



Glasnik

List PTP DIS d.o.o. ■ April 2009. ■ Broj 3. ■ Godina 1 ■ Izlazi dvomesečno



Zum Zum IGRAONICE

Zum zum igraonice, postavljene su u četiri od ukupno šest DIS marketa i locirane u većim objektima, jer realno u manjim DIS marketima nije bilo dovoljno prostora za njihovo postavljanje. Svaka igraonica prostire se na 50 kvadrata koje pokrivaju različiti sadržaji. Tobogani, tuneli, mostići, trambuline, bazeni sa lopticama, ljuljaške i vreće za udaranje i privlačenje osnovni su sadržaji svake od igraonica. Sadržaj Zum Zum igraonice namenjen je deci do 8 godina starosti. Svaka igraonica raspolaže posebnom zaštitom u vidu mreža namenjenih sprečavanju povređivanja dece, pa je i u tom pogledu, igraonica kao mesto gde možete da ostavite svoje dete, ne samo zabavna, već i potpuno bezbedna. Pored pet tapaciranih polja, na podu

se nalaze mekane podloge koje čine toplotnu izolaciju i predstavljaju još jednu meru zaštite dece. Sve komponente od kojih je sačinjena igraonica napravljene su od materijala koji je potpuno neškodljiv, pa je uz već pomenutu mrežu gotovo potpuno isključena mogućnost povređivanja dece.

Radno vreme Zum zum igraonica izjednačeno je sa radnim vremenom DIS marketa. Korišćenje igraonice za kupce DIS marketa je potpuno besplatno. U Zum zum igraonicama roditelji imaju mogućnost da, osim svakodnevne zabave organizuju i rođendanska slavlja za svoju decu. Kada je o ovakvim dešavanjima reč, korišćenje igraonice će biti besplatno ukoliko hranu i piće roditelji poruče u Meze restoranu DIS marketa.

BLADE SERVER U FUNKCIJI



Blade serveri se tako zovu jer su toliko tanki da podsećaju na sečiva. Za njih se koriste posebno projektovane ploče i kućišta minimalnog profila, tako da je moguće spakovati veliki broj servera u blade kućište...

DOBRO Jogurt

Jogurt je jedan od najpopularnijih mlečnih proizvoda. Bilo da je dodatak obrocima ili obrok sam za sebe, od malih nogu uživamo u njegovom bogatom ukusu.



Rodendan u Jagodini

U prvoj godišnjici postojanja, u DIS marketu u Jagodini kupovalo je 430.200 kupaca. Na godišnjicu postojanja 1.620 kupaca.



Rupp sir? Yes SIR!



100
GODINA TRADICIJE

Glasnik

IZDAVAČ:

PTP „DIS“
Bulevar oslobođenja 1b
11319 Krnjevo

REDAKCIJA:

Danijela Milovanović
Ivan Šuleić
Miloš Šundić
Ivan Skokić
Vladimir Josifović

KONTAKT:

MARKETING SLUŽBA
026 / 330 - 143
dmilovanovic@disyu.com

ŠTAMPA:

Rotografika d.o.o.
Tiraž: 2300 primeraka

DIS Glasnik je besplatan i izlazi dvomesečno. Elektronsko izdanje lista nalazi se na sajtu:

www.disyu.com
www.dismarket.rs

Glasnik

SADRŽAJ:

- 4** Zum Zum igraonice
- 6** Novi server
- 8** Posao mora da se završi
- 11** Nagrada je podsticaj...
- 12** Alfa trgovina
- 14** Recept za uspeh
- 16** Novi DOBRO proizvodi
- 18** Dani zaboravljene srpske kuhinje
- 20** Prvi rođendan u Jagodini
- 23** Nagradna igra

U SUSRET POTROŠAČIMA

Bez obzira na zabrinutost koju je, kako se čini, svetska ekonomska kriza nametnula u svim oblastima života i na mere koje moramo sprovesti, ne bi li smo joj se prilagodili, naše osnovno usmerenje i dalje ostaje zadovoljavajuće potreba svakog kupca.

U proteklom dvomesečnom periodu fokusirani smo na niz promena u ponudi naših maloprodajnih objekata. Posle uspešnog brendiranja restorana MEZE u koji se sa novim brendom vratio duh porodične topline, sledeću aktivnost usmerili smo ka potrebama naših najmlađih kupaca.

Tokom aprila u svim velikim DIS marketima otvorene su ZUM ZUM igraonice koje mališanima obezbeđuju zabavu i sigurnost, a roditeljima opuštenu kupovinu u DIS marketima.

Proširen je i asortiman DIS robne marke DOBRO, pa su tako kupcima sada dostupne testenine, mlečni proizvodi i deterdženti DOBRO cene i kvaliteta, dok je ambalaža DOBRO vode dobila potpuno novi izgled. DOBRO proizvodi i dalje prate trend najjeftinijih na tržištu, a novi proizvodi DIS robne marke uklapaju se u dosadašnji, jedinstven vizuelni identitet.

Instaliranjem najsavremenijeg servera u DIS Distributivnom centru unapredili smo poslovanje, značajno utičući na brzinu obra-



de podataka i stabilnost sistema u svim segmentima.

Uprkos nestabilnosti na tržištu, ali oslanjajući se na sopstvene finansijske potencijale, planove na proširenju maloprodajne mreže realizujemo predviđenom dinamikom i privodimo kraju pripreme za izgradnju dva nova DIS marketa.

Darko Aćimović
Generalni direktor DIS-a





ZUM ZUM IGRAONICE

Kupovina neophodnih namirnica kao suština postojanja maloprodajnih objekata, danas je samo daleka prošlost. Sa povećanjem površine na kojoj se određeni maloprodajni objekat prostire, došlo je i do proširenja ponude, i kupcima su postali dostupni najrazličitiji sadržaj koji bi zadovoljili potrebe i onih najzahtevnijih. U markete su se najpre uselili restorani, zatim, butici, apoteke i sve ono što je savremenom čoveku neophodno za uobičajen život koji se danas vodi u neprestanoj borbi sa nedostatkom vremena. Obezbeđivanje svega na jednom mestu, čime kupac štedi na vremenu koje bi u potrazi za raznim proizvodima potrošio obilazeći nekoliko različitih objekata, postala je suština postojanja svakog marketa.

Izlazeći u susret svojim kupcima, DIS marketi su najpre promenama u enterijeru i značajnom dopunom menija, u Meze restorane uneli toplinu domaće kuhinje. Od skora su i najmlađi posetoci DIS marketa, igrajući se u Zum zum igraonicama, pronašli svoje mesto u ovom prostoru, pa se neki od njih sigurno osećaju i bolje nego kod kuće.

- Ideju o otvaranju igraonica u DIS marketima razrađivali smo u poslednjih godinu dana. Na



razvoj i realizaciju ovog projekta podstakli su nas sami kupci, koji su, obraćajući nam se kroz knjigu utisaka, izrazili želju za postojanjem ovakvog sadržaja. Ovu ideju kupci su opravdali željom da, dok kupuju u DIS marketu, svoju decu ostave na mestu gde će se ona zabaviti i biti zbrinuta, a da to ne zahteva odlazak van DIS-ovog objekta,

kaže Ivan Šuleić, direktor marketinga DIS-a.

Pitanje bezbednosti dece je ono što zanima svakog roditelja, kao i šta čini sadržaj Zum zum igraonica i kom uzrastu dece je ovaj prostor namenjen?

- Zum zum igraonice, postavljene su u četiri od ukupno šest DIS marketa i locirane u većim objektima, jer realno u manjim DIS marketima nije bilo dovoljno prostora za njihovo postavljanje. Svaka igraonica prostire se na 50 kvadrata koje pokrivaju različiti sadržaji. Tobogani, tuneli, mostići, trambuline, bazeni sa lopticama, ljuljaške i vreće za udaranje i provlačenje osnovni su sadržaji svake od igraonica. Sadržaj Zum Zum igraonice namenjen je deci do 8 godina starosti. Svaka igraonica raspolaže posebnom zaštitom u vidu mreža namenjenih sprečavanju povređivanja dece, pa je i u tom pogledu, igraonica kao mesto gde možete da ostavite svoje dete, ne samo zabavna, već i potpuno bezbedna. Pored pet tapaciranih polja, na podu se nalaze mekane podloge koje čine toplotnu izolaciju i predstavljaju još jednu meru zaštite dece. Sve komponente od kojih je sačinjena igraonica napravljene su od materijala koji je potpuno neškodljiv, pa je uz već pomenutu mrežu gotovo potpuno isključena mogućnost povređivanja dece.



