شرکت فرآورده های دامی و لبنی بهار دالاهو(سهامی عام)

گزارش تفسیری مدیریت

پیوست صورتهای مالی

سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ۱۴۰۵

در اجرای بند ۱ماده ۷ دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت های ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار (مصوب مورخ ۱۳۸۶/۰۵/۰۳ و اصلاحیه های بعدی هیئت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار)، شرکت هایی که سهام آنها نزد سازمان بورس و اوراق بهادار تهران و یا فرابورس ایران پذیرفته شده باشد، موظف به تهیه و افشای گزارش تفسیری مدیریت در مقاطع میان دوره ای ۳، ۶ و ۹ ماهه و همچنین مقطع سالانه می باشند.

لذا گزارش تفسیری مدیریت اخیر مطابق با ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت (مصوب ۱۳۹۶/۱۰/۰۴ و اصلاحیه مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۶ هیئت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار) و راهنمای به کارگیری ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت تهیه و در تاریخ ۱۴۰۵/۰۲/۲۹ به تأیید هیئت مدیره رسیده است.

اعضای هیئت مدیره	نام نماینده اشخاص حقوقی	سمت	امضاء
امیرحسین صفری	-	عضو هیئت مدیره و مدیرعامل	
محمد امین صفری	-	رئیس هیئت مدیره	
بهرام صفری	-	نائب رئیس هیئت مدیره	
سیامک محمد ظاهری	-	عضو هیئت مدیره	
شهناز جان جانی	-	عضو هیئت مدیره	

مقدمه ۵
۱- **ماهیت کسب و کار** ۵
۱-۱- ماهیت شرکت و صنعت ۶
۱-۱-۱- مواد اولیه ۶
۱-۱-۲- نحوه تامین و وضعیت بازار مواد اولیه ۷
۱-۲- جایگاه شرکت در صنعت ۷
۱-۳- جزئیات فروش ۷
۱-۳-۱- جزئیات فروش در داخل و فروش صادراتی ۷
۱-۴- قوانین و مقررات و سایر عوامل برون سازمانی موثر بر شرکت ۸
۱-۵-وضعیت رقابت ۹
۱-۶- اطلاعات بازارگردانی شرکت ۱۰
۲- اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریتی برای دستیابی به آن اهداف ۱۰
۲-۱- اهداف کلان و برنامه بلند مدت و کوتاه مدت ۱۰
۲-۲- برنامه توسعه محصولات و ورود به بازارهای جدید ۱۰
۲-۳- رویه های مهم حسابداری، برآوردها و قضاوت ها و تاثیرات تغییرات آنها بر نتایج گزارش شده ۱۱
۲-۴- اصول راهبردی حاکمیت شرکتی ۱۱
۲-۵- سیاست‌های شرکت در ارتباط با راهبری شرکتی و اقدامات صورت گرفته در رابطه با آن ۱۲
۲-۵-۱- بعد محیط زیست ۱۲
۲-۵-۲- بعد مسئولیت اجتماعی ۱۲
۲-۵-۳- بعد اقتصادی ۱۳
۲-۶- چشم انداز ۱۳
۲-۷- ارزش های شرکت ۱۴

۸-۲- اهداف کیفی شرکت ۱۴
۳- مهمترین منابع,مصارف، ریسک ها و روابط... ۱۵
۳-۱- منابع ۱۵
۳-۲- مصارف ۱۵
۳-۳-ریسک ها و موارد عدم اطمینان و تجزیه و تحلیل آن ۱۵
۴- نتایج عملیات و چشم اندازها ۱۸
۴-۱- نتایج عملکرد مالی و عملیاتی ۱۸
۴-۲- جزئیات پرداخت و آخرین وضعیت پرداخت سود سهام مطابق مصوبه آخرین مجمع ۲۰
۵- جمع بندی ۲۰

مقدمه

گزارش تفسیری مدیریت، یک عنصر مهم در اطلاع‌رسانی به بازار سرمایه، متمم و مکمل صورت‌های مالی است و باید همراه با صورت‌های مالی ارائه شود. گزارش تفسیری مدیریت درباره چشم‌انداز واحد تجاری و "*سایر اطلاعاتی که در صورت‌های مالی ارائه نشده‌اند*"، فراهم می‌کند و همچنین به‌عنوان مبنایی برای درک اهداف مدیریت و راهبردهای مدیریت برای دستیابی به آن اهداف بکار می‌رود. در گزارش تفسیری مدیریت، همچنین باید عوامل و روندهای اصلی که احتمال دارد عملکرد، وضعیت و پیشرفت واحد تجاری را تحت تأثیر قرار دهند، تشریح شود.

۱- ماهیت کسب و کار شرکت

شرکت فرآورده‌های دامی و لبنی بهار دالاهو در سال ۱۳۷۳ با خرید کارگاه نیمه‌کاره پنیرسازی اتحادیه عشایری بنیان‌گذاری شد. در سال ۱۳۷۷ با تولید پنیر سفید پاستوریزه بطور نیمه صنعتی راه اندازی شد. این شرکت از ابتدای سال ۱۳۸۰ با تغییرات اساسی در ساختار مدیریت و استقرار هیئت‌مدیره و سهامداران جدید و با راه‌اندازی خط تولید شیر پاستوریزه فعالیت خود را به صورت جدی آغاز کرد. در سال ۱۳۸۱، شرکت با واردات و راه‌اندازی خطوط تولید مدرن، سبد محصولات لبنی خود را گسترش داد. با ادامه پروژه‌های توسعه، اکنون این شرکت توان تولید انواع شیر، ماست، دوغ، پنیر و خامه را داراست و با ارائه محصولات متنوع در بازار ایران و عراق، یکی از شرکت‌های مطرح در زمینه تولید و فروش محصولات لبنی در منطقه به حساب می‌آید. در سال ۱۳۸۴ با صادرات محصولات؛ توسعه شرکت در بازار داخل و صادرات نیز شتاب گرفت و از سال ۱۳۹۸ با باز طراحی ساختارهای سازمانی، در مسیر توسعه فروش و صادرات با استفاده از ظرفیت‌های جدید قرار گرفت. محصولات شرکت در دوره‌های متوالی برنده جایزه کیفیت محصول از سازمان استاندارد در سطح ملی و استانی شده‌اند. تولید ماست با درصد چربی‌های مختلف ضمن حفظ عطر و طعم از ویژگی‌های اصلی این محصول است. معرفی برند مانیزان در تهران از سال ۱۳۸۳ توسط پخش شیر کیسه‌ای یارانه‌ای آغاز شد و پس از پایان توزیع شیر یارانه ای در سال ۱۳۹۲با واردات خطوط مدرن تولید شیر بطری پاستوریزه با بطری های منحصر به فرد تداوم یافت. تولید پنیر با پیشرفته‌ترین تکنولوژی روز دانمارک برای اولین بار در سال ۱۳۸۴ آغاز شد. پنیر سفید مانیزان با بافت مناسب و طعم عالی خود امروزه مورد توجه مصرف‌کنندگان قرار گرفته است. از سال ۱۳۸۵ صادرات برند مانیزان به عراق و چندین کشور همسایه مانند قطر آغاز شد. صادرات مانیزان به عراق در حاضر ادامه دارد و برند مانیزان از برندهای پرطرفدار در مناطق مختلف عراق محسوب می‌شود. دریافت جایزهٔ بهترین صادرکننده ملی برای اولین بار در سال ۱۳۸۷ و سپس در سال ۱۳۸۹ و ۱۳۹۰و همچنین صادرکننده نمونه استانی در ده سال اخیر افتخاری بزرگی است که از سوی اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان کرمانشاه

