

شرکت بهنوش ایران (سهامی عام)

گزارش تفسیری مدیریت

(سال منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱)



The advertisement features a central image of a glass bottle of Vitamin C beverage. The bottle is condensation-covered and has a yellow label with a large red 'C' and the word 'VITAMIN' in white. Below the 'C' is the text 'Carbonated Drink With Vitamin B₁, B₂, B₆ & C' and 'نوشابه انرژی زا ویتامین سی'. The background is a bright yellow with a pattern of small white dots. In the top right corner, there is a red vertical banner with the word 'جدید' (New) in white. Below it is the company logo, which is a circular emblem with a stylized plant and the text 'شرکت بهنوش ایران' and 'از سال ۱۳۴۵'. The main text 'VITAMIN C' is written in large, bold, red letters, and below it, 'نوشابه انرژی زا ویتامین سی' is written in bold black Persian script.



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
۹ و ۸	۱-۵) محیط کسب و کار و صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند، فرصت ها و ریسک های 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 سازمانی
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 و ۱۷	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 ۱۴۰۲/۰۳/۳۱
۲۴	۲- 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
۲۶	۲-۷) برنامه ریزی جهت رسیدن به اهداف و راهبرد ها
۲۷	۲-۸) پیش بینی چالش ها و ریسک های پیش رو برای دستیابی به اهداف
۲۷	۲-۹) تغییرات با اهمیت در اهداف یا راهبرد ها نسبت به سال و یا سال گذشته
۲۷	۲-۱۰) رابطه بین اهداف، راهبرد ها، اقدامات مدیر و جبران خدمات مدیران اجرایی
۲۸	۲-۱۱) سیاست های شرکت در ارتباط با راهبری شرکتی و گام های صورت گرفته
۲۸	۲-۱۲) اطلاعاتی در خصوص مسئولیت های اجتماعی و زیست محیطی شرکت
۲۸	۲-۱۳) رویه های مهم حسابداری، برآوردها و قضاوت ها
۲۹	۳- مهمترین منابع شرکت
۲۹	۳-۱) اطلاعاتی در خصوص منابع شرکت
۲۹	۳-۲) منابع مالی و غیر مالی مهم در دسترس شرکت و نحوه استفاده از این منابع برای دستیابی به اهداف
۳۰	۳-۳) تجزیه و تحلیل ساختار سرمایه شرکت
۳۰	۳-۴) نقدینگی و جریان های نقدی
۳۰	۳-۵) سرمایه انسانی و مشارکت کارکنان
۳۰	۳-۶) راهکارهای مربوط به مدیریت منابع مازاد
۳۱	۳-۷) برنامه های مدیریت، کمبود های شناسایی شده و یا منابع مورد انتظار
۳۱	۳-۸) روابط با ذینفعان و چگونگی احتمال تاثیر این روابط بر عملکرد، ارزش و ماهیت کسب و کار
۳۱	۳-۹) تغییرات نرخ ارز و نرخ سود و اثرات آن بر شرکت
۳۱	۳-۱۰) بدهی های شرکت و راهکارهای باز پرداخت بدهی ها
۳۲	۳-۱۱) تسهیلات مالی، منابع نقدینگی داخلی و خارجی و دارایی های استفاده نشده
۳۲	۳-۱۲) تغییر در الگو های خرید مشتریان، روش های فروش و حجم تخفیفات
۳۲	۳-۱۳) الزامات نقدینگی برای مخارج اختیاری تعهد شده و برنامه ریزی شده
۳۲	۳-۱۴) تغییرات در زنجیره عرضه
۳۲	۳-۱۵) تغییرات در صنعت یا شرکت های مهم صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند

۳۲	۳-۱۶) معاملات با اهمیت با اشخاص وابسته و تاثیر آنها بر عملکرد، ارزش و ماهیت کسب و کار
۳۲	۳-۱۷) تغییرات در کارکنان اصلی، شامل خروج مدیران اجرایی اصلی
۳۳	۳-۱۸) اثرات و نتایج احتمالی دعاوی حقوقی
۳۳	۳-۱۹) وضعیت رقابت و ریسک رقابت
۳۳	۳-۲۰) تغییرات در قیمت گذاری مواد
۳۴	۳-۲۱) تغییرات در ظرفیت تولید
۳۴	۴- نتایج عملیات و چشم اندازها
۳۴	۴-۱) تحلیلی از چشم انداز شرکت
۳۴	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
۳۴	۴-۳) تغییر در ترکیب دارایی ها (تحصیل و واگذاری) و هرگونه تغییرات یا جابه جایی در ارقام صورت وضعیت مالی
۳۵	۴-۴) تاثیر تورم، تغییرات قیمت ها، نرخ ارز بر شرکت و تحلیل حساسیت
۳۶	۴-۵) اطلاعات در خصوص سود های تقسیمی
۳۶	۴-۶) مروری بر اطلاعات مقایسه ای دوره های قبل
۳۶	۴-۷) بررسی تحلیلی عملکرد واقعی در مقایسه با بودجه
۳۶ و ۳۷	۴-۸) تشریح برنامه های شرکت جهت تکمیل طرح های توسعه
۳۸	۴-۹) اقدامات انجام شده هیات مدیره در خصوص رعایت اصول حاکمیت شرکتی
۴۰	۴-۱۰) اثرات احتمالی ناشی از اطلاعات با اهمیت افشاء شده
۴۰	۴-۱۱) مفروضات سود و زیان بر آوردی
۴۲	۵- مهمترین معیارها و شاخص های عملکرد برای ارزیابی عملکرد در مقایسه با اهداف اعلام شده

مقدمه

در اجرای مفاده ماده ۷ دستورالعمل 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 هیات مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار) گزارش تفسیری مدیریت برای دوره مالی منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ به شرح پیوست تقدیم می گردد.

به نظر اینجانبان اطلاعات مندرج در این گزارش که درباره عملیات و وضع عمومی شرکت می باشد، با تاکید بر ارائه منصفانه نتایج عملکرد هیات 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 می توان 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 ۱۴۰۲/۰۴/۲۸ به تأیید هیات مدیره شرکت رسیده است.

اعضای هیات مدیره	نام نماینده	سمت	امضاء
بنیادمستضعفان انقلاب اسلامی	نبی اله مجد	رئیس هیات مدیره	
شرکت مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا (سهامی خاص)	یاسر داوری	مدیرعامل و نایب رئیس هیات مدیره	
شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا (سهامی عام)	رسول مولاییکی	عضو هیات مدیره	
شرکت پیوند تجارت آتیه ایرانیان (سهامی خاص)	امیرحسین قاسمی	عضو هیات مدیره	
شرکت سرمایه گذاری ملی ایران (سهامی عام)	محمدمهدی خجسته سرکاردار	عضو هیات مدیره	

گزارش حاضر مبنی بر اطلاعات ارائه شده در صورت های 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 صورت های مالی ارائه می نماید.

