

بسمه تعالی

شرکت گروه صنعتی پاکشو

(سهامی عام)



گزارش تفسیری مدیریت

برای سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۰

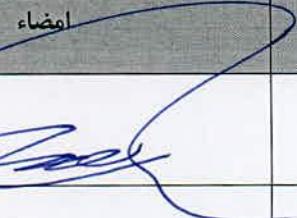
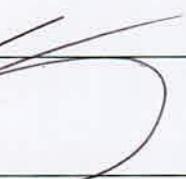
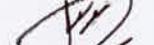
شرکت گروه صنعتی پاکشو(سهامی عام)

در اجرای مفاد ماده ۷ دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۸۶/۰۵/۰۳ و اصلاحیه‌های آن و پیرو ابلاغیه شماره ۹۶/۰۵/۰۲۴ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۰۵ ناشران پذیرفته شده در بورس مکلف به افشای گزارش تفسیری مدیریت در مقاطع میان دوره‌ای سه ماهه، شش ماهه، نه ماهه و سالانه می‌باشد.

گزارش تفسیری مدیریت به عنوان یکی از گزارش‌های هیئت مدیره به مجمع عمومی صاحبان سهام و سایر استفاده‌کنندگان از اطلاعات صورت‌های مالی، مبتنی بر اطلاعات ارائه شده در صورت‌های مالی بوده و اطلاعاتی را در خصوص تفسیر وضعیت و عملکرد مالی و جریان‌های نقدي شرکت برای تشریح اهداف، مأموریت، چشم‌اندازها و نتایج و نهایتاً راهبردهایی را برای نیل به اهداف مذکور به عنوان متمم صورت‌های مالی ارائه می‌نماید. از این‌رو گزارش تفسیری مدیریت شرکت گروه صنعتی پاکشو (سهامی عام) برای سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۰ تقدیم می‌گردد.

گزارش تفسیری مدیریت شامل ۵ محور اصلی ماهیت کسب و کار، اهداف و راهبردهای مدیریت، مهم‌ترین منابع و ریسک‌ها، مهم‌ترین معیارها و شاخص‌های عملکرد و نتایج عملیات و چشم‌اندازها می‌باشد.

شرکت گروه صنعتی پاکشو (سهامی عام) گزارش فوق را طبق ضوابط گزارش تفسیری و آیین نامه‌های ابلاغ شده از طرف سازمان بورس و اوراق بهادار تهیه نموده و به تأیید اعضای هیئت مدیره رسیده است.

امضاء	سمت	نام نماینده عضو حقوقی	نام عضو حقیقی یا حقوقی هیئت مدیره
	رئيس هیأت مدیره	سید محمدباقر فاضلیان	شرکت گروه صنعتی گلنگ
	نایب رئيس هیأت مدیره	مسعود گودرزی	گروه سرمایه گذاری کوروش
	عضو هیأت مدیره و مدیر عامل	محمد عالمی	شرکت گلنگ پخش
	عضو هیأت مدیره	سید جعفر موسوی	شرکت گروه مهد سرمایه گذاری خاورمیانه
	عضو هیأت مدیره	محمد رضا قلی پور	شرکت گلپخش اول

فهرست مطالب

۱-۱: ماهیت کسب و کار.....	۵
۱-۲: تاریخچه و فعالیت شرکت.....	۵
۱-۳: محصولات، فرآیندهای تجاری و روش‌های توزیع.....	۵
۱-۴: شرکت‌های تابعه.....	۵
۱-۵: قوانین و مقررات و سایر عوامل برون سازمانی.....	۶
۱-۶: عوامل مؤثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت (چالش‌های پیش رو)	۷
۱-۷: تهدیدهای پیش روی صنعت.....	۷
۱-۸: موضوعات مهمی که بر عملیات شرکت تأثیر خواهد گذاشت در حالی که درگذشته تأثیرگذار نبوده اند	۸
۱-۹: سهامداران اصلی شرکت.....	۸
۱-۱۰: اعضای اصلی هیات مدیره.....	۹
۱-۱۱: ساختار واحد تجاری	۱۰
۱-۱۲: اهداف مدیریت و راهبردهایی برای رسیدن به آنها.....	۱۱
۱-۱۳: اهداف مالی کسب و کار.....	۱۱
۱-۱۴: توسعه محصولات جدید	۱۱
۱-۱۵: راهبردهای شرکت برای جلوگیری از افزایش هزینه مواد اولیه	۱۱
۱-۱۶: سرمایه انسانی، فکری و مشارکت کارکنان	۱۱
۱-۱۷: رسالت اجتماعی و زیست محیطی شرکت:.....	۱۲
۱-۱۸: آثار ناشی از شیوع ویروس کرونا و برنامه‌های شرکت جهت مقابله با ویروس کرونا:.....	۱۳
۱-۱۹: منابع، ریسک‌ها و روابط	۱۴
۱-۲۰: ریسک‌ها و اقدامات مرتبط	۱۴
۱-۲۱: ماهیت و میزان استفاده از ابزارهای مالی و ریسک‌های مرتبط با آنها.....	۱۴
۱-۲۲: تغییرات نرخ ارز و نرخ سود بانکی و اثرات آن بر شرکت	۱۵
۱-۲۳: وضعیت سرمایه در گردش	۱۵

۵-۳: منابع مورد انتظار برای پوشش تعهدات و مخارج غیرقابل انتظار	۱۵
۶-۳: ساختار سرمایه	۱۵
۷-۳: شاخص ها و معیارهای عملکرد	۱۶
۴-۳: نتایج عملیات و چشم اندازها	۱۸
۱-۴: تحلیلی از وضعیت موجود شرکت و چشم انداز آتی شرکت	۱۸
۲-۴: تجزیه و تحلیل عملکرد شرکت	۱۹
۱-۴-۲-۱: روند صورت سود و زیان شرکت	۱۹
۲-۴-۲-۲: وضعیت نسبت های مالی شرکت	۲۱
۳-۴-۲-۳: روند فروش و بهای تمام شده	۲۳
۳-۴-۴: اهداف و راهبردهای آتی مدیریت در خصوص تولید و فروش محصولات	۲۳
۴-۴: برآورد شرکت از تغییرات نرخ فروش محصولات و نرخ خرید مواد اولیه	۲۳
۴-۵: بیان سیاستها و برآورد شرکت از برنامه های تأمین مالی و تغییرات هزینه مالی شرکت	۲۴
۴-۶: روند تقسیم سود شرکت: (میلیون ریال)	۲۴
۴-۷: مدیریت زنجیره ارزش	۲۴

۱- ماهیت کسب و کار

۱- تاریخچه و فعالیت شرکت:

شرکت تولیدی پاکشو در سال ۱۳۵۱ در اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی تهران به ثبت رسیده است و در تاریخ ۱۳۹۲/۱۱/۲۸ نام شرکت به گروه صنعتی پاکشو تغییر یافته است. همچنین شرکت بنا بر تصمیم مجمع عمومی فوق العاده از سهامی خاص به سهامی عام تبدیل گردیده و سهام آن در سازمان بورس و اوراق بهادار عرضه گردید. موضوع فعالیت شرکت عبارت است از تهیه و تولید انواع مواد شوینده و پاک‌کننده، محصولات بهداشتی و کارهای تولیدی و بازرگانی، سرمایه‌گذاری، صادرات، واردات و انجام هر نوع عملیات و معاملاتی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم مرتبط با موضوع فعالیت شرکت باشد.