به برند مانیزان اختصاص داده شد. انتخاب به‌عنوان واحد نمونه کشوری از سوی سازمان استاندارد در سال ۱۳۹۲ و شروع به تولید محصول نوشیدنی ماست سال ۱۴۰۲ از دستاوردهای بزرگ مانیزان محسوب می‌شود.

۱-۱- ماهیت شرکت و صنعت:

موضوع فعالیت شرکت تهیه و اجرای طرح و اداره واحد تولیدی در زمینه تولید لبنیات و فراورده های آن و انجام امور صادرات و واردات فرآورده های لبنی و دامی با استفاده از سرمایه و نیروی کار ماهر.

در جدول زیر، نمایی از روند توسعه ها و افزایش ظرفیت های تولید، نشان داده شده است. بر این اساس ظرفیت تولید واقعی در سال ۱۴۰۴ به ۲۳,۵۲۹ تن رسیده است.

ردیف	نوع محصول	واحد اندازه گیری	تولید واقعی
۱	انواع شیر	تن	۵,۷۹۲
۲	انواع ماست	تن	۶,۹۵۵
۳	انواع دوغ	تن	۸,۲۶۲
۴	انواع پنیر	تن	۳۰۲
۵	انواع خامه و روغن	تن	۳,۲۵۸
۶	انواع شیرخشک	تن	۱,۱۵۰

۱-۱-۱-مواد اولیه :

شرح	واحد	دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۴۰۴					
		خرید طی دوره			مصرف		
		مقدار	نرخ	مبلغ	مقدار	نرخ	مبلغ
		واحد	ریال	میلیون ریال	واحد	ریال	میلیون ریال
شیر خام	کیلوگرم	۳۶,۳۷۸,۰۳۴	۳۱۹,۷۸۲	۱۱,۶۳۳,۰۳۳	۳۶,۳۸۴,۱۷۰	۳۱۸,۶۷۳	۱۱,۵۹۴,۶۶۷
سایر مواد اولیه	کیلوگرم	۵,۷۰۹,۰۳۴	۱۷۸,۰۷۰	۱,۰۱۶,۶۱۰	۵,۸۴۴,۹۷۱	۱۷۰,۸۵۱	۹۹۸,۶۱۶
سایر مواد بسته بندی	عدد	۱۹۰,۰۰۰,۷۹۳	۱۷,۲۶۷	۳,۲۸۰,۷۷۵	۱۸۱,۶۸۸,۱۱۲	۱۵,۸۸۶	۲,۸۸۶,۵۰۴
جمع مواد اولیه				۱۵,۹۳۰,۴۱۸			۱۵,۴۷۹,۷۸۷

۲-۱-۱- نحوه تامین و وضعیت بازار مواد اولیه شرکت :

لیست تامین کنندگان شیر و مواد اولیه	
ردیف	شرح
۱	شرکت ها فعال در صنایع چاپ و بسته بندی
۲	شرکت ها و دامپروری های تولید شیر
۳	شرکت تولید انواع بطری های پلاستیکی

با توجه به کمبود مواد پتروشیمی و افزایش هزینه‌های ظروف بسته‌بندی، پیش‌بینی می‌شود بهای تمام شده محصولات شرکت افزایش یابد .در این راستا، شرکت در حال ارزیابی دقیق سناریوهای مختلف بوده و در صورت عدم بهبود شرایط بازار، تصمیم به افزایش قیمت فروش محصولات جهت حفظ حاشیه سود و اطمینان از استمرار تولید اتخاذ خواهد نمود .

۲-۱- جایگاه شرکت در صنعت:

شرکت در دوره مالی مورد گزارش در بین شرکت‌های فعال در این صنعت و همچنین در بین شرکتهای بورسی این صنعت به ترتیب با حجم فروش ۲۵,۶۴۱ تن معادل مبلغ ۲۴,۹۹۲,۲۲۵ میلیون ریال در رده ۳ از لحاظ مبلغ فروش قرار دارد.

۳-۱- جزئیات فروش

۱-۳-۱- جزئیات فروش در داخل و فروش صادراتی:

دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۱۴۰۴/۱۲/۲۹

نوع کالا	واحد	فروش داخلی			فروش صادراتی		
		تعداد فروش	نرخ فروش (ریال)	مبلغ فروش (میلیون ریال)	تعداد فروش	نرخ فروش (ریال)	مبلغ فروش (میلیون ریال)
خامه و روغن	کیلو گرم	۶۴,۹۲۳	۳,۰۹۲,۱۷۱	۲۰۰,۷۵۳	۳,۲۴۵,۷۱۱	۲,۲۹۸,۷۹۴	۷,۴۶۱,۲۲۲
ماست	کیلو گرم	۱,۹۸۷,۹۵۸	۶۲۴,۱۴۴	۱,۲۴۰,۷۷۳	۴,۹۰۷,۳۴۳	۱,۱۷۹,۹۶۲	۵,۷۹۰,۴۸۰
شیر	کیلوگرم	۵,۰۵۲,۶۶۳	۵۰۸,۱۸۸	۲,۵۶۷,۷۰۱	۶۱۱,۷۰۲	۵۶۴,۵۱۷	۳۴۵,۳۱۶
دوغ	کیلو گرم	۱۹۲,۹۱۲	۲۷۲,۸۸۶	۵۲,۶۴۳	۸,۱۱۴,۵۲۲	۵۲۵,۲۵۳	۴,۲۶۲,۱۸۱
پنیر	کیلو گرم	۵۲,۷۵۸	۲,۲۴۷,۰۹۰	۱۱۸,۵۵۲	۲۴۷,۴۱۷	۱,۶۵۹,۲۵۹	۴۱۰,۵۲۹
شیر خشک	کیلوگرم	۰	۰	۰	۱,۱۶۳,۱۶۴	۲,۱۸۵,۴۸۹	۲,۵۴۲,۰۸۲
جمع				**۴,۱۸۰,۴۲۲**			**۲۰,۸۱۱,۸۱۰**
فروش خالص							**۲۴,۹۹۲,۲۳۲**

۴-۱- قوانین و مقررات و سایر عوامل برون سازمانی مؤثر بر شرکت و احتمال تغییر در آنها از جمله مؤلفه های اقتصاد کلان:

قوانین و مقررات حاکم بر فعالیت‌های شرکت عبارت‌اند از:

- ✓ استانداردهای بهداشتی و کیفیت: شرکت‌های لبنیاتی باید از استانداردهای بهداشتی و کیفیتی که توسط سازمان استاندارد و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تعیین شده است، پیروی کنند. این استانداردها شامل کیفیت شیر خام، سلامت محصولات، شرایط نگهداری و فرآوری لبنیات است.
- ✓ قوانین مربوط به بسته‌بندی و برچسب‌گذاری: محصولات لبنی باید با بسته‌بندی مناسب و استاندارد عرضه شوند و تمام اطلاعات لازم مانند ترکیبات، تاریخ تولید و انقضا، شرایط نگهداری و اطلاعات تغذیه‌ای بر روی بسته‌بندی درج شود. این قوانین تحت نظارت سازمان غذا و دارو قرار دارد.
- ✓ قوانین نظارت بر مواد اولیه و شیر خام: شرکت‌های لبنیاتی موظف‌اند شیر خام را از منابع معتبر تهیه کرده و از نظر کیفیت و سلامت آن را بررسی کنند. این مقررات بر مبنای استانداردهای سازمان دامپزشکی و به منظور جلوگیری از ورود شیر آلوده به چرخه تولید تنظیم شده‌اند.
- ✓ قوانین مرتبط با افزودنی‌ها و نگهدارنده‌ها: استفاده از هرگونه افزودنی، نگهدارنده و رنگ‌های غذایی باید مطابق با دستورالعمل‌های سازمان غذا و دارو باشد. افزودنی‌های غیرمجاز و نگهدارنده‌های مضر برای سلامت، در تولید محصولات لبنی مجاز نیستند.
- ✓ قوانین مربوط به توزیع و حمل‌ونقل: محصولات لبنی به دلیل فسادپذیری بالا، نیاز به شرایط حمل‌ونقل و نگهداری خاصی دارند. شرکت‌های لبنیاتی موظف به استفاده از وسایل حمل‌ونقل سردخانه‌دار و رعایت زنجیره سرد در تمام مراحل توزیع و حمل هستند. سازمان دامپزشکی و وزارت بهداشت بر این فرآیندها نظارت دارند.
- ✓ قوانین صادرات و واردات :شرکت‌های لبنیاتی که به صادرات یا واردات مواد اولیه یا محصولات نهایی می‌پردازند، باید قوانین و استانداردهای مربوط به صادرات و واردات صنایع غذایی را رعایت کنند. این مقررات شامل اخذ مجوزهای بهداشتی و رعایت استانداردهای کشور مقصد است.

- ✓ قوانین مرتبط با مدیریت پسماندها :شرکت‌های لبنیاتی به دلیل تولید پسماندهای زیستی خاص، ملزم به مدیریت اصولی پسماندها هستند. این قوانین شامل استفاده از روش‌های مناسب برای دفع یا بازیافت پسماندها و رعایت مقررات محیط زیستی مربوطه است.

۵-۱- وضعیت رقابت :

شرکت در صنعت فرآورده های دامی و لبنی فعالیت می‌کند. رشد فروش صنعت مذکور در سال جاری نسبت به سال قبل ۲۰ درصد می‌باشد. شرکت در بین شرکتهای فعال در این صنعت با حجم فروش معادل مبلغ ۲۴،۹۹۲،۲۲۵ میلیون ریال در رده ۳ قرار دارد.

نام شرکت / نماد بورسی	حجم فروش (تن)	مبلغ فروش (میلیون ریال)	رتبه
شرکت پاک – غپاک	۹۰,۴۵۱	۷۵,۵۶۹,۹۴۲	۱
پگاه اصفهان - غشصفا	۲۱,۱۸۲	۲۷,۶۷۲,۴۱۱	۲
مانیزان - غانیزان	۲۵,۶۴۱	۲۴,۹۹۲,۲۲۵	۳
پگاه فارس – غفارس	۱۵,۴۱۲	۱۸,۱۳۸,۷۶۳	۴
پگاه آذربایجان شرقی - غپاذر	۱۴,۶۵۰	۱۷,۱۴۳,۴۹۴	۵
پگاه خراسان – غشان	۱۳,۴۵۸	۱۴,۲۴۶,۵۰۴	۶
پگاه آذربایجان غربی - غشاذر	۱۲,۲۰۵	۱۲,۴۶۵,۷۵۸	۷
پگاه گلپایگان - غگلپا	۸,۰۹۶	۱۲,۲۰۹,۹۰۳	۸
پگاه گلستان - غگلستا	۷,۱۴۲	۹,۰۲۲,۷۷۴	۹
پگاه گیلان – غگیلا	۹,۲۶۲	۸,۶۰۰,۸۵۰	۱۰
شرکت کالبر – غالبر	۲,۵۸۲	۴,۱۷۰,۴۴۰	۱۱

۶-۱- اطلاعات بازارگردان شرکت:

اطلاعات بازارگردانی نماد غانیزان - از ابتدا تا 1405/02/27		
ردیف	عنوان	پارامتر
۱	نام بازارگردان	اختصاصی بازارگردانی توسعه فیروزه پویا
۲	آغاز دوره بازارگردانی	۱۴۰۴/۰۹/۰۸
۳	پایان دوره بازارگردانی	۱۴۰۵/۰۸/۱۴
۴	منابع اختصاص یافته به بازارگردان از سوی ناشر (ریال)	-
۵	منابع اختصاص یافته به بازارگردان از سوی سهامدار عمده (ریال)	-
۶	مبلغ خرید طی دوره (ریال)	۷۶۸,۳۴۷,۸۷۱,۰۲۶
۷	مبلغ فروش طی دوره (ریال)	۱۱۸,۶۱۳,۴۵۹,۷۴۸
۸	سود (زیان) بازارگردانی (ریال)	-
۹	تعداد منابع اختصاص یافته به بازارگردان از سوی سهامدار عمده (واحد سهم)	۲۲,۰۰۰,۰۰۰
۱۰	تعداد سهام خریداری شده (واحد سهم)	۳۵,۴۵۴,۱۹۰
۱۱	تعداد سهام فروش رفته (واحد سهم)	۵,۲۴۲,۴۲۰
۱۲	مانده سهام نزد بازارگردان (واحد سهم)	۱۲۰,۸۴۷,۰۹۹

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

۲-۱- اهداف کلان و برنامه های بلند مدت و کوتاه مدت :

این شرکت با اجرای برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، طرح احداث پایگاه تولید شیر خشک را در دستور کار بلندمدت خود قرار داده است تا ضمن دستیابی به خودکفایی نسبی، از خروج ارز حاصل از واردات شیر خشک جلوگیری شود. همچنین برنامه کوتاه‌مدت شرکت بر تولید محصولات جدید و توسعه بازار از طریق بهره‌گیری از ماشین‌آلات مدرن و به‌روز استوار بوده و در راستای افزایش توان تولید و ارتقای سهم شرکت در بازار پیگیری می‌شود.

