

**امید نامه پذیرش و درج  
شرکت پگاه شیر پاستوریزه  
پگاه گیلان (سهامی عام)**

شرکت کارگزاری آگاه (سهامی خاص)



به اطلاع تمامی سرمایه‌گذاران، مشاوران سرمایه‌گذاری، سبد گردان‌ها و تمامی اشخاص و نهادهایی که شمول اطلاعیه حاضر مستلزم ذکر نام آن‌ها است می‌رساند؛ مطابق ملاک ماده ۲۱ قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران، انتشار امیدنامه حاضر، صرفاً به منظور اجرای مفاد بند ۱۳ ماده ۱ «دستورالعمل پذیرش، عرضه و نقل و انتقال اوراق بهادار در فرابورس ایران (شرکت سهامی عام)»، حصول اطمینان از رعایت مقررات قانونی و مصوبات سازمان بورس و اوراق بهادار و سایر مراجع ذی صلاح و شفافیت اطلاعاتی بوده و به منزله تأیید صحت اطلاعات اعلامی، مزایا، تضمین سودآوری و یا توصیه سفارشی در مورد شرکت مزبور توسط شرکت فرابورس ایران (سهامی عام) نمی‌باشد. از این رو ضروری است، پیش از هر اقدام در خصوص سرمایه‌گذاری، از صحت و سقم اطلاعات مندرج اطمینان حاصل فرمایید.

شرکت فرابورس ایران (سهامی عام)



## بیانیه‌های مسئولیت و سلب دعاوی

### ۱. بیانیه‌های مسئولیت

- این امیدنامه توسط هیئت‌مدیره و مشاور پذیرش شرکت متقاضی پذیرش تهیه و تأیید شده است که با آگاهی از مقررات و ضمانت اجراهای حقوقی و کیفی مربوط از جمله مواد ۴۱ تا ۴۵، ماده ۴۷ و بند ۳ ماده ۴۹ قانون بازار اوراق بهادار، منفرداً و مجتمعاً مسئولیت درستی اطلاعات مندرج در آن به لحاظ عدم وجود هرگونه خطا یا انحراف بااهمیت را به عهده می‌گیرند.
- مشاور پذیرش تأیید می‌نماید که امیدنامه‌ی حاضر افشای درست و کاملی از کلیه‌ی واقعیات مربوط به عرضه‌ی عمومی را به دست می‌دهد.

### ۲. بیانیه‌ی سلب مسئولیت

- هیئت پذیرش اوراق بهادار، پذیرش سهام این شرکت در فهرست نرخ‌های فرابورس ایران را بر مبنای اسناد، مدارک و اطلاعاتی که توسط شرکت و مشاور پذیرش ارائه شده، تصویب نموده است و این تصویب به معنی توصیه مشارکت سرمایه‌گذاران بالقوه در عرضه‌ی عمومی نیست.
- فرابورس ایران مسئولیتی در قبال صحت و کفایت اطلاعات افشاشده توسط شرکت و محتوای امیدنامه ندارد و در خصوص ضرر ناشی از اتکاء به تمام یا بخشی از مندرجات این امیدنامه، از خود سلب مسئولیت می‌نماید. سرمایه‌گذاران باید قبل از تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار شرکت، بررسی جامعی از اطلاعات منتشره و مزیت‌ها و ریسک‌های شرکت انجام دهند.



## فهرست مطالب

۷	۱- معرفی شرکت
۷	۱-۱- پیشینه
۷	۱-۲- موضوع فعالیت
۸	۱-۳- حسابر و بازرس قانونی شرکت
۸	۱-۴- سرمایه و سهامداران
۹	۱-۴-۱- اطلاعات کلی سهامدار عمده
۹	۱-۴-۱-۱- تاریخچه
۹	۱-۴-۱-۲- شرکت‌های فرعی
۱۱	۱-۴-۱-۳- وضعیت مالی
۱۱	۱-۵- سرمایه‌گذاری بلندمدت
۱۲	۱-۵-۱- شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص)
۱۳	۱-۵-۲- شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس (سهامی خاص)
۱۴	۱-۶- اهداف و مأموریت‌ها
۱۴	۱-۶-۱- چشم‌انداز
۱۴	۱-۶-۲- مأموریت
۱۴	۱-۶-۳- ارزش‌های سازمانی
۱۵	۱-۶-۴- افتخارات شرکت
۱۷	۱-۷- ساختارها و تشکیلات
۱۷	۱-۷-۱- کمیته‌های تخصصی شرکت
۱۷	۱-۷-۱-۱- کمیته اقتصادی
۱۷	۱-۷-۱-۲- شورای مدیران و کارشناسان
۱۸	۱-۷-۲- ساختار سازمانی



۱۹	۳-۷-۱- مدیران شرکت
۲۰	۴-۷-۱- ساختار نیروی انسانی
۲۰	۸-۱- ارتباط با شرکت
۲۱	۹-۱- گواهینامه‌ها و استانداردها
۲۲	۲- فعالیت و عملیات
۲۲	۲-۱- مقدمه
۲۳	۲-۲- صنعت لبنیات
۲۴	۱-۲-۲- انواع فرآورده‌های لبنی
۲۵	۲-۲-۲- اصطلاحات تخصصی صنعت
۲۹	۳-۲-۲- تاریخچه صنعت لبنیات
۲۹	۴-۲-۲- صنعت لبنیات در ایران
۳۲	۵-۲-۲- وضعیت صنعت شیر در جهان
۳۷	۶-۲-۲- وضعیت فعلی صنعت لبنیات
۳۸	۷-۲-۲- سرانه مصرف
۳۹	۸-۲-۲- برترین‌های صنعت
۳۹	۱-۲-۲-۸- صادرات
۴۲	۲-۲-۲-۸- واردات
۴۵	۳-۲-۲-۸- تراز تجاری
۴۶	۹-۲-۲- برترین شرکت‌های لبنی جهان
۴۸	۱۰-۲-۲- جایگاه ایران در صنعت
۴۸	۱-۲-۲-۱۰- صادرات
۴۹	۲-۲-۲-۱۰- واردات
۵۰	۳-۲-۲-۱۰- تراز تجاری
۵۱	۱۱-۲-۲- چالش‌های صنعت

- ۵۲..... چشم انداز آینده صنعت ۱۲-۲-۲-۲
- ۵۴..... وضعیت شرکت ۳-۲-۲
- ۵۴..... موقعیت جغرافیایی ۱-۳-۲
- ۵۶..... ۴-۲-۴ اطلاعات تولید
- ۵۶..... ۱-۴-۲ محصولات تولیدی
- ۵۷..... ۲-۴-۲ فرایند تولید
- ۶۲..... ۳-۴-۲ مواد اولیه
- ۶۳..... ۴-۴-۲ ظرفیت اسمی تولید و تولید واقعی
- ۶۴..... ۵-۴-۲ بهای تمام شده محصولات فروش رفته
- ۶۵..... ۲-۵-۲ اطلاعات فروش
- ۶۵..... ۱-۵-۲ فروش محصول
- ۶۶..... ۱-۵-۲-۱ مقادیر فروش
- ۶۸..... ۲-۵-۱-۲ مبالغ فروش
- ۷۰..... ۲-۵-۲ مقایسه درآمد عملیاتی و بهای تمام شده
- ۷۱..... ۱-۵-۲-۲ حاشیه سود ناخالص سنوات مختلف
- ۷۲..... ۳-۵-۲-۲ قیمت گذاری محصولات
- ۷۳..... ۲-۵-۲-۴ بازاریابی و فروش محصولات
- ۷۳..... ۵-۲-۲ بازار محصول و رقبا
- ۷۸..... ۶-۵-۲-۲ تحلیل S.W.O.T شرکت
- ۷۹..... ۶-۲-۲ قراردادهای مهم
- ۷۹..... ۷-۲-۲ قوانین و مقررات حاکم بر شرکت
- ۸۰..... ۲-۸ عوامل ریسک شرکت
- ۸۱..... ۳-۳ اطلاعات مالی
- ۸۱..... ۱-۳-۳ صورت سود (زیان)



- ۱-۱-۳- سیاست تقسیم سود ..... ۸۲
- ۲-۳- ترازنامه ..... ۸۳
- ۳-۳- صورت جریان های نقدی ..... ۹۱
- ۴-۳- نسبت های مالی ..... ۹۲
- ۱-۴-۳- تحلیل نسبت های مالی ..... ۹۳
- ۲-۴-۳- نسبت های مالی شرکت های هم گروه ..... ۹۹
- ۴- بررسی شرایط پذیرش در فرابورس ..... ۱۰۰





## ۱- معرفی شرکت

### ۱-۱- پیشینه

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان در شهر صنعتی واقع در شهرستان رشت واقع شده است. این شرکت به‌عنوان یکی از کارخانه‌های فرآوری کننده بزرگ شیر در شهرستان رشت در سال ۱۳۵۴ با نام کارخانه شیر منطقه‌ای گیلان تاسیس و در زمینی به مساحت ۹ هکتار و ظرفیت اسمی ۷۰ تن شیر در روز تجهیز و در سال ۱۳۷۳ به بهره‌برداری رسیده است. در تاریخ ۱۳۸۲/۱۲/۲۴ به‌صورت شرکت سهامی خاص تاسیس و طی شماره ۸۸۴۰ نزد اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی شهرستان رشت به ثبت رسیده و در حال حاضر زیرمجموعه شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تولید فرآورده‌های شیری در کشور می‌باشد. عمده فعالیت در مرحله اول، تولید شیر پاستوریزه یارانه‌ای و بعضی از محصولات دیگر مانند دوغ و ماست و ... بوده که بعداً با توجه به موقعیت ویژه منطقه برای توسعه و افزایش ظرفیت کارخانه طرح‌های توسعه‌ای در مورد احداث واحدهای پنیر پاستوریزه مدنظر قرار گرفت. بدین ترتیب علاوه بر توسعه کارخانه شیر، کارخانه‌های دیگر نیز راه‌اندازی گردیدند.

### ۱-۲- موضوع فعالیت

موضوع فعالیت شرکت طبق ماده ۲ اساسنامه عبارت است از:

- ❖ خرید، فروش، فرآوری و توزیع شیر و انواع فرآورده‌های شیری به‌صورت فله و بسته‌بندی شده، واردات و صادرات شیر و کلیه فرآورده‌های شیری، کمک به افزایش کیفیت شیر در سطح کشور
- ❖ برقراری ارتباط علمی و فنی و تحقیقاتی با مراکز داخلی و خارجی مرتبط با صنعت شیر، تاسیس واحدهای جدید مرتبط با موضوع این ماده و توسعه واحدهای موجود به‌صورت مستقل و یا با مشارکت اشخاص حقیقی و حقوقی در داخل و خارج از کشور
- ❖ انجام هرگونه فعالیت تولیدی یا بازرگانی مرتبط با موضوع این شرکت و توسعه فعالیت‌های موجود
- ❖ خرید و فروش اوراق بهادار از قبیل اوراق مشارکت، سهام بورس و سپرده‌گذاری در بانک‌ها و غیره، سرمایه‌گذاری و مشارکت با اشخاص حقیقی و حقوقی در داخل و خارج از کشور
- ❖ اقدام به کلیه اموری که در جهت حفظ منافع سهامداران و رعایت صرفه و صلاح آن‌ها در موقعیت‌های مختلف لازم بوده و مغایر با قوانین جاری جمهوری اسلامی ایران نباشد.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹





### ۳-۱- حسابرسی و بازرسی قانونی شرکت

به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۲۳ موسسه حسابرسی آرمان آروین اندیش آگاه به شناسه ملی ۱۰۱۰۳۷۰۹۱۲۱ به عنوان حسابرس و بازرسی اصلی و موسسه حسابرسی بهراد مشار به شناسه ملی ۱۰۸۴۰۰۱۷۹۹۹ به عنوان بازرسی علی‌البدل انتخاب گردیدند.

### ۴-۱- سرمایه و سهامداران

سرمایه شرکت بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ بالغ بر ۲۰۰,۰۰۰ میلیون ریال منقسم به ۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ سهم یک هزار ریالی بانام به‌طور کامل پرداخت گردیده است. خاطر نشان می‌گردد که بر اساس مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۲۹ بهمن‌ماه ۱۳۹۷ و مصوبات هیئت‌مدیره، سرمایه شرکت از مبلغ ۱۲۰,۰۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۲۰۰,۰۰۰ میلیون ریال (معادل ۶۶ درصد) از محل مطالبات حال شده سهامداران به مبلغ ۱۰,۰۰۰ میلیون ریال، آورده نقدی به مبلغ ۶۰,۰۰۰ میلیون ریال و سود انباشته به مبلغ ۱۰,۰۰۰ میلیون ریال افزایش یافته است که مراتب فوق در تاریخ ۲ تیرماه ۱۳۹۸ در مرجع ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری رشت به ثبت رسیده است. تغییرات سرمایه شرکت تاکنون به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۱- تغییرات سرمایه شرکت

ردیف	سال	سرمایه قبلی (میلیون ریال)	درصد افزایش	سرمایه جدید (میلیون ریال)	منبع افزایش سرمایه
۱	۱۳۸۴	۱۰,۰۰۰	٪۳۰۰	۴۰,۰۰۰	مطالبات حال شده سهامداران
۲	۱۳۸۷	۴۰,۰۰۰	٪۱۲/۵	۴۵,۰۰۰	ادغام شرکت شیر پاستوریزه پگاه قزوین
۳	۱۳۸۸	۴۵,۰۰۰	٪۱۵/۵	۵۲,۰۰۰	ادغام شرکت کشت و صنعت دامپروری گیلان
۴	۱۳۹۷	۵۲,۰۰۰	٪۱۳۱	۱۲۰,۰۰۰	مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی
۵	۱۳۹۸	۱۲۰,۰۰۰	٪۶۶/۶	۲۰۰,۰۰۰	مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی و سود انباشته

لازم به توضیح است بر اساس سیاست‌های کلی گروه و تصمیمات مدیریتی اتخاذ شده:

- ❖ بر اساس صورت‌جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مشترک شرکت شیر پاستوریزه پگاه قزوین (سهامی خاص) به شماره ثبت ۸۰۴۰ و شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شماره ثبت ۸۸۴۰ در مورخه ۱۳۸۷/۰۶/۳۱، شرکت شیر پاستوریزه پگاه قزوین از تاریخ ۱۳۸۷/۰۷/۰۱ با شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (دارائی‌ها و بدهی‌ها به ارزش دفتری) طبق صورت‌های مالی حسابرسی شده ادغام گردید.
- ❖ بر اساس صورت‌جلسه مجمع عمومی فوق‌العاده مشترک شرکت کشت و صنعت و دامپروری گیلان (سهامی عام) به شماره ثبت ۹۶۶۶ و شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شماره ثبت ۸۸۴۰، شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه گیلان از تاریخ ۱۳۸۸/۰۵/۱۰ با شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (دارائی‌ها و بدهی‌ها به ارزش دفتری) طبق صورت‌های مالی حسابرسی شده ادغام گردید.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



آخرین اطلاعات مربوط به ترکیب سهامداران شرکت به شرح نمایه زیر می باشد:  
جدول ۳- ترکیب سهامداران

نام سهامدار	تعداد سهام	درصد مالکیت
شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص)	۱۹۹,۹۱۶,۶۷۰	۹۹/۹۵
شرکت شیر پاستوریزه پگاه خراسان (سهامی عام)	۱۶,۶۶۶	کمتر از ۰/۰۱ درصد
شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران (سهامی خاص)	۱۶,۶۶۶	کمتر از ۰/۰۱ درصد
شرکت شیر پاستوریزه پگاه زنجان (سهامی خاص)	۱۶,۶۶۶	کمتر از ۰/۰۱ درصد
شرکت شیر پاستوریزه پگاه همدان (سهامی خاص)	۱۶,۶۶۶	کمتر از ۰/۰۱ درصد
شرکت شیر پاستوریزه پگاه گلستان (سهامی عام)	۱۶,۶۶۶	کمتر از ۰/۰۱ درصد
<b>جمع</b>	<b>۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰</b>	<b>۱۰۰٪</b>

## ۱-۴-۱- اطلاعات کلی سهامدار عمده

### ۱-۴-۱-۱- تاریخچه

شرکت سهامی صنایع شیر ایران به استناد لایحه قانونی مصوب ۱۳۵۸/۱۱/۲۹ شورای انقلاب اسلامی و تبصره‌های الحاقی آن از ادغام شرکت سهامی تهیه و توزیع شیر ایران و شرکت‌های وابسته به آن (شرکت‌های شیر منطقه‌ای فارس، کرمان، خراسان، تبریز، زنجان، رشت، همدان، خرم‌آباد، دزفول و گرگان) و شرکت سهامی صنایع شیر ایران (قدیم) تشکیل و تحت شماره ۳۸۰۷۴ در تاریخ ۱۳۵۹/۰۸/۰۸ در اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی تهران به ثبت رسیده است. مرکز اصلی شرکت در تهران واقع است. به موجب صورت جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۸۲/۰۹/۱۷، اساسنامه شرکت تغییر یافته و سهامداران جدید شرکت، صندوق بازنشستگی کشوری، شرکت سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی (سهامی عام)، شرکت توسعه صنایع بهشهر (سهامی عام)، شرکت سرمایه‌گذاری گروه صنایع بهشهر ایران (سهامی عام) و شرکت آزاد راه امیرکبیر (سهامی خاص) می‌باشند.

به موجب تکلیف مجمع عمومی در سال ۱۳۸۲ شرکت، صنایع شیر کارخانه‌های خود را به صورت شرکت سهامی ثبت نموده که نهایتاً در سنوات ۱۳۸۲ الی ۱۳۸۴ کلیه کارخانه‌ها به شرکت تبدیل شده‌اند.

### ۱-۴-۱-۲- شرکت‌های فرعی

بر اساس اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی حسابرسی شده تلفیقی شرکت اصلی و گروه برای سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۱۳۹۶، مشخصات شرکت‌های فرعی به شرح جدول ذیل می‌باشد:



جدول ۳- مشخصات شرکت‌های فرعی

موضوع فعالیت	درصد سرمایه‌گذاری		اقامتگاه	شخصیت حقوقی	نام شرکت
	شرکت اصلی	گروه			
<b>شرکت‌های پذیرفته شده در بورس:</b>					
تولید محصولات لبنی	۷۹	-	مشهد	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه خراسان
تولید محصولات لبنی	۸۶	-	ارومیه	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان غربی
تولید محصولات لبنی	۵۹	۳	اصفهان	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه اصفهان
<b>شرکت‌های پذیرفته شده در فرابورس:</b>					
تولید محصولات لبنی	۸۹	-	تبریز	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان شرقی
تولید محصولات لبنی	۸۵	-	گرگان	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه گلستان
تولید محصولات لبنی	۸۰	-	گیلیگان	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلیگان
تولید محصولات لبنی	۸۹	-	شیراز	سهامی عام	شرکت شیر پاستوریزه پگاه فارس
<b>سایر شرکت‌ها:</b>					
تولید غذای کودک	۱۰۰	-	شهرکرد	سهامی خاص	شرکت شیر خشک نوزاد
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	رشت	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	زنجان	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه زنجان
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	تهران	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	اهواز	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه خوزستان
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	همدان	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه همدان
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	خرم‌آباد	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه لرستان
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	کرمان	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه کرمان
تولید ظروف محصولات لبنی	۱۰۰	-	تهران	سهامی خاص	شرکت صنایع بسته‌بندی شیری پگاه
خدمات و پشتیبانی فروش	۱۰۰	-	تهران	سهامی خاص	شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران
بازاریابی و فروش	۳۳	۶۷	رشت	سهامی خاص	شرکت بازار گستر منطقه یک
بازاریابی و فروش	۲۰	۸۰	مشهد	سهامی خاص	شرکت بازار گستر منطقه دو
بازاریابی و فروش	۷۱	۲۹	شیراز	سهامی خاص	شرکت بازار گستر منطقه سه
بازاریابی و فروش	۵۱	۴۹	اصفهان	سهامی خاص	شرکت بازار گستر منطقه چهار
بازاریابی و فروش	۹۱	۹	تهران	سهامی خاص	شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه
خدمات و پشتیبانی تولید (تولید شیر خام)	۶۰	۴۰	مرودشت	سهامی خاص	شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه فارس
تولید محصولات لبنی	۱۰۰	-	گناباد	سهامی خاص	شرکت شیر پاستوریزه پگاه گناباد
سرمایه‌گذاری	۹۴	-	تهران	سهامی خاص	شرکت سرمایه‌گذاری آتیه پگاه
خدمات و پشتیبانی تولید (تولید شیر خام)	۱۰۰	-	رشت	سهامی خاص	شرکت کشت و صنعت و دامپروری صنایع شیر ایران
خدمات و پشتیبانی تولید (تولید شیر خام)	۴۸	۱	خرم‌آباد	سهامی خاص	شرکت کشت و صنعت و دامپروری صبا پگاه لرستان
خدمات و پشتیبانی تولید (تولید شیر خام)	۶۱	۳۹	سلماس	سهامی خاص	شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس
خدمات و پشتیبانی تولید (تولید شیر خام)	-	۱۰۰	همدان	سهامی خاص	شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه همدان
<b>سرمایه‌گذاری در شرکت‌های وابسته:</b>					
بازرگانی	۴۹	-	تهران	سهامی خاص	شرکت بازرگانی فجر اعتبار
خدمات رفاهی	۱۰۰	-	تهران	سهامی خاص	آرمان گستر پگاه

## ۳-۱-۴-۱- وضعیت مالی

بر اساس اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی حسابرسی نشده تلفیقی گروه و شرکت اصلی سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۱۳۹۷، خلاصه وضعیت مالی شرکت به شرح جدول ذیل می‌باشد:

جدول ۴- وضعیت مالی شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) در سال ۱۳۹۷

شرح	گروه (میلیون ریال)	شرکت اصلی (میلیون ریال)
دارایی‌های جاری	۱۳,۴۶۶,۰۵۸	۲,۹۸۱,۹۰۷
دارایی‌های غیر جاری	۵,۸۸۳,۲۲۶	۳,۶۸۹,۲۸۷
جمع دارایی‌ها	۱۹,۳۴۹,۲۸۴	۶,۶۷۱,۱۹۴
بدهی جاری	۱۴,۱۷۴,۷۲۴	۲,۵۶۹,۰۱۷
بدهی‌های غیر جاری	۱,۳۴۶,۹۴۳	۳۷,۴۳۳
جمع بدهی‌ها	۱۵,۵۲۱,۶۶۷	۲,۶۰۶,۴۵۰
سرمایه	۱,۴۰۰,۰۰۰	۱,۴۰۰,۰۰۰
جمع حقوق صاحبان سهام	۳,۸۲۷,۶۱۷	۴,۰۶۴,۷۴۴
سود (زیان) ناخالص	۸,۲۶۳,۴۰۵	-
سود (زیان) عملیاتی	۲,۷۹۷,۴۹۳	۹۹۵,۲۹۴
سود (زیان) خالص	۱,۷۲۲,۰۴۹	۷۵۱,۵۱۰

## ۵-۱- سرمایه‌گذاری بلندمدت

بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸، سرمایه‌گذاری بلندمدت شرکت به شرح زیر قابل تفکیک می‌باشد:

جدول ۵- وضعیت سرمایه‌گذاری بلندمدت شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

شرح	نماد	تعداد سهام	درصد سرمایه‌گذاری	بهای تمام‌شده (میلیون ریال)
سرمایه‌گذاری‌های سریع‌المعامله (بورسی / فرا بورسی)				
شرکت شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان غربی	غیاذر	۸,۲۲۱	کمتر از ۱٪	۶
شرکت شیر پاستوریزه پگاه آذربایجان شرقی	غش‌آذر	۱,۰۰۰	کمتر از ۱٪	۱
شرکت شیر پاستوریزه پگاه گلپایگان	غگلپا	۱,۵۰۰	کمتر از ۱٪	۲
شرکت شیر پاستوریزه پگاه گلستان	غگلستا	۱,۵۰۰	کمتر از ۱٪	۱
جمع سرمایه‌گذاری‌های سریع‌المعامله				۱۰



۱۰/۱/۱۲

امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان  
(سهامی عام)



شرح	نماد	تعداد سهام	درصد سرمایه گذاری	بهای تمام شده (میلیون ریال)
<b>سایر شرکتها</b>				
شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه فارس	-	۱,۰۰۰	کمتر از ۱٪	۱۰
شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه همدان	-	۱۰۰	کمتر از ۱٪	۱
شرکت بازار گستر پگاه منطقه دو	-	۴۰۰	کمتر از ۱٪	۷
شرکت کشت و صنعت و دامپروری صنایع شیر ایران	-	۱	کمتر از ۱٪	۶
سایر	-	۵	کمتر از ۱٪	-
<b>جمع سایر شرکتها</b>				<b>۲۴</b>
<b>جمع کل سرمایه گذاری بلندمدت</b>				<b>۳۴</b>

لازم به توضیح است که سرمایه گذاری در شرکت کشت و صنعت و دامپروری صنایع شیر ایران (سهامی خاص)، مربوط به سرمایه گذاری در شرکت فرهنگی، ورزشی پگاه می باشد که شرکت مذکور به استناد صورت جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۳/۰۳/۰۵ و مطابق آگهی تغییرات روزنامه رسمی شماره ۲۰۲۸۸ مورخ ۱۳۹۳/۰۸/۰۷ نام شرکت از فرهنگی ورزشی پگاه به شرکت کشت و صنعت و دامپروری صنایع شیر ایران (سهامی خاص) تغییر یافته و ماده مربوطه به همراه تغییر نوع فعالیت در اساسنامه شرکت اصلاح گردیده است.

### ۱-۵-۱- شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص)

شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک در تاریخ ۱۳۸۵/۰۳/۰۱ تحت نام شرکت به سامان بازار پگاه گیلان و به صورت سهامی خاص تأسیس و به شماره ۱۰۸۸۰ در تاریخ ۱۳۸۵/۰۳/۰۷ در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی رشت به ثبت رسید که به استناد صورت جلسه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۸۹/۰۸/۲۵ و مجوز شماره ۱۳۸۱/ن/۸۹/۳۲ مورخ ۱۳۸۹/۰۸/۱۶ صادره از اداره کل ثبت شرکت های تهران نام شرکت از شرکت به سامان بازار پگاه گیلان (سهامی عام) به نام شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص) تغییر و برابر صورت جلسه مجمع فوق العاده مورخ ۱۳۹۰/۰۳/۰۱، شرکت های به سامان بازار پگاه آذربایجان شرقی و زنجان در شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک ادغام و کلیه اموال و دارائی ها و مطالبات و دیون و تعهدات شرکت های مذکور به شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک انتقال یافت.

اردیبهشت ماه ۱۳۹۹



جدول ۶- لیست شعب شرکت بازار گستر منطقه یک

ردیف	نام استان	شعبه اصلی	شعب فرعی
۱	آذربایجان شرقی	تبریز	بناب، مرند و میانه
۲	آذربایجان غربی	ارومیه	خوی، مهاباد، سقز، بوکان، قره ضیاءالدین، نقده، پیرانشهر، میاندوآب
۳	اردبیل	اردبیل	-
۴	زنجان	زنجان	ابهر
۵	قزوین	قزوین	آبیک، بوئین زهرا، اقبالیه، الوند، تاکستان
۶	کردستان	سنندج	مریوان
۷	گیلان	رشت	بلوار امام رضا، تالش، رودسر، رستم آباد، لاهیجان، بندرانزلی، سلمانشهر، رامسر

خاطر نشان می گردد، بر اساس مصوبه هیئت مدیره مورخ ۲ بهمن ماه ۱۳۹۷ و عطف به نامه شماره ۳۱۳۴۷ مورخ ۱۴ بهمن ماه ۱۳۹۷ شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) در راستای اعلام سیاست های کلی گروه، مقرر گردیده است سهام شرکت های تولیدی زیر مجموعه صنایع شیر از شرکت های بازار گستر به شرکت پخش سراسری انتقال پیدا نماید. در همین راستا سرمایه گذاری در سهام شرکت بازار گستر منطقه یک (سهامی خاص)، به ارزش دفتری به شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه (همگروه) واگذار گردیده است.

### ۲-۵-۱- شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس (سهامی خاص)

شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس در تاریخ ۱۳۸۵/۰۴/۱۸ به صورت سهامی خاص تأسیس شده و تحت شماره ۸۰۹۸ در اداره ثبت شرکت های ارومیه به ثبت رسیده و به موجب نامه شماره ۵۱۳۱۳ تاریخ ۱۳۹۳/۰۹/۰۴ پرونده ثبتی شرکت به اداره ثبت شرکت های شهرستان سلماس انتقال و تحت شماره ۱۱۴۶ به ثبت رسیده است. مرکز اصلی شرکت برابر مصوبه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۱۳۹۳/۰۷/۰۲ از ارومیه به آدرس: سلماس کیلومتر ۸ جاده ارومیه روستای قاباق تپه تغییر یافته است. در حال حاضر، شرکت جزء واحدهای تجاری فرعی شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) می باشد.

طی سال مالی ۱۳۹۷، شرکت نسبت به خرید سهام شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس (سهامی خاص) به ارزش دفتری ۳۵,۷۰۰ میلیون ریال از شرکت های کشت و صنعت و دامپروری پگاه فارس (سهامی خاص) و همدان (سهامی خاص) اقدام نمود و سپس با توجه به تغییر سیاست های کلی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) در خصوص شرکت های تابعه، بر اساس مصوبه هیئت مدیره شرکت به شماره ۱۸۱ مورخ ۳۰ دی ماه ۱۳۹۷ و همچنین عطف به نامه شماره ۲۹۵۴۲ مورخ ۲۶ بهمن ماه ۱۳۹۷ شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) مقرر گردید که سرمایه گذاری بلندمدت شرکت در شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس (سهامی خاص) به ارزش دفتری به شرکت پگاه تهران (سهامی خاص) انتقال پیدا نماید که این امر در سال ۱۳۹۷ صورت گرفته است.



## ۱-۶- اهداف و مأموریت‌ها

### ۱-۶-۱- چشم‌انداز

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) بنگاهی است اقتصادی که در زمینه فرآوری و توزیع انواع فرآورده‌های شیری و سایر محصولات غذایی در راستای افزایش سلامت جامعه فعالیت می‌نماید.

### ۱-۶-۲- مأموریت

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان به‌عنوان یکی از واحدهای شرکت سهامی شیر ایران، بزرگ‌ترین تولیدکننده محصولات لبنی در استان گیلان است که با رعایت الزامات قانونی، استانداردهای ملی و سایر الزامات کاربردی و به‌کارگیری مواد اولیه و ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی مناسب اقدام به تولید محصولات لبنی و غیر لبنی نموده و همچنین باهدف برآوردن الزامات توافق شده با مشتریان و افزایش اعتبار، شهرت و سهم بازار متعهد به ایجاد، استقرار، حفظ و به‌روزرسانی سیستم مدیریت یکپارچه بر مبنای استانداردهای ISO ۹۰۰۱، ISO ۱۴۰۰۱، ISO ۴۵۰۰۱، ISO ۲۲۰۰۰، ISO ۱۰۰۰۲، ISO ۱۰۰۰۴، ISO ۱۰۰۱۵ و همچنین نظام آراستگی محیط کار (۵S)، جهت دستیابی به اهداف ذیل می‌باشد:

- ❖ نوآوری و بهبود در تولید محصولات
- ❖ بهبود وضعیت ایمنی و بهداشتی در محیط کار
- ❖ ارتقاء سطح رضایت مشتریان و مصرف‌کنندگان
- ❖ گسترش فرهنگ مشارکت و حرکت در مسیر بهبود مستمر
- ❖ ارتقاء سطح آگاهی و مهارت کارکنان و گسترش مدیریت دانش
- ❖ پیشگیری از آلودگی‌ها و خطرات، جهت تولید محصولات کاملاً ایمن
- ❖ پیشگیری از آلودگی‌های محیط‌زیست و تلاش در جهت مصرف بهینه انرژی و منابع
- ❖ ایجاد، اجرا و بهبود نظام آراستگی محیط کار در کلیه فعالیت‌های اجرایی، رفتاری و ظاهری شرکت

### ۱-۶-۳- ارزش‌های سازمانی

ارزش‌های سازمانی که شرکت در آن راستا فعالیت می‌نماید عبارت‌اند از:

- ❖ ارزش‌آفرینی برای مشتریان و سایر ذینفعان
- ❖ درستکاری، اعتماد متقابل همدلی
- ❖ انگیزه و نشاط
- ❖ زمین سبز، آب پاک و آسمان آبی
- ❖ یادگیری، هم‌افزایی و نوآوری
- ❖ چالاکی و انضباط سازمانی

## ۴-۶-۱- افتخارات شرکت

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان در سال ۱۳۵۴ با نام کارخانه شیر منطقه‌ای گیلان و به‌عنوان زیرمجموعه شرکت صنایع شیر ایران با ظرفیت اسمی ۷۰ تن شیر در روز فعالیت خود را آغاز نموده است. این شرکت با ظرفیت اسمی ۵۱۶ تن در روز مجهز به مدرن‌ترین ماشین‌آلات و تکنولوژی روز بوده و قابلیت تولید بیش از ۸۰ نوع محصول لبنی پاستوریزه و استریل را دارا می‌باشد.

از جمله دستاوردهای این شرکت در راستای تعهد نسبت به ارتقاء سلامت جامعه، افزایش کیفیت و تنوع محصولات، فعالیت‌های زیست‌محیطی، صرفه‌جویی در منابع انرژی، احترام به حقوق جامعه و... بوده که می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- ۱- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۸۸
- ۲- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان در روز ملی کیفیت توسط مهندس اسلامی در سال ۱۳۸۸
- ۳- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۸۹
- ۴- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان در روز ملی کیفیت در سال ۱۳۸۹
- ۵- اخذ لوح تقدیر و تندیس **سبب طلایی غذای فراسودمند** در بخش تولید از سومین جشنواره غذای سودمند در سال ۱۳۸۹
- ۶- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۰
- ۷- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان در روز ملی کیفیت در سال ۱۳۹۰
- ۸- اخذ تندیس واحد نمونه روز جهانی غذا در دومین جشنواره تخصصی ایمنی مواد غذایی در سال ۱۳۹۰
- ۹- اخذ تندیس **واحد تولیدی نمونه** از فستیوال فرآورده‌های لبنی، پروتئینی و آشامیدنی کشور در سال ۱۳۹۰
- ۱۰- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۱
- ۱۱- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه کشوری** از سوی سازمان ملی استاندارد ایران توسط مهندس علی اسلامی در سال ۱۳۹۱
- ۱۲- تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه درجه الف کشور** در جهت استقرار و ارتقاء سیستم‌های مدیریت ایمنی در همایش روز جهانی غذا در سال ۱۳۹۱
- ۱۳- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۲
- ۱۴- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان در روز ملی کیفیت در سال ۱۳۹۲
- ۱۵- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه کشوری** از سوی سازمان ملی استاندارد ایران توسط مهندس علی اسلامی در سال ۱۳۹۲



- ۱۶- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه صادرات استانی** در روز ملی صادرات از سوی استانداری استان گیلان در سال ۱۳۹۲
- ۱۷- **اخذ گرید A** در ممیزی ارتش جمهوری اسلامی ایران برای تولید محصولات باکیفیت و استاندارد در سال ۱۳۹۲
- ۱۸- اخذ تندیس و لوح تقدیر (**لوح سپاس**) **واحد نمونه استاندارد کشوری (واحد نمونه تولیدی ملی)** از سوی سازمان ملی استاندارد ایران در سال ۱۳۹۳
- ۱۹- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۳
- ۲۰- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان توسط مهندس اسلامی در روز ملی کیفیت در سال ۱۳۹۳
- ۲۱- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه کشوری** از سوی سازمان ملی استاندارد ایران توسط مهندس علی اسلامی در سال ۱۳۹۳
- ۲۲- لوح تقدیر و تندیس **نشان ایمنی و سلامت (سیب سلامت)** برای محصول ماست پاستوریزه پروبیوتیک کم چرب از سوی سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۳
- ۲۳- لوح تقدیر و تندیس **نشان ایمنی و سلامت (سیب سلامت)** برای محصول نوشیدنی کفیر از سوی سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۳
- ۲۴- تندیس و لوح تقدیر **واحد صنعتی نمونه** به مناسبت روز ملی صنعت و معدن از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۳
- ۲۵- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه صادرات استانی** در روز ملی صادرات از سوی استانداری استان گیلان در سال ۱۳۹۳
- ۲۶- اخذ لوح تقدیر **واحد نمونه نمایشگاهی** سومین نمایشگاه کیفیت و استاندارد استان گیلان در سال ۱۳۹۳
- ۲۷- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه استاندارد استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان از سوی استانداری گیلان در سال ۱۳۹۴
- ۲۸- اخذ لوح تقدیر و تندیس **نشان ایمنی و سلامت (سیب سلامت)** برای محصول شیر استریلیزه نیم چرب غنی شده با ویتامین D<sub>3</sub> از سوی سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۴
- ۲۹- اخذ لوح تقدیر و تندیس **نشان ایمنی و سلامت (سیب سلامت)** برای محصول شیر پاستوریزه نیم چرب غنی شده با ویتامین D<sub>3</sub> از سوی سازمان غذا و دارو وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی در سال ۱۳۹۴
- ۳۰- اخذ تندیس و لوح تقدیر **واحد نمونه صادرات استانی** در روز ملی صادرات از سوی استانداری استان گیلان در سال ۱۳۹۴
- ۳۱- دریافت لوح تقدیر **واحد نمونه بهداشتی استانی** توسط آقای موسی پور قربان در سال ۱۳۹۴
- ۳۲- اخذ لوح تقدیر **مدیر کیفیت نمونه استانی** از اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی استان گیلان توسط مهندس اسلامی در روز ملی کیفیت در سال ۱۳۹۴
- ۳۳- دریافت لوح تقدیر **واحد نمونه استانی واحد تولیدی پیشرو در ارتقای سلامت جامعه** و برتر استان از سوی دانشگاه علوم پزشکی استان گیلان به لحاظ دریافت نشان ایمنی و سلامت از سوی سازمان غذا و دارو کشور در سال ۱۳۹۵

۳۴- دریافت لوح تقدیر و تندیس واحد نمونه و برتر از نخستین جشنواره برندهای برتر استان گیلان در بخش صنایع غذایی در سال ۱۳۹۵

۳۵- اخذ تندیس و لوح تقدیر واحد نمونه صادرات استانی در روز ملی صادرات از سوی استانداری استان گیلان در سال ۱۳۹۵

۳۶- اخذ لوح تقدیر و تندیس واحد نمونه کارآفرین برتر استان در جشنواره امتنان از کارآفرینان و مدیران واحدهای نمونه استانی در سال ۱۳۹۶

۳۷- گواهینامه سیستم مدیریت آزمایشگاه ISO 17025 از مرکز تأیید صلاحیت ایران NACI

۳۸- کسب نشان صادرکننده نمونه استان گیلان در سال ۱۳۹۷

۳۹- کسب نشان کارفرمای نمونه در سنوات ۱۳۹۶ و ۱۳۹۷

## ۷-۱- ساختارها و تشکیلات

### ۷-۱-۱- کمیته‌های تخصصی شرکت

#### ۷-۱-۱-۱- کمیته اقتصادی

شامل مدیرعامل، معاون برنامه‌ریزی، معاون مالی و پشتیبانی، معاون بهره‌برداری، مدیر امور مالی، مدیر برنامه‌ریزی، مدیر تولید، مدیر بازرگانی، مدیر بهبود و دریافت شیر خام که با هدف بررسی مسائل اقتصادی و سوددهی شرکت، بررسی وضعیت فروش شرکت و رصد بازار، بررسی سبد فروش بهینه محصول، بررسی خرید مواد اولیه و بسته‌بندی مناسب، بررسی وضعیت دریافت شیر خام و قیمت بهینه آن و ... برگزار می‌گردد که در سال حدود ۵۰ جلسه در این زمینه برگزار می‌گردد.

