



# گزارش تفسیری مدیریت

(سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰)

شرکت بهنوش ایران (سهامی عام)



Web site: [www.Behnoushiran.com](http://www.Behnoushiran.com)

Email: [Info@Behnoushiran.com](mailto:Info@Behnoushiran.com)

## فهرست

۵	۱- ماهیت کسب و کار
۵	۱-۱) تاریخچه و فعالیت
۷	۱-۲) جایگاه شرکت در صنعت
۷	۱-۳) سهم محصولات شرکت از بازار محصولات
۸	۱-۴) مهمترین قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت
۸	۱-۵) محیط کسب و کار و صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند، فرصت ها و ریسکهای حاکم بر محیط و عوامل موثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت
۱۰	۱-۶) محصولات عمده شرکت
۱۴	۱-۷) روش های توزیع محصولات
۱۵	۱-۸) ساختار واحد تجاری
۱۶	۱-۹) نحوه ارزش آفرینی
۱۶	۱-۱۰) اهداف کلان شرکت بهنوش
۱۶	۱-۱۱) ارزش های بنیادی
۱۷	۱-۱۲) استراتژی های شرکت بهنوش
۱۸	۱-۱۳) سیاست های راهبردی
۱۹	۱-۱۴) وضعیت جاری فعالیت های اصلی و زیربنایی شرکت و تغییرات آنها نسبت به قبل
۱۹	۱-۱۵) فروش های صادراتی
۲۰	۱-۱۶) نمودار قیمت سهام
۲۰	۱-۱۷) نمودار حجم معاملات و ارزش شرکت
۲۱	۱-۱۸) عوامل اثر گذار عمده بر صنعت و محیط بیرونی شرکت
۲۲ و ۲۱	۱-۱۹) اطلاعات مدیران شرکت
۲۳	۱-۲۰) ترکیب سهامداران
۲۴	۱-۲۱) تغییرات سرمایه از بدو تاسیس تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۳۰

- ۲۴ - اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به اهداف
- ۲۴ (۲-۱) اهداف بلند مدت و کوتاه مدت و اولویت آنها جهت دوره زمانی آتی
- ۲۵ (۲-۲) چگونگی مواجهه با روند های بازار، تهدیدها و فرصت های آن و نحوه اندازه گیری میزان موفقیت در دوره زمانی ارزیابی
- ۲۶ (۲-۳) برنامه توسعه شبکه ها یا بازارهای جدید توزیع
- ۲۶ (۲-۴) راهبردهای شرکت برای مواجهه با افزایش هزینه مواد اولیه
- ۲۶ (۲-۵) اهداف، برنامه زمانی و راهبردهای دستیابی به اهداف
- ۲۶ (۲-۶) تطابق راهبرد ها با روند های اصلی
- ۲۷ (۲-۷) برنامه ریزی جهت رسیدن به اهداف و راهبرد ها
- ۲۷ (۲-۸) پیش بینی چالشها و ریسک های پیش رو برای دستیابی به اهداف
- ۳۰ (۲-۹) تغییرات با اهمیت در اهداف یا راهبرد ها نسبت به سال و یا سالهای گذشته
- ۳۱ (۲-۱۰) رابطه بین اهداف، راهبرد ها، اقدامات مدیر و جبران خدمات مدیران اجرایی
- ۳۱ (۲-۱۱) سیاست های شرکت در ارتباط با راهبری شرکتی و گامهای صورت گرفته
- ۳۱ (۲-۱۲) اطلاعاتی در خصوص مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی شرکت
- ۳۱ (۲-۱۳) رویه های مهم حسابداری، برآوردها و قضاوتها
- ۳۲ - مهمترین منابع و ریسک های شرکت
- ۳۲ (۳-۱) اطلاعاتی در خصوص منابع شرکت
- ۳۲ (۳-۲) منابع مالی و غیر مالی مهم در دسترس شرکت و نحوه استفاده از این منابع برای دستیابی به اهداف
- ۳۳ (۳-۳) تجزیه و تحلیل ساختار سرمایه شرکت
- ۳۳ (۳-۴) نقدینگی و جریان های نقدی
- ۳۳ (۳-۵) سرمایه انسانی و مشارکت کارکنان
- ۳۴ (۳-۶) راهکارهای مربوط به مدیریت منابع مازاد
- ۳۴ (۳-۷) برنامه های مدیریت، کمبود های شناسایی شده و با منابع مورد انتظار
- ۳۴ (۳-۸) روابط با ذینفعان و چگونگی احتمال تاثیر این روابط بر عملکرد، ارزش و ماهیت کسب و کار

۳۴	۳-۹) تغییرات نرخ ارز و نرخ سود و اثرات آن بر شرکت
۳۵	۳-۱۰) بدهی های شرکت و راهکارهای باز پرداخت بدهی ها
۳۵	۳-۱۱) تسهیلات مالی ، منابع نقدینگی داخلی و خارجی و دارایی های استفاده نشده
۳۶	۳-۱۲) تغییر در الگو های خرید مشتریان ، روش های فروش و حجم تخفیفات
۳۶	۳-۱۳) الزامات نقدینگی برای مخارج اختیاری تعهد شده و برنامه ریزی شده
۳۶	۳-۱۴) تغییرات در زنجیره عرضه
۳۶	۳-۱۵) تغییرات در صنعت یا شرکت های مهم صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند
۳۶	۳-۱۶) معاملات با اهمیت با اشخاص وابسته و تاثیر آنها بر عملکرد ، ارزش و ماهیت کسب و کار
۳۷	۳-۱۷) تغییرات در کارکنان اصلی ، شامل خروج مدیران اجرایی اصلی
۳۷	۳-۱۸) اثرات نتایج احتمالی دعاوی حقوقی
۳۷	۳-۱۹) وضعیت رقابت و ریسک رقابت
۳۷	۳-۲۰) تغییرات در قیمت گذاری مواد
۳۸	۳-۲۱) تغییرات در ظرفیت تولید
۳۸	۴- نتایج عملیات و چشم اندازها
۳۸-۳۹	۴-۱) تحلیلی از چشم انداز شرکت
۳۹	۴-۲) اطلاعات مرتبط با سهام ، شامل باز خرید سهام ، بازده سرمایه ، سرمایه گذاری مجدد سود های تقسیمی ، برنامه ها و امتیازات سهامداران و تغییرات مهم قیمت سهام
۳۹	۴-۳) تغییر در ترکیب دارایی ها (تحصیل و واگذاری) و هرگونه تغییرات یا جابه جایی در اقسام صورت وضعیت مالی
۳۹	۴-۴) تاثیر تورم ، تغییرات قیمت ها و نرخ ارز بر شرکت
۳۹	۴-۵) اطلاعات در خصوص سود های تقسیمی
۳۹	۴-۶) مروری بر اطلاعات مقایسه ای دوره های قبل
۳۹	۴-۷) بررسی تحلیلی عملکرد واقعی در مقایسه با بودجه
۴۰	۴-۸) تشریح برنامه های شرکت جهت تکمیل طرح های توسعه
۴۲	۴-۹) اقدامات انجام شده هیئت مدیره در خصوص رعایت اصول حاکمیت شرکتی
۴۲	۴-۱۰) اثرات احتمالی ناشی از اطلاعات با اهمیت افشاء شده



**مقدمه**

در اجرای مفاده ماده ۷ دستور العمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت های ثبت شده نزد سازمان بورس (مصوب ۱۳۸۶/۰۵/۰۳ و اصلاحیه های مورخ ۱۳۸۸/۰۶/۰۴ ، ۱۳۸۹/۰۶/۲۷ ، ۱۳۹۶/۰۹/۱۴ و ۱۳۹۷/۱۱/۱۵ هیئت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار) گزارش تفسیری مدیریت برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ به شرح پیوست تقدیم میگردد.

به نظر اینجانبان اطلاعات مندرج در این گزارش که درباره عملیات و وضع عمومی شرکت میباشد، با تاکید بر ارائه متصفانه نتایج عملکرد هیئت مدیره و در جهت حفظ منافع شرکت و انطباق با مقررات قانونی و اساسنامه شرکت تهیه و ارائه گردیده است .

این اطلاعات هماهنگ با واقعیت های موجود بوده و اثرات آنها در آینده در حدی که در موقعیت فعلی میتوان پیش بینی نمود، به نحو درست و کافی در این گزارش ارائه گردیده و هیچ موضوعی که عدم آگاهی از آن موجب گمراهی از استفاده کنندگان میشود ، از گزارش حذف نگردیده ، لذا گزارش تفسیری مدیریت اخیر مطابق با ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت و راهنمای بکارگیری ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت ، تهیه و در تاریخ ۱۴۰۰/۰۳/۲۶ به تائید هیئت مدیره شرکت رسیده است.

نام عضو هیئت مدیره	فائده‌مازان	ست	امضاء
محسن طالع زاری	شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا	رئیس هیئت مدیره	
محمد مهدی برقراری	شرکت مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا	مدیر عامل و نایب رئیس هیئت مدیره	
نبی اله مجد	بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی	عضو هیئت مدیره	
فرشته تکسیمی	شرکت سرمایه گذاری ملی ایران	عضو هیئت مدیره	
مهدی محمدی	شرکت پیوند تجارت آتیه ایرانیان	عضو هیئت مدیره	

گزارش حاضر مبنی بر اطلاعات ارائه شده در صورتهای مالی بوده و اطلاعاتی را در خصوص تفسیر مالی ، عملکرد مالی و جریان های نقدی شرکت برای تشریح اهداف و راهبردهای خود جهت دستیابی به آن اهداف به عنوان مکمل و متمم صورتهای مالی ارائه می نماید.



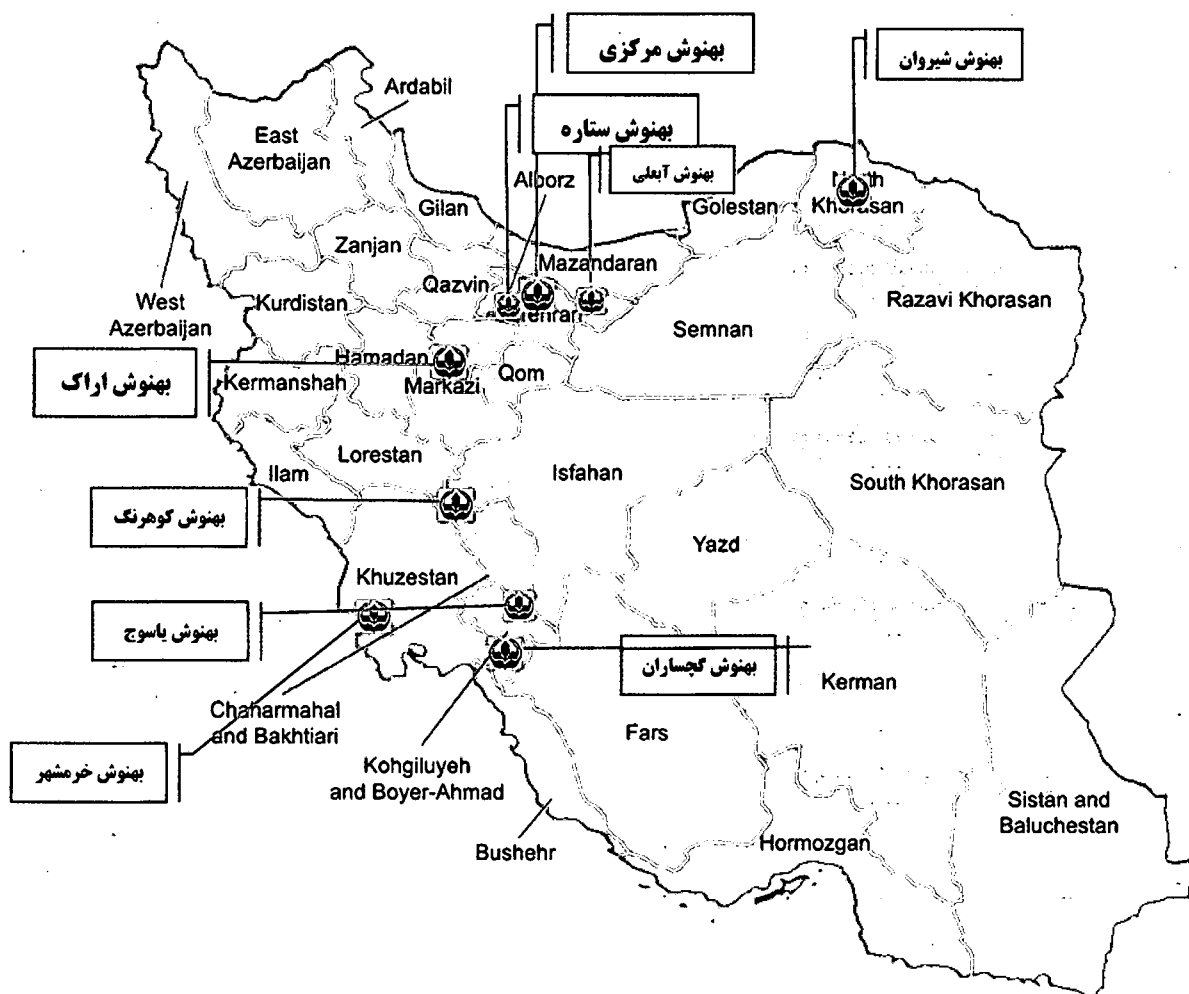
## ۱- ماهیت کسب و کار

### ۱-۱) تاریخچه و فعالیت

شرکت بهنوش در تاریخ ۱۳۴۵/۰۲/۱۵ با سرمایه ی سی میلیون ریال با نام "مالتای ایران" تاسیس و تحت شماره ۱۰۶۲۰ در اداره ثبت شرکتهای تهران به ثبت رسید. بهره برداری از کارخانه در تاریخ ۱۳۴۵/۰۳/۱۱ از طرف وزارت صنایع و معادن صادر شد ، همچنین شرکت بهنوش تنها کارخانه ماءالشعیر سازی است که پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی ، با تغییر محصول خود به غیر الکلی به فعالیت های خود ادامه داد. این شرکت هم اکنون بزرگترین تولید کننده ماءالشعیر در ایران بوده و تنها تولید کننده در این صنعت است که در بازار سرمایه فعالیت دارد.

