

ИНФОРМАТОР

www.vitaminka.com.mk

Бр. 17 февруари 2019



Фокус на ...

**Растењето на
Витаминка низ бројки и
податоци**

Стр. 4

Мислење

**ЕУ пазар - можност за
заработка (растење),
можност за учење**

Стр. 7

Издвојуваме

Монографија

Стр. 12

СОДРЖИНА

Стр. 10

Нов магацин за готов производ лоциран во Фабрика 2

Ново од нас

Стр. 12

Монографија „60 години Витаминка“ публикувано сведоштво за растот на Витаминка

Издвојуваме

Стр. 15

Благодарници за посветена и професионална работа

Издвојуваме

Стр. 20

Искуствата во глобалните снабдувачки синџири - презентирани од Витаминка

Случувања

Стр. 26

Жарко Димитриовски: Кога мислам на Витаминка, мислам на ...

Кога мислам на Витаминка



Информатор

За почеток

Воведник

Во секоја нова година влегуваме со нова енергија, ентузијазам и оптимизам, носиме новогодишни резолуции и решително започнуваме радикални промени, чекор кон подобрување.

Но, гледајќи ја подобрата слика од себеси и од светот што го создаваме, не треба да избришеме се што било во минатата година. Како што секоја нова година се надградуваме себеси, го надградуваме животот кој го живееме, работата што ја работиме, како што целата наша реалност добива подобрена верзија, така минатогодишните случувања биле само една, претходната скала во тоа искачување погоре. Затоа, да се потсетиме што било и што се случувало мината година и што доведе до денешната слика.

Витаминка го купи имотот на Брилијант и со тоа започна една нова фаза во својата работа, резултатите од тоа веќе и пред очекуваното ја потврдија успешноста на реализацијата. Брендот Брилијант е веќе проширен со Брилијант Омега 3 и продажбата расте. Стоби флипс беше лансиран во вселената и стана најраспространетиот македонски бренд, присутен насекаде па дури и во вселената. А денес Стоби флипс по вторпат го доби признанието за супербренд. Лани ова време се снимаше филмот „Господ постои нејзиното име е Петрунија“, а ние го поддржавме создавањето на овој филм и со тоа уште еднаш препознавме вистинска вредност и успешно филмско остварување, затоа што денес овој филм е на филмскиот фестивал во Берлин и добива одлични оценки од журито и од публиката.

Да се потсетиме на тоа дека Директорката на сектор набавка и логистика, Нашата Стојковска е прогласена за една од најуспешните жени менаџери а ние повторно се здруживме со Ице за да освоиме уште многу височини заедно.

Исто така, минатата 2018 година во овој период пред градоначалникот на Прилеп и претседателот на Советот, ги најавивме новите инвестиции во Витаминка и изградбата на новиот магацински простор како дел од нив. Истиот оној простор којшто денес е лоциран во Фабрика број 2 и што се простира на површина од 3000 m², со околу 3100 палетни места на стандардни регали и 900 палетни места на специјални гравитациони регали, истиот тој магацин којшто денес е реалност и веќе почна со работа.

Уште многу работи се случуваа минатите месеци и години што ќе се одразат и ќе го дефинираат нашето идно секојдневие. И она што го правиме денес, утре, се е дел од нашата општа определба каде да се насочиме и кон што да стремиме.

Визиите, целите и амбициите денес ни го одредуваат утре.



Фокус на ...

Растењето на Витамина низ бројки и податоци

Едно е да ја гледаме Витамина низ призмата на производите, бројноста на брендovите, нивниот успех и препознатливост меѓу потрошувачите, а сосема друго ако ги гледаме бројките, финансиските показатели и фактите. И едната опсервација и другата подеднакво и веродостојно говорат за статусот и растот на една компанија, меѓутоа, кога тие совршено се совпаѓаат ја креираат целосната слика за движењето на компанијата.

Едни од најексплицитните индикатори што сведочат за позицијата на компанијата и што најчесто се земаат за споредување се податоците од продажба на домашен пазар и податоците за обемот на извозот.

Анализирани податоците за продажбата на домашен пазар од 2010 година до 2018 говорат за извонреден раст. После години умерен но континуиран раст, забележан е скок на продажбата на 12 милиони евра во 2010 година. Потоа следи забрзан раст, што бележи значителни зголемувања, така во 2011 и 2012 година растот на домашниот пазар е зголемен на 14 милиони евра, но ја задржува истата скала во текот на двете години. Од следната година, 2013 и во текот на следните четири години, заклучно со 2017 година, продажбата забележува скок на 15 милиони евра, но го држи истото ниво и умерено темпо во текот на петте години. Вистинскиот потенцијал на компанијата доаѓа до израз веќе следната односно измината година, 2018 кога од продажбата од 15 милиони евра прави фантастичен скок на 22 милиони евра. Ова, покрај што е најголемиот обем на продажба забележан во шестдесетинското постоење на компанијата, туку е и најголем скок реализиран во само една година, благодарение на одличната продажба на маслото Брилијант.





Финансиската реализацијата на продажбата при извоз секако го следи овој раст, којшто за разлика од продажбата на домашниот пазар, не е со толкави скокови, туку е континуиран со сигурни и пресметани перформанси. Во 2010, 2011 и 2012 година продажбата во извоз е на исто ниво и тука се задржува во текот на трите година а тоа е 9 милиони евра. Скок од 2 милиони евра, на 11 милиони годишен приход од извоз е забележан во 2013 година и тука се задржува во следните години заклучно со 2015 година. Уште еден скок од 2 милиони е реализиран следната, 2016 година и на истото ниво останува и во текот на 2017 година. Истата прогресија на раст е регистрирана и во измината 2018 година, кога финансиската реализација на продажбата во извоз е 15 милиони евра. Во развојот на продажбата од извоз се забележува дека ја следи точната динамика на развојот на извозната стратегија и насочување на странските пазари како резултат на учеството на Витаминка на саемските манифестации.



И во следната фаза од анализата на просечната бруто плата по работник, се потврдува истиот заклучок за растот на компанијата. Скалестиот шематски приказ покажува како бруто платата по работник се зголемувала во просек за 3000 денари. Така од 450 евра месечна бруто плата во 2008, 2009 и 2010 година, таа во следните четири години е зголемена на 500 евра. Веќе во 2015 година повторно е забележан раст на 550 евра, што се задржува во текот на три години заклучно со 2017 година. А во 2018 година просечната бруто плата по работник е 600 евра со тенденција за растење во тековната 2019 година.

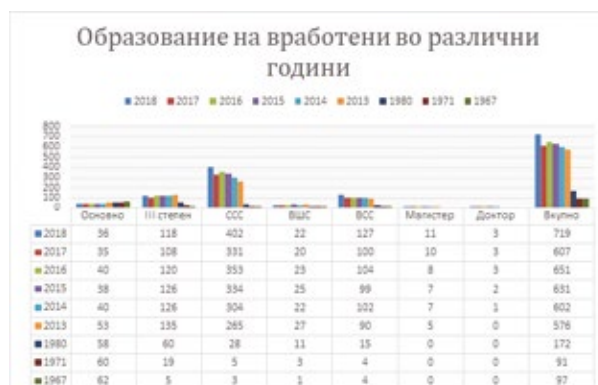


Вредно е да се напомене дека растот на платата го следи развојот на компанијата, како на домашниот така и на странските пазари, зголемувањето на производството, зголемувањето на обемот на работа.

Со годините, со растењето на компанијата како потреба се наметнала и промената на структурата на професионалните профили во компанијата по степенот на образование. Индикативно е што оваа промена од својата страна е резултат на модернизацијата на компанијата и примената на напредни технолошки производни процеси. Зборува за инвестициите во производните процеси, во нови современи машини и со обучен и образован кадар.

Според графичкиот приказ забележлив е најголем скок од 2017 во 2018 година на профилите со средно и со високо образование, што воедно се најпотребните и најкорисните кадри во една технолошки модерна и производно иновативна компанија. Според обемот, големината, комплексната оперативност на компанијата секогаш имало потреба од различни профили по степен на образование, но и по квалификации. Но, родовата изедначеност преовладувала низ сите години откако Витамина постои.

Сите овие табели и шематски прикази, го покажуваат досегашниот развој на компанијата, меѓутоа многу поважно е тоа што сите во последните десет години го задржале растечкиот тренд, без ни едно враќање чекор назад. Токму тоа индицира дека истиот ќе продолжи и дека од Витамина треба да очекуваме уште подобри резултати.