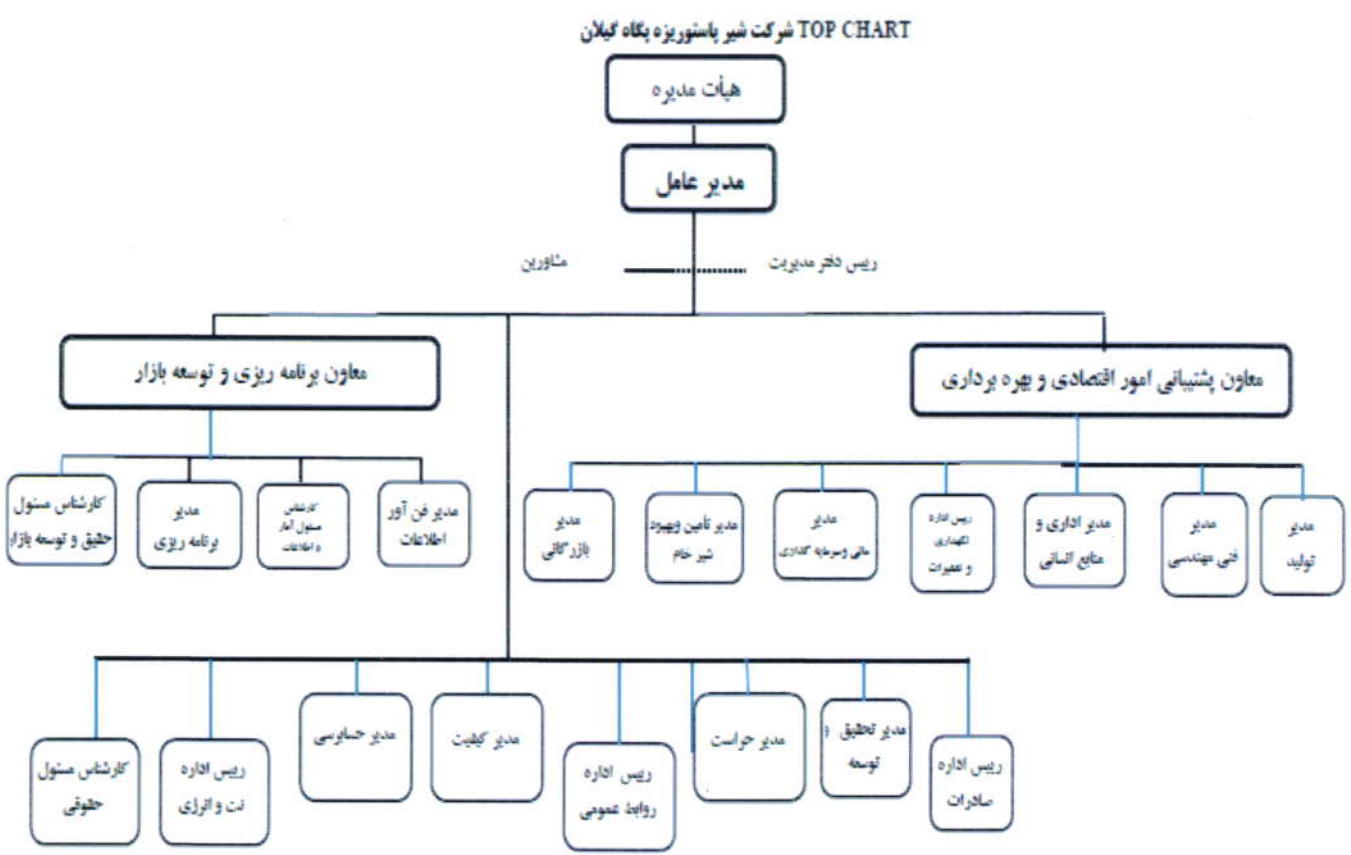
#### ۷-۱-۱-۲- شورای مدیران و کارشناسان

شامل بیش از ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت می‌باشد که به بررسی مسائل و مشکلات فنی، کیفی و تولیدی شرکت پرداخته و جهت اصلاح امور کیفی تولیدی شرکت اقدام می‌نماید.

**۲-۷-۱- ساختار سازمانی**

بر اساس آخرین چارت سازمانی مصوب هیئت مدیره شرکت، نمودار سازمانی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شرح ذیل می باشد:

نمودار ۱- ساختار سازمانی شرکت





## ۳-۷-۱- مدیران شرکت

اطلاعات مربوط به اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت به شرح نمایه زیر می باشد:

جدول ۷- /اعضاء هیئت مدیره شرکت

نام و نام خانوادگی	سمت / تحصیلات	سوابق حرفه ای
رضا کریم نژاد	رئیس هیئت مدیره کارشناسی مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی کارشناسی ارشد فلسفه	مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت پگاه گلستان، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت پگاه زنجان، رئیس هیئت مدیره شرکت پگاه گیلان، معاون مالی و پشتیبانی و عضو هیئت مدیره شرکت بازارگستر پگاه منطقه یک، مدیر حوزه مدیرعامل شرکت صنایع شیر ایران، دبیر هیئت مدیره شرکت صنایع شیر ایران، مدیر حراست شرکت بازارگستر پگاه منطقه پنج، مشاور مدیرعامل هلدینگ صنایع غذایی، کشاورزی و دارویی صندوق بازنشستگی کشوری
موسی اسماعیل زاده	نائب رئیس هیئت مدیره کارشناسی ارشد مهندسی صنایع	معاون برنامه ریزی و عضو هیئت مدیره شرکت پگاه گیلان، مدیر برنامه ریزی بازار گستر پگاه منطقه یک، عضو هیئت مدیره پگاه گیلان
حسن بیتا	عضو هیئت مدیره کارشناسی مدیریت صنعتی	معاون برنامه ریزی و عضو هیئت مدیره شرکت پگاه گیلان، مدیر برنامه ریزی بازار گستر پگاه منطقه یک، عضو هیئت مدیره پگاه گیلان
علی ثباتی	عضو هیئت مدیره کارشناسی ارشد مهندسی علوم صنایع غذایی	مدیر کارخانه شیر خشک و محصولات پودری شرکت پگاه تهران، مدیر کارخانه شهید صائمی شرکت پگاه تهران، مدیر تولید و کنترل کیفی کارخانه لبنیات پرستو میمه، کارشناس تولید و کیفیت شیر پاستوریزه کاشان، کارشناس کنترل کیفی شرکت باریج اسانس و گلکاران کاشان
سعید حسن زاده	عضو هیئت مدیره کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی	سرپرست خط تولید موتور سیکلت شهاب، سرپرست چاچخانه شرکت تولی پرس، رئیس انبارهای شرکت البرز دارو، مسئول حراست و مدیر آموزش دانشگاه علمی و کاربردی کاسپین قزوین، مدیر کارخانه شرکت صدف نارون تهران، مدیر فروش و مسئول هماهنگی رصدخانه برج میلاد، مدیر برنامه ریزی بازارگستر پگاه شعبه رشت، مدیر بازارگستر پگاه شعبه رودسر

اردیبهشت ماه ۱۳۹۹





#### ۴-۷-۱- ساختار نیروی انسانی

آخرین ترکیب نیروی انسانی شرکت با توجه به وضعیت استخدامی و سطح تحصیلات آنها بر اساس اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۸- ترکیب نیروی انسانی

ساختار نیروی انسانی			
از نظر نوع قرارداد		از نظر سطح تحصیلات	
تعداد	نوع قرارداد	تعداد	تحصیلات
۸	رسمی	-	دکتری
		۱۰	فوق لیسانس
۱۰۷	قراردادی	۴۲	لیسانس
		۱۶	فوق دیپلم
		۴۰	دیپلم
		۷	زیر دیپلم
۱۱۵	جمع	۱۱۵	جمع
۹۶	پیمانکاری	۹۶	کارکنان شرکت‌های خدماتی
۲۱۱	جمع کل	۲۱۱	جمع کل

لازم به توضیح است که ترکیب فعلی نیروی انسانی فعال در شرکت شامل ۱۱۵ نفر پرسنل رسمی و قراردادی و ۹۶ نفر پرسنل پیمانکاری می‌باشد. تنها تفاوت پرسنل رسمی و قراردادی با نیروی انسانی پیمانکاری، در پرداخت پاداش بهره‌وری و سهمیه محصول می‌باشد. اقدامات لازم جهت تبدیل وضعیت ۵۰ نفر از پرسنل پیمانکاری شرکت در دست انجام می‌باشد که هزینه سالانه تغییر وضعیت مذکور بر اساس محاسبات جاری حدود ۵,۰۰۰ میلیون ریال می‌باشد که تاثیر بسزایی در سودآوری شرکت ندارد.

لازم بذکر است که برآورد هزینه سالیانه پرسنل قبل از تبدیل وضعیت بالغ بر ۱۸۱,۰۰۰ میلیون ریال و پس از تبدیل وضعیت بالغ بر ۱۸۶,۰۰۰ می‌باشد.

#### ۸-۱- ارتباط با شرکت

آدرس دفتر مرکزی: رشت، شهر صنعتی، ابتدای ورودی دوم

شماره تلفن: ۰۱۳-۳۳۸۱۲۳۴۰-۲

شماره دورنگار: ۰۱۳-۳۳۸۱۲۳۴۸

پست الکترونیک شرکت: [info@pegahgilan.ir](mailto:info@pegahgilan.ir)

سایت اینترنتی شرکت: [www.pegahgilan.ir](http://www.pegahgilan.ir)

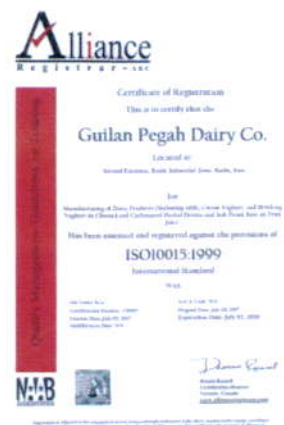


۱۰/۱/۳۱

# امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)



## ۹-۱- گواهی نامه‌ها و استانداردها



اردیبهشت ماه ۱۳۹۹



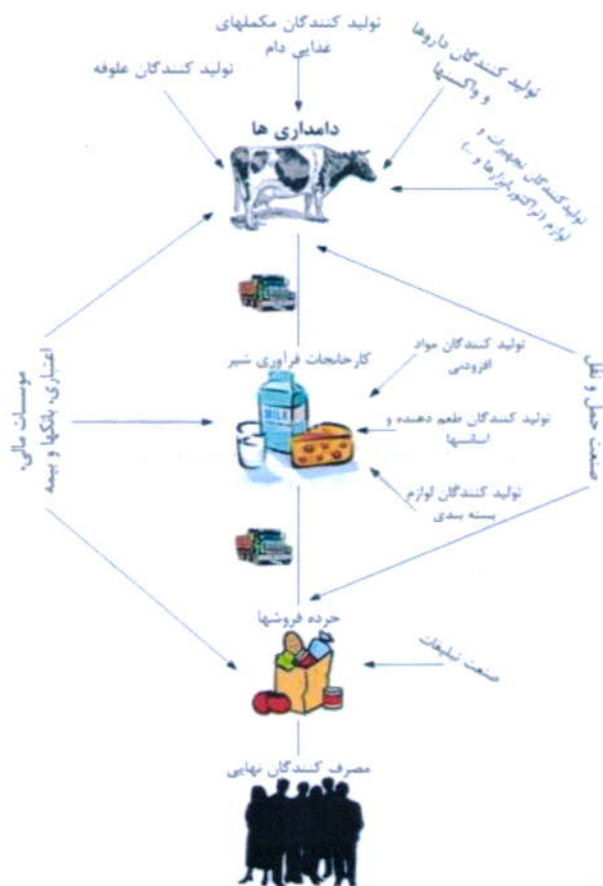
## ۲- فعالیت و عملیات

### ۲-۱- مقدمه

صنعت لبنیات با زنجیره ارزش طولانی و حلقه‌های متعددی که دارد، می‌تواند صنعتی مؤثر و کارآمد در هر اقتصادی باشد. صنعتی که می‌تواند با ایجاد ارزش افزوده‌ی اقتصادی و خلق شغل‌های متنوع و گوناگون راه‌حلی بی‌بدیل برای حل مشکلات خرد و کلان اقتصادی جوامع باشد.

یک گاوداری تولیدکننده شیر، نیازمند نیروی کار از گروه‌های مختلف (کارگر، تکنیسین، دامپزشک، مدیر و ...) است و خوراک دام خود را از بازار تهیه می‌کند. خوراکی که معمولاً نیازمند کارخانه‌هایی برای تولید آن‌ها هستند (مکمل‌های غذایی، داروها، واکسن‌ها، علوفه و ...).

شکل ۱- زنجیره ارزش صنعت لبنیات



منبع: [www.myindustry.ir](http://www.myindustry.ir)



اما زنجیره‌ی ارزش صنعت لبنیات به همین جا ختم نمی‌شود. تا بدین جا در این زنجیره علاوه بر واحد دامداری، کارخانه‌های تولیدکننده‌ی مکمل‌های غذایی دام، کارخانه‌های تولیدکننده دارو و واکسن برای دام وجود دارند. در ادامه‌ی این زنجیره ارزش، شیر خام می‌باید به کارخانه‌های فرآوری مواد لبنی انتقال پیدا کند و در آنجا این ماده‌ی باارزش می‌تواند به ده‌ها محصول دیگر لبنی تبدیل شود. اکنون شرکت‌های تولیدکننده مواد افزودنی به این زنجیره‌ی ارزش اضافه می‌شوند، شرکت‌هایی که طعم‌دهنده‌ها، تثبیت‌کننده‌ها و نگه‌دارنده‌ها را تولید می‌کنند. در گام بعدی شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه بسته‌بندی وارد این زنجیره ارزش می‌شوند. تولیدکنندگان مواد پلاستیکی برای بسته‌بندی، تولیدکنندگان کارتن‌های بسته‌بندی و ... از آن جمله هستند؛ و در پایان محصولات متنوع لبنی به فروشگاه‌های خرده‌فروشی حمل می‌شود. در این زنجیره‌ی ارزش نباید از نقش و اهمیت شرکت‌های حمل‌ونقل و بانک‌ها غافل شد.

اگر توجه کنید هرکدام از عناصر اصلی و فرعی این زنجیره ارزش، خود به‌تنهایی زنجیره‌ی ارزش دیگری دارند و به‌وضوح می‌توان، نقش بی‌بدیل صنعت لبنیات در توسعه‌ی اقتصادی جوامع را مشاهده کرد. به این زنجیره، نیروی انسانی متخصص و ماهر و نیمه ماهر فعال را اضافه کنید تا تصور بهتری از توانایی‌های این صنعت در ایجاد رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال پیدا کنید. اشتغالی که می‌تواند باعث ایجاد انگیزه در بین جوانان یک جامعه، بهبود فضای کسب‌وکار، افزایش امید به آینده، کاهش جرم و جنحه و بسیاری نتایج مفید دیگر شود.

## ۲-۲- صنعت لبنیات

ماده غذایی شیر این معجون آمیخته از آب و پروتئین و قند و چربی و املاح، قدمتی به‌اندازه حیات بشری دارد. انسان خیلی زود پی برد که از شیر حیوانات مثل بز، گاو و گوسفند می‌تواند برای برطرف کردن نیازهای غذایی خویش استفاده کند و از این مایع سفیدرنگ، فرآورده‌های گوناگونی ساخت که هرکدام در نوع خود خوراکی است بی‌نظیر.

جدول ۹- ترکیب اصلی شیر برخی از گونه‌های پستانداران

گونه	آب	چربی	پروتئین	لاکتوز (کربوهیدرات)	خاکستر (املاح یا مواد معدنی)	مواد جامد بدون چربی
انسان	۸۷/۴	۳/۷	۱/۶	۶/۹	۰/۲	۸/۸
گاو	۸۷/۲	۳/۸	۳/۵	۴/۷	۰/۷	۹/۱
بز	۸۷	۴/۲	۳/۵	۴/۲	۰/۸	۸/۷
گوسفند	۸۰/۷	۷/۹	۵/۲	۴/۸	۰/۹	۱۱/۳
شتر	۸۷/۶	۵/۳	۲/۹	۳/۲	۰/۷	۷
اسب	۸۹	۱/۵	۲/۶	۶/۱	۰/۵	۹/۳
الاغ	۸۹	۲/۵	۲	۶	۰/۴	۸/۴
گوزن شمالی	۶۳/۳	۲۲/۴	۱۰/۳	۲/۵	۱/۴	۱۴/۲

❖ مقدار خاکستر شیر بیانگر میزان مواد غیر قابل احتراق آن می‌باشد. خاکستر شیر در واقع نشانگر میزان کل مواد معدنی شیر است.

جدول ۱۰- مقدار ویتامین‌های غیر تجاری و نیاز روزانه انسان

ویتامین	مقدار ویتامین در یک لیتر شیر (میلی گرم)	نیاز روزانه فرد بالغ (میلی گرم)
A	۰/۲-۲	۱-۲
B <sub>۱</sub>	۰/۴	۱-۲
B <sub>۲</sub>	۱/۷	۲-۴
C	۵-۲۰	۳۰-۱۰۰
D	۰/۰۳	۰/۰۱

صنعت استفاده از شیر که در آغاز به صورت سنتی اداره می‌شد مانند بسیاری از صنایع دیگر، روزه‌روز پیشرفت کرد و با گذر ایام به صنعتی بالنده، گسترده و حیاتی تبدیل شد. از آغاز هزاره سوم میلادی، یکی از صنایع تبدیلی بسیار باارزش در جهان شد. فرآوری شیر و محصولات لبنی، بیش از ۷۰ سال به صورت صنعتی در ایران آغاز شد. رشد جمعیت کشور و افزایش تقاضا، رشد و افزایش صنایع لبنی را نیز به همراه داشت؛ اما متأسفانه فرهنگ تغذیه همپای این دو (جمعیت و صنعت) رشد نکرد. کشور ما در خوش‌بینانه‌ترین باورها کمتر از ۸۰ کیلوگرم مصرف سرانه شیر دارد. در حالی که مصرف سرانه بسیاری از کشورهای پیشرفته حدود ۱۵۰ کیلوگرم است. شیر محصول ترشح پستانی به دست آمده از یک یا چند دوشش، بدون افزودن یا جدا کردن چیزی است. هر جا که کلمه شیر بدون ذکر نام دام بکار رود، منظور شیر گاو است. تعریف رسمی فدراسیون بین‌المللی شیر " شیر مایعی با ارزش انرژی زایی ۷۰۰ - ۶۵۰ کالری در لیتر است که ۱۳ - ۱۰٪ وزن آن را ماده خشک تشکیل می‌دهد.

## ۱-۲-۲- انواع فرآورده‌های لبنی

این فرآورده‌ها می‌تواند به صورت سنتی یا صنعتی که فرایندهای پاستوریزه شدن و هموژنیزه شدن را می‌گذراند تولید شود.

جدول ۱۱- انواع فرآورده‌های لبنی تولیدی در ایران

عنوان	شرح
سرشیر	چربی بسته‌شده شیر پس از جوشاندن شیر در روی آن که مزه‌ای خوشایند دارد.
خامه	چربی شیر است که از سرشیر گرفته می‌شود یا در روش صنعتی مستقیم از شیر خام گرفته می‌شود.
کره	چربی شیر است که از هم زدن خامه حاصل می‌شود.
پنیر	از راه مایه زدن به شیر یا افزودن سرکه که شیر را دلمه می‌کند فراهم می‌کنند. سپس این بخش دلمه شده را که جامد آبکی است از آب‌پنیر جدا کرده و درون پارچه‌ای زیر فشار می‌گذارند تا آبش در رود. گفتنی است روش‌های زیادی برای درست کردن پنیر هست و پنیر انواع بسیار زیادی دارد.
ماست	از راه افزودن باکتری‌های استرپتوکوک و لاکتوباسیل یا همان مایه که شیر را تخمیر می‌کند حاصل می‌شود.
کشک	از جوشاندن دوغ و صاف کردن و خشک کردن آب آن به دست می‌آید.





عنوان	شرح
قره قروت	خوردنی‌ای ترش مزه که از جوشاندن آب صاف شده کشک و خشکاندن آن به دست می‌آید.
مسکه	کره‌ای که از زدن ماست و جدا کردن دوغ به دست می‌آید، به آن کره دوغی هم می‌گویند.
دوغ	به دو شیوه به دست می‌آید: ۱ آمیختن آب و ماست؛ ۲ زدن ماست و جدا کردن دوغ از مسکه (کره دوغی) که این دوغ ترش تر است.
پینو	نوعی کشک است.
لور	پنیر دلمه شده سفت نشده است که مزه‌ای شیرین دارد.
آروشه	خوردنی خوشمزه که از سودن پنیر تازه در روی دیگ آتش که به روغن می‌نشیند و افزودن آرد به دست می‌آید.
دووه	باقی مانده ترش و شور مزه کره‌ای که داغ شده و روغنش جدا شده است.
روغن زرد یا کرمانشاهی	روغن خالص کره که از جوشاندن کره یا مسکه به دست می‌آید.
شکرپنیر	شیرینی‌ای که از آمیختن آب پنیر و شکر و پختن آن فراهم می‌شود.
بستنی	خامه ایست که به آرامی یخ بسته است. گاه قدری ثعلب نیز بدان می‌افزایند.
شیر غنی شده	شیری است که با تبخیر، آب آن به کاررفته و قوام گرفته است؛ معمولاً به آن شکر هم می‌افزایند.
شیر خشک	با پراندن آب شیر به صورت صنعتی به دست می‌آید.
خامه ترش	خامه ایست که به وسیله باکتری تخمیر و ترشیده است.
کفیر	نوشابه‌ای خوشمزه شبیه به دوغ که از افزودن دانه‌های کفیر یا همان مایه کفیر به شیر و تخمیر شیر فراهم می‌شود.

## ۲-۲-۲- اصطلاحات تخصصی صنعت

برخی از اصطلاحات تخصصی رایج در صنعت لبنیات که بسیار پرکاربرد هستند عبارت‌اند از:

### *Antibiotic residues*

حضور مقادیر ناچیزی از آنتی‌بیوتیک و مشتقات آن در شیر و یا گوشت.

### *Babcock test*

روش قدیمی جهت اندازه‌گیری چربی شیر که می‌تواند برای کالیبره کردن دستگاه‌های اندازه‌گیری الکترونیک مورد استفاده قرار گیرد.

### *Bactofugation*

به حذف میکروارگانیسم‌های شیر در حرارت پاستوریزاسیون با استفاده از نیروی گریز از مرکز اطلاق می‌گردد.





**California mastitis test- CMT**

این آزمون به عنوان یک تست تشخیصی جهت تعیین شمار سلول‌های سوماتیک شیر و سلامت دام مورد استفاده قرار می‌گیرد. به این منظور معرف با مواد سلولی موجود در شیر واکنش می‌دهد و به این ترتیب بر اساس میزان لخته حاصله حدود سلول‌های سوماتیک تخمین زده می‌شود.

**Casein**

گروهی از فسفوپروتئین‌های شیر که از پروتئین‌های اصلی آن محسوب می‌گردند.

**Cleaned-in-place**

شستشوی تجهیزات شیر با سیرکوله کردن محلول‌های شستشو در داخل آن‌ها بدون جدا کردن بخش‌های مختلف از یکدیگر.

**Churning**

فرایند زدن خامه جهت تولید کره که منجر به تجمع گلبول‌های چربی و جدا شدن آن‌ها از فاز مایع می‌گردد.

**Colostrum**

آغوز یا کلوسترول به مایع زردرنگ مترشحه از پستان دام تا چند روز پس از زایمان اطلاق می‌گردد که دارای کازئین، لاکتوز و چربی کمتر از شیر طبیعی می‌باشد و به عنوان منبع غنی از آنتی‌بادی محسوب می‌گردد.

**Curd**

به لخته شیر اطلاق می‌شود که در مورد شیر کامل شامل کازئین، چربی و پروتئین‌های آب‌پنیر و در شیر بدون چربی حاوی کازئین و پروتئین‌های آب‌پنیر و مقادیر بسیار ناچیزی از چربی می‌باشد.

**Dairy drink**

نوشیدنی لبنی نظیر شیر سویا و شیر فاقد لاکتوز.

**Dairy product**

فرآورده‌های شیری نظیر خامه، کره، پنیر و ...

**Electrodialysis**

فرایندی است که در آن یون‌های محلول از یک غشای تبادل یونی به وسیله جریان الکتریکی خارج می‌گردند. این روش در املاح زدایی آب‌پنیر به کار می‌رود.

**Food and Drug Administration- FDA**

سازمان غذا و دارو ایالت متحده که مسئول وضع قوانین و مقررات در رابطه با غذا، دارو و لوازم آرایشی-بهداشتی است.

**Fermented Milks**

شیرهای تخمیری

### Ghee

به شکل تغلیظ شده چربی شیر که از قابلیت نگهداری بهتری برخوردار است، اطلاق می‌شود و در مناطق مختلف با عناوین متفاوتی نظیر ghee در هند یا Samna در مصر نامیده می‌شود.

### Homogenization

به تبدیل گویچه‌های بزرگ چربی به ذرات ریز اطلاق می‌شود که مانع به هم پیوستن گلبول‌های چربی می‌گردد.

### International Dairy Federation- IDF

فدراسیون بین‌المللی شیر که مهم‌ترین مرجع جهانی شیر می‌باشد.

### Milk preservative

ترکیب مورد استفاده برای پایداری و حفظ نمونه‌های شیر در حین انتقال به آزمایشگاه. (نظیر برونوپول)

### Milk serum

سرم شیر یا جزء بدون چربی شیر.

### Non-Protein Nitrogen- NPN

علاوه بر ترکیبات پروتئینی شیر حاوی ترکیباتی است که حاوی ازت غیر پروتئینی می‌باشند، این ترکیبات در محلول اسید تری کلرواستیک ۱۲٪ محلول‌اند و در حدود ۵٪ کل نیتروژن شیر را به خود اختصاص می‌دهند.

### Nisin

یکی از معمول‌ترین باکتریوسینها دارای ساختار پپتیدی که در مقابل باکتری‌های گرم مثبت و شکل اسپوری آن‌ها بسیار مؤثر است.

### Oxytocin

هورمون طبیعی محرک ترشح و خروج شیر اکسی توسین نام دارد.

### Overrun

اصطلاحی است که در مورد محصولات حجیم‌شده (به طرق مختلف مثل هوادهی) نسبت به ماده اولیه آن به کار می‌رود. از این نوع محصولات می‌توان خمیرها، بستنی، بیسکویت پف‌کرده، کرم مارش مالو و خامه زده‌شده اشاره کرد. به‌خصوص افزایش حجم بستنی به‌وسیله زدن هوا به داخل مخلوط طی فرایند انجماد overrun نامیده می‌شود.

### Pasteurization

بر اساس تعریف IDF پاستوریزاسیون فرایند حرارتی است که به‌منظور به حداقل رساندن خطرات ناشی از میکروارگانیسم‌های بیماری‌زای شیر صورت می‌گیرد و حداقل تغییرات فیزیکی، شیمیایی و ارگانولپتیکی را در محصول ایجاد می‌کند. فرایند حرارتی پیشنهادی IDF برای پاستوریزاسیون شیر ۷۱,۷°C به مدت ۱۵ ثانیه یا ۶۲,۷°C به مدت ۳۰ دقیقه می‌باشد.



### Probiotic

اداره غذا و کشاورزی سازمان ملل متحد و سازمان بهداشت جهانی<sup>۱</sup> پروبیوتیک را این گونه تعریف می کند:

«پروبیوتیک‌ها میکروارگانیسم‌های زنده‌ای هستند که مصرف کافی آن‌ها سبب نمایان شدن اثرات سلامت بخش در بدن میزبان می‌شود.» بر این اساس، باکتری‌های پروبیوتیک موجود در محصولات خوراکی، نه تنها باید دارای مشخصه‌های عملکردی و سودمند برای سلامتی انسان باشند بلکه از قابلیت ماندگاری در دستگاه گوارش هم برخوردار باشند. این ویژگی‌ها شامل رشد و بقای ارگانیسم‌ها در روند تولید محصول، نگهداری و پس از مصرف حین انتقال از معده به روده است. پروبیوتیک‌ها بر تعادل باکتری‌های مفید و مضر روده تأثیر می‌گذارد و این تعادل را به نفع افزایش جمعیت باکتری‌های مفید تغییر می‌دهند، در حقیقت پروبیوتیک‌ها از همین طریق اثرات سلامت بخش خود را در بدن انسان القا می‌کند.

### Sterilization

فرایند استریلیزاسیون فرایند حرارتی است که با هدف نگهداری طولانی مدت شیر صورت می‌گیرد و برای رسیدن به این هدف کلیه میکروارگانیسم‌ها و اسپورهای موجود توسط حرارت نابود گردد. در فرایند استریلیزاسیون محصول تحت دمای ۱۳۵ تا ۱۵۰ درجه سانتی‌گراد به مدت ۳-۴ ثانیه قرار می‌گیرد.

### Termization

ترمیمزاسیون فرایند حرارتی ملایمی است که برای افزایش ماندگاری شیر قبل از پاستوریزاسیون یا سایر فرایندهای شدید حرارتی اعمال می‌شود و غالباً در مورد شیرهای خامی که قبل از مصرف مدتی تحت شرایط سرد نگهداری می‌شوند مورد استفاده قرار می‌گیرد.

### Ultrafiltration

اولترافیلتراسیون را می‌توان یک فرایند جداسازی غشایی با استفاده از نیروی فشار معرفی نمود که می‌تواند جداسازی و تغلیظ موادی با وزن مولکولی بین ۳ تا ۱۰۶ دالتون را انجام دهد که از آن به‌طور وسیع در صنعت لبنیات استفاده می‌شود.

### Vat pasteurization

پاستوریزاسیون شیر در دمای حداقل ۶۲٫۸ درجه سانتی‌گراد به مدت ۳۰ دقیقه، درحالی‌که در یک دیگ دوجداره مرتباً در حال هم زدن است.

### Whey

آب‌پنیر، آب و مواد جامد شیر است که پس از جدا کردن لخته باقی می‌ماند و حاوی ۹۳/۵ درصد آب و ۶/۵ درصد لاکتوز، پروتئین، مواد معدنی، آنزیم، ویتامین‌های محلول در آب و مقادیر ناچیزی از چربی است.

<sup>۱</sup> - World Health Organization



### ۳-۲-۲- تاریخچه صنعت لبنیات



کشاورزانی که قریب به ۶ هزار سال قبل در انگلستان زندگی می کردند نیز همانند انسان های امروزی از گاو و گوسفند و سایر چرا کنندگان، به خاطر ارزش اقتصادی آن ها نگهداری می کردند. تجزیه و تحلیل شیمیایی صورت گرفته بر روی بقایای ظروف سفالی یافت شده در ۱۴ منطقه قدیمی در انگلستان این نظریه دیرینه شناختی که کشاورزان اولیه از گاو و گوسفندان نه تنها به خاطر گوشت شان، بلکه همچنین به خاطر محصولات لبنی آن ها نگهداری می کردند را تقویت می کند.

در جدیدترین تحقیقات صورت گرفته متخصصین شیمی دانشگاه بریستول انگلستان<sup>۱</sup>، از تکنیک طیف سنجی که به تازگی ابداع شده است برای تشخیص چربی های شیر باقی مانده در ظروف سفالی با قدمت ۵ تا ۶ هزار سال استفاده نمودند. نتایج تحقیقات به خوبی نشان می دهد که تعداد زیادی از این ظروف، زمانی حاوی شیر یا محصولات لبنی دیگر بوده اند.

محققان دانشگاه بریستول بیش از ۹۵۰ تکه ظرف سفالی یافت شده در میان بقایای روستاهای دوران نوسنگی، برنز و آهن انگلستان را مورد بررسی قرار دادند. نمونه های بسیار کوچکی از این ظروف زیرزمینی دفن شده و پس از تجزیه شدن و به صورت پودر درآمدن، با استفاده از روشی که مقادیر ایزوتوپ های مختلف کربن را شناسایی می کند، مورد بررسی قرار گرفتند. چربی های موجود در شیر نسبت معینی از ایزوتوپ های کربن را نشان می دهند و این نسبت از نسبتی که چربی گوشت نشان می دهد، کاملاً متفاوت است. در واقع این تکه های ظروف سفالی حاوی بقایایی از چربی شیر بوده است.

### ۴-۲-۲- صنعت لبنیات در ایران

اولین نژاد دام های شیری در ایران در زمان جنگ جهانی دوم در سال (۱۳۱۹ ه.ش) از فرانسه خریداری و تحویل مؤسسه حیدرآباد گردید و حدود ۱۰ سال بعد برای احداث اولین دامداری های صنعتی اقداماتی انجام شد.

اولین کارگاه لبنیات سازی در سال ۱۳۳۶ با نام آستارا، در خیابان فردوسی تهران گشایش یافت که تولیدات آن شیرهای بطری با درب چوبی بود.

<sup>۱</sup>- University of Bristol

در اواخر سال ۱۳۲۷ یا اوایل سال ۱۳۲۸ کارخانه نسبتاً مدرنی در جوادیه تهران احداث شد که در واقع نخستین مؤسسه‌ای بود که صنعت مدرن شیر را در ایران پایه‌گذاری کرد. این کارخانه که "آلفا" نامیده می‌شد کار خود را با دریافت روزانه ۵ تن شیر خام و تبدیل آن به انواع محصولات لبنی آغاز کرد. این کارخانه دارای دستگاه‌های خامه گیر، پاستوریزاتور و بطری پرکنی بوده و موفقیت زیادی در عرضه شیر بهداشتی به دست آورد. دستگاه بطری شویی کارخانه "آلفا" یک دستگاه ساده و نیمه‌خودکار بوده که با دارا بودن مخازن محلول شستشو و برس‌های موتوری برای شستشوی داخل و خارج بطری، امکان شستن بطری را به کمک دست کارگر و ماشین فراهم می‌ساخت. با این روش بطری‌های شیر پس از شستشو و آب‌کشی به‌وسیله کارگر و ماشین در آب کلردار قرار می‌گرفت و سپس برای پر شدن آماده می‌گردید. مدت فعالیت واحد مذکور ۱۰ سال و حداکثر ظرفیت آن به ۱۵ تن در روز رسید که در سال ۱۳۳۸ به علت ورشکستگی تعطیل شد.

از جمله دیگر واحدهایی که بعداً اقدام به تهیه و توزیع شیر و ماست بسته‌بندی شده نمودند، می‌توان، "میکی ماست" و "لارک" را نام برد که هر یک به‌نوبه خود خدماتی را در عرضه فرآورده‌های شیری بهداشتی انجام دادند.

در سال ۱۳۳۳ طرح تأسیس کارخانه شیر پاستوریزه تهران با اقدامات وزارت بهداشتی، سازمان برنامه و مؤسسه یونیسیف (وابسته به سازمان ملل متحد) آماده گردید. بر اساس این طرح مقرر شد که ساختمان و سرمایه لازم توسط سازمان برنامه از محل اعتبارات عمرانی کشور تأمین گردد و ماشین‌آلات موردنیاز نیز به‌وسیله یونیسیف به ایران اهداء شود. در مقابل، دولت ایران تعهد نمود که معادل یک برابر و نیم ارزش ماشین‌آلات (معادل ۴۳۰ هزار دلار) برای مدت هفت سال قسمتی از شیر تولیدی کارخانه شیر پاستوریزه تهران را جهت تغذیه کودکان نیازمند اختصاص دهد تا بدین ترتیب بهبود چشمگیری در تغذیه این طبقه از جمعیت ایران، حاصل گردد. پس از امضاء قرارداد کارهای ساختمانی و نصب ماشین‌آلات شروع و در آبان ماه ۱۳۳۶ کارخانه شیر پاستوریزه تهران با ظرفیت اولیه ۴۵ تن در روز گشایش یافت. احداث کارخانه شیر پاستوریزه تهران و استقبالی که مردم از محصولات آن به عمل آوردند، باعث رونق و ایجاد دامداری‌های متعدد گردید. این دامداری‌ها که جدا از سنت دیرین و قدیمی دامداری ایران تأسیس شده بودند از مدرن‌ترین وسایل موجود در این راه مدد گرفته و با امکانات نوینی که به دست آورده بودند، تهیه شیر به صورتی کاملاً بهداشتی انجام پذیرفت و رونق دامداری‌ها باعث ازدیاد محصولات تولیدی کارخانه شیر پاستوریزه و در نتیجه باعث تضمین هر چه بیشتر بهداشت و سلامتی مردم تهران گردید.

استقبالی که مردم تهران از محصولات کارخانه شیر پاستوریزه به عمل آوردند، موجب رشد تقاضای شیر خام بیشتری توسط این کارخانه گردید و مسئولین به فکر تشویق حرفه دامداری افتادند، به همین منظور، کارخانه برای تشویق دامداران با دادن کمک‌های نقدی و جنسی و راهنمایی‌های فنی موجبات بهبود کار و افزایش تولید شیر را فراهم ساخت، در نتیجه‌ی این کمک‌ها و راهنمایی‌ها دامداری‌هایی که در ابتدا فقط چند رأس گاو داشتند با اصلاح نژاد و در اختیار گرفتن گاوهای اصیل شیری، بهبود قابل ملاحظه‌ای در کیفیت و کمیت شیر تولیدی آن‌ها حاصل گردید.

