

## MARKET SMEDEREVSKA PALANKA

Izgradnja svakog od naših do sada sagrađenih objekata, odvijala se prilično brzo. Potrebno je manje od tri meseca, od trenutka dobijanja neop-

hodnih dozvola, do ulaska prvog kupca u DIS market. Zadovoljni smo dinamikom kojom se odvijaju radovi na objektu u Smederevskoj Palanci. Građevinski i svi drugi radovi na ovom objektu biće završeni do 1. septembra, a svečano otvaranje DIS marketa u Smederevskoj Palanci planirano je za sredinu septembra. Od tog trenutka, građani Smederevske Palanke neće morati da zbog redovnih nedeljnih kupovina odlaze u su-

sednu opštinu Velika Plana, već će sve što im je potrebno nabavljati u svom gradu. DIS market u Smederevskoj Palanci zauzeće površinu od 2.000 kvadrata, sa raspoloživih više od 8.000 artikala. Prema dinamici razvoja DIS maloprodajne mreže, do kraja godine planirano je otvaranje još dva marketa u Požarevcu i Kragujevcu. Rok za izgradnju ovih objekata, biće usklađen sa vremenom potrebnim za dobijanje dozvola.



### SOK dobro

Ukoliko želimo da iz voća i povrća iskoristimo maksimalnu količinu vitamina i minerala, onda je najbolja opcija sok, jer ga organizam lako absorbira. Iz **dobro** palete proizvoda DIS Vam nudi četiri popularna voćna ukusa: breskva - jabuka, jabuka, tropikana i voćni koktel. Svaki od ponuđenih sokova **dobro** je u dvolitarskoj ambalaži.



### RAFTING TAROM

Kanjon Tare je drugi po dubini u svetu posle kanjona reke Kolorado. Dugačak 149 km, sa dubinom koja dostiže do 1300 metara, kanjon Tare poznat je kao najdublja i najoštija rečna dolina u Evropi. Stepenn atraktivnosti Tare je 3-4, dok je kategorizacija Kolorada 5.



Stark

Prima<sup>®</sup> mljivo

zar ne ?...



# 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.

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

[www.disyu.com](http://www.disyu.com)  
[www.dismarket.rs](http://www.dismarket.rs)

# Glasnik

## SADRŽAJ:

- 4 Uvoz kao razvojni potencijal
- 7 Novi market u Palanci
- 8 Radim ono što najbolje znam
- 11 Trudim se da pomognem ...
- 13 Ideja po kojoj smo prepoznatljivi
- 15 Jaffa biskvit uz koji se raste
- 17 DOBRO
- 18 P&G i DIS nagradna igra
- 20 Rođendan marketa ...
- 23 Sigurnost radnika

## LIDER ELEKTRONSKOG TREBOVANJA

*U proteklom periodu smo najavili nekoliko krupnijih promena u okviru kompanije. Sa zadovoljstvom mogu da kažem da smo uspeali da razvijemo dve nove poslovne aplikacije koje će biti od ogromnog značaja za naše kupce i dobavljače.*

Prva je unapređenje aplikacije za poručivanje robe B2C, a druga B2B portal za dobavljače na kome mogu dobijati izveštaje od značaja za njih. Implementacija aplikacije za poručivanje robe je u toku. Zaposleni iz prodaje i marketinga su aktivni na polju obuke i uvođenja kupaca u procese rada u aplikaciji. Radi se o modernoj aplikaciji, lakoj za korišćenje, sa odličnim sistemom pretrage i trebovanja svih artikala po više kriterijuma. Iz tih razloga, verujemo da će naši kupci prepoznati interes kao i do sada, i kroz ovaj način komunikacije sa DIS-om pokazati da i te kako brinu o troškovima, a time i unaprediti celokupno poslovanje. Prema Društvu informatičara Srbije naše preduzeće predstavlja apsolutnog lidera na polju B2C aplikacija sa gotovo 70% prometa koji se obavlja kroz elektronske oblike poručivanja. U narednom periodu očekujemo da taj procenat i dalje raste, a od ogromnog značaja će biti podrška naših kupaca.

Aktivnosti na razvoju franšizne mreže su pojačane, tako da se broj franšizanata DIS-a povećao na više od 300 privrednih subjekata, odnosno oko 700 prodajnih mesta. Franšizanti prepoznaju prednosti našeg sistema, koriste mogućnosti distribucije robne marke **dobro**, ostaju nam verni, što je odličan motiv kompaniji da nastavi sa unapređenjem sistema franšize.

Robna marka **dobro** postaje još jedna stvar po kojoj se DIS prepoznaje i razlikuje na našem tržištu. Brzim akcijama sa renomiranim dobavljačima u svim kategorijama, robna marka je za-



Darko Aćimović - generalni direktor DIS-a

uzela lidersko mesto. Poslednji proizvodi koji su uvedeni su sladoled i feta sir **dobro**. Pojačanim marketingom na prodajnom mestu očekujemo da će i ovi brendovi naći svoj put do potrošača. Trenutno je u sistemu 100 artikala robne marke **dobro** iz velikog broja kategorija.

U septembru nas očekuje još jedan značajan trenutak. Reč je o otvaranju sedmog po redu DIS marketa u Smederevskoj Palanci. Konkurisalo je više od 1.000 kandidata, a u uži izbor posle selekcije je pozvano oko 400 kandidata. Obuku u našim marketima u Velikoj Plani i Mladenovcu trenutno pohađa 60 kandidata koji stiču znanja i veštine od značaja za sve procese rada u kojima će učestvovati. Očekujemo da ćemo sredinom septembra građanima Smederevske Palanke pružiti odličnu uslugu i najniže cene, kao što smo to činili u prethodnom periodu u gradovima širom Srbije.



# UVOZNI PROGRAM RAZVOJNI POTENCIJAL DIS-A



Ranko Mijatović - direktor prodaje uvoznog asortimana

*Kompanija DIS je od 2004. godine uvoznim programima i distribucijom proširila svoju osnovnu delatnost – veleprodaju, i postala generalni zastupnik evropskih renomiranih proizvođača.*

Distribucijom uvoznih programa kompanija DIS nudi tržištu Srbije visoko kvalitetne proizvode renomiranih proizvođača po pristupačnim cenama. Ovo je oblast u kojoj se u DIS-u značajno napredovalo.

- Značaj distribucije ogleda se prvenstveno u tome da se zadovolje potrebe kupca, a kasnije i krajnjeg potrošača koji se kupovinom tog proizvoda odlučio da njime zadovolji svoje potrebe. Kvalitet distribucije određuje sposobnost distributera da svoje kupce brzo, efikasno i blagovremeno servisira. Osnovu kvalitetne distribucije čine: servis kupaca, prijem porudžbina, obradu porudžbina i transport roba do kupca. Kompanija DIS je stalnim napredovanjem i usavršavanjem, svoj način poslovanja dovela do savršenstva. Svojim kupcima obezbedila je, pored

standardnih načina i mogućnost poručivanja robe putem interneta i zahvaljujući tome, uspela da isporuku roba svede na najkraći mogući rok. DIS svakodnevno isporuči 500 tona različitih roba, pa se mora priznati da je veoma mali broj firmi koje se mogu pohvaliti ovakvim rezultatima.

**DIS je danas zastupnik nekoliko renomiranih svetskih kompanija proizvođača konditorskih i mlečnih proizvoda, kao i mesnih prerađevina.**

- U ovom trenutku portfolio uvoznog asortimana DIS kompanije čini 8 programa, od čega tri konditorska.

**FEDON** – Grčka kompanija proizvođač domaćih kolača – tulumbi, baklava, gurabije i sličnih. Ovi proizvodi su veoma brzo pronasli put ka krajnjim korisnicima, jer su od davnina poznati našim potrošačima. Veoma ukusni i raznovrsni proizvodi prihvaćeni su sa zadovoljstvom.



**STOLLWERCK** – Nemačka kompanija koja je u vlasništvu belgijske kuće Barry Callebate jedne od najpoznatijih svetskih proizvođača čokolade. Ova belgijska kuća je najveći proizvođač kakaosa na svetu sa preko 70 % ukupnog učešća. U ovom trenutku opredelili smo se za čokolade Alpia, koje svojim kvalitetom i cenom osvajaju potrošače.



**JADRAN GOTTINO** – Noviji program u Dis-ovoj ponudi. Trenutno su zastupljeni pojedinačni kroasani različitih punjenja. Kroasani makedoskog proizvođača veoma brzo su zauzeli svoje mesto kao užina i dezert naših školaraca.

U uvozni asortiman DIS-a uvrštena su i četiri mlečna programa.



