

گزارش تفسیری مدیریت

شرکت ریل گردش ایرانیان (سهامی عام)

دوره مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۴۰۰

مَنْ أَعَانَ مُؤْمِنًا مَسَافِرًا فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ ثَلَاثًا وَسَبْعِينَ كُرْبَةً وَاجَارَهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ
مَنْ الْغَمِّ وَالْهَمِّ.

کسی که یک مسافر مؤمن را یاری کند خداوند هفتاد و سه گرفتاری او را رفع می‌کند و در دنیا و آخرت وی را از هم و غم محفوظ خواهد داشت.

«پیامبر گرامی اسلام صلی الله علیه و آله و سلم» وسائل، ج ۸، ص ۳۱۴

مقدمه

گزارش تفسیری مدیریت یک گزارش توصیفی است که زمینه ای برای تفسیر وضعیت مالی، عملکرد مالی و جریان های نقدی واحد تجاری را فراهم می آورد. گزارش تفسیری مدیریت همچنین این فرصت را برای مدیر فراهم می آورد تا به تشریح اهداف و راهبردهای خود جهت دستیابی به آن اهداف بپردازد.

اطلاعات شرکت

ریل گردش ایرانیان (سهامی عام)	نام شرکت
۵۷۳۶۳۶، تهران، ۱۳۹۹/۱۲/۰۴	شماره، محل و تاریخ ثبت
۱،۶۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال	سرمایه شرکت
۱۱۸۴۰، ۱۴۰۰/۰۲/۱۹	شماره و تاریخ ثبت نزد سازمان بورس
موسسه حسابرسی آرمان آروین پارس (حسابداران رسمی)	حسابرس و بازرس قانونی
تهران، میدان آرژانتین، خیابان الوند، کوچه کامبیز، پلاک ۲	مرکز اصلی شرکت

سرمایه و ترکیب سهامداران

مورخ: ۱۴۰۰/۱۲/۲۹

نام سهامدار	تعداد سهام	ارزش سهام (ریال)	درصد سهام
شرکت ریل پرداز نوآفرین (سهامی عام)	۸۰۸,۷۴۱,۸۱۴	۸۰۸,۷۴۱,۸۱۴,۰۰۰	۵۱٪
شرکت نوین گامان آتی همراه (سهامی خاص)	۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰٪
شرکت تدبیر روشن تجارت منطقه آزاد انزلی (س.خ)	۱۲۷,۴۶۳,۴۹۱	۱۲۷,۴۶۳,۴۹۱,۰۰۰	۸٪
سایر	۵۰۳,۷۹۴,۶۹۵	۵۰۳,۷۹۴,۶۹۵,۰۰۰	۳۱٪
جمع	۱,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰٪

گزارش عملکرد فعالیت شرکت در سال ۱۴۰۰

۱. تجهیز و راه اندازی دفتر کار و جذب نیروی متخصص
۲. اخذ پروانه فعالیت از انجمن صنفی شرکتهای حمل و نقل ریلی و خدمات وابسته
۳. انعقاد تفاهم نامه خدمات کشش ، راهبری، فنی و مهمانداری قطارهای مسافربری
۴. انعقاد تفاهم نامه فروش بلیط قطارها با استفاده از زیرساختهای شرکت ریل پرداز نوآفرین(سهامی عام)
۵. انعقاد تفاهم نامه بابت غذا و ملزومات مورد نیاز جهت پذیرایی از مسافری با شرکت تهیه و توزیع غذای دنا آفرین فدک (سهامی عام)
۶. ثبت شرکت نزد سازمان بورس و اوراق بهادار در تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۱۹ تحت

شماره ۱۱۸۴۰

۷. پذیرش و درج در بازار پایه فرابورس در تاریخ ۲۳/۰۵/۱۴۰۰
۸. اقدامات جهت راه اندازی پلتفرم فروش به سازمان ها و شخصیت های حقوقی
۹. آغاز تامین مالی واگن های باقی مانده و اخذ مبلغ ۵۰ میلیارد ریال تسهیلات از بانک مشترک ایران و ونزوئلا
۱۰. بررسی وجود ظرفیت بازار گردشگری و پتانسیل شرکت در توسعه ابزارهای اکوسیستم گردشگری از جمله استفاده از فن آوری های نوین مالی Fintech
۱۱. بررسی ظرفیت های تولید محتوای سرگرمی سفر از جمله بازی ها و اطلاعات گردشگری با استفاده از فضای تعاملی.

