



Glasnik

www.disyu.com

List PTP DIS d.o.o.

Februar - Mart 2010

Broj 8.

Godina 2.



MOJA PRVA NAGRADA... 8



LJUBAZNOST PRE SVEGA 18

Glasnik

SVEDOK RAZVOJA DIS-A 20



SVE JE DOBRO 26

AGROBIZNIS SIGURAN POTENCIJAL



Nedavno je završena kupovina manjinskog paketa akcija poljoprivrednog dobra „Sloga“ iz Kovina. Očekujemo da firmu ubrzo preregistrujemo u društvo sa ograničenom odgovornošću, a potom, kao simbol novog početka, firmi damo naziv koji simbolizuje pravac u kojem će se razvijati. Trenutni kapaciteti farme koju ćemo pokrenuti na proleće je 5.000 tovljenika u turnusu, odnosno 12.500 svinja godišnje. Raspoloživi kapaciteti zapravo zadovoljavaju samo deo plasmana neophodnog malo-

prodajnom lancu DIS-a. Kada je ratarstvo u pitanju, firma „Sloga“ trenutno raspolaže sa 300 ha obradivih površina spremnih za prolećnu setvu. U vlasništvu firme nalazi se i jezero koje se prostire na 50 ha sa proizvodnim potencijalima od 500 tona ribe godišnje. Svi navedeni kapaciteti moraju biti maksimalno eksploatisani, jer, naravno, upravo od toga zavisi isplativost cele investicije. DIS će izdvojiti određena sredstva za pokretanje proizvodnje, ali buduće investicije „Sloga“ mora obezbediti sama.



PRAKSOM DO ZNANJA 28



PSEĆA SREĆA 31

Oživite vašu kosu!

pomoću tajni lepote prirode

Novo!
Linija za negu
kose

inspirisano
prirodom



ORZENE BEER linija za negu kose koristi moć prirode nudeći Vašoj kosi jedinstven sjaj i volumen. Formula obogaćena pravim pivom i njegovim osnovnim sastojcima koji su bogati vitaminima, mineralima i mikroelementima, duboko deluje na Vašu kosu, čineći je jačom i zdravijom.

ORZENE
Prirodno lepa kosa

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 Agrobiznis - siguran potencijal
- 7 Zdrav život
- 9 Nagrada kao vetar u leđa
- 15 Mladi projektantski tandem
- 18 Ljubaznost na prvom mestu
- 20 Svedok razvoja DIS-a
- 25 Svaka srećka dobija
- 26 DOBRO
- 29 Tri godine maloprodaje DIS-a
- 31 Pseća sreća

ISKUSTVO ZNAČAJAN OSLONAC

U laskom u dvadesetu godinu poslovanja, pred menadžmentom kompanije DIS otvorilo se pitanje - kako u godini u koju ulazimo sa 12% pada potrošnje, ostvariti kontinuitet u stabilnom rastu od preko 20% koji PTP DIS prati čitavu deceniju unazad? Imajući u vidu da dobar deo rukovodećeg tima pamti i devedesete, odnosno uslove rada u tim godinama, odgovor na predhodno pitanje nije bilo teško pronaći. Dolaženje do rešenja zahtevalo je aktivnosti u više različitih pravaca:

Prvi je usmeren na organski rast kompanije kroz otvaranje novih sopstvenih maloprodajnih objekata. Kada je o njima reč, neki su u završnoj fazi izrade, dok će drugi sa prvim danima proleća početi da se grade.

Drugi, ali ne i manje bitan, pravac aktivnosti biće usmeren na proširenje partnerskog odnosa sa našim franšiznim kupcima, gde od ove godine treba aktivno da učestvuju i dobavljači i to kroz predloge asortimana na mestu prodaje u svim formatima objekata i kroz predloge pozicioniranja asortimana na sve gušćim policama. Uvođenje novih tipova akcija namenjenih upravo franšizantima, zasigurno će učvrstiti našu zajedničku poziciju kod potrošača u segmentu komšijske prodavnice.

Treći pravac aktivnosti, a ujedno i najbitniji, biće usmeren ka krajnjem potrošaču koji u ovoj kriznoj godini kupovinom u našim objektima treba da zadovolji kvantitativne i naročito kvalitativne potrebe svoje kupovine, a da pri tom ne oseti pad kupovne moći. Prvi korak je naša kompanija učinila sa prvim radnim danom ove godine uvođenjem odloženog plaćanja čekovima. Pored već postojećih akcija na mesečnom nivou i vikend akcija sa značajnim popustima, od polovine februara će se uložiti i dodatni napori na poboljšanju budžeta potrošača kroz akcije "DA SE ZAPREPASTIŠ" koje će biti propraćene upravo takvim cenama. Robna marka DOBRO koja je od samog svog pojavljivanja naišla na dobar odziv i poverenje potrošača će i dalje gajiti tu tradiciju kroz cenovnu pozicioniranost



10-15% ispod najjeftinijeg, a sa kvalitetom ništa lošijim od onog za koji su se proizvođači najradije opredeljivali. Ova plavo-bela porodica će do sredine godine brojati preko 350 članova, kako kroz zaokruženje asortimana u već postojećim kategorijama, tako i kroz artikle u kategorijama u kojima do sad nije prisutna. Time će se steći uslov da prosečan potrošač svoju potrošačku korpu formira samo od ovih artikala.

Ako na sve ovo dodamo i aktivnu komunikaciju koja je od polovine decembra dostupna svim našim dobavljačima kroz korišćenje B2B servisa (gde je učešće uzelo već preko 250 dobavljača) kako bi zajedničkim snagama brinuli o zalihama robe, poručivanju iste u pravom trenutku, pravovremenom ulistavanju, ali takođe i izlistavanju sporoobrtnih artikala, treba li sumnjati da će uspeh izostati? Naravno da ne! U našoj kompaniji zaposleni su naučeni da drže data obećanja i sprovode reči u dela, jer ste Vi na prvom mestu.

Nenad Jelić
Komercijalni direktor DIS-a



AGROBIZNIS SIGURAN POTENCIJAL

Ukupno stočarstvo u našoj zemlji poslednjih godina je u stalnom padu. Taj pad je u svinjarskoj proizvodnji najizrazitiji, a što uvoz svinjskog mesa postavlja kao neminovnost. Za veći obim proizvodnje svinjskog mesa na ovim prostorima postoje odlični uslovi: tradicija, proizvodnja stočne hrane (kukuruz, ječma, soje, suncokreta) kadrovi i radna snaga u velikom broju, velika mogućnost za izvoz, potreba i mogućnosti za proizvodnju zdravstveno bezbedne hrane. Ukoliko situaciju sagledamo ovako kako je realno postavljena, u uzgoju svinja u Srbiji jednostavno je prepoznati potencijal.

Kupovina poljoprivrednog dobra "Sloga" u Kovinu za PTP DIS predstavlja ulazak u potpuno novu privrednu granu koja osim dosadašnje prodaje podrazumeva i proizvodnju pojedinih prehrambenih proizvoda. Zašto ste se na ovakav korak odlučili u trenutku sveopšte nestabilnosti?

- Uzimajući u obzir oscilacije u kretanju cene i kvaliteta na tržištu svežeg mesa i mesnih preradevina, trgovci se već duže vreme suočavaju sa problemom nalaženja kvalitetnog inputa kada je ovaj segment asortimana u pitanju. Razmišljanja o zaokruživanju kompletnog procesa proizvodnje, od ratarstva i proizvodnje hrane za uzgoj, preko tovljenja stoke, pa na kraju i prerade, podrazumeva kontrolu svih sirovina koje je potrebno proizvesti kako bi kao krajnji rezultat imali kvalitetan proizvod. Kada takav proizvod, vrhunskog kvaliteta plasiramo kroz "DIS" maloprodajni lanac, dolazimo do zaključka da će proizvod iz Kovina veoma lako naći put do potrošača, i da će naši kupci imati priliku da po znatno pristupačnijim cenama konzumiraju namirnice koje su kontrolisanog kvaliteta. Ovakvo razmišljanje je nesvojstveno stabilnim tržištima, jer se većina uspešnih kompanija u svetu razvija horizon-

talnom diversifikacijom, ali uzimajući u obzir činjenicu da je sektor agrara u Srbiji tek u razvitku, a istovremeno privredna grana sa najviše potencijala na ovom podneblju, razmišljanja o akviziciji firme "Sloga" su nam se činila kao veoma perspektivna, kao jedan dobar početak, te smo se zato i odlučili da upravo u ovom pravcu usmerimo naše poslovanje.

Kakva je strategija DIS-a po pitanju budućeg poslovanja firme "Sloga"? Da li će ona i u kojoj meri menjati delatnost, odnosno u kojem pravcu će se kretati razvojni proces ove sada DIS-ove celine?

- Nedavno je završena kupovina manjinskog paketa akcija. Očekujemo da firmu ubrzo pre-registrujemo u društvo sa ograničenom odgovornošću, a potom, kao simbol novog početka, firmi



Upravna zgrada Sloge

Trenutni kapaciteti farme koju ćemo na proleće pokrenuti su 5.000 tovljenika u turnusu, odnosno 12.500 svinja godišnje. Raspoloživi kapaciteti zapravo zadovoljavaju samo deo plasmana neophodnog maloprodajnom lancu DIS-a. Kada je ratarstvo u pitanju, firma "Sloga" trenutno raspolaže sa 300 ha obradivih površina spremnih za prolećnu setvu. U vlasništvu firme nalazi se i jezero koje se prostire na 50 ha sa proizvodnim potencijalima od 500 tona ribe godišnje.

damo naziv koji simbolizuje pravac u kojem će se razvijati. Ovu godinu ćemo iskoristiti za re-strukturiranje postojećih kapaciteta, okupljanje stručnog tima koji će planirati, organizovati i kontrolisati sve procese poslovanja, i kao najbitnije izraditi nacrt projekta koji će biti sproveden fazno u narednih nekoliko godina. Trenutni ka-



Nenad Timarić, izvršni direktor DIS-a

paciteti farme koju ćemo na proleće pokrenuti su 5.000 tovljenika u turnusu, odnosno 12.500 svinja godišnje. Raspoloživi kapaciteti zapravo zadovoljavaju samo deo plasmana neophodnog maloprodajnom lancu DIS-a. Kada je ratarstvo u pitanju, firma "Sloga" trenutno raspolaže sa 300 ha obradivih površina spremnih za prolećnu setvu. U vlasništvu firme nalazi se i jezero koje se prostire na 50 ha sa proizvodnim potencijalima od 500 tona ribe godišnje. Svi navedeni kapaciteti moraju biti maksimalno eksploatisani, jer, naravno, upravo od toga zavisi isplativost cele investicije.

Koliko će vremena biti potrebno za potpuni oporavak "Sloge" i njeno postavljanje u red konkurentnih na tržištu?

- Firma "Sloga" trenutno ne stvara nikakvu dodatnu vrednost i takoreći mora biti pokrenuta od nule. "DIS" će izdvojiti određena sredstva za pokretanje proizvodnje, ali buduće investicije "Sloga" mora obezbediti sama. Cilj nam je da ovaj biznis potpuno odvojimo od postojeće delatnosti DIS-a. U tom smislu, "Sloga" će se razvijati isključivo na bazi



Farma svinja

sopstvenih rezultata, potencijala i profita koji očekujemo da generiše. Bitno je napomenuti da je "DIS" regulisao sve dugove koje je firma imala prema poveriocima, dobavljačima i državi i tako stvorio osnovu za zdrav početak razvoja firme



koji će otpočeti već za nekoliko meseci. Dakle, možemo reći da je "Sloga" već revitalizovana i da sada predstoji proces osvajanja što većeg dela

tržišta kakvog ne nedostaje, jer smo zemlja koja veoma uspešno može da proizvede u svakom segmentu agrobiznisa, a tržište nam je samim tim neograničeno.

Kupovinom Sloge, DIS će sada kao proizvođač ozbiljno konkurisati na tržištu Južnobanatskog okruga, odnosno Vojvodine. Pokretanje proizvodnje u Slogi, sigurno će značiti i mogućnost osvajanja novih tržišta na kojima kao PTP DIS do sada niste bili prisutni.

- Ono što karakteriše srpsko tržište kada je agrar u pitanju je veliki broj poljoprivrednih gazdinstava i usitnjenost površina kojima ona raspolažu (prosečno oko 5 ha). Ključ jeftinog proizvoda je u obimu proizvodnje, pa je shodno tome naša strategija da što pre ukupnimo obradivu površinu i samim tim uspešno konkurišemo proizvođačima u pomenutom okrugu i šire. Mislim da se kapital po prirodni stvari mora ukupnjavati, i da su prošla vremena kada se država odlučivala da pokriva gubitke koji nastanu zbog usitnjene proizvodnje skupih proizvoda koji kao



takvi nisu mogli da nađu put do plasmana. Dakle, naš zadatak je da se pobrinemo da napravimo što kvalitetniji proizvod, po što nižoj ceni, jer samo to nam garantuje plasman. Proizvodnja jeftine hrane za uzgoj je tako segment koji će se odraziti na cenu proizvoda koji budu nastajali.

Koliko će i da li će proizvodi nastali u firmi "Sloga" biti plasirani u postojećim maloprodajnim objektima DIS-a?

- Stava smo da "DIS" prema firmi "Sloga" treba da se odnosi kao i prema svakom drugom dobavljaču sa kojim saraduje. Ukoliko "DIS" bude sposoban da pod povoljnijim uslovima nabavi proizvode koje "Sloga" već proizvodi, to prirodno treba i da učini. Takva situacija bi nam svakako bila pokazatelj da nešto ne funkcioniše kako treba, a menadžment u "Slogi" će se pobrinuti da do takvih situacija ne dođe.

Proizvodnja zdrave hrane nametnuta je kao svetski trend i samim tim postala vrlo primamljiva oblast za investiranje. Koliko se DIS odnosno Sloga pronalazi u ovoj priči?

- Proizvodnja zdrave hrane je trend koji je već duže vreme imperativ, ali se poslednjih godina u svetu javlja problem kvantiteta, jer potrebe za hranom rastu u skladu sa povećanjem broja ljudi u svetu, a planeta nam je tolika kolika jeste i nju ne možemo povećati. Iz takve situacije proističe pitanje - kada ćemo da dostignemo pun kapacitet obradivih površina kojima raspolažemo? Neke zemlje se već odlučuju za rešenja koja se loše odražavaju na kvalitet hrane, jer veće pri-



300 ha plodnog zemljišta pripremljeno za prolećnu setvu

nose ostvaruju genetski modifikovanim usevima. Dobro je što je tržište Evrope zaštićeno od ove vrste proizvodnje, kao i od uvoza ovakvih proizvoda, jer time pokazujemo da je zdravlje ipak prioritet. DIS želi da uspostavi evropske standarde kada je proizvodnja u pitanju, i samim tim svojim potrošačima obezbedi kvalitet koji je standardizovan i kontrolisan.

U kojoj meri će se postavljanje "Sloge" na zdrave poslovne osnove odraziti na privrednu

sliku Kovina, u smislu smanjenja nezaposlenosti i povećanja standarda određenog broja stanovnika ove opštine?

- Prirodno je da jedna opština kao što je Kovin svoju budućnost zasniva na poljoprivrednim aktivnostima, pa je samim tim dobrodošao dolazak investitora spremnog da uloži u proizvodnju i proširenje proizvodnih kapaciteta tako, utičući na stvaranje dodatke vrednosti opštini. Kovin je kroz istoriju uvek bila opština gde su se ljudi ma-

hom orijentalisali na poljoprivredu, što je stvorilo mnogo sposobnog kadra koji može da razvija sve proizvodne procese. Ipak, ti ljudi moraju da budu svesni da je, dok smo mi bili u problemu, svet razvijao neke nove tehnologije i nova znanja i da moraju biti spremni i voljni da uče i stečena znanja primene ne bi li kao kolektiv bili uspešni i zadovoljni ličnim i poslovnim prihodima jer uspeh firme zavisi prvenstveno od našeg truda, kaže Nenad Timanić, izvršni direktor DIS-a.



Jezero površine 50ha



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

ZDRAV ŽIVOT

KVALITETAN I ZDRAV PROIZVOD ZA SVE KATEGORIJE KUPACA

Usled zahtevnog tempa kakav nam život nameće, često zaboravljamo na zdravlje. Uglavnom jedemo "s' nogu", ne vodeći računa kakvu hranu konzumiramo, jedina rekreacija se svodi na hodanje od kuće do automobila, a stresne situacije pogađaju nas sa svih strana. Tako živimo iz dana u dan to trenutka kada počnemo da posustajemo. Tek tada se setimo da bi trebalo da učinimo nešto i za sebe, a logično i ispravno, najpre odlučimo da promenimo način ishrane.

U skaldu sa trendovima i potrebama savremenog tržišta, u velikim objektima DIS marketa odskora je posebnim grupama kupaca ponuđeno da na brži i jednostavniji način dođu do proizvoda koji se svrstavaju u kategoriju onih koji podrazumevaju zdrav život. Proizvodi objedinjeni u ovu robnu grupu, pozicionirani su na poseban raf i specifičnim obeležjima označeni kao celina. Zdravu hranu konzumiraju kupci rešeni da, posvećujući se zdravoj ishrani, brinu o opštem stanju svog organizma, ili oni koje su bolešću uslovljeni da sprovode baš takav režim ishrane. Kada realno sagledamo, to je značajna grupacija redovnih kupaca DIS marketa.

ZDRAVA HRANA

Prema jednoj od brojnih definicija, u zdravu hranu svrstavaju se namirnice koje doprinose održavanju fiziološke i psihološke ravnoteže organizma, kao i optimalne otpornosti na stres i infekcije. Ovaj pojam je, u odnosu na svoje početke, vremenom evoluirao, pa se danas pod istim podrazumevaju proizvodi od celog zrna žitarica, riba, maslinovo ulje, bobičasto voće, obojeno povrće, fermentisani mlečni proizvodi (probiotika) i brojni drugi proizvodi dostupni u DIS marketima.

Kada se kaže: ovo je "zdravo", a ovo "nezdravo", misli se na neke materije u hrani koje manje ili više doprinose zdravlju i stimulišu odbrambene snage organizma, ili sa druge strane sadrže neke toksične, kancerogene ili alergijske komponente. Ne može se reći da su jaje ili pavlaka nezdravi

proizvodi, ali ipak ove dve namirnice treba kontrolisano unositi, jer je u dnevnoj ishrani bitno konzumirati što manje zasićenih masnoca. Apolutno nije svejedno šta unosimo u organizam 3-5 puta dnevno, jer svakako nije najvažnije samo napuniti želudac i jesti ono što volimo i ono što nam prija. Morali bi da razmišljamo o biološkoj vrednosti konzumiranih namirnica i o tome šta organizmu treba.

Razvoj civilizacije i industrijalizacije u poljoprivredi i prehrambenoj industriji doveo je do toga da smo u zadnjih 30, pa i više godina uglavnom konzumirali "praznu - rafiniranu hranu", hranu prerađenu do te mere da je lišena svih vitalnih elemenata, degradiranog nutritivnog sadržaja koja ne može da podmiri sve dnevne potrebe čoveka. Čovek je tako počeo da unosi "prazne

kalorije". Kada se to shvatilo hrani su počeli da se dodaju razni suplementi. Tako se došlo do apsurdna. Najpre rafiniranjem skidamo sve vitalne sastojke namirnica, a onda te iste sastojke vraćamo natrag veštačkim putem. Sada, kada to znamo, možemo da objasnimo razliku između zdrave i nezdrave hrane. Pod uslovom da je higijenski ispravna, hrana nije zdrava - jer u sebi ne sadrži ni vitamine, ni minerale, ni zaštitne materije, odnosno, ona je potpuno "prazna." Takav tip namirnica su takozvani "snacks" proizvodi koji se, nažalost, najviše serviraju deci.

FUNKCIONALNA HRANA

Pod funkcionalnom hranom podrazumevaju se proizvodi sa potencijalnim pozitivnim delovanjem na zdravlje, uključujući bilo koju hranu ili njen bilo koji sastojak koji može pokazati pozitivan efekat na zdravlje. Ovaj termin nisu prihvatile sve zdravstvene institucije. Mnogi nutricionisti smatraju da se samo način ishrane može klasifikovati kao dobar ili loš, ali ne i same namirnice. Funkcionalna ishrana se može posmatrati kao treća generacija hrane sa pozitivnim aspektom na zdravlje. Proizvode prve generacije predstavljaju jogurt, hleb od celog zrna, integralne žitarice i slično. Druga generacija proizvoda se pojavila posle desetak godina kasnije kao reakcija na preveliku zastupljenost zasićenih masnoća i šećera u ishrani. Ti proizvodi su imali smanjen sadržaj pomenutih sastojaka. Treća generacija, odnosno Funkcionalna hrana, je rezultat naučnih saznanja o povezanosti nekih sastojaka hrane i prevencije oboljenja. Kao takva, ona mora da zadovolji i zdravstvene i ekološke kriterijume. Hrana mora biti proizvedena uz primenu savremene biotehnologije. Samo takva hrana može imati zdravstveni uticaj na ljudski organizam, tako što će pozitivno delovati na funkcionisanje gastrointestinalnog trakta. Proizvodima čiji sastojci imaju upravo takvo dejstvo na organizam mogu se od skoro naći na jednom mestu, u rafu ZDRAV ŽIVOT, u maloprodajnim objektima DIS-a velikog formata. Obidite ovaj deo DIS marketa, živite zdravo i osećajte se bolje.



MOJA PRVA NAGRADA I PRVI INTERVJU

Pre nego što zauzme svoje mesto u rafovima prodajnih objekata širom Srbije, sva roba najmanje nekoliko puta prođe kroz ruke nekog od odvajača u magacinima DC DIS-a. Posao odvajača, naizgled lak kao bilo koji drugi čiju suštinu ne poznajemo, zapravo zahteva veliku odgovornost, brzinu i tačnost, a fizička spremnost je nešto što svakako ne može nedostajati. Ne postoji škola u kojoj se školuju profesionalni odvajači, taj posao je jednostavno veština i volja da se o određenoj robi uči. Najbrži i najtačniji postaje i najbolji. Ovoga puta to je Dalibor Trišić.

- U DIS-u radim sedam godina prvo kao fizički radnik, a zatim kao odvajač. Moje radno mesto nalazi se u magacinu 3 DC DIS-a u kome se skladište prehrambeni proizvodi. Taj moj posao naizgled je lak, ali ipak treba u obavljanje ovog, kao i bilo kog drugog posla na svetu potrebno je uložiti sebe kako bi ga obavio na pravi način. Ja kao jedan od najboljih odvajača u ovom trenutku, mesečno odvojim od 15.000 do 18.000 artikala, u zavisnosti od prometa i sadržaja računa po kojima se upravljam.



Krnjevo je jedno od retkih sela na ovom prostoru koje i dalje živi u različitim segmentima društvenog i privrednog života. Mogućnost upražnjavanja kulturnih i sportskih aktivnosti,



Dalibor Trišić na radnom mestu

a pre svega mogućnost zapošljavanja i obezbeđivanja egzistencije je nešto što mlade ljude zadržava u ovoj sredini.

- Ja sam iz Krnjeva, pa je nekako bilo logično da počnem da radim u DIS-u. Bio mi je potreban posao, došao sam, pitao i tako se zaposlio. Rođen sam 1980. godine, a školovao sam se da budem kuvar, što nema baš mnogo dodirnih tačaka sa onim čime se sada bavim. DIS je prva firma u kojoj radim, odnosno moje prvo radno mesto i ne mogu da kažem da mi je loše. Zadovoljan sam svojim kolegama, odlično se slažemo mada ima tu nekada i razmirica kao i svuda, a to je valjda normalno za bilo kakav međuljudski odnos. Meni je bilo drago kada su moje kolege proglašavane najboljim radnicima, pa će valjda i njima biti drago sto sam ja sada u toj situaciji. Ova nagrada stimuliše, osećaš se kao da si više cenjen i poštovan pa samim tim imaš i više elana od uobičajenog. Evo, tim povodom sam dao i svoj prvi intervju. To je nešto novo i zanimljivo što mi je ovo proglašenje donelo.

Što se duže bavite nekim poslom to vam svaki novi radni dan postaje sve veća rutina. Ipak, uvek ostaju stvari na koje ne smete zaboraviti ukoliko želite da posao obavite bez greške.

- Moj radni dan se svodi na odvajanje artikala koji čine stavke računa kojima sam zadužen. Pored brzine neophodna je i preciznost u odvajanju stavki kako ne bi došlo do greške u broju ko-

mada ili odvajanju pogrešnog artikla. Pored svog truda i dobre volje, ponekad se ipak pogreši, ali na svu sreću grešku nije previše teško ispraviti. Pored broja računa, odnosno stavki koje se na njima nalaze, težina našeg posla zavisi i od vremenskih prilika, jer magacini zauzimaju ogromnu površinu koju je teško zagrejati, pa je, bar meni, posao teži u zimskim uslovima.

Prihvatanje jedne životne šanse može da vas odvede u potpuno suprotnom pravcu od onoga što ste u životu očekivali. Slična stvar, dogodila se i Daliboru koji nije oklevao da prihvati ono što mu život nudi.

- Školovao sam se za kuvara, ali sam znao da se time nikada neću baviti. Nisam mislio ni da ću raditi ovaj posao, ali bila je to prva prilika koja mi se ukazala, pa sam je iskoristio i uklopio se u ovu priču. Konkretnih planova za budućnost nemam, biće šta mi Bog da. Pre nego što sam počeo da radim razmišljao sam o tome da se odselim u grad, ali pošto sam se zaposlio ovde to me je navelo da ostanem gde jesam i trenutno ne razmišljam o drugom poslu. Što se mojih privatnih interesovanja tiče, nekada sam stvarno voleo da igram fudbal, ali onda sam se povredio i pećanje je postalo moj hobi. U njemu uživam i posvećujem mu veliki deo svog slobodnog vremena uživajući pored vode, završava Dalibor Trišić priču o poslu i onome čime se u privatnom životu rado bavi.

NAGRADA KAO VETAR U LEĐA

Kolektiv najmlađeg, sedmog u nizu maloprodajnih objekata DIS marketa u Smederevskoj Palanci, za kratko vreme postao je kompaktni tim koji savršeno funkcioniše. Ipak, dobar tim predvode dobri pojedinci koji sopstvenim primerom pozitivno utiču na druge. Jedan od takvih članova ovog mladog kolektiva, proglašen je najboljim radnikom na nivou maloprodajnog sistema DIS-a.

- Zovem se Zoran Šinik. U DIS-u radim od 30. jula 2009. godine, kada je počela obuka za rad u marketu u Smederevskoj Palanci. Radim na mestu poslovođe. U isto vreme bavim se i određenim stvarima vezanim za održavanje u tehničkoj službi. Po struci sam mašinski tehničar. Četnaest godina sam radio u Goši, a četiri godine u jednoj privatnoj firmi koja drži mlin i pekaru. Poredeći ovo i predhodna iskustva, mogu da kažem da je DIS jedna napredna kompanija koja po svojim organizacionim sposobnostima značajno odskakače od svega što sam ja do sada video. Sistem organizacije posla i princip poslovanja DIS-a je nešto sa čim se ja, a verujem i većina ljudi, susrećem prvi put. Između ostalog i iz tog razloga, bilo nam je potrebno izvesno vreme da se priviknemo na način rada ove kompanije. Nije bilo teško uklopiti se. Živimo u vremenu brzog razvoja savremenih tehnologija, koje nam, primenjene na ovaj način, znatno olakšavaju posao. Imao sam izvesna očekivanja kada sam počinjao da radim u DIS-u, ona su se na sreću poklopila sa dešavanjima u praktičnom radu.

Kakve dužnosti podrazumeva mesto poslovođe u jednom od DIS marketa i da li je, kako se



laicima obično čini, jednostavno odgovoriti obavezama koje vas svakodnevno očekuju?

- Uloga poslovođe je propisana internim pravnim aktima kompanije. Citava priča se odnosi na organizaciju ljudi i vođenje dokumentacije, ali ja sam, kako to volim da kažem, spoljni igrač i trudim se da ne budem klasični poslovođa. Ja sam i u magacinu i na prijemu i na održavanju i na svim drugim mestima gde to posao zahteva od mene. Ja sam čovek na terenu, malo vremena provodim u kancelariji. Takav način rada od mene zahteva i onaj deo posla koji obavljam oko održavanja. Posao je prilično dinamičan, zahvaljujući tome vreme brzo prolazi. Mnogo je obaveza kada pokušavaš da sve držiš pod kontrolom.

Posao poslovođe između ostalog zahteva i da se kolektiv održi na okupu i timski odgovara na zadatke. Kako to postići?

- Ovaj kolektiv je po stažu najmlađi u maloprodajnom sistemu DIS-a, ali ja sam zaista zadovoljan. U korist ovoj tvrdnji svedoče i rezultati nedavno sprovedenog popisa. Oni su bili daleko

iznad očekivanja. Ljudi se na posao privikavaju različitom brzinom, ali bitno je da imaju volju, pa će se na kraju potpuno uklopiti. Ja sam jedan od retkih poslovođa kog možete da vidite u radnom odelu. Na posao gledam tako da, ako ja kao poslovođa izađem prvi i uhvatim se za pakovanje palete, to će biti stimulans ljudima koji rade samom, pa će i oni raditi više i bolje. Mislim da je upravo to dobar način za rad u ovoj kompaniji.

Od kakvog je značaja činjenica da je u DIS-u utvrđen sistem nagrađivanja najboljih. Odnosno, kako se sam čin nagrađivanja pojedinca odražava na njega i njegov dalji rad?

- Nisam očekivao da ću za ovako kratko vreme biti proglašen najboljim radnikom. Mislim da je to proglašenje idealan vid stimulacije, ili žargonski rečeno, vetar u leđa za naredni period. Neko je verovatno u meni prepoznao osobu koja može još više da pruži kompaniji. Zahvalan sam na ovoj nagradi, ona u mojim očima potvrđuje da neko zaista prati moj rad. Nadam se da negde u istom pravcu razmišljaju i drugi, do sada nagrađeni, ili oni koji će to tek biti.

Simka



Simka
noisetta
mlečna čokolada
Frutti

Simka
noisetta
mlečna čokolada
Seckani lešnik

Simka
CRNA
ČOKOLADA 70%

Simka
noisetta
mlečna čokolada
Celi lešni

Simka
noisetta
mlečna čokolada
Jiandy

Simka
Crna čokolada
sa
Brusnicom
Low calories

Simka
Mlečna čokolada
Krement
punjena kremom sa ukusom pomorandže

Simka
Mlečna čokolada
Krement
punjena kremom sa ukusom rajčice

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena američkom hladnom kremom sa ukusom vanilije

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena kremom sa ukusom čokolade

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena kremom sa ukusom jagode

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena kremom sa ukusom jogurta - sumsko voće

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena kremom sa ukusom borovnice

Simka
Mlečna čokolada
Krementina
punjena kremom sa ukusom lešnika



AMIGO

KAFA ZAŠTITNI ZNAK

Firma "Amigo" otvorena je 1993. godine, a privatni posao počeli su kao proizvođači i distributeri kafe. Prodajom prehrambenih proizvoda bave se od 1996. godine. Firma "Amigo" danas raspolaže sa dve samoposluge ukupne površine 400 kvadrata, i još sedam maloprodajnih objekata smeštenih u okolnim selima opštine Boljevac. Osim proizvodnje kafe i maloprodaje bave se i distribucijom alkoholnih i bezalkoholnih pića, ali je kafa do danas ostala njihov zaštitni znak. U kompletno poslovanje naše firme uključeno je 48 zaposlenih.

- U ovom trenutku planiramo otvranje još samo jednog, a najviše dva maloprodajna objekta. Siguran sam da se dalje nećemo širiti, već ćemo raditi na unapređenju postojećih kapaciteta. Dalje proširenje bi na prostoru na kojem mi radimo u ovom trenutku bilo besmisleno. Kao firma koja upošljava maksimum 50 radnika možemo da poslujemo kao SZTR, što je, mislim, maksimum naših kapaciteta, pa planove baziram na tom osnovu. Za kafu smo emotivno vezani, jer smo sa njom počeli. Opremu za prerađivanje kafe obezbedio mi je prijatelj. U tom trenutku to je bio unosan posao, što danas više nije tako. Mi smo opstali na ovom prostoru i nedavno uložili u novu opremu i objekat za pržionicu koja sada zadovoljava HCCP standard i što je i očigledno ne planiramo da odustajemo od tog segmenta poslovanja.

SZTR "Amigo" jedan je od prvih franšizanata DIS-a i jedan od najvećih kupaca u sistemu DIS franšize.

- Sa DIS-om smo počeli da saradujemo 2000. godine. U DIS franšizu smo ušli na samom početku i nismo se pokajali, jer to po mom



Toplica Marković, vlasnik SZTR "Amigo"

mišljenju funkcionise veoma dobro. Ne mogu da kažem da nisam sumnjao u trenutku kada mi je ponuđen franšizni oblik saradnje. Ja, kao i mnoge moje kolege, imao sam predrasudu da ću izgubiti svoj identitet i to se nikome od nas nije dopadalo. Ova vrsta franšize, u kakvu smo mi povezani sa DIS-om, daje meni kao kupcu apsolutnu slobodu, a meni takav oblik poslovnog odnosa potpuno odgovara. Preko 50% robe kojom se snabdevamo u DIS-u mi avansiramo i to je nešto što nam omogućava da budemo konkurentni na tržištu. Pratimo sve akcije DIS-a i u svakom momentu u našim objektima imamo najmanje 150 proizvoda dostupnih po akcijskim cenama. Proizvodi na akciji su obično i najprodavaniji artikli, a prati ih i kompletan asortiman robne marke DOBRO koja je odavno postala prepoznatljiva za svakog našeg kupca.

Korišćenje savremene tehnologije je prednost koju franšizanti DIS-a već dugo koriste, brzo i lako se prilagođavajući svim novinama koje nova ulaganja u ovaj vid poslovanja sa sobom donose.

- Mogućnost modemske robe, odnosno, sada unapređena varijanta trebovanja putem DIS portala je odličan potez u smislu unapređenja poslovanja. Sa jedne strane to je odlična mogućnost, jer u mnogome olakšava posao, a sa druge strane meni lično nedostaju susreti kakve smo imali nekada kada smo morali da odlazimo u centralu DIS-a kako bi smo trebali robu. Ti naši susreti bili su način za razmenu iskustava i mišljenja u vidu pretpostavki o predstojećim dešavanjima. Meni su iskustva stečena na taj način više puta mnogo pomogla u poslu pa mi iz tog razloga ova vrsta kontakta zaista nedostaje.

Moj predlog bi bio da DIS češće okupi svoje franšizante na jednom mestu, jer nam je to idealna prilika da razmenimo iskustva sa drugim kolegama i menadžmentom DIS-a. Kada je o menadžmentu DIS-a reč, očekujem da nam oni koji ga čine, kao bolje informisana strana, predoče očekivanu situaciju na tržištu i nagoveste na koji način bi mi trebali da usmeravamo svoje poslovanje. To bi bila odlična varijanta koja meni trenutno zaista nedostaje, kaže Toplica Marković vlasnik SZTR "Amigo" iz Boljevca.



Objekat SZTR "Amigo" u Boljevca

Nata Higl

*Divno je kada nekoga volite...
Ljubav je najveći poklon koji dajemo.
Ljubav je izraz iskrenosti, vernosti i truda.
Podelite je sa onima koje volite!
Poklonite Medeno Srce*



Podelite ljubav!



Zemlja Čuda

Trgovina "Flamingo", sa osnovnom delatnošću prodaje upotrebnih i ukrasnih predmeta za domaćinstvo, otvorena je 1995. godine. Olivera Knežević, vlasnica ovog prodajnog objekta, tada se suočila sa ozbiljnim problemom nabavke robe za svoju radnju, ali je u ovom problemu uočila mogućnost za novi poslovni potez iz kakvog je proistekla firma "Zemlja čuda".

- U problemu nedostatka robe sa kojim sam se i sama suočavala, prepoznala sam priliku za uvoz i već u martu 1998. godine prva količina robe iz Grčke i sa Tajlanda dopremljena je u "Zemlji Čuda". Ovaj kontingent ozvaničio je njeno osnivanje. Brza prodaja robe, uslovlila je intenzivni razvoj firme. Početkom naredne godine počela sam uvoz iz Italije, zatim iz Vijetnama, sa Filipina, iz Kine, Indije i Kenije. Stalna potreba za putovanjem, moja i mog supruga, koju je pratila beskrajna radoznalost odjednom su postali faktori od ogromne pomoći u ovom poslu. Prvi kupci "Zemlje Čuda" bile su galerije, daroteke i prodavnice poklona. Na ove male prodajne objekte pogubno se odrazilo otvaranje hipermarketa, pa se u ovom trenutku 80% prodaje "Zemlje Čuda" svodi na robu koja se plasira u marketima. Šolje, čaše, servisi, kuhinjski tekstil i mnoge druge kućne potrebitine samo su deo našeg asortimana. Poseban segment čini prodaja stilskog i kolonijalnog nameštaja i pratećih detalja. Program nameštaja prilagođen je potrebama i ukusu ljudi koji vole prošlost, a žive u sadašnjosti.

Iz čega će proisteći nova ideja za unapređenje biznisa? Na šta Vas asociraju aktuelna vremena, i šta bi danas novo moglo da se pokrene?

- Teška vremena zahtevaju ozbiljne odluke, to je ono što sada osećam. Ove godine počecemo da radimo sa novim kupcima i proširiti saradnju sa postojećim. Novi programi koje ćemo uvesti biće dopuna postojećim (u prodaji se već nalazi kvalitetna kuhinjska plastika), tokom letnje sezone ozbiljnije ćemo se baviti odevnim predmetima, odnosno papučama, sandalama i letnjim torbama po cenama dostupnim svakom. Baziraćemo se na robi koju mogu da kupe i potrošači sa najmanjim primanjima, ne dovodeći kvalitet u pitanje.

Zastupajući stav da ne postoje samo muška ili samo ženska zanimanja, Olivera Knežević prednošću firme "Zemlja čuda" smatra činjenicu

da, izbor robe koju kupuje uglavnom ženska populacija, obavlja žena i to navodi kao jedan od preduslova za uspeh.

- 1998. godine firma je imala troje zaposlenih, danas ima 45. Prošla sam sve segmente rada od istovaranja kamiona, odvajanja robe, praćenja knjigovodstva, poručivanja robe i prodaje. Bilo je naporno, ali zaista lepo. Sve sam mogla da držim u glavi. Danas je najteži deo mog posla kontrola svih sektora, odgovornost za zaposlene, i izvršenje moralne i ugovorene



Olivera Knežević, direktor "Zemlje Čuda"

obaveze prema kupcu. Ono što još uvek radim sama, jer uživam u tom poslu, je nabavka robe, izbor artikala i uvođenje novih programa. Naravno, uvek se konsultujem sa zaposlenima koji osluškujaju potrebe potrošača.

Saradnja sa DIS-om ne traje dugo, ali se odvija i više nego dobro. Osim u rafove DIS marketa artikli "Zemlje čuda" stigli su i u DIS veleprodaju.

- Saradnja sa DIS-om ne traje dugo, tek nešto više od dve godine. DIS je velika kompanija koja nije izgubila osnovno u životnom ciklusu preduzeća, a to je fleksibilnost. Vrlo važna stvar u celom poslu je da sve strane pruže maksimum, i iskreno i otvoreno pričaju o svakom problemu. U DIS-u uvek ima sagovornika koji žive i rade "ovde" i poznaje trenutne probleme u poslu. Pokušavam da se pozovem na onu čuvenu rečenicu: Dajte mi najbolju fabriku, bez ljudi zarašće u korov; dajte mi najbolje ljude i napraviću najbolju fabriku.

Relaksaciju od svakodnevnih obaveza Olivera pronalazi u letenju. Specifičan, ali delotvoran

hobi. Letenje opušta i jača samopouzdanje, ili bar tako, kako sama kaže, deluje na Oliveru.

- Ovo je ona relaks tema, a i mogućnost da se pravim važna - šali se Olivera. Sa obukom za pilota sportskih aviona PPL, počela sam pre tri godine. Moj muž, koji je već pohadao obuku, oduševljeno je govorio o tome, pa sam i ja poželela da saznam kakav je to osećaj. Otišla sam na aerodrom Dince (pored Valjeva), instruktor me je provozao i odluka je pala. Vreme provedeno u avionu, je vreme potpunog rasterećenja od svih problema i briga. Avion je sebičan i traži da mu se posvetite, da koliko god let trajao brinete o visini, brzini, pratite rutu (veliki luksuz je da zalutate). Kada sletim osećam se kao da sam bila na drugoj planeti. Naša zemlja je lepa, i iz vazduha sasvim drugačija. Mada, po pitanju sastanaka zakazanih u određeno vreme, ipak se uzdam u auto. Letenje mi pomaže u drugom segmentu, jačanju sigurnosti u sebe koja kad god da se poljulja ja kažem sebi - ti možeš sve. Ako možeš da upravljaš avionom, da se boriš sa turbulencijom, sa bočnim vetrovima pri sletanju, dok sve zavisi isključivo od tebe, možeš i ovo. Mislim da strahovi upravljaju ljudima i da smo uspešniji što ih se brže oslobodimo. Predrasude prema ženama su velika kočnica, sin pilot je ponos majke, ćerka pilot je muškarača i ne treba je podržati. Kada sam počela obuku problem je bio što sa svojih 165 cm visine nisam mogla da dohvatim nožne komande na Cesni



150. Avioni su pravljani za muškarce. Prevažila sam taj problem pomoću jastučića na lednom naslonu. U istoriji Valjevskog aero kluba ja sam druga žena i ponosna sam na to, a moja ćerka, naravno i sin će imati punu podršku od mene.

NOVO



NOVO IME ZA

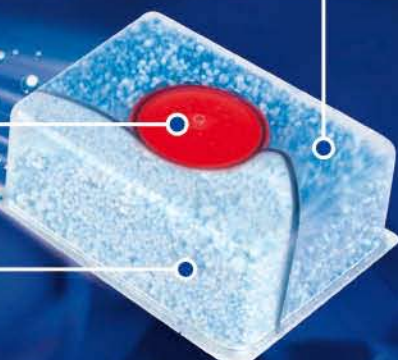
Calgonit

Govorimo samo o pranju posuđa, ali mi verujemo da zaslužujete briljantne rezultate svaki put.

funkcija Powerball daje najveći sjaj Vašem posuđu

deterdžent visoke efikasnosti pruža najbolje čišćenje dosad

enzimi rastvaraju najtvrdokornije mrlje od hrane



Kao nijedna inovacija do sad, Quantum tableta se sastoji od tri potpuno odvojena dela od kojih svaki na svoj način učestvuje u čišćenju. Quantum se u potpunosti topi u vodi, a svaki deo tablete se u različito vreme oslobađa tokom pranja kako bi na kraju dao blistavu čistoću i izuzetan sjaj posuđu.

Na kraju, posuđe je čisto... Sjajno... Brilijantno!

Zahvaljujući odličnim rezultatima koje daje prilikom pranja, svi vodeći proizvođači mašina za posuđe preporučuju Finish potrošačima kao broj jedan izbor!



NOVO IME ZA
Calgonit

Finish. Novo ime, prepoznatljivo savršenstvo!

MLADI PROJEKTANTSKI TANDEM

„IC Inženjering“ d.o.o. osamnaest godina pouzdan partner DIS-a

Davne 1992. godine Stanimir Vujanac je svoje dugogodišnje inženjersko iskustvo pretočio u privatni biznis i osnovao u Kragujevcu „IC Inženjering“ d.o.o., koje je sa svojim punoletstvom postalo prava porodična firma koja i u kriznim vremenima može da se pohvali razvojem i uspešnošću poslovanja.

Pored uspešne saradnje sa nizom domaćih firmi, ovo preduzeće je razvilo veoma produktivan vid poslovanja sa renomiranim evropskim proizvođačima skladišne i transportne opreme. Naime, preduzeće „IC Inženjering“ d.o.o. je pored vlastitog proizvodnog programa različitih vrsta skladišnih i transportnih sistema, zastupnik i više evropskih kompanija, proizvođača elemenata skladišne i transportne opreme, kao i elemenata za opremanje prodajnih prostora. Kroz projekte „IC Inženjeringa“ ugrađuju se proizvodi renomiranih evropskih proizvođača kao što su „Marcegaglia Buildtech“, „Pastorfrigor“, „Caem“, „Olis“, „Meta“, „Dugomrul“ i mnogi drugi.

U skladišta i prodajne objekte širom Srbije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine postavljeni su kilometri magacinskih regala isprojektovanih i montiranih od strane „IC Inženjering“-a. Od samog početka rada ovog kragujevačkog privatnog preduzeća najvažniji poslovni partner je upravo DIS. Za ovu veliku trgovinsku kuću isprojektovana je i ugrađena oprema u svim objektima, počevši od glavnog distributivnog centra u Krnjevu do velikih prodajnih objekata koji su nicali širom Srbije. Ovu saradnju karakteriše obostrano poverenje i, narodski rečeno, čist račun. Dovoljno razloga da taj partnerski odnos traje celih osamnaest godina.



Opremanje DIS Marketa



Mr Rodoljub Vujanac, dipl. maš. inž. (levo), Dejan Maksimović, dipl. maš. inž. (desno)

„IC Inženjering“ iz Kragujevca je prava porodična firma. Prema tvrdnjama ekonomskih analitičara ovako postavljena preduzeća su gotovo po pravilu uspešna. Danas se kao vlasnik na njegovom čelu nalazi sin osnivača magistar tehničkih nauka Rodoljub Vujanac, a direktor je diplomirani inženjer Dejan Maksimović. Obojica mašinski inženjeri sa licencama za projektovanje i izvođenje radova u oblasti transportne i skladišne tehnike. Po pitanju recepta uspešnog poslovanja oni zastupaju jedinstveni stav utemeljen na ogromnom iskustvu:

- Ozbiljan pristup svakom poslu, isti tretman svih poslovnih partnera i, pre svega, poštovanje ugovorenih obaveza. Bitno je biti i konkurentan na tržištu sa cenama, a najpre dati punu pažnju kvalitetu.

U „IC Inženjeringu“ u poslednjih osamnaest godina ostvareno je jedinstvo iskustva, teorije i prakse ali i mladosti. Vujanac i Maksimović naglašavaju da je stalno usavršavanje i praćenje savremenih dostignuća u ovoj oblasti od presudnog značaja. Ova kragujevačka firma se na vreme prilagodila

i svim standardima koje važe u EU, što je i naznaka daljih planova u razvoju i najava iskoraka i na ova tržišta. U dalje planove „IC Inženjeringa“ iz Kragujevca je završetak investicije nove proizvodne hale od 1500 m² čime bi tehnološki proces projektovanja, izrade i montaže bio u potpunosti unapređen. To će omogućiti i povećanje



Regali „IC Inženjeringa“

broja zaposlenih u postojećem timu inženjera, tehničara i visokokvalifikovanih majstora čiji je prosek godina oko trideset.

Ono što u „IC Inženjeringu“ očekuju, a uslovljava ne samo njihov, već i razvoj svih ostalih preduzeća u Srbiji je konačna stabilizacija privređivanja i klima koja će omogućiti oživljavanje privrede, pre svega kroz širenje proizvodnje, što znači i nove investicije, a sve to jedino je moguće u stabilnijim političkim uslovima i većem prilivu svežeg kapitala.

dobra cena dobar kvalitet



tet sve je dobro



LJUBAZNOST NA PRVOM MESTU

Prodajni prostor namenjen veleprodaji – "showroom" – zauzima površinu od 520 m², a ponudu čini više od 9.000 različitih artikala. "Showroom" je mesto održavanja redovnih promocija, tokom kojih se kupcima pružaju dodatne pogodnosti u vidu sniženja, gratisa i promotivnih poklona. Promocije se smenjuju nedeljno, pa je redovnim veleprodajnim kupcima DIS-a uvek dostupna drugačija promotivna ponuda.

O potrebama više od 3.000 kupaca brine prodajna služba DIS-a, kojom rukovodi direktor veleprodaje, a samu službu čine: šef prodaje sa dva zamenika, šest referenata i sedam kalkulanata. U saradnji sa službom nabavke, prodajna služba brine o ispunjavanju zahteva i praćenju potreba svakog kupca. Osnovni zadatak nabavne službe jeste obezbeđivanje potrebnih količina robe i proširivanje asortimana, u skladu sa razvojem tržišta i potreba kupaca.

- Kompanija je nastala 1991. godine i osnovna

delatnost bila joj je veleprodaja. Od samo nekoliko radnika koliko je DIS imao u početku, 1997. godine kada sam ja počela da radim, samo u prodaji taj broj je iznosio deset. Tada se radilo u dve smene, a prodaja je bila smeštena u dve prostorije koje su vrlo brzo postale tesne i za kupce i za nas. Iste godine preselili smo se u veći izložbeni prostor koji je sadržajno objedinjavao prizemlje i sprat. Zatim je uvedena i treća smena koja je trajala od 22 do 06 sati, ali vrlo brzo i ukunuta jer je mali broj kupaca po robu dolazilo posle ponoći. Kako je firma rasla i razvijala se, stvorila se potreba i za većim magacinskim prostorom. Tada smo se preselili u ovaj objekat u kome se i danas nalazimo. Velika upravna zgrada sa izložbenim salonom i rashladnim vitrinama za suhomesnatu robu pružila je dovoljno komfora i nama i kupcima, kaže Marina Petrović šef službe prodaje DIS-a.

Razvoj firme zahtevao je i unapređivanje načina samog trebovanja robe. Kako bi potrebe kupaca bile zadovoljene, a posao obavljan efikasnije uloženo je u savremenu tehnologiju. Ova



Marina Petrović, šef službe prodaje DIS-a

investicija bila je višestruko isplativa.

- Nekada se trebalo pisati ručno pa su kupci, recimo, trebajući robu za nekoliko radnji bili prinuđeni da pišu i po čitav dan. Oni koji su želeli



Služba prodaje DIS-a



Radnice prodaje ispred showroom-a

da robu voze sami, čekali su da im se trebovanje otkuca i roba utovari, što je izazivalo dodatno gubljenje vremena. I ovako veliki prodajni prostor postao je mali, pa smo, kako bi sprečili gužve, počeli da uvodimo telefonsko trebovanje. Kupci su telefonskim putem nekada trebovali satima. Neki od njih radili su u svojim prodavnicama i u isto vreme trebovali telefonom. Trebovanje putem faksa bio je još jedan od načina. Kupci su svoja trebovanja prosleđivali faksom, a mi ih preuzimali. Trebalo je sve to odraditi i zaista je bilo dosta posla. Broj radnika u prodaji drastično je uvećan i dostigao je 30. Uvođenjem savremene tehnologije (bar kod čitača i Interneta) smanjeno je vreme potrebno za obavljanje trebovanja i posao značajno olakšan. Sada, kupac kada istrebuje robu svoj bar kod čitač donese kod nas, mi trebovanje prebacimo u računar i pritiskom na dugme takav zahtev prosleđujemo magacinu. Ukoliko se ta roba transportuje našim prevozom njen utovar počinje gotovo odmah. Proces je značajno pojednostavljen. Uveden je Internet, pa je veliki broj kupaca odmah odlučio da robu trebuje preko interneta iz fotelje u bilo koje doba dana i noći. Kupci su koristeći savremeni vid trebovanja smanjili finansijske troškove i uštedeli vreme. U početku je bilo mnogo onih koji su negodovali u vezi ovakvog načina trebovanja robe, sve dok nisu pokušali i uvideli da je to krajnje jednostavno i neopterećujuće. Danas je malo onih koji da bi trebovali robu dolaze u DIS, većina to radi preko interneta.

Osavremenjavanje radnog procesa značilo je novine kako za kupce tako i za zaposlene. Bilo je potrebno da se obe strane prilagode.

- Moj prvi susret sa računarom bio je u tre-

nutku kada sam počela da radim u DIS-u. Realno, bilo je potrebno vremena da se priviknem, ali je kasnije sve išlo lako. U početku smo imali 4 računara, a danas svaka radnica prodaje ima svoj štampač i računar što znatno utiče na brzinu obavljenog posla. Naš posao zahteva da se dokumentacija svakodnevno ažurira i posla ima mnogo, ali sve postižemo. Zahvaljujući uspostavljanju savremenog radnog procesa, broj radnika u prodaji smanjen je na 16, koliko ih ima i danas. Od tog broja, imamo sedam kalkulanata, svaka od njih vodi po jedan market, a posao u veleprodaji dele međusobno. One obrađuju ulaze za robu koja se dopremi u veleprodaju i DIS markete. Otvaranje marketa uslovljavalo je povećanje broja kalkulanata, dok se broj referenata smanjivao. Posao referenta i kalkulanta se značajno razlikuje, referenti su, za razliku od kalkulanata, usmereni na rad sa kupcima, preuzimaju trebovanja, komuniciraju sa njima

lično u prodaji, ali i telefonskim putem, usmeravaju kupce kako da na najlakši način obave neki posao i sve drugo vezano isključivo za rad sa kupcima. Specifičnost DIS prodaje jeste da ovdje rade samo žene. Svaka od nas šesnaest ima najmanje deset godina staža u DIS-u.

Posao u prodaji, odnosno rad sa kupcima nije nimalo lak.

- Dnevno obradimo od 300 do 500 trebovanja u zavisnosti od "jačine" dana o kome govorimo. Ljudi su, kao i svuda, različiti, tako da ima kupaca sa kojima je jednostavno raditi, dok su sa druge strane prisutni oni kojima nije lako ugoditi. Za rad u prodaji potrebno je strpljenje, razumevanje i tolerancija. Preduslov za uspeh jeste ljubav prema ovom poslu. Mnogo žena je prošlo kroz prodaju, ali zadržale su se samo one koje vole to što rade i u rad sa ljudima unose ljubavnost i razumevanje za svaki zahtev među kojima ne postoji onaj koji je nerešiv.



Glasnik

Svedok razvoja DIS-a

Glasnik

▪ Novembar - Decembar 2008 ▪ Broj 1. ▪

Otvaranjem prvog marketa 2006. godine u Smederevu počinje novo poglavlje u poslovanju DIS-a. Kompanija koja je petnaest godina poslovala kao veletrgovina, zalazi u oblast maloprodaje i u dvogodišnjem periodu otvara ukupno šest marketa u Smederevu, Mladenovcu, Jagodini, Kruševcu, Velikoj Plani i Lazarevcu.

OTVOREN DIS MARKET U LAZAREVCU

Prvi hiper market u Lazarevcu

DIS market u Lazarevcu, koji se sa površinom od 4.000 metara kvadratnih ubraja u objekte velikog formata otvoren je 30. Oktobra 2008.



godine. Presecanjem vrpce, svečano ga je otvorio Branko Borić predsednik opštine Lazarevac. Market je na dan otvaranja posetilo čak 2.873 kupca koji su nagrađeni brojnim robnim nagradama i akcijskim sniženjima cena velikog broja artikala.

30. oktobra, na dan otvaranja marketa u Lazarevcu, DIS je promovisao sopstvenu robnu marku DOBRO. DOBRO šećer, brašno, feferoni, ajvar i kornišoni bili su sastavni deo svake potrošačke korpe, pre svega, zbog cena znatno nižih u odnosu na robu drugih proizvođača ali i pakovanje, koje je svojim jednostavnim izgledom privuklo pažnju svakog kupca.



sve je dobro

DOBRA CENA - DOBAR KVALITET

SVE JE DOBRO

Osim jedinstvenim načinom poslovanja u oblasti veleprodaje i stvaranjem ozbiljne konkurencije u maloprodajnom svetu, kompanija DIS se odskora, izdvojila i plasmanom sopstvene robne marke na srpsko tržište. Ulje, šećer, brašno i drugi proizvodi koje za sada objedinjuje DOBRO, razlikuju se od ostalih dobrom cenom, dobrim kvalitetom i specifičnim dizajnom pakovanja svakog proizvoda. Govoreći o razvojnom putu DIS robne marke DOBRO, gospodin Nenad Jelić komercijalni direktor kompanije DIS najavljuje još 100 novih proizvoda DOBRO koji se mogu svrstati u osnovne potrebe svake kuće.

Krajem oktobra, na dan otvaranja DIS marketa u Lazarevcu, promovisana je DIS robna marka DOBRO. Šta je suština povlačenja ovog poslovnog poteza?

- Posedovanje robne marke u slučaju DIS-a predstavlja novu dimenziju brige o potrošačima, čija je suština da najkupovaniji proizvodi kupcima budu dostupni po što nižim cenama. Iako ova robna marka još uvek nije dostupna na svim prodajnim mestima koja su prvobitno planirana, moram da izrazim zadovoljstvo početnim rezultatima koji, kada je o prodaji pojedinih proizvoda reč, prevazilaze naša očekivanja. Jedan

od razloga uspešne prodaje jeste i sam izbor dobavljača svih do sada plasiranih proizvoda robne marke DOBRO. Saradujemo isključivo sa dobavljačima koji zauzimaju leadersku poziciju na srpskom tržištu. Kada govorimo o robnoj marki DOBRO, oslanjamo se isključivo na kvalitetan proizvod.

U trenutku kada se DOBRO pojavilo na tržištu, brojne pozitivne reakcija izazvao je dizajn. Koliko je vizuelni identitet uticao na dobru prodaju DOBRO proizvoda?

-To je vrlo bitan detalj u ukupnom razvoju robne marke. Zato i jesmo vodili računa o tome da se svi proizvodi koje objedinjuje robna marka DOBRO, vizuelno razlikuju od svega onoga što se do sada pojavilo na tržištu. Jednostavnost dizajna u ovom slučaju privlači pažnju potrošača i nema bojazni da će se DOBRO utopiti u šareniš kakav u ovom trenutku prevladava na tržištu.

Glasnik

▪ Januar - Februar 2009 ▪ Broj 2. ▪

RESTORAN DOMAĆE KUHINJE MEZE

U konstantnom nastojanju da prepozna potrebe i specifičnosti srpskog kupca, kompanija DIS nedavno je odlučila da svoje ekspres restorane oblikuje, dajući im naziv MEZE, jedinstveni vizuelni identitet i kvalitetom prepoznatljivu ponudu serviranih obroka dezertata i pića.

Naziv MEZE, reč koja je u ove krajeve došla izdaleka, u srpskom narodu označava kvalitetan obrok koji se konzumira sa uživanjem. Da zapravo to i jeste prava slika ponude MEZE restorana



potvrđuju i reakcije gostiju koji su sa uživanjem prihvatili drugačiji ambijent i specifični jelovnik koji MEZE sa sobom nosi.

- Restoran domaće kuhinje MEZE u DIS marketu u Kruševcu, od trenutka uvođenja novog brenda, beleži daleko veću posećenost, a nisu retki ni oni koji u ovom objektu konzumiraju i po tri obroka dnevno, kaže Slavoljub Milosavljević, šef restorana u Kruševcu.

Poenta brendiranja restorana nije samo u promeni vizuelnog identiteta i naziva DIS-ovih ugostiteljskih objekata, već i u potpuno novom pristupu u smislu kvaliteta proizvoda koji se plasiraju.

- Čini se da su mušterije više nego zadovoljne promenom koja je učinjena, jer su prve reakcije apsolutno pozitivne. U MEZE restoranu možete probati isključivo hranu spravljenu od kvalitetnih namirnica. Najkvalitetnija gotova jela pripremljena po jedinstvenim preceptima, kakva svakodnevno možete poručiti u MEZE restoranu, predstavlja suštinu funkcionisanja ugostiteljskih objekata ovog tipa. Osim toga na jelovniku se nalaze i jela sa roštilja, jela po porudžbini i domaće poslastice.

Glasnik

■ Mart - April 2009 ■ Broj 3. ■

ZUM ZUM IGRAONICE

Od skora su i najmlađi posetioци DIS marketa, igrajući se u ZUM ZUM igraonicama, pronašli svoje mesto u ovom prostoru, u kome se neki od mališana osećaju i bolje nego kod kuće.

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



ukupno šest DIS marketa i locirane u većim objektima, jer u manjim marketima nije bilo prostora za njihovo postavljanje. Svaka od postavljenih igraonica prostire se na 50 m² koje pokrivaju različiti sadržaji. Tobogani, tuneli, mostići, trambuline, bazeni sa opticama, ljuljaške i vrece za udaranje i provlačenje osnovni su sadržaji svake igraonica. Sadržaj ZUM ZUM igraonice namenjen je deci do 8 godina starosti. Svaka igraonica raspolaže posebnom zaštitom u vidu mreža koje sprečavaju povređivanje dece, pa je igraonica,

kao mesto gde možete da ostavite svoje dete, ne samo zabavna, već i potpuno bezbedna. Pored pet tapaciranih polja, na podu se nalaze podloge koje čine toplotnu izolaciju i predstavljaju još jednu meru zaštite dece. Komponente koje čine igraonicu napravljene su od materijala koji je neškodljiv, pa je mogućnost povređivanja dece potpuno isključena, kaže Ivan Šuleić, direktor marketinga DIS-a.

BLADE SERVER U FUNKCIJI Fujitsu - Siemens Primergy RX600

U svemu, pa i u planiranju novog informacionog sistema potrebne su pažnja i sistematičnost. Često se zaboravi veoma jednostavna činjenica koja glasi: nakon izvesnog vremena ponovo će doći trenutak za planiranje novog. Kada je o DIS-ovom sistemu reč, takav trenutak upotrebljen je za kupovinu novog Blade servera poslednje generacije, okarakterisanog kao idealno rešenje za poslovne web - aplikacije koje zahtevaju veliki broj korisnika i visoku raspoloživost. Ovakve blade servere odlikuju najsavremenija arhitektura serverskog okruženja sa velikom pouzdanošću i velikim propusnim opsegom. Jednostavnije rečeno, novi Fujitsu-Siemens PRIMERGY RX600 blade server, prava je investicija u kvalitetnije i energetski efikasnije poslovanje.

- Zbog razvoja firme koji za sobom povlači nove procese i dodatnu obradu podataka, DIS je imao potrebu za kupovinu novog servera. Sa prethodno raspoloživim serverom, imali smo problema koji su se odražavali na kvalitet i brzinu rada. Poređenja radi, stari server trošio je ogromne količine struje - 10,8 KW. Rad tog servera zahtevao je i postojanje dva klima uređaja, što je dodatnih 6,2 KW potrošnje. Dakle, pokušaj pojačavanja starog servera zahtevao je dodatne troškove za kupovinu opreme i povećanja potrošnje električne energije, što nikako nije bilo prihvatljivo rešenje, kaže Goran Rakić, šef IT sektora DIS-a.

Blade serveri se tako zovu jer su toliko tanki da podsećaju na sečiva. Za njih se koriste posebno



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

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

Virtualizacija odvaja fizičke mogućnosti IT infrastrukture od njihove funkcionalnosti tako što povećava područje njihovog delovanja. Zbog sve veće složenosti, štedljivih budžeta i nedostatka ljudskog potencijala, virtualizacija postaje ključni faktor u upravljanju efikasnošću, što omogućava preduzećima da postignu značajne uštede. Prema tvrdnjama analitičara, tokom 2008. godine kompanije u svetu izgubile su preko 140 milijardi dolara zbog neiskorišćenih kapaciteta servera.

- Server, u principu, radi 24 sata. Sa starim serverom nije postojala mogućnost testiranja novih programa koje pravimo za potrebe DIS-a, jer je zbog preopterećenosti svako testiranje zahtevalo da cela firma stane kako bi mi istestirali neku novinu i kasnije je upotrebili u praksi. Novi server nam pruža mogućnost da radimo u virtualnom okruženju. Dakle, dok firma uobičajeno funkcioniše, mi sada možemo paralelno da testiramo sve što nam je potrebno, što će opet osigurati primenu novih programa koji su ranije prve testove doživljavali u praksi.

Glasnik

■ Maj - Jun 2009 ■ Broj 4. ■

SIGURNOST ZA ZDRAV PROIZVOD

Pripreme za standardizaciju poslovanja

HACCP je sistem bezbednosti hrane zasnovan na sedam principa kojima se na efikasan način osigurava potpuna zdravstvena bezbednost prehrambenih proizvoda u svim segmentima proizvodnje i prerade. Sistem je razvilo američko Ministarstvo poljoprivrede (USDA), kao metod koji omogućava da se odrede i procene kritične tačke za kontaminaciju proizvoda u svim segmentima proizvodnje, kao i da se osmisle instrumenti kontrole.

U susret potrošačima

Sistem upravljanja kvalitetom i bezbednošću u DIS-u će biti regulisan u skladu sa zahtevima standarda ISO 9001, a prema sistemu HACCP odnosno hasapa. Kada je o uvođenju ovog sistema reč govorimo o dva programa jedan se zove

kvalitet, a drugi bezbednost. Kvalitet je sistem upravljanja kvalitetom prema zahtevima standarda ISO 9001. Hasap je sistem, a ne standard, to je razlika koju treba naglasiti. HACCP se bavi pitanjem bezbednosti proizvoda. ISO 9001 i HACCP su praktično integrisani, oni su jedan zajednički sistem sa mnogo jednakih dokumenata. U slučaju DIS-a oni su jako zavisni, inače ne moraju da budu, pa se ne može definisati jasna granica između ovog sistema i standarda. Standard ISO 9001 je pre svega usmeren ka kvalitetu poslovanja preduzeća. On se definiše kao mera zadovoljenja potreba kupca. Ono što se kroz



standard ISO 9001 zahteva jeste obezbeđivanje identifikovanja i praćenja potreba kupaca i aktivnosti koje će biti sprovedene u cilju ispunjenja i premašivanja iskazanih potreba. Kvalitet preduzeća se zapravo i procenjuje na osnovu toga koliko je preduzeće sposobno da izađe u susret svojim kupcima.

Dobra proizvođačka praksa

Što se tiče HACCP sistema, to je sistem upravljanja bezbednošću. Odnosno, međunarodni koncept ili pokret savremenog upravljanja bezbednošću proizvoda, koji je definisan kroz nekoliko važnih svetskih dokumenata (kodex alimentarius). HACCP podrazumeva: identifikovanje potencijalnih opasnosti po bezbednost proizvoda, definisanje preventivnih radnji i aktivnosti kojima će te potencijalne opasnosti biti otklonjene ili svedene na prihvatljiv nivo. Pomenuti deo ovog sistema možemo nazvati pred uslovnim programom ili dobrom proizvođačkom praksom regulisanom setom određenih pravila, procedura i brojnih uputstava, kaže mr. Milan Dopuđa, izvršni direktor BIRO-D Agencije za menadžment i konsalting.

Glasnik

■ Avgust - Septembar 2009 ■ Broj 5. ■

NOVI DIS MARKET

Ulica NOVA bb - adresa DIS marketa u Smederevskoj Palanci

Nameravajući da lancem svojih marketa pre svega pokrije male sredine, nezanimljive stranim trgovačkim lancima, DIS je izgradio specifično poslovno opredeljenje i svoje maloprodajne objekte počeo da podiže u mestima koja su prosto vapila za svojom autentičnom trgovinom, u kakvoj se najbrže mogu obezbediti sve potrebštine za funkcionisanje domaćinstva. Nizu postojećih, za nepunih mesec dana, pridružiće se i objekat u Smederevskoj Palanci.



- Radovi na svakom od naših do sada izgrađenih objekata, odvijaju 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, a što usporava i sve druge koji grade jeste birokratija, odnosno 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 obići blizu 70 ustanova. U Smederevskoj Palanci smo na svu sreću naišli na razumevanje opštinskih struktura i nadležnih preduzeća, tako da kompletnu dokumentaciju sada privodimo kraju. Građevinski i svi drugi radovi biće završeni do 1. septembra, a svečano otvaranje DIS marketa u Smederevskoj Palanci zakazano je za 17. septembar, kaže Radoljub Đurić, tehnički direktor DIS-a.

Glasnik

■ Oktobar - Novembar 2009 ■ Broj 6. ■

OTVOREN DIS MARKET U SMEDEREVSKOJ PALANCI

Sedmi u nizu DIS marketa, otvoren je 17. septembra u Smederevskoj Palanci. Ovaj DIS market površine 2.000 m² svrstava se u kategoriju manjih prodajnih objekata i treći je ovog tipa u DIS maloprodajnoj mreži. Market u Palanci kupcima nudi 10.000 artikala prehrambene robe,

kućne hemije i bele tehnike. DIS mini pijaca sa svežim voćem i povrćem, ribarnica sa bogatim izborom sveže i smrznute ribe i mesara, upotpunjuju ponudu marketa. Račun za željene proizvode kupci mogu da plate na 8 kasa, a za posetioce je obezbeđeno 150 parking mesta. U ovom DIS marketu nalaze se i restoran MEZE sa bogatim menijem i 64 mesta za sedenje, zlatara „Avramović“ i ekspozitura „Komercijalne banke“ i DIS cvečara sa mnoštvom sobnog i baštenskog cveća.

Otvaranje DIS marketa u Smederevskoj Palanci je bio dugo očekivan trenutak o čemu nam svedoči činjenica da je na dan otvaranja market posetilo 1.990 kupaca, a narednih dana mnogo više od očekivanog broja.

- Market u Smederevskoj Palanci je naš sedmi maloprodajni objekat. Prema dosadašnjim iskustvima očekujem da će DIS market koji smo danas otvorili uspešno poslovati. Palanci je potreban ovakav prodajni prostor. Veliki broj Palančana do sada je koristio usluge marketa u Velikoj Plani, do kojeg su prelazili 12 kilometara u jednom pravcu. Palanački DIS market ima dobru poziciju. Smešten u gotovo strogom centru grada sa prilaznim putevima iz tri različita pravca, market ima sve preduslove da uspešno posluje,



na naše i zadovoljstvo stanovnika ovog grada. Drago mi je da se DIS maloprodajna mreža širi tačno prema planiranoj dinamici. Siguran sam da nas ništa neće sprečiti da do kraja 2012. godine otvorimo svoj dvadeseti objekat. Lični interes u smislu kupovine robe po niskim cenama i velike uštede za kućni budžet, jeste ono što kupce dovodi u DIS market. Sve ostalo što im naši marketi nude obezbeđujući im konformu kupovinu je to što ih vezuje za DIS markete. Naime - kvalitetan parking prostor, klimatizovanost objekata, usluge MEZE restorana, bankarske usluge i mogućnost kupovine najrazličitijih proizvoda - je ono što smo se potrudili da obezbedimo našim kupcima. Dobra preglednost proizvoda i besprekorna čistoća prostora su neizostavni elementi kvalitetne kupovine u našim objektima. Kada je o maloprodaji reč, opredelili smo se za koncept od kakvog u Srbiji mnogi zaziru. Međutim, kako se u praksi pokazalo, politika niskih cena omogućila nam je da se razvijamo znatno brže od onih koji su od ovog koncepta odstupili, rekao je povodom otvaranja DIS marketa u Smederevskoj Palanci Zoran Trnanić, vlasnik kompanije DIS.

WWW.DCDIS.RS

Elektronska trgovina u obliku kakav danas poznajemo počinje da se razvija krajem devedesetih godina. Od svog početka e-trgovina,

doživljava rast preko 100% godišnje, postajući osnova za prvo digitalno elektronsko tržište. Dvadeset prvi vek će biti obeležen digitalnim društvom i digitalnim poslovanjem, čije efekte i razvojne forme teško možemo naslutiti. Izgleda vrlo verovatno da će do 2050. godine elektronska trgovina izvršiti odlučujući uticaj na celokupnu trgovinu, odnosno da će sva trgovina biti elektronska trgovina. Prateći svaki pomak u razvoju informacione tehnologije, kompanija DIS je stvorila uslove koji je svrstavaju u tvorce elektronske trgovine u Srbiji, a postavljanjem novog DIS portala namenjenog kupcima, DIS je podigao standarde u oblasti e-trgovine.

U tradicionalnoj trgovini, tržište je fizičko mesto na kome se obavljaju transakcije. Sveprisutnost elektronske trgovine znači njenu prisutnost bez ikakvih fizičkih i vremenskih ograničenja. Trgovinu je moguće obavljati sa personalnog računara od kuće, sa posla, iz automobila, uz minimalan utrošak vremena, novca i energije.



- DIS klijent aplikacija bila je prvi oblik elektronske trgovine u koji je DIS uključio svoje kupce. Sa razvojem Internet mreže u Srbiji i obezbeđivanjem daleko većeg protoka, stvoreni su uslovi za postavljanje savremenog načina trebovanja, odnosno poslovne komunikacije između DIS-a i njegovih kupaca. Tako je počeo razvoj DIS portala. DIS portal predstavlja automatizovan proces, koji nakon logovanja i dodavanja artikala u korpu, obezbeđuje rezervaciju željenih artikala, a kupce obaveštava o odobrenim količinama robe ili o tome da li je neophodno da u skladu sa stanjem u magacinu umanje količinu. Tehnologije e-trgovine su interaktivne u smislu dvosmernog komuniciranja između prodavca i kupca. Svaki DIS-ov kupac ima mogućnost korišćenja ovog portala, kaže Ivan Skokić, web programer u sektoru marketinga.

ŠEST PUTA KVALITETNIJI VIDEO NADZOR

Video nadzorni sistemi kao način zaštite i prevencije u poslednjih nekoliko godina ostvaruju veliki napredak i nalaze primenu u različitim uslovima, od kontrole i nadzora radnog procesa, do prevencije krađe i ostalih prestupa.

- U DIS-u smo postavili najnoviji sistem video nadzora sa digitalnim kamerama u HD rezoluciji. Prednost nove tehnologije u odnosu na sisteme koji su postojali, ogleda se u šest puta kvalitetnijoj rezoluciji koja omogućava daleko veći kvalitet slike, odnosno zapisa, prenos slike pomoću bežičnog sistema prenosa podataka, Interneta, iznajmljenih linija i sve postojeće infrastrukturu namenjene povezivanju digitalnih

sistema. Sistemi su integrirani u jedan centralizovani sistem, tako da sa bilo koje lokacije u sistemu DIS-a, odnosno sa bilo koje tačke u svetu, putem interneta možete da posmatrate ma koju od ovih kamera. Kamere možete pratiti na svom računaru, mobilnom telefonu i putem bilo kog tipa konekcije koji vam je dostupan na lokaciji na kojoj se nalazite. Kamere imaju istovetan kvalitet slike koji postoji pri živom prenosu, jer se slika



u HD rezoluciji beleži na video serverima, koji teoretski mogu imati neograničen kapacitet snimanja. Stari analogni sistemi su bili ograničeni na nekoliko dana odnosno nedelja snimanja, dok novi, u skladu sa potrebama investitora, mogu da se prošire na mesece ili godine zapisa, kaže Dejan Lukić, direktor firme "Pell CO" d.o.o.

Glasnik

■ Decembar - Januar 2009/2010 ■ Broj 7. ■

DIS PORTAL ZA DOBAVLJAČE

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. Nakon postavljanja



portala namenjenog kupcima i sticanju iskustava u tom smislu, kompanija DIS nedavno je postavila i novi portal koji do poslednjeg detalja obezbeđuje uvid u činjenice 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.

- Pre nepuna dva meseca stavili smo u funkciju portal namenjen kupcima čijim posredstvom

smo našim klijentima omogućili da kreiraju trebovanja, 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 značajnih za poslovanje sa DIS-om. U svakom trenutku dobavljači mogu da izvrše robni i finansijski uvid u lager listu svojih artikala u DIS-u i obave kontrolu prometa u određenom periodu. Putem portala oni mogu pratiti i statistiku u vidu tržišnog učešća i post izveštaja. Klikom na opciju trebovanje, dobavljaču se pruža mogućnost kreiranja automatskog trebovanja kao i da putem ovog portala izvrši uvid u niz drugih detalja vezanih za poslovanje sa DIS-om.

MIKRO KIOSCI U DIS MARKETIMA

Pored velikog asortimana, pristupačnih cena i prijatnog okruženja, kupcu je potrebno obezbediti sigurnost pri kupovini, po pitanju kvaliteta i cene proizvoda. Kupci žele pomoć, ali veoma je značajno da ta pomoć bude nenametljiva, poput recimo, mikro kioska kakvi su nedavno postavljeni u prvom 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 omogući 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 pomenutih funkcija moguće ga je upotrebiti u svrhu prezentovanja reklamnih poruke.

- Sam uređaj ima funkciju "price checker"-a,



odnosno uređaja koji kupcu omogućava da proveru cenu i dobije opis proizvoda koji želi da proveru. Ovo je i zakonska obaveza koja nalaže postojanje mogućnosti provere cena na svim artiklima. Ovaj propis štiti kupce od situacija poput onih kada na rafu imamo jednu cenu, a na kasi nam se naplaćuje drugačiji iznos. Da smo želeli da ispunimo samo zakonsku obavezu mogli smo to da učinimo postavljanjem po jednog mikro kioska u svakom objektu, međutim 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, kaže Radoslav Mladenović - Raša, programer IT sektora DIS-a.

