



گزارش تفسیری مدیریت

شرکت نساجی هدیه البرز مشهد (سهامی عام)

نام تجاری: فرش محشم

دوره مالی منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۳



فهرست

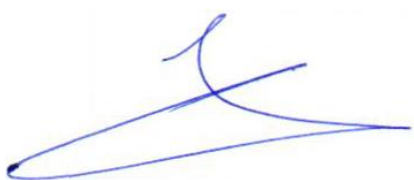
صفحه	عنوان
۳	مقدمه و صفحه تایید هیئت مدیره
۴	۱- ماهیت کسب و کار
۴	۱-۱- تاریخچه شرکت
۴	۱-۲- موضوع فعالیت شرکت طبق اساسنامه
۵	۱-۳- جایگاه شرکت در صنعت
۶	۱-۴- بازارهای اصلی، وضعیت رقابتی و جایگاه شرکت در آن بازارها
۷	۱-۵- قوانین و مقررات و سایر عوامل برون سازمانی مؤثر بر شرکت
۸	۱-۶- محیط کسب و کار و فرصت‌ها و ریسک‌های حاکم بر محیط
۱۰	۱-۷- محصولات و روش‌های توزیع آنها
۱۱	۱-۸- ساختار واحد تجاری
۱۲	۱-۹- وضعیت جاری فعالیت‌های اصلی و زیربنایی شرکت و تغییرات آنها نسبت به قبل
۱۲	۱-۱۰- فعالیت‌های فعلی، موقعیت فعالیت‌ها و خطوط تجاری جدید
۱۲	۱-۱۱- عواملی عمده مؤثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت
۱۳	۱-۱۲- موضوعات مهمی که بر عملیات آتی شرکت تاثیر خواهند گذاشت در حالی که در گذشته تاثیرگذار نبوده‌اند
۱۴	۱-۱۳- موضوعاتی که قبلاً بر عملیات جاری شرکت تاثیر داشتند و اکنون، انتظار می‌رود بر عملیات آتی تاثیر نداشته باشند
۱۴	۱-۱۴- رویدادها، اتفاقات یا معاملاتی که اندازه‌گیری اثر آن بر شرکت، همراه با ابهام عمده است
۱۵	۱-۱۵- اطلاعات مدیران شرکت
۱۵	۱-۱۶- ترکیب سهامداران (ارزش اسمی هر سهم هزار ریال)
۱۵	۲- اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به آن اهداف
۱۵	۲-۱- اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت و اولویت آنها برای یک دوره زمانی معقول آتی
۱۵	۲-۲- چگونگی مواجهه مدیر با روندهای بازار و تهدیدها و فرصت‌های برآمده از آن روندها و نحوه اندازه‌گیری میزان موفقیت و دوره زمانی ارزیابی آن
۱۶	۲-۳- برنامه توسعه محصولات یا خدمات جدید
۱۶	۲-۴- برنامه توسعه شبکه‌ها یا بازارهای جدید توزیع
۱۷	۲-۵- راهبردهای شرکت برای مواجهه با افزایش هزینه مواد اولیه
۱۷	۲-۶- برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف و راهبردها
۱۷	۲-۷- پیش‌بینی چالش‌ها و ریسک‌های پیش‌رو برای دستیابی به اهداف مدیر
۱۸	۲-۸- اطلاعاتی در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت
۱۸	۳- مهمترین منابع، ریسک‌ها و روابط
۱۸	۳-۱- اطلاعاتی در خصوص منابع، ریسک‌ها و روابطی که به اعتقاد مدیر می‌توانند بر ارزش شرکت تأثیرگذار باشند و همچنین چگونگی مدیریت این منابع، ریسک‌ها و روابط
۲۲	۳-۲- تجزیه و تحلیل کفایت ساختار سرمایه شرکت



صفحه	عنوان
۲۲	۳-۳- نقدینگی و جریانهای نقدی (وضعیت هر یک از اقلام ترازنامه، صورت سود و زیان یا صورت جریان وجوه نقد که ممکن است نشان دهنده وضعیت نقدینگی شرکت باشند)
۲۳	۳-۴- هرگونه برنامه‌ای برای مدیریت منابع مازاد
۲۳	۳-۵- برنامه‌ها و راهبردهای مدیر برای مقابله یا کاهش ریسک‌ها و میزان اثربخشی راهبردهای مدیریت ریسک
۲۳	۳-۶- ماهیت و میزان استفاده از ابزارهای مالی و سایر ابزارها و ریسک‌های مرتبط با آنها
۲۴	۳-۷- تغییرات نرخ ارز و نرخ سود و اثرات آن بر شرکت
۲۴	۳-۸- بدهی‌های شرکت و امکان بازپرداخت آن از سوی شرکت
۲۴	۳-۹- منابع مورد انتظار برای تأمین مالی
۲۴	۳-۱۰- تسهیلات مالی جذب نشده، منابع نقدینگی داخلی و خارجی و دارایی‌های نقدی استفاده نشده
۲۴	۳-۱۱- اطلاعات و نسبت‌های مربوطه در ارتباط با رتبه اعتباری شرکت
۲۴	۳-۱۲- معاملات بااهمیت با اشخاص وابسته و چگونگی تأثیر آنها بر عملکرد، ارزش و ماهیت کسب و کار شرکت
۲۵	۳-۱۳- تغییرات در کارکنان اصلی، شامل خروج مدیران اجرایی اصلی
۲۵	۳-۱۴- نتایج احتمالی دعاوی حقوقی و اثرات ناشی از آن
۲۶	۳-۱۵- تغییر در الگوهای خرید مشتریان، روش‌های فروش و حجم تخفیفات
۲۷	۳-۱۶- تغییرات در قیمت‌گذاری مواد و موارد مهم در مورد آنها
۲۷	۳-۱۷- تغییرات در ظرفیت تولید
۲۸	۴- نتایج عملیات و چشم‌اندازها
۲۸	۴-۱- توضیحاتی شفاف در مورد عملکرد مالی و غیرمالی شرکت طی دوره و پایان دوره
۲۸	۴-۲- بحث در خصوص اینکه تا چه میزان، عملکرد جاری نشان‌دهنده عملکرد آتی است
۲۸	۴-۳- پیشرفت (رشد یا تغییر) شرکت در سال جاری و در آینده
۲۸	۴-۴- تحلیلی از چشم‌انداز شرکت که ممکن است شامل اهدافی برای معیارهای مالی و غیرمالی باشد
۲۸	۴-۵- بررسی و تحلیل عملکرد واقعی در مقایسه با بودجه، انتظارات و عملکرد دوره قبل
۲۹	۴-۶- اثرات سایر عوامل مؤثر بر نتایج عملیات جاری
۲۹	۴-۷- ارائه و تحلیل حساسیت و نسبت‌های مالی مهم و بررسی روند آنها
۳۲	۴-۸- در خصوص پروژه‌های شرکت
۳۲	۴-۹- محل استفاده وجوه حاصل از هر یک از منابع تأمین مالی، انحرافات به وجود آمده و تأثیرات این انحرافات در توانایی شرکت برای دستیابی به اهداف کسب و کار
۳۲	۴-۱۰- تصویری پنج ساله از وضعیت شرکت، که می‌تواند به صورت نمودار، جدول یا شرح موضوعات باشد
۳۳	۵- مهمترین معیارها و شاخص‌های عملکرد برای ارزیابی عملکرد در مقایسه با اهداف اعلام شده
۳۳	۵-۱- شاخص‌ها و معیارهای عملکرد مربوط
۳۶	۵-۲- دلیل و چگونگی تغییر در شاخص‌ها و معیارهای عملکرد در طی دوره
۳۶	۵-۳- دلیل تغییر نتایج ناشی از معیارهای عملکرد در طی دوره
۳۶	۵-۴- اقداماتی که برای دستیابی به شاخص‌های کلیدی عملکرد انجام گرفته است و مقایسه آن با دوره‌های قبل

مقدمه

در اجرای ماده ۷ دستورالعمل افشای اطلاعات شرکت های ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار مصوب ۱۳۸۶/۰۵/۰۳ و اصلاحیه های مورخ ۱۳۸۸/۰۴/۰۶، ۱۳۸۹/۰۶/۲۸، ۱۳۹۶/۰۴/۱۴ و ۱۳۹۶/۰۹/۱۴ هیئت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار بدین وسیله گزارش تفسیری مدیریت دوره مالی منتهی به ۱۴۰۳/۰۶/۳۱ ارائه میگردد. گزارش حاضر مطابق ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت تهیه شده و مبتنی بر اطلاعات ارائه شده در صورتهای مالی دوره مالی منتهی به ۱۴۰۳/۰۶/۳۱ بوده و به عنوان مکمل و متمم صورتهای مالی ارائه میگردد. در این گزارش تلاش شده است تا اطلاعات مربوط و با اهمیت مرتبط با فعالیت شرکت به نحوی در اختیار سهامداران بالفعل و بالقوه قرار گیرد که به ایشان در اتخاذ تصمیم بهینه کمک نماید.

ردیف	نام اعضای هیئت مدیره	سمت	امضا
۱	غلامرضا رحیمی	رئیس هیئت مدیره - موظف	
۲	حسین رحیمی	عضو هیئت مدیره و مدیرعامل - موظف	
۳	مجید صفری	نائب رئیس هیئت مدیره - موظف	
۴	علی رحیمی	عضو هیئت مدیره - غیرموظف	
۵	مهدی رضائی	عضو هیئت مدیره - غیرموظف	

شرکت نساجی هدیه البرز مشهد
سهامی عام
ثبت: ۲۷۳۴



۱- ماهیت کسب و کار

۱-۱- تاریخچه شرکت

شرکت نساجی هدیه البرز مشهد به صورت مسئولیت محدود در تاریخ ۲ تیر ۱۳۸۳ تاسیس و طی شماره ثبت ۲۷۳۴ و شناسه ملی ۱۰۲۶۰۲۲۷۳۹۱ در اداره ثبت شرکت ها و مالکیت صنعتی شهرستان کاشان به ثبت رسیده است. بر اساس مصوبه مجمع عمومی فوق العاده در تاریخ ۱۳۹۰/۰۱/۰۸ نوع شرکت از مسئولیت محدود به سهامی خاص و بر اساس مصوبه مجمع عمومی فوق العاده در تاریخ ۱۴۰۳/۰۲/۱۸ نوع شرکت از سهامی خاص به سهامی عام تغییر یافت.؛ مرکز اصلی شرکت واقع در استان اصفهان- شهرستان کاشان- بخش مرکزی- شهرک صنعتی کویر- میدان شهدای نوش آباد- خیابان اطلسی - خیابان مقصود کاشانی- کوچه هفتم- پلاک ۰- طبقه همکف کد پستی ۸۷۱۵۹۴۹۶۵۲ است.

۱-۲- موضوع فعالیت شرکت طبق اساسنامه

موضوع فعالیت شرکت طبق ماده ۲ اساسنامه عبارت است از:

الف- موضوع اصلی

- ۱- فعالیت در کلیه امور مربوط به تجهیز و راه اندازی واحدهای صنعتی و تولیدی صنایع نساجی اعم از ایجاد واحد های بافندگی، ریسندگی، رنگرزی، موکت بافی، حوله، پوشاک، پارچه، مبلمان، کیف و کفش، چرم، انواع تابلوها و قاب؛
- ۲- خرید و فروش، توزیع و پخش و تولید انواع نخ و فرشهای ماشینی و دستباف مواد اولیه و ماشین آلات مربوطه و منسوجات و سایر محصولات نساجی، چله پیچی و آهار و تکمیل و ریسندگی؛
- ۳- عقد قرار داد با کلیه دستگاه های اجرایی و شرکتها و موسسات وابسته به آنها و نهادهای عمومی جمهوری اسلامی ایران و اشخاص حقیقی و حقوقی در رابطه با موضوع فعالیت شرکت.

ب- موضوع فرعی

- ۱- اخذ تسهیلات از سیستم بانکی کشور و اخذ و اعطای نمایندگی از شرکت های داخلی و خارجی، شرکت در نمایشگاه های داخلی و خارجی بین المللی در رابطه با موضوع فعالیت شرکت؛
 - ۲- ترخیص کالا از کلیه گمرکات کشور در رابطه با موضوع فعالیت شرکت؛
 - ۳- شرکت در کلیه مزایده ها و مناقصه های دولتی و بخش خصوصی ایجاد مزایده ها و مناقصه های لازم در راستای رسیدن به اهداف شرکت؛
 - ۴- ایجاد شعب در داخل و خارج از شرکت در رابطه با موضوع فعالیت شرکت؛
 - ۵- صادرات و واردات کلیه کالاهای مجاز بازرگانی پس اخذ مجوز از مراجع ذیصلاح طبق قوانین و مقررات جاری کشور؛
 - ۶- سرمایه گذاری در املاک، خرید و فروش اموال منقول و غیر منقول، سرمایه گذاری و مشارکت با سایر شرکت های تجاری و صنعتی و تولیدی و بازرگانی و موسسات و اشخاص حقیقی در رابطه با موضوع فعالیت شرکت؛
 - ۷- خرید و فروش انواع سهام و اوراق بهادار.
- تبصره ۱: سرمایه گذاری در اوراق بهادار (از جمله سهام شرکت ها) باید مطابق قوانین و مقررات بازار اوراق بهادار صورت پذیرد.
- تبصره ۲: حداکثر ده درصد از دارایی های شرکت به امر سرمایه گذاری در اوراق بهادار (از جمله سهام شرکت ها) اختصاص می یابد. سهام شرکت های سرمایه گذاری و صندوق های سرمایه گذاری از این حکم مستثنی است.
- تبصره ۳: تغییر در موارد مندرج در تبصره ۱ و ۲ به شرح فوق، منوط به موافقت سازمان بورس و اوراق بهادار است.
- تبصره ۴: بازررس شرکت موظف است رعایت مفاد مذکور را بررسی کرده و در صورت مشاهده هرگونه تخلف، سازمان بورس و اوراق بهادار را مطلع نماید.

۱-۳- جایگاه شرکت در صنعت

صنعت فرش ماشینی در دهه ۵۰ شروع به کار نموده است. اولین فرش ماشینی در سال ۱۳۴۹ در کارخانه مخمل و ابریشم کاشان تولید گردید. این فرش دارای الیاف مصنوعی براق، پرز نسبتاً کوتاه و وزن سبک بود. همزمان با شروع تولیدات، واردات فرش ماشینی از بلژیک توسط تجار ایرانی انجام شد و این موضوع باعث تغییر سلیقه مصرف کننده گردید. بر این اساس گروه صنعتی بهشهر اقدام به تأسیس شرکت صنایع کاشان (فرش راوند) نمود. بر اساس آمار موجود سرانه مصرف فرش که در دهه ۵۰، برابر با ۰.۰۷ بوده در دهه ۸۰ برابر با ۱ و بیش از ۱۴ برابر شده است. در بحث صادرات، ایران دارای رتبه ۵ در بین ۱۸۶ کشور صادرکننده فرش ماشینی است (وزارت صنعت، معدن و تجارت، ۱۳۹۷). تا قبل از سال ۱۳۵۷ فقط ۵ واحد تولیدی با ظرفیت ۵ میلیون مترمربع مشغول به فعالیت بودند اما اکنون حدود ۸۵۰ واحد با ظرفیت تولید بالغ بر ۱۳۷ میلیون مترمربع فعالیت دارند. ۱۰ درصد از صادرات غیرنفتی ایران متعلق به فرش ماشینی است (هایتاجر، ۱۴۰۰) که این موضوع بیانگر اهمیت بالای این صنعت در اقتصاد ایران است.

از عوامل مؤثر بر رشد صنعت می توان به تبلیغات، افزایش علاقه مصرف کنندگان به دکوراسیون داخلی، افزایش تعداد فعالیت های بازسازی منازل و از محدودیت های موجود در صنعت نیز می توان به رقابت پذیری، میزان محدود تولید فرش، افزایش قیمت ماشین آلات اشاره نمود.

