

معرفی شرکت بهنوش ایران

- شرکت بهنوش در تاریخ ۱۳۴۵/۰۲/۱۵ با سرمایه‌ی سی میلیون ریال با نام "مالتای ایران" تاسیس شد.
- تنها کارخانه ماء‌الشعیرسازی است که پس از پیروزی انقلاب اسلامی، با تغییر محصول خود به غیر الکلی به فعالیت‌های خود ادامه داد.
- بهنوش هم اکنون بزرگترین تولیدکننده ماء‌الشعیر در ایران است.
- شرکت در حال حاضر دارای ۹ واحد تولیدی است.
- برند **DELESTER** و دوغ آبعلی از مهمترین برندهای قدیمی و نوستالژیک شرکت هستند.



مشاوران سرمایه گذاری تیان

<https://t.me/TivanInvest>



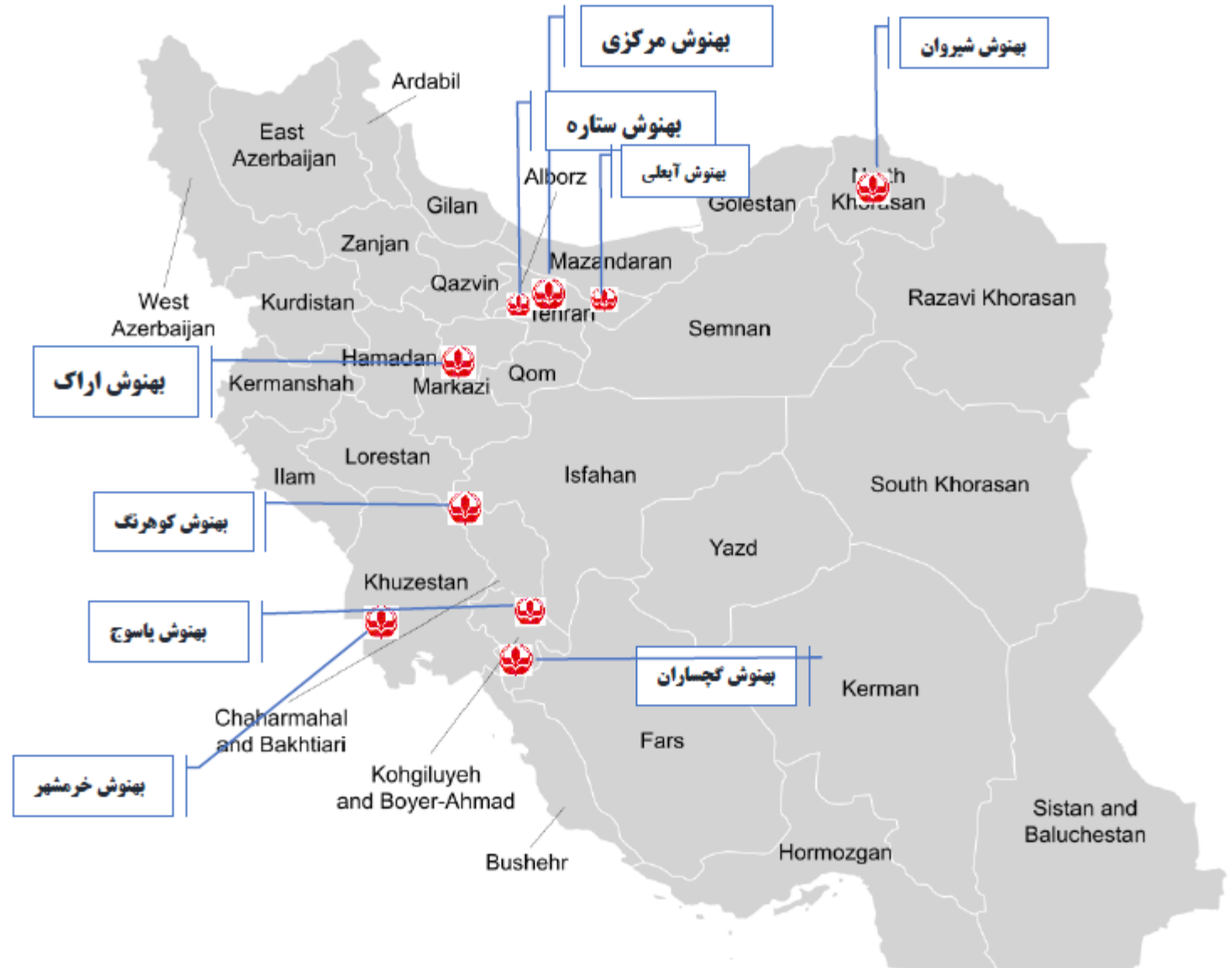
قطع امید شرکت از کارخانه اراک

شرکت با بهره‌گیری از شبکه توزیع گسترده خود، به کمک ناوگانی متشکل از ۱۴۳ کامیون، از طریق ۲۹ شعبه، ۱۶۸ نمایندگی و بالغ بر ۱۲۰ هزار خرده فروش اقدام به فروش محصولات خود می‌نماید.