در شهریورماه ۱۳۳۹ دومین کارخانه شیر پاستوریزه در تهران به نام شرکت "بنیاد پاستوریزه پاک" به ظرفیت ۳ تن در ساعت در تهران تأسیس گردید. در طول برنامه عمرانی دوم (تا آخر سال ۱۳۴۱) واحدهای دیگری در شهرستان‌های تبریز، رشت و آبادان تأسیس شدند. در طول برنامه عمرانی سوم ۱۳۴۲ تا ۱۳۴۴ شش واحد دیگر در شهرستان‌های، اصفهان، شیراز، مشهد، ساری، باختران و اهواز احداث شدند. در طول برنامه عمرانی چهارم ۱۳۴۷ تا ۱۳۵۱ در دی‌ماه سال ۱۳۴۷ طبق



اساسنامه‌ای که از تصویب کمیسیون‌های وزارتخانه‌های دارایی، کشاورزی و استخدام مجلسین گذشت، شرکت "سهامی صنایع شیر ایران" تشکیل و علاوه بر کارخانه‌های شیر پاستوریزه تهران، کارخانه‌های شیر پاستوریزه تبریز و شیراز نیز در اختیار این شرکت قرار گرفت، ضمناً یک کارخانه شیر نیز توسط بخش خصوصی در ارومیه ایجاد شد.

در طول برنامه عمرانی پنجم (۱۳۵۱ تا ۱۳۵۶) واحدهای تولیدی شیر در "گشت و صنعت اراک" و "مادی‌دیری (می‌ماس)" از طریق بخش خصوصی و شرکت تهیه و توزیع شیر ایران وابسته به بانک توسعه کشاورزی و بانک توسعه صنعتی و معدنی ایران، جهت تأمین شیر و تغذیه رایگان دانش آموزان مدارس ابتدایی و راهنمایی تأسیس گردیدند.

شرکت تهیه و توزیع شیر ایران مأموریت یافت یازده کارخانه جهت تولید شیر پاستوریزه به ظرفیت ۷۵ تن در روز، در مراکز - استریلیزه ایجاد و تحت پوشش خود قرار دهد. با توجه به اینکه تأمین شیر خام با ظرفیت‌های یادشده در شهرستان‌ها غیرممکن بود، پیش‌بینی گردید در بدو شروع، کارخانه‌ها با یک‌سوم ظرفیت از شیر خام و دوسوم ظرفیت از شیر بازساخته<sup>۱</sup> استفاده نمایند ولی به تدریج که تولید شیر خام در شهرستان‌ها افزایش یافت از تولید شیر بازساخته کاسته شد. کارهای ساختمانی و نصب ماشین‌آلات ۴ کارخانه از ۱۱ کارخانه بر اساس کارخانه‌های شیر پاستوریزه و استریلیزه در مناطق آذربایجان، خراسان، اصفهان و فارس در اوایل سال ۱۳۵۷ به اتمام رسید و مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

در اواخر سال ۱۳۵۸ طبق تصمیمات شورای انقلاب اسلامی ایران، شرکت تهیه و توزیع شیر ایران در شرکت سهامی صنایع شیر ایران ادغام و فعالیت شرکت‌ها به صورت یکپارچه درآمد. در بهمن‌ماه ۱۳۶۱ کارخانه شیر پاستوریزه و استریلیزه کرمان مورد بهره‌برداری قرار گرفت. ضمناً کارخانه‌های شیر پاستوریزه و استریلیزه مناطق گیلان، گرگان، زنجان، همدان، لرستان و خوزستان از سال ۱۳۶۰ به بعد مورد بهره‌برداری قرار گرفتند.

صنعت لبنیات کشور به‌عنوان یک صنعت نوپا و از صنایع تکمیلی بخش کشاورزی نقش بسیار مهمی در توسعه پایدار کشور ایفا می‌نماید. از ابتدای دهه ۷۰ با راه‌اندازی واحدهای تولیدی کوچک و بزرگ در کشور نیاز کشور به واردات کالاهایی نظیر پنیر سفید و... برطرف گردید. پس‌از آن، افزایش سرمایه‌گذاری دولت‌های وقت در زمینه افزایش حجم شیر یارانه‌دار خانوار، توزیع پنیر در شبکه کالابریگی و اجرای طرح‌هایی نظیر توزیع شیر در مدارس موجب رشد فرهنگ مصرف فراورده‌های لبنی گردید. از سال‌های ۱۳۸۲ تاکنون رشد قابل‌توجه کمی و کیفی در احداث واحدهای بزرگ تولیدی و افزایش تنوع تولید واحدها صورت گرفت و به‌طور کلی فرهنگ مصرف لبنیات در کشور افزایش یافت.

بر اساس آخرین آمار و اطلاعات معاونت امور دامی وزارت جهاد کشاورزی در سال ۱۳۹۶ وضعیت گاوداری‌های صنعتی به شرح زیر بوده است:

جدول ۱۲- وضعیت گاوداری‌های صنعتی کشور در سال ۱۳۹۶

شرح	غیرفعال	فعال	پرورابندی	شیری	جمع کل
تعداد	۷,۵۱۴	۱۸,۵۴۷	۸,۹۲۹	۱۷,۱۳۲	۲۶,۰۶۱
ظرفیت (هزار رأس)	۷۹۰	۲,۸۲۹	۱,۱۷۶	۲,۴۴۳	۳,۶۱۹

منبع: معاونت امور دامی وزارت جهاد کشاورزی

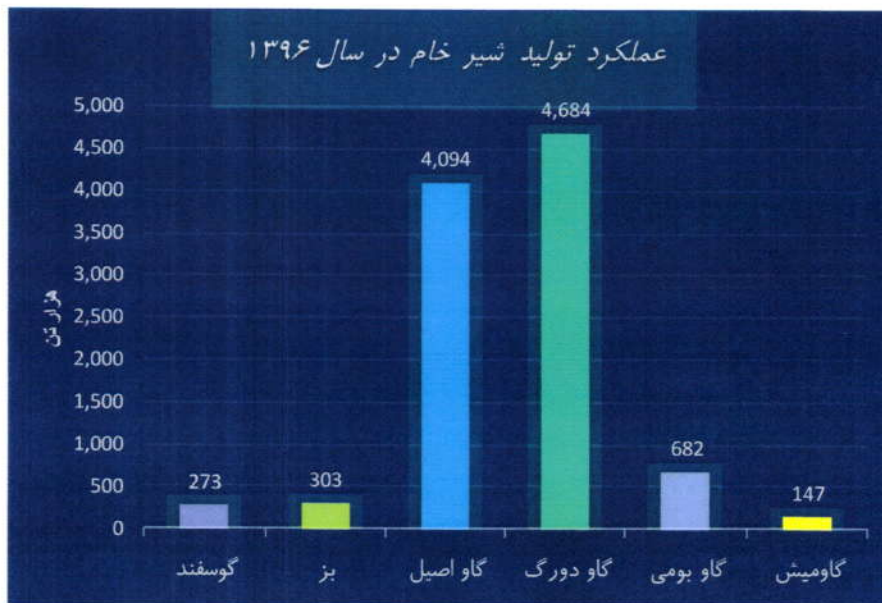
<sup>۱</sup> - شیری است که از ترکیب شیر خشک، چربی شیر و آب آشامیدنی حاصل می‌شود و عمدتاً در مناطقی که دسترسی به شیر تازه مقدور نباشد، قابل عرضه و مصرف خواهد بود.



در سال ۱۳۹۶ از تعداد ۲۶,۰۶۱ واحد گاوداری صنعتی در سطح کشور، ۷۱ درصد فعال و ۲۹ درصد غیرفعال بوده است و همچنین ۶۶ درصد دارای گاو شیری و ۳۴ درصد هم دارای گاو پرواربندی بوده‌اند.

بر اساس آخرین اطلاعات وزارت جهاد کشاورزی در سال ۱۳۹۶ تعداد ۸۱۲ کارخانه به‌منظور جذب شیر به ظرفیت اسمی ۱۷/۸ میلیون تن در سطح کشور وجود داشته که به میزان ۱۰/۱ میلیون تن شیر تولید گردیده است.

نمودار ۲- عملکرد تولید شیر خام به تفکیک نوع دام در سال ۱۳۹۶

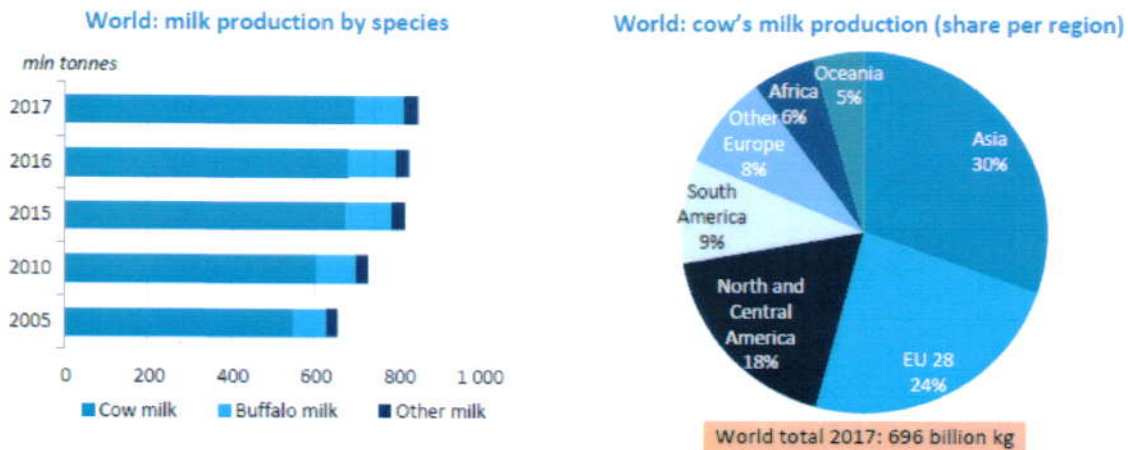


## ۵-۲-۲- وضعیت صنعت شیر در جهان

در حدود ۱۵۰ میلیون خانوار در جهان به تولید شیر می‌پردازند. در کشورهای درحال توسعه، شیر توسط خانواده‌هایی که به دامداری‌های کوچک مشغول هستند، تولید می‌شود. در این خانواده‌ها، تولید شیر به‌منظور فروش و کسب مخارج خانواده، امنیت غذایی و تغذیه به کار گرفته می‌شود. شیر بازدهی سریع و مناسبی در تولیدات با مقیاس پایین داشته و منبع مناسبی برای کسب درآمد به شمار می‌رود. اگرچه تمام پستانداران شیر تولید می‌کنند، اما تولید تجاری شیر از طریق حیوانات لبنی مانند گاو، بوفالو، بز، گوسفند و شتر صورت می‌گیرد. به‌طور کلی، ۸۵ درصد کل شیر تولیدی در سرتاسر جهان از گاوها می‌باشد و سایر حیوانات از قبیل گاو میش ۱۱ درصد، بز ۲ درصد، گوسفند ۱/۴ درصد و شتر ۰/۲ درصد تولید را به خود اختصاص داده‌اند.

ترکیب شیر تولیدی تا پایان سال ۲۰۱۷ بیانگر این موضوع می‌باشد که بیشتر شیر تولیدی توسط کشورها از طریق گاو صورت گرفته است.

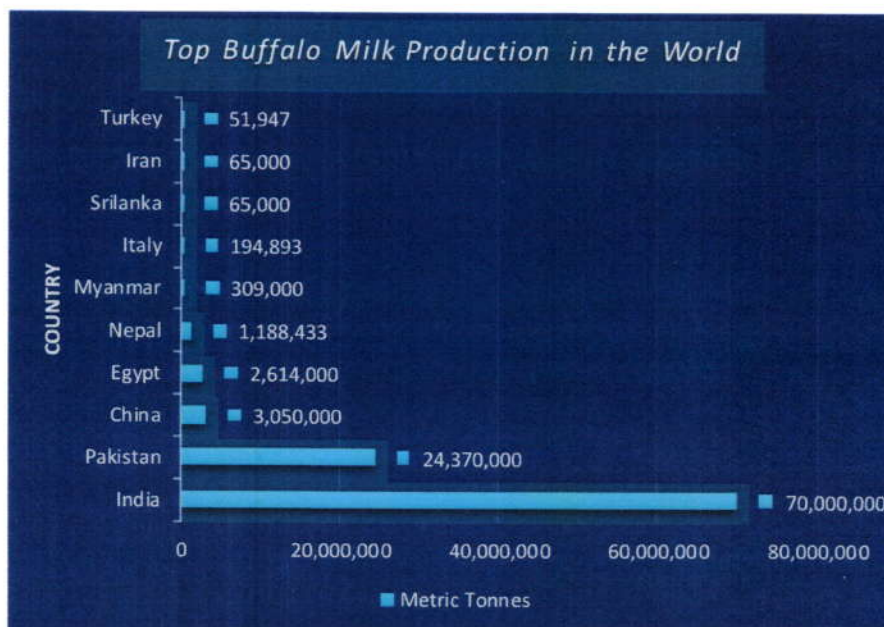
شکل ۲- ترکیب شیر تولیدی بر اساس نوع و قاره تا پایان سال ۲۰۱۷



Source: Bulletin of the International Dairy Federation-۲۰۱۸

یک سوم شیر تولیدی در کشورهای در حال توسعه از بوفالوها، بزها، شترها و گوسفندان به دست می آید در حالی که در کشورهای توسعه یافته تمام شیر توسط گاوها تولید می شود.

نمودار ۳- مقدار تولید شیر بوفالو جهان در سال ۲۰۱۶



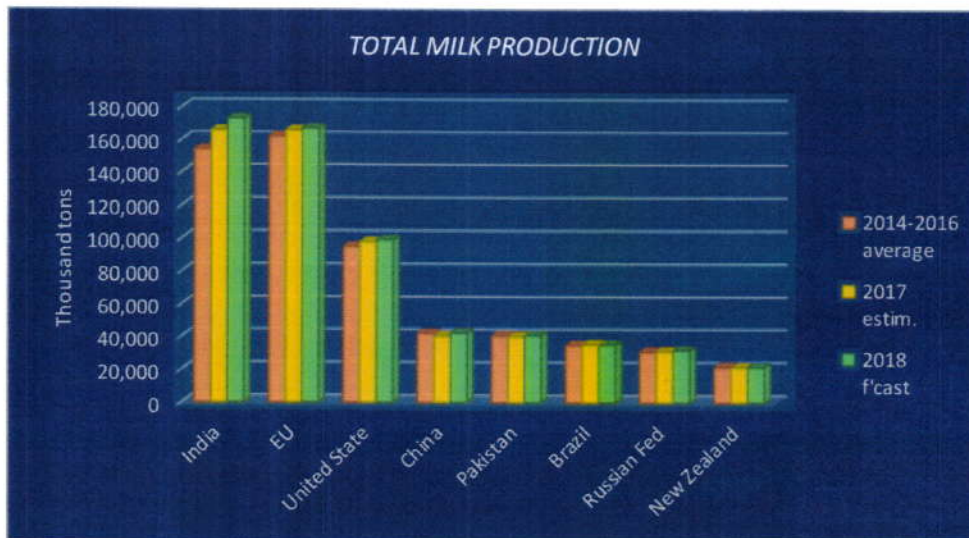
Source: Worldatlas



مقدار جهانی تولید شیر در سال ۲۰۱۷ به میزان ۸۱۰,۶۵۲ هزار تن (سال قبل ۷۹۹,۰۹۷ هزار تن) بوده که نسبت به سال ۲۰۱۶، ۱/۴ درصد رشد داشته و بیشترین سهم از این رشد، ابتدا به کشور برزیل با ۴ درصد و سپس به هند با ۳/۹ درصد تعلق دارد.

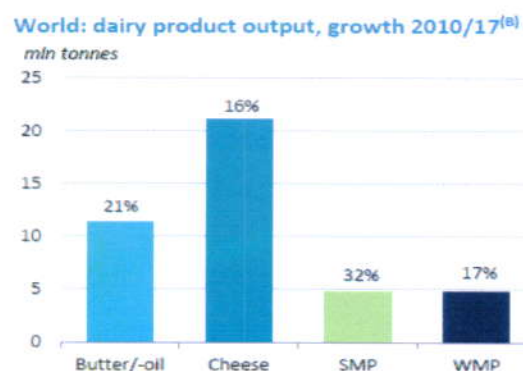
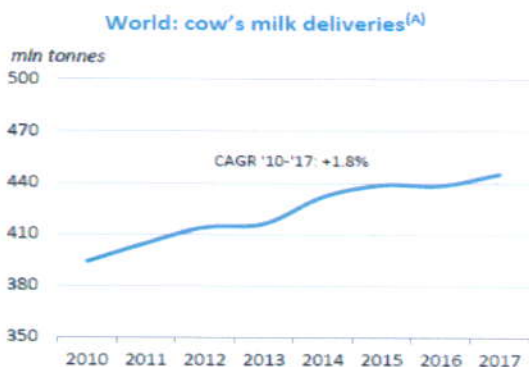
بزرگ‌ترین تولیدکنندگان شیر به ترتیب کشور هند به میزان ۱۶۵,۶۱۲ هزار تن، کشورهای عضو اتحادیه اروپا به میزان ۱۶۵,۴۰۰ هزار تن و ایالات متحده آمریکا به میزان ۹۷,۷۳۵ هزار تن به شمار می‌روند. نیوزیلند با تولید ۲۱,۳۴۱ هزار تن در رده هشتم جهان قرار دارد. در مجموع، هشت کشور برتر تولیدکننده جهان در سال ۲۰۱۷ بالغ بر ۵۹۷,۷۶۷ هزار تن شیر تولید نموده‌اند که حدود ۷۳ درصد از شیر تولیدی جهان را به خود اختصاص داده‌اند.

نمودار ۴- وضعیت جهانی تولید شیر



Source: Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets - November ۲۰۱۸

شکل ۳- میزان تولید محصولات لبنی از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷



Source: Bulletin of the International Dairy Federation-۲۰۱۸



اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



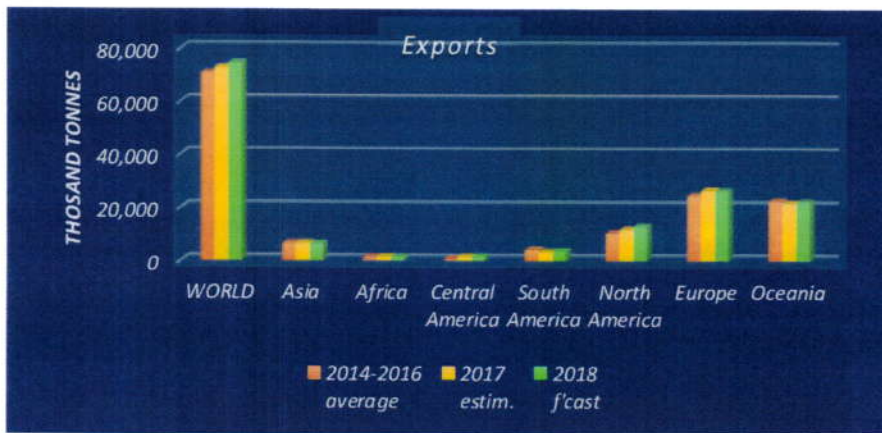


اواسط دهه نخست قرن بیست و یکم، افزایش قابل توجه تقاضا برای محصولات لبنی در خاور دور که با افزایش سطح درآمد قشر متوسط به وقوع پیوسته بود، تقاضای جهانی برای محصولات این صنعت را افزایش فراوانی داده و مازاد عرضه آن در اتحادیه اروپا و آمریکا را به طور کامل جذب نمود. این تغییرات ساختاری، باعث افزایش تولید محصولات لبنی در مناطق مختلف دنیا گردیده و گاه عرضه محصولات را در برخی کشورها به صورت سالانه ۵۰ الی ۱۰۰ درصد افزایش داد.

پیش بینی می شود که تولید جهانی شیر در سال ۲۰۱۸ به حدود ۸۲۷ میلیون تن افزایش پیدا نماید که نسبت به سال قبل ۲ درصد رشد کرده است که به ترتیب کشورهای آسیایی بیشترین میزان رشد و پس از آن اروپا و آمریکا قرار دارند. این در حالی است که پیش بینی های جدید به طور گسترده ای با آنچه در نسخه ژوئن نشریه فائو (FAO)<sup>۱</sup> صورت گرفته است، برخی از رویدادهای پیش بینی نشده پیش بینی تولید را تغییر داده اند.

رشد تولید شیر، به دلیل آب و هوای فوق العاده خشک و گرم طی ماه های تابستان و در ایالات متحده، ناشی از کاهش بیشتر گاوهای شیری است که ناشی از کاهش حاشیه سود می باشد. پیش بینی می شود تجارت جهانی محصولات لبنی با رشدی ۲/۵ درصدی نسبت به سال قبل به ۷۴/۵ میلیون تن برسد که این مهم تأییدی بر میزان رشد پیش بینی شده قبلی خواهد بود که به دلیل افزایش تولید کلیه محصولات از قبیل کره، پنیر، پودر شیر خشک بدون چربی و پودر شیر خشک کامل می باشد.

نمودار ۵- وضعیت جهانی صادرات شیر

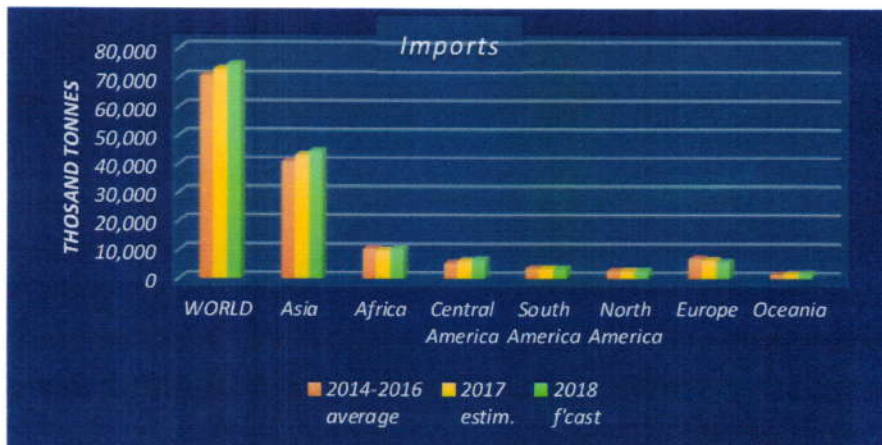


Source: Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets – November ۲۰۱۸

بیشترین میزان صادرات پیش بینی شده به ترتیب متعلق به ایالات متحده، مکزیک، نیوزیلند، آرژانتین و استرالیا خواهد بود. همچنین برای کشورهای عضو اتحادیه اروپا به عنوان بزرگ ترین تأمین کننده مواد لبنی در دنیا، میزان صادرات کاهشی و میزان فروش با توجه به چشم انداز ضعیف تولید جهانی کمتر از ارقام سال پیش خواهد بود. مکزیک، ویتنام و الجزایر بیشترین حجم از واردات محصولات لبنی را به خود اختصاص خواهند داد. این در حالی است که پیش بینی می شود میزان خرید روسیه و برزیل از انتظارات ماه جولای کمتر باشد.

1 - Food and Agriculture organization of the United Nation

نمودار ۶- وضعیت جهانی واردات شیر



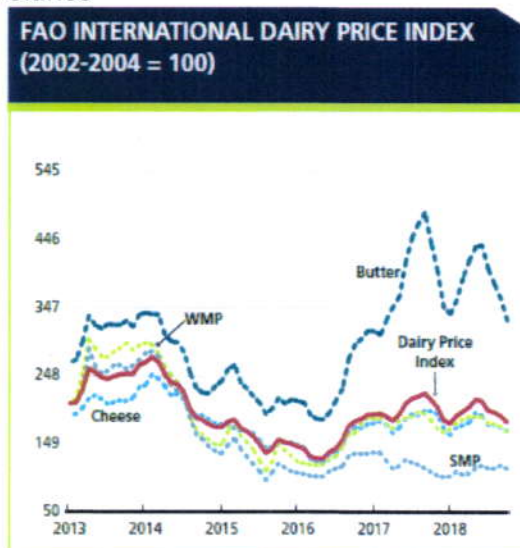
Source: Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets – November ۲۰۱۸

قیمت‌های جهانی محصولات لبنی در ۵ ماهه ابتدای سال ۲۰۱۸ حمایت شده و در ماه می به بالاترین حد خود رسیدند. از آن زمان به بعد قیمت محصولات لبنی تضعیف شده و بیشترین کاهش برای کره، پنیر و پودر شیر خشک کامل ثبت شده است که نشان دهنده بهبود شرایط دشوار حاکم بر بازار این محصولات می‌باشد. با این وجود، میانگین قیمت پودر شیر خشک بدون چربی متعادل باقی مانده که نشان دهنده شرایط مطلوب عرضه و تقاضای محصول می‌باشد.

Market at a Glance

WORLD DAIRY MARKET AT A GLANCE					
	2016	2017 estim.	2018 f'cast	Change: 2018 over 2017	
	July		Nov		%
	million tonnes, milk equiv.				
<b>WORLD BALANCE</b>					
Total milk production	799.6	810.9	828.5	826.9	2.0
Total trade	71.1	72.8	73.5	74.5	2.5
<b>SUPPLY AND DEMAND INDICATORS</b>					
Per caput food consumption:					
World (kg/year)	107.4	107.4	108.5	108.3	0.9
Trade - share of prod. (%)	8.9	9.0	8.9	9.0	0.5
<b>FAO DAIRY PRICE INDEX (2002-2004=100)</b>					
	2016	2017	2018 Jan-Oct	Change* %	
	154	202	197	-3.4	

\* Jan-Oct 2018 over Jan-Oct 2017, in percent



Source: Food Outlook - Biannual Report on Global Food Markets – November ۲۰۱۸



## ۶-۲-۲- وضعیت فعلی صنعت لبنیات

قیمت‌های جهانی محصولات لبنی در سال ۲۰۱۷ به رشد خود ادامه داده‌اند. این رشد به خاطر کاهش تولید شیر در آخرین فصل سال ۲۰۱۶ و فصل اول سال ۲۰۱۷ به همراه تقاضای قوی برای فرآورده‌های چرب جامد بوده است. قیمت کره در نیم سال ۲۰۱۷ رشد بسیار زیادی داشته اما در انتهای سال روندی کاهشی در پیش گرفته است و به صورت میانگین ۶۵٪ بالاتر از سال ۲۰۱۶ بوده. در سال ۲۰۱۷ قیمت پودر شیر خشک کامل، پنیر و پودر شیر خشک بدون چربی به ترتیب ۲۸٪، ۲۵٪ و ۳٪ رشد داشته است.

در کوتاه مدت، انتظار می‌رود قیمت کره افت بیشتری را در سال ۲۰۱۸ تجربه کرده اما باین وجود بالاتر از قیمت‌های سال‌های پیش باقی بماند. قیمت پنیر به دلیل افزایش عرضه فرآورده‌های جامد چرب در سال ۲۰۱۸ کاهشی خواهد بود. قیمت پودر شیر خشک در سال ۲۰۱۸ افزایش خواهد یافت لیکن این افزایش به دلیل وجود ذخایر بالا مخصوصاً در اتحادیه اروپا روندی آهسته دارد.

تولید شیر جهانی رشد آرام و متعادل نیم درصدی را در سال ۲۰۱۷ تجربه کرد که از میزان رشد ۲٫۱٪ دهه گذشته بسیار کمتر می‌باشد. تولید شیر صادرکنندگان بالقوه مانند اتحادیه اروپا، نیوزیلند، استرالیا و آرژانتین در نیمه اول سال ۲۰۱۷ کاهشی بوده که تنها بخشی از آن در نیمه دوم جبران شد. در همین دوره تولید اتحادیه اروپا در بعضی از کشورهای کلیدی تولیدکننده مانند آلمان و فرانسه کاهشی به دلیل شرایط نامناسب آب و هوایی، قیمت پایین شیر و کاهش نهادهای دامی تولید کاهش داشته. در ایالات متحده تعداد گاوهای شیری و محصول آن‌ها ثابت بود که باعث محدود شدن رشد تقاضا شد. برخلاف قیمت پایین غذای دام در آمریکا حاشیه سود تولید شیر در سال ۲۰۱۷ کاهش یافت. این مهم به دلیل کاهش قیمت مزارع تولید شیر بود. در آرژانتین تولید شیر در سال ۲۰۱۷ نسبت به افت ۱۰٪ تولید سال ۲۰۱۶ روند بهبود داشت. بازگشت غیرمنتظره تولید شیر در نیوزیلند به دلیل هوای سرد و بارانی بهار به تعویق افتاد. در استرالیا نیز به دلیل کاهش تعداد دام و مزارع تولید سال ۲۰۱۷ با افت همراه بود.

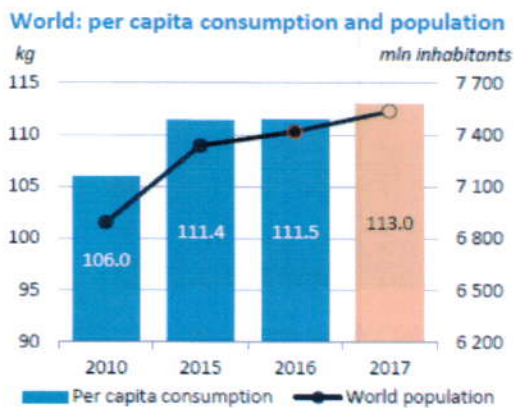
بازار خوب محصولات لبنی در گرده رشد قوی GDP کشورها می‌باشد به همین دلیل در سال‌های اخیر رشد این بازار کمتر از پیش‌بینی‌ها بوده. چین به عنوان بزرگ‌ترین واردکننده محصولات لبنی دنیا میزان واردات پودر شیر خشک کامل و بدون چربی را نسبت به سال ۲۰۱۶ به میزان ۶٪ افزایش داده است که هنوز از اعداد بالای سال‌های ۲۰۱۳ و ۱۴ کمتر می‌باشد. در مقابل واردات پنیر چین ۱۶٪ نسبت به سال قبل رشد داشته و روند ۱۰ ساله رشد را حفظ کرده است (چین پنجمین واردکننده پنیر دنیا است). صادرات محصولات لبنی اقیانوسیه به استثنای نیوزیلند پایین‌تر از میزان سال ۲۰۱۶ بوده که برای سال دوم رشد داشته است. نیوزیلند تولید پودر شیر خشک کامل را کاهش داده اما در عوض تولید پنیر این کشور به دلیل تقاضای بالای جهانی افزایشی بوده. صادرات شیر مایع در سال‌های اخیر رشدی سریع داشته و اضافه بر رشد ۱۶٪ سال ۲۰۱۶ در ۲۰۱۷ نیز ۴٪ مازاد تقویت شده است.



## ۷-۲-۲- سرانه مصرف

بر اساس اطلاعات منتشره سازمان خواروبار و کشاورزی جهانی (فائو)، در سال ۲۰۱۷ میلادی هند بزرگترین مصرف کننده شیر و فراورده‌های لبنی در دنیا بوده است. در این سال ۱۶۰ میلیون لیتر شیر و فراورده‌های لبنی در هند مصرف شد که با توجه به جمعیت بیش از ۱,۲ میلیارد نفری این کشور، رقم سرانه بالایی ندارد. دومین مصرف کننده بزرگ شیر و فراورده‌های لبنی در دنیا کشورهای عضو اتحادیه اروپا هستند. در سال قبل ۲۷ کشور عضو اتحادیه اروپا ۱۵۴ میلیون و ۹۶۰ هزار تن شیر مصرف کردند. آمریکا از نظر مصرف شیر و لبنیات در دنیا جایگاه سوم را دارد و در سال ۲۰۱۷ میلادی ۹۸ میلیون و ۳۸ هزار تن شیر در این کشور مصرف شده است ولی در میان کشورهایی است که بالاترین سرانه مصرف لبنیات را دارد.

شکل ۴- مصرف سرانه شیر و جمعیت به همراه نرخ خودکفایی



**World: self-sufficiency rate (per region)**

Region	2010	2017
Asia	93%	90%
Europe	105%	110%
EU	107%	113%
Non-EU	100%	102%
North America	102%	109%
South America	102%	100%
Africa	88%	84%
Central America	82%	79%
Oceania	311%	289%

Source: Bulletin of the International Dairy Federation-۲۰۱۸

با توجه به اهمیت بالای سرانه مصرف شیر و لبنیات در سلامت جامعه، اغلب کشورهای پیشرفته، بخش مهمی از یارانه‌های خود را به این مهم اختصاص می‌دهند؛ چراکه معتقدند کاهش سرانه مصرف شیر و لبنیات قطعاً در سال‌های آینده، هزینه‌های بیشتری را برای درمان به دولت و جامعه تحمیل می‌کند.

این هزینه‌ها به قدری سنگین است که به هیچ وجه با هزینه‌هایی که دولت می‌تواند در قالب یارانه به صنعت شیر و لبنیات بردارد؛ قابل مقایسه نخواهد بود.

سرانه مصرف شیر و لبنیات هر خانوار ایرانی از ۳۲۴ کیلوگرم در سال ۱۳۸۸ به ۳۳۲ کیلوگرم در سال ۱۳۹۴ کاهش یافته است و در مقابل هزینه‌های بهداشت و درمان سالانه هر خانوار ایرانی از ۸۵۰ هزار تومان به ۲ میلیون و ۷۰۶ هزار تومان افزایش یافته است.

## ۸-۲-۲- برترین های صنعت

### ۱-۸-۲-۲- صادرات

در جدیدترین آمار منتشره از سوی سایت Trade Map که به روزترین آمار تجارت بین الملل را نشان می دهد ارزش صادراتی محصولات لبنی توسط کشورهای مختلف به شرح نمودار زیر می باشد:

نمودار ۷- ارزش کل صادرات محصولات لبنی جهان در سال های مختلف



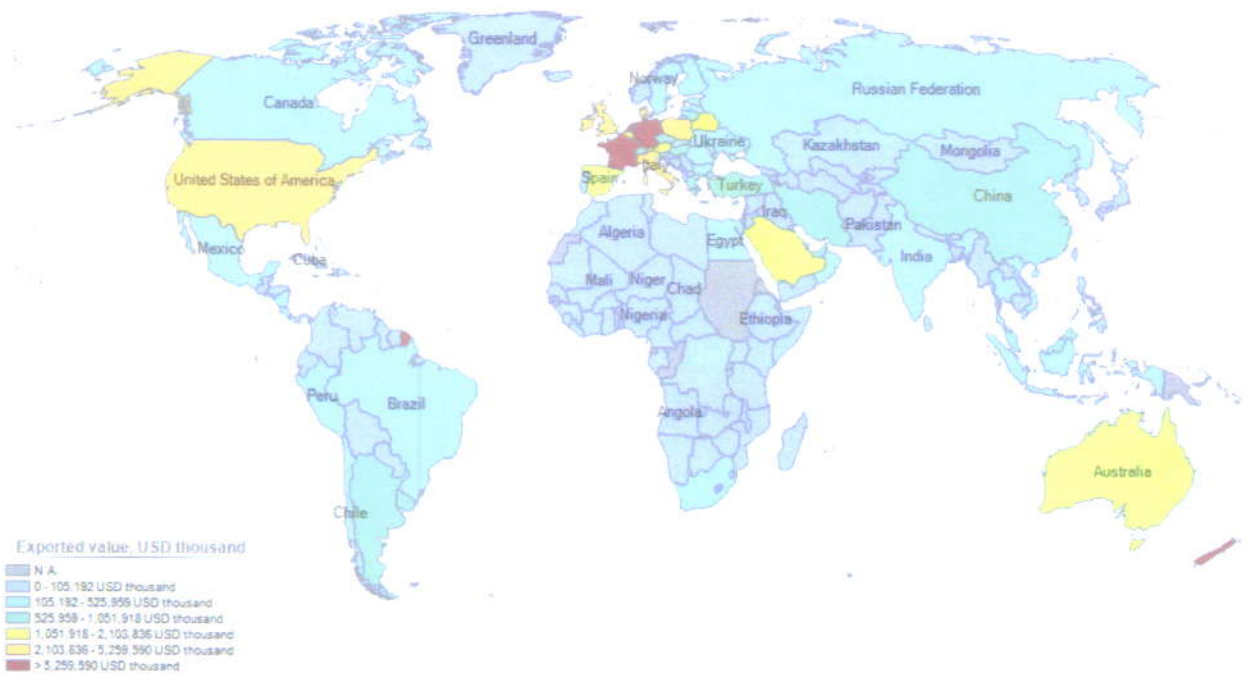
Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

نمودار فوق بیانگر کاهش میزان صادرات محصولات لبنی در سال ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۴ می باشد که بخشی از کاهش در این دو سال در سال ۲۰۱۷ و ۲۰۱۸ جبران گردیده است. در سال های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ تقاضای جهانی برای پودر شیر کامل (WMP)<sup>۱</sup> کاهش یافته و این روند موجب کاهش قیمت ها به پایین ترین سطح از سال ۲۰۰۹ گردیده است. از یک سو واردات و تقاضا برای پودر شیر کامل طی این سال ها ضعیف بوده و علاوه بر آن روسیه نیز تحریم واردات محصولات لبنی از تولیدکنندگان عمده را تا اواسط سال ۲۰۱۶ تمدید کرده بود ارزش برابری دلار هم هنوز قدرت خود را حفظ کرده بود. این روند موجب شد تا کاهش قیمت ها به سطح تولیدکنندگان شیر تسری یافته و قیمت در سطح مزارع تولیدی کاهش یابد و در نتیجه تولید شیر و به تبع آن تولید و صادرات محصولات لبنی کاهش پیدا نماید.

