



Glasnik

www.disy.com

List PTP DIS d.o.o. ■ Decembar - Januar 2009/2010 ■ Broj 7. ■ Godina 2.



MIKRO KIOSCI 7



NA POSAO SA VOLJOM 11



TRANSPORT 18

TOP 300

Redni broj	Ime	Adresa	Godina	Ukupni promet	Ukupni broj artikala	Ukupni broj artikala po godini	Ukupni broj artikala po godini	Ukupni broj artikala po godini	Ukupni broj artikala po godini
1	DIS
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

TOP 300 21

DIS PORTAL ZA DOBAVLJAČE

DIS Portal za dobavljače

Home Lager Promet Statistika Trebovanje Finansije Ulistavanje Vesti Pošta (0) Odjavite se

€%

Zašto koristiti DIS portal za dobavljače?

- Online pregled lager liste
- Pregled prometa artikala
- Pregled tržišnog učešća artikala
- Exportovanje svih informacija u excel fajl
- Stalna podrška iz IT i marketing sektora DIS-a

* UPUTSTVO za korišćenje DIS portala za dobavljače

INFORMACIJE O DOBAVLJAČU:
 Naziv: BG PRODUKT
 Sifra: 010634
 Mesto: KRUSSEVAL
 Adresa: OMLADINKA 5

Dobrodošli u DIS portal za dobavljače!
 DIS portal za dobavljače je moderno i fleksibilno rešenje koje je kompanija DIS razvila kako bi svojim dobavljačima omogućila da lakše i brže dođu do bitnih informacija vezanih za njihovo poslovanje. Dobavljači koji koriste ovaj portal mogu u svakom trenutku da pogledaju DIS-ovu lager listu svojih proizvoda (robno - finansijski) kako za distributivni centar tako i za DIS markete, kao i da pogledaju promet artikala za određeni vremenski period (robno - finansijski). Pored ovog, dobavljačima se pruža i mogućnost da sve podatke o poslovanju i uvozniku u EXCEL fajl kako bi ih lakše koristili za dalju analizu. Svi prikazani podaci su tačni i prikazuju realno stanje.

Korišćenjem Interneta u marketinške i administrativne svrhe, kompanija DIS učinila je kupcima i dobavljačima svoje poslovanje efikasnijim i bližim. Opcijama ponuđenim na DIS portalima na najprofesionalniji mogući način obezbeđen je detaljan uvid u sve informacije koje se tiču određene grupe poslovnih procesa. Po postavljanju najpre DIS portala namenjenog kupcima i

sticanju iskustava u tom smislu, kompanija DIS nedavno je postavila i novi DIS portal koji do poslednjeg detalja obezbeđuje uvid u informacije značajne svakom dobavljaču. Uz stručne instrukcije menadžmenta u pogledu određenih opcija koje portal može da ponudi dobavljačima, ovaj projekat realizovao je uigrani tandem programera DIS-a, Ivan Skokić i Ivan Šulejić.



PODRUM RADOVANOVIĆ 22



SLOVENIJA 32



novi ukusi

Jaffa zabave

Jaffa
crvenka

Jaffacakes®
biskvit sa voćnim želeom i čokoladnim prelivom
biscuit with fruit jelly covered with chocolate

Limun

Sveža
kombinacija limuna i čokolade!

Jaffa
crvenka

Jaffacakes®
biskvit sa voćnim želeom i čokoladnim prelivom
biscuit with fruit jelly covered with chocolate

Višnja

Uzbudljiva
sočna višnja u čokoladi!

Glasnik

IZDAVAČ:

PTP „DIS”

Bulevar oslobođenja 1b
11319 Krnjevo

REDAKCIJA:

Danijela Milovanović
Ivan Šuleić
Aleksandar Majstorović
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
www.dismarket.rs

Glasnik

SADRŽAJ:

- 4 DIS portal za dobavljače
- 7 Mikro kiosci u DIS marketima
- 11 Na posao dolazim sa voljom
- 15 Pionirove čokolade
- 16 Tehnogradnja - pouzdan partner
- 18 Točkovi razvoja DIS-a
- 22 Velika vina iz malog podruma
- 27 DOBRO
- 31 Točak sreće
- 32 Slovenija

RAST PRODAJE U GODINI KRIZE

Završava se još jedna poslovna godina. Kompanija DIS, uprkos vremenu u kome je sve teže napraviti rezultat uspeva da, kao i svih proteklih godina ostvari rast prodaje. U 2009. godini prodaja je porasla za 22%. Godina iza nas je bila godina iskušenja u kojoj su opstajale kompanije koje su bile spremne da brzim prilagođavanjem odgovore na poslovnu klimu koja se za neke očekivano, a za mnoge nenadano nametnula. Transformacija koju je naš menadžment predvodio išla je u smeru optimizacije poslovnih procesa i prilagođavanja prosečnom potrošaču čiji zahtevi moraju biti ispraćeni, kako kroz ponudu tako i kroz modifikaciju retail formata koji tu ponudu sprovodi. U tom smislu, kompanija DIS je još na početku godine optimizovala asortiman u svim svojim maloprodajnim formatima i svoju ponudu zasnovala na "brzo-obrtnim" artiklima. To je omogućilo niže troškove poslovanja svih naših marketa.

Kompanija DIS tekuću poslovnu godinu završava sa 750 zaposlenih, što je približno isti broj radnika kao i na kraju prethodne godine. Uzimajući u obzir rast prometa koji je ostvaren, znatno uvećana produktivnost je jedan od efekata koji nam omogućava bolju konkurentnost na tržištu.

Kada je razvoj u pitanju, DIS za sledeću godinu planira ulazak u još 7 gradova. To će duplirati naše prodajne potencijale kada je maloprodaja u pitanju. Osim maloprodaje, kompanija DIS podjednako posvećuje pažnju i svom drugom segmentu poslovanja, a to je veleprodaja i distribucija. DIS franšiza je ove godine dostigla broj od 340 partnera odnosno 651 prodajni objekat što je za 30% više nego na kraju prošle godine.



S obzirom da na kraju ove godine, svi segmenti poslovanja beleže dobre rezultate, budite uvereni da je daljim širenjem, DIS takođe svestan i rizika, koji to širenje nosi i da veoma oprezno pravi finansijske konstrukcije koje neće ugoriziti ničije poslovanje, već na obostranu korist i zadovoljstvo, širiti jedno partnerstvo koje će trajati duže i koje će biti uspostavljeno na zdravim osnovama i zajedničkim interesima.

U nadi da ćemo uspesno saradivati i u sledećoj godini, svim poslovnim partnerima i saradnicima želim puno zdravlja, sreće, i uspeha u narednoj 2010-oj godini.

S' poštovanjem,

Nenad Tirnanić
Izvršni Direktor DIS-a



DIS PORTAL ZA

Elektronsko poslovanje jeste vođenje poslova na Internetu, što osim organizacije poslovanja firme u mrežnom okruženju podrazumeva i kupovinu i prodaju, organizovanje poslovne komunikacije prema klijentima i na taj način brigu o klijentima. Danas e-poslovanje ostvaruje ekspanzivan rast. Naročito napredak doživljava u maloprodaji, i finansijskim uslugama. Vođena trendovima savremenog poslovanja, pre svega zbog brojnih prednosti ovog načina poslovne komunikacije, kompanija DIS je posle postavljanja portala za kupce istu vrstu elektronskih usluga obezbedila i svojim dobavljačima.

Korišćenjem Interneta u marketinške i administrativne svrhe, kompanija DIS učinila je kupcima i dobavljačima svoje poslovanje efikasnijim i bližim. Opcijama ponuđenim na DIS portalima na najprofesionalniji mogući način obezbeđen je detaljan uvid u sve informacije koje se tiču određene grupe poslovnih procesa. Po postavljanju najpre DIS portala namenjenog kupcima i sticanju iskustava u tom smislu, kompanija DIS nedavno je postavila i novi DIS portal koji do poslednjeg detalja obezbeđuje uvid u informacije značajne svakom

dobavljaču. Uz stručne instrukcije menadžmenta u pogledu određenih opcija koje portal može da ponudi dobavljačima, ovaj projekat realizovao je uigrani tandem programera DIS-a, Ivan Skokić i Ivan Šulejić.

- Kompanija DIS nastavlja da iznenađuje svoje saradnike. Pre nepuna dva meseca stavili smo u funkciju portal namenjen kupcima čijim posredstvom smo našim klijentima omogućili da kreiraju zahtev, odnosno poručuju robu putem interneta. To je bio samo uvod u priču o nastanku portala namenjenog dobavljačima koji u programerskom smislu predstavlja daleko komplikovaniji projekat. Posredstvom portala za dobavljače, njima je omogućeno da na lakši i brži način dođu do svih informacija bitnih za poslovanje sa DIS-om. Dobavljačima koji koriste naš portal, omogućeno je da u svakom trenutku pogledaju lager listu svojih artikala u DIS-u. Uvid može biti robni i finansijski. Robni uvid u lager daje dobavljačima

moćnost da vide šifru svakog artikla i stanje artikla u našim magacinima. Klikom na finansijsko stanje lagera dobavljači mogu da vide koja je finansijska vrednost ciljanog artikla. Kontrola prometa u određenom periodu je još jedna mogućnost koju portal obezbeđuje našim dobavljačima. Jednostavnim odabirom vremenskog perioda i opcije „robno“ ili „finansijski“ moguće je izvršiti uvid u promet određenog artikla tokom odabranog vremenskog perioda.

Putem portala dobavljači mogu pratiti i statistiku u vidu tržišnog učešća i post izveštaja. Tržišno učešće obezbeđuje informacije o pozicioniranju određenih artikala na tržištu kompanije DIS. Dobavljač ima mogućnost da izvrši uvid u sve kategorije u kojima se pozicioniraju njegovi artikli i sazna o procentu tržišnog učešća u prodaji DIS-a, kao i da dobije informaciju o svojoj poziciji u odnosu na poziciju drugih dobavljača u DIS-u. U tom smislu bitno je naglasiti da određeni dobavljač ima uvid samo u svoju poziciju i svoje ukupno tržišno učešće. Takođe

Elektronska tehnologija podrazumeva kombinovanu upotrebu informacionih tehnologija i telekomunikacija. Ova vrsta komunikacije omogućava slanje velikog broja informacija, na velike daljine u kratkom vremenskom periodu. To omogućava preduzeću, koje u svom poslovanju koristi elektronsku tehnologiju, da ostvari značajne uštede u troškovima poslovanja, efikasnije obavlja svoje zadatke i, samim tim, bude konkurentnije na tržištu.

putem portala dobavljači mogu pratiti i statistiku u vidu tržišnog učešća i post izveštaja. Tržišno učešće obezbeđuje informacije o pozicioniranju određenih artikala na tržištu kompanije DIS. Dobavljač ima mogućnost da izvrši uvid u sve kategorije u kojima se pozicioniraju njegovi artikli i sazna o procentu tržišnog učešća u prodaji DIS-a, kao i da dobije informaciju o svojoj poziciji u odnosu na poziciju drugih dobavljača u DIS-u. U tom smislu bitno je naglasiti da određeni dobavljač ima uvid samo u svoju poziciju i svoje ukupno tržišno učešće. Takođe



Ivan Skokić i Ivan P. Šulejić, programerski tandem DIS-a

A DOBAVLJAČE

ima mogućnost da vidi na kojoj se poziciji nalazi svaki njegov artikal ponaosob. Post izveštaj je vezan za maloprodajne objekte. Prikazuje koliko se puta određeni artikal pojavljuje na fiskalnim isečcima jednog maloprodajnog objekta. Recimo da je u jednom marketu za mesec dana bilo 41.309. fiskalnih isečaka, artikal koji pratimo našao se na 558 fiskalnih isečaka ili 1,4% računa jeste konačna informacija koju dobija dobavljač. Ovo je informacija jako bitna dobavljačima. Tako imaju uvid u to koji artikal se prodaje dobro, a na prodaji kog artikla treba poraditi.

Velikom novinom i značajnom mogućnošću dobavljači smatraju opciju „trebovanje“. Koje su prednosti ove opcije?

- Klikom na opciju trebovanje, dobavljaču se pruža mogućnost za kreiranje automatskog trebovanja. Dakle, na osnovu uvida u realno stanje dobavljaču se nudi predlog trebovanja koje on usvaja ili smanjuje broj artikala i količine. Ovom opcijom želeli smo da dobavljačima olakšamo posao, tako da sa jednog mesta, bez ikakvih troškova, mogu da izvrše uvid u potrebe DIS-a za određeni vremenski period. Dakle, kada upotrebi trebovanje, dobavljač bira određeni maloprodajni objekat za koji kreira konkretno trebovanje. Nakon odabira maloprodajnog objekta dobavljaču se prikazuje predlog trebovanja, gde stiče uvid u sve ono

što je odabranom objektu potrebno za određeni vremenski period. Dobavljač ima obavezu da klikom na

Generalno posmatrano, prednosti elektronskog u odnosu na tradicionalno poslovanje su vezane za povećanje kvaliteta, agilnosti, za dodatne usluge sa jedne strane, i za sniženje prodajnih cena, smanjenje vremena izlaska na tržište, odnosno realizaciju transakcija sa druge strane.

DIS Portal za dobavljače

Home Lager Promet Statistika Trebovanje Finansije Ulistavanje Vesti Pošta (0) Odjavite se

€%

Zašto koristiti DIS portal za dobavljače?