شرکت در تاریخ ۱۳۷۸/۰۹/۰۷ در سازمان بورس اوراق بهادار تهران در گروه (محصولات غذایی و آشامیدنی به جز قند و شکر) و با نماد غبهنوش ثبت شده و سهام آن برای اولین بار در تاریخ ۱۳۷۹/۰۹/۳۰ مورد معامله قرار گرفته است. شرکت بهنوش ایران با دارا بودن توان تولیدی چندین برابر رقبای داخلی و در اختیار داشتن شبکه گسترده عاملین و نمایندگان در اقصی نقاط کشور و همچنین یک ناوگان توزیع تملیکی ، پیشرو بازار تولید ماءالشعیر و نوشیدنی های طبیعی است. در حال حاضر شرکت دارای ۹ واحد تولیدی است که ۸ واحد آن با استفاده از حداکثر توان عملیاتی خود مشغول به تولید می باشند.

### کارخانه های بهنوش ایران



۱- شرکت بهنوش واحد مرکزی ( واقع در کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج )

۲- شرکت بهنوش واحد ستاره ( واقع در کیلومتر ۱۵ جاده مخصوص کرج )

۳- شرکت بهنوش واحد گچساران ( واقع در حومه شهرستان گچساران )

۴- شرکت بهنوش واحد شیروان ( واقع در حومه شهرستان شیروان )

۵- شرکت بهنوش واحد اراک ( بلااستفاده )

۶- شرکت بهنوش واحد کوهرنگ ( واقع در چهار محال و بختیاری شهر گهرو )

۷- شرکت بهنوش واحد آبعلی ( واقع در کیلومتر ۵ جاده هراز شهر آبعلی )

۸- شرکت بهنوش واحد یاسوج ( واقع در کیلومتر ۵ جاده یاسوج- شیراز )

۹- شرکت بهنوش واحد خرمشهر ( بلوار یادگار امام خیابان شیخ )

## ۱-۲) جایگاه شرکت در صنعت

- ✓ کسب گواهینامه رعایت حقوق مصرف کننده از سازمان صنعت، معدن و تجارت
  - ✓ کسب نشان ملی برترین رعایت کننده ایمنی و کیفیت محصولات نوشیدنی در ایران
  - ✓ کسب تندیس جشنواره ملی صنعت سلامت محور و ارتقای سلامت
  - ✓ کسب جایزه دومین دوره ملی تعالی و پیشرفت
- این شرکت در راستای مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی از هیچ کوششی دریغ ننموده است اخذ گواهی نامه های بین المللی ذیل گواه این موضوع می باشد.



## ۱-۳) سهم محصولات شرکت از بازار محصولات

اگرچه ماءالشعیر در سالهای اخیر جای خود را در بازار ایران پیدا کرد اما نخستین کارخانه تولید این نوشیدنی در سال ۱۳۴۵ در ایران افتتاح شد. آگاهی های عمومی از مضرات نوشابه تا حدودی فضا را برای ورود این نوشیدنی فراهم نمود. تولید ماءالشعیر در ایران به ویژه در سال های اخیر از رشد چشمگیری برخوردار بوده به طوری که امروزه شاهد ظهور برندهای متنوعی از ماءالشعیر در طعم های متفاوتی در بازار های داخلی هستیم. کارخانه های مدرنی در سال های اخیر راه اندازی شده و کارخانه های قدیمی نیز در فاز توسعه ای خود با فن آوری روز این صنعت تجهیز شده اند. اگرچه همچنان سرانه مصرف ماءالشعیر در کشور بسیار پایین است و نسبت به میانگین مصرف در دنیا فاصله بسیار زیادی دارد اما فواید بسیار ارزشمند ماءالشعیر این محصول را به جایگزینی ایده آل برای نوشابه های گازدار که عمدتاً حاوی مواد قندی بسیاری هستند بدل ساخته است.



#### ۴-۱) مهمترین قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت

نوع فعالیت شرکت و حضور آن در بورس ایجاب می کند که قوانین مالی از مناظر گوناگون بر فعالیت شرکت حاکم

باشد. مهم ترین قوانین حاکم بر فعالیت شرکت شامل :

- ۱- مقررات و دستور العمل سازمان بورس و اوراق بهادار
- ۲- قوانین و مقررات محیط زیست
- ۳- قوانین و مقررات کار و امور اجتماعی ایمنی بهداشت
- ۴- قوانین و مقررات ثبت شرکت ها
- ۵- قوانین و مقررات تجاری و بازرگانی
- ۶- قانون تجارت
- ۷- قانون مالیات های مستقیم
- ۸- قانون مالیات بر ارزش افزوده
- ۹- قانون مبارزه با پولشویی
- ۱۰- قانون کار
- ۱۱- استانداردهای حسابداری
- ۱۲- اساسنامه شرکت
- ۱۳- سایر قوانین موضوعه

#### ۵-۱) محیط کسب و کار و صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند، فرصت ها و ریسکهای حاکم بر محیط و عوامل موثر بر صنعت و محیط بیرونی شرکت

ماءالشعیر از جمله نوشیدنی هایی است که به گفته متخصصان و کارشناسان تغذیه خواص زیادی به بدن می رساند. شرکت بهنوش جزء اولین شرکت های ایرانی است که به تولید ماءالشعیر در ایران پرداخته است. شرکت بهنوش در سال ۱۳۴۵ با نام « مالتای ایران » فعالیت خود را آغاز کرد و تنها کارخانه ای بود که پس از پیروزی انقلاب اسلامی با تغییر محصول خود به نوع غیر الکی آن و تحت شماره ۱۰۶۲۰ با نام بهنوش ایران به فعالیت خود ادامه داد و با توجه به اهمیت و ارزش بالای غذایی ماءالشعیر بخصوص برای بیماری های مختلف گوارشی و کلیوی، به تولید ماءالشعیر پرداخت. این شرکت هم اکنون بزرگترین تولید کننده ماءالشعیر در ایران است .



## ریسک سیستمیک

- ۱- وجود متغیرهای تاثیر گذار در صنعت مانند نوسان نرخ ارز ، نرخ تورم ، نرخ بهره ، قیمت گذاری مواد اولیه و ...
- ۲- تاثیر تحریم های سیاسی و اقتصادی ( محدودیت در تامین مواد اولیه ) و تاثیر آن در سود آوری شرکت

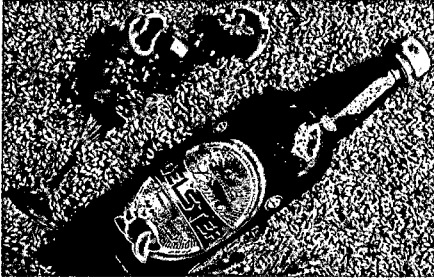
## ریسک های غیر سیستمیک





### ۱-۶) محصولات عمده شرکت

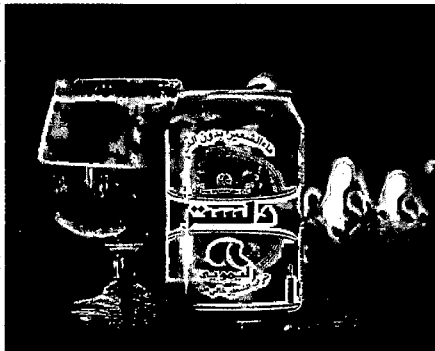
#### انواع ماءالشعیر در بسته بندی ها و سایز های متنوع با طعم های گوناگون



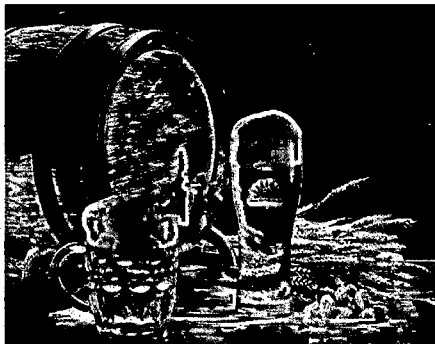
بِت



شیشه

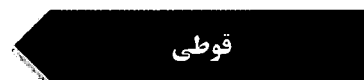
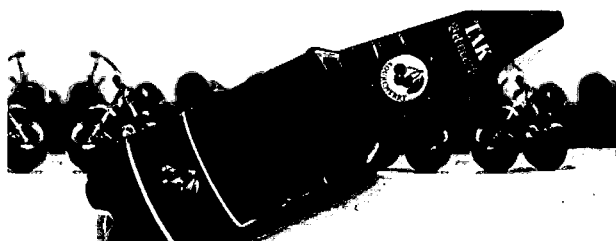


قوطی



بِسْکِه

انواع آبمیوه های طبیعی (تاک) در بسته بندی ها و سایز های متنوع با طعم های گوناگون

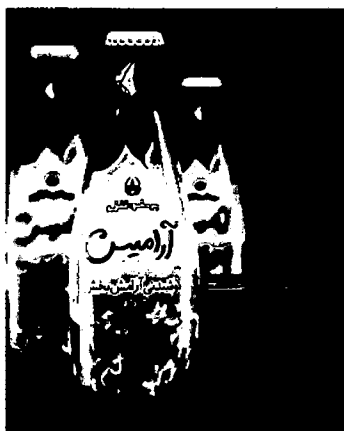




انواع نوشیدنی ها در بسته بندی ها و سایز های متنوع با طعم های گوناگون



موهیتو



آرامیس



دادلی



آلونه ورا



انواع نوشابه ها



نوشابه  
نوشابه انرژی زا  
سینرژی



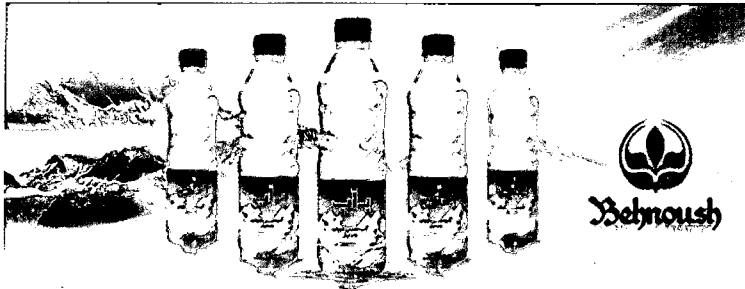
نوشابه  
نوشابه انرژی زا  
استارت



نوشابه  
براندا



**انواع نوشیدنی های طبیعی در بسته بندی ها و سایز های متنوع**



آب معدنی



دوغ (آبعلی)