**EHRMANN** – Jedan od Evropskih lidera u proizvodnji voćnog jogurta i dezertata, nemačka kompanija Ehrmann, i na našem tržištu veoma brzo je zauzela jednu od vodećih pozicija. Širok spektar visokokvalitetnih proizvoda potrošači su brzo prepoznali. Izdvojio bih dva proizvoda: Voćni jogurt Yoginos 0,1% sa sadržajem mlečne masti od samo 0,1%, koji je veoma popularan kod najmlađih, a veliki broj konzumenata ga koristi i u dijetetskoj ishrani; a drugi proizvod je Grand desert 4 you – premijum proizvod visokog kvaliteta. To je mlečni čoko–lešnik krem poslastica za prave sladokusce .



**RUPP** – Austrijska kompanija RUPP sa stogodišnjom tradicijom u proizvodnji sireva omogućila je našim potrošačima da probaju veoma kvalitetne topljene sireve, kao i sireve na biljnoj bazi. To je robna marka SUNNY veoma tražena u vreme posta kao topljeni i "slice" sir.



**ESTERLAND** – Topljene sireve upotpunili smo kačkavaljima edamer i gauda kompanije Esterland, koja posluje u najvećem koncernu nemačkih mlekarica Bayerische Milch Industry. Tvrdi sirevi sa preko 40 % mlečne masti, odličnom prodajom potvrdili istančan ukus naših potrošača.



**MY DAY** – Italijani, poznati gastronomi u proizvodnji poslastica, iz svoje fabrike MY DAY iz Bugarske šalju nam pavlake za kuvanje, šlag i gotov šlag u spreju, zahvaljujući kojem domaćice mogu veoma brzo spremirati omiljene slatkiše.



Tu je i program mesnih prerađevina: **PROMES** – makedonska kompanija iz Skoplja. Najsavremenijom opremom kao i primenom najmodernije tehnologije uz tradicionalnu recepturu, Promes se nameće kao lider u proizvodnji i preradi proizvoda od pilećeg mesa. Kvalitet ovih proizvoda prihvaćen je i u Evropskoj uniji, što je dodatni podsticaj za saradnju dve uspešne kompanije.



**Šta je opredeljujući faktor u izboru proizvoda iz uvoznog asortimana?**

- U izboru proizvoda iz uvoznog asortimana, trudimo se, pre svega, da zadovoljimo potrebe naših potrošača - da imamo visoko kvalitetan proizvod po najboljoj ceni. Naši uvozni programi se distribuiraju svim kupcima širom Srbije, kao i velikim maloprodajnim sistemima. Borba sa konkurencijom zahteva stalno prisustvo u maloprodajnim objektima uz neprekidne marketinške aktivnosti koje realizuje naša marketinška služba uz podršku naših kolega iz prodaje i merčandajzera.

Velikim brojem marketinških aktivnosti u vidu promocija, degustacija, upoznavanja potrošača sa proizvodima kroz maloprodajne objekte širom Srbije dobijamo povratne informacije od naših kupaca i potrošača i sugestije o njihovim potrebama. Ti podaci nam služe kao osnova za dalje planiranje i utiču na izbor i kreiranje naše dalje prodajne strategije.

Potrošače naših uvoznih proizvoda u prošloj godini nagradili smo vrednim nagradama. Njima smo dodelili 4 automobila, veliki broj tehničkih

uređaja – mobilnih telefona, MP4 playera i drugih vrednih nagrana.

Osim toga, svakog meseca deo proizvoda iz uvoznog asortima je na mesečnim akcijskim prodajama u DIS veleprodaji i DIS marketima. Zrelost i ozbiljnost kompanije DIS ogleda se i u tome što i u svojim marketima sa konkurentima sličnih proizvoda vodi ravnopravnu utakmicu u pridobijanju poverenja potrošača.

Otvaranjem i širenjem maloprodajne mreže DIS-a, u mogućnosti smo da još lakše sagledamo sve aspekte distribucije uvoznog programa. Takvim načinom poslovanja, ciklus od proizvođača do krajnjeg korisnika kompletno je zatvoren kroz strukturu DIS kompanije.

**Neki od proizvoda iz uvoznog asortimana DIS-a, čine sastavni deo robne marke dobro. O kojim proizvodima je reč i da li ima nagoveštaja da će u asortimanu dobro uskoro biti povećan broj uvoznih artikala?**

- Pod robnom markom **dobro** za sada radimo samo dva artikla, reč je o Promes pilećoj viršli u pakovanju od 800 i 100 grama. Ovaj proizvod je naišao na odličan prijem potrošača, pa smo odlučili da do kraja ove godine pokušamo sa proširenjem **dobro** asortimana još nekim od proizvoda iz uvoznog programa. Naša su očekivanja da ćemo uspeti da brendiramo neke od uvoznih sireva i tržištu ih ponuditi kao **dobro** proizvod.



**U kom pravcu će se raditi na proširenju uvoznog asortimana?**

- Mi svakako imamo u planu proširenje uvoznog programa, kako novim tako i proširenjem brendova postojećih uvoznih programa. Uvoz proizvoda u ovom trenutku nije lak posao. Morate preduzeti niz mera i provera da bi uvozni proizvod ponudili na domaćem tržištu. Naime, naše zakonske regulative nisu usaglašene sa međunarodnim zakonskim regulativama. Samim tim, dostupnost nekih proizvoda na našem tržištu je onemogućena. Prvenstveno mislim na sveže proizvode koji, da bi se našli na polici u prodaji moraju prvo, kao i svi ostali proizvodi, da budu ponovo zdravstveno prekontrolisani. Samim tim vreme koje je preostalo za prodaju posle brojnih analiza i svih administrativnih poslova je veoma kratko.

Nadamo se da će se potpisivanjem Sporazuma o asocijaciji i stabilizaciji sa EU, odnosno usklađivanjem naših zakona sa evropskim, ubrzati i omogućiti da našim kupcima i potrošačima možemo ponuditi što veći broj uvoznih svežih proizvoda.



Ki-Ki

# Ki-Ki

voćna fruit



Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki

bez umjetnih bojila  
no artificial colours



karamela - toffee

100 g / 3.5 oz

Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki

Ki-Ki



# NOVI DIS MARKET

## Ulica Nova bb - zvanična adresa DIS marketa u Smederevskoj Palanci

*Nameravajući da lancem svojih marketa, pre svega, pokrije male sredine neinteresantne stranim trgovačkim lancima, DIS je izgradio specifično poslovno opredeljenje. Svoje maloprodajne objekte DIS je počeo da podiže u mestima koja su prosto vapila za svojom autentičnom trgovinom, u kakvoj se najbrže mogu obezbediti sve potrebnosti za funkcionisanje domaćinstva. Svoj prvi maloprodajni objekat DIS otvara u Smederevu 2006. godine, a poslednji u nizu od ukupno šest objekata, otvoren je krajem 2008. godine u Lazarevcu. Nizu postojećih DIS marketa za nepunih mesec dana pridružiće se i objekat u Smederevskoj Palanci na čijoj izgradnji radovi uveliko traju.*

potrebno nabavljati u svom gradu.

Svi objekti DIS marketa u Srbiji su vizuelno prepoznatljivi i postoje dve veličine ovih objekata. DIS market u Smederevskoj Palanci zauzima površinu od 2.000 kvadrata, a prema najavama, u njemu će biti raspoloživo preko 8.000 najrazličitijih artikala.

- Kada je o veličini marketa reč, naše objekte možemo svrstati u velike prodajne prostore poput marketa u Smederevu, Kruševcu, Jagodini, Lazarevcu, i prodajne objekte manjeg tipa kao što su marketi u Mladenovcu, Velikoj Plani i sada Smederevskoj Palanci. Veliki DIS marketi zauzimaju površinu od 4.000 kvadrata i u njima je u svako doba više od 10.000 artikala. DIS marketi manjeg tipa prostiru se na površini od 2.000 kvadrata i u njima se prodaje više od 8.000 artikala. Svi DIS marketi poseduju res-



Radoljub Đurić - tehnički direktor DIS-a

marketa kupcima su dostupne usluge Komercijalne banke i Findomestik banke, što će biti slučaj i sa marketom u Smederevskoj Palanci. Vodeći se katalogom u kojem su grupisani proizvodi na mesečnom popustu, kupci mogu da kupe više od 180 proizvoda po cenama nižim u odnosu na običajene. Vikendom se u DIS marketima na posebnim akcijama mogu kupiti određeni proizvodi po cenama nižim i do 50 procenata.

Prema dinamici razvoja DIS maloprodajne mreže, do kraja ove kalendarske godine planirano je otvaranje još dva DIS marketa u Požarevcu i Kragujevcu. Rok za izgradnju ovih objekata, biće usklađen sa vremenom potrebnim za dobijanje svih zakonom propisanih dozvola.