تحليل صنعت گردشگری

شکل‌گیری محیط صنعت

گردشگری:

- مطابق با سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری

اسلامی ایران لازم است سهم ایران از شمار

گردشگران جهانی به ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴

افزایش یابد. یعنی حدود ۲۰ میلیون نفر

گردشگر

- طبق سند چشم‌انداز، سهم ایران از درآمد

گردشگری جهانی باید به ۲ درصد در سال

۱۴۰۴ رشد یابد؛ به گونه‌ای که کشور ایران در

سال ۱۴۰۴ سالانه نزدیک ۲۵ میلیارد دلار از

محل گردشگر ورودی، درآمد کسب نماید.



چشم انداز سند راهبردی توسعه گردشگری:

لزوم حرکت کشور به سمت اقتصاد بدون اتکا به نفت، صنعت گردشگری می تواند نقش اساسی را در تنوع بخشی اقتصادی ایفا کند. ایران در افق ۱۴۰۴ با استفاده حداکثری از مشارکت بخش خصوصی از نظر توسعه یافتگی صنعت گردشگری جزء کشورهای برتر منطقه خواهد بود.

اهم بیانیه ماموریت:

- توسعه از طریق نوآوری و تنوع بخشی به محصولات گردشگری
- توزیع متوازن زمانی و مکانی سفر در کشور
- تسهیل ورود به فضای کسب و و کار گردشگری
- اشتغال زایی



اهداف کلان سند

تقویت همکاری های نهادی و بین بخشی در راستای افزایش رقابت پذیری گردشگری تقویت مشارکت بخش عمومی خصوصی در راستای افزایش رقابت پذیری گردشگری

حوزه همکاری دستگاه های مرتبط با گردشگری

وزارت امور اقتصادی و دارایی تهیه بسته مشوق های رونق اقتصاد گردشگری با همکاری دستگاه های ذی ربط

حساب اقماری گردشگری، روشی برای اندازه گیری سهم مستقیم اقتصادی مصارف گردشگری در یک اقتصاد ملی است.



چین و گردشگری

• بزرگترین بازار توریسم در جهان

• نزدیکترین شریک سیاسی-اقتصادی به ایران

سهم گردشگری از GDP کشور چین
۱۱ درصد است در حالیکه میانگین
جهانی ۳,۵ تا ۴ درصد است.

بالاترین نرخ رشد در صنایع
چین متعلق به صنعت توریسم
است.

این نرخ در میان کشورهای توسعه یافته
۵ تا ۹ درصد است.

۱۰ درصد اشتغال چین مستقیم و غیرمستقیم در توریسم است.





اصلاحات در گردشگری چین

- تجمیع روزهای کاری به ۵ روز و ایجاد ۲ روز تعطیل کامل
- تعیین هفته گردشگری و تشویق مردم به سفر
- Golden WEEK
- MAY DAY HOLIDAY
- ALL FOR ONE TOURISM PLAN
- TOURISM+
- BELT AND ROAD
- 515 STRATEGY

در سال ۲۰۰۶ بیش از ۹۰ درصد از
شهرنشینان چینی سفر داخلی
داشته‌اند.

در ۲۰۱۵ تعداد سفر داخلی ۴ میلیارد
سفر بوده است.

آمار و تعاریف

سفر

جابجایی افراد از یک مکان به مکان دیگر با هر هدف، صرف نظر از مدت زمان و مسافت طی شده.

گردشگری بومی

مجموعه فعالیت‌هایی که افراد در طی سفر به مکانی خارج از محیط معمول زندگی خویش انجام می‌دهند.

گزارش مرکز آمار ایران در بهار ۹۸

۱/۵٪

از کل سفرهای
بومی از خدمات
تور استفاده
کرده‌اند.

۲۵٪

از کل سفرهای
بومی از وسایل
نقلیه کرایه ای
استفاده کرده‌اند.

۱۴/۵٪

از نفر_شب
اقامت‌ها در هتل و
اقامتگاه ها بوده
است.

۲۲٪

از سفرهای دارای
اقامت با هدف
گردشگری بوده
است.

۴۶٪

از میزان خانوار
سفر رفته،
سفری همراه با
اقامت شبانه
داشته‌اند.

۶۵٪

از ۲۵/۴ میلیون
خانوار سفر
رفته‌اند.

(در این آمار سفر حداقل
یک عضو نیز درج شده
است.)

تنها ۶,۵٪ از خانوارهای ایرانی سفری با هدف گردشگری داشته است.

تنها ۱٪ از خانوارها زنجیره خدمات اصلی گردشگری (حمل و نقل و اقامت) را استفاده کرده‌اند.