۲-۲- بر نامه توسعه محصولات و ورود به بازار های جدید :

با توجه به ظرفیت فعلی خطوط تولید و با تکیه بر درک عمیق‌تر از نیازها و الگوهای مصرف در بازار هدف، برنامه‌ریزی جامع برای توسعه سبد محصولات به‌ویژه درگروه کالای پنیر و ماست در دستور کار قرار گرفته است. این توسعه بر محور نوآوری‌های متناسب با رفتار خرید و انتظارات مصرف‌کنندگان طراحی شده تا پاسخ‌گوی خواسته های بازار و ارتقای ارزش برند باشد.

هم‌زمان، گسترش سطح پوشش بازار از طریق بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های موجود در سبد کالایی حاضر نیز دنبال می‌شود؛ رویکردی که تمرکز ویژه بر تقویت حضور برند در مناطق شمالی و همچنین افزایش نفوذ در کانال خرده‌فروشی جنوب عراق خواهد داشت. این اقدامات با هدف تثبیت سهم بازار فعلی و ایجاد بستر رشد پایدار برند اجرا خواهند شد.

۳-۲- رویه های مهم حسابداری، برآوردها و قضاوت ها و تاثیرات تغییرات آنها بر نتایج گزارش شده:

مبانی تهیه و اندازه‌گیری استفاده شده در تهیه صورتهای مالی

۱- اقلام صورتهای مالی میان‌دوره‌ای مشابه با مبانی تهیه صورتهای مالی سالانه اندازه‌گیری و شناسایی می‌شود.

۲- صورتهای مالی میان‌دوره‌ای یکنواخت با رویه‌های بکارگرفته شده در صورتهای مالی سالانه بر مبنای بهای تمام شده تاریخی تهیه شده است. به استثنای زمین، ساختمان و تأسیسات، ماشین آلات و تجهیزات تولید، وسایل نقلیه و وسایل آزمایشگاه که به ارزش منصفانه اندازه‌گیری می‌شود.

۳- ارزش منصفانه، قیمتی است که بابت فروش یک دارایی یا انتقال یک بدهی در معامله‌ای نظام‌مند بین فعالان بازار، در تاریخ اندازه‌گیری در شرایط جاری بازار، قابل دریافت یا قابل پرداخت خواهد بود، صرف‌نظر از اینکه قیمت مزبور بطور مستقیم قابل مشاهده باشد یا با استفاده از تکنیک‌های دیگر ارزشیابی برآورد شود. به منظور افزایش ثبات رویه و قابلیت مقایسه در اندازه‌گیری ارزش منصفانه و افشاهای مرتبط با آن، سلسله مراتب ارزش منصفانه در سه سطح زیر طبقه‌بندی می‌شوند:

الف ـ داده‌های ورودی سطح ۱، قیمت‌های اعلام‌شده (تعدیل‌نشده) در بازارهای فعال برای دارایی‌ها یا بدهی‌های همانند است که واحد تجاری می‌تواند در تاریخ اندازه‌گیری به آنها دست یابد.

ب ـ داده‌های ورودی سطح ۲، داده‌های ورودی غیر از قیمت‌های اعلام‌شده مشمول سطح ۱ هستند و برای دارایی یا بدهی مورد نظر، بطور مستقیم یا غیرمستقیم قابل مشاهده می‌باشند.

ج ـ داده‌های ورودی سطح ۳، داده‌های ورودی غیرقابل مشاهده دارایی یا بدهی می‌باشند.

۴-۲- اصول راهبردی حاکمیت شرکتی

در راستای حمایت از حقوق سرمایه گذاران، پیشگیری از وقوع تخلفات و نیز ساماندهی و توسعه بازار شفاف و منصفانه اوراق بهادار، طبق بندهای ۸ ، ۱۱ و ۱۸ ماده ۷ قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران (مصوب آذرماه ۱۳۸۴ مجلس شورای اسلامی) و در راستای اصلاح نهادی حاکمیت شرکتی طبق بند (ح) ماده ۴ قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه جمهوری اسلامی ایران، دستورالعملی با عنوان حاکمیت شرکتی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در تاریخ ۱۳۹۷/۰۴/۲۷ در ۶ فصل، ۴۴ ماده و ۲۴ تبصره به تصویب سازمان بورس و اوراق بهادار رسید، و پس از اصلاحاتی در دستورالعمل اولیه، دستورالعمل نهایی در تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۸در ۶ فصل، ۴۳ ماده و ۲۸ تبصره به تصویب رسید. اقدامات شرکت تا تاریخ گزارشگری جهت استقرار حاکمیت شرکتی در شرکت به شرح ذیل می‌باشد:

۱- استقرار ساز و کار کنترل داخلی به منظور اطمینان بخشی معقول از حفاظت دارائی ها

۲- استقرار واحد حسابرسی داخلی مطابق با ضوابط سازمان

۳- تدوین مقررات در جهت جمع آوری و رسیدگی به گزارش های مربوط به نقض قوانین و مقررات و نارسایی در شرکت توسط اشخاص متخلف

٤- انتخاب هیئت‌مدیره ، مدیر عامل، اعضای کمیته های ریسک، حسابرسی، انتخاب و جبران خدمات و سایر کمیته های هیئت مدیره، مدیر حسابرسی داخلی و نظارت بر عملکرد آنان

٥- تعیین حقوق، مزایا و پاداش مدیر عامل، اعضای کمیته حسابرسی و سایر کمیته های هیئت‌مدیره که عضو هیئت‌مدیره نیستند و مدیر حسابرسی داخلی و مبلغ و محتوای قراردادهای حسابرسی داخلی

٦- تصویب برنامه های راهبردی، خط مشی های اجرایی، منشور اخلاق سازمانی، آئین نامه های الزامی جهت اداره امور فعالیت ها از جمله آئین نامه استخدام، معاملات، حقوق و دستمزد، تعیین صلاحیت، تعیین سمت و سایر مقررات شرکت

۷- تصویب سیاست های مربوط به تعیین قیمت و شرایط فروش محصولات و ارائه خدمات

۸- تصویب معاملات با اهمیت مربوط به دارایی های ثابت مشهود و نامشهود و سرمایه گذاری ها و استقراض، تعیین شرایط ترهین و توثیق اموال وهبه یا صلح اموال یا حقوق شرکت، تصویب بودجه سالانه شرکت و نظارت بر اجرای آن

۹- ایجاد و استقرار دبیرخانه حاکمیت شرکتی به نحو مطلوب

۵-۲- سیاست‌های شرکت در ارتباط با راهبری شرکتی و اقدامات صورت گرفته در رابطه با آن:

گزارش پایداری شرکتی :

حسب ماده ۳۹ دستورالعمل حاکمیت شرکتی در خصوص موضوع "ارائه گزارش پایداری"، گزارش اقدامات شرکت در ابعاد ذیل تشریح می شود:

۱-۵-۲- بعد محیط زیست

اقدامات شرکت در بعد محیط زیست به شرح ذیل می باشد:

۱. فعالیت تحت عنوان صنعت سبز (محیط زیست)
۲. پتانسیل تولید محصولات با کیفیت بین‌المللی مطابق با استانداردهای زیست محیطی
۳. مانیزان با عنوان دوستدار محیط‌زیست با برخورداری از سیستم تصفیه مکانیزه فاضلاب صنعتی تحت عنوان صنعت سبز فعالیت می‌کند.

