



شرکت سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)

تحلیلگر: سلمان نصیرزاده

شماره چهل و چهارم ۱۴۰۱/۰۱/۱۴



# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)



سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱/۰۱/۱۴

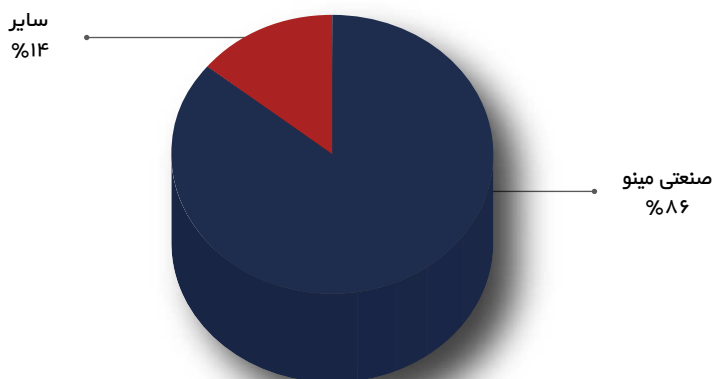
## اطلاعات کلی شرکت

نام شرکت	قاسم ایران	P/E گذشته نگر سهم	۸/۰۷
نماد	قاسم	P/E آینده نگر سهم	۴/۷۹
سال تاسیس	۱۳۳۸	تعداد سهم (میلیارد)	۵
قیمت سهم (۱۴۰۱/۰۱/۰۸) (ریال)	۳,۴۳۶	درصد شناوری	۱۳/۸
EPS TTM (ریال)	۴۲۶	ارزش بازار (میلیارد ریال)	۱۷,۱۸۰

## ترکیب سهامداران

ترکیب سهامداران شرکت قاسم ایران در تاریخ ۱۴۰۱/۰۱/۰۸ به شرح جدول زیر است:

شرکت	تعداد سهم	درصد
صنعتی مینو	۴,۲۸۵,۶۱۷,۷۹۷	۸۵/۷۱
سایر	۷۱۴,۳۸۲,۲۰۳	۱۴/۲۹



# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)



سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱/۰۱/۱۴

## معرفی شرکت

شرکت قاسم ایران یکی از ۵ توزیع کننده برتر کالاهای مصرفی در ایران است که در سال ۱۳۳۸ هجری شمسی تأسیس شد و وابسته به گروه صنعتی مینو است. فعالیت اصلی شرکت، پخش و فروش عمده محصولات غذایی، دارویی، آرایشی و بهداشتی، و شیرینی و توزیع فراگیر انواع مختلف محصولات است. بیش از ۶۰ سال تجربه نه تنها در حوزه فروش و توزیع بلکه در زمینه صادرات و واردات سبب شده شرکت قاسم ایران بسته‌ای کامل از سرویس‌های خدماتی را به تولیدکنندگان، صاحبان برندها، عمده‌فروشان و خرده‌فروشان ارائه کند. بازارهای اصلی شرکت در داخل کشور است که با توجه به نوع فعالیت آن به دو طبقه دارویی و غیر دارویی تقسیم می‌شود و تعداد مشتریان این شرکت بالغ بر ۱۱۶ هزار مشتری غذایی و ۱۲ هزار مشتری دارویی است.



دارو

توزیع کننده دارو و تجهیزات پزشکی ۴۲ شرکت  
دارویی با بیش از ۱۵۰۰ محصول مختلف



شیرینی و شکلات  
محصولات غذایی و  
نوشابه

توزیع کننده انحصاری ۲۰ شرکت تولیدی با  
بیش از ۱۲۵۰ محصول مختلف



آرایشی و بهداشتی

نماینده انحصاری ۵ شرکت  
با بیش از ۱۰۰ محصول مختلف

# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)



سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱/۰۱/۱۴

## بررسی صنعت پخش

نظام توزیع کالا و خدمات از جمله بخش‌های مهم در اقتصاد کشورها است که با کوتاه‌تر کردن فاصله‌ی تولیدکننده و مصرف‌کننده موجب بهره‌وری بیشتر شده و با ایجاد مزیت رقابتی ضمن رعایت حقوق مصرف‌کنندگان سود بیشتری را برای هر دو طرف در بلندمدت به همراه دارد. شاخص‌های توسعه و پیشرفت نظام توزیع کالا و خدمات در اکثر کشورها، گسترش استفاده از ابزار و روش‌های نوین نگهداری، چیدمان، حمل‌ونقل و در نهایت توزیع کالاها و خدمات است، به طوری که بخش توزیع کالا و خدمات را می‌توان به‌عنوان موتور رشد بخش‌های تولیدی اقتصاد در نظر گرفت. در صنعت پخش، تمامی ذینفعان، از تولیدکننده تا پخش‌کننده، عمده‌فروش و خرده‌فروش، همه به دنبال بازگشت سرمایه و بازدهی هستند. در تمام دنیا، روش‌ها و مدل‌های پخش، روز به روز در حال پیشرفت و بهبود است. امروزه موفقیت یک برند با افزایش آگاهی مردم از آن برند رابطه‌ی مستقیمی دارد. در همین راستا، شرکت‌های پخش با بکارگیری مدرن‌ترین روش‌های پخش و توزیع کالا، نه تنها می‌توانند منجر به افزایش فروش شرکت‌ها شوند، بلکه محبوبیت، شناخت و آگاهی نسبت به محصول را نیز در بین خریداران تحت تاثیر قرار می‌دهند.