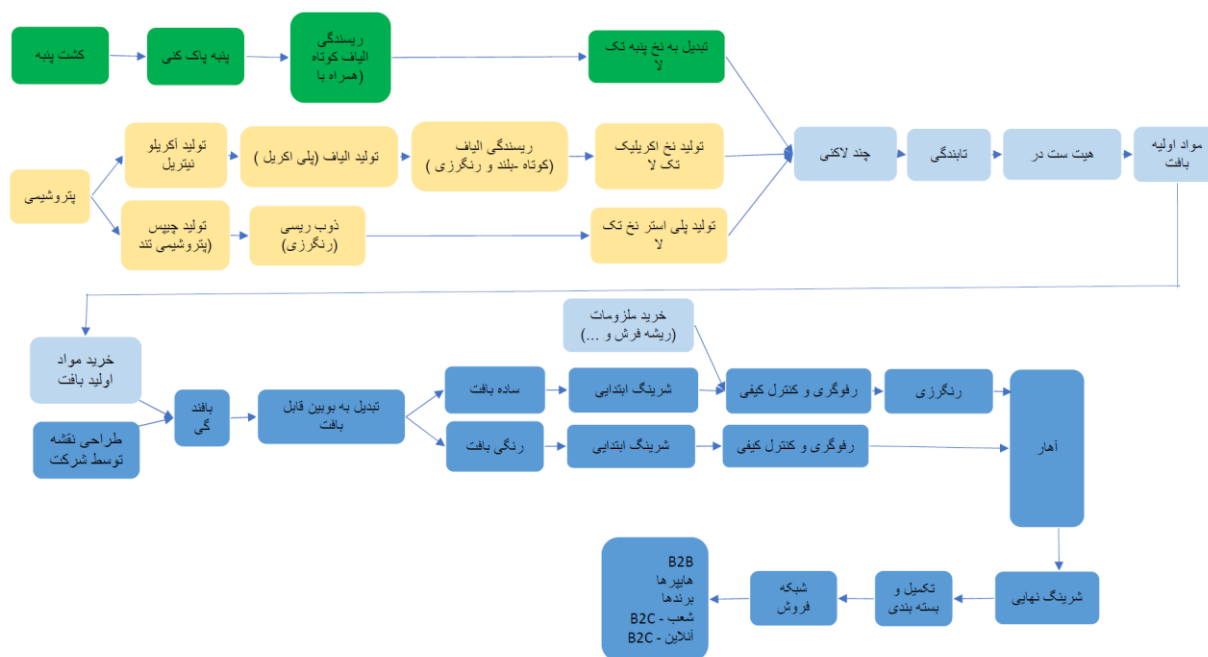
فرش ماشینی از مهم ترین و قدرتمند ترین بخش های صنعت نساجی ایران است با توجه به جمعیت تقریباً ۲۵ میلیون خانوار در ایران و اهمیت فرش در فرهنگ ایرانی، اغلب خانوارهای ایران حداقل دارای یک یا چند عدد فرش ماشینی هستند. بازار داخلی ایران همواره فعال و پر تقاضا بوده است. حجم بازار داخلی ایران حدود ۶۵ میلیون متر مربع می باشد. هر سال میلیون ها متر مربع فرش مازاد نیاز در بازار داخل تولید می شود که نیازمند صادرات به بازارهای خارجی است. میزان تولید فرش ماشینی در کشور حدود ۹۵-۱۰۰ میلیون متر مربع در سال می باشد.

در ایران کارخانجات متعدد ریسندگی نخ اکریلیک وجود دارد که الیاف مورد نیاز بافت اکریلیک اغلب به صورت واردات از کشورهای آلمان، هند، کره جنوبی، اسپانیا چین و تایوان و ... می باشد. در دهه گذشته با توجه به افزایش تولیدات صادراتی، تولید فرش های پلی استر سبک در بازار ایران به سرعت رشد نموده است، مقاصد فرش های صادراتی عراق، افغانستان، چین، کشورهای حوزه خلیج فارس و ... می باشد.

تعداد بسیار زیادی از ماشین های فرسوده و قدیمی تولید فرش ماشینی در ایران جای خود را به ماشین آلات مدرن تولیدی با کیفیت بالاتر داده اند، در حال حاضر نوع تولیدات فرش در ایران به صورت ۵۰۰، ۷۰۰، ۱۰۰۰، ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه می باشد. به جرأت می توان گفت همواره اولین نمونه از آخرین تکنولوژی های جهان در بخش بافت فرش ماشینی در ایران نصب و راه اندازی می شود و تکنولوژی ماشین آلات بافندگی فرش در ایران بسیار بالا و در حد کشورهای پیشرفته در صنعت فرش ماشینی مانند ترکیه و بلژیک می باشد و از معدود صنایعی است که در ماشین آلات به روز، کمبودی ندارد.

همچنین با توجه به بوم کسب و کار و ریشه های فرهنگی که این صنعت دارد، در بلند مدت پابرجا خواهد بود و از طرف دیگر با توجه به کوچک تر شدن سبد خانوار به واسطه تورم مداوم، کاهش بهای تمام شده در این صنعت یک مزیت رقابتی بزرگ به حساب خواهد آمد. بنابراین شرکت هایی که به دنبال تولید انبوه محصولات خود هستند می توانند در آینده در کسب این مزیت رقابتی موفق باشند. بنابراین بازار صنعت فرش در آینده از یک بازار رقابتی به سمت بازار انحصاری حرکت خواهد کرد و انتظار می رود در آینده شرکت های بزرگ با یکدیگر روبرو شوند که می توانند حجم بزرگی از تقاضای بازار را پاسخ دهند. در زمینه فروش، نقش هایپرهای بزرگ

فروش فرش با توجه به توان مالی بالا و توانایی فروش شرایطی، بیشتر خواهد شد. از سوی دیگر با ادغام برخی از تولید کنندگان و قدرتمند تر شدن برندها، وضعیت تأمین مواد اولیه نیز با تحول رو به رو شده و حاشیه سود شرکت های تأمین کننده کاهش می یابد. شرکت فرش محتشم طبق ظرفیت اسمی ذکر شده در پروانه بهره برداری حدوداً ۲ میلیون متر مکعب از تقاضای بازار را تأمین و در سالهای آتی طبق برنامه های پیش رو تصمیم به افزایش ظرفیت به دو برابر ظرفیت فعلی دارد. جایگاه شرکت در زنجیره ارزش صنعت نیز به شرح ذیل است:



در طول این زنجیره ارزش، تولید ملزومات فرش (تولید ریشه و ...)، طراحی کامل نقشه و طرح محصولات بافندگی و همچنین بخش عمده ای از تکمیل محصولات (دوخت ریشه فرش، دوردوزی، آهار و ...) در داخل مجموعه محتشم انجام می شود. در بخش فروش محصولات، بیش از ۲۰ درصد در حال حاضر توسط "خانه محتشم ها"، نزدیک به ۱۰ درصد صادرات و مابقی محصولات توسط فروشندگان عمده ای که واسطه بین شرکت با مشتری نهایی هستند به فروش می رسد. همچنین شرکت فرش محتشم با دارا بودن سایت آنلاین و شبکه های اجتماعی، اقدام به فروش محصولات خود به صورت مستقیم به مشتری نهایی می نماید و در نظر دارد با افزایش شعبات، درصد خرده فروشی به مشتریان نهایی را افزایش دهد.

۴-۱- بازارهای اصلی، وضعیت رقابتی و جایگاه شرکت در آن بازارها

- بازار فرش ماشینی را می توان بر حسب مشتری به چند بخش مختلف تقسیم نمود در ابتدا این تقسیم بندی شامل بازار صادرات و بازار داخلی به صورت ذیل است:

بازار صادرات: بخش عمده ای از صادرات فرش ماشینی ایران به کشورهای عربی، افغانستان و اروپا است

بازار داخلی: بازار داخلی ایران نیز به چند بخش تقسیم می شود، ابتدا هایپرهای فروش فرش هستند که با شیوه های نوین فروش اقدام به فروش محصولات می کنند، دوم کاسبان قدیمی فروش فرش که به واسطه اعتبارشان در شهرهای خود فعال

هستند، سوم فروشندگانی هستند که به صورت ایکامرس فعالیت می کنند و محصولات خود و دیگران را به صورت آنلاین به فروش می رسانند.

- اندازه ی هر یک از بخشها به این صورت است که بیش از ۷۰ درصد تولیدات فرش ماشینی سهم مصرف بازار داخلی می گردد در این بین هایپر های فروش فرش سهمی بیش از ۱۰ درصد کل مصرف داخل کشور را به خود اختصاص داده اند. سهم بخش آنلاین نیز بسیار محدود و تقریباً کمتر از ۵ درصد می باشد و فروش مابقی تولیدات به صورت سنتی سهم عمده فروشان می شود. مابقی تولیدات به عبارتی تقریباً ۳۰ درصد تولیدات فرش ماشینی سهم مصرف بازار صادراتی است که بیش از ۵۵ درصد آن سهم کشورهای افغانستان و عراق می گردد

- ویژگی مشتریان اصلی فرش ماشینی نیز به این صورت است که علی رغم تنوع فرهنگی و تنوع در سلیقه ی خرید دارای ویژگی های مشترکی هم هستند. بر حسب روالی سنتی، فرش ماشینی را در سایز های ۹،۶،۴ و ۱۲ متری خریداری می کنند و این موضوع یکی از عواملی است که در بحث معماری منازل خود در نظر میگیرند. هر چند که در سال های اخیر مشتریانی وجود داشتند که بنا بر سلیقه ی خود اقدام به سفارش سایز های دلخواه خود می کنند. از دیگر ویژگی های این مشتریان گروه سنی، محیط زندگی، سلیقه و ... متفاوتی است که در انتخاب نوع طرح خود دارند. عده ای پایبند به طرح های سنتی و عده ای دیگر به دور از سلیقه گذشتگان طرح های به روز و مدرن تری را انتخاب می کنند.

- از جهت اندازه بازار و رشد بالقوه، یکی از بخش هایی که انتظار رشد بالقوه در آن وجود دارد بخش صادرات است، چرا که صنعت فرش ماشینی از لحاظ تکنولوژی در جایگاه قابل قبولی در دنیار برخوردار است و در صورت رفع موانع تحریمی و سیاسی، می توان در این بخش شاهد رشد سریعی بود. از جهت دیگر با رشد و گسترش برندهای مطرح در زمینه فرش، بازار بالقوه و مناسبی برای این برند ها ظهور می کند، بازاری که در گذشته توسط کارگاه های کوچک رفع تقاضا می شد.

- رقبا را می توان در چند دو بخش ذیل مورد ارزیابی قرار داد:

اول در زمینه فروش: یکی از بزرگترین رقبا در این قسمت هایپرهای بزرگ فروش فرش هستند

دوم در زمینه تأمین مواد اولیه: فعلاً در این بخش تعادل بین عرضه و تقاضا رخ نداده است و نیاز است تولیدکنندگان در این قسمت بیش از پیش سرمایه گذاری کنند. زیرا به سبب قرار گرفتن تولیدکنندگان کوچک در زیر مجموعه برند ها، یکی از رقابت های بزرگ در این صنعت، جذب سهم این تولیدکنندگان کوچک، توسط برند ها خواهد بود.

از مزیت های رقابتی نیز می توان به مواردی نظیر ارتباط با بازار، عرضه با هزینه کارا، دسترسی به نیروی کار ماهر، ارتباط با مراکز تحقیقاتی و اثر هم افزایی اشاره نمود

۵-۱- قوانین و مقررات و سایر عوامل برون سازمانی موثر بر شرکت

یکی از مقررات حاکم بر صنعت فرش، عدم اجازه واردات فرش از کشورهای دیگر است که موجب می گردد در برخی مواقع اگر فرش خاصی در خارج از کشور تولید می شود امکان ورود آن به داخل کشور جهت الگو برداری یا تنوع در سبد خرید مشتری وجود نداشته باشد و حتی این موضوع باعث شده فرش های دست باف هم برای رفو وارد کشور نشوند و به کشورهای همسایه ارسال شوند که از عواقب آن می توان به عدم ورود ارز به داخل کشور و مهاجرت استادکارهای ایرانی به کشورهای همسایه اشاره نمود.

۶-۱- محیط کسب و کار و فرصت‌ها و ریسک‌های حاکم بر محیط

- روند گذشته، حال و چشم‌انداز آتی محیط عوامل اصلی موفقیت در صنعت :

اگر چه زادگاه و خاستگاه فرش دستباف کشورهای شرقی به ویژه ایران است، اما این کشورها در طی بیش از ۲۰۰۰ سال، تلاش چندانی برای یافتن روش‌های جدید تولید قالی و یا ماشینی شدن آن انجام نداده‌اند در مقابل در اروپا و به ویژه در کشورهای فرانسه و انگلستان تلاش‌های فراوانی برای ابداع روش‌های جدید تولید فرش دستباف و افزایش سرعت تولید انجام شد، که نتیجه این تلاش‌ها منجر به پیدایش ماشین‌آلات و روش‌های پیشرفته صنعتی برای تولید فرش ماشینی طی ۲۰۰ سال گذشته شده است. نخستین هدف از صنعتی کردن بافندگی فرش ماشینی، تولید فرش‌هایی شبیه فرش دستباف با هزینه کمتر و یا به عبارت دیگر، گسترش بازار فرش از قصرها و کاخ‌های سلطنتی به داخل خانه‌های مردم به ویژه قشر متوسط و حتی کم‌درآمد جامعه است. پیدایش صنعت فرش ماشینی در ایران به ابتدای دهه ۵۰ شمسی باز می‌گردد که کارخانجات مخمل و ابریشم کاشان در سال ۱۳۵۱، به تولید اولین فرش ماشینی ایرانی با استفاده از الیاف مصنوعی پرداختند. با وجود کیفیت نه‌چندان مناسب این فرش‌ها، به علت قیمت پایین و وزن بسیار مناسب آنها، این فرش‌ها سریعاً بین مردم محبوب شدند. بعد از انقلاب و مصادره شرکت‌های بزرگ تولیدی فرش ماشینی این صنعت رو به افول رفت اما تقریباً در سالهای نزدیک به دهه ۷۰ رشد این صنعت دوباره در بخش خصوصی قوت گرفت و با احداث تعداد زیادی کارخانه، رقابت شروع شد و هم‌اکنون بیش از ۷۲۰ شرکت فرش ماشینی در حال تولید این محصول هستند. هم‌چنین آینده این صنعت با توجه به روند تصاعدی توان مالی برند‌های مطرح، ادغام برند‌ها با یکدیگر و یا ادغام برند‌های کوچک‌تر با برند‌های بزرگ‌تر با حفظ توان حضور و بزرگ شدن صنعت بازار و فروش محصولات پیش‌بینی می‌شود.

فرش ماشینی یکی از کالاهای نسبتاً بادوام در سبد کالای خانوارهای ایرانی است که علاوه بر کارکردهای متداول و معمول، عنصری از تزئینات داخلی ساختمان هر خانواده ایرانی محسوب می‌شود. این محصول ریشه در فرهنگ چند هزار ساله ایرانی داشته و سبک خاصی از لحاظ استانداردهای کیفی را برای خود به وجود آورده است. تکرار دو عامل یاد شده در یک محدوده جغرافیایی با گذشت زمان و تغییر سلیقه ایرانی و هم‌چنین عدم وجود رقبای خارجی در بازار داخل ایران باعث می‌شود این محصول تهدیدی از طرف رقبای خارجی و واردات این محصول احساس نکند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت این صنعت تا سال‌ها در داخل ایران زنده و پویا است و تولید کنندگان و فروشندگان در صورت مهار مباحث اقتصادی و تورمی، به حیات خود ادامه خواهند داد. با ورود ماشین‌آلات و تکنولوژیهای به روز تولید فرش ماشینی، رقابت سنگینی بین تولیدکنندگان این کالا بر سر شانه، تراکم، رنگبندی، ابعاد، طرح و نقش آن بالا گرفت. علاوه بر این موارد کیفیت مواد اولیه محصول نهایی، تکمیل بودن سبد محصول و به روز بودن سازمان فروش نیز از عوامل اصلی موفقیت می‌باشد. از سوی دیگر قیمت تمام شده محصول در کنار کیفیت آن یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند رمز اصلی این موفقیت باشد. لازمه این دو مورد تیراژ بالای تولید است که هم‌بهای تمام شده را کاهش می‌دهد و هم توان مالی برای خرید مواد اولیه مرغوب را فراهم می‌کند.

- موانع ورود به صنعت فرش ماشینی در ایران را می‌توان به چند بخش تقسیم نمود:

هزینه‌های راه‌اندازی بالا: این صنعت به واسطه وارداتی بودن دو بخش از زنجیره ارزش خود، صنعت پر هزینه محسوب می‌گردد. اول این که ماشین‌آلات کاملاً وارداتی بوده و هزینه‌های چند ده میلیاردی برای هر دستگاه باید پرداخت شود. در کنار آن حجم عظیمی از مواد اولیه آن وارداتی می‌باشد که این دو عامل در کنار تورم و نرخ ارز، خود می‌تواند از موانع بزرگ ورود به این صنعت باشد.