۲-۵-۲- بعد مسئولیت اجتماعی

مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از جستارهای اخلاق کسب و کار است که به نقش شرکتها درحوزه اجتماع می‌پردازد. مسئولیت اجتماعی شرکتی مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت بایستی در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کند، انجام دهد. مسئولیت اجتماعی شرکت، فعالیت‌هایی است که پیش برنده سود و منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون بایسته می‌دارد. مطالبه از سازمان‌ها برای مسئولانه عمل کردن در قبال جامعه، موضوعی است که با گسترش روزافزون اثرگذاری آن‌ها بر محورهای تشکیل دهنده توسعه پایدار یعنی «اقتصاد»، «جامعه» و «محیط زیست»، در دهه‌های پایانی قرن بیستم شدت گرفته و منجر به این شده است که مفهومی به نام مسئولیت اجتماعی سازمانها یا CSR در دنیای مدیریت ظهور پیدا کند. CSR در یک تعریف ساده، یعنی اینکه سازمان‌ها در مقابل جامعه ای که در آن فعالیت می‌کنند مسئول هستند؛ چرا که از منابع انسانی، طبیعی و اقتصادی آن استفاده می‌کنند. بر خلاف نگاه سنتی به مدیریت و کسب و کار، سازمان‌ها دیگر فقط در مقابل سهامداران شان مسئول نیستند و نباید فقط به افزایش سود کوتاه

مدت سهامداران خود بیندیشند. بدین ترتیب انتظار می‌رود سازمان‌هایی که در ارتباط با ذینفعان دیگری نیز هستند، خواسته‌های مشروع آن‌ها را هم مورد لحاظ قرار دهند.

در هر کسب و کاری و از جمله شرکت‌هایی که برای تولید ثروت و کسب و کار ایجاد شده‌اند باید صد در صد مسئولیت تمام کارهای خود که جنبه اجتماعی دارند را به عهده بگیرند. این مسئولیت در کسب و کار معمولی بر عهده صاحب آن و در شرکت‌ها بر عهده هیئت مدیره و مدیر عامل آن شرکت است. همچنین مسئولیت اجتماعی یا تعهدات اجتماعی شرکت را به چهار جنبه مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی، سرمایه انسانی، خیرخواهانه و اخلاقی تقسیم کرده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها مسئولیت اجتماعی زیست‌محیطی است، مسئولیت اجتماعی شرکتی در کشورهای مختلف از اهمیت بسزایی برخوردار است بطوری که قوانین و مقررات خاصی در هر کشور جهت اطمینان از به کارگیری اصول آن تدوین و اجرا شده است.

شرکت در راستای مسئولیت اجتماعی و در جهت منافع عمومی به مردمان عزیز این مرز و بوم تلاش کرده است که به منظور سلامت و ایجاد بستر فرهنگی اقدامات ذیل را انجام دهد:

۱. ایجاد کارآفرینی و اشتغال در منطقه محروم استان کرمانشاه
۲. تولید وتوزیع شیرمدرسه در جهت سلامت و تغذیه سالم دانش آموزی
۳. کمک مالی به زندانیان غیرعمد در جهت آزاد سازی و بازگردانی افراد به خانواده
۴. اهمیت دادن به ارزش‌های والای انسانی و افزایش رضایت کارکنان، بالابردن سطح نظام پیشنهادها
۵. سرآمدی سازمانی و پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی و حفظ محیطزیست
۶. توسعه استان کرمانشاه که محل کارخانه است و تلاش در جهت رفع محرومیت ها و توسعه صنعتی آن
۷. کمک به افراد بی بضاعت جهت تامین مالی کمیته امداد استان کرمانشاه
۸. کمک به مراکز توانبخشی در خصوص افراد ناتوان و کم توان برای بهبود سلامت

۳-۵-۲- بعد اقتصادی

اقدامات شرکت در بعد اقتصادی به شرح ذیل می باشد:

۱. افزایش صادرات با حاشیه سود مطلوب
۲. ایجاد تنوع بیشترسبد فروش در بازار ایران
۳. پیاده سازی سیستم‌های نرم‌افزاری مدرن از قبیل GRS برای کنترل بالاتر و پیاده سازی سیستم‌های مدیریت فروش
۴. توسعه برند شوان در بازار صادرات (در حال حاضر برند شوان در چهار استان در حال پخش است)
۵. توسعه روش فروش به صورت پیمانکاری
۶. توسعه فروش در بغداد با راه اندازی شبکه فروش مویرگی با مشارکت شرکت سفره
۷. توسعه فروش مانیزان در استان‌های بیشتردر کشور عراق

۶-۲- چشم انداز

مانیزان در افق ۱۴۱۰ می‌خواهد به یکی از شناخته‌شده‌ترین و نوآورانه‌ترین شرکت لبنی در ایران و خاورمیانه تبدیل شود؛ شرکتی که به‌عنوان منبع معتبرترین محصولات لبنی در منطقه شناخته می‌شود، با محصولات متنوع و سالم الهام‌بخش سبک زندگی برای مردم است، سهم عمده‌ای از صادرات محصولات لبنی ایران را در اختیار دارد و الگوی استفاده از فناوری‌های نو و رعایت مسئولیت‌های اجتماعی و زیست‌محیطی است.