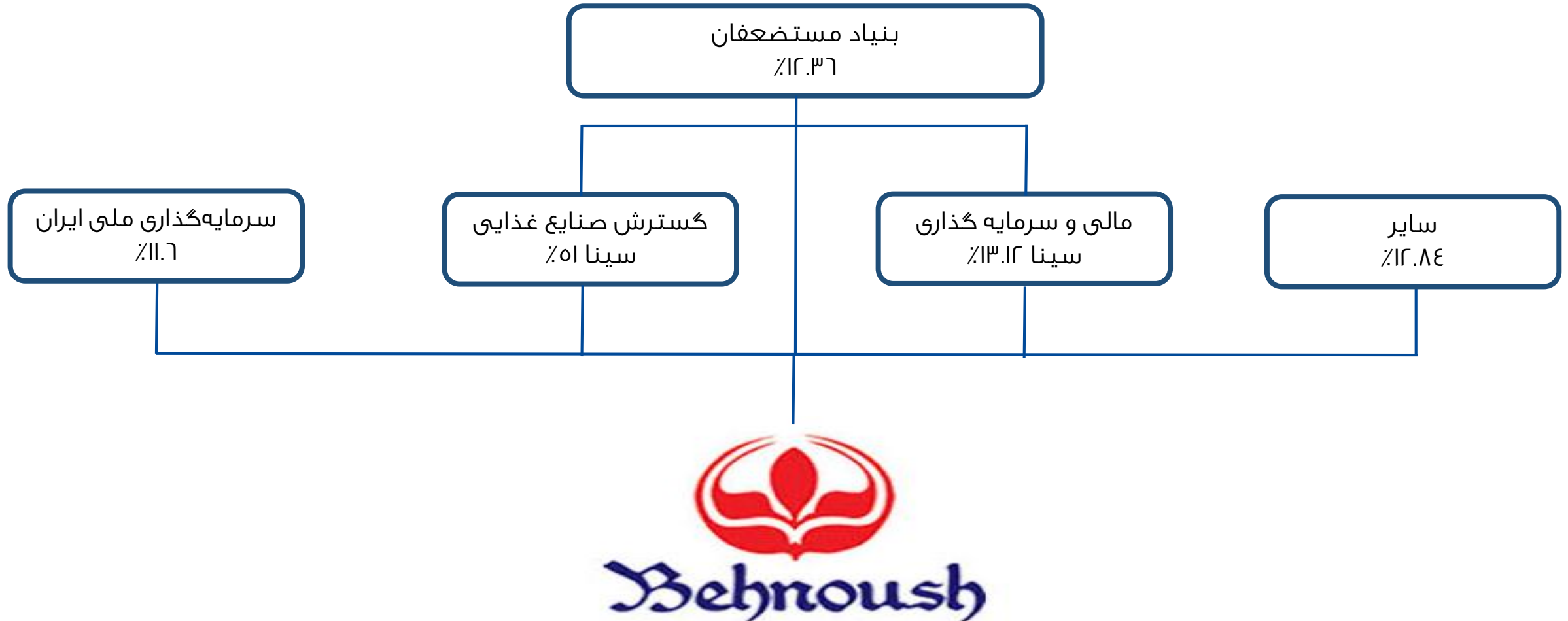
به‌نوش گچساران: تولید پریفرم

به‌نوش یاسوج: افزایش تولید دوغ ترش در سال ۱۴۰۰ با هدف فروش در شمال کشور

به‌نوش اراک: با مشکلات عملیاتی (کم آبی) در راه اندازی مواجه است و احتمالاً با فروش تجهیزات و زمین اقدام به سرمایه گذاری و توسعه سایر خطوط کنند.

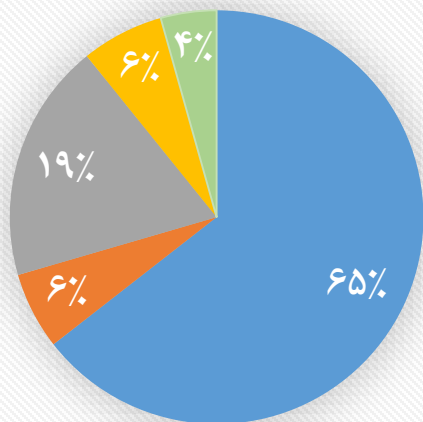


بهنوش در اختیار کامل بنیاد مستضعفان



محصولات شرکت بهنوش

محصولات شرکت



- انواع ماءالشعير
- انواع آبمیوه
- آب گازدار
- انواع دوغ
- انواع نوشابه و انرژیزا



انواع دوغ



انواع ماءالشعير



انواع نوشابه و انرژیزا



انواع آبمیوه



آب گازدار

فرایند تولید و بسته‌بندی‌ها

عمده مواد اولیه شرکت مربوط به بسته‌بندی می‌باشد که ۳۸ درصد آن (تعدادی) شیشه و مابقی پت و فلز می‌باشد.

برای تولید پت، رزین خریداری شده از پتروشیمی تندگویان در کارخانه گچساران تبدیل به پریفرم شده و سپس به ظروف بسته بندی تبدیل می‌گردد.