Prva faza izgradnje DIS marketa u Smederevskoj Palanci

- Izgradnja svakog, od naših do sada sagrađenih objekata, odvijala se prilično brzo. Potrebno je manje od tri meseca, od trenutka dobijanja neophodnih dozvola, do ulaska prvog kupca u DIS market. Zadovoljni smo dinamikom kojom se odvijaju radovi na objektu u Smederevskoj Palanci. Ono što nas je donekle omelo u izgradnji, i što definitivno usporava i druge koji grade jeste sporost svih zakonom predviđenih procedura. Naime, prema nekim istraživanjima, u Srbiji je za dobijanje građevinske dozvole potrebno potrošiti čak 204 radna dana, a za pribavljanje svih saglasnosti neophodno je sakupiti preko 50 rešenja. U Smederevskoj Palanci smo, na svu sreću, naišli na razumevanje opštinskih struktura i nadležnih preduzeća, tako da kompletnu dokumentaciju već privodimo kraju. Građevinski i svi drugi radovi na ovom objektu biće završeni do 1. septembra, a svečano otvaranje DIS marketa u Smederevskoj Palanci planirano je za sredinu septembra. Od tog trenutka, građani Smederevske Palanke neće morati da zbog redovnih nedeljnih kupovina odlaze u susjednu opštinu Velika Plana, već će sve što im je

potrebno nabavljati u svom gradu. Objekti su klimatizovani i kupcima je obezbeđena prijatna kupovina. Ljubazno i nasmejano osoblje, širok asortiman, niske cene koje definitivno predstavljaju zaštitni znak DIS-a. U šest postojećih DIS



Druga faza izgradnje DIS marketa u Smederevskoj Palanci

# RADIM ONO ŠTO NAJBOLE ZNAM

*Živim u Velikoj Plani sa mužem, ćerkom i sinom. Suprug je nastavnik, a deca su završila fakultete, pa je sada na njima kako će dalje da se usmere. U današnje vreme veći deo dana provedeš na poslu, ali se trudim da se, koliko je to moguće posvetim i porodici. Radim posao koji volim i srećna sam, kaže Radmila Jovanović jedan od dva najbolja radnika DIS-a u proteklom periodu.*

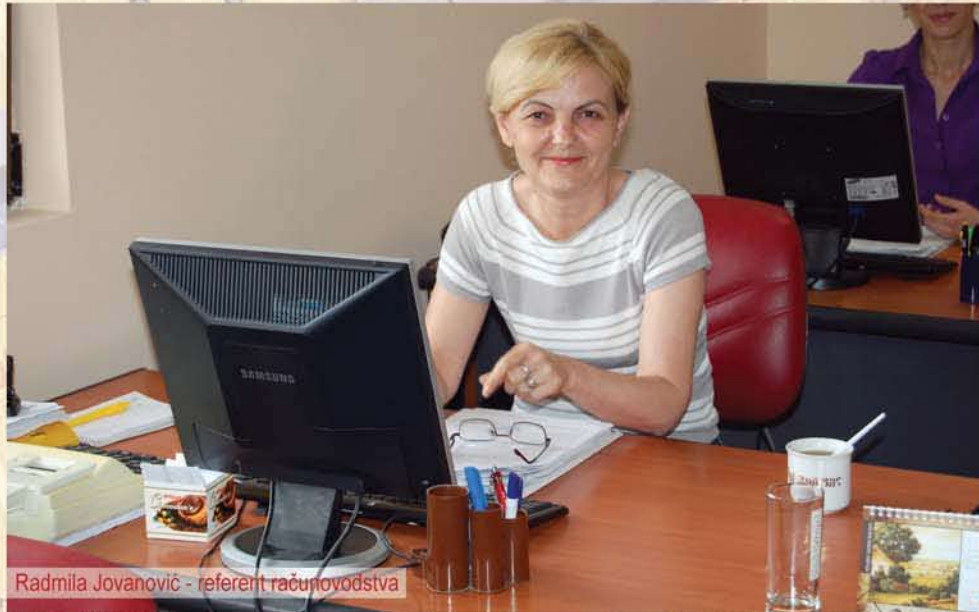
- Oduvek sam radila u knjigovodstvu. Ekonomsku školu u Velikoj Plani završila sam 1978. godine, a 1981. počela da radim na ciglani u Miloševcu, gde sam provela tri godine. Jedan kratak period radila sam u Jugoprevozu, zatim u Inexu, da bih 2006. godine počela da radim u DIS-u. U DIS-ovom knjigovodstvu radim već pune tri godine. DIS je prva privatna firma u kojoj radim. Moja zaduženja odnose se na dobavljače - zadužena sam za komunikaciju sa njima i knjiženje računa.

U odnosu na firme u kojima ste radili, ovo je specifična oblast. Koliko to može da bude otežavajuća okolnost u vašem poslu?

- Prvo, rad mi je ovde veoma olakšan primenom savremenih tehnologije, sve ovo što danas radim na računaru, nekada sam radila ručno. Knjižilo se ručno preko indiga na dnevniku uz pomoć kartica, pa se sve to sabiralo i ceo proces se odvijao vrlo sporo u poređenju sa brzinom kojom se to završava sada. Danas je sve brže i lakše, međutim nosilac čitavog radnog procesa je i pored sve tehnologije, ipak još uvek čovek.

Kako bi ste opisali posao kojim se bavite?

- Knjigovodstvo nikada nije bilo, kako se to kaže, na nekom glasu i oduvek smo smatrani knjiškim moljcima, ali sa druge strane ni jedna firma ne može da posluje bez knjigovodstva. Svako



Radmila Jovanović - referent računovodstva

ko samo poseti knjigovodstvo misli da se mi bavimo lakim poslom, uvek sedimo i na prvi pogled samo piskaramo. Međutim, istina je drugačija, u ovoj službi ima mnogo posla. Ja volim to što radim. U DIS-u ima puno posla. Ja vodim Krnjevo, Veliku Planu i Jagodinu i stalno sam u poslu koji nikada ne uspevam da završim do kraja. Čak i kada si predao obračun za prošlu godinu, posao nikada nije završen do kraja. Kada bi sada ponovo mogla da biram radila bih u prosveti. Lepo je raditi sa decom, mnogo je lepše nego sa odraslim osobama. Imaš drugačije radno vreme, godišnje odmore i sve je u prosveti mnogo drugačije.

Knjigovodstvo je jedna od najmnogoljudnijih službi u DIS-u. Kako se odvija komunikacija između vas i kolega, i kako ste vi reagovali na ovu vrstu priznanja za sopstveni rad?

## Ona je izuzetna osoba i sposoban radnik

- Kada sam došla u DIS Radica je bila prva na koju sam se oslanjala u svemu. Ona je jedna od retkih kojoj nije teško da bilo šta pokaže mladim kolegama, koji su zbog činjenice da su tek počeli da rade, sputani nedostatkom radnog iskustva i još uvek nisu samostalni u poslu. Možete mnogo puta da je pitate istu stvar i ona će uvek imati strpljenja da vam pažljivo pojasni svaki detalj. Izuzetna je osoba i vrlo sposoban radnik, ima brzinu i tačnost i u njenom radu nema grešaka. Mene je podržala u svemu. U dobrim je odnosima sa kolegama i svoje mišljenje uglavnom zadržava za sebe. Mislim da je bilo koja od njenih kolegica dobila ovu nagradu ona bi joj prva čestitala i rekla: „Svaka čast, drago mi je, zaslužila si“, kaže Slađana Mrašić, finansijska direktorka DIS-a.

- U knjigovodstvu DIS-a ima nas devet koje vodimo dobavljače i još tri kolegice koje brinu za plaćanja. Retko stižemo da komuniciramo međusobno, uglavnom po čitav dan gledamo u papire i neophodna nam je dobra koncentracija. Ova nagrada me je prijatno iznenadila i zahvalna sam svima koji su obratili pažnju i pozitivno ocenili moj rad. Norma ne postoji, ali ja sama planiram šta bi tog dana mogla da uradim. Dokumentacija stiže svakoga dana, i ako ne usmeriš sebe posao nikada nećeš moći da završiš. U proseku obavim preko 150 knjiženja dnevno, što je, kako znaju oni koji se bave ovim poslom, nesumljivo velika obaveza, završava Radmila Jovanović priču o računovodstvenim poslovima, njenom životnom opredeljenju.



Služba knjigovodstva



Vital



Mayovita  
delikatesni majonez

**Ehrmann**

Made in Germany

**DIS**



**Više od voća**

# TRUDIM SE DA POMOGNEM U SVEMU



Vladan Gavrilović - magacioner marketa u Mladenovcu



*Kada postaneš do sada najmlađi nagrađen radnik DIS-a, kompanije u kojoj radi 800 ljudi. To znači da u posao kojim se baviš zaista ulažeš sebe. Nije jednostavno takmičiti se sa starijom i iskusnijom konkurencijom. Vladan Gavrilović, magacioner DIS marketa u Mladenovcu imao je nešto drugačije snove. Međutim, posao kojim se trenutno bavi obavlja kao da je to oduvek bilo njegovo životno opredeljenje.*

Šta posao magacionera zahteva od radnika koji ga obavlja i koliko je teško baviti se njime?