Мислење

Љупчо Велески, директор на Продажен сектор 3 - останат свет

ЕУ пазар - можност за заработка (растење), можност за учење



Во последната деценија, евидентен е трендот на позитивни промени во светот на бизнис глобализацијата, интеграцијата помеѓу регионите, намалување на бариерите, флукуација на работната сила и унифицирање на регулативата. Како последица на овие процеси, прашањето за опстанок не е дали можеме да живееме и да работиме под овие услови, туку како поуспешно да се прилагодиме во новата ера. Тоа не е влијае само врз компаниите и врз националната економија, туку главно, врз целото општество. Ова е особено разбирливо за компании кои се широко распространети на странските пазари, високо интернационализирани, како што е ВИТАМИНКА, и постојано се во контакт ваквите појави. Од друга страна пак, отсуството од овој процес, особено кога доаѓате од сиромашна и неинтегрирана национална економија, со голема тенденција за одлив на мозоци, со состојбата на континуирана политичка криза и тешко функционирање на системот е уште потешко и без никаква перспектива. Како што знаеме, домашниот пазар е мал, со слаба куповна моќ, па со цел нашите компании да преживеат и растат неопходно е да се отворат кон меѓународните пазари. Домашните компании на глобалниот пазар треба да соработуваат или да се натпреваруваат со компании кои доаѓаат од високо развиени економии, со софистицирани технологии и стандарди, и со многу подобра финансиска и институционална поддршка. Тие се соочуваат со предизвикот како да победат во оваа нерамноправна борба, создавајќи поволности за себе и за општеството. Од друга страна, постојат македонски компании скоро во сите сектори, а посебно во индустријата за производи за широка потрошувачка (FMCG), кои успешно се натпреваруваат на глобалниот пазар, и покрај недостатокот при нивната „стартна позиција“. Но, овие компании не постојат на изолирани „острови на среќа“ и како дел од таа средина со тие околности, мора да се реформираат во процесот на приклучување кон „саканото друштво“.

Затоа, главното прашање што се поставува е што ќе се случи или што би се случило со интеграцијата на нашата земја во ЕУ? Какво ќе биде влијанието врз компаниите, врз целокупната економија и конечно, влијанието врз целото општество? Што ќе се промени? Ќе изгубиме или ќе бидеме победници?

Не можеме да се ослободиме од впечатокот дека Европската Унија (ЕУ) во Македонија се гледа скоро како религија, веројатно предизвикана од исклучително долгиот и измачувачки процес на зближување. Луѓето ја гледаат ЕУ како Елдорадо, како спас, што секако е целосно погрешна перспектива. Не постои подобар начин за подготовка во завршните фази на процесот на интеграција, отколку јасно и објективно објаснување за тоа што е ЕУ и кои се правилата на играта. Од моја гледна точка, ако со неколку зборови треба да го опишам она што е ЕУ, ќе речам: голема конкуренција, високи стандарди за водење бизнис, подобар пристап до новите технологии, до know-how и до средства, можности за учење, високо регулирана и истовремено либерална бизнис средина, можности и закани. Како дел од тоа општество, за компаниите значи отстранување на скоро сите бирократски бариери и пристап кон пазарите на 28 земји, но значи и во исто време да бидат изложени на огромна и силна конкуренција која ги мотивира компаниите да бидат ефективни ако сакаат да бидат успешни.

Витаминка се развива од 1956 година и на тој начин се здоби со голема експертиза во производството на храна, станувајќи водечки модерно опремен производствен капацитет во прехранбената индустрија во земјата и еден од најголемите производители на храна во Југоисточна Европа.



Според специфичните потреби, клиентите можат да изберат помеѓу различни вкусови и перформанси. Имплементацијата на стандардите ISO 9001: 2008, HACCP, IFS и HALAL го гарантираат високиот квалитет на секој од производите.

Витаминка има долга историја и големо искуство со извезување на пазарот на ЕУ како и во соработка со компании од ЕУ. Свои производи извезуваме во повеќе од 30 земји, вклучувајќи ги Европа, САД, Канада, Австралија и Азија. Меѓу најголемите малопродажни синџири кои соработуваат со почитување на нашите повеќегодишни договори се: Lidl, Rewe (Billa), Kaufland, Metro C&C, Spar, Delhaize, Coop, Auchan.

Понатаму, развојот на трговските саеми и зголемување на нивното меѓународно значење е набљудуван низ целиот свет како посебно важен за секторот. Витаминка учествува на најголемите саемски манифестации во светот. ISM и ANUGA во Германија, SIAL во Париз и Шангај, GULFOOD во Дубаи, WORLD FOOD во Москва, FANCY FOOD во Њујорк привлекуваат купувачи и продавачи, на едно место пред компаниите и производителите. Витаминка максимално ги користи меѓународните саеми како најефективни форми на промоција. Резултатот од ова често го забрзува циклусот на продажба преку учество на семинари за изложби, настани, одржување средби во склоп на саеми и директно поврзување на самиот штанд. Овие настани се витален дел од маркетинг миксот на Витаминка, бидејќи тие создаваат уникатна средина во која се извршуваат широк спектар на цели за продажба и маркетинг.

Според нашето долгогодишно искуство, за да се успее во едно такво опкружување потребно е да се прифатат правилата на играта. За да успеете во Германија треба да размислувате и да дејствувате како што прават Германците. Нема простор за импровизација и примена на познатиот „Балкански начин“ за водење бизнис. Водењето бизнис, на пример, со Lidl во индустријата FMCG, значи исто како да се работи со Microsoft во ИТ индустријата или BMW во автомобилската индустрија. Постои потреба да се промени или да се прилагоди целокупната корпоративна филозофија на водење бизнис, со цел компаниите да станат ефективни, иновативни, социјално и еколошки одговорни. Тоа е истовремено и двонасочен реверзибилен процес, од една страна компанијата има многу тешка битка на исклучително конкурентното пазарно место нападнато од производителите низ целиот свет, но од друга страна, тоа е многу корисен процес на учење, што ја прави компанијата поефикасна, флексибилна и иновативна.

Секако, во такво опкружување, многу компании, па дури и целата индустриска гранка нема да успеат да преживеат, односно ќе има дури и редефинирање на позициите на цели индустриски сектори. Некои од нив ќе растат и ќе станат поконкурентни, а некои ќе бидат целосно изгаснати. Добро е познато што се случи со економиите и индустриските гранки во Полска, Чешка и Словачка по нивното влегување во ЕУ. Но, исто така е добро познато за намалувањето на стапката на невработеност, растот на БДП, подобрата и поправедна дисперзија на националниот доход и подобар севкупен квалитет на животот, сето тоа овие земји го добија по влегувањето во ЕУ. Се разбира,



Информашор

постојат и земји кои по пристапувањето во ЕУ не можат да се пофалат со брилијантни достигнувања, што е само уште еден доказ дека ЕУ не може да ги натера компаниите и земјите да бидат паметни. Едноставно кажано, ЕУ само создава фер и еднакви правила за сите и сугерира што би било добро да се направи. Останатото е оставено на нас, дали ние (како компании или општество) би сакале да бидеме доволно паметни за да ги искористиме можностите и да се промениме на подобар начин (на пример, како што направија Р. Ирска и Балтичките земји). Нашето искуство вели дека во ЕУ, како клуб од 28 различни нации, во бизнисот како и во животот веројатно, автентичноста секогаш победува, а никогаш или многу ретко лажните и сомнителни вредности успеваат. Значи, покрај прифаќањето на правилата на ЕУ во играта, мојата препорака е да креираме и развиеме своја сопствена автентичност која ќе резултира со признавање и препознавање на таков голем пазар што ги зголемува шансите за успех. Нешто што Витаминка веќе го има и го спроведува.

Конечно, треба да бидеме свесни за можностите и пречките што нè очекуваат во ЕУ, но исто така треба да знаеме дека степенот на успех на европскиот пазар и подобрувањето на севкупниот квалитет на животот зависат, во голема мера, само од нас самите.

Ново од нас

Пуштена во работа фотоволтаична централа во **Витаминка**

Кон крајот на минатата година во кругот на Фабрика 2 на Витаминка, на втората локација во Прилеп беше пуштена во работа фотоволтаичната централа за производство на електрична енергија за сопствени потреби.

Проектирањето и изведбата на централата го изврши компанијата Кмг Еол Квазер од Скопје. Централата има инсталирана моќност од 184 kW, а проектираното очекувано годишно производство на електрична енергија е 236 000 kWh.

По направените анализи за движењето на цената на струјата во 2019 и следните години по неа, се очекува повратот на инвестицијата да биде за околу 5-6 години.

Пуштањето во употреба на фотоволтаичната централа за производство на електрична енергија за сопствени потреби на Витаминка ќе и овозможи задоволување на 2,7% од вкупните потреби за електрична енергија во текот на една година на нашата компанија. Тоа значи дека има уште многу простор за инвестиции во оваа област.



Ново од нас

Нов магацин за готов производ лоциран во Фабрика 2



Деновиве почна со работа новиот магацин за готов производ на Витаминка. Магацинот е лоциран во Фабрика 2 на втората локација на Витаминка во Прилеп. Потребата од поголем простор за складирање на готовите производи е проблем кој го имавме наназад повеќе години. Досегашниот магацин со површина од околу 1000m², кој е изграден пред 40-тина години не беше доволен да ги задоволи потребите на зголемениот обем на производство и продажба. Новиот магацин за готов производ има површина од 3000 m², со околу 3100 палетни места на стандардни регали и 900 палетни места на специјални гравитациони регали, за најфреквентните производи, односно за асортиманот на Стоби Флипс. Со шест утоварни рампи, овој магацин го решава проблемот на логистиката во задоволување на барањата на купувачите во современите услови на работење.