- Online pregled lager liste
- Pregled prometa artikala
- Pregled tržišnog učešća artikala
- Exportovanje svih informacija u excel fajl
- Stalna podrška iz IT i marketing sektora DIS-a

* UPUTSTVO za korišćenje DIS portala za dobavljače

INFORMACIJE O DOBAVLJAČU:
 Naziv: BG PRODUKT
 Sifra: 888834
 Mesto: KRUSEVAC
 Adresa: OMLADINSKA 5

Dobrodošli u DIS portal za dobavljače!
 DIS portal za dobavljače je moderno i fleksibilno rešenje koje je kompanija DIS razvila kako bi svojim dobavljačima omogućila da lakše i brže dođu do bitnih informacija vezanih za njihovo poslovanje. Dobavljači koji pristupaju portalu mogu u svakom trenutku da pogledaju DIS-ovu lager listu svih proizvoda (robno - finansijski) i kako se distributivni centar tako i za DIS markete, kao i da pogledaju promet artikala za određeni vremenski period (robno - finansijski). Pored ovog, dobavljačima se pruža i mogućnost da sve podatke oduštravaju i eksportuju u EXCEL fajl kako bi ih mogli da dalje analiziraju. Svi prikazani podaci su tačni i prikazuju realno stanje.

dugme „dodaj“ potvrdi određenu količinu i nakon potvrde svih količina prosledi trebovanje. Prosledeno trebovanje automatski se smešta u obradu. Trebovanje u obradi kontrolise rukovodilac maloprodajnog objekta koji, uvidom u stanje u DIS marketu, donosi odluku o tome da li će ostati količina koju je prethodno predložio

dobavljač ili će biti umanjena u zavisnosti od trenutnog stanja u marketu. Kada rukovodilac marketa klikom potvrdi sve količine i pošalje trebovanje, dobavljaču se trebovanje automatski prijavljuje uz mogućnost da taj fajl dalje obrađuje. Ova opcija, napravljena je u cilju efikasnije komunikacije i smanjenja troškova dobavljača i pružanja mogućnosti dobavljaču da sa jednog mesta kontrolise sve objekte DIS-a.

Osim već pomenutih opcija, portal dobavljačima pruža i mogućnost uvida u finansijsko stanje prema DIS-u. Šta to konkretno znači?

- Stavka „finansije“ odnosno

mogućnost uvida u stanje kartice za željeni vremenski interval, omogućava dobavljaču da u svakom trenutku može da zna kakvo je njegovo finansijsko stanje prema DIS-u.

Još jedna značajna novost je opcija „ulistavanje“.

Ulistavanje je takođe nova opcija. Dobavljačima se omogućava da podnošenjem zahteva elektronskim putem ulistaju određeni artikal. Popunjavanjem formulara sa osnovnim karakteristikama i fotografijom proizvoda, dobavljač kreira zahtev za ulistavanje. Kada takav zahtev dospe u DIS, odgovorna lica obaveštavaju dobavljača o mogućnosti i trenutku ulistavanja željenog artikla. Postojanjem ove mogućnosti izbegava se gubljenje vremena na ulistavanju artikla, pa ova komanda dovodi do znatnog ubrzanja tog procesa. I na kraju klikom na opciju vesti dobavljači se mogu informisati o dešavanjima vezanim za različite aktivnosti u kompaniji DIS. A upotrebom opcije „pošta“ mogu komunicirati sa našom administracijom.

Prva verzija DIS portala postavljena je pre jedne godine. Aktualna, konačna verzija doručivana je poslednjih 6 meseci. Dobavljači posredstvom portala imaju stalnu podršku marketinga i IT sektora DIS-a za sve ono što im može biti potrebno u ovom segmentu elektronskog poslovanja. Portal će u budućnosti biti doručivan u skladu sa aktuelnim potrebama, kako je to činjeno u svakoj dosadašnjoj verziji DIS portala stavljenog na raspolaganje klijentima.

Tržišni učešće

Objekat: Maloprodajna
Mesec: Novembar

Br. artikla	Artikl	Art.	Promet (€)	Promet (%)	Učešće (%)
1	KARAO PROIZVODI	31	93.027.341,2	2.294.100,8	0,2%
2	KEKS	21	40.797.294,8	737.487,7	1,8%
3	PROIZVODI OD ŠEĆERA	25	18.106.609,4	1.549.499,6	8,5%

KARAO PROIZVODI

38,47% 0,99%

KEKS

18,84% 1,8%

PROIZVODI OD ŠEĆERA

31,48% 8,37%

Dobrodošli u DIS portal za dobavljače!
 DIS portal za dobavljače je moderno i fleksibilno rešenje koje je kompanija DIS razvila kako bi svojim dobavljačima omogućila da lakše i brže dođu do bitnih informacija vezanih za njihovo poslovanje. Dobavljači koji pristupaju portalu mogu u svakom trenutku da pogledaju DIS-ovu lager listu svih proizvoda (robno - finansijski) i kako se distributivni centar tako i za DIS markete, kao i da pogledaju promet artikala za određeni vremenski period (robno - finansijski). Pored ovog, dobavljačima se pruža i mogućnost da sve podatke oduštravaju i eksportuju u EXCEL fajl kako bi ih mogli da dalje analiziraju. Svi prikazani podaci su tačni i prikazuju realno stanje.

DIS portal za dobavljače

Tržišno učešće

Objekat: Maloprodaja
Mesec: November

Rb.	Naziv klase	Br.dob.	Art(u)	Arti	Promet(u)	Prometi	Učešće
1	KAKAO PROIZVODI	31	342	7	63.027.141,3	2.264.100,0	3,59
2	KEKS	21	220	2	47.797.234,6	737.487,7	1,54
3	PROIZVODI OD SEČERA	25	289	23	18.198.600,4	1.549.499,6	8,51

KAKAO PROIZVODI: 98,41% (Keks), 1,59% (Artikli)

KEKS: 98,46% (Keks), 1,54% (Artikli)

PROIZVODI OD SEČERA: 91,40% (Keks), 8,60% (Artikli)

Dobrodošli u DIS portal za dobavljače!

DIS portal za dobavljače je moderno i fleksibilno rešenje koje je kompanija DIS razvila kako bi svojim dobavljačima omogućila da lakše i brže dođu do brzih informacija vezanih za njihovo poslovanje. Dobavljači koji pristupaju portalu mogu u svakom trenutku da pogledaju DIS-ovu lager listu svojih proizvoda (robno - finansijski) kako za distributivni centar tako i za DIS markete, kao i da posleđu promat artikala za određeni vremenski period (robno - finansijski). Pored ovog, dobavljačima se pruža i mogućnost da sve podatke odštampaju i eksportuju u EXCEL fajl kako bi ih koristili za dalju analizu. Svi prikazani podaci su tačni i prikazuju realno stanje.

Koliko tržišta zauzimamo i gde smo u odnosu na konkurenciju?

Ulistavanje

Detaljne informacije o predlogu artikla za ulistavanje:

Naziv artikla: Keks 125g
Šifra artikla kod dobavljača: 333222
Barcode artikla: 000000555555
Barcode transportne kutije: 555555000000
Težina artikla (neto (kg ili lit)): 0,125
Težina artikla (bruto (kg ili lit)): 0,125
Transportno pakovanje (bre art. u tp): 10
Težina transportnog pakovanja (bruto (kg ili lit)): 1,25
Broj transportnih pakovanja na paleti: 100
Bruto težina palete (kg ili lit): 125
Rok isporuke (u danima): 15
Rok trajanja artikla: 120
Zapremina transportnog pakovanja: f
Poreklo: Domaće
Slika: Da

Dobrodošli u DIS portal za dobavljače!

DIS portal za dobavljače je moderno i fleksibilno rešenje koje je kompanija DIS razvila kako bi svojim dobavljačima omogućila da lakše i brže dođu do brzih informacija vezanih za njihovo poslovanje. Dobavljači koji pristupaju portalu mogu u svakom trenutku da pogledaju DIS-ovu lager listu svojih proizvoda (robno - finansijski) kako za distributivni centar tako i za DIS markete, kao i da posleđu promat artikala za određeni vremenski period (robno - finansijski). Pored ovog, dobavljačima se pruža i mogućnost da sve podatke odštampaju i eksportuju u EXCEL fajl kako bi ih koristili za dalju analizu. Svi prikazani podaci su tačni i prikazuju realno stanje.

Odgovor na zahtev za ulistavanje u roku od 24h

TREBOVANJE - KREIRANJE PREDLOGA

Asortiman | Korpa | Trebovanja u obradi | Trebovanja za realizaciju |

Market Smederevo

Asortiman:

Rb.	Šifra	Naziv artikla	JM	Količina	Cena	Vrednost	Zalih dana	Dana na stanju	Prosek	Kpl	Unosi
1	029886	SLATKA BANANICA "DOBRO" V188 A498	KDN	5.864,0	4,51	25.344,84	3	27	1855,36	58	17511
2	612384	KREM BANANA 26G.CELOF.RF "BG PRODUKT" 488 KLS	KDN	33,0	4,80	158,40	8	27	218,43	158	2997
3	088493	PRALINA ŽAGODA 258GR	KDN	-3,0	61,76	-185,28	8	25	81,32	12	441
4	828414	ČAJNI KOLUTIĆI 1KG "DOBRO" A4818	KDN	41,0	115,65	4.712,05	2	26	26,50	6	330
5	069827	HENTOL STRONG 188G.80HB."BG PRODUKT"	KDN	74,0	28,44	1.342,16	4	25	28,54	25	213
6	068067	HENTOL DROPS 188G BONBONE "BG PRODUKT"	KDN	129,0	20,84	2.688,36	6	27	22,46	25	185
7	068085	ŽELE KOCKE 288G "BG PRODUKT"	KDN	6,0	38,46	230,76	8	27	17,54	25	183
8	814431	PRALINA NARANĐA 238GR	KDN	41,0	61,77	2.532,37	3	28	15,43	12	175
9	014452	PRALINA KAJSIJA 258GR	KDN	40,0	61,46	2.458,40	3	27	14,14	12	158
10	618121	KAKAO KREM TABLA 188GR."BG PRODUKT" 1488	KDN	27,0	25,23	681,21	2	17	12,38	25	146
11	067988	NATLUX 188G VANILA "BG PRODUKT"	KDN	28,0	14,48	292,88	2	27	11,18	25	136
12	064214	ŽELE KOCKA 588G "BG PRODUKT"	KDN	8,0	63,21	505,68	8	8	8,14	6	114

Predlog trebovanja bez dolaska



MIKRO KIOSCI U DIS MARKETIMA



Radoslav Mladenović - Raša, programer IT sektora DIS-a

Vreme kupovine na buvljacima, pijacama i neuglednim maloprodajnim objektima polako postaje prošlost. Danas, značajni trgovinski lanci, sa prodajnim objektima velikog formata, zauzimaju vodeću poziciju u maloprodajnom sistemu. Na zadovoljstvo kupaca, broj trgovačkih kuća je sve veći. Konkurencija raste, a posledice toga je obezbeđivanje kvalitetnije i komfornije kupovine svakom kupcu. Pored velikog asortimana, pristupačnih cena i prijatnog okruženja, savremenom kupcu neophodno je obezbediti sigurnost pri kupovini, ne samo po pitanju kvaliteta, već i cene proizvoda. Kupci žele pomoć pri kupovini. Naravno, veoma je značajno da ta pomoć bude nenametljiva, poput recimo, mikro kioska kakvi su nedavno postavljeni u jednom od ukupno sedam DIS marketa. Četiri uređaja Simbol MK4000 postavljena su u marketu u Smederevskoj Palanci. Reč je o uređaju koji ima trostruku funkciju: prvo da omogućuje kupcu uvid u cenu, fotografiju i kratak opis željenog proizvoda, a zaposlenima u marketu uvid u stanje u rafovima. Kada ne obavlja ni jednu od dve pomenute funkcije moguće ga je upotrebiti u marketinške svrhe i prezentovati željene reklamne poruke.

- Sam uređaj ima funkciju price checker-a, odnosno uređaja koji kupcu omogućava da proveri cenu i dobije kratak opis proizvoda koji želi da proveri. Ovo je i zakonska obaveza koja nam nalaže postojanje mogućnosti provere cena na svim artiklima odnosno, ovaj propis štiti kupce od situacija poput onih kada na rafu imamo jednu

cenu, a dogodi se da nam se na kasi naplaćuje potpuno drugačiji iznos. Da smo želeli da ispunimo samo zakonsku obavezu mogli smo to da učinimo postavljanjem samo po jednog mikro kioska u svakom objektu, međutim DIS je kompanija koja u informacione tehnologije investira više od bilo koje druge. Naša namera je bila da ovaj uređaj mnogostruko iskoristimo - da ispunimo zakonsku obavezu, poboljšamo organizaciju rada u našim marketima, a dobavljačima obezbedimo reklamni prostor u samim objektima. Sve ovo je sada još uvek u eksperimentalnoj fazi rada. Efikasnost mikro kioska testiramo najpre u marketu u Smederevskoj Palanci. Postavljen je po jedan Simbol MK4000 uređaj u svakoj ulici, kaže Radoslav Mladenović - Raša, programer IT sektora DIS-a.