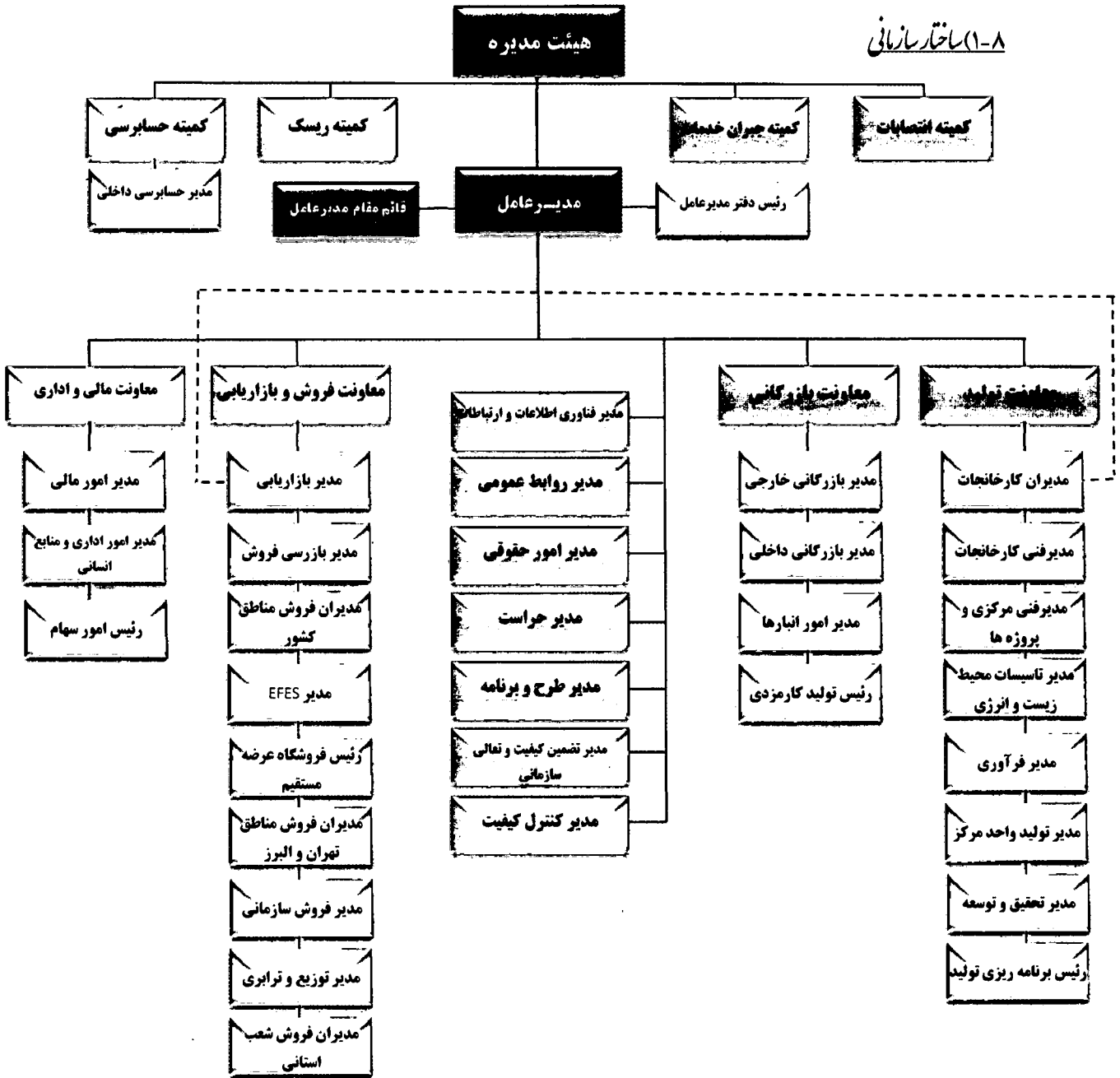
**۷-۱) روش های توزیع محصولات**

شرکت بهنوش ایران با بهره گیری از شبکه گسترده توزیع خود به کمک ناوگانی متشکل از ۱۴۳ کامیون از طریق ۲۹ شعبه ، ۱۶۸ نمایندگی و بالغ بر ۱۲۰،۰۰۰ خرده فروش اقدام به توزیع محصولات خود می نماید و از روش های فروش زیر استفاده می نماید :

- فروش مویرگی
- فروش نمایندگی
- فروشگاه عرضه مستقیم
- فروش سازمانی
- صادرات



۸-۱ ساختار سازمانی





### ۹-۱) نحوه ارزش آفرینی

مدیر عامل شرکت در راستای ایجاد فرهنگ تعالی، آینده شرکت را با تعریف مأموریت، چشم انداز، ارزش ها به عنوان ارکان جهت ساز، ترسیم و تضمین نموده و همواره خود به عنوان الگو حس اعتماد را در سازمان ایجاد نموده است. رهبر سازمان با تشکیل تیم های تعالی شامل:

- ۱- کمیته استراتژی و راهبردی تعالی شرکت
- ۲- کمیته توسعه محصول
- ۳- کمیته حفاظت و ایمنی و سلامت کارکنان
- ۴- کمیته تبلیغات
- ۵- کمیته بازرگانی خارجی
- ۶- کمیسیون فروش
- ۷- کمیسیون بازرگانی (معاملات)
- ۸- کمیته برنامه ریزی تولید
- ۹- کمیسیون مناقصات و مزایده ها
- ۱۰- کمیته ورزشی و رفاهی کارکنان
- ۱۱- کمیته ریسک
- ۱۲- کمیته حسابرسی
- ۱۳- کمیته انتصابات

### ۱۰-۱) اهداف کلان شرکت بهنوش

- ✓ کسب سود مناسب در بازارهای صنعت
- ✓ ارتقای تعالی سازمانی نیروی انسانی
- ✓ ورود به بازارهای گسترده تر با هدف حداکثر سازی بازدهی منابع شرکت
- ✓ گسترش بازار با جذب مشتریان جدید (سهم بازار)

### ۱۱-۱) ارزش های بنیادی

#### ✓ مشتریان:

رفتار منصفانه و دوستانه با مشتریان و تلاش در جهت جلب رضایت آنان، طراحی و توسعه محصولات جدید متناسب با ذائقه مشتریان.

#### ✓ فروشندگان و پیمانکاران:

انتخاب فروشندگان و پیمانکاران در شرایط آزاد و منصفانه از طریق اعتبارسنجی و طراحی مناقصات.

#### ✓ کارکنان:

رفتار مبتنی بر کرامت انسانی با کارکنان، توجه به سلامت و ایمنی در سرلوحه برنامه ها و مهیا سازی شرایط ابراز وجود و ارتقاء سازمانی و شخصیتی.

#### ✓ حوزه فعالیت:



توجه ویژه به مسائل حوزه فعالیت و همکاری با مسئولان مربوطه در راستای اعتلای امور بهداشتی جامعه.

✓ محیط زیست:

کاهش آلاینده‌های محیط زیست و حمایت از توسعه محیط زیست.

✓ سهامداران:

تعامل با سهامداران بر اساس احترام متقابل و تبادل اطلاعات دقیق، صادقانه و شفافیت اطلاعات.

✓ جامعه:

نقش سازنده در سلامت جسمانی جامعه انسانی با استفاده از نوشیدنی‌های بهداشتی و سالم.

چشم انداز شرکت بهنوش:

سند چشم انداز شرکت «رهبری بازار نوشیدنی حلال در منطقه» سرلوحه ماموریت هیئت مدیره بوده که با استعانت از خداوند متعال و تکیه بردانش و کوشش و تجارب کارکنان و استفاده از تجهیزات و فناوری روز دنیا در زمینه تولید، تامین و عرضه نوشیدنی بر مبنای مواد طبیعی به جهت پاسخگویی به نیازهای جامعه و ارتقای سطح سلامت، برنامه خود را در مسیر رشد، تعالی در رضایتمندی ذینفعان قرار داده است. دغدغه آخرین استاندارد های روز صنعت مواد غذایی علاوه بر ایجاد پایداری و کمک به رسوخ بیشتر در بازار (علیرغم وجود مخاطرات نقدینگی و ریسک های موجود اعم از نرخ بهره، تورم و نوسانات ارز و....) همواره از اهداف اصلی مدیریت این شرکت بوده است.

۱۲-۱) استراتژی های شرکت بهنوش

✓ تولید پایدار با تمرکز بر حفظ کرامت انسانی و مینت از محیط زیست

✓ توسعه بازاریابی و پیشبرد فروش

✓ کاهش قیمت تمام شده

✓ نگهداشت نیروهای متخصص و با تجربه

### ۱۳-۱) سیاست های راهبردی

- ✓ افزایش سطح توانگری شرکت از منظر تکنولوژی
- ✓ احیای اعتبار بخشی به نام تجاری ( برند) شرکت
- ✓ گسترده‌گی تولید محصولات با توجه به برنامه های اولیه تولید
- ✓ برنامه توسعه شبکه فروش و دستیابی بازارهای جدید
- ✓ مدیریت بهینه نقدینگی
- ✓ بهینه سازی پرتفوی محصولات

### مدیریت عالی

شرکت به منظور فراگیری ارزش ها و نهادینه شدن و پذیرش رفتاری کارکنان ، در بکارگیری رویکرد های مختلف برای حصول اطمینان از نقش پیش برنده ارزش ها برای تضمین آینده سازمان از ابزارهای مدیریتی مختلفی استفاده می نماید. مدیریت ارشد از تلاش های افراد و گروه ها در کلیه سطوح سازمان با هدف بهبود مستمر کیفیت محصول و فرآیند های کلیدی موثر بر آن بطور آشکار و به موقع پشتیبانی و قدردانی می نماید.

تواتر	مصادیق اجرایی	رویکرد پشتیبانی، قدردانی و تشویق
مستمر	مراجعه مدیریت به واحد ها و کارخانجات، دیدار عمومی با کلیه کارکنان	تعامل دو طرفه مدیریت ارشد با کارکنان
موردی	ارائه پاداش جهت عملکرد بهتر	تشویق کارکنان توسط مدیران واحدها
مستمر	پرداخت هدایا با توجه به مناسبت ها و بن کارت ( بر اساس عملکرد شرکت )	ارتقا سطح روحیه و معشیت کارکنان
مستمر	کارانه	ارتقای انگیزه، سطح معیشتی

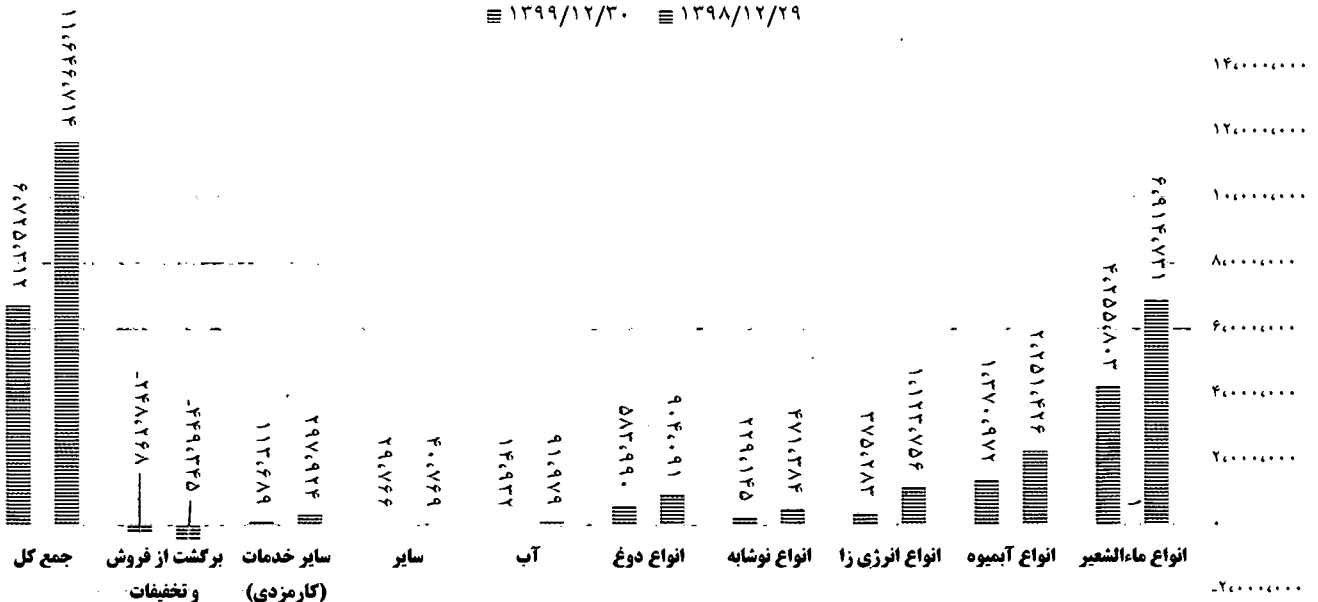


### ۱۴- وضعیت جاری فعالیت های اصلی و زیربنایی شرکت و تغییرات آنها نسبت به قبل

فروش کل (میلیون ریال)										
شرح	انواع ماءالشعیر	انواع آبمیوه	انواع انرژی زا	انواع نوشابه	انواع دوغ	آب	محصولات بازرگانی	سایر خدمات (کارمزدی)	برگشت از فروش و تخفیفات	جمع کل
۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۶۰۹۱۴۰۷۳۱	۲۰۲۵۱۰۴۴۶	۱۰۱۲۳۰۷۵۶	۴۷۱۰۳۸۴	۹۰۴۰۰۹۱	۹۱۰۹۷۹	۴۰۰۷۶۹	۲۹۷۰۹۲۴	(۴۴۹۰۳۴۵)	۱۱۰۶۴۶۰۷۱۴
۱۳۹۸/۱۲/۲۹	۴۰۲۵۵۰۸۰۳	۱۰۳۷۰۰۹۷۲	۳۷۵۰۲۸۳	۲۲۹۰۱۴۵	۵۸۳۰۹۹۰	۱۴۰۹۳۲	۲۶۰۷۶۷	۱۱۳۰۶۸۹	(۲۴۸۰۲۶۸)	۶۰۷۲۵۰۳۱۲

#### نمودار مقایسه ای فروش کل

≡ ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ ≡ ۱۳۹۸/۱۲/۲۹



### ۱۵- فروش های صادراتی

فروش صادراتی (میلیون ریال)	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
فروش	۵۸,۸۶۳	۱۵۰,۲۸۴

با توجه به افزایش میزان مصرف محصولات نوشیدنی غیر الکلی در خاورمیانه و کشورهای اروپایی استراتژی فروش بر تمرکز و توسعه فروش در بازارهای صادراتی نظیر کشورهای امارات ، عراق ، افغانستان و ... خواهد بود. در این راستا راهبرد جدید جذب نمایندگان فروش از طریق روشهای مختلف حوزه های بازاریابی و ارائه نمایندگی اختصاصی بر اساس پله رشد عملکرد، به منظور جلوگیری از تداخل حضور چند نماینده در یک کشور یا مناطق آن خواهد بود. لازم به ذکر است در سال های اخیر مبالغ فروش صادراتی بصورت ریالی در داخل کشور دریافت شده است .