۲- محصولات، فرآیندهای تجاری و روشهای توزیع:

شرکت گروه صنعتی پاکشو به عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تولیدکننده با حدود ۵۰ سال سابقه تولید در کشور و دارای مجموعه‌ای کامل از سبد محصولات شوینده و بهداشتی مالک برندهای مشهور و باسابقه، با بیش از ۳۰۰ کد کالا به فعالیت می‌پردازد.

با نظر به فعالیت شرکت در زمینه محصولات شوینده، شرکت همواره به دنبال کسب حداکثر رضایت آحاد مصرف‌کنندگان و ارتقاء سطح بهداشت عمومی می‌باشد. شرکت محصولات تولیدی خود را از طریق شرکت‌های پخش در سرتاسر ایران به مصرف‌کنندگان نهایی محصولات عرضه می‌نماید.

۳- شرکت‌های تابعه:

شرکت صنایع بسته‌بندی ایراندار

این شرکت در سال ۱۳۹۳ برای تأمین لیبل و برچسب مورد نیاز شرکت خریداری شد. میزان مالکیت گروه صنعتی پاکشو در سهام این شرکت ۷۵ درصد است. محصولات این شرکت شامل انواع برچسب و اتیکت پشت و رو برای انواع محصولات شرکت بوده و بنابراین اولین منبع تأمین اتیکت و برچسب مورد نیاز شرکت می‌باشد.

شرکت پاکان پلاستکار

گروه صنعتی پاکشو از زمان تأسیس شرکت پاکان پلاستکار ۱۶,۲۵ درصد سهام این شرکت را داشته است، سپس در سال ۱۳۹۵ سهم خود را در این شرکت به میزان ۵۸,۷۵ درصد افزایش داده و میزان مالکیت در سهام این شرکت به ۷۵ درصد رسیده است. محصولات این شرکت شامل انواع درب، بطری، اسلیو و ... بوده و اولین منبع تأمین کننده شرکت در این زمینه می‌باشد.

شرکت خدماتی تحقیقاتی آرین گستر

موضوع فعالیت شرکت تحقیقاتی آرین گستر، امور تحقیقاتی، خدماتی و تولیدی در زمینه بیوتکنولوژی می‌باشد و گروه صنعتی پاکشو ۶۵ درصد سهام شرکت مذکور را تحصیل نموده است.

شرکت پاکان به شو

شرکت پاکان به شو در مرحله قبل از بهره برداری قرار داشته و پروژه احداث کارخانه آن در تاریخ ۱۳۹۹/۰۸/۰۱ در شهرک صنعتی خرمدشت استان قزوین شروع و تاریخ بهره برداری نیز ۱۴۰۱/۰۳/۱۵ برآورد می‌گردد و گروه صنعتی پاکشو مالک ۹۶ درصد سهام شرکت مذبور می‌باشد.

شرکت پدیده شیمی جم

شرکت پدیده شیمی جم برای تأمین ایراسافت، صابون رشته‌ای و چندین مواد اولیه دیگر خریداری شده و میزان مالکیت در این شرکت ۴۳,۹ درصد می‌باشد.

شرکت گروه مدیریت صنعت خردۀ فروشی کوروش

گروه صنعتی پاکشو مالکیت ۱۵ درصد سهام گروه مدیریت صنعت خردۀ فروشی کوروش را دارد، شرکت یاد شده سهامدار عمدۀ شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش بوده و یکی از کانال‌های توزیع محصولات تولیدی پاکشو در سطح خردۀ فروشی می‌باشد.

شرکت آریان کیمیا تک

موضوع فعالیت شرکت آریان کیمیا تک تولید، واردات، صادرات، مواد اولیه و محصولات آرایشی می‌باشد و گروه صنعتی پاکشو ۱۵,۸ درصد سهام شرکت مذکور را تحصیل نموده است.

۴-۱- قوانین و مقررات و سایر عوامل برونو سازمانی:

- قانون تجارت
- قانون مالیات‌های مستقیم و قانون مالیات بر ارزش افزوده
- قانون کار و تأمین اجتماعی
- قانون مبارزه با پولشویی
- قوانین و مقررات بورس اوراق بهادار
- قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان
- قوانین و مقررات صادرات و واردات
- قوانین و مقررات ارزی

- بخش‌نامه‌ها و آیین نامه‌های اجرایی وزارت خانه‌های ذیربیط، وزارت امور اقتصادی و دارایی و وزارت صنعت، معدن و تجارت، وزارت راه و شهرسازی
- قانون نظام صنفی
- قوانین و مقررات ملی ساختمان
- قوانین و مقررات استاندارد ملی
- قوانین و مقررات محیط زیست
- اساسنامه شرکت
- مصوبات مجامع سهامداران
- مصوبات هیئت مدیره
- قوانین مرتبط با بورس اوراق بهادار تهران
- قوانین و مقررات دولتی مرتبط با کسب و کار اقتصادی

۵-۱ عوامل مؤثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت (چالش‌های پیش رو):

چالش‌های ناشی از تعاملات سیاسی با سایر کشورها، تورم حاکم بر بازار اقتصادی ایران و نوسانات شدید نرخ ارز از جمله موضوعات اثربخش بر صنعت در سال‌های گذشته بوده است. از طرفی سیاست‌های متفاوت دولت در زمینه‌ی صنعت در دوره‌های مختلف اثر مهمی را بر بخش صنعت و سرمایه‌گذاری داشته است، به گونه‌ای که به دلیل شرایط مذکور بسیاری از واحدهای صنعتی مجبور به توقف واحدهای تولیدی خود شده‌اند. با نظر به تغییر سیاست اقتصادی دولت به دلیل کاهش شدید درآمدهای نفتی و اتخاذ سیاست‌هایی در راستای افزایش درآمدهای ناشی از مالیات، شرکت‌های تولیدی به ویژه شرکت‌هایی که الزام بیشتری جهت رعایت قوانین و مقررات ناشی از الزامات بورس را دارند، تحت فشار فزاینده‌ای در حوزه‌های مرتبط مالیاتی در سال‌های گذشته و سال‌های پیش رو قرار داشته‌اند. همچنین با توجه به تنش‌های سیاسی جدید ایران با برخی از کشورها و به دنبال آن آغاز تحریم‌های یک‌جانبه و چند‌جانبه و استمرار تحریم‌ها، نرخ‌های مواد اولیه و به خصوص نرخ ارز نوسان شدیدی داشته که این امر باعث افزایش بهای تمام شده محصولات خواهد شد. شرکت گروه صنعتی پاکشو نیز تحت تأثیر موارد مطرح شده فوق قرار گرفته و در این راستا تلاش نموده است با به کارگیری توان و تجربه‌های داخلی همکاران پرتلاش و همچنین استراتژی‌های مرتبط با حوزه‌های کسب و کار توان تولید کسب و کار خود را در وضعیت فعلی حفظ نماید.

