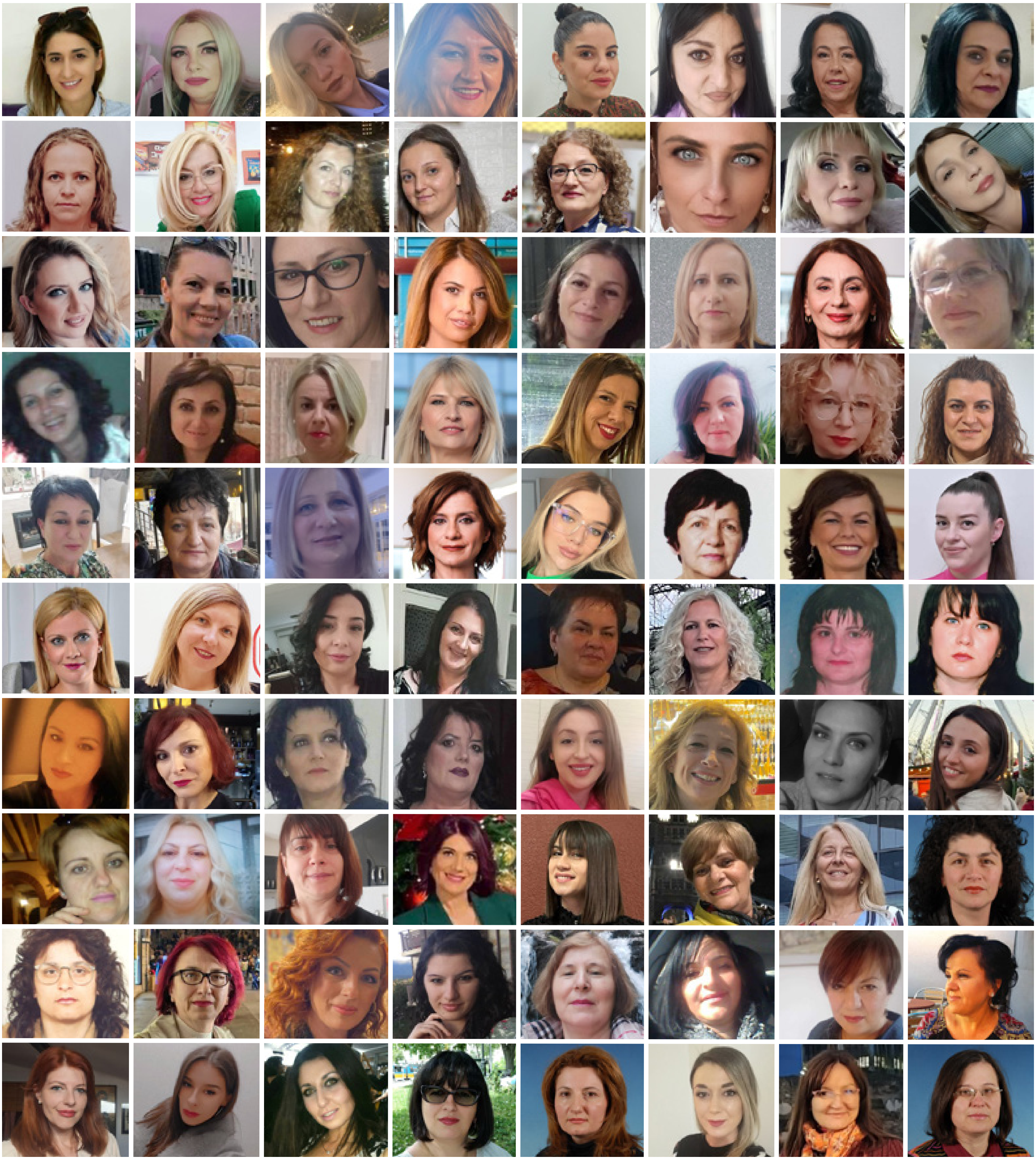
ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 32 март 2024



СОДРЖИНА

Стр. 4

Можности за подобрување и други донесени заклучоци на годишниот состанок

Стр. 11

Интервју - Ана Кироваков:
Од кога помнам за себе, знам за Витаминка

Стр. 13

Предавање за здравјето на мажите

Стр. 18

Награди за долгогодишна и посветена работа

Стр. 21

Натпревар за финансиско сметководство во прехранбената индустрија

Стр. 24

Со Витаминка Преспав во нова, 7 сезона

Воведник

Верба во сопствената моќ

Најраниот забележан настан за Денот на жената, наречен „Национален ден на жената“, се одржа на 28 февруари 1909 година, во Њујорк. Организиран е од Социјалистичката партија на Америка на предлог на активистката Тереза Малкиел. Во август 1910 година, беше организирана Меѓународна конференција на жените социјалисти пред генералниот состанок на Втората социјалистичка интернационала во Копенхаген, Данска. Германските делегати Клара Цеткин, Кејт Данкер, Пола Тиде и други предложија формирање на годишен „Ден на жената“. 100-те делегати, кои претставуваа 17 земји, се согласија со идејата како стратегија за промовирање на еднакви права, вклучувајќи го и правото на глас на жените. Следната година, на 19 март 1911, првиот Меѓународен ден на жената беше одбележан од над милион луѓе во Австрија, Данска, Германија и Швајцарија. Само во Австро-Унгарија имаше 300 демонстрации, со жени кои парадираа на Рингштрасе во Виена. Низ Европа, жените бараа право на глас и на јавна функција и протестираа против полова дискриминација при вработување.
Празникот и идејата за 8ми Март се изроди во време на голем индустриски напредок, но и големи турбуленции, криза и радикални идеологии. И денес го носи истиот печат и ја означува борбата на жените за економска, политичка и социјална рамноправност со мажите иако тоа е веќе далеку од фактичката состојба. Годините во развојот на општеството, движењето за женските права во социолошка, економска и политичка смисла се трансформира во феминистичко движење кое се занимава со нерамноправноста односно изедначеност на жените во однос на мажите. По ваква историја на женскиот род, кога толку доцна во цивилизацијата дури пред еден век жените добија можност да се докажат и признаат како вистински архитекти на општеството, време е да си поставиме неколку суштински прашања. Можеби веќе е излишно да зборуваме за економска и политичка репресија, кога веќе станаа прашања на личен избор, но жената се уште треба одново и одново да си ја потврдува сопствената суштинска улога во денешното македонско општество.