Organizovanje predstava namenjenih deci u Meze restoranima postala je uobicajena praksa. Da li ce postojanje Zum zum igraonica doneti neke nove slicne sadrzaje?

- Radno vreme Zum zum igraonica izjednaceno je sa radnim vremenom DIS marketa. Koriscenje igraonice za kupce DIS marketa je potpuno besplatno. U Zum zum igraonicama roditelji imaju mogucnost da, osim svakodneve zabave organizuju i rođendanska slavlja za svoju decu. Kada je o ovakvim dešavanjima reč, korišćenje igraonice ce biti besplatno ukoliko hranu i picu roditelji poruce u Meze restoranu DIS marketa. U skladu sa poslovnom politikom DIS marketa, moguće je i svaki drugi dogovor po pitanju proslavljanja znacajnih datuma vezanih za vaše dete ukoliko odlucite da mesto tih dešavanja budu Zum zum igraonice DIS marketa.



Psihologija dečije igre

Rezultati psiholoških istraživanja su pokazali da deca koja su se više igrala kasnije bolje prolaze u školi, imaju razvijenije društvene veštine i jače izraženo samopouzdanje.

Postoji predrasuda da su dečje igre gubljenje vremena, a istina je da je to način kako deca uče o životu, tvrde psiholozi.

U detinjstvu je najjače vaspitno sredstvo igra. Pomoću igre dete stiče životna iskustva, obogaćuje se novim saznanjima, jer u igri eksperimentiše, gradi, razvija fantaziju i stvaralačke sposobnosti. Pomoću igre izgrađuje svoje poglede na društvene odnose, jer mora voditi računa o drugima.

Igrom ojačava zdravlje, pokazuje svoje sklonosti i osećaje, svoj temperament i crte karaktera. Nizom poznatih igara dete vežba svoja čula (pipanje, sluh, vid). Vid i merenje oka vežba kroz igru kao što je igra loptom, bacanje ili gađanje u cilj, a mnoge igre služe za vežbanje organa za kretanje (žmurke, utrkivanje, skakanje i slicno).

Neke igre potpomažu razvoj koordinacije pokreta i sposobnosti za održavanje ravnoteže

(stajanje i skakanje na jednoj nozi, prelaženje preko prepreke). Mnogobrojnim igrama dete vežba svoje intelektualne sposobnosti, prepoznavanje, težnju za savladivanjem prepreka, za postizanjem cilja. Takve igre su i prava škola za jačanje volje.

Roditelji se ne smeju pasivno odnositi prema dečjoj igri. Oni treba da odrede vreme za igru, da pomažu u izboru materijala, da usmeravaju pažnju i interes dece za one igre koje po svom sadržaju i obliku odgovaraju zahtevima vaspitnih ciljeva, odgovaraju psihofizičkoj snazi deteta, individualnim potrebama pojedinog deteta s određenim ciljem i zadatkom, kao i da nađu pravu meru između igre, rada i odmora, za dete bilo kojeg uzrasta. Svi podaci izneti u ovom tekstu utemeljeni su na brojnim istraživanjima dečjih psihologa.

Dakle, kupujući sa vama vaše dete se neće preterano zabavljati, ali zabava u Zum Zum igraonici DIS marketa u isto vreme dok vi završavate veliku nedeljnu kupovinu jeste pravo rešenje za vas, rasteretiće vas brige i pružiti radost vašem detetu.



BLADE SERVER U FUNKCIJI

**Fujitsu-Siemens PRIMERGY RX600 blade server,
prava je investicija u kvalitetnije i energetske efikasnije poslovanje.**

Ako ste ikada posetili računarski centar jedne ozbiljne firme, sigurno je da ste se zapitali čemu služe ti serveri nalik na "ormar" sa mnoštvom upaljenih lampica ili kako to da vaša firma ima 5 servera, kada vidite samo jedno kućište i ko zna koliko još pitanja postavimo sami sebi suočeni sa nečim nama potpuno nepoznatim. Serveri ne izgledaju uvek onako kako očekujemo, niti ih ima onoliko koliko mislimo da bi trebalo da ih bude i sa koliko god da ih se raspolaže nikada ih, u stvari nije dovoljno, reći će svaki stručnjak za ovu oblast. Savremeni trendovi poslovanja u bilo kojoj, pa i oblasti trgovine, kao i napredak kompanije kakva je DIS, zahtevaju primenu moderne tehnologije u koju je neophodno konstantno ulagati.



U svemu, pa i u planiranju novog informacionog sistema potrebne su pažnja i sistematičnost. Često se zaboravi veoma jednostavna činjenica koja glasi: nakon izvesnog vremena ponovo će doći trenutak za planiranje novog informacionog sistema. Kada je o potrebama DIS-ovog sistema reč, upravo takav trenutak iskorišćen je za kupovinu novog Blade servera poslednje generacije, okarakterisanog kao idealno rešenje za poslovne web aplikacije koje zahtevaju veliki broj korisnika i visoku raspoloživost. Ovakve blade servere odlikuju najsavremenija arhitektura ser-

verskog okruženja sa velikom pouzdanošću i velikim propusnim opsegom. Jednostavnije rečeno, novi Fujitsu-Siemens PRIMERGY RX600 blade server, prava je investicija u kvalitetnije i energetske efikasnije poslovanje.

- Zbog razvoja firme koji za sobom povlači nove procese i dodatnu obradu podataka, DIS je imao potrebu za kupovinu novog servera. Sa prethodno raspoloživim serverom, imali smo nekoliko značajnih problema koji su se definitivno odražavali na kvalitet i brzinu rada. Poređenja radi, stari server trošio je ogromne količine struje - samo server beležio je potrošnju od 10,8 KW odnosno

isto onoliko koliko bi potrošile dve peći šestice koje, recimo, rade neprekidno u skupoj tarifi i crvenoj zoni. Rad tog servera zahtevao je i postojanje dva klima uređaja, što je dodatnih 6,2 KW potrošnje. Dakle, svaki pokušaj pojačavanja starog servera zahtevao je dodatne troškove u vidu kupovine opreme i povećanja potrošnje električne energije, što svakako nije bilo prihvatljivo rešenje, kaže Goran Rakić, šef IT sektora DIS-a.

Blade serveri se tako zovu jer su toliko tanki da podsećaju na sečiva. Za njih se koriste posebno projektovane ploče i kućišta minimalnog profila,



tako da je moguće spakovati veliki broj servera u blade kućište. Sami blade serveri su lišeni svih suvišnih komponenti. Hard diskovi su izmešteni van samog blade-a i nalaze se u posebnom kućištu sa hot-swap ležištima za diskove.

- Procenili smo da nova serija blade servera nudi sve što nam je potrebno i to upakovano u samo jedan orman što je ogromna ušteda na prostoru, ali i količini potrošene električne energije. Novi blade server troši 6,4 KW i može da se hladi jednom klimom, što sa ukupno 10 KW potrošnje, u odnosu na predhodnih 17 KW predstavlja značajnu uštedu. Prethodni server je imao brzinu 60 GHz, a novi 240 GHz. Dakle, ako sumiramo činjenice, novi server je četiri puta jači u odnosu na onaj koji smo do sada upotrebljavali i troši 50% manje količine električne energije.

Virtualizacija odvaja fizičke mogućnosti IT infrastrukture od njihove funkcionalnosti tako što povećava područje njihovog delovanja. Zbog sve veće složenosti, štedljivih budžeta i nedostatka ljudskog potencijala, virtualizacija postaje ključni faktor u upravljanju efikasnošću, što omogućava preduzećima da postignu značajne uštede. Prema tvrdnjama analitičara, tokom 2008. kompanije u celom svetu izgubile su preko 140 milijardi dolara zbog neiskorišćenih kapaciteta servera. U pitanju je veoma jednostavan, a užasno moćan koncept. Veoma često se događa da je opterećenje nekih servera vrlo neravnomerno raspoređeno u vremenu i vrsti usluga, pa imamo jedan server koji se muči i jedva postiže da usluži korisnike, dok drugi ne radi ništa.