Upotreba mikro kioska za potrošače je krajnje jednostavna. Prinošenjem bar koda određenog proizvoda korisnik dobija kompletnu informaciju, cenu, fotografiju i kratak opis proizvoda. Kada je o upotrebi u cilju dopunjavanja rafova reč, ne govorimo o ništa komplikovanijem postupku. Prinošenjem identifikacione kartice zaposleni u marketu potvrđuje svoj identitet, što je značajno zbog drugih statistika. Mikro kiosk tada prema statistici iz tekućeg dana obezbeđuje podatke o proizvodima kojima treba dopuniti rafove. Uređaj je tako programiran da najpre izlistava prioritete. Lista proizvoda počinje sa najkritičnijim proizvodima, odnosno onim koje u najvećoj količini treba dodati, dok se na kraju liste nalaze proiz-

vodi čija prodaja je tog dana bila najmanja.

- Osnovni problem u marketima je neadekvatna izloženost robe. Kada imate ogroman broj artikala koliko ih imamo mi, dogode se situacije da određeni proizvod postoji na lageru, ali se ne prodaje očekivanim intenzitetom, jer je loše ili nije uopšte izložen. Takođe, postavljanjem mikro kioska izbečićemo situacije pozicioniranja proizvoda na nezasluženom mestu ili suviše malom, odnosno prevelikom prostoru što se svakako odražava na njegovu prodaju. To je analiza koja kroz rad tek treba da da rezultate.

Simbol MK4000 se svrstava u kategoriju bar kod čitača. DIS je jedna od prvih firmi koja je upotrebom bar kod čitača uticala na efikasnost rada, najpre u svom veleprodajnom segmentu. Mikro kiosk je četvrta generacija čitača kojim je IT sektor DIS-a prilagodio tri različita softvera.

- Ovakav uređaj mislim da još uvek nema niko u Srbiji. Sam uređaj Simbol MK4000 zvanično još nije izašao na tržište. Kupili smo ga zahvaljujući statusu develop-



era, odnosno nekoga ko prema svojim potrebama razvija softver i stavlja ga u funkciju. I kao što se može videti on uspešno funkcioniše. Inače, ovaj uređaj će tek početkom naredne godine zvanično izaći na tržište. Mikro kioscima biće opremljeni svi DIS marketi kada se Simbol MK4000 zvanično pojavi na tržištu.

Višegodišnje iskustvo, vlastiti razvojni tim i rešenja, razlog su da se ovakvim sistemima za pospešivanje prodaje i povećanje lojalnosti kupaca, svaka poseta prodajnom objektu DIS-a pretvori u lično iskustvo zadovoljnog kupca koji će želeti ponovo da dođe. Uvođenje modernog sistema za pospešivanje prodaje znači korak napred kompanije DIS, i to u aspektu povećanja produktivnosti, smanjenja operativnih troškova, veće posećenosti, bolje prodaje, lakšeg praćenja cena i količine artikala na prodajnim policama i u magacinu.

Uvek
pravi
izbor.



Bez šale. www.cockta.eu

USPEŠNA SARADNJA KUPACA I DIS-a

DIS market u Smederevskoj Palanci otvoren je 17. septembra ove godine kao sedmi po redu u sistemu DIS maloprodajne mreže, i treći market manjeg formata. Preko 130.000 kupaca do sada je posetilo ovaj objekat, a veliki broj njih čine sada već stalni kupci palanačkog marketa. Rezultati poslovanja u prvom tromesečju, zadovoljili su očekivanja formirana na osnovu iskustava stečenih prilikom otvaranja prethodnih objekata.

- Za stanovnike Smederevske Palanke, ovo predstavlja susret sa novim konceptom trgovine. Naši potrošači su pokazali interesovanje za DIS-ov sistem koji im pre svega nudi komfor pri kupovini i asortiman od 8.000 artikala. Novi zahtevi koje nam upućuju potrošači uvek postoje i mi se trudimo da im maksimalno izađemo u susret. Prihvatanje DIS marketa u Palanci od strane potrošača ogleda se i u konstantnom

porastu broja kupaca i ukupnog prometa u marketu. Kroz ovaj market, u zavisnosti od trenutka o kome govorimo, dnevno prođe od 1700 do 2400 kupaca, kaže Novica Radivojević, direktor ogranaka DIS-a u Smederevskoj Palanci.

Kada govorimo o komforu kakav kupcima obezbeđuje DIS market, prijatan ambijent i profesionalna usluga podržani su nizom mogućnosti poput usluga MEZE restorana. Kako je ovaj segment DIS marketa prihvaćen od strane kupaca?

- Kupci DIS marketa u Palanci rado koriste i usluge MEZE restorana. Koncept ekspres restorana još uvek im je stran i trebaće vremena da se naviknu, ali u principu mi smo zadovoljni. Jedan broj potrošača sretao se sa sistemom samoposluživanja, pa to za njih nije bio problem dok drugima treba vremena da se naviknu.

Dobar deo u ukupnom prometu ovog DIS marketa čine DOBRO proizvodi. Da li nam to govori da su kupci brzo stekli poverenje u proizvode DIS-ove robne marke?

- DIS robna marka DOBRO takođe je novina za potrošače. Međutim, kupci su brže nego što smo mi to očekivali stekli poverenje u DOBRO proizvode. Artikli DOBRO postali su sastavni deo svake potrošačke korpe u Smederevskoj Palanci. DOBRO zimnica (paprika, ajvar i krastavčići) se u ovom periodu izuzetno prodaje. U vezi ovih artikala potrošači imaju isključivo pohvale.

DIS market se još uvek nalazi u fazi privikavanja kupaca kroz kakvu su prošli svi naši marketi. Negde je bilo potrebno šest meseci, a u drugim DIS marketima i više da bi smo došli do trenutka u kome se kupci definitivno opredeljuju da će DIS market biti mesto na kome će obavljati veliku kupovinu. Period prilagođavanja je kraći u gradskim marketima u odnosu na objekte koji su locirani na periferiji nekog naseljenog mesta. Očekujemo apsolutno prilagođavanje kupaca pre svega zbog asortimana i cena koje DIS market u Smederevskoj Palanci stavljaju ispred konkurencije.



DIS Market u Smederevskoj Palanci



2x više svežine*
koja traje.

*posle jedne nedelje, u poređenju sa standardnim Bonuxom bez sastojaka za omekšavanje

NA POSAO DOLAZIM SA VOLJOM

- U početku mi je bilo teško, radila sam samo treću smenu, a imala malu bebu kod kuće. Sada je mnogo lakše. Dobro se snalazim u svakom poslu, ali nikada nisam ni pokušavala da konkurišem za radno mesto za koje znam da mi ne bi odgovaralo. Oduvek sam volela trgovinu. Međutim, prihvaću sve što mi život donese ukoliko bude bilo neophodno.

Tako o poslu razmišlja i seća se svojih početak-rada u marketu u Smederevu Danijela Stojković, najbolji radnik DIS maloprodaje u proteklom periodu. Iako početak uglavnom bude težak, bitno je istrajati. To je Danijela dokazala na sopstvenom primeru, jer je upravo zbog svoje istrajnosti značajno napredovala. Posao



danas obavlja sa lakoćom, samo se ponekad prisećajući napornih početaka.

- U DIS-u sam počela da radim 8. januara 2006. godine. Taj prvi radni dan će mi zauvek ostati u sećanju. Došla sam na razgovor za posao i odmah ostala da radim u trećoj smeni. U početku mi je bilo veoma naporno. Ostavila sam malu bebu, svog sina Davida kod kuće, što je predstavljalo dodatni pritisak. Prvo sam samo izlagala robu. Kasnije kada sam stekla rutinu u prvom poslu prešla sam na kasu i neko vreme

radila kao kasir. Trenutno sam na mestu pakera, ali po potrebi radim na kasi i obavljam sve druge poslove u vezi kojih je pomoć neophodna. Volim posao pakera, zato sam se i opredelila za njega. Osećam da se bolje snalazim sa robom, ali u tom smislu imam drugu vrstu odgovornosti u odnosu na ono što zahteva posao kasira. Za moj dobar učinak na poslu zaslužni su mnogi ljudi. Na samom početku pomogli su mi Veroslav Spasojević - Vesa i Svetlana Tirmanić - Coka. Oni su, kako imamo običaj u šali da kažemo, od nas napravili univerzalne vojnike - obučili su nas tako da svako može da obavlja svaki posao. Tim u ovom marketu je izuzetno dobar i, ako poredimo učinak radnika, u pitanju su samo nijanse. Mi smo po stažu najstariji kolektiv u maloprodajnoj mreži DIS-a, pa nam verovatno i iskustvo ide u prilog.

Ti si tehničar drumskog saobraćaja po obrazovanju. Da li si imala osećaj da ti je u trenutku kada si počela da radiš u DIS-u zaista potrebna obuka? Odnosno, da li pripadaš onoj grupi ljudi kojoj nepoznavanje posla uliva nesigurnost?

- Svaki put kada kod nas na obuku dođe nova grupa ljudi koja se priprema za otvaranje nekog novog objekta, setim se svojih početničkih dana.

Tada se potrudim da novim radnicima na najjednostavniji način pojasnim sve ono što trebaju da znaju. Tako najbrže ulaze u sistem rada, pa smo zadovoljni i mi i oni. Pre nego što sam počela da radim u DIS-u, market sam posmatrala samo iz perspektive kupca i sve mi je delovalo komplikovano. Međutim, kada sam počela da radim, videla sam da je sve samo pitanje dobre organizacije. Teško je koliko i svaki drugi posao. Periodično je lakše ili teže raditi, što zavisi od broja i zahtevnosti kupaca. U situacijama kada je gužva stvarno velika, čovek sam sebe tera da brže funkcioniše, pa se opet sav posao izvrši na vreme.

Koliko je proglašavanje najboljim radnikom podsticajno za tebe i koje osobine treba da poseduje dobar radnik?

- Do sada je iz ovog marketa najboljim radnikom bio proglašen samo direktor, pa sada evo i ja. To je za mene veliki podsticaj. Kolektiv je podržao ovakvu odluku i bilo im je drago zbog mene. Da bi dobro obavljao svoj posao najpre treba da imaš volju. Volja je uvek na prvom mestu. Ako bi bez volje dolazio na posao, svoje zadatke sigurno ne bi odrađivao kako treba. Brzina je druga bitna stvar kao i poštovanje neposrednih rukovodilaca, jer su oni ti koji nas organizuju i odgovaraju za nas.

Samostalnost u radu je njena vrlina

Danijela je od samog početka u našem timu. Svojom spremnošću i željom za radom u samom startu izdvojila se u odnosu na druge. Ona je pokrivala različite oblasti u marketu. Radila je na svim raspoloživim radnim mestima, od klasičnog pakera do kasira i tako upoznala funkcionisanje svih odeljenja. Danijela posao odraduje bez pogovora, nikada nema zamerke i što je meni najbitnije svoj posao obavlja kvalitetno. Sada je u radu apsolutno samostalna i najbolji je paker u marketu. Nju ne treba opominjati, sama se usmerava tamo gde primeti da ima dosta posla. Njen osnovni zadatak je popunjavanje rafova, ali kada dođe do gužve uskače i u rad na kasi. Danijela je vrlo vredna, a to je osobina koju treba ceniti. Svaki market bi želeo da u svom timu ima radnika kakav je Danijela, što je dovoljan razlog da baš ona bude proglašena najboljim radnikom, kaže Petar Marković, direktor ogranaka DIS-a u Smederevu.



Danijela Stojković

OD AUTOMEHANIČARA DO ODVAJAČA

Sa odvojenih od 12.500 do 13.000 stavki i najmanjim brojem grešaka, Ivan Ristić je najbolji odvajач u hali magacina 1 u proteklom periodu. Zahvaljujući ličnom zalaganju, brzini u radu i tačnosti, Ivan je nagrađen sa 10.000 dinara, a samo proglašavanje najboljim za njega predstavlja podstrek da još kvalitetnije nastavi da radi i da se njegovo zalaganje tek vidi na delu.

- U DIS-u sam počeo da radim 2006. godine. Tražio sam posao, a DIS mi je izgledao kao mogućnost da sebi obezbedim posao kakav tražim. Napisao sam molbu, sačekao neko vreme i primili su me. U početku sam radio kao fizički radnik, dok šefovi nisu procenili da sam zaslužio da me prebace na poslove odvajачa na kojima i sada radim.

Svaki posao nameće određene zahteve. Šta posao odvajачa traži od onoga ko ga obavlja?

- Posao odvajачa nezgodan je samo u periodu uhođavanja. Kada je o ovom poslu reč bitno je dobro poznavanje robe, a brzina je nešto što se stiče kroz praksu. Ja radim u magacinu broj jedan. Oduvek se nalazim u ovom magacinu. U njemu se skladišti piće. Svaki posao ima svoju težinu. Posao odvajачa težak je u tom smislu što zahteva izvesna fizička naprezanja, pa mnogo toga, kako se to kaže, prevalite preko sopstvenih leđa. U ovom poslu nije svaki dan isti, neka nedelja je lakša, a neka teža. Sve zavisi od računa koje dobiješ. Glavna sezona u našem poslu je upravo ovo vreme kada počinju slave. Tada se prodaje veća količina robe, pa je i nama koji tu robu odvajamo posao nešto teži. Ja sam stekao utisak da je lakše raditi sredinom meseca dok su, iz nekog razloga, početak i kraj meseca zahtevniji. Kada je o magacinu jedan reč, leto je za nas teži period. Tada idu veće količine pića, vode, sokova i ostalih stvari. Meni je lakše da radim zimi. Leto i vrućine malo teže podnosim. Mada, navikao sam da radim, i kakvo god vreme i kolika god gužva bila, ja svoj posao obavljam istim intenzitetom. Sa kolegama se odlično slažem i bitno je da pomazemo jedan drugome kada nam je pomoć potrebna.