Денеска имаме ситуација во која сè уште, до некаде може да се зборува за економска и социјална подреденост на жената. Така барем зборува статистиката. Стапката на вработеност кај жените е 38,1 процент, додека кај мажите е 56,6 односно 8 316 жени биле работодавачи (26,7 проценти од вкупниот број работодавачи), наспроти 22 812 мажи-работодавачи, односно 73,3 проценти. Поголема е разликата во руралните средини, каде што се забележени 86 647 вработени жени (од кои 1 567 работодавачи) наспроти 153 352 мажи (од кои 7 718 работодавачи). Пред само една година жената земјоделец во Македонија доби платено породилно отсуство. Не е секаде така, ние во Витаминка сме пример за светлата страна на родовата избалансираност. Но, сепак гледано во поширок контекст има уште нерешени прашања за жените. Жените сè уште треба повеќекратно да си го докажуваат својот придонес, на работа, во домот, во општеството.

Во една ваква констелација време е да си го поставиме прашањето на личниот избор за себе, дали сме среќни, дали сме задоволни со себе, што ни недостига? Дали некој друг треба да го направи тоа за нас, да ни го дефинира местото и улогата. Да ни одредува до каде ќе стигне нашата мисла, амбиција и нашата визија. Не, тоа е само наш избор. Дали сме заборавиле на себе и на сопствената моќ? Дали веруваме во моќта што ја поседуваме и дека може да создава светови, може да промени, да инспирира и мотивира. Жената е конструктивната сила на ова општество.

Како до овој статус? Лоис Ото, една од најревносните борци за женските права ќе напише: „Историјата на сите времиња, особено на денешницата, нè учи дека жените би биле заборавени доколку заборават да мислат на себе“. И навистина е така. Отстапување од сопствените особености и идеали е откажување од себе, губење верба во себе и во сопствената моќ а таа произлегува од самите нас, од сите жени. Како тоа што го гледаме на оваа насловна страна, вистинска, силна и неприкосновена моќ. Од секоја слика излегува некаква сила, решителност, ја гледаме како моќта на насмевката, на искуството, на младоста, на искреноста, на визионерството, на авторитативниот став, на решителноста, на продорниот поглед, моќта на самодовербата. .... Сите ја носиме во себе, потребно е само да имаме верба во сопствената моќ дека може да промени.

Затоа сетете се на себе и верувајте во сопствената моќ!

Фокус на ...

Можности за подобрување и други донесени заклучоци на годишниот состанок

На редовниот годишен состанок на раководството беше направен преглед на стандардите и системите за производство на храна кои се воспоставени во Витаминка, како стандардот за управување со квалитет ISO 9001, стандардот за управување со животна средина ISO 14001, стандардот за здравје и безбедност при работа ISO 45001, стандардот за енергетски менаџмент ISO 50001, системот за безбедност на храна HACCP заедно со стандардите за безбедна храна ISO 22000, IFS и ХАЛАЛ, како и стандардите за одржливост на животната средина, Rainforest alliance и RSPO (Roundtable on Sustainable palm oil).

Во присуство на генералниот извршен директор Сашо Наумоски, техничкиот директор, Л. Каранфилоска, како и директорите на сите сектори и шефовите и управници на единиците и одделите, беа претставени главните прашања и соодветно беа донесени заклучоци.
Најголем акцент беше даден на активностите за подобрување на меѓусебната комуникација, почитување, сослушување, разбирање, поддржување. Една од точките на дискусија беше и промените во интерните и екстерните прашања релевантни за системите за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија и здравје и безбедност при работа. За ова беше изработена и SWOT анализа од што се заклучи дека се останува на дефинираните сили и слабости како интерно прашање, и можностите и заканите, како екстерно прашање на институцијата и детално се дискутираше за оваа точка.
Како посебна точка на дискусија беше и информацијата за перформансите и ефективноста на системите за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија, одржливост и здравје и безбедност при работа, која вклучува повеќе трендови.

Во точката адекватност на ресурсите се дискутираше дека согласно стандардот, ресурсите ги опфаќаат вработените (луѓето) преку имплементирање на континуирана обука, инфраструктурата (опрема, канцеларии) со одржувањето и унапредување на работната средина и уредување на потребните финансии преку процедурата за управување со финансиските ресурси. Заклучено е дека адекватноста на ресурсите е на задоволително ниво, иако економската криза направи одредени финансиски проблеми и се уште продолжува да прави.
Во однос на Ефективноста на преземените активности за адресирање на ризиците и можностите, воспоставениот Регистар на ризици (во однос на целите за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија, одржливост и здравје и безбедност при работа, процесите и заинтересираните страни) е дополнет со неколку ризици, за кои детално беше разговарано со секој носител на процес. За одржување и преиспитување на истиот согласно процедурата за управување со ризици и можности, назначен е тим за кој е донесена и Одлука од страна на Генералниот извршен директор.
Барањето на стандардот за можностите за подобрување е констатирано во сите воспоставени процеси, а се потврдува преку интерните и екстерните проверки, проверките од втора страна, редовните состаноци на оперативниот тим и прегледите од раководството (редовни и вонредни). Во Целите за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија, одржливост и здравје и безбедност при работа планирано е следење на трендот за воведување на дополнителни стандарди (Vegan, Keto). Ќе се продолжи со работа, дополнителни информации и реализација (имплементација и сертификација) на дадени меѓународни стандарди, сè со цел задоволување на барањата на заинтересираните страни.