تامین کننده اصلی شیشه، شرکت شیشه و گاز (به علت هم گروه بودن) است، با این حال برای ریسک کاهش تامین شیشه، اقدام به عقد قرارداد با شیشه مینا و شیشه رازی کرده است.



ابتدا جو خریداری شده يك روز خیس می‌خورد. مالت‌ها ۴ روز در يك سالن رطوبت بالا قرار می‌گیرند تا جوانه بزند. سپس این مالت‌های جوانه زده به سیلوها منتقل شده و ۲ روز در آنجا می‌مانند تا خشک شود. سپس دانه‌ها را الک کرده و آسیاب می‌کنند و با آب می‌پزند و به آنزیم‌هایی به آن اضافه می‌کنند.



وضعیت رقبا در بازار مالدشعیر

شرکت در بازار مالدشعیر، بیشترین سهم را دارد و بعد از آن هی جو (برند پیسی) و هی دی (برند کوکاکولا) بخش‌های دیگری از بازار را در اختیار دارند. عالیس و ایستک رقباى جدی محسوب نمی‌شوند و حتی پیش‌بینی می‌شود در چند سال آینده رقابت اصلی در بازار برای همین سه برند باشد. برند افس (برند ترکیه‌ای و کارمزدی) بوده است. در نواحی بالای شهر به نظر محصولات بهنوش اقبال کمتری دارند. در بازار دوغ، شرکت‌های کاله و زمزم سهم بیشتری دارند.