- U DIS-u radim od otvaranja marketa u Mladenovcu. Radim na poslovima u magacinu, uglavnom na prijemu robe, ali ukoliko je to potrebno, vozim viljuškar i radim sve drugo poput dopunjavanja ostrva u marketu i sve u čemu mogu da pomognem. Oprobao sam se i u kucanju na kasi, mislio sam da je to mnogo komplikovanije, ali se ustvari ispostavilo da je, bar meni - lako. Moj posao je pre svega prijem robe. Kada u market dođe dobavljač, ja sam taj koji kontroliše svu robu i njenu ispravnost, pregledam rokove i vidim da li je roba oštećena, da li su stigle poručene količine ili je, u suprotnom, neophodno da napravim zapisnik o višku ili manjku. Otpis robe u marketu je takođe moj posao. Ovaj posao jeste pomalo težak, pre svega psihički, jer je neophodno tačno uraditi svu papirologiju, kako ne bi došlo do nekog manjka ili sličnih posledica. Fizički, nema tu baš nekih poteškoća. Svaki prijem treba uraditi pribrano i smireno, jer tu do greške ne sme da dođe. Sa kolegama saradujem odlično. Nas trojica koji radimo na prijemu robe, funkcionišemo savršeno. Od samog početka, računajući i dane obuke, mi smo zajedno. Prilično smo upoznali jedni druge i stvorili međusobno poverenje - to je dobro i za nas i za posao.

Da li si znao šta te očekuje kada si prihvatao posao koji radiš u DIS-u?

- Pa iskreno rečeno, nisam imao baš jasnu predstavu o tome, jer se nikada nisam bavio trgovinom i, osim iz perspektive kupca, nisam imao ideju kako to izgleda. Na obuci sam se maksimalno trudio da učim i uspem, uz pomoć kolega naravno. Moj šef Nenad Živanović veoma mi je pomogao da se uklopim. On je ranije radio u trgovini i naučio me mnogo toga.

Nekada se planovi ostvare, a nekada baš i ne. Šta si ti planirao da radiš u životu?

- Po obrazovanju sam elektro-tehničar automatike. Želja mi je, u stvari, bila da idem u vojnu gimnaziju, ali sam iz određenih razloga, nažalost, odbijen. Pokušao sam i sa vojnom akademijom, ali iz istih razloga nisam uspeo. Otišao sam u vojsku, i kada sam, konačno, shvatio da od akademije nema ništa, došao sam u DIS. Želeo bih da upišem neku školu. Ipak, sve zavisi od finansijskih sredstava. Ne znam koliko bih

uspeo da uklopim studiranje i rad, ali imam želju da se dalje obrazujem.

Znajući sada za tvoje želje po pitanju obrazovanja, u tebi je prepoznatljiv baš takav profil, a to prepoznaju i tvoji nadređeni.

- Znam ja ponekad i da planem, narocito kada se iznerviram oko neke bezvezne sitnice, ali to vrlo brzo prođe i ja se smirim. Uglavnom sam disciplinovan i uradim sve što nadređeni kaže.

## Upornost je njegova vrlina

- Vladan se ovde vodi kao magacioner, od samog početka rada marketa nalazi se na tom mestu. Njegova vrlina je upornost, nikada se ne predaje. Uvek do kraja uradi posao i ja sam presrećna što imamo takvog radnika. U poslu je odgovoran i njegove greške su prava retkost. U odličnim odnosima je sa kolegama, tako da je i sa te strane radnik kakav se samo poželeti može. On je prvi radnik marketa u Mladenovcu do sada proglašen najboljim radnikom, a sigurno je i jedan od najmlađih nagrađen tom nagradom, kaže Snežana Ilić, direktor ogranaka DIS-a u Mladenovcu.



# Rupp sir? Yes SIR!



100  
GODINA TRADICIJE



# FRANŠIZA

## IDEJA PO KOJOJ SMO PREPOZNATLJIVI

*U podnožju Karpata i Homoljskih planina, u zagrljaju plavog Dunava i zlatonosnog Peka, nalazi se Veliko Gradište. Opština Veliko Gradište prostire se na površini od 328 km<sup>2</sup> i obuhvata 28 naselja u kojima živi oko 28.000 žitelja. Opština je bogata brojnim turističkim potencijalima, a najposećeniji tokom letnje sezone je Srebno jezero, koje na ovaj teren dovede značajan broj turista sa svih strana. Potencijal u potrebi ljudi na ovim prostorima da svoja domaćinstva snabdevaju kvalitetno i po povoljnim cenama prepoznao je Ratko Savić i tako je 1994. godine formirao preduzeće „Savić prom“, čiji je on vlasnik i direktor.*

**Vaše preduzeće se vremenom razvijalo, pa ste danas značajna konkurencija i velikim trgovačkim lancima koji rade na području vaše opštine.**

- Preduzeće trenutno čini šest maloprodajnih objekata, od toga četiri marketa površine od 120 kvadrata i dve manje prodavnice sa ukupno 30 zaposlenih radnika. Firma je počela da se razvija iz jedne prodavnice, danas ih je šest, sa namerom da dalje širimo poslovanje. Ukoliko se sve odvija onako kako smo planirali, do kraja ove godine otvorićemo još najmanje dva objekta. Na teritoriji opštine Veliko Gradište moja firma ima najveći broj prodavnica. U Gradištu postoji konkurencija u vidu većih trgovačkih kuća, koje možda nude veći broj artikala, ali mi oni definitivno nisu konkurencija kada je reč o cenama robe. U mojim objektima "Savić prom" cene su najniže u Velikom Gradištu. Ovu činjenicu kupci dobro znaju, pa to potire ozbiljniju konkurenciju.

**Da li najava otvaranja dva nova objekta znači da kriza preterano ne dotiče vaše poslovanje, odnosno koja kategorija robe najviše utiče na vaš ukupni promet?**

- Dok se svi žale na ekonomsku krizu, ja ne mogu da kažem da u mojim objektima beležim pad prometa, već njegovo povećanje. Jedini problem je smanjenje razlike u ceni, pa je sve teže izlaziti na kraj sa troškovima, zato njihovom racionalizacijom pokušavamo da utičemo na bolje poslovanje. U ukupnom prometu sve više učestvuje akcijska roba. Umesto jednom nedeljno, kako se to odvijalo do pre nekoliko meseci, sada robu trebujem dva puta u sedam dana. Tako uspevamo da snabdemo potrošače akcijskom robom koja se uobičajeno brzo proda. Prepoznatljivi smo po činjenici da radimo sa vrlo malim maržama. Uz dobre nabavne cene kakve



Ratko Savić - vlasnik i direktor preduzeća "Savić prom"

imam u DIS-u to je pun pogodak. Inače, naše prodavnice u Velikom Gradištu zovu DIS, a ne „Savić prom“ i one važe za najposećenije objekte u okolini.

**Vi ste jedan od prvih franšizanata DIS-a, takođe ste sa poverenjem prihvatili i robnu marku dobro, koja se, kako sami kažete, u vašim objektima izuzetno dobro prodaje.**

- Sebe bez lažne skromnosti mogu da nazovem jednim od začetnika DIS franšize, jer sam jedan od prvih učesnika te ideje. Ja sam odavno video da će veliki početi da dolaze u manja mesta, i da je jedini način da mi mali preživimo -

formiranje nekog udruženja. Franšiza je, ipak, bila prava ideja, koja je dala rezultate i po kojoj postajemo prepoznatljivi. Kada je o robnoj marki **dobro** reč, za veoma kratko vreme ja vidim fenomenalne rezultate. Ljudi koji kupuju tu robu imaju samo reči hvale. Kako koji novi artikl izlazi, ljudi ga kupuju sa poverenjem stečenim kvalitetom proizvoda robne marke **dobro**. Hteo bi da predložim da DIS uvede i transportna vozila sa rashladnim uređajima ne bi li mogao da nas snabdeva jogurtom, sirom i drugim mlečnim prerađevinama ove robne marke. Moj predlog je da čak i hleb može da bude deo **dobro** ponude.



Jedna od šest prodavnica u opštini Veliko Gradište



a zašto da ne?



[Jafforidza.com](http://Jafforidza.com)

[www.jaffa.rs](http://www.jaffa.rs)

Jaffolitanke	Bar kod	Br. komada u tr. pak.	Transp. pak. (kg)	Br. tr. kutija na paleti
Kesica 140 g, sa kakao prelivom	8600114004417	36	5.040	45
Kesica 280 g, sa kakao prelivom	8600114004370	12	3.360	42
Horizontalni flowpack 100 g	8600114004516	48	4.800	72
Horizontalni flowpack 200 g	8600114004530	24	4.800	72
Kesica 120 g, bez kakao preliva	8600114004394	36	4.320	45
Kesica 240 g, bez kakao preliva	8600114004356	12	2.880	42

Marketinška podrška: TV, PRINT, OOH, Radio, POS materijali, PR i promocije.