دپو مواد اولیه: از دیگر ویژگی های این صنعت آن است که به واسطه محدودیت ظرفیت تولید کنندگان مواد اولیه، و رقابت بر سر تأمین این مواد، گاهی تولید کنندگان مجبور به ذخیره این مواد می شوند. که در کنار قیمت بالای مواد اولیه و هزینه های انبار داری، باید به بحث خواب سرمایه نیز توجه شود.

شبکه فروش: به واسطه این که بخش قابل توجهی از فروشندگان این محصول، کاسبان با سابقه بالا هستند، لذا اعتبار و وفاداری یکی از مشخصات اصلی این قشر محسوب می شود. این عامل برای رقبای جدیدی که قصد ورود به بازار را داشته باشند، می توان مشکل بزرگی در زمینه فروش ایجاد کند.

سرمایه در گردش: موارد اشاره شده در بالا همگی به نوعی وجود سرمایه در گردش بالا را یادآوری می کند. داشتن میزان سرمایه در گردش بالا توانایی برند را در تحقق موارد فوق تضمین کند.

۱-۷- محصولات و روش‌های توزیع آنها

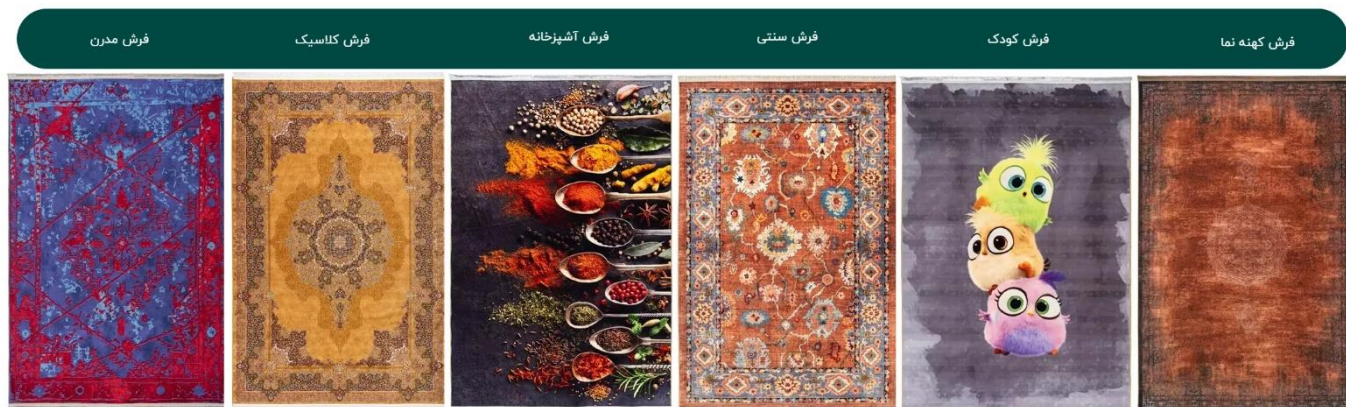
تابلو فرش، پادری و فرشهای ساده و برجسته کلاریس، آکریلیک و ویسکوز در شانه‌های ۳۵۰، ۴۴۰، ۵۰۰، ۷۰۰، ۱۰۰۰، ۱۲۰۰، ۱۵۰۰ با تراکمهای متفاوت ۲۱۰۰، ۲۵۵۰ و ... در ابعاد ۴، ۶، ۹، ۱۲ متری و ... از انواع محصولات تولیدی شرکت می‌باشند که فروش به خریداران عمده نظیر شهر فرش، سرای ایرانی و اشخاص از طریق انعقاد قراردادهای مدت دار با حجم سفارش بالا، همچنین فروش از طریق و شعبات (نمایشگاه‌ها) متمرکز در سطح شهرها و استانهای مختلف و فروش به مصرف کنندگان نهایی از طریق سایت فروش آنلاین انجام می‌گردد.

جهت فروش مستقیم به مصرف کنندگان نهایی (خرده فروشی)، شرکت دارای ۱۹ شعبه به شرح ذیل می‌باشد که علاوه بر آنها، تصمیم قطعی به راه اندازی شعبه‌های دیگر در شهرهای مختلف دارد اما محل راه اندازی آنها در حال بررسی و مطالعات محیطی مورد نیاز می‌باشد.

شعبه‌های فروش فرش محتشم



نمونه‌هایی از محصولات فرش محتشم



۹-۱- وضعیت جاری فعالیت‌های اصلی و زیربنایی شرکت و تغییرات آنها نسبت به قبل

وضعیت جاری فعالیت اصلی شرکت در حالت کلی تولید فرش ماشینی در انواع مختلف آن می باشد. تمامی این فعالیت ها علی رغم همه تفاوت ها در نوع و جنس الیاف تولیدی، زیر مجموعه فرش ماشینی قرار می گیرند. علی رغم این شباهت ها، تفاوت هایی نیز وجود دارند. در زمینه این تفاوت ها، تغییراتی طی سالهای گذشته به وقوع پیوسته است. در کنار تولید فرش اکریلیک، از سال ۱۳۹۶ تولید فرش های کلاریس به مجموعه اضافه شده است و سپس در راستای قرار گرفتن هر چه بیشتر در موازات فناوری صنعت، از سال ۱۴۰۲ تولید اکریلیک پلاس نیز به مجموعه اضافه خواهد شد.

همچنین یکی از فعالیت های زیر بنایی شرکت ورود به بازار خرده فروشی به منظور حفظ توان رقابت در بازار فروش برای سال های آتی می باشد.

۱۰-۱- فعالیت‌های فعلی، موقعیت فعالیت‌ها و خطوط تجاری جدید

شرکت فرش محتشم در زمینه تولید فرش ماشینی فعالیت می کند. این فعالیت ها شامل تولید انواع محصولات مختلف شامل تولید فرش اکریلیک، کلاریس، ویسکوز و اکریلیک پلاس می باشد. این محصولات در شانه های متفاوت (۷-۱) به تولید می رسند. شرکت قصد دارد تا در سال های آینده به سمت توسعه کسب و کار در جهت حرکت به سمت تکمیل زنجیره ارزش خود می باشد. این حرکت به نحوی به سمت هلدینگ شدن این مجموعه پیش خواهد رفت. از جمله این برنامه ها راه اندازی شرکت ریسندگی، تأسیس شرکت دیجیتال مارکتینگ، ساخت قطعات و ... می باشد.

۱۱-۱- عواملی عمده مؤثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت

تکنولوژی: تحولات تکنولوژی در این صنعت با رشد بالایی همراه نیست. در سال های گذشته تحولات تکنولوژی باعث افزایش شانه و تراکم گردید. به نظر می رسد طی چند سال آینده با تحولات تکنولوژی شگرفی رو به رو نباشیم نخست به این دلیل که در نمایشگاه های بین المللی، ابداعات جدیدی برای این بخش از نساجی صورت نگرفته است؛ دوماً به نظر می رسد سلیقه مردم ایران در حال حاضر با بالا تر رفتن شانه و تراکم فرش ماشینی همراه نباشد؛ سوماً تحولات چند سال گذشته این صنعت به گونه ای بوده است که بر پایه دانش و دستاوردهای قبلی بوده به نحوی که با بررسی تکنولوژی قدیمی تا حدی توانسته اند نسخه به روزی از تکنولوژی را همراه خود داشته باشند.

همچنین با توجه به بوم کسب و کار و سرعت کند تحولات تکنولوژیکی، سرمایه گذارهای بزرگ می توانند به عنوان تولید کننده ظاهر شوند؛ اما نکته قابل تأمل اینکه فعلاً با توجه به محدود بودن تولیدکنندگان و وابستگی شدید به مدیریت کلان سازمانی مدرن که در صنعت فرش معمول نیست، ریسک سرمایه گذاری در صنعت چاپ فرش بالا رفته است. لذا برند هایی چون فرش محتشم که توانسته اند صنعت چاپ فرش را بومی سازی کنند، هم اکنون از مزیت رقابتی غیر قابل تقلیدی برخوردارند که در نتیجه قدرت بیشتری در بازار فرش دارند.

تورم: جدا از بحث تحولات تکنولوژی، از سوی دیگر در اثر تورم هزینه های خرید، راه اندازی و نگهداری واحد های صنعتی بالا رفته است و در کنار آن هزینه های خرید مواد اولیه نیز به همین نسبت افزایش یافته است. در نتیجه واحد های کوچک سعی دارند به عنوان زیر مجموعه واحد های بزرگتر فعالیت کنند و با اجازه دادن دستگاه های خود در زنجیره تأمین و ارزش، بار خرید مواد اولیه و هزینه های توزیع و برندینگ را از دوش خود برداشته و این مباحث را به واحد های بزرگ تر می سپارند. در نتیجه بازار در آینده رقابت بین چند برند بزرگ خواهد بود



در زمینه فروش نیز تورم باعث قدرت گیری هایپر های بزرگ فرش می شود زیرا این هایپر ها به صورت بالقوه دارای چند قدرت هستند:

- قدرت مالی: برای اجرای انواع مدل های مختلف فروش
- قدرت فرهنگی: با ایجاد فضاهای فرهنگی مانع جهش فرش ماشینی به دهک های بالای جامعه می شوند. در نتیجه فرش به عنوان محصول فرهنگی در سبد محصول طبقه متوسط جامعه باقی می ماند و بدین ترتیب از شکاف طبقاتی حداقل در فرهنگ، ذهن و ظاهر خانه ها جلوگیری می کنند
- قدرت امنیتی: به جهت تضمین فروش و در راستای قدرت فرهنگی که دارند، می توانند برای تعداد افرادی که به صورت مستقیم و غیر مستقیم در این صنعت شاغل هستند، حفظ شغل کنند. در کنار این امر، تنوع تولیدات و تکامل هر چه بیشتر سبد تولیدی این محصول توانسته نیازهای متنوع خانواده ها را پاسخ دهد.

پیشرفت این صنعت در دو سوی زنجیره تأمین و فروش نیز به حرفه ای تر شدن این بازار کمک شایانی نمود و توانسته کارگاه های تولیدی فرش ماشینی را به مرور به برندهای مطرحی در این صنعت تبدیل کند. از سوی دیگر ایران در سال های اخیر به دلیل تحریم ها و مسایل سیاسی بسیاری از بازارهای صادراتی خود را از دست داده است و کشور های دیگر از جمله ترکیه سهم ایران را در این بازار های گرفته اند.

۱-۱۲- موضوعات مؤثر بر عملیات آتی شرکت

یکی از عوامل تأثیر گذار بر عملیات شرکت در آینده این است که با توجه به اینکه سلیقه کشورهای اروپایی در انتخاب اندازه و مدل فرش تغییر نموده است قطعاً این تغییر سلیقه به کشور ایران و سایر کشورهای دیگر نیز نفوذ خواهد کرد. به بیان واضحتر، کشش سلیقه افراد بیشتر به سمت و سویی رفته است که نیازمند فرشهای کوچکتر و ارزانتر با طرح های متنوع (و حتی طرح مدنظر خود) برای هماهنگی و همخوان کردن دکوراسیونها، تغییر مداوم و تنوع بخشی به دکوراسیون می باشند، بنابراین شرکت جهت پوشش این موضوع تصمیم به راه اندازی و خرید دستگاه تافتینگ (ترکیب موکت و فرش) و راه اندازی دستگاه چاپ کلاریس نموده است که این دستگاه چاپ باعث می شود دستگاه های قدیمی از کار افتاده نشوند و شروع به تولید فرش ساده و سفید بافت (جهت ارسال به قسمت چاپ) نمایند.

از موارد دیگری که ممکن است در آینده نه چندان دور بر عملکرد آتی شرکت و اجرای طرح های توسعه ای اثر مستقیم بگذارد بحث نیروی انسانی است. علی رغم اینکه دسترسی به نیروی متخصص و با تجربه، به دلیل حضور شرکت محتشم در مرکز اصلی تولیدات این صنعت در استان اصفهان (شهرستان کاشان)، امکان پذیر است اما به دلیل تغییرات عمده در ساختار کلی هرم سنی جمعیت ایران، طی سالهای گذشته و تغییرات این ساختار از هر می شکل به زنگوله ای شکل و کاهش سطح نیروی جوان در طی سالهای گذشته، انتظار می رود دسترسی راحت به نیروی کار در سطوح کارگری در آینده با مشکلات جدی مواجه باشد.

از دیگر عوامل تأثیر گذار از یک دهه پیش بر عملیات سازمان، تحریم های بین المللی است که انتقال پول به منظور واردات تکنولوژی و مواد اولیه و صادرات محصولات را با محدودیت روبرو نموده است در صورت ادامه دار بودن عواقب خوبی در پی نخواهد داشت.

وجود هایپر های بزرگ فرش نیز از جمله عواملی است که می توان گفت بر عملیات آتی سازمان تأثیر گذار است. وجود این هایپر ها و تقاضای ایجاد شده در بازار، محتشم را به سمت توسعه شبکه خرده فروشی کشانده و از طرفی این توسعه شبکه خرده فروشی نیازمند تکمیل هر چه بیشتر سبد محصول می باشد.



۱-۱۳- موضوعات مؤثر بر عملیات جاری شرکت

شرکت فرش محتشم به عنوان اولین برند تولید کننده فرش های کلاریس، در طی سالیان گذشته با چالش های این فناوری جدید به شدت درگیر بوده است. از آنجایی که این فناوری برای اولین بار در ایران مورد استفاده قرار می گرفت، بالطبع چالش های آن نیز باید توسط خود شرکت مورد شناسایی و حل می شد. چالش شناخت چاپ روی فرش، نوع عملکرد دستگاه در شرایط گوناگون و شناخت عملکردهای اولیه همگی از جمله مواردی بودند که طی سال های گذشته مورد بررسی و حل مسئله قرار گرفته و انتظار می رود طی سالهای آتی با این چالش ها روبه رو نباشیم. تجربه استفاده از دستگاه کلاریس به صورت فزاینده ای برای به کار گیری در دستگاه اکریلیک پلاس مورد استفاده قرار خواهد گرفت. به بیان ساده تر دستگاه چاپ تا اکنون روی نخ پلی استر انجام می شد و قابلیت چاپ روی نخ اکریلیک تکنولوژی جدیدی است که شرکت به بازار عرضه خواهد نمود.

۱-۱۴- رویدادها، اتفاقات یا معاملاتی که اندازه گیری اثر آن بر شرکت، همراه با ابهام عمده است

یکی از اتفاقاتی که در معاملات سازمان می تواند اثر گذار باشد اما اندازه گیری میزان این تأثیر همواره با چالش همراه بوده است، قرار داد های تأمین مواد اولیه و ... است. این قرارداد ها معمولاً در بازه زمانی میان مدت بسته می شوند و پیش بینی عوامل دخیل در تعیین قیمت برای بازه های زمانی داخل این قرار داد ها با چالش مواجه است. چرا که پیش بینی میزان دقیق تورم، نرخ ارز، تقاضای بازار و ... دارای ابهام است و هرچند جهت انعقاد قرارداد اصرار بر انعقاد کوتاه مدت است ولی لزوماً برای همه تأمین کنندگان این موضوع عملی نخواهد شد و بالطبع قیمت گذاری برای بازه های زمانی مورد نظر با ابهاماتی مواجه است.