افزایش نرخ‌های قابل توجه مواد بهای تمام شده در ابتدای سال ۱۴۰۰

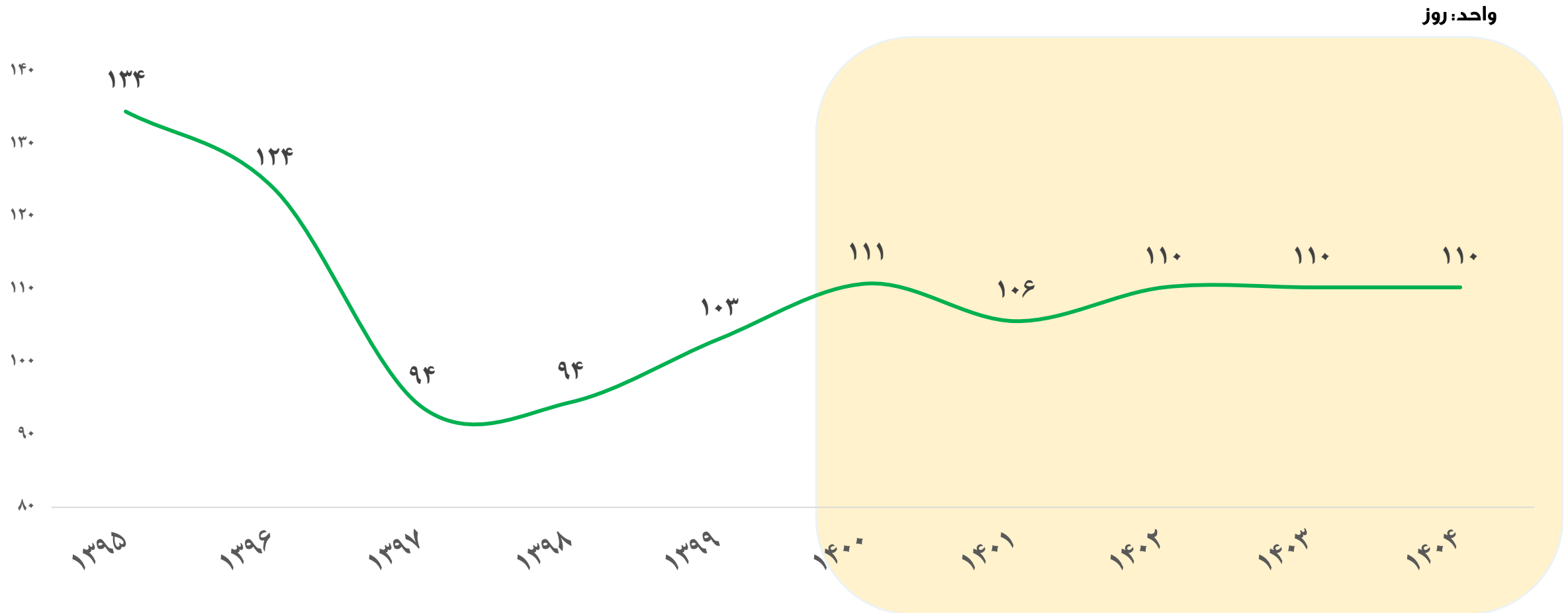
مفروضات کلان	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳	۱۴۰۴
نرخ دلار	۳۴,۰۰۰	۳۷,۰۰۰	۷۹,۴۱۵	۱۱۲,۲۷۶	۲۱۵,۰۰۰	۲۲۰,۰۰۰	۲۷۵,۰۰۰	۳۳۰,۰۰۰	۳۹۶,۰۰۰	۴۵۵,۴۰۰
نرخ تورم - نقطه به نقطه	۹٪	۱۲٪	۴۷٪	۲۲٪	۵۰٪	۳۰٪	۲۵٪	۲۰٪	۲۰٪	۱۵٪
مفروضات تولید و فروش										
مقدار فروش مالمشعیر (میلیون عدد)	۴۴۲	۴۲۵	۳۵۶	۳۳۸	۴۲۰	۴۲۰	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰	۴۵۰
مقدار فروش انواع آبمیوه (میلیون عدد)	۱۳۰	۱۵۴	۱۱۳	۱۰۰	۱۲۲	۱۲۰	۱۳۰	۱۳۰	۱۳۰	۱۳۰
مقدار فروش انواع دوغ (میلیون عدد)	۱۸	۲۵	۴	۶	۲۸	۵۰	۶۰	۶۰	۶۰	۶۰
مقدار فروش نوشابه و انرژی زا (میلیون عدد)	۵	۳۴	۲۴	۲۳	۴۲	۵۰	۵۵	۵۵	۵۵	۵۵
نرخ فروش مالمشعیر (ریال/عدد)	۶,۷۶۳	۶,۸۱۲	۹,۱۲۴	۱۲,۴۰۴	۱۶,۲۶۲	۲۸,۴۵۸	۳۵,۵۷۳	۴۲,۶۸۷	۵۱,۲۲۵	۵۸,۹۰۸
نرخ فروش آبمیوه (ریال/عدد)	۷,۷۲۰	۷,۸۸۶	۱۰,۶۵۶	۱۵,۰۱۰	۱۸,۳۳۷	۲۸,۴۲۲	۳۵,۵۲۸	۴۲,۶۳۴	۵۱,۱۶۰	۵۸,۸۳۵