<sup>۱</sup> - Whole Milk Powder

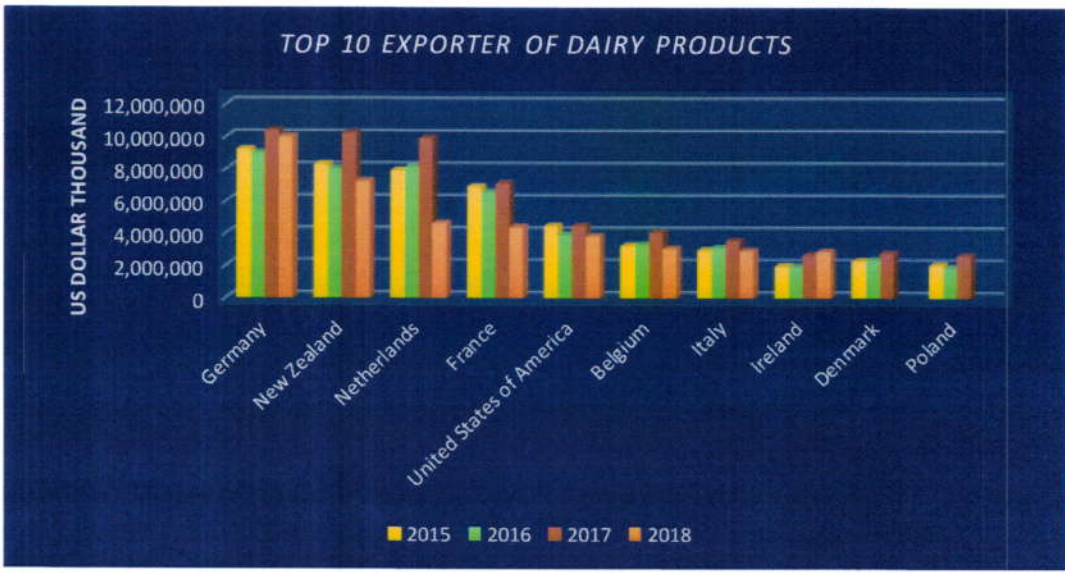


شکل ۵- ارزش صادرات محصولات لبنی توسط کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۱۸



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

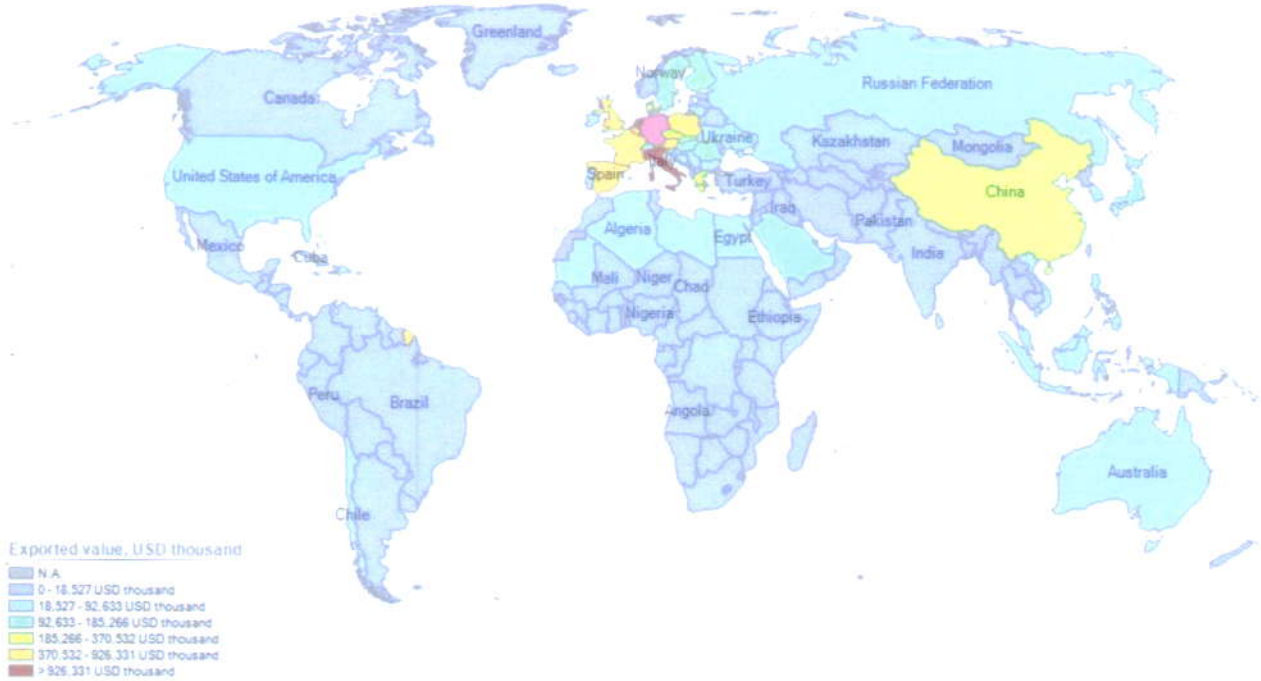
نمودار ۸- بزرگترین کشورهای صادرکننده محصولات لبنی در سنوات اخیر



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.



شکل ۶- صادرات محصولات لبنی کشور آلمان به سایر کشورها در سال ۲۰۱۸



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics

نمودار ۹- عمده‌ترین محصولات صادراتی آلمان

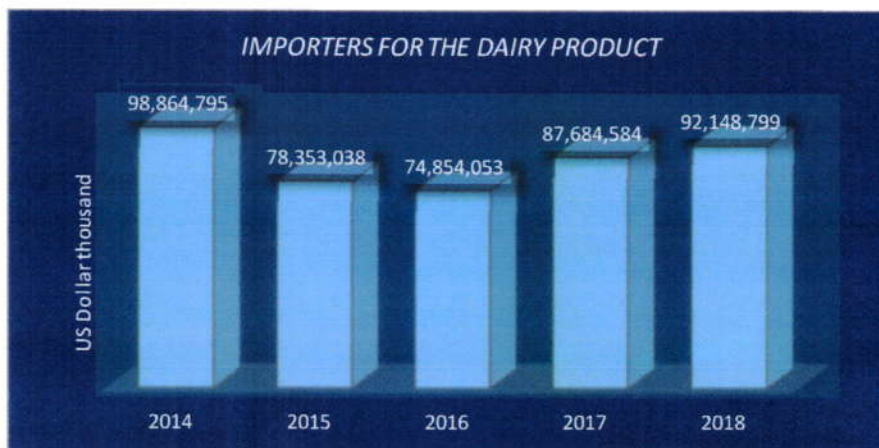


ارزش صادرات کشور آلمان در حوزه لبنیات در سال ۲۰۱۸ مبلغ ۱۰/۵ میلیارد دلار بوده (رقم مشابه سال قبل ۱۰/۳ میلیارد دلار) که عمده‌ترین محصول صادراتی کشور آلمان در سال مذکور به مبلغ ۴/۵ میلیارد دلار به محصول کشک و پنیر اختصاص داشته است که نسبت به مدت مشابه سال قبل (۱۶۶ میلیون دلار) ۳/۷ درصد رشد داشته است. عمده‌ترین کشورهای واردکننده محصولات مذکور کشورهای هلند (۱/۸۳۸)، ایتالیا (۱/۵۸۵)، فرانسه (۷۴۸)، اتریش (۶۹۲) و بلژیک (۵۹۱) میلیون دلار محسوب می‌گردند. پنیر آبی باواریا، لیمبرگر و مونستر چند تا از محبوب‌ترین مارک‌های پنیر در این کشور آلمان محسوب می‌شوند.

## ۲-۲-۸-۲- واردات

بر اساس آخرین اطلاعات موجود عمده‌ترین واردکنندگان حوزه لبنیات در سال‌های اخیر به شرح زیر می‌باشد:

نمودار ۱۰- ارزش واردات محصولات لبنی در سنوات اخیر

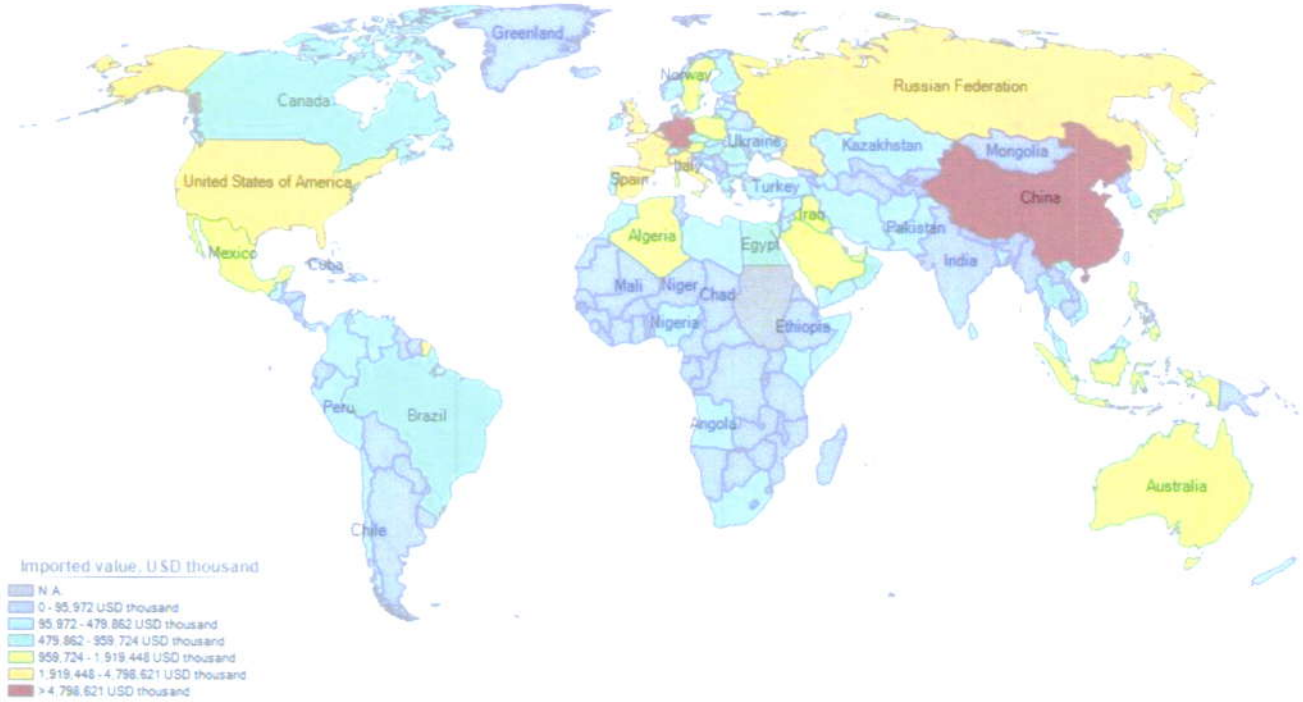


Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

بر اساس آمار، بررسی‌ها و جمع‌آوری اطلاعات علمی کاربردی از سال ۲۰۱۳ میلادی قیمت انواع محصولات لبنی در جهان در حال کاهش بوده، بخصوص محصولات پودر شیر بدون چربی، پودر شیر خشک که عامل اصلی آن کاهش تقاضا برای واردات محصولات لبنی از طرف کشور چین بوده که حدود ۴۹ درصد نسبت به سال ۲۰۱۴ کاهش داشته است. این مهم با افزایش دو برابری تولید محصولات لبنی کشورهای اصلی جهان در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ میلادی شدت گرفته است. علاوه بر آن ادامه ممنوعیت واردات پنیر روسیه به کشورهای اتحادیه اروپا ۶۲ درصد کاهش یافته و در همین مقطع کشور بلاروس از فرصت استفاده نموده و صادرات پنیر به روسیه را افزایش داده است.

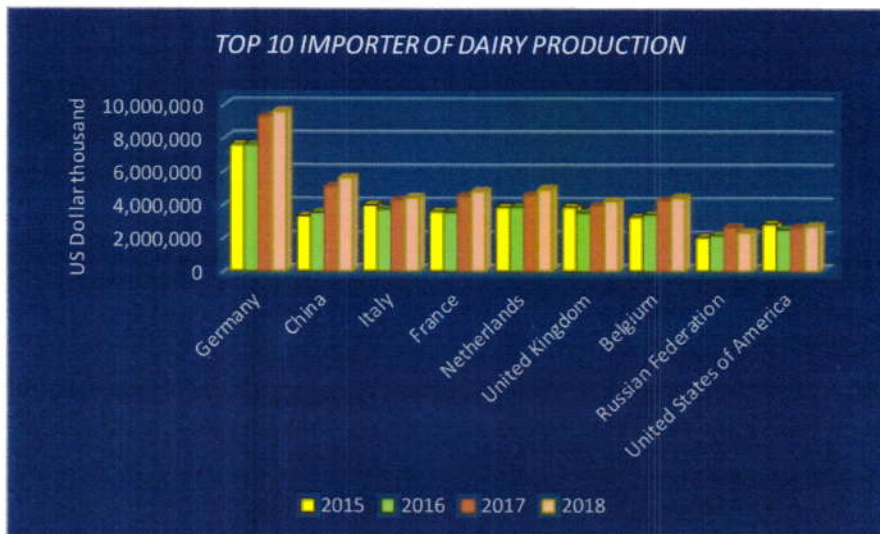


شکل ۷- ارزش واردات محصولات لبنی توسط کشورهای مختلف جهان در سال ۲۰۱۸



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

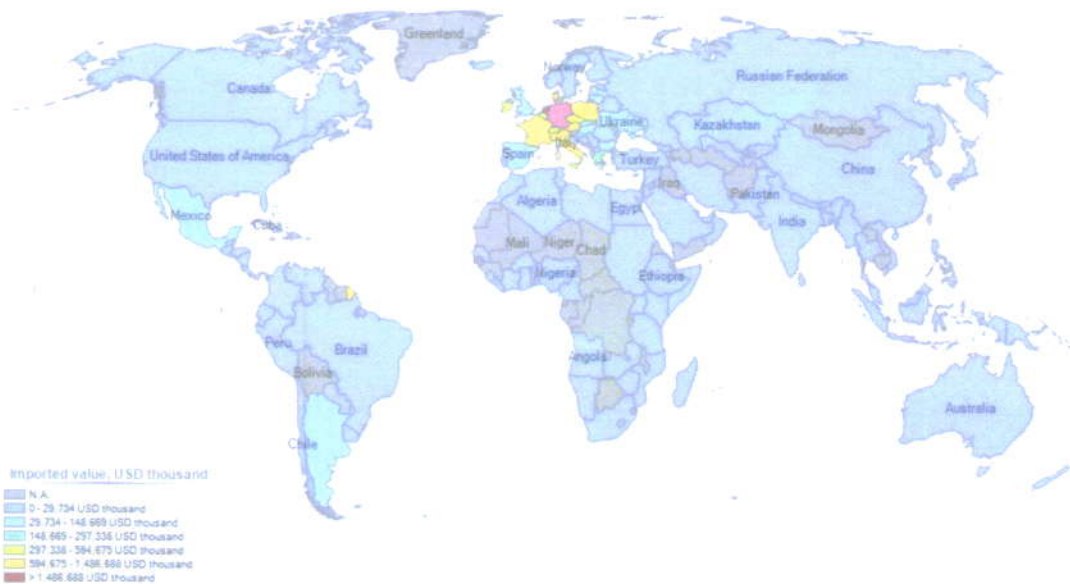
نمودار ۱۱- بزرگترین واردکنندگان محصولات لبنی در سال ۲۰۱۸



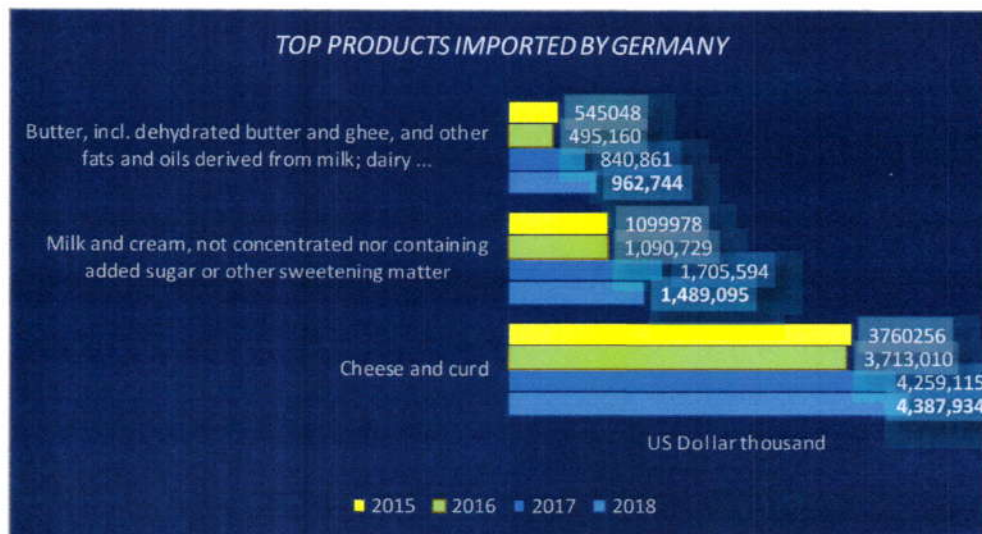


در سال ۲۰۱۸ ارزش واردات محصولات لبنی آلمان بالغ بر ۹/۶ میلیارد دلار بوده است (رقم مشابه سال قبل ۹/۲ میلیارد دلار) که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴ درصد رشد داشته است. عمده ترین محصولات وارداتی آلمان در این سال به پنیر و کشک به ارزش بیش از ۴/۴ میلیارد دلار و شیر و خامه به ارزش ۱/۵ میلیارد دلار اختصاص داشته که واردات مذکور عمدتاً از کشورهای هلند، فرانسه، استرالیا، دانمارک، لهستان، ایتالیا و بلژیک صورت گرفته است.

شکل ۸- واردات محصولات لبنی توسط کشور آلمان از سایر کشورها در سال ۲۰۱۸



نمودار ۱۳- عمده ترین واردات محصولات لبنی آلمانی در سال ۲۰۱۸

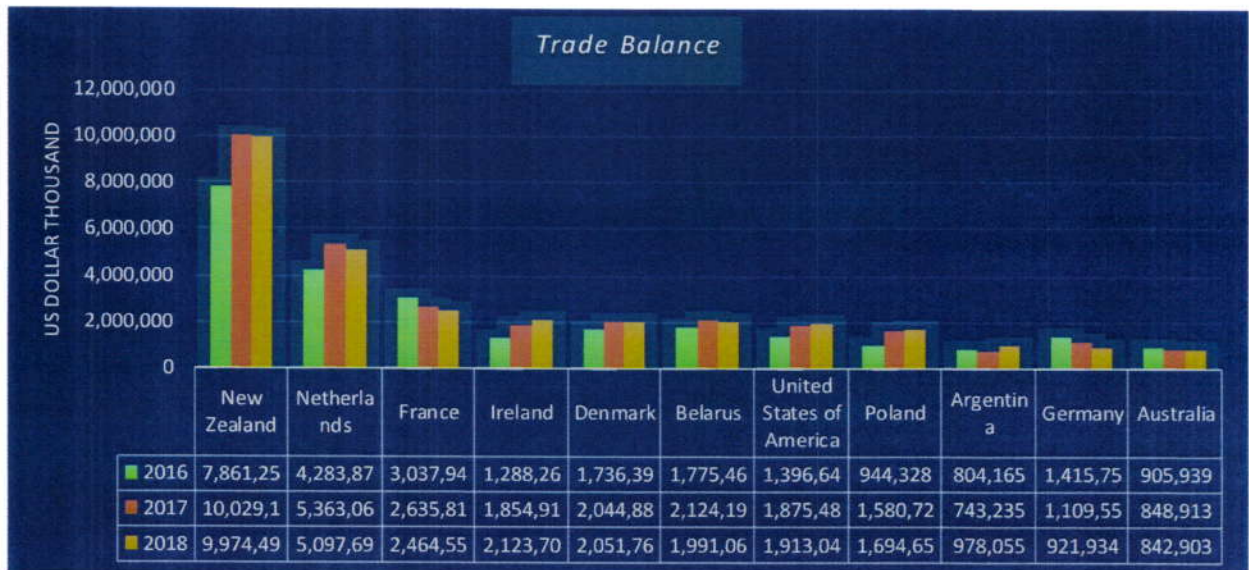


Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

### ۳-۸-۲-۲- ترانز تجاری

کشورهای دارای ترانز تجاری مثبت در چند سال اخیر در صنعت لبنیات با توجه به اقتصاد حاکم بر آن‌ها به شرح زیر می‌باشد:

نمودار ۱۳- رتبه‌بندی کشورهای دارای بیشترین ترانز تجاری مثبت در صنعت لبنیات



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

نمودار ۱۴- رتبه‌بندی کشورها دارای بیشترین ترانز منفی در صنعت لبنیات



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.



## ۹-۲-۲- برترین شرکت‌های لبنی جهان

در جدیدترین رتبه‌بندی جهانی که توسط Dairy Reporter صورت گرفته است، بزرگ‌ترین شرکت‌های لبنی جهان بر اساس میزان دریافت شیر خام مشخص شدند. در فهرست بزرگ‌ترین ۲۰ شرکت لبنی جهان، آمریکا با ۵ شرکت و مجموع ۵۶ میلیون تن در رتبه نخست و فرانسه با ۳ شرکت و مجموع ۲۸ میلیون تن دریافت در رتبه دوم کشورها قرار دارند. اولین شرکت آسیایی فهرست شرکت چینی Yili Group با ۷ میلیون تن دریافت سالانه قرار دارد که در رتبه ۱۲ جهانی قرار دارد. سهم آسیا از شرکت‌های برتر جهان در مجموع ۳ شرکت (دو شرکت چینی و یک شرکت هندی) است که مجموع دریافت آن‌ها بالغ بر ۲۰ میلیون تن شیر است.

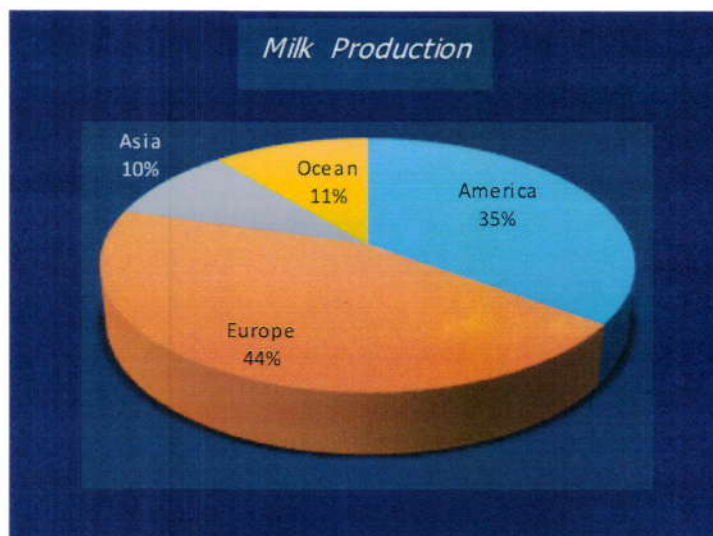
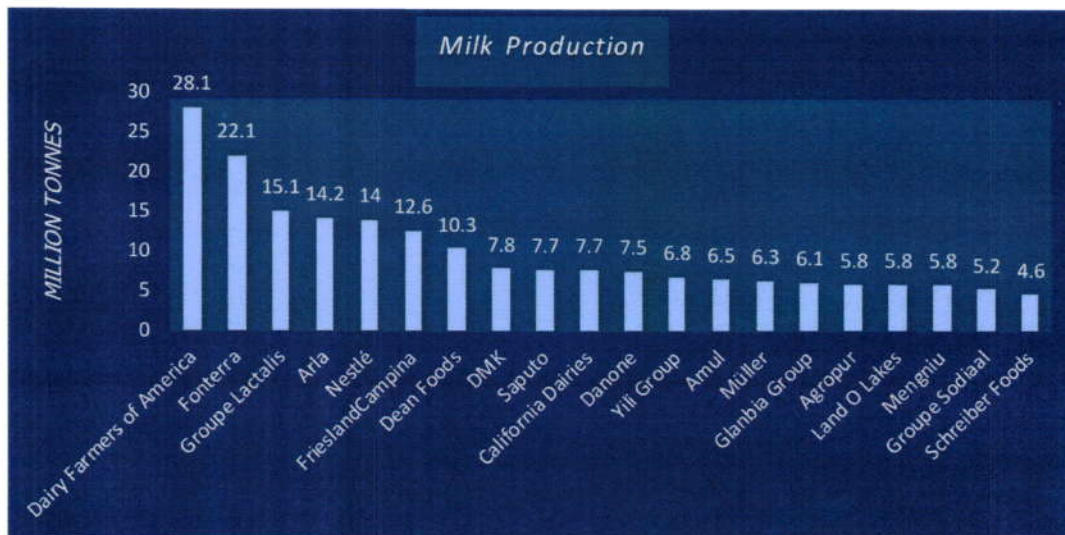
جدول زیر فهرست شرکت‌های لبنی و سایر اطلاعات مربوط به آن‌ها را نشان می‌دهد:

جدول ۱۳- فهرست ۲۰ شرکت بزرگ لبنی جهان

World Rank	Company	Country	Milk Production (million Tonnes)
۱	Dairy Farmers of America	America	۲۸/۱
۲	Fonterra	New Zealand	۲۲/۱
۳	Groupe Lactalis	France	۱۵/۱
۴	Arla	Denmark/Sweden/England	۱۴/۲
۵	Nestlé	Swiss	۱۴
۶	FrieslandCampina	Netherlands	۱۲/۶
۷	Dean Foods	America	۱۰/۳
۸	DMK	Germany/ Netherlands	۷/۸
۹	Saputo	Canada/ America	۷/۷
۱۰	California Dairies	America	۷/۷
۱۱	Danone	France	۷/۵
۱۲	Yili Group	China	۶/۸
۱۳	Amul	India	۶/۵
۱۴	Müller	Germany/ England	۶/۳
۱۵	Glanbia Group	Ireland/ America	۶/۱
۱۶	Agropur	Canada/ America	۵/۸
۱۷	Land O Lakes	America	۵/۸
۱۸	Mengniu	China	۵/۸
۱۹	Groupe Sodiaal	France	۵/۲
۲۰	Schreiber Foods	America	۴/۵
<b>Total</b>			<b>۲۰۰</b>



نمودار ۱۵- میزان تولید شیر توسط ۲۰ شرکت برتر تولیدی در سال ۲۰۱۷



## ۱۰-۲-۲- جایگاه ایران در صنعت

بر طبق آمارهای موجود آمار تجاری ایران در زمینه تجارت صنعت لبنیات و جایگاه کشور در بین کشورهای مختلف در چند سال اخیر به شرح زیر بیان می‌گردد:

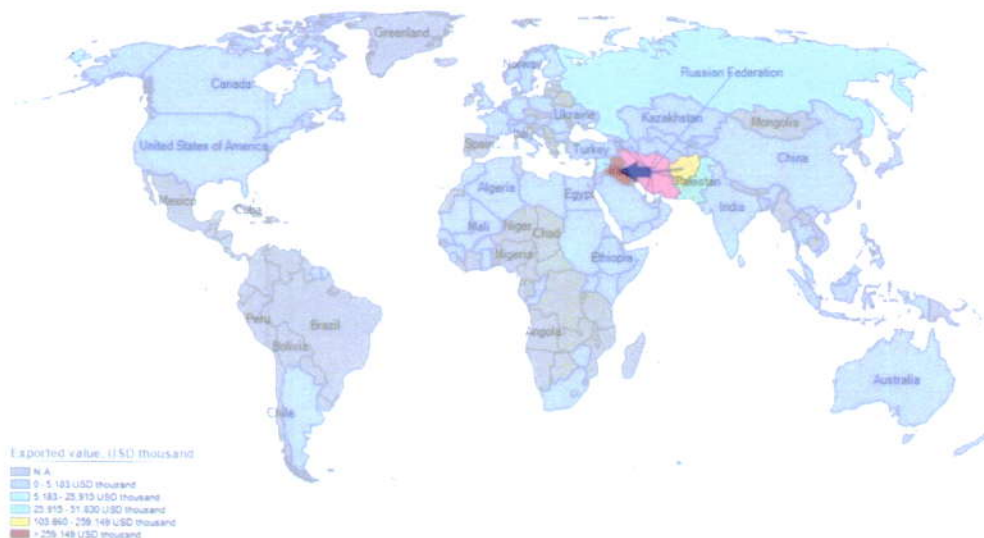
### ۱-۱۰-۲- صادرات

در سنوات اخیر عمده مقاصد صادراتی ایران کشورهای عراق، افغانستان، پاکستان، روسیه و سوریه بوده است. محصولاتی که در این چند سال به کشورهای مذکور صادر گردیده است عمدتاً شامل پنیر و کشک، آب دوغ، کفیر و ماست بوده است. ارزش محصولات صادراتی و رتبه ایران در بین سایر کشورها به شرح زیر می‌باشد:

نمودار ۱۶- ارزش محصولات صادراتی و جایگاه ایران در بین سایر کشورها



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.



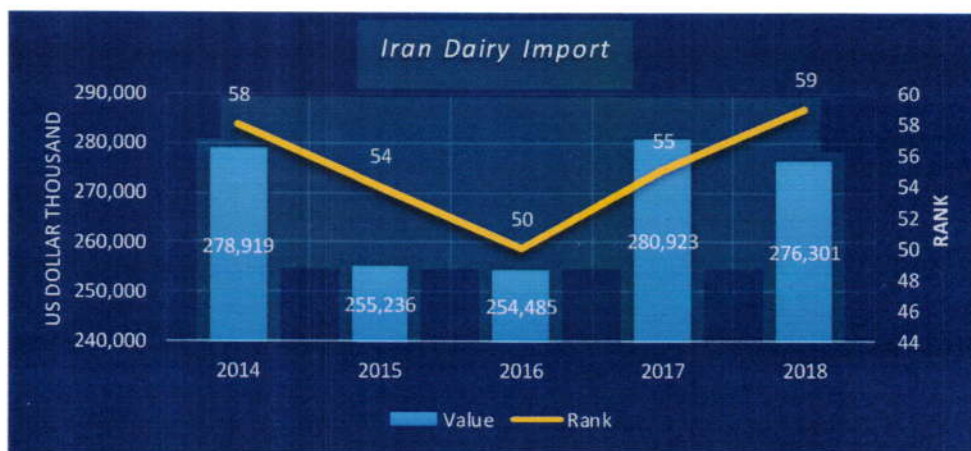
اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



## ۲-۱۰-۲-۲- واردات

بر اساس آمار و اطلاعات موجود، در حوزه واردات در سنوات اخیر ایران عمدتاً از کشورهای امارات متحده عربی، ترکیه، هلند، نیوزیلند، آلمان، بلژیک، فرانسه، آمریکا، هند و اکراین اقدام به واردات محصولات لبنی از قبیل پنیر و کشک، کره، شیرهای طعم دار شده و سایر محصولات لبنی نموده است.

نمودار ۱۷- ارزش محصولات لبنی وارداتی و جایگاه ایران در بین سایر کشورها



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.



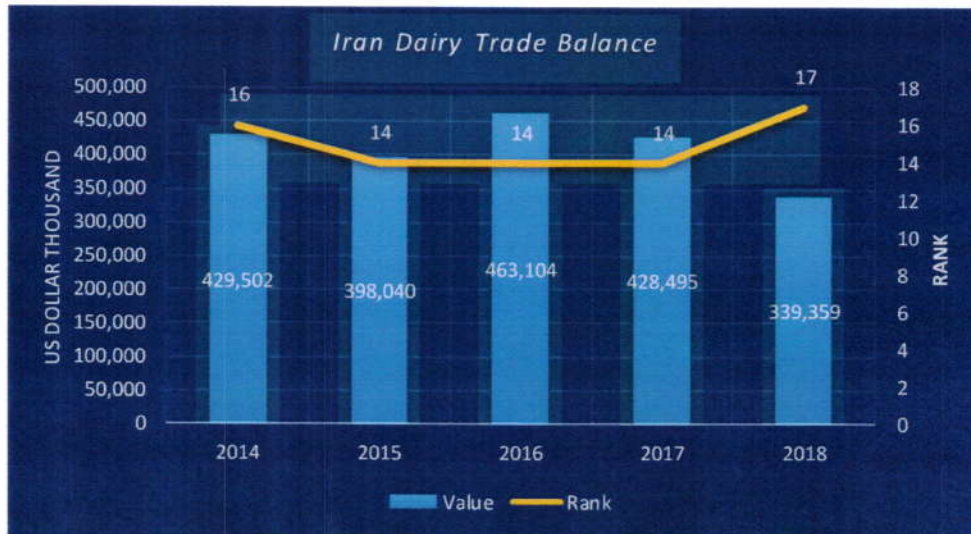
اردیبهشت ماه ۱۳۹۹





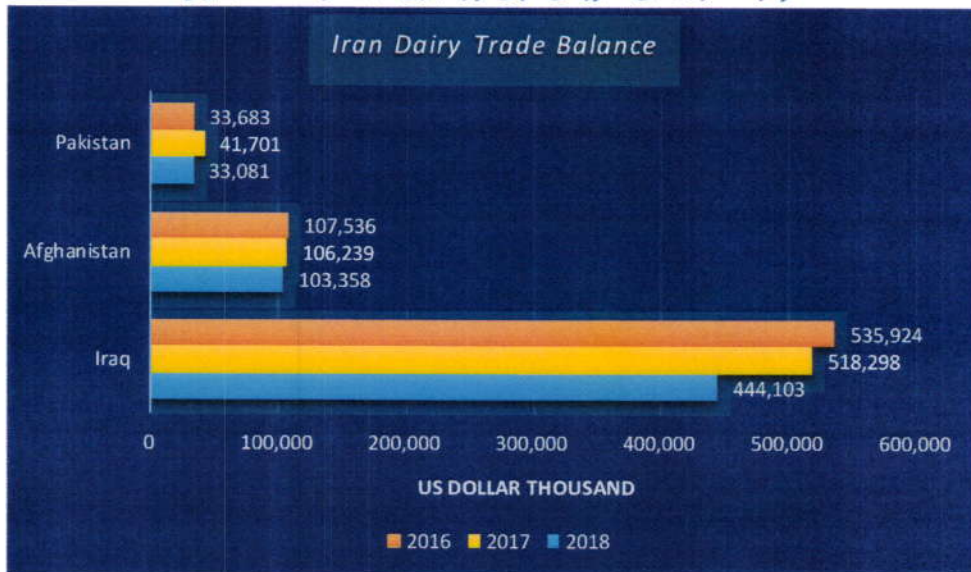
### ۳-۱۰-۲-۲- تراز تجاری

بر اساس آمار و اطلاعات منتشره، ایران در سال ۲۰۱۸ با دارا بودن تراز تجاری ۴۴۴/۱ میلیون دلار (سال قبل به ارزش ۵۱۸/۲ میلیون دلار) حائز رتبه ۱۸ در بین کشورهای فعال حوزه صنعت لبنیات بوده است.  
نمودار ۱۸- تراز تجاری و رتبه ایران در بین کشورهای جهان



بیشترین کشورهایی که ایران در صنعت لبنیات از تجارت با آنها دارای تراز تجاری مثبت می باشد عراق، افغانستان و پاکستان می باشند که عمدتاً مربوط به تجارت پنیر و کشک و آب دوغ می باشد.

نمودار ۱۹- رتبه بندی کشورهای دارای تراز تجاری مثبت طرف معامله با ایران



Sources: ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics.

## ۱۱-۲-۲- چالش‌های صنعت

### خارجی

نقش چین به عنوان یکی از کلیدی‌ترین واردکنندگان محصولات لبنی، از مهم‌ترین عدم قطعیت‌ها در آینده صنعت لبنیات به شمار می‌رود. تولید داخلی شیر در این کشور در حال افزایش بوده و سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای برای رشد ظرفیت فرآوری آن انجام گرفته است. در صورتی که واردات چین در سطح سال ۲۰۱۶ آن باقی بماند، اثرات گسترده‌ای بر بازار شیر خشک خواهد داشت. از سوی دیگر، با افزایش عرضه محصولات لبنی در این کشور، چین می‌تواند گام دیگری در راستای استقلال از واردات بردارد؛ اما با وجود قیمت‌های پایین محصولات لبنی در جهان به نظر نمی‌رسد این صنعت جذابیت چندانی برای سرمایه‌گذاری بیشتر در آینده داشته باشد.

از پایان ماه مارس ۲۰۱۵، سیستم سهمیه‌بندی شیر در اتحادیه اروپا پایان یافت. مجموع شیر تولیدی در برخی از کشورهای این منطقه نظیر آلمان، ایرلند، هلند و انگلستان افزایش یافت. پایان دوره سهمیه‌بندی شیر به معنای تمرکز بیشتر منطقه به تولید محصولاتی با تقاضای بالا در بازارهای بین‌المللی است؛ اما این اتفاق هم‌زمان با کاهش قیمت شیر در جهان به وقوع پیوست که می‌تواند فشار فروش بیشتری بر تولیدکنندگان در جهت ایجاد تغییرات گسترده‌تر ایفا نماید. تولید شیر در منطقه اتحادیه اروپا ارتباط نزدیکی با بهبود وضعیت صنعت در سایر مناطق جهان خواهد داشت.

همان‌طور که در سال‌های اخیر مشاهده شده است، اتفاقات آب و هوایی غیرمعمول نظیر ال‌نینو می‌تواند تأثیر گسترده‌ای بر تولید محصولات لبنی، از طریق تأثیرگذاری بر خوراک دام‌ها ایجاد نمایند؛ اما مدل‌های آب و هوایی وقوع وقایع خاص را در آینده زیاد می‌دانند. تولیدکنندگان واقع در منطقه اقیانوسیه بیش از سایرین در معرض اتفاقات این‌چنینی قرار دارند. قوانین و مقررات زیست‌محیطی نیز می‌تواند بر رشد آبی صنعت تأثیرگذار باشند. تولید گازهای گلخانه‌ای ناشی از فعالیت تولید محصولات لبنی سهم عمده‌ای از کل تولیدات این گازها را به خود اختصاص می‌دهند. لذا هرگونه تغییر در این‌گونه موارد می‌تواند تولید محصولات لبنی را تحت تأثیر قرار دهد. دسترسی به آب و کود کافی نیز از حوزه‌های دیگری است که می‌تواند تحت تأثیر سیاست‌های کشور باشند. همچنین پیش‌بینی‌های بالا با فرض عدم شیوع بیماری‌های خاصی که حجم قابل توجهی از دام‌ها را از بین ببرد، بیان گردیده است.