При реализацијата на овој проект се водеше особена грижа за заштеда на електричната енергија преку инсталирање на ЛЕД штедливи светилки и ЕКО фасадни панели за термичка изолација. Со инвестирањето во изградба на нов магацин за складирање готови производи и трговски стоки, унапредувањето во технологијата на софтверските апликации и со употребата на рачни мобилни компјутери се создава можност складирањето и транспортот да станат далеку поефикасни. Сето тоа овозможува оптимизирање на процесите, ефикасна распределба на ресурсите, намалени оперативни трошоци, подобро планирање на нарачките, зголемен простор за манипулација и навременост на испораки, транспарентност и прегледност.

Во новиот магацин за Готов производ имплементирани се софтверски решенија на WMS преку кои ќе се оптимизираат операциите во самиот

Информатор

магазин, овозможувајќи видливост на операциите од нарачка до испорака во реално време. Овие решенија обезбедуваат сеопфатни алатки и ресурси за управување, контрола и оптимизирање на логистичките операции. Преку овој систем се управува и е тесно поврзан со приемот на стоките, сместувањето, пикирањето и испораката на стоките. WMS обезбедува централизиран и автоматизирани процедури за управување со залихите, просторот, опремата и луѓето. Крајната цел на системот е минимизирање на трошоците и скратување на времето за извршување на активностите. WMS функционира на однапред добро подготвени логистички податоци за артиклите и доставувачите, со што се обезбедува автоматизација на функциите во магацинот. Основата на WMS е автоматската идентификација, како што се бар-кодови и RFID-тагови од една страна како носители на информација и баркод-читачи, RFID-читачи, мобилни компјутери и безжични мрежи од друга страна како уреди што манипулираат со информациите. Централната функција во WMS има софтверска апликација што обезбедува автоматизирани стандардни процедури за извршување на операциите во магацинот. Добиените информации при отчитувањето на носителите на информации се сместуваат во централната база на податоци што може да обезбеди многу корисни информации и извештаи, како што се статусот на стоките, искористеноста на просторот и опремата, трошоци по единична трансакција и слично.

WMS обезбедува:

- Складирање и испорака на производите по FIFO метод на работа.
- Планирање и идентификување на ресурсите: простор, опрема, луѓе.
- Стандардизација на процедурите за работа.
- Извршување на операциите преку налози директно контролирани од софтверски процедури според плановите за работа и процедурите за работа.
- Следење на перформансите преку различни индикатори.

Во ова време на глобализација и на зголемена конкуренција во прехранбената индустрија, движењето на стоките до магацините, во нив и надвор од нив, не е само едноставна физичка работа. Како што се развиваат моделите на снабдувачките канали, методите на манипулација и како што стануваат поинтензивни релациите со доставувачите и купувачите, процесот на нарачки, приемот, складирањето, транспортот и испораката на стоките стануваат уште посложени, неминовно е една компанија каква што е Витаминка да инвестира во супер модерен магацин за складирање. Имено, сите друштва, помали или поголеми сè повеќе зависат од трошоците на работењето и времето на одсив на барањата на нивните купувачи. Тие сè повеќе се ориентирани кон зголемување на квалитетот и бројот на услугите што ги обезбедуваат за нивните купувачи. Затоа, нашиот нов магацин за готов производ со вредност од 2 милиони евра, кој се планираше, проектираше и градеше 3-4 години, ќе биде подготвен да излезе во пресрет на моменталните и идни предизвици на Витаминка.



Издојуваме

Монографија „60 години Витаминка“ - публикувано сведоштво за растот на Витаминка

После повеќе од 60 години присуство на пазарот, со палета од производи што брои неколку стотици, со присуство на повеќе од 30 странски пазари, бројни признанија и награди, големината на Витаминка сама по себе се открива и потврдува. Сепак, за сите оние работи што останала недоказани и што треба да се знаат, свое место најдоа во публикуваната монографија „60 години Витаминка“. На повеќе од 200 страници сместено е сведоштвото за создавањето и растењето на прилепската компанија, како и одлуките што доведоа до тоа денес да биде лидер на пазарот во прехранбената и кондиторската индустрија. Посветена е на успешната приказна за 6 децениското постоење, како и на личниот придонес на Симон Наумоски, Претседателот на Одборот на директори и неговиот ангажман за растот и развојот на компанијата.

„Моето 44-годишно работно искуство во Витаминка ме научи дека внимателното, грижливото и домаќинското работење секогаш се исплати. Имало различни моменти во мојата кариера, и лесни и тешки. Но, секогаш сум имал среќа околу себе да имам одлични соработници, вработени и колеги кои верувале на одлуките на раководството и бескомпромисно се посветувале на обврските, работејќи одговорно. Сите овие човечки вредности заедно со потенцијалите и

искористувањето на технолошките капацитети придонесоа денес Витаминка да биде еден од најуспешните прехранбени производствени капацитети - лидер на македонскиот пазар и во регионот, пошироко. Со гордост можам да кажам дека Витаминка АД Прилеп денес претставува вистински репрезент на квалитет и успех“, изјави Симон Наумоски, Претседател на Одборот на директори на Витаминка АД Прилеп.

Монографијата беше промовирана во присуство на голем број познати македонски стопанственици, претставници на бизнис секторот од Македонија и претставници од медиумите, а за нејзиното значење зборуваа и Бранко Азески, претседателот на Стопанската комора на Македонија. Според него, успехот на компанијата и големиот исчекор во развојот од фабрика со еден производ до денешниот асортиман, се темели на неколку клучни одлуки што ги донел Наумоски како лидер.



Информатор

„Успехот на Витаминка несомнено е врзан за успехот на првиот човек на компанијата како претседател на Одборот на директори, кој сам по себе претставува бренд, ако се следи неговиот деловен развој паралелно со развојот на една од најуспешните македонски компании, лидер во прехранбената индустрија и производител со европски квалитет. Неговата заслуга досега во сите сегменти од постоењето и работењето на компанијата, но се базира на воспоставување квалитетна кадровска структура, поседување упорност како значаен сегмент во креирањето и реализирањето на деловната политика и трето, на фокусот на развој на компанијата го темели на изнаоѓање нови пазари во светот“, истакна Азески.



Автор на монографијата е Тачко Локвенец кој целосно е доследно хронолошки го долови развојот и растењето на компанијата како и важните одлуки при изградувањето на највредниот национален бренд Витаминка. Монографијата фактографски и хронолошки ги следи сите структурни, оперативни и менаџерски промени во компанијата, иновативниот развој, проширувањето и патот во создавањето статус на најголем кондиторски производител во земјава.

Со сублимирање на сите значајни моменти, клучни одлуки и промени што се случувале во компанијата, монографијата како пишувано сведоштво за Витаминка, добива и поголемо и пошироко значење. Фактографски изнесените ситуации и случки, говорат и сведочат и за социо – економските и политичките околности во градот Прилеп но и пошироко во земјата и регионот. Покрај Витаминка, тука се присутни луѓето, вработените, партнерите, градот Прилеп, околностите, пазарните услови и уште многу други фактори кои одиграле значајна улога во создавањето на денешниот гигант Витаминка. Според зборовите и раскажувањето на Симон Наумоски, се добива прецизна слика за условите во кои се создавале уште многу други компании покрај Витаминка, за улогата на дневно политичките струења и за умешноста на менаџерите во наоѓање начини за отворање пазари и проширување на работењето.



Издвојуваме

Супербрендс признание за

**СТОБИ
ФЛИПС**
Брилијант

VITANEZ
extra
MAJONEZ
MAYONNAISE

Организацијата Супербрендс ги претстави најсилните брендови во Македонија за 2017 - 2018 година. На годишната церемонија со највисокото признание се стекнаа и нашите брендови Брилијант, Стоби флипс и Витанез и со тоа уште еднаш покажаа дека со својот висок квалитет и препознатливост, се првиот избор на потрошувачите.

Изборот се одвиваше меѓу повеќе од 1000 домашни и меѓународни брендови, распоредени во 23 категории, кои се наоѓаа на списокот на финалисти, а кој е изготвен во соработка со водечките маркетиншки и агенции за испитување на пазарот. За најдобрите се гласаше врз основа на квалитет, сигурност, препознатливост и емотивна приврзаност. Во процесот на одбирање, покрај стручното жири, учествуваа и преку 5.000 потрошувачи.

Да се биде избран за Супербренд значи дека квалитетот, препознатливоста, долговечноста и емоционалната поврзаност со потрошувачите дефинитивно ја надоградуваат вредноста на брендовите и гарантираат опстанок и конкурентност на домашниот и странскиот пазар.

Изборот се обвиваше пред повеќе од 100 гости од светот на бизнисот, маркетингот, медиумите и естрадата, како и претставници на организацијата Супербрендс. Пазарните марки кои ја добија престижната титула.

Супербренд Македонија 2017/18, примија признание за извонредниот успех. Со последното свеченото доделување на дипломите и признанијата беше заокружен петтиот по ред избор на супербрендовите во Македонија.



Информатор

Издвојуваме

Благодарници за посветена и професионална работа

Да се биде професионален и компетентен во работата е вредност наметната од образованието, обуката и вештините кои ги поседуваме. Меѓутоа, да се биде посветен и лојален е лична, индивидуална и карактерна одлика. Тоа е избор на самите нас и зборува колку ја сакаме и ни одговара работната позиција. Во денешниот свет на пазарни вредности и динамичен пазар на трудот, задржувањето во една иста работна средина подолг период говори дека сте го нашле совршеното место каде што вашиот потенцијал може да добие поттик и слобода да се разбива. А тоа е вистинска реткост што заслужува внимание и почит од двете страни.