На годишниот состанок како клучни теми на кои Витаминка мора да продолжи да работи и во 2024 година се мотивација на вработените, подобра внатрешна комуникација – сослушување на мислењето на другите (дури и кога е различно од мислењето на водечките лица), подобра корпорациска клима, тимско работење и подобрување на културата за безбедна храна (свесноста и совесноста на вработените).

Општата констатација на сите присутни е дека секогаш постои можност за подобрување и напредок, што е и основа на секој стандард, па во таа насока се и донесените заклучоци на овој состанок.

Фокус на ...

Предности и поволности од поседувањето на современите стандарди во прехранбената индустрија

Прехранбената индустрија Витаминка Прилеп со својот континуиран развој, зголемување на производната палета, присуството на странските пазари и примената на современи производни технологии и стандарди, претставува лидер на домашниот пазар во FMCG секторот. Како најголема прехранбена индустрија во државата, се стреми кон следење на меѓународните трендови, што подразбира имплементација и сертификација на низа стандарди за квалитет, безбедна храна, животна и работна средина, енергетска ефикасност и одржливост.

Поседувањето на овие стандарди и работењето според нивните барања за една компанија е исклучително значајно и тоа од повеќе причини.

За безбедност на храната, стандардите во прехранбената индустрија гарантираат дека прехранбените производи ги исполнуваат специфичните безбедносни критериуми, намалувајќи го ризикот од контаминација и болести кои се пренесуваат преку храна.

За обезбедување на квалитетот, стандардите придонесуваат за одржување на постојан квалитет на прехранбените производи, исполнување на очекувањата на потрошувачите и градење доверба во брендот.

Почитувањето на индустриските стандарди обезбедува **усогласеност со локалните и меѓународните регулативи,** спречувајќи правни проблеми и потенцијални казни. Стандардите ги олеснуваат интеракциите во рамките на **синџирот на снабдување** преку воспоставување заеднички насоки за производство, пакување и дистрибуција, намалувајќи ги грешките и одложувањата. Стандардите помагаат да се воспостават системи за **следливост,** овозможувајќи брза идентификација и отстранување на потенцијално небезбедните производи од пазарот во случај на отповикување.

Пристап до пазар е уште една придобивка од усогласеноста со индустриските стандарди, така што ги отвора вратите за поширок пристап на пазарот, и на домашен и на меѓународен план, бидејќи многу трговци на мало и потрошувачи даваат приоритет на производите со признати сертификати.

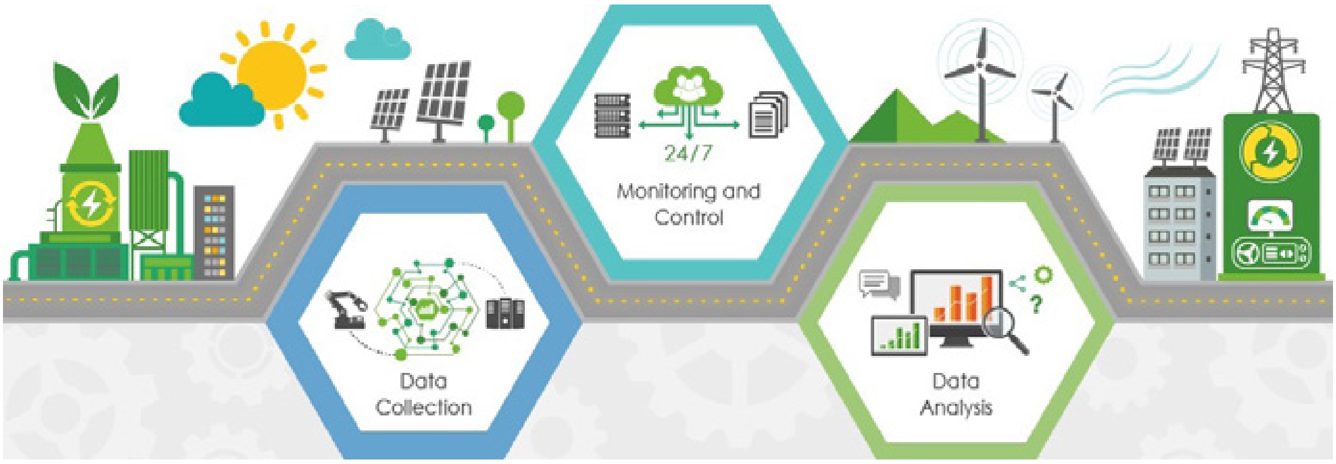
Иновации и истражување - стандардите ја поттикнуваат иновативноста со поставување одредници за новите технологии и истражувања, поттикнувајќи континуирано подобрување на безбедноста на храната, одржливоста и методите на производство.

Исто така, нивното имплементирање им обезбедуваат на потрошувачите **чувство на сигурност,** знаејќи дека производите што ги купуваат се придржуваат до утврдените норми за безбедност и квалитет. Имањето стандардизирана терминологија и етикетирање **ја поедноставува комуникацијата** помеѓу засегнатите страни во прехранбената индустрија, намалувајќи ги недоразбирањата и ја зголемува ефикасноста. Стандардите во прехранбената индустрија сè повеќе ги инкорпорираат **критериумите за одржливост,** поттикнувајќи еколошки практики и одговорно управување со ресурсите.