در کشورهای اروپایی و آمریکایی، سیستم پخش و توزیع به شدت پیشرفته شده و تمامی برندها و شرکت‌های تولیدکننده به این باور رسیده‌اند که با کمک بهترین شرکت‌های پخش، علاوه بر فروش محصولات خود، می‌توانند سودزایی نسبتاً بالایی نیز داشته باشند؛ چراکه استفاده از متدهای پخش مستقیم، نیازمند نیروی انسانی، سرمایه و زمان بیشتری است و متعاقباً در بلندمدت هزینه بیشتری را در پی دارد. در کشورهای خارجی و پیشرفته، طیف گسترده‌ای از خریدها، به صورت آنلاین و اینترنتی انجام می‌شود و سیستم پخش این کشورهای پیشرفته به گونه‌ای است که کالا را به دست مشتری نهایی می‌رساند که همین امر لزوم وجود عمده‌فروش و خرده‌فروش را تا حد زیادی از بین برده است.

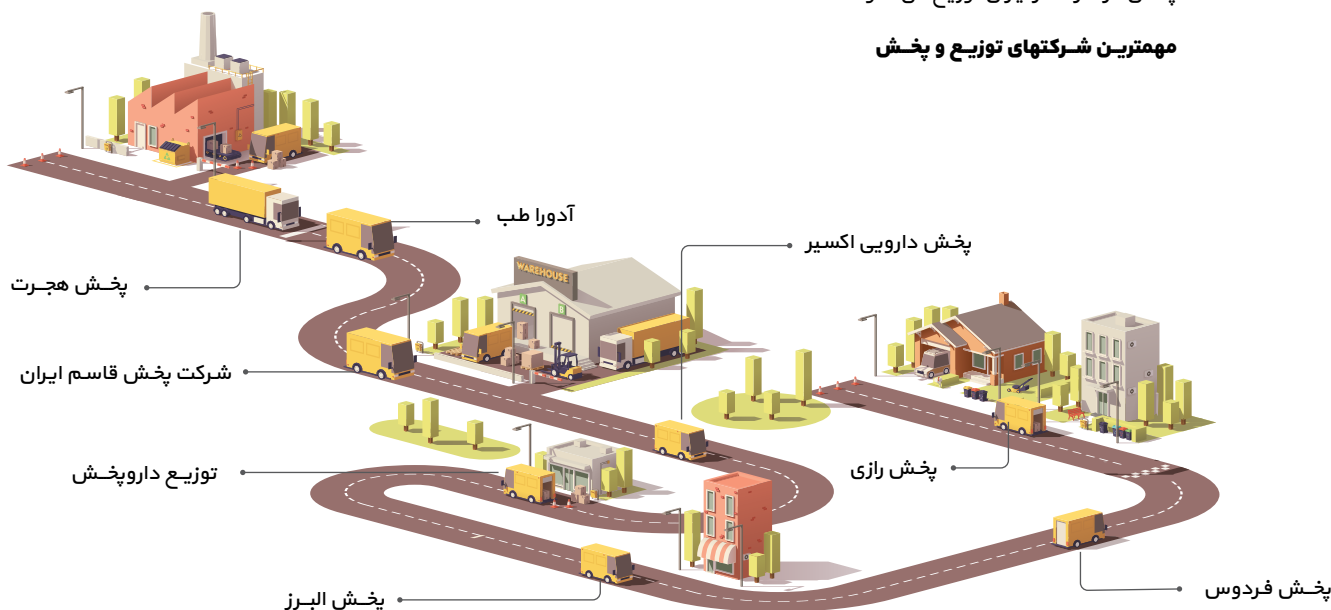
بر اساس آخرین آمار، در منطقه‌ی خاورمیانه، ۵۹٪ از خریداران، از فروشگاه‌های دیجیتال استفاده می‌کنند که این آمار در مورد ایران نیز صدق می‌کند؛ در سال‌های اخیر پیشرفت تکنولوژی و بهبود زیرساخت‌های اینترنتی در کشورمان، منجر به افزایش تمایل برای خرید آنلاین، به ویژه در میان شهروندان کلان‌شهرها شده و این در حالی است که ایران در مقایسه با بسیاری از کشورهای پیشرفته، هنوز جای زیادی برای پیشرفت در زمینه‌ی فروش آنلاین دارد و همچنان سیستم‌های فروش کالا به شکل سنتی در کشور بیشتر رواج دارد.