۱-۱۵- اطلاعات مدیران شرکت

نام و نام خانوادگی	سمت	تاریخ انتصاب	تحصیلات	سوابق
غلامرضا رحیمی	رئیس هیات مدیره	۱۴۰۲/۱۲/۲۲	دیپلم	فرش محتشم
علی رحیمی	عضو هیات مدیره	۱۴۰۲/۱۲/۲۲	کارشناسی بازرگانی	فرش محتشم
حسین رحیمی	عضو هیات مدیره و مدیرعامل	۱۴۰۲/۱۲/۲۲	کارشناسی مهندسی مواد	فرش محتشم
مجید صفری	نایب رئیس هیات مدیره	۱۴۰۲/۱۲/۲۲	فوق دیپلم حسابداری	شرکتهای
مهدی رضایی	عضو اصلی هیات مدیره	۱۴۰۲/۱۲/۲۲	دکترای حسابداری مالی	فرش متعدد

۱-۱۶- ترکیب سهامداران

ارزش اسمی هر سهم هزار ریال

ردیف	نام سهامداران	تعداد سهام	درصد
۱	غلامرضا رحیمی	۱,۰۹۶,۰۰۰,۰۰۰	۵۴.۸
۲	حسین رحیمی	۶۹۹,۹۸۸,۰۰۰	۳۵
۳	زهرا وطنخواه کاشی	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰
۴	مرتضی رحیمی	۴,۰۰۰,۰۰۰	۰.۲
۵	علی رحیمی	۶,۰۰۰	-
۶	فهیمه معتمدی نژاد	۴,۰۰۰	-
۷	مجید صفری	۱,۰۰۰	-
۸	مهدی رضایی	۱,۰۰۰	-
	جمع	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰

۲- اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به آن اهداف

۲-۱- اهداف بلندمدت و کوتاهمدت و اولویت آنها برای یک دوره زمانی معقول آتی

از اهداف شرکت می توان به توسعه خط تولید فرش ساده بافت، اکریلیک پلاس چاپ، راه اندازی خط تولید نساجی و افتتاح شعبه های خرده فروشی اشاره نمود که در برنامه های آتی شرکت تا ۲۴ ماه آینده می باشد، برخی از آنها از سالهای قبل شروع شده اند و در جریان می باشند؛ در بندهای بعدی (۳-۲ و ۴-۲) به وضوح درباره این موارد صحبت می شود.

۲-۲- چگونگی مواجهه مدیر با روندهای بازار و تهدیدها و فرصت های برآمده از آن روندها و نحوه اندازه گیری میزان موفقیت و

دوره زمانی ارزیابی آن

- بهره گیری از مشاورین اقتصادی مرتبط با موضوع بابت چالش های کلان اقتصادی و سیاسی و تاثیر آن بر روندها

- تطابق نتایج OKR در بخش بازرگانی با فرصت ها و تهدیدهای بازار

- استفاده در حد توان از ابزارهای مختلف بازرگانی مالی جهت رویارویی با تهدیدها



۲-۳- برنامه توسعه محصولات یا خدمات جدید

- راه اندازی پروژه در جریان ریسندگی (تولید نخ اکریلیک) با ظرفیت ۲۵۰۰ تن نخ در سال، در شهرک صنعتی امیرکبیر واقع در چند کیلومتری جعفرآباد در شهر کاشان به مساحت ۸۸۴۲۲ متر مربع در ۸ ماه آینده (رجوع به بند پروژه های شرکت)

- راه اندازی خط تولید اکریلیک پلاس تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- واردات دو دستگاه تولید رول خام اکریلیک تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- واردات دو دستگاه بافت فرش اکریلیک تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- راه اندازی خطوط ذوب ریسی تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- راه اندازی خطوط تولید محصول تافتینگ تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- راه اندازی خط بکینگ تا پایان سال ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

- طرح جمع آوری سرمایه خرد و کلان و اعطای سود بالاتر از سود سپرده های بانکی به سرمایه گذاران

برنامه توسعه آتی شرکت در راستای تکمیل زنجیره تأمین خط تولید اکریلیک پلاس، تکمیل زنجیره تأمین محصولات اکریلیک بافت و نیز افزایش میزان تولید در راستای پاسخگویی به نیاز بازار به شرح زیر ذیل است:

در مورد تکمیل زنجیره تأمین و نیز اطمینان از تأمین با کیفیت و به موقع مواد اولیه مورد نیاز جهت تولید محصولات اکریلیک، یکی از برنامه های شرکت اضافه نمودن یک خط ریسندگی با تکنولوژی روز به مجموعه خود است.

در جهت راه اندازی خط تولید اکریلیک پلاس، یکی از مواد اولیه یا به عبارت بهتر محصول نیمه ساخته مورد نیاز این خط رول خام سفید از جنس اکریلیک می باشد که به علت تکمیل بودن ظرفیت ماشین های بافت فرش، اکنون این کالای نیمه ساخته به صورت خدماتی از سایر اشخاص تهیه می گردد نتیجتاً تهیه دو دستگاه ساده (سفید) بافت اکریلیک جهت تأمین رول مورد نیاز یکی دیگر از برنامه های آتی شرکت می باشد.

با توجه به ظرفیت بازار محصولات اکریلیک، هم اکنون بخشی از سفارشات به صورت برون سپاری تأمین می گردد، در همین راستا تهیه دو دستگاه بافت فرش اکریلیک نیز در برنامه توسعه آتی شرکت دیده شده است.

از موارد دیگر تکمیل زنجیره تأمین نخ پلی استر، راه اندازی خطوط ذوب ریسی و خطوط تابندگی مربوطه و تکسچرایزینگ می باشد، لازم به ذکر است سرعت تولید رول ذوب ریسی نسبت به خشک ریسی و تر ریسی بالاتر بوده و نخ تولید شده با این روش صاف و بدون برجستگی می باشد.

بابت تکمیل سبد محصول، راه اندازی خطوط تولید محصول تافتینگ (ترکیب موکت فرش) و نیز جهت ارتقا مشخصه کیفیت و استحکام محصول تافتینگ، راه اندازی خط بکینگ نیز در برنامه توسعه شرکت می باشد.

۲-۴- برنامه توسعه شبکه ها یا بازارهای جدید توزیع

افزایش شبکه های خرده فروشی که از حدود دو سال پیش شروع شده یک از جمله مواردی است که فروشنده از طریق آن به مصرف کننده نهایی متصل می گردد و به نوعی شبکه توزیع جدیدی ایجاد می گردد؛ شرکت قصد دارد علاوه بر ۱۶ شعبه متمرکز خود در شهرهای مختلف اشاره شده در بند ۷-۱ فوق، عملیات راه اندازی ۱۴ شعبه دیگر را نیز پیاده سازی نماید که از ابتدای سال ۱۴۰۲ این موضوع نیز شروع و در جریان است.

همچنین توسعه شبکه فروش محتشم یا همان "خانه محتشم ها" به عنوان یکی دیگر از بازارهای توزیع بر اساس مشارکت با سایرین انجام می گیرد، لذا پیش بینی دقیق این شبکه تا حدی غیر ممکن است. اما برای این توسعه چارچوب ها و ضوابطی وجود دارد. به عنوان



مثال فاکتورهای جمعیت و تعداد خانواده، درآمد سرانه، میزان رونق خرید فرش ماشینی در شهر مورد نظر و ... از جمله مواردی هستند که بر اساس آن شهرهای مورد نظر انتخاب می شوند. در حال حاضر شهر های سمنان، خرم آباد، کوهدشت، ایرانشهر از جمله شهرهایی هستند که به منظور تأسیس خانه محتشم های بعدی مورد هدف قرار گرفته اند. اما به طور کلی در گام نخست تعداد "خانه محتشم ها" ۳۰ عدد است و در گام بعدی شروع توسعه شبکه خرده فروشی، محتشم مصمم است تعداد آنها را به بیش از دو برابر برساند.

۲-۵- راهبردهای شرکت برای مواجهه با افزایش هزینه مواد اولیه

با توجه به اینکه افزایش قیمت مواد اولیه موضوعی اجتناب ناپذیر در سطح اقتصاد کلان کشور است و طبیعتاً در قیمت فروش محصولات نیز تأثیرگذار است بنابراین می تواند در قدرت خرید مصرف کننده تا مدتی تأثیر گذاشته تا زمانی که تعادل بین درآمد و هزینه های مصرف کنندگان برقرار باشد که در طول این مدت ابزار مدیریتی به اینصورت خواهد بود:

- استفاده همزمان از شیوه های تأمین محصول از طریق بازرگانی فروش و هم افزایی بی تو بی

- استفاده از ابزارهای تأمین مالی جهت خرید مواد

- کاهش سربار متغیر جهت کاهش بهای فروش محصول، ارائه تحفیات فروش و افزایش فروش شرایطی جهت حفظ قدرت خرید مصرف کننده

- دیوی محصولات تا زمان بازگشت بازار به شرایط عادی

۲-۶- برنامه ریزی برای رسیدن به اهداف و راهبردها

برنامه ریزی های متفاوتی در هر برهه از زمان ممکن است با توجه به شرایط عمومی، اجتماعی و اقتصادی و ... نیازمند طراحی گردد ولی در حال حاضر برای دستیابی به اهدافی نظیر گسترش تولید، از جمله برنامه ریزی های انجام شده افزایش صادرات جهت ورود ارز بابت تأمین مواد اولیه و ماشین آلات و ... می باشد و همچنین در راستای افزایش تولیدات نیز تصمیم به راه اندازی خط تولید جدید با برنامه ریزی ورود وجه نقد از طریق دریافت وام های کلان از سیستم بانکی و فعالیتهای عملیاتی شرکت می باشد. در کنار این موضوعات دریافت وجه از سهامداران در شرایط ضروری و همچنین جمع آوری سرمایه های خرد و کلان سرمایه گذاران و نیز مد نظر قرار دارد. ضمناً بعد از پذیرفته شدن در بازار سرمایه می توان تصمیمات و برنامه ریزی های جدیدی در همان راستا جهت ورود وجه نقد به داخل شرکت گرفت.

۲-۷- پیش بینی چالش ها و ریسک های پیش رو برای دستیابی به اهداف مدیر

از مهمترین ریسک های پیش رو می تواند ریسک عدم تأمین وام و اعتبار بانکی برای هدف راه اندازی پروژه خط تولید نساجی اشاره نمود که اگر به موقع دریافت نشود ممکن است برنامه دوساله پروژه مذکور به تعویق افتد. ولی با توجه به انجام شدن این موضوع و در پروسه بودن مراحل اخذ وام فعلاً مشکل جدی ای وجود ندارد مگر اینکه در برنامه های کلان کشور موضوعاتی پیش آید که سیستم بانکی را نیز تحت تأثیر قرار دهد. که در این صورت وجوه نقد راه اندازی این پروژه باید از روشهای دیگری تأمین گردد که در زمان پذیرفته شدن شرکت در بازار سرمایه و استفاده از مزایای موجود این مانع رفع خواهد شد.

۸-۲- اطلاعاتی در خصوص مسئولیت‌های اجتماعی و زیست محیطی شرکت

در قبال مسئولیت‌های انسانی و اجتماعی که در جامعه وجود دارد، مواردی از قبیل امدادرسانی به حیوانات، کمک به افراد بی بضاعت، یتیم خانه، مرکز نابینایان، مراکز خیریه، سالمندان، طرح اکران سی‌فرزند و یا پاداش‌های عملکرد و بهره‌وری و راندمان تولید و ... نیز توسط شرکت انجام می‌گردد.

از عوامل زیست محیطی انجام شده در شرکت نیز می‌توان به این موضوع اشاره داشت: فیلتراسیون تسویه دود اسکرابر فعال با آب، برای خروجی‌های اتاقک کلاریس که کاهش میزان آلاینده‌گی را به همراه داشته است، اسید نیتریک و تیزآب‌های موجود در آلودگی، به وسیله دستگاه نصب شده، تصفیه و سطح آلاینده‌گی‌های زیست محیطی طبق بررسی تیم تحقیقاتی پیمانکار طبق آزمایشات تعیین شده به میزان ۳۰٪ کمتر از حد مجاز است. در برنامه‌های آتی نیز افزایش مخزن اسکرابر و نصب فیلتر خروجی وجود دارد.

مزایای اقدامات به شرح ذیل است:

- از بین رفتن دود و تصفیه آن براساس شاخص زیست محیطی
- از بین رفتن دود فضای داخلی سالن تولید
- کاهش ناشی روغن ناشی از دود به داخل کانال‌های فیکسیشن و درایر
- کاهش قطرات ناشی از روغن روی فرش به نظر QC

۳- مهمترین منابع، ریسک‌ها و روابط

۱-۳- اطلاعاتی در خصوص منابع، ریسک‌ها و روابطی که به اعتقاد مدیر می‌تواند بر ارزش شرکت تأثیرگذار باشند و همچنین

چگونگی مدیریت این منابع، ریسک‌ها و روابط

در مورد روابط: می‌توان به روابط فی‌مابین بین شرکت با تأمین‌کنندگان و خریداران عمده اشاره نمود که بخش اصلی عملیات شرکت می‌باشد، این روابط و اعتبار متقابل به گونه‌ای است که در اکثر مواقع معاملات از طریق چک‌های بلند مدت انجام می‌شود یا برعکس در مواردی که شرکت نیاز به وجوه نقد داشته باشد معاملات از طریق پیش‌دریافت انجام می‌گردد که با توجه به شرایط امروز اقتصاد و جامعه می‌توان گفت که روابط این‌چنینی در زمره بهترین منابع محسوب می‌گردد. همچنین روابط کارکنان و کارفرما در این شرکت به گونه‌ای است که به جرأت می‌توان گفت که در حد بیش از ۹۵ درصد این روابط به صورت کاملاً دوستانه بوده و به نوعی فرش محتشم را تبدیل به یک خانواده بزرگ نموده است.

در مورد منابع: منابعی که در این شرکت وجود دارد به صورت ذیل می‌باشند:

- فروش تولیدات ناشی از فعالیت عملیاتی شرکت
- دارایی‌های در جریان ساخت و سایر دارایی‌ها
- از دیگر منابع مهم، سرمایه انسانی متخصص در بالاترین سطح تجربه تخصصی تولید فرش می‌باشد که آموزش‌های دوره‌ای عمومی و تخصصی آنها، جهت دهی آنها بر اساس تخصص و شیوه‌های شخصیت‌شناسی بابت بهره‌وری حداکثری و ارتباط مداوم با شرکت‌های به روز باعث شده سرمایه‌های انسانی، نقش بسزایی در پیشبرد اهداف سازمان داشته باشند.

در جدول ذیل اطلاعاتی در مورد پرسنل آورده شده :

مدرک تحصیلی	سابقه در محتشم	ستاد	صف	جمع
دیپلم و زیردیپلم	کمتر از یکسال	۹	۹۷	۱۰۶
	یک تا ۵ سال	۱۰	۱۶۷	۱۷۷
	پنج تا ۱۰ سال	۹	۱۳۳	۱۴۲
	ده تا ۱۵ سال	۱	۹	۱۰
	پانزده تا ۲۰ سال	۱	۱	۲
		۳۰	۴۰۷	۴۳۷
فوق دیپلم	کمتر از یکسال	۱	۱	۲
	یک تا ۵ سال	۲	۱	۳
	پنج تا ۱۰ سال	۲	۳	۵
	ده تا ۱۵ سال	۱	-	۱
		۶	۵	۱۱
لیسانس	کمتر از یکسال	۲۲	۴	۲۶
	یک تا ۵ سال	۶۱	۱۱	۷۲
	پنج تا ۱۰ سال	۹	۱۱	۲۰
	ده تا ۱۵ سال	۳	۳	۶
	پانزده تا ۲۰ سال	۱	-	۱
		۹۶	۲۹	۱۲۵
فوق لیسانس	کمتر از یکسال	۶	-	۶
	یک تا ۵ سال	۱۳	۳	۱۶
	پنج تا ۱۰ سال	۱	-	۱
	پانزده تا ۲۰ سال	۳	-	۳
		۲۳	۳	۲۶
دکتری	کمتر از یکسال	۲	۰	۲
		۲	۰	۲
جمع		۱۵۷	۴۵۱	۶۰۱

- همچنین علاوه بر سایر دارایی ها، دارایی های ثابت شرکت نظیر محل کارخانه و ماشین آلات تولید، بخش دیگری از منابع مهم شرکت را تشکیل داده اند. تعداد دستگاه های تولید فرش شرکت به شرح ذیل می باشد. دستگاه های مزبور قابلیت تنظیم و تغییر در شانه را دارند که توسط مهندسین خط انجام می گردد. دستگاه های رنگی بافت از ابتدا فرش رنگی تولید می کنند ولی دستگاه های سفید بافت خوراک دستگاه کلاریس را آماده می کنند؛ روش کار دستگاه چاپ کلاریس به این صورت است که با تزریق رنگ به رول های سفید، طرح مورد نظر را روی فرش چاپ می کند. علاوه بر دستگاه های تولید فرش، منابع دیگری نظیر دستگاه آهار، رول پیچ، دوخت، زیکزاک، ریشه و ... نیز در کارخانه وجود دارند.