### داخلی

صنایع لبنی امروز در تضادهایی که خود منشأ پیدایش آن‌ها نبوده‌اند، گیر افتاده‌اند. دولتمردان، برای عبور از شرایط رکود اقتصادی و رسیدن به رونق، انگیزه فعالیت سودآور در بخش دامداری را با نوید رشد قیمت شیر خام به ازای هر کیلوگرم ۲,۰۰۰ تومان هیجان‌انگیز می‌کنند و از سوی دیگر، برای مهار کردن تورم، قیمت فرآورده‌های لبنی را کنترل می‌کنند، حاشیه سود صنعت لبنیات را به مرز نقطه سر به سر می‌رانند، انگیزه هرگونه سرمایه‌گذاری و رشد اشتغال در این صنعت را از بین می‌برند و به مصرف‌کننده نهایی وعده تعادل بین درآمد و هزینه زندگی خانواده را از مسیر کنترل تورم می‌دهند. این پارادوکس‌ها در نهایت نتیجه‌ای جز راه‌حل‌های آسیب‌رسان به یکی از ذی‌نفعان برای سازمان‌های دولتی ذی‌ربط به بار نمی‌آورد. در این میان، چالش‌های اصلی پیش روی صنعت لبنیات کشور عبارت است از:



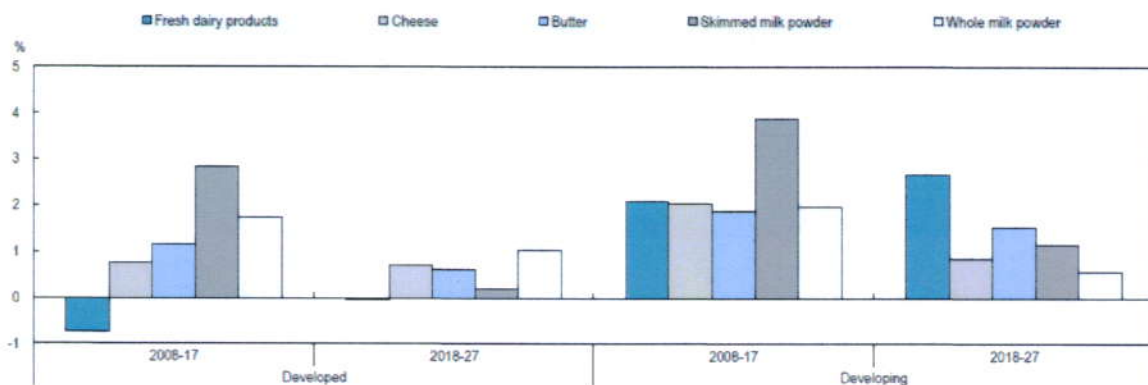
- ۱- افزایش مستمر بهای تمام شده اقلام تشکیل دهنده فرآورده‌های لبنی از یکسو (اگرچه اخیراً این روند با کاهش تورم عمومی جامعه کندتر شده است) و عدم رشد متناسب درآمد خانوار از سوی دیگر که نهایتاً به کاهش مصرف سرانه سالانه لبنیات در جامعه منتهی می‌شود و آسیب جدی به سلامت آحاد ملت وارد می‌کند.
- ۲- افزایش مداوم بهای تمام شده از یکسو و از دست رفتن مزیت نسبی قیمت‌های صادراتی و نهایتاً از دست دادن بازارهای هدف صادراتی.
- ۳- عدم توانایی در ایجاد رابطه برد - برد با ذی‌نفعان و گسترش رابطه تنش‌زا بین صنایع لبنی و بنگاه‌های تولیدی شیر خام و دامداری‌ها، توسعه رابطه تنش‌زا میان صنایع لبنی و مصرف‌کنندگان و توسعه ارتباط تنش‌زا میان صنایع لبنی و سازمان‌های دولتی ذی‌ربط.
- ۴- کاهش مصرف سرانه سالانه خانوار و لاجرم کاهش روند سوددهی صنایع لبنی و عدم سرمایه‌گذاری و توسعه در صنعت لبنیات و پیدایش رابطه تنش‌زا میان صنایع لبنی و سیستم بانکی.
- ۵- عدم تناسب نظام قیمت‌گذاری کنونی کالاهای تولید داخل (بخش‌نامه شماره «۱/ ۴۲۷۳۱۱» مورخ ۲۵ / ۵ / ۸۹)؛ به طوری که هزینه تمام شده تولید، با توجه به شرایط رکود تورمی جامعه و نظام قیمت‌گذاری عرضه و تقاضای بازار، از منافع مصرف‌کنندگان تأمین می‌شود.
- ۶- عدم تناسب نظام سنتی توزیع کالا و ضرورت جایگزینی نظام توزیع و فروش با طرح «فروش الکترونیکی اعتباری».

## ۱۲-۲-۲- چشم‌انداز آینده صنعت

### جهان

پیش‌بینی می‌شود مصرف محصولات لبنی تازه و فرآوری شده به ترتیب ۲/۱ درصد و ۱/۷ درصد در هر سال طی دهه آینده رشد داشته باشد. بالاترین سهم مصرف شیر و محصولات لبنی در قالب محصولات لبنی تازه می‌باشد که ۵۰ درصد کل تولید شیر جهان را در بر می‌گیرد. به دلیل رشد مصرف شیر در کشورهای در حال توسعه این سهم به رشد خود تا ۵۲ درصد طی ۱۰ ساله آینده ادامه می‌دهد.

شکل ۹- نرخ رشد سرانه مصرف محصولات لبنی



Source: OECD/FAO (۲۰۱۸) "OECD-FAO Agricultural Outlook", OECD Agriculture statistics



اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹





نوع مصرف به طرز قابل توجهی بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه، متفاوت می باشد. کشورهای توسعه یافته عموماً محصولات لبنی فرآوری شده استفاده می کنند. با رشد مصرف سرانه پنیر ۰/۷ درصد، کره ۰/۷ درصد و شیر خشک کامل ۱/۱ درصد در هر سال، مصرف محصولات لبنی تازه ثابت می ماند و مصرف شیر خشک بدون چربی ۰/۳ درصد در هر سال کم خواهد شد.

### آسیا

در آسیا سهم مصرف سرانه محصولات لبنی در ۱۰ سال آینده به ۷۳ درصد رشد می کند. مصرف سرانه محصولات لبنی در کشورهای در حال توسعه به میزان متوسط ۰/۵ درصد در هر سال برای پودر شیر خشک کامل، ۱/۱ درصد در هر سال برای شیر خشک بدون چربی، ۰/۸ درصد در هر سال برای پنیر، ۱/۷ درصد در هر سال برای کره و ۱/۹ درصد برای محصولات تازه لبنی، خواهد بود. به جز کره این ارقام رشد به طور قابل توجهی کمتر از اعدادی است که در دهه قبل شاهد آن بودیم.

### کشورهای در حال توسعه

کشورهای در حال توسعه ۶۸ درصد محصولات لبنی تازه را مصرف می کنند این در حالی است که مصرف محصولات لبنی تازه تا سال ۲۰۲۷، بیش از ۷۵ درصد سرانه مصرف محصولات جامد شیر در این کشورها را تشکیل می دهد. مصرف محصولات لبنی فرآوری شده در مناطق مختلف متفاوت می باشد. کره و پنیر به ترتیب ۱۱ و ۱۸ درصد مصرف در شمال آفریقا و خاورمیانه را به خود اختصاص داده اند. شیر خشک کامل<sup>۱</sup> و شیر خشک بدون چربی<sup>۲</sup> ۳۵ درصد و ۱۵ درصد مصرف سرانه محصولات جامد شیر را در جنوب شرقی آسیا در اختیار دارند. مصرف سرانه پنیر و شیر خشک بدون چربی در آمریکای جنوبی به ترتیب ۱۶ درصد و ۱۸ درصد باقی می ماند، در حالی که بعضی از کشورها مانند هند تمام مصرف خود را تولید می کنند، قسمت های دیگر دنیا مانند آفریقا، آسیا و خاورمیانه مصرف، به میزانی بیشتر از تولید رشد می کند که باعث افزایش واردات خواهد شد.

### کشورهای توسعه یافته

در کشورهای توسعه یافته، انتظار رشد مصرف سرانه محصولات لبنی فرآوری شده مانند پنیر و شیر خشک کامل حتی با ارقامی کمتر از دهه قبل وجود دارد. نسبت بالای قیمت کره به روغن گیاهی باعث محدود شدن رشد چربی شیر و کره می شود. با این وجود مصرف کنندگان در کشورهای توسعه یافته در سال ۲۰۲۷، مقدار ۰/۳ کیلوگرم بیشتر کره مصرف خواهد کرد و این مهم به علت تغییر ذائقه به نفع کره در برابر الباقی چربی ها و روغن ها می باشد. تحقیقات اخیر در رابطه با مزایای مصرف چربی های لبنیات برای سلامتی به همراه ترجیح مصرف کنندگان برای مصرف غذاهای فرآوری شده کمتر و طعم بهتر مشوقی برای مصرف چربی لبنیات در نان و شیرینی پزی شده است. در طول مدت پیش بینی مصرف سرانه محصولات لبنی تازه مقدار کمی کاهش می یابد. بیشترین میزان مصرف شیر خشک بدون چربی در بخش تولید خصوصاً شیرینی پزی تولید شیر خشک بچه و نان پزی خواهد بود.

<sup>۱</sup> Whole milk powder (WMP)

<sup>۲</sup> Skimmed milk powder (SMP)

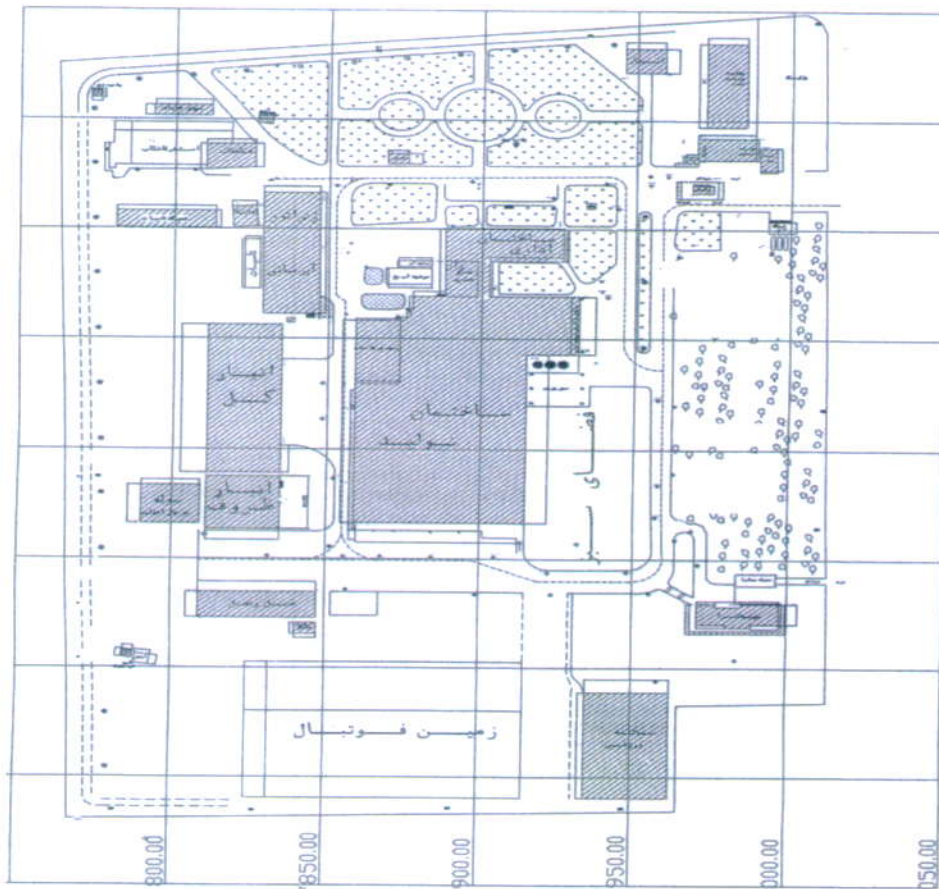
### ۲-۳- وضعیت شرکت

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) با بیش از ۴۳ سال تجربه در تولید و فرآوری محصولات لبنی، یکی از بزرگ‌ترین واحدهای لبنی در کشور می‌باشد که به‌موجب پروانه بهره‌برداری شماره ۲۶/۲۹۴۰ مورخ ۱۳۷۳/۰۴/۱۵ که توسط وزارت صنایع صادرشده، بهره‌برداری از کارخانه با ظرفیت ۷۰ تن در روز در سال ۱۳۷۳ به ظرفیت ۹۰ تن در روز در سال ۱۳۷۷ رسیده که نهایتاً ظرفیت تولید شیر پاستوریزه و استریلیزه در بسته‌بندی‌های پری پک و تتراپک و سایر محصولات شیری بر مبنای پروانه بهره‌برداری ۴۴۶۷۱/۲۴ مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۰۹ تا مقدار ۵۱۹ تن در روز برای سه نوبت‌کاری افزایش یافته است.

### ۲-۳-۱- موقعیت جغرافیایی

شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) در زمینی به مساحت حدود ۹۰,۰۰۰ مترمربع در استان گیلان، شهر رشت شهر صنعتی رشت واقع گردیده است. نمای کلی زمین شرکت به شرح نمایه زیر می‌باشد.

شکل ۱۰- پلان کلی شرکت

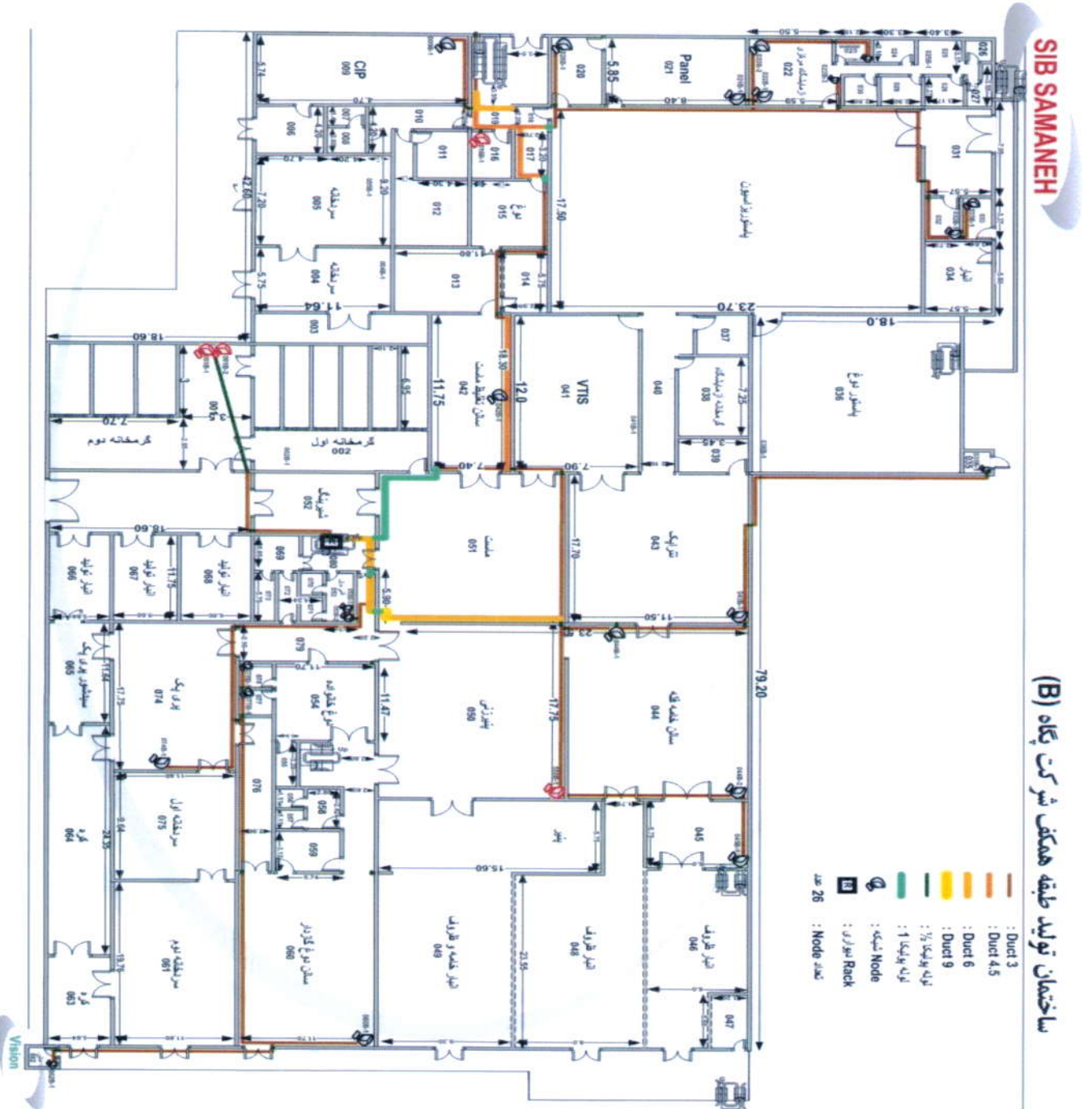


اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹





شکل (۱۱) - نقشه شماتیک سالن های تولیدی شرکت



## ۴-۲- اطلاعات تولید

## ۴-۲-۱- محصولات تولیدی

محصولات تولیدی توسط شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به همراه ظرفیت تولید هر یک از آن‌ها بر اساس پروانه بهره‌برداری صادره از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان گیلان به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۱۴- ظرفیت تولیدی انواع محصولات

عنوان گروه	برند	نام محصول	نوع محصول	وضعیت تولید	ظرفیت تولید (تن-سالانه)
شیر	پگاه گیلان و پگاه خزر	پاستوریزه	کم چرب	در جریان تولید	۲۲,۰۰۰
			پر چرب	در جریان تولید	۲,۰۰۰
			کم لاکتوز پر چرب	عدم تولید	۱,۰۰۰
		استریلیزه	کم چرب	در جریان تولید	۱۲,۲۵۰
			پر چرب	در جریان تولید	۱۲,۲۵۰
			کم لاکتوز کم چرب	عدم تولید	۱,۵۰۰
خامه کره	پگاه گیلان و پگاه خزر	استریلیزه	پر چرب	در جریان تولید	۲,۵۰۰
		پاستوریزه	اسپرید (بخش پذیر) چرب	در جریان تولید	۵۰۰
ماست	پگاه گیلان و پگاه خزر	پاستوریزه	کم چرب	در جریان تولید	۱۰,۰۰۰
			پر چرب	در جریان تولید	۱۵,۰۰۰
			چکیده با موادی مانند موسیر، خیار و دیگر میوه‌ها، سبزیجات و مغزها	در جریان تولید	۱,۱۰۰
دوغ	پگاه گیلان و پگاه خزر	پاستوریزه	بدون گاز	در جریان تولید	۴۰,۰۰۰
			گازدار	در جریان تولید	۸,۰۰۰
		-	نرم و نیمه نرم	در جریان تولید	۸,۰۰۰
سایر محصولات	زُحل	انواع نوشابه	نوشابه میوه‌ای (لیموناد)، گازدار غیر الکلی	در جریان تولید	۲,۰۰۰
			انواع نوشابه بر پایه عرقیات گیاهی گازدار	در جریان تولید	۵,۰۰۰
			نوشابه گازدار میوه‌ای بسته‌بندی شده در ظروف پت	عدم تولید	۱,۰۰۰
	سایر	سایر	آب میوه مخلوط غیر مرکبات از کنستانتره	عدم تولید	۲,۰۰۰
			انواع شیر تغلیظ شده بدون مواد شیرین کننده	عدم تولید	۵,۹۰۰
			آب آشامیدنی بسته‌بندی شده	عدم تولید	۱۴,۰۰۰

❖ ظرفیت‌های فوق برای سه شیفت کاری در روز و برای کل سال می‌باشد.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹

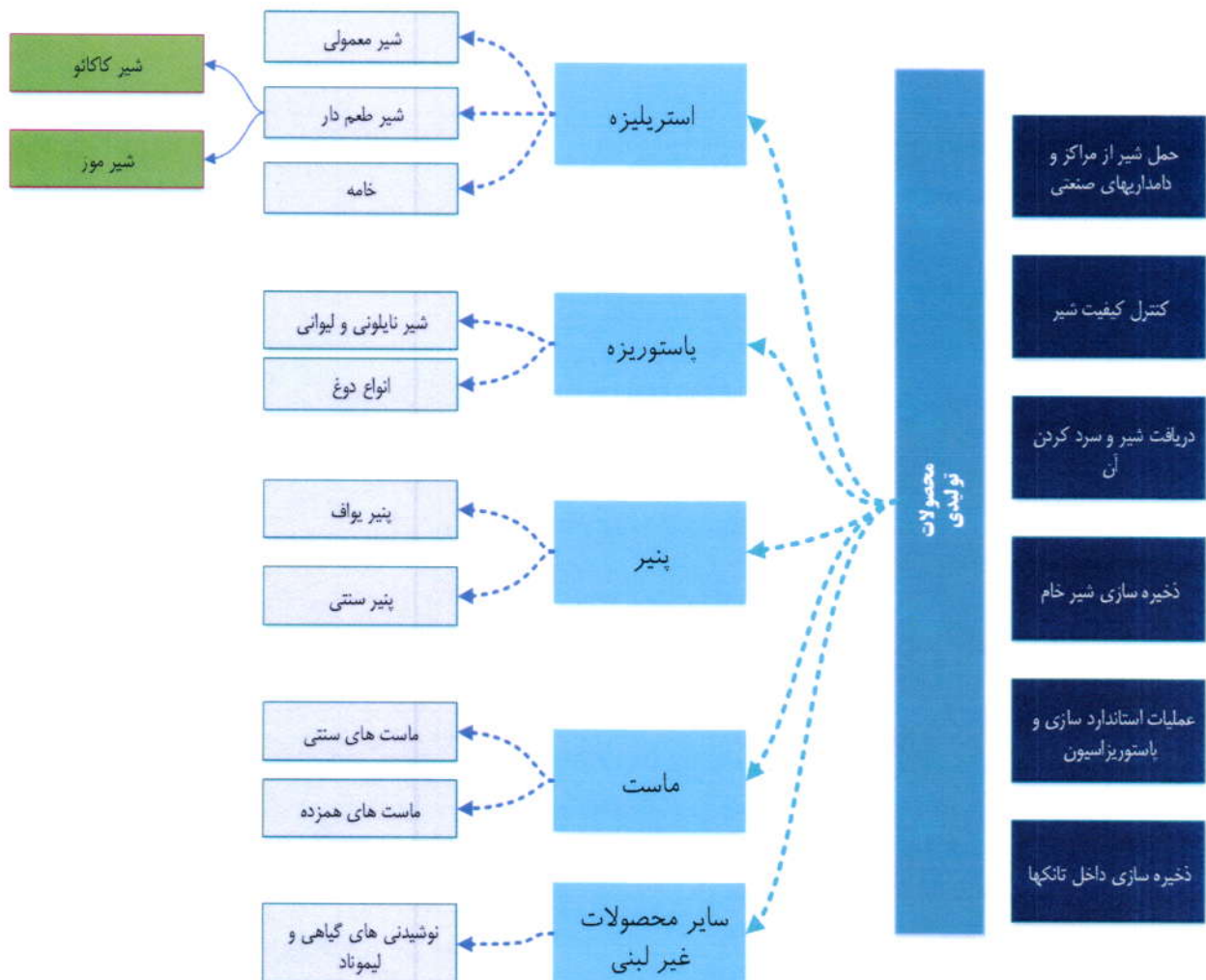




## ۲-۴-۲- فرایند تولید

ماده اصلی مورد نیاز شرکت به منظور تولید محصولات اصلی شرکت مشتمل بر شیر خام بوده که کلیه نیاز این ماده اولیه در سطح منطقه و شهرستان از دامداری‌های صنعتی و سنتی جمع‌آوری شده و در شرکت فرآوری می‌گردد. از این بابت سطح شیر خام شرکت بالغ بر ۱۴۰ تن در روز می‌باشد که روزانه فرآوری می‌گردد.

نمودار ۲۰- فرایند شماتیک انواع محصولات تولیدی شرکت



فرایند تولید برخی از محصولات شرکت به شرح زیر می‌باشد:

### مرحله اولیه تولید

شیر خام ورودی که با تانکرهای حمل فرآورده‌های خام دامی از داخل یا خارج استان به شرکت حمل می‌شوند پس از انجام آزمایش‌های شیمیایی و میکروبی مخصوص شیر خام در صورت تأیید آزمایشگاه و صحت‌گذاری نتایج با استاندارد ملی و برند پگاه، در قسمت دریافت شیر خام تخلیه و سپس با توجه به نوع مصرف در سالن پاستوریزاسیون، پاستوریزه و استانداردسازی شده و پس از سرد شدن توسط پلیت کولر در تانک‌های شیر خام جهت ارسال به خطوط تولید حداکثر به مدت ۲۴ ساعت ذخیره می‌شود.

### فرایند تولید شیر استریل

پس از طی مراحل اولیه تولید، شیر در دمای ۱۳۵ درجه سانتی‌گراد به مدت ۴ ثانیه به روش UHT غیرمستقیم<sup>۱</sup> استریلیزه می‌شود و سپس خنک شده و به تانک اسپتیک جهت بسته‌بندی منتقل می‌شود. شیر در پاکت‌های ۶ لایه تتراپک برای بسته‌های تک‌نفره بسته‌بندی شده و به انبار ارسال می‌گردد.

### فرایند تولید شیر پاستوریزه

پاستوریزاسیون عبارت است از فرایند حرارتی که طی آن کلیه میکروارگانیسم‌های پاتوژن و برخی از میکروب‌های غیر پاتوژن از بین می‌روند. پاستوریزاسیون شیر به روش HTST<sup>۲</sup> و دمای ۷۲ درجه‌ی سانتی‌گراد به مدت ۱۵ ثانیه انجام می‌شود. سپس توسط صفحات Plate Cooler به دمای ۴-۲ درجه‌ی سانتی‌گراد کاهش می‌یابد که این عامل باعث ایجاد شوک حرارتی و از بین رفتن میکروب‌های نیمه‌جان می‌شود.

### فرایند تولید پنیر

بعد از دریافت شیر و استانداردسازی چربی و پاستوریزاسیون، خنک‌سازی و ذخیره نمودن آن، شیر تا دمای ۵۰ درجه‌ی سانتی‌گراد گرم شده و به فیلترهای یوفا ارسال می‌گردد. شیر به ترتیب در سه لوپ یوفا تا رسیدن به ماده خشک ۳۴٪ تغلیظ می‌شود. سپس ماده حاصله که رتنتیت نام دارد پاستور شده و تا ۳۲ درجه خنک می‌شود و به تانک رتنتیت و آب‌پنیر جداسازی شده به تانک پرمیت منتقل می‌شود. در مرحله بعد به شیر تغلیظ شده (رتنتیت) ابتدا استارتر و سپس مایه‌پنیر و نمک اضافه گردیده و محصول نهایی بسته‌بندی و به گرمخانه منتقل می‌شود و بعد از مدتی در صورت تأیید به سردخانه جهت فروش منتقل می‌گردد.

<sup>۱</sup> - Ultra High Temperature - جزئی از استریلیزاسیون است که عبارت است از حرارت دادن غذا در دمای بسیار بالا می‌باشد. در روش غیرمستقیم (Indirect System) حرارت از وراء یک دیواره (دیواره صفحه‌ای یا لوله‌ای) از محیط گرم‌تر به محصول منتقل می‌گردد.

<sup>۲</sup> - High Temperature Time Short Continuous



## فرایند تولید ماست

- بعد از طی مراحل اولیه تولید و هموژنیزاسیون شیر مراحل زیر طی می‌شود:
۱. افزودن شیر خشک به شیر تازه به مقدار ۲-۱ درصد برای افزایش مواد جامد شیر (سبب افزایش ظرفیت نگهداری آب در محصول می‌شود)
  ۲. تیمار حرارتی: حرارت دادن شیر تا دمای ۹۰ درجه‌ی سانتی‌گراد به مدت ۵ دقیقه؛ که این کار باعث:
    - الف) نابودی باکتری‌های مزاحم می‌شود.
    - ب) افزایش قدرت پیونددهی پروتئین‌های شیر با آب می‌گردد، در نتیجه ماست آب نمی‌اندازد
    - ج) اگر شیر داخل مخزن در باز حرارت داده شود، به علت تبخیر به میزان ماده خشک شیر افزوده می‌شود
  ۳. سرد کردن شیر تا دمای مایه‌زنی (۴۵-۴۲ درجه‌ی سانتی‌گراد)
  ۴. افزودن مایه‌ی ماست.
- مایه ماست معمولاً مخلوطی از باکتری‌های استرپتوکوکوس ترموفیلوس و لاکتوباسیلوس بولگاریکوس بوده و به وسیله‌ی شرکت‌های سازنده‌ی مایه ماست تهیه و به صورت پودر عرضه می‌گردد. این پودرها در کارخانه‌های لبنی با روش توصیه‌شده‌ی کارخانه‌ی سازنده به صورت باکتری‌های فعال درآمده و برای تولید ماست به کار برده می‌شوند.

## فرایند تولید دوغ

بعد از طی مراحل اولیه تولید و هموژنیزاسیون شیر و اعمال فرایند حرارتی ۹۰ درجه سانتی‌گراد به مدت ۴ دقیقه در پلیت پاستوریزه، دمای شیر تا دمای ۴۴-۴۲ درجه سانتی‌گراد کاهش پیدا می‌کند و به تانک مایه‌زنی و تزریق مایه ماست انتقال می‌یابد و محصول ماست در دمای محیط برای رسیدن اسیدیته به حدود ۱۲۰ تا ۱۴۰ در تانک‌های مخصوص نگهداری می‌شود. سپس آب و نمک به ماست مذکور با درصدهای خاص افزوده‌شده و محصول همگن‌شده و بسته‌بندی گردیده و به سردخانه منتقل می‌گردد.

قسمت‌های مختلف تولیدی شرکت و نوع فرآیندهای تولید انجام‌شده در آن‌ها به شرح ذیل است:

## سکوی دریافت شیر خام

شیر خام ورودی که با تانکرهای حمل فرآورده‌های خام دامی از داخل یا خارج استان به شرکت حمل می‌شوند، قبل از تخلیه، به وسیله باسکول درب انتظامات توزین شده و پس از انجام آزمایش‌های شیمیایی و میکروبی مخصوص شیر خام و صحت‌گذاری نتایج با استاندارد ملی و برند پگاه، در قسمت دریافت شیر خام تخلیه و پس از سرد شدن توسط پلیت کولر در تانک‌های شیر خام حداکثر به مدت ۲۴ ساعت ذخیره می‌شود. تانکرهای حمل شیر خام پس از تخلیه و توزین مجدد وزن خالی، به قسمت تانکر شویی رفته و شستشو و CIP<sup>۱</sup> آن‌ها انجام می‌شود.

<sup>۱</sup> - *Cleaning In Place*: تمیز کردن کلیه سطوح در تماس با محصول شامل لوله‌ها، تجهیزات و مخازن بدون باز کردن آن‌ها و با حداقل دخالت اپراتور را گویند.

## پانل پاستوریزاسیون شیر

انواع شیر و خامه پاستوریزه و آب پنیر استحصالی از فرآیند تولید پنیر لاکتیکی یا آب پنیر ورودی به شرکت به پانل شیر منتقل می‌شود. در این سالن تمام محصولات نیمه ساخته مورد نیاز در سالن‌های استریل، ماست، دوغ و شیر خشک آماده‌سازی می‌شود؛ که به صورت زیر می‌باشد.

۵. **انواع ماست:** شامل ماست‌های اسکیم<sup>۱</sup>، کم‌چرب<sup>۲</sup>، پرچرب<sup>۳</sup>، خامه‌ای<sup>۴</sup>، ماست همزده پس از استانداردسازی ماده خشک و چربی، هموژن، پاستوریزه و ارسال می‌شود.
۶. **انواع دوغ:** جهت تولید انواع دوغ، شیر پاستوریزه با چربی استاندارد گرم شده و استارتر اضافه‌شده و پس از طی شدن فرآیند تخمیر، تبدیل به ماست می‌گردد. به ماست آماده‌شده، مواد مورد نیاز به همراه آب اضافه شد و پس از انجام فرآیند هموژنیزاسیون و پاستوریزاسیون در تانک‌های اختصاصی ذخیره می‌گردد. سپس دوغ پاستوریزه جهت بسته‌بندی به سالن دوغ یا ماست ارسال می‌گردد.
۷. **انواع شیر و خامه طعم دار:** شامل شیرهای طعم دار پاستوریزه و استریلیزه می‌باشد. با توجه به نوع محصول، به شیر یا خامه پاستوریزه استاندارد شده، مواد اولیه مورد نیاز اضافه می‌گردد. این محصول نیمه ساخته جهت ادامه فرآیند به سالن استریل منتقل می‌شود. در صورت تولید شیر طعم دار پاستوریزه، این محصول نیمه ساخته قبل از ارسال به قسمت بسته‌بندی پاستوریزه و هموژنیزه می‌شود.
۸. **انواع شیر و خامه ساده:** شیر ساده استاندارد شده، در صورت بسته‌بندی به صورت پاستوریزه، پس از هموژنیزاسیون و پاستوریزاسیون و ذخیره‌سازی به قسمت بسته‌بندی ارسال می‌شود. در صورت ارسال به سالن استریل فرآیندی روی آن انجام نمی‌شود. خامه به پس از استانداردسازی چربی و افزودن مواد اولیه و یکنواخت سازی از طریق سیرکولاسیون و هم خوردن در داخل تانک ذخیره جهت ادامه فرآیند به سالن استریل ارسال می‌شود.
۹. **شیر اسکیم آب پنیر:** شیر اسکیم به صورت مستقیم یا مخلوط با آب پنیر آماده به کارخانه پودر ارسال می‌شود. آب پنیر پس از ترمیزاسیون / پاستوریزاسیون و چربی‌گیری کامل به صورت مستقیم یا مخلوط با اسکیم جهت ادامه فرآیند به کارخانه شیر خشک ارسال می‌گردد.

## سالن استریل

شامل یک سالن پروسس و ۲ سالن بسته‌بندی می‌باشد:

۱- شیر عاری از چربی و به عبارتی شیری که چربی آن به طور کامل جدا شده باشد را گویند.  
 ۲- محصولاتی که چربی آن‌ها بین ۰/۵ درصد تا ۱/۵ درصد (ماست) یا ۱/۸ درصد (محصولات شیر) باشد.  
 ۳- محصولاتی که چربی آن‌ها بین ۳ تا ۶ درصد باشد.  
 ۴- محصولاتی که چربی آن‌ها بیش از ۶ درصد باشد.



۱. سالن UHT/ VTIS: در این سالن با استفاده از دستگاه‌های مبدل حرارتی (تزریق مستقیم یا غیرمستقیم بخار) شیر یا خامه ساده یا طعم دار استریلیزه و هموژنیزه و در داخل تانک آسپتیک ذخیره یا مستقیم جهت بسته‌بندی به سالن بسته‌بندی استریل ارسال می‌گردد.
۲. سالن استریل ۱: که در آن بسته‌بندی تمام محصولات استریلیزه در داخل پاکت در اوزان ۲۰۰، ۲۵۰ گرم / میلی لیتر و یک لیتری با استفاده از دستگاه‌های بسته‌بندی تمام‌اتومات تترا پک بسته‌بندی، کارتن گذاری و شیرینک می‌گردد.
۳. سالن استریل ۲: که در آن بسته‌بندی خامه استریلیزه در داخل پاکت ۲۵۰ گرم / میلی لیتر با استفاده از دستگاه‌های بسته‌بندی تمام‌اتومات تترا پک بسته‌بندی، کارتن گذاری و شیرینک می‌گردد.

### سالن پنیر

در این قسمت پس از دریافت شیر استاندارد شده از پانل مرکزی محصول ورودی با استفاده از پاستور MP پاستوریزه شده و پس از گذشتن از باکتریفیوژ وارد سیستم UF شده و پس از تغلیظ کنسانتره خروجی توسط پاستوریزاتور RP پاستوریزه شده و نهایتاً شیر خروجی با دمای ۳۳ درجه وارد تانک‌های ذخیره می‌گردند. در ادامه محصول از تانک‌های ذخیره به مسیر دستگاه بسته‌بندی وارد شده و در لیوان‌های ۱۰۰ و ۴۰۰ گرمی و بعضاً در بسته‌بندی حلب مورد استفاده قرار می‌گیرد. شیر خروجی از این دستگاه جهت تولید پنیر سنتی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

### پانل پاستوریزاسیون پنیر

در این سالن فرآیند پاستوریزاسیون یا ترمیزاسیون، خامه‌گیری، استاندارد کردن و ذخیره‌سازی توسط خطوط پاستور شیر خام انجام شده و شیر و خامه حاصله در تانک‌های ذخیره پانل تا زمان مصرف ذخیره‌سازی می‌گردد. بسته به نوع فرآیند و نوع محصول شیرهای ذخیره شده در صورت نیاز، مجدداً استانداردسازی، پاستوریزه و هموژنیزه شده و به سالن‌های مورد نیاز ارسال و بسته‌بندی نهایی صورت می‌گیرد.

### سالن ماست

عملیات تولید ماست در این سالن شامل چند بخش است:

۱. **بخش پروسس:** در این بخش شیر آماده شده از پانل پاستوریزه شیر دریافت و مایه‌زنی و یکنواخت شده و جهت بسته‌بندی به سالن بسته‌بندی ماست ارسال می‌شود. جهت تولید ماست سنتی، شیر خام دریافتی از سکوی دریافت شیر خام در این بخش، استاندارد، پاستوریزه و جهت ادامه بسته‌بندی به گرمخانه‌های ماست منتقل می‌شود.
۲. **بخش بسته‌بندی:** در این بخش بسته‌بندی ماست با درصد چربی‌های مختلف استاندارد، در اوزان لیوانی ۱۰۰، ۱۵۰، ۴۵۰، ۵۰۰، ۷۰۰، ۸۰۰، ۹۰۰، ۱۵۰۰، ۲۲۰۰ و ۲۳۰۰ کیلوگرمی بسته‌بندی می‌شود. ماست نیمه آماده در اوزان فوق به صورت ثانویه بسته‌بندی کارتنی یا شیرینک می‌گردد و سپس جهت انعقاد به گرمخانه یا انکوباتور منتقل می‌گردد.

۳. انکوباتور<sup>۱</sup> یا گرمخانه: محصول نیمه ساخته ماست پس از بسته‌بندی نهایی تا زمان کامل شدن تخمیر و تبدیل به محصول نهایی ماست در داخل گرمخانه بدون حرکت مانده تا تبدیل به ماست کامل شود. پس از اتمام مرحله تخمیر جهت سرد شدن به سردخانه ماست منتقل می‌گردد.

### سالن کره

خامه پاستوریزه در پانل به سالن کره منتقل می‌شود. در داخل دستگاه چرن (دستگاه کره‌گیری) در اثر فرآیندهای مکانیکی حرکت و مالش چربی خامه به هم چسبیده و بخش غیر چرب آن به صورت دوغ کره جدا می‌شود. دوغ کره جهت استفاده مجدد به سکوی دریافت شیر خام منتقل شده و کره حاصله با دستگاه‌های بسته‌بندی در اوزان ۵۰ و ۱۰۰ گرمی بسته‌بندی می‌شوند. کره‌های بسته‌بندی با دستگاه سپس کارتن‌گذاری و جهت نگهداری به سردخانه زیر صفر منتقل می‌شوند.

### سالن دوغ

شامل بسته‌بندی پری پک و بطری می‌باشد. در این سالن انواع دوغ پاستوریزه در اوزان ۲۵۰ سی‌سی، ۱٫۵ لیتری، ۹۰۰ گرمی نایلونی بسته‌بندی می‌گردد. شیر ساده پاستوریزه نایلونی در دستگاه پری پک بسته‌بندی می‌گردد.

### ۳-۴-۲- مواد اولیه

با عنایت به مصوبه شماره ۶۰/۸۵۶۷۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۲۲ وزارت صنعت، معدن و تجارت و تصمیمات کارگروه تنظیم بازار، قیمت شیر خام با مشخصات ۳/۲ درصد چربی و بار میکروبی زیر ۱۰۰ هزار و تحویل درب دامداری به قیمت ۲۳،۹۰۰ ریال تعیین گردید.

