

شركة الأنوار لبلاط السيراميك ش.م.ع.ع

تقرير الإدارة والمناقشة والتحليل

هيكل الصناعة والتطورات:

تُقدَّر صناعة بلاط السيراميك في دول مجلس التعاون الخليجي، والتي تمثل السوق الرئيسي لمنتجات الشركة، بأكثر من 350 مليون متر مربع سنويًا. ونعتقد أن آفاق الطلب على المدى المتوسط والطويل لفئة المنتجات هذه لا تزال مرضية.

لقد نجحت الشركة في بناء مركز قوي في السوق العماني. ومن خلال إنشاء شبكة موزعين قوية، وتحسين كفاءة الخدمة، وتعزيز العلامة التجارية، وإدخال بلاطات كبيرة الحجم وتصاميم عصرية، استطاعت شركة الشمس تقديم قيمة مضافة قوية لعملائها، وبرزت ك الرائدة الواضحة في السوق.

ولا تزال الأسواق الخليجية تمثل التركيز الأساسي لمنتجات الشركة.

الفرص والتحديات:

الفرص

لقد تحفزت صناعة البناء في دول مجلس التعاون الخليجي بالعوامل التالية:

- معدل نمو السكان في دول مجلس التعاون الخليجي يُعد من بين الأعلى عالميًا. حيث إن 65% من السكان الأصليين في المنطقة نقل أعمارهم عن 30 سنة. وقد أدى ذلك إلى زيادة الطلب على وحدات سكنية جديدة، وهو أحد العوامل المحركة للبناء.
- السماح للأجانب بامتلاك العقارات في دبي وغيرها من دول مجلس التعاون الخليجي زاد بشكل كبير من الطلب على المساكن الجديدة.
- استثمارات كبيرة لتعزيز صناعة السياحة والترفيه في معظم دول مجلس التعاون الخليجي.
- تمتلك دول مجلس التعاون 45% من احتياطيّات النفط العالمية وتزود 20% من الإنتاج العالمي الخام.
- فرض رسوم مكافحة الإغراق على واردات البلاط من الهند والصين من قبل بعض دول مجلس التعاون الخليجي لمدة أولية قدرها خمس سنوات، مما سيكون له أثر إيجابي على صناعة البلاط في المنطقة.

التحديات:

أكبر تهديد للشركة هو المنافسة منخفضة التكلفة من الشرق، وخاصة من الهند.

أما التهديد الآخر فهو الاعتماد الكبير على صناعة البناء والتشييد. وباعتبار المنتج يُعد سلعة إلى حد كبير، خصوصًا عند نقاط الأسعار التي نعمل فيها، فإن قوة تحديد الأسعار محدودة.

تحليل الأداء حسب القطاع والمنتج:

تم تقديم تقرير القطاع بشكل منفصل في هذا التقرير السنوي تحت ملاحظات البيانات المالية.

تُعد الشركة بشكل كبير شركة منتج واحد فقط، وهو بلاط السيراميك للجدران والأرضيات، وبالتالي فإن تقسيم الأداء حسب المنتج غير ذي صلة.

التوقعات المستقبلية:

حل الاضطرابات الجيوسياسية سيكون له أثر إيجابي على أعمالنا في المنطقة.

من المتوقع أن تعود فوائد فرض رسوم مكافحة الإغراق في عمان ابتداءً من الربع الأول لعام 2026، حيث إن مخزون المواد منخفضة التكلفة المستوردة قبل فرض الرسوم قد تضاعف بشكل كبير في السوق.

أعلنت الحكومة العمانية عن تنفيذ معيار جودة لاستيراد البلاط، ونعتقد أن هذا سيساعد في منع دخول بلاط منخفض الجودة من الهند ودول أخرى بأسعار زهيدة. وسيساهم ذلك في زيادة حجم مبيعاتنا في السوق العماني.

تركيزنا على برامج التحسين المستمر، والمصادر العالمية الفعالة، واستخدام التقنيات المناسبة، ومستويات مثلى من الأتمتة ساعدنا في تقليل فترات التوقف، وخسائر العمليات، والتكاليف، مع تعزيز الإنتاجية والعائد. كما أن موقفنا التنافسي من حيث التكلفة ما زال مصدر قوة مقارنة بنظرائنا الإقليميين.

استغلال الطاقة الإنتاجية هو المفتاح لتوزيع التكاليف الثابتة بشكل أمثل. تعمل الشركة على توطيد حضورها في بعض الأسواق الحالية والتركيز على التوسع في أسواق محددة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

استراتيجية الشركة كانت واضحة ومستقرة على مر السنين. وهدفنا الاستراتيجي هو أن نصبح أقل منتج تكلفة للبلاط السيراميك في المنطقة، من خلال استخدام التقنيات المناسبة وأنظمة التصنيع الرشيقة، بدعم من فريق ملتزم وكفاء.

ندرك أن قوتنا وحيويتنا تكمن في أفرادنا، وأن اختيارهم المناسب، وتدريبهم، وتحفيزهم، ومكافأتهم

يعد أساس استمرار نمو الشركة ونجاحها.

المخاطر والمخاوف:

استيراد المنتجات منخفضة التكلفة من الشرق، كما ذكرنا سابقًا، يُعد من مناطق القلق الأساسية، وبالإضافة إلى ذلك فإن أي عدم استقرار إقليمي في دول مجلس التعاون الخليجي ومنطقة الشرق الأوسط قد يؤثر على الشركة نظرًا لاعتمادها الكبير على هذه المنطقة.

أنظمة الرقابة الداخلية وكفاءتها:

تمتلك الشركة أنظمة رقابة داخلية قوية.

تم إعداد واعتماد دليل السلطات من قبل مجلس الإدارة، يوضح بشكل واضح مستويات الصلاحيات لجميع معاملات المنظمة. تتم مراجعة هذه الرقابة سنويًا من قبل المدققين الداخليين والخارجيين القانونيين.

الأداء المالي:

خلال العام، بلغ استخدام الطاقة الإنتاجية للمصنع حوالي 65٪، وهو أقل مقارنة بالعام السابق.

بلغ الإيراد الإجمالي للعام: 18.445 مليون A ، وبلغ الربح قبل الضريبة: 0.622 مليون A ، وبلغ الربح بعد الضريبة: 0.557 مليون A لعام 2025.