Овој период ние ја имавме честа да им честитаеме 15 години поминати во Витаминка, на тројца наши колеги: Владимир Трпаноски, директор на Продажен сектор I - Република Македонија, Јане Силјаноски, Трговски патник, реон Скопје и Деан Здравески, на позицијата, водач на машини во производство. Честитките одат заедно со благодарноста што во текот на нивната работа во Витаминка тие се истакнаа со висока професионалност, постигнати одлични резултати и неспорна посветеност на работните задачи што доведе до тоа нивниот труд да биде забележан и награден.

Од менаџментот на компанијата, Претседателот на одборот на директори Симон Наумоски и од Генералниот извршен директор, Сашо Наумоски им беа врачени благодарници и вреден подарок. Искрени честитки колеги и ви посакуваме уште многу успешни години поминати заедно со Витаминка.



Издвојуваме

Заеднички ручек со годинешните пензионери



Во текот на оваа година до крајот на 2019, седум вработени од Витаминашка ќе ги започнат своите пензионерски денови. По тој повод, беше организиран заеднички ручек со претседателот на Одборот на директори, Симон Наумоски, директорката на Сектор набавка и логистика, Нашата Стојковска, техничкиот директор Лидија Каранфиловска и со Верица Петреска, Администратор за човечки ресурси.

Од менаџментот на компанијата на седумте колеги им беа врачени и благодарници за долгогодишната посветена работа и покажаната професионалност и уште пригоден подарок, рачен часовник и мобилен телефон.

Блага Петкоска, Роза Алексоска, Славе Тодороски, Стојо Врглевски, Блаже Џоровски, Бранко Звездакоски, Владо Димески, ви посакуваме среќни, мирни но исполнети пензионерски денови.

Иванов ги додели сертификатите на учесниците на 10тата Школа за млади лидери

Претседателот Ѓорге Иванов ги додели сертификатите на учесниците на Школата за млади лидери, што по негова иницијатива, се одржува веќе 10 години по ред. Како и секоја година што има посебна тема, во фокусот на годинешната школа беа предизвиците од 4тата индустриска револуција и соодветно учесниците своите тези ги обработуваа низ оваа призма.

Како учесник на годинешната школа, сертификат ѝ беше доделен и на нашата колешка Сања Везенкоска, Финансиски аналитичар планер, а посебно признание од Претседателот на државата беше врачено и за Витаминашка заради дадениот придонес за одржување на школата и долгогодишен поддржувач и спонзор на иницијативата. Признанието го прими колегата Александар Ѓуроски.

На годинешната школа учествуваа дваесетина реномирани предавачи кои ги пренесоа своите знаења, искуства и видувања за лидерството на вкупно 40 учесници на школата.



Информатор

Саеми

Интерфуд & Дринк во Софија и ISM во Келн во фокусот на саемското изложување

Изминатиот период вниманието на секторот за извоз беше насочено кон двете најзначајни саемски манифестации, Интерфуд & Дринк во Софија и ISM во Келн. Секој од саемиите нуди различни можности за компаниите учеснички, но со заедничка цел – унапредување на работата на компаниите и излегување на странски пазари.

Саемот во Бугарија е најголемата саемска манифестација во прехранбената индустрија во Југоисточна Европа па како таков нуди одлични можности за претставување, воспоставување контакти и отворање нови деловни можности. На овој настан има зголемено меѓународно присуство што овозможува создавање деловни релации, споделување искуства и позитивни бизнис практики, како и изнаоѓање на нови партнери и пазари. На саемот се организираат и дополнителни активности, групни форуми како и индивидуални состаноци и презентации. Додека пак учеството и претставувањето во Келн е клучно и значајно за унапредување на производството и проширување на присуството посебно на пазарите од Западна Европа.

„ISM Келн е најголемиот и најважен саем во светот за кондиторски производи и закуски што се одржува еднаш годишно. И оваа година пред најмоќните компании од секторот, присутни од целиот свет се презентираат нови трендови, иновативни производи и затоа овој саем е значаен за секој од индустријата. Со нашето присуство покрај нови купувачи, партнери и пазари и дополнителна афирмација за компанијата, како претставник го промовираме и македонското производство и прехранбената индустрија во земјата. Како и изминатите изданија, и на овие саеми се претставивме на посакуваното ниво, со впечатлив штанд, со сите наши производи, ги презентиравме квалитетот, дизајнот и уникатноста. Воспоставиме многу нови контакти, а сега следува да ги реализираме во соработки и бизнис релации“, вели Љупчо Велески, директор на Продажен сектор 3-Останат свет.

Саемот во Келн како важна деловна и комуникациска платформа, ги спојува сите релевантни целни групи, како малите, средните компании но и лидерите на пазарот со меѓународни деловни групи заинтересирани за соработка. Од долгогодишното и редовно присуство на овој саем, Витаминка има позитивно искуство, бројни нови купувачи и воспоставено многу соработки.



Актуелно кај нас

Новинарите ја посетија фабриката за Брилијант

Новинари од Скопје, од Прилеп и од Штип беа во посета на фабриката за масло Брилијант. Ова е првпат фабричките погони да бидат посетени од новинарски екипи.

Целта на посетата беше, покрај прошетка на новинарите низ фабриката уште и претставување на инвестицијата на Витаминка во рестартирање на производството на Брилијант. При прошетката пред новинарите беа промовирани капацитетите на фабриката, високите производни стандарди, беа запознаени со технологијата, производниот процес и процедурите во добивање на висококвалитетно масло за јадење.



Повеќе од 30 новинари се уверија во значењето на рестартирањето и повторното производство на маслото Брилијант и беа запознаени и со економскиот аспект на купувањето на капацитетот од страна на Витаминка и значењето за локалното население.

Меѓу другото, средбата беше искористена и да се запознаат со новото масло Брилијант Омега 3 и да им се презентираат својствата и карактеристиките на маслото Брилијант.

Актуелно кај нас

Вредно признание за вредна работа

Регионалниот центар на новинари „Исток“ со седиште во Штип, во кој се обединети новинари од источниот дел на нашата држава, ја прогласи Витаминка за најуспешното на Истокот во стопанството, во делот на домашни инвеститори.

Изборот на Витаминка се должи на преземањето на фабриката за масло Брилијант во Штип, брзото рестартирање и започнување со работа со што на работа беа вратени 70 работници. Покрај социјалната димензија и обезбедување егзистенција за 70 штипски семејства, новинарите во својата опсервација на Витаминка, го зеле предвид и влијанието и ефектите што оваа компанија засилена со фабриката Брилијант во Штип ги има врз македонската економија и врз креирањето на БДП.

Со добивањето на ова значајно признание Витаминка влегува во друштвото со неколку избрани најуспешни компаниите кои придонесуваат за заедницата каде што работат и за економскиот просперитет на земјата, како и со дипломатски претставништва и амбасади, кои исто така ги поддржуваат и практикуваат овие вредности.

Регионалниот центар на новинари „Исток“ Штип манифестацијата „Нок на источните оскари“ на која свечено ги доделува признанијата во 15 области, ја одржува веќе петта година по ред.

Информатор

Промотивни активности

Со нашите промоции до многу забава и бројни насмевки

Изминатите три месеци бевме многу активни со БТА промоциите на нашите производи. Започнавме со Чоко кидс и Цевитана, потоа со Атлантис, Витеа, Новогодишни пакетчиња, Му Chocos, Бонитас, Златни Јајца и секако најпривлечната и најзабавната промоција со Стоби флипс Магнус, проследена со брендиран балон.

Како дел од нашата соработка со Cineplexx, две кино сали носат некое од нашите имиња, салата број 6 која е наменета за премиери и поголеми проекции се вика Витаминка, а салата број 7 за 3Д проекции сега е сала Стоби Флипс. Од самиот почеток на соработката, Витаминка е присутна на бројни настани во киното и редовно организираме промоции, дегустации и други активности со разни производи, интересни за сите посетители а особено за децата.

По повод премиерата на цртаниот филм "How to train your Dragon" и во текот на Семејниот ден, на нашиот штанд посетителите имаа можност да дегустираат Цевитана лимон мента, да грицкаат Бонитас пиперка, а од благите производи тука беа Златните чоколадни јајца. Исто така, во Cineplexx со Чоко кидс и Цевитана бевме присутни и на проекцијата на "The Grinch", за возрастната публика со Атлантис на "Second Act" а совршената дадилка „Мери Попинс“ ја следевме со нашите чаеви Витеа. Додека, пак, во Македонска Опера и Балет на „Заспаната убавица“ посетителите се дружеа со чоколадните школки Атлантис и со чоколадните јајца Му Chocos, а во Македонска Филхармонија на „Моцарт оркестар“ со специјални новогодишни пакетчиња со наши производи.

На Хорека промоциите за Стоби флипс Магнус, кои беа проследени и со балони поделивме од 3те видови, Magnus Original, Magnus Hot & Spicy и Magnus Extra Hot, се со цел да ги задоволиме вкусовите на сите кои во тој момент ги пресретнавме.