مواد اولیه خریداری شده طی سنوات اخیر به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۱۵- میزان خرید مواد اولیه طی سنوات اخیر

مبالغ: میلیون ریال

شرح	دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۶	سال ۱۳۹۵	سال ۱۳۹۴
شیر خام	۴۸۴،۵۲۴	۷۰۶،۹۴۷	۵۰۶،۴۲۴	۴۹۹،۰۰۵	۵۵۳،۸۰۲
سایر مواد اولیه	۶۲،۹۱۲	۱۴۴،۳۰۶	۱۱۲،۲۱۸	۱۳۶،۰۱۸	۱۲۷،۷۴۵
مواد بسته‌بندی	۱۱۹،۳۳۶	۲۰۰،۵۷۱	۱۱۵،۴۸۵	۱۲۳،۳۲۵	۱۵۳،۷۴۶
جمع	۶۶۶،۷۷۲	۱،۰۵۱،۸۲۴	۷۳۴،۱۲۷	۷۵۸،۳۴۸	۸۳۵،۲۹۳

تأمین شیر خام مصرفی شرکت از طریق دامداران منطقه‌ای طرف قرارداد (۷۰ درصد) و شرکت‌های تابعه (۳۰ درصد) می‌باشد.

<sup>۱</sup> - قرار دادن شیر در شرایط تخمیر را گویند



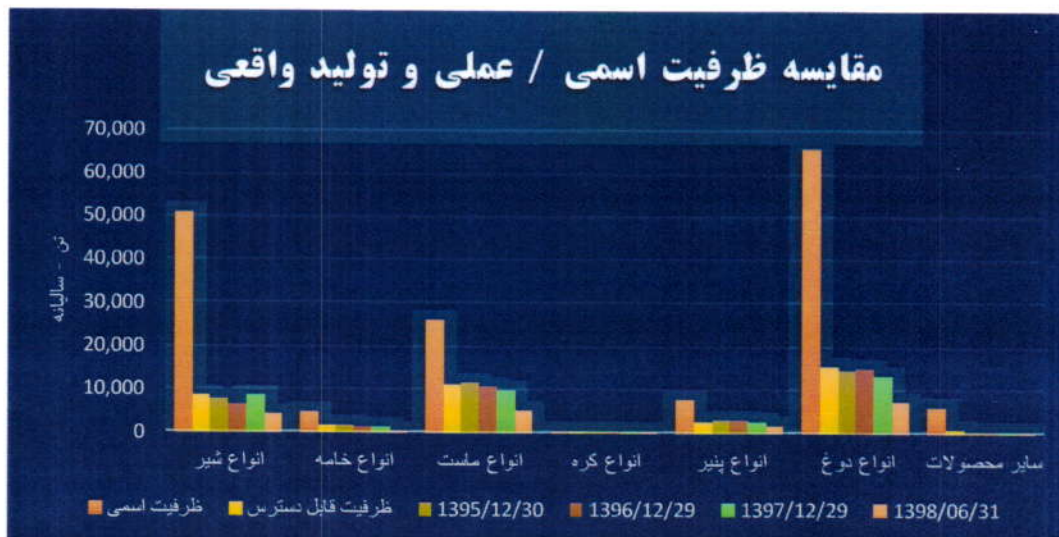
### ۴-۴-۲- ظرفیت اسمی تولید و تولید واقعی

بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده سنوات اخیر، میزان ظرفیت اسمی، عملی و تولید واقعی محصولات شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۱۶- مقایسه ظرفیت اسمی، واقعی و تولید واقعی شرکت

نوع محصول	ظرفیت (تن- سالیانه)		تولید واقعی (تن)			
	اسمی (سه شیف)	قابل دسترس	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۶	سال ۱۳۹۵
انواع شیر	۵۱,۰۰۰	۸,۵۶۷	۴,۱۱۹	۸,۳۵۲	۶,۵۴۰	۷,۸۰۰
انواع خامه	۴,۵۰۰	۱,۶۹۷	۲۲۳	۱,۰۶۶	۱,۱۷۰	۱,۷۱۶
انواع ماست	۲۶,۱۰۰	۱۱,۳۴۲	۵,۰۰۲	۹,۶۲۶	۱۰,۷۴۵	۱۱,۴۱۹
انواع کره	۵۰۰	۴۷	۳	۱۶	۳	۶۲
انواع پنیر	۷,۷۰۰	۲,۵۴۳	۱,۷۶۵	۲,۶۲۹	۲,۹۳۹	۳,۱۸۲
انواع دوغ	۶۶,۰۰۰	۱۵,۱۹۷	۷,۰۴۴	۱۳,۴۴۵	۱۴,۷۶۷	۱۴,۴۴۶
سایر محصولات	۶,۰۰۰	۸۲۸	۱۷۷	۴۹۳	۳۶۵	۴۰۶

نمودار ۲۱- مقایسه ظرفیت اسمی، ظرفیت عملی و تولید واقعی محصولات شرکت



- ❖ ظرفیت تولید بر اساس پروانه بهره‌برداری صادره از سوی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان گیلان برای سه نوبت کاری می‌باشد.
- ❖ ظرفیت اسمی قیدشده در جدول فوق برای یک نوبت کاری در روز و ۳۱۲ روز کاری در سال می‌باشد.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



- ❖ ظرفیت بودجه شده بر اساس ترکیب بهینه سبد محصول و متغیرهای تعیین سبد محصولات شامل کشتش بازار، نیاز و تقاضای بازار، ظرفیت عملی تولید ماشین آلات و میزان دریافت شیر در گریبندی های مختلف، حاشیه سود محصولات، ظرفیت انبارهای شرکت، تعداد نوبت و سایر متغیرها، باهدف کسب بالاترین حاشیه سود و با رعایت سایر جوانب، تعیین گردیده است.
- ❖ نوسانات تولید ارتباط مستقیمی با نیاز بازار، شرایط اقتصادی و سیاست های دولت دارد.

## ۵-۴-۲- بهای تمام شده محصولات فروش رفته

ترکیب بهای تمام شده محصولات تولیدی شرکت در سنوات گذشته به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۱۷- ترکیب بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی

شرح	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸ (میلیون ریال)	سال ۱۳۹۷ (میلیون ریال)	سال ۱۳۹۶ (میلیون ریال)	سال ۱۳۹۵ (میلیون ریال)	توضیحات
مواد مستقیم مصرفی	۶۴۷,۹۱۴	۹۲۲,۱۸۸	۶۹۶,۸۴۸	۷۲۳,۲۳۵	با جایگزینی مواد اولیه داخلی و ارزان قیمت و تغییر در فرمولاسیون جهت اقتصادی کردن محصولات یا حفظ کیفیت آنها شاهد کاهش بهای تمام شده مواد اولیه مصرفی می باشیم. افزایش سال ۱۳۹۷ ناشی از افزایش نرخ شیر خام مصرفی و مواد بسته بندی می باشد.
دستمزد مستقیم	۳۳,۵۹۹	۴۵,۳۴۰	۴۰,۴۰۶	۳۷,۰۵۳	به جهت افزایش سنوات ناشی از قانون کار
سربار ساخت:					
دستمزد غیر مستقیم	۳۴,۴۶۵	۵۸,۱۶۹	۴۴,۴۹۱	۴۶,۴۶۲	ناشی از افزایش هزینه های حقوق و دستمزد با توجه به افزایش قانون کار می باشد.
استهلاک	۲,۷۵۲	۵,۷۳۱	۴,۶۷۸	۱۴,۶۶۸	افزایش استهلاک سال ۱۳۹۵ ناشی از اجرای ماده ۱۴۹ قانون مالیات های مستقیم و هزینه استهلاک بیشتر بخشی از اموال شرکت با روش محاسباتی جدید.
تعمیرات و نگهداری	۱۸,۴۰۲	۳۱,۸۶۸	۲۳,۵۷۱	۲۲,۳۹۱	-
برق و سوخت و گاز	۶,۱۷۱	۱۳,۰۰۱	۱۳,۴۶۵	۱۲,۰۹۰	-
ملزومات مصرفی	۳,۵۹۱	۲,۷۷۵	۵,۶۹۳	۴,۷۹۴	-
سایر	۹,۱۶۸	۵,۷۴۹	۱۰,۴۲۱	۹,۰۲۴	-
جمع هزینه های ساخت	۷۵۶,۰۶۲	۱,۰۸۴,۸۲۱	۸۳۹,۵۷۳	۸۶۹,۷۱۷	
کاهش (افزایش) موجودی در جریان ساخت	(۱۰,۷۲۶)	۱۱,۱۸۹	(۱۳,۷۹۹)	(۵۷۸)	
بهای تمام شده ساخت	۷۴۵,۳۳۶	۱,۰۹۶,۰۱۰	۸۲۵,۷۷۴	۸۶۹,۱۳۹	
بهای تمام شده کالای خریداری شده	۴,۹۳۰	۵,۳۴۲	۹,۲۸۷	۸,۹۸۰	
کاهش (افزایش) موجودی های ساخته شده	(۳۱۷)	(۴,۱۲۵)	۶,۴۰۱	(۴,۱۱۳)	
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	۷۴۹,۹۴۹	۱,۰۹۷,۲۲۷	۸۴۱,۴۶۲	۸۷۴,۰۰۶	

اردیبهشت ماه ۱۳۹۹





## ۵-۲- اطلاعات فروش

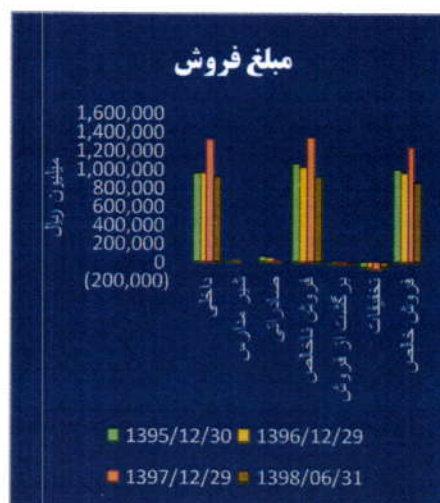
## ۱-۵-۲- فروش محصول

خلاصه اطلاعات مربوط به عملکرد فروش محصولات شرکت طی سنوات اخیر به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۱۸- خلاصه عملکرد فروش محصولات شرکت

درصد	سال ۱۳۹۵		سال ۱۳۹۶		سال ۱۳۹۷		درصد	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸ (میلیون ریال)	شرح
	درصد	سال ۱۳۹۵ (میلیون ریال)	درصد	سال ۱۳۹۶ (میلیون ریال)	درصد	سال ۱۳۹۷ (میلیون ریال)			
%۹۴	۳۶,۵۸۵	%۹۵	۳۶,۱۷۳	%۹۹	۳۵,۶۵۵	%۱۰۰	۱۸,۵۱۳	داخلی	
%۲	۹۴۶	%۲	۷۰۲	-	-	-	-	شیر مدارس	
%۴	۱,۳۷۴	%۳	۱,۰۹۳	%۱	۲۴۴	-	-	صادراتی	
%۱۰۰	۳۸,۹۰۵	%۱۰۰	۳۷,۹۶۸	%۱۰۰	۳۵,۸۹۹	%۱۰۰	۱۸,۵۱۳	جمع	
%۹۶	۹۵۸,۷۴۷	%۹۹	۹۶۰,۱۳۶	%۱۰۷	۱,۳۳۵,۶۸۲	%۱۰۷	۹۲۰,۱۹۹	داخلی	
%۳	۲۶,۹۹۸	%۲	۲۰,۱۷۴	-	-	-	-	شیر مدارس	
%۸	۷۵,۴۸۶	%۶	۵۴,۴۲۲	-	۱۰,۱۳۴	-	-	صادراتی	
%۱۰۷	۱,۰۶۱,۲۳۱	%۱۰۷	۱,۰۳۴,۷۳۲	%۱۰۷	۱,۳۴۵,۸۱۶	%۱۰۷	۹۲۰,۱۹۹	فروش ناخالص	
-	(۴,۳۷۶)	(%)	(۱۰,۶۰۶)	(%)	(۱۳,۹۱۰)	-	(۴,۳۳۳)	برگشت از فروش	
(%)	(۵۸,۳۷۴)	(%)	(۵۸,۱۸۱)	(%)	(۸۰,۲۰۰)	(%)	(۵۸,۱۷۳)	تخفیفات فروش	
%۱۰۰	۹۹۸,۴۸۱	%۱۰۰	۹۶۵,۹۴۵	%۱۰۰	۱,۲۵۱,۷۰۶	%۱۰۰	۸۵۷,۷۰۳	جمع	
%۸۹	۸۸۳,۹۰۸	%۹۱	۸۷۹,۰۶۴	%۹۲	۱,۱۵۴,۴۶۷	%۹۸	۸۴۵,۸۸۱	اشخاص وابسته	
%۱۱	۱۱۴,۵۷۳	%۹	۸۶,۸۸۱	%۸	۹۷,۲۳۹	%۲	۱۱,۸۲۲	سایر اشخاص	
%۱۰۰	۹۹۸,۴۸۱	%۱۰۰	۹۶۵,۹۴۵	%۱۰۰	۱,۲۵۱,۷۰۶	%۱۰۰	۸۵۷,۷۰۳	جمع (میلیون ریال)	

نمودار ۲۲- فروش محصولات شرکت به تفکیک مقادیر، مبالغ و نوع وابستگی اشخاص در سنوات اخیر



## ۱-۱-۵-۲- مقادیر فروش

بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده سنوات اخیر، مقادیر فروش محصولات تولیدی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به تفکیک محصول به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۱۹- مقادیر فروش به تفکیک محصولات داخلی و صادراتی در سنوات اخیر

شرح	دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸		سال ۱۳۹۷		سال ۱۳۹۶		سال ۱۳۹۵	
	درصد	(تن)	درصد	(تن)	درصد	(تن)	درصد	(تن)
<b>فروش داخلی:</b>								
انواع شیر	۲۲٪	۴,۱۴۶	۲۳٪	۸,۳۴۴	۱۸٪	۶,۶۷۶	۱۸٪	۶,۹۷۸
انواع خامه	۱٪	۲۳۹	۳٪	۱,۰۰۱	۱٪	۴۳۹	۱٪	۵۶۵
انواع ماست	۲۷٪	۵,۰۶۰	۲۷٪	۹,۶۳۵	۲۹٪	۱۰,۹۰۶	۲۹٪	۱۱,۳۸۱
انواع کره	-	۴	۰/۰۳۹٪	۱۴	۰/۰۰۵٪	۲	۰/۱۸٪	۷۱
انواع پنیر	۱۰٪	۱,۸۰۴	۷٪	۲,۶۳۴	۸٪	۲,۹۰۵	۸٪	۳,۰۵۰
انواع دوغ	۳۸٪	۷,۱۲۹	۳۸٪	۱۳,۵۳۴	۳۹٪	۱۴,۸۷۵	۳۶٪	۱۴,۰۴۴
سایر محصولات (انواع نوشیدنی)	۱٪	۱۶۹	۱٪	۴۹۳	۱٪	۳۷۰	۱٪	۴۹۶
مواد اولیه و بسته‌بندی	-	۲۶	-	-	-	-	-	-
<b>جمع</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۱۸,۵۷۸</b>	<b>۹۹/۳۲٪</b>	<b>۳۵,۶۵۵</b>	<b>۹۵٪</b>	<b>۳۶,۱۷۳</b>	<b>۹۴٪</b>	<b>۳۶,۵۸۵</b>
شیر مدارس	-	-	-	-	۲٪	۷۰۲	۲٪	۹۴۶
<b>جمع فروش داخلی</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۱۸,۵۷۸</b>	<b>۹۹/۳۲٪</b>	<b>۳۵,۶۵۵</b>	<b>۹۷٪</b>	<b>۳۶,۸۷۵</b>	<b>۹۶٪</b>	<b>۳۷,۵۳۱</b>
<b>فروش صادراتی:</b>								
انواع شیر	-	-	۰/۰۲۲٪	۸	-	-	-	-
انواع خامه	-	-	۰/۱۲۵٪	۴۵	۲٪	۸۰۹	۳٪	۱,۱۰۲
انواع ماست	-	-	۰/۱۴۲٪	۵۱	۰/۱٪	۳۷	۰/۰۰۵٪	۲
انواع کره	-	-	۰/۰۰۱٪	۰/۵	-	-	-	-
انواع پنیر	-	-	۰/۰۱۹٪	۷	۰/۰۱٪	۴	۰/۰۰۶٪	۲۵
انواع دوغ	-	-	۰/۳۷٪	۱۳۳	۰/۱۶۴٪	۲۴۳	۰/۱۶۳٪	۲۴۵
<b>جمع</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>۰/۱۶۸٪</b>	<b>۲۴۵</b>	<b>۳٪</b>	<b>۱,۰۹۳</b>	<b>۴٪</b>	<b>۱,۳۷۴</b>
<b>فروش ناخالص</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۱۸,۵۷۸</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۵,۹۰۰</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۷,۹۶۸</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۸,۹۰۵</b>
برگشت از فروش (۶۴)	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>فروش خالص</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۱۸,۵۱۳</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۵,۹۰۰</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۷,۹۶۸</b>	<b>۱۰۰٪</b>	<b>۳۸,۹۰۵</b>

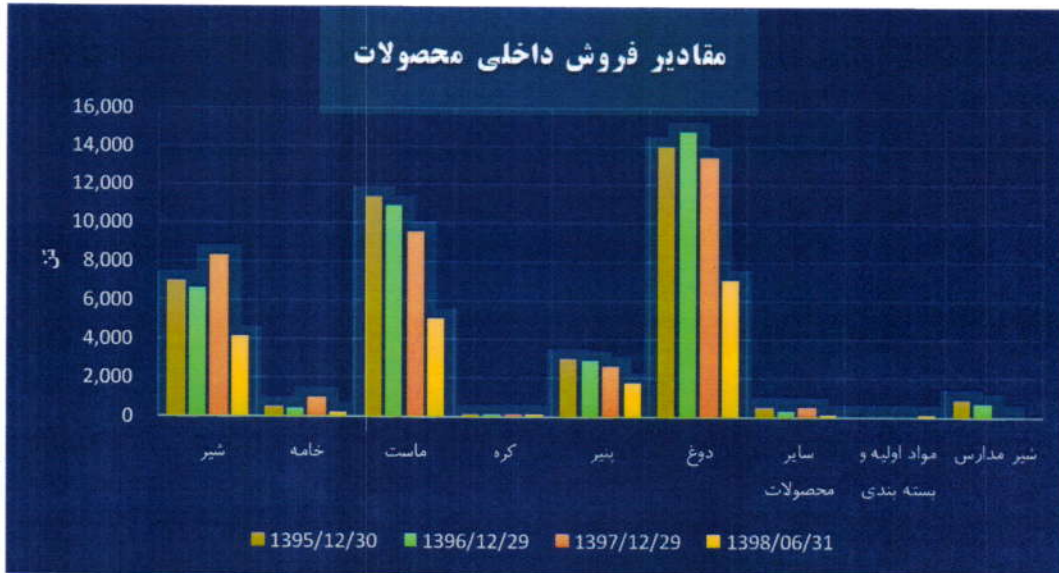
❖ علت کاهش مقادیر فروش در سال ۱۳۹۶ نسبت به سال ۱۳۹۴ به میزان حدود ۱۵ درصد شامل ۶/۷ درصد ناشی از عدم فروش شیر مدارس بوده که بودجه آن در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ توسط دولت اختصاص نیافته، ۵ درصد مربوط به فروش داخلی و ۳/۷۵ درصد آن مرتبط با صادرات بوده که عمدتاً ناشی از عدم کشش بازار است.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹

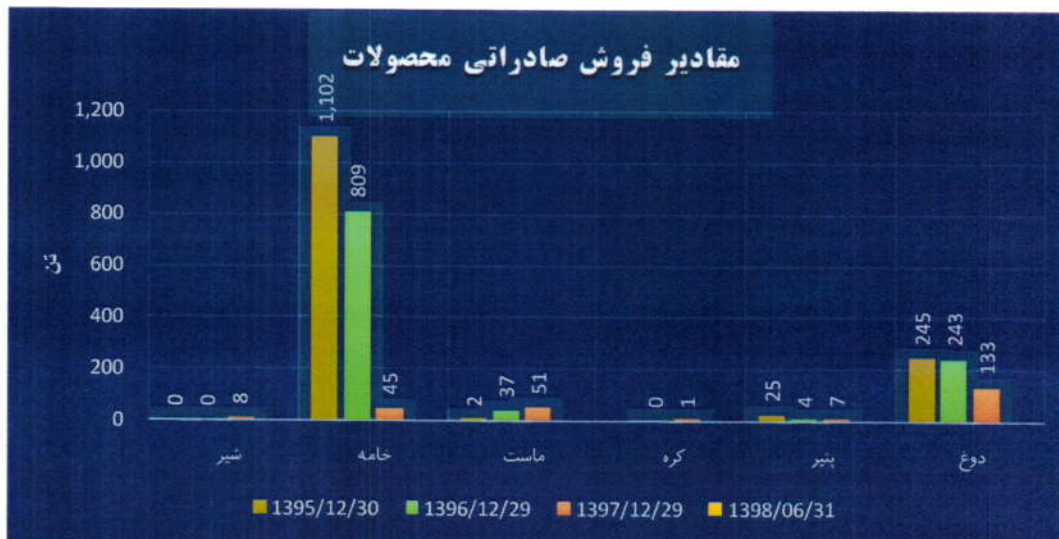




نمودار ۲۳- مقادیر فروش داخلی محصولات به تفکیک نوع محصول



نمودار ۲۴- مقادیر فروش صادراتی محصولات به تفکیک نوع محصول



## ۲-۱-۵-۲- مبالغ فروش

بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده سنوات اخیر، فروش محصولات تولیدی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به تفکیک محصول به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۲۰- فروش محصولات به تفکیک داخلی، صادراتی و نوع محصول در سنوات اخیر

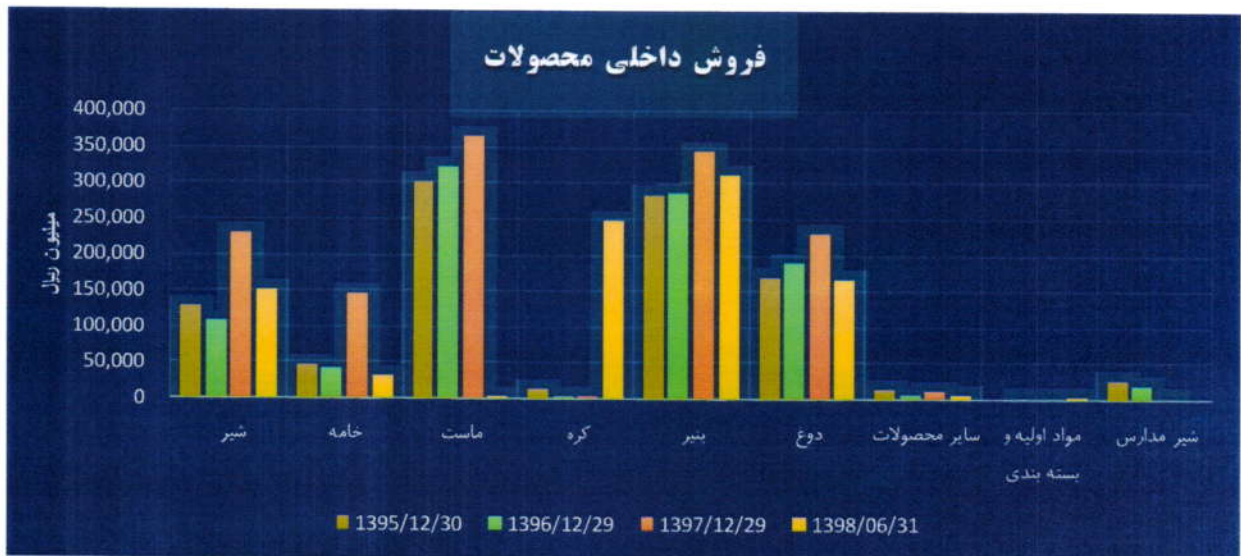
شرح	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸ (میلیون ریال)	درصد	سال ۱۳۹۷ (میلیون ریال)	درصد	سال ۱۳۹۶ (میلیون ریال)	درصد	سال ۱۳۹۵ (میلیون ریال)	درصد
<b>فروش داخلی</b>								
انواع شیر	۱۵۱,۵۲۰	٪۱۸	۲۳۰,۱۳۷	٪۱۸	۱۰۹,۵۱۵	٪۱۱	۱۲۹,۱۷۱	٪۱۳
انواع خامه	۳۲,۴۳۱	٪۴	۱۴۵,۴۷۹	٪۱۱	۴۱,۶۸۵	٪۴	۴۶,۴۸۳	٪۵
انواع ماست	۲۴۸,۹۳۱	٪۲۹	۳۶۶,۰۹۱	٪۲۹	۳۲۳,۱۹۰	٪۳۳	۳۰۳,۳۳۶	٪۳۰
انواع کره	۱,۵۴۳	-	۴,۶۹۴	٪۰/۳۷	۷۰۹	٪۰/۰۷	۱۲,۶۶۴	٪۱
انواع پنیر	۳۱۲,۲۹۱	٪۳۶	۳۴۵,۷۶۳	٪۲۷	۲۸۸,۳۸۹	٪۳۰	۲۸۳,۴۰۲	٪۲۸
انواع دوغ	۱۶۶,۵۳۰	٪۱۹	۲۳۱,۷۳۶	٪۱۸	۱۹۰,۱۴۰	٪۲۰	۱۶۹,۱۳۲	٪۱۷
سایر محصولات (انواع نوشیدنی)	۵,۵۱۲	٪۱	۱۱,۷۸۲	٪۰/۹۴	۶,۵۰۸	٪۰/۶۷	۱۴,۵۵۹	٪۱
مواد اولیه و بسته‌بندی	۱,۴۴۱	-	-	-	-	-	-	-
<b>جمع</b>	<b>۹۲۰,۱۹۹</b>	<b>٪۱۰۷</b>	<b>۱,۳۳۵,۶۸۲</b>	<b>٪۱۰۶/۷</b>	<b>۹۶۰,۱۳۶</b>	<b>٪۹۹</b>	<b>۹۵۸,۷۴۷</b>	<b>٪۹۶</b>
شیر مدارس	-	-	-	-	۲۰,۱۷۴	٪۲	۲۶,۹۹۸	٪۳
<b>جمع فروش داخلی</b>	<b>۹۲۰,۱۹۹</b>	<b>٪۱۰۷</b>	<b>۱,۳۳۵,۶۸۲</b>	<b>٪۱۰۶/۷</b>	<b>۹۸۰,۳۱۰</b>	<b>٪۱۰۱</b>	<b>۹۸۵,۷۴۵</b>	<b>٪۹۹</b>
<b>فروش صادراتی</b>								
انواع شیر	-	-	۳۹۷	٪۰/۰۳۲	-	-	-	-
انواع خامه	-	-	۵,۳۹۶	٪۰/۴۳۱	۴۹,۵۸۱	٪۵	۷۰,۲۹۱	٪۷
انواع ماست	-	-	۹۹۰	٪۰/۰۷۹	۵۷۲	٪۰/۰۶	۳۸	-
انواع کره	-	-	۱۸۹	٪۰/۰۱۵	-	-	-	-
انواع پنیر	-	-	۵۸۵	٪۰/۰۴۷	۳۵۵	٪۰/۰۴	۱,۶۹۱	٪۰/۱۷
انواع دوغ	-	-	۲,۵۷۷	٪۰/۲۰۶	۳,۹۱۴	٪۰/۴	۳,۴۶۶	٪۰/۳۵
<b>جمع فروش صادراتی</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>۱۰,۱۳۴</b>	<b>٪۰/۸۱</b>	<b>۵۴,۴۲۲</b>	<b>٪۶</b>	<b>۷۵,۴۸۶</b>	<b>٪۷</b>
<b>فروش ناخالص</b>	<b>۹۲۰,۱۹۹</b>	<b>٪۱۰۷</b>	<b>۱,۳۴۵,۸۱۶</b>	<b>٪۱۰۷/۵۲</b>	<b>۱,۰۳۴,۷۳۲</b>	<b>٪۱۰۷</b>	<b>۱,۰۶۱,۲۳۱</b>	<b>٪۱۰۶</b>
برگشت از فروش	(۴,۳۳۳)	-	(۱۳,۹۱۰)	(٪۱)	(۱۰,۶۰۶)	(٪۱)	(۴,۳۷۶)	-
تخفیفات فروش	(۵۸,۱۷۳)	(٪۷)	(۸۰,۲۰۰)	(٪۶)	(۵۸,۱۸۱)	(٪۶)	(۵۸,۳۷۴)	(٪۷)
<b>فروش خالص</b>	<b>۸۵۷,۷۰۳</b>	<b>٪۱۰۰</b>	<b>۱,۲۵۱,۷۰۶</b>	<b>٪۱۰۰</b>	<b>۹۶۵,۹۴۵</b>	<b>٪۱۰۰</b>	<b>۹۹۸,۴۸۱</b>	<b>٪۱۰۰</b>

- ❖ قیمت فروش محصولات تولیدی بر اساس قیمت تمام‌شده و حاشیه سود منطقی (حدود ۱۰ الی ۲۰ درصد)، کشش بازار و هماهنگی با شرکت بازارگستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص) و تصویب هیئت‌مدیره شرکت با در نظر گرفتن مقررات و قوانین جاری سازمان صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌گردد.
- ❖ فروش‌های صادراتی شرکت توسط شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) و به صورت ریالی انجام می‌پذیرد.

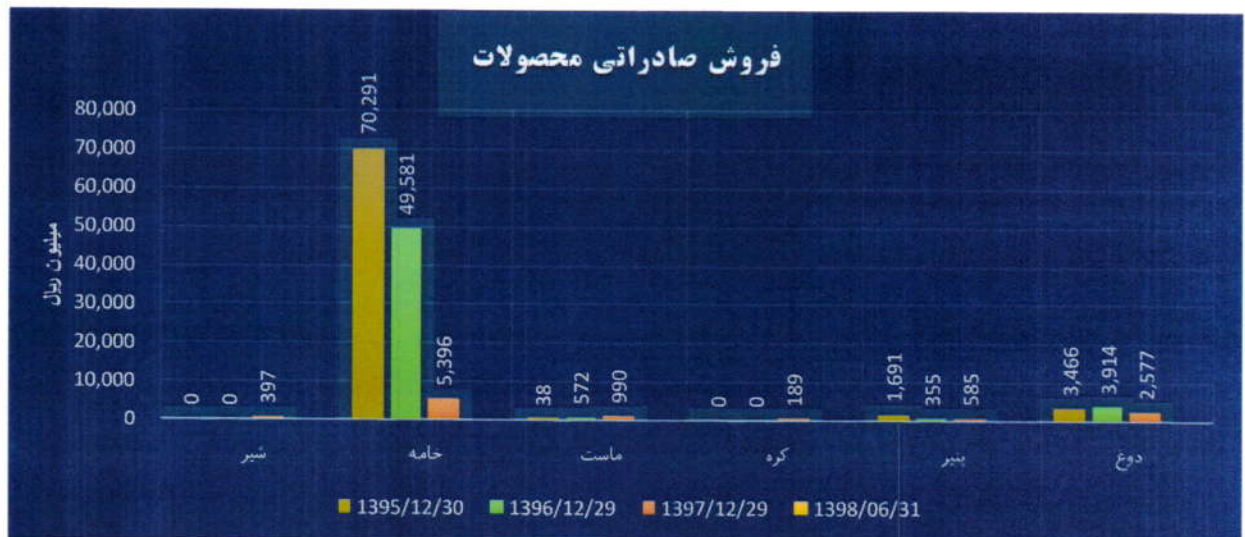


❖ علت کاهش شیر مدارس در سنوات اخیر مربوط به عدم تخصیص بودجه لازم از سوی دولت برای این منظور بوده است.

نمودار ۲۵- فروش داخلی محصولات به تفکیک نوع محصول



نمودار ۲۶- فروش صادراتی محصولات شرکت به تفکیک نوع محصول



اردیبهشت ماه ۱۳۹۹



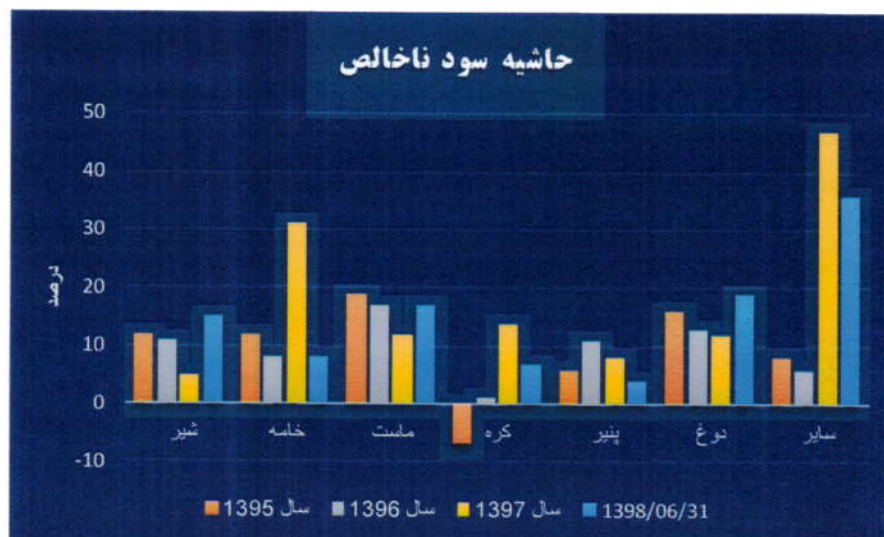
## ۲-۵-۲- مقایسه در آمد عملیاتی و بهای تمام شده

حاشیه سود ناخالص شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) ناشی از فروش محصولات تولیدی در سنوات اخیر به شرح زیر می باشد:

جدول ۲۱- درصد حاشیه سود ناخالص به درآمد عملیاتی شرکت در سنوات اخیر

سال	سال	سال	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸				شرح
			درصد حاشیه سود ناخالص	سود ناخالص (میلیون ریال)	بهای تمام شده (میلیون ریال)	درآمد عملیاتی (میلیون ریال)	
۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۵	۲۱,۸۴۳	(۱۱۹,۸۸۴)	۱۴۱,۷۲۷	انواع شیر
(درصد)	(درصد)	(درصد)					
۱۲	۸	۳۱	۸	۲,۴۶۳	(۲۸,۱۶۴)	۳۰,۶۲۷	انواع خامه
۱۹	۱۷	۱۲	۱۷	۳۸,۸۷۷	(۱۹۳,۷۰۴)	۲۳۲,۵۸۱	انواع ماست
(۷)	۱	۱۴	۷	۸۲	(۱,۱۴۱)	۱,۲۲۳	انواع کره
۶	۱۱	۸	۴	۱۲,۴۲۰	(۲۷۸,۹۲۸)	۲۹۱,۳۴۸	انواع پنیر
۱۶	۱۳	۱۲	۱۹	۲۹,۶۷۳	(۱۲۳,۹۵۰)	۱۵۳,۶۲۳	انواع دوغ
۸	۶	۴۷	۳۶	۲,۳۹۶	(۴,۱۷۸)	۶,۵۷۴	سایر (انواع نوشیدنی، مواد اولیه و بسته بندی)
۱۳	۱۳	۱۲	۱۳	۱۰۷,۷۵۴	(۷۴۹,۹۴۹)	۸۵۷,۷۰۳	جمع

نمودار ۲۷- حاشیه سود ناخالص محصولات تولیدی شرکت



اردیبهشت ماه ۱۳۹۹

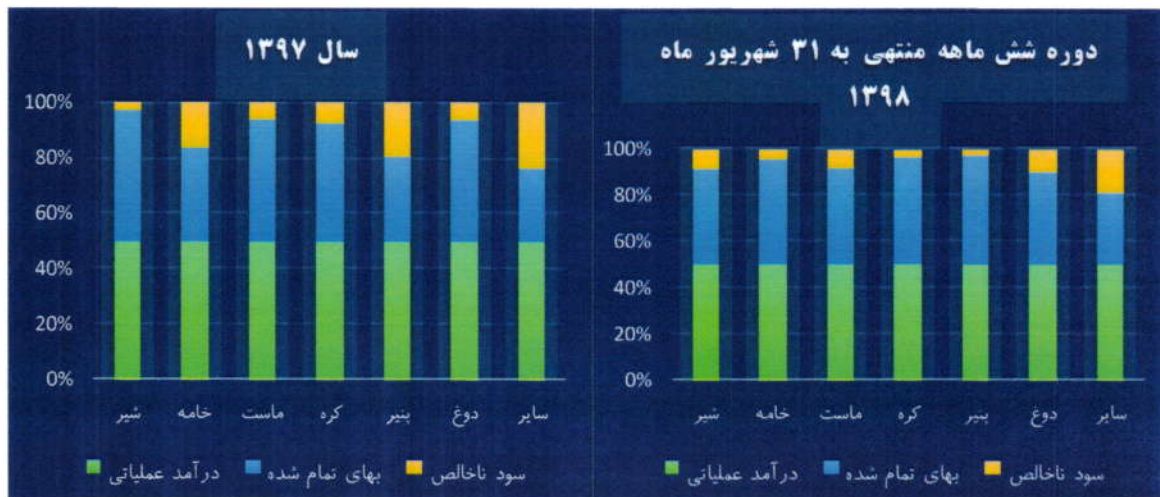


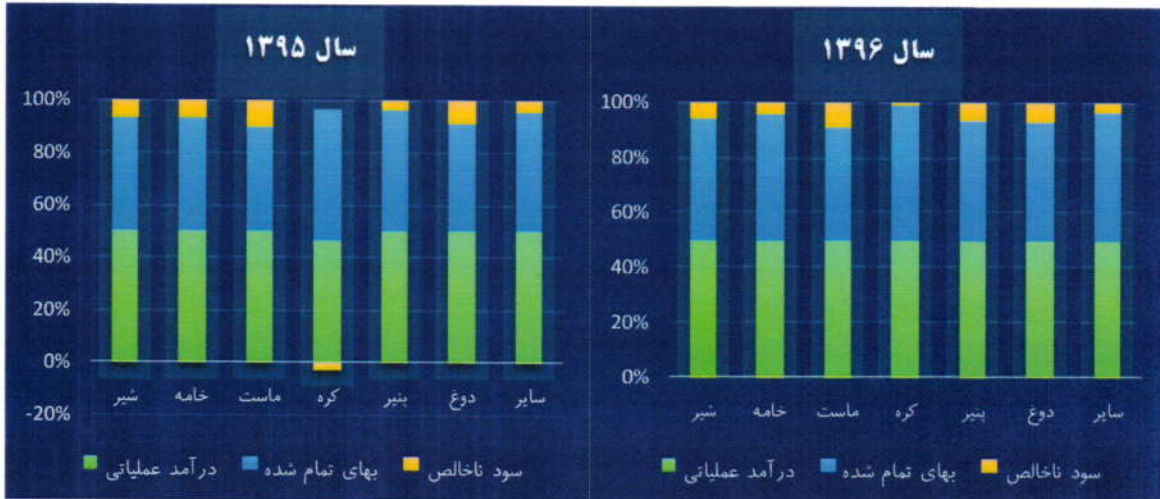


- ❖ انواع شیر: نوسانات حاشیه سود ناخالص گروه شیر در سال ۹۴ به علت تولید شیر مدارس که آن محصول از محصولات استریل با حاشیه سود بالا می‌باشد و همچنین ثابت ماندن قیمت شیر پری‌پک در سنوات ۹۵ و ۹۶ و ۹۷ علت کاهش حاشیه سود با توجه به افزایش قیمت مواد اولیه بوده است.
- ❖ انواع خامه: به دلیل کاهش صادرات و عدم کشش بازارهای مرتبط شاهد کاهش فروش آن بوده‌ایم.
- ❖ انواع کره: با توجه به اینکه این محصول تعزیراتی می‌باشد و عدم افزایش نرخ فروش داشته درحالی‌که بهای تمام‌شده آن افزایش داشته است که این امر منجر به زیان ده شدن این محصول در سال ۹۵ شده بود که با تدابیر اتخاذشده این کره از کره فویلی به کره پاستوریزه سنتی لیوانی تغییر یافت که منجر به افزایش حاشیه سود این محصول گردید.
- ❖ انواع ماست: کاهش حاشیه سود ناخالص اغلب به دلیل افزایش نرخ شیر خام و مواد اولیه و مواد بسته‌بندی به دلیل نوسانات نرخ ارز و همچنین افزایش هزینه‌های توزیع و فروش از ۱۴ درصد به ۱۶/۵ درصد می‌باشد.
- ❖ انواع پنیر: افزایش قیمت شیر خام با توجه به تعزیراتی بودن فروش محصول پنیر موجب کاهش حاشیه سود این گروه محصول گردیده است.
- ❖ انواع دوغ: افزایش نرخ شیر خام منجر به افزایش بهای تمام‌شده این گروه محصول گردیده و از طرفی ثبات قیمت و افزایش هزینه‌های توزیع و فروش منجر به کاهش حاشیه سود ناخالص این گروه محصول شده است.
- ❖ سایر: افزایش قیمت فروش این محصولات باعث افزایش حاشیه سود این محصول شده است.