# JAFFA BISKVIT UZ KOJI SE RASTE

*Historijat kompanije Jaffa pisale su brojne generacije koje su ovim biskvitom zasladile najlepše trenutke svog detinjstva, a sa ništa manje zadovoljstva Jaffa keks konzumirali su i njihovi roditelji. Poverenje koje je kod potrošača kvalitetom i specifičnim ukusom stekla Jaffa keksom, prenosilo se i na druge proizvode kompanije iz Crvenke koja danas zauzima leadersku poziciju u kategoriji proizvođača biskvita na ovim prostorima.*

**Kompanija Jaffa zakoračila je u četvrtu deceniju svoga postojanja. Jaffa keksu su se posle trideset godina pridružili i brojni novi slatki i slani proizvodi koji su vrlo brzo našli put do vernih korisnika. Nagli razvoj asortimana iznenadio je sve učesnike na tržištu, ali i naveo nas da verujemo kako vrlo uskoro možemo da očekujemo i druge novine, da li će biti tako?**

- Polovinom sedamdesetih godina u bačkom kraju intenzivno su se razvijale fabrike šećera, mlinovi brašna, farme jaja... Nekolicina privrednika odlučila je da iskoristi obilje sjajnih sirovina koje su bile na dohvata ruke i osnuje fabriku biskvita. Pregovaralo se sa nekoliko velikih svetskih kompanija. Izbor je pao na britanski „Mekvitis“, od koga je 1976. godine kupljena licenca za proizvodnju Jaffa keksa, a pet godina kasnije, i licenca za čuveni slatkiš Munchmallow. U poslednjoj deceniji Jaffa znatno širi svoj asortiman, i počinje najpre proizvodnju integralnog keksa O'cake i O'cake Choco Chips, a Jaffa biskvit i Munchmallow obogaćuje novim ukusima. Prava ekspanzija asortimana, počinje 2006. godine proizvodnjom Čajnog peciva i Domaćeg keksa. Krajem iste godine otpočinje proizvodnja čokoladnog krema Nugatta, a 2007. godine i proizvodnja tradicionalnog keksa Petit Beurre i još nekoliko sličnih proizvoda Polo keks, Petit Choco i Integralni Petit. Još jedan originalni proizvod je novi integralni keks Mill's Digestive, koji se u odnosu na druge izdvaja po niskom sadržaju masti. Mini Jaffa keks, Mini Petit Beurre i Mini Petit Choco su proizvodi koji nastaju nešto kasnije. Januara 2008. godine Jaffa počinje proizvodnju slanog grickalica i na tržište plasira mini verziju hrskavog kreker - Tak mini, kao i Tak ring, Tak ribice i Tak mix. Brzo stižući poverenje potrošača, Tak je ubrzo zaslužio novu ekstenziju brenda: Tak sir i Mini Tak Sir. Tokom 2008. godine, Jaffa je lansirala prvoklasne Nugatta napolitane i Jaffo Duo - napolitanke sa dve vrste fila. Svoj proizvodni asortiman kompanija Jaffa je zaokružila biskvitom Markize, čime je dodatno ojačala svoju leadersku poziciju u kategoriji biskvita, u kojoj već godinama ima dominantno tržišno učešće.

**Liderska pozicija u kategoriji biskvita obezbeđuje veliko tržište. Kakvo je buduće određenje kompanije po ovom pitanju?**

- Popularnost našeg brenda posebno je naglašena u bivšim jugoslovenskim republikama. Gotovo da nema nikakve razlike u popularnosti među potrošačima u Sloveniji, Hrvatskoj ili bilo kojoj bivšoj republici. U prvim mesecima ove godine 50 procenata ukupnog prometa ostvareno je na stranim tržištima. To je najbolji pokazatelj stabilnosti poslovanja „Jaffe“ van zemlje. Prisutni smo i u svetskim, pre svega - evropskim, lancima poput Bile, Kaufmana, Merkura... To tržište je podeljeno na dva segmenta: sa jedne strane su trgovački lanci u kojima je barijera ulaska za nas previsoka; a sa druge, takozvani etno deo tržišta koje su pokrenuli naši zemljaci ili Bugari i Rumuni. Tu je naša roba prisutnija, tamo čak i cene nemaju neku preteranu ulogu, jer se kupuje iz emotivnih razloga. Što se tiče planova za osvajanje novih tržišta, mi smo posve realni. Naš stav je da su prepreke za ulazak na zapadno i rusko tržište prevelike. Nekonkurentni smo čak i cenovno i, povrh svega, za razvoj u tom segmentu nemamo nikakvu podršku naše države. U fokusu za buduće dane su nam republike bivše Jugoslavije i eventualno zemlje u regionu, poput Rumunije, Bugarske, Albanije, Makedonija i delova Grčke. Tome dodajemo i teritoriju Kosova, gde živi više miliona albanskih stanovnika koji gravitiraju ka proizvodima srpske konditorske industrije i predstavljaju značajne kozumente. Eto, kako ćemo se usresrediti u perspektivi.

**U kojoj meri se ekonomska kriza odražava na proizvodnju i prodaju proizvoda kompanije Jaffa i da li ova situacija zahtevala prilagođavanje sveukupnog poslovanja?**

- Prošle godine imali smo dosta noviteta, ova godina je teška za sve, pa zato još uvek nećemo ići u ekstenzivno širenje portfolija. Analiziraćemo ono što smo uveli na tržište lani i proveriti efekte poslovanja u svim kategorijama. Imajući u vidu kako teče ova poslovna godina, ako bude noviteta to će biti u udarnim kategorijama. Pažljivo ćemo razmotriti mogućnosti da tržištu ponudimo nove proizvode. Naši kapaciteti omogućavaju proizvodnju novih proizvoda i to ćemo iskoristiti u narednim godinama.

**Agresivne marketinške kampanje i podrška društvene zajednice koja se ogleda kroz niz akcija, postali su vaš zaštitni znak.**

- Potrošači su nam uvek na prvom mestu, i nastojimo da obezbedimo komunikaciju sa njima na svaki mogući način. Marketing i PR aktivnosti u tom smislu, prate poslovnu politiku cele fabrike, a osim potrošačima, obraćamo se i lokalnoj zajednici, poslovnim partnerima, strukturama vlasti i slično. Značajno mesto u našoj PR strategiji zauzima briga za zajednicu i društvenu odgovornost, pa tako „Jaffa“ konstanto podržava one kojima je pomoć najpotrebnija. Godinama negujemo prijateljske odnose sa mnogim domovima za nezbrinutu decu i školama za decu sa posebnim potrebama, širom zemlje. Neretko obradujemo slatkišima decu u



Aleksandar Simić - direktor prodaje A.D. „Jaffa Crvenka“

školama iz okoline Crvenke, kao i decu na lečenje u bolnicama. Takve akcije smatramo svojom obavezom i one nisu nešto na čemu gradimo imidž fabrike, već način da mališanima ulepšamo svakodnevicu.

**Sa kompanijom DIS Jaffa saraduje od trenutka DIS-ovog postanka. Kako će se ova saradnja u buduće razvijati?**

- Kompanija DIS je jedan od ključnih partnera koji su omogućili da se naši proizvodi pojave u što većem broju prodajnih objekata u Srbiji. Takođe, kompanija DIS je prepoznala snagu našeg brenda kao mogućnost da svoju ponudu prema kupcima značajno pojača i obezbedi stabilan rast svog poslovanja. Kompanija Jaffa veoma ceni dosadašnju međusobnu saradnju i planira da je u narednom periodu podigne na još viši nivo - posebno sa aspekta unapređenja prodaje u DIS-ovim maloprodajnim objektima. Planovi razvoja portfolija naše kompanije poklapaju se sa razvojnim planovima DIS-a u maloprodaji. Mi ćemo se potruditi da kroz različite vrste promotivnih aktivnosti, privučemo što više potrošača u DIS-ove objekte gde će biti u prilici da kupuju naše proizvode, a sa druge strane ostati lojalni DIS-u. Ovom prilikom bih želeo da istaknem da mi je izuzetno drago što u Srbiji postoji kompanija koja je toliko logistički napredovala u direktnoj distribuciji da je u tom smislu veoma poželjan partner za bilo kakav vid predstavljanja novih proizvoda i podržavanja postojećih proizvoda naše kompanije!



dobro

ZA

**dobro**

PRANJE

dobro



# NOVI dobro PROIZVODI

## FETA SIR dobro

(7,5 i 1, kilogram i 500 grama)

Feta sir dobro predstavlja posebnu grupu belih, punomasnih sireva. Ukus fete je blago kiseo i nije suviše slan. Sir je četvrtastog oblika. Tekstura je čvrsta, glatka, kremasta, boja snežno bela u unutrašnjosti i na površini.

Feta sir je inače jedan od zaštitnih znakova grčke kuhinje. Feta sir potopljen u maslinovom ulju sa mediteranskim travama predstavlja vrhunski grčki specijalitet.