Pre nego što si počeo da se baviš ovim poslom, da li si imao neku konkretnu zamisao o tome čime želiš da se baviš u životu?

- Inače, ja sam 1981. godište i prema onome za šta sam se školovao ja sam automehaničar. Bavio sam se raznim poslovima. Radio sam kao pekar i kao bravar i mnoge druge poslove. Radio sam mnogo. Na posao odvajачa sam se brzo navikao i trenutno mi odgovara. Kad bi imao mogućnosti da otvorim automehaničarsku radnju vratio bi se tom poslu, jer ga zaista volim. Međutim, nisam imao finansijskih mogućnosti, pa nisam mogao da se usmerim u tom pravcu.



Greške u radu - prava retkost

- U poslednjih godinu dana Ivan Ristić je jedan od radnika sa najviše odvojenih stavki. Veoma je bitna činjenica da su kod njega greške u radu prava retkost. Sa kolegama ima dobru komunikaciju, pa je i sa te strane on neko ko jeste uzoran radnik, kaže Saša Ivković, poslovođa magacina 1.

Nekada sam voleo da popravljam i vozim motore, a sada me više interesuje ribolov, čime se u poslednje vreme intenzivno bavim. Imam sina i ćerku i njima posvećujem slobodno vreme. I ako živim na selu, moje bavljenje poljoprivredom se svodi na radove u bašti i to samo za sopstvene potrebe.

- Kada je o proglašavanju za najboljeg radnika reč, drago mi je što je neko video moj trud, a što se mog daljeg rada tiče, ne bih da pričam o tome, to će se videti na delu.



Ivan Ristić

VULE MARKET

Vule market je osnovan 1994. godine bez jasne perspektive o tome u kojoj se meri ova firma može razviti. Vlasnici ovog marketa sada kažu da su zadovoljni postignutim razvojem i da posla imaju taman onoliko koliko uspevaju da postignu.

Vule market, smešten u Sremčici, danas je preduzeće koje raspolaže sa dva maloprodajna objekta u kojima je zaposleno 28 radnika.

- Naše poslovanje karakteriše odlična saradnja sa DIS-om, koja se temelji na uspostavljanju franšiznog oblika saradnje. Možemo da se pohvalimo izuzetno dobrim poslovanjem na našem tržištu. To nam daje prostora da se i u ovoj krizi borimo izuzetno dobro. Tome u prilog ide podatak da 90% robe avansiramo. Imamo dva maloprodajna objekta od po 100 kvadrata upotrebljivog prostora i magacin površine 150 kvadratnih metara. Oba objekta locirana su u Sremčici i oba udaljena 200 do 300 metara od samog centra Sremčice.

Vi očigledno niste zazirali od franšize kao što se to dešavalo pojedinim franšizantima. Šta je za vas predstavljalo opredeljujući faktor za ulazak u franšizni oblik saradnje?

- Vule market je jedan od prvih potpisnika DIS franšize i to kada je projekat još uvek bio u svom začetku. U samom startu uvideli smo da je prednost franšize ogromna zato smo i pristali na učešće u toj priči. Prednosti se najpre ogledaju u ponudi franšizne robe i boljoj rabatnoj politici, bržem transportu i nižim cenama. Mislim da mesečne akcije, koje su privilegija franšizanata, zajedno sa katalogom koji obaveštava kupce o proizvodima na popustu, daju odlične rezultate u korist prodaje robe.

Koji procenat u ukupnom prometu zauzima-



ju proizvodi iz kategorije robne marke Dobro?

- Dobro proizvodi se odlično prodaju. Mislim da DIS Dobro radi jer u svoju robnu marku

- Promet u Vule marketu u poslednjih godinu dana je u stalnom porastu. Ne beležimo njegov pad ni u jednom trenutku. Promet u ogromnoj meri zavisi od cena, ljudi se češće odlučuju za jeftinije proizvode. Zato osim DIS-ovih mesečnih akcija koje izuzetno dobro prolaze, mi organizujemo i sopstvene tokom kojih kupcima nudimo osam proizvoda po najnižim mogućim cenama. To izuzetno dobro prolazi. Roba nam iz DIS-a stiže svakodnevno, izuzev nedeljom i poneđeljkom. Posao nam u mnogome olakšava mogućnost trebovanja robe putem Interneta. Štedimo na vremenu, što je vrlo bitan faktor. Robu još uvek trebujemo preko DIS klijent aplikacije, a po obezbeđivanju neophodnih uslova počecemo sa trebovanjem preko DIS portala.

Više puta ste istakli da ste zadovoljni postignutim rezultatima. Međutim, neki dalji plan razvoja sigurno postoji, šta on konkretno podrazumeva?

- Što se našeg daljeg razvoja tiče, kupili smo jedan veliki plac, ali još uvek ozbiljno razmišljamo da li ćemo razvijati posao odnosno investirati u neke velike objekte, ili ćemo malo usporiti širenje, jer trenutno nismo spremni. Pored ovog posla imamo i pekaru koja snabdeva veliki broj obdaništa. Zadovoljni smo onim što smo postigli i nemamo velike apetite u smislu širenja ovoga što sada imamo i što dobro funkcioniše, kaže Vule Trajković, vlasnik Vule marketa.



uključuje samo kvalitetne proizvode. Kod nas se izuzetno dobro prodaju mesne prerađevine, ulje, šećer i kafa robne marke Dobro. Mišljenja sam da kada je o ovoj robnoj marki reč treba nastaviti sa istim kvalitetom. Kada govorimo o saradnji između nas i DIS-a reč je o odličnoj poslovnoj komunikaciji. Želeo bih da liflet uđe u neke novine na području Beograda i da mi na taj, ili neki drugi način, dobijemo šansu da se malo više reklamiramo. Na tome još malo treba poraditi.

Kako se opšta finansijska situacija, delimično kako tvrde stručnjaci prouzrokovana i svetskom ekonomskom krizom, odražava na poslovanje vaših objekata?

SLATKA KAO POBEDA!

Kada jednom osetite sklad najfinije čokolade i hrskavih lešnika, ne možete odoleti...



Nada Higl



www.a-pionir.com

	artikal	pojedinačno pakovanje	EAN kod	transportno pakovanje
LEŠNIK ČOKOLADA	21019	100g	860230021019 0	2.00 kg
LEŠNIK ČOKOLADA	21021	200g	860230021021 3	3.60 kg



PIONIROVE ČOKOLADE

„Pionir“ d.o.o. preduzeće za proizvodnju čokolada, bombona i peciva iz Subotice je jedan od najvećih i najpoznatijih proizvođača konditorskih proizvoda sa tradicijom dugom više od devedeset godina, čiji su brendovi pratili detinjstva mnogih generacija.

Još davne 1930. godine, pokrenut je proces proizvodnje najpoznatijih proizvoda koji i danas sa ponosom nose titulu vrhunskih brendova: „Galeb“ čokolada, „Negro“ i „Menthol“ bom-

Bogat i kvalitetan program čokolada je oduvek bio zaštitni znak „Pionir“-a. „Galeb“, „Mnogo Lepih Želja“ i „Lešnik čokolada“ datiraju još iz tridesetih godina prošlog veka. Sve ove čokolade žive i traju na tržištu više od 70 godina, zahvaljujući konstantnom kvalitetu i lojalnosti potrošača, na koju smo ponosni, a koja se prenosi sa generacije na generaciju.

„Galeb“ je najstarija u grupi „Pionir“-ovih čokolada koja je prvobitno lansirana u vidu mlečne čokolade 200g, 100g i 50g, da bi 2005. godine doživela proširenje asortimana novim ukusima:

paletu „Mony rice“ novim, hrskavim ukusom, „Mony Crunchy“ koji se u prodaji može naći u dve gramaže: 30g i 100g.

Kako ne bismo zaboravili i ljubitelje drugih ukusa mlečnih čokolada, kroz dugi niz godina koliko traje „Pionir“, pružili smo im dve vrhunske čokolade koje i dan danas predstavljaju sinonim za odličan kvalitet i dizajn. Govorimo o „Lešnik čokoladi“ 100g i 200g, kao i o čokoladi „Mnogo lepih želja“ 100g, koja je prošle godine osvežena novim dizajnom, može se naći u još atraktivnijem flopak pakovanju. Pored uspeha u



bone. Iako je sve počelo u maloj, privatnoj fabrici „Braće Ruf“ vremenom se razvilo u veliku kompaniju koja od 1946. godine nosi naziv „Pionir“.

Od 1998. godine, nakon uspešno izvršene privatizacije, „Pionir“ ima tendenciju povećane prodaje i sigurnog rasta koji zadržava i do današnjih dana.

Iako je na tržištu sve veća prisutnost kako domaće tako i inostrane konkurencije (Nestle, Craft, Kraš) „Pionir“ je i dalje u vrhu, zahvaljujući savršenom kvalitetu i raznovrsnoj ponudi svojih proizvoda.

„Pionir“ danas izvozi oko 60% ukupne proizvodnje kako na tržišta susednih zemalja (Makedonija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Slovenija, Hrvatska, Albanija, Mađarska) tako i u najrazvijenije zemlje sveta (SAD, Kanada, Australija, Velika Britanija, Francuska, Švajcarska, Švedska, Holandija, Nemačka, Austrija i Kipar).

Snaga i poznatost „Pionir“-a ogleda se kako u njegovim brendovima, tako i na dečijim licima koje svakodnevno uveseljavamo, pružajući im novine u širokom asortimanu čokolada, bombona, peciva i deserata.

Coco cookies 100g i Noisette 100g, dok je 2007. godine uveden još jedan ukus: „Galeb crispy“ čokolada 100g. 2005. godina je pored lansiranja dva nova „Galeb“ ukusa, bila prepoznatljiva i po krem tabli „Mony rice“ težine 150g koja je za vrlo kratko vreme doživela uspeh na tržištu, i trenutno se po prodaji svih „Pionir“-ovih brendova nalazi u prvih pet. Može se pronaći u više različitih gramaža (30g, 75g, 100g i 150g) kako bi svim vernim ljubiteljima ovog ukusa bila prihvatljiva. Omiljena među obožavaocima riže, ova krem tabla je naročito tražena na teritoriji Bosne i Hercegovine gde je izvoz ovog artikla najveći. Osluškujući želje naših potrošača, obogatili smo

Srbiji, čokolada „Mnogo lepih želja“ doživela je veliki uspeh i na inostranim tržištima gde se izvozi u velikim razmerama, ponajviše u susednoj Sloveniji. Pored grupe mlečnih i krem čokolada „Pionir“ se proslavio i po neprevaziđenim čokoladama za kuvanje: „Ideal“ 100g i „Pionir“ 250g, koje su postale nezamenljivi dodatak u pripremanju ukusnih torti i kolača. Prema dobijenom istraživanju agencije „Nielsen“ iz Beograda, „Pionir“-ove čokolade za kuvanje zauzimaju drugo mesto posmatrajući sve domaće i strane konkurente, na šta smo veoma ponosni.

Privodeći priču kraju, trebalo bi spomenuti i ostale „Pionir“-ove mlečne čokolade i krem table koje spadaju u grupu ovih neodoljivih slatkiša. Tu su prvenstveno „Kidy“ čokolada sa puno mleka 100g, koja je dopunjena ukusom jagoda+jogurt.

Takođe treba spomenuti „Diet“ čokoladu 100g namenjenu svima onima koji brinu o svom zdravlju.

Za sve ljubitelje novih i egzotičnih ukusa „Pionir“ priprema potpuno novu liniju ekskluzivnih čokolada sa mnoštvom atraktivnih dodataka.



TEHNOGRADNJA POUZDAN PARTNER

Preduzeće Tehnogradnja d.o.o. iz Kruševca, osnovano je 1994. godine sa osnovnom delatnošću izvođenja građevinskih radova i projektovanja na objektima niskogradnje i visokogradnje. Jednostavno rečeno Tehnogradnja za Vas gradi puteve, igrališta, mostove, vodozahvate, poslovne i stambene zgrade, industrijske objekte, a takođe pravi i transportuje beton ili separisani šljunak.

- Do sada smo izgradili veliki broj tržišnih centara i marketa, a posebnom privilegijom smatramo činjenicu da smo izveli najveći deo radova na gotovo svim objektima DIS-a. U ovom trenutku izvodimo finalne radove na objektu u Požarevcu, a tek nedavno smo otvorili objekat u Smederevskoj Palanci. Objekat u Požarevcu je površine 3.300 kvadratnih metara. Reč je o objektu čije privođenje nameni je podrazumevalo adaptaciju i rekonstrukciju postojeće hale i time je predstavljao veći izazov za građevince u poređenju sa izgradnjom potpuno novog objekta. Inače, firma Tehnogradnja je izvela radove na dosta objekata u putnoj privredi, niskogradnji i stambenim objektima pre svega na području Kruševca, kaže Mladen Dunderović, dipl. građ. Inž.

Saradnja sa DIS-om počela je pre dve i po go-

DIS ZADOVOLJAN SARADNJOM

Za svaki ugovor o izgradnji, preduzeće Tehnogradnja vlasnika Janka Miletića, izborilo se sa konkurencijom. Ispoštovali su svoje ugovorene obaveze, a DIS svoje. Zadovoljstvo je obostrano zahvaljujući čemu i danas negujemo iskren partnerski odnos, kaže Radoljub Đurić, tehnički direktor DIS-a.

dine izgradnjom objekta u Velikoj Plani, a zatim smo gradili objekte u Kruševcu, Jagodini, Mladenovcu i Lazarevcu.