И секако бевме присутни и на отворањето на „Мел Фест“, познатиот музички натпревар на забавна македонска музика што се одржува во Прилеп. Омилениот дел од музичкиот настан, започна со Стоби Флипс и ова беше моментот на кој сите се радуваа.





Сите промоции беа посетени и создадоа навистина интересна и интерактивна атмосфера, изнудувајќи посебна радост како кај возрасните така и кај најмалите. Децата беа во голем број, а нашиот тим успеа да испровоцира и многу насмевки и задоволство од разните подароци. На денот на вљубените, 14ти февруари поделивме Атлантис чоколадни школки во метални пакувања на посетителите на филмот „Берлин те сакам“ во Сinerplexx, како и гратис билети на добитници по случаен избор на нашите социјални мрежи.

Случувања

Искуствата во глобалните снабдувачки синџири - презентирани од Витаминка

Синџирите за снабдување, логистиката, транспортот при тој процес, како и начините на складирање и слично, е само еден дел од секојдневниот ангажман на повеќе сектори во компанијата. Воедно тоа е и сегмент од работата каде што Витаминка има големо искуство и знаење, а токму тоа е причината студентите од Економски факултет во Прилеп својата практична едукација да ја реализираат кај нас.

При нивната посета на Витаминка тие се стекнаа со вредни практични искуства што им беа презентирани од



Информатор

Случувања

Витаминка низ знаењето и теориската основа на студентите од American College

Студентите од American College што студираат на студиските програми за Финансии и банкарство и Сметководство и ревизија своите стекнати знаења ги проверуваа и потврдуваа низ анализа на Витаминка. Под менторство на професор д-р Душица Стевчевска-Србиноска, студентите презентираа проекти за маркетинг и финансиска анализа на компании од македонската кондиторска индустрија. Предмет на нивната студија беше и Витаминка како предводник во овој прехранбен сектор на македонскиот пазар.

Правењето на анализата беше и своевидно натпреварување за студентите во текот на кое тие ги користеа сите алатки научени во текот на студиите. Толкувајќи ги годишните консолидирани извештаи на компаниите, тие учеа за начинот како една компанија со обем како Витаминка, со толку многу сектори, производни линии и сегменти, успева да се одржи на врвот и да биде предводник во една од најкопетитивните индустрии во земјата. Исто така, на студентите им беше дадена задача и да дадат препорака каде компанијата има потенцијал, треба и може да се подобри и да ги унапреди своите перформанси.

Самото натпреварување беше поддржано Витаминка, а претставниците на компанијата, Бранимир Димков и Сања Везенкоска, зедаа активна улога следејќи ги заклучоците на учениците како членови на комисијата заедно со проф. д-р Снежана Христова и доц. д-р Душица Стевчевска-Србиноска.

Покрај наградата со пофалби и добри оценки, Витаминка, исто така, за победниците обезбеди награди а за сите учесници соодветни подароци.



нашите одговорни лица. Начинот на испорака на производите во странство, регулативи, стандарди, процедурите и взаемните договори им беше презентирano од шефот во Извоз Александар Ѓуроски. Додека, пак, како близок но сепак различен процес, дистрибуирањето на производите во рамките на нашата држава, карактеристиките, корисни совети и задолжителни процедури им беа претставени од шефот на реон Западна Македонија Душко Попоски.

Директното и непосредно запознавање со работниот процес е во насока на продлабочување на практичните знаења и е посебно корисно за студентите што ја изучуваат оваа област. Споделувањата искуства и праксата на компанијата како Витаминка е од особен интерес за идните професионалци.



Случувања

Руска делегација во посета на Витамина



Во организација на Македонско-руската стопанска комора, Витамина беше посетена од амбасадорот на Руската Федерација во Република Македонија, Н.Е. Сергеј Баздникин, заедно со Владимир Хрисанфов, трговски советник во Амбасадата. Во придружба на гостите беа и Ѓорѓи Дика, претседател на Македонско-руската стопанска комора и м-р Дејан Бешлиев, извршен директор на Македонско-руската стопанска комора.

Целта на посетата беше запознавање со Витамина, нејзините капацитети, потенцијалите и патот што оваа компанија го измина во сопствената трансформација до лидер на пазарот. Претставниците од амбасадата на Руската Федерација беа и во обиколка на производните погони на компанијата.

Според Симон Наумоски, претседател на Одборот на директори, покрај сегашното присуство на рускиот пазар, има простор да се работи на зголемено присуство. „Витамина остварува 38 милиони евра годишен промет на домашните и странските пазари, извозот е дисперзиран во 45 земји, а на листата земји каде што се пласираат некои од 415 производи е и Руската Федерација, но таму количините се сè уште скромни. Со асистенција на Македонско-руската стопанска комора и со „Македонски дом“ од Москва, производи на прилепската компанија се на самото место пред руските дистрибутери и очекувањата се дека извозот на овој пазар ќе расте. Но проблем остануваат високите царини што ги има оваа земја“, рече Наумоски.

На разговорите присуствуваше и Сашо Наумоски, нашиот Генерален извршен директор, кој пред гостите го истакна последниот стратешки чекор на Витамина со преземањето на компанијата за производство на масло за јадење Брилијант од Штип и успешното враќање на брендот на продажните полици.

„Минатата година ја преземавме и фабриката Брилијант од Штип и за кусо време со квалитет успеавме да го вратиме брендот Брилијант на челно место во земјава. Годишно за купување на масло за јадење за потребите на нашата компанија трошевме по 1,2 милиони евра, и заради подобар квалитет се одлучивме

Информатор

Случувања

Професионалните предизвици на менаџерите

да вложиме во купување на штипскиот капацитет. Сега од сопствена фабрика обезбедивме врвен производ и за нас и за потрошувачите чија доверба и со овој производ ја стекнавме“, истакна Сашо Наумоски.

Гостите беа запознаени со успешната приказна на Витаминка, како од компанија за производство на мелен црвен пипер со развивање нови производи, отворање нови пазари и континуирани инвестиции во производството, денес стана лидер во прехранбената индустрија на домашниот пазар. Исто така, заедно со позитивниот удел во националната економија, од голема важност е и значењето на Витаминка во унапредувањето на локалната економија преку големиот број вработени и дополнителниот синџир на соработници.



Стопанските субјекти и образовните институции се водечката сила во секое општество што имаат моќ да го иницираат и мотивираат прогресот на заедницата. Затоа, токму оттаму произлегува потребата да развијат дискусија за сопствената улога и предизвиците со кои се соочуваат.

Поттикнати од желбата да ги спојат практиките со теоријата, своето десетгодишно постоење Бизнис Академија Смилевски го прославија со организирање на панел дискусија на тема „Менаџерски муабети“.

Предизвиците кои со себе ги носи работата, донесувањето одлуки, процесот на доаѓање до најдобрите решенија за компанијата, стравови од грешки и сомнежи беа дел од изнесувањето на избрани менаџери од водечките македонски компании.

Претставници од Витаминка, присутни на панел дискусијата беа Наташа Стојковска, директор на Набавка и логистика и Душица Неделкоска, Маркетинг и ПР координатор. Како врвни професионалци од менаџерските води, исто така за своите искуства пред гостите зборуваа и Хајан Селмани од ХАСЕЛТ, Анита Спасевска од Бучен Козјак, Горан Павичевиќ од Спортлајф и Валентина Тасева од Семос едукација.

Дискусијата беше модерирана од Огнен Јанески, кој на вешт и професионален начин успеваше од сите менаџери подеднакво да го добие одговорот и да ги поттикне на дискусија и размена на мислења.



Случувања

Витаминка на Саемот за кариера

Саемот за кариера е место каде се претставуваат компаниите со цел да привлечат квалитетни профили, а невработените се запознаваат со компаниите, разменуваат контакти за да го најдат своето работно место на пазарот на труд. Целта на саемот е да им обезбеди простор на младите индивидуалци да ја пронајдат својата работна позиција за која сонуваат, а на компаниите да им помогне да го прошират својот тим со млади таленти кои ќе придонесат за развојот на бизнисот.

Последниот таков саем се одржа во Битола, а Витаминка се претстави како еден од посакуваните и високо вреднуван работодавец. Со своето присуство како и самиот факт дека станува збор за голема и перспективна компанијата, привлече големо внимание и интерес кај присутните од целиот регион.

Ова е еден од најдобрите начини кон потрага на соодветна работна сила, адекватна на предиспозициите на компанијата, а воедно им овозможува на кандидатите да ги испитаат и истражат сопствените професионални афинитети. На Саемот за кариера се претставија 12 компании кои нудеа над 100 работни места од најразлични профили. Претставници од Витаминка беа двајца правници од нашата компанија - Верица Петреска и Слободанка Ристеска.



Емил Миноски, возач на лесна кола



Часови и часови поминати на патиштата низ државата, во соседните земји па и пошироко. Секогаш со целосна концентрација, непрекорен став и самодоверба што влева сигурност дека безбедно ќе ве однесе на саканата дестинација.