### Priprema:

Sir iseći na kockice prečnika jedan puta jedan centimetar i tako slagati u teglu. Sir redajte pažljivo kako se ne bi zgnječio. Kada teglu napunite do polovine, po ukusu dodati sledeće začine: mleveni biber, bosiljak, začine od povrća i malo iseckanog belog luka. Zatim dodajte ostali sir u teglu i dodajte istu kombinaciju začina, pa sve to prelite suncukretovim uljem. Teglu zatvoriti i pažljivo je izokretati da se začini izmešaju. Ovako pripremljen feta sir je ukusniji i sočniji, a njegov rok trajanja je mnogo duži.



## Kako sačuvati sir dobro?

Kada feta sir izvadite iz sopstvene vode, on se brzo isušuje i postaje gorak. Da bi ste to sprečili, marinirajte ga na sledeći način:

### Sastojci:

1. feta sir dobro
2. suncukretovo ulje dobro
3. sitno seckani beli luk
4. mleveni biber
5. bosiljak



## MESNI NAREZAK dobro i PAŠTETA dobro (100 i 150 grama)

Konsumirajući narezak i paštetu dobro obezbeđujete sebi kvalitetan mesni obrok bez minuta brige oko pripreme hrane. Ukoliko poželite da ipak uložite trud i od istih namirnica pripremite nešto drugačiji obrok, mesni narezak dobro pruža niz mogućnosti.

### Priprema:

Mesni narezak iseći na kolutove, pa uvaljati u brašno, jaja i na kraju u prezle. Pohujite u ulju dok ne porumeni.

### Potrebno je:

- 1 mesni narezak dobro
- 2 jaja
- 100 gr sira dobro
- Prezle dobro
- Brašno dobro
- So dobro
- Ulje dobro



## KEKSEVI dobro

Čajno pecivo u pakovanju 1kg, 500gr, i 275gr i Sendvič keks 125gr i 250gr, idealna su poslastica za svakog slatkošusa. Uz voćni sok dobro, keks dobro može poslužiti kao slatka i brza užina tokom vrelih toplih dana.



## SOK dobro

Ukoliko želimo da iz voća i povrća iskoristimo maksimalnu količinu vitamina i minerala, onda je najbolja opcija sok, jer ga organizam lako absorbuje. Iz dobro palete proizvoda DIS Vam nudi četiri popularna voćna ukusa: breskva - jabuka, jabuka, tropikana i voćni koktel. Svaki od ponuđenih sokova je zapremine 2l.



# PROCTER & GAMBLE

## NAGRADILI KUPCE DIS MARKETA



Slavica Nešić iz Markovca jedna je od dobitnika u nagradnoj igri P&G.

- Poslala sam račun na kome su se nalazila tri artikla ove firme, a za uzvrat dobila vrednu nagradu u vidu ovog skutera. Do sada sam osvajala sitnije robne nagrade, ali ovako vrednu nagradu još nisam dobila. Često šaljem račune za kupljene proizvode i igram dosta nagradnih igara.



Anica Stanković iz Smedereva, dobitnik je glavne nagrade, automobila ŠKODA FABIA.

- Nije ovo moje prvo učešće. U nagradnim igrama učestvujem od kada su počele, ali sam ipak bila šokirana kada sam osvojila glavnu nagradu, a verujem da to niko ne očekuje. Za auto sam položila pre 20 godina, ali nisam aktivno vozila, pa ću sada da obnovim svoje vozačko znanje. Često koristim proizvode P&G. Ovoga puta kupila sam Ace, neki od njihovih šampona i sapuna, jer se nalaze među ubedljivo najboljim proizvodima.



Aleksandar Stojadinović iz Smedereva kaže:

- Ovaj skuter su zapravo na moje ime osvojili moji roditelji. Ja sam student u Beogradu i došao sam danas kako bih podigao ovu nagradu i zahvalio se onima koji su me nagradili. Do sada još uvek nisam imao nikakvo prevozno sredstvo u sopstvenom vlasništvu. Nedavno sam dobio vozačku dozvolu.



# KUPI & POŠALJI

## ZAVRŠENA DIS NAGRADNA IGRA

### DOBITNICE DRUGOG I TREĆEG KOLA



Niš

- Ja sam Olgica Arandelović, dobitnik ŠKODE FABIE u drugom kolu DIS franšizne nagradne igre. Stalna sam mušterija marketa Amanda u Nišu, pre svega jer sam zadovoljna asortimanom i uslugom, pa sve što mi je neophodno kupujem kod njih. Za ovu nagradnu igru poslala sam četiri koverta. Ovo je prvi put da učestvujem u nagradnim igrama i to zahvaljujući reklami koja me je navela na pomisao da učestvujem i oprobam sreću. I kao što vidite zaista mi se posrećilo.

Snežana Milanović iz Jagodine je dobitnica glavne nagrade automobila ŠKODA FABIA u drugom kolu nagradne igre KUPI I POŠALJI namenjene kupcima DIS marketa širom Srbije.

- Jesam igrala, ali ne i očekivala glavni dobitak, zato je moja sreća još veća, stvarno sam presrećna danas. Imam nameru da auto poklonim ćerki i zetu, za nas starije dovoljno je i ovo što imamo. I ja i ćerka u DIS-u kupujemo od otvaranja marketa i tako će i ostati. Preporučujem svima da igraju i želim da dobiju.



Jagodina



Mladenovac

Violeta Jovanović iz Mladenovca, dobitnica automobila ŠKODA FABIA u trećem kolu nagradne igre KUPI I POŠALJI ne krije nevericu u trenutku obaveštavanja o ovom neočekivanom dobitku:

- Nisam mogla da poverujem da sam dobitnik ovog auta. Kada ste mi javili bila sam potpuno zbunjena. Sutradan sam zvala centralu DIS-a da proverim da li je to tačno i ljudi, istina je, šta da vam kažem. Automobil nam zaista znači, uopšte ga nismo imali. Ja sam stalni kupac DIS marketa u Mladenovcu, igram sve DIS nagradne igre, ali ovo mi je prvi dobitak. Ranije sam verovala da se u nagradnim igrama kupci nagrađuju samo manje vrednim nagradama, a da je osvajanje vrednih nagrada samo priča za javnost. Međutim, sada znam da je stvarnost potpuno drugačija.

Automobil ŠKODA FABIA u trećem i poslednjem kolu DIS franšizne nagradne igre osvojila je i devojčica Tamara Simić. Tamarini roditelji su redovni kupci u prodavnici „Fortuna“ u Arandelovcu.

- Automobil ŠKODA FABIA osvojila je moja ćerka. Nije nam prvi put da učestvujemo u nagradnim igrama DIS-a, ali je ovo naš prvi veliki dobitak. Tamara je još uvek mala, pa nam je (pošto saobraćajna dozvola glasi na njeno ime), dozvolila da koristimo automobil, a da joj u zamenu kupimo slatkiše i igračke, kaže Živojin Simić, tata male dobitnice.



Arandelovac

# DRUGI ROĐENDAN MARKETATA U VELIKOJ PLANI



Novica Radivojević - direktor ogranka DIS-a

*DIS market u Velikoj Plani 12. jula obeležio je drugu godišnjicu postojanja. DIS je ovim povodom svakog stotog kupca nagradio besplatnom kupovinom svega onoga što je želeo da kupi u trenutku proglašenja jednim od stotih kupaca, a torta, šampanjac i rođendanska kafa za sve posetioce DIS marketa bili su sastavni deo ovog rođendanskog slavlja. Podsećanja radi, u DIS marketu u Velikoj Plani u periodu od godinu dana, kupovalo je 700.000 kupaca, a tokom slavljeničkog dana njih 2060, od kojih je njih 20 nagraćeno besplatnom kupovinom.*



Monika Andrijević - stoti kupac

- Današnji račun iznosio je 1.221 dinar, inače u DIS marketu u Velikoj Plani kupujem svakodnevno. Stanujem u blizini. Odgovara mi lokacija, ali ono što me kao kupca privlači jesu niske cene, količina i izbor robe. Usluga je dobra, zadovoljna sam. Nadam se da će pred početak školske godine moći da se kupi i školski pribor, jer sam ga ovde kupila i prošle godine. Zadovoljna sam to sam osvojila besplatnu kupovinu, ali bez obzira na to ostaću verini kupac DIS marketa, kaže Monika Andrijević.

- Ja sam Gajić Slavica i redovni sam kupac DIS marketa. Nisam znala za današnji rođendan marketa. Došla sam da kupim pekač koji mi je neophodan i još neke sitnice za domaćinstvo. Mnogo mi znače proizvodi na redovnim mesečnim sniženjima i vikend akcijama. Iznenadila me je akcija nagrađivanja stotih kupaca zahvaljujući kojoj mi je poklonjeno 1.500 dinara u robi. Mislim da je to lep gest kojim ispoštujete kupce.