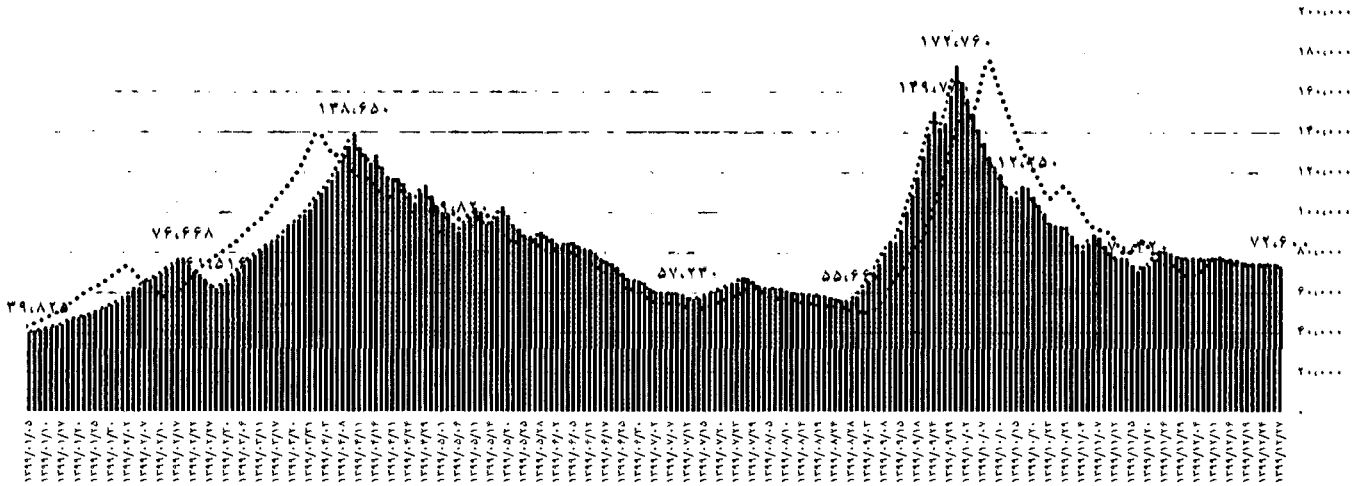


### ۱۶- نمودار قیمت سهام

شخصیت حقوقی شرکت از نوع سهامی عام بوده و سهام آن در تالار اصلی بورس اوراق بهادار تهران معامله میگردد. قیمت سهام شرکت از تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۰۱ الی ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ در بازه ۳۹,۸۲۵ تا ۱۷۲,۰۷۶ ریال نوسان داشته است.

بیشینه قیمت بازار شرکت در تاریخ ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ معادل ۱۷۲,۰۷۶ ریال و کمینه آن در تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۰۵ معادل ۳۹,۸۲۵ ریال بوده است. قیمت سهام در پایان اسفند به ۷۲,۶۰۰ ریال رسیده و معامله شده است.

### نمودار قیمت سهام

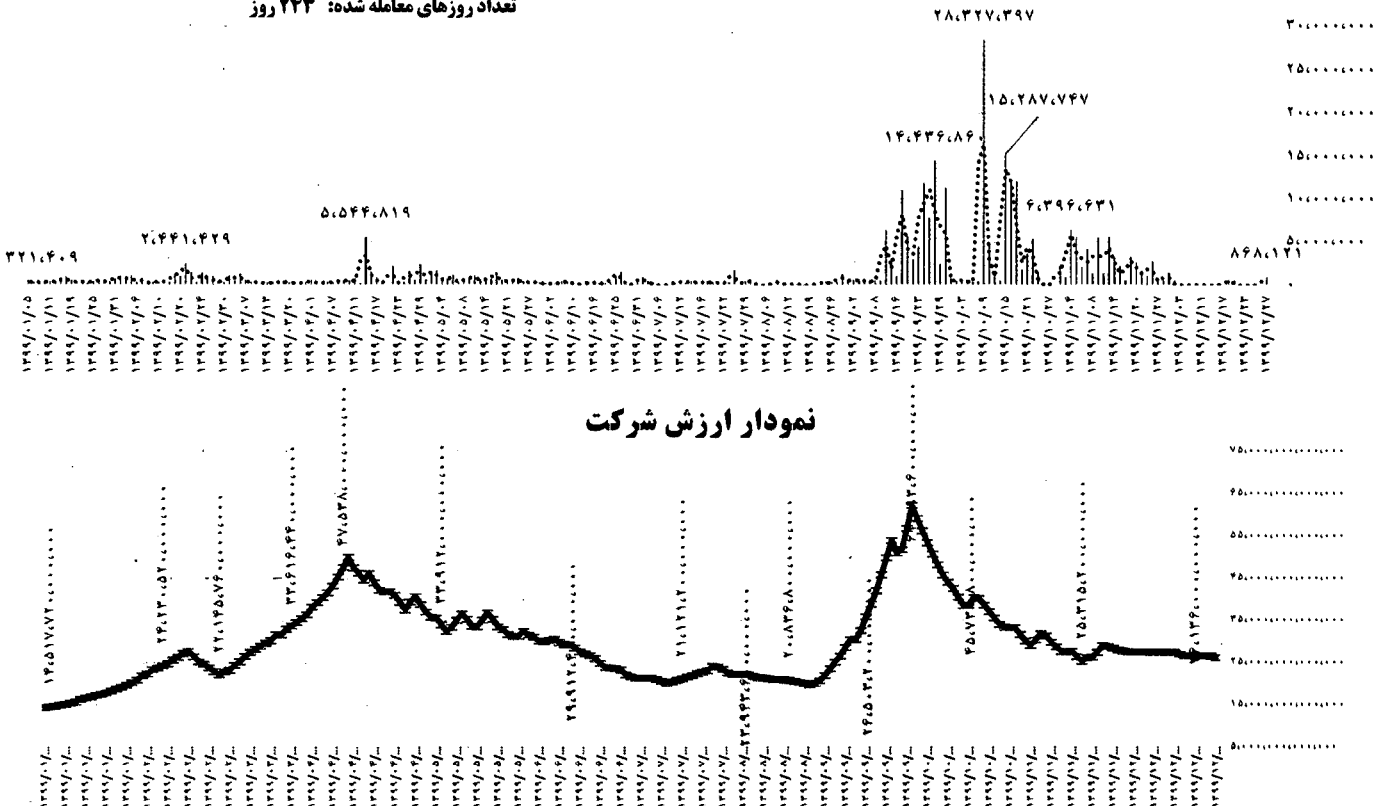


تعداد روزهای معاملاتی: ۲۵۷ روز

### نمودار حجم معاملات

۱۷- نمودار حجم معاملات و ارزش شرکت

تعداد روزهای معامله شده: ۲۴۳ روز



### ۱۸-۱) عوامل اثرگذار عمده بر صنعت و محیط بیرونی شرکت

- **اجرای قانون جامع مالیاتی:** با عنایت به اینکه این شرکت بصورت شفاف و واقعی نسبت به ثبت اسناد و ارائه مستندات به سازمانها و نهادها اقدام می نماید و این امر باعث گردیده پرداختهای مالیاتی قطعی شده در کاهش روند نقدینگی و انعطاف پذیری شرکت اثر گذاشته و نقدینگی را کاهش دهد. که معافیت های مالیاتی تاثیر بسزایی در رشد نقدینگی و سوددهی شرکت خواهد داشت.
- ۱. **کاهش قدرت خرید:** در زمان رکود اقتصادی جامعه با توجه به اینکه محصولات این شرکت جزو سبد ضروری خانوارها محسوب نمی شود، تقاضای خرید برای محصولات در زمان رکود کمتر از وضعیت عادی می باشد. و همچنین بیماری کرونا باعث تعطیلی مقطعی رستورانها، فست فودها گردیده و این بازار هدف (محصولات تک نفره همچون قوطی و شیشه) با کاهش روبرو گردیده و میشود.
- ۲. **تغییرات نرخ ارز:** با توجه به وابستگی کم شرکت به واردات، در صورت نوسان نرخ ارز، شرکت دستخوش چالش های زیادی نخواهد شد. این موضوع با سیاست های جدید تهیه مواد اولیه مناسب داخلی تاثیر مهمی بر روند پیشرفت شرکت نخواهد داشت .
- ۳. **اثر پاندمی کووید ۱۹:** با توجه به اینکه شیوع بیماری کووید ۱۹ باعث تعطیلی رستورانها و محدودیتهای صادراتی و کاهش تقاضای صادراتی و همچنین کاهش حجم تجارت بین المللی شده است ، لذا این مشکل کاهش نسبی تقاضای محصولات صادراتی را موجب گردیده است.

### ۱۹-۱) اطلاعات مدیران شرکت

اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل	نماینده حقوقی شرکت	سمت	تحصیلات
آقای محسن طالع زاری	شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا	رئیس هیئت مدیره (غیرموظف)	فوق لیسانس
آقای محمد مهدی برقراری	شرکت مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا	نایب رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل (موظف)	فوق لیسانس
آقای نبی اله مجد	بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی	عضو هیئت مدیره (غیرموظف)	دکتری
خانم فرشته تکسیمی	شرکت سرمایه گذاری ملی ایران	عضو هیئت مدیره (غیرموظف)	فوق لیسانس
آقای مهدی محمدی	شرکت پیوند تجارت آتیه ایرانیان	عضو هیئت مدیره (غیرموظف)	دکتری



اطلاعات مدیران اجرایی شرکت:

نام و نام خانوادگی	سمت	تاریخ انتصاب	تحصیلات
هاشم علوی	معاونت تولید	۱۳۹۹/۱۱/۰۸	فوق لیسانس
مجتبی اکبری	معاونت بازاریابی و فروش	۱۳۹۸/۱۲/۰۱	دکتری
احمد احمدی	معاونت اداری و مالی	۱۳۹۹/۱۱/۰۸	فوق لیسانس
امیر حسین قاسمی	معاونت بازرگانی	۱۳۹۹/۱۱/۰۸	فوق لیسانس
محمد احمد نژاد	مدیر مالی	۱۳۹۹/۰۲/۰۱	دکتری
ابوالفضل بابایی	مدیر منابع انسانی	۱۳۹۸/۱۲/۰۱	لیسانس
محمد شاه مرادی	مدیر انفورماتیک	۱۳۹۹/۰۳/۰۱	دکتری
حجت فکری	مدیر انبارها	۱۳۹۵/۱۱/۰۱	لیسانس
حسن مستفید	مدیرتدارکات	۱۳۹۵/۱۱/۰۱	فوق لیسانس

اطلاعات کمیته حسابرسی:

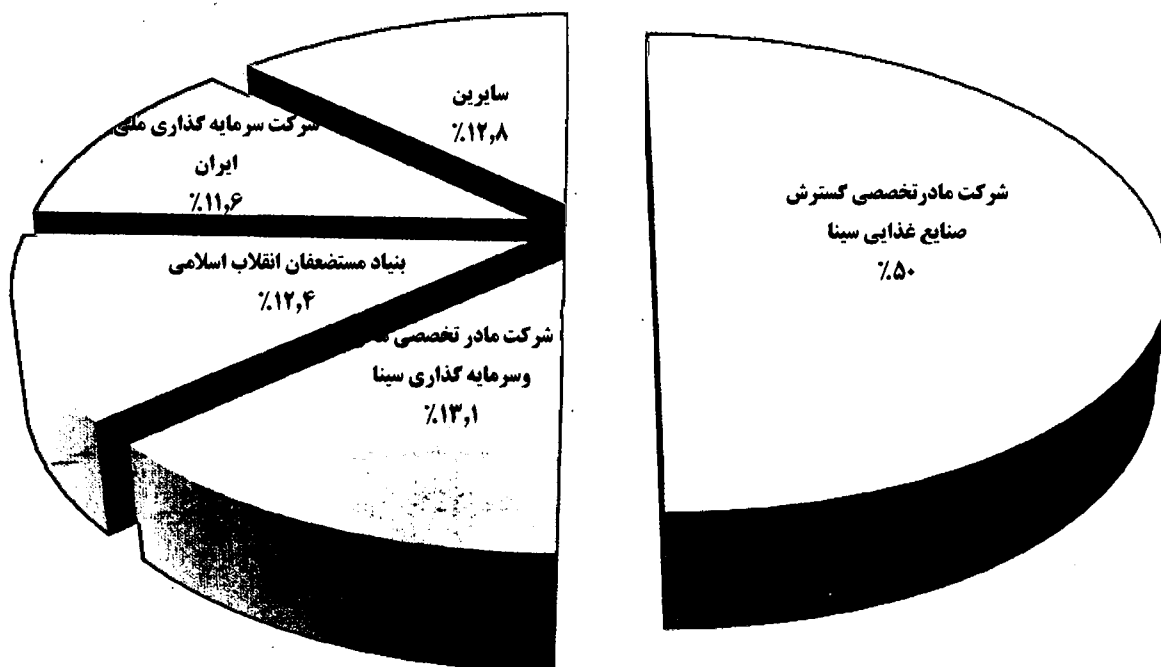
نام و نام خانوادگی	سمت	تاریخ انتصاب	تحصیلات
مهدی محمدی	رئیس کمیته	۱۳۹۹/۰۵/۰۴	دکتر (مدیریت صنعتی)
علی لطفی	عضو کمیته	۱۳۹۹/۰۴/۲۴	فوق لیسانس (مدیریت بازرگانی)
عبدالرضا شاکری	عضو کمیته	۱۳۹۹/۰۴/۲۴	دکتر (حسابداری)

حسابرس مستقل و بازرس قانونی شرکت در سال مالی منتهی به ۱۳۹۸/۱۲/۲۹ و سال مالی منتهی به ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ موسسه حسابرسی مفید راهبر بوده است.

## ۱-۲۰) ترکیب سهامداران

آخرین سرمایه و ترکیب سهامداران شرکت بر مبنای سرمایه ۳۶۰ میلیارد ریالی و در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۳۰ به شرح جدول ذیل میباشد.

ردیف	مشخصات سهامداران	تعداد سهام در ۱۳۹۸/۱۲/۲۹	تعداد سهام در ۱۳۹۹/۱۲/۳۰	درصد سهام
۱	شرکت مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا	۱۸۰,۲۸۱,۵۵۷	۱۸۰,۲۸۱,۵۶۷	۵۰,۰۸
۲	شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا	۶۲,۰۸۰,۳۵۸	۴۷,۲۳۴,۱۱۹	۱۳,۱۲
۳	بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی	۴۴,۵۰۰,۰۱۲	۴۴,۵۰۰,۰۱۲	۱۲,۳۶
۴	شرکت سرمایه گذاری ملی ایران	۴۷,۷۴۱,۹۴۶	۴۱,۷۴۶,۷۸۳	۱۱,۵۹
۵	سایرین	۲۵,۳۹۶,۰۱۷	۴۶,۲۳۷,۵۱۹	۱۲,۸۴
	جمع	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰







۱-۲۱) تغییرات سرمایه از بدو تاسیس تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۳۰

تاریخ افزایش سرمایه	درصد افزایش سرمایه	سرمایه جدید (میلیون ریال)	محل افزایش سرمایه
زمان تاسیس	-----	۳۰	-----
۱۳۷۹ بدو ورود به بورس	-----	۱۷۰،۴۸۸	-----
۱۳۸۰	۸۴	۳۱۰،۴۰۲	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۸۱	۳۱	۴۱۰،۱۵۲	اندوخته طرح توسعه
۱۳۸۷	۱۰۰	۸۲،۳۰۴	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۹۲	۱۰۰	۱۶۴،۶۰۸	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۹۴	۴۵،۸	۲۴۰،۰۰۰	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۹۵	-----	۲۴۰،۰۰۰	-----
۱۳۹۶	۵۰	۳۶۰،۰۰۰	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۹۷	۰	۳۶۰،۰۰۰	-----
۱۳۹۸	۰	۳۶۰،۰۰۰	-----
۱۳۹۹	۰	۳۶۰،۰۰۰	-----

۲- اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به اهداف

۲-۱) اهداف بلندمدت و کوتاه مدت و اولویت آنها جهت دوره زمانی آتی

- توسعه فروش مویرگی به جهت افزایش سهم بازار و گسترش پوشش عاملین توزیع
- حذف گلوگاهها و استفاده حداکثری از ظرفیت دستگاهها.
- تاکید بر توسعه صادرات محصولات با حفظ سهم بازار داخلی و تنوع بخشی به محصولات داخلی و صادراتی با رعایت نیازهای بازار.
- بسته بندی جدید محصولات.
- ارتقا کیفیت محصولات فعلی.



- تلاش برای اخذ تسهیلات کم بهره و بلند مدت متناسب با بودجه عملیاتی شرکت.
- تلاش برای خرید مواد اولیه مورد نیاز با بهترین کیفیت و کمترین قیمت موجود از بازار داخلی.
- ارتقاء سیستم های مکانیزه به منظور تسریع در دسترسی به اطلاعات یکپارچه مورد نیاز و استفاده از سیستم های یکپارچه تحت وب جهت افزایش کنترل های داخلی.
- مدیریت بر ضایعات و اتلاف به عنوان یک فرایند پویا و مستمر و تلاش در زمینه به حداقل رساندن ضایعات.
- اجرای برنامه های تحقیقاتی و تقویت واحد R&D، بکارگیری روشها و سازوکارهای مناسب جهت ارتقاء کیفیت، متنوع کردن محصولات و کاهش هزینه های تولید و قیمت تمام شده محصولات.
- توسعه ناوگان فروش و برنامه ریزی، حفظ، توسعه و تقویت برند های فرعی در جهت گسترش بازار.
- بررسی و مطالعه در خصوص عوامل زیست محیطی و توجه ویژه به مسئولیت اجتماعی.

## ۲-۲) چگونگی مواجهه با روندهای بازار، تهدیدها و فرصت های آن و نحوه اندازه گیری میزان موفقیت در دوره زمانی ارزیابی

مدیریت در طی هر ماه جهت بررسی موضوعات داخلی شرکت و تصمیم گیری در خصوص فرصتها و تهدید های پیش روی بازار جلساتی با مدیران شرکت برگزار می نماید، اهم موضوعات قابل بحث و بررسی به شرح زیر میباشد:

### ۱- حوزه فروش محصولات: قیمت رقبا و محصولات جدید عرضه شده در بازار و همچنین بهای تمام شده

محصولات تولید شده به صورت مرتب و در بازه های زمانی مشخص توسط تیم مالی و فروش مورد بررسی قرار گرفته و گزارش بررسی پس از تحلیل در کمیسیون فروش و دستور مدیرعامل شرکت، ضمن توجه به قیمت های مصوب انجمن ماءالشعیر منجر به تجدید نظر در قیمت محصولات می گردد.

### ۲- حوزه تامین مواد اولیه: تامین مواد اولیه این شرکت مطابق آیین نامه معاملات تایید شده توسط هیئت مدیره

شرکت صورت می پذیرد و پس از بررسی و تایید کمیسیون خرید و تایید مدیر عامل شرکت در تمامی خریدهای صورت پذیرفته رعایت صرفه و صلاح شرکت در اولویت بوده و پس از اخذ استعلام از شرکتهای مختلف به پایین ترین قیمت و بهترین کیفیت صورت می پذیرد.

### ۳- حوزه تحقیق و توسعه: تیم تحقیق و توسعه شرکت با حضور در نمایشگاههای معتبر داخلی و خارجی و مطالعه

محصولات جدید عرضه شده در بازار از بابت تولید و همچنین بسته بندی محصولات سعی در بروز نمودن محصولات تولیدی شرکت و تولید محصولات جدید برای تکمیل سبد فروش شرکت مینمایند.



### ۲-۳) برنامه توسعه شبکه بازاریابی جدید توزیع

انجام فروش مویرگی (از طریق شعبه)، و جذب نمایندگی جزو روشهای متداول و بروز فروش بوده و عملکرد هر دو روش به صورت مستمر مورد بررسی قرار می گیرد و در صورت عدم حصول نتیجه مطلوب نسبت به جایگزینی سایر روشها با بازده بهتر اقدام می گردد.

### ۲-۴) راهبردهای شرکت برای مواجهه با افزایش هزینه مواد اولیه

با توجه به اینکه عمده مواد اولیه این شرکت را مالت و کنساتره تشکیل می دهد لذا شرکت به جهت اطمینان از وجود مواد اولیه کافی برای تولیدات خود همواره سعی بر آن داشته که مواد اولیه را در زمان هایی که دارای قیمت مناسب هستند خریداری و ذخیره نماید همچنین سعی بر آن دارد تا مواد اولیه خود را از تامین کنندگان معتبر و مطمئن تهیه نماید. در حال حاضر با شرایط اقتصادی موجود تامین مواد اولیه خارجی با سختی تهیه میگردد. لذا فرآیند جستجو مواد اولیه داخلی با کیفیت توسط تیم بازرگانی و واحد کنترل کیفی بصورت دقیق با رهبری مستقیم مدیر عامل شرکت مداوم در حال انجام می باشد و در این راستا با شرکت های دارای پتانسیل تولید مناسب هم فکری و مشاوره نیز گردیده است که این مهم منجر به بهبود مواد اولیه تهیه شده از آن ها گردید. استفاده از شرکتهای دانش بنیان از جمله روشهای جدید شرکت در این زمینه میباشد.

### ۲-۵) اهداف، برنامه زمانی و راهبردهای دستیابی به اهداف

شرکت برای هر یک از اهداف تعیین شده برنامه های اجرایی مشخص تعریف نموده که در آن زمانبندی مد نظر برای هر یک از اهداف تعیین شده مشخص شده اند، برنامه های اجرایی در زمانهای مورد نظر در طول اجرا و یا قبل از آن نیز مورد بازنگری قرار گرفته و در صورت لزوم اصلاحات لازم در برنامه ها بعمل می آید.

### ۲-۶) تطابق راهبردها با روندهای اصلی

برای تمامی استراتژی هایی که معین شده برنامه اجرایی خاص پیش بینی شده است که در واقع راه های تحقق اهداف با اجرایی نمودن این برنامه ها میسر می گردد و عمده اهداف، استراتژی های شرکت و برنامه های اجرایی در صفحات قبل در بخش استراتژی ها بیان شده است.



### ۲-۷) برنامه ریزی جهت رسیدن به اهداف و راهبردها

شرکت برای تحقق اهداف تعیین شده که در برنامه های میان مدت سه ساله مطالعه و تصویب می گردد، برنامه ریزی های لازم را نیز از ابعاد مختلف مالی، فنی، نیروی انسانی و مدیریتی انجام داده و بازنگری های لازم طی مراحل متعدد و در جلسات مختلفی که به این منظور برگزار می شود انجام داده است سعی می شود که نتایج حاصله مطلوب و در جهت اهداف تعیین شده باشد.

### ۲-۸) پیش بینی چالشها و ریسک های پیش رو برای دستیابی به اهداف

مدیریت ریسک شرکت بصورت ماهانه اجرا خواهد شد و چالش ها و ریسک های احتمالی که می تواند در فعالیت و تحقق اهداف شرکت تاثیر گذار باشند در حوزه های مختلف شامل بازار، نقدینگی، فنی و تکنولوژی و مسایل روز بررسی و تصمیمات لازم اتخاذ خواهد گردید.