همچنین افزایش تعداد فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ در اقصی نقاط کشور، نشان از تغییر سبک زندگی و عادات خرید دارد، اما همچنان در بسیاری از شهرستان‌ها، دسترسی مردم به محصولات تنها از طریق بازار سنتی و سیستم‌های پخش سنتی میسر است. در این بازارها همچنان لازم است تا کالا توسط شرکت‌های پخش به خرده‌فروشان و از آنجا به دست مصرف‌کننده‌های نهایی برسد.

سهام ۸ الی ۹ درصدی این صنعت از درآمد ملی، خود مبین حجم و گستره وسیع این صنعت و به تبع آن نقش کلیدی این صنعت در زنجیره تامین بسیاری از صنایع کشور است.

در حال حاضر ۱۰۰ درصد داروی کشور و ۷۰ درصد مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی، شوینده‌ها و... توسط شرکت‌های پخش در سرتاسر ایران توزیع می‌شود.

## مهمترین شرکت‌های توزیع و پخش



# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)

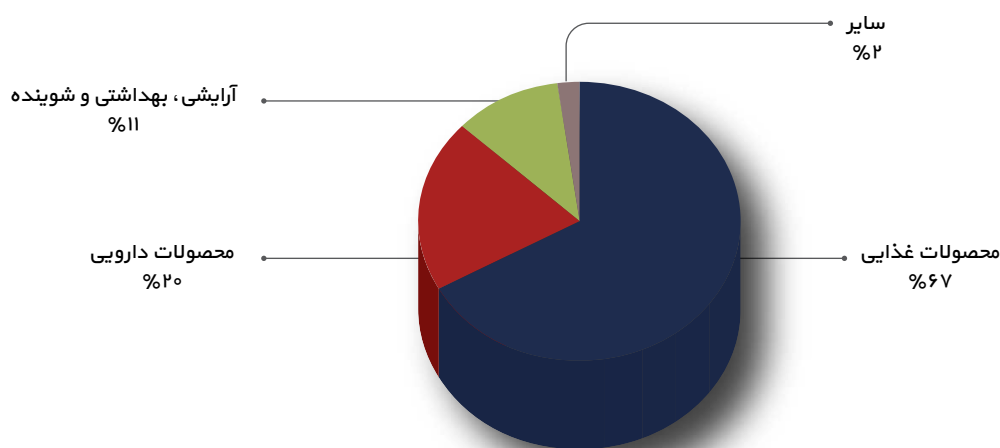


سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱/۰۱/۱۴

## وضعیت فروش شرکت

سهم درآمد عملیاتی شرکت قاسم از توزیع محصولات



شرکت قاسم حدود ۶۷ درصد از درآمد عملیاتی را از محل توزیع و فروش محصولات غذایی عمدتاً محصولات گروه مینو و سایر شرکت‌ها نظیر کارخانجات روغن نباتی کشت و صنعت شمال و ... کسب می‌کند. همچنین ۲۰ درصد درآمد عملیاتی از محل فروش و توزیع محصولات دارویی عمدتاً محصولات شرکت‌های رویان دارو، ثامن، سیناژن، دانا، البرزدارو، هلال ایران، سبحان دارو، ایران دارو، فارابی و ... کسب می‌کند. محصولات آرایشی و بهداشتی نیز سهم درآمد ۱۱ درصد را به خود اختصاص می‌دهد که تامین‌کننده‌های محصول عمدتاً شرکت دارویی بهداشتی مینو، فومن شیمی بهداشت، بین المللی پارس و ... است. لازم به ذکر است که قیمت فروش محصولات شرکت‌های طرف قرارداد براساس اعلام شرکت‌های تامین‌کننده و با در نظر گرفتن مفاد قرارداد فی مابین با توجه به الزامات نرخ‌گذاری سازمان‌هایی نظیر سازمان غذا و دارو و ... تعیین و ابلاغ می‌گردد که حاشیه سود حاصله بسته به نوع کالا از متوسط ۵ درصد تا ۱۸ درصد می‌باشد که پس از تصویب مدیریت اجرا می‌گردد.

بررسی روند درآمد فروش شرکت‌های گروه پخش از رشد درآمد طی سه سال اخیر تحت تاثیر رشد سطح عمومی قیمت‌ها حکایت دارد. براین اساس شرکت قاسم ایران در سال ۱۳۹۹ با حجم فروش ۴۰،۶۵۳ میلیارد ریال بعد از شرکت پخش البرز بیشترین رشد فروش را در سال ۱۳۹۹ داشت و انتظار می‌رود در سال ۱۴۰۰ این شرکت به فروش بیش از ۶۴ هزار میلیارد ریال دست یابد.

از جمله عوامل افزایش نرخ رشد درآمد فروش شرکت‌های پخش را می‌توان افزایش نرخ فروش محصولات دانست که انتظار می‌رود در صورت حذف ارزش‌ترجیحی در صنایعی همچون دارو و مواد غذایی شاهد ادامه متورم شدن رشد درآمد‌ها در سال ۱۴۰۱ باشیم که این مهم می‌تواند اهمی برای افزایش سودآوری شرکت‌های گروه تلقی شود.

# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)