- Ja sam iz Smederevske Palanke, ali redovno dolazim u DIS market u Plani, jer ga kod nas još uvek nema, radujem se tome što će, kako sam čuo, uskoro biti otvoren i u Palanci. Odlazim i u market u Jagodini i Lazarevcu kada putujem na tu stranu. U DIS-u Kupujem sve što mi je potrebno i na taj način ostvarujem uštedu od najmanje dvadeset posto za svoj kućni budžet, kaže Milosav Arandelović.



stvarno. Razlog što ovaj DIS market posećujem stalno jeste u izboru robe i dobrim cenama, a i dečica koja rade ovde su jako ljubazna. Iz svih navedenih razloga kupovina u DIS-u mi prija, kaže Zagorka Jovanović.



Sanja Stevanović - kontrolor maloprodaje DIS-a

Istina je da je ovo jedan od najvećih marketa na ovim prostorima, ali u isto vreme i samo jedan u nizu DIS-ovih marketa. Market je površine 2.000 kvadratnih metara i sa asortimanom od 8.000 artikala. Kada je o ovom marketu reč, od trenutka njegovog otvaranja, čemu sada ima već dve godine, mi smo do danas sve zadovoljniji porastom prometa u ovom objektu. Broj od 1.700 do 2.000 kupaca dnevno je pokazatelj da nam se kupci neprestano vraćaju, što znači da smo, kada je o marketu u Velikoj Plani reč, ispunili svoj zadatak. U našem asortimanu dostupni su proizvodi po meri svakog kupca, naročito od kada intenzivno radimo na razvoju sopstvene robne marke **dobro**, kroz koju potrošačima nudimo proizvode odličnog kvaliteta po znatno nižim cenama, u odnosu na iste proizvode matičnih proizvođača, kaže Sanja Stevanović, kontrolor maloprodaje DIS-a.

- Nisam znala za ovu akciju i iskreno sam se iznenadila. Moj današnji račun nije naročito veliki, s obzirom na račune kakve svakodnevno pravim, ali ja sam i za ovo zahvalna. Hvala

# Kako da zaradite **VIŠE** novca i bolje iskoristite vreme?



**Zašto koristiti DCDIS portal?**

- Ušteda novca i vremena
- Trebovanje sa bilo kog mesta
- Potreban je samo jedan računar i veza sa internetom
- Stalna podrška iz IT i marketing sektora DIS-a

**Ušteda novca i vremena**

Na razdaljini od 50km (100km u oba pravca) štedi se 700 dinara goriva, amortizacija vozila, 2 sata provedena u vožnji koja možete iskoristiti za obavljanje drugih poslova ili odmor.

\* Uputstvo za korišćenje DC DIS portala

**Dobrodošli u DCDIS portal za kupce!**

DCDIS portal namenjen je svim kupcima DIS-a u veleprodaji. Online poručivanjem robe uštedite novac i vreme. Trebovanje možete napraviti bilo kada i bilo gde a potreban Vam je samo računar i veza sa internetom. Za sve nedoumice u vezi korišćenja portala na raspolaganju Vam je podrška IT i marketing sektora DIS-a. Portal je u fazi testiranja pa ukoliko imate neku primedbu ili sugestiju kontaktirajte nas putem telefona 026/330-142 ili na email [iskokic@disyu.com](mailto:iskokic@disyu.com).

© Copyright 2009 DIS d.o.o.Sva prava zadržana. Design by: DIS PR & Marketing

Trebovanje robe putem Interneta  
NOVA GENERACIJA

[www.dcdis.rs](http://www.dcdis.rs)



# RAFTING TAROM ADRENALINSKA INJEKCIJA

## Radnici DIS-a na aktivnom odmoru

Tara je drugi po dubini kanjon u svetu posle kanjona Kolorada. Dugačak 149 km sa dubinom koja dostiže i do 1300 metara, kanjon Tare je poznat kao najdublja i najoštrija rečna dolina u Evropi. Stepen atraktivnosti reke Tare je 3-4, dok je kategorizacija reke Kolorado 5. To znači



Podstaknuti pričom o lepoti reke i dozi adrenalina kakvu samo ova vrsta plovidbe može da pruži, šesnaestorica zaposlenih u DIS-u uživalo je izazovima reke Tare baš u doba godine kada je ova reka najveći izazov.

- Rafting se odvija od Brštanovice do Bastasa u delu toka gde je Tara najzujbudljivija. Na tom

Tare definitivno je istina, a nas šesnaestorica smo imali sreću da saznanja iz priča potvrdimo u praksi. Sam rafting zahteva određeni fizički napor, ali se on lako podnosi zbog kompletnog doživljaja, koji se dugo pamti, kaže Goran Rakić, direktor IT sektora DIS-a.



potezu, u dužini oko 21km, jedni za drugim, smenjuju se bukovi i mirne vode, a dubina kanjona prelazi i 1200m. U zavisnosti od vodostaja reke, svaki put drugačije na drugom mestu, pojavljuju se peščane plaže na kojima se možete okupati. Sve što ste čuli o doživljajima reke



da po atraktivnosti i avanturi koju Tara pruža, ona spada u sam vrh divljih reka. U poređenju s pustoši velikog kanjona Kolorada, kanjon Tare deluje kao prašumsko područje. U njemu preovladava svetlo zelena boja bujnog listopadnog rastinja i tamno zelena boja četinarara. Reka Tara prima svoje pritoke najvećim delom sa planina Komova, Sinjajevine, Durrmitora i Ljubišnje. Sa rekom Pivom sastaje se na Ščepan polju i čine Drinu.



Dorđe Krstić, Ivan Petković, Vlada Panić, Dalibor Radovanović, Petar Marković, Mirodrag Makarić, Dalibor Radovanović, Predrag Milovanović, Milan Živanović, Maksim Bulut, Bojan Nikolić, Predrag Lazić, Željko Nikodijević, Ivan Šulejčić, Goran Rakić, Bojan Stojadinović

Bistra, zelena voda Tare spada u A kategoriju, pitka je celim tokom, daruje pejzažu njenog kanjona svežinu, blistavost i pokret u impresivnom dizajnu rečnog korita sa svojim bukovima, vodopadima, pritokama i drugim prirodnim fenomenima koji se samo ovdje mogu naći. Ovo je prilika da isprovocirate adrenalin, i doživite netaknutu prirodu kakva se još retko gde može sresti. Samo jedan dolazak na rafting probudiće avonturistički duh.

# sigurnost RADNIKA

agencija za bezbednost na radu

## DIS najzahtevniji klijent

*Agencija „Sigurnost“ osnovana je 20. Septembra 2004. godine. Poslovno usmerenje ove specifične agencije odnosi se na pružanje administrativnih usluga i promet nekretnina. Samo deo poslovanja zalazio je u oblast koja danas predstavlja njihovu osnovnu delatnost, ali ne u obimu u kakvom to rade sada jer su same zakonske regulative bile potpuno drugačije.*



Vesna Stanojković - direktor agencije "Sigurnost"

- Sa promenom zakona o bezbednosti i zdravlju na radu, omogućeno je da se pravna lica ili preduzetnici licenciraju za obavljanje stručnih poslova iz oblasti bezbednosti i zdravlja na radu. Od januara 2008. godine, naše poslovanje se temelji na pružanju usluga iz bezbednosti i zdravlja na radu i zaštite od požara. Trenutno zapošljavamo tri stručna lica koja vode tu oblast, a u posao su povremeno uključeni i stručni konsultanti. Imamo i jednog IT menadžera koji iako još uvek školarac, odgovara izazovu rešavanja problema u oblasti za koju ga angažujemo. Povremeno saradujemo i sa psihologom i službom Medicine rada oko onih radnih mestima za koje se proceni da je to potrebno, kaže Vesna Stanojković, direktor Agencije „Sigurnost“.

**Vas angažuju firme koje još uvek nisu završile akt o proceni rizika. Da li je bitno kojom se oblašću preduzeće bavi, kako bi ste prihvatili posao i koje područje teritorijalno pokrivate?**

- Trenutno servisiramo jedanaest firmi uključujući i DIS koji je definitivno naš najzahtevniji klijent. Preduzeća sa kojima saradujemo posluju u različitim oblastima. Za klijente imamo nekoliko građevinskih, trgovinskih firmi, prerađivače voća i povrća, mlinsko pekarsku industriju i jedan rasadnik. Preduzeća koja servisiramo nisu

samo sa područja opština Palanka i Plana već i šire. Procenu rizika radili smo i za preduzeća iz Beograda, Arandelovca, Požarevca, Petrovca, Mladenovca, Smedereva i Vlasotinca. Na području Podunavskog okruga, u ovoj oblasti, konkurencije gotovo da i nema.