شانه / مدل	بافت فرش (رول رنگی)	بافت فرش ساده (رول سفید)	دستگاه چاپ کلاریس	جمع
۱۵۰۰ شانه	۱ دستگاه	۱ دستگاه	-	۲ دستگاه
۱۲۰۰ شانه	۴ دستگاه	۱ دستگاه	-	۵ دستگاه
۷۰۰ شانه	۱ دستگاه	۱ دستگاه	-	۲ دستگاه
۴۴۰ شانه	۱ دستگاه	-	-	۱ دستگاه
۳۵۰ شانه	۱ دستگاه	-	-	۱ دستگاه
مدل ۱۶۱ و ۲۲۲	-	-	۲ دستگاه	۲ دستگاه
جمع	۸ دستگاه	۳ دستگاه	۲ دستگاه	۱۳ دستگاه

ریسکها: از جمله ریسکهایی که در این شرکت وجود دارد نیز به صورت ذیل می باشند:

- **ریسک اعتباری:** به ریسکی اشاره دارد که طرف قرارداد در ایفای تعهدات قراردادی خود ناتوان باشد که منجر به زیان مالی برای

شرکت شود. شرکت سیاستی مبنی بر معامله تنها با طرف های قرارداد معتبر و اخذ وثیقه کافی، در موارد مقتضی، را اتخاذ کرده است، تا ریسک اعتباری ناشی از ناتوانی در ایفای تعهدات توسط مشتریان را کاهش دهد. معاملات با شرکت هایی انجام می شود که رتبه اعتباری بالایی داشته باشد. در نتیجه با استفاده از اطلاعات مالی عمومی و سوابق معاملاتی خود، مشتریان عمده خود را رتبه بندی اعتباری می کند. آسیب پذیری شرکت و رتبه بندی اعتباری طرف قراردادهای آن، به طور مستمر نظارت شده و ارزش کل معاملات با طرف قراردادهای تأیید شده گسترش می یابد. آسیب پذیری اعتباری از طریق محدودیت های طرف قرارداد به طور سالانه توسط کمیته مدیریت ریسک بررسی و تأیید می شود. دریافتی های تجاری شامل تعداد زیادی از مشتریان است که بین صنایع متنوع و منطق جغرافیایی گسترده شده است. ارزیابی اعتباری مستمر بر اساس وضعیت مالی حسابهای دریافتی انجام می شود.

- **ریسک نقدینگی:** یک چهارچوب مدیریت ریسک نقدینگی مناسب برای مدیریت کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تأمین وجوه و الزامات مدیریت نقدینگی تعیین گردیده است. ریسک نقدینگی از طریق نگهداری اندوخته کافی و تسهیلات بانکی، نظارت مستمر بر جریان های نقدی پیش بینی شده، واقعی و از طریق تطبیق مقاطع سررسید دارایی ها و بدهی های مالی، مدیریت می گردد.

- **ریسک بازار:** ریسک بازار در اثر نوسانات قیمت دارایی ها... در بازار ایجاد می شود. اشخاص حقیقی و حقوقی دارایی های خود را به صورتهای مختلف مانند پول نقد، سهام، اوراق قرضه، مسکن، طلا و سایر دارایی های با ارزش نگهداری می کنند. تمام این دارایی ها در معرض تغییرات قیمت قرار دارند، و این نوسانات قیمتی مداوم، عامل اصلی ایجاد ریسک هستند. ریسک بازار که یکی از عوامل اصلی ایجاد کننده سایر ریسکها می باشد، به همراه ریسک اعتباری نقش اصلی را در اکثر ورشکستگی ها ایفا می کنند. بحران های پیاپی جهان و پیوسته مالی، ناشی از ریسک مالی است که در دو دهه اخیر در مقاطع مختلف در سطح جهان روی داده اند. لزوم مدیریت یکپارچه و کمی ریسک مالی تمرکز بر ریسک بازار و ریسک اعتباری را بیش از پیش مطرح ساخته اند. آسیب پذیری از ریسک بازار با استفاده از تجزیه و تحلیل حساسیت، اندازه گیری می شود. تجزیه و تحلیل حساسیت، تأثیر یک تغییر منطقی در نرخ های ارز در طی سال را ارزیابی می کند. دوره زمانی طولانی تر برای تجزیه و تحلیل حساسیت، ارزش در معرض ریسک را تکمیل می کند و به شرکت در ارزیابی آسیب پذیری از ریسک های بازار، کمک می کند.



- ریسک نوسانات نرخ ارز: فعالیت های شرکت در وهله اول آن را در معرض ریسک های مالی تغییرات در نرخ های مبادله ارزی قرار می دهد. شرکت به منظور مدیریت کردن آسیب پذیری از ریسک ارزی نیز با استفاده از تجزیه و تحلیل حساسیت، تأثیر یک تغییر منطقی محتمل در نرخ های ارز در طی سال را ارزیابی می کند.

- ریسک عملیاتی صادرات : عمده ترین مشکلات موجود در صنعت فرش ماشینی به حوزه صادرات این محصول مرتبط میباشد که در این راستا عواملی چون وابستگی تولید به مواد اولیه وارداتی، کمبود مواد اولیه، نوسانات قیمت ارز و افزایش شدید قیمت مواد اولیه فرش ماشینی، مشکلات ترخیص کالاها، مشکلات ساختار حمل و نقل کشوری، نقش بسیار موثری را ایفاء میکنند. علیرغم اینکه مشکلات حوزه صادرات فرش ماشینی از مهمترین مشکلات این صنعت به شمار میرود، در عین حال نقش عوامل مشکل ساز دیگری چون واسطه گری و افزایش قیمت مواد اولیه تولید داخل، نرخ تورم تولید کننده، تحریم های اقتصادی و نقش آن در صنعت فرش، تأخیر در تخصیص ارز به ثبت سفارشات قبلی، مناسبات سیاسی ایران با سایر کشورها، مهاجرت طراحان، مالیات بر ارزش افزوده را نباید نادیده انگاشت و تدابیر و راه کارهای لازم را باید اتخاذ نمود.

- ریسک انرژی : عمده انرژی مصرفی در صنعت فرش برق است. لذا تغییرات در قیمت سایر حامل های انرژی از جمله گاز، بنزین، گازوئیل و ... در عملیات و سود و زیان شرکت تأثیر قابل اهمیتی ندارد. با این حال با توجه به اتکای زیاد فعالیت های شرکت به برق ریسک قطعی برق و توقف فعالیت ماشین آلات وجود دارد که در آینده ای نزدیک از ژنراتورهای تولید برق استفاده خواهد شد و حتی برنامه برای فروش برق مازاد تولید شده هم وجود دارد.

- ریسک های زیست محیطی: با توجه به عدم استفاده قابل توجه از آب و همچنین سوخت های آلاینده همچون گازوئیل، مازوت و ... در فرآیند عملیات شرکت، ریسک های زیست محیطی چندانی متوجه عملیات شرکت نیست.

- ریسک قدیمی شدن ماشین آلات و تجهیزات : این ریسک ذاتی نباید نادیده گرفته شود. عمر مفید ماشین آلات شرکت بر اساس اعلام شرکت سازنده می باشد، با این وجود با توجه به وجود تیم مختص، برنامه بازدید های متداوم و تعمیرات اساسی دوره ای، عمر ماشین آلات شرکت بسیار فراتر از دوره ذکر شده می باشد به گونه ای که برخی از ماشین آلات نصب شده در شرکت طول عمری نزدیک به سی سال دارند.

نحوه مدیریت ریسک در شرکت محتشم به صورت دوره ای و در کمیته مربوطه انجام می گیرد. مسئول پایش و تهیه گزارشات مربوط به انواع ریسک های موجود که شامل ریسک های استراتژیک، ریسک های اجرایی، ریسک های بازار، ارزیابی های اولیه و ارائه به کمیته مربوطه، بر عهده واحد استراتژی و سیستم ها می باشد. در کنار بررسی ریسک های مورد اشاره، این واحد سعی در بررسی همه جانبه ریسک های احتمالی ناشی از تصمیمات مدیریتی میکند. بررسی ریسک های اعتباری توسط واحد حسابداری مدیریت به صورت منظم و با در نظر گرفتن شاخص های مشخص شده انجام می شود و این اطلاعات در کنار اطلاعات واحد استراتژی می تواند تا حد زیادی ریسک های موجود را تحت پوشش خود درآورد.

ساختار سازمانی واحد استراتژی و حسابداری مدیریت در زیر مجموعه معاونت توسعه و برنامه ریزی و معاونت توسعه نیز به صورت مستقیم متصل به مدیر عامل می باشد. تصمیمات و گزارشات حاصل از پایش های منظم این ریسک ها در واحد استراتژی به اطلاع مدیر عامل رسیده و بعد از بررسی در کمیته مورد نظر به هیئت مدیره ارسال می گردد.

شرکت فرش محتشم از طریق داشبورد نرم افزار پاور بی آی و با استفاده از اطلاعات و داده های رسمی همچون مرکز آمار ایران، وزارت صمت، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی و... انتشار می یابند و با تلفیق این گزارش ها با داشبورد های خود که حاصل داد های گذشته نگر به منظور تصمیم برای آینده است، سعی در رصد و اندازه گیری انواع ریسک های ممکن برای انواع تولیدات و محصولات شرکت می نماید.



۲-۳- تجزیه و تحلیل کفایت ساختار سرمایه شرکت

سرمایه شرکت در بدو تأسیس ۱۲ میلیون ریال بوده، که طی چند مرحله به شرح زیر به مبلغ ۲,۰۰۰ میلیارد ریال افزایش یافته است. ارزش اسمی هر سهم نیز از ۱۰,۰۰۰ به ۲,۵۰۰,۰۰۰ و در نهایت به ۱,۰۰۰ ریال در طی سالهای ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۸ تغییر نموده، افزایش سرمایه طی چند مرحله و مطابق جدول ذیل انجام شده است:

تاریخ ثبت افزایش سرمایه	تعداد سهام	ارزش اسمی	سرمایه جدید (میلیون ریال)	درصد افزایش	محل افزایش سرمایه
۱۳۸۳/۰۴/۰۲	۱,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۰	-	آورده نقدی-تأسیس
۱۳۹۰/۰۱/۳۱	۱,۲۰۰	۱۰,۰۰۰	۱۲	۲۰	آورده نقدی
۱۳۹۰/۰۸/۲۳	۱,۲۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰	۳,۰۰۰	۲۴,۹۰۰	آورده نقدی
۱۳۹۲/۱۱/۱۴	۸,۰۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۵۶۷	آورده نقدی
۱۳۹۶/۰۲/۲۶	۴۰,۰۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰	۱۰۰,۰۰۰	۴۰۰	مطالبات حال شده سهامداران
۱۳۹۶/۱۰/۰۵	۱۰۰,۰۰۰	۲,۵۰۰,۰۰۰	۲۵۰,۰۰۰	۱۵۰	سود انباشته
۱۳۹۸/۰۶/۲۶	۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۳۵۰,۰۰۰	۴۰	سود انباشته
۱۳۹۹/۰۲/۰۱	۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۵۰۰,۰۰۰	۴۳	مطالبات حال شده سهامداران
۱۴۰۰/۰۴/۰۷	۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۱,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰	مطالبات حال شده سهامداران و سود انباشته
۱۴۰۲/۰۶/۲۹	۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰	مطالبات حال شده سهامداران

نسبت بدهی به حقوق مالکانه $\left(\frac{\text{جمع بدهیها}}{\text{حقوق مالکانه}} \right)$ طی چند سال گذشته در جدول ذیل نشان‌دهنده وضعیت شرکت از نظر ساختار سرمایه می باشد:

(ارقام به

میلیون ریال)

شرح	دوره مالی ۱۴۰۳/۰۶/۳۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۸	سال ۱۳۹۸
جمع بدهی ها	۱۹,۴۴۸,۷۵۵	۱۷,۸۷۳,۰۹۸	۸,۱۷۵,۴۷۶	۶,۳۲۰,۷۵۲	۳,۱۶۵,۸۳۶	۱,۱۱۸,۵۵۹
جمع حقوق مالکانه	۹,۵۱۷,۲۲۲	۱۰,۲۹۱,۷۹۲	۵,۹۹۳,۳۱۹	۲,۳۶۳,۳۲۰	۱,۴۰۹,۴۰۷	۹۸۵,۹۶۱
نسبت	۲۰۴٪	۱۷۴٪	۱۳۶٪	۲۶۷٪	۲۲۴٪	۱۱۳٪

۳-۳- نقدینگی و جریان‌های نقدی (وضعیت هر یک از اقلام ترازنامه، صورت سود و زیان یا صورت جریان وجوه نقد که ممکن است نشان‌دهنده وضعیت نقدینگی شرکت باشند)



شرکت نساجی هدیه البرز مشهد (سهامی عام)

گزارش تفسیری مدیریت

دوره مالی منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۳

عمده فروش شرکت به صورت نقدی و پیش دریافت می باشد که بخشی از جریان ورودی وجه نقد را تشکیل می دهد و مابقی ورودی وجه نقد ناشی از دریافت تسهیلات است که جهت خرید مواد اولیه و دارایی های ثابت جهت راه اندازی خط جدید تولید و... مصرف می گردد. سرمایه در گردش از مابه تفاوت دارایی ها و بدهیهای جاری بدست آمده است.

شرح	دوره مالی ۱۴۰۳/۰۶/۳۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸
موجودی نقد	۲,۳۰۶,۹۲۰	۱,۰۲۵,۹۳۵	۵۲۵,۱۰۳	۲۲۸,۸۶۶	۲۸۱,۵۹۱	۴۷,۵۶۶
سرمایه گذاری کوتاه مدت	۲۰,۰۰۰	۱۱۵,۵۳۸	۲۲۸,۵۳۸	۳۳۰,۶۹۷	۵۳۸	۵۳۸
دریافتنیها	۹,۳۳۴,۲۳۹	۱۰,۰۷۱,۱۷۱	۴,۹۵۳,۴۹۷	۳,۵۹۷,۲۰۲	۱,۴۰۵,۹۷۳	۳۹۵,۳۷۶
موجودی مواد و کالا	۵,۷۷۹,۱۶۹	۶,۰۴۵,۵۵۵	۲,۳۷۹,۹۳۶	۱,۴۰۳,۷۷۳	۱,۵۷۵,۳۲۳	۵۰۱,۵۶۲
پیش پرداختها	۱,۴۸۹,۰۴۹	۱,۱۱۱,۰۵۱	۱,۴۳۹,۴۴۶	۱۵۴,۸۱۴	۱۰۰,۰۷۹	۷۱۱,۸۹۱
دارایی های جاری	۱۸,۹۲۹,۳۷۷	۱۸,۳۶۹,۲۴۹	۹,۵۲۶,۵۱۹	۵,۸۲۷,۰۵۷	۳,۴۷۸,۷۷۱	۱,۷۱۸,۹۳۷
بدهی های جاری	۱۶,۶۴۶,۹۷۱	۱۴,۰۳۷,۲۶۶	۷,۸۰۷,۹۷۳	۶,۱۰۴,۴۲۶	۲,۹۸۶,۲۱۶	۹۳۶,۳۸۸
سرمایه در گردش (د.ج - ب.ج)	۲,۲۸۲,۴۰۶	۴,۳۳۱,۹۸۳	۱,۷۱۸,۵۴۶	(۲۷۷,۳۶۹)	۴۹۲,۵۵۵	۷۸۲,۵۴۹
جریان نقد عملیاتی	۱,۶۴۰,۹۹۶	۱,۱۹۴,۹۸۷	۱,۱۲۹,۴۰۰	۱,۲۴۰,۶۶۵	۴۱۳,۲۰۲	(۳۷۷,۳۸۰)
جریان نقد تأمین مالی	۵۳,۲۶۶	۴,۷۰۵,۴۲۰	۱,۰۷۴,۳۷۵	۵۷۵,۸۵۳	۱۶۱,۷۲۷	۴۴۱,۶۰۴

۳-۴- هرگونه برنامه ای برای مدیریت منابع مازاد

مواردی از قبیل سرمایه گذاری در املاک و مجتمع های تجاری، اداری، ساخت سالن ورزشی، سرمایه گذاری در بانکها برای دریافت وام و ... جزئی از برنامه های مدیریت منابع آزاد می باشد. در حال حاضر نیز بخش عمده ای از منابع آزاد صرف ساخت پروژه بزرگ راه اندازی خط تولید نساجی و افزایش ماشین آلات بافت می گردد که با ارزش ترین سرمایه گذاری آتی می باشد و می تواند ارزش کارخانه و برند را چندین برابر نماید به علاوه درآینده نزدیک تولیدات شرکت حداقل به دو برابر ظرفیت فعلی با تنوع بیشتری نسبت به حال خواهد رسید.