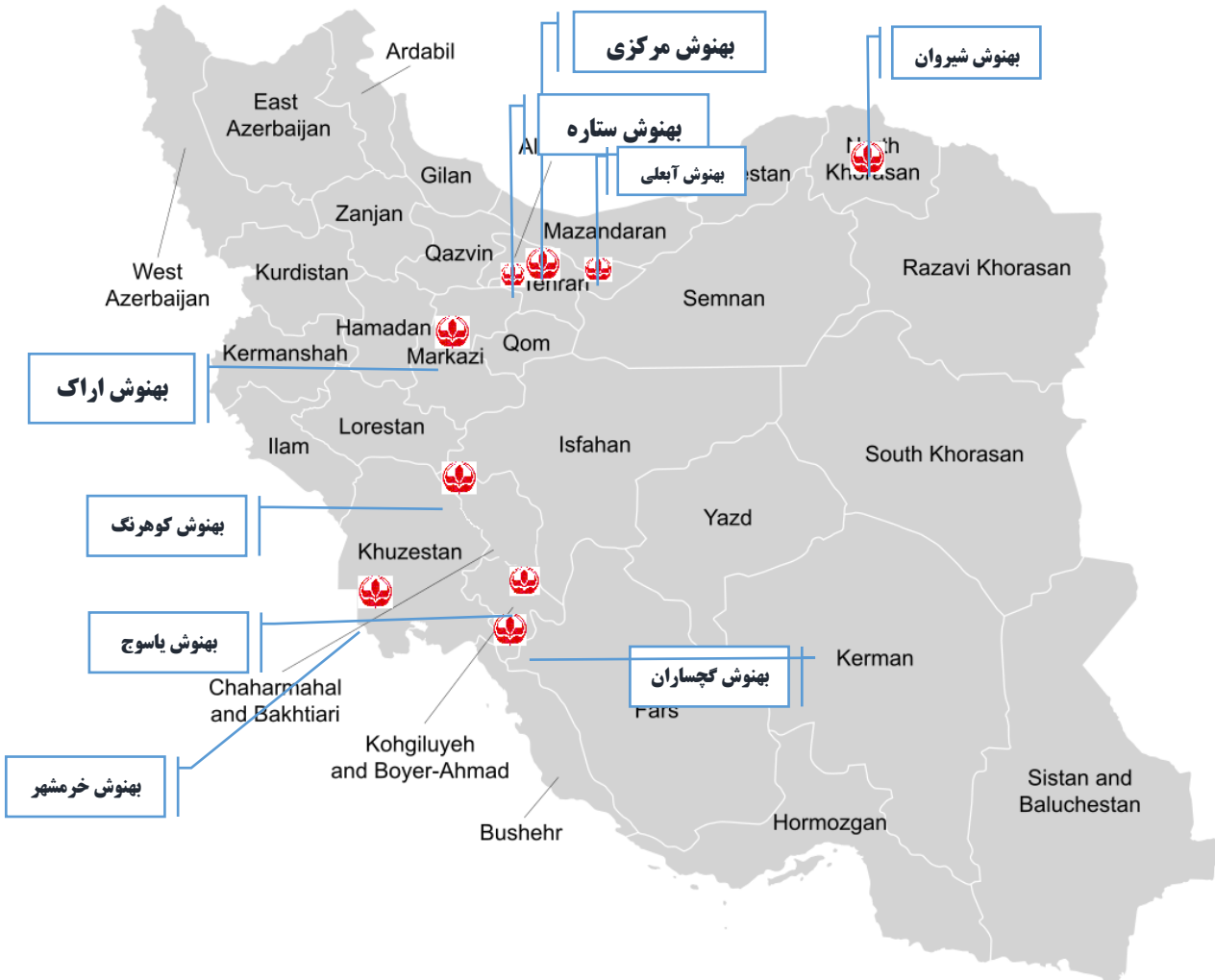
۱- ماهیت کسب و کار

۱-۱) تاریخچه و فعالیت

شرکت بهنوش در تاریخ ۱۳۴۵/۰۲/۲۵ با سرمایه سی میلیون ریال با نام "شرکت سهامی مالتای ایران" تاسیس و تحت شماره ۱۰۶۲۰ در اداره ثبت شرکت های تهران به ثبت رسید. بهره برداری از کارخانه در تاریخ ۱۳۴۵/۰۳/۱۱ از طرف وزارت صنایع و معادن صادر شد ، همچنین شرکت بهنوش یکی از کارخانه های 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 می باشد.

شرکت در تاریخ ۱۳۷۸/۰۹/۰۷ در سازمان بورس اوراق بهادار تهران در گروه شیمیایی و غذایی 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 ۷ واحد آن با استفاده از حداکثر توان عملیاتی و ۲ واحد به صورت فصلی مشغول به تولید می باشد.

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 آستانه (واقع در حومه اراک)
- ۶- شرکت بهنوش واحد کوهرنگ (واقع در چهار محال و بختیاری شهر گهرو)
- ۷- شرکت بهنوش واحد آبدلی (واقع در کیلومتر ۵۰ جاده هراز شهر آبدلی)
- 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 سومین دوره ملی تعالی و پیشرفت

۱-۳) سهم محصولات شرکت از بازار محصولات



اگرچه ماءالشعیر در سال های 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 پائین 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 دستورالعمل 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 ریسک های 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 « شرکت سهامی 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 الکلی 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 بیماران کلیوی، به تولید ماءالشعیر پرداخت. این شرکت هم اکنون بزرگترین تولید کننده ماءالشعیر در ایران است. فعالیت اصلی شرکت طبق ماده (۲) اساسنامه عبارت است از:

الف- موضوعات اصلی - ایجاد کارخانه های مالت سازی و مشتقات آن و انواع نوشابه های بدون الکل، شیشه سازی و قوطی سازی. - بهره برداری از کارخانجات مذکور. - فروش مواد و محصولات کارخانه و صادرات آن به خارج از کشور. - خرید مواد و ظروف و ماشین آلات و قطعات و لوازم مورد نیاز از داخل یا خارج کشور. - قبول و واگذاری عاملیت فروش " پخش کالا " - مبادرت به کلیه عملیات بازرگانی که بطور مستقیم و غیر مستقیم برای تحقق هدفهای شرکت یا در جهت اجرای موضوع شرکت ضرورت داشته باشد. **ب- موضوعات فرعی** - ایجاد

و بهره برداری از مزارع برای کشت جو و سایر محصولات کشاورزی. - مشارکت با اشخاص حقیقی یا حقوقی و سرمایه گذاری در سایر موسسات. - دریافت وام.

ریسکهای حاکم بر محیط در دو بخش ریسک های سیستماتیک و غیر سیستماتیک به شرح ذیل می باشد:

ریسک سیستماتیک

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

ریسک های غیر سیستماتیک

۱- تغییرات تکنولوژی : یکی از تهدیدات عمده شرکت، تغییرات تکنولوژی می باشد لذا شرکت درصدد است با به روز رسانی و تطبیق ماشین آلات با صنعت مدرن تولید، همگام با این تغییرات قدم برداشته تا بتواند توان تولیدی خود را حفظ و ارتقا دهد.

۲- ریسک نقدینگی : شرکت برای مدیریت ریسک نقدینگی، یک چارچوب ریسک نقدینگی مناسب برای مدیریت کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تامین وجوه و الزامات مدیریت نقدینگی تعیین کرده است.

شرکت ریسک نقدینگی را از طریق نظارت قسمتی بر جریان های نقدی پیش بینی شده و واقعی و از طریق تطبیق مقاطع سررسید دارایی ها و بدهی های مالی، مدیریت می کند.

۳- ریسک عدم فروش محصول و نابابی محصولات (ضایعات): قرار گرفتن در دوره کاهش تقاضا (رکود)، افزایش قیمت (رونق تورمی) و افزایش رقبا داخلی و خارجی، فروش محصولات در برخی موارد با چالش مواجه می گردد.

۴- 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 (ضمانت نامه ملکی یا بانکی)، در موارد مقتضی را اتخاذ کرده است. تا ریسک ناشی از ناتوانی در ایفای تعهدات توسط مشتریان را کاهش می دهد.

۵- ریسک مدیریت سرمایه: هیات مدیره شرکت، ساختار سرمایه شرکت را به صورت مداوم مورد بررسی قرار می دهد. به عنوان بخشی از این بررسی، هزینه سرمایه و ریسک های مرتبط با هر طبقه از سرمایه را مدنظر قرار می دهد. مدیریت شرکت سعی دارد نسبت اهرمی شرکت را به میزان مناسبی اصلاح نماید. نسبت موجودی کالا به سرمایه در گردش در وضعیت نامطلوب قرار دارد که مدیریت تصمیم دارد با برنامه ریزی مناسب نسبت به تولید بیشتر اقدام نماید.