۶-۱ تهدیدهای پیش روی صنعت:

- افزایش شدید نرخ ارز
- تشدید تحریم‌های اقتصادی
- اعمال محدودیت‌های ناشی از شیوع ویروس کرونا

- عدم اجرای کامل سیستم مالیات بر ارزش افزوده و سیستم مالیاتی کامل در شرکت‌های متوسط و کوچک
- بالا بودن هزینه تبلیغات رسانه‌های داخلی در قیاس با تبلیغات جهانی که برخی برندهای تازه وارد از آن بهره می‌گیرند.
- توسعه ناکافی و عدم به کارگیری فناوری‌های نوین در حوزه صنعت شوینده داخلی در مقایسه با تکنولوژی روز دنیا
- درصد بالای تقسیم سود در مجتمع که توسعه در حوزه فناوری را به چالش می‌کشاند.

۱-۷ موضوعات مهمی که بر عملیات شرکت تأثیر خواهد گذاشت در حالی که در گذشته تأثیرگذار نبوده اند:

- تشدید تحریم‌های همه‌جانبه اقتصادی و در نهایت عدم انجام مبادلات تجاری با عمدۀ کشورهای خارجی
- نوسانات نرخ ارز
- عدم انطباق رفتار مصرف کنندگان و سیاست‌های اقتصادی دولت
- کاهش قدرت خرید خانوارها در سال‌های اخیر
- محدودیت‌های شدید در حمل و نقل بین‌المللی ناشی از شیوع ویروس کرونا و اعمال تحریمهای لجستیکی

۱-۸ سهامداران اصلی شرکت:

سهامداران شرکت در تاریخ ۱۴۰۰/۰۶/۳۱ به شرح جدول زیر است:

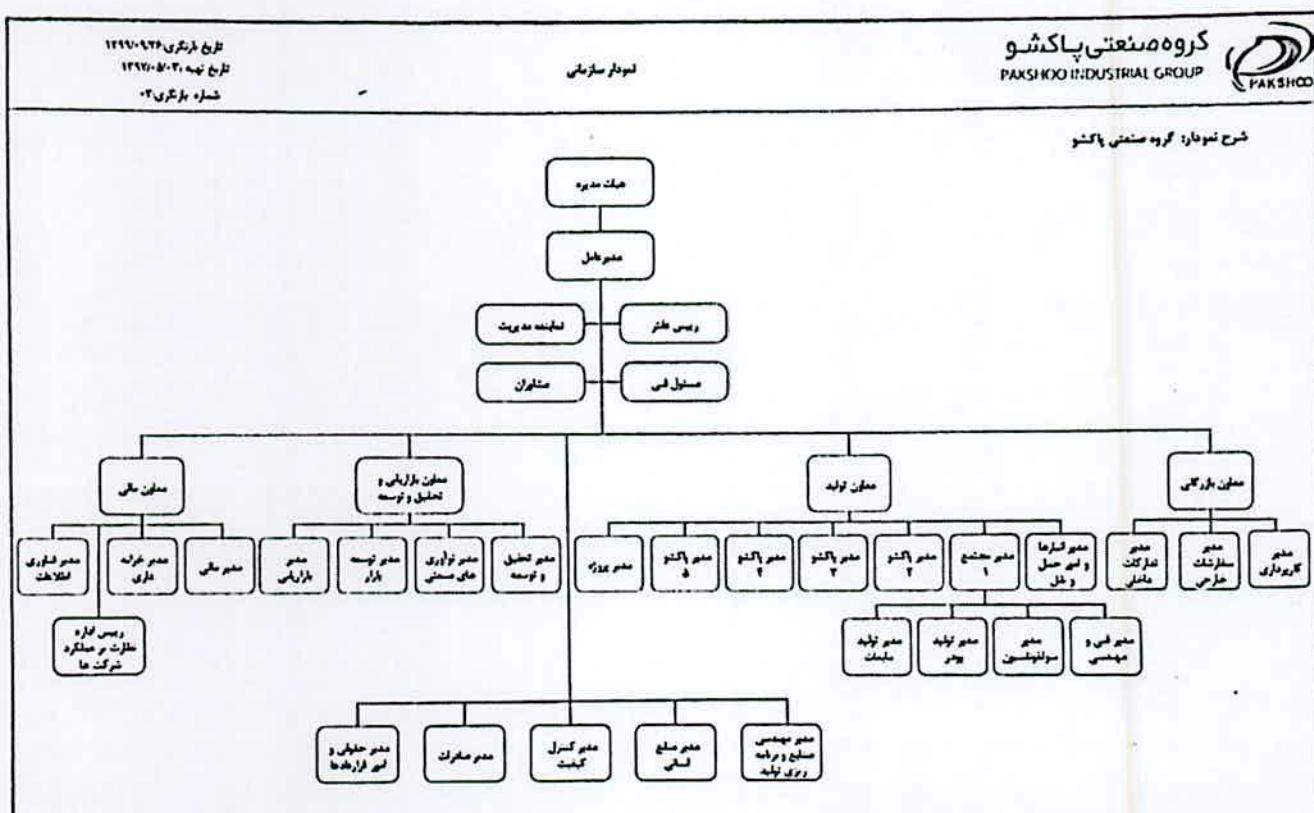
سهامدار	درصد مالکیت
شرکت گروه صنعتی گلنگ	%۵۹
شرکت گروه مهد سرمایه گذاری خاورمیانه	%۲۲
گروه سرمایه گذاری کوروش	%۹
سایر سهامداران	%۱۰
جمع	%۱۰۰

۹- اعضای اصلی هیات مدیره شامل پنج عضو به شرح زیر می‌باشند:

نام عضو حقيقی یا حقوقی هیئت مدیره	شماره ثبت / کد ملی	نام نماینده عضو حقوقی	سمت	موظف / موظف غیر موظف	مدرک تحصیلی	زمینه‌های کاری
شرکت گروه صنعتی گلنگ	۲۱۳۳۴۶	سید محمد باقر فاضلیان	رئیس هیئت مدیره	غیر موظف	کارشناسی	عضویت در هیئت مدیره انجمن شوینده و تعاونی صنایع شوینده، آرایشی و بهداشتی اریاست و عضویت در هیئت مدیره شرکت‌های پدیده شیمی قرن و پایدار، فاران شیمی و هلдинگ دارویی گلنگ / معاونت توسعه صنعتی گروه صنعتی گلنگ ابیش از ۴۰ سال فعالیت در صنعتی شوینده
گروه سرمایه گذاری کوروش	۳۳۸۸۶۴	مسعود گودرزی	نائب رئیس هیئت مدیره	غیر موظف	دکترا	معاونت طرح و برنامه، معاونت بازرگانی، عضویت در هیئت مدیره شرکت‌ها
شرکت گلنگ پخش	۱۶۷۰۵۵	محمد عالمی	عضو هیئت مدیره و مدیر عامل	موظف	کارشناسی	مدیر کنترل کیفیت، مدیر بازرگانی، مدیر عامل و عضویت در هیئت مدیره شرکت‌ها
شرکت گروه مهد سرمایه گذاری خاورمیانه	۳۴۸۹۰۲۰	سید جعفر موسوی	عضو هیئت مدیره	غیر موظف	کارشناسی ارشد	مدیر مالی، معاون مالی و اداری و عضویت در هیئت مدیره شرکت‌ها
شرکت گلپخش اول	۱۶۷۱۲۴	محمد رضا قلی پور	عضو هیئت مدیره	موظف	کارشناسی	مدیر تأمین مالی و عضویت در هیئت مدیره شرکت‌ها