توزیع سفر متوازن و کارآمد نیست

استراتژی توسعه باید
تمرکز منطقه‌ای و
توسعه یکپارچه باشد

چند گزاره مهم در طراحی کسب و کار گردشگری در ایران:

در ایران بازیگر
محوری

پس انداز خانوار کم
است

حمل‌کننده‌ها
هستند

قشر متوسط جایگزین مناسبی برای سفر
خارجی ندارد.



هتل‌ها



حمل‌کننده‌ها



آژانس‌ها شامل OTA ها



چارتر کننده‌ها



خدمات تفریحی.

گردشی و غذا

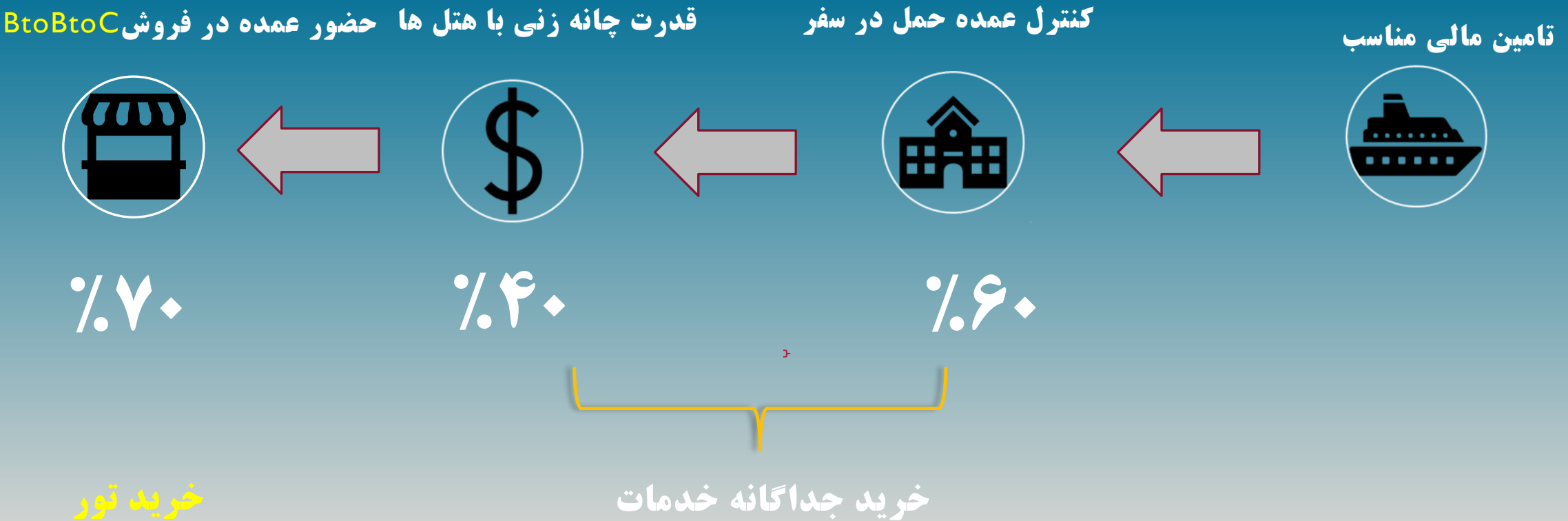


بازیگران



ارتباط بازیگران اصلی

توزیع هزینه‌های سفر هوایی



حضور در زیرساخت اقتصاد گردشگری

حوزه های کسب و کار

چشم انداز شرکت توسعه گردشگری

زنجیره خدمات صنعت گردشگری از ۴ بخش عمده زیر تشکیل می شود. مشکل این زنجیره عدم پیوستگی و یکپارچگی خدمات و عدم تمرکز و انباشت سرمایه و عدم شکل گیری شرکتهای چندوجهی گردشگری است. سرانه پایین درآمد خانوار جدی ترین مانع توسعه این صنعت در سالهای جاری می باشد



چشم انداز شرکت توسعه گردشگری

عدم پیوستگی زنجیره خدمات با تمرکز سرمایه و ایجاد شرکتهای بزرگ می تواند رفع شود اما نیازمند سرمایه گذاری بسیار بزرگی است. راه حل دیگر می تواند توسعه زیرساختهای عمومی صنعت از جمله باشگاه مشتریان، ایجاد یک کانون و پیوستگی در اجزای زنجیره خدمات باشد که می تواند به افزایش کیفیت سفر و کاهش هزینه های رقابت کمک کند.