#### ۲-۸-۱) اطلاعاتی در خصوص منابع ریسک ها و روابط آنرا با گزارش شرکت

منابع شامل منابع مالی و اطلاعاتی در خصوص بازار فروش محصولات می باشند که برای دسترسی به منابع مالی از منابع درونی و بیرونی همچون تسهیلات بانکی بهره گرفته می شود در خصوص ریسک ها نیز به تفکیک در این قسمت اشاره شده است برای مدیریت این منابع و ریسک ها برنامه های شرکت همانند سنوات گذشته می باشد.

#### ۲-۸-۲) تجزیه و تحلیل ریسک شرکت

با عنایت به سابقه طولانی شرکت، وضعیت بازار، بررسی فرآیند ها و استفاده از تکنولوژی های روز، فعالیت جاری شرکت با ریسک قابل توجهی مواجه نبوده است. ولی در حوزه های عمومی مختلف، ریسک ها و مخاطراتی به شرح زیر برای شرکت وجود دارد که در صورت احراز، در کمیته ریسک بررسی و نتیجه آن به هیئت مدیره جهت تصمیم گیری اعلام می گردد.

#### ۲-۸-۲-۱) ریسک نرخ بهره

فراهم کردن بستر مناسب برای استقلال بانک مرکزی در بهره گیری از ابزار ها و عملی کردن سیاست ها به عنوان مهمترین اولویت اصلاح نظام بانکی مطرح بوده و در سایه دستیابی به این سیاست ها می توان سایر اولویت های شبکه بانکی را نیز مد نظر قرار داد. بانک مرکزی می تواند با اعلام سیاست های پولی مناسب تورم را مهار



کرده، از کسری بودجه تاثیر نپذیرد و نرخ بهره را به تعادل نزدیکتر کند. این استقلال بانک مرکزی، شامل استقلال عملیاتی، مالی، پرسنلی و استقلال کارکردی می باشد. نکته قابل توجه این است که تعیین نرخ بهره بانکی به عنوان یک شاخص بسیار مهم و تاثیر گذار در اقتصاد کشور و مقایسه آن با نرخ بهره در جهان و نرخ تورم داخلی، از آیت‌های مهمی بوده که در صورت عدم رعایت تعیین نرخ بهره واقعی منطبق با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و اصلاح ساختار بانکی، ریسک ناشی از تعیین نرخ بهره غیر واقعی می تواند در فعالیت بنگاههای اقتصادی تاثیر بسزایی داشته باشد این ریسک در نهایت در کاهش یا افزایش هزینه های مالی شرکت موثر خواهد بود.

#### ۲-۸-۲-۲) ریسک تسهیلات

ایجاد محدودیت‌ها و سیاست‌های انقباضی از طرف بانکها و صندوق توسعه ملی برای تسهیلات بانکی (خصوصاً تسهیلات طرح‌های سرمایه‌ای با اقساط بلند مدت) و با نرخ سود بالاتر برای تولید و یا عدم پرداخت تسهیلات ارزان قیمت تعیین شده مبتنی بر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و همچنین ایجاد قوانین و مقررات و اخذ مجوزهای غیر مرتبط و بروکراسی بیش از اندازه برای اعطای تسهیلات از طریق صندوق توسعه ملی، عدم اختصاص تسهیلات ارزان قیمت سهم بخش صنعت و تولید در سال ۱۳۹۹ با نرخ بهره واقعی و اخذ وثیقه نقدی بر خلاف بخشنامه‌های بانک مرکزی باعث افزایش نسبی نرخ تسهیلات دریافتی این شرکت شده است. همچنین عواملی از قبیل تقسیم منطقی سود سهام پیشنهادی و تخصیص بخشی از سود جهت افزایش سرمایه و یا تامین مالی از طریق ابزارهای نوین در بازار سرمایه، باعث کاهش ریسک نقدینگی خواهد شد.

#### ۲-۸-۲-۳) ریسک تجاری

برند شرکت در بازار جزو نقاط قوت این سازمان محسوب می شود ولی به دلیل عدم نظارت مناسب بر بازار و اعطای تخفیفات و حاشیه سود خارج از عرف تجاری توسط رقبا، اعطای اعتبار بیش از اندازه به خریداران توسط رقبا، رقابت ناسالم توسط رقبا، کاهش قدرت خرید اقشار مختلف مردم و... می تواند باعث کاهش تولید و فروش محصولات گردیده و شرکت را با ریسک‌های تجاری مواجه سازد. همچنین با آزاد سازی قیمت حامل‌های انرژی، در طرح هدفمندی یارانه‌ها و عدم پرداخت یارانه سهم تولید و صنعت، شاهد افزایش قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید بوده ایم.

#### ۴-۲-۸-۲-۴) ریسک باطلاات قانونی

به استثنای قوانین و مقررات عمومی، مقررات و قوانین خاصی بر شرکت حکم فرما نیست و تعهدات کار فرما در قوانین کار، تامین اجتماعی، مالیات های مستقیم و تجارت و تعهدات به سازمان بورس و اوراق بهادار به نحو مطلوب مورد توجه قرار داشته و تاکنون اشکال قابل توجهی وجود نداشته است.

#### ۴-۲-۸-۲-۵) ریسک در صورت قیام جدید

این شرکت اولین تولید کننده ماءالشعیر در ایران می باشد. به دلیل مطلوبیت این محصولات در مقایسه با نوشابه های گازدار، واحد های تولیدی دیگر سعی بر تولید این نوع محصولات داشته اند که این موضوع ممکن است باعث افت فروش شرکت گردد این ریسک با پایش عملکرد فروش شرکت بصورت مداوم مورد ارزیابی قرار می گیرد.

#### ۴-۲-۸-۲-۶) ریسک نوسانات نرخ ارز

عوامل مرتبط با اختلال در تامین ارز مورد نیاز و سهولت و امکان دسترسی و تغییر قیمت و میزان قابل استفاده از ارزهای دولتی مصادیق ریسک های مرتبط می باشند. لازم است در این برآورد به تراز مثبت یا منفی منابع / مصارف ارزی مستقیم و غیر مستقیم (هزینه ها / درآمد ها) شرکت که می تواند در اثر نوسانات ارزی تشدید کننده بوده و زیان آور باشد توجه نمود. در این راستا برنامه شرکت دسترسی به بازارهای جدید در کشورهای همسایه، مهمترین برنامه در مقابله با این ریسک می باشد. به عبارتی دیگر جهت کنترل این ریسک مهمترین برنامه توسعه صادرات و گذار از شرایط تحریمی است. در این راستا قدم های مثبتی برداشته شده که مهم ترین آنها آغاز مذاکره با برخی صنایع مشابه در کشورهای مذکور جهت تولید مشارکتی و تحت لیسانس شرکت بهنوش ایران است.

#### ۴-۲-۸-۲-۷) ریسک اعتباری

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. شرکت تنها با شرکتهایی معامله می کند که رتبه اعتباری بالایی داشته باشند. شرکت 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 تایید شده گسترش می یابد. آسیب پذیری اعتباری از طریق محدودیت های طرف قرارداد که به طور سالانه توسط کمیته مدیریت ریسک بررسی و تایید می شود، کنترل می شود. دریافتی های تجاری شامل تعداد زیادی از مشتریان است که در بین مناطق جغرافیایی گوناگون گسترده شده است. ارزیابی اعتباری مستمر بر اساس وضعیت مالی حساب های دریافتی انجام می شود. همچنین شرکت تضامین لازم یا سایر روش های افزایش اعتبار به منظور پوشش ریسک های اعتباری مرتبط با دارایی های مالی خود نگهداری نمی کند. شرکت آسیب پذیری ریسک اعتباری با اهمیتی نسبت به هیچ یک از طرف های قرارداد ندارد. بابت بخش عمده ای از مطالبات سررسید گذشته مذکور تضامین لازم اخذ شده و شرکت در حال پیگیری وصول مطالبات می باشد.

## ۹-۲) تغییرات با اهمیت در اهداف یا راهبردها نسبت به سال و یا سالهای گذشته

### • راهبردهای مربوط به حوزه فروش

تمرکز و توسعه فروش در بازارهای صادراتی و پوشش حداکثری فروش در شهرستانهای کوچک، توسعه کانالهای فروش هر کدام از محصولات، توسعه سهم بازار و تولید محصولات با کیفیت و قیمت بالاتر جهت پوشش مصرف کنندگان بخش پریمیوم و جایگزین نمودن پروموشن های کالایی به جای تخفیفات نقدی بخشی از راهبردهای فروش می باشد.

### • راهبردهای مربوط به مدیریت هزینه

هزینهها، یک عامل کلیدی در موفقیت یا شکست کسب و کار است. کنترل هزینهها یک فرآیند مستمر نظارت، تجزیه و تحلیل و اختصاص دقیق هزینهها و همچنین به ارتقای یک فرهنگ آگاهی از هزینهها نیاز دارد. با توجه به شرایط موجود اقتصادی و توجه شرکت به مبحث مشتری مداری در سال جدید، تمرکز شدید واحد ها در جهت کنترل هزینه ها با آنالیز بهره وری و مانیتورینگ مستمر کیفیت می باشد که تا جای ممکن بهای تمام شده مناسب تری ایجاد نماید.



#### ۲-۱۰) رابطه بین اهداف، راهبردها، اقدامات و پروژه‌ها، خدمات ویران اجرایی

با توجه به سیستم ارزیابی عملکرد در شرکت تمامی سطوح سازمانی از مزایای این طرح بهره مند می شوند و مدیران اجرایی نیز در همین راستا از مزایای کارانه بصورت ماهانه بهره‌مند شده و مدیریت شرکت در طول سال مالی به فراخور تلاش و فعالیت همکاران در به نتیجه رسیدن مطلوب و به موقع اهداف و برنامه، بصورت مادی و معنوی تقدیر می نماید.

#### ۲-۱۱) سیاست های شرکت در ارتباط با راهبری شرکتی و گامهای صورت گرفته

شرکت بهنوش از اصول تعریف شده در امر راهبری شرکتی تبعیت کامل دارد و آن را رعایت می نماید و در این راستا از وجود اعضای هیئت مدیره، در حوزه درون سازمانی از سازمانهای نظارتی قانونی و بازار سرمایه و همچنین حسابرسی مستقل در حوزه برون سازمانی بهره خواهد برد و سعی در شفاف سازی فعالیت و ایجاد محیطی سالم و پاک در سازمان جهت افزایش اعتماد بین سهامداران و سایر ذینفعان دارد.

#### ۲-۱۲) اطلاعاتی در خصوص مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی شرکت

از مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی شرکت، تولید محصولات با کیفیت و رعایت شاخص های سلامت محصولات، کاهش ضایعات و داشتن تصفیه خانه صنعتی می باشد. ترکیبات خاص موجود در ماءالشعیر و ارزش بالای غذایی آن آثار مثبتی در کاهش علائم مربوط به بیماری های مختلف گوارشی و کلیوی دارد.

#### ۲-۱۳) رویه های مهم حسابداری، برآوردها و قضاوتها

صورت های مالی اساسی شرکت بر مبنای بهای تمام شده تاریخی تهیه می شود. این شرکت تمامی رویدادهای مالی را بر اساس استاندارد های حسابداری مرتبط ثبت و افشاء نموده و بیش از ۱۰ سال است که گزارشات حسابرسی شرکت در سطح مطلوب می باشد.



### ۳- مهمترین منابع و ریسک های شرکت

#### ۳-۱) اطلاعاتی در خصوص منابع شرکت

منابع شامل منابع مالی و اطلاعاتی در خصوص بازار فروش محصولات می باشند که برای دسترسی به منابع مالی از منابع درونی و بیرونی همچون تسهیلات بانکی و وجه نقد حاصل از عملیات بهره گرفته می شود جهت مدیریت این منابع و ریسک های مرتبط با کلیه فعالیت های شرکت برنامه های شرکت همانند سنوات گذشته می باشد.