NEKA TROŠKOVI PREZIME

**Odloženo plaćanje
čekovima građana
na 60 i 90 dana**



NEKA TROŠKOVI PREZIME

Početak nove kalendarske godine, doneo je povoljnije uslove kupovine svim kupcima DIS marketa. DIS marketi svojim mušterijama sada nude mogućnost odloženog plaćanja čekovima građana na period od 60 i 90 dana. Naime, račun čija se vrednost kreće od 2.000 do 5.000 dinara moguće je platiti čekom sa periodom odlaganja od 60 dana, a plaćanje računa čiji iznos prelazi 5.000 dinara čekom je moguće odložiti do 90 dana.



NIŽE CENE - VIŠE UŽIVANJA

U restoranima MEZE u svim objektima DIS marketa u toku je obuka osoblja za pripremanje i serviranje novih jela koja će gostima biti ponuđena kroz novi meni MEZE restorana. U isto vreme osoblje restorana MEZE prolazi obuku za drugačiju pripremu i način serviranja jela koja tradicionalno čine sastavni deo menija ovih restorana. Sadržajno kvalitetniji i vizuelno prihvatljiviji obrok u restoranu MEZE gosti će biti u prilici da konzumiraju po daleko nižim cenama od dosadašnjih što je značajno za uštedu u budžetu svakog kupca.



Poboljšana rasveta na magacinima

INVESTICIONO ODRŽAVANJE

U okviru investicionog održavanja objekata u DC DIS, u proteklom periodu izvršena je rekonstrukcija postojećih sanitarnih prostorija u magacinima i spoljne rasvete postavljene na fasadama skladišta, odnosno obezbeđeno sigurnije napajanje postojećih reflektora. U hali magacina 5 povećan je broj regalnih mesta za 150 paleta. U magacinima DIS-a proširen je prostor u aneksima, namenjen skladištenju postojeće dokumentacije. U upravnoj zgradi DIS-a postavljeno je 36 metara plakara u koje će se odlagati knjigovodstvena dokumentacija.



Nova paletna mesta u magacinu broj 5



Aneks u magacinu broj 2



Trideset šest metara novih plakara

SVAKA DOBIJA



DIS MARKET

nagrađuje svoje kupce, u saradnji sa:



Poverenje vernih kupaca DIS nagrađuje srećkom koja sigurno dobija. Uz svaki račun čiji iznos prelazi 1.900 dinara u DIS marketima širom Srbije nagradićemo vas nekom od 40.000 robnih nagrada. Ogrebite emulziju sa srećke koju smo vam darovali, a dobitak, uz asistenciju ljubaznog osoblja DIS-a, možete podići na info pultu svakog marketa u Srbiji. Srećku koja sigurno dobija možete osvojiti svakog vikenda tokom februara meseca.





MASLINE dobro

Od antičkih vremena maslinovo drvo osiguravalo je hranu, koristilo se za ogrjev, a plod se koristio u liječenju bolesti. Ova, pre svega, mediteranska, biljka odavno je poznata kao lekovita. Crna i zelena maslina nalazi se u svim svjetskim kuhinjama kao dodatak ishrani, salati i odličan začim. Masline se u kulinarstvu koriste za pripremu različitih namaza za predjela, ali i za sosove za ribu i živinu. Mogu se dodati u gotovo sve salate, a sve se češće dodaju i u sosove za testeninu.

Masline cele 720 i 370 ml
 Masline bez koštice 720 ml
 Masline punjene paprikom 720 ml
 Masline crne, sa košticom 720 i 370 ml



SMRZNUTO POVRĆE dobro

Put od ubranog do zamrznutog povrća sastoji se od niza kontrolisanih koraka od kojih svaki ima za cilj maksimalno očuvanje kvalitete povrća. Osim očuvane nutritivne vrijednosti, smrznuto povrće nudi još niz pogodnosti: dostupno je tokom cele godine, može se duže čuvati, može biti jeftinije od svežeg povrća, vreme pripreme je daleko kraće jer je već delom obrađeno (blansiranjem) pre zamrzavanja.

Očigledno ne postoji razlog zašto smrznuto povrće ne bi bilo sastavni deo pravilne ishrane, jer svojom očuvanom nutritivnom vrednošću doprinosi unosu blagotvornih nutrijenata te olakšava zadovoljavanje preporučenog dnevnog unosa za ove vredne namirnice.

Grašak smrznuti 450 g, Boranija žuta smrznuta 450 g, Boranija zelena smrznuta 450 g, Smrznuto mešano povrće za đuveč 450 g, Kukuruz šećerac smrznuti 450 g, Ruska salata 450 g.



MASLINOVO ULJE dobro

Narodi koji svoju kuhinju baziraju na maslinovom ulju manje su podložni bolestima krvnih sudova i srca, kao i raka debelog crijeva, prostate i dojke. Zato se, grčka kuhinja smatra najzdravijom kuhinjom na svetu. Maslinovo ulje se obično koristi uz morske specijalitete, a da bi zadržalo svoje korisne sastojke, najbolje ga je dodati kad je jelo već gotovo. Naravno, ono se može koristiti i tokom pripreme jela, jer je vrlo stabilno, ali se tako njegov koristan efekat ipak smanjuje. Zato se uglavnom koristi za salate i povrće, dakle sirovo, čime se ostvaruje pun efekat.

S obzirom na biološku i prehrambenu vrednost, kao i na blagotvorna svojstva maslinovog ulja, pri izboru masnoće uvek imajte u vidu da upravo ono predstavlja "idealnu masnoću".

Da biste ostali u formi, dovoljne su dvije do tri kašike maslinovog ulja dnevno, tvrde nutricionisti.

Maslinovo ulje od komine 1 l i 2 l



HIPP VAM NUDI PRAVI UKUS PRIRODE

Hipp sokići su blagi i izuzetno ukusni. Veoma su važan izvor vitamina C, karotena i mineralnih materija. Blago su kiseli i prilagođeni nežnom organizmu Vašeg deteta. Sadrže samo prirodnu slatkoću ploda. Sastav gotovo svih Hipp sokića je 100% voće, odnosno povrće.

Gotove Hipp mesne kašice bitno olakšavaju roditeljima pripremu jelovnika deteta. Možete biti sigurni da će vaše dete dobiti samo sirovine koje su strogo kontrolisane i da su životinje uzgajane po svim zakonima ekološke proizvodnje.

Zdrava zemlja, hemijski netretirano seme, zabrana upotrebe hemijskih sredstava za prskanje - to su osnovni postulati organsko - biološkog uzgoja. Danas je HIPP najveći svetski prerađivač organsko - bioloških kultura.

Pakovanja: sokići 200ml, kašice 125gr, 190gr, 220gr

Rok trajanja: 19-24 meseci (u zavisnosti od artikla)

Uvoznik i distributer za Srbiju: Alca trgovina d.o.o, Beogradska 7, 11272 Dobanovci



HLADNO CEĐENO ULJE SUNCOKRETA

Kada kažemo hladno ceđeno ulje suncokreta, ustvari govorimo o poluzasićenim masnim kiselinama koje imaju od nedavno status vitamina F i E. Hladno ceđeno ulje suncokreta „BISER“ jeste stoprocentna prirodna životna namirnica koja je kroz tu tehnologiju (ne primenjujući termičku i hemisku obradu) sačuvala ovu namirnicu bogatom vitaminima. Kao takva, ova namirnica pomaže kod mnogih bolesti: šećerne bolesti, bolesti krvnih sudova, zglobova, kičmenog stuba, kožnih bolesti i kamenca u bubrežima i žučnoj kesii. Blagotvorno deluje na obolele disajne organe (astma i bronhitis) i sterilitet kod muškaraca. Ulje „BISER“ najbolje je koristiti bez termičkog zagrevanja, kako bi se sačuvala vitaminska svojstva, ili ga dodati u prohladna jela. Preporučuje se i uzimanje u prirodnom stanju 3x1 supena kašika, a kod dece polovina navedene doze. Potrošnja „BISER“ hladno ceđenog suncokretovog ulja dvostruko je manja u odnosu na sva druga. Ovo ulje je specifičnog ukusa, pa će vam biti potrebno izvesno vreme kako bi ste se prilagodili.

Dr med. Mića Nešić



**CAFE KAFICA,
kafa sa kojom počinje dan**

Cafe Katica je mešavina, mlevene pržene kafe, nastala kao rezultat stvaralačke ambicije i dugogodišnjeg iskustva pretvorenog u spoj tradicionalnog ukusa i modernih trendova, uz sopstvenu originalnu recepturu. Upakovana u pakovanja od 100, 200, 500 i 1000 grama i napravljena od najkvalitetnijih i skupih sorti Arabika i Robusta, a kudikamo jeftinija od konkurentskih proizvoda, Cafe Katica osvaja poverenje naših potrošača i zauzima svoje mesto na kuhinjskim policama ljubitelja ovog napitka. Pažljivom selekcijom sirovina, standardizovanim tehnološkim procesom, modernim dizajnom i stalnom kontrolom kvaliteta, trudimo se da zadovoljimo sve potrebe probirljivog potrošača ovog tradicionalnog napitka, jer je naš moto da su uspešne organizacije samo one čiji su klijenti zadovoljni.

Da smo na pravom putu, potvrđuje i osvajanje Zlatne medalje za kvalitet na Novosadskom Sajmu 2008. godine, kao i poslovna saradnja sa renomiranom kompanijom DIS, za koju proizvodimo DOBRO mešavinu pržene mlevene kafe od 100, 200 i 500 grama i na taj način ulazimo u domove daleko većeg broja potrošača.



NOVI DIZAJN YUMIS ČAJEVA

Yumis je kupcima ponudio redizajniranu paletu čajeva sa končićem.

Pod sloganom IZ BAŠTE PRIRODE, ovaj posao je poveren renomiranoj kući „McCann-Erickson“.

YUMIS čajevi su čajevi vrhunskog kvaliteta koji se odlikuju punoćom ukusa i mirisa. Paleta čajeva sa končićem sastoji se od biljnih i voćnih šoljica zdravlja, šoljica harmonije i šoljica strasti: nana, kamilica, šoljica, šipak, hibiskus, kamilica sa medom i jagoda.

Jedno pakovanje čajeva sadrži 20 filter vrećica.



ORZENE – Nova linija za negu kose!

ORZENE koristi moć prirode nudeći kompletan asortiman proizvoda za negu kose, koji su kreirani na način da zadovolje sve zahtevnije potrebe potrošača.

ORZENE je najsavremenijim istraživanjima izdvojio i upotrebio prefinjene elemente iz prirode, kako bi Vam ponudio efikasne, prijatne i blage proizvode za kosu. Prema naučnim istraživanjima, ovi prirodni sastojci blagotvorno deluju na kosu čineći je jakom, zdravom i lepom.

ORZENE BEER linija u prozirnrom pakovanju, sadrži pravo pivo koje je proizvedeno od čistih sastojaka kao što su pšenica, hmelj, kvasac, ječam i slad, koji su svi bogati važnim vitaminima (posebno onima iz B kompleksa), mineralima i mikroelementima. Naučne studije su dokazale da se ovi sastojci, osim svoje hranljive vrednosti imaju i blagotvorno dejstvo na kosu. Normalna, masna, suva ili farbana kosa dobija jedinstveni volumen i sjaj na najprirodniji način.

Proizvodi: Sarantis Franuska, 12 rue du Rocher, 75008 Pariz, Francuska

Uvoznik i distributer za Srbiju: Sarantis d.o.o., Beograd, Milana Rešetara 7, Zemun, Tel: 011/209-0000.

PRAKSOM DO ZNANJA

Ekonomsko - trgovačka škola u Sopotu učenike obrazuje primenjujući savremene nastavne metode. Praktični deo nastave za 600 učenika obezbeđuje isključivo kod partnera koji zauzimaju liderske pozicije u oblasti svog poslovanja. Saradnja između Ekonomsko-trgovačke škole iz Sopota i PTP DIS koja podrazumeva edukativne posete i sprovođenje dela prakse, traje već čitavu deceniju.

- Posete poput današnje su odličan način za sticanje uvida u praktična saznanja. DIS su danas posetili učenici treće i četvrte godine, odnosno budući trgovci i komercijalisti. Naši učenici su sada već tradicionalno na praksi u DIS marketu u Mladenovcu. U ovom trenutku praktičnu nas-

tavu tamo pohađa deset učenika. Ova škola u četvrtom stepenu obrazuje ekonomske i turističke tehničare, zatim ogledne profile poput poslovnih administratora, finansijskih administratora i komercijalista. U trećem stepenu školujemo trgovce. U DIS smo doveli prvu generaciju komercijalista. Ovo odeljenje čini 24 učenika. U trećoj godini učenici ovog smera praktičnu nastavu obavljaju u određenom prodajnom objektu, a u četvrtj u nekoj od kuća koje se bave spoljnom trgovinom. Poslovni i finansijski administratori praktičnu nastavu obavljaju u trećoj godini jednu nedelju, a u četvrtj dve nedelje na prostoru Sopota i Mladenovca. Turistički tehničari praksu obavljaju u agencijama, kaže profesor Miroslav Petrović.

- Ova poseta je definitivno korisna. Bez obzira na to što učenici stiču teoretska znanja, praktična

saznanja su od neprocenjive važnosti za njihovo osposobljavanje. DIS je danas obišlo 49 učenika ove škole. Škola je otvorena pre dvadeset godina, a dvehiljadite godine smo počeli sa upisivanjem oglednih profila. Njihova praktična saznanja temelje se na iskustvima u radu u virtuelnom preduzeću u kome su našim učenicima na raspolaganju 24 radna mesta. Svaki od učenika dobija priliku da radi na svakom radnom mestu ponaosob. Komercijalisti imaju svoje viruelno privredno društvo koje su osnovali učenici, oni se na svojim radnim mestima školuju kroz određene poslove. Takvi učenici su na blok nastavi daleko sposobniji u poređenju sa recimo ekonomskim tehničarima u čijem obrazovanju je zastupljena teorija, a manje praktični deo, zaključuje profesorka Ekonomsko - trgovačke škole iz Sopota Milena Sedlan.



Učenici Ekonomsko - trgovačke škole iz Sopota u poseti DIS-u



TRI GODINE MALOPRODAJE DIS-a

Smederevski market - trogodišnjak

DIS market u Smederevu u proseku poseti 1.600 kupaca dnevno. Tokom treće godišnjice postojanja u marketu je kupovano 600.000 mušterija, a u slavljeničkom danu 13 stotih kupaca nagrađeno je besplatnom kupovinom. Zanimljiva je činjenica da je prvi stoti kupac prošao upravo kroz kasu broj 13. Sujevni bi rekli nesrećan broj, a ovom stotom kupcu do neo je sreću.

Otvaranjem DIS marketa u Smederevu 2006. godine, počinje istorija DIS maloprodajne mreže. Treću godišnjicu postojanja, market u Smederevu obeležio je 21. Decembra. Kako je to već uobičajeno kada je reč o obeležavanju godišnjica DIS-ovih marketa, Smederevski kupci počašćeni su tortom i kafom u MEZE restoranu, a svaki stoti kupac nagrađen je besplatnom kupovinom.

- Uprkos krizi koja se značajno oseća i na ovom prostoru, zadovoljni smo poslovanjem našeg marketa koji u ovoj, kao i predhodnim godinama beleži pozitivne rezultate poslovanja. Iz godine u godinu, rezultati našeg poslovanja kreću se uzlaznom linijom. Za ove tri godine, značajno smo unapredili sistem rada, pa smo sa prvobitnih 104 radnika taj broj danas sveli na 73 zaposlena zahvaljujući čijem zalaganju ovaj market vrlo uspešno posluje. Ovaj trogodišnji put nije bio nimalo lak, ali smo apsolutno zasluženo zauzeli poziciju maloprodajnog lidera na ovom prostoru i kroz iskustva stečena praksom stekli samopouzdanje dovoljno veliko da nam konkurencija nije bitan faktor. Ovaj kolektiv, najiskusniji u maloprodajnom sistemu DIS-a će uvek pronaći način da ide nekoliko koraka ispred konkurencije, kaže Petar Marković, direktor ogranaka DIS-a u Smederevu.



Miroslav Paunović sa porodicom



Milena Nešić



Petar Marković, direktor ogranaka DIS-a

U DIS marketu kupujemo najmanje dva puta mesečno, uglavnom velike količine svega što nam je potrebno. Danas smo imali nameru da kupimo robu u vrednosti od 7000 dinara, međutim dobili smo je besplatno, povodom trećeg rođendana marketa. Vrlo često kupujemo i proizvode DIS-ove robne marke DOBRO, odgovara nam cena, ali i kvalitet ovih artikala, kaže Paunović Miroslav iz Osipaonice.

Često dolazim u DIS market, obično u vreme pauze za topli obrok. Danas sam se iskreno iznenadila činjenicom da sam kao stoti kupac dobila besplatnu kupovinu svega što sam pazarila. U DIS-u se snabdevam svim stvarima potrebnim za domaćinstvo. Asortiman u ovom marketu je veliki, a zadovoljna sam i cenama koje su daleko niže u odnosu na druge trgovine u Smederevu, kaže Milena Nešić, stalni kupac DIS marketa.

KIŠA OD SLATKIŠA



Dnevni boravak PUŽ

Kičenjem jelke koja je po prvi put ukrasila centar Smederevske Palanke, označen je početak akcije "Kiša od slatkiša". Akciju koja je uoči Nove godine u Palanci decenijama u nazad bila tradicija, obnovila je opštinska Turistička organizacija.

- Generacije Palanačkih mališana trčale su za Deda Mrazovima i njihovim kočijama iz kojih su im kao novogodišnji poklon darovani sitni slatkiši. Ovo je bio običaj koji je nagoveštavao ulazak u svaku Novu godinu i koji je predstavljao jedan od najzanimljivijih trenutaka svakog detinjstva. Ovaj u jednom periodu, zaboravljeni običaj, obnovili smo na radost najmlađih, ali i Palanačana svih generacija. Potrudili smo se da pažnju posvetimo svojoj deci, ali Deda Mraz je danas prvo posetio decu koju okuplja Dnevni boravak PUŽ i mališane dečijeg odeljenja OB Stefan Visoki. Deda Mraz je želeo da najpre ovoj dečici pokaže kako i u ove praznične dane neko misli na njih. Dani praznovanja i jesu vreme za maksimalno posvećivanje jednih drugima, pružanje ljubavi i pažnje i uživanje u međusobnom druženju kakvo sebi zbog nedostatka vremena ne možemo da priuštimo mimo prazničnih dana. Deda Mraz je pozdravio i Ostale mališane iz našeg grada koji su ga sačekali okupljeni u

centru grada baš oko novogodišnje jelke. Kroz akciju "Kiša od slatkiša" Deda Mraza su pratili i glumci Palanačkog pozorišta, učinivši je zanimljivijom izvedeci novogodišnju predstavu u kojoj su nosioci glavnih uloga bili deca glumci. Jedan naš sugrađanin obezbedio nam je zapregu i kočije, dakle kada ima dobre volje i ljudi koji žele da izađu u susret, moguće je sve organizovati. Svega ovoga ne bi bilo da nam i donatori nisu izašli u susret. Značajnu donaciju u vidu slatkiša obezbedio je i DIS. Ništa od upotrebljenog u ovoj akciji nije kupljeno, sve je obezbeđeno dobrom voljom onih koji su mogli da pomognu, a koji će nas, nadam se, i u buduće pratiti u sličnim akcijama, kaže direktor TO Smederevske Palanke.



Dečije odeljenje bolnice Stefan Visoki



PSEĆA SREĆA



Tradicionalna praznična predstava koju DIS u periodu od Nove godine do Srpske nove godine poklanja najmlađim posetiocima svojih marketa, obišla je sedam gradova u Srbiji u kojima su pozicionirani DIS-ovi objekti. U Velikoj Plani, Smederevskoj Palanci, Mladenovcu, Smederevu, Jagodini, Lazarevcu i Kruševcu tokom tridesetominutnog izvođenja predstave "Pseća sreća" uživali su u društvu dalmatinaca, onih koji ih vole i onih koji žele da im nanesu zlo, a čitavu priču na pozitivan način razrešio je Deda Mraz koji je sve dobre mališane počastio čokoladnim mlekom "Imlek", koji je bio sponzor predstave.

- Dramska radionica Predškolske ustanove "Naša radost" iz Smedereva postoji već deset godina. Radionicu su doskora činili isključivo vaspitači, a od prošle godine uključila se i jedna medicinska sestra. Predstavu pod nazivom "Pseća sreća" odabrali smo jer su životinje kao tema uvek aktuelne i privlačne deci koja sa uživanjem prate takva izvođenja. Ovu predstavu izvodimo dugo i iz iskustva smo zaključili da čak i deca mlađeg uzrasta reaguju na prisutne likove i aktivno učestvujući u izvođenju. Deca su prirodno vezana za životinje, i u trenucima kada se na sceni pojavljuju negativni likovi koji žele da psima nanesu zlo deca zaštitnički reaguju. Iskustvo je takođe pokazalo da se deca iz godine u godinu sve manje plaše kostimiranja, što u početku svakako nije bio slučaj.

Dugo saradujete sa DIS-om nastupajući u Meze restoranima DIS marketa. U prošlu godinu ušli smo sa predstavom "Veliki izmišljeni prič", a ovoga puta to je "Pseća sreća".



Praznična predstava u restoranu Meze DIS marketa

- Saradnju sa DIS-om smo ostvarili pre tri godine, ona uspešno traje, i sigurna sam da će mo je nastaviti i u buduće izvođeci predstave u DIS marketima širom Srbije. Predstave inače izvodimo pre svega po vrtićima, školama i firmama koje nas angažuju, jer žele da deci svojih radnika prirede nešto novo, poput predstava kakve mi izvodimo.

Kako deca koja pripadaju dobu savremene tehnologije reaguju na živo izvođenje priče i likove koji im se za razliku od onih u igricama i crtanim filmovima direktno obraćaju?

- Samim tim što radimo u vrtiću i što nam je jasna baš ta slika kakvu vi navodite, ovo radimo sa ciljem da decu vratimo na nekadašnji način

doživljavanja bajki kakav pruža jedna ovakva pozorišna predstava. Pokazalo se da su teme koje imaju puno ljubavi, a u kojima nije prisutna agresija, već samo jedna zdrava, čista nota uvek privlačna deci. Na zanimljivost ovakvih predstava, osim same priče, mnogo utiče muzika i naravno kostimi. Ovakav vid rada sa decom mi kao vaspitači apsolutno podržavamo. Crtani filmovi i kompjuterske igrice su retko primereni deci, jer su neprilagođeni uzrastu i obiluju temama prepunim nasilja. Da bi se deca vaspitavala na pravi način neophodno je okrenuti se vedrijim temama i insistirati na direktnom kontaktu, kaže Marijana Arsić, vaspitač u Predškolskoj ustanovi "Naša radost" iz Smedereva.



DIS PORTAL

NAJBRŽI NAČIN ZA PRAĆENJE LAGERA
I TREBOVANJE ROBE



**BRZINA + EFIKASNOST
= PROFIT**

Dobrodošli u DIS portal za **dobavljače**. Molimo ulogujte se!


<< www.disyu.com

Korisničko ime:

Šifra:

© Copyright 2010 DIS d.o.o. Sva prava zadržana. Design by: DIS PR & Marketing

ULOGUJ SE ODMAH

<http://b2b.disyu.com>



Sudoku galerija

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

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

	POTEZ MAJSTORA	NARAMENICA ZA OFICIRSKI CIN	FOSFOR NAŠA POP PEVAČICA		ŽIVINAR	IZLIVATI, ODLIVATI	POPUNJEN, ISPUNJEN	OLIVER RID	MNOŠTVO LJUDI	DRUGI VOKAL	UZDANICA	REČNI RIBAR
RESTORANI U SASTAVU OBJEKATA „DIS“-A SA SLIKE	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	UPOZORENJE							
SVI APARATI FIRME										IME GLUMCA PACINA		
SORTA JABUKA								OVOG TRENUTKA				
ZASLAĐEN								DAMA U SAHU				
PSEČA KUĆICA							OVOG DANA					
								INTENZITET				
POSLEDNJE SLOVO AZBUKE												
BRISATI												
OKVIR					PLESNA PRIREDBA	ITALIJA						
TREĆI VOKAL		GRUBO DOMAĆE SUKNO				IME SLOVEN. PJIJANISTE BERTONČE-LJA					DESNA PRITOKA DUNAVA	
HRABRI LJUDI, ODVAŽNI BORCI		UJEDINJENE NACIJE										
MIRISNO ULJE OD INDIGA (ANILA)												



Ehrmann

Made in Germany

DIS



Više od voća

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. Ukrasno cveće sa slike - Veća vojna formacija (1), **2. Plesati** - Ptica grabljivica (1), **3. Lomiti se** - Simbol sumpora (1), **4. Tatomirka odmila** - Ime makedonske pevačice Redžepove (1), **5. Lik iz Tolkinove trilogije "Gospodar prstena"** - Meki ležaj ili sedeljka (1), **6. Morska pećina delom nad vodom** - Osmo i 10. slovo azbuke (1), **7. Simbol azota** - Tatarski (skr.) (2), **8. Vazduh** (grč., lat.) - Lična zamenica (1), **9. Popisivanje** (1), **10. Proizvod namenjen tržištu** - Drugi vokal (1), **11. Oblast u Bosni** (1), **12. Stanovnici** (0).

USPRAVNO: 1. Veliki rezervoar za tečnost - Crvenilo za usne, karmin (1), **2. Zanatlije koje prave igle** - Junački spevovi (grč.) (1), **3. Nedovoljno dug** - Čovekoliki automat (1), **4. Vrsta podne obloge** - Novac (1), **5. Napadati** - Inicijali kompozitora Ljadova (1), **6. Menjati perje** (o pticama) - Oznaka za istok (1), **7. Prvi vokal** - Oznaka za intenzitet - Simbol ugljenika (3), **8. Opadanje nivoa morske vode** (1), **9. Mašina za sabijanje, presovanje** (1), **10. Uzvik negodovanja** - Suprug (1), **11. Kosioci, kosci** (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.

ПЕХАР