Тоа е нашиот колега Емил Миноски. Во Витаминка е вработен од 1 септември 1990 година како шофер на товарно возило. На таа позиција е се до 1992 година, кога неговата работна позиција станува возач на лесна кола.

Извозил илјадници километри со сите кои службено патуваат во и надвор од границите на државата, меѓу кои и Претседателот на одборот на директори и Генералниот извршен директор.

Примерен, одговорен и секогаш подготвен за својата следна задача, следно возење. За својата работа вели дека е најважно да се биде одморен со доволно сон и секогаш сконцентриран на патот. Многу патишта и километри извозил надвор од државата и има уште многу да помине и да извози до пензија. Постојано е на пат, ги извозел и ги знае патиштата на сите бивши југословенски републики и додека го пишуваме ова, Емил ни испраќа пораки и слики од моменталната негова локација, на бензинската станица во Хрватска додека вози кон Словенија.

Информатор

Случувања

Сјајна звезда со лавовска грива промовирана и во Прилеп

Словенечкиот амбасадор Милан Јазбец ја промовираше својата поетската книга „Сјајна звезда со лавовска грива“ во Прилеп во Центарот за ликовна уметност. Пред присутните и гостите, претставници на јавниот и културниот живот во градот, беше претставена најновата збирка на Јазбец исполнета со љубовна лирика.

Посебна чест и задоволство беше што авторот за промотор на своето книжевно дело ја покани вработената во Витаминка, д-р Душица Неделкоска, Маркетинг и ПР координатор. Неделкоска читајќи делови од збирката истакна дека во поезијата на Милан Јазбец стиховите ги обединуваат сугестијата и мислата, сознанието и емоцијата, човечката желба и говорот на тајните. Уште беше кажано дека за Јазбец песната не е само обична авантура или случајност, туку мисловен изблик заснован на доживеани и незаборавени мигови.

Милан Јазбец автор е на повеќе книги од различни области, а „Сјајна звезда со лавовска грива“ е негово 40то авторско дело. Делата му се преведени на повеќе јазици, англиски, германски, турски, руски, арапски јазик.



Најдобар работник на месецот

Работник на месец ноември

Ристевски Петар,
Подготвувач на прехранбени производи во технички сектор.



Кога мислам на Витаминка ...

Кога мислам на **Витаминка**, мислам на ...

Жарко Димитриовски,

Со Витаминка се дружиме од деца. Како и сите убави приказни, така и оваа започнува тогаш. Без престан грицкав пакетче Стоби Флипс. Па уште едно пакетче. Па уште едно... – Чичко уште едно Стоби Флипс! – Аман бе Жаре, трет пат доаѓаш денеска...

Витаминка е еден од оние брендови што расте заедно со тебе. Секогаш. Расте, но не старее, го буди детето во тебе, она дете кое е загледано во цртаните и само грицка ли грицка од флипсот. Витаминка беше и остана дел од мојот живот, зависен сум од кечапот, за мене најубавиот, а на работа ако треба да честам, се разбира, се купува Атлантис.

Кога мислам на Витаминка, мислам на секојдневието. Мислам на секоја храна која ја уживам сам со себе, мислам и на интимни моменти со девојката, уживајќи во нешто слатко и чаша добро вино... Мислам на патувања, секогаш со кекси во ранец или нешто лесно за да те држи сит. А да, мислам и на наајајдалечени места каде што сепак ете, има производи во Витаминка. Лично најдов Стоби Флипс во продавница среде пустина во Африка.

Сега кога пораснав со Витаминка ја носам и во светот на шоу-бизнисот. Ја споделувам со моите гости. Било тоа да е некој од нашата сцена или пак некој од странските гости. Сите тие задолжително добиваат пакет производи од нашето најдобро...

Имав и огромна чест да бидам дел од организацијата на настанот по повод 60 годишнината од постоењето на фабриката. Фантастична вечер, многу забава, убави лица, насмевки...

За многу идни генерации да уживаат со нивните производи како и јас, за многу дечиња да се насмеат како што се смеев, нека ни биде Витаминка секогаш успешна и нека ни го прави секојдневието слатко како што тоа го прави со децении...



Информатор

Спонзорства во култура

„Врба“ се снимаше засилена од производите на **Витаминка**

Се снимаше и шестиот долгометражен игран филм на македонскиот режисер Милчо Манчевски, а на сетот актерите и целата екипа се засладуваа и уживаа во производите од Витаминка. Ова е прв филм што Манчевски го работи во Македонија по пауза од девет години, а прва е и поддршката од Витаминка за филм на истакнатиот и светски познат македонски режисер.

„Врба“ е филм во кој се испреплетуваат три приказни за љубовта и довербата, едната од македонското средновековие, а другите современи што е типично за режисерскиот наратив на Манчевски. Иако ги раздвојуваат векови, ликовите во „Врба“ имаат слични грижи, радости и соништа.

„Врба е љубовен филм за денешни и дамнешни души. Не е важно која е темата или пораката на едно уметничко дело, важно е тоа да те допре, расплаче, насмее или налути“, вели Манчевски за филмот.

Главните улоги ги толкуваат младите актери: Никола Ристески, Сара Климоска, Наталија Теодосиева, Ненад Нацев и веќе искусната Камка Тоциновски. Покрај нив во филмот играат и Петар Мирчевски, Благој Чоревски, Ратка Радмановиќ, Ана Костовска, Лазе Манасковски, Катина Иванова, Кире Ѓоревски, Адем Карага, Јелена Јованова Периќ и други.

И овој филм на Манчевски ќе избоблинува со живописни сцени од мариовските села и тоа пределите на Штавица, Дуње и Зович, на Трескавец, Преспанскиот Регион и различни локации низ Скопје. Филмот е во продукција на Банана филм и е македонско – унгарско – белгиска копродукција, со учество и на Албанија.

Со искуството и режисерската умешност на Манчевски, актерската и целосната екипа, веруваме дека и овој пат ќе стане збор за исклучително филмско остварување што ќе нè направи горди на дадената поддршка.



Спонзорства во култура



Со убавите желби од Калиопи и нејзината песна цврсто се позиционираме на регионалните пазари



Калиопи е најпозната македонска поп-свезда со глобална кариера, а Витаминка како компанија што ги поттикнува креативноста, уметноста и посебно музиката и овој пат воспостави соработка за заеднички настап на домашниот и регионалните пазари.

Како дел од таа соработка, Калиопи во декември го издаде новиот сингл „Хајде да пјевамо“ на српски јазик со кој ги испраќа своите желби за сите знајни и незнајни луѓе да се свртат кон себе и околу себе, кон вистинските вредности и кон сето она кое ги прави среќни.

„Нека патуваат добрите желби!!! Декември е месец во кој испраќаме и примаме честитки со најдобри желби. Јас наместо честитки ја подарувам песната „Хајде да пјевамо“ која ги слави љубовта, задоволството и среќата на живеењето“, порача Калиопи со издавањето на синглот.

Присутноста во видео записот на корпоративното лого на Витаминка како и нашите производи прави и ние да се приклучиме кон овие убави желби испратени преку прекрасна музичка тема.

Автор на текстот е самата Калиопи, а музиката и продукцијата се на Ромео Грил, аранжманот го правела Филип Видовиќ, Гордан Драгиќ и Невен Маринач, додека пак видеото е направено од продукциската куќа НН Медиа.

Соработката започна неодамна со промоција на првиот нејзин сингл, песната „Пресуда“, исто така испеана на српски јазик.



Информатор

Спонзорства во култура

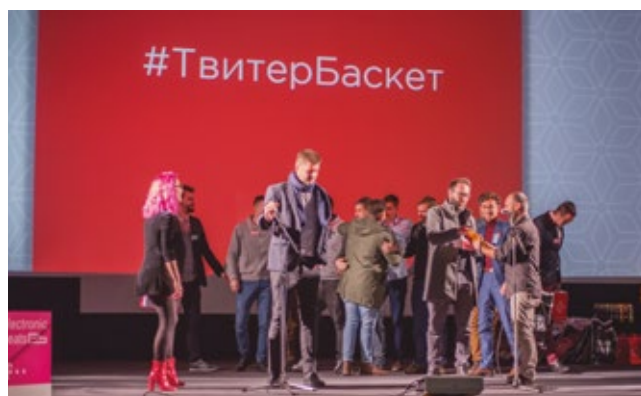
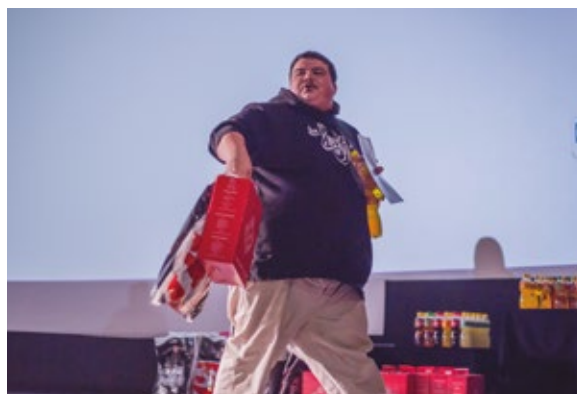
Социјалната мрежа **Твитер** ги прогласи најдобрите корисници

Традиционално седма година по ред се одржа настанот Твитер Награди во организација на Блокираме.мк. Како и досега, што сме поддржувале многу напредни и иновативни содржини и иницијативи, го помогнавме организирањето и на овој настан. Контекстот што оваа социјална мрежа го носи во себе и значењето што го има во креирањето на критична мисла во државата беше причина и оваа година да бидеме спонзор на настанот.