- Server, u principu, radi 24 sata za potrebe preduzeća. Sa starim serverom nije postojala mogućnost testiranja novih programa koje pravimo za potrebe DIS-a, jer je zbog preopterećenosti servera svako testiranje zahtevalo da cela firma stane kako bi mi istestirali neku novinu i

kasnije je upotrebili u praksi. Novi server pruža nam mogućnost da radimo u virtuelnom okruženju. Dakle, dok firma uobičajeno funkcioniše, mi sada možemo paralelno da testiramo sve što nam je potrebno, što će opet osigurati primenu novih programa koji su ranije prve testove doživljavali u praksi. Stari pristup dovodilo je do niza grešaka i problema u samoj praksi i zahtevao niz ponavljanja istih radnji uz ispravljanje grešaka nastalih zbog ne testiranih programa. Sa primenom Fujitsu - Siemens PRIMERGY RX600 blade servera svi do sada navedeni problemi u radu biće samo daleka prošlost. Sistem radi po principu cluster fillovera, što znači da, ako u serveru ima 80 procesora i jedan od njih otkáže, novi server automatski izoluje mesto kvara i sve što je pokvareni uređaj do tada radio prebacuje na onaj koji je u funkciji, a za to mu nije potrebno više od 10 minuta. Kod starog servera ovakvi kvarovi stvarali su viščasovni zastoj u radu firme, što je još jedna prednost novog u odnosu na stari server. Fujitsu-Siemens PRIMERGY RX600 server pripada serverima najnovije generacije i takvih u Srbiji ima malo. Prema informacijama kojima mi raspoložemo, ni jedan ne radi na ovaj način. Mi smo dakle lideri na ovom polju, i daleko ispred drugih u našoj branši. kada je o primeni IT reč.



POS AO MORA DA SE ZAVRŠI

Sa trideset godina života i dvanaest godina staža, Željko Arsić sa velikim entuzijazmom i odgovornošću govori o poslu i komentariše kako nikada nije razmišljao o tome da u životu radi nešto drugo, jer ono za šta se zaista školovao nikako nije za njega.

- U DIS-u sam počeo da radim krajem 1997. godine, prvo kao običan radnik u magacinu, pa sam kasnije napredovao do zamenika šefa magacina, a trenutno obavljam funkciju šefa magacina broj 5. Svaki od pet magacina Distributivnog centra ima svoje specifičnosti. U magacinu broj 5 skladišti se roba za čije čuvanje je

Novi polako ulaze u posao, kao i svako od nas kada je počinjao da radi, pa o novim kolegama treba više brinuti. To kojom će brzinom neko da se uklopi u posao zavisi od samog čoveka i njegove zainteresovanosti za ono što radi. Ja se trudim da prema svima budem korektan, pa ni oni nemaju razloga da budu drugačiji prema meni.

Kaže se da svaki posao ima svoju težinu, kolika je težina magacinskog posla?

- Jeste teško raditi u magacinu, ali posao mora da se odradi ako ste se odlučili da se njime bavite u životu, bez obzira na činjenicu koliko je taj vaš posao težak. Uz prave kolege i, ako imate sreće da imate dobre učitelje kada počinjete da radite,

Potpuno predan poslu

- Mnogo je magacinskih radnika koje treba nagraditi. Nagrađivanje Željka Arsića je sigurno pravi potez. On se, pre svega, na najbolji mogući način odnosi prema robi i središnjosti magacina, vodi računa o stanju u magacinu i maksimalno dobro odrađuje svoj posao. Arsić radi posao koji nosi veliku odgovornost u smislu brige o robi i radnicima, vodi specifičan magacin u kome su zbog konstantno niskih temperatura specifični uslovi za rad. Za Željka Arsića mogu samo da kažem da je potpuno predan svom poslu i da bi mnogi mogli da se ugledaju na njega. Ja rukovodim 112-oricom radnika u 5 magacina DIS-a. Za sada sve funkcionise kako treba, a i kada iskrсне neki problem sve se brzo rešava u hodu. Funkciju rukovodioca Distributivnog centra preuzeo sam pre mesec dana, pre toga sam bio šef jednog od magacina, pa znam kako je sada Željku Arsiću kada je o samom poslu reč, kaže Slađan Bogičević.



neophodno obezbediti posebne uslove. To je suhomesnata roba, margarin, paštete i tome slično, drugim rečima ovo je hladnjača sa komorom za duboko zamrzavanje. Nisam oduvek radio u ovom magacinu, radio sam i u magacinu 4, broj 5 je kasnije napravljen.

Kakve zadatke podrazumeva funkcija šefa jednog magacina odnosno, na koji način se odvija radni dan zaposlenih?

- Moj svakodnevni posao zasniva se na prijemu robe, puštanju ulaza kroz bar kod čitač i organizovanju skladištenja robe. To je poprilično odgovoran posao kada govorimo o prijemu, a naročito urednom skladištenju robe i dobro obavljenom delu posla koji se odnosi na izlaz robe iz magacina.

Na tebi je i odgovornost organizacije ljudi, kako se snalaziš u ovom delu posla?

- U magacinu broj 5 trenutno ima 20 radnika, ovu grupu čine oni koji su već dugo tu, ali i oni koji su tek počeli da rade. Svaki posao ima svoju težinu pa i ovaj, nekada je ljude teže, a nekada lakše organizovati. Sa starim radnicima je jednostavno saradivati, oni znaju šta treba da rade.

nije teško raditi i napredovati u poslu. Rad u magacinu znači rad u dve smene. Ja zbog funkcije trenutno radim samo prvu smenu, koja je u smislu posla napornija od druge. U drugoj smeni obavlja se samo utovar kamiona, a sve ostalo

završava se u prvoj. Posao nam olakšava i savremena tehnologija. Sa papirima je bilo teže raditi i sam radni proces zahtevao je mnogo veći broj ljudi, zato što se mnogo sporije radilo.

Svako ima neke planove u životu. Kada si razmišljao o svojoj budućnosti čime si mislio da ćeš se baviti?

- Pa, ja sam po obrazovanju konobar, tu školu sam završio. Međutim, odmah po završetku srednje škole zaposlio sam se u DIS-u. Ne bih voleo da se bavim konobarskim poslom. Nije to ono što meni leži. Posao koji trenutno obavljam volim da radim i, iskreno, bar za sada uopšte ne razmišljam u nekom drugom pravcu. Želeo bih da napredujem i trudiću se da uspem u tome.



Gillette® Blue3®

Novo!

3 samopodešavajuća
sečiva



45% više
hidrirajuće trake*

NAJBOLJE JEDNOKRATNO BRIJANJE OD Gillette® -A



*U poređenju sa Gillette Blue II Maximum-om

ZDRAVO

svima!



TÜV
CERT
EN ISO 9001
EN ISO 14001
EN ISO 22001
OHSAS 18001
H A C C P



CEĐENO VOĆE I POVRĆE BEZ DODATE VODE I ŠEĆERA 100% PRIRODNI SOKOVI

U našim sokovima nema dodatke vode. Voda iscijeđena iz voća i povrća obogaćena korisnim materijama jedina je voda u njima. Postupak proizvodnje sokova podrazumeva mehaničko ceđenje plodova, filtriranje soka, presipanje u staklenu ambalažu, i na kraju, zaštitu pasterizacijom, bez konzervansa.



UVEZENO IZ PRIRODE

Prenosimo vam zdrave pozdrave iz najfinijih voćnjaka i s najboljih njiva. Za vas ih pažljivo pretačemo u staklenu ambalažu i odmah donosimo što bliže vama. Ukus naših proizvoda ukus je svežeg povrća i voća. Kratak opis našeg zaštićenog postupka za dobijanje prirodnih proizvoda mogao bi da glasi: *Trudimo se da se prirodi što manje mešamo u posao.*



Zdravo Organic d.o.o.
Kolarova BB
Selenča 21425
tel: +381 (0) 21 774 059
fax: +381 (0) 21 774 992
office@zdravo.rs
www.zdravo.rs

NAGRADA JE PODSTICAJ ZA VEĆA ZALAGANJA

Kroz rad u DIS-u bio sam i kažnjavan i nagrađivan. U stvari, kako radimo tako i prolazimo. Ako ne poštuješ pravila, kazna je potpuno normalna stvar i, bogami, ima efekta.

- Prvi put sam nagrađen kao najbolji radnik. Trudim se da dobro radim svoj posao, ali ovu nagradu uopšte nisam očekivao. Nagradu za najboljeg radnika doživljam kao potvrdu da rukovodstvo vodi računa o nama, u smislu ko, šta i kako radi, odnosno, koliko se zalaže. Mislim da je svaka nagrada dobar podsticaj za još veća zalaganja, kao što je i kazna pravo upozorenje na to da se moramo uozbiljiti u radu, kaže Ljubodrag Ivanović, šef prijemnog magacina DIS marketa u Kruševcu.

Trideset šestogodišnjem Ljubodragu ovo nije prvi posao, ali je, kako kaže, na mestu na kome je, mnogo naučio.