۳-۵- برنامه ها و راهبردهای مدیر برای مقابله یا کاهش ریسک ها و میزان اثربخشی راهبردهای مدیریت ریسک

برنامه هایی که سازمان در پیش دارد در پی تأسیس واحدهای مربوطه توسط مدیریت شرکت به منظور شناسایی این ریسک ها و مقابله با آنها است. جلسات منظم با واحد های مربوطه و پیگیری تشکیل کمیته ها در سازمان از اقدامات اولیه مدیریت در شناسایی و مقابله با ریسک های موجود و آتی است.

۳-۶- ماهیت و میزان استفاده از ابزارهای مالی و سایر ابزارها و ریسک های مرتبط با آنها

اگر بخواهیم ابزارهای مالی را مطابق با تعریف موسسه ی استانداردهای حسابداری بین المللی (IAS) در نظر بگیریم، قراردادی است که به موجب آن از یک سو یک دارایی مالی برای یک نهاد و از سوی دیگر تعهد (بدهی) به انجام مسئولیت مالی و یا سرمایه ی مالی برای نهادی دیگر ایجاد می شود. طبق این تعریف یکی از ابزارهای مالی مورد استفاده شرکت انعقاد قرارداد با شرکت بافندگی خاطره کاشان می باشد با موضوع خرید آتی فرش (خریدار فرش محتشم، فروشنده بافندگی خاطره کاشان) می باشد که طبق قرارداد مزبور یک



ملک توسط فرش محتشم به بافندگی خاطره منتقل شده (با اخذ تضمین کافی) که در قبال آن در چند سال آینده بدون در نظر گرفتن تغییرات قیمت فرش، مقدار مشخصی فرش (که با قیمت زمان قرارداد محاسبه شده) توسط شرکت مزبور به فرش محتشم تحویل گردد.

۳-۷- تغییرات نرخ ارز و نرخ سود و اثرات آن بر شرکت

نوسانات نرخ ارز همواره بر روی تمامی کسب و کارهای تولیدی اثر سوء دارد لیکن با توجه به تکرار این اتفاق شرکت استراتژی نسبتاً پایداری در مواجهه با افزایش نرخ ارز و گاهی کاهش ارز دارد؛ البته افزایش نرخ ارز با توجه به قیمت‌های پایین حامل‌های انرژی حقوق پایه نیروی انسانی همواره باعث جهش حجم صادرات می گردد.

۳-۸- بدهی‌های شرکت و امکان بازپرداخت آن از سوی شرکت

با توجه به بخش ۴ و بند مربوط به نسبت‌های مالی، مشخص است که شرکت در تسویه بدهی‌های خود از توان نسبتاً مطلوبی برخوردار است ضمن اینکه تا کنون با بستنکاران خود به مشکلی نخورده و در موعد مقرر تسویه انجام می گردد. قابل ذکر است به دلیل اعتبار خوش حسابی که در شهرکاشان در بین شرکتهایی که با یکدیگر مرادوات و معاملاتی دارند وجود دارد، اغلب طلب‌ها و بدهی‌ها با توافق کتبی سه جانبه تهاتر می گردند و چکهای مورد نظر در سامانه صیادی ثبت یا تغییر و در بین شرکتها خرج می گردد.

۳-۹- منابع مورد انتظار برای تأمین مالی

بانکها و نهادهای مالی، پیش دریافت فروش به مشتریان عمده، تأمین مالی از طریق سهامداران عمده، طرح (درآینده) جمع آوری سپرده‌های خرد وکلان اشخاص در قبال پرداخت سود بیشتر از سود بانکی از جمله موارد منابع مورد انتظار تأمین مالی شرکت است. به علاوه پس از پذیرش در بازار سرمایه، مزایای تأمین مالی از طریق این بازار نیز به مجموع روشهای شرکت اضافه می گردد.

۳-۱۰- تسهیلات مالی جذب نشده، منابع نقدینگی داخلی و خارجی و دارایی‌های نقدی استفاده نشده

مبلغ ۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال تسهیلات ریالی با نرخ ۲۳٪ با دوره بازپرداخت ۵ ساله و دوره تنفس ۱۸ ماهه جهت راه اندازی پروژه در جریان تولید نخ اکرولیک می باشد که ۸۸۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال جذب نشده.

۳-۱۱- اطلاعات و نسبت‌های مربوطه در ارتباط با رتبه اعتباری شرکت

با توجه به بخش ۴ بند نسبت‌های مالی و بخش سه بند کفایت ساختار سرمایه کاملاً مشخص است که دارایی‌های شرکت بیش از دو برابر بدهی‌ها می باشند و این موضوع نشان‌دهنده این است که چه مقدار از اموال و منابع شرکت در مقابل بدهیها وجود دارد و نسبت‌های دیگر نیز توان بالای شرکت در بازپرداخت بدهی‌های خود را نشان می دهد و طبق رابطه مستقیم با رتبه اعتباری به گونه ای حاکی از بالا بودن رتبه اعتباری شرکت نیز می باشند.

۳-۱۲- معاملات بااهمیت با اشخاص وابسته و چگونگی تأثیر آنها بر عملکرد، ارزش و ماهیت کسب و کار شرکت

مانده حساب نهایی و معاملات با اشخاص وابسته که نمایانگر رابطه مالی سهامداران با شرکت است به شرح ذیل می باشد و عمدتاً در مواردی که شرکت نیازمند تأمین وجه سریع باشد ولی به دلیل اینکه اقدام از طریق سیستم بانکی و ... زمانبر است، از طریق سهامداران انجام و باز پرداخت آن در اسرع وقت انجام می گردد تا به کسب و کار و اعتبار شرکت لطمه ای وارد نشود.



شرکت نساجی هدیه البرز مشهد (سهامی عام)

گزارش تفسیری مدیریت

دوره مالی منتهی به ۳۱ شهریور ۱۴۰۳

نام شخص وابسته	درصد سهام	۱۴۰۳		
		دریافت وجه	پرداخت وجه	اجاره املاک
آقای غلامرضا رحیمی	۵۴٫۸٪	۲۶,۲۸۳	۲۷,۰۶۳	۷۸۰
آقای حسین رحیمی	۳۵٪	۲۷۲,۴۴۵	۲۷۲,۴۴۵	۰
خانم زهرا وطنخواه کاشی	۱۰٪	۰	۰	۰
جمع		۲۹۸,۷۲۸	۲۹۹,۵۰۸	۷۸۰

۳-۱۳- تغییرات در کارکنان اصلی، شامل خروج مدیران اجرایی اصلی

با توجه به سابقه مدیران و کارکنان تأثیرگذار تقریباً نرخ خروج نیروی متخصص از شرکت نزدیک به صفر می باشد

۳-۱۴- نتایج احتمالی دعاوی حقوقی و اثرات ناشی از آن

در جداول زیر دعاوی مطرح شده علیه شرکت و شرکت علیه دیگران که می تواند در بر دارنده بار مالی برای شرکت باشد عنوان گردیده است:

ردیف	خواهان/خوانده	موضوع دعوی/شکوائیه	آخرین اقدامات	آخرین وضعیت	اثر با اهمیت بر صورت مالی	میلیون ریال
دعاوی حقوقی له شرکت						
۱	سعیدکنیری بیدهند	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۴,۱۳۰
۲	شهرداری کاشان	نقض قوانین مقررات ملی ساختمان	کیفری	قرار جلب دادرسی	خیر	-
۳	موسی الرضا فتح آبادی	مطالبه وجه	اجراییه	ابلاغ اجراییه	خیر	۳۸۰
۴	شهرداری کاشان	مطالبه وجه	در حال رسیدگی	در حال رسیدگی	خیر	۶۸,۹۶۰
۵	قاسم عشقی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۱۲,۰۰۰
۶	مجتبی حسین پورفلکدهی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۶,۳۰۰
۷	کامران نعمتی کیا	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۱۰,۰۰۰
۸	سازمان تامین اجتماعی	اعتراض رای تشخیص کمیسیون	نقض رای کمیسیون	در حال اجرا	خیر	۱,۴۰۰
۹	سمیره بلوچ	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۱,۹۹۰
۱۰	رضا اندورا	مطالبه وجه	وقت رسیدگی به تاریخ ۱۴۰۳/۸/۱۹	در حال رسیدگی	خیر	۳۰۰
۱۱	یونس خزان	مطالبه وجه	وقت رسیدگی به تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۲۶	در حال رسیدگی	خیر	۲۵۳
۱۲	سارا مریوانی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۱۶۰
۱۳	محسن گود آسیایی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۱۴۰
۱۴	غلامرضا توسلی اله آباد	مطالبه وجه	وقت رسیدگی به تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۷	در حال رسیدگی	خیر	۹
۱۵	میلاد محمدزاده مقدم	مطالبه وجه	وقت رسیدگی	در حال رسیدگی	خیر	۱۰
۱۶	حسین تقی پور	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۶۰
۱۷	علیرضا خدیر	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۲,۳۴۰
۱۸	حسین نزل آبادی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۵۴
۱۹	فریدون میلانی اشتجرائی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۸۵
۲۰	مرضیه قراط	مطالبه وجه	اجراییه	در حال اجرا	خیر	۱۲۲
۲۱	محمد شورگشتی	مطالبه وجه	وقت رسیدگی به تاریخ ۱۴۰۳/۵/۳۰	در حال رسیدگی	خیر	۶۰
۲۲	احمد اردشیر کندلجی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۱۸۰
۲۳	محمد کلاشه دولتی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۱۲۰
۲۴	بهمن عبدلی	مطالبه وجه	اجراییه	در حال رسیدگی	خیر	۶۶
۲۵	محمد جواد حسام محمدی	درخواست تخلیه	دستور تخلیه	در حال اجرا	خیر	-

ردیف	خواهان/خوانده	موضوع دعوی/شکوائیه	آخرین اقدامات	آخرین وضعیت	اثر با اهمیت بر صورت مالی	میلیون ریال
۲۶	سید رضا رستگار مطلق	مطالبه وجه	وقت رسیدگی به تاریخ ۱۴۰۳/۵/۲۷	در حال رسیدگی	خیر	۳۲
۲۷	محمد امین جمشیدی نیا	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۱۵۱
۲۸	امید جهانیان	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۹۶
۲۹	قائم مزیانی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۲۵۰
۳۰	سعید جوان مایوان	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۸
۳۱	علی مصطفی نژاد	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۵۴
۳۲	علی بهری	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱۵,۰۰۰
۳۳	سمیر حیای	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲,۴۰۰
۳۴	کهرزاد رضایی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱,۳۹۸
۳۵	علی چوبداری	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲۸۶
۳۶	سمیر حیای	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۶۵۰
۳۷	حیات شریفی تیلکو	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲,۰۰۰
۳۸	محمد رضا یعقوبی زیره نی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲۹۱
۳۹	فتانه حیدری	مطالبه وجه	در انتظار تعیین وقت رسیدگی	در حال رسیدگی	خیر	۶۴
۴۰	عرفان امید یاریجانی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۴۰۳
۴۱	محمد سالاروند	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱۴,۶۳۰
۴۲	خلیل اصلانی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱۰,۰۰۰
۴۳	فروغ صوفی ضمیر	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱,۵۰۰
۴۴	اکبر محمدی نیا	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۴,۳۰۰
۴۵	فریدین زارع	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۸,۵۰۰
۴۶	الهه ارجمند ناوخی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۶۹
۴۷	جواد خلیق	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲۳,۷
۴۸	علی فسقری	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲۱۰
۴۹	علی بهری	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱,۵۰۰
۵۰	بختیار وکیلی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱,۵۰۰
۵۱	بانک مرکزی-صرافی عباسی	دادخواست مطالبه ارز	اجرائیه	در حال رسیدگی	بله	۵۵۱,۰۹۰
۵۲	شرکت فنی فناوری مواد سیلیکونی	دادخواست تحویل مبیع	صدور رای	در حال رسیدگی	بله	-
۵۳	بانک مرکزی توسعه تعاون	دادخواست مطالبه ارز	اجرائیه	تجدید نظر	بله	۹۸,۵۸۰
۵۴	فرزانه قانع هاشم آبادی	مطالبه وجه	اجرائیه	حکم صادر شد	خیر	۳۴
۵۵	علی نور تاراج	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۵,۰۰۰
۵۶	محمد نادری	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۱۲۲
۵۷	مهدی معماری اترآباد	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۳۵
۵۸	هادی قدمگاهی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۲۰۰
۵۹	رسول مریوانی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال رسیدگی	خیر	۳۲۰
۶۰	احمد اردشیر کندلجی	مطالبه وجه	اجرائیه	در حال اجرا	خیر	۶۰
دعای حقوقی علیه شرکت						
-	-	-	-	-	-	-

۱۵-۳- تغییر در الگوهای خرید مشتریان، روش های فروش و حجم تخفیفات

شرکت از تمامی شیوه های فروش مبتنی بر صادرات، فروش پایه تولید بدون کارخانه، فروش آنلاین، توسعه فروشگاه های محتشم و غیره استفاده می نماید. تقریباً حدود ۷۰ درصد فروش داخلی شرکت بر پایه مشتریان وفادار و با سابقه بالای همکاری اتفاق می افتد. قیمت گذاری و شیوه تخفیف در کمیته قیمت گذاری مشخص و مصوب می گردد.

مدل درآمد (استراتژی اصلی بازاریابی): مدل درآمدی محتشم بر دو اصل استوار است. اصل اول به حداکثر رساندن حاشیه سود و اصل دوم دریافت درآمد بالاتر از طریق تولید و فروش تیراژ بالای محصول.



بر این اساس می توان گفت استراتژی اصلی بازاریابی محتشم بر گسترش نفوذ برند محتشم استوار است این اصل بازاریابی بر اساس پیش فرض های زیر انجام می گیرد:

گسترش گستره جغرافیایی فروش

افزایش خانه محتشم ها

تمرکز هر چه بیشتر بر نگهداشت مشتری

تکامل هر چه بیشتر سبد محصولات

باز طراحی فرایند های سازمان فروش به منظور بهره برداری بالاتر

ورود به بازارهای صادراتی

خدمات و گارانتی: در بخش گارانتی، شرکت محتشم با راه اندازی واحد صدای مشتری، سعی نموده در راستای مشتری مداری و حفظ منافع مشتری و ایفای تعهد خود به برند محصولات تولیدی، با حداکثر توان خود به شکایات از محصول و ... پاسخ گو باشد.

۳-۱۶- تغییرات در قیمت گذاری مواد و موارد مهم در مورد آنها

تغییر در قیمت مواد اولیه عمدتاً ناشی از تغییر نرخ ارز و نرخ پایه پتروشیمی ها می باشد؛ البته تغییرات جزئی در بهای تمام شده ناشی از افزایش حقوق و عوارض و تعرفه های گمرکی و حامل های انرژی نیز وجود دارد.

۳-۱۷- تغییرات در ظرفیت تولید

ظرفیت تولید در بدو تأسیس در سال ۱۳۸۳ به مقدار ۳۵,۰۰۰ متر مربع بوده که تا سال ۱۴۰۱ به ۱,۳۰۰,۰۰۰ متر مربع رسیده، طبق تصمیمات هیئت مدیره شرکت، ظرفیت تولیدات تا چند سال آینده به شرح ذیل خواهد بود، مبنای اخذ این تصمیمات بر پایه مواردی از قبیل خرید ماشین آلات بافت چند رنگ، و ماشین آلات ساده بافت، ماشین آلات تافتینگ و تکمیل می باشد. قابل ذکر است که در سال ۱۴۰۲ با یک دستگاه ماشین آلات در پروانه بهره برداری ۷۰۰,۰۰۰ متر مربع افزایش ظرفیت اسمی چاپ در نظر گرفته شده که صرفاً تولید رول سفید (خوراک دستگاه چاپ) آن توسط شرکت انجام نمی شود و بخشی از آن به صورت کارمزدی برون سپاری از طریق ارسال مواد اولیه و پرداخت کارمزد و دریافت رول خام سفید نیز انجام می گردد. به عبارتی افزایش دستگاه ساده بافت به تنهایی به افزایش ظرفیت اسمی تولید منجر نخواهد شد.

