياحية والشركة المصرية للمنتجات السياحية رقم ٦٤٩٢٨ لسنة ٦٧ قضائية أمام محكمة القضاء الإداري بطلب بطلان عقد سهل حشيش، والمحجوزة للحكم بجلسة ٢٠١٧/٥/٢٣ فقد قررت المحكمة عدم قبول الدعوى لرفعها من غير ذي صفة.

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.
 - (٢) أن تواصل الشركة نشاطها كـ "مطور رئيسي" يعتمد بشكل أساسي على بيع "أراضٍ" للمطورين العقاريين ليشمل -بالإضافة إلى ذلك- طرح مزيج متنوع من المنتجات العقارية السكنية والسياحية والتجارية للمشتري/ المستثمر النهائي.
 - (٣) أن تتجه الشركة للاستثمار في أصول عقارية منتجة تدر عوائد دورية.
- 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 بترددون بشكل دوري على المدينة مما يساعد في زيادة الحركة داخلها وجعلها أكثر جاذبية للاستثمارات، وتهدف الحملات الإعلانية للشركة إلى بيان المميزات التي تتوفر بها سهل حشيش كمدينة متكاملة.
- ستواصل شركة سهل حشيش للاستثمار السياحي (شركة تابعة) مجهوداتها في ظل تحالفها الاستراتيجي مع شركة "بالم هيلز" لتسويق مشروع "طوايا" والذي يشمل طرح ١٥٢ وحدة اسكان سياحي فاخر بمشروع المدينة القديمة داخل مدينة سهل حشيش، وهذا المشروع المقام كان في الأساس مشيداً كمشروع تجاري فقط ليصبح وفقاً للمخطط الجديد مشروعاً يجمع بين المكون السكني والتجاري. ويمثل هذه التحالف إنجازاً حيث تحظى شركة "بالم هيلز" بقاعدة عملاء متميزة وسجل إنجازات مشرف في مجال التطوير العقاري. كما تعمل الشركة -أيضاً- على إحياء المنطقة التجارية في المدينة القديمة من خلال جذب العديد من الأنشطة المتنوعة والمتكاملة، ويمثل هذا المشروع -بجزأيه السكني والتجاري- استثماراً لاستراتيجية الشركة في تنوع مصادر الإيرادات وكذلك استراتيجيتها في العمل على خلق مجتمع من الساكنين المصريين.
- ستواصل الشركة التركيز على الانتهاء من موافقات مشروع "صواري" من الهيئة العامة للتنمية السياحية ووزارة البيئة وبعدها وضع الخطة للبدء في الأعمال الإنشائية للمشروع حيث من المتوقع أن يكون ذلك المشروع مصدراً رئيسياً للإيرادات خلال السنوات القادمة.
- سوف تواصل إدارة الشركة المصرية للمنتجات السياحية تنفيذ إجراءات جادة وفعالة لإدارة التدفقات النقدية وزيادة الإيرادات وتقليل المصروفات غير الضرورية وأيضا الاستمرار في رفع كفاءة التحصيل وذلك في سبيل تعظيم السيولة وزيادة الأرصدة النقدية، كما تعمل الشركة على الاستثمار في البنية الأساسية اللازمة لانطلاق المشروعات المستقبلية للشركة، كما تبحث الشركة دائما في كيفية تطوير نموذج العمل سواء فيما يتعلق بمشروع سهل حشيش أو بالنسبة للشركة بشكل عام، وذلك بما يعكس إيجابيا على أرباح الشركة وتعظيم قيمة حقوق المساهمين.


وائل الحنو
العضو المنتدب
الشركة المصرية للمنتجات السياحية