Бенефити од имплементацијата на стандардот за енергетски менаџмент, ISO 50001

Заштеда на трошоци: Спроведувањето на стандардите за управување со енергија во фабрика за храна може да доведе до значителни заштеди на трошоците преку оптимизирање на употребата на енергија, намалување на отпадот и подобрување на севкупната ефикасност.

Заштеда на ресурси: Стандардите за управување со енергија придонесуваат за зачувување на природните ресурси преку промовирање одговорно и ефикасно користење на енергијата, помагајќи да се намали влијанието врз животната средина поврзано со екстракција и потрошувачка на енергија.



Намален јаглероден отпечаток: Со подобрување на енергетската ефикасност и транзиција кон обновливи извори на енергија, фабриката за храна може значително да го намали својот јаглероден отпечаток, придонесувајќи за одржливост на животната средина.

Усогласеност и репутација: Почитувањето на стандардите за управување со енергијата обезбедува усогласеност со прописите и покажува посветеност на одржливост. Ова може да го подобри угледот на фабриката, привлекувајќи еколошки свесни потрошувачи и партнери.

Оперативна ефикасност: Стандардите за управување со енергија поттикнуваат усвојување на енергетски ефикасни технологии и практики, зголемувајќи ја севкупната оперативна ефикасност и продуктивност во фабриката за храна.

Намалување на ризикот: Спроведувањето на стандарди за управување со енергија помага да се ублажат ризиците поврзани со флуктуациите на цените на енергијата, прекините на синџирот на снабдување и регулаторните промени, обезбедувајќи поголема стабилност за бизнисот.

Усвојување на иновации и технологија: Стремежот кон стандардите за управување со енергијата поттикнува иновации и усвојување напредни технологии, позиционирајќи ја фабриката за храна во првите редови на напредокот во индустријата.

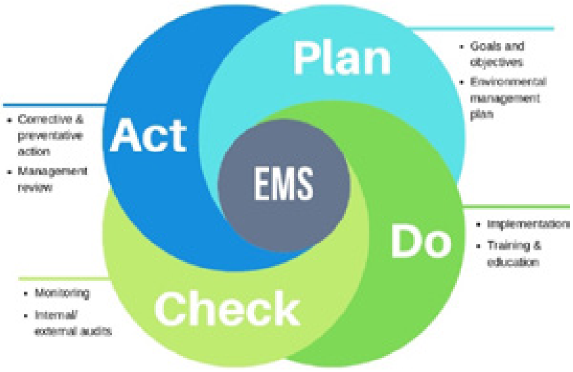
Ангажирање на вработените: Покажувањето посветеност на одржливи практики преку стандардите за управување со енергија може да го зајакне моралот и ангажираноста на вработените. Вработените често се гордеат што работат за општествено одговорна и еколошки свесна компанија.

Долгорочна предвидливост на трошоците: Спроведувањето стандарди за управување со енергијата и обезбедува на фабриката за храна подобра предвидливост на трошоците за енергија, што овозможува попрецизно буџетирање и финансиско планирање.

Отпорност на флуктуации на енергетскиот пазар: Со фокус на управувањето со енергијата, фабриката за храна станува поотпорна на флуктуации и нарушувања на енергетскиот пазар, обезбедувајќи стабилно и сигурно снабдување со енергија за тековните операции.

Бенефити од имплементацијата на стандардот за животна средина, ISO 14001

Зачувување на животната средина: Имплементацијата на еколошките стандарди промовира зачувување на природните ресурси, обезбедувајќи одржливи практики за заштита на екосистемите и биолошката разновидност.



Намалено загадување: Почитувањето на еколошките стандарди помага во намалувањето на нивоата на загадување, без разлика дали се работи за воздух, вода или почва. Ова, пак, придонесува за поздрава животна средина за сите живи организми.

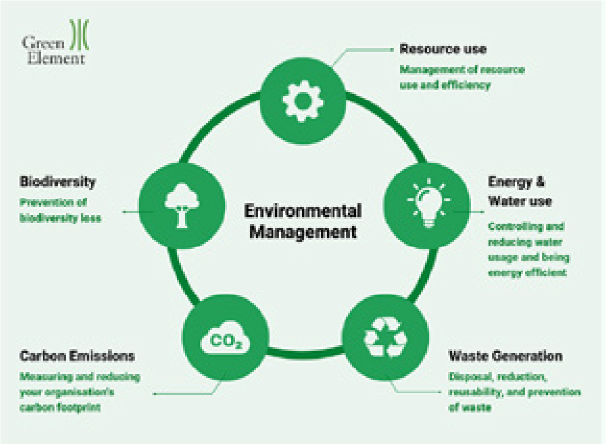
Подобрување на здравјето: Со намалување на загадувањето и изложеноста на штетни материи, еколошките стандарди придонесуваат за подобрување на јавното здравје, што доведува до пониски стапки на респираторни заболувања, алергии и други здравствени проблеми.

Ефикасност на ресурсите: Следењето на еколошките стандарди често вклучува оптимизирање на користењето на ресурсите и минимизирање на отпадот. Ова води до зголемена ефикасност на ресурсите, намалувајќи го целокупното влијание врз животната средина.

Иновации и напредок во технологијата: Еколошките стандарди ги поттикнуваат индустриите да иновираат и да усвојат почисти технологии. Ова го поттикнува технолошкиот напредок што може да има позитивни бранови ефекти надвор од еколошките придобивки.

Глобална соработка: Спроведувањето еколошки стандарди ја поттикнува меѓународната соработка во справувањето со глобалните еколошки предизвици. Заедничките стандарди создаваат заедничка основа за земјите да работат заедно кон заеднички цели.
Економски придобивки: Иако може да има почетни трошоци за имплементација на еколошките стандарди, на долг рок, тие може да доведат до заштеда на трошоците преку подобрена ефикасност, намалување на отпадот и развој на одржливи практики.