نرخ فروش دوغ (ریال/عدد)	۷,۲۴۴	۹,۲۷۷	۱۲,۴۹۷	۱۸,۴۲۵	۲۳,۲۰۱	۴۷,۵۶۳	۵۹,۴۵۴	۷۱,۳۴۴	۸۵,۶۱۳	۹۸,۴۵۵
نرخ فروش نوشابه و انرژی زا (ریال/عدد)	۲۳,۷۳۹	۱۳,۸۲۶	۱۸,۹۰۵	۲۱,۹۵۳	۳۷,۷۳۲	۵۰,۹۳۸	۶۳,۶۷۲	۷۶,۴۰۷	۹۱,۶۸۸	۱۰۵,۴۴۱
نسبت درآمد خدمات کارمزدی به فروش محصولات	۱.۷٪	۲.۲٪	۱.۴٪	۱.۷٪	۲.۵٪	۳٪	۳٪	۳٪	۳٪	۳٪
نسبت مجموع تخفیفات و برگشت از فروش (%)	-۱۵٪	-۱۶٪	-۵٪	-۴٪	-۴٪	-۷٪	-۹٪	-۹٪	-۹٪	-۹٪
مفروضات بهای تمام شده										
نرخ شکر (ریال/کیلوگرم)			۳۳,۸۳۵	۴۷,۷۰۲	۷۲,۶۷۲	۱۲۵,۰۰۰	۱۵۶,۲۵۰	۱۸۷,۵۰۰	۲۲۵,۰۰۰	۲۵۸,۷۵۰
نرخ شیر (ریال/کیلوگرم)			۱۵,۱۵۶	۲۳,۵۲۴	۳۳,۸۹۴	۶۵,۰۰۰	۸۱,۲۵۰	۹۷,۵۰۰	۱۱۷,۰۰۰	۱۳۴,۵۵۰
رزین (دلار/تن)			۱,۴۰۶	۱,۲۴۵	۷۵۹	۱,۱۰۰	۱,۱۰۰	۱,۱۰۰	۱,۱۰۰	۱,۱۰۰
قوطی فلزی (دلار/میلیون عدد)			۷۸,۵۷۶	۸۷,۳۶۳	۶۷,۱۸۸	۹۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰	۹۰,۰۰۰
بطری (دلار/میلیون عدد)			۵۳,۹۳۴	۶۰,۶۴۳	۴۱,۸۵۳	۶۲,۰۰۰	۶۲,۰۰۰	۶۲,۰۰۰	۶۲,۰۰۰	۶۲,۰۰۰