LOYALTY



چشم انداز شرکت توسعه گردشگری

آنچه که عامل اساسی دریافت خدمات سفر است توان مالی است و روند جهانی نشانگر ظهور خدمات اعتباری زنجیره تولید در دوران تنگنای اقتصادی است. خروج از رکود اقتصادی می تواند با تسهیل دسترسی مصرف کننده به کالای مورد نیاز با حداقل آثار تورمی صورت پذیرد. از این رو استفاده از خدمات نیز می تواند تسهیل گردد.

LOYALTY



مدل کسب و کار

بخش مشتریان

مشتریان و کاربران هدف خود را لیست کنید.

مشتریان حقیقی با دهک درآمدی متوسط رو به بالا (B2C)
مشتریان حقوقی جهت ارائه به کارکنان / مشتریان خرد خود (B2B2C)

صاحبان کسب و کار حوزه گردشگری: هتل ها، ایرلاین ها، خطوط ریلی، مراکز گردشگری، تفریحی، خرید و ...

مشتری آغازین

- پلتفرم OTA اختصاصی و اعتبارسنجی روی پایگاه داده‌ای مشتریان فدک
- کارکنان هلدینگ فدک

قطارهای فدک

برتری مطلق

چیزی که نتواند به آسانی خریداری یا کپی شود.

قطارهای فدک و پایگاه داده‌ای مشتریان آن

تنها شرکت بورسی با داشتن تخصص گردشگری و بازار مالی و سرمایه به صورت همزمان

کانال

راه خود به مشتریان را بیان کنید. (درونکرا، بیرونکرا)

وبسایت

اپلیکیشن

از طریق کانتر (OTC)

Call Center 24*7

ارزش پیشنهادی یکتا

پیام بکانه، روشن و گیرا که بیان می‌کند چرا شما متفاوت هستید و ارزش توجه را دارید.

اولین ارائه کننده خدمات تخصصی BNPL در صنعت گردشگری در ایران

ارائه خدمات لویالتی جامع و یکپارچه در طول سفر مشتری

امکان ارائه خدمات لویالتی به صاحبان کسب و کار بدون دریافت سهم از فروش خدمات ایشان

اولین ارائه کننده خدمات باشگاه مشتریان اشتراکی در صنعت گردشگری

راه حل

راه حل ممکن برای هر مساله را بیان کنید.

- تامین مالی از طریق BNPL
- M&A شرکتهای credit scoring

ارائه خدمات باشگاه مشتریان مبتنی بر loyalty platform یکپارچه به صورت (SAAS) و در نهایت تشکیل لویالتی هاب زنجیره ارزش صنعت گردشگری

سنجش‌های کلیدی

معددهای کلیدی که به شما می‌گویند کسب‌وکارتان چگونه پیش می‌رود را لیست کنید.

خرید استارت‌آپ/شرکت فعال در حوزه Lend Tech
۱ شرکت در سال اول

انعقاد قرارداد تامین مالی با بانک/موسسه مالی اعتباری
۱ بانک در سال اول

جذب مشتری حقیقی / حقوقی
پرداخت X میلیون ریال به ۲ نفر کاربر

تعداد انعقاد قرارداد لویالتی
حداقل با ۱۰۰ کسب و کار فعال حوزه گردشگری ظرف سه سال آتی

مساله

۱-۳ مساله مهمتر را فهرست کنید.

کمبود تقاضای سفر به جهت هزینه بالا
متوازن نبودن توزیع سفر

نبود برنامه وفادارسازی یکپارچه در کل زنجیره ارزش صنعت گردشگری به منظور نگهداشت مشتریان و ترغیب سفر

جایگزین‌های موجود

تسهیلات سفر
کارت های اعتباری
اعتبار سفر کارکنان

- باشگاه مشتریان اختصاصی هر کسب و کار
- باشگاه مشتریان OTA ها

جریان درآمد

منابع درآمد خود را لیست کنید.

- کارمزد BNPL
-فروش خدمات credit scoring

- سهم از تراکنش فروش خدمات گردشگری روی پلتفرم OTA اختصاصی

فروش لایسنس / سهم از تراکنش پلتفرم لویالتی

سهم از تخفیف اکوسیستم پذیرندگی لویالتی هاب

ساختار هزینه‌ها

هزینه‌های ثابت و متغیر خود را لیست کنید.