- U DIS-u radim od otvaranja marketa u Kruševcu, odnosno od 27. novembra prošle godine. Od samog početka radim kao šef prijemnog ma-

gacina. Sve što sam u ovom poslu naučio, naučio sam kroz praksu. Osim marketa u Kruševcu radio sam i na otvaranju marketa u Jagodini i Lazarevcu, bio je to veliki posao i veliko iskustvo. Priprema otpočinjanja rada jednog marketa je ogroman posao, pa sam recimo u Lazarevcu proveo više od mesec dana. Ja sam u DIS došao sa nekim iskustvom, ali sam ovde najviše naučio. Ovaj posao u veleprodaji i malim prodavnicama značajno se razlikuje u poređenju sa radom nekog marketa. Po mom mišljenju posao jeste naporan u pojedinim periodima, ali ima dana i kada ga nije teško raditi, verovatno kao i svaki drugi, ali da se radi mora. Ja radim kompletna



Zadatke obavlja kvalitetno i bez kašnjenja

- Ivanović je još na obuci pokazivao želju da nauči više i trudio se da savlada sve što je neophodno za obavljanje posla kojim se sada bavi. Da bi savladao sve što je proces obuke od njega zahtevao, ostajao je i van planiranog rasporeda, a obuci prisustvovao i vikendom. Odgovornošću prema poslu u marketu u Kruševcu je dokazao da vreme koje je žrtvovao obučavajući se nije uzalud utrošeno. Kod otvaranja svakog novog marketa Ivanović je nudio svoju pomoć i aktivno učestvovao u punjenju svakog objekta.

Da je reč o dobrom radniku pokazuje i način na koji se Ljuba brine o robi, dokumentaciji i pomaže rukovodstvu marketa u odrađivanju tekućih poslova. Uvek se trudi da zadatke uradi do kraja i bez kašnjenja. Sva uputstva koja su mu data koristi i primenjuje i zato ja mislim da on svakoga dana napreduje, te da pravo vreme za ovog radnika tek dolazi, kaže Veroslav Spasojević, kontrolor maloprodaje DIS-a.



načinna za piće: sokove, alkohol i drugo, ali uglavnom kontrolišem i pratim prijem robe i njeno ubacivanje iz magacina u market. Pojavi se tu poneki problem, ali zahvaljujući dobroj komunikaciji sa Krnjevom, odnosno kalkulantima, sve se lako, brzo i bezbolno prevaziđe.

U saradnji sa kolegama Ljubodrag pamti samo lepe trenutke. Najznačajnijim ljudskim kvalitetima neophodnim za obavljanje posla u magacinu on smatra potrebu da posao bude obavljen na valjan način i da čovek ima volju za učenje.

- Ja rukovodim devetoricom magacionera DIS marketa u Kruševcu, sve su to dobri momci čiju podršku uživam i odlično funkcionišemo kao celina. Ophođenje prema robi u našem poslu je najbitnije, sve mora lepo da se spakuje i skladišti, inače može da se dogodi da roba propadne. Neophodno je sve odvojiti i spakovati baš onako kako to određena vrsta ro-

be zahteva. Zatim, treba pratiti rokove, ma, sve u svemu, treba baš dobro da poznaješ svih 12.000 artikala.

Kako god se u nekom trenutku činilo, u životu je najbitnije da je čovek kada se osvrne iza sebe, ipak pre svega srećan, jer ovo osećanje nemoguće je nadoknaditi svim materijalnim stvarima na ovom svetu, izgleda da Ljubodrag ima ovu privilegiju, pa svoj život živi baš na ovaj način.

- Ja sam po obrazovanju građevinski tehničar, što sa mojim sadašnjim poslom nema ni malo sličnosti. Ipak, poslom sam zadovoljan. Kada je o kućnim aktivnostima reč, u slobodno vreme ja se bavim poljoprivredom. Imam dvoje divne dece - sina i ćerku. Kad sve to saberem, ja fino živim i ne mogu da se žalim.

TRGOVINA KAO DEO PORODIČNOG NASLEĐA

Mesto Kovin u kome živi 14.800 stanovnika predstavlja dobar preduslov za uspešno poslovanje tri maloprodajna objekta "Alfa" trgovine. Prodavnice "Alfa", pažljivo su raspoređene na različitim krajevima Kovina kako bi udovoljili potrebama svakog meštana. Bavljenje trgovinom za Igora Lakićevića vlasnika, preduzeća "Alfa", predstavlja deo porodične tradicije, što je u smislu dobrog poznavanja tržišta na kome posluje značajna prednost u odnosu na one koji su tek početnici u ovom poslu, ta prednost bez sumnje se osetila i u poslovnim odlukama ovog trgovca.

Prve dve prodavnice preduzeća "Alfa" otvorene su 8. avgusta 2001. godine, a pre izvenog vremena odlučili ste se na otvaranje i trećeg prodajnog objekta "Alfa".

- Kada smo pre osam godina počeli sa radom raspolagali smo sa dva maloprodajna objekta, treću prodavnicu otvorili smo pre tri godine i u istom trenutku ušli u franšizu sa DIS-om. Mi smo i pre ulaska u franšizni odnos bili odani kupci DIS-a i gotovo svu robu pribavljali u Krnjevu. Na preporuku ljudi iz DIS-a koja se ticala predloga o tome kako bi mogli da se još čvršće povežemo i ojačamo i oni i mi, pomislio sam da im treba verovati i prihvatio uslove ponuđene za ulazak u franšizu DIS-a. Pokazalo se to kao dobar poslovni potez. Neki su u početku bili skeptici, kao problem se najpre pojavljivalo odbijanje da njihovi objekti budu brendirani, odnosno, nisu želeli da se na njihovim radnjama nalaze tende DIS-a. Ja nisam imao problem sa takvim stavovima, ušao sam u franšizu i zadovoljan sam svi-



me što sam postigao u ovom trogodišnjem periodu.

Kovin je mesto koje pruža niz potpuno drugačijih mogućnosti, zašto je baš trgovina vaše životno opredeljenje?

STR "ALFA" Kovin

- Otac mi je bio trgovac, rastao sam sa tim i učio od njega pa je tako to postalo i moj san. Sada i ja imam svoje radnje i ja sam trgovac. Sve ono što

sam do sada planirao ja sam i ostvario. Mišljenja sam da sam do ovog trenutka postigao planirani maksimum u svom poslu. Tri radnje su ono što sa trenutno raspoloživim potencijalima mogu da iskontrolišem i fizički postignem. Nestabilnost tržišta u ovom trenutku navela me je da ne razmišljam o daljem povećanju broja objekata i za to čekam neke bolje dane.

Pomenuli ste nestabilnost tržišta; Kovin pokrivete sa tri prodajna objekta raspoređena na različitim krajevima grada. Kako izlazite na kraj sa konkurencijom?

- Kako god da je, preživljavamo. Južni Banat na čijoj teritoriji se Kovin nalazi stagnira po pitanju poljoprivredne proizvodnje. Ljudi se okreću nekim drugim poslovima za koje smatraju da će im doneti profit. Sve u svemu posluje se nekako, mada se i ovde kriza oseća. Teško je opstati u Srbiji danas, bar kada je o sitnim trgovcima reč. Da bi privukli mušterije prinuđeni smo da činimo niz ustupaka; ja recimo dajem robu na odloženo plaćanje od 120 dana, trudim se da obezbedim i neke druge povoljnosti kako bi izašao u susret kupcu.

Neke vaše kolege, odrekle su se recimo više malih objekata zarad otvaranja jednog velikog prodajnog prostora. Imate li Vi ambicija u tom smeru?

- Sve ima svoju težinu. Po mom mišljenju manji objekti imaju i manje troškove, čovek manje daje sebe i ima manje obaveza. Sve je pitanje toga koliko i šta očekuješ od samog sebe. Mojim objektima pokrivam veliki deo Kovina, od prošle godine ovde imamo ozbiljnu konkurenciju, ali činjenica da se borimo potvrđuje da se na pravi način usmeravamo u ovom poslu zato ja i dalje ostajem veran manjim prodajnim prostorima, kaže Igor Lakićević, vlasnik prodavnica "Alfa".





mini jaffa maxi zabava



www.jaffa.rs

orange studio

PROFESIONALNI RAD PODRŽAN INOVACIJAMA JEDINI RECEPT ZA USPEH

Kompanija AL GROSSO jedan je od najvećih uvoznika i distributera ekskluzivnih prehrambenih proizvoda. Najpoznatiji proizvod koji posredstvom ove firme dospeva na srpsko tržište jeste PEZ. Pored PEZ-a, AL GROSSO uvozi i zastupa prestižne brendove, kao što su Chupa Chups i Fisherman's Friend, Storck, Ritter Sport, Witor's, Zaini, Papadopoulos, Nicole, Sara Lee (Ambi Pur i Kiwi), a kao najaktuelnije AL GROSSO postavlja proizvode zdrave hrane „Biotika“.

