

# المساهمون الأعزاء،

شكل عام ٢٠٢٣م صفحة جديدة في مسيرة شركتنا الرائدة، فقد كان بمثابة نهاية واضحة لثلاث سنوات صعبة فرضتها تداعيات الجائحة، فيما اتسم بمؤشرات واضحة على حجم التغيرات الإيجابية الهائلة التي تعيشها المملكة عموماً.

تشهد بيئة أعمالنا تغيرات سريعة على الصعيد المؤسسي، حيث نتخذ قرارات يومية تخلصنا ونملك السيطرة الكاملة عليها، وعلى الصعيد الاجتماعي والاقتصادي الأوسع، حيث يقل تأثيرنا أو يغيب.

وأستعرض في ما يلي أفكاري حول أداء شركتنا خلال عام ٢٠٢٣م، ورؤيتي للعوامل المؤثرة حالياً على مجتمعنا على نطاق أوسع. باختصار، تتغير الأسس التي تقوم عليها بيئتنا التجارية باستمرار، ونحن نعي تماماً ضرورة مواكبة هذه التغيرات الهائلة والمتلاحقة، والاستفادة من الفرص التي تنجم عنها.

وأبدأ أولاً بالحديث عن الأشهر الاثنا عشر المنتهية في ديسمبر ٢٠٢٣م، سواء من حيث أدائنا التشغيلي والمالي وكذلك التوجه الاستراتيجي للشركة.

مع مرور ثلاث سنوات على جائحة كورونا، بات تأثيرها على أعمالنا أكثر وضوحاً، حيث حققنا أداءً تجارياً جيداً خلال عام ٢٠٢٠م، بينما أجبرتنا الآثار طويلة المدى للجائحة خلال العامين التاليين على تغيير أسلوب عملنا ومراجعة خططنا للمستقبل.

وكغيرنا من الشركات، كان لزاماً علينا خلال تلك الفترة اتخاذ عدد من القرارات الإستراتيجية الحاسمة، والتي ربما لم تكن مألوفة بالنسبة لنا؛ وبطبيعة الحال، كان بعضها يحمل درجة من المخاطرة أو عدم اليقين. ولكن بحلول عام ٢٠٢٣م، بدأنا نرى عودة للحياة الطبيعية، مع أدلة ملموسة على ثمار تنفيذ استراتيجيتنا "القسرية" تلك خلال الفترة السابقة.

طلت القرارات الرئيسية التي اتخذناها في عامي ٢٠٢١ و ٢٠٢٢م أموراً جوهرية مثل تسعير منتجاتنا والانتشار الجغرافي لمتاجرنا ومستويات الإنفاق الرأسمالي. حيث واصلنا الاستثمار في توسيع أعمالنا خلال هذه الفترة الصعبة وأثرت بعض قراراتنا على مستويات الربحية على المدى القصير، إلا أننا كنا على ثقة من أن نموذج أعمالنا المتكامل سيُعيدنا إلى مستوياتها السابقة على المدى المتوسط إلى الطويل. وجاء عام ٢٠٢٣م ليبرهن على دقة توقعاتنا ويؤكد على مرونة نموذج أعمالنا وقدرته على التكيف مع مختلف الظروف.

ومن الأمثلة على قراراتنا الاستراتيجية طويلة المدى، استثمارنا الكبير في برنامج ولاء العملاء خلال المرحلة التي تلت انحسار الجائحة، من خلال منصة تقنية تُطوِّرها وتُشغِّلها شركة التطبيقات الدولية التجارية التي استحوذنا عليها عام ٢٠٢٢م. وقد حقق البرنامج نجاحاً باهراً واستقطب أكثر من ٤,٧ مليون مشترك حتى الآن، يمثلون حوالي ٧٠٪ من قاعدة عملائنا وهو ما أتاح لنا الوصول إلى بيانات قيمة توفر رؤية شاملة حول عادات الإنفاق وأنماط الاستهلاك لعملائنا. وقد أدى هذا بدوره إلى تغيير كبير في قدرتنا على تزويد كل عميل بالمنتجات التي يريدها، في الأماكن والأوقات التي تلائمه وبالأسعار التي يفضلها، وتوجيه حملاتنا التسويقية بدقة لاستهداف المجموعات المناسبة من العملاء. كما أصبحت القرارات المتعلقة بالمشتريات وطريقة عرض المنتجات والتسعير، تعتمد الآن على التحليل العلمي للبيانات بدلاً من الحدس والتخمينات.



ندرك الحاجة إلى المرونة في تقديم أنفسنا كمكان يستحق أن تقضي فيه العائلات وقتاً ممتعاً معاً، ونلاحظ ازدياداً في أعداد الآباء المنفردين أو الأزواج الذين يتولون التسوق العائلي بدلاً من العائلات بأكملها.