حفظ حاشیه سود حوالی ۳۰ درصد – اولویت اول شرکت



بهبود چرخه وجه نقد عملیاتی (CCC) در پنج سال گذشته

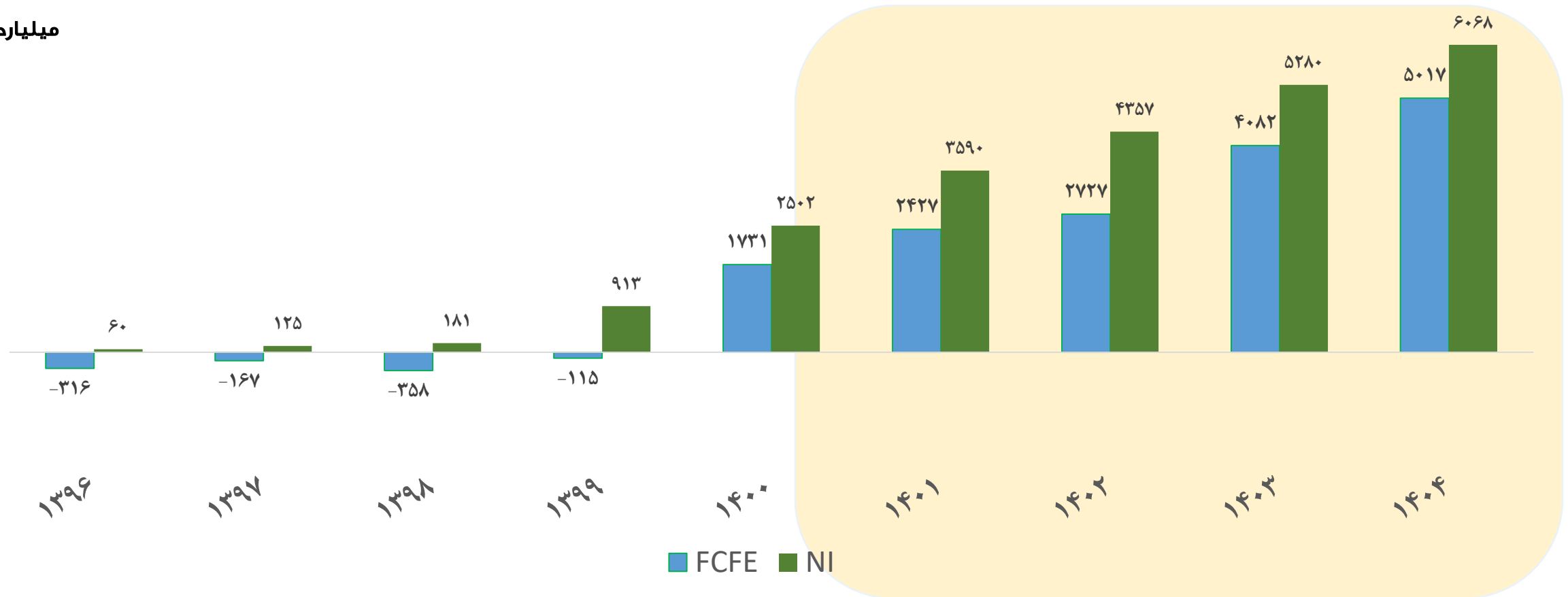
انتظار برای افزایش CCC به واسطه کاهش التهابات دلار و فضای تورمی



سال ۱۴۰۰، سال مثبت شدن جریان نقدی آزاد سهامداران (FCFE)