زیرساخت و نگهداری و توسعه پلت فرم

عملیات فناوری اطلاعات

تامین مالی

هزینه بازاریابی

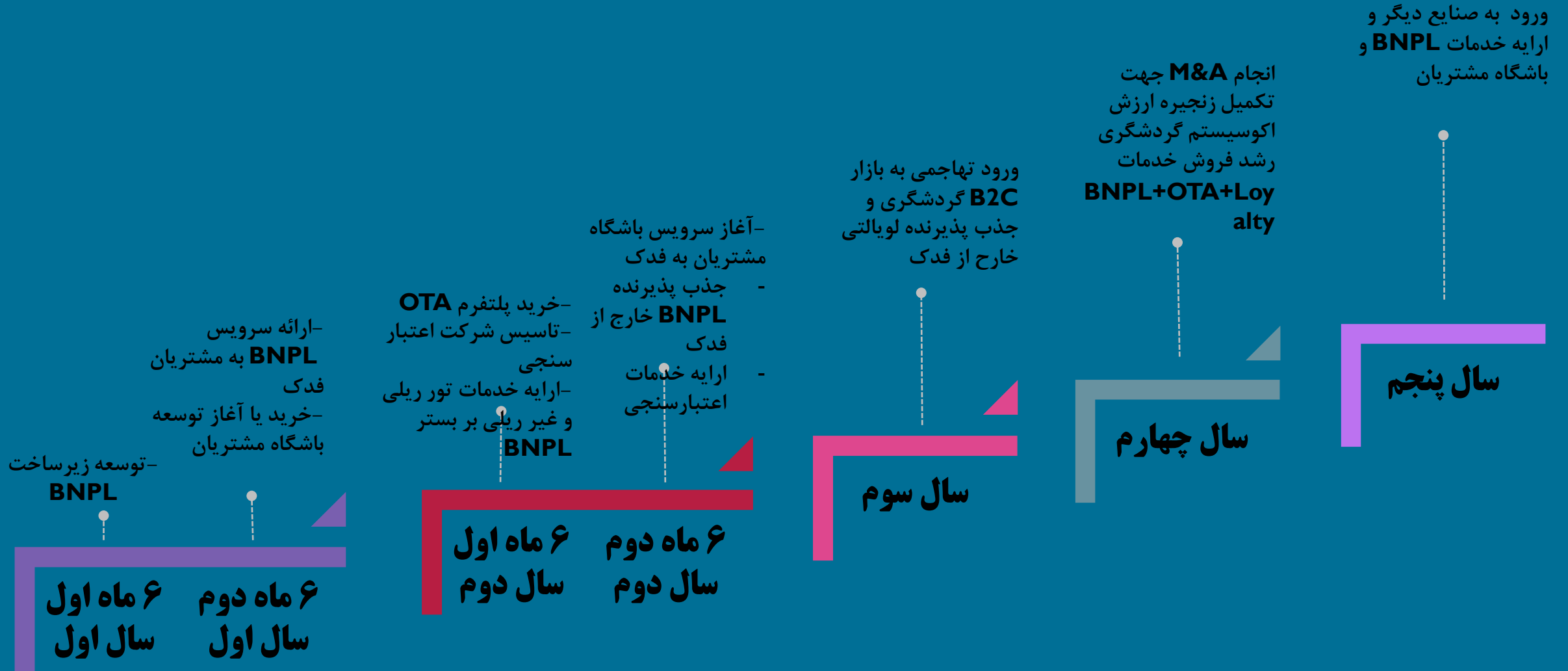
مالیات و حقوقی

پرسنلی

هزینه استقرار و عملیات

(ثبت شرکت، تهیه و تجهیز ساختمان، تشکیل تیم، ...)