واصلنا خلال العام إطلاق وتطوير نموذجنا الجديد لسلسلة متاجر الخدمة السريعة، ونتجه حالياً لافتتاح المزيد من متاجر السوبرماركت بدلاً من متاجر الهايبرماركت، وإنشاء متاجر مغلقة في مواقع استراتيجية رئيسية لدعم نمو مبيعاتنا عبر الإنترنت. تحتوي سلسلتنا الجديدة من متاجر الخدمة السريعة أصنافاً ومنتجات من علامات تجارية معروفة، بالإضافة إلى منتجات أخرى لا تتوفر عادةً في متاجر بهذا الحجم، كالوجبات الجاهزة والشطائر والأطعمة السريعة ونحوها. تركز استراتيجيتنا في هذا الصدد على التواجد في المدن وليس المناطق الريفية، كما أننا نختار مواقع متاجرنا بعناية في شوارع رئيسية ذات كثافة حضرية عالية وظهور قوي للجمهور المستهدف وقدرة على استقطاب عملائنا من المارة بشكل مستمر. يُتيح لنا افتتاح متاجر الخدمة السريعة الاستفادة من انخفاض تكاليف التوصيل وفوائد لوجستية أخرى، وقد قمنا خلال العام بافتتاح ٣ متاجر في محطات قطار الحرمين السريع في مكة المكرمة والمدنية المنورة وجدة، بالإضافة إلى متاجر أخرى في مطار الملك عبدالعزيز الدولي بجدة ومدينة جدة.

بعد ١٨ شهراً من إنجازهما، تُحقق عمليتنا الاستحواذ التي قامت بهما الشركة تقدماً مطرداً ونجاحاً كبيراً. حيث تحقق "إيكون"، التي نملك ٨٥٪ من أسهمها، أداءً قوياً مكنها من الفوز بالعديد من العقود المرموقة في المنطقة، وتوفر التركيبة السكانية في المناطق المستهدفة والتأثير الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي بيئة مثالية لنمو أعمال الشركة في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي. وبالمثل، تلعب شركة التطبيقات الدولية التجارية، التي نملك ٦٢٪ من أسهمها والتي انتقل موظفوها للعمل من جدة، دوراً رئيسياً في نجاح المجموعة، من خلال منصتها لتطوير أعمال المبيعات عبر الإنترنت والاستفادة من بيانات أنشطة التسوق الإلكتروني. وتحقق كلا الشركتين أرباحاً قوية ونمواً مطرداً.

حققنا نتائج مالية قوية، حيث تجاوزت مبيعاتنا ٥,٢ مليار ريال سعودي لأول مرة، وارتفعت الإيرادات بنسبة ١٤,٤٪. وكان من دواعي السرور بشكل خاص أن هذه الزيادة جاءت مصحوبة بتحسين في هامش الربح الإجمالي وعودته إلى مستويات ما قبل الجائحة. حققنا أيضاً هامش ربح إجمالي رائد على مستوى القطاع بنسبة ٣٢,٣٪، والذي أدى بجانب زيادة المبيعات، إلى نمو إجمالي الربح بنسبة ٢٥,٩٪ على أساس سنوي. ويتضمن هذا التقرير تحليلاً أكثر تفصيلاً لأدائنا المالي في قسم "المراجعة المالية".

وأتطرق الآن إلى وصف المشهد المتغير الذي نعمل فيه وما يشهده من تحولات جوهرية في بيئة الأعمال مدفوعة بالعديد من العوامل، والتي أتناول فقط ما يتصل منها بأعمالنا.

واجهت قطاعات الأعمال في المملكة العربية السعودية، كغيرها من دول العالم، اضطرابات بين عامي ٢٠١٩م و٢٠٢٣م جراء جائحة كورونا وتداعياتها الحتمية على سلسلة التوريد. ولكن على عكس الكثير من البلدان، تخرج المملكة العربية السعودية من حقبة ما بعد كورونا بنمو قوي وآفاق اقتصادية واعدة، تعكسها الزيادة المطردة في حركة الأعمال وقطاع السياحة.

ويمكننا كذلك أن نلاحظ بسهولة ارتفاعاً ملحوظاً في نسبة ذوي الدخل المرتفع، بالتزامن مع اتجاه واضح للتوسع الحضري مدعوماً دون شك بمشاريع البنية التحتية الكبرى في المدن.

ومن خلال ربط بيانات عملائنا بالاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية والديموغرافية الأوسع، وتضمن تلك المعطيات في خططنا الإستراتيجية، وصلنا إلى قناعة مفادها ضرورة التركيز بشكل أكبر على افتتاح متاجرنا الجديدة بمواقع رئيسية داخل المدن الكبرى في المملكة. وهكذا، تصبح الرياض وجدة ومكة المكرمة والمدينة المنورة ذات أهمية أكبر في المستقبل مما كانت عليه في الماضي بالنسبة لعمليات التجزئة. تشير المؤشرات البيانية إلى هجرة ملحوظة للسكان من المنطقة الشرقية إلى الرياض والمدن الكبرى الأخرى في المملكة، يرافقها قرار العديد من الشركات الكبرى نقل مقراتها الرئيسية إلى العاصمة الرياض خلال السنوات القليلة الماضية، في توجه نتوقع استمراره مستقبلاً.