۱-۱۰ ساختار واحد تجاری :

ساختار سازمانی شرکت به نحوی پیاده شده است که مدیران سازمانی بتوانند در ایجاد ارزش افزوده به صورت یک پارچه تعامل نماید. کلیه مدیران و کارکنان شرکت گروه صنعتی پاکشو (سهامی عام) خود را متعهد می دانند تا در راستای دستیابی به اهداف سازمانی، تلاش نمایند.



۲- اهداف مدیریت و راهبردهایی برای رسیدن به آنها

۱- اهداف مالی کسب و کار:

با نظر به وضعیت اقتصادی و تشدید نیاز جامعه مصرف‌کنندگان به محصولات شوینده به دلیل شیوع ویروس کرونا، شرکت اهداف و برنامه کاری بر پایه گسترش توان تولید و فروش خود تدوین نمود و در این راستا تیم مدیریت و اجرایی شرکت استراتژی‌های متفاوتی را جهت دستیابی به اهداف تعریف شده به کار گرفته است.

۲- توسعه محصولات جدید:

مجموعه گروه صنعتی پاکشو (سهامی عام) همواره سعی نموده است که با بررسی نیازهای مشتریان محصولات جدیدی را به بازار معرفی نماید. بر همین اساس نیز محصولات جدید در حوزه شامپو، پودر، مایعات الب سه، قرص ماشین ظرف‌شویی و... وارد بازار خواهد شد.

۳- راهبردهای شرکت برای جلوگیری از افزایش هزینه مواد اولیه:

- بررسی مداوم منابع تأمین و قیمت‌های بازار مواد اولیه و کسب اطلاع از سمت و سوی آتی بازار.
- تهیه مواد اولیه با رویکرد تأمین بلندمدت براساس ثبات کیفی و ثبات تأمین و استفاده از امکانات تأمین کنندگان توانمند و براساس سطح نقدینگی موجود.
- شناسایی منابع تأمین کننده جدید جهت اخذ قیمت مناسب‌تر.
- توجه ویژه به قوانین جدید گمرکی و استفاده بهینه از ترجیحات قانونی گمرک.
- بررسی وضعیت ارزی و سمت و سوی آن و تأمین مواد اولیه متناسب با نیاز شرکت.

۴- سرمایه انسانی، فکری و مشارکت کارکنان:

یکی از نقاط قوت شرکت در راستای دستیابی به اهداف تعریف شده، استفاده از تجربیات و اتکا به دانش تخصصی همکاران سازمانی می‌باشد. شعار شرکت همواره بر این بوده است: "ما همواره پذیرای ایده‌های نو، خلاقانه و مشارکت فعل همهی همکاران در بهبود فرایند و دستیابی به اهداف سازمانی هستیم". در این راستا شرکت در سال ۱۳۹۲ اقدام به تأسیس دانشگاه سازمانی گروه صنعتی پاکشو به صورت رسمی نمود تا این طریق دانش همکاران در حوزه‌های مختلف بروز گردد.

اهداف آموزشی دانشگاه سازمانی گروه صنعتی پاکشو:

- ✓ ایجاد زمینه مناسب آموزشی بر مبنای نیازهای مهارتی شغل
- ✓ مناسب ساختن دانش و مهارت‌های شغلی موردنیاز فرآگیران با مشاغل
- ✓ ایجاد انگیزه برای کسب مهارت‌های موردنیاز مشاغل
- ✓ افزایش بهره‌وری از طریق پرهیز از زیاد آموزی و کم آموزی
- ✓ ایجاد شتاب لازم جهت تربیت نیروی انسانی کارآمد برای یک مهارت خاص

یکی از راههای مؤثر برای بهبود عملکرد کارکنان، تهیه توافقنامه عملکرد با آن‌ها است. توافقنامه، سند قراردادی رسمی بین هر یک از کارکنان با سازمان است که با تأیید مسئول مستقیم و مدیر فرد منعقد می‌گردد و اهداف عملکردی در سطح واحد سازمانی، گروههای کاری و فردی، پروژه‌های بهبود مورد انتظار سازمان، برنامه بهبود عملکرد و توسعه فردی و ارزیابی عملکرد در آن تعریف و شفاف سازی می‌شود. اجرای این طرح از سال ۹۶ به صورت آزمایشی در شرکت پاکشو آغاز گردید و نتایج آن نشان داد تهیه توافقنامه با کارکنان می‌تواند به دلیل تعیین وظایف هر یک از کارکنان به صورت شفاف، نظاممند شدن فرایند پیگیری و افزایش انصاف در ارزیابی عملکرد، سبب افزایش احساس مسئولیت کارکنان در قبال وظایف محوله، بهبود مستمر عملکرد سازمان و کاهش نارضایتی و خروج کارکنان از سازمان گردد. همچنین به دلیل مکتوب شدن شیوه انجام کار می‌تواند به مدیریت دانش در سازمان کمک نماید.

وضعیت کارکنان شرکت:

شرکت اصلی	شرح	
۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	
۱۰۰۵۶	۱,۵۲۶	اول دوره
۶۰۴	۲۰۲	ورودی
۱۳۴	۱۴۶	خروجی
۱,۵۲۶	۱,۵۸۲	پایان دوره
۱,۹۶۴	۲,۰۲۴	پایان دوره گروه

۵- رسالت اجتماعی و زیست محیطی شرکت:

گروه صنعتی پاکشو به عنوان تولیدکننده محصولات شوینده و بهداشتی، همواره در راستای ترویج فرهنگ بهداشت عمومی و فردی در جامعه گام برداشته است. این شرکت با توجه به آرمان‌های بنیان گذار گروه صنعتی گلنگ (آقای حاج محمد کریم فضلی) و با توجه به سوابق درخشانی که در این صنعت برای خود ایجاد کرده است در این سال نیز توانسته است رسالت خود را در این حوزه به نحو مطلوب به انجام برساند که بخشی از این موارد به شرح زیر است:

- بررسی و تحقیق برای ارائه محصولات جدید در جهت جلب رضایت مشتری که رعایت استانداردهای حاکم بر تولید محصولات شوینده از جمله این موارد است.
- حفظ و ارتقاء کیفیت محصولات
- رعایت حقوق مصرفکنندگان از لحاظ تعیین قیمت مناسب، ارائه محصولات باکیفیت، رعایت نظرات مثبتی در تولید محصول

مسئلولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت:

رعایت مسئلولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی و همچنین رعایت مقررات اجتماعی جزء وظایف شرکت بوده و شرکت گروه صنعتی پاکشو با رعایت قوانین و اقدامات ذیل سعی در اجرای مسئلولیت اجتماعی بوده است:

- ✓ رعایت قوانین ملی در زمینه کنترل آلاینده‌های زیست محیطی.
- ✓ نصب و راهاندازی دستگاه‌های پالایش هوا جهت جلوگیری از آلودگی هوا.
- ✓ جلوگیری از آلودگی محیط‌زیست.
- ✓ حفظ منابع طبیعی و گسترش فضای سبز.
- ✓ کاهش پسماند ناشی از فرآیند تولید.
- ✓ نظارت بر فرایند تولید، جمع‌آوری و امحاء پسماند.
- ✓ حفظ بهداشت و سلامت عمومی جامعه بویژه در شرایطی که ویروس کرونا شیوع یافته.
- ✓ آمادگی برای مقابله با بحران‌های زیست محیطی.

۶- آثار ناشی از شیوع ویروس کرونا و برنامه‌های شرکت جهت مقابله با ویروس کرونا:

به دلیل فعالیت شرکت در صنعت شوینده، بیماری کرونا نه تنها آثار کاهشی در فروش شرکت نداشته بلکه به دلیل اهمیت امر ضد عفونی در پیشگیری از بیماری، فروش شرکت نیز افزایش یافته است. از طرفی شرکت در راستای مسئلولیت اجتماعی خود در ابتدای شیوع ویروس کرونا، اقدام به تولید ژل ضد عفونی کننده و توزیع رایگان و هدفمند بین اقشار با مشاغل پر ریسک همچون رانندگان حمل و نقل عمومی و پرسنل خدوم بیمارستان‌ها نموده است.

عمده برنامه شرکت در جهت مقابله با ویروس کرونا به شرح ذیل می‌باشد:

- ✓ انجام آزمایش‌های دوره‌ای از تمامی پرسنل
- ✓ استفاده از دستگاه تب سنج و تست اکسیژن
- ✓ جلوگیری از حضور نیروی انسانی مبتلا شده به ویروس تا زمان بهبودی کامل
- ✓ توزیع اقلام ضد عفونی کننده و بهداشتی نظیر ژل ضد عفونی کننده، توزیع ماسک رایگان بین نیروی انسانی
- ✓ اجباری نمودن استفاده از ماسک در محیط شرکت
- ✓ تبدیل تمامی جلسات حضوری به غیر حضوری (آنلاین)
- ✓ برقراری امکان دورکاری برای پرسنل اداری

۳- منابع، ریسک‌ها و روابط

۱- ریسک‌ها و اقدامات مرتبط:

بنگاه‌های اقتصادی همواره با ریسک‌های مختلف داخلی و خارجی مواجه می‌باشند که گروه صنعتی پاکشو نیز از این موضوع مستثنی نمی‌باشد. در این راستا مدیریت شرکت همواره بر آن است تا بتواند با شناسایی ریسک‌های احتمالی اقدام به رفع محدودیت‌ها و اثرات ناشی از آن نماید. این ریسک‌ها عبارتند از:

- ✓ نوسان قیمت مواد اولیه
- ✓ بازگشت تحریم‌های اقتصادی و تجاری
- ✓ نوسانات نرخ ارز
- ✓ کاهش تعرفه‌های گمرکی محصولات مشابه وارداتی و افزایش سهم تولیدکنندگان خارجی در بازار داخلی
- ✓ افزایش بهای حامل‌های انرژی
- ✓ افزایش رکود تورمی ناشی از شرایط سخت اقتصادی
- ✓ افزایش تعرفه‌های گمرکی و مواد اولیه خارجی

علاوه بر ریسک‌های متفاوتی که به شرح فوق اشاره گردید، همواره ریسک‌های احتمالی دیگری که ناشی از شرایط کلان اقتصادی است متوجه شرکت‌ها می‌باشد. در این راستا شرکت تلاش نموده است با آشنایی با قوانین و الزامات مربوطه منتشره از نهادهای دولتی و ارگان‌ها در صدد شناسایی ریسک‌های مذکور برآید.

از طرفی برنامه شرکت بر آن است تا بتواند از فرسته‌های ایجاد شده در سطح کلان اقتصادی منطبق با اهداف آتی شرکت نیز منتفع گردد. روابط کسب‌وکار با ذی‌نفعان همواره بر مبنای رعایت حقوق طرفین و دستیابی به رابطه برد جهت حفظ توان کاری بلندمدت تعریف می‌گردد. سایر اقدامات به شرح زیر می‌باشد:

- ✓ تلاش برای انعقاد قراردادهای بلند مدت با تأمین کنندگان مواد اولیه
- ✓ شناسایی و پایش مستمر تأمین کنندگان داخلی و خارجی

۲- ماهیت و میزان استفاده از ابزارهای مالی و ریسک‌های مرتبط با آنها:

شرکت در راستای استفاده از مزیت مرتبط با منابع مالی و غیرمالی همواره از اعتبار مناسبی نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری برخوردار است. شرکت تلاش نموده است به نحوی اقدام نماید تا حداکثر استفاده از مزیت مذکور را فراهم نماید. تیم مدیریت شرکت همواره استراتژی‌هایی را به کار گرفته است تا بتواند ضمن کاهش هزینه‌های مالی مرتبط مزیت تداوم ارتباط بلندمدت با نهادهای مذکور را حفظ نماید. از طرف دیگر این مزیت باعث شده است که اعتبار شرکت نزد تأمین کنندگان مواد اولیه بالا رفته و امکان خرید بهصورت نسیه را فراهم آورده است.

۳-۳ تغییرات نرخ ارز و نرخ سود بانکی و اثوات آن بر شرکت:

در رابطه با افزایش نرخ ارز، شرکت با چالش افزایش بهای تمام شده محصولات مواجه بوده که با برنامه ریزی های صورت گرفته سعی شده چالش مذکور کنترل گردد. بخشی از مواد اولیه شرکت، خرید از منابع خارجی است و با توجه به حذف ارز مبادلاتی شرکت سعی در جایگزینی از طریق بازارهای داخلی و یا ساخت آن از طریق واحدهای تولیدی را در دستور کار واحد زنجیره تأمین خود قرار داده است.

از آنجایی که یکی از موضوعات اساسی شرکت های تولیدی نرخ تأمین مالی جهت سرمایه در گردش و سرمایه گذاری ها می باشد. کاهش نرخ سود بانکی و درنتیجه کاهش هزینه تأمین مالی قابل پرداخت به نهادهای تأمین مالی تأثیر بسزایی در بهبود رونق در تولید خواهد داشت. در این راستا شرکت برنامه ریزی لازم جهت استفاده از مزیت مذکور به نحوی که تأمین مالی خود را از منابعی که منجر به کاهش هزینه های مرتبط گردد را در دستور کار خود دارد.