AL GROSSO je kroz svoju modernu distribuciju, razvijenu tako da pokriva celu teritoriju Srbije prisutan u 15.000 prodajnih objekata, od čega, preko 10.000 maloprodajnih objekata snabdeva direktno. Od 2005. godine AL GROSSO se osim u Srbiji sa svojom distribucijom nalazi i na tržištu Crne Gore.

- Firma je nastala pre 17 godina. Bila su teška vremena sankcija kada su društvena preduzeća polako gubila primat, ne uspevajući da se prilagode situaciji. Ja sam u to vreme bila vlasnik nekoliko radnji i iskoristila trenutak u kome se pojavila mogućnost za otvaranje privatne firme. Znajući šta je nedostajalo našem tržištu i zahvaljujući dozvolama ujedinjenih nacija koje su hranu tada oslobađale sankcija, mi smo otpo-

nje između naše dve firme u kojoj nije bilo problema ni u najtežim vremenima. Kroz saradnju sa DIS-om postali smo svedoci ozbiljnog razvojnog puta ove firme. Jako nam je drago što se DIS razvio, postajući jedan od najznačajnijih igrača, što omogućava pravilnu raspodelu lanaca na ovom tržištu gde definitivno treba da postoji zdrava konkurencija. Mi ćemo uvek biti tu da podržimo saradnju koja traje 16 godina. Mislim da obe firme imaju sluha za to kako opstati i napraviti dobru saradnju koja ne remeti interese ni jedne, ni druge firme, a da na kraju od toga koristi imaju krajnji potrošači. Poput DIS-a i mi smo sve ove godine ulagali u organizaciju i jačali znanjima koja smo donosili iz inostranstva. Radili smo na kvalitetnijim mogućnostima logistike u samoj firmi, kako bi smo u najkraćem mogućem roku robu dovezli do svakog našeg kupca i obezbedili da ona u kvalitetnom stanju stigne na određite, kaže Ksenija Fekete Cvetković, generalni direktor.

Sa razvojem jakih lanaca kakvim pripada i DIS uloga distributera će se sa godinama menjati. Gde u tom smislu vidite budućnost sopstvene firme?

- Možda mi nećemo više biti karika između dobavljača i velikih prodajnih lanaca, ali ćemo kao servis, distribuciju, marketing i negu robe na terenu kroz merčendajzing i promotivne aktivnosti biti interesantni i jednima i drugima, te u tome vidimo



jemo se sa malim proizvođačima koji za nas, po našoj licenci i recepturi, rade proizvode zdrave hrane kakvi danas postoje u svetu, a u budućnosti će biti sve interesantniji, sudeći prema trendu koji zdravu hranu prati na svetskom tržištu. Ovakvim proizvođačima pomoć ćemo da dođu do Hasap (HACPP) standarda i osnaže svoje kapacitete i da kroz zajednički rad dospemo do konačnog cilja, a to je izvoz na inostrano tržište. Mi se, kada je o srpskim brendovima reč, okrećemo novim stvarima na tržištu. Napravili smo dogovore sa jednom firmom koja se bavi čajevima čiji koncept je svetski osmišljen; druga firma se bavi proizvodnjom mint bombona po Belgijском konceptu i treća krem bananicama. Trudimo se da im pronađemo dobre partnere na domaćem i inostranom tržištu i to je još jedan od načina na koji radimo u cilju promovisanja srpskog brenda.

Neizostavna je činjenica da je vaše preduzeće nastalo u teškim vremenima kakva nam se kroz svetsku ekonomsku krizu nagoveštavaju i danas. Šta mislite kako će se današnja Srbija izboriti sa ovim ekonomskim trenutkom?

- Svakako da će Srbija iznurena teškim vremenima osetiti probleme krize u svetu, možda ne baš na način na koji se kriza odražava u razvijenim zemljama gde su ljudi navikli na luksuzan način funkcionisanja i rada. Mi smo i kao narod i kao privreda navikli da radimo u teškim okolnostima; imamo najpre tu borbenost opstanaka i sigurno ćemo se nekako prilagoditi. Hrana, odnosno naša branša koja se prodajom iste bavi, ima tu lagodnost da u teškim vremenima manje trpi u odnosu na druge branše, a mi ćemo se krizi prilagoditi. Ono što ćemo mi pokušati jeste da se ne oslobađamo broja radnika i da prilagodbom poslovanja probamo da opstanemo.



čeli saradnju sa stranim dobavljačima, prevashodno proizvođačima konditorske robe, sokova i gotovih jela i među prvima se pozicionirali kao jedan od najvećih uvoznika u to vreme. Godine našeg trajanja iskoristili smo da se razvijemo, ostajući u svojim okvirima i ne talasajući, prelazeći na ovo i ono, držali smo se konditorskih proizvoda naših stalnih dobavljača. Birali smo brendove koji su traženi na ovom tržištu i, kvalitetom i cenom, zadovoljavaju potrebe potrošača. U isto vreme trudili smo se da servis radimo što profesionalnije. DIS je jedan od naših najstarijih poslovnih partnera sa kojim saradjujemo od samog početka i ponosni smo kvalitetom sarad-

svoju budućnost. Mi smo sada uvoznik i proizvođač ruka velikim proizvođačima, ali se trudimo da istu ulogu imamo i kada je reč o malim proizvođačima. Na području Srbije pokušavamo da pronađemo partnere koje ćemo kroz saradnju osnažiti i postavili ih u poziciju jakih i interesantnih domaćem tržištu, ali i inostranim partnerima. Sa svim ovim u vezi mi se poslednjih godina pojavljujemo i kao distributeri domaćih brendova za koje procenimo da imaju budućnost i kvalitet koji ova firma oduvek neguje, kako bi te anonimne brendove, uz upotrebu naših znanja, pretvorili u poznate. U isto vreme negujući sopstveni brend zdrave hrane pod nazivom „BIOTIKA“ povezu-

Toffiffee®

STORCK®



PROLEĆNA MARKETINŠKA PODRŠKA

▣ **TV KAMPANJA**

▣ Promocije i degustacije

▣ POS materijal

- Slatki zalogajčići za svaki dan
- Izvanredna poslastica sačinjena od izvrsnih sastojaka karamele, lešnika, nugat-krema i čokolade
- Zdrava hrana za celu porodicu
- Slatkiš poznat u celom svetu
- Kvalitet garantuje nemačka kompanija Storck

TOFFIFEE U LUKSUZNYM USKRŠNIM PAKOVANJIMA



UKUS DOBRO KUHINJE

Kao najistaknutiji predstavnik italijanske kuhinje, testenine se pojavljuju u 9. veku. Proslavljene u doba Marka Pola, testenine su zajednički naziv za preko 350 vrsta rezanaca različitih oblika. Testenine su prešle put od hrane za iscrpljene pomorce, do kraljevske trpeze. Najmasovniju primenu u kuhinji danas imaju špageti, makarone i mnoge druge. Zbog svoje lake primene i pripremanja, dužine trajanja i prilagodljivosti najrazličitijim sastojcima, testenine su oduvek bile apsolutni hit u ishrani. Posne ili masne, u vegetarijanskoj, orijentalnoj, zapadnoj ili evropskoj kuhinji, malo koja druga namirnica može prevazići popularnost testenina.

DOBRO Fida, 400g
Fida, tanka fina testenina, prepoznatljiv je i nezamenljiv sastojak svake prave domaće supe. Jasno žute boje i jedinstvenog ukusa, DOBRO Fida sa jajima učiniće da u supama sa vaše trpeze uživaju i najveći gurmani.



DOBRO Makarona, 400g
Makarona sa jajima je osnov jednostavnog, zdravog i ukusnog jela za sve one koji žive brzo, ali ne žele da se odreknu gurmanskog užitka.



DOBRO Grkljančić, 400g
Ovaj tradicionalni oblik testenine sam po sebi predstavlja veliku inspiraciju, kako iskusnim domaćicama, tako i svima koji žele potpuni užitek u bogatom ukusu i jedinstvenom izgledu pripremljenog jela.



DOBRO Spirala, 400g
Karakterističan oblik DOBRO Spirale razlog je što je ova testenina nezamenljiv deo svake trpeze. Idealna za salate kao i prilog jelima od mesa DOBRO Spirala svoju popularnost duguje izgledu i kvalitetu.



