



Коментар за резултатите од работењето на Жито Лукс АД Скопје во периодот 01.01.2024 – 30.09.2024 година

Почетокот на деловната 2024 година за Жито Лукс АД Скопје помина во знакот на лансирање на новиот визуелен идентитет на брендот, долгоподготвуван проект за модернизација на брендот со цел приближување кон помладите генерации купувачи. Со проектот беше опфатена промена на логото на брендот како и освежување на сите пакувања од категориите производи: леб, брашно и колачи.

Компанијата продолжува во континуитет со одржливи резултати од работењето, реализирајќи добивка пред оданочување од 25 милиони денари во првите девет месеци од тековната година, што претставува зголемување за 4 милиони денари во однос на истиот период минатата година.

Оперативната добивка од работењето е подобрена за 6,8 милиони денари, додека бруто добивката е зголемена за 50 милиони денари, односно 18% повисока во однос на споредливиот период.

1 ПРОМЕНИ ВО СМЕТКОВОДСТВЕНИТЕ ПОЛИТИКИ

Во периодот на известување, компанијата нема промени во сметководствените политики и методите на вреднување, споредбено со оние применети во 2023 година.

2 ПРИХОДИ ОД ПРОДАЖАБА И ОСТАНАТИ ПРИХОДИ

Вкупните приходи од продажба се зголемени за 3% во споредба со продажбите реализирани во првите девет месеци од 2023 година.

Компанијата бележи пораст на обемот на продажба во земјата од 12%, кој произлегува од зголемени количини од примарните категории производи - леб 16% и брашно 14%, но поради пониските цени, вредносниот ефект изнесува 3%. Цената на лебот е намалена во просек за 9%, додека просечната цена на брашното е намалена за 8%.

Останатите оперативни приходи, во износ од 8 милиони денари, се зголемени за 6% во споредба со истиот период минатата година.

3 РАСХОДИ И ОСТАНАТИ ТРОШОЦИ

Трошоците на продадени производи се намалени за 3% споредбено со првите девет месеци од минатата година. Главен ефект врз намалувањето на трошоците потекнува од основната суровина и енергенсите, кој пак се пребива со повисоките трошоци за останати суровини и трошоците за работна сила.

Останатите оперативни трошоци се повисоки за 21% и воглавно произлегуваат од зголемување на платите на вработените и трошоците за рекламирање поврзани со процесот на ребрендирање.

4 ИНВЕСТИЦИИ И КРЕДИТНИ ЗАДОЛЖУВАЊА

Компанијата продолжува да инвестира во модернизација на производствениот процес, согласно планот за капитални инвестиции за 2024 година.

Финансиските расходи се зголемени за 27%, како резултат на новиот инвестициски заем наменет за тековни капитални расходи.

Истовремено, реализирани се и повисоки финансиски приходи во однос на истиот период минатата година, кои произлегуваат од приносите од вложувања во инвестициски фондови.

5 ИДНИ АСПЕКТИ

Резултатите од работењето на Компанијата за периодот јануари-септември го следат финансискиот план за 2024 година, со позитивен изглед за остварување на планот и во последниот квартал.

Во третиот квартал од годината, Компанијата го лансираше новиот леб – Тост леб со кисело тесто и пченкарно брашно, со план и во иднина во фокусот да биде проширувањето на производното портфолио, преку лансирање нови, иновативни производи кои ќе ги задоволат очекувањата и потребите на поголем број потрошувачи. Новитетите ќе бидат поддржани со соодветна промоција, користејќи ги медиумите со најголем ефект - дигиталните медиуми и ТВ.

Компанијата ги продолжува напорите за модернизација на производните линии и зајакнување на капацитетите со цел поддршка на растечките деловни активности и остварување на проектираните резултати.