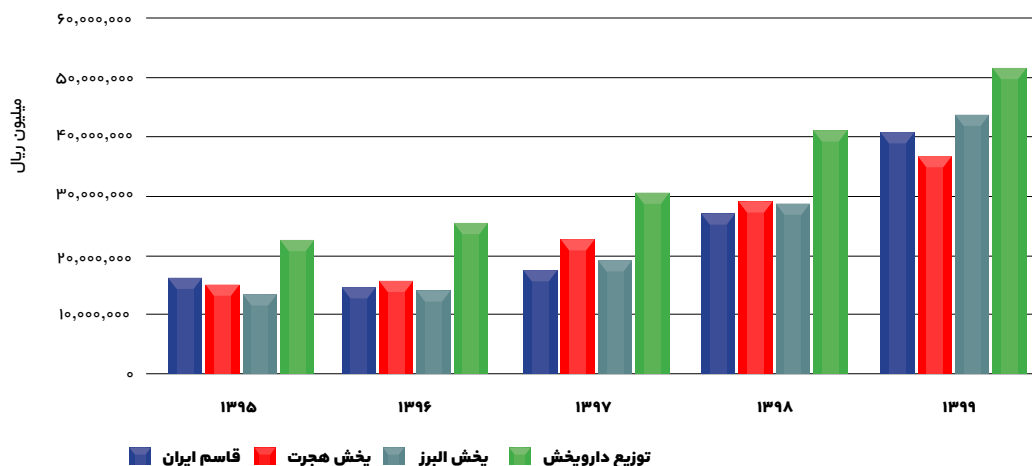


سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱ / ۰۱ / ۱۴

کارشناسی ۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	شرح
۶۴,۰۲۶,۲۳۵	۴۰,۶۵۳,۹۴۵	۲۶,۹۱۷,۱۶۴	۱۷,۳۴۷,۱۷۶	۱۴,۷۱۶,۲۰۸	۱۶,۱۰۸,۱۷۷	قاسم ایران
%۵۷	%۵۱	%۵۵	%۱۸	%۹-		نرخ رشد فروش
۶۲,۳۹۳,۹۹۵	۳۶,۶۴۳,۸۲۲	۲۹,۰۵۴,۶۵۲	۲۲,۶۹۴,۲۰۶	۱۵,۵۶۱,۷۷۶	۱۵,۰۳۹,۷۱۳	پخش هجرت
%۷۰	%۲۶	%۲۸	%۴۶	%۳		نرخ رشد فروش
۶۱,۸۷۷,۷۸۰	۴۳,۳۸۶,۵۲۴	۲۸,۵۹۱,۹۹۱	۱۹,۲۶۸,۶۵۲	۱۴,۱۴۹,۳۰۱	۱۳,۴۶۵,۲۹۸	پخش البرز
%۴۳	%۵۲	%۴۸	%۳۶	%۵		نرخ رشد فروش
۹۰,۰۶۴,۱۵۸	۵۱,۵۰۰,۰۱۲	۴۱,۱۵۳,۵۴۰	۳۰,۳۲۴,۳۳۴	۲۵,۴۸۹,۲۳۰	۲۲,۵۹۱,۳۲۸	توزیع داروپخش
%۷۵	%۲۵	%۳۶	%۱۹	%۱۳		نرخ رشد فروش

## مقایسه درآمد عملیاتی شرکت های گروه پخش



## حاشیه سود و دوره وصول مطالبات شرکت های صنعت پخش

شرکت	سال مالی ۱۳۹۹				نه ماهه سال مالی ۱۴۰۰			
	حاشیه سود ناخالص %	حاشیه سود عملیاتی %	حاشیه سود خالص %	دوره وصول مطالبات (روز)	حاشیه سود ناخالص %	حاشیه سود عملیاتی %	حاشیه سود خالص %	دوره وصول مطالبات (روز)
قاسم ایران	۷/۱۲	۸/۴	۹/۶	۶۱	۹/۱۱	۴/۴	۵/۳	۶۴
پخش هجرت	۱/۱۴	۶/۷	۳/۵	۱۷۳	۱/۱۵	۴/۱۰	۵/۷	۱۶۰
پخش البرز	۶/۱۲	۱/۶	۴	۱۷۶	۵/۱۲	۷	۹/۵	۱۵۴
توزیع داروپخش	۷/۱۱	۶/۶	۳/۴	۱۸۵	۶/۱۲	۴/۸	۸/۵	۱۶۲

# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)