۲-۷- ارزش‌های شرکت

با تمامی کارکنان شرکت مانیزان با ارج و منزلت رفتار می‌شود و سهم یکایک آنها در اهداف کلی شرکت موردتوجه و تقدیر قرار می‌گیرد. این شرکت برای افزایش سطح آگاهی و دانش کارکنان خود، برنامه‌های آموزشی مناسب طرح‌ریزی می‌کند. همه در شرکت به صحیح انجام‌دادن کار از ابتدا اعتقاد دارند و کارکنان در یک محیط صمیمانه و دوستانه جهت سرآمد نمودن سازمان همراه با پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی و محیط‌زیست در کنار یکدیگر فعالیت و تلاش می‌کنند.ارزش های شرکت را می توان در موارد زیر خلاصه نمود:

- اهمیت‌دادن به ارزش‌های والای انسانی و افزایش رضایت کارکنان، بالابردن سطح نظام پیشنهادها
- سرآمدی سازمانی و پایبندی به مسئولیت‌های اجتماعی و حفظ محیط‌زیست
- توسعه در استان کرمانشاه که محل کارخانه است و تلاش در جهت رفع محرومیت ها و توسعه صنعتی آن

۲-۸- اهداف کیفی شرکت

- سودآوری پایدار
- ارتقاء رضایت مشتری، توسعه بازار و فروش
- ارتقاء بهره وری منابع، کاهش ضایعات
- ارتقاء ساختارهای سیستمی سازمانی و توسعه ICT
- کاهش قیمت تمام شده محصول
- و در این خصوص جهت حصول اهداف کیفی فوق‌الذکر سیاست‌های ذیل بکار گرفته شده است:
- تلاش در جهت بهبود مستمر نظام کیفی شامل کیفیت خدمات و فرآیندها
- انجام آموزش‌های لازم در تمام سطوح پرسنلی شرکت
- اجرای صحیح کلیه فعالیت‌ها از همان ابتدا بطور منظم و در موعد مقرر و جلوگیری از تکراراشتباهات و اعمال کنترل‌های لازم
- ایجاد انگیزش و بهره‌وری در پرسنل

۳-مهمترین منابع، مصارف ، ریسک‌ها و روابط

۳-۱- منابع:

منابع شرکت عمدتا ناشی از فروش محصولات در داخل و خارج از کشور بوده و در صورت نیاز و برای اجرای طرح توسعه ای و یا سرمایه درگردش استفاده از منابع بانکی کشور.

۳-۲- مصارف

عمده ترین مصارف شرکت شامل خرید شیر، اقلام بسته بندی، حقوق و دستمزد و سایر هزینه های جاری، می باشد

۳-۳-ریسک ها و موارد عدم اطمینان و تجزیه و تحلیل آن:

- **ریسک تجاری:**

شرکت با تامین کنندگان عمده و نیز مشتریان عمده خود قرارداد معین و مشخص داشته و هرساله ملزم به تمدید آن می باشد.

موقعیت مطلوب جغرافیایی شرکت یکی از ارکان و مزیت های مانیزان به حساب می آید. کما اینکه نزدیکترین شرکت لبنیات به مرز صادراتی عراق، مانیزان می باشد. از طرفی فاصله مناسب با مرکز فروش تهران نیز مزیت موقعیت جغرافیایی می باشد. تعدد مشتریان چه در سطح تهران و چه در مناطق مختلف کشور عراق شامل اقلیم کردستان، بصره، بغداد و ... موجب شده مشتریان متعدد در اختیار مانیزان قرار داشته باشند، از طرفی با توجه به محدودیت تولید و نیز روال سنوات گذشته فروش در قالب انعقاد قرارداد و نیز اخذ پیش دریافت صورت می پذیرد، لذا همانگونه که در صورتهای مالی سنوات گذشته نیز مشخص است، عدم توانایی پرداخت مشتریان موضوعیت ندارد. طبق سنجش بازار انجام شده و به استناد سوابق شرکت، توزیع زمان فصلی برای محصولات شرکت قابل اهمیت نبوده و موضوعیت نداشته، لیکن در برخی ایام به مانند ماه مبارک رمضان مجموع فروش رشد چشم گیری دارد.

- **ریسک مالی:**

هیئت‌مدیره شرکت، خدماتی برای دسترسی هماهنگ به بازارهای مالی داخلی و نظارت و مدیریت ریسک‌های مالی مربوط به عملیات شرکت از طریق گزارش‌های ریسک داخلی که آسیب‌پذیری را برحسب درجه و اندازه ریسک‌ها تجزیه و تحلیل می‌کند، ارائه می‌کند. تشکیل واحد تخصصی جهت دریافت اعتبارات، برنامه‌ریزی نقدینگی و سایر موارد و اقدامات در جهت رفع ریسک مربوطه ضروری می باشد.

- **ریسک تولید و بازاریابی محصولات جدید:**

شرکت به طور مداوم در حال به روزرسانی ماشین آلات تولید، بهبود کیفیت محصولات، بهبود و به روزرسانی بسته بندی بوده و در این خصوص از زمره پیشتازان صنعت در امر صادرات و نیز داخل شرکت می باشد.

- **ریسک‌های مرتبط با ساختار و ترکیب نیروی انسانی:**

ریسک وابستگی به مدیران و نیروهای متخصص و تأثیر از دست دادن آنها بر سودآوری شرکت از اهم ریسک های موجود است. نبود نیروی انسانی متخصص با وجود رقبا و جذب نیروهای متخصص، مضاعف نیز شده است. در سنوات اخیر، شرکت با تهیه پکیج مناسب پرداخت، آموزش

مداوم نیروی انسانی و ایجاد زمینه های چسبندگی نیروی انسانی سعی در حفظ و نگهداشت نیروی انسانی نموده است. با وجود اینکه کرمانشاه از جمله استانهای با نرخ بیکاری بالا است، این موضوع در شرکت مانیزان به خوبی مدیریت می شود.

- **ریسک‌های ناشی از رقابت در صنعت:**

با توجه به موقعیت جغرافیایی و سهم ناچیز حال حاضر شرکت از بازار داخلی و نیز صادرات، همچنین وجود بازار فراوان چه در داخل کشور چه کشورهای غربی و حوزه خلیج فارس ریسک رقابتی دارای اهمیت پایینی می باشد. مضاف بر آن کیفیت بالای محصولات مانیزان و نرخ رقابتی نیز در این مهم موثر می باشد. از طرفی خطوط تولید جدید راه اندازی شده بستر مناسبی برای تولید محصولات نو و جدید را فراهم نموده است.

- **ریسک اختلال در سیستم‌های اطلاعاتی شرکت:**

شرکت از سیستم راهکاران سیستم و برنامه ابری استفاده نموده و همچنین با استقرار واحد حرفه ای IT این موضوع در دستور کار شرکت قرار داشته و ریسک بسیار کمی از این بابت متوجه شرکت می باشد.

- **ریسک بیمه:**

شرکت دارای مشاورین متخصص و واحدهای حرفه ای در زمینه حقوقی، مالی، قراردادها و مسائل بیمه ای می باشد. رسیدگی بیمه سنوات اخیر و عدم وجود بدهی در این زمینه نمود مناسبی بر این مهم است که ریسک مربوطه بسیار کم اهمیت می باشد.

- **ریسک ملاحظات قانونی:**

از جمله محدودیت‌های قابل اعمال از طرف دولت بر روی شرکت را می توان بر نرخ گذاری دستوری، استفاده از سیستمهای الزامی مانند مالیات، سامانه جامع تجارت و ... عنوان نمود که با توجه به سوابقه چندین ساله شرکت و رسیدگی های انجام شده این ریسک برای شرکت بسیار کم اهمیت می باشد. احتمال مطرح شدن دعاوی حقوقی بر علیه شرکت در آینده با توجه به نوع فعالیت شرکت و سوابق موجود بسیار کم اهمیت می باشد، کمااینکه در حال حاضر هیچ گونه پرونده با اهمیت حقوقی علیه شرکت مطرح نمی باشد.