۱-۶) محصولات عمده شرکت

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



پت

شیشه



قوطی



بشکه

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



انواع نوشابه ها



سینرژی

نوشابه انرژی زا

نوشابه



استارت

نوشابه انرژی زا

نوشابه



نوشابه ایراندا

نوشابه



نوشابه لیموناد

نوشابه

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



آب آشامیدنی



دوغ (آبعلی)

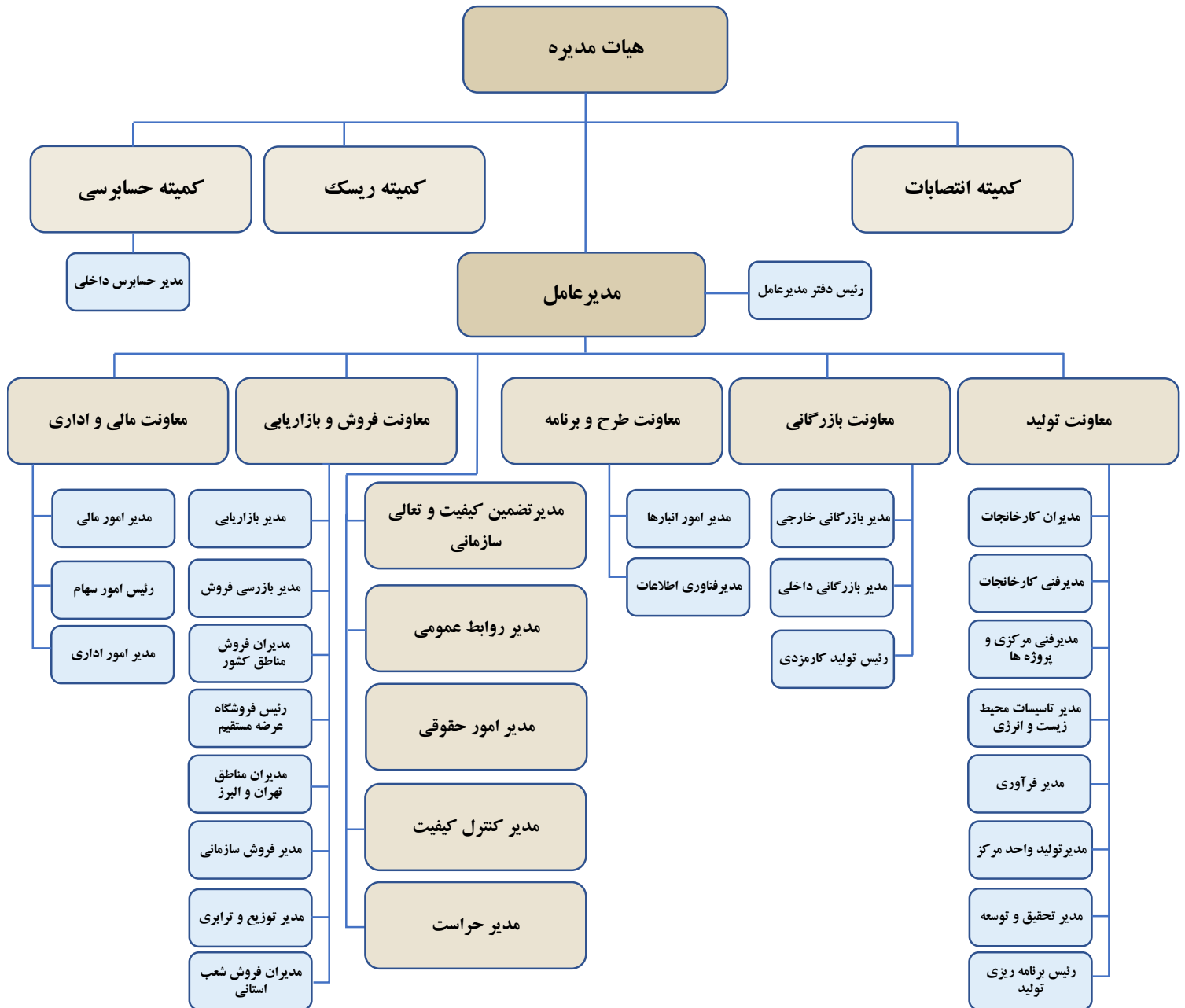
۱-۲) روش های توزیع محصولات

شرکت بهنوش ایران با بهره گیری از شبکه گسترده توزیع خود به کمک ناوگانی متشکل از ۱۰۵ کامیون از طریق ۲۷ شعبه، ۱۱۸ 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.

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 آلاینده‌گی های 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 نوشیدنی های بهداشتی و سالم.

چشم انداز شرکت بهنوش:

سند چشم انداز شرکت « **رهبری بازار نوشیدنی حلال در منطقه** » سرلوحه ماموریت هیات 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 رضایت مندی ذینفعان قراردادده 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 صیانت 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 عامل

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 معیشتی 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 نوشابه و انرژی زا	انواع دوغ	آب	برگشت از فروش و تخفیفات	سایر خدمات (کارمزدی)	محصولات بازرگانی	کنسانتره	جمع کل
۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۵,۶۲۸,۵۸۴	۲,۱۲۲,۶۷۴	۲,۳۸۴,۸۷۰	۹۳۱,۷۶۱	۷۸,۰۶۰	۰	۷۳,۷۵۶	۱۸,۳۰۸	۰	۱۱,۲۳۸,۰۱۳
۱۴۰۱/۰۳/۳۱	۳,۲۴۸,۲۷۵	۱,۵۵۲,۳۸۵	۱,۲۳۳,۷۲۳	۵۱۸,۶۵۴	۱۶۳,۳۹۲	۰	۱۰۱,۳۴۷	۱۰,۱۶۲	۰	۶,۸۲۷,۹۳۸

۱۵- فروش های صادراتی

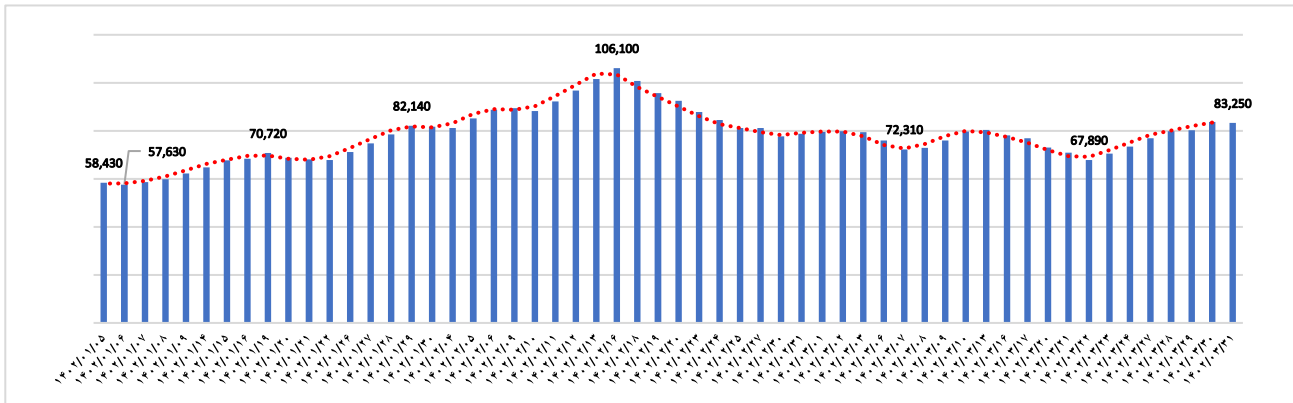
فروش صادراتی (میلیون ریال)	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
فروش	۷۸,۲۶۳	۴۸,۶۷۳