شرح	سال	ظرفیت اسمی (مترمربع)	مانده در خط (مترمربع)
تولید فرش ماشینی و چاپ دیجیتال	۱۴۰۱	۱,۳۰۰,۰۰۰	۱,۳۰۰,۰۰۰
یک دستگاه چاپ	۱۴۰۲	۷۰۰,۰۰۰	۲,۰۰۰,۰۰۰
دو دستگاه بافت فرش (رنگی-ژاکارد)	۱۴۰۳	۲۰۰,۰۰۰	۲,۲۰۰,۰۰۰
دو دستگاه ساده بافت (رول خام سفید - خوراک دستگاه چاپ)	۱۴۰۳	-	۲,۲۰۰,۰۰۰
دو دستگاه تافتینگ و تکمیل	۱۴۰۴	۱,۲۰۰,۰۰۰	۳,۴۰۰,۰۰۰
سه دستگاه چاپ، ساده و ژاکارد	۱۴۰۵	۳۶۰,۰۰۰	۳,۷۶۰,۰۰۰
جمع		۳,۷۶۰,۰۰۰	//////

۴- نتایج عملیات و چشم اندازها

۴-۱- توضیحاتی شفاف در مورد عملکرد مالی و غیرمالی شرکت طی دوره و پایان دوره

با نگاهی اجمالی به صورت سود و زیان شرکت و رشد حاشیه سود خالص سال جاری نسبت به دوره قبل از ۱۳ درصد به ۴۰ درصد کاملاً مشخص است که عملکرد شرکت هم نسبت به دوره قبل و هم در کلیت صنعت فرش تقریباً در حد قابل قبولی بوده است. این در حالی است که حاشیه سود ناخالص نیز ۲۵ درصد می باشد. همچنین سایر نسبتهای مالی ذکر شده در بندهای بعد نیز گویای عملکرد خوب شرکت می باشند. از موارد مهم دیگر نیز می توان به موضوع عدم کسری نقدینگی، افزایش فروشهای صادراتی و ورود وجه نقد حاصل از عملیات و ... پرداخت که نتیجه عملکرد نسبتاً مناسب طی سال می باشد.

۴-۲- بحث در خصوص اینکه تا چه میزان، عملکرد جاری نشان دهنده عملکرد آتی است

همیشه بخش عمده ای از پیش بینی آینده ناشی از تحلیل دقیق گذشته می باشد؛ البته فاکتورهای کلیدی مانند تورم، امید به آینده، نرخ ارز، تغییرات سیاسی و غیره نیز تاثیرگذار بوده اند که سعی گردیده با روند نسبتاً درستی بر پایه تحلیل و مشاوره افراد متخصص کمترین اثر سو بر روند رشد شرکت تحمیل گردد.

۴-۳- پیشرفت (رشد یا تغییر) شرکت در سال جاری و در آینده

با توجه به جوان بودن تمامی ارکان شرکت اعم از پرسنل تولید، کارکنان بخش های مختلف غیرتولیدی، مدیران ارشد و میانی و حتی سهامداران عمده، و تصمیماتی که جهت گسترش خطوط تولیدی کارخانه گرفته شده و در جریان اجرا نیز است، امید وافر به آینده ای بهتر رو به توسعه و رشد برای شرکت پیش بینی می گردد.

۴-۴- تحلیلی از چشم انداز شرکت که ممکن است شامل اهدافی برای معیارهای مالی و غیرمالی باشد

یک از اهداف شرکت شناخته شدن در صنعت جهانی فرش با نماد اصالت، خلاقیت، نوآوری و طراحی زیبا است. با در نظر گرفتن این چشم انداز، فرش محتشم بایستی در سال های پیش رو برای رسیدن به نماد های مورد انتظار خود باید در دو بخش هزینه نماید. نخست: تلاش و صرف انرژی و مخارج برای کیفیت محصولات خروجی از شرکت که با بالاترین حد مورد انتظار همراه باشد و دوم: هزینه برندینگ برای شناخته شدن برند با ویژگی های مورد انتظار در کنار این عوامل نکته قابل توجه فرش محتشم این است که همواره به موازات تکنولوژی روز حرکت کند که نیازمند صرف هزینه های بالای خرید این تکنولوژی ها است.

۴-۵- بررسی و تحلیل عملکرد واقعی در مقایسه با بودجه، انتظارات و عملکرد دوره قبل

در سنوات گذشته شرکت به صورت رسمی گزارش بودجه ای تهیه ننموده است ولی وضعیت عملکرد شرکت در سال جاری و گذشته به شرح ذیل می باشد. در سال جاری حاشیه سود ۴۲ درصدی داشته است که در مقایسه با حاشیه سود ۱۳ درصدی سال گذشته تقریباً افزایش چشم گیری مشاهده می شود.



(ارقام به میلیون ریال)

عنوان	دوره مالی ۱۴۰۳/۰۶/۳۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱
درآمد های عملیاتی	۶,۵۸۹,۲۸۶	۱۷,۰۳۱,۳۳۴	۸,۶۹۸,۲۰۶
بهای تمام شده درآمد های عملیاتی	(۴,۲۹۴,۶۶۲)	(۱۱,۵۷۵,۵۳۴)	(۶,۵۸۰,۴۲۵)
سود ناخالص	۲,۲۹۴,۶۲۳	۵,۴۵۵,۸۰۰	۲,۱۱۷,۷۸۱
هزینه های فروش، اداری و عمومی	(۴۹۳,۶۳۹)	(۱,۰۸۶,۹۳۶)	(۶۰۹,۸۷۵)
سایر درآمدها	۲۰۵,۲۸۵	۲۶,۴۶۰	۵۵۶,۷۵۵
سایر هزینه ها	۰	۰	(۷۹,۹۲۳)
سود عملیاتی	۲,۰۰۶,۲۶۹	۴,۳۹۵,۲۹۷	۱,۹۸۴,۷۳۸
هزینه های مالی	(۸۲۲,۸۸۶)	(۸۱۴,۵۳۳)	(۳۳۴,۸۹۳)
سایر درآمدهای غیر عملیاتی	۲۳,۹۸۹	۱۲۲,۷۲۳	۲,۰۷۷,۲۵۱
سود قبل از مالیات	۱,۲۰۷,۳۷۲	۳,۷۰۳,۴۸۸	۳,۷۲۷,۰۹۶
هزینه مالیات بر درآمد	(۱۵۱,۹۴۳)	(۴۲,۰۱۵)	(۹۷,۰۹۶)
سود خالص	۱,۰۵۵,۴۲۹	۳,۶۶۱,۴۷۳	۳,۶۲۹,۹۹۹

۴-۶- اثرات سایر عوامل مؤثر بر نتایج عملیات جاری

- سیستم ارزیابی عملکرد برای کل سازمان برای هدف گذاری و پایش عملکرد پرسنل سازمان
- سیستم پایش عملکردی پیمانکاران بیرونی برای تامین محصول نیمه ساخته و نهایی
- تهیه داشبورد مدیریتی جهت پایش و تصمیم گیری صحیح مدیران ارشد

۴-۷- ارائه و تحلیل حساسیت و نسبتهای مالی مهم و بررسی روند آنها

یکی از ابزارهایی که برای تعیین و توضیح موقعیت مالی و عملیاتی شرکت مورد استفاده قرار میگیرد نسبتهای مالی می باشد. در جدول زیر برخی از نسبتهای مالی مهم شرکت که می تواند در تصمیم گیری ذینفعان مورد استفاده قرار گیرد همراه با توضیحات آمده است:

- **نسبتهای جاری:** تقسیم داراییهای جاری به بدهیهای جاری.
- **نسبتهای آنی:** داراییهای جاری منهای موجودی و پیش پرداختها تقسیم بر بدهیهای جاری.
- **نسبت بدهی:** تقسیم کل بدهیها به کل داراییها.
- **نسبت مالکانه:** تقسیم حقوق صاحبان سهام به کل داراییها.
- **حاشیه سود خالص:** سود خالص تقسیم بر فروش.
- **حاشیه سود عملیاتی:** سود عملیاتی تقسیم بر فروش.
- **بازده حقوق صاحبان سهام (ROE):** سود خالص تقسیم بر حقوق صاحبان سهام.
- **بازده دارایی (ROA):** سود خالص تقسیم بر کل داراییها.



نسبتهای مالی	نوع نسبت مالی	دوره مالی ۱۴۰۳/۰۶/۳۱	۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸
نسبتهای نقدینگی	نسبت جاری	۱۱۴٪	۱۳۱٪	۱۲۲٪	۹۵٪	۱۱۶٪	۱۸۳٪
	نسبت آنی	۹۰٪	۸۰٪	۷۳٪	۷۰٪	۶۰٪	۵۴٪
نسبتهای اهرمی	نسبت بدهی	۶۷٪	۶۳٪	۵۸٪	۷۳٪	۶۹٪	۵۳٪
	نسبت مالکانه	۳۳٪	۳۷٪	۴۲٪	۲۷٪	۳۱٪	۴۷٪
نسبتهای سود آوری	نسبت حاشیه سود خالص	۱۶٪	۲۱٪	۴۲٪	۱۴٪	۱۹٪	۱۸٪
	نسبت حاشیه سود ناخالص	۳۵٪	۳۲٪	۲۴٪	۱۸٪	۲۳٪	۳۲٪
	نسبت حاشیه سود عملیاتی	۳۰٪	۲۶٪	۲۳٪	۱۶٪	۲۲٪	۲۶٪
	بازده حقوق صاحبان سهام (ROE)	۱۱٪	۴۵٪	۶۱٪	۳۳٪	۳۰٪	۱۳٪
	بازده دارایی (ROA)	۴٪	۵۱٪	۲۶٪	۹٪	۹٪	۶٪

- **تحلیل حساسیت:** زمانیکه عملکرد یک شرکت تحلیل می شود، تحلیل حساسیت به این معنا خواهد بود: محاسبه و برآورد شود که عملکرد تا چه حد به مقادیر متغیرهای مستقل حساس است.

در سال ۱۴۰۱ با مقدار تولید واقعی حدوداً ۱،۱۰۰،۰۰۰ متر مربع سود هر سهم ۳،۶۳۰ ریال است. اگر متغیر "نرخ فروش" را در شرکت محتشم به عنوان متغیر حساس در نظر بگیریم با تغییرات نرخ تورم از ۳۲٪ تا ۳۸٪ و با در نظر گرفتن نوسان ۲ درصدی مقدار تولید و نوسان ۲ درصدی نرخ دلار نیز جدول تحلیل حساسیت سود هر سهم برای سه سال آینده به این شکل خواهد بود:

تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۳ نسبت به نرخ تورم								
سود هر سهم پیش بینی شده	1,043	32%	33%	34%	35%	36%	37%	38%
مقدار تولید	2,071,549	898	914	929	945	960	986	1,002
	2,113,825	922	938	954	980	996	1,012	1,028
	2,156,964	947	973	990	1,006	1,022	1,049	1,066
	2,200,984	983	999	1,016	1,043	1,060	1,076	1,093
	2,245,004	1,009	1,036	1,053	1,070	1,087	1,115	1,132
	2,289,904	1,046	1,063	1,080	1,108	1,126	1,143	1,160
	2,335,702	1,072	1,101	1,119	1,136	1,154	1,183	1,201

تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۳ نسبت به نرخ دلار								
سود هر سهم پیش بینی شده	1,043	510628.6	521049.6	531683.3	542,534	553385	564452	575741
مقدار تولید	2,071,549	937	940	942	945	947	950	953
	2,113,825	972	975	977	980	983	985	988
	2,156,964	998	1,001	1,003	1,006	1,009	1,011	1,014
	2,200,984	1,035	1,038	1,040	1,043	1,046	1,048	1,051
	2,245,004	1,062	1,065	1,067	1,070	1,072	1,075	1,078
	2,289,904	1,101	1,103	1,106	1,108	1,111	1,114	1,116
	2,335,702	1,128	1,131	1,134	1,136	1,139	1,142	1,144



تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۴ نسبت به تورم

سود هر سهم پیش بینی شده	32%	33%	34%	35%	36%	37%	38%
3,194	2,939	2,973	3,007	3,041	3,091	3,126	3,160
2,218,508	2,982	3,016	3,067	3,102	3,137	3,171	3,206
2,263,784	3,043	3,078	3,113	3,148	3,183	3,218	3,253
2,309,984	3,088	3,123	3,159	3,194	3,229	3,265	3,300
2,357,126	3,133	3,169	3,205	3,240	3,276	3,312	3,348
2,404,269	3,179	3,215	3,251	3,288	3,324	3,360	3,396
2,452,354	3,226	3,262	3,299	3,336	3,372	3,409	3,446
2,501,401							

مقدار تولید پیش بینی

تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۴ نسبت به نرخ دلار

سود هر سهم پیش بینی شده	689,349	703,417	717,772	732,421	747,069	762,011	777,251
3,194	3,030	3,034	3,037	3,041	3,044	3,048	3,052
2,218,508	3,091	3,095	3,098	3,102	3,106	3,109	3,113
2,263,784	3,137	3,141	3,144	3,148	3,151	3,155	3,159
2,309,984	3,184	3,187	3,190	3,194	3,198	3,201	3,205
2,357,126	3,230	3,233	3,237	3,240	3,244	3,248	3,251
2,404,269	3,277	3,281	3,284	3,288	3,291	3,295	3,299
2,452,354	3,325	3,329	3,332	3,336	3,339	3,343	3,347
2,501,401							

مقدار تولید پیش بینی

تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۵ نسبت به تورم

سود هر سهم پیش بینی شده	32%	33%	34%	35%	36%	37%	38%
3,000	2,675	2,707	2,763	2,795	2,827	2,859	2,891
2,218,508	2,756	2,789	2,821	2,854	2,886	2,919	2,978
2,263,784	2,814	2,847	2,880	2,913	2,973	3,006	3,039
2,309,984	2,873	2,907	2,967	3,000	3,034	3,068	3,102
2,357,126	2,958	2,993	3,027	3,061	3,096	3,130	3,193
2,404,269	3,019	3,054	3,089	3,123	3,187	3,222	3,257
2,452,354	3,080	3,116	3,180	3,215	3,251	3,287	3,322
2,501,401							

مقدار تولید پیش بینی

تحلیل حساسیت سود هر سهم سال ۱۴۰۵ نسبت به نرخ دلار

سود هر سهم پیش بینی شده	930,621	949,613	968,993	988,768	1,008,543	1,028,714	1,049,289
3,000	2,781	2,786	2,791	2,795	2,800	2,805	2,810
2,218,508	2,840	2,844	2,849	2,854	2,859	2,863	2,868
2,263,784	2,899	2,903	2,908	2,913	2,918	2,923	2,928
2,309,984	2,986	2,991	2,996	3,000	3,005	3,010	3,015
2,357,126	3,047	3,052	3,057	3,061	3,066	3,071	3,076
2,404,269	3,109	3,114	3,119	3,123	3,128	3,133	3,138
2,452,354	3,201	3,206	3,210	3,215	3,220	3,225	3,230
2,501,401							

مقدار تولید پیش بینی



۸-۴- در خصوص پروژه های شرکت

خلاصه اطلاعات پروژه خط تولید نخ اکریلیک جعفرآباد (شهرک صنعتی امیر کبیر کاشان) که هنوز به مرحله درآمدزایی نرسیده اند به شرح ذیل می باشد:

وضعیت پروژه های طرح توسعه									
شرح	درصد تکمیل		برآورد تاریخ بهره برداری	برآورد مخارج تکمیل	دارایی در جریان			پیش پرداختهای سرمایه ای پروژه	
	۱۴۰۳/۰۶/۳۱	۱۴۰۲/۱۲/۲۹			۱۴۰۲/۱۲/۲۹	اضافات	۱۴۰۳/۰۶/۳۱	میلیون ریال	میلیون یورو
پروژه تولید انواع نخ - فاز اول شامل تولید ۲۵۰۰ تن نخ اکریلیک - شهرک جعفرآباد	۹.۱٪	۴.۵٪	سال ۱۴۰۳	جمعاً به مبلغ ۳۸۰۰ میلیارد ریال شامل : (۱) مبلغ ۱,۶۵۰ میلیارد ریال بابت سالنهای تولید و تاسیسات (۲) مبلغ ۲,۱۱۵ میلیارد ریال معادل ۴۸ میلیون یورو بابت ماشین آلات	۳۶۶,۳۸۹	۳۷۱,۶۴۵	۷۳۸,۰۳۴	۴,۱۱۵,۶۸۷	۹.۱
پروژه تولید فرش ماشینی و تولید نخ - شهرک ورزنه	۵.۰٪	۰٪	سال ۱۴۰۴	۹,۹۲۰ میلیارد ریال	۱۰,۷۶۴	۶۵۷	۱۱,۴۲۰		
سایر					۷۵۹	۶,۳۱۶	۷,۰۷۶		
					۳۷۷,۹۱۲	۳۷۸,۶۱۸	۷۵۶,۵۳۰	۴,۱۱۵,۶۸۷	۹.۱