Jogurt je jedan od najpopularnijih mlečnih proizvoda. Bilo da je dodatak obrocima ili obrok sam za sebe, od malih nogu uživamo u njegovom bogatom ukusu. Za one koji vode računa o zdravoj i izbalansiranoj ishrani, posebno uživanje čine jogurti sa niskim procentom ili čak potpunim odsustvom mlečnih masti.

DOBRO Jogurt 2,8 % mm, 1l, 0,5l i 0,2l
Kiselo-mlečni proizvod prijatnog, blagog i osvežavajućeg ukusa. Zbog svoje uravnotežene nutritivne vrednosti i sadržaja mlečne kiseline, jogurt ima značaj u ishrani svih osoba sa poremećenim metabolizmom, u ishrani trudnica, gojaznih osoba i dece.



DOBRO Jogurt 0,5 % mm, 1l, 0,5l i 0,2l
Ovaj fermentisani mlečni proizvod se zbog niskog sadržaja mlečne masti, svojih probiotskih svojstava, prisustva inulina, koji obnavlja mikrofloru creva i pospešuje apsorpciju kalcijuma i magnezijuma, savršeno uklapa u savremene trendove.

Puding je prva asocijacija na desert i poslasticu koja se proizvodi od kuvanog mleka i praha iz kesice. Nema deteta koje ga ne voli. Različitih boja i ukusa i "instant" brzine koju svaka zaposlena žena ceni. Zanimljivo je da su u Americi na kraju 19. veka puding promovisali kao zdravu hranu za decu i nemoćne. Tridesetih godina dvadesetog veka izmišljen je i instant puding i naglo se raširio svetom.

DOBRO Puding, 500g i 1kg
Puding je omiljena poslastica za celu porodicu, bilo da je pripremljen kao slatkiš ili oplemenjen voćem, keksom ili drugim sadržajima u zavisnosti od ukusa onoga ko ga konzumira. DOBRO puding je jedinstveni slatkiš često prisutan na našoj trpezi, ali i sastavni deo brojnih vrsta domaćih torti i kolača.



DOBRO Šlag pena, 500g i 1kg

Ovo je instant proizvod koji karakteriše praktična i ekonomična priprema. Upotrebljava se za pripremanje torti i drugih poslastica, kao dodatak toplim napicima, a može se konzumirati i sam kao poslastica bez ikakvih dodataka. Umućeni šlag krem koji se odmah ne upotrebi može se čuvati na temperaturi do +4°C.



Preko pedeset DOBRO artikala, pre svega robe široke potrošnje, do sada je našlo put do doma svakog kupca DIS marketa širom Srbije. Osim do sada isprobanih proizvo-

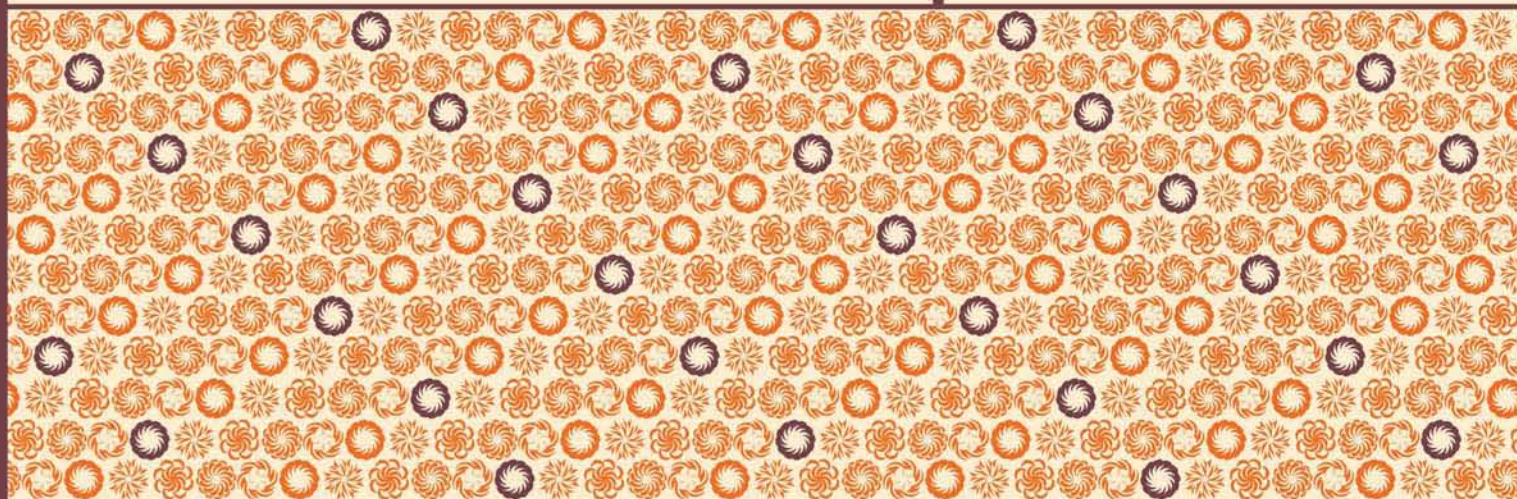
da, koji su na tržištu konkurentni cenom i kvalitetom, uskoro će potrošačima biti dostupan i DOBRO krem u tri različita pakovanja, težine 1kg, 500g i 200g, kao i deterdžent za

mašinsko pranje veša, težine 3kg i 6kg, dok će se jedan od najprodavanijih DOBRO artikala, DOBRO voda na tržištu pojaviti u redizajniranoj ambalaži.



RESTORAN DOMAĆE KUHINJE

meze



UŽIVAJ OVDE ILI PONESI KUĆI

Vrhunski izbor jela spremljenih po proverenim domaćim receptima. Kuvana jela, meso s roštilja, riba, deserti i bogat izbor pića učiniće vaš boravak u restoranu Meze prijatnim. Sva jela možete da naručite i za poneti, za porodični ručak i proslave. Upakovana u vrhunska pakovanja koja garantuju očuvanje higijenske ispravnosti i svežinu, jela restorana Meze biće kao upravo pripremljena još dugo po vašem povratku kući.

U SVIM DIS MARKETIMA

GOZBA OD DAVNINA



Arheološka otkrića jasno ukazuju da su se Sloveni, pored žita i prosa, hranili i mesom. Vizantijski istoričari zabeležili su da su seljaci na Balkanu jeli ječmeni hleb pomešan sa plevom, zatim zelje i kiseo kupus. Balkan je bio bogat i raznom divljači. Naši preci su u svojoj ishrani obilno koristili sušeno i soljeno meso, izuzev siromašnog zemljoradničkog življa koje je kao glavnu hranu koristilo namirnice biljnog porekla. U mnogim dokumentima pominju se i mlečni proizvodi. Od voća su bile zastupljene: jabuke, trešnje, kruške, grožđe, orasi, lešnici...

U pojedinim oblastima, bogatim ribom, postojala je obaveza da se ulov donosi na dvor Nemanjića. Teodor Metohit, opisujući bogati ručak koji je spreman na dvoru kralja Milutina, ističe da se jela: dunavska riba, meso jelena, divljeg vepara i ptica. Ribama je čak pridavan lekovit i magijski značaj u lečenju raznih bolesti.

Med je najčešće zamenjivao šećer. U srednjovekovnoj Srbiji pčelarstvo je bilo veoma razvije-

no. Naročito su se u gajenju pčela i razvoju pčelarstva isticali manastiri. I u poveljama kraljice Jelene (1280. godina) i cara Dušana (1355. godina), med se pominje kao značajna namirnica u ishrani.

Naseljavajući uglavnom šumovite predele, naši preci su prvo posude pošli da prave od drveta. Pored toga što je bilo nadohvat ruke, drvo je bilo i najlakše za obradu. Zatim, pravljeno je posude od gline i kamena. Pečeno posude je veoma dugo bilo u upotrebi. Drvenom kašikom jeli su ne samo siromašni već i bogataši. Poznato je da su u 12. veku na dvoru kralja Vladislava koristili posude jednostavne izrade. Kasnije, mešanjem sa susednim i drugim razvijenim narodima, došlo je do promene, pa se tako na dvoru kralja Milutina jelo iz srebrnog i zlatnog posuda.

Drvenu kašiku najpre su upotrebljavali samo domaćini porodice, ostali su jeli prstima. Kasnije su svi počeli da jedu kašikama. Viljuška dugo nije bila u upotrebi. Čak je, u 12. veku, sveštenstvo je viljušku oglašavalo kao „grešan razvrat“. Borba za uvođenje viljuške, makar i drvene, bila

je vekovna i mukotrpa, pa su sveštenici dopustili njenu upotrebu tek oko 16. veka.