ويشهد المجتمع السعودي أيضاً تغييراً جوهرياً في نواح عديدة، فعلى سبيل المثال، كان التسوق حتى وقت قريب نشاطاً عائلياً بامتياز يجتمع خلاله جيلان وربما ثلاثة أجيال داخل مراكز التسوق، ليس فقط لشراء السلع الاستهلاكية وتناول الطعام، بل باعتبار تلك المراكز وجهة للترفيه والتسلية في حد ذاتها. ومع افتتاح المزيد من المطاعم والوجهات الترفيهية الأخرى في المملكة، أصبح لدى جميع الأسر الآن خيارات أوسع فيما يتعلق بمكان قضاء وقتهم وإنفاق أموالهم، ولم تعد مراكز التسوق ومتاجر السوبرماركت الموجودة فيها هي الخيار الوحيد.

أحمد عبدالرزاق بن داود  
الرئيس التنفيذي

طالت القرارات الرئيسية التي اتخذناها في عامي ٢٠٢١ و ٢٠٢٢ أموراً جوهرياً مثل تسعير منتجاتنا والانتشار الجغرافي لمتاجرنا ومستويات الإنفاق الرأسمالي. حيث واصلنا الاستثمار في توسيع أعمالنا خلال هذه الفترة الصعبة.

وصل عدد المشتركين بالبرنامج إلى أكثر من 4.7 مليون مشترك، ما يمثل أكثر من 70% من عملائنا، بالإضافة توفير الكثير من البيانات التي تعطينا الرؤية عن عادات الإنفاق وأنماط الاستهلاك لعملائنا.

ندرك الحاجة إلى المرونة في تقديم أنفسنا كمكان يستحق أن تفضي فيه العائلات وقتاً ممتعاً معاً، ونلاحظ ازدياداً في أعداد الآباء المنفردين أو الأزواج الذين يتولون التسوق العائلي بدلاً من العائلات بأكملها، ومن المؤكد أن هذا له تأثير على سلوكهم داخل متاجرنا. من الأهمية بمكان أن نفهم هذه الأنماط الاجتماعية المتغيرة بشكل كامل، ولهذا فإننا نركز تقدماً مطرداً على صعيد تحسين قدرتنا على ربط التكنولوجيا المحسنة بالبيانات التي يوفرها برنامج الولاء، لتعديل استراتيجيتنا بذكاء لتناسب مع التوقعات المستقبلية لسلوكيات المستهلكين. وفي هذا الصدد، فإن إدراكنا لتراجع أعداد المجموعات العائلية التي تزور متاجرنا يمنحنا الفرصة لأخذ زمام المبادرة بخطوات استباقية لتشكيل عاداتهم الشرائية من أجل حماية مبيعاتنا من التقلص المحتمل لأحجام السلة.

تجلب هذه التطورات الكبرى التي يشهدها قطاع التجزئة تهديداتٍ جدية وفرصاً استثنائية، لكن الاستفادة من التقنيات الناشئة وفهم التغيرات التي تشهدها التركيبة السكانية والاتجاهات الاستهلاكية والتحول الاجتماعي والاقتصادية، مدعومةً ببيانات لحظية دقيقة، تمثل فرصة لقراءة سلوك المستهلكين والتأثير عليه إيجاباً، وهو ما تعتمد عليه استراتيجيتنا كشركة بشكل متزايد.

إن ثقتنا التامة بقيادة المملكة وإيماننا بأن المملكة العربية السعودية ستواصل التطور كبيئة تجارية جذابة، يزداد معها اقتناعنا بضرورة تركيز أعمالنا بشكل أكبر داخل المملكة لا خارجها. وفيما كانت أعيننا مصوبة لتراقب عن كثب فرص الاندماج والاستحواذ في الدول المجاورة، أدركنا في عام ٢٠٢٣م أن المملكة العربية السعودية تُمثل أكبر فرصة على الإطلاق، مما يعني أن مدنها الرئيسية ستكون ميداناً لتوسعاتنا وهدفاً رئيسياً لخططنا.

يُنتظرنا مستقبل مثيرٌ وحافلٌ ومشرق، مع بعض التحديات التجارية التي لا مفر منها في بيئة الأعمال سريعة التطور، إلا أنني متفائلٌ بامتلاكنا الاستراتيجية والتكنولوجيا ورأس المال البشري لتحقيق النمو المستدام، وأتطلع قريباً لمشارككم أخباراً سارة بشأن التقدم الذي سنحرزه - بمشيئة الله - في هذا الصدد على مدار عام ٢٠٢٤م.