Социјалната мрежа Твитер ги прогласува најдобрите корисници, но и мал дел на корисници кои се активни и на други социјални мрежи, како што се Инстаграм и Фејсбук. Освен тоа, оваа година првпат беше опфатена и новата растечка категорија на создавачи на видео содржина на интернет – видео блогерите т.н. влогери како корисници на ЈуТјуб.

Организирањето на овој настан има за цел да прерасне во меродавна манифестација која ќе ја мери успешноста на целокупниот интернет простор, вклучувајќи ги корисниците на социјалните мрежи, веб сервисите и веб и мобилните апликации.

Настанот одржувајќи се под мотото „Од заедницата, за заедницата“, имаше и хуманитарна цел, односно не се наплаќаше влез со цел посетителите средствата да ги донираат за хуманитарни цели.



Спонзорства и концерти

Го следиме диверзитетот на музичките настани и ја поддржуваме музиката

Музиката нè поврзува, музиката нè прави посреќни и има моќ, барем на кратко, да нè оттргне од грижите и проблемите. Токму од тие причини Витаминка секогаш е присутна во музичките и културните случувања во нашата земја, ги поддржува и го потпомага нивното одржување. Како и досега, така и во иднина Витаминка го цени и почитува диверзитетот на музичките настани со цел да се погрижиме сечиј вкус да биде задоволен. Во продолжение ви ги откриваме музичките настани од кои беше дел нашата компанија.

Фантастичниот спектакл, изведбата на „Заспаната убавица“ на мраз во изведба на Државниот балет на мраз од Санкт Петербург, се одржа на 01 декември во салата на Македонската опера и балет. Овој настан, исто како и претходниот од ист тип кој беше изведба на балетот „Лебедово Езеро“ побуди голем интерес кај македонската публика. Мораме да напоменеме дека ни беше огромна чест и задоволство да бидеме дел од овој светски настан за чија реализација е потребен навистина голем труд и беспрекорна организација, која на крајот резултира со задоволство за сите сетила, на секој посетител. Станува збор за балетски спектакл на мраз што Државниот балет од Санкт Петербург го изведува на речиси сите светски балетски и оперски сцени. Витаминка исто така беше дел и од „Виенскиот концерт“ кој се одржа во Македонска филхармонија неколку дена подоцна.

Сите ние знаеме колку е важна промоцијата на нашата компанија, како кај нас така и во останатите земји од Балканот, па следните два концерти, кои исто така беа поддржани од Витаминка беа одличен простор за промоција. Балканската мега звезда Жељко Јоксимовиќ на 23-ти декември во просториите на МОБ одржа не еден, туку два последователни концерти како дел од неговиот добро познат проект „Два Света“. Гостите уживаа во сосема поинаков звук и повеќе од 40 музичари на сцена. Јоксимовиќ, заедно со Витаминка предновогодишно го разубавија главниот град. Цез-призвук и сосема поинаков аранжман на она на што сме навикнати да го слушаме од Жељко Јоксимовиќ. На истиот ден, но во ВИП Арената Борис Трајковски имавме можност да се журкаме на „All you need is love“ фестивалот од кој беа дел две многу звучни музички имиња, Џибони и Влатко Стефановски. Влатко настапи како специјален гостин на неколку песни заедно со Gibonni, но истата вечер публиката уживаше и во целовечерниот настап на живата легенда Влатко Стефановски со неговиот бенд.



Информатор

Спонзорства во спортот

Средба со ракометниот клуб Деспина

Женскиот ракометен клуб Деспина ја одржа својата годишна средба на којашто беше покането и раководството на Витаминка како основач и спонзор на клубот. Средбата беше можност за дружење и запознавање со амбициите и желбите на овој млад но енергичен тим.

Дружењето со овие млади девојки чија посветеност на спортот, енергија со која настапуваат и се борат за секој нов поен е за восхит, беше чест и задоволство. Нивниот пример треба сите ние да го следиме и да ни биде лекција во секојдневниот живот. Со таквиот однос кон спортот и искажаната спортска култура и дух, преку името што го носат го афирмираат и името на компанијата и брендот

Деспина, за што, сите ние сме им благодарни.

За компанија како што е Витаминка е навистина задоволството да ги поддржува спортските активности од секаков вид. Сепак, да се поддржува еден ваков надежен и перспективен тим е вистинска привилегија. Веруваме дека патот по којшто тргнавме заедно, ќе продолжи во нагорна линија и заедно ќе помогнеме за уште позасилена афирмација на ракометот, посебно во локални рамки и меѓу нашите деца и сограѓани.



Спонзорства во спортот

Цевитана Алпски куп 2019 по вторпат

Во организација на скопскиот алпски скијачки клуб Скади и тренерскиот тим составен од Александар Атанасовски – Чаве и Слободан Бобо Стаматовски, се одржа вториот „Цевитана Алпски куп 2019“.

Околу 120 деца од повеќе ски-клубови од Македонија се натпреваруваа во велеслалом и си ги измерија вештините во оваа алпска дисциплина. Трката се одвиваше на патеките на Галички лифт и Ски центар Маврово. Од ски-клубовите беа присутни, Скади, Пелистер, Фокс, Полар, Сноуспорт, Станич, Меденица. Натпреварувачите беа поделени генерациски во неколку групи од У8 до У16 во машка и женска категорија.

За најдобрите во своите категории и победниците беа поделени признанија, медали и награди од генералниот спонзор Витаминка.



Посети од децата за Витаминка

Посета од ученици од меѓународната Еразмус програма

Искуствата и знаењето на Витаминка беше предмет на уште една едукација и практична настава, овој пат меѓународна. Како дел од проектот на Еразмус + „Претприемачи и волонтери“, учениците од Средното општинско училиште Ѓорче Петров Прилеп, заедно со ученици и наставници од збратимените училишта од Шпанија, Турција, Полска и Италија беа во посета на Витаминка.

Во склоп со темата на проектот за претприемачи и волонтери при посетата од нашите колеги им беа претставени целите и стратешките определби на Витаминка како вовед во запознавањето со компанијата и начинот на кој работи. Покрај теориското предавање исто така се запознаа и со процесот на производство и со условите за работа во Витаминка како компанија лидер за прехранбено производство. Целиот производен процес им беше презентиран во самите погони а условите за работа им беа претставени од вработен на Витаминка.

Учениците од 5те земји се стекнаа во вредна теориска основа, а посетата на погон каде се прават единствените Стоби флипс, предизвика посебно задоволство и возбуда.



Посети од децата за Витаминка

Витаминка со ТВ21 и со Биг Мама ги изградуваа децата во СОС детското село



Подароци, музика, прослава и многу детски насмевки ги исполнија просториите на СОС Детско село во предновогодишните празници. Биг Мама заедно со Витаминка подели подароци и љубов за децата згрижени во овој центар.

Според зборовите на Биг Мама повод за ваквата заедничка акција било забавата, музиката и песните наместо во телевизиските студија и да се гледаат на екраните, да се преселат во останатите домови каде има потреба од љубов и подароци и таму да ја создадат веселата празнична атмосфера. Посети и носење новогодишни пакетчиња беа реализирани во повеќе домови за лица со посебни потреби, за стари лица но со посебно внимание посветено на детските домови вклучително со СОС Детско село и детската



Информатор

Посети од децата за Витаминка



Посебна посета од посебни деца



неизмерна радост за новогодишните пакетчиња. Посетите кај сите лица предизвикаа бурни реакции, радост и ја поттикнаа празничната атмосфера.

Менаџерката на програмата за социјална превенција од СОС Детското село, Јулијана Шумкоска, им се заблагодари на сите гости и добродетелите за вниманието и радоста што им ја донесоа на децата и како симболичен гест доделија благодарница за посетата и донесената радост.

Бесијана Касами, позната како Биг Мама е активистка посветена на борбата за човекови права и поборник за изедначен третман за сите луѓе. Како телевизиско лице и изведувач на поп музика, е посебно позната и сакана меѓу најмладите.

Сите деца заслужуваат еднаква грижа и внимание. Сите деца треба да имаат ист пристап до образование, да уживаат во своето детство и да растат и да се развиваат безгрижно низ својата детска игра. Реалноста на животот и секојдневието не ги подредила токму вака работите и затоа на некои деца им е скратено правото за топол безгрижен дом и родителска љубов. Иако некои работи во животот немаат замена, сепак нашата солидарност и хуманост се гледа во тоа на секое такво дело да одговориме со внимание, грижа и помош, а секако периодот на предновогодишните празници е време кога секој треба да го почувствува празничниот дух, па така и овој пат Витаминка имаше гости. Во Витаминка постојано има посети, организирани тури, школски посети, студентски, од Прилеп но и од другите градови низ државата. Доаѓаат да се запознаат со нешто ново, да научат или да се стекнат со нова перспектива, сознание. А децата, оние помалите доаѓаат да се радуваат. Сепак, оваа посета иако иста како и претходните на некој начин претставуваше посебно доживување за сите нас. Овој пат кај нас беа децата на жените жртви на семејно насилство. Во организација на Здружение за еманципација, солидарност и еднаквост на жените – ЕСЕ, 35 деца заедно со своите мајки ја посетија фабриката, гледаа како се прават Стоби флипс, Цевитана и други од нашите производи а нивни омилени закуски. Со возбуда и многу прашања го следеа секој процес и секој чекор, а наградата дојде во форма на богато новогодишно Витаминка пакетче што предизвика неизмерна радост. Покрај грижата и создавањето убави моменти за паметење за овие деца, ваквите активности се со цел нивна ресоцијализација и едукација. А кај нас секогаш има што ново да научат, да се дружат со нашите производи и создаваат визија за сопствената иднина.