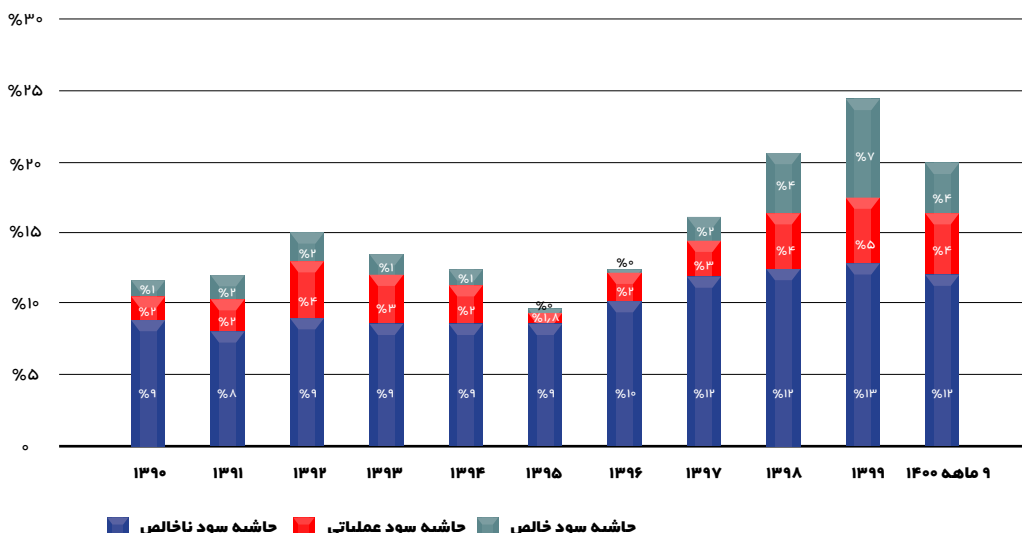


سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱ / ۰۱ / ۱۴

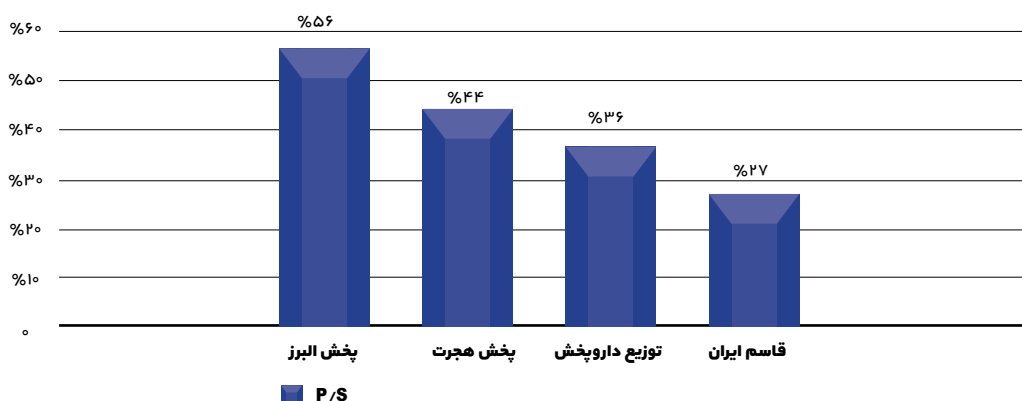
## حاشیه سود شرکت قاسم ایران

### حاشیه سود شرکت قاسم ایران



## مقایسه نسبت هارکت (ارزش بازار) به درآمد فروش شرکت های گروه پخش P/S

### نسبت قیمت به درآمد گروه پخش



نسبت P/S یا Price to Sales Ratio میزان قیمت به فروش یک شرکت را نشان می دهد که یکی از معیارهای ارزش گذاری برای مقایسه نمادهای یک گروه یا یک صنعت است. در گروه پخش به واسطه حاشیه سود پایین شاهد نسبت P/S پایین تر از یک واحد هستیم و این در حالی است که نسبت قیمت به درآمد در بورس میانگین ۲٫۶۱ و میانگین صنعت پخش ۰٫۴۰ است. در این گروه پایین ترین نسبت به شرکت قاسم ایران تعلق دارد از این رو انتظار می رود با بهبود درآمد و سودآوری شرکت قاسم رفته رفته به میانگین صنعت نزدیک شود و شاهد رشد ارزش بازار این شرکت باشیم.

# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)



سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱ / ۰۱ / ۱۴

## صورت سود و زیان

واحد (میلیون ریال)