- **ریسک‌های مرتبط با اطلاعات آتی:**

از جمله شرایط عدم اطمینان در طرح کسب و کار، می توان به ثبات منطقه، ایجاد تحریم های مضاعف، نوسان نرخ ارز و ... اشاره نمود که به عنوان ریسک قابل تامل در شرکت قلمداد می گردد. همچنین عرضه نشدن در بازار سرمایه نیز منجر به عدم تامین مالی و محقق نشدن بودجه می شود. در عین حال رویدادهای غیر قابل پیش بینی از جمله حوادث طبیعی مانند زلزله و ... نیز جزو ریسکهای شرکت قلمداد می گردد. سایر مواردی که موجب مغایرت نتایج واقعی و پیش‌بینی‌شده می‌گردد به نظر این شرکت وجود ندارد.

- **ریسک مربوط به تغییرات تکنولوژی:**

مجوزها و پروانه های مرتبط تماما بدون محدودیت زمانی اخذ شده و از این بابت ریسکی به شرکت تحمیل نمی گردد. همچنین وجود ماشین آلات به روز جهانی امکان رقابت محصولات مانیزان را با رقبای جهانی فراهم نموده است.

- **ریسک‌های مرتبط با راهبری شرکت و ساختار مالی:**

باتوجه به استقلال شخصیت حقوقی شرکت، دسترسی به مواد اولیه به علت وجود تامین کنندگان متعدد و نیز وجود بستر فروش مناسب در سطح کشور و صادرات، عملکرد و سودآوری شرکت، تحت تأثیر عملکرد سازمان یا شرکت دیگری نمی‌باشد.همچنین با توجه به فرصت مناسب ایجاد شده شرکت به دلیل قر ار گرفتن در موقعیت جغرافیایی ناب و استراتژیک، حاشیه سود مطلوب و نیز پیش بینی مطلوب در خصوص آینده صنعت، تامین سرمایه آتی مورد نیاز از محل سودآوری مطلوب به راحتی انجام پذیر است.

- **ریسک نرخ بهره:**

افزایش قابل‌توجه در نرخ هزینه‌های تأمین مالی می‌تواند باعث کاهش سود خالص و در نتیجه کاهش نقدینگی شرکت شود و در صورتی که قسمت قابل توجهی از سرمایه در گردش مورد نیاز شرکت، از محل تسهیلات بانکی تأمین شود این ریسک بیشتر خواهد شد.

- **ریسک بسته شدن گمرکات مرزی با عراق و راهبرد مدیریت آن:**

یکی از ریسک‌های عملیاتی و بازاری پیش روی شرکت، احتمال بسته شدن گمرکات مرزی با کشور عراق است. این موضوع می‌تواند تأثیر با اهمیتی بر روند فروش صادراتی شرکت داشته باشد، چرا که کشور عراق یکی از بازارهای هدف اصلی صادراتی ما محسوب می‌شود. با این حال، شرکت با اتخاذ راهبرد توسعه و تقویت فروش داخلی، در حال ایجاد تعادل در سبد فروش خود است. در صورت تحقق ریسک مذکور (بسته شدن مرزها)، انتظار می‌رود که افزایش تمرکز بر بازار داخلی و تقویت کانال‌های توزیع داخلی، بخش عمده‌ای از اثر منفی ناشی از کاهش فروش صادراتی را پوشش دهد و پایداری درآمدی شرکت را پوشش دهد.

- **ریسک نوسان نرخ ارز و تأثیر آن بر شرکت**

با توجه به اینکه عمده فروش شرکت ماهیت صادراتی دارد، ریسک افزایش نرخ ارز تأثیر با اهمیتی بر فرآیندهای عملیاتی شرکت نخواهد داشت. در واقع، افزایش نرخ ارز می‌تواند با افزایش درآمد ریالی حاصل از فروش‌های صادراتی، حتی به صورت بالقوه تأثیر مثبتی بر سودآوری شرکت

داشته باشد، مشروط بر آنکه ساختار هزینه‌های شرکت به طور مؤثر مدیریت شود. بنابراین، در حالی که نوسانات نرخ ارز یک عامل کلان اقتصادی مهم محسوب می‌شود، در شرایط فعلی و با توجه به ترکیب درآمدی شرکت، این ریسک به عنوان یک تهدید عملیاتی عمده تلقی نمی‌گردد

- **ریسک تأمین مواد اولیه و افزایش بهای تمام‌شده**

با توجه به وابستگی مواد بسته‌بندی به محصولات پتروشیمی و همچنین تأمین نهاده‌های دامی از سوی تأمین‌کنندگان شیر، شرکت در معرض ریسک نوسان قیمت و اختلال در زنجیره تأمین قرار دارد. این ریسک می‌تواند منجر به افزایش بهای تمام‌شده و در نتیجه کاهش حاشیه سود و فشار بر رقابت‌پذیری شرکت گردد.

۴-نتایج عملیات و چشم‌اندازها

۴-۱-نتایج عملکرد مالی و عملیاتی:

صورت سود و زیان پیش بینی شده					
برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۵/۱۲/۲۹					
عملیات در حال تداوم:	دوره منتهی به ۱۴۰۵/۱۲/۲۹	دوره منتهی به ۱۴۰۴/۱۲/۲۹	درصد تغییر	دوره منتهی به ۱۴۰۳/۱۲/۳۰	درصد تغییر
	برآورد ی	حسابرسی نشده		تجدید ارائه شده	
درآمدهای عملیاتی	۴۹,۵۰۲,۶۹۸	۲۴,۹۹۲,۲۳۲	۹۸	۱۲,۹۳۵,۰۱۹	۹۳
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	(۳۶,۶۴۸,۶۰۶)	(۱۸,۱۷۰,۸۰۳)	۱۰۲	(۸,۸۸۴,۱۷۰)	(۱۰۵)
سود(زیان) ناخالص	۱۲,۸۵۴,۰۹۲	۶,۸۲۱,۴۲۹	۸۸	۴,۰۵۰,۸۴۹	۶۸
هزینه های فروش، اداری و عمومی	(۶,۱۱۶,۶۲۵)	(۳,۱۹۱,۳۵۵)	۹۲	(۱,۳۴۴,۵۶۳)	(۱۱۳)
سود(زیان) عملیاتی	۶,۷۳۷,۴۶۷	۳,۶۳۰,۰۷۴	۸۶	۲,۷۰۶,۲۸۶	۴۶
هزینه های مالی	(۷۸۸,۴۳۴)	(۳۰۴,۲۸۹)	۱۵۹	(۳۷۹,۶۰۸)	۲۰
سایر درآمدها و هزینه های غیرعملیاتی		۲۷۳,۳۰۶	(۱۰۰)	(۲۸۱,۶۲۴)	۹۳
سود(زیان) عملیات در حال تداوم قبل از مالیات	۵,۹۴۹,۰۳۳	۳,۵۹۹,۰۹۱	۶۵	۲,۰۴۵,۰۵۴	۷۸
هزینه مالیات بر درآمد:					
سال جاری	۰	۰		۰	۰
سال‌های قبل	۰	۰		۰	۰
سود(زیان) خالص عملیات در حال تداوم	۵,۹۴۹,۰۳۳	۳,۵۹۹,۰۹۱	۶۵	۲,۰۴۵,۰۵۴	۷۸