- Osim marketa u Požarevcu mi trenutno izvodimo radove i u Pančevu. Požarevački DIS market bi trebao da bude završen najkasnije do kraja decembra meseca. Stručni tim Tehnogradnje je ušao u ovu materiju i postalo nam je blisko izvođenje takvih objekata sa specifičnom namenom. U Srbiji se danas nedovoljno ulaže, pa je pravo zadovoljstvo imati jakog investitora kakav je DIS i za istog investitora sagrađiti čitav lanac objekata. Ipak, najveća zasluga za ovakav razvoj Tehnogradnje kao firme, pripada Janku Miletiću direktoru koji vodi čitav ovaj uspešan tim.

Tehnogradnja zapošljava blizu 100 ljudi. Kadrovski potencijal menjao se uslovljen razvojem



firme i povećanjem obima i vrste posla.

- Trenutno raspoložemo sa: sedam diplomiranih građevinskih inženjera, tri diplomirana inženjera arhitekture, diplomiranim inženjerom elektrotehnike, dva geometra, pet građevinskih tehničara, ekonomistom, pravnikom, inženjerom zaštite na radu, dvadeset pet VK i KV izvršioca posla i velikim brojem pomoćnih radnika. Dalji razvoj preduzeća baziraće se na povećanju kapaciteta u okviru navedenih delatnosti sa opremanjem u skladu sa tehničkim inovacijama i mogućnostima, a sve u zavisnosti od potreba tržišta.



Mladen Dunderović dipl. građ. inž.



Apsolutni šampion
kvaliteta proizvoda
Novi Sad 2009.



SVE JE NAJROLJE



LARA
monte

export-import

Generalni zastupnik za Srbiju

E-mail: laramonte@EUnet.rs



TOČ RAZVOJ

Od samog nastanka PTP DIS sektor transporta je imao bitnu ulogu u njegovom razvoju, a napredak firme zahtevao je i povećana ulaganja u kvantitet i kvalitet voznog parka. Na početku rada, sektor transporta oslanjao se na starija vozila, poput kamiona MAN sa prikolicom, TAM 4500 i TAM 130, ukupne nosivosti oko 50 tona.

Prvim velikim ulaganjem u transport možemo smatrati kupovinu dva MAN vozila, jednog tegljača marke Volvo, tri MB 1213, jedne DAF hladnjače i osam Zastava 650. Kupovinom ovih vozila kapacitet voznog parka trostruko je povećan i sa prvobitnih 50 došao je na 150 tona.

Veliki napredak u razvoju sektora transporta

počeo je 2001. godine nabavkom novih vozila marke Mercedes, da bi tokom naredne dve godine čitav vozni park bio sačinjen isključivo od novih vozila. Nabavljeno je deset vozila Sprinter 413, dvadeset vozila Atego 1017, pet vozila Actros 1835 sa prikolicom, od kojih su 2 tipa hladnjače i 3 tegljača MB 1850. Ukupna nosivost voznog parka prešla je 300 tona.

Iste 2002. godine sa radom je počela i interna stanica za snabdevanje pogonskim gorivom. Stanica ima dva rezervoara kapaciteta 70.000 litara, a praćenje stanja goriva u rezervoarima i istakanja goriva potpuno je automatizovano. Zbog povećanja obima posla, vozni park je 2005. godine uvećan za dvadeset novih vozila Atego 1618, nosivosti 10 tona. Novo obnavljanje voznog parka izvršeno je krajem maja i početkom

juna 2008. godine. Danas, DIS-ov vozni park ima ukupnu nosivost 650 tona.

Značajan napredak u organizaciji sektora transporta učinjen je ulaganjem u savremene tehnologije koje poboljšavaju efikasnost rada sektora i značajno utiču na smanjenje ukupnih troškova poslovanja. Uvođenjem "MobTrack" sistema kao idealnog rešenja za kompanije sa sopstvenim voznim parkom, poboljšana je kontrola nad vozilima, povećan kvalitet usluga, konkurentnost i unapređena sigurnost.

- U međuvremenu smo u sva vozila ugradili GPS uređaje, odnosno sistem za "on-line" praćenje teretnih i putničkih vozila koja čine vozni park DIS-a. Ovaj sistem omogućava otkrivanje nepravilnosti u korišćenju vozila i kontrolisanje situacije u realnom vremenu. Osim toga, "Mob-



Srećko Luković - rukovodilac sektora transporta DIS-a

KOVI A DIS-A

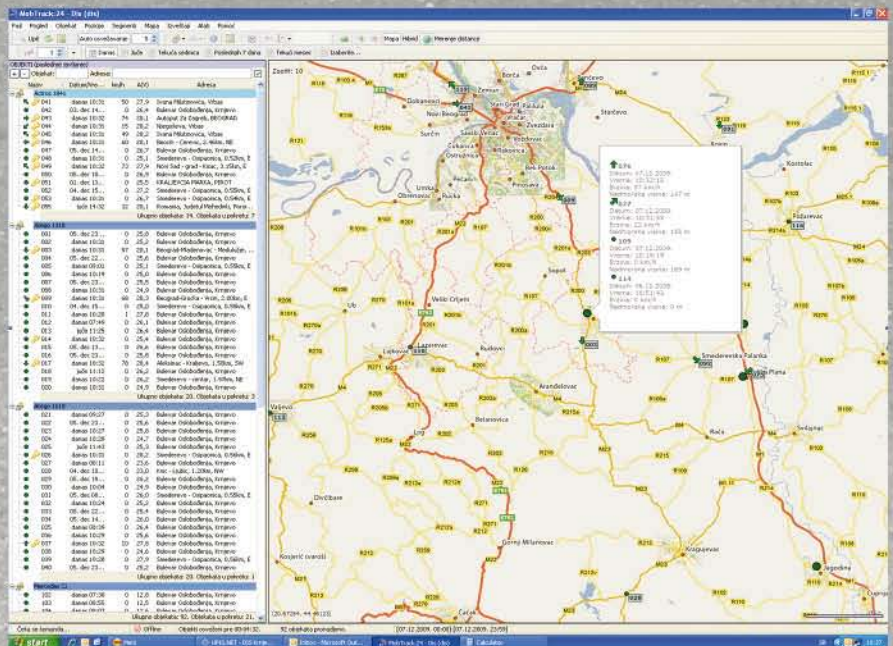


Track", omogućava prevenciju od krađe goriva, korišćenja službenog vozila u privatne svrhe, a omogućava i pružanje realnih pokazatelja o načinu vožnje (velike/male brzine, naglo ubrzanje, kočenje), smanjivanje administrativnih poslova, praćenje vozila na mapi i njihovo preusmeravanje u skladu sa potrebama posla, kaže Srećko Luković, rukovodilac sektora transporta.

Analizom realizacije planiranih vožnji i njihovom optimizacijom, kompanija ostvaruje uštedu u potrošnji goriva i smanjenju troškova održavanja, i time povećava životni vek vozila.

- Unapređenje procesa rada upotrebom "Mob-Track"-a je očigledno, a meni od ogromne pomoći. Sada u svakom trenutku znam gde se nalazi koje vozilo i da li je ispravno ili ne. Trenutno radim na unošenju koordinata mesta na kojima naši vozači imaju potrebu da se zadrže kao što su klijenti, naplatne rampe itd. Kontrola praćenja vozila je ogromna prednost. Sada imam mogućnost da sva vozila usmerim najboljom mogućom maršutom i da ih rasporedim tako da posao obave efikasno. Prelaženjem manjeg broja kilometara smanjuju se troškovi i produžava vek trajanja vozila. Smanjenje troškova za putarine i utrošeno gorivo je više nego evidentno. Sa uvođenjem "MobTrack" sistema povećana je i brzina reagovanja u hitnim situacijama. Sada, recimo, znatno brže reagujemo na naloge komercijale za utovar robe sa određenog mesta i sve druge naloge koji stignu do nas.

DIS je prva trgovačka firma koja je počela sa besplatnim dovozom robe svojim kupcima. Tome su predhodila ogromna ulaganja u sektor transporta.



- Prema podacima kojima ja raspolazem, ne postoji firma u Srbiji sa većim brojem vozila, a da joj, kao što je slučaj sa nama transport nije osnovno zanimanje. U vreme kada smo transport počinjali da usmeravamo u ovom pravcu imali smo ogromnu konkurenciju u drugim firmama. Ta naša konkurencija danas ne postoji. Mi smo se izborili na tržištu, između ostalog i zahvaljujući pravim rešenjima u smislu transporta. Forsirali smo vozila većeg kapaciteta, trudili se da kvalitetnim načinom pakovanja robe maksimalno iskoristimo tovarni prostor poštujući ograničenja

nosivosti vozila i na taj način povećali uštedu odnosno smanjili troškove. Teretna vozila DIS-a mesečno prelaze od 350.000 do 420.000 km. U istom periodu vozila prevezu preko 13.000 tona robe i u tu svrhu potroše 100.000 litara goriva mesečno. Raspoloživi broj vozila zadovoljava naše potrebe. U sektoru transporta DIS-a zaposleno je 75 vozača, dva dispečara i ja kao rukovodilac sektora. Obnovili smo registraciju za javni prevoz. Ona omogućava da, osim prevoza za sopstvene potrebe, obavljamo i transport za potrebe drugih. Dobili smo i dozvolu za dovoz robe iz inostranstva za sopstvene potrebe. Već dopremamo robu iz Makedonije, Bugarske i Rumunije.

Vozni park DIS-a, prema sada utvrđenom planu biće obnovljen 2011. potpuno novim vozilima. Sve to zavisiće od potreba tržišta. Organizacija transporta u budućem periodu pratiće svetske tendencije. U tom smislu sva vozila DIS-a već sada imaju evro 4 motore i posebne rezervoare za dodatak gorivu koji neutrališe zagađenje izduvnim gasovima. Zato je DIS-ovim vozilima dozvoljeno kretanje bilo gde u Evropi.



Ehrmann

Made in Germany

DIS



Više od voća

22 TOP 300

ekonomeast MAGAZIN SPECIJALNO IZDAVANJE | NOVI MAREZ 2009 | VOL. 5 | ekonomeast MAGAZINE SPECIAL EDITION | NOVEMBER 2009

Rang	Preduzeće	Grad	Poslovni prihodi		Rast poslovnih prihoda	EBITDA		EBITDA marža		Dobitak pre oporezivanja	
2008	2007		2008	2007		2008	2007	2008	2007	2008	2007
Rank	Company	City	Operating revenues		Growth of operating revenues	EBITDA		EBITDA margin		Earnings before tax	
2008	2007		2008	2007		2008	2007	2008	2007	2008	2007
41	JAT AIRWAYS, konsolidovano	Beograd	13.320.068	14.122.569	-5,7%	-2.155.290	-215.995	-16,2%	-1,5%	-2.163.481	610.880
42	MPC HOLDING, konsolidovano	Beograd	12.949.157	11.262.074	15,0%	286.757	540.471	2,2%	4,8%	194.404	422.108
43	DIJAMANT, konsolidovano	Zrenjanin	12.512.863	8.398.072	33,1%	1.665.744	724.317	13,3%	7,7%	1.163.322	260.974
44	FMS, konsolidovano	Beograd	12.378.215	6.139.515	101,6%	3.956.451	2.960.404	32,0%	48,2%	274.525	272.917
45	IRVA, konsolidovano	Beograd	12.290.334	1.232.958	280,3%	339.854	-506.847	2,8%	-15,7%	132.096	1.922.350
46	PTP DIS	Kitjevo	12.068.622	9.644.123	25,1%	228.730	182.043	1,9%	1,9%	392.071	299.156
47	UNIVEREXFORT, konsolidovano	Novi Sad	11.978.214	10.648.716	12,5%	183.574	278.067	-1,5%	-2,6%	312.950	321.275
48	MERCEDES-BENZ SRBIJA I CRNA GORA, konsolidovano	Beograd	11.829.819	10.604.606	11,0%	197.978	462.183	-1,7%	4,4%	160.858	547.579
49	TETRA PAK PRODUCTION	Beograd	11.793.422	10.511.477	12,2%	2.995.914	2.402.639	24,6%	22,9%	1.747.518	1.501.968
50	BEOGRADSKA ELEKTRANE, konsolidovano	Beograd	11.759.290	12.471.755	-5,7%	-1.546.217	1.281.904	-13,1%	10,3%	-2.729.901	-396.130
51	DIREKTA TRGOVINA	Beograd	11.681.385	11.638.502	0,4%	95.369	84.208	0,8%	0,7%	17.894	-22.627
52	PORSCH SCG	Surcin	10.743.580	7.906.415	35,9%	395.143	350.514	3,7%	4,4%	-252.272	79.050
53	EKO YU	Beograd	10.272.022	8.342.700	62,0%	240.350	123.398	-2,4%	1,9%	907.861	-375.018
54	IM MATIJEVIC, konsolidovano	Novi Sad	10.174.602	7.442.539	36,7%	2.493.853	1.906.968	24,5%	25,6%	2.972.014	2.259.241
55	VERANO-MOTORS, konsolidovano	Beograd	10.066.146	7.600.207	32,4%	754.701	738.529	7,5%	9,7%	990.904	898.784
56	GRUPA ZASTAVA VOZILA - U RESTRUKTURIZACIJU, konsolidovano	Kragujevac	9.575.075	11.689.651	-18,1%	-2.741.285	-2.786.784	-28,6%	-23,8%	-7.700.392	-4.115.620

DIS MEĐU LIDERIMA

Prema analizi grupe Ekonomist objavljenoj u specijalnom izdanju istoimenog časopisa, PTP DIS se u poslovnoj 2008. godini nalazi na 46 mestu od ukupno 300 najuspešnijih firmi u Srbiji koliko ih obuhvaćeno ovim istraživanjem. DIS je prema Ekonomistu u odnosu na 2007. godinu napredovao za dve pozicije ostvarivši ukupan prihod od 12.068.622.000 dinara odnosno u 2008. zabeležio rast prihoda od 25,1%. Posle niza opsežnih analiza Ekonomist zaključuje da je poslovanje 300 najvećih preduzeća u Srbiji u 2008. u velikoj meri pratilo poslovanje privrede u celini. Ono se „odlikuje“ relativno visokim rastom prihoda (višim od 20 odsto) i umerenim rastom zaposlenosti (3,2 odsto).