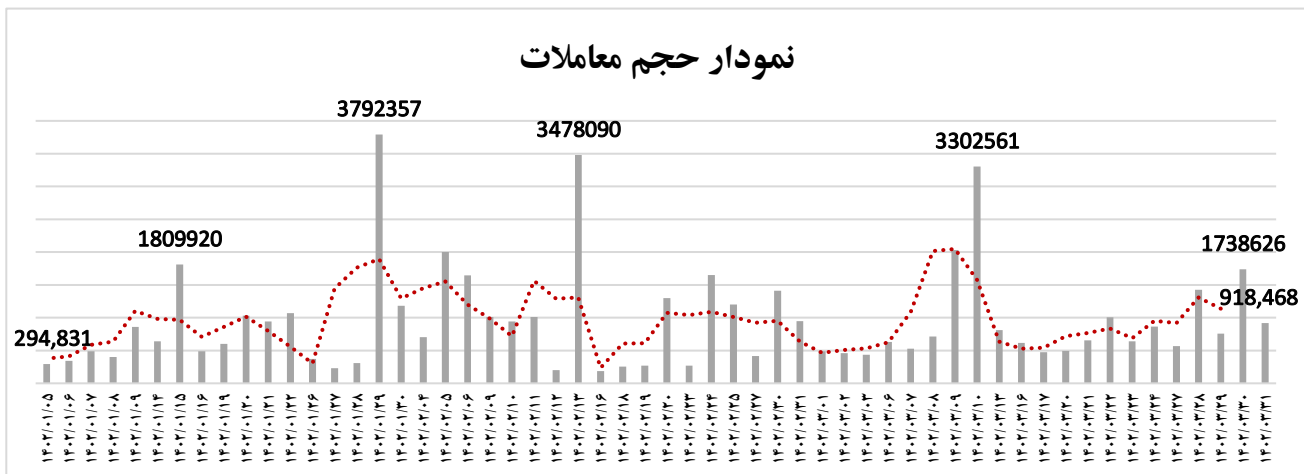
۱-۱۶ نمودار قیمت سهام

شخصیت حقوقی شرکت از نوع سهامی عام بوده و سهام آن در تالار اصلی بورس اوراق بهادار تهران معامله می گردد. قیمت سهام شرکت از تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۱ الی ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ در بازه ۵۲،۸۸۰ تا ۱۰۶،۱۰۰ ریال نوسان داشته است.

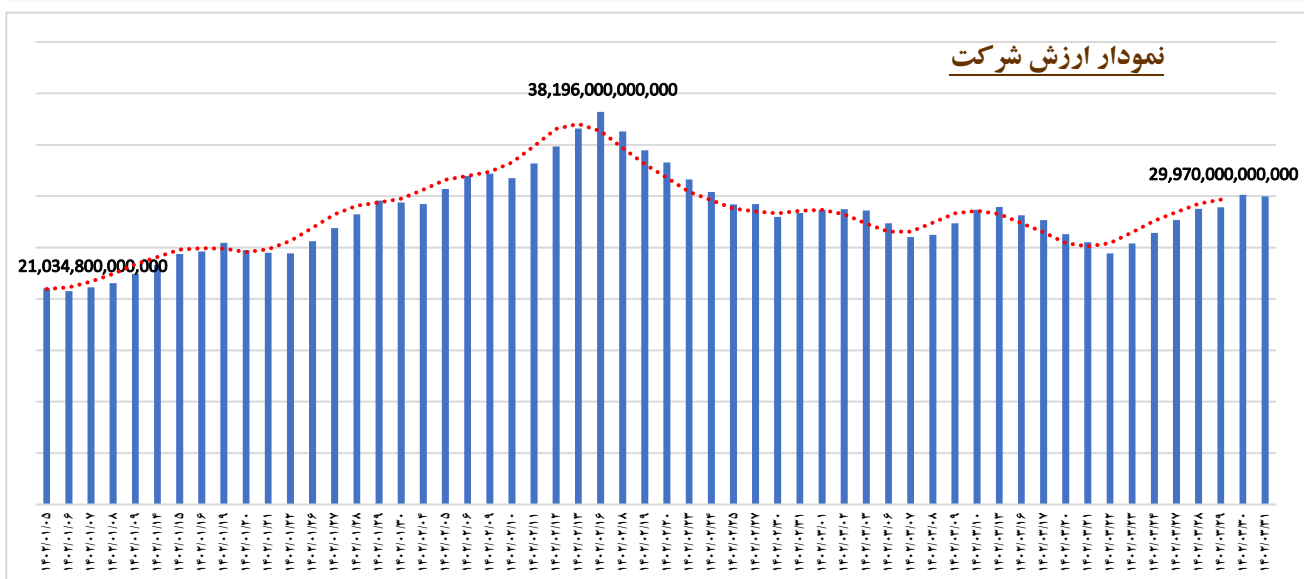
بیشینه قیمت بازار شرکت در تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۶ معادل ۱۰۶،۱۰۰ ریال و کمینه آن در تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۶ معادل ۵۷،۶۳۰ ریال بوده است. قیمت سهام در پایان خرداد ماه به ۸۳،۲۵۰ ریال رسیده و معامله شده است.



۱-۱۷ نمودار حجم معاملات و ارزش شرکت



نمودار ارزش شرکت



۱-۱۸) عوامل اثر گذار 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 سازمان ها و نهادها اقدام می نماید و این امر باعث گردیده پرداخت های 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 تقاضا روبرو گردیده و می شود.
- 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.

۱-۱۹) اطلاعات مدیران شرکت

نام عضو حقوقی هیات مدیره	نام نماینده عضو حقوقی	سمت	موظف / موظف / غیر موظف	مقطع تحصیلی	رشته تحصیلی	آیا در بیش از یک شرکت عضو موظف می باشد؟	آیا در بیش از ۳ شرکت عضو غیر موظف می باشد؟
بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی	نبی اله مجد	رئیس هیات مدیره	غیر موظف	دکتر	حقوق	خیر	خیر
سرمایه گذاری ملی ایران	محمد مهدی خجسته سرکاردار	عضو هیات مدیره	غیر موظف	کارشناسی ارشد	مهندسی صنایع	خیر	خیر
مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا	رسول مولاییکی	عضو هیات مدیره	غیر موظف	کارشناسی ارشد	MBA	خیر	خیر
مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا	یاسر داوری	مدیر عامل نایب رئیس هیات مدیره	موظف	کارشناسی ارشد	مدیریت مالی	خیر	خیر
پیوند تجارت آتیه ایرانیان	امیر حسین قاسمی	عضو هیات مدیره	موظف	کارشناسی ارشد	مدیریت بازرگانی	خیر	خیر

اطلاعات مدیران اجرایی شرکت:

نام و نام خانوادگی	سمت	تاریخ انتصاب	تحصیلات
امیررضا شیخ المشایخی	معاونت تولید	۱۴۰۱/۰۱/۰۱	فوق لیسانس
ابراهیم ذبیحی	معاونت مالی	۱۴۰۱/۱۰/۰۱	فوق لیسانس
امیر حسین قاسمی	معاونت بازاریابی و فروش	۱۴۰۰/۱۱/۰۱	فوق لیسانس
حامد رستمی	معاونت بازرگانی	۱۴۰۰/۱۲/۰۱	لیسانس
احمد رحمانی	مدیر مالی	۱۴۰۱/۱۰/۱۲	فوق لیسانس
حسن مستفید	مدیر منابع انسانی	۱۴۰۱/۱۲/۲۸	لیسانس
محمد شاه مرادی	معاونت طرح و برنامه	۱۴۰۱/۱۰/۰۸	دکتری

اطلاعات کمیته حسابرسی:

نام و نام خانوادگی	سمت	تاریخ انتصاب	تحصیلات
محمد مهدی خجسته سرکاردار	رئیس کمیته	۱۴۰۱/۰۵/۳۰	فوق لیسانس (مهندسی صنایع)
محسن طالع زاری	عضو کمیته	۱۴۰۱/۰۵/۳۰	فوق لیسانس (مدیریت صنعتی)
مهدی محمدی	عضو کمیته	۱۴۰۱/۰۵/۳۰	دکترای (مدیریت صنعتی)