جملات آینده نگر، نشان دهنده انتظارات ،باورها با پیش بینی های جاری از رویدادها و عملکرد مالی آتی است.این جملات در معرض ریسکها،عدم قطعیت ها و مفروضات غیر قطعی قراردارند. بنابراین نتایج واقعی ممکن است متفاوت از نتایج مورد انتظار باشند

پیش بینی فروش

برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۵/۱۲/۲۹

دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۱۴۰۵/۱۲/۲۹								
نوع کالا	واحد	فروش داخلی			فروش صادراتی			
		تعداد فروش	نرخ فروش (ریال)	مبلغ فروش (میلیون ریال)	تعداد فروش	نرخ فروش (ریال)	مبلغ فروش (میلیون ریال)
خامه و روغن	کیلو گرم	۴۴,۵۱۱	۵,۱۹۵,۹۰۷	۲۳۱,۲۷۵	۵,۶۸۵,۹۴۰	۲,۰۵۸,۸۴۸	۱۱,۷۰۶,۴۸۶
ماست	کیلو گرم	۲,۸۵۷,۱۴۵	۱,۲۵۳,۳۸۴	۳,۵۸۱,۱۰۰	۶,۷۱۶,۱۸۴	۱,۷۹۳,۰۱۸	۱۲,۰۴۲,۲۳۷
شیر	کیلوگرم	۶,۴۷۲۲,۴۵۶	۱,۰۴۸,۳۷۶	۶,۷۸۵,۵۶۷	۱,۰۶۰,۷۹۵	۸۰۰,۲۳۹	۸۴۸,۸۹۰
دوغ	کیلو گرم	۵,۷۲۹,۶۵۵	۶۸۷,۳۹۱	۳,۹۳۸,۵۱۴	۴,۳۷۴,۸۴۶	۷۴۶,۲۸۷	۳,۲۶۴,۸۹۰
پنیر	کیلو گرم	۷۷,۹۵۳	۴,۵۵۱,۲۸۱	۳۵۴,۷۸۶	۲۸۲,۸۹۶	۵,۸۲۵,۰۴۵	۱,۶۴۷,۸۸۲
شیر خشک	کیلوگرم	۰	۰	۰	۱,۳۸۱,۳۲۸	۳,۶۹۲,۸۷۵	۵,۱۰۱,۰۷۱
سایر (تخفیفات فروش داخلی و صادراتی)							-
کل فروش:							۴۹,۵۰۲,۶۹۸

پیش بینی خرید مواد اولیه

برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۵/۱۲/۲۹

شرح	واحد	دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۴۰۴					
		خرید طی دوره			مصرف		
		مقدار	نرخ	مبلغ	مقدار	نرخ	مبلغ
		واحد	ریال	میلیون ریال	واحد	ریال	میلیون ریال
شیر خام	کیلوگرم	۴۴,۶۱۷,۴۹۷	۵۵۰,۰۰۰	۲۴,۵۳۹,۶۲۳	۴۴,۶۱۷,۴۹۷	۵۵۰,۰۰۰	۲۴,۵۳۹,۶۲۳
سایر مواد اولیه	کیلوگرم	۱,۶۹۲,۰۲۹	۱,۷۴۵,۷۸۹	۲,۹۵۳,۹۲۶	۱,۶۹۲,۰۲۹	۱,۷۴۵,۷۸۹	۲,۹۵۳,۹۲۶
سایر مواد بسته بندی	عدد	۲۲۲,۲۵۸,۰۶۸	۲۲,۰۸۳	۴,۹۰۸,۲۳۴	۲۲۲,۲۵۸,۰۶۸	۲۲,۰۸۳	۴,۹۰۸,۲۳۴
جمع مواد اولیه				۳۲,۴۰۱,۷۸۳			۳۲,۴۰۱,۷۸۳

۴-۲- جزئیات پرداخت و آخرین وضعیت پرداخت سود سهام مطابق مصوبه آخرین مجمع:

وضعیت پرداخت سود سهام مصوب مجمع مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۲۸ :

وضعیت پرداخت سود سهام مصوب مجمع عمومی مورخ ۱۴۰۴/۰۴/۲۸ (ارقام به میلیون ریال)

محل پرداخت	سهامداران حقیقی		سهامداران حقوقی		صندوق های سرمایه گذاری		سبدگردان ها	
	پرداخت شده	پرداخت نشده	پرداخت شده	پرداخت نشده	پرداخت شده	پرداخت نشده	پرداخت شده	پرداخت نشده
سجام	۸۴,۴۹۳	۰	۰	۰	۱۲۱,۸۵۷	۰	۱,۵۱۱	۰
غیر سجامی	۱۴۰,۴۸۷	۸۳۲,۳۳۱	۱۲,۷۱۳	۲۷,۹۲۸	۰	۰	۰	۰
جمع :	۸۴,۷۳۳	۹۷۲,۵۷۷	۱۲,۷۱۳	۲۷,۹۲۸	۱۲۱,۸۵۷	۰	۱,۵۱۱	۰

۵- جمع بندی

در سال مالی گذشته، شرکت با وجود محدودیت‌های کلان اقتصادی و اجتماعی، تمام توان خود را در جهت حفظ و افزایش ظرفیت تولید به کار گرفت. با اتخاذ رویکردی فعالانه در مدیریت زنجیره تأمین، تأمین پایدار مواد اولیه، و همچنین بهبود مستمر فرآیندهای عملیاتی و کیفی، توانستیم بر موانع فائق آمده و روند تولید را با وجود چالش‌ها، رو به بهبود نگه داریم.

در همین راستا و با نگاه به سال مالی آتی، شرکت هدف‌گذاری استراتژیک خود را بر افزایش حجم فروش و توسعه سهم بازار قرار داده است. برنامه‌ریزی‌های دقیق تولید، سرمایه‌گذاری بر روی بهبود زیرساخت‌ها و توسعه کانال‌های توزیع، در کنار اتخاذ سیاست‌های قیمت‌گذاری منعطف و رقابتی، چارچوب تحقق این اهداف را تشکیل می‌دهند. ما اطمینان داریم با تکیه بر تجربیات سال گذشته و انسجام تیمی، سال مالی پیش رو، سالی سرشار از رشد و موفقیت‌های چشمگیر برای شرکت خواهد بود.