

ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 28 март 2023



Фокус на

Сашо Наумоски почесен
конзул на Украина во
земјава

Стр. 7

Фокус на ...

Food Ingredients - најголемиот
саем за состојки и сировини
за прехранбени производи

Стр. 9

Издојуваме

Магична чоколадна
кујичка од Витаминка на
Фестивалот на чоколадата

Стр. 16

СОДРЖИНА

Стр. 4



Воведувањето стандарди започнува од **Витаминка**

Лидија Каранфилоска, Технички директор

Интервју

Стр. 7



Сашо Наумоски почесен конзул на Украина во земјава

Фокус на ...

Стр. 11

Брендовите на **Витаминка** секојдневно се надградуваат

Ангелчо Патоски, Бренд менаџер

Актуелно кај нас

Стр. 13



Довербата на корисниците на Интернет значително опадна од 2019 година

Издвојуваме

Стр. 17



Училишната лабораторија во СОУ „Ѓорче Петров“ доби лабораториска опрема од **Витаминка**

Поддршка за образованието

Информатор

За почеток

ВИТАМИНКА

Една фабрика има работа
и во лето и во зима!
Вкусни работи прави
за децата да бидат здрави.

Таа фабрика "Витаминка" се вика
од неа со години флипс блика.

На училишна прошетка мала
посетивме голема работна хала,
ученици во голем број,
чекор по чекор,
сите во строј.

Машина голема вредно работи,
детските апетити да ги задоволи.
На лентата мали, жолти флипсови летаат,
да се спакуваат во кесички чекаат.

Мирисот на флипс не мами,
да го пробаме, да го вкусиме не кани.

Пецко Насески

Ученик од второ одделение во ОУ „Кире Гаврилоски“.

Песната ја напиша со помош на наставничката и соучениците на час по македонски јазик.



Интервју со...

Воведувањето стандарди започнува од **Витаминка**

Лидија Каранфилоска, Технички директор



Иновативноста кај Витаминка никогаш не престанува, нови производи, технолошки процеси или воопшто за оперативноста на компанијата. Во што последно се инвестираше?

Витаминка секогаш инвестира во својот развој и во својот раст. Како компанија нашата цел е постојано да иновираме и создаваме нешто ново што е одговор на потребите, барањата и желбите на потрошувачите. Но уште повеќе со новите производи, се обидуваме да ги антиципираме барањата на потрошувачите и со тоа што ќе го создадеме како производ со врвен квалитет и ќе го поставиме на продажните полици, да иницираме, да создаде нова навика кај нив. Како лидери на пазарот во овој сегмент, имаме одговорност и да го креираме пазарот. Така што се јавуваме во секој сегмент на пазарот каде што има недостаток од некој производ, а ние како голема производна компанија имаме и капацитет и потенцијал да го создадеме. Во таа насока во изминатата година имаме неколку новини, како чоколадните бонбони Sorry, чоколадите

Нару, протеински флипс кранчи Fit-in, нови меки флипсови Softy со неколку вкусови, детски флипс Onni без сол, чиста етикета без никакви адитиви, нови вкусови на пудинзи Pastela и уште неколку други. Со досегашното искуство со пласирање на нови производи, секој од нив се покажал успешно и што од своја страна зборува дека како компанија знаеме и умееме да создадеме нов производ што се истакнува со квалитет и што веднаш станува дел од потрошувачките навики. Покрај во производи, како што напоменав, инвестициите на Витаминка се насочени и кон самата компанија односно оперативноста и перформансите. Така, последните инвестиции што се одвиваа во изминативе неколку години, освен во нови производи беа насочени и во обезбедување зелена енергија за компанијата, со поставување фотонапонски централи на крововите од неколку наши капацитети. Токму ова се покажа како многу вредна инвестиција, посебно во изминатата година, со оглед на енергетската криза и состојбата со снабдување и цената на електричната енергија за компаниите.

Информатор

Витаминка е предводник во прехранбениот сектор со воведување на новите стандарди, на што се должи тоа?

Живееме во време кога голем дел од производството мора и треба да биде стандардизирано. Со воведување на некои од вие стандарди ние влијаеме на зголемување на вредноста на производот. Дел од стандардите што ги имаме внесено се должат на регулативата за безбедност на производниот процес, на производот или вработените. Но, исто така, под стандарди подразбираме и повисоки референци кои самоиницијативно ги внесуваме со цел да одиме чекор понапред во поголема достапност на нашите производи, соодветен и прифатлив за поголем број купувачи, или кон поголем квалитет на нашите производи. Токму затоа, како најголема компанија во кондиторскиот сектор, разбирливо е дека воведувањето на стандардите започнува од нас. И токму врз основа на нашата позиција на пазарот и како дел од нашата развојна стратегија, поставуваме нови стандарди кои другите ги следат. Поттикнато од сите овие фактори, поставувањето нови референци или стандарди на овој дел од пазарот се должи на работата на сите вработени на Витаминка. Од сам почеток на креирање на нов производ, па се до негово поставување во продажба и зголемување на продажбата, тој производ поминал низ десетина различни сектори, одделенија и заслужни професионалци во оваа компанија, кои секој во свој домен дал максимум за истиот тој производ да биде прв избор на потрошувачите и да претставува нов стандард на пазарот.

Колкава инвестиција подразбира имплементацијата на нов стандард?

Воведување нов стандард и имплементација на истиот е пред и над се инвестиција во развојот и растот на компанијата. Со внесување на стандардот се создава нова вредност за производот, се отвора нов пазар а сето тоа е напредок за компанијата. Секако дека примената на стандардот подразбира извесна инвестиција од страна на компанијата затоа

што станува збор за дополнување на производниот процес, за збогатување, внесување некои нови аспекти, квалитативни промени и прилагодување на процесот со барањата на стандардот, некогаш тоа е само од аспект на регулатива. Но, крајната цел е иста, да се унапреди квалитетот и да се прилагоди на потребите и желбите на потрошувачите. Токму затоа, инвестициите за примена и користење на стандардите се постојани, а ова дополнително е значајно во случај кога компанија како Витаминка е присутна и има стратегија за проширување на странски пазари.

Витаминка спаѓа во една од поголемите компании во Македонија според бројот на вработени, што е потребно за некој да стане дел од ова големо семејство?

Потребна е желба да се стане дел од семејството на Витаминка, да се има амбиција да се работи во компанија што скоро седум децении работи и создава производи што може да се најдат во секој дом. Потребно е да се поседува одредено знаење, за саканата област и желба да се надградува тоа знаење. Витаминка во својата стратегија има интегрирано механизам за континуиран развој, кој се однесува и на вработените. Така што, развојната стратегија се проширува и на вработените. Секој еден што сака да стане дел од Витаминка треба да знае дека сите успеси, сите достигнува, позицијата на Витаминка на домашниот пазар како и присутноста на странските, сè е постигнато со работа на целиот тим. Секој еден вработен е заслужен и има свој придонес во успехот на Витаминка, затоа треба да се сака да се биде дел од оваа успешна приказна.

Колкава може да биде улогата на жената во деловниот свет? работите?

Исто голема колку и улогата на мажот. Сето она што го прават мажите на која било работна позиција, го прават и жените. Деловниот свет подразбира донесување одлуки базирани на емпириски податоци, на анализи, на сопствено искуство и знаење. Зошто





тогаш било што би било различно за мажите и жените. Во деловниот свет не се носат одлуки базирани на емоции, да, можеби на некоја интуиција, но сепак и таа интуиција во позадина има некакви сознанија. И затоа придонесот и резултатот, во бизнисот, во деловните одлуки и професионалниот ангажман, зависи само од знаење, компетенциите и искуството и улогата соодветно на тоа. Менаџерската позиција сведочи за подеднаква поделба на способностите кај мажите и кај жените. И затоа не мислам дека треба да се прават какви и да било квалификации по која било друга основа, освен знаење и способност.

Вие сте на една многу одговорна менаџерска позиција, дали тоа ви претставува пречка во приватниот живот и семејните обврски. Дали е возможно и како да се постигне баланс меѓу работните и семејните обврски?

Моето мото е „се во свое време“, а тоа значи дека додека сум на работа целосно сум посветена на работните обврски. Искуството што го имам зад себе ме уверува дека професионалниот ангажман не мора да значи жртва или откажување од било што. Една успешна и реализирана жена не мора да прави поделба на функциите што ги има во животот. Домот и семејството, некогаш помалку а некогаш повеќе бараат внимание, но без разлика на тоа, сепак сите ние треба и мора да имаме време посветено на нас самите. Дали тоа се моменти со семејството, дали е некоја активност, прошетки, или едноставно средби со пријатели, тоа се моменти кои ни даваат духовен мир, квалитетно ни го исполнуваат денот и нè ослободуваат од стресот. И тогаш настанува балансот, и да возможно е да се постигне. Со свесност за сопствената вредност, улогата и она што се очекува од секој од нас, и приватните и професионалните обврски не претставуваат никаква тешкотија.



Информатор

Фокус на ...

Сашо Наумоски почесен конзул на Украина во земјава



Во присуство на дипломатскиот кор, претставници на Министерството за надворешни работи, градоначалникот Борче Јовчески и претставници на локалната самоуправа, во Прилеп беше отворено почесното конзуларно претставништво на Украина во Република Северна Македонија. Функцијата почесен конзул на Украина ќе ја извршува Сашо Наумоски, генерален директор на Витаминка, стопанственик кој долги години придонесува во развивање на економските релации меѓу двете земји и истакнат член на заедницата.

Наумоски ја искажа големата чест што му е дадена и одговорноста на задачата: „Да се претставува земја која во моментот се соочува со воена агресија е голема одговорност бидејќи довербата што ми се дава во вакви моменти е навистина знак на голема почит. Во овие времиња да се биде пријател е голема чест, да се даде доверба е доблест, а јас во моментот ги имам двете од страна на Украина. Тоа ме става пред уште поголема одговорност и обврска како почесен конзул на оваа земја, да придонесам за зацврстување на релациите и размена на позитивните вредности. Ќе се обидам да направам сè за да се подобрат релациите меѓу двете земји. Сигурен сум дека моите контакти, позицијата во општеството ќе придонесе за подобри економски односи и секако да помогнеме онаму каде помошта е навистина неопходна“, истакна почесниот конзул Наумоски. На отворањето на почесното конзуларно претставништво свое обраќање имаше и амбасадорката на Украина, Нејзината екселенција г-ѓа Лариса Дир, која изјави:

„На г-дин Сашо Наумоски му беше доделена честа да биде именуван за почесен конзул на Украина во Прилеп. А ние имаме чест што токму таков човек ќе ја посвети својата енергија и знаење на извршување на функциите на Почесниот Конзул на Украина, исто така имајќи го предвид фактот дека од моментот на инвазијата од големи размери во Украина, г-дин Сашо уште од првите денови ѝ помага на Украина. За време на војната на Русија против Украина, заштитата на интересите на Украина, граѓаните на Украина и нејзините правни лица во земјата домаќин во границите дозволени со меѓународното право не е лесна задача. Вие ќе го претставувате украинскиот народ, кој веќе триста педесет и деветти ден се бори за своето право на живот, територијална независност и правото да остане суверена држава во нејзините меѓународно признати граници“, истакна амбасадорка Лариса Дир во своето обраќање.

Отворањето на конзуларното претставништво е дополнување на добрите билатерални релации, а со отворањето во Прилеп, што е прво вакво претставништво во овој град, ќе се поттикнат трговијата, инвестициите и економската размена на локално ниво, што дополнително го зголемува значењето и улогата.



Дипломатските односи меѓу Украина и Македонија беа воспоставени во 1995 година а дипломатското претставништво на Украина е отворено во 2000 година за веќе следната година да биде отворена Амбасадата на Украина во Република Македонија. Меѓу двете земји е разменет и Договор за пријателство и соработка, со кој се дефинираат основните принципи и насоки на развој на билатералните односи.



Фокус на ...

Јапонскиот амбасадор во посета на Витаминка

Амбасадорот на Јапонија, Н.Е. Савада Хиронори во декември ја посети Витаминка при што беше остварена средба со Претседателот на одборот на директори, Симон Наумоски и директорите Наташа Стојковска и Владимир Трпаноски.

Во рамките на посетата, делегација имаше можност детално да се запознае со компанијата, историјата и денешниот статус. Исто така, беа претставени работењето на Витаминка, деловните активности, финансиски резултати, како и производни капацитети и инвестициски планови.



Посебен фокус беше ставен на стратегијата на Витаминка за присуството на странските пазари, подобро позиционирање и понатамошно ширење. Делегацијата ги посети и производните погоди и го набљудуваше одвивањето на производниот процес на неколку линии и беше посебно импресионирана од примената на современата технологија во производството.

Информатор

Фокус на ...

Едукација за лидерски вештини

Започна и годишната Програма за лидерство во организација на М6 едукативниот центар со првото предавање на тема „Продажба и преговарање – вештини што носат развој во турбулентни времиња“. Предавач беше извонредниот Сотирис Карагианис кој ги сподели своите знаења од богатото искуство стекнато во најголемите глобални компании.

На првото предавање има преку 80 учесници од македонските компании, а од страна на Витаминка присуствуваа Кире Јовески, Регионален менаџер по продажба и Ангелчо Патоски Бренд менаџер.



Фокус на ...

Food Ingredients - најголемиот саем за состојки, сировини за прехранбени производи

Во Париз во месец декември традиционално се одржува Fi Ingredients, најголемиот саем за состојки, сировини за прехранбени производи. Food Ingredients е специфичен саем затоа што станува збор за саем на полупроизводи и сировини, кои треба да се испробаат и да се тестира нивната компатибилност со формулата и составот на финалниот производ. Уште една главна карактеристика на овој саем е големото присуство на изложувачи на состојките како растителни и млечни протеини, засладувачи, состојки за редукција и замена на шеќер, природни бои и ароми.

Во декември 2022-ра беше посебно посетен, пред сè од голем број изложувачи на состојки и сировини од целиот свет кои беа распределени во 4 хали, а бројот на посетители беше уште поголем. Витаминка исто така испрати свој стручен тим, Наташа Стојковска директор на Увоз, Силва Цвејоска технолог во Развој и Милена Наумоска, управник на Р.Е. Цевитана и бонбони.

Целта на присуството на овој саем беше обезбедување информации и стекнување контакти за потенцијална соработка, потребни за развој на нови производи и подобрување на постоечките. Затоа беа посетени сите штандови и производители кои може да бидат корисни и да ни дадат нова вредност и поголем квалитет на





нашите производи. Исто така, направени беа средби, кратки состаноци и разговори и воспоставени контакти со многу компании.

Соодветно на видот и природата на можната соработка, од некои сировини земени се мостри, а за други мострите ќе пристигнат директно во Витаминка, со што започнува процесот на нивно тестирање со нашите производи и анализа колку се компатибилни и колку одговараат на квалитетот на нашите производи.

Фокус на ...

Тројца претставници од **Витаминка** на конгресот за човечки ресурси во Белград

На најголемиот конгрес на човечки ресурси што се одржа во Белград, Витаминка испрати 3 претставници, Мартина Шошеска правник, Олга Ристеска координатор за обезбедување квалитет и Васко Наумоски ИТ менаџер. На конгресот беа дискутирани повеќе теми на вкупно 15 панели и тоа од директори за човечки ресурси од најголемите компании во регионот.

Што е Human resources management (HRM)?

Управувањето со човечките ресурси HRM е стратешки пристап за негување и поддршка на вработените и обезбедување позитивна средина на работното место. Неговите функции варираат во различни бизниси и индустрии, но обично вклучуваат регрутација, бенефиции, обука и развој и воспоставување однос со вработените. Или со неколку зборови, HRM значи менаџирање со вработените за да постигнат подобри резултати.

Главниот акцент на настанот беше ставен на расположливите човечки ресурси, средината во која работат, новите интензивни промени во технологијата и општеството.

Се зборуваше за тоа како извршниот директор да создаде компанија, култура и вработени кои се одржливи, како да се усогласат потребите на бизнисот за профит, односно потребите на општеството и вработениот со цел.

Посебен акцент беше ставен на благосостојбата на вработените односно колку кризите (COVID, енергетската криза, Украина...) ја менуваат улогата на менаџерите за човечки ресурси и како да се искористи постпандемската ситуација за да се подобри организациската култура?

Информатор

Се дискутираше и за влијанието на хибридната работа врз однесувањето на вработените, менаџерите за човечки ресурси и менаџментот како и за создавање организациска култура за разновидност, еднаквост, инклузија (РЕИ).

Она што посебно беше интересно и корисно за нас беше науката на податоци во ЧР и како ИТ и технологијата можат да им помогнат на менаџерите за човечки ресурси.

Исто така, корисни информации беа споделени и за недостатокот на работна сила и како да се надмине хроничниот недостаток на работна сила во сите индустрии и колку создавањето алтернативни средства за регрутирање, вклучувајќи развој на вештини, преквалификација, практиканти и проширување на базенот на таленти, може да помогне околу тоа.

На конгресот дискутираа 75 панелисти и беа присутни над 500 учесници.



Актуелно кај нас

Брендовите на Витаминка секојдневно се надградуваат

Разговор со Ангелчо Патоски, Бренд менаџер

Витаминка е најголемата компанија во прехранбената индустрија во земјава. Во погоните на Витаминка секојдневно се произведуваат десетици производи, кои потоа се дистрибуираат до маркети, каде пак на продажните полици доминираат во големата и бројна конкуренција, но сепак се првиот избор на потрошувачот. За да биде тоа така, позади успешните брендови на Витаминка постојат луѓе, професионалци кои од еден производ успеваат да создадат силен и успешен бренд кој се истакнува во мноштвото и како омилен станува дел од потрошувачките навики. Развојниот пат на брендовите почнува многу рано со темелно истражување на пазарот за одредена група производ и таргетирање одреден вид производ.

За Ангелчо Патоски Бренд менаџер во Витаминка анализата можеби е најважната фаза во создавањето и градењето на еден бренд.





„Проучување на карактеристиките на таргетираниот производ, анализа на потрошувачките барања за производот врз основа на резултатите од истражувањето за маркетинг, сè започнува оттаму. Понатаму, од овие заклучоци се изведува анализа на пазарот, се идентификуваат целни сегменти на потрошувачки пазар за промоција на производот. Врз основа на ова се развива и ценовна политика за производот, утврдување на условите за продажба на стоки (систем на попусти и поволности за одредени групи купувачи), додека пак одделите за маркетинг и рекламирање создаваат стратегија за промовирање на производот на пазарот“, објаснува Патоски.

Многу често, во зависност од видот на новиот производ може да биде потребно да се развие шема за продажба на производ којашто се движи од создавање на нови оддели за продажба до реконструкција на постојните канали на продажба.

Освен создавањето бренд, како посебен сегмент е создавањето на приватна марка, односно Private label – PL, која е уште еден сегмент каде што Витаминка разви голем потенцијал и си отвори голем пазар. „Создавањето на приватна марка подразбира сосема поинаква стратегија и бара дополнително ангажирање. Меѓутоа станува збор за голем и вреден пазар кој покажува тенденција на раст а и има простор за тоа. Во секојдневна комуникација со агенти за продажба од светот, се разгледуваат потенцијални соработки, се одредуваат производи после направена анализа за увоз под ПЛ. Се изработува и дизајн од наша страна, преглед на сертификати и анализи на производите, обезбедување на транспорт“, вели Патоски.

Според Патоски, во оваа работа најважно е секојдневно да се следат трендовите на европско и светско ниво, да се оди на голем број обуки, семинари, саеми. „Наша цел и визија во иднина е зголемување на бројот на овие групи производи, со што би го зголемиле бројот на квалитетни и ценовно достапни производи во големото портфолио на Витаминка“, заклучува Патоски.

Моментално Витаминка има 9 групи производи кои се Увозен програм, изработени според наш дизајн, наша одредена амбалажа, грамажа и тука спаѓаат компоти, мармалади, гритз солени стапчиња и переци, мустарда сенф, зачини, Брилијант маслинови масла, вински оцет и лимонов сок, сосови, барови и овесни снегулки. Наскоро се очекува проширување на асортиманот со нови производи од брендот за здрава исхрана 2U.

Информатор

Издвојуваме

Довербата на корисниците на Интернет значително опадна од 2019 година



Едно меѓународно истражување открива дека довербата на корисниците на Интернет во интернетот значително се намалила од 2019 година. Тоа е меѓу клучните наоди од истражувањето на Ипсос во 20 земји, објавено од Новиот институт во Хамбург, Германија.

Само шест од десет корисници на Интернет (или 63%) во просек во 20-те земји што учествувале во истражувањето изјавиле дека имаат доверба во Интернет.

Тоа е намалување за 11 поени од спроведеното слично истражување во 2019 година. Единствен исклучок е Јапонија, која покажа зголемување на довербата за 7 процентни поени. Но, Јапонија е само еден и редок исклучок, бидејќи наодите откриваат дека довербата во Интернет се намалила за двоцифрена бројка и тоа во Индија (-10 поени), Кенија (-11), Шведска (-10), Бразил (-18), Канада (-14), САД (-12) и Полска (-26).

Најголема грижа за анкетираниите беше приватноста. Седумдесет и девет проценти изразуваат загриженост за нивната приватност на интернет, а само 50% сметаат дека безбедноста на интернет е соодветна. Многумина сметаат дека нема управување со Интернет. Малку повеќе од половина од испитаниците (57%) веруваат дека Интернетот е ефикасно управуван, како што веруваат и помалку од половина во Велика Британија (45%), САД (45%), Франција (41%) и Израел (34%).

Во Германија, довербата во интернетот падна на 61%, пад од 9 поени од 2019 година. Тоа е малку под меѓународниот просек од 63%, но повисоко од Канада (57%) и САД (54%).

Истражувањето јасно покажува недоверба во најголемата комуникациска и информациска мрежа што човештвото некогаш ја создало. Јасно е дека корисниците на Интернет сакаат конкретни и ефективни политики кои ќе ги зајакнат и заштитат.

Во услови на загриженост за приватноста и брзото опаѓање на довербата во светот, корисниците на Интернет бараат нови регулативи за ефикасно зајакнување на приватноста на интернет. Тие, исто така, сакаат подобро да контролираат како се собираат и користат нивните лични податоци.

Испитаниците посочија дека најнеефективните политики за подобрување на довербата во Интернет треба да вклучуваат: заштита на приватноста на корисниците (65%); заштита на личните податоци на корисниците (65%); воспоставување стандарди со детали за тоа како интернет компаниите собираат и користат податоци за корисниците (62%) и воспоставување политики што им овозможуваат на корисниците да ги контролираат сопствените податоци (62%).



„Се работи за зајакнување на корисниците на Интернет и слушање на нивните грижи додека интернет револуцијата продолжува да се развива“, вели д-р Пол Тјуми, водач на иницијативата во The New Institute. „Постои растечка глобална желба на поединци да го заштитат пристапот и употребата на нивните онлајн лични податоци, не само за приватност, туку и за подобрување на директните придобивки за поединците и проширување на позитивните општествени резултати“, според него.

„Нема сомнеж дека сме сведоци на постојана глобална ерозија на довербата на корисниците во интернетот“, според професор на Универзитетот Карлтон во Отава, Канада, кој дополнува „истражувањето многу јасно покажува дека постои широка поддршка за регулаторните и техничките иновации кои имаат за цел да им дадат контрола на онлајн граѓаните врз сопствените податоци. И, исто така, јасно е дека е од витално значење за враќање на довербата во Интернет“.

Издвојуваме

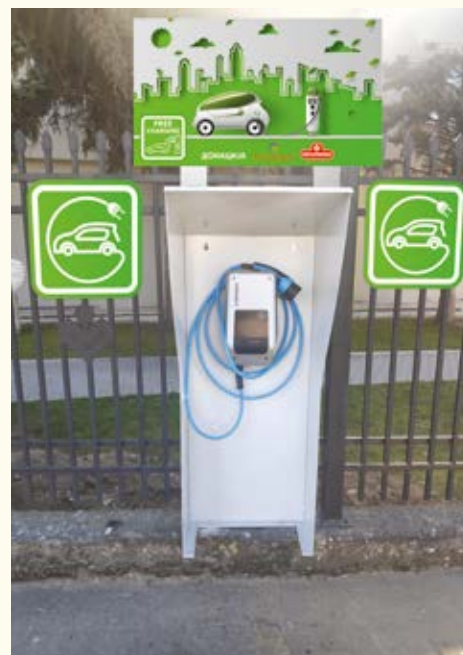
Во Витаминка поставени два полначи за електрични возила достапни за сите граѓани

Нашата општествена одговорност и трансформација кон создавање и користење обновлива енергија продолжува со новата иницијатива – поставување на полначи за електрични возила на паркингот од компанијата. Иако користењето на електрични автомобили кај нас е во зародиш, тоа е светски тренд, па ова е само наш мал придонес кон создавањето на услови за нивно користење. Нашите деловни партнери, посетители, вработени, а и сите граѓани отсега ќе можат бесплатно да ги наполнат своите електрични возила на паркингот од Витаминка. Поставувањето на полначите е заедничка акција на Прокредит банка, којашто ги донира полначите и на Витаминка со обезбедување на електрична енергија од обновливи извори.

Полначите за електрични возила се поставени и инсталирани со станица на две локации, во кругот на самата фабрика и на паркингот, а електричната енергија е обезбедена од енергијата од сонце и фотонапонските центри поставени на покривите од фабриката.

Користењето на електрични возила, особено во градските средини, има бројни придобивки како заштита на животната средина и намалување на загадувањето, намалени трошоци за превоз, поедноставни се за одржување и не испуштаат штетни гасови. Електричните возила за разлика од конвенционалните се потивки и не предизвикуваат бучава.

Како општествено одговорна компанија, ги поттикнуваме сите иницијативи и акции во чиј фокус е заштитата на животната средина и ќе продолжиме и понатаму со поддршка на вакви иновативни решенија.



Информатор

Издвојуваме

Витаминка се вклучи во натпреварот за подигнување на финансиското знаење кај студентите од Американ Колеџ

Витаминка и оваа година се вклучи во традиционалниот натпревар за подигнување на финансиското знаење кај студентите во организација на Универзитетот Американ Колеџ Скопје. На овој едукативен натпревар за финансиско сметководство учество зедоа студентите од втора година до дипломски студии по финансии и банкарство и сметководство и ревизија од истиот универзитет.

Студентите беа поделени во три тима со по 10 учесници. Нивната задача беше да презентираат кој е подобар во прехранбената индустрија преку проекти за маркетинг и финансиска анализа на трите големи компании „Витаминка“, „Ebro Foods“ и „Nestle“. Анализата за Витаминка го привлече и задржа вниманието на студентите доловувајќи го процесот на финансиското работење на компанијата.

Во евалуацијата за оценување на финансиската анализа се приклучија и претставници од Витаминка, директорот на сектор Финансии Иван Стрезоски и Бранимир Димков, шеф во Финансии.

Учесниците искажаа голем интерес и задоволство од одржувањето на овој натпревар, затоа што имаа можност да ги применат алатките што ги имаат стекнато по предметот финансиско сметководство во тековната академска година.

Во текот на проучувањето на компаниите и нивната работа, студентите се запознаа со начинот на работа и процесите што се спроведуваат во една од најголемите прехранбени индустрии во земјава, Витаминка, која има успешна приказна веќе седум децении. Учесниците, во текот на целиот натпревар ги дегустираа и уживаа во производите на Витаминка.



Издвојуваме

Магична чоколадна куќичка од Витаминка на Фестивалот на чоколадата

Витаминка беше дел од првиот „Фестивал на чоколадата“ што се одржа во периодот од 22-ри до 26-ти февруари во најголемиот трговски центар во земјава Ист Гејт Мол. Децата заедно со родителите што го посетија овој фестивал имаа можност да уживаат во чоколадната магија пробувајќи и вкусувајќи различни видови чоколада.

Но најмногу од сè беа воодушевени од магичната чоколадна куќичка на Ивица и Марица, што Витаминка ја направи токму за овој фестивал. Влегувајќи во чоколадната куќичка тие влегоа во магичниот свет на чоколадото „Нарру“ каде дегустираа од четирите вкусови.

Витаминка се претстави со новите „Нарру“ чоколади: црно чоколадо со 70% какао, млечно чоколадо, ноисет чоколадо и чоколадо со цели лешници. Децата беа воодушевени од чоколадната куќичка на Ивица и Марица предизвикувајќи им слатка среќа и насмевка на нивните лица. Тие се дружеа со нив и низ еден забавен процес се едуцираа за чоколадата.

Учествуваа во забавната чоколадна работилница и низ креативни пултови се едуцираа за чоколадните факти.

Сите посетители четири денови уживаа во овој фестивал каде што беа претставени повеќе од 15 брендови на чоколади.

Витаминка е компанија со 67 годишна традиција и составен дел е од животите на неколку генерации, полни со спомени и бесценети моменти.



Информатор

Поддршка за образованието

Училишната лабораторија во СОУ „Ѓорче Петров“ доби лабораториска опрема од Витаминка



Смерот по фармација во средното општинско училиште „Ѓорче Петров“ Прилеп за потребите на училишната лабораторија доби донација од Витаминка лабораториска опрема. Станува збор за користена но функционална опрема на која што учениците ќе може да учат но и да изведуваат потребни експерименти соодветно наставниот план.

Донацијата се состои од стаклена бирета, мензури, сталак за пипети и пипети, инка, лабораториски чаши од 50, 250 и 500 милилитри, лабораториски тиквици, ерлермаер, пластично шише за дестилирана вода и шише со мензура, петриевки-за сушница, реагенси, индикатор, ампула натриум, натриум хидроксид, сребро нитрат, алуминиумска тацна за испитување на влага, лабораториска лажица, стаклен сад за волумен со капаче, квантитативна филтер хартија и латмус хартија, какао бутер, арома и суровини и производ за испитување. Истата во СОУ „Ѓорче Петров“ ја предадоа Натали Петреска, директор на Контрола и Душица Неделкоска, Маркетинг и ПР Координатор.

Витаминка има воспоставено редовна соработка со локалните основни и средни училишта во рамките на што често одговара на потребите на училиштата со разни донации и помош, но и со едукативни тури во капацитетите на компанијата каде што учениците се запознаваат со процесите и методите на Витаминка коишто им се предмет на изучување.



Од Витаминка за децата

Донација од Витаминка за децата од Заводот за рехабилитација на слух, говор и глас во Скопје и во Битола



Децата од Заводот за рехабилитација на слух, говор и глас во Скопје и децата од Заводот за рехабилитација на слух, говор и глас во Битола добија предновогодишно изненадување од Витаминка. Новогодишните пакетчиња беа доставени во просториите на Заводот во Скопје и во Битола, каде дополнително ја збогатија празничната атмосфера. Од компанијата велат дека новогодните празници се најголема радост за децата и затоа секое дете треба да ги почувствува оваа радост и задоволство.

„Донацијата на новогодните пакетчиња во Витаминка стана традиција којашто секоја година ја спроведуваме со посебен фокус на децата од социјален ризик или децата со посебни потреби. Ова произлегува од нашата политика како општествено одговорна компанија да помогнеме онаму кај што е најпотребно и да придонесеме за секое дете да го почувствува задоволството и радоста на новогодното дарување. Затоа со нашите донации се трудиме да опфатиме што повеќе децата и од целата држава“, истакна Симона Симоновска, шеф на маркетинг во Витаминка.

Во Заводот за рехабилитација на слух, говор и глас во Скопје се згрижени 80 деца, додека пак во Заводот за рехабилитација на слух, говор и глас во Битола, 35 деца. Во овие две здравствени установи се третираат пречките во говорот, слухот и гласот кај децата од целата држава.



Информатор

Посети

Гимназијалците од Мирче Ацев Прилеп учеа во Хемиска лабораторија на Витаминка

Како компанија што применува современа технологија во производството како и напредни производни стандарди, Витаминка е редовна дестинација за средношколците во склоп на нивната предметна настава. Овој пат во посета беа учениците од СОУ Гимназија Мирче Ацев во Прилеп. Соодветно на нивните потреби и методските единици што ги изучуваат во овој период, час по практична настава одржаа во нашата лабораторија.

Важноста на процесите што се одвиваат во нашата лабораторија им беа објаснети од колегите што работат и се задолжени во лабораторијата на Витаминка, како и од директорот на Контрола, Натали Петреска. Воедно, имаа можност да испробаат и да работат на некои од апаратурите и на тој начин да се испробаат во овој дел од работата.



Отстапувањето на нашите капацитети и отворањето на вратите од производните погони за учениците, средношколците и студентите, е дел од нашата општествена одговорност кон идните професионалци. Преку работата на Витаминка тие добиваат вредни информации за тоа како работи една компанија што е лидер во прехранбената индустрија во земјава.

.....

Посети

Наша иднина во посета на Витаминка

Најмалите од градинка Наша иднина во Прилеп, ја посетија Витаминка и се запознаа со тоа како се прават сите оние слатки и солени производи што секој ден ги јадат. Откако ги прошетахме низ фабриката и им го покажавме местото каде што се создава светот на вкусови, очекувано, највозбудени беа кога видоа како се прават омилените Стоби Флипс. Умните глави имаа безброј прашања и уште повеќе фантастични замисли за тоа како се прават најомилените грицки, слатки, чоколадни школки и освежителната Цевитана, а одговорите на нивните домаќини не можеа доволно да ја задоволат нивната љубопитност. Задоволството беше уште поголемо кога си добија Витаминка пакетче.



Култура

Музика, емоции и Sorry за 8ми Март

Многу емоции, љубов, весели песни дадоа Драган Спасов Дац и Александар Митевски на нивниот осмомартовски концерт посветен на сите дами. На концертот што се одржа во Драмски кој беше исполнет до последно место и се бараше карта повеќе, уживаа сите присутни, жени и мажи, млади и возрасни.

Распеаното дуо приреди извонредно емотивно патување изведувајќи ги најлиричните песни но и одлична забава со веселите разиграни тонови. Тука беа и чоколадните бонбони Sorry со вкус на смоква и на ф'стак кои беа поделени на присутните што предизвика дополнително уживање.



Информатор

Спонзорства

Првата потпишана книга од промоцијата на Записи ја доби нашиот Претседател на ОД

Нашата сограѓанка Каролина Мицевска ја издаде својата втора книга Записи во која говори за настани во Прилеп и луѓе кои придонеле за градот во изминатите 30 години.

Книгата е слика, мал исечок од она што таа го запишала низ годините, поделена во три целини – репортажи, интервјуа, други текстови, и претставува потсетување за едно време, состојби, луѓе. Се работи за одбрани новинарски текстови, објавувани во изминатите 30 години во весниците Нова Македонија, Народен глас, Зенит.

Во Записи се објавени и две интервјуа кои Мицевска ги реализирала со нашиот Претседател на Одбор на директори Симон Наумоски во 2000 година во Народен глас и во 2006 година во Нова Македонија.

Првата потпишана книга на промоцијата, Мицевска му ја додели на Симон Наумоски заради неговата посветеност секогаш јавноста да биде информирана во вистинско време и на правилен начин и заради взаемната почит со новинарите.



Промоции

Sorry



Информатор



НОВО чоколадни
пралини
со вкус на
смоква и ф'стак

Sorry
**е повеќе
од збор!**



vitaminka.company

sorry.chocolate