## ۱-۲-۵-۲- حاشیه سود ناخالص سنوات مختلف

نمودار ۲۸- حاشیه سود ناخالص محصولات تولیدی شرکت در سال‌های مختلف





### ۳-۵-۲- قیمت گذاری محصولات

قیمت گذاری محصولات داخلی با توجه به نرخ‌های اعلام شده سازمان صنعت و معدن و تجارت بر اساس قیمت‌های سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان برای محصولات تعزیراتی نظیر پنیر یوآف و شیر پاستوریزه تعیین می‌گردد و سایر محصولات خارج از طرح‌های حمایتی (تعزیراتی) توسط شرکت و با توجه به کشش بازار، قیمت تمام شده و حاشیه سود مورد انتظار، قیمت رقبا و با تصویب هیئت‌مدیره به اجرا درمی‌آید.

فروش صادراتی بر اساس سیاست‌های دولت و به شکل غیر مستقیم توسط شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) بر اساس قراردادهای منعقد شده انجام گرفته و به صورت ریالی از سوی شرکت به فروش می‌رسد و شرکت بابت تعهدات ارزی و سیاست‌های تسویه وجوه درگیر نمی‌باشد و کلیه مراحل توسط شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران انجام می‌گردد.

مراحل فروش صادراتی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شرح زیر می‌باشد:

۱. انعقاد توافقنامه فروش کالا با شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص)
۲. درخواست کتبی واحد صادرات شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) با تعیین مقدار و مبلغ (تحت عنوان فرم امکان سنجی)
۳. تایید فرم امکان سنجی توسط این شرکت در خصوص نرخ و زمان بارگیری
۴. ارسال مجوز بارگیری توسط شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص)
۵. اظهار گمرکی محموله توسط شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) به نام آن شرکت
۶. صدور فاکتور فروش داخلی به نام شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص)





#### ۴-۵-۲- بازاریابی و فروش محصولات

فروش محصولات داخلی این شرکت از طریق شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (منطقه یک شامل استان‌های گیلان، قزوین، اردبیل، زنجان، آذربایجان شرقی و غربی می‌گردد) و بر اساس نیاز بازار و برگزاری جلسات هفتگی با آن شرکت که ماحصل آن جلسات برنامه‌ریزی جهت تولید محصولات می‌باشد، صورت می‌گیرد که آن شرکت عمدتاً از طریق فروش گرم و مویرگی اقدام به عرضه و فروش محصولات می‌نماید و در این راستا ۱۶/۲ درصد از بهای فروش به آن شرکت جهت پوشش هزینه‌های توزیع و فروش، بازاریابی، تحقیق و توسعه، ضایعات، حمل و برگیری، تبلیغات و ... به آن شرکت اعطا می‌شود. قابل ذکر است که قیمت‌گذاری محصولات بر اساس قیمت تمام‌شده و سود مورد انتظار و همچنین کشش بازار و قیمت رقبا تعیین می‌گردد.

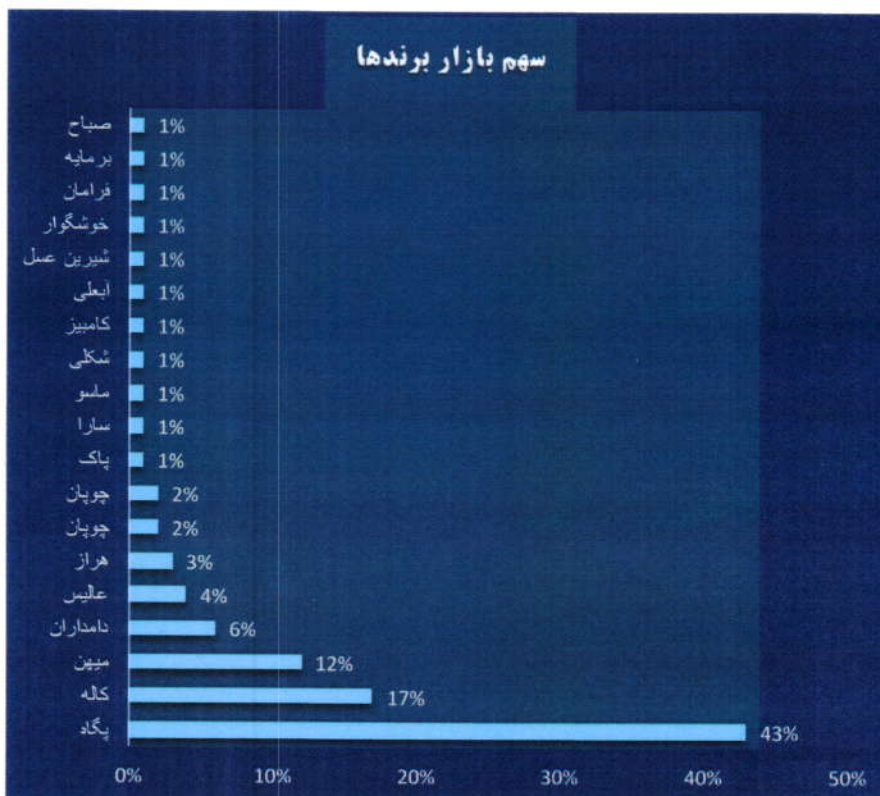
#### ۵-۵-۲- بازار محصول و رقبا

درصد عمده‌ای از محصولات لبنی در ایران توسط شرکت‌های وابسته به صنایع شیر ایران (سهامی خاص) تولید و توسط شرکت‌های بازار گستر پگاه مناطق مختلف در سطح کشور به‌صورت عمده و مویرگی توزیع می‌گردد و باقیمانده توسط سایر شرکت‌های تولیدکننده لبنیات تولید و عرضه می‌گردد. با توجه به تنوع جغرافیایی محل استقرار شرکت‌های وابسته به صنایع شیر ایران گستره پوشش بازار محصولات پگاه در تمامی کشور می‌باشد. سهم بازار پگاه گیلان و سایر شرکت‌های تولیدکننده در استان گیلان (بازار گستر پگاه منطقه یک) در سطح کلی و گروه محصولات و همچنین حضور ویتیرینی در سال ۱۳۹۷ به شرح زیر می‌باشد.

نمودار ۲۹- سهم بازار محصولات شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان در سال ۱۳۹۷

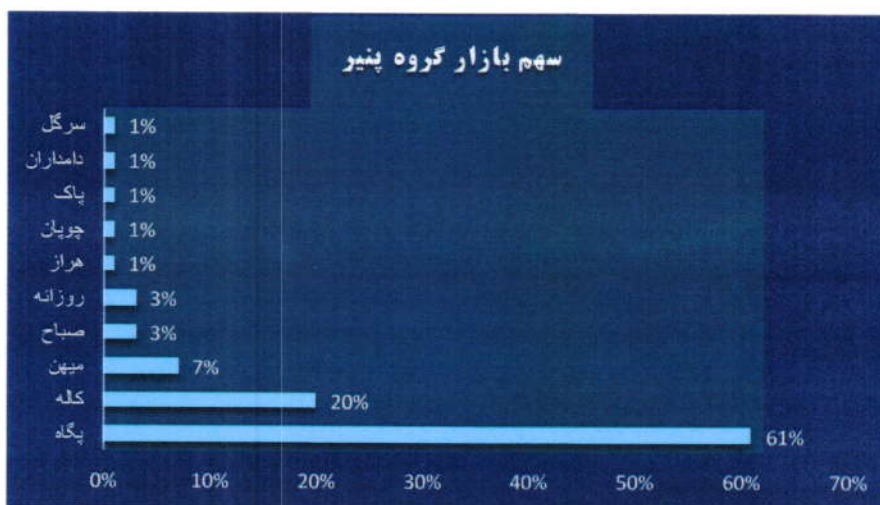


نمودار ۳۰- سهم بازار برندهای لبنی در سال ۱۳۹۷



❖ ۱۸ برند فوق مجموعاً حدود ۹۹ درصد سهم بازار را در اختیار دارند.

نمودار ۳۱- سهم بازار شرکت‌های تولیدکننده پنیر در سال ۱۳۹۷



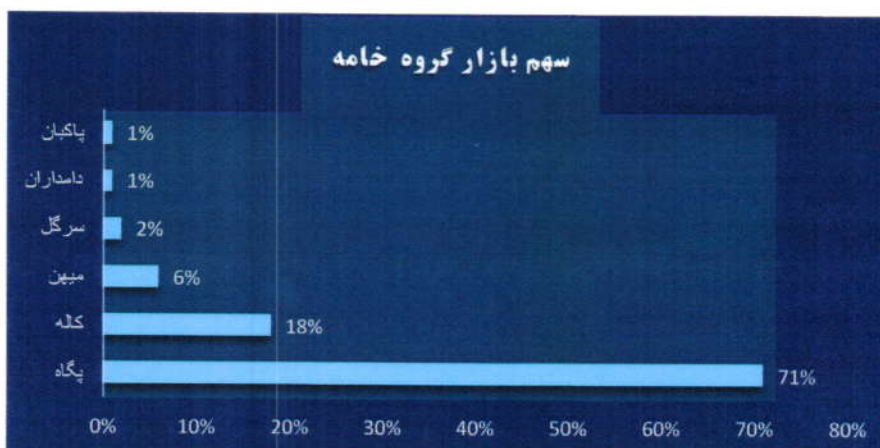
اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹





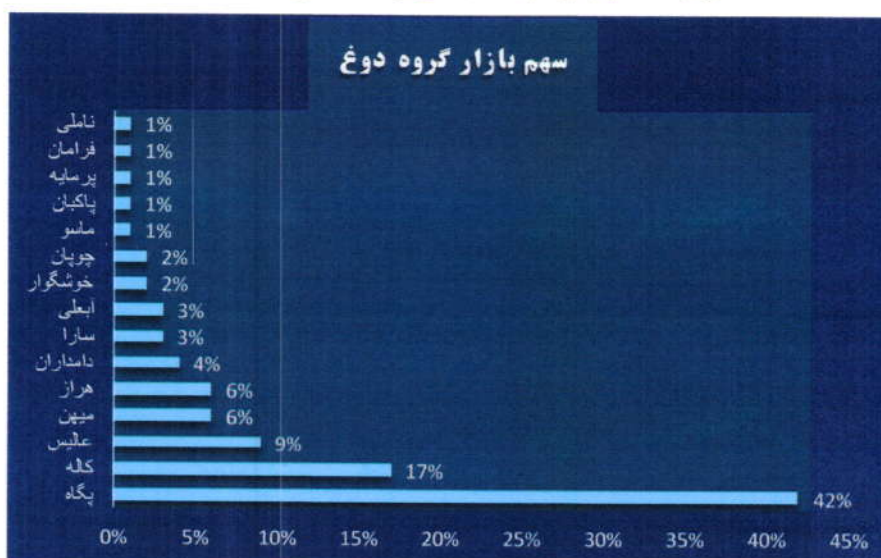
❖ ۹ برند فوق مجموعاً ۹۹ درصد سهم بازار گروه پنیر را در اختیار دارند.

نمودار ۳۳- سهم بازار شرکت‌های لبنی تولیدکننده خامه در سال ۱۳۹۷



❖ ۶ برند فوق مجموعاً ۹۹ درصد سهم بازار گروه خامه را در اختیار دارند.

نمودار ۳۳- سهم بازار شرکت‌های لبنی تولیدکننده دوغ در سال ۱۳۹۷



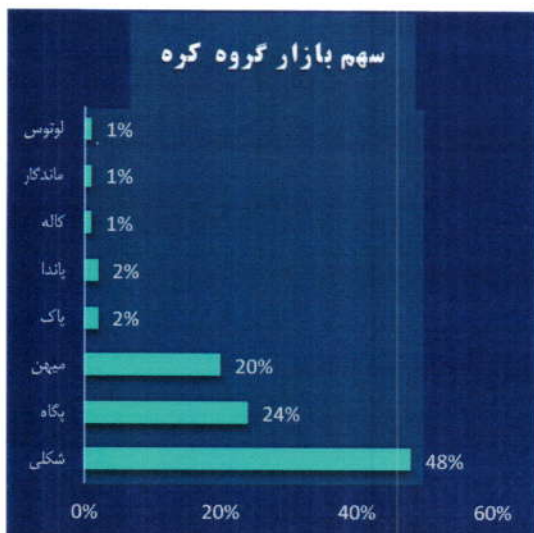
❖ ۱۵ برند فوق، مجموعاً ۹۹ درصد سهم بازار گروه دوغ را در اختیار دارند.



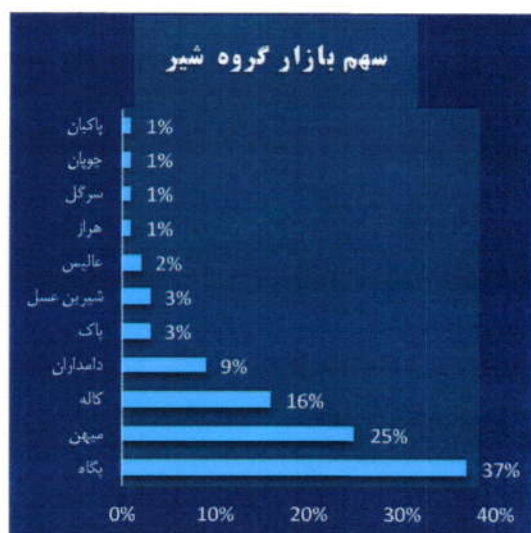
اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



نمودار ۳۴- سهم بازار گروه محصولات شرکت‌های لبنی تولیدکننده در سال ۱۳۹۷



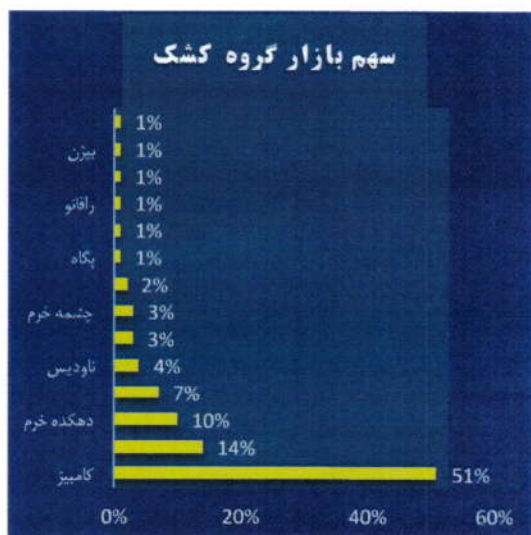
❖ ۸ برند فوق، ۹۹٪ سهم بازار گروه کره را در اختیار دارند.



❖ ۱۱ برند فوق، ۹۹٪ سهم بازار گروه شیر را در اختیار دارند.



❖ ۱۲ برند فوق، ۹۶٪ سهم بازار گروه ماست را در اختیار دارند.



❖ ۱۵ برند فوق، ۹۹٪ سهم بازار گروه کشک را در اختیار دارند.

منبع: معاونت بازاریابی و هماهنگی توزیع و فروش صنایع شیر ایران





۱۰/۱/۷۷

## امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)



مقایسه برخی از اطلاعات مهم شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) با شرکت‌های هم‌گروه و پذیرفته‌شده در بازار فرابورس بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ به شرح زیر می‌باشد:

جدول ۲۲- مقایسه شرکت با شرکت‌های هم‌گروه در دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸

شرح	واحد	پگاه گیلان	پگاه آذربایجان غربی	پگاه آذربایجان شرقی	پگاه گلپایگان	پگاه خراسان	پگاه اصفهان	پگاه فارس	پگاه گلستان
تابلوی بازار	-	-	بازار دوم	بازار دوم	بازار دوم	بازار دوم	بازار دوم	بازار دوم	بازار دوم
نماد	-	-	غشآذر	غیاذر	غگلیا	غشان	غشصفا	غفارس	غگلستا
* ظرفیت اسمی تولید	تن-سالیانه	۵۳,۹۳۳	۹۱,۵۵۰	۱۰۱,۴۰۰	۱۲۴,۳۲۷	۱۷۶,۱۰۰	۱۶۲,۲۲۰	۱۹۴,۳۴۷	۶۲,۷۲۲
تولید واقعی	تن- شش‌ماهه	۱۸,۳۳۳	۲۵,۷۱۰	۲۸,۶۰۹	۲۰,۲۹۶	۲۴,۰۶۹	۴۳,۷۸۸	-	۱۴,۷۲۵
سرمایه	میلیون ریال	۲۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰	۲۰۰,۰۰۰	۲۲۶,۵۰۹	۲۴۴,۷۰۵	۱۲۰,۰۰۰
جمع دارایی‌ها	میلیون ریال	۶۹۸,۱۳۰	۱,۳۸۵,۰۴۷	۱,۵۵۵,۸۶۹	۱,۱۲۲,۶۹۰	۱,۱۵۵,۰۹۸	۲,۱۰۴,۵۳۱	۱,۹۹۵,۸۶۳	۸۵۸,۴۷۴
حقوق مالکانه	میلیون ریال	۲۷۳,۰۶۰	۵۶۷,۵۸۷	۲۹۰,۱۰۱	۲۶۸,۷۷۰	۳۱۰,۱۴۸	۴۸۰,۱۴۹	۳۶۳,۸۲۳	۱۷۴,۲۳۵
سود (زیان) خالص	میلیون ریال	۴۳,۵۶۱	۵۰,۱۷۷	۴۷,۰۳۲	۶۷,۲۷۵	۵۲,۳۴۲	۱۷۱,۵۹۳	۴۷,۷۳۱	۹,۰۴۸
فروش داخلی	میلیون ریال	۸۵۷,۷۰۳	۱,۴۱۳,۲۹۶	۲,۲۱۳,۵۲۸	۱,۴۸۰,۸۷۴	۱,۲۶۰,۰۱۹	۳,۵۸۰,۴۵۵	۲,۳۵۵,۰۹۱	۸۹۷,۷۱۶
فروش صادراتی	میلیون ریال	-	۳۹,۱۳۷	۲۰,۸۵۴	۷۹,۹۹۴	-	-	۲۶,۹۵۶	۲۳,۲۷۵
حاشیه سود ناخالص	درصد	٪۱۳	٪۱۰	٪۷	٪۱۱/۵	٪۱۰	٪۱۰	٪۹	٪۷
حاشیه سود عملیاتی	درصد	٪۷	٪۶	٪۴	٪۶	٪۶	٪۶	٪۴	٪۲
حاشیه سود خالص	درصد	٪۵	٪۳	٪۲	٪۴	٪۴	٪۵	٪۲	٪۱
ارزش دفتری هر سهم	ریال	۱,۳۷۰	۹۴۶	۱,۴۵۰	۲,۲۴۰	۱,۵۵۰	۲,۱۲۰	۱,۴۸۷	۱,۴۵۲
سود هر سهم	ریال	۲۱۸	۸۴	۲۳۵	۵۶۰	۲۶۲	۷۵۷	۱۹۵	۷۵

- خاطر نشان می‌گردد که ظرفیت سالیانه تولید شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) در سه شیفیت تولیدی بالغ بر ۱۶۱,۸۰۰ تن انواع محصول می‌باشد و ظرفیت قید شده در جدول فوق مربوط به یک شیفیت تولیدی می‌باشد.

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



## ۶-۵-۲- تحلیل S.W.O.T شرکت

نقاط ضعف (Weaknesses)	نقاط قوت (Strengths)
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ محدودیت تولید شیر خام در استان گیلان</li> <li>❖ قیمت بالای محصولات</li> <li>❖ ارتباط ضعیف با مشتری</li> <li>❖ نداشتن فروش مویرگی در کشورهای صادراتی</li> <li>❖ عدم قیمت گذاری مناسب محصولات صادراتی</li> <li>❖ تبلیغات ضعیف محیطی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ تنها تولیدکننده نوشیدنی‌های گیاهی در کشور</li> <li>❖ تنها تولیدکننده محصولات فراسودمند در استان گیلان شامل غنی شده، پروبیوتیک و کفیر</li> <li>❖ تنها تولیدکننده پنیر رسیده در آب‌نمک در استان گیلان</li> <li>❖ تنها تولیدکننده کره سنتی پاستوریزه در شمال و شمال غرب کشور</li> <li>❖ بزرگ‌ترین شرکت تولید لبنیات در استان گیلان</li> <li>❖ سطح تحصیلات و تجربه افراد سازمان</li> <li>❖ متنوع بودن محصولات</li> <li>❖ کیفیت بالای محصولات</li> </ul>
تهدیدها (Threats)	فرصت‌ها (Opportunities)
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ ورود رقبای جدید و قوی به بازار</li> <li>❖ افزایش عرضه لبنیات سنتی در سطح جامعه</li> <li>❖ تحریم‌های بین‌المللی</li> <li>❖ نرخ تورم</li> <li>❖ نرخ ارز</li> <li>❖ هدفمندی یارانه‌ها</li> <li>❖ عدم ثبات تعرفه‌ها و قوانین و مقررات دولتی</li> <li>❖ تبلیغات گسترده رقبا</li> <li>❖ جذب نیروهای کارآمد از سمت رقبا</li> <li>❖ اعطای تخفیفات خارج از عرف تجاری توسط رقبا</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ گستردگی هرم سنی جامعه</li> <li>❖ ممنوعیت ورود محصولات جدید و حمایت از صادرات</li> <li>❖ افزایش ضریب نفوذ اینترنت</li> <li>❖ وجود بازارهای کشورهای هم‌جوار</li> <li>❖ امکان بسته‌بندی کالا مطابق صنعت سبز</li> <li>❖ بالا رفتن مصرف سرانه</li> <li>❖ فرهنگ استفاده از محصولات رژیمی</li> </ul>



**۶-۲- قراردادهای مهم**

عمده‌ترین قراردادهای شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۲۳- مهم‌ترین قراردادهای شرکت

مدت قرارداد (ماه)	تاریخ پایان	موضوع قرارداد	شماره قرارداد	نام طرف قرارداد	ردیف
۱۲	۱۳۹۹/۰۴/۳۱	خرید اسید نیتریک	۳۱۷۱	صنعت سبز طبرستان	۱
۱۲	۱۳۹۹/۰۴/۳۱	خرید عرقیات	۲۴۹۴	میهن گلاب	۲
۱۲	۱۳۹۹/۰۴/۳۱	خرید درب بطری	۲۴۹۱	سرین آپ	۳
۱۲	۱۳۹۹/۰۴/۳۱	خرید درب بطری	۲۲۳۷	توسعه درب ایده	۴
۱۲	۱۳۹۹/۰۵/۳۱	خرید انواع کارتن	۱۷۸۵	کارتن سازی تمدن کرج	۵
۱۲	۱۳۹۹/۰۴/۳۱	تامین نیروی انسانی	۲۴۹۵	هستی آفریتان غرب	۶
۱۲	۱۳۹۹/۰۷/۳۰	خرید استابلایزر	۴۲۸۸	کشت و صنعت زرنند	۷

**۷-۲- قوانین و مقررات حاکم بر شرکت**

مهم‌ترین قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت شرکت عبارت‌اند از:

- ❖ قوانین و مقررات حقوقی و قضایی
- ❖ قوانین و مقررات کار و امور اجتماعی و ایمنی و بهداشت
- ❖ قوانین و مقررات محیط‌زیست
- ❖ قوانین و مقررات تجاری و بازرگانی
- ❖ قوانین و مقررات مالی و حسابداری
- ❖ قانون تجارت
- ❖ قانون مالیات‌های مستقیم
- ❖ آئین‌نامه‌ها و مقررات داخلی شرکت
- ❖ قانون مبارزه با پولشویی

## ۸-۲- عوامل ریسک شرکت

با عنایت به سابقه طولانی شرکت، تجربه مدیران، وضعیت بازار، بررسی فرایندها و استفاده از تکنولوژی‌های روز، فعالیت‌های شرکت با ریسک قابل توجهی مواجه نبوده است. ولی در حوزه‌های عمومی مختلف، ریسک‌ها و مخاطراتی به شرح زیر برای شرکت وجود دارد که در صورت احراز، سریعاً تأثیرات ناشی از آن به شرکت صنایع شیر ایران (سهامدار عمده) اعلام خواهد شد.

### (۱) ریسک نوسانات نرخ بهره:

افزایش قابل توجه در نرخ هزینه‌های تأمین مالی می‌تواند باعث کاهش سود خالص و در نتیجه کاهش نقدینگی شرکت شود و در صورتی که قسمت قابل توجهی از سرمایه در گردش مورد نیاز شرکت، از محل تسهیلات بانکی تأمین شود این ریسک بیشتر خواهد شد.

### (۲) ریسک نوسانات نرخ ارز:

با توجه به اینکه شرکت در تأمین مواد اولیه، بسته‌بندی و قطعات ماشین‌آلات متکی به ارز می‌باشد، لذا در صورت افزایش نرخ ارز، مشکلاتی از قبیل افزایش قیمت تمام‌شده و کاهش قدرت رقابت در بازار به وجود آمده و افزایش قابل توجهی در قیمت برابری ارز مقابل ریال، می‌تواند باعث کاهش سود خالص شرکت شود.

### (۳) ریسک تجاری:

عواملی از قبیل عرضه محصولات لبنی مشابه جدید، اعطای تخفیفات خارج از عرف تجاری توسط رقبا در خصوص فروش محصولات لبنی مشابه، اعتبار بیش از اندازه به خریداران، راه‌اندازی کارخانه‌های جدید لبنی و اشباع بازار و نهایتاً رقابت ناسالم توسط رقبا و کمبود شیر خام می‌تواند باعث کاهش تولید و فروش محصولات گردیده و شرکت را با ریسک تجاری مواجه سازد.

### (۴) ریسک عوامل بین‌المللی و یا تغییر قوانین و مقررات دولتی:

هرگونه شرایط محدودکننده از قبیل تحریم‌های بین‌المللی و یا تغییر در قوانین و مقررات دولتی، با توجه به وارداتی بودن بخشی از مواد اولیه و بسته‌بندی و قطعات و لوازم‌دکی ماشین‌آلات می‌تواند باعث کاهش فعالیت‌های شرکت و نهایتاً کاهش سود شرکت شود.

### (۵) ریسک افزایش قیمت نهاده‌های دامی و یا کمبود شیر خام:

با توجه به اینکه شیر خام به‌عنوان اصلی‌ترین ماده اولیه در تهیه محصولات این شرکت نقش بسیار مؤثری دارد، لذا وجود هرگونه محدودیت در تولید و عرضه شیر خام و یا محدودیت در واردات نهاده‌های دامی و یا افزایش قیمت آن‌ها به‌طور مستقیم، در افزایش قیمت شیر خام مؤثر بوده و می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در افزایش قیمت تمام‌شده محصولات این شرکت داشته و نهایتاً در صورت عدم امکان افزایش قیمت فروش محصولات به دلیل شرایط بازار، سبب کاهش سود شرکت خواهد شد.



### ۳- اطلاعات مالی

#### ۳-۱- صورت سود (زیان)

اطلاعات حسابرسی شده صورت سود (زیان) شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شرح جدول زیر می باشد:

مبالغ: میلیون ریال

سال	سال	سال	دوره مالی شش ماهه منتهی به	
۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸	
۹۹۸,۴۸۱	۹۶۵,۹۴۵	۱,۲۵۱,۷۰۶	۸۵۷,۷۰۳	درآمدهای عملیاتی
(۸۷۴,۰۰۶)	(۸۴۱,۴۶۲)	(۱,۰۹۷,۲۲۷)	(۷۴۹,۹۴۹)	بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی
۱۲۴,۴۷۵	۱۲۴,۴۸۳	۱۵۴,۴۷۹	۱۰۷,۷۵۴	سود ناخالص
(۵۹,۱۳۰)	(۶۰,۲۶۰)	(۷۳,۰۳۸)	(۴۶,۹۷۱)	هزینه های فروش، اداری و عمومی
(۳,۸۹۸)	(۸۰۷)	۴۲۵	۴۵۳	سایر اقلام عملیاتی
(۶۳,۰۲۸)	(۶۱,۰۶۷)	(۷۳,۶۱۳)	(۴۶,۵۱۸)	
۶۱,۴۴۷	۶۳,۴۱۶	۸۰,۸۶۶	۶۱,۲۳۶	سود عملیاتی
(۲,۹۳۰)	(۳,۲۰۷)	(۳,۴۰۴)	(۴,۶۸۴)	هزینه های مالی
۲,۱۴۲	۱۴,۰۷۰	۴,۹۳۲	۱,۲۶۳	سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی
(۷۸۸)	۱۰,۸۶۳	۱,۵۲۸	(۳,۴۲۱)	
۶۰,۶۵۹	۷۴,۲۷۹	۸۲,۳۹۴	۵۷,۸۱۵	سود (زیان) عملیاتی قبل از مالیات
(۱۲,۸۴۰)	(۱۳,۲۳۸)	(۱۹,۹۱۸)	(۱۴,۲۵۴)	مالیات بر درآمد
۴۷,۸۱۹	۶۱,۰۴۱	۶۲,۴۷۶	۴۳,۵۶۱	سود (زیان) خالص
۹۳۰	۱,۱۷۴	۵۳۱	۲۱۷	سود هر سهم - ریال
<b>گردش حساب سود (زیان) انباشته</b>				
۴۷,۸۱۹	۶۱,۰۴۱	۶۲,۴۷۶	۴۳,۵۶۱	سود (زیان) خالص
۳۶,۶۶۵	۴۹,۶۸۴	۶۷,۸۲۵	۶۳,۱۷۵	سود انباشته ابتدای سال
-	-	-	-	تعدیلات سنواتی
-	-	۶۷,۸۲۵	۶۳,۱۷۵	سود انباشته ابتدای سال - تعدیل شده
(۳۴,۸۰۰)	(۴۲,۹۰۰)	(۵۴,۰۰۲)	(۴۲,۰۰۰)	سود سهام مصوب
۱,۸۶۵	۶,۷۸۴	۱۳,۸۲۳	۲۱,۱۷۵	
۴۹,۶۸۴	۶۷,۸۲۵	۷۶,۲۹۹	۶۴,۷۳۶	سود قابل تخصیص
-	-	(۳,۱۲۴)	(۲,۱۷۸)	اندوخته قانونی
-	-	(۱۰,۰۰۰)	-	انتقال به سرمایه
-	-	(۱۳,۱۲۴)	(۲,۱۷۸)	
۴۹,۶۸۴	۶۷,۸۲۵	۶۳,۱۷۵	۶۲,۵۵۸	سود انباشته پایان سال

## ۱-۱-۳- سیاست تقسیم سود

روند تقسیم سود در سنوات گذشته به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۲۴- روند تقسیم سود شرکت در سنوات اخیر

مبالغ: میلیون ریال

سال مالی منتهی به	سال مالی منتهی به	سال مالی منتهی به	سال مالی منتهی به	شرح
۱۳۹۴/۱۲/۲۹	۱۳۹۵/۱۲/۳۰	۱۳۹۶/۱۲/۲۹	۱۳۹۷/۱۲/۲۹	
(حسابرسی شده)	(حسابرسی شده)	(حسابرسی شده)	(حسابرسی شده)	
۳۶,۶۶۵	۴۹,۶۸۴	۶۷,۸۲۵	۶۳,۱۷۵	سود قابل تقسیم
۳۴,۸۰۰	۴۲,۹۰۰	۵۴,۰۰۰	۴۲,۰۰۰	سود سهام مصوب
۷۱۴	۹۲۰	۱,۱۷۴	۵۲۱	سود هر سهم - ریال
۶۶۹	۸۲۵	۱,۰۳۸	۳۵۰	سود تقسیمی هر سهم
%۹۴	%۹۰	%۸۸	%۶۷	درصد تقسیم سود

شایان ذکر است سیاست تقسیم سود برای سال های آتی با در نظر گرفتن الزامات ماده ۹۰ قانون تجارت، حداقل ۱۰ درصد و پیش بینی این شرکت با توجه به روند تقسیم سود سنوات اخیر ۹۰ درصد در سال های آتی می باشد. بدیهی است اتخاذ تصمیم نهایی در این خصوص به عهده سهامداران محترم حاضر در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه خواهد بود.



## ۲-۳- ترازنامه

ترازنامه حسابرسی شده شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) به شکل مقایسه‌ای به شرح زیر می‌باشد:

مبالغ: میلیون ریال

۱۳۹۵/۱۲/۳۰		۱۳۹۶/۱۲/۳۰		۱۳۹۷/۱۲/۲۹		۱۳۹۸/۰۶/۳۱		شرح
درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	درصد	مبلغ	
								<b>دارایی‌ها</b>
								دارایی‌های ثابت مشهود
٪۱۴	۴۵,۵۲۰	٪۱۱	۴۵,۴۱۰	٪۸	۴۳,۹۶۷	٪۶	۴۴,۰۹۲	
-	۴۹۹	-	۴۷۷	-	۴۷۷	-	۴۷۷	دارایی‌های نامشهود
٪۷	۲۱,۹۰۹	٪۵	۲۱,۹۰۹	-	۳۴	-	۳۴	سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت
-	۲۵۵	-	۲۲۲	-	۶۱	-	-	دریافتی‌های بلندمدت
٪۲۱	۶۸,۱۸۳	٪۱۶	۶۸,۰۱۸	٪۸	۴۴,۵۲۹	٪۶	۴۴,۶۰۳	<b>جمع دارایی‌های غیر جاری</b>
-	۴۵۸	٪۷	۲۹,۱۱۳	-	۲,۴۷۴	٪۱	۴,۲۸۳	پیش‌پرداخت‌ها
٪۲۹	۹۲,۵۹۸	٪۲۸	۱۱۶,۶۸۸	٪۳۳	۱۹۳,۶۵۰	٪۳۳	۲۳۱,۰۶۷	موجودی مواد و کالا
٪۴۰	۱۲۹,۱۰۸	٪۳۳	۱۳۸,۹۵۱	٪۵۶	۳۳۳,۳۵۶	٪۵۵	۳۸۳,۴۵۷	دریافتی‌های تجاری و سایر دریافتی‌ها
٪۱	۳,۳۹۶	٪۱۰	۴۰,۰۰۰	-	-	-	-	سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت
٪۸	۲۵,۶۸۹	٪۵	۲۲,۵۳۵	٪۳	۱۷,۷۳۱	٪۵	۳۴,۷۲۰	موجودی نقد
٪۷۹	۲۵۱,۲۴۹	٪۸۴	۳۴۷,۲۸۷	٪۹۲	۵۳۷,۲۱۱	٪۹۴	۶۵۳,۵۲۷	<b>جمع دارایی‌های جاری</b>
٪۱۰۰	۳۱۹,۴۳۲	٪۱۰۰	۴۱۵,۳۰۵	٪۱۰۰	۵۸۱,۷۵۰	٪۱۰۰	۶۹۸,۱۳۰	<b>جمع دارایی‌ها</b>
								<b>حقوق مالکانه</b>
								سرمایه
٪۱۶	۵۲,۰۰۰	٪۱۳	۵۲,۰۰۰	٪۲۱	۱۲۰,۰۰۰	٪۲۹	۲۰۰,۰۰۰	
-	-	٪۱۶	۶۸,۰۰۰	٪۱۴	۸۰,۰۰۰	-	-	افزایش سرمایه در جریان
٪۲	۵,۲۰۰	٪۱	۵,۲۰۰	٪۱	۸,۳۲۴	٪۱	۱۰,۵۰۲	اندوخته قانونی
٪۱۶	۴۹,۶۸۴	٪۱۶	۶۷,۸۲۵	٪۱۱	۶۳,۱۷۵	٪۹	۶۲,۵۵۸	سود (زیان) انباشته
٪۳۳	۱۰۶,۸۸۴	٪۴۶	۱۹۳,۰۲۵	٪۴۷	۲۷۱,۴۹۹	٪۳۹	۲۷۳,۰۶۰	<b>جمع حقوق مالکانه</b>
								<b>بدهی‌ها</b>
								ذخیره مزایای پایان خدمت
٪۷	۲۱,۴۷۲	٪۶	۲۵,۱۱۹	٪۶	۳۴,۲۴۸	٪۶	۳۸,۸۵۸	
٪۷	۲۱,۴۷۲	٪۶	۲۵,۱۱۹	٪۶	۳۴,۲۴۸	٪۶	۳۸,۸۵۸	<b>جمع بدهی‌های غیر جاری</b>
٪۴۳	۱۳۷,۳۸۵	٪۴۱	۱۷۱,۸۸۵	٪۳۵	۲۰۵,۸۴۶	٪۴۱	۲۸۷,۲۱۳	پرداختی‌های تجاری و سایر پرداختی‌ها
٪۴	۱۳,۲۵۴	٪۴	۱۵,۰۹۴	٪۴	۲۵,۸۷۹	٪۵	۳۳,۸۲۹	مالیات پرداختی
٪۶	۲۰,۰۰۰	-	-	-	-	-	-	سود سهام پرداختی
٪۶	۲۰,۴۳۷	٪۲	۱۰,۱۸۲	٪۸	۴۴,۲۷۸	٪۹	۶۵,۱۷۰	تسهیلات مالی
٪۶۰	۱۹۱,۰۷۶	٪۴۷	۱۹۷,۱۶۱	٪۴۷	۲۷۶,۰۰۳	٪۵۵	۳۸۶,۲۱۲	<b>جمع بدهی‌های جاری</b>
٪۶۷	۲۱۲,۵۴۸	٪۵۴	۲۲۲,۲۸۰	٪۵۳	۳۱۰,۳۵۱	٪۶۱	۴۲۵,۰۷۰	<b>جمع بدهی‌ها</b>
٪۱۰۰	۳۱۹,۴۳۲	٪۱۰۰	۴۱۵,۳۰۵	٪۱۰۰	۵۸۱,۷۵۰	٪۱۰۰	۶۹۸,۱۳۰	<b>جمع بدهی‌ها و حقوق مالکانه</b>

## ❖ دریافتنی‌های تجاری و غیر تجاری

افزایش مانده دریافتنی‌های تجاری و غیرتجاری در پایان سال ۱۳۹۷ نسبت به سال ۱۳۹۶ عمدتاً مربوط به مطالبات از شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص) می‌باشد که افزایش نرخ تورم، افزایش نرخ فروش محصول در پایان سال ۱۳۹۷ و همچنین روند افزایش فروش به مراکز خاص با مدت زمان بازپرداخت بیشتر، باعث افزایش مطالبات شرکت گردیده است. خاطر نشان می‌گردد دوره وصول مطالبات شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) از شرکت بازار گستر پگاه منطقه یک (سهامی خاص) در سال مذکور ۴۴ روز بوده است. شایان ذکر است فروش به شرکت مذکور در دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ مبلغ ۸۳۹,۲۰۴ میلیون ریال و مانده مطالبات از شرکت مذکور در دوره فوق، مبلغ ۳۲۴,۶۴۳ میلیون ریال می‌باشد.