دوره مالی	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	ته ماهه ۱۴۰۰	کارشناسی ۱۴۰۰	کارشناسی ۱۴۰۱
درآمد ارائه خدمات	۱۴,۷۱۶,۲۰۸	۱۷,۲۳۴۷,۱۷۶	۲۶,۹۱۷,۱۶۴	۴۰,۶۵۳,۹۴۵	۴۳,۹۸۴,۷۹۳	۶۴,۰۲۶,۲۳۵	۸۳,۲۳۴,۱۰۶
هزینه ارائه خدمات	-۱۳,۲۱۷,۱۶۴	-۱۵,۲۸۶,۸۹۸	-۲۳,۵۶۱,۳۹۶	-۳۵,۴۷۲,۸۱۴	-۳۸,۷۴۷,۱۳۵	-۵۵,۹۸۲,۷۷۵	-۷۲,۴۱۳,۶۷۲
سود (زیان) ناخالص	۱,۴۹۹,۰۴۴	۲,۰۶۰,۲۷۸	۳,۳۵۵,۷۶۸	۵,۱۸۱,۱۳۱	۵,۲۳۷,۶۵۸	۸,۰۴۳,۴۶۰	۱۰,۸۲۰,۴۳۴
هزینه های عمومی، اداری و تشکیلاتی	-۱,۲۰۱,۷۵۴	-۱,۵۵۵,۱۴۲	-۲,۲۳۶,۶۳۳	-۳,۱۸۷,۳۰۳	-۳,۲۵۲,۷۴۸	-۴,۸۶۲,۶۸۲	-۶,۳۲۱,۴۸۷
خالص سایر درآمدها (هزینه ها) ی عملیاتی	-۶,۹۸۱	-۵۲,۷۱۸	-۴۳,۶۳۲	-۲۵,۹۱۴	-۳۱,۵۸۶	-۳۱,۵۸۶	۰
سود (زیان) عملیاتی	۳۹۰,۳۰۹	۴۵۲,۴۱۸	۱,۰۷۵,۵۰۳	۱,۹۶۷,۹۱۴	۱,۹۵۳,۳۲۴	۳,۱۴۹,۱۹۲	۴,۴۹۸,۹۴۷
هزینه های مالی	-۳۵۷,۱۹۰	-۱۶۹,۴۸۹	-۲۲,۹۹۷	-۸,۸۵۹	-۶۳,۴۳۵	-۹۲,۳۱۷	-۱۳۰,۰۱۲
درآمد حاصل از سرمایه گذاریها	۳۸,۷۷۴	۳۸,۳۰۸	۳۲۱,۳۷۵	۱,۱۸۹,۱۱۱	۱,۰۱۸,۴۵	۲۴۶,۳۸۶	۱۵,۸۳۴
خالص سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی	۴۵,۷۷۳	۳۶,۷۸۸	۲۷,۹۶۷	۳۹,۷۱۳	۱۸,۳۸۰	۱۸,۳۸۰	۰
سود (زیان) خالص عملیات در حال تداوم قبل از مالیات	۱۷,۶۶۶	۳۵۸,۰۲۵	۱,۴۰۱,۸۴۸	۳,۱۸۷,۸۷۹	۲,۰۱۰,۱۱۴	۳,۳۲۱,۶۴۱	۴,۳۹۴,۷۶۸
مالیات	۰	-۶۶,۹۸۱	-۲۳۸,۰۲۱	-۳۷۹,۴۴۴	-۴۵۱,۹۲۶	-۶۲۴,۲۰۱	-۸۱۱,۴۶۱
سود (زیان) خالص	۱۷,۶۶۶	۲۹۱,۰۴۴	۱,۱۶۳,۸۲۷	۲,۸۰۸,۴۳۵	۱,۵۵۸,۱۸۸	۲,۶۹۷,۴۴۰	۳,۵۸۳,۳۰۷
سود هر سهم پس از کسر مالیات	۲۹	۴۸۵	۳۹۸	۵۶۲	۳۱۲	۵۳۹	۷۱۷
سرمایه	۶۰۰,۰۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۲,۹۲۵,۵۸۹	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰	۵,۰۰۰,۰۰۰

شرکت قاسم ایران با مفروضات سه ماهه پایان سال ۱۴۰۰ از جمله رشد ۳۰ درصدی درآمد فروش فصل زمستان نسبت به تابستان و حاشیه سود ناخالص ۱۴ درصد پتانسیل تحقق ۲۲۸ ریال سود خالص در این فصل را دارا است که سود برآوردی تجمیعی در پایان سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۵۳۹ ریال برآورد می شود.