**Kakvu proceduru zahteva izrada akta o proceni rizika?**

- Akt o proceni rizika, jeste akt koji sadrži opis procesa rada sa procenom rizika od povreda ili oštećenja zdravlja na radnom mestu u radnoj okolini. On sadrži i mere za otklanjanje ili smanjivanje rizika od povreda ili oštećenja zdravlja u cilju poboljšanja bezbednosti i zdravlja na radu. Procena rizika jeste sistematsko evidentiranje i procenjivanje svih faktora koji u procesu rada mogu uzrokovati nastanak povreda, oboljenja ili oštećenja zdravlja i utvrđivanje mogućnosti, odnosno načina sprečavanja, otklanjanja ili smanjenja rizika. Sprovođenje naloženih mera, nadzire lice za bezbednost na radu u samoj firmi, ili posebno angažovano lice sa licencom i inspeksijska služba za tu oblast. Svaki nedostatak se zapisnički konstatuje i prezentuje poslodavcu koji nalaže otklanjanje istih.

**Osim izrade akta o proceni rizika vi obavljate i uslugu osposobljavanja radnika za bezbedan rad i takođe izrađujete nekoliko posebnih pravilnika.**

- Osposobljavanje radnika za bezbedan rad vrši se prilikom zasnivanja radnog odnosa ili u slučaju promene radnog procesa ili radnog mesta određenog radnika. Osposobljavanje

podrazumeva teoretsko i praktično znanje. Praktičnu obuku vrši poslodavac, a mi obavljamo teorijsko osposobljavanje i proveru znanja putem testiranja. Posle toga sačinjavamo zapisnik o izvršenoj obučenosti radnika i izdajemo obrazac kao svedočanstvo da je radnik osposobljen za bezbedan rad. Radimo i elaborate o uređenju gradilišta i bavimo se pružanjem administrativnih usluga vezanih za pomoć pri otvaranju radnji. Radimo i niz pravilnika vezanih za zaštitu zdravlja i bezbednost na radu i zaštitu od požara. I na kraju posređujemo između preduzeća kojima je potrebna, i onih koje vrše usluge ispitivanja radne sredine i opreme za rad. Nalazimo najpovoljnije firme koje će izvršiti tu uslugu, a nama to koristi prilikom procene rizika.



Najda Vučić - dipl.ing. zaštite na radu



## Sudoku galerija

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

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

DIS	SKLADIŠTE	ZENSKO IME, ARSENIJA	POPOVA ŽENA POMAČI, SKLONITI	↓	FOSFOR ITALIJANSKA TENISERKA, FLAVIJA	VESELOST, RASPOLOŽENOST	VAŽAN ZACIN	TANJI METALNI POLUPROIZVOD	POTRES, UDARAC	GAUS	GLAVNI GRAD GRČKE	DIS
PRODAJNI OBJEKAT SA SLIKE												VRSTA ŽITARICE, ZOB
VRSTA ČETVOROUGLA										POKAZNA ZAMENICA		
POKRAJINA U ITALJI										CASOVNIK		
↳							PLANINSKA MASA SLOVENAČKA NOVINSKA AGENCIJA					
TESLA								OZLEDA				
NEMAČKI REŽISER, VIM								ITALIJA				
GODIŠNJE OTPLATE DUGA									DEO VAGE			
AUSTRALIJSKI RAGBIST, TABO												
TREĆI VOKAL		IVO ANDRIĆ ŽITELJ GRČKE			KISEONIK LJUTI KOREN							
ŠTEFI GRAF			EROS RAMACOTI	RINGO STAR STOJAN ARALICA								
NAJSLABJI, BARSKI UGALJ												
DEO TELEVIZORA												DIS





# Alpia

Dobrodošli  
u zemlju  
slatkih ukusa

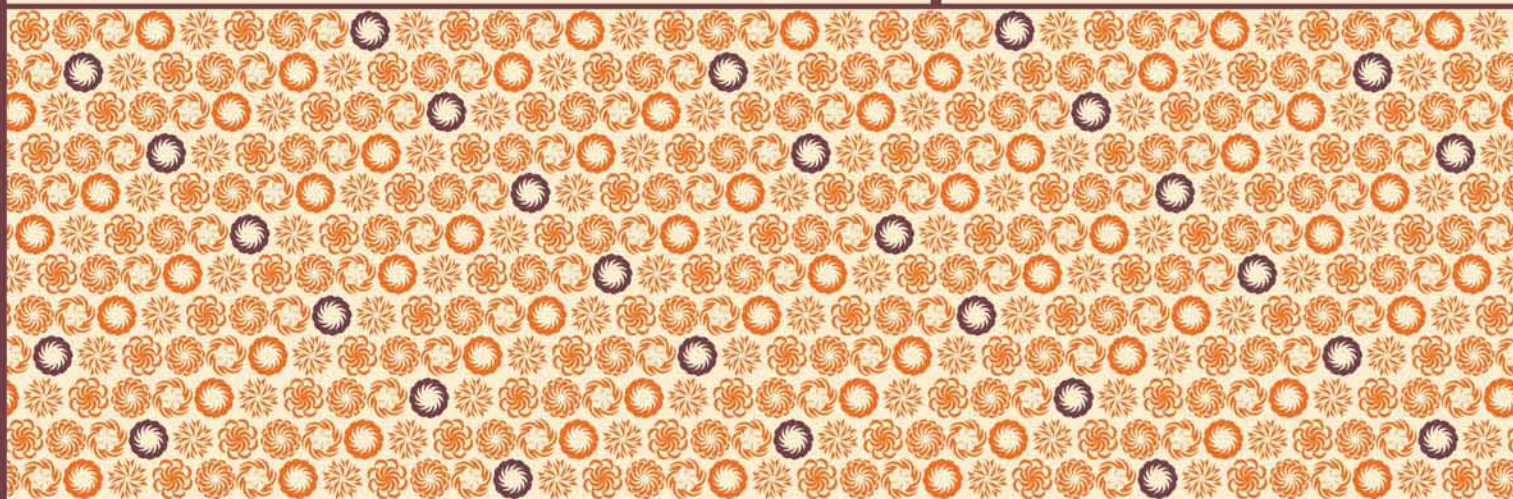


**STOLLWERCK**  
since 1839



**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**

## Bela ukrštenica

DIS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	<input type="radio"/>										
2	<input type="radio"/>										
3	<input type="radio"/>										
4	<input type="radio"/>										
5	<input type="radio"/>										
6	<input type="radio"/>										
7	<input type="radio"/>										
8	<input type="radio"/>										
9											
10											
11											
12											



**VODORAVNO:** **1.** Turističko mesto na Jadranu (0), **2.** Hladni, ledeni izvor (nar.) - Ime glumca Pačina (2), **3.** Proždrljivac, gladnica (nem.) - Ptica grabljivica (1), **4.** Argentinski fudbaler, Atilio - Inicijali glumca Kvejda (1), **5.** Spoznati čulom oseta - Muški potomak (1), **6.** Ime boksera Holmsa - Oznaka za alt - Bubuljica (grč.) (2), **7.** Inicijali književnika Joneska - Solunski fudbalski klub (1), **8.** Ime glumice Džokić - Imenica (skr.) (1), **9.** Balzamovana tela umrlih (1), **10.** Prvi vokal - Muzičko-scensko delo (1), **11.** Podneblje - Oznaka za anodu (1), **12.** Ime američkog glumca Kertisa - Lična karta (skr.) (1).

**USPRAVNO:** **1. Hladan desert sa slike** - Čin (1), **2.** Univerzalni vašar - Auto-oznaka za Loznicu (1), **3.** Holandski sir iz Edama - Crveni dragulj (1), **4.** Zadate teme - Turska kupatila (1), **5.** Jezero u Finskoj, Enare - Prvo slovo azbuke - Šumska kreda (2), **6.** Sanitarni uređaji (lat.) - Oznaka za litar (1), **7.** Simbol tehnecijuma - Inicijali pisca Ignjatovića - Imovina, imanje (2), **8.** Oznaka za energiju - Četvrti i prvi vokal - Vrhunski takmičar (2), **9.** Automobilsko svetlo - Auto-oznaka za Slovačku (1), **10.** Vlasnik čarobne lampe (0), **11.** Oznaka za neutron - Prozorska stakla (1).

# PANTHEON™

**data**lab 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.execentiar.com](http://www.execentiar.com)



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



XVI INTERNATIONAL AWARD  
FOR FOOD AND BEVERAGES  
MADRID-SPAIN 1993



**14 МЕДАЉА** за квалитет производа  
74. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ  
НОВИ САД 2007.



**ПЕХАР** за квалитет и асортиман  
**38 МЕДАЉА** за квалитет производа  
75. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ  
НОВИ САД 2008.



**ВЕЛИКИ ШАМПИОНСКИ ПЕХАР**  
**55 МЕДАЉА** за квалитет производа  
76. МЕЂУНАРОДНИ ПОЉОПРИВРЕДНИ САЈАМ  
НОВИ САД 2009.



**INTERNATIONAL DLG**  
(Немачко пољопривредно друштво)  
**Quality Competition**  
**Ham and Sausage 2009**  
Немачка 2009.