Potpisivanje inicijative

POTPISANA INICIJATIVA O KONTROLI PRODAJE ALKOHOLA I CIGARETA MALOLETNICIMA

Zajedničku inicijativu Ministarstva i Grada Beograda u ime DIS-a potpisao je generalni direktor Darko Aćimović.

Ministar trgovine i usluga dr Slobodan Milosavljević i gradonačelnik Beograda Dragan Đilas potpisali su sa jedanaest najvećih trgovinskih lanaca u Srbiji Inicijativu za pojačanu kontrolu i doslednu primenu zakonskih odredaba koje se odnose na zabranu prodaje alkoholnih pića i cigareta maloletnim licima. Zajedničku inicijativu Ministarstva i Grada Beograda u ime DIS-a potpisao je generalni direktor Darko Aćimović. U vezi ove inicijative jedinstveno su nastupile i kompanije CBA, Delta Maksi, Metro, Tuš, Merkator, Intereks, Idea, Štampa, Univereksport i Familija Market. Inicijativa obavezuje potpisnike da kontinuirano prate propise koji regulišu oblast prodaje alkoholnih pića, duvana i duvanskih proizvoda, da kontrolišu primenu propisa u prodajnim objektima i preduzmu sve mere u cilju povećanja opreznosti. Potpisnici se takođe obavezuju da aktivno učestvuju u kreiranju zakonskih rešenja koja će kao novina biti primenjena u ovoj oblasti.



Veliki broj zainteresovanih na sajmu zapošljavanja

SAJAM ZAPOŠLJAVANJA U KRUŠEVCU

Početkom oktobra meseca u Biznis centru u Kruševcu, održan je drugi ovogodišnji sajam zapošljavanja. Sajmu je prisustvovalo 25 poslodavaca koji su iskazali potrebu za zapošljavanjem 71 lica. Prema procenama Nacionalne službe za zapošljavanje - Kruševac sajam je posetilo 650 nezaposlenih lica. Prema evidenciji pomenute službe, zaključno sa septembrom mesecom u Kruševcu je bilo 16.658 nezaposlenih lica, a na nivou celog okruga 28.038. DIS je na ovoj manifestaciji predstavljala Marketing služba. Štand DIS-a posetio je ogroman broj prisutnih. Dostavljajući svoj CV oko 200 lica je konkurisalo za poslove: trgovac, magacioner, mesar, ekonomista i pravnik. Efekti sajma zapošljavanja, koji se prate na šestomesečnom nivou govore da je od prošlog sajma do sada zaposleno 69% prijavljenih lica. Primetno je smanjenje broja nezaposlenih lica. U Kruševcu je samo predhodnog meseca zaposleno 200 lica, a u okrugu 400 osoba. Broj nezaposlenih smanjen je i zahvaljujući podsticajnim merama Nacionalne službe kao što su akcija „Prva šansa“ i njoj slične akcije.

VELIKA VINA IZ MALOG PODRUMA

Na jugoistočnoj strani brdovitih padina iznad sela Krnjeva, zasadi vinograda prepuni sočnih grozdova kupaju se u zracima Sunca. Baš na ovom mestu, od najboljih sorti grožđa, u podrumu Radovanović proizvodi se kvalitetno vino.

Priča o vinu je priča o kvalitetnom proizvodu u koji polažete nade sa prvim prolećnim danima. Svoj vinograd negujete i sa pažnom posmatrate razvoj svakog zrna gledajući u nebo, negodujući oko vremenskih prilika i nadajući se da će te dobiti grožđe od kakvog može da se napravi veliko vino. Veliko vino ne pravi se od svačega. Tehnologije nisu čudotvorci i nema te hemije koja može da upotpuni kvalitet. Samo kvalitetno grožđe dovodi do kvalitetnog vina koje na kraju definišu godine. Kvalitet vina je odraz rada u vinogradu. Vino se stvara u vinogradu, a tehnologiji su samo tu da pomognu da se dobijeno od Boga i Sunca pretoči u čašu. Zapravo, kada se grožđe obere, tada počinje proces uništavanja onoga što je priroda dala. I najbolji tehnolog, pretvarajući grožđe u vino, može da izvuče tek 70% onoga što nam priroda

daruje uobičajeno u puce grožđa. Pored opreme i znanja potrebna je i dobra godina. Kada imate dobru godinu, kakva je ova za nama to je ogromna sreća i u takvim uslovima nastaju velika vina.

Mali podrum Radovanović u Krnjevu, Miodrag Radovanović - enolog, osnovao je 1991. godine. Osnivanje tada male privatne vinarije imalo je duboko uporište u porodičnoj tradiciji i značajnom iskustvu gospodina Radovanovića koji je kao enolog godine rada proveo u Navipu u Krnjevu.

U Navipu sam počeo da radim 1984. godine, a 1985. sam već vodio proizvodnju vina. Bilo je to vreme kada je Navip dobro radio i izvezio dosta vina, pa je podrum u Krnjevu zauzimao značajno mesto u proizvodnji vina u Srbiji. Tamo sam stekao ogromno iskustvo. Početak devedesetih godina nije bio trenutak kada je mnogo ljudi razmišljalo o pokretanju privatnog biznisa. Bilo je to zlatno doba, ljudi su imali dobre plate, lepo živeli, pa zašto bi bilo ko razmišljao o tome da radi privatno. Ovaj podrum sam ja i pokrenuo razmišljajući o hobbiju i ispunjavanju sopstvenih

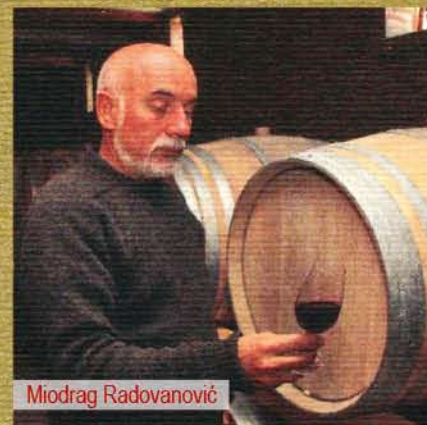
želja. Industrija zahteva proizvodnju tipiziranih vina. To ograničava enologa prinuđenog da se bori sa monotonijom. Ovaj podrum osmišljen je kao utočište za moju kreativnost i prostor za istraživanje.

Svoj prvi vinograd gospodin Radovanović formirao je na skroman način, i 1991. godine krenuo u proizvodnju prvih dve hiljade litara vina. Sledeće godine vinarija se predstavila na prvom sajmu vina održanom u Beogradu, a potom su se nizali uspesi.

1993. godine, moja vina su počela da se služe u hotelu Metropol u Jugoslaviji. Zatim, nailaze loša vremena i godine stagnacije. Vina smo nudili po restoranima, što se pokazalo kao dobar način za osvajanje tržišta. Bio je to trenutak ubeđivanja ljudi u kvalitet naših vina. Trebalo ih je

U svetu se pojavila sjajna ambalaža za vino. Zašto je ova ambalaža dobra? Reč je o polietilenskoj vreći sa slavinom smeštenoj u kartonsku kutiju koja se dok istaćete vino sakuplja i u njoj ne ostaje kiseonika koji je za vino izuzetno štetan. Još jedna prednost je u uštedi prostora u frižideru. Za 5 boca vina potrebno vam je mnogo više prostora u odnosu na mesto koje zauzima ovo novo pakovanje. Podrum Radovanović će u to pakovati vina koja će prodavati za 500, 600 dinara po litru i samo u raspoloživim količinama. To znači da ova vina možda neće biti dostupna tokom čitave godine.

ubediti da neko u Srbiji pravi dobro vino i da ono košta nešto više od običnih, industrijskih vina. Ta decenija bila je put od 2.000 do 30.000 boca, koliko smo uspeali da proizvedemo krajem 2004.



Miodrag Radovanović

godine. Ja sam bio pionir u krčenju puta malim vinarima u Srbiji. Ponosan sam na činjenicu da sam uspeo da olakšam kolegama koje su počinjale posle mene. Meni jeste bilo teško. U prvoj godini postojanja napisali smo svega 30 otpremnica i radiji za samo dva restorana. Sada godišnje napravimo preko 2.000 otpremnica, što je priznačete značajna razlika. Sa povratkom stranaca u Beograd posle dvehiljadite godine, moja vina su dobila na popularnosti. U isto vreme, kod naših ljudi

javlja se promena ideje o originalnom poklonu za novu godinu, pa moja vina počinju u tu svrhu u ogromnim količinama da poručuju neke Beogradske firme i prodaja se tako povećavala.

Tada se sigurno nameće pitanje, kako odgovoriti potrebama tržišta?

Bilo je teško da kao mali preduzetnik dobiješ kredit. Posao sa vinom traži izuzetno mnogo novca. Oprema za proizvodnju je veoma skupa. Vino se prerađuje jednom godišnje, što znači da u trenutku uložite dosta novca, pa čekate celu godinu kako bi vam se uloženi novac isplatio. A kada jednom osvojite tržište, količine vina dogovorene sa klijentima moraju uvek da budu dostupne. Danas država daje podsticajna sredstva za podizanje vinograda. Podizanje jednog hektara vinograda košta oko 15.000 evra. Ja sam podizao po nekoliko hektara godišnje i nisam bio u mogućnosti da u isto vreme ulažem u proizvodnju i neophodnu infrastrukturu. Dakle, intenzivniji razvoj Malog podruma Radovanović, računajući i izgradnju objekata, krenuo je od

2005. godine. Od tog trenutka ja sam shvatio da sam od hobija napravio izuzetno dobar posao u koji je neophodno ulagati sva raspoloživa sredstva. Sada je lako razvijati posao. Prodajemo 200.000 boca godišnje. Raspoložemo veoma dobrom opremom, onakvom kakvu imaju gotovo najbolji podrumi u svetu. Kupujući opremu željeli smo da uložimo u najkvalitetniju, jer kada imate dobar alat očekujete i takav proizvod. Potreban vam je i dobar podrum, i odličan poznavalac da o vinu brine. Od jedne berbe možete napraviti dobro i loše vino što zavisi od načina na koji se prema njemu opohodite od trenutka kada vino uđe u podrum. U trenutku kada smo na tržištu ustanovili sigurnu prodaju, dobili smo prostor da pravimo zalihe koje su naročito kod crvenih vina izuzetno dragocene. Crvena vina su teška i robusna u početku. Sada kada bi vam ponudio čašu novog crvenog vina bilo bi to teško, robusno i ukusom raštrkano piće. Vreme i odležavanje u hrastovim buradima radi u korist kvaliteta vina. Ovaj podrum ima 430.000 litara kapaciteta. To su burad od 225 litara i sa odličnom dodirnom površinom prema vinu. Drvo i vino deluju jedno na drugo. Drvo otpušta tanine koji, pomešani sa onima iz samog vina, omekšavaju vino i čine ga onakvim kakvo jeste. Ova burad koriste se dva ili tri puta posle čega ne mogu da daju vinu ono što ono traži, pa se rashoduju i kupuju nova. Ono što takođe deluje



Podrum Radovanović

godine koje će te provesti upoznavajući sopstveni vinograd i saznajući kako da koristite najbolje iz njega. Mi imamo parcele koje obrađujemo na poseban način, ali posebna je i tehnologija

stručnjaka, vino bi moglo biti i izvozni adut Srbije. Kako će se u razvojnom smislu orijentisati Podrum Radovanović?

- Ideja je da se ne širi proizvodnja vina, već da se ulaže u vinograde. U ovom trenutku imamo 13 hektara naših vinograda, sledeće godine se sadi još četiri, a ostalo su kooperanti koji su iz našeg neposrednog okruženja. Posto u našoj okolini nema dovoljno vinograda, grožđe kupujemo i iz Levačkog i Župskog kraja. Zato ta vina nose oznaku stona. Vrhunsko vino može da bude samo iz uskog vinogorija. Ova oblast, veći deo teritorije opština Velika Plana i Smederevska Palanka na geografsko-vinarskim kartama označena je kao vinogorije, odnosno mesto na kome mogu da se proizvode vrhunska vina. Naša je prednost činjenica da živimo u takvoj sredini, a do kojih granica ćemo je iskoristiti zavisi od uloženog vremena, truda i poznavanja tajni proizvodnje ovog čudesnog pića.

prerade grožđa sa njih. Do trenutka saznanja o rezultatima eksperimenta potrebno je da prođe čitava godina. Sledeće godine vi imate nove uslove i eksperiment nikada ne ponavljate pod identičnim okolnostima, pre svega jer grožđe pod raznim uticajima postaje potpuno drugačije. Dakle mnogo je vremena potrebno da realizujete neku ideju u ovom poslu. Iako sam 19 godina u ovoj priči ja sam u oblasti eksperimentisanja i dalje početnik i moram još mnogo da učim o svemu. Posle mnogo godina truda, tek sada smo došli u situaciju da

truda i poznavanja tajni proizvodnje ovog čudesnog pića.