نقشه راه





S

strengths



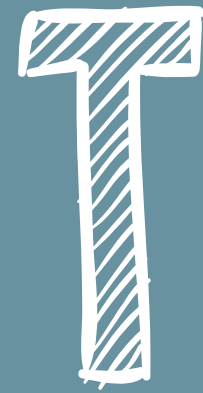
W

weaknesses



O

opportunities

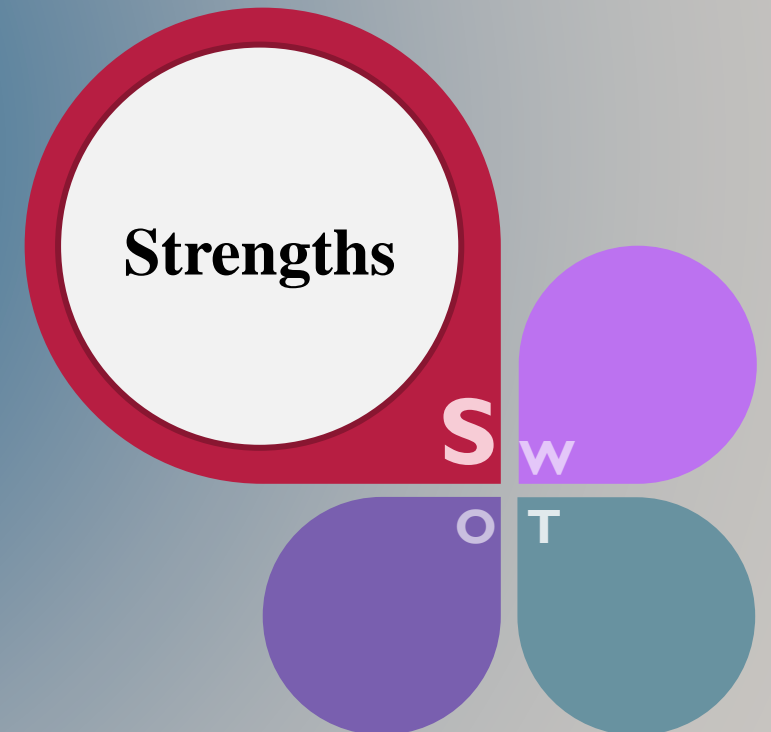


T

threats

مزیت ها و توانمندی ها

- دسترسی به ظرفیت ادغام بعنوان محرک توسعه سریع در شرکتهای بورسی
- تجربه موفق طراحی محصولات و خدمات جدید در گروه فدک
- منحصر بفرد بودن فدک از نقطه نظر خصوصی بودن و داشتن سبدمحصول استراتژیک در ابعاد یک هلدینگ
- برند فدک بعنوان برندی خوشنام، لوکس و ارزش آفرین در صنعت گردشگری
- اعتبار گروه فدک در ایجاد مشارکتهای خارجی
- مالکیت قطار فدک بعنوان یکی از اصلی ترین رکن های زنجیره ارزش گردشگری
- داشتن دیتابیس مشتریان قطارهای فدک جهت اعتبارسنجی بعنوان اولین قدم از زنجیره ارزش پیشنهادی ارائه خدمات جامع گردشگری



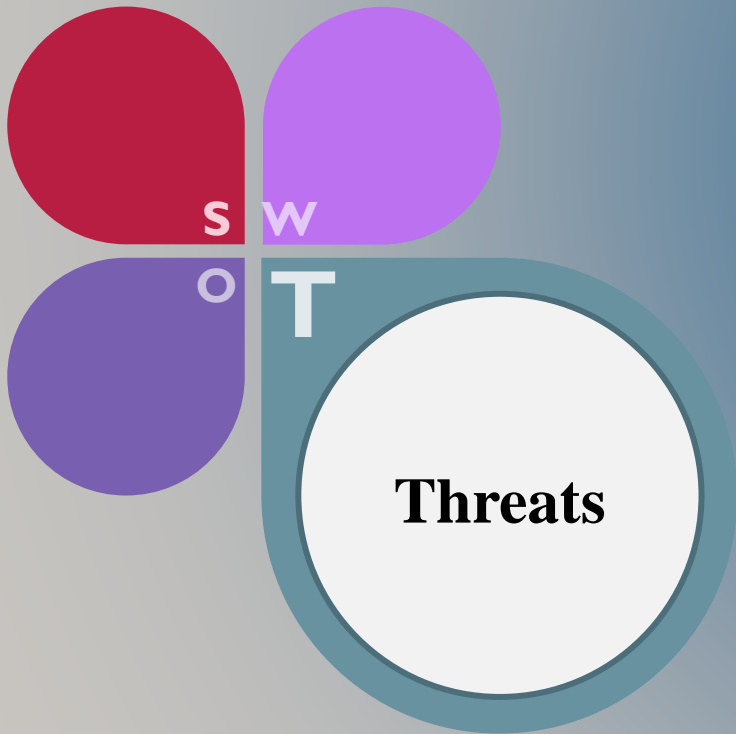
کمیبودها و ضعفها



Weaknesses

- نداشتن تجربه کافی در صنعت گردشگری با تعریف ارائه شده در خصوص زنجیره ارزش
- نداشتن تجربه کافی در فداک جهت مدیریت کسب و کارهای مبتنی بر فناوری
- نداشتن زیرساخت‌های فنی مورد نیاز جهت اجرای طرح
- نبود نیروی متخصص مکفی در شرکت

تهدیدها



- حضور رقبای جدی در صنعت خصوصاً در حوزه OTA
- رشد سریع ارائه خدمات BNPL در سایر صنایع که احتمال ورود رقبا به حوزه گردشگری در اینخصوص را قوت می‌بخشد.