برای سال ۱۴۰۱ با مفروضات تورم ۳۰ درصد، رشد فروش ۳۰ درصد و حاشیه سود ناخالص ۱۳ درصدی این شرکت قادر به تحقق سود ۷۱۷ ریال می باشد. انتظار می رود اثرات حذف ارزش ترجیحی و رشد قیمت کالاها تاثیر مستقیم بر حاشیه سود ناخالص شرکت های پخش داشته باشد.

لازم به توضیح است که سود شرکت های گروه پخش اهرم بالایی به تغییرات درآمد و حاشیه سود دارد از این رو مدیریت مناسب فعالیت عملیاتی و ورود به توزیع محصولات با حاشیه سود بالا می تواند رشد سودآوری شرکت های پخش از جمله شرکت قاسم ایران را در سال ۱۴۰۱ تضمین کند.



# گزارش تحلیلی شرکت قاسم ایران

(قاسم)



سرمایه‌گذاری ملی ایران (سهامی عام)  
«هلدینگ»

شماره چهل و چهارم  
۱۴۰۱/۰۱/۱۴

## تحلیل حساسیت سود سال مالی ۱۴۰۱ (ریال)

رشد مبلغ فروش											
%۱۰۰	%۹۰	%۸۰	%۷۰	%۶۰	%۵۰	%۴۰	%۳۰	%۲۰	%۱۰		
-۱۸۰	-۱۷۱	-۱۶۱	-۱۵۲	-۱۴۳	-۱۳۴	-۱۲۵	-۱۱۶	-۱۰۷	-۹۷	%۸	حاشیه سود ناخالص
۷۶	۷۳	۶۹	۶۵	۶۲	۵۸	۵۴	۵۱	۴۷	۴۳	%۹	
۳۳۳	۳۱۶	۳۰۰	۲۸۳	۲۶۷	۲۵۰	۲۳۴	۲۱۷	۲۰۱	۱۸۴	%۱۰	
۵۸۹	۵۵۹	۵۳۰	۵۰۱	۴۷۲	۴۴۲	۴۱۳	۳۸۴	۳۵۴	۳۲۵	%۱۱	
۸۴۵	۸۰۳	۷۶۱	۷۱۹	۶۷۶	۶۳۴	۵۹۲	۵۵۰	۵۰۸	۴۶۶	%۱۲	
۱,۱۰۱	۱,۰۴۶	۹۹۱	۹۳۶	۸۸۱	۸۲۶	۷۷۲	۷۱۷	۶۶۲	۶۰۷	%۱۳	
۱,۳۵۷	۱,۲۸۹	۱,۲۲۲	۱,۱۵۴	۱,۰۸۶	۱,۰۱۹	۹۵۱	۸۸۳	۸۱۵	۷۴۸	%۱۴	
۱,۶۱۳	۱,۵۳۳	۱,۴۵۲	۱,۳۷۲	۱,۲۹۱	۱,۲۱۱	۱,۱۳۰	۱,۰۵۰	۹۶۹	۸۸۹	%۱۵	

در جدول تحلیل حساسیت نیز، سود برآوردی با تغییر رشد فروش و حاشیه سود ناخالص نشان داده شده است. پیش بینی می‌شود بادر نظر گرفتن بازه حاشیه سود ۱۲ تا ۱۴ درصد ناخالص و افزایش ۳۰ تا ۶۰ درصد درآمد فروش در سال مالی ۱۴۰۱ کمینه و بیشینه سود شرکت قاسم ایران در بازه ۵۵۰ الی ۱۰۸۶ ریال قرار گیرد.

## توضیح مهم:

آنچه در این گزارش مطالعه می کنید، تحلیل آخرین وضعیت شرکت است و برای اتخاذ تصمیم سرمایه گذاری کافی نیست. این گزارش سعی دارد فرهنگ تحلیل را در سطح بازار سرمایه افزایش دهد و همچنین به هیچ وجه توصیه ای برای خرید و فروش سهام نیست.

تهران ، خیابان کریم خان زند، خیابان شهید عضدی  
(آبان جنوبی)، شماره ۱۱، ساختمان شهید بهمن محمودپور  
تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۰۳۲۹۳ فکس: ۰۲۱-۸۸۹۱۹۶۷۶