Čak i svetska zdravstvena organizacija u svom proglasu propisuje konzumiranje crnog vina u količini od jedne do dve čaše dnevno, što samo potvrđuje lekovitost ovog bogom danog napitka. Vino pruža i zdravlje i zadovoljstvo.

na kvalitet vina jeste da od 6 meseci do 1 godinu odstoji u boci. Italijani su za neka od svojih vina propisali četvorogodišnji period stajanja u boci.

Sortna prepoznatljivost i postojanost kvaliteta vina, doprineli su tome da, među ljubiteljima vina, Podrum Radovanović postane sinonim za dobar Šardone, Kaberne, Sovinjon ili Rose.

- Sivi burgundac je za nas nova sorta. Kada je o novim sortama reč, sa njima se oprezno mora raditi. Neophodno je najpre ispitati, pa tek razmišljati o proširivanju eksploatacije. Na tržištu se podjednako traže bela i crvena vina. Naše autohtone sorte su zanimljive strancima. Srbija ima potencijala za proizvodnju kvalitetnih, ali ne i vrhunskih vina. Mi proizvodimo kvalitetna vina koja mogu da se piju svakog dana. Vrhunska vina niko ne pije svakog dana, već samo u posebnim prilikama. Svakodnevno se piju kvalitetna stona vina koja imaju svežinu i aromu. Kada naviknete na kvalitetno vino, teško vam pada da popijete čašu vina slabijeg kvaliteta. Vino pijete da biste uživali. Ali uživanju predhodi ogroman trud. Ništa slučajno ne dolazi. Dobro vino ne može biti plod samo tradicije ili samo znanja, te dve stvari negde moraju da se sretnu. Neophodne su

ono što smo ustanovili na tržištu možemo da kontrolišemo i poboljšavamo kvalitet. Da bi smo znali koliko vredimo mi moramo da šaljemo naša vina na ocenjivanje, pre svega strancima. Medaljama za kvalitet vina Radovanović nagrađivali su Španci, Italijani, Francuzi i mnogi drugi, što je definitivno potvrda toga koliko vredimo.

Srbija je nekada bila poznata po proizvodnji kvalitetnih vina, ali su različita društvena previranja uticala da se taj sektor zanemari. Već nekoliko godina, podstiče se obnavljanje vinogradarske tradicije, a prema procenama



DEČIJA NEDELJA

Centralno dešavanje oktobra meseca čine aktivnosti posvećene deci, a koje se intenzivno odvijaju tokom dečije nedelje. Deca se tokom dečije nedelje uključuju i u edukativne sadržaje i na konkretnom primeru saznaju o funkcionisanju određenih segmenata života. Sa namerom da se daci bliže upoznaju sa kompanijom u kojoj radi veliki broj meštana njihovog sela, među kojima i roditelji većine od njih, učitelji Osnovne škole Vuk Karadžić iz Krnjeva organizovali su decu i posetili DIS, kompaniju po kojoj je njihovo selo postalo prepoznatljivo širom Srbije.

- Mi dolazimo iz osnovne škole Vuk Karadžić iz Krnjeva, odnosno isturenog odeljenja Savanovac. Danas smo doveli 64 učenika od predškolskog uzrasta do četvrtog razreda. Njih prate 4 učitelja i jedna vaspitačica predškolske grupe. Naša poseta DIS-u odvija se u okviru Dečje nedelje sa željom da se deca na najbolji mogući način upoznaju sa stvarima koje čine jedan radni dan na različitim poslovima u DIS-u. Veliki broj roditelja naših učenika radi upravo u ovoj kompaniji. Želeli smo da se upoznaju sa procesom prodaje robe, vide kamione i maga-

cine i još mnogo toga, jer deca žive u Krnjevu, a većina njih nikada nije posetila firmu pored koje prolaze svakodnevno. Mi smo zadovoljni posetom. Profesionalno ste nam predstavili ovu kompaniju. Čak ni mi učitelji nismo znali kakva je firma DIS. Bili su nam nepoznati mnogi detalji koje smo danas saznali. Deci je definitivno mnogo jasnije kako funkcioniše ova oblast trgovine. Mislim da su deca ovom posetom zadovoljna, a to nam i jeste bio cilj, siguran sam da će mnogo toga pamtiti, kaže profesor razredne nastave, Goran Bogdanović.



Učenici osnovne škole Vuk Karadžić u poseti DIS-u

TOČAK SREĆE



TOČAK SREĆE

DIS MARKET

nagrađuje svoje kupce, u saradnji sa:



Od 13. novembra do 27. decembra kupci svih maloprodajnih objekata DIS-a imaju priliku da uz račun koji zadovoljava kriterijume učestvuju u igri TOČAK SREĆE. Okretanjem točka, odnosno zastavljanjem istog na određenom polju, kupci osvajaju neku od vrednih nagrada. Vernim mušterijama DIS marketa na ovaj način biće poklonjeno preko 25.000 proizvoda.





ZRAVO svima!

U proizvodnji ne upotrebljavamo koncentrate. Ukus i kvalitet sokova određujemo izborom kvalitetnog voća i povrća.

CVEKLA FINOG POREKLA

Cvekla za naš sok dolazi pravo sa njiva. Najvažnije svojstvo soka jeste smanjenje rizika od nastanka tumora i pomoć u lečenju leukemije. Cvekla usporava starenje, pospešuje rad mozga, korisna je za lečenje malokrvnosti, pospoljšava rad želuca, creva i žuči.

LEPA ŠARGAREPA

Sok od šargarepe čuva nerve od iscrpljenosti, normalizuje metabolizam i uspostavlja hemijsku ravnotežu. Šargarepa poboljšava krvnu sliku, normalizuje telesnu težinu i smanjuje zamor srca. Bogat je vitaminima A, B, C, D, E i K gvožđem, kobaltom i bakrom.

PARADAJZ

Sok ove biljke reguliše krvni pritisak, podmlađuje kožu, koristan je kod detoksikacije, blagotvorno deluje na jetru, i smanjuje sklonost ka malignim oboljenjima.



BECUTAN

Početakom 2009. godine na tržištu su se pojavile dve nove kreme: BEKUTAN DEČIJA VITAMINSKA KREMA 200ML

Namenjena je svakodnevnoj nezi zdrave dečije kože u perianalnoj regiji, preventivno deluje protiv iritacije i pelenskog osipa. Sadrži vitamine koji neguju kožu i ekstrakt nevenovog cveta koji umiruje crvenilo i upale. Nanošenjem ove kreme koža postaje meka i elastična sa zdravim i negovanim izgledom. Nanosi se na suhu i čistu kožu, pri svakom menjanju pelene. Ne sadrži bornu kiselinu. Proizvod je klinički testiran pri Klinici za dečije bolesti. Ispitivan je nanošenjem na zdravu kožu novorođenčadi. Studija je pokazala da, nanošenjem Bekutan dečije vitaminske kreme, koža postaje mekša i elastičnija.

BEKUTAN ZAŠTITNA DEČIJA KREMA SA CINK OKSIDOM 75ML

Sadrži ekstrakt aloje i D-pantenola koji hidriraju, štite i neguju nežnu dečiju kožu. Cink oksid sprečava pojavu crvenila, osipa i iritacije kože. Krema se nanosi na osetljiva mesta na koži, blagim masiranjem. Proizvod je klinički testiran na Klinici za dečije bolesti. Ispitivanja su pokazala da se dijagnosticirani dermatit na koži kod novorođenčadi znatno smanjuje samo nakon dva nanošenja. A u 95% slučajeva crvenilo se gubi samo nakon deset nanošenja ovog preparata na iritirane delove kože.



Princess kikiriki u MAP pakovanju.

U cilju održavanja kvaliteta svojih proizvoda YUMIS je promenio tehnologiju pakovanja svojih PRINCESS proizvoda. Šta znači MAP pakovanje? MAP – Modified Atmosphere Packaging, odnosno, pakovanje u modifikovanoj atmosferi, predstavlja vodeću tehnologiju pakovanja namirnica koja obezbeđuje očuvanje prehrambenih proizvoda bez hemijskih tretmana.

Za različite proizvode koriste se različite kombinacije gasova, azota, ugljen-dioksida i kiseonika. Prvi proizvod pakovan u novoj tehnologiji je kikiriki Princess (od 50 gr 125 gr i 250 gr) kod koga se u MAP tehnologiji koristi samo azot.

Proizvodi pakovani u MAP-u imaju rok trajanja od 1 do 2 godine, što je više nego duplo duži rok od roka kod dosadašnjeg načina pakovanja.



AGRIMES PREDSTAVLJA :

1. Pileći parizer, ukusan i hranjiv, proizvod od birane sirovine domaćeg porekla
2. Čureće grudi u omotu, kvalitetan i niskokaloričan proteinski obrok.
3. MILICA pašteta od belog mesa, jedinstvena i zdrava, bez konzervansa i holesterola od čistog pilećeg filea i biljnih ulja bez imalo životinjskih masti.

NAPRAVITE SAVRŠEN SENDVIČ



KAKO KREM PROIZVOD dobro

Sa ukusom lešnika, karamele, šumskog voća, jagode i mlečnog krema, 100g

Sastojci: kako krem masa (65%), šećer, hidrogenizovana biljna mast, obrano mleko u prahu, kakao prah, kakao masa, fil u pet navedenih ukusa.

Za PTP DIS d.o.o., Bulevar oslobođenja 1b, 11319 Krnjevo, Republika Srbija

Proizvodi i pakuje: Industrija hrane „Dunja“ d.o.o, Beograd, Bulevar M. Milankovića 1c, Srbija



VITAMINSKI INSTANT NAPITAK dobro

Limun 200g, 500g, i 1kg
Narandža 200g, 500g, i 1kg

Vitaminski instant napitak sa ukusom limuna ili narandže sadrži 9 vitamina, osvežava i dodatno obogaćuje unos vitamina u svakodnevnoj ishrani. Preporučljiv dnevni unos za odrasle je 3 a decu do 10 godina 1 čaša dnevno. Ovaj dodatak nije zamena uravnoteženoj ishrani.

Za PTP DIS proizvodi i pakuje VITAMINKA, Prehrambena industrija – Prilep, Republika Makedonija.

Uvoznik i distributer za Srbiju: PTP DIS d.o.o. Bulevar oslobođenja 1b, 11319 Krnjevo. Republika Srbija



TUNJEVINA dobro

Komadići u biljnom ulju 185g
Komadići u biljnom ulju 185g

Oduševljenje ovom izvrsnom, nemasnom ribom opravdano je činjenicom da u 100 g tunjevine ima skoro 30 g proteina, najviše 1g ugljenih hidrata i isto toliko ili manje masti, i ukupno samo 120 kalorija. Poređenja radi 8 belanaca jaja ima istu količinu proteina, ali i 160 kalorija. Konzumiranjem tunjevine zahvaljujući njenom sastavu možete uticati na sprečavanje gubitka pamćenja i smanjenje mogućnosti moždanog udara.

Sastojci: Tuna 70%, biljno ulje do 30%, so.

Proizvodi: Siam International Food CO, LTD. Tajland.

Uvoznik i distributer za Srbiju: PTP DIS d.o.o. Bulevar oslobođenja 1b, 11319 Krnjevo. Republika Srbija



SARDINA dobro

U biljnom ulju 125g
U paradajz sosu 125g

Izrazito je bogata omega – 3 masnim kiselinama koje se u organizmu ne mogu sintetizovati, a preko su potrebne za održavanje dobrog zdravstvenog stanja organizma. Sardela je važan izvor belančevina, koje se u poređenju sa mesnim belančevinama odlikuju lakšom svarljivošću (sadrže manje kolagena), boljom iskorišćenošću i povoljnijim aminokiselinskim sastavom.

Sastojci: Sardine 70%, biljno ulje do 30%, so.

Proizvodi: Lucky Cannery Co. Ltd. Tajland.

Uvoznik i distributer za Srbiju: PTP DIS d.o.o. Bulevar oslobođenja 1b, 11319 Krnjevo. Republika Srbija

NOVO!

JEDINA 1,5 L

Dukat sveže mleko sa 2,8% mlečne masti i jogurt sa 3,2% mlečne masti u boci od 1,5 litre, prvo su i jedino takvo pakovanje svežeg mleka i jogurta na našem tržištu. Novo pakovanje Dukat svežeg mleka i jogurta u boci od 1,5 L prava je mera za celu porodicu.

Već u prvom mesecu prodaje, nova boca od 1,5 L pokazala je izuzetno dobre rezultate.

Obradujte potrošače! Neka deo vaše ponude od sada budu novo Dukat sveže mleko i Dukat jogurt.

Uživanje u Dukat svežem mleku i Dukat jogurtu tako lako postaje naša ZDRAVA NAVIKA.

Naziv proizvoda:	Dukat Sveže mleko 2,8% m.m.	Dukat Jogurt 3,2% m.m.
Neto količina:	1,5 L	1,5 kg
Bar code:	8606002113179	8606002110109
Način čuvanja:	4°C - 8°C	4°C - 8°C
Rok trajanja:	12 dana	24 dana
Transportno pakovanje:	6 x 1 L	6 x 1 kg



ZDRAVANAVIKA

GODIŠNJICA U LAZAREVCU

DIS market u Lazarevcu je preposlednji market otvoren u nizu DIS maloprodajne mreže. Svoju prvu godišnjicu tokom koje je objekat u Lazarevcu posetilo 700.000 kupaca, ovaj market obeležio 30. oktobra. Tokom slavljeničkog dana u marketu je kupovalo 2.160 kupaca, od kojih je 21 nagrađen besplatnom kupovinom svega što mu se u trenutku proglašavanja stotim zahteklo u korpi.