#### ۳-۲) منابع مالی و غیر مالی مهم در دسترس شرکت و نحوه استفاده از این منابع برای دستیابی به اهداف

شرح	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
<b>الف) اطلاعات عملکرد مالی طی دوره (مبلغ به میلیون ریال)</b>		
درآمد های عملیاتی	۱۱۰,۶۴۶,۷۱۴	۶۰,۷۲۵,۳۱۲
سود عملیاتی	۱۰,۵۹۶,۴۸۴	۶۰۶,۳۶۳
درآمد ها (هزینه ها) غیر عملیاتی	۳۲,۸۷۸	۵۵,۴۲۶
سود خالص - پس از کسر مالیات	۹,۱۳۰,۵۷۳	۱۲۶,۸۲۱
وجه نقد حاصل از عملیات	۳۳۷,۹۷۱	۷۱۵,۱۲۸
<b>ب) اطلاعات وضعیت مالی در پایان دوره (مبلغ به میلیون ریال)</b>		
جمع دارایی ها	۷,۲۳۶,۲۴۰	۵,۰۸۹,۵۲۰
جمع بدهی ها	۵,۹۲۰,۲۳۵	۴,۵۶۷,۷۸۸
سرمایه ثبت شده	۳۶۰,۰۰۰	۳۶۰,۰۰۰
جمع حقوق مالکانه	۱,۳۱۶,۰۰۵	۵۲۱,۷۳۱
نرخ بازده دارایی ها	۱۲,۶%	۲,۴%
نرخ بازده حقوقی صاحبان سهام	۶۹%	۲۴%
تعداد سهام	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰
سود واقعی هر سهم - ریال	۲,۵۳۶	۳۵۲
<b>ه) سایر اطلاعات</b>		
تعداد کارکنان - نفر (پایان سال)	۱۰۱۵۳	۱۰۰۸۹



### ۳-۳) تجزیه و تحلیل ساختار سرمایه شرکت

ساختار سرمایه شرکت در سال ۱۳۹۹ حاکی از این است که ۱۸/۲٪ دارایی ها را حقوق صاحبان سهام تشکیل می دهند در این خصوص ۱۲/۷٪ از جمع دارایی ها مرتبط با سود انباشته می باشد و نسبت بدهی های جاری به جمع داراییها ۷۲٪ می باشد. یکی از راهکارهای اصلاح ساختار حقوق صاحبان سهام، افزایش سرمایه از محل آورده های نقدی می باشد که در صورت محقق شدن این امر مزایایی از جمله: تزریق نقدینگی به درون شرکت، سرعت گرفتن فرآیند های توسعه ای و کمک به بهبود سودآوری در بلند مدت می باشد و از معایب آن می توان به زمان بر بودن این امر اشاره نمود.

### ۳-۴) تغییر سبکی و جریان های نقدی

شرح	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
جریان خالص ( خروج ) ورود وجه نقد حاصل از فعالیت های عملیاتی	۳۰۶۰۹۷۹	۶۳۵۰۱۷۳
وجوه پرداختی بابت خرید دارایی های ثابت مشهود	(۹۴۰۶۳۲)	(۱۳۵۰۹۳۶)
سود دریافتی بابت سایر سرمایه گذاری ها	۳۸۳	۵۹۲
جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد حاصل از فعالیت های سرمایه گذاری	(۱۴۸۰۸۴۳)	(۱۱۶۰۱۵۶)
دریافت های نقدی حاصل از تسهیلات	۳۰۰۰۸۰۶۶۸	۲۰۵۴۰۰۳۰۵
سود پرداختی بابت استقراض	(۴۳۲۰۷۳۰)	(۳۴۷۰۷۰۵)
سود سهام پرداختی	(۱۱۷۰۵۶۸)	(۱۱۶۰۳۲۲)
جریان خالص ورود (خروج) وجه نقد حاصل از فعالیت های تامین مالی	(۱۱۴۰۵۲۴)	(۴۵۲۰۳۱۸)

### ۳-۵) سرمایه انسانی و شرکت کارکنان

تعداد کارکنان دائم ، موقت و شرکت های خدماتی به شرح ذیل بوده است :

شرح	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
کارکنان دائم	۴۷	۶۱
کارکنان موقت	۴۳۶	۴۵۷
کارکنان شرکتهای خدماتی	۶۷۰	۵۷۱
جمع	۱۰۱۵۳	۱۰۰۸۹



### ۳-۶) راهکارهای مربوط به مدیریت منابع مازاد

شرکت در حال حاضر فاقد هر گونه منابع نقدی مازاد می باشد، در صورت وجود این امر شرکت در نظر دارد این منابع را صرف خرید نقدی و به طبع آن، کاهش نرخ خرید مواد اولیه و یا تسویه تسهیلات و کاهش هزینه های مالی نماید.

### ۳-۷) برنامه های مدیریت کسودهای شناسایی شده و یا منابع مورد انتظار

برای پیشبرد عملیات، وصول مطالبات ناشی از فروش کالاها و اخذ منابع برون سازمانی پیش بینی گردیده است لیکن مشکلات خاصی در این زمینه پیش بینی نمی گردد.

### ۳-۸) روابط با ذینفعان و چگونگی احتمال تاثیر این روابط بر عملکرد، ارزش و پایت کسب و کار

ذینفعان عمدتاً شامل مشتریان، اعطا کنندگان تسهیلات، سهامداران و دولت می باشد که روابط با ایشان بر مبنای اصول تعریف شده برابر قانون و مقررات می باشد.

### ۳-۹) تغییرات نرخ ارز و نرخ سود و اثرات آن بر شرکت

کاهش ارزش پول ملی در برابر ارزهای خارجی، افزایش شدید قیمت کالاها و مواد خارجی را به دنبال دارد. لیکن این امر به نفع صادر کنندگان بوده و درآمد های صادراتی را افزایش می دهد. برای شرکت نیز، هر چند مواد اولیه و برخی قطعات دیگر که از خارج تامین می شد، با افزایش قیمت مواجه بود ولی باعث توجیه پذیر شدن صادرات شده و این امر برای مدیران شرکت که به دنبال افزایش صادرات محصولات هستند فرصت محسوب می شود. اساساً اکثر مواد اولیه مورد نیاز شرکت از داخل تهیه می شود و برای تامین آن مشکلی وجود ندارد. اما بابت تامین مواد اولیه از خارج موارد فوق حاکم می باشد. از سوی دیگر به دلیل قوانین گمرکی متغیر در کشورهای مقصد صادراتی و نیز فراگیری بیماری کوید ۱۹، صادرات با مشکل مواجه شده است.

### ۱۰-۳) بدهی های شرکت و راهکارهای بازپرداخت بدهی ها

بدهی ها عمدتاً مربوط به بانکها بابت تسهیلات اخذ شده توسط شرکت و فروشندگان مواد اولیه بوده که عمدتاً در زمره بدهی های جاری طبقه بندی گردیده است و امکان بازپرداخت آنها از محل دارایی های جاری وجود دارد.

شرح	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
پرداختی های تجاری و سایر پرداختی ها	۲,۴۰۵,۱۲۱	۱,۸۱۴,۵۳۴
سود سهام پرداختی	۱۸۰,۱۵۰	۱۶,۹۱۸
تسهیلات مالی کوتاه مدت	۲,۴۸۶,۸۶۲	۲,۰۰۶,۴۲۹
پیش دریافت ها	۲۲,۳۸۶	۱,۳۸۶
پرداختی های بلند مدت	۲۹۱,۴۷۴	۲۹۱,۴۰۴
تسهیلات مالی بلند مدت	۲۲۴,۵۴۶	۲۴۵,۸۳۱
ذخیره مزایای پایان خدمت کارکنان	۱۸۷,۰۰۶	۱۳۵,۷۸۹

### ۱۱-۳) تسهیلات مالی، منابع نقدینگی داخلی و خارجی و دارایی های استفاده شده

دارایی های سرمایه ای بلا استفاده عمدتاً شامل دارایی های موجود در واحد اراک و اقلام سرمایه ای نزد انبار می باشد .



### ۱۲-۳) تغییر در الگوهای خرید مشتریان، روش های فروش و حجم تخفیفات

الگوی خرید مشتریان عمدتاً به بسته بندی مناسبتر و کیفیت بالاتر و محصولات جدیدتر سوق پیدا کرده است. روشهای فروش محصولات در سال مالی ۱۳۹۹ با سال قبل تفاوتهایی داشته است. در خصوص حجم تخفیفات نیز برای از دست ندادن سهم از بازار با لحاظ حاشیه سود مناسب تخفیفات در طی سال ارائه شده است. طی تحقیقات انجام شده نمودار زیر بیانگر سلیقه مشتریان برحسب اولویت می باشد.

انرژی ☐ آمیوه گزنار ☐ آمیوه بدون گاز ☐ نوشابه ☐ آمیوه پالپ دار ☐ ماء الشعیر ☐ آبی معدنی ☐

انرژی	آمیوه گزنار	آمیوه بدون گاز	نوشابه	آمیوه پالپ دار	ماء الشعیر	آبی معدنی
-------	-------------	----------------	--------	----------------	------------	-----------

### ۱۳-۳) الزامات تعدیکنی برای مجارح اقتیاری تعد شده و برنامه ریزی شده

عمدتاً شامل سپرده مسدود شده بانکی است که برای اخذ تسهیلات نزد بانکها مسدود شده است.

### ۱۴-۳) تغییرات در زنجیره عرضه

در طی سال مالی ۱۳۹۹ عرضه محصولات عمدتاً از طریق عاملین توزیع و همچنین روش مویرگی بوده است. در صورت توجه پذیر بودن به جهت افزایش سهم از بازار، ایجاد مراکز شعب جهت توزیع مویرگی جدید و همچنین افزایش نمایندگان در حوزه های مختلف جغرافیایی که امکان ایجاد شعبه میسر نباشد در برنامه شرکت قرار خواهد گرفت.

### ۱۵-۳) تغییرات در صنعت یا شرکت های مهم صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند

تغییرات در صنعت عمدتاً شامل تولید محصولات جدید با بسته بندی محصولات است که شرکت خود را با آن وفق میدهد.

### ۱۶-۳) معاملات با اهمیت با اشخاص وابسته و تاثیر آنها بر عملکرد، ارزش و پایت کسب و کار

موضوع به تفضیل در یادداشت های مورتهای مالی گذشته افشا شده است.

### ۱۷-۳) تغییرات در کارکنان اصلی، شامل خروج مدیران اجرایی اصلی

در طی سال مالی مورد گزارش موضوعیت نداشته است.

### ۱۸-۳) اثرات و نتایج احتمالی دعاوی حقوقی

مبلغ ۳۲،۹۱۷ میلیون ریال بابت طلب از شرکت بهاران طعام البرز می باشد که طلب فوق از بابت فروش محصولات در سال ۹۴ بوده که تاکنون وصول نگردیده است. اقدامات حقوقی در خصوص وصول مبلغ فوق انجام گردیده و در حال پیگیری می باشد. در خصوص تضامین اخذ شده از شرکت فوق یک فقره سند کارخانه به صورت وکالتی اخذ که سند مذکور در رهن بانک می باشد. در خصوص پرونده عظیم خودرو با توجه به اقدامات انجام شده و طرح دعاوی حقوقی متعدد اموال شرکت عظیم خودرو به ارزش یک میلیارد و پانصد میلیون تومان توقیف شد همچنین ودیعه به مبلغ ۲ میلیارد تومان که نزد شرکت بهنوش می باشد توقیف شده است و نسبت به اجرت المثل ایام تصرف و هزینه های انشعابات و خسارت های ساختمانی اقدام به طرح دعوی شده است.

### ۱۹-۳) وضعیت رقابت و ریسک رقابت

رقابت این شرکت با شرکت های داخلی تولید کننده و خارجی وارد کننده می باشد که جهت رقابت با شرکت های رقیب اقدام به تولید محصولات با کیفیت تر و اعطای تخفیفات به خریداران جزء سیاست های تعدیل ریسک رقابت خواهد بود.