۹-۴- محل استفاده وجوه حاصل از هر یک از منابع تأمین مالی، انحرافات به وجود آمده و تاثیرات این انحرافات در توانایی

شرکت برای دستیابی به اهداف کسب و کار

شرکت در دو بخش سرمایه در گردش و سرمایه ثابت درخواست تسهیلات داشته است:

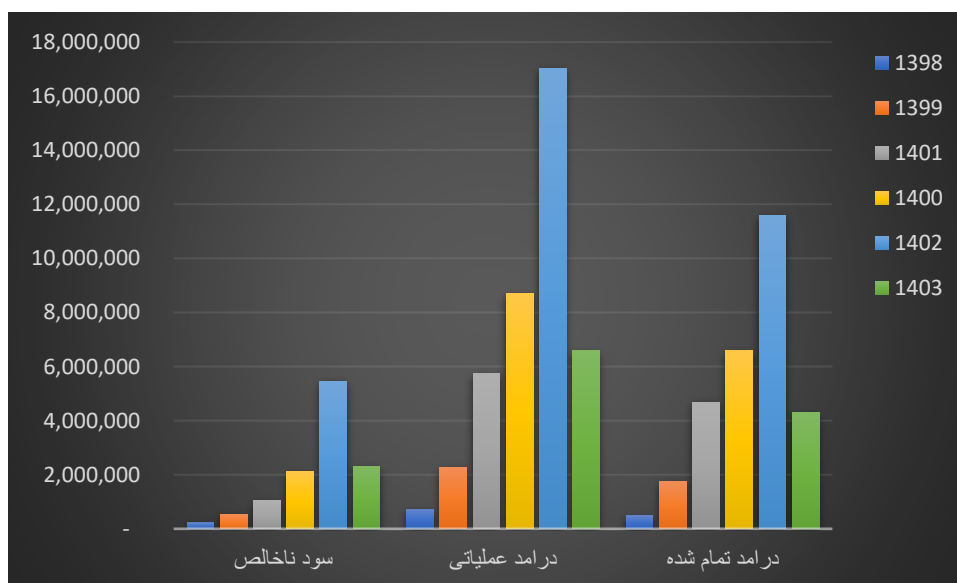
از بخش سرمایه در گردش جهت تقویت بازار و تأمین قویتر مواد اولیه و توسعه میزان تولید و فروش استفاده خواهد کرد و در بخش سرمایه ثابت جهت خریداری و راه اندازی مجموعه ریسندگی نخ اکریلیک و خرید ماشین آلات بافندگی جهت تکمیل سبد محصولی استفاده خواهد نمود

۱۰-۴- تصویری پنج ساله از وضعیت شرکت، که می تواند به صورت نمودار، جدول یا شرح موضوعات باشد

در مورد تصویر پنج ساله از وضعیت آتی شرکت می توان به افزایش ظرفیت تولیدات، افزایش شعبه های (نمایشگاه) خرده فروشی، افزایش خانه محتشم های خرده و فروشی و ... اشاره نمود که در بندهای دیگر در این مورد به تفسیر توضیح داده شده، لذا جهت اطلاعات تکمیلی، خلاصه ای از وضعیت عملکرد سود و زیانی پنج سال گذشته شرکت به شرح نمودار و جدول ذیل آورده شد و علاوه بر این نسبتهای مالی ارائه شده در بند مربوطه نیز گویای وضعیت پنج سال گذشته شرکت است.



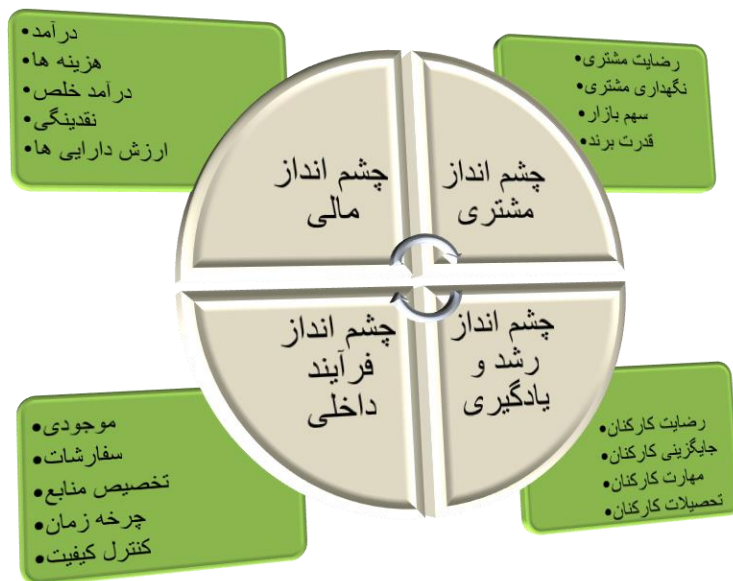
عنوان	۱۴۰۳/۰۶/۳۱	سال ۱۴۰۲	سال ۱۴۰۱	سال ۱۴۰۰	سال ۱۳۹۹	سال ۱۳۹۸
درآمد های عملیاتی	۶,۵۸۹,۲۸۶	۱۷,۰۳۱,۳۳۴	۸,۶۹۸,۲۰۶	۵,۷۲۸,۲۶۹	۲,۲۷۹,۱۶۸	۷۲۲,۴۸۲
بهای تمام شده درآمد های عملیاتی	(۴,۲۹۴,۶۶۲)	(۱۱,۵۷۵,۵۳۴)	(۶,۵۸۰,۴۲۵)	(۴,۶۸۴,۷۰۹)	(۱,۷۳۸,۵۳۱)	(۴۹۲,۴۸۵)
سود ناخالص	۲,۲۹۴,۶۲۳	۵,۴۵۵,۸۰۰	۲,۱۱۷,۷۸۱	۱,۰۴۳,۵۶۰	۵۴۰,۶۳۸	۲۲۹,۹۹۷
هزینه های فروش، اداری و عمومی	(۴۹۳,۶۳۹)	(۱,۰۸۶,۹۳۶)	(۶۰۹,۸۷۵)	(۲۵۷,۵۴۲)	(۷۳,۳۰۲)	(۲۴,۴۱۱)
سایر درآمدها	۲۰۵,۲۸۵	۲۶,۴۶۰	۵۵۶,۷۵۵	۲۴۵,۷۵۹	۷۹,۶۵۱	۰
سایر هزینه ها	۰	۰	(۷۹,۹۲۳)	(۸۷,۷۶۸)	(۴۳,۴۰۶)	(۱۵,۵۲۷)
سود عملیاتی	۲,۰۰۶,۲۶۹	۴,۳۷۵,۲۹۷	۱,۹۸۴,۷۳۸	۹۴۴,۰۱۰	۵۰۳,۵۸۰	۱۹۰,۰۵۹
هزینه های مالی	(۸۲۲,۸۸۶)	(۸۱۴,۵۳۳)	(۳۳۴,۸۹۳)	(۱۸۴,۲۰۵)	(۱۴۵,۹۴۵)	(۵۶,۰۵۲)
سایر درآمدهای غیر عملیاتی	۲۳,۹۸۹	۱۲۲,۷۲۳	۲,۰۷۷,۲۵۱	۵۲,۵۱۸	۷۶,۱۸۹	۸۷
سود قبل از مالیات	۱,۲۰۷,۳۷۲	۳,۷۲۰,۴۸۸	۳,۷۲۷,۰۹۶	۸۱۲,۳۲۴	۴۳۳,۸۲۳	۱۳۴,۰۹۴
هزینه مالیات بر درآمد	(۱۵۱,۹۴۳)	(۴۲۰,۱۵)	(۹۷,۰۹۶)	(۲۸,۴۱۱)	(۱۰,۳۷۷)	(۴,۷۲۴)
سود خالص	۱,۰۵۵,۴۲۹	۳,۳۰۰,۳۳۳	۳,۶۲۹,۹۹۹	۷۸۳,۹۱۳	۴۲۳,۴۴۶	۱۲۹,۳۷۰



۵- مهمترین معیارها و شاخص های عملکرد برای ارزیابی عملکرد در مقایسه با اهداف اعلام شده

۵-۱- شاخص ها و معیارهای عملکرد مربوط (اعم از مالی و غیرمالی)، برای ارزیابی پیشرفت در مقایسه با اهداف اعلام شده قبلی (شاخص ها و معیارهای عملکرد معمولاً منعکس کننده صنعتی می باشند که شرکت در آن فعالیت می کند. در صورتیکه این معیارها و شاخصها، در صنعت یا به طور عمومی پذیرفته شده و بطور گسترده ای مورد استفاده قرار گرفته باشند، قابلیت مقایسه افزایش خواهد یافت.)

شاخصهای عملکرد: شاخصهای عملکرد کمی و کیفی مد نظر فرش محتشم که در راستای عرف صنعت نیز می باشد به صورت ذیل است.



شاخصهای کمی فوق با توجه بندها توضیحی نسبتهای مالی و... نمایانگر موفقیت عملکرد این واحد تجاری می باشند. در مورد شاخصهای کیفی نیز موارد ذیل حائز اهمیت است :

- راه اندازی پشتیبانی صدای مشتری (بازخورد مشتریان از کیفیت محصولات به سازمان جهت بهبود کیفیت محصولات و پایش اقدامات صورت گرفته کمک کرده است)

- تعهد به ارائه به موقع ارسال سفارشات فروش

- برگزاری دوره های آموزشی نظیر دوره شخصیت شناسی (MBTI)

- دوره چالش های بافندگی فرش ماشینی

- دوره تجزیه تحلیل مشاغل و نوشتن شرح شغل

- آموزش جذب و استخدام

- دوره های آموزشی مدیریتی

- آموزش برق برای تکنسین فنی

- دوره آموزش شناخت مواد اولیه با شرکت زیمر

- دوره های آموزش HSE

- دوره های آموزش BI

- پکیج آموزشی SEO

- دوره های آموزشی فروش

- همکاری با مشاوره و استاد دانشگاه جهت بهبود عملکرد فروش

- دوره آموزشی BPMN۲

- دوره های آموزشی ارزیابی عملکرد KPI



- دوره های آموزش تحلیل بودجه
- دوره آموزش طراحی ساختار هلدینگ
- آموزش بافت و شناخت عیوب بافت و دستگاه های بافندگی برای تمامی پرسنل مربوطه
- گسترش فرایند کنترل کیفی از طریق خرید تجهیزات و جذب نیروهای با تجربه
- طراحی فرایند کنترل ورودی مواد اولیه و ارزیابی تأمین کنندگان
- ایجاد کمیته فرایند ها و استقرار تصمیمات و تحولات کلان و اساسی، در این کمیته کلیه تصمیمات از معاونت ها به مدیران میانی محول می گردد.
- کمیته ای با عنوان کمیته فرایندها نیازهای سازمان در قالب فرایند بررسی و پس از طراحی به تایید می رسد. فرایند های کنترل کیفیت همانند مابقی فرایند های سازمان، شناسایی و مورد بررسی قرار گرفته و در صورت نیاز به بهبود، طراحی مجدد و یا ایجاد داشته، شناسایی و سپس دستورالعمل ها و رویه ها و فرم های لازم تهیه و ارائه گردیده است. یکی از فرایندهای لازم در کنترل کیفیت، اقدامات اصلاحی است که در آن عدم انطباق پیش آمده مورد بررسی و ریشه یابی و پس از آن اقدامی جهت رفع دائمی، طراحی و ارائه می گردد. با توجه به اینکه تعریف اقدامات اصلاحی ممکن است در قالب یک پروژه باشد به همین علت این اقدامات داخل کمیته استقرار تصمیمات و تحولات کلان و اساسی ارائه و زمانبندی می شود.
- ایجاد واحد تضمین کیفیت جهت طراحی فرایندها و مستندسازی
- طراحی، طراحی مجدد و بهبود فرایند های سازمان با توجه به اولویت های سازمان
- تعیین اهداف بلند مدت و کوتاه مدت و قابل اندازه گیری جهت بهبود پایدار در عملکرد سازمان
- برنامه های عملیاتی و زمانبندی جهت اجرای تصمیمات در مابقی کمیته ها و در صورت نیاز، بیان محدودیت ها در اخذ تصمیمات ارائه می گردد.
- گزارش های دوره ای پیشبرد برنامه های کلان سازمان جهت تعیین درست اهداف سازمان و حفظ یکپارچگی تصمیمات
- پایش اقدامات و عملیات واحد ها

معیارهای ارزیابی فرش: مواردی از قبیل رنگ، طرح و نقش، ابعاد و اندازه، بافت و... معیارهای ارزیابی فرش می باشند که رابطه مستقیم با عملکرد شرکت دارند که:

- در مورد رنگ و طرح قابل ذکر است شرکت محتشم با وارد نمودن و راه اندازی دستگاه چاپ کلاریس توانسته این مورد را پوشش دهد و با تولید فرشهایی با تنوع رنگ و طرح بالا بخش قابل توجهی از بازار را به خود اختصاص دهد که این موضوع باعث پررنگ شدن بیشتر برند فرش محتشم نیز گردیده است. حتی در مورد تابلو فرشها نیز این موضوع وجود دارد که طرح های شخصی نظیر عکس خانوادگی و... با سایز مورد نیاز مشتری تولید می گردد که طبیعتاً جلب رضایت دو چندان مشتری را به دنبال خواهد داشت.
- در مورد ابعاد و اندازه فرش نیز شرکت توانسته با دستگاه های موجود سایزهای مورد نیاز بازار را فراهم نماید و حتی در برخی مواقع سایز فرشهای خاص مورد سفارش عمده را نیز تولید می نماید.
- در مورد نوع بافت فرش نکته قابل توجه این است که دستگاه های بافت فرش شرکت محتشم از نوع هوشمند با تکنولوژی روز می باشند که توانایی بافت فرش با هر تراکم (بالا، پایین)، شانه (۷۰۰، ۱۲۰۰، ۱۵۰۰، و...) و هر نوع موارد اولیه (نخ اکریلیک، ویسکوز، پلاریس و...) را دارند.



۵-۲- دلیل و چگونگی تغییر در شاخص‌ها و معیارهای عملکرد در طی دوره

شاخص‌ها در واحدهای فرش محتشم به صورت دوره ای تعریف می گردد. این شاخص‌ها در راستای توسعه واحد‌ها در جهت اهداف سازمان به صورت فصلی تعریف شده و نقشه راه واحد را نیز نشان می دهد و با تغییر استراتژی‌ها و یا تغییر در چشم انداز شرکت، تغییر می یابد.

۵-۳- دلیل تغییر نتایج ناشی از معیارهای عملکرد در طی دوره

در مواردی نتایج مورد انتظار از تعریف شاخص‌ها در ابتدای دوره محقق نمی شود. این موارد ناشی از چندین عامل ممکن است باشد. از جمله این عوامل، تغییرات غیرمترقبه پیش بینی نشده بازار، تغییرات اقتصادی و سیاسی که می تواند در شاخص‌های فروش تأثیر بگذارد. محدودیت‌های سیستمی، تحریم‌ها و تأخیر در ورود مواد اولیه و تکنولوژی، تأخیرات ناشی از جدید بودن برخی از ویژگی‌های فناوری و... از جمله عواملی هستند که این نتایج را تحت تأثیر قرار می دهند.

۵-۴- اقداماتی که برای دستیابی به شاخص‌های کلیدی عملکرد انجام گرفته است و مقایسه آن با دوره‌های قبل

یکی از دشواری‌های عمده در تعریف شاخص‌های کلیدی عملکرد در فرش محتشم پایین بودن سطح مطالب مهم علمی جهت مطالعه در مورد صنعت فرش، در گذشته است و شرکت فرش محتشم به صورت مبتکرانه با مطالعه شاخص‌های صنایع مشابه اقدام به تعریف شاخص‌ها می نماید. فقدان این موضوع، باعث می شود شاخصهای مورد نظر همواره با چالش‌هایی همراه باشد. لذا اگر در پایان دوره مشخص گردد که تعریف این شاخص کمکی به حرکت واحد‌ها به سمت اهداف محتشم نمی کند اقدام به تغییر این شاخص‌ها می گردد. در فرایند‌های کلان مانند زنجیره تامین، شاخص‌های علمی برای پایش و اندازه گیری وجود دارد که مورد استفاده قرار می گیرد. از جمله این شاخص‌ها ماندگاری محصول در انبار، رسیدن مواد اولیه به شرکت، چرخه تولید محصول و ... می باشد.