Kada saberemo sve utiske, ovo je za market u Lazarevcu bila jedna uspešna godina. Odlični re-

zultati i neočekivano veliki broj kupaca, obeležili su godinu za nama. Specifičnost ovog marketa nalazi se u njegovoj poziciji, smešten je u industrijskoj zoni grada. Lazarevac je sredina sa odličnim standardom, odnosno platežno jakim kupcima, pa nije iznenađujuća činjenica da se Lazarevački DIS market po prometu nalazi među vodećim objektima u našoj maloprodajnoj mreži, kaže Veroljub Spasojević kontrolor DIS maloprodajne mreže.

Prva godina rada je po mojoj oceni bila veoma uspešna. Ovo je jedini market ovog tipa u gradu i okolini i ta činjenica je ono što nam pruža dosta mogućnosti. U DIS marketu u Lazarevcu zapos-

leno je sedamdeset troje ljudi, funkcionišemo za sada dobro, što nam u budućnosti nagoveštava još bolje dane. Kada je o našim planovima za buduće poslovanje reč, mislim da ćemo se potruditi oko intenzivnije saradnje sa STR-ima. Svako ćemo se potruditi da kupcima obezbedimo još komforniju kupovinu. Kupac je na prvom mestu to je naše konstantno opredeljenje. Povodom rođendana našeg marketa danas je svaki stoti kupac u DIS marketu u Lazarevcu nagrađen besplatnom kupovinom, a oni koji su želeli bili su u mogućnosti da se posluže slavljeničkom tortom i kafom u MEZE restoranu, kaže Radmila Dišić, direktor ogranka DIS-a u Lazarevcu.



U DIS marketu kupujem od trenutka njegovog otvaranja. Moja porodica i ja smo kao kupci prisutni svakodnevno, a vikend je vreme za obavljanje značajnije kupovine. Moj motiv za kupovinu u DIS-u pre svega su povoljne cene i odgovarajući kvalitet. Uslugom smo zadovoljni i moja porodica i ja što nas takođe motiviše na dalju kupovinu, kaže Slavica Blažić.

U DIS-u kupujem vikendom. Ovde kupujem zato što sve mogu da nabavim na jednom mestu, prostor je prijatan i lako se snalazim među rafovima. Zadovoljna sam cenom, asortimanom i uslugom. Mislim da ništa ne nedostaje. Danas smo kupovali malo veću količinu robe jer smo došli u nabavku za slavu, a sve dobili besplatno, kaže Kristina Lazarević.

U DIS-u kupujem svake subote. DIS je moj izbor, jer mi se dopada roba u ponudi ovog marketa koji ima širok asortiman dobrog kvaliteta. Cene su prilagođene standardu i što se mene tiče ja sam zadovoljan, kaže Jovan Mihajlović.



DRUGI ROĐENDAN KRUŠEVAC

DIS market u Kruševcu je maloprodajni objekat koji u segmentu DIS maloprodaje sa ukupno 1.020.950 kupaca beleži najveću posećenost tokom godine. Preko 95.000 kupaca mesečno poseti ovaj market, a 3.000 kupaca u njemu pazari svakodnevno.

Na dan rođendanskog slavlja 29. novembra 33 stota kupca DIS marketa u Kruševcu nagrađena su besplatnom kupovinom svega što im se

u trenutku dolaska na kasu našlo u korpi. Kupcima koji nisu imali sreće da budu nagrađeni poslužena je rođendanska torta i kafa u MEZE restoranu DIS marketa.

- Na osnovu postignutih rezultata mogu da konstatujem da zauzimamo poziciju maloprodajnog lidera u Rasinskom okrugu. Zadovoljni privodimo kraju 2009. godinu. Broj kupaca se svakodnevno povećava što se naravno odražava i na ukupan promet marketa. Porast prometa evidentan je i po pitanju artikala koji čine asortiman

DIS robne marke DOBRO. Naša robna marka je izuzetno prihvaćena od Kruševačkih kupaca.

Ovaj market odlično funkcioniše zahvaljujući uhdarionom timu u kojem tokom ovog dvogodišnjeg perioda nije dolazilo do značajnih izmena. Ovde radi kvalitetan kadar i gotovo da je svaki zaposleni sposoban da obavi bilo koji zadatak. Pored asortimana i cena, koje su bez sumnje pristupačne, ovakvo osoblje čini osnov uspešnog funkcionisanja svakog marketa, kaže Jelena Milanović, poslovođa DIS marketa u Kruševcu.



- Cene u DIS-u mi izuzetno odgovaraju zato u ovom marketu kupujem svakog drugog dana. U poređenju sa cenama u drugim prodajnim objektima ovde su cene daleko niže, a asortiman znatno bogatiji. Usluga u DIS marketu zaslužuje sve pohvale, posebno kasirke koje se izdvajaju svojom ljubaznošću i profesionalnim odnosom prema poslu, ocenjuje Zivko Đorđević.



- Sve što bi po pitanju kupovine u DIS-u prokomentarisao bilo bi zaista suviše. Da je kvalitet usluge na izuzetnom nivou, a asortiman više nego zadovoljavajući znaju svi kupci. Da nisam zadovoljan ne bi ni bio redovan kupac ovog marketa. U veliku kupovinu obično dolazim vikendom, ovoga puta želeo sam da pribavim samo nekoliko artikala što radim gotovo svakodnevno, kaže Dragan Milenković jedan od stotih kupaca DIS marketa u Kruševcu.



- U DIS marketu kupujem bar nekoliko puta nedeljno. Često kupujem DOBRO proizvode, zadovoljan sam njihovim kvalitetom, a cena mi izuzetno odgovara. Inače zadovoljan sam kompletnim asortimanom koji mi se nudi u DIS-u, kaže Golub Bozoljac.



SEPARATOR

U DC DIS-a tokom novembra postavljen je separator masti i ulja. Separator je namenjen prečišćavanju otpadnih voda nastalih pranjem vozila. Ovaj uređaj, zapremine je 2000 litara i protoka 3 litra u sekundi. Separatori masti i ulja upotrebljavaju se svuda gde otpadne vode sadrže veću količinu rastvorenih životinjskih i biljnih masti i ulja. Ugrađuju se kao predprečištači, ispred prečištača otpadnih voda ili pre ispuštanja otpadnih voda u javnu kanalizaciju. Separatori masti i ulja čuvaju kanalizaciju od zapušavanja ili potpunog začepljenja.



NOVA KOMORA ZA HLAĐENJE

Zbog povećanja broja atikala koje je potrebno skladištiti pod posebnim uslovima, u hali magacina 5 u toku je rekonstrukcija i adaptacija plusne komore za hlađenje, odnosno podešavanje postojeće komore za rad na minusnim temperaturama. Po završetku ovih radova hala magacina 5 umesto dosadašnje jedne raspolagaće sa dve komore za duboko zamrzavanje robe i 9 komora u kojima se skladište shomesnati, mesni i mlečni proizvodi.



POPRAVKA ASFALJNIH POVRŠINA

Tokom proteklog meseca rađeno je na popravci saobraćajnih površina u krugu DC DIS-a. 500 metara kvadratnih presvučeno je asfaltom debljine 4 cm. Inače čitav kompleks DC DIS-a leži na površini od 3 hektara, 64 ara i 73 metra kvadratna od čega se pod objektima nalazi 2 hektara 5 ari i 64 kvadratna metra.



POJAČANO OSVETLJENJE

U cilju osvetljenja prednje strane kompleksa DC DIS-a, i prostora namenjenog za parkiranje, uz samu ogradu DC postavljeno je sedam svetiljki KRS-A 10 sa po dve lire. Čelični noseći stubovi su visine 10 metara i proizvod su firme Amiga iz Kraljeva.



PROŠIRENJE MAGACINSKOG PROSTORA

Na čelu hale magacina 5 u toku je izgradnja objekta površine 100 metara kvadratnih. Ovaj magacinski prostor biće namenjen isključivo skladištenju ambalaže namenjene magacinu pića. Ambalaža će se pakovati po visini i na taj način maksimalno uticati na apsolutnu iskorišćenost skladišnog prostora.

SLOV

Za jedan broj zaposlenih u DIS-u, kraj oktobra, značio je i vreme putovanja. Trideset osmoro radnika od 22. do 25. oktobra boravilo je u Sloveniji. Tom prilikom obilazeći trgovačke firme, proizvođače suhomesnatih proizvoda i vina i brojne tržne centre, radnici DIS-a bili su u prilici da svoja poslovna saznanja uporede sa principima koji se primenjuju na Slovenačkom tržištu. Tokom ove posete Sloveniji radnici DIS-a obišli su i značajne kulturno istorijske spomenike Ljubljane i Celja upoznavajući se sa istorijom i kulturnim nasleđem ove regije.

LJUBLJANA

Glavni grad Slovenije, ima 265.881 stanovnika (495.000 u široj urbanoj zoni). Grad se nalazi u centralnom delu Slovenije, u takozvanoj Ljubljanskoj kotlini, između Alpa i Jadranskog mora, na reci Ljubljanici približno 10 km od ušća u Savu. Između 1762. i 1780. poznati naučnik Matija Grubar sagradio je Grubarov kanal, da bi sprečio često plavljenje. Grad je podeljen u nekoliko kvartova, bivših opština, od kojih su najveći Šiška, Bežigrad, Vič, Moste-Polje i Centar. Simbol grada je Ljubljanski zmaj.



Reka Ljubljanica



Prešernov trg



Tržni centar



BTC tržni centar



Šetnja Ljubljanom

ENIJA

CELJE

Celje je četvrti po veličini grad u Sloveniji i najvažnije naselje Savinjske regije. Celje je i upravno središte istoimene opštine Celje. Grad Celje se smestio u središnjem delu Slovenije, 70km severoistočno od prestonice Ljubljane. Leži na reci Savinji u jugoistočnom delu prostrane i gusto naseljene Celjske doline. Grad je na nadmorskoj visini od 238 - 243 m. Grad Celje danas ima oko 38.000 stanovnika i po broju je to četvrti grad u državi.



Vinarija "Zlatni Grič" u Slovenskim Konjicama



Celjske mesnine



Vinarija "Zlatni Grič" u Slovenskim Konjicama



Tuš-ov logistički centar u Celju



Sudoku galerija

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

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

	PRODAJNI OBJEKAT SA SLIKE	SOBICA ZA NAMIRNICE, SPAJZ	SPUŠTATI SE	IZOLACIONA GRAĐEVINSKA PLOČA	RATARSKA ZEMLJA	PTICA JATARICA (NAR.)	A VISTA, PO VIDENJU (TRG. SKR.)	GRAD U IRSKOJ	STRME KAMENE LITICE	LIČNA ZAMENICA	VOLUMEN	ODMARANJE
CAST, UGLED	<input type="text"/>											
PRELAZITI U GASOVITO STANJE	<input type="text"/>										DOZA	
BRINUTI SE	<input type="text"/>									SREMSKA MITROVICA		
AMERIČKA POP DIVA	<input type="text"/>						PRVI VOKAL	STEPEN VISINE RAZINA		ITALIJA		
POTPISIVANJE MENICE NA MESTU ZA JEMCA	<input type="text"/>							17. SLOVO AZBUKE			EROS RAMACOTI	
MALA RATA	<input type="text"/>											
KARAT	<input type="text"/>	IME GLUMICE RINE										
		DVOJE										
SPEV	<input type="text"/>		REKA U ITALIJI	EKONOMSKI BIRO (SKR.)	POKAZNA ZAMENICA							
PREKRIVAC ZA KONFERENCIJSKI STO	<input type="text"/>											
	PROIZVOD NAMENJEN TRZISTU											



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. Predmet sa slike - Inicijali psihoanalitičara Frojda (1), 2. Autori anagrama (0), 3. Preštampavanje (engl.) - Zvuk (1), 4. Siloviti, žestoki ljudi (tur.) - Ptica grabljivica (1), 5. Pritezati se, zatezati se - Poslednje slovo većine srpskih prezimena (1), 6. Države pod upravom kanova - Ime makedonske pevačice Redžepove (1), 7. Lična zamenica - Nemački nobelovac, Vilhelm (1), 8. Blagajna (2), 9. Situacija, status (1), 10. Prevozno sredstvo, automobil - Oznaka za amper (1), 11. Lična zamenica - Simbol radona (1), 12. Dobit od štednje u banci (0).

USPRAVNO: 1. Grad u Italiji - Vrsta akrobacije (1), 2. Slabo pokretan, trom - Hiljadu kilograma (1), 3. Francuska operna pevačica, Ema - Kotur za pređu ili žicu (1), 4. Jedenja grizenjem unaokolo - Prvi vokal (1), 5. Skidati svoju bradu brijačem - Morski greben (1), 6. Velika ozleda - Ime teniserke Ivanović (1), 7. Automatski moto-test (skr.) - Oznaka za istok (2), 8. Auto-oznaka za Niš - Zolje (1), 9. Duševni potres (1), 10. Zenonova filozofska škola - Oznaka za metar (1), 11. Ugladenost, suptilnost (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



XVI INTERNATIONAL AWARD
FOR FOOD AND BEVERAGES
MADRID-SPAIN 1993



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



38 МЕДАЉА за квалитет и асортиман 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.