همگام با افزایش چشم گیر سود خالص

میلیارد ریال



پتانسیل رسیدن به سود ۲۵۰ میلیارد تومانی در سال ۱۴۰۰

۱۴۰۴	۱۴۰۳	۱۴۰۲	۱۴۰۱	۱۴۰۰	۱۳۹۹	۱۳۹۸	۱۳۹۷	۱۳۹۶	۱۳۹۵	صورت سود و زیان - میلیارد ریال
۴۲,۹۷۹	۳۷,۳۷۳	۳۱,۱۴۴	۲۵,۹۵۳	۱۹,۶۰۷	۱۱,۶۴۷	۶,۷۲۵	۵,۲۳۴	۴,۰۹۰	۳,۷۵۹	فروش
(۲۷,۵۳۳)	(۲۳,۹۱۷)	(۱۹,۹۲۲)	(۱۶,۵۹۴)	(۱۲,۴۳۰)	(۷,۶۱۱)	(۴,۵۰۶)	(۳,۴۵۴)	(۲,۶۹۱)	(۲,۴۹۵)	بهای تمام شده کالای فروش رفته
۱۵,۴۴۵	۱۳,۴۵۶	۱۱,۲۲۲	۹,۳۶۰	۷,۱۷۷	۴,۰۳۶	۲,۲۱۹	۱,۷۸۰	۱,۳۹۹	۱,۲۶۴	سود (زیان) ناخالص
۳۵.۹٪	۳۶.۰٪	۳۶.۰٪	۳۶.۱٪	۳۶.۶٪	۳۴.۷٪	۳۳.۰٪	۳۴.۰٪	۳۴.۲٪	۳۳.۶٪	حاشیه سود ناخالص
(۷,۱۵۳)	(۶,۲۱۷)	(۵,۱۸۰)	(۴,۳۹۴)	(۳,۶۰۳)	(۲,۴۵۲)	(۱,۴۴۳)	(۱,۰۵۷)	(۸۱۸)	(۷۳۲)	هزینه های عمومی، اداری و تشکیلاتی
۲۲۱	۱۹۲	۱۳۲	۱۱۲	۶۴	۱۲	(۱۱۵)	(۳۹)	۲۱	۴۳	خالص سایر درآمدها (هزینه ها)ی عملیاتی
۸,۵۱۳	۷,۴۳۰	۶,۱۷۴	۵,۰۷۸	۳,۶۳۸	۱۵۹۶	۶۶۱	۶۸۴	۶۰۳	۵۷۴	سود (زیان) عملیاتی
۱۹.۸٪	۱۹.۹٪	۱۹.۸٪	۱۹.۶٪	۱۸.۶٪	۱۴٪	۱۰٪	۱۳٪	۱۵٪	۱۵٪	حاشیه سود عملیاتی
(۱,۲۳۱)	(۱,۰۸۶)	(۹۳۸)	(۷۶۲)	(۶۳۲)	(۴۵۶)	(۴۷۲)	(۵۱۳)	(۵۰۸)	(۵۳۰)	هزینه مالی
۹۲	۷۲	۶۰	۴۶	۳۵	۳۳	۵۵	۲۰	۱۸	۳۲	خالص سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی
۷,۳۷۴	۶,۴۱۶	۵,۲۹۵	۴,۳۶۲	۳,۰۴۱	۱,۱۷۳	۲۴۵	۱۹۱	۱۱۲	۷۷	سود قبل از مالیات
(۱,۳۰۶)	(۱,۱۳۶)	(۹۳۸)	(۷۷۳)	(۵۳۹)	(۲۶۰)	(۶۳)	(۴۸)	(۲۵)	(۱۷)	مالیات
۶,۰۶۸	۵,۲۸۰	۴,۳۵۷	۳,۵۹۰	۲,۵۰۲	۹۱۳	۱۸۱	۱۴۳	۸۷	۶۰	سود (زیان) خالص
۱۴.۱٪	۱۴.۱٪	۱۴.۰٪	۱۳.۸٪	۱۲.۸٪	۷.۸٪	۲.۷٪	۲.۷٪	۲.۱٪	۱.۶٪	حاشیه سود خالص
۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۳۶۰	۲۴۰	۲۴۰	سرمایه
۱۶,۸۵۶	۱۴,۶۶۵	۱۲,۱۰۳	۹,۹۷۱	۶,۹۵۰	۲,۵۳۶	۵۰۴	۳۴۸	۲۵۰	۲۴۹	سود هر سهم - ریال