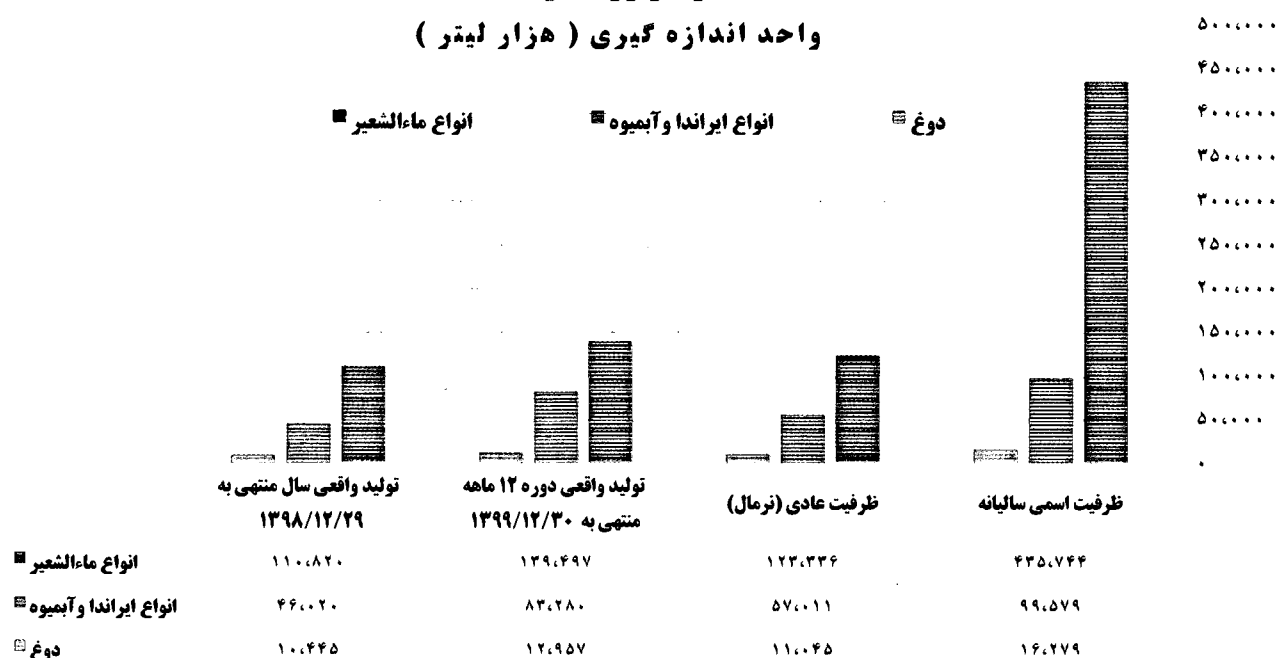
### ۲۰-۳) تغییرات در قیمت گذاری مواد

قیمت مواد اولیه مورد نیاز جهت تولید محصولات ( پت ، قوطی و شکر و....) نسبت به سال مشابه قبل، افزایش چشمگیر داشته است. لازم به توضیح می باشد که یکی از مواد اولیه شرکت (رزین) از طریق بورس کالا و مطابق با سهمیه اعلام شده خریداری می گردد ولی در حال حاضر چالش شرکت خرید شکر به میزان نیاز تولید بوده که تغییرات نرخی باعث افزایش نرخ فروش محصولات نیز شد، لیکن در انتهای دوره تقریباً شرایط پایدار بودن وجود آمده است. مابقی مواد اولیه به صورت کاملاً آزاد و در بازار رقابتی موجود خریداری می گردد.

### ۳-۲۱) تغییرات در ظرفیت تولید

مقدار تولید در تمام محصولات علی الخصوص آب و نوشابه های انرژی زا رشد تولید قابل توجهی در مقایسه با سال مالی مشابه داشته است و این خود باعث استفاده مناسب از ظرفیت های تولید خواهد بود. لیکن امید می رود کاهش تولید در سال قبل نه تنها جبران بلکه سود آوری شرکت را از لحاظ پوشش هزینه های استفاده نشده از ظرفیت های خالی تولیدی افزایش دهد. بر این اساس در سال ۱۴۰۰ دو نوع محصول جدید شامل دادلی سیب و دارچین و مالشعبیر با طعم قهوه به سبد محصولات شرکت بهنوش اضافه گردیده است.

#### نمودار روند تولید واحد اندازه گیری ( هزار لیتر )



### ۴- نتایج عملیات و چشم اندازها

#### ۴-۱) تحلیلی از چشم انداز شرکت

همانگونه که در صفحات قبل این گزارش نیز ذکر گردیده است، چشم انداز شرکت در خصوص اهداف مالی شامل افزایش سوددهی و میزان فروش محصولات است و چشم انداز شرکت در خصوص اهداف غیر مالی شامل اهداف اجتماعی همچون ایجاد اشتغال در مناطق محروم حتی با کمک عملیات برون سپاری و در حوزه زیست محیطی نیز بهینه سازی سیستم تصفیه پساب خروجی کارخانجات می باشد. با توجه به نوع بودجه ریزی این شرکت بر اساس عملکرد



سنوات گذشته می توان انتظار داشت که تحقق کامل بودجه پیش بینی شده در سال جاری به صورت بهتری میسر گردد.

۲-۴) اطلاعات مرتبط با سهام، شامل باز خرید سهام، بازده سرمایه، سرمایه گذاری مجدد سودهای تقسیمی، برنامه ها و تئیزات سهاماران و تغییرات مهم قیمت سهام تمامی اطلاعات به محض وقوع در سامانه کدال افشاء خواهد شد.

۳-۴) تغییر در ترکیب دارایی ها (تحصیل و واگذاری) و تغییرات یا جابه جایی در اقلام صورت وضعیت مالی

ساختمان و ماشین آلات جدید فرآوری بهوش مرکزی در انتهای سال ۱۳۹۸ به جمع دارایی های تکمیل شده شرکت اضافه گردید ولی در سال مالی مورد گزارش تغییر قابل توجه ای در دارایی ها محقق نشده است .

۴-۴) تاثیر تورم، تغییرات قیمت ها و نرخ ارز بر شرکت

در سال اخیر ، افزایش نرخ تورم ، باعث بالا رفتن قیمت مواد اولیه شده و از سویی نیز توان خرید خانوارها را کاهش داده است . این عامل ، کاهش میزان مصرف و آهنگ رشد آن را دنبال داشته است . نوسانات نرخ تورم نیز لطمات زیادی را به شرکت های تولید کننده وارد ساخته است، که تهدید بزرگی برای آنها به حساب می آید. لیکن از سوی دیگر با توسعه روشهای فروش و یافتن بازارهای جدید، روند رشد فروش مطلوب و بالاتر از پیش بینی ها بوده است.

۵-۴) اطلاعات در خصوص سودهای تقسیمی

کلیه اطلاعات از طریق سامانه کدال افشاء می گردد.

۶-۴) مروری بر اطلاعات مقایسه ای دوره های قبل

شرح	۱۳۹۹/۱۲/۳۰	۱۳۹۸/۱۲/۲۹
درآمد عملیاتی (میلیون ریال)	۱۱،۶۴۶،۷۱۴	۶،۷۲۵،۳۱۲
سود عملیاتی شرکت (میلیون ریال)	۱،۵۹۶،۴۸۴	۶۰۶،۳۶۳
سود خالص شرکت (میلیون ریال)	۹۱۳،۰۷۳	۱۲۶،۸۲۱

۷-۴) بررسی تحلیلی عملکرد واقعی در مقایسه با بودجه

مقایسه مقدار تولید و فروش عملکرد واقعی سال جاری و سال قبل میزان قابل توجهی ، افزایش نشان می دهد ولیکن عمده افزایش درآمد های عملیاتی و بهای تمام شده ناشی از افزایش نرخ محصولات بوده است. در سال مورد رسیدگی





مقدار فروش محصولات به دلیل شرایط حاکم بر تامین مواد اولیه و همچنین نرخ ارز، در مقایسه با سال قبل با توجه به مدیریت ریسک مناسب صورت گرفته کاهش نداشته است بلکه به میزان چشم گیری رو به افزایش است، همچنین به دلیل کنترل و مدیریت ریسک های اشاره شده مقدار تولید نیز روندی صعودی داشته است. لذا انتظار می رود با آرمش در بازار ارز وثبات قیمت ها و برنامه ریزی مناسب حجم و نرخ فروش از روند مناسب تری برخوردار گردد.

### ۸-۴) تشریح برنامه های شرکت جهت تکمیل طرح های توسعه

مطابق برنامه ریزی های انجام شده توسط مدیریت شرکت بهنوش ایران جهت نیل به اهداف تعیین شده و نقشه راه بودجه سال ۱۳۹۹، اهم دستور کارهای مشخص شده در سرفصل های ذیل خلاصه شده است:

#### الف - تجدید ساختار سازمان فروش و اعمال استراتژی های کوتاه و بلند مدت

شرکت بهنوش ایران برای دستیابی به بودجه فروش سال ۱۳۹۹ اقداماتی به شرح ذیل در دست اجرا داشته است:

- \* اصلاح ساختار سازمان فروش و بازاریابی
- \* توجه به مشکلات و خواسته های معقول ارکان فروش به ویژه ویزیتورها به عنوان نفرات جلودار و ارزشمند شرکت
- \* تدوین نقشه راه ( Road Map ) سازمان فروش و بازاریابی
- \* توجه به مدیریت بازار ، مدیریت برند و تحلیل بازار
- \* توجه به فروش سازمانی و زنجیره ای به عنوان اولویت در شارژ و ارسال کالا و موارد مرتبط فروشگاههای زنجیره ای در مسئله فروش.
- \* اصلاح سبد کالا با توجه به سود یا زیان شرکت
- \* اصلاح و مدیریت داده های موجود مشتریان (بازنگری - اصلاح - تکمیل - شاخص گذاری)
- \* تجدید ساختار نیروی انسانی واحدهای فروش و بازاریابی با توجه به فاکتورهای دانش و مهارت
- \* مهندسی کانال های توزیع و استفاده از روش های کاهش هزینه از شرکت تا مصرف کننده نهایی
- \* توسعه بازار محصولات افس ( EFES ) در لایه Premium و رقابت با برندهای بین المللی
- \* اعمال استراتژی نفوذ در بازار ( افزایش تعداد محصول SKU در مشتریان موجود )
- \* اجرای استراتژی توسعه بازار ( افزایش تعداد مشتریان فعال )
- \* توسعه روش های فروش با رویکرد کاهش هزینه و افزایش اثربخشی

- \* افزایش بهره وری ، کارایی و اثربخشی ویزیتورها با آموزش های کارآمد و مدون
- \* افزایش بهره وری و راندمان خودروهای توزیع با تجدید نظام مدیریت تردد و کنترل ساعات حمل
- \* توسعه Merchandising ( کالای بازرگانی) و مدیریت Shelf ( قفسه بندی و چیدمان قفسه ) مشتریان
- \* توسعه مکانیزاسیون فروش متکی بر تحلیل های آماری در قالب نرم افزار BI
- \* پایش عملکرد شعب و نمایندگان شرکت بر اساس برنامه اعلامی و حذف و جایگزینی با افراد و شرکتهای توانمند جدید

#### • پروژه نیروگاه مقیاس کوچک (CHP)

برق تولیدی توسط این نیروگاه با توان ۱/۵ مگاوات، به شبکه برق سراسری منطقه فروخته خواهد شد. این پروژه ۱۰۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته و با توجه به روند پروژه طی ماه آتی به بهره برداری خواهد رسید.

#### ب - نظارت ، کنترل و تلاش در جهت ثبات یا کاهش بهای تمام شده محصول:

به جهت کاهش هزینه های تولید و به تبع آن کاهش بهای تمام شده کالای ساخته شده در جهت افزایش حاشیه سود، موارد ذیل در دستور کار کلیه واحدهای مرتبط قرار دارد:

- \* ادامه روند بهبود مدیریت زنجیره تامین مواد اولیه
- \* کنترل و تلاش در جهت کاهش ضایعات محصول و رفع علل آن
- \* نظارت بر اجرای برنامه های کاهش یا تثبیت هزینه های سربار

#### پ - توسعه صادرات

در زمینه حفظ و توسعه بازارهای صادراتی اهداف ذیل در دستور کار واحد صادرات قرار دارد:

- \* شناسایی بازارهای جدید در منطقه و کشورهای همجوار
- \* تولید محصولات متناسب با بازارهای هدف
- \* سیاست قیمت گذاری ویژه محصولات صادراتی
- \* تلاش بر همکاری با صادرکنندگان با سابقه و دارای پتانسیل فروش فرامرزی (با فروش درب کارخانه)
- \* ایجاد وفاداری و ارائه نمایندگی مشروط به عملکرد پلکانی به صورت تدریجی در یک کشور یا منطقه خاص

#### ت - منابع انسانی

به جهت ارتقا سطح کارایی نیروی انسانی شرکت اهدافی به شرح ذیل مشخص شده است :

- \* اجرای برنامه های رفاهی و انگیزشی متناسب با عملکرد افراد



\* ادامه برنامه های آموزشی در راستای توانمند سازی هرچه بیشتر کارکنان

\* پرداخت سبد کالا و بن کارت و مشوق های مادی در صورت افزایش سود و عملکرد شرکت در ماههای مختلف

\* توجه به تناسب حقوق و دستمزد نسبت به مسئولیت شخص

#### ث - سایر برنامه ها

در کنار برنامه های ذکر شده دو هدف مهم دیگر ماموریت هیئت مدیره خواهد بود که به شرح ذیل می باشد:

\* کاهش هزینه های مالی

\* یافتن راه های تامین مالی مناسب تر جهت بهبود نقدینگی

#### ۹-۴) اقدامات انجام شده هیئت مدیره در خصوص رعایت اصول حاکمیت شرکتی

هیئت مدیره شرکت، در راستای استقرار حاکمیت شرکتی نسبت به تشکیل کمیته های تخصصی حسابرسی، ریسک، جبران خدمات، کمیته انتصابات و همچنین حسابرس داخلی اقدام و شروع به کار نموده است.

#### ۱۰-۴) اثرات احتمالی ناشی از اطلاعات با اهمیت افشا شده

شفاف سازی در خصوص نوسان قیمت سهام طی سال و افزایش نرخ محصولات.