Sofra (sinija) je bila značajan deo pukuštva. Sofra se pravila od daske, obično okruglog oblika i prečnika, zavisno od veličine domaćinstva (oko 3 lakta, prosečno). Oko sofre se sedelo na panjićima, tronošcima, nekoj tkanini, a najsiromašniji sedeli su na zemlji. Obično se svojim sedištem izdvajao domaćin. Njegovo sedište je bilo lepše i udobnije od sedišta ostale čeljadi. Sedište gosta bilo je posebno odvojeno, sa desne strane domaćina, mada je jeo sa ostalim ukućanima. U svečanim prilikama, ili kad dođu gosti, onda su svi članovi porodice, a i sami gosti, zastirali krilo jednim ili više malih peškira. Te peškire je, obično, nevesta donosila prilikom udaje i oni su se koristili samo u izuzetnim prilikama.

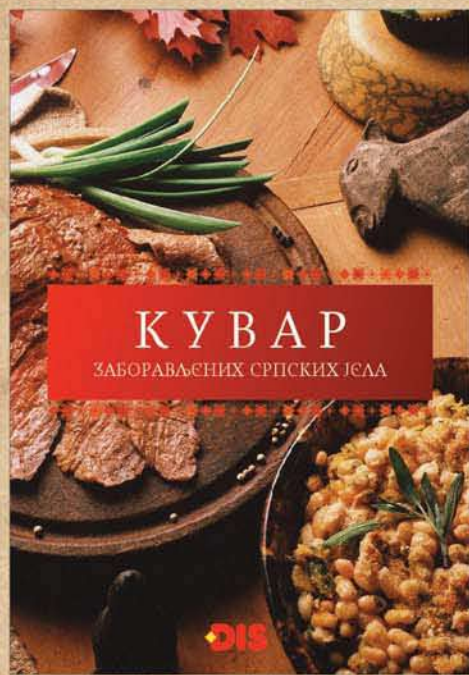
Prvobitni način spremanja jela danas deluje pomalo ritualno. Ali, uprkos mnogim nedostacima, ovaj način sadrži nešto vredno u sebi – u stanju je da zagolica ukus i najmodernijih gurmama.

ČEŠKE

1 pile
1 kg ječma
250 g masti ili ulja
univerzalni začim
so
biber

Pripremanje: Ječam oprati dva-tri puta u toploj vodi i ostaviti da stoji potopljen u istoj vodi 2 sata. Dno dublje posude premazati mašću ili uljem, staviti na njega pile koje takođe treba biti premazano mašću ili uljem. Preko mesa sipati oceden ječam. Sve preliti vrelom slanom vodom, da ječam i meso ogreznju u tečnosti. Kuvati na tihoj vatri oko 2 sata, poklopljeno, uz povremeno dolivanje vode dok se meso potpuno ne raskuva, tako da kosti mogu lako da se izvade. Viljuškom izvaditi kosti iz mesa i sve dobro promešati da se dobije jedinstvena masa. Služiti toplo.

DANI ZABORAVLJENE SRPSKE KUHINJE



„Dani zaboravljene srpske kuhinje” je još jedna u nizu akcija u organizaciji marketing službe DIS-a. Ova aktivnost namenjena ljubiteljima dobre kuhinje počela je 15.marta i podrazumeva pet ciklusa u trajanju od po 15 dana. Kroz ukupno pet lifleta sa akcijskim proizvodima, koji čine namirnice neophodne za pripremu starih srpskih jela, kupci će dobiti po pet novih recepata zaboravljene srpske kuhinje i mogućnost da kupovinom proizvoda u vrednosti od 1.000 dinara osvoje po jedan kupon uz svaki liflet. Sakupljanjem ukupno pet kupona, kupac stiče pravo da dobije ekskluzivni kuvar koji sadrži postupno objašnjene recepte za pripremu 50 zaboravljenih srpskih jela.

USKRŠNJA KUPOVINA



GODIŠNJICA MARKETA U JAGODINI

U prvoj godišnjici postojanja, u DIS marketu u Jagodini kupovalo je 430.200 kupaca. Na godišnjicu postojanja ovaj market posetilo je 1.620 kupaca, a njih 16 nagrađeno je besplatnom kupovinom svega što se u trenutku proglašenja stotim kupcem našlo u njihovoj korpi. Na ovaj način DIS market u Jagodini kupcima je poklonio je 35.000 dinara.

DIS market u Jagodini otvoren je 3. aprila 2008. godine kao četvrti u nizu DIS maloprodajnih objekata. Lokacijski specifičan, smešten u industrijskoj zoni i vidljiv sa auto-puta, u ovaj objekat površine 4.000 kvadrata polagana su velika očekivanja. Kako je zaista proteklo prvih godinu dana postojanja jagodinskog DIS marketa?

- Godinu dana rada našeg marketa za mene i sve moje kolege zaposlene u ovom objektu prošlo je neverovatno brzo. Naš objekat je, bez lažne skromnosti, lider ove vrste trgovine u našem gradu. Za razliku od ostalih trgovina koje od početka godine beleže niz oscilacija u prometu, mi smo bez obzira na ekonomsku krizu po pitanju prometa na istom nivou. DIS je napravio pravi potez nudeći ovaj objekat građanima Jagodine, a mi smo se kao kolektiv trudili da ne razočaramo naše sugrađane i nadam se da smo za ovih godinu dana ispunili njihova očekivanja. Današnji dan koji protiče u obeležavanju našeg rođendana, u isto vreme jeste i dan brojnih iznenađenja za kupce. Osim torte i besplatne kafe, svaki stoti kupac DIS marketa u Jagodini nagrađen je besplatnom kupovinom svega što je namerio da kupi u trenutku proglašavanja stotim kupcem, kaže Slobodan Jevtić, direktor ogranaka DIS-a u Jagodini.

Kakva su očekivanja kada je o budućnosti jagodinskog DIS marketa reč, odnosno, možete li da pretpostavite kako će market poslovati u narednih godinu dana?

- DIS market u Jagodini funkcioniše sa 72 zaposlena radnika. Mi smo kompaktni kolektiv i, zahvaljujući tome, u marketu sve funkcioniše kako treba. Moja su očekivanja da će u narednom periodu ovaj objekat zadržati isti nivo, a trudićemo se i da unapredimo svoje poslovanje. Objekat DIS marketa u Jagodini nalazi se u ulici Filipa Stankovića, u takozvanoj industrijskoj zoni. Ova zona se naglo razvija i sve je više poslovnih objekata koji svakodnevno „niču“ u našoj blizini. Radnici zaposleni u firmama koje nas okružuju svakodnevno se hrane u restoranu Meze, što, kada se dodaju i redovni kupci marketa, čini da je naš restoran jedan od vodećih u sistemu DIS-a.





- Stalni sam kupac DIS marketa i od otvaranja ovog objekta ovde kupujem sve što mi je potrebno. Ovde mogu da nabavim sve i više ne moram da obilazim dve ili tri prodavnice kako bih kupila sve što sam planirala. Za mene je to prva prednost ovog marketa. DIS market je po pitanju cena za sada najjeftiniji u Jagodini, što je za svakog kupca takođe značajna činjenica. Danas sam kao stoti kupac nagrađena besplatnom kupovinom u visini od 3.000 dinara. Inače se moji računi prilikom nedeljne kupovine u DIS marketu kreću od 3.000 do 5.000 dinara.

Gordana Milošević



- Redovni sam kupac DIS marketa u Jagodini i mogu da izrazim samo zadovoljstvo, kako asortimanom, tako i uslugom. Cene su znatno niže u poređenju sa drugim prodajnim objektima u Jagodini. Kupujući u DIS marketu uspevam da uštedim i do 20% u svom kućnom budžetu, što je, za ovu situaciju, priznaćete, značajna ušteda. Danas sam kao stoti kupac dobila robu u vrednosti od 1.200 dinara, što je dobar potez koji svedoči o zahvalnosti kupcima.

Radmila Miletić

BEZBEDNOST I ZDRAVLJE NA RADU

Svi radnici DIS-a bez obzira na posao koji obavljaju raspolažu neophodnim znanjem iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu, utvrđeno je testiranjem svakog zaposlenog ponaosob.