۳-۴ وضعیت سرمایه در گردش:

با توجه به وضعیت بازار مرتبط با محصولات شرکت، برنامه ریزی ها به نحوی صورت می گیرد تا بتوان از منابع تأمین مالی موردنیاز جهت تولید و عرضه محصولات حصول اطمینان نمود. همچنین این برنامه ریزی ایجاب می نماید تا از ورود منابع ناشی از فروش حصول اطمینان گردد. از طرفی شرکت با تعاملات موردنیاز و انجام مذاکرات ضروری، سطحی از ارتباطات مناسب و حد اعتباری لازم را جهت پوشش کمبودهای احتمالی سرمایه در گردش فراهم نموده است.

۳-۵ منابع مورد انتظار برای پوشش تعهدات و مخارج غیرقابل انتظار:

شرکت همواره بر آن است تا بتواند تعهدات و مخارج احتمالی را پوشش دهد. در همین رابطه دفاتر شرکت از سال ۱۳۹۰ تاکنون توسط سازمان تامین اجتماعی رسیدگی نشده است. لازم بذکر است بر اساس بخشندامه صادره بشماره ۱۱۱۹/۹۶/۱۰۰۰ مورخ ۱۳۹۶/۰۲/۰۷، در ارتباط با حسابرسی تامین اجتماعی انجام بازر سی از مدارک و دفاتر شرکت های بخش خصوصی، صرفاً جهت سال های مالی ۱۳۹۸ و سال مالی مورد گزارش امکان پذیر است.

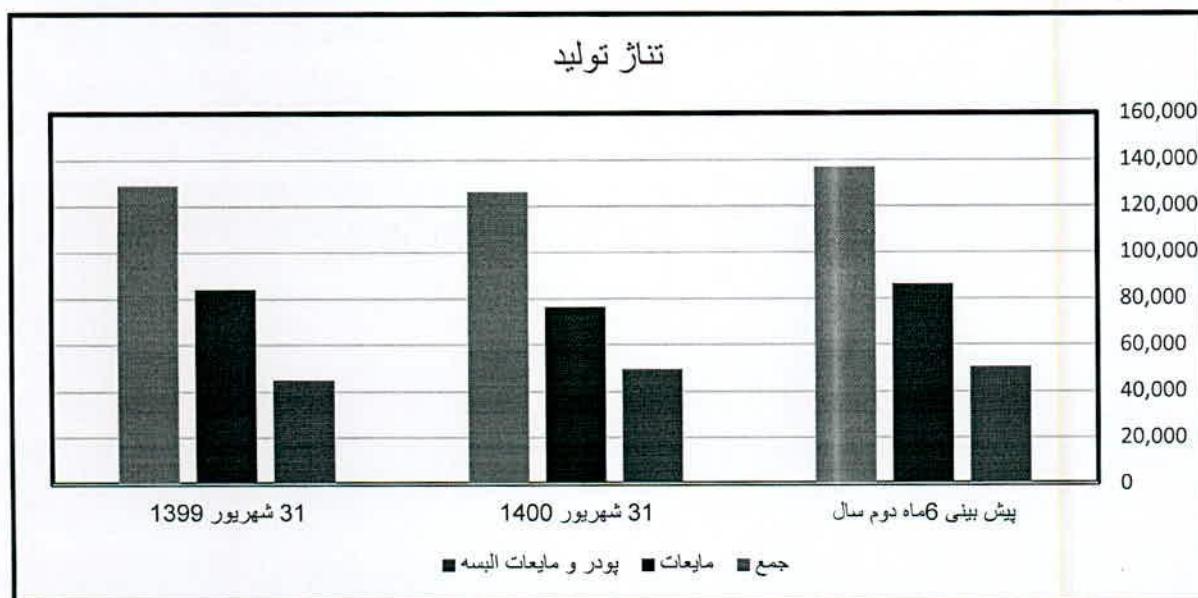
۳-۶ ساختار سرمایه:

با بررسی وضعیت صورت وضعیت مالی شرکت و نسبت حقوق صاحبان سهام، نگهداری سود انباشته مرتبط با سنتات قبل در شرکت در راستای پوشش نسبت های مالی مرتبط با توان مالی بوده و بهبود آن موردنظر مدیران می باشد.

۳-۷ شاخص ها و معیارهای عملکرد:

مقایسه روند تناز تولید شرکت

شرح	پیش بینی ۶ماه دوم سال	۱۴۰۰ ۳۱ شهریور	۱۳۹۹ ۳۱ شهریور
پودر و مایعات البسه	۵۰,۵۸۹	۴۹,۶۶۲	۴۴,۹۴۷
مایعات	۸۶,۲۵۴	۷۶,۴۹۳	۸۴,۰۷۵
جمع	۱۳۶,۸۴۳	۱۲۶,۱۵۵	۱۲۹,۰۲۲

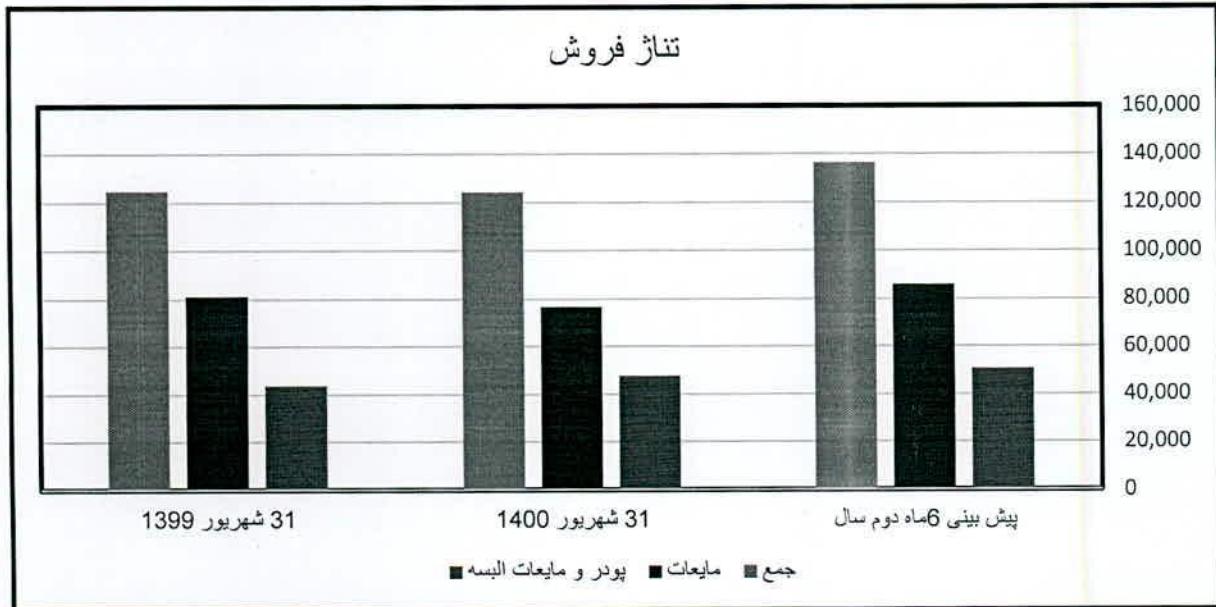


تغییرات و تحلیل حجم فروش و محصولات شرکت اصلی به شرح زیر می‌باشد:

تนาز فروش

۱۳۹۹ شهریور ۳۱	۱۴۰۰ شهریور ۳۱	پیش‌بینی ۶ ماهه دوم سال	شرح
۴۳,۶۴۴	۴۷,۶۰۹	۵۰,۵۷۵	پودر و مایعات البسه
۸۱,۱۳۲	۷۶,۷۱۶	۸۵,۸۴۹	مایعات
۱۲۴,۷۷۶	۱۲۴,۳۲۵	۱۳۶,۴۲۴	جمع

تนาز فروش



۴- نتایج عملیات و چشم اندازها

۱-۴ تحلیلی از وضعیت موجود شرکت و چشم انداز آتی شرکت:

خط مشی ها

- ✓ درک نیازهای مشتریان و تأمین خواسته های ایشان با ارائه محصولات و کالاهای متنوع و جدید، باهدف رضایت مشتریان و اخذ سهم شایسته ای از بازار.
- ✓ ارتقای دانش، مهارت و توانایی کارکنان به عنوان منبع تفکر و بالارزش ترین سرمایه شرکت، باهدف دستیابی به اهداف کیفی در کار و زندگی ایشان.
- ✓ بالا بردن قدرت رقابت در بازار و ارائه خدمات بهتر به مشتریان از طریق بهینه سازی هزینه ها و استفاده از حداکثر ظرفیت های موجود در تولید محصولات باکیفیت.
- ✓ توسعه و افزایش سهم صادرات محصولات شرکت در راستای رشد اقتصادی کشور.
- ✓ جلب و توسعه مشارکت کارکنان در ارائه روش های نوین کار باهدف بهبود مستمر.
- ✓ مدیریت و کارکنان گروه صنعتی پاکشو به برآورده سازی الزامات سیستم مدیریت کیفیت با هدف رشد و تعالی سازمانی به عنوان سازمانی سرآمد معتقدند.

چشم انداز

- ✓ شناخته شدن به عنوان یکی از بهترین شرکت های عرضه کننده محصولات در زمینه سلامت، بهداشت و زیبایی در جهان
- ✓ ورود به جمع ۵۰ شرکت برتر در فهرست ۱۰۰ IMI ایران.
- ✓ افزایش سهم صادرات در فروش.

۴-۲ تجزیه و تحلیل عملکرد شرکت:

۴-۲-۱ روند صورت سود و زیان شرکت:

روند سود و زیان گروه:

شرح گروه	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	۱۳۹۹/۰۶/۳۱
درآمدهای عملیاتی	۲۶,۵۰۴,۵۷۱	۱۶,۶۵۲,۰۵۸
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	(۲۰,۵۵۹,۰۱۶)	(۱۰,۵۲۵,۶۵۳)
سود (زیان) ناخالص	۵,۹۴۵,۵۵۵	۶,۱۲۶,۴۰۵
هزینه های فروش، اداری و عمومی	(۲,۱۶۰,۶۴۲)	(۹۴۷,۰۲۴)
سایر درآمدها عملیاتی	۱۹۰,۷۱۸	۳۸۰,۴۷۲
سایر هزینه های عملیاتی	(۱۰۵,۲۹۱)	(۸۳۰)
سود (زیان) عملیاتی	۳,۸۷۰,۳۴۰	۵,۵۵۹,۲۲۳
هزینه های مالی	(۱,۲۲۴,۷۶۴)	(۵۳۴,۹۷۸)
سایر درآمدها و هزینه های غیر عملیاتی	۱,۱۲۵,۷۱۱	۲,۶۹۵,۵۸۴
سود قبل از احتساب سهم گروه از سود شرکتهای وابسته	۳,۷۷۱,۰۲۸۷	۷,۷۱۹,۸۲۹
سهم گروه از شرکتهای وابسته	۱,۹۵۰,۹۹۰	۲,۳۹۲,۶۸۰
سود عملیات در حال تداوم قبل از مالیات	۵,۷۲۲,۲۷۷	۱۰,۱۱۲,۵۰۹
مالیات بر درآمد دوره جاری	(۲۶۴,۵۲۷)	(۵۵۷,۷۵۰)
مالیات بر درآمد سنتوات قبل	(۷۱,۹۶۳)	(۴۴,۸۰۰)
سود (زیان) خالص عملیات در حال تداوم	۵,۳۸۵,۷۸۷	۹,۵۰۹,۹۵۹
مالکان شرکت اصلی	۵,۱۲۹,۳۷۳	۹,۰۸۵,۰۸۸
منافق فاقد حق کنترل	۲۵۶,۴۱۴	۴۲۴,۸۷۱
جمع سود (زیان) خالص	۵,۳۸۵,۷۸۷	۹,۵۰۹,۹۵۹

روند سود و زیان شرکت اصلی:

شرح	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	۱۳۹۹/۰۶/۳۱
درآمدهای عملیاتی	۲۲,۷۷۷,۶۳۵	۱۳,۵۲۳,۹۰۸
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	(۱۸,۰۹۵,۸۰۲)	(۹,۰۲۵,۸۰۹,۱۱)
سود (زیان) ناخالص	۴,۶۸۱,۸۳۳	۴,۲۶۴,۹۹۷
هزینه های فروش، اداری و عمومی	(۱,۸۳۹,۰۰۴۱)	(۸۳۷,۴۳۹)
سایر درآمدها و هزینه های عملیاتی	۸۱,۰۵۳۵	۳۷۴,۰۷۹
سود (زیان) عملیاتی	۲,۹۲۴,۳۲۷	۳,۸۰۲,۰۱۳۸
هزینه های مالی	(۱,۰۶۷,۰۱۷۰)	(۴۵۱,۹۴۸)
سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی	۱,۰۲۶,۰۶۰	۲,۶۱۱,۰۷۳
سود (زیان) عملیات در حال تداوم قبل از مالیات	۲,۸۸۳,۰۲۱۷	۵,۹۶۱,۰۶۴
مالیات بر درآمد	(۱۵۹,۰۴۰۵)	(۲۷۶,۰۷۶)
سود (زیان) خالص عملیات در حال تداوم	۲,۷۲۳,۸۱۲	۵,۶۸۵,۰۱۸۷
سود (زیان) خالص	۲,۷۲۳,۸۱۲	۵,۶۸۵,۰۱۸۷

۴-۲-۴ وضعیت نسبت های مالی شرکت:

وضعیت نسبت های نقدینگی و فعالیت و همچنین نسبت های عملکرد شرکت اصلی و گروه به شرح زیر می باشد:

نسبت های مالی گروه:

عنوان نسبت	مبنا نسبت	واحد	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	۱۳۹۹/۰۶/۳۱
دوره گردش مطالبات تجاری	فروش	مرتبه	۱,۷۸	۱,۶۳
	متوجه حسابها و اسناد دریافتی تجاری ابتدا و انتهای دوره			
دوره گردش موجودی کالا	بهای تمام شده کالای فروش رفته	مرتبه	۲,۴۱	۲,۵۶
	متوجه موجودیهای ابتدا و انتهای دوره			
نسبت جاری	دارایی جاری پایان دوره	مرتبه	۱,۵۳	۱,۱۸
	بدھی جاری پایان دوره			
نسبت بدھی	جمع بدھیهای در پایان دوره	مرتبه	۰,۵۵	۰,۶۹
	جمع دارائیهای در پایان دوره			
نسبت بازده مجموع دارائیها	سود خالص	درصد	٪ ۳۷	٪ ۱۱
	متوجه مجموع دارائیها			
نسبت بازده حقوق صاحبان سهام	سود خالص	درصد	٪ ۸۴	٪ ۲۷
	متوجه حقوق صاحبان سهام عادی			
سود هر سهم (EPS)	سود خالص	ریال	۱۸۹	۱۰۷
	تعداد سهام عادی			

نسبت‌های مالی شرکت اصلی:

عنوان نسبت	مبنا نسبت	واحد	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	۱۳۹۹/۰۶/۳۱
دوره گردش مطالبات تجاری	فروش	مرتبه	۱,۴۷	۱,۵۶
	متوجه حسابها و اسناد دریافتی تجاری ابتدا و انتهای دوره			
دوره گردش موجودی کالا	بهای تمام شده کالای فروش رفته	مرتبه	۲,۸۶	۲,۷۵
	متوجه موجودیهای ابتدا و انتهای دوره			
نسبت جاری	دارایی جاری پایان دوره	مرتبه	۱,۲	۱,۴۷
	بدھی جاری پایان دوره			
نسبت بدهی	جمع بدهیها در پایان دوره	مرتبه	۰,۴	۰,۶۲
	جمع دارائیها در پایان دوره			
نسبت بازده مجموع دارائیها	سود خالص	درصد	٪۳	٪۲۷
	متوجه مجموع دارائیها			
نسبت بازده حقوق صاحبان سهام	سود خالص	درصد	٪۵	٪۷۴
	متوجه حقوق صاحبان سهام عادی			
سود هر سهم (EPS)	سود خالص	ریال	۵۷	۱۱۸
	تعداد سهام عادی			

۴-۲-۳ روند فروش و بهای تمام شده:

بررسی روند فروش و بهای تمام شده در ۱۴۰۰/۰۶/۳۱ و ۱۳۹۹/۰۶/۳۱ به همراه پیش بینی سال مالی منتهی به ۱۴۰۰/۱۲/۲۹ (۱۴۰۰ میلیون ریال):

۱۳۹۹/۰۶/۳۱	۱۴۰۰/۰۶/۳۱	پیش بینی ۱۴۰۰/۱۲/۲۹	شرح
۱۳,۵۲۳,۹۰۸	۲۲,۷۷۷,۶۳۵	۵۲,۲۴۶,۳۶۸	فروش
(۹,۲۵۸,۹۱۱)	(۱۸,۰۹۵,۸۰۲)	(۴۱,۴۹۵,۹۷۶)	بهای تمام شده
۴,۲۶۴,۹۹۷	۴,۶۸۱,۸۳۳	۱۰,۷۵۰,۳۹۲	سود ناویزه
٪۳۱,۵	٪۲۰,۶	٪۲۰,۵	درصد سود ناویزه

۴-۴ اهداف و راهبردهای آئی مدیریت در خصوص تولید و فروش محصولات:

رسالت اجتماعی

گروه صنعتی پاکشو به عنوان تولیدکننده محصولات شوینده و بهداشتی، همواره در راستای ترویج فرهنگ بهداشت عمومی و فردی در جامعه گام برداشته است. این شرکت با توجه به آرمان‌های بنیان‌گذار گروه صنعتی گلنگ (آقای حاج محمد کریم فضلی) و با توجه به سوابق درخشنادی که در این صنعت برای خود ایجاد کرده است در این سال نیز توانسته است رسالت خود را در این حوزه به نحو مطلوب به انجام برساند که بخشی از این موارد به شرح زیر است:

- ✓ بررسی و تحقیق برای ارائه محصولات جدید در جهت جلب رضایت مشتری رعایت استانداردهای حاکم بر تولید محصولات شوینده از جمله این موارد است
- ✓ حفظ و ارتقاء کیفیت محصولات
- ✓ رعایت حقوق مصرفکنندگان از لحاظ تعیین قیمت مناسب، ارائه محصولات باکیفیت، رعایت نظرات مشتری در تولید محصول و...

۴-۵ برآورد شرکت از تغییرات نرخ فروش محصولات و نرخ خرید مواد اولیه:

با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از خریدهای شرکت به صورت وارداتی و ارزی بوده ولی از سوی دیگر شرکت دارای فروش صادراتی است لذا در صورت تغییر در نرخ برابری ارز نسبت به ریال، این دو عامل هم‌دیگر را تا حدودی خنثی می‌سازد ولی حمایت‌های دولت و بانک مرکزی در زمینه تأمین نیاز ارزی صنعت شوینده به نرخ مناسب بسیار حائز اهمیت است.

۵-۴ بیان سیاست‌ها و برآورد شرکت از برنامه‌های تأمین مالی و تغییرات هزینه مالی شرکت:

شرکت جهت تأمین مالی فعالیت‌های آتی خود از محل فروش محصولات و عنده‌الزوم از سیستم بانکی جهت تأمین منابع سرمایه در گردش خود برنامه‌ریزی نموده است. لیکن اولویت اول با توجه به بالا بودن نرخ سود تسهیلات تأمین مالی از منابع داخلی شرکت خواهد بود.

۶-۴ روند تقسیم سود شرکت (میلیون ریال):

سال	سال	سال	سال	سال	سال
۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	.
۱,۳۵۰,۰۰۰	۱,۵۰۰,۰۰۰	۳,۰۰۰,۰۰۰	۷,۰۰۰,۰۰۰	۹,۶۰۰,۰۰۰	سود تقسیمی

۶-۷ مدیریت زنجیره ارزش:

گروه صنعتی پاکشو تلاش می‌نماید تا *PARTNERING PROCESS* را مابین خود و عرضه‌کنندگان مواد اولیه و فروشنده‌گان کالای نهایی برقرار سازد و از طریق این فرایند، ارتباط اجزاء زنجیره تأمین، تولید و عرضه را به صورت ارتباط یک گروه کاری درآورده تا به تأمین رضایت مصرف‌کننده و جامعه به عنوان هدف مشترک این سیستم منجر گردد. اثربخشی دو ابزار فوق در شنیدن صدای مصرف‌کنندگان و به کار بستن نظرات آنها از طریق افراد متخصص و مهرب خدمات پس از فروش قابل ردیابی، ارتقا و توسعه است.