Вратите на Витаминка остануваат отворени за сите деца.



Азбучник на Витаминка

Содата бикарбона со право завзема значајно место во лекувањето на многу болести. Нема човек кој не слушал за неа, зашто има многу употреби и голем број корисни и здравствени придобивки, па дури и во народната медицина е добро позната како природен лек.

А еве што велат научните истражувања од светот за овој благороден и скоро бесплатен лек.

Содата бикарбона е корисна за широк спектар на болести

Постојат повеќе научни докази кои укажуваат на тоа дека содата бикарбона без алуминиум може да стане примарен и универзален медикамент за широк спектар на заболувања. Некои истражувања тврдат дека може да се користи од третмани за габични заболувања, па се до подобрување на состојбата при канцер и дијабетес. Поради тоа некои истражувачи наведуваат содата бикарбона да биде дел од третманот и лечењето на многу болести на денешницата. Милиони луѓе ширум светот консумираат од овој „природен лек“ со водата за пиење поради превенција или како терапија кај клиничка ацидоза – состојба многу попозната како „киселини во желудникот“. Во голем број развиени земји од ЕУ, од страна на онколозите, со децении наназад содата бикарбона рутински се применува со цел да се намали токсичното дејство на хемотерапијата и зрачењето.

Што се случува во телото кога земаме сода бикарбона?

Сите биохемиски реакции кои се одвиваат во клетките на нашето тело се зависни од рН вредноста. Колку е пониска телесната рН вредност, претставува толку поголем проблем за клеточната физиологија. Некои од причинителите за ниска или кисела рН вредност може да бидат:

- Често внесување на синтетички лекови
- Исхрана базирана на намирници кои резултираат со киселост во организмот
- Стрес
- Искажување и насобирање на негативни емоции

Сите овие причини може да доведат до разорување на клетките и до сериозни здравствени заболувања како што се канцерот, кандидијазата, кардиоваскуларните заболувања, дијабетесот, остеопорозата, чирот на желудник и слично. Фактот дека нашето тело најдобро функционира во некисела т.е. алкална средина, оди во прилог на содата бикарбона. Нејзиниот корисен спектар е навистина многу широк. Со внесувањето на содата бикарбона без алуминиум се неутрализира ниската рН вредност, односно се воспоставува рН баланс во внатрешноста на клетките. Таа дејствува така што ги шири крвните садови и го поттикнува ослободувањето на кислородот во ткивата, зголемувајќи ја рН вредноста. Зголемената рН вредност на урината спречува кристализација на мочната киселина во внатрешноста на мочните канали, а со тоа помага против низа последици како што се дијабетес, срцеви заболувања, срцев удар, гихт, камен во бубрезите.

Се смета дека истовременото внесување на сода бикарбона и магнезиум хлорид, помага при третманот против срцеви заболувања, невролошки заболувања и потешки облици на грип. Тврдењата од некои истражувачи се дека делувањето на овие две супстанции заедно, ефикасно ги отстранува токсините и киселините од клетките, ткивата и органите.

Содата бикарбона без алуминиум на Витаминка е произведена според високи стандарди и може да се најде и во практично пакување за лесна примена, односно во мали ќесички – џебно пакување. На македонскиот пазар Сода бикарбона без алуминиум излезе во 2018 година.

Информатор

					ВИТАМИНКА	МУСЛИМАНСКО МАШКО ИМЕ	ПОСТОЕЊЕ НА ОБЛИК	ФРАНЦУСКИ ФУДБАЛЕР, НИКОЛАС	ДОЛГА ЗАМЕНСКА ФОРМА	СТАРОТО ИМЕ НА ГРЦИЈА	ИСТОРИСКО МЕСТО ВО ПЕРСИЈА	ЗНАК ЗА ЦЕЗИУМ	ЕПОНИМ НА ИТАЛИЈА	СОРТА ЈАБОЛКА	РОМАН ОД ТОЛСТОЈ	
					СУШТЕСТВЕНО ПРОПАГАЊЕ											
					АМЕРИКАНСКИ БОКСЕР											
					ГЛАВЕН ГРАД НА ЕРМЕНИЈА						НАША АКТЕРКА, СТОЈАНОВСКА	ТРОПСКИ ВЕТАР				
					ПРОФЕСИОНАЛНА РАГБИ ЛИГА				ЛИСТОВИ ТУТУН ЗА НИЖЕЊЕ	БОЦКА						
					ИНТЕРВАЛ ОД ОСУМ ТОНОВИ								ЗНАК ЗА ТАНТАЛ	ПРОСТ БРОЈ		
ИЛЈАДА ДЕНАРИ (РАЗГ.)																
ВИТАМИНКА	ВОЕН МАГАЦИН (МН.)	АВСТРИСКИ СКИЈАЧ, ХЕРМАН	ПРВАТА БУКВА	ФИЛМ СО СИЛВЕСТЕР СТАЛОНЕ	ПИРИНЕЈСКА ДИВА КОЗА	ЕДГАР ДЕГА			ПОСТАВА	ПОЗНАТА СВЕТСКА ПЕЈАЧКА						
ВИД ВИШНА							ХОЛАНДИЈА	БРОЈ СО КОЈ СЕ ДЕЛИ			ФИНСКИ ДРЖАВНИК, САРИНЕН	УЛИЧНА ВОДОВОДНА МРЕЖА				
РОСАНА АРКЕТ			АДЈЕКТИВ (СКР.)	ГРАД ВО СЛОВЕНИЈА			ГЕРМАНИЈА	ХОЛИВУДСКИ АКТЕР (РТ НА СТРАВОТ)	ПРЕФИКС ЗА РИБА	ВРШИТЕЛ НА АНКЕТА			НЕУТРОН	СООДВЕТНО НА НЕКОГО ИЛИ НЕШТО		
ПОЛСКИ ПАРЛАМЕНТ					ОБЛАСТИ СО ПОСЕБЕН ВИД						ИВАН БЕКИЈАРЕВ	ЛУДОЛФОВ БРОЈ	ТЕЧНОСТ ОД ОЧИТЕ			
ГРЧКИ БОГ НА ТЕМНИНАТА					НЕГОТИНСКО СЕЛО	ДИНО БАЏО										
НОРВЕШКА		НАТРИУМ БИКАРБОНАТ	ЛОВЕЦ НА НАЦИСТИ, СИМОН													
СТАРОРИМСКИ ПОЗДРАВ				РЕМЕН ЗА НОСЕЊЕ ТОВАР	ЛЕКОВИТА БИЛКА						ЛЕНЧЕ ДЕЛОВА	ИТАЛИЈА		МАРТИН ТРПЧЕВСКИ		
ШВЕДСКИ БИОЛОГ, КАРЛ					СЛАБОУМНОСТ											
ДОЗВОЛА, ОДОБРЕЊЕ					ЦИН ОД ГРЧКАТА МИТОЛОГ	ХОЛИВУДСКИ АКТЕР, МУР					СТАР СЛОВЕН					
ВИТАМИНКА	БАКРОРЕЗЕЦ	ВИД КАФЕ				МЕТАР	ТАКСА ЗА БРОДСКИ ПРЕВОЗ	РАДИУС	ТВРДИНА КРЕПОСТ							
КОМПЈУТЕРСКИ ПОИМ										РЕКА (ШП.)						
БРВ ВО ШВАЈЦАРИЈА			ВИД ЗАНАЕТЧИЈА	ЗНАК ЗА РАДЕР-ФОРДИУМ												
МАСКАРАДИ																
МАРКА ИТАЛИЈАНСКО ВОЗИЛО																





решение: решение: ИМАНЕНЦИЈА, СОНИ ЛИСТОН, ЕРЕВАН, АНА, НФЛ, ДИПЛАК, ОКТАВА, ТА, ИЗАР, АСТАР, АМАРЕЛА, НЛ, АРНЕ, РА, АДЈ, Д, ИХТИ, Н, СЕЈМ, АРЕАЛИ, ПИ, ЕРЕБ, ДОЛНИДИСАН, Н, СОДАБИКАРБОНА, АВЕ, БРЕТЕЛА, ЛД, ЛИНЕ, КРЕТЕНИЗАМ, ИЗИН, АТЛАНТ, АНТ, ЕЦЕР, М, Р, МНЕМОНИК, ОТ, ОЦАЧАР, КАРНЕВАЛИ, АЛФАРОМЕО.



CHOCO STOBI[®] FLIPS