Zakonom o bezbednosti i zdravlju na radu potvrđene su mere koje se odnose na bezbednost i zdravlje zaposlenih. Na ovaj način poslodavac se obavezuje na sprovođenje utvrđenih mera koje se odnose na konstantno primenjivanje, proveru i poboljšanje mera bezbednosti i zdravlja na radu. Obuka zaposlenih za bezbedan i zdrav rad je zakonska obaveza i sprovodi se praktično i teorijski. Praktični deo obuke zavisi od radnog mesta na kome je zaposleni raspoređen, dok se teorijski deo sastoji od testa koji podrazumeva bezbednost i zdravlje na radu i prvu pomoć. Zakon o bezbednosti i zdravlju na radu nalaže niz obaveza poslodavcu. Konstantna primena, provera i usavršavanje mera bezbednosti i zdravlja na radu, osnovne su obaveze. U tom smislu poslodavac je dužan da uradi procenu rizika na radnom mestu za svako radno mesto ponaosob. Pored navedenih obaveza poslodavca, stoji i obaveza zaposlenih da se pridržavaju svih propisa o bezbednom i zdravom radu, da aktivno učestvuju u sprovođenju i daju sugestije i predloge poslodavcu.



Alpia

Dobrodošli
u zemlju
slatkih ukusa



STOLLWERCK
since 1839

OD 1. APRILA DO 30. JUNA VELIKA DIS NAGRADNA IGRA

Kupi & Pošalji

GLAVNA PREMIJA - ŠKODA FABIA



Ovo je sedma nagradna igra u organizaciji DIS-a. Aktuelni nagradni ciklus se, u odnosu na prethodne, razlikuje u načinu na koji će u igri učestvovati kupci DIS marketa i DIS franšiznih radnji. Visina računa, ovoga puta, nije uslov za učešće u nagradnoj igri. Dakle, bez obzira na to koliko novca potrošite u DIS marketu ili franšiznoj radnji, imate pravo da učestvujete u nagradnoj igri i ravnopravno konkurišete za neku od brojnih robnih nagrada. Kupci DIS marketa će se ovoga puta u nagradnu igru uključivati putem SMS poruke koja sadrži kod koji se kao posebna stavka štampa na svakom računu izdatom u nekom od šest DIS marketa. Kupci DIS marketa svako-

dnevno će biti u prilici da osvoje jednu od šest nagrada, dok će glavna nagrada - automobil ŠKODA FABIA biti izvlačena svakog drugog u mesecu, tokom tromesečnog trajanja nagradne igre. Cena SMS-a je više nego simboličnih 5 dinara plus PDV.

U DIS franšiznim objektima procedura je nešto drugačija. Svakog četvrtog u mesecu biće izvučena po 51 robna nagrada i po jedan automobil ŠKODA FABIA. Kupci DIS franšiznih radnji u na-

gradnoj igri, kao i do sada, učestvuju slanjem koverata sa fiskalnim isečcima na adresu: PTP DIS, Bulevar oslobođenja 1b, 11319 Krnjevo.

Nagradna igra traje tri meseca od 1. aprila do 30. juna. I kupci DIS marketa i franšiznih radnji biće u prilici da osvoje ukupno 6 automobila ŠKODA FABIA i mnoštvo robnih nagrada.

Sudoku galerija

	7		3			4	9	
5		3	4			7		
	4					5	3	
2				5	9	4		8
		8					2	
4	5			1	2	9		
		9	5				7	4
7	3			4				6
		4	7		6	3		

6			2			8		
		5		1				7
1	2		5				4	
				2				9
	5	6	8			3		
2							8	5
			1	5				
	7						1	
			7			4		

DIS	MALE TKANINE	RETKOST (LAT.)	JEDINJENJE AZOTA I VODNIKA	SUVIŠAK, REST UMAKATI, KVASITI	↓	KISEONIK PANČEVO	OBIM	DELOVI OTPLATE	TRIANGL AUSTRALIJE (SKR.)	DEO KAPUTA	NA ONAJ NAČIN	BERILIJUM
VIDI SLIKU												↓
DOBIT OD ŠTEDNJE U BANCİ							GLADIJATOR- SKA BORI- LIŠTA ZOLJA					
MIRIS						JESENJA TRAVA GLINA						SVETI (SKR.)
LJULJATI SE, KLATITI SE									BIVŠI (LAT.) KARAT			
GRAD U KONGU								DEO KUĆE				
SLABAŠNO												
IZVOD IZ TEKSTA												
↪					VOLT IGRA NA 64 POLJA							
CELZIJUS		ATMOSFER- SKA PADA- VINA										
UGLJENIK		POL ENKA										
SPEV			PORTUGA- LIJA	NAŠ PISAC, KAROLJ ČETVRTI VOKAL								
DIS	KARAKTE- RISTIČNO DOBA (GRČ.)											



Bela ukrštenica

DIS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	○	○	○	○	○	○	○	○			
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											



VODORAVNO: 1. Planina sa slike - Televizija (skr.) (1), 2. Beležiti - Japanska kopnena milja (1), 3. Italijanska televizijska voditeljka, Livija - Muški potomak (1), 4. Izazivati, iščikavati - Bioskop (1), 5. Borci u areni, gladijatori - Reka u Sibiru (1), 6. Mlada koza - Kormila (1), 7. Oznaka za tempo - Italijanska marka rashladnih aparata - Simbol iridijuma (4), 8. Ravnice, nizine (0), 9. Oznaka za anodu - Jednocifren broj (1), 10. Gasovito stanje vode (1), 11. Narandžasta boja (fr.) (0), 12. Suparnik, takmac (0).

USPRAVNO: 1. Važnost, značajnost - Trud, naprezanje (1), 2. Utvrditi lokaciju - Mera za površinu (mn.) (1), 3. Napadač (engl.) - Krepak (1), 4. Nasilnici, mučitelji - Ime glumice Mihić (1), 5. Razdaživanje, iritiranje - Inicijali režisera Lazića (1), 6. Udaranje batinom (0), 7. Atletičarka sa Jamajke, Merlin - Oznaka za tonu - Treći vokal (2), 8. Inicijali režiser Ilića - Omaška (nem.) (1), 9. Simbol silicijuma - Oznaka za rendgen (4), 10. Tročlani algebarski izrazi (0), 11. Berba grožđa, berba vinograda (0).

PANTHEON™

datalab Business operating system

Pretvorite podatke u profit!

Poslovni softver po Vašoj meri

- Efikasno odlučivanje i planiranje
- Potpuna kontrola nad poslovanjem
- Objedinjavanje poslovnih funkcija
- Jednostavna upotreba

Više informacija na www.execentar.com



Ex Ecentar d.o.o.
tel: 011 64 32 137



Sladže od meda

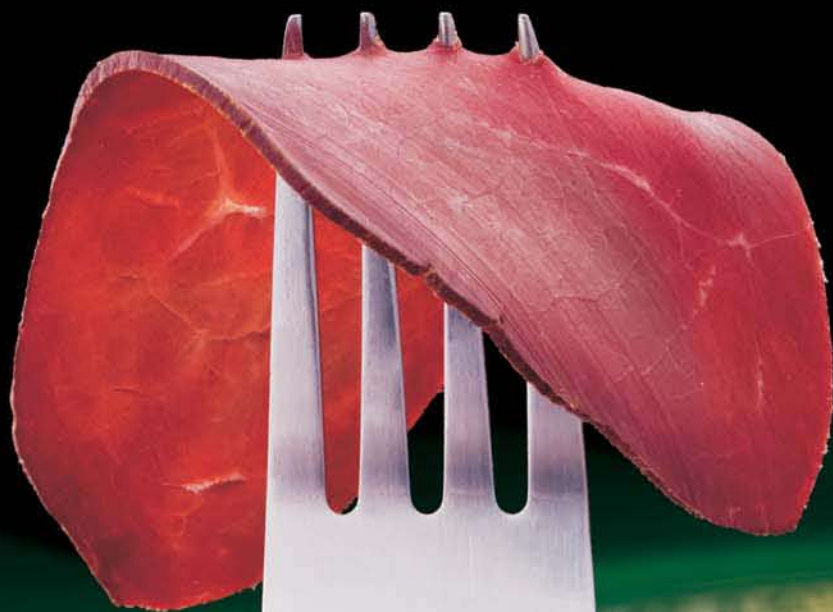


**“Mi u Ehrmann-u
smo napravili
voćni jogurt sa samo
0,1% mlečne masti,
ukusan kao da ima
3,2% mlečne masti”**



Ehrmann

MADE IN GERMANY



Амбалажу препознајете...
...баш као и укус

Од недавно у понуди
ГОВЕЂА САЛАМА
ПЛАНИНСКА КОБАСИЦА
КРАЉЕВСКА САЛАМА

Уживајте!

ЗЛАТИБОРАЦ

*Укус природе
Дух традиције*