همچنین مقایسه ۴۵ روزه دوره وصول مطالبات سنوات گذشته به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۲۵- مقایسه فروش ۴۵ روزه انتهای هر سال شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

سال ۱۳۹۶		سال ۱۳۹۷		نام گروه محصول
مبلغ (میلیون ریال)	وزن (تن)	مبلغ (میلیون ریال)	وزن (تن)	
۱۱,۲۹۹	۷۱۳	۲۴,۸۷۱	۸۸۰	شیر پاستوریزه
۳,۴۲۸	۱۰۱	۷,۱۰۳	۱۰۳	شیر استریل
۳,۸۹۷	۱۳۳	۶,۳۳۰	۱۰۸	شیر طعم‌دار
۶,۰۲۷	۵۸	۱۳,۲۴۸	۸۴	خامه
۴۶۸	۲	۶۱۹	۲	کره
۳۵,۷۸۸	۱,۱۹۵	۴۳,۹۳۱	۹۷۵	ماست
۳۷,۳۴۱	۳۷۱	۵۸,۱۸۲	۳۷۱	پنیر
۲۴,۴۱۷	۱,۶۹۲	۲۹,۱۳۴	۱,۴۵۴	دوغ
۱,۹۳۳	۱۰۶	۲,۱۲۴	۶۸	سایر محصولات غیر لبنی
۱۲۴,۵۹۸	۴,۳۷۲	۱۸۵,۵۴۲	۴,۰۴۵	جمع



آخرین وضعیت وصول مطالبات از برخی از شرکتهای همگروه به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۲۶- برنامه زمانی وصول مطالبات شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

موضوع	شرکت طرف حساب	مانده در	مانده در	نحوه وصول
		۱۳۹۸/۰۶/۳۱ (میلیون ریال)	۱۳۹۷/۱۳/۲۹ (میلیون ریال)	
بابت واگذاری سرمایه گذاری در سهام شرکت کشت و صنعت و دامپروری پگاه سلماس	شیر پاستوریزه پگاه تهران	۳۴,۴۰۵	۳۴,۶۷۲	تنظیم صورتجلسه فیما بین شرکت پگاه گیلان با شرکت پگاه تهران مبنی بر تعهد تسویه طی دوازده قسط، حداکثر تا پایان مرداد ماه ۱۳۹۹- بر اساس آخرین اظهارات مدیریت شرکت صنایع شیر ایران تلاش می شود مبلغ مذکور ظرف ۶ ماه تسویه گردد. خاطر نشان می گردد از مبلغ بدهی مذکور مبلغ ۳۰ میلیارد ریال با طلب شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران تهاتر گردیده است.
بابت واگذاری سرمایه گذاری در سهام شرکت بازارگستر پگاه منطقه یک	پخش سراسری بازار گستر پگاه	-	۲۱,۸۷۵	دریافت ۱۰ فقره چک (اسناد دریافتی) از شرکت مزبور که همگی آنها وصول گردیده است.
انتقال مطالبات از شرکت کشت و صنعت و دامپروری صنایع شیر ایران	شرکت صنایع شیر ایران	-	۱۰,۴۳۰	انتقال به حساب شرکت صنایع شیر ایران و تسویه با سود سهام مصوب مجمع عملکرد سال ۱۳۹۷ شرکت
جمع کل	-	۳۴,۴۰۵	۶۶,۹۷۷	-

لازم بذکر است در سال ۱۳۹۷ مبلغ ۴,۰۰۰ میلیون ریال بابت سپرده نزد دادگستری شهرستان رشت در ارتباط با شکایت سازمان استاندارد و بازرسی علیه مدیرعامل سابق شرکت پرداخت شده بود که با توجه به مامور به خدمت بودن ایشان از طرف شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران، به حساب شرکت مذکور منظور گردیده و از محل مطالبات فی مابین تهاتر و تسویه گردیده است و در این زمینه تاییدیه مانده حساب به تاریخ ۲۹ اسفندماه ۱۳۹۷ نیز دریافت گردیده است.

### ❖ موجودی مواد و کالا

مقادیر فیزیکی موجودی کالا (ساخته شده و در جریان ساخت) و مواد اولیه بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۲۷- مقادیر موجودی کالای ساخته شده شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

نوع محصول	واحد اندازه گیری	تعداد	وزن (کیلوگرم)	مبلغ (میلیون ریال)
انواع شیر	بسته	۱۷,۷۱۵	۱۸,۶۴۲	۶۸۹
	پاکت	۲۱۷,۲۸۲	۴۵,۲۷۲	۳,۰۲۰
انواع خامه	پاکت	۲۹۰,۸۳۳	۷۰,۵۷۸	۱۱,۴۷۲
انواع پنیر	لیوان	۵۰۵,۳۵۳	۹۲,۸۶۸	۱۴,۷۳۰
انواع دوغ	بطری	۳۰۰	۴۵۹	۹
انواع نوشیدنی	بطری	۶,۴۵۸	۶,۴۹۱	۱۶۳
<b>جمع کل</b>		-	<b>۲۳۴,۳۱۰</b>	<b>۳۰,۰۸۳</b>

جدول ۲۸- مقادیر موجودی کالای در جریان ساخت شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

نوع محصول	درصد چربی	وزن (کیلوگرم)	مبلغ (میلیون ریال)
شیر خام	۲/۹۸	۲۱۴,۲۵۰	۵,۵۵۷
خامه	۳۴/۸۳	۹,۰۰۰	۱,۲۱۷
خامه پرچرب	۸۵	۳۰,۵۰۰	۹,۳۳۳
<b>جمع کل</b>	-	<b>۲۵۳,۷۵۰</b>	<b>۱۶,۱۰۷</b>



جدول ۲۹- مقادیر موجودی انواع مواد اولیه شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

شرح اقلام	واحد اندازه-گیری	تعداد	مبلغ (میلیون ریال)
استارتر <sup>۱</sup> و مایه پنیر	بسته	۱۸۵	۴۵۱
انواع استارتر	پاکت	۸,۴۰۷	۱۵,۳۱۷
انواع پایدارکننده	عدد	۸۰	۱۲
شیرخشک، پودر آب پنیر، استابیلایزر <sup>۲</sup> و ...	کیلوگرم	۲۸۰,۱۶۷	۲۸,۰۹۵
عرقیات سنتی و اسانس	لیتر	۱۲,۳۴۳	۵,۳۵۸
جمع موجودی نزد انبار	-	-	۴۹,۲۳۳
موجودی نزد تولید	-	-	۲,۴۸۵
جمع کل	-	-	۵۱,۷۱۸
جمع موجودی نزد انبار	-	-	۴۶,۲۰۱
موجودی نزد تولید	-	-	۵,۰۷۲
جمع موجودی مواد بسته‌بندی	-	-	۵۱,۲۷۳
جمع کل	-	-	۱۰۲,۹۹۱

- خاطر نشان می‌گردد مطابق صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸، از مبلغ ۱۰۲,۹۹۱ میلیون ریال موجودی مواد اولیه و بسته‌بندی، مبلغ ۵۱,۲۷۳ میلیون ریال مربوط به موجودی مواد بسته‌بندی (موجودی نزد انبار مبلغ ۴۶,۲۰۱ میلیون ریال و موجودی نزد تولید مبلغ ۵,۰۷۳ میلیون ریال) می‌باشد. خاطر نشان می‌گردد بواسطه تعدد و تنوع اقلام موجودی مواد بسته‌بندی (نزد تولید و انبار) مقادیر مربوطه درج نگردیده است.

جدول ۳۰- اقلام کالای امانی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) نزد دیگران

نوع کالا	مبلغ (میلیون ریال)
مواد اولیه (شامل شیر خشک، خامه، شیر اسکیم و ...)	۸,۳۶۴
سایر مواد بسته‌بندی (شامل برچسب، سبدها، پارچه و ...)	۱۷,۶۷۴
جمع کل	۲۶,۰۳۸

- کالاهای امانی عمدتاً بابت ارسال اقلام بسته‌بندی، مواد اولیه، شیر خام و خامه فله به شرکت‌های گروه و یا سایر شرکت‌هایی می‌باشد که به صورت کارمزدی، یا برای شرکت فرآیندی را انجام می‌دهند و یا مطابق قرارداد منعقد شده شرکت برای آن‌ها محصول تولید می‌نمایند. خاطر نشان می‌گردد بواسطه تعدد و تنوع اقلام مذکور، مقادیر مربوطه درج نگردیده است.

<sup>۱</sup> - گونه‌ای از باکتری‌ها هستند که به صورت آگاهانه جهت ایجاد تغییرات مثبت به شیر اضافه می‌شود و چون فرآیند تخمیر را آغاز می‌کنند به آنها استارتر گویند.  
<sup>۲</sup> - استابیلایزر به معنای پایاساز و تثبیت کننده است که در صنایع لبنی، گوشتی، سس و دسرها کاربرد دارد. استابیلایزرها موادی هستند که با خواص کیفی خود سبب افزایش ارزش بیشتر محصول نهایی می‌شوند و می‌توانند نواقص موجود در محصول را که در حین تولید بر اثر شیر یا فرایند حاصل می‌شود را تا مقادیر زیادی جبران نمایند.

جدول ۳۱- مقادیر کالای بین راهی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

نوع کالا	واحد اندازه-گیری	مقدار	مبلغ (میلیون ریال)
کنجاله سویا	کیلوگرم	۸۹۶,۹۳۱	۲۱,۹۷۵
جو دامی	کیلوگرم	۱۰۰,۸۸۳	۱,۳۶۲
انواع لیوان	تعداد	۲,۳۹۵,۵۴۸	۲,۱۳۱
انواع رول	تعداد	۶,۹۲۴	۱,۰۵۹
<b>جمع کل</b>	-	-	<b>۲۶,۵۲۷</b>

- شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) در راستای بهبود کیفیت شیر خام دریافتی و حمایت از دامداران و مراکز طرف قرارداد با توجه به نیاز مشتری، اقدام به تأمین نهاده دامی موردنیاز آن‌ها می‌نماید. در این راستا شرکت صنایع شیر ایران (سهامی خاص) از طریق شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران (سهامی خاص) نسبت به واردات کنجاله سویا اقدام نموده و نهاده فوق را با قیمت تعزیراتی (دولتی) بین دامداران توزیع نموده و بهای آن را از محل بهای شیر خام تحویلی دامدار (بر اساس ماده ۹ قرارداد خرید شیر خام) کسر می‌نماید. نحوه توزیع نهاده‌ها بر اساس درخواست دامدار با در نظر گرفتن نیاز و همچنین اعتبار و طلب دامدار از محل بهای شیر خام انجام می‌گردد.

جدول ۳۲- مقادیر سایر موجودی‌های شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

نوع کالا	مبلغ (میلیون ریال)
موجودی قطعات و لوازم یدکی	۲۱,۷۹۰
سایر موجودی‌ها	۷,۳۶۶
<b>جمع کل</b>	<b>۲۹,۱۵۶</b>

- خاطر نشان می‌گردد بواسطه تعدد و تنوع اقلام موجودی قطعات و لوازم یدکی و سایر موجودی‌ها، مقادیر مربوطه درج نگردیده است.





## ❖ دارایی‌های ثابت

بر اساس اطلاعات مندرج در صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ ارزش دفتری دارایی‌های ثابت مشهود شرکت در تاریخ ترازنامه به شرح زیر قابل تفکیک می‌باشد:

## زمین و ساختمان

جدول ۳۳- ارزش دفتری دارایی‌های ثابت مشهود شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

شرح	ارزش دفتری (میلیون ریال)
زمین	۴,۶۷۱
ساختمان	۱۶,۳۴۲
تاسیسات	۳,۶۱۹
ماشین‌آلات و تجهیزات	۱۲,۲۹۳
وسایل نقلیه	۴۲۴
اثاثه و منصوبات	۳,۸۱۹
پیش‌پرداخت‌های سرمایه‌ای	۲,۹۰۰
اقلام سرمایه‌ای نزد انبار	۲۴
<b>جمع کل</b>	<b>۴۴,۰۹۲</b>

جدول ۳۴- لیست عرصه و اعیان شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

ردیف	موقعیت	کاربری	واحد اندازه‌گیری	متراژ	ارزش دفتری (میلیون ریال)
۱	شهر صنعتی رشت	محل کارخانه	متر مربع	۷۹,۷۹۸	۱۷۱
۲	شهر صنعتی رشت	محل شرکت شیر پاستوریزه	متر مربع	۸,۱۷۹/۹۷	
۳	شهر صنعتی رشت	اعیانات احدائی	متر مربع	۲۲,۰۰۰	۱۱,۱۳۳

جدول ۳۵- لیست عرصه و اعیان واقع در ورودی اول شهر صنعتی رشت بلوار صنعت ۱

ردیف	موقعیت	کاربری	واحد اندازه گیری	متراژ	ارزش دفتری (میلیون ریال)
۱	شرکت شیر پاستوریزه	عرصه	متر مربع	۵,۰۰۰	۴,۵۰۰
۲	شرکت شیر پاستوریزه	اعیانات احدائی	متر مربع	۱,۱۶۰	۲,۹۰۴

جدول ۳۶- لیست ساختمان های شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

ردیف	موقعیت	کاربری	واحد اندازه گیری	متراژ	ارزش دفتری (میلیون ریال)
۱	شهر رشت	آپارتمان مسکونی (۳ واحد)	متر مربع	۳۴۳/۳۲	۴۳۴
۲	شهر رشت	آپارتمان مسکونی	متر مربع	۱۱۴/۹۰	۱
۳	شهر لاهیجان	مغازه و انباری	متر مربع	۸۶/۴۲	۱,۴۶۲
۴	شهر مشهد	آپارتمان مسکونی (۲ واحد)	متر مربع	۱۲۰	۴۰۸

- لازم به توضیح است که کل زمین و ساختمان های فوق بنام شرکت بوده و فاقد معارض قانونی می باشد.

### ماشین آلات و تجهیزات

در خصوص بازسازی ماشین آلات این نکته قابل ذکر است که شرکت اقدام به خرید دستگاه ۴۰۰ گرمی پنیر یوآف به ارزش تقریبی ۵,۰۰۰ میلیون ریال در سال ۱۳۹۸ نموده که خرید مذکور در جریان می باشد.

همچنین از طرح های توسعه ای شرکت که در مرحله مطالعاتی و کارشناسی می باشد، میتوان به:

۱. خرید دستگاه پر کن بطری دهانه ۳۸ ESI به ارزش تقریبی ۱۲,۰۰۰ میلیون ریال؛
۲. احداث یک سردخانه جدید به ارزش تقریبی ۴,۵۰۰ میلیون ریال در سال ۱۳۹۹ به مترآژ ۴۹۰ متر مربع.



## ۳-۳- صورت جریان های نقدی

مبالغ: میلیون ریال

سال ۱۳۹۷	دوره مالی شش ماهه منتهی به		شرح
	۱۳۹۷/۰۶/۳۱	۱۳۹۸/۰۶/۳۱	
(۸۸,۶۰۰)	(۳۸,۱۹۶)	۲۲,۲۹۱	فعالیت های عملیاتی:
(۱۳,۱۳۱)	(۶,۵۲۶)	(۱۵,۷۵۹)	جریان های نقدی حاصل از عملیات پرداخت های نقدی بابت مالیات بر درآمد
(۱۰۱,۷۳۱)	(۴۴,۷۲۲)	۶,۵۳۲	جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد حاصل از فعالیت های عملیاتی
			جریان های نقدی حاصل از فعالیت های سرمایه گذاری:
۲,۰۰۰	-	-	دریافت های نقدی حاصل از فروش دارایی های ثابت مشهود
۲۱,۸۷۵	-	-	دریافت های نقدی حاصل از فروش سرمایه گذاری های بلندمدت
(۵,۵۷۱)	(۸۲۱)	(۳,۵۵۰)	پرداخت های نقدی حاصل از خرید دارایی های ثابت مشهود
۴۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰	-	دریافت های نقدی حاصل از فروش سرمایه گذاری های کوتاه مدت
-	(۳۵,۷۰۰)	-	پرداخت های نقدی برای تحصیل سرمایه گذاری بلندمدت
۳	۳	۳	دریافت های نقدی حاصل از سود سهام
۱,۷۰۴	۱,۴۰۴	۷۹۹	دریافت های نقدی حاصل از سود سایر سرمایه گذاری ها
۶۰,۰۱۱	۴,۸۸۶	(۲,۷۴۸)	جریان خالص ورود (خروج) نقد حاصل از فعالیت های سرمایه گذاری
(۴۱,۷۲۰)	(۳۹,۸۳۶)	۳,۷۸۴	جریان خالص ورود (خروج) نقد قبل از فعالیت های تامین مالی
			جریان های نقدی حاصل از فعالیت های تامین مالی:
۶۰,۰۰۰	-	-	دریافت های نقدی حاصل از افزایش سرمایه
۷۰,۰۰۰	۴۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰	دریافت های نقدی حاصل از تسهیلات
(۳۵,۹۰۴)	(۱۰,۱۸۲)	(۳۱,۲۹۳)	پرداخت های نقدی بابت اصل تسهیلات
(۳,۱۸۰)	(۳۲۵)	(۲,۴۹۹)	پرداخت های نقدی بابت سود تسهیلات
(۵۴,۰۰۰)	(۴,۳۷۵)	(۳,۰۰۰)	پرداخت های نقدی بابت سود سهام
۳۶,۹۱۶	۲۵,۱۱۸	۱۳,۲۰۸	جریان خالص ورود نقد حاصل از فعالیت های تامین مالی
(۴,۸۰۴)	(۱۴,۷۱۸)	۱۶,۹۹۲	خالص افزایش (کاهش) در موجودی نقد
۲۲,۵۳۵	۲۲,۵۳۵	۱۷,۷۳۱	مانده موجودی نقد در ابتدای سال / دوره
-	-	(۳)	تاثیر تغییرات نرخ ارز
۱۷,۷۳۱	۷,۸۱۷	۳۴,۷۲۰	مانده موجودی نقد در پایان سال / دوره
۱۰,۰۰۰	-	-	معاملات غیر نقدی (افزایش سرمایه از محل مطالبات حال شده سهامداران)



اردیبهشت ماه ۱۳۹۹



۱۰/۱/۹۲

امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان  
(سهامی عام)



### ۳-۴- نسبت های مالی

نسبت های مالی چند دوره اخیر شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام) بر اساس اطلاعات صورت های مالی حسابرسی شده به شرح جدول زیر می باشد:

جدول ۳۷- نسبت های مالی شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان (سهامی عام)

نسبت	دوره مالی شش ماهه منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۷	سال ۱۳۹۶	سال ۱۳۹۵
نسبت های نقدینگی	نسبت جاری (مرتبه) ۱/۶۹	۱/۹۵	۱/۷۶	۱/۳۱
	نسبت آنی (مرتبه) ۱/۰۸	۱/۲۴	۱/۰۲	۰/۸۳
نسبت های سودآوری	نسبت سود ناخالص %۱۳	%۱۲	%۱۳	%۱۲
	نسبت سود عملیاتی %۷	%۶	%۷	%۶
	حاشیه سود خالص %۵	%۵	%۶	%۵
	بازده دارایی ها (ROA) %۷	%۱۳	%۱۷	%۱۵
نسبت های ساختاری	نسبت بدهی %۶۱	%۵۳	%۵۴	%۶۷
	نسبت مالکانه %۳۹	%۴۷	%۴۶	%۳۳
	نسبت دارایی جاری به کل دارایی ها %۹۴	%۹۲	%۸۴	%۷۹
نسبت های فعالیت	گردش دارایی ها (مرتبه) ۱/۳۴	۲/۵۱	۲/۶۳	۳/۰۳
	گردش دارایی ثابت (مرتبه) ۱۹/۴۸	۲۸/۰۱	۲۱/۲۵	۱۹/۳۶
	دوره وصول مطالبات تجاری (روز) ۱۲۴	۶۶	۴۸	۴۵
سایر	پوشش هزینه های مالی ۱۳/۳۴	۲۵/۲۱	۲۴/۱۶	۲۱/۷

اردیبهشت ماه ۱۳۹۹





## ۱-۴-۳- تحلیل نسبت‌های مالی

## نسبت جاری



مفهوم نسبت جاری آن است که دارایی‌های جاری شرکت تا چه حد بدهی‌های جاری آن را پوشش می‌دهند. نمودار این نسبت برای سال‌های موردبررسی در ذیل ارائه شده است. میانگین نسبت جاری برای این شرکت ۱/۴۵ است. این نسبت تا پایان سال مالی ۱۳۹۷ روند رو به رشدی را طی نموده است که در حال حرکت به عدد طلایی این نسبت یعنی ۲ می‌باشد. در مجموع می‌توان گفت شرکت ریسک کمتری را به بستانکاران انتقال داده اما در مقابل سود کمتری را هم برای سهامداران به همراه داشته است.

## نسبت آبی



بستانکاران و اعتباردهندگان می‌توانند با ارزیابی این نسبت توانایی بازپرداخت بدهی‌های کوتاه‌مدت شرکت را ارزیابی کنند.

میانگین این نسبت در سال‌های موردبررسی ۰/۸۸ است. روند رو به رشد این نسبت و نزدیک شدن آن به یک، منجر به ایجاد اطمینان خاطر بیشتر برای اعتباردهندگان کوتاه‌مدت شرکت می‌گردد.

### نسبت سود ناخالص



بالا بودن نسبت سود ناخالص به فروش، نشان دهنده این است که شرکت توانسته کالاهای خود را با قیمتی بالاتر از بهای تمام شده به فروش برساند. بالا بودن میزان این نسبت، نشانه خوبی برای شرکت محسوب می شود؛ زیرا بیانگر میزان سود ناخالص شرکت از هر یک ریال فروش محصولات و خدمات آن است. رشد این نسبت، موفقیت شرکت در تولید ارزان تر کالا یا فروش آن به قیمت بالاتر را نشان می دهد. متوسط این نسبت برای شرکت ۰/۱۳ است.

### نسبت سود عملیاتی



حاشیه سود عملیاتی منعکس کننده موفقیت مدیریت شرکت در ایجاد سود از عملیات جاری شرکت است. این نسبت نشان دهنده این واقعیت است که به ازای هر واحد پولی، از فروش، چه میزان سود عملیاتی (سود پس از کسر هزینه های عملیاتی) عاید شرکت شده است. نسبت های بالای حاشیه سود عملیاتی نشان دهنده توفیق مدیریت در کنترل هزینه های شرکت یا پیشی گرفتن رشد فروش شرکت به رشد هزینه های آن است. این نسبت در شرکت روند رو به رشدی را طی نموده است که نشان از بهبود عملیات شرکت است.



### حاشیه سود خالص



نسبت بازده فروش نشان می‌دهد از هر یک ریال فروش چه میزان سود خالص برای شرکت ایجاد شده است. این نسبت مقیاس سودآوری شرکت است و هزینه‌هایی مانند هزینه تأمین مالی شرکت که ارتباطی با فروش ندارد، در این نسبت تأثیر داده می‌شود. رشد نسبت بازده فروش، در طول دوره‌های زمانی نشان‌دهنده بهبود عملیات شرکت است و در صورتی که عملیات شرکت در سطح فعلی حفظ شود، می‌توان انتظار بازده بیشتری را در آینده داشت.

### بازده دارایی‌ها



نسبت بازده دارایی‌های نشان‌دهنده آن است که شرکت چگونه از منابع و دارایی تحت اختیار خود برای کسب سود استفاده کرده است و برای سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان خود بازدهی ایجاد نموده است. نسبت بازده دارایی‌ها می‌تواند شاخص نهایی برای ارزیابی کفایت و کارایی مدیریت شرکت باشد. روند رو به رشد این نسبت نشان از موفقیت شرکت در استفاده مناسب از دارایی‌هایش دارد.

### نسبت بدهی



نسبت بدهی نشان دهنده اهمیت و نقش بدهی‌های جاری و بلندمدت در تأمین کل دارایی‌های شرکت است و بیان می‌کند چه میزان از دارایی‌های کل شرکت از محل بدهی‌ها تأمین شده است.

این نسبت مورد توجه اعتباردهندگان شرکت قرار دارد. بالا بودن نسبت بدهی به این معنا است که شرکت برای تأمین منابع مورد نیاز خود، از منابع مالی خارج از شرکت بهره‌مند می‌شود. در نتیجه بستن کاران و وام‌دهندگان مثل بانک‌ها ترجیح می‌دهند نسبت بدهی شرکت کمتر باشد زیرا افزایش این نسبت، افزایش ریسک شرکت را به همراه خواهد داشت؛ بنابراین نسبت بدهی، شاخص و معیار سنجش ریسک مالی شرکت محسوب می‌شود. وام‌دهندگان نسبت بدهی کمتر را ترجیح می‌دهند. چون ایمنی بیشتری به همراه دارد. در شرایط رکود اقتصادی کم بودن نسبت بدهی، نشانگر وضعیت مناسب‌تر خواهد بود. میانگین نسبت بدهی در شرکت ۰/۶۴ است و روند رو به افتری را در پیش گرفته است.

### نسبت دارایی جاری به کل دارایی‌ها



میانگین این نسبت برای شرکت ۰/۸۲ است که طی سال‌های مورد بررسی از ثبات نسبی برخوردار است. به این معنا که شرکت تغییر اساسی در روند حال حاضر خود نسبت به گذشته ایجاد نکرده است.



### نسبت گردش دارایی‌ها



گردش دارایی‌ها، راندمان شرکت در استفاده از دارایی‌ها، در جهت فروش یا کسب درآمد را اندازه‌گیری می‌کند، همچنین استراتژی قیمت‌گذاری شرکت را نیز نشان می‌دهد. شرکت‌ها با حاشیه سود کم، تمایل دارند گردش دارایی‌های بالایی داشته باشند، درحالی‌که شرکت‌ها با حاشیه سود بالا، معمولاً گردش دارایی‌های کمی دارند. با توجه به افزایش حاشیه سود طی سال‌های موردبررسی این نسبت با کاهش همراه گردیده است.

### نسبت گردش دارایی ثابت



بررسی‌ها حاکی از آن است که سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت همگام با فروش شرکت با کاهش همراه گردیده است؛ اما رشد این نسبت نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در دارایی ثابت، نرخ کاهش بیشتری از فروش دارد.

### دوره متوسط مطالبات تجاری



هدف از بررسی مطالبات شرکت، آنالیز کیفی حساب‌ها و اسناد دریافتی است. با بررسی این نسبت درمی‌یابیم شرکت درآمد فروش خود را در چه بازه زمانی به چرخه عملیاتی بازمی‌گرداند. چنانچه دوره وصول مطالبات شرکت کوتاه باشد به این معناست که شرکت برای تأمین اعتبار خود و افزایش سرمایه در گردش، بار مالی کمتری دارد و این امر موجب افزایش درآمد شرکت نیز می‌شود. حال بالا بودن دوره وصول مطالبات بیانگر آن است که شرکت برای فروش کالاهای خود، از شرایط نسیه بسیار زیاد استفاده کرده و یا اینکه برنامه منظمی برای وصول مطالبات خود از بدهکاران ندارد. اگرچه دوره وصول مطالبات شرکت در سطح مطلوبی قرار دارد اما روند رو به رشد آن، موجب نگرانی است و شرکت باید تدبیری برای کنترل این مقدار بیندیشد.

### پوشش هزینه‌های مالی



نشانگر توان شرکت برای پرداخت بهره بدهی‌های پرداخت‌نشده از محل سود قبل از بهره و مالیات است. به‌طور کلی هر چه نسبت پوشش بهره پایین‌تر باشد، فشار بدهی شرکت و احتمال ورشکستگی یا عدم پرداخت بدهی بالاتر خواهد رفت. عکس این مطلب هم صحیح است. هر چه نسبت پوشش بهره بالاتر باشد، احتمال عدم پرداخت بدهی کمتر خواهد شد. این نسبت روند رو به رشدی را در شرکت پگاه گیلان طی نموده که نشان از کاهش ریسک عدم پرداخت دارد.



۱۰/۱/۹۹

امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان  
(سهامی عام)



## ۲-۴-۳- نسبت‌های مالی شرکت‌های هم‌گروه

مقایسه نسبت‌های مالی شرکت پگاه گیلان (سهامی عام) با شرکت‌های هم‌گروه بر اساس اطلاعات صورت‌های مالی حسابرسی شده دوره مالی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۳۸- مقایسه نسبت‌های مالی شرکت با شرکت‌های هم‌گروه در تاریخ ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸

پگاه گیلان	پگاه آذربایجان غربی	پگاه آذربایجان شرقی	پگاه گلپایگان	پگاه خراسان	پگاه اصفهان	پگاه فارس	پگاه گلستان	شرح	
۱/۶۹	۱/۱۴	۱/۰۴	۱/۱۱	۱/۲۴	۱/۱۰	۱/۱۲	۱/۱۶	نسبت جاری (مرتب‌ه)	نسبت‌های
۱/۰۸	۰/۶۴	۰/۴۹	۰/۵۹	۰/۵۶	۰/۷۱	۰/۵۲	۰/۶۹	نسبت آنی (مرتب‌ه)	نقدینگی
٪۱۳	٪۱۰	٪۷	٪۱۲	٪۱۰	٪۱۰	٪۹	٪۷	نسبت سود ناخالص	
٪۷	٪۶	٪۴	٪۶	٪۶	٪۶	٪۴	٪۲	نسبت سود عملیاتی	نسبت‌های
٪۵	٪۴	٪۲	٪۴	٪۴	٪۵	٪۲	٪۱	حاشیه سود خالص	سودآوری
٪۷	٪۴	٪۳	٪۷	٪۴	٪۹	٪۳	٪۲	بازده دارایی‌ها (ROA)	
٪۶۱	٪۵۸	٪۸۱	٪۷۶	٪۷۶	٪۷۷	٪۸۲	٪۸۰	نسبت بدهی	نسبت‌های
٪۳۹	٪۴۲	٪۱۹	٪۲۴	٪۲۴	٪۲۳	٪۱۸	٪۲۰	نسبت مالکانه	ساختاری
٪۹۴	٪۶۰	٪۷۸	٪۸۱	٪۸۸	٪۸۰	٪۸۸	٪۸۷	نسبت دارایی جاری به کل دارایی‌ها	
۱/۳۴	۱/۱۶	۱/۶۲	۱/۵۲	۱/۰۶	۱/۸۲	۱/۳۰	۱/۱۱	گردش دارایی‌ها (مرتب‌ه)	نسبت‌های
۱۹/۴۸	۲/۷۲	۷/۸۵	۸/۵۸	۹/۰۳	۹/۵۹	۱۰/۸۰	۹/۰۸	گردش دارایی ثابت (مرتب‌ه)	فعالیت
۱۲۴	۹۱	۷۲	۸۲	۱۴۰	۹۲	۱۱۲	۱۵۵	دوره وصول مطالبات تجاری (روز)	
۱۳/۳۴	۳/۴۵	۳/۱۸	۷/۲۳	۷/۸۹	۹/۳۷	۳/۴۸	۳/۷۴	پوشش هزینه‌های مالی	سایر

اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹



## ۴- بررسی شرایط پذیرش در فرابورس

اقدامات انجام گرفته	صور تجلسه هیئت پذیرش
تغییر شخصیت حقوقی از سهامی خاص به سهامی عام شرکت انجام شده و در مرحله ثبت شرکت، نزد سازمان بورس می‌باشد.	تبدیل شخصیت حقوقی شرکت از سهامی خاص به سهامی عام و ثبت نزد سازمان بورس و اوراق بهادار؛
در بخش اطلاعات فروش و مطابق جداول شماره ۱۸ (ص ۶۵)، ۱۹ (ص ۶۶) و ۲۰ (ص ۶۸) امید نامه افشا گردیده است.	تفکیک مبلغ مندرج در سرفصل برگشت از فروش و تخفیفات به دو سرفصل جداگانه؛
در صفحه ۹۰ امیدنامه، بخش ماشین‌آلات و تجهیزات افشا گردیده است.	برنامه شرکت در خصوص بازسازی ماشین‌آلات و طرح‌های توسعه‌ای؛
در صفحه ۲۰ امیدنامه، بخش ساختار نیروی انسانی افشا گردیده است.	ترکیب نیروی انسانی جدید و برنامه شرکت جهت تبدیل وضعیت پرسنل و اثرات احتمالی موضوع مذکور بر سود شرکت؛
در صفحه ۸۴ امیدنامه در بخش دریافتی‌های تجاری و غیرتجاری افشا گردیده است.	علل افزایش مطالبات از شرکت بازار گستر منطقه یک در سال ۱۳۹۷ و دوره وصول مطالبات؛
مطابق جدول ۲۶ مندرج در صفحه ۸۵ امیدنامه افشا گردیده است.	آخرین وضعیت و برنامه زمان‌بندی وصول مطالبات از شرکت‌های شیر پاستوریزه پگاه تهران، شرکت پخش سراسری بازار گستر پگاه و شرکت صنایع شیر ایران؛
توضیحات مربوط به گردش حساب در صفحه ۲۵ صورتهای مالی حسابرسی شده دوره میانی شش‌ماهه منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۳۹۸ اراده گردیده است.	ارائه توضیحات کافی در خصوص گردش حساب سال ۱۳۹۷ شرکت صنایع شیر ایران در صورتهای مالی ۱۳۹۸/۰۶/۳۱
مطابق جداول ۲۷ لغایت ۳۲ مندرج در صفحات ۸۶ و ۸۸ امیدنامه در بخش موجودی مواد و کالا افشا گردیده است.	مقادیر فیزیکی موجودی‌ها (مواد اولیه و کالا)؛
توضیحات مربوطه در صفحه ۸۵ امیدنامه افشاء گردیده است.	توضیحات کافی در خصوص منظور نمودن طلب به مبلغ ۴,۰۰۰ میلیون ریال به حساب شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران؛
مهلت مذکور تمدید گردیده است.	تمدید مهلت اعتبار علامت تجاری زحل
توضیحات مربوطه در صفحه ۸ امیدنامه افشا گردیده است.	توضیحات کافی در خصوص افزایش سرمایه از محل ادغام شرکت‌ها در سنوات ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸؛
طی نامه شماره ۲۹۲۴۹ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۲۵ از شرکت صنایع شیر ایران (سهامدار عمده) اخذ گردیده است.	تعهد قبولی و جبران هر گونه کسر ذخیره مالیاتی، بیمه‌ای و سایر بدهی‌های افشا نشده احتمالی مربوط به سنوات قبل از عرضه اولیه سهام از سهامداران؛





۱۰۱/۱۰۱

امید نامه پذیرش و درج شرکت شیر پاستوریزه پگاه گیلان  
(سهامی عام)



اقدامات انجام گرفته	صور تجلسه هیئت پذیرش
طی نامه شماره ۳/۹۸/۲۹۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۱۲ تایید گردیده است.	تاییدیه حسابرس در خصوص کفایت سیستم‌های کنترل داخلی شرکت به نحوی که متضمن حفظ و رعایت حقوق و منافع سهامداران به صورت یکسان باشد؛
طی نامه شماره ۳/۹۸/۲۹۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۱۲ تایید گردیده است.	تاییدیه حسابرس مبنی بر بهره‌مندی شرکت از سیستم اطلاعات حسابداری (از جمله حسابداری مالی و حسابداری بهای تمام شده) مطلوب و مناسب با حجم فعالیت شرکت ارائه شود.
در مرحله عرضه سهام انجام خواهد گردید.	عقد قرارداد بازارگردانی مطابق با فرمت قرارداد فرابورس ایران
طی نامه شماره ۲۳۳۱۳ مورخ ۱۳۹۸/۰۸/۲۲ از شرکت صنایع شیر ایران (سهامدار عمده) اخذ گردیده است.	تعهد عرضه ۲۰ درصد سهام در فرایند عرضه اولیه سهام و همچنین تعهد عرضه ۵ درصد دیگر (جهت عرضه آتی به تشخیص شرکت فرابورس ایران) از سهامداران عمده اخذ گردد.

بدین وسیله صحت مندرجات امیدنامه و تطبیق آن با اطلاعات صورت‌های مالی شرکت تأیید می‌گردد.

مهر و امضاء مشاور پذیرش

محمدرضا سرافراز یزدی  
مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره



مهر و امضاء شرکت

موسی اسماعیل‌زاده  
مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره