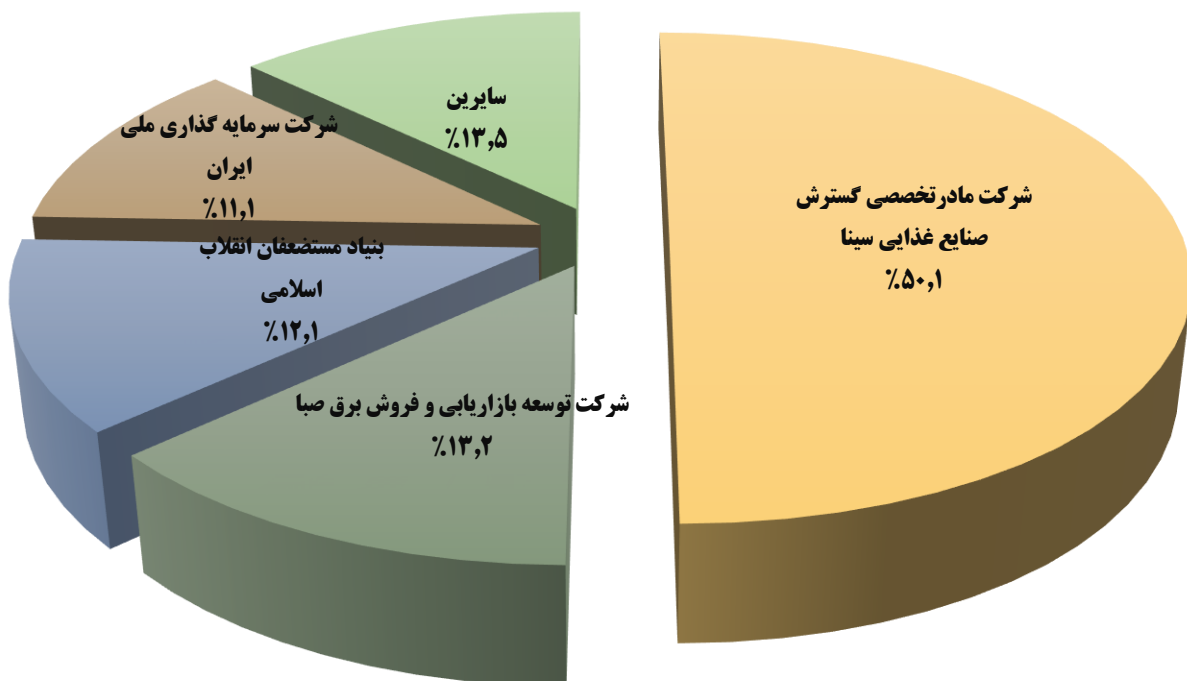
محمد مهدی روهنده	مدیر حسابرسی داخلی	۱۳۹۹/۰۶/۳۰	فوق لیسانس (حسابداری)
------------------	--------------------	------------	-----------------------

حسابرس مستقل و بازرس قانونی شرکت در سال مالی منتهی به ۱۴۰۲/۱۲/۲۹ موسسه حسابرسی مفید راهبر می باشد.

۲۰-۱) ترکیب سهامداران

آخرین سرمایه و ترکیب سهامداران شرکت بر مبنای سرمایه ۳۶۰ میلیارد ریالی و در تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ به شرح جدول ذیل می باشد.

ردیف	مشخصات سهامداران	تعداد سهام در ۱۴۰۲/۰۳/۳۱	درصد سهام
۱	شرکت مادر تخصصی گسترش صنایع غذایی سینا	۱۸۰,۲۸۱,۵۶۷	۵۰.۱
۲	شرکت مادر تخصصی مالی و سرمایه گذاری سینا	۱,۰۰۰	۰.۰
۳	شرکت توسعه بازاریابی و فروش برق صبا	۴۷,۴۷۷,۹۶۱	۱۳.۲
۴	بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی	۴۳,۵۶۴,۴۱۲	۱۲.۱
۵	شرکت سرمایه گذاری ملی ایران	۳۹,۹۶۳,۵۸۳	۱۱.۱
۶	سایرین	۴۸,۷۱۱,۴۷۷	۱۳.۵
	جمع	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۰۰



۱-۲۱) تغییرات سرمایه از بدو تاسیس تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۱

تاریخ افزایش سرمایه	درصد افزایش سرمایه	مبلغ سرمایه جدید (میلیون ریال)	محل افزایش سرمایه
زمان تاسیس	-----	۳۰	-----
۱۳۷۹ بدو ورود به بورس	-----	۱۷,۰۴۸	-----
۱۳۸۰	۸۴	۳۱,۴۰۲	مطالبات و آورده نقدی
۱۳۸۱	۳۱	۴۱,۱۵۲	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
۱۳۹۶	۵۰	۳۶۰,۰۰۰	مطالبات و آورده نقدی

• از سال ۱۳۹۶ تا تاریخ تهیه این گزارش، سرمایه ثبتی شرکت مبلغ ۳۶۰,۰۰۰ میلیون ریال بوده است.

۲- اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به اهداف

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

- توسعه فروش مویرگی به جهت افزایش سهم بازار و گسترش پوشش عاملین توزیع .
- حذف گلوگاه ها و استفاده حداکثری از ظرفیت دستگاه ها و ماشین آلات خطوط تولید.
- 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 روش ها 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 ونحوه اندازه گیری میزان موفقیت در دوره زمانی ارزیابی

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

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 هیات 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 شرکت های مختلف به پایین ترین قیمت و بهترین کیفیت صورت می پذیرد.

۳- حوزه تحقیق و توسعه: تیم تحقیق و توسعه شرکت با حضور در نمایشگاه های 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 می نمایند.

۲-۳) برنامه توسعه شبکه ها یا بازارهای جدید توزیع

انجام **فروش مویرگی** (از طریق شعبه)، و **جذب نمایندگی** جزء روش های متداول و به روز 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 روش ها 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 کنسانتره 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 می گردد. لذا فرآیند جستجو مواد اولیه داخلی با کیفیت توسط تیم بازرگانی و واحد کنترل کیفی به صورت 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 شرکت های دانش بنیان از جمله روش های جدید شرکت در این زمینه می باشد.

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 زمان بندی مد نظر برای هر یک از اهداف تعیین شده مشخص شده اند، برنامه های اجرایی در زمان های 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 راهبرد ها با روند های 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 راهبرد ها

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 جلسه های مختلفی که به این منظور برگزار می شود انجام داده است و سعی می شود که نتایج حاصله مطلوب و در جهت اهداف تعیین شده باشد.

۲-۸) پیش بینی چالش ها و ریسک های پیش رو برای دستیابی به اهداف

مدیریت ریسک شرکت به صورت فصلی اجرا می گردد 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 پس از ارائه به هیات مدیره تصمیمات لازم اتخاذ می گردد.

۲-۹) تغییرات با اهمیت در اهداف یا راهبرد ها نسبت به سال و یا سال های گذشته

• راهبردهای مربوط به حوزه فروش

تمرکز و توسعه فروش در بازارهای صادراتی و پوشش حداکثری فروش در شهرستان های کوچک، توسعه کانال های فروش هر کدام از محصولات، توسعه سهم بازار و تولید محصولات با کیفیت و قیمت بالاتر جهت پوشش مصرف کنندگان همه اقشار جامعه. تبلیغات ۳۶۰ درجه اعم از فضای مجازی، محیط های شهری، تلویزیون و رادیو. تمرکز در فروشگاه های زنجیره ای و توسعه آن از طریق عقد قرارداد با فروشگاه های جدید زنجیره ای و توسعه آن از طریق استقرار نیروی چیدمان و برگزاری فروش های ویژه.

• راهبردهای مربوط به مدیریت هزینه

هزینه ها، یک عامل کلیدی در موفقیت یا شکست کسب و کار است. کنترل هزینه ها یک فرآیند مستمر نظارت، تجزیه و تحلیل و اختصاص دقیق هزینه ها و همچنین به ارتقای یک فرهنگ آگاهی از هزینه ها 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، راهبرد ها، اقدامات مدیر و جبران خدمات مدیران 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 بهره مند 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، به صورت 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 هیات 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. همچنین بصورت کامل گزارش پایداری در این گزارش آورده شده است.

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 طی چندسال گذشته است که گزارشات حسابرسی شرکت در سطح مطلوب می باشد.



۳- مهمترین منابع 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	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
الف) اطلاعات عملکرد مالی طی دوره (مبلغ به میلیون ریال)		
درآمد های عملیاتی	۱۱,۲۳۸,۰۰۱۳	۶,۸۲۷,۹۳۸
سود عملیاتی	۴۲۶,۱۴۴	۷۳۴,۴۴۹
درآمد ها (هزینه ها) غیر عملیاتی	۶,۵۰۶	۲,۹۸۲
سود خالص - پس از کسر مالیات	۲۱۵,۶۳۱	۵۴۶,۷۲۸
وجه نقد حاصل از عملیات	۳۵۱,۷۳۵	۳۸۸,۰۰۷۵
جمع دارایی ها	۱۶,۱۶۹,۷۱۶	۱۰,۷۴۶,۸۴۸
جمع بدهی ها	۱۴,۵۳۸,۶۱۶	۸,۴۴۷,۳۶۲
سرمایه ثبت شده	۳۶۰,۰۰۰	۳۶۰,۰۰۰
جمع حقوق صاحبان سهام	۱,۶۳۱,۱۰۰	۲,۲۹۹,۴۸۶
بازده دارایی ها (ROA)	%۱	%۵
بازده حقوق صاحبان سهام (ROE)	%۱۳	%۲۲
تعداد سهام (میلیون سهم)	۳۶۰	۳۶۰
سود واقعی هر سهم - ریال	۵۹۹	۱,۵۱۹
ه) سایر اطلاعات		
تعداد کارکنان - نفر	۱,۱۸۸	۱,۱۴۸

۳-۳ تجزیه و تحلیل ساختار سرمایه شرکت

ساختار سرمایه شرکت در دوره مالی سه ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ حاکی از این است که ۱۰٪ دارایی ها را حقوق صاحبان سهام تشکیل می دهند در این خصوص ۸٪ از جمع دارایی ها مرتبط به سود انباشته می باشد و نسبت بدهی های جاری به جمع داراییها ۸۲٪ می باشد. یکی از راهکارهای اصلاح ساختار حقوق صاحبان سهام، افزایش سرمایه از محل آورده های نقدی و سود انباشته 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 سود آوری در بلند مدت می باشد و از معایب آن می توان به زمان بر بودن این امر اشاره نمود.

۳-۴ نقدینگی و جریان های نقدی

(میلیون ریال)

شرح	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
جریان خالص (خروج) ورود وجه نقد ناشی از فعالیت های عملیاتی	۳۵۱,۷۳۵	۳۸۸,۰۷۵
وجوه پرداختی بابت خرید دارایی های ثابت مشهود	(۵۳,۶۵۷)	۰
سود دریافتی بابت سایر سرمایه گذاری ها	۱,۱۹۰	۰
جریان خالص ورود(خروج) وجه نقد ناشی از فعالیت های سرمایه گذاری	(۴۷۳,۷۶۲)	۰
دریافت های نقدی حاصل از تسهیلات	۴۲۹,۱۶۶	۱,۳۰۰,۰۰۰
جریان خالص ورود(خروج) وجه نقد ناشی از فعالیت های تامین مالی	(۲۱۴,۶۳۳)	(۶۴,۹۳۲)

۳-۵ سرمایه انسانی و مشارکت کارکنان

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

شرح	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
کارکنان دائم (رسمی)	۲۳	۲۸
کارکنان موقت (قراردادی)	۴۰۸	۴۲۵
کارکنان شرکت های خدماتی (پیمانکاری)	۷۵۷	۶۹۵
جمع	۱,۱۸۸	۱,۱۴۸

۳-۶ راهکار های 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، کمبود های 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 ماهیت 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، باعث توجه 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 کووید ۱۹، صادرات با مشکل مواجه شده است.

۳-۱۰) بدهی های شرکت و راهکارهای باز پرداخت بدهی ها

بدهی ها عمدتاً مربوط به بانک ها 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.

۱۴۰۱/۰۳/۳۱	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	شرح
۳,۹۸۰,۷۹۴	۸,۶۱۰,۱۱۳	پرداختی های تجاری و سایر پرداختی ها
۱۹,۴۴۲	۴۲۹,۱۴۶	سود سهام پرداختی
۳,۰۰۰,۰۳۶	۳,۴۶۷,۷۹۳	تسهیلات مالی
۱,۳۸۶	۱,۵۱۹	پیش دریافت ها
۴۴۱,۴۷۴	۶۴۱,۴۷۴	پرداختی های بلند مدت
۲۳۴,۵۴۶	۲۳۴,۵۴۶	تسهیلات مالی بلند مدت
۳۸۲,۸۱۹	۴۵۲,۲۱۶	ذخیره مزایای پایان خدمت کارکنان

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

دارایی های سرمایه ای بلااستفاده عمدتاً شامل دارایی های موجود در بهنوش مرکز و اقلام سرمایه ای نزد انبار می باشد .

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

روش های فروش محصولات در دوره مالی سه ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ با سال مالی سال قبل تفاوتی نداشته است. در خصوص حجم تخفیفات نیز برای از دست ندادن سهم از بازار با لحاظ حاشیه سود مناسب تخفیفات در طی سال مالی داده شده است.

۳-۱۳) الزامات نقدینگی برای مخارج اختیاری تعهد شده و برنامه ریزی شده

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

۳-۱۴) تغییرات در زنجیره عرضه

در طی دوره مالی سه ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ عرضه محصولات عمدتاً از طریق عاملین توزیع (روش مویرگی) بوده است. در صورت توجیه 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 می باشد.

۳-۱۵) 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 می دهد.

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

موضوع به تفضیل در یادداشت های صورت های مالی افشا می شود .

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

سمت	نام و نام خانوادگی
-	-

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 و کالتهی اخذ که سند مذکور در رهن بانک می باشد. شرکت بهنوش ایران در قالب قرارداد های منعقد با بانک صنعت و معدن، تسهیلات ارزی جهت خرید تجهیزات برای کارخانجات خود اخذ می نماید.

-به استناد بند (ح) تبصره ۴ قانون بودجه سال ۱۳۹۶ تسهیلات گیرندگان از محل منابع مالی جز دال بند ۶ قانون بودجه سال ۸۸ مشمول ماده ۲۰ قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور مصوب ۱۳۹۴ گردیدند.

-با اجرایی شدن قانون بودجه سال ۱۳۹۶ بانک صنعت و معدن به شرکت بهنوش ایران طی نامه شماره ۴۰۵۴ مورخ ۱۳۹۶/۰۱/۲۹ اقدام نمود تا از مزایای قانون مذکور برخوردار گردد.

-بانک صنعت و معدن بعد از دریافت ۲۵ درصد یاد شده تا این تاریخ قرارداد فی مابین و جدول اقساط مانده بدهی این شرکت را اعلام ننموده و از اجرای مفاد ۲۰ قانون رفع موانع تولید امتناع می ورزد و خواستار بازپرداخت به نرخ روز پرداخت می باشد نه نرخ روز گشایش اعتبار.

-به دلیل بروز اختلاف یاد شده شرکت بهنوش ایران اقدام به طرح دعوی در دیوان عدالت اداری نموده که بر اساس آخرین رای صادره دیوان در تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۸ مجدداً رای سال ۱۳۹۸ (به نفع شرکت) مورد تأیید قرار گرفته ولی بانک مذکور نسبت به آخرین رای صادره اعتراض نموده که دیوان در تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰ اتخاذ تصمیم نهایی در خصوص این موضوع را منوط به رسیدگی در کارگروه ملی نموده است.

۱۹-۳) وضعیت رقابت و ریسک رقابت

رقابت این شرکت با شرکت های تولید کننده داخلی و شرکت های وارد کننده خارجی 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 (شکر، مالت، پت، قوطی و شیشه و.....) نسبت به سال مشابه قبل، افزایش زیادی 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 شیشه به میزان نیاز تولید بوده که تغییرات نرخي باعث افزایش نرخ فروش محصولات نیز شد، لیکن در انتهای سال تقریباً شرایط پایداری بوجود 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 رشد قابل توجهی در مقایسه با سال مالی قبل نداشته است و این شرکت در نظر دارد با افزایش و استفاده مناسب از ظرفیت های تولید سهم بیشتری از بازار هدف را داشته به خود اختصاص دهد و در نتیجه باعث افزایش سودآوری شرکت خواهد بود.

۴- نتایج عملیات و چشم انداز ها

۴-۱) تحلیلی از چشم انداز شرکت

همان گونه 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 دوره جاری به صورت بهتری میسر گردد.

۴-۲) اطلاعات مرتبط با سهام، شامل باز خرید سهام، بازده سرمایه، سرمایه گذاری مجدد سود های تقسیمی، برنامه ها

وامتیازات سهامداران و تغییرات مهم قیمت سهام

تمامی اطلاعات به محض وقوع در سامانه کدال افشاء خواهد شد.

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

کارخانه نوشابه سازی واحد آستانه (شازند) در تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۰ بصورت آزمایشی افتتاح و در حال حاضر در حال تولید محصول لیموناد می باشد.

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

در سال مالی 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.

تحلیل حساسیت سود و زیان هر سهم						نرخ میانگین تمامی اقلام وارداتی (یورو)
۶۵۲,۵۴۸	۵۹۸,۱۶۹	۵۴۳,۷۹۰	۴۸۹,۴۱۱	۴۳۵,۰۳۲		
۵۶۸	۵۸۴	۵۹۹	۶۱۴	۶۳۰	۱.۵۰	
۵۶۰	۵۷۶	۵۹۱	۶۰۷	۶۲۲	۱.۵۸	
۵۵۲	۵۶۸	۵۸۳	۵۹۹	۶۱۴	۱.۶۵	
۵۴۴	۵۵۹	۵۷۵	۵۹۰	۶۰۶	۱.۷۴	
۵۳۵	۵۵۰	۵۶۶	۵۸۱	۵۹۷	۱.۸۲	
۵۲۶	۵۴۱	۵۵۶	۵۷۲	۵۸۷	۱.۹۱	
۵۱۶	۵۳۱	۵۴۷	۵۶۲	۵۷۷	۲.۰۱	
۵۰۵	۵۲۱	۵۳۶	۵۵۲	۵۶۷	۲.۱۱	
۴۹۵	۵۱۰	۵۲۵	۵۴۱	۵۵۶	۲.۲۲	
۴۸۳	۴۹۹	۵۱۴	۵۲۹	۵۴۵	۲.۳۳	
۴۷۱	۴۸۷	۵۰۲	۵۱۸	۵۳۳	۲.۴۴	

مفروضات تحلیل منتهی به پایان اسفند ۱۴۰۲:

- نرخ برابری ارز یورو معادل ۵۴۳,۷۹۰ ریال در نظر گرفته شده است.
- برآورد نرخ ارز بر اساس وضعیت تورمی و با توجه به توافقات احتمالی بین المللی ۵ و ۱۰ درصد مثبت و منفی لحاظ شده است.
- اقلام تشکیل دهنده وارداتی شرکت عصاره مالت، اسانس لیمو، عصاره رازک و اسانس انگور می باشد.
- عصاره رازک به دلیل خرید نیاز کل سال در جدول تحلیل حساسیت محاسبه نشده است.
- قیمت عصاره مالت به تاریخ ترازنامه هر کیلو ۱.۹۱ یورو، اسانس انگور هر لیتر ۷ یورو و اسانس لیمویی هر لیتر ۷.۹۵ یورو می باشد.
- بطور کلی ۱.۵ درصد از بهای تمام شده محصولات تحت تاثیر خریدهای ارزی می باشد که از این میزان سهم عصاره مالت ۰.۴٪، ۰.۲٪ اسانس انگور، ۰.۴٪ اسانس لیمو و ۰.۲۵٪ عصاره رازک می باشد.
- سایر عوامل بهای تمام شده و هزینه های عمومی و اداری در حالت افزایش و یا کاهش نرخ ارز، ثابت در نظر گرفته شده است.
- نرخ تورم ۲۰٪ محاسبه شده است.
- در این تحلیل حساسیت، اقلام بهای تمام شده و مالیات بر درآمد جز متغیرهای اصلی می باشد سایر متغیرهای سود و زیان ثابت در نظر گرفته شده است.

* نتایج واقعی احتمالا" متفاوت از پیش بینی ها خواهد بود، زیرا رویدادهای پیش بینی شده اغلب به گونه ای مورد انتظار رخ نمیدهد و تفاوتی حاصل می تواند با اهمیت باشد.

۴-۵) اطلاعات در خصوص سود های تقسیمی

این شرکت جهت ارج نهادن به حقوق سهامداران به صورت یکسان از سال ۱۳۹۹ اقدام به پرداخت سود از طریق سامانه یکپارچه سجام نموده است.

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

شرح	۱۴۰۲/۰۳/۳۱	۱۴۰۱/۰۳/۳۱
درآمد عملیاتی (میلیون ریال)	۱۱،۲۳۸،۰۱۳	۶،۸۲۷،۹۳۸
سود عملیاتی شرکت (میلیون ریال)	۴۲۶،۱۴۴	۷۳۴،۴۴۹
سود خالص شرکت (میلیون ریال)	۲۱۵،۶۳۱	۵۴۶،۷۲۸

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

مقایسه عملکرد واقعی دوره جاری و دوره قبل، افزایش نشان می دهد، لیکن عمده افزایش درآمد های عملیاتی و بهای تمام شده ناشی از افزایش نرخ محصولات بوده است. در سال مالی 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، همچنین به دلیل کنترل و مدیریت ریسک های اشاره شده مقدار تولید نیز روندی مناسب داشته است.

۴-۸) 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 ۱۴۰۲، اهم دستور کارهای مشخص شده در سرفصل های ذیل خلاصه شده است:

الف- اعمال استراتژی های کوتاه و بلند مدت

شرکت بهنوش ایران برای دستیابی به بودجه فروش سال ۱۴۰۲ اقداماتی به شرح ذیل در دست اجرا داشته است:

* 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 فروشگاه های 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
- * 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

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 صادر کنندگان 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 هر چه 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 سه هدف مهم دیگر ماموریت هیات مدیره خواهد بود که به شرح ذیل می باشد:
- * کاهش هزینه های مالی
 - * تکمیل و بهره برداری پروژه های در دست اقدام
 - * یافتن راه های تامین مالی مناسب تر جهت بهبود نقدینگی در گردش

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

شرکت بهنوش ایران (سهامی عام) با تدوین آئین نامه های اجرایی لازم، از اصول تعریف شده در امر راهبری شرکتی تبعیت می نماید و در این راستا از وجود اعضای هیات مدیره، کمیته حسابرسی و کمیته های فرعی آن بهره می برد. در راستای اجرای دستورالعمل حاکمیت شرکتی، منشور هیات مدیره به تصویب رسیده و اعضای هیات مدیره اقرارنامه موضوع دستورالعمل مزبور را به کمیته انتصابات ارائه کرده اند. در راستای اهداف شرکت و استقرار بیشتر حاکمیت شرکتی، بشرح ذیل اعلام می گردد.

- انگیزه بخشی به ذینفعان

شرکت در راستای رعایت انگیزه بخشی به ذینفعان و کارکنان اقدام به ارزیابی پرسنل جهت اجرای طرح طبقه بندی مشاغل نموده و شورای کارگری را نیز که نمایندگان آن از بین پرسنل طی انتخابات برگزیده می شود را فعال نموده است. و سهامدار عمده با وجود عدم الزام به رعایت دستورالعمل یاد شده آن را برای تمامی شرکت های تابعه خود الزام نموده است.

- حفظ حقوق سهامداران و برخورد یکسان با آنها

شرکت در راستای رعایت یکسان حقوق کلیه سهامداران اقداماتی را انجام می دهد از جمله حضور و اعمال حق رای در مجامع عمومی صاحبان سهام، دسترسی به اطلاعات به موقع و قابل اتکای شرکت در سامانه کدال و سایت شرکت، افشای جزئیات معاملات

با اشخاص وابسته و ممنوعیت معاملات با اطلاعات نهانی. شرکت در جهت حفظ حقوق سهامداران و مطابق برنامه زمانی اعلام شده سود سهامداران خرد را از طریق سامانه سجام پرداخت می نماید.

-رعایت حقوق سایر ذینفعان

شرکت در راستای رعایت حقوق سایر ذینفعان طبق قوانین اقدام به اطلاع رسانی زمان، مکان، دستورجلسات و روش های رای دهی در مجامع عمومی می نماید تا تمامی ذینفعان قادر باشند در تصمیمات اساسی شرکت سهامی بوده و با توجه به محدودیت های معقول، پیشنهاد های خود را ارائه نمایند.

کمیته های تخصصی

طبق رویه شرکت، کمیته های تخصصی نسبت به بررسی موضوعات ارجاع شده توسط هیات مدیره اقدام و مراتب را طی گزارشی کارشناسی به اطلاع هیات مدیره می رساند تا تصمیم مناسب توسط هیات مدیره اتخاذ شود.



۱۰-۴) اثرات احتمالی ناشی از اطلاعات بااهمیت افشا شده

در راستای رعایت ماده ۳۱ دستورالعمل حاکمیت شرکتی در دوره مالی سه ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱ کلیه گزارش ها از جمله صورت های مالی سالانه، گزارش تفسیری مدیریت، گزارش فعالیت هیأت مدیره، گزارش کنترل داخلی و سایر گزارشات و شفاف سازی ها پس از افشاء در سامانه کدال در پایگاه اینترنتی شرکت نیز در اختیار عموم قرار داده شده است.

۱۱-۴) مفروضات سود و زیان برآوردی

(میلیون ریال)

ردیف	شاخص	واحد سنجش	عملکرد سه ماهه ۱۴۰۱	عملکرد سه ماهه ۱۴۰۲	برآورد سالانه ۱۴۰۲
۱	درآمد حاصل از فروش محصول / کالا / خدمات	میلیون ریال	۶,۸۲۷,۹۳۸	۱۱,۲۳۸,۰۱۳	۳۳,۱۵۵,۳۷۸
۲	بهای تمام شده کالا / محصول فروخته شده	میلیون ریال	(۴,۵۹۸,۱۱۰)	(۸,۳۱۷,۷۶۶)	(۲۴,۰۴۶,۸۱۳)
۳	درصد بهای تمام شده به فروش	درصد	۶۷	۷۴	۷۳
۴	سود ناخالص	میلیون ریال	۲۲۹,۸۲۸	۲,۹۲۰,۲۴۷	۹,۱۰۸,۵۶۶
۵	هزینه های عمومی، اداری و توزیع و فروش	میلیون ریال	(۱,۵۳۲,۵۴۶)	(۲,۶۴۰,۹۳۳)	(۷,۶۱۷,۱۴۸)
۶	خالص سایر درآمدها و هزینه های عملیاتی	میلیون ریال	۳۷,۱۶۷	۱۴۶,۸۳۰	۱۰۰,۰۰۰
۷	سود عملیاتی	میلیون ریال	۷۳۴,۴۴۹	۴۲۶,۱۴۴	۱,۵۹۱,۴۱۸
۸	درصد سود عملیاتی به فروش	درصد	۱۱	۴	۵
۹	هزینه های مالی	میلیون ریال	(۷۰,۶۹۰)	(۱۵۴,۴۱۶)	(۵۵۰,۰۰۰)
۱۰	درصد هزینه های مالی به فروش	درصد	۱	۱	۲
۱۱	خالص سایر درآمدها و هزینه های غیر عملیاتی	میلیون ریال	۲,۹۸۲	۶,۵۰۶	۱۰,۰۰۰
۱۲	سود قبل از کسر مالیات	میلیون ریال	۶۶۶,۷۴۱	۲۷۸,۲۳۴	۱,۰۵۱,۴۱۸
۱۳	درصد سود قبل از مالیات به فروش	درصد	۱۰	۳	۳
۱۴	مالیات	میلیون ریال	(۱۲۰,۰۱۳)	(۶۲,۶۰۳)	(۲۳۶,۵۶۹)
۱۵	سود خالص	میلیون ریال	۵۴۶,۷۲۸	۲۱۵,۶۳۱	۸۱۴,۸۴۹
۱۶	سود هر سهم	ریال	۱,۵۱۹	۵۹۹	۲,۲۶۳

مفروضات برآورد منتهی به اسفند ۱۴۰۲:

- با توجه به روند بازار و تحقق اهداف فروش در سه ماهه ۱۴۰۲ به میزان ۱۱,۲۳۸,۰۱۳ میلیون ریال، برآورد شرکت از پیش بینی فروش سالیانه ۱۴۰۲ مبلغ ۳۳,۱۵۵,۳۷۸ میلیون ریال بر مبنای بودجه مصوب می باشد.
- بهای تمام شده ۷۳٪ مبلغ فروش و با توجه به روند گذشته، در نظر گرفته شده است.
- هزینه های عمومی اداری با توجه به روند گذشته ۲۳٪ مبلغ فروش در نظر گرفته شده است.
- هزینه مالی با هدف گذاری مدیریت ۵ درصد از فروش در نظر گرفته شده است.
- سایر درآمد و هزینه های عملیاتی با توجه به سال مالی ۱۴۰۱، ۱۱٪ رشد در نظر گرفته شده است.

بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی

(میلیون ریال)

شرح	دوره مالی منتهی به ۱۴۰۱/۰۳/۳۱	دوره ۳ ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۰۳/۳۱	برآورد ۱۲ ماهه منتهی به ۱۴۰۲/۱۲/۲۹
مواد مستقیم مصرفی	۳,۹۴۱,۲۹۳	۷,۰۵۰,۶۴۲	۱۸,۹۲۸,۱۷۱
دستمزد مستقیم تولید	۹۴,۹۷۱	۱۲۴,۹۸۳	۴۵۶,۱۱۷
سربار تولید	۷۱۲,۲۸۲	۱,۴۱۸,۹۹۲	۳,۴۲۰,۸۸۱
جمع هزینه های تولید	۴,۷۴۸,۵۴۶	۸,۵۹۴,۶۱۷	۲۲,۸۰۵,۱۶۹
موجودی کالای ساخته شده اول دوره	۷۰۷,۲۶۲	۱,۳۲۱,۹۰۳	۱,۳۲۱,۹۰۳
موجودی کالای ساخته شده پایان دوره	(۸۵۷,۶۹۸)	(۱,۵۹۸,۷۵۴)	(۲,۵۰۸,۵۴۹)
بهای تمام شده خدمات ارایه شده	۰	۰	۰
بهای تمام شده کالای فروش رفته	۴,۵۹۸,۱۱۰	۸,۳۱۷,۷۶۶	۲۱,۶۱۹,۲۲۳



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

شرکت بهنوش ایران از پیشگامان صنعت نوشیدنی، همواره بر کیفیت و مشتری مداری، شفافیت و بازارهای نوین در جهت حفظ منافع ذینفعان تاکید می نماید.

شرکت بهنوش ایران با برنامه ریزی های انجام شده در جهت ارتقا و کسب سهم سود بیشتر از بازار مصرف، با استفاده از ظرفیت تولید حداکثری توانست به این امر دست یابد.

مهمترین معیارها و شاخص های عملکرد برای ارزیابی عملکرد در مقایسه با اهداف اعلام شده به شرح نمودار زیر می باشد. از آنجایی که در دنیای کسب و کار کنونی و به منظور افزایش پایداری مزیت های رقابتی، هر سازمان به مدیریت و اجرای تحول نیاز دارد بدین منظور شرکت بهنوش ایران از طریق ساختار راهبردی، بستری جهت مدیریت چرخه و بهبود مستمر در سازمان ایجاد کرده است.