فرصت ها و دستاوردهای ممکن

- اولین شرکت تخصصی ارائه دهنده خدمات اعتبار در صنعت گردشگری

- اولین پلتفرم فین تک بورسی کشور

- اولین مدل اتحاد در زنجیره گردشگری و ایجاد بزرگترین باشگاه مشتریان و پایگاه داده صنعت

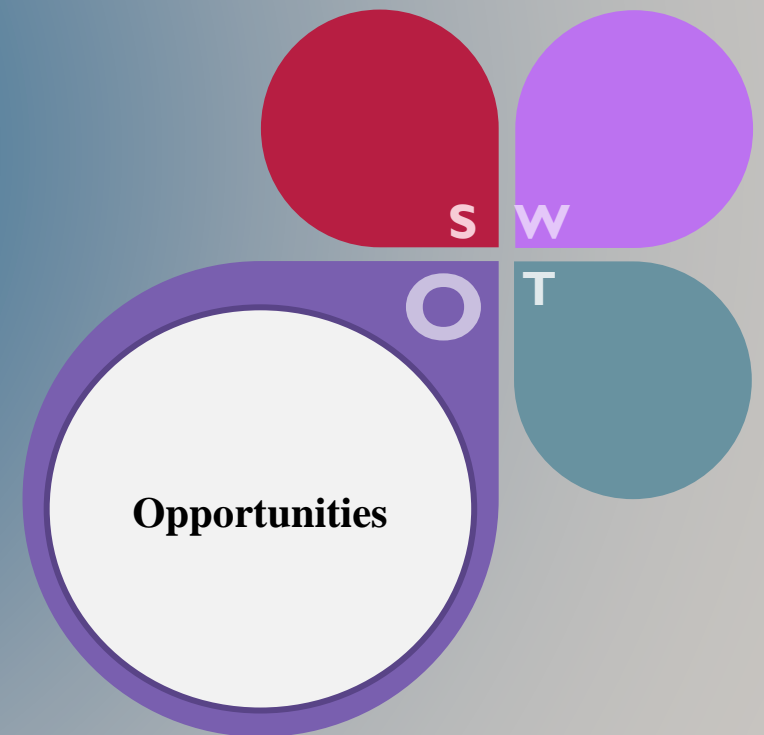
- بدهی انباشته‌ی رقبای گردشگری با توجه به رکود صنعت ظرف دو سال اخیر ناشی از ویروس کرونا

- پیش بینی تقاضای چشمگیر خدمات گردشگری بعد از افت کرونا

- امکان تعمیم محصول و خدمات ایجاد شده به سایر حوزه‌های کسب‌وکاری، فارغ از حوزه گردشگری

- تسهیل و افزایش سرعت تغییرات **Digitalization** محیط قانونی و اقتصادی کشور هم جهت با کسب و کار شرکت

- تسهیل کردن و ترغیب کردن خانواده ها به انجام سفر ارزان در روزهای غیر پیک با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر جامعه



چشم انداز شرکت "خدمات گردشگری"

نیروی انسانی

- چارت سازمانی استراتژی محور
- همکاران خود را در آینده گردشگری ایران میبینند
- همکاران در حوزه های علاقه خود بطور متناوب آموزش میبینند
- استراتژی ها تصمیمات را تعیین میکند

کسب و کار

- درآمد کارگزاری کل زنجیره گردشگری
- درآمد خرید و فروش خدمات گردشگری
- درآمد ارایه خدمات گردشگری
- درآمد فروش امتیاز محتوا و بازی در سفر
- درآمد تبلیغات

تکنولوژی

- فن آوری مالی و حقوقی
- فن آوری AR و VR
- فن آوری Gamification
- فن آوری Live Streaming

نوآوری

- کسب درآمد از کل بستر گردشگری کشور
- استفاده از تاکتیک ادغام در توسعه شرکت
- استفاده از فین تک در افزایش سفر
- رفع مشکل محتوا در سفر
- رفع مشکل بار در سفر

گزارش سود و زیان

دوره مالی ۲۷ روزه منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۹	سال ۱۴۰۰	درصد به فروش
میلیون ریال	میلیون ریال	
-	۲۴۸,۰۱۲	%۱۰۰
-	(۱۸۰,۸۰۱)	(%۷۳)
-	۶۷,۲۱۱	%۲۷
-	(۱۵,۵۰۰)	(%۶)
-	۵۱,۷۱۱	%۲۱
-	(۵۶)	
۶۱۲	۱۹۲	
۶۱۲	۵۱,۸۴۸	%۲۱
-	-	
۶۱۲	۵۱,۸۴۸	%۲۱

درآمدهای عملیاتی

بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی

سود ناخالص

هزینه های فروش ، اداری و عمومی

سود عملیاتی

هزینه های مالی

سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی

سود قبل از مالیات

هزینه مالیات بر درآمد سال جاری

سود خالص

درآمدهای عملیاتی شرکت ریل گردش ایرانیان (سهامی عام) در سال ۱۴۰۰ مبلغ ۲۴۸,۰۱۲ میلیون ریال بوده است که اولین سال فعالیت شرکت بعد از تاسیس می باشد. همچنین سود خالص در این سال مبلغ ۵۱,۸۴۸ میلیون ریال بوده است.

نتائج عمليات



صورت وضعیت مالی

دوره مالی ۲۷ روزه منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۹	۱۴۰۰/۱۲/۲۹	
میلیون ریال	میلیون ریال	دارایی ها
۱,۶۶۴,۸۰۰	۱,۸۱۹,۹۴۸	دارایی های غیر جاری
۶۰,۶۱۲	۴۴,۴۷۵	دارایی های جاری
۱,۷۲۵,۴۱۲	۱,۸۶۴,۴۲۳	جمع دارایی ها
		حقوق مالکانه و بدهی ها
۱,۶۰۰,۶۱۲	۱,۶۵۲,۴۵۹	حقوق مالکانه
۹۶,۰۰۰	۹۶,۵۹۹	بدهی های غیر جاری
۲۸,۸۰۰	۱۱۵,۳۶۵	بدهی های جاری
۱۲۴,۸۰۰	۲۱۱,۹۶۳	جمع بدهی ها
۱,۷۲۵,۴۱۲	۱,۸۶۴,۴۲۳	جمع حقوق مالکانه و بدهی ها

صورت جریان وجه نقد

دوره مالی ۲۷ روزه منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۹	۲۹/۱۲/۱۴۰	
میلیون ریال	میلیون ریال	
(۴۹۳)	۶۷,۲۲۷	جریان های نقدی حاصل از فعالیت های عملیاتی:
(۴۹۳)	۶۷,۲۲۷	نقد حاصل از عملیات
(۴۴۵,۳۸۸)	(۱۴۴,۹۷۵)	جریان های خالص ورود (خروج) نقدی حاصل از فعالیت های عملیاتی:
(۴۴۵,۸۸۱)	(۷۷,۷۴۹)	جریان های نقدی حاصل از سرمایه گذاری:
۶۰,۱۱۹	(۳۷,۷۴۹)	جریان خالص ورود (خروج) نقد حاصل از فعالیت های سرمایه گذاری
-	۶۰,۱۱۹	جریان خالص ورود (خروج) نقد قبل از فعالیت های تامین مالی
۶۰,۱۱۹	۲۲,۳۷۰	جریان های نقدی حاصل از فعالیتهای تامین مالی :
۱,۱۹۰,۰۰۰	-	خالص افزایش (کاهش) در موجودی نقد
		مانده موجودی نقد در ابتدای سال
		مانده موجودی نقد در پایان سال
		معاملات غیر نقد (آورده غیر نقد موسسین بابت سرمایه اولیه

نسبتهای مالی

نسبت مالی	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹
نسبت جاری	۰,۳۹	۲,۱۰
نسبت بدهی	۰,۱۱	۰,۰۷
نسبت بازده مجموع دارایی	۰,۰۳	-
نسبت بازده حقوق صاحبان سهام	۰,۰۳	-
نسبت نقد شونددگی سود	۱,۳۰	-
بازده فروش	٪۴۸۰	-

- ✓ همانگونه که قابل استنتاج است فعالیتهای شرکت به نسبت سرمایه ثبتي آن توسعه نیافته است اما روند در حال توسعه آن با توجه به اولین سال فعالیت شرکت قابل توجه است. بخصوص با وجود محدودیتهای ناشی از همه گیری کووید ۱۹ و اثرات اساسی آن در کسب و کارهای گردشگری این نتایج می تواند بیش از انتظارات باشد.
- ✓ نسبتهای ترازنامه ای نشان از قابلیت بالای جذب منابع مالی دارد و نسبت بازده فروش نیز از بازگشت سرمایه قابل توجه در آینده خبر می دهد.



قابلیت را نمی‌توان تقلید کرد؛ چرخ را باید کسانی که از آن استفاده خواهند کرد در بستر بومی دوباره اختراع کنند.

لنت پریچت