Корпоративна одговорност: Компаниите кои се придржуваат до еколошките стандарди демонстрираат корпоративна одговорност, заработувајќи ја довербата и лојалноста на еколошки свесните потрошувачи и инвеститори.



Усогласеност со регулативата: Спроведувањето еколошки стандарди обезбедува усогласеност со регулативата, помагајќи им на бизнисите да избегнат правни проблеми и казни. Ова создава еднакви услови за игра за бизнисите и поттикнува фер конкуренција.

Долгорочна одржливост: Еколошките стандарди придонесуваат за долгорочна одржливост на индустриите и заедниците со тоа што обезбедуваат дека природните ресурси се користат на начин што не ја загрозува способноста на идните генерации да ги задоволат сопствените потреби.

Фокус на ...

Што значи интегрирана политика и како се применува

Витаминка комплетно се придржува кон интегрираната политика со тоа што, во својата работа целосно ја применува Политиката за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија, одржливост и здравје и безбедност при работа. Оваа политика всушност е компилација од дефинирани цели и основни принципи. Функционира како рамка во која се вклучени основните принципи на работа, како што се:

- Задоволување на барањата на купувачите и сите заинтересирани страни, зголемување на нивното задоволство со производство на квалитетни и безбедни производи, заштита, управување и одржливост на животната средина, обезбедувајќи при тоа активна екстерна комуникација;
- Континуиран развој на бизнисот со постојана одговорност за почитување на родовата еднаквост, правата и слободите на сите вработени, воведувањето антикорупциски практики и политики, почитување на обврските кон општеството вклучително и на одговорностите во поглед на животната и работната средина, континуирано подобрување на перформансите (намалување на потрошувачката на енергенси, намалување на продукцијата на отпад и намалена емисија на гасови);
- Идентификување на ризиците кои може да предизвикаат губиток на профитот, изневерување на очекувањата на купувачите, загадување на животната средина, загрозување на безбедноста и здравјето при работа;

• Создавање коректни односи со добавувачите на производи и надворешни услуги, континуирано следење на нивните перформанси, активно мониторирајќи го и насочувајќи го нивното влијание врз заштитата и управувањето со животната, работната средина и енергијата;
• Набавка на енергетски ефикасни и автентични производи и услуги за секојдневно работење и при реализација на нови проекти, секогаш кога тоа е применливо;
• Обезбедување нулта ниво на смртни случаи и повреди при работа кои имаат за последица траен инвалидитет;
• Обезбедување нулта ниво на изгубено работно време поради повреди при работа и обезбедување здрава и безбедна работна средина, како на вработените, така и на сите присутни во работното окружување;
• Мотивирање на вработените и акционерите и обезбедување на нивните потреби во согласност со утврдените норми, можности и овластувања.
• Перманентна едукација и стручно оспособување на вработените со цел зголемување на свесноста за нивниот удел во производството на безбедна и квалитетна храна, заштита и управување со животна, работна средина и потрошувачка на енергија и вода;
• Постојано одржување на чувството на одговорност и исполнување на сите барања на стандардите за квалитет, безбедна храна, животна средина, енергија, одржливост, безбедност и здравје при работа, кај сите вработени и на сите нивоа, преку нивна консултација и партиципација, обезбедувајќи при тоа активна интерна комуникација;
• Постојана грижа за подобрување на условите за работа, опремата и знаењето на вработените и континуирано преземање мерки за заштита, подобрување и одржливост на животната и работната средина;
• Собирање, документирање и анализирање на податоците за потрошувачка на енергенси за постигнување на целите за подобрување на перформансите (намалување на потрошувачката на енергенси).

Доследното исполнување на овие принципи на работа и нивна ефективна примена е овозможено со воспоставување и инсталирање на сите потребни Системи за управување со квалитет, животна средина, енергија, одржливост и безбедност и здравје при работа кои пак се усогласени со барањата на стандардите ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001, ISO 50001, IFS, HALAL, Rainforest alliance, Roundtable on Sustainable palm oil (RSPO) и со принципите и препораките на Joint WHO/ FAO Codex Alimentarius Commission, почитувајќи ги притоа сите важечки законски прописи и негувајќи култура за безбедна храна.

Интервју со...

Од кога помнам за себе, знам за Витаминка

Ана Кироваков, шеф на Производствен погон Зачини и на погон за новогодишни пакети.

Колку време работите во Витаминка и што се вашите задолженија?

Годинава ќе наполнам 17 години работен стаж во Витаминка. Во сите овие години сум променила неколку работни места, на почетокот, првите три години работев во Р.Е. Кекси, а потоа девет години работев во одделението за развој на нови производи. Во ова одделение секојдневно се одвиваа и со колегите правевме проби за нови производи, како и испитување за нови суровини кои можат да се вклопат во рецептурите и да ги подобрат својствата на производите. Од пред 5 години работам како Шеф во Работна единица Зачини каде се произведуваат и пакуваат повеќе од 30 асортимани на производи.

Витаминка е создадена токму врз производството на зачин, како шеф на овој суштински дел каде ја гледате перспективата на Витаминка во производството на зачини?

Пакувањето зачини е темелот на денешната современа фабрика и сите повозрасни колеги вклучувајќи ме и мене сме емотивно поврзани за тој погон. Нема дом во Македонија, па и пошироко, во чија кујна нема некои од најчесто користените зачини на Витаминка како бибер, ванилин шеќер, печиво, лимонтуз или сода, а секоја домаќинка користи Дафинка која го дополнува вкусот на јадењата и е полн погодок дури и за најпребирливите. Витаминка изгради цврста традиција на изработка на зачини и низ квалитетот на овие производи се потврди како неприкосновен производител на висококвалитетни зачини со многу иновации и варијации на еден основен производ. Производството на зачини, посебно со инкорпорирана иновативност и креативност е перспективно во секој поглед и гарантира развој. На ова уште еднаш ќе го надоврзам искуството и традицијата кои ги поседуваме како прва и најстара компанија за производството на зачини во Македонија.

Одговорна сте и на погонот за новогодишни пакетчиња, колкав и каков е предизвикот да се исполнат сите барања за пакетче?

Од 2012 година одговорна сум за пакувањето на новогодишните пакетчиња. Желбата да биде Витаминка присутна во секој дом и нашите производи да ги радуваат најмладите е тоа што ме мотивира да истраам во месеците од септември до декември и сите пакетчиња да стигнат во право време и на право место. Таа работа е напорна, но е многу благородна и јас со радост ја работам.

Што значи за вас работата во Витаминка, што ве врзува со оваа компанија?

Од кога помнам за себе, знам за Витаминка и сум слушала за Витаминка. Татко ми работеше во Витаминка 20 години и јас пораснав опкружена со разговори за Витаминка. После завршувањето на средното гимназиско образование,логично беше да ги следам чекорите од татко ми и затоа се запишав и дипломирав на Технолошко-металуршкиот факултет во Скопје. Како дипломиран технолог се пријавив на интервју во Витаминка.

Се сеќавам дека имавме заедничко тестирање со повеќе пријавени за работа и јас имав најдобар тест, на што бев многу горда а и татко ми исто така. И после тоа мојот професионален пат започнува и продолжува овде, но како продолжување на семејна традиција и поврзаност со нешто што скоро е дел од семејството, дел е од мене, од мојот живот, детството на кое се сеќавам. Убаво е чувството да се продолжи таа врска, да се надградува со нови приказни и успеси.

Имате ли некој совет за младите кои се во потрага по работа? Што би им порачале, каде да се упатат и каде да ја насочат својата амбиција?
Секако дека имам, но не сакам да звучам како што мене ми звучеа и изгледаа возрасните кога бев јас млада. Мајка сум на две деца и како и повеќето деца и тие не ги слушаат секогаш моите добронамерни совети. Сепак сметам дека младите треба да бидат упорни, истрајни и доследни на своите амбиции, да не се откажуваат лесно од своите соништа. Наградата, признанијата и привилегиите за успешна работа ќе дојдат подоцна со созревањето и стекнувањето искуство.

Актуелно кај нас

Анализа на витаминско-минерален статус за вработените

Како дел од активности и грижата за добросостојбата на вработените, Витаминка редовно организира дополнителни здравствени прегледи. Последниот таков беше мерење на минерален статус, за што беше повикана екипа која што направи квантна анализа на витаминско-минерален статус. Сите вработени беа повикани, доколку сакаат да ги направат овие анализи.

Актуелно кај нас

Предавање за здравјето на мажите

Како дел од грижата на Витаминка за своите вработени, постојано презема активности во чиј фокус се здравјето и добросостојбата на вработените. Со истата цел беше организирано предавање на тема „Превентивата како прв чекор за добро здравје кај мажите“.

Поттикнато од недоволното знаење и свесноста за опасностите по машкото здравје, предавањето имаше за цел да информира, едуцира и да ја подигне свесноста за ризиците по машкото здравје и за превентивното делување.

Предавањето беше во организација на Витаминка и Здружението за унапредување на здравјето Филип Лукароски Прилеп, а пред вработените опасностите по машкото здравје од различни аспекти беа претставени од предавачите Петра Лукароска, претседател на Здружението за унапредување на здравјето, д-р Љубица Илиеска доктор по општа пракса од ПЗУ Алфамед Прилеп, д-р Златко Савоски, специјалист интернист и д-р Влатко Кузманоски, специјалист уролог.

Актуелно кај нас

Како Витаминка се грижи за вработените, осигурување во трет пензиски фонд и други поволности

Секоја одговорна компанија пред сè се грижи за своите вработени, грижа што излегува од рамките на основните права што му се загарантирани на секој вработен. Витаминка својот однос кон вработените го покажува на повеќе нивоа. Една е од ретките компании што е семејно одговорна, односно преку разни начини создава и применува мерки кои директно се насочени кон вработени. Мерката 5 посто од нето платата плус е наменета за вработени што имаат трето дете. Семејната одговорност се гледа и во мерката скратено работно време за родители со бебиња што се враќаат на работа. Витаминка, исто така е една од ретките компании каде редовно се исплатува 13та плата за вработени.

Со цел да овозможи и уште повеќе поволности за своите вработените, Витаминка уште во 2010 година потпиша договор со КБ Прво пензиско друштво, со којшто ги осигура сите свои вработени во третиот, доброволен пензиски столб.

Членувањето во овој столб, носи дополнително поволности. Третиот столб е осигурување врз основа на капитализација на средствата, на принцип на дефинирани придонеси, но на доброволна основа. Независно од државното пензиско осигурување, целта е да обезбеди повисок приход по пензионирањето на вработените лица односно нуди можност за остварување на повисока пензија на сите оние кои доброволно ќе одлучат да издвојуваат дополнителни средства од своите приходи. Или пак во нивно име се издвојуваат овие средства по методот на доброволно колективно пензиско осигурување – професионални пензиски шеми каде што работодавците уплатуваат дополнителни средства за пензиско осигурување за сите или за дел од своите вработени.

Кои се придобивките од третиот пензиски стол? Третиот пензиски столб, овозможува штедење за пензија а има и дополнителни поволности. Всушност, уплатените средства, намалени за надоместокот од придонес, се инвестираат и се акумулираат на индивидуалната сметка на членот и заедно со приносот од инвестирањето се дел од неговата идна пензија. Сите тие средства заедно го формираат износот од кој ќе се исплаќа пензискиот надомест од доброволното пензиско осигурување. Други дополнителни придобивки од третиот столб се даночните олеснувања за членот, но и за работодавецот кога станува збор за професионални пензиски шеми. Сечија состојба во третиот столб може да се следи онлајн па така секој да има увид во личната пензиска сметка.

Издвојуваме

Производите на Витаминка пред светската јавност на саемот ISM во Келн

Производите на Витаминка уште еднаш се преставија пред светската и стручна јавност на саемот ISM во Келн, Германија. Компанијата традиционално зеде активно учество на овој престижен саем дванаесет години по ред и се претстави со целиот свој асортиман, што предизвика особен интерес од страна на посетителите. Саемот претставува одлична можност за Витаминка, да ги продлабочи односите и соработките, како и да се остварат нови контакти со потенцијални дистрибутери ширум светот.

„Настапот на саемот ISM е од големо значење за изложувачите, затоа што ова е најголем светски саем специјализиран за кондиторија. Тука изложуваат најзначајните фирми од оваа индустрија и доаѓаат посетители од целиот свет што прави ИСМ да ужива репутација на најзначајно место за промовирање на еден производител. Витаминка е редовен изложувач тука и во досегашното искуство сме се увериле во придобивките и реалните резултати. Истовремено, со нашата разновидна, богата и квалитетна понуда високо се позиционираме во нивото на производители и изложувачи присутни тука и на тој начин обезбедуваме успешно пробивање и до останатите светски пазари“, вели Љупчо Велески, директор на Извоз во Витаминка.

И оваа година на ISM беа претставени и најголемите технолошки иновации и трендови во кондиторската индустрија, со главен фокус врз потребите на потрошувачите и стимулирање на компаниите за проширување на својот спектар со нови и иновативни производи што ќе одговорат на барањата на консументите. Со над 1 400 изложувачи од 74 земји, саемот понуди опширен преглед на тековните случувања.

Издвојуваме

Македонски брендови на полиците во Германија: не се продаваат во сите маркети, но сепак ги има, еве колку чинат дел од нив

Дел од познатите македонски производи кои веќе имаат изграден имиџ или бренд, особено во нашата земја, се присутни и на пазарот во Германија.

Низ полиците во маркетите во оваа европска земја, каде изборот на продукти е многу разновиден можат да се најдат и дел од нашите препознатливи производи како што се омилениот флипс на ,,Стоби Флипс", а од нивниот асортиман го има и чоколадираниот флипс. Но, низ рафтовите на дел од продавниците, кои претежно се специјализирани за продукти од Балканот или за продукти од Турција се наоѓаат и кафе ,,Браво, но и нашите специјалитети од пиперка, па секој може да си купи тегла ,,Мамас" или ,,Баш ајвар", но и слатките задоволства на ,,Sunday".

Но, цените на овие производи во некои маркети се три пати повисоки отколку во Македонија.

Па така 500 грама баклава на ,,Sunday" чини шест евра или скоро 370 денари, тела ,,Мамас" од 290 грама исто така се продава за шест евра, додека теглите од 550 грама чинат 9 евра. Малку поевтини се пакувањата на ,,Баш ајвар", чија тегла тежи 530 грама и чини 7 евра. Малото пакување ,,Стоби флипс" чини 60 центи, но чоколадираниот флипс од 150 грама се продава по цена од 2.49 евра. Половина килограм кафе ,,Браво" чини 8 евра или 490 денари.

Вреди да се напомене дека нашите производи ги има исклучиво во балкански продавници кои се ретки, а некои од нив може да се најдат и во турските продавници, кои ги има во секое гратче низ Германија.
За разлика од македонските производи, дел од веќе големите балкански брендови од земјите некогашни членки на Југославија ги има почесто низ маркетите во Германија.

Па така на пример познатата ,,Вегета" се среќава и во големите трговски синџири како ,,Кауфленд", ,,Едека" и ,,Лидл", но ја има и во турските и балканските продавници.

Зависно од популацијата во одредена населба, дел од големите германски маркети ги продаваат и балканските производи, очигледно на барање на многубројните иселеници во земјата.

Турските продавници пак, преферираат турски продукти, каде пред сè се фаворизираат производи кои се произведени во Турција, а низ нивните полици се наоѓаат балкански производи кои не ги имаат во производство како што е препознатливата кокошкина супа на ,,Подравка", и чија цена во Германија достигнува едно евро.
Но, за сите љубители на традиционалното кафе, во Германија има повеќе маркети каде се продава ,,Гранд" кафе, но и други типови на наши кафиња. А тука се наоѓаа и смоките на ,,Соко штарк" како и дел од кондиторските продукти кои и во Македонија се многу барани.

Преземено од faktor.mk

Во Витаминка

БРИМА истражување: два бренда на Витаминка меѓу првите четири најкористени

Брима, најреномираната агенција за спроведување опсежни истражувања на пазарот поврзани со бренд, позиционирање, сегментација, вредност, цени, купувач и купувачки навики, направи истражување на македонскиот пазар со кое се потврди дека македонскиот потрошувач ги преферира домашните производи. Користејќи омнибус-истражување, кое е спроведено во февруари и март 2023 година, на 1200 граѓани постари од 15 години како репрезентативен примерок, анализата покажа кои производи застапени на домашниот пазар се најкористени. Притоа се опфатени производите и производители од FMCG секторот или производи за широка потрошувачка, како леб и бели печива, кондиторски производи, млеко, масла за јадење и оцет, грицки, намази, сосови и слично.

Компанија/Бренд	%
„Витаминка"	13,4
„Битолска млекара"	10,4
Брилијант	5
Кристал	4,1
„Скопска пивара"	3,3
Бучен Козјак	2,7
Жито лукс	2,6
Здравје Радово	2,6
Podravka	2,3
МИК Свети Николе	2,1
Екстра Меин	1,7
Alpsko	1,6
Пекабеско	1,5
Горска	1,4
Alpi	1,3
Korab Trnica	1,3
Јоро Меркур (Осоговски)	1,1
Swisslion	1
Бисер	0,9
Тиквеш	0,9
Vezë Sharri/Lecker	0,9
„Даути комерц"	0,9
Јока	0,8
Elitte Caffe	0,8
„Алкалоид"	0,8
„Дием-ГП"	0,8
„Жито Полог"	0,7
„Агроплод"	0,7
Eko Sharr	0,7
Viva	0,6

Табела бр.1

Производители/брендови	%
Витаминка	30,7
Bimilk	28,7
Кристал	12,1
Брилијант	10,8
Жито лукс	8,9
Здравје Радово	8,7
Бучен Козјак	8,1
„Скопска пивара"	7,3
МИК Свети Николе	6,7
Пекабеско	5
Podravka	4,8
Екстра Меин	4,6
Korab Trnica	3,7
Бисер	3,7
Јоро Меркур (Осоговски)	3,7
Европа	3,5
Жито Полог	3,4
„Алкалоид"	3,3
Alpi	3
Swisslion	3
UKA Komerc	3
„Прилепска пиварница"	2,7
Vezë Sharri /Lecker	2,5
Gorska	2,5
Јока	2,4
Alpsko	2,4
Viva	2,4
Пелистерка	2,4
Солета	2,4
Агроплод	2,3
Тиквеш	2,2
„Даути комерц"	2
Друго	29,8
Не знае	2,7

Табела бр.2

Истражувањето покажа дека перцепцијата на граѓаните во однос на нивните навики за користење македонски производители, постојаноста на квалитетот на македонските производи, како и перцепцијата за цените на македонските производи во однос на странските се разликува и е поделена. Таа зависи од местото на живеење, дистрибуцијата и изборот на производи на местата во кои живеат, но и од демографските карактеристики. Но, исто така евидентно е дека Витаминка како компанија и производите на Витаминка се на врвот на табелата или, најчесто користени производи.

Така на прашањето Кои три македонски брендови најчесто ги користите/ консумирате во вашето домаќинство кои можат да бидат прехранбени или непрехранбени?, како прв спонтан одговор (Top of Mind – табела 1) односно првоспоменат производител во највисок процент е ,,Витаминка" (13,4%), следува ,,Битолска млекара" (10.4%), брендот Брилијант, маслото за јадење Кристал итн.

Табела бр.1: Првоспоменати производители што се користат во домаќинствата (Top of mind):
Кога на испитаниците им се даде можност за три спонтани одговори (табела 2), крајно може да се види дека во највисок процент се користат преработени производи, масла за јадење, млеко и леб, бели печива, како и пијалаци од пиварниците што се од македонско потекло. Па така, на прво место како најспоменат бренд е Витаминка со над 30% (на четвртото место е негов подбренд маслото за јадење Брилијант со 11%), на второто место е Bimilk со речиси 29%, а на трето место е маслото Кристал со 12% итн.

Табела бр. 2: Сите споменати производители/брендови што се користат во домаќинствата (до три одговори)

Во Витаминка

Награди за долгогодишна и посветена работа

Оваа година шестнаесет наши колеги беа издвоени и наградени за долгогодишна и посветена работа во Витаминка. Покрај што овие колеги се истакнаа со непрекината работа во Витаминка во текот на 15 или 25 години, уште и ги издвојува нивната посветена работа и професионален однос, кон работата, обврските и колегите.

Јубилејните награди се начин за компанијата да се заблагодари на вработените за лојалноста и покажаната верност. Исто така, претставува вложување во професионалниот раст и стручните вештините на вработените, што е своевидно вложување и во иднината на компанијата. Јубилејните награди и благодарниците им беа врачени од Претседателот на одборот на директори Симон Наумоски и Наташа Стојковска – директор на сектор Набавка и Логистика.

Витаминка и вработените им честитаа на своите колеги и им укажаа дека тие се столбот на моменталниот успех, им посакаа здравје, благосостојба и заедничко споделување на уште многу достигнувања.

Во Витаминка

Со запознавање на производството до подобра продажба

Производите на Витаминка се достапни низ целата малопродажна мрежа во државата, а тоа ги опфаќа и АТУ Македонија, продавниците за стока ослободена од данок и царина. Како ваков тип продавници работат со најголемите и најпознатите глобални брендови и компании.

Знаењето за брендови и компаниите со кои соработуваат и кои ги продаваат е дел од професионалниот пристап на овие продавниците и нивните вработени. Токму затоа, со цел подобро информирање и стекнување дополнителни знаење за брендовите на Витаминка кои се достапни во АТУ Македонија во фришоповите во Скопје и Охрид, вработените беа во организирана посета на компанијата.

Организирани во две тури, сите вработени во македонските фришопови ги посетија производните погони на Витаминка. Посебно го следеа производството на Стоби флипс, Кекси и Чоколада.

Збогатени со нови информации за омилените македонските брендови и воодушевени од она што го видоа, вработените во АТУ Македонија вкусија штотуку произведени Стоби флипс, Фрути и чоколадо.

Вложуваме во образование

Нова генерација за дуално образование во посета на Витаминка

Успешното спроведување на програма за дуално образование беше причина 10 ученици од СОУ Ристе Ристески Ричко со професор да ја посетат Витаминка за да се запознаат со нејзината работа и да одлучат дали тука ќе ја обавуваат праксата.

Им беа претставени сите процеси во компанијата, како се одвиваат и каде би можеле да се вклучат според нивниот образовен профил. Се запознаа и со начинот на менторство, како и со резултатите од досегашното спроведување на оваа програма во Витаминка и поддршката што ја дава за кандидатите.

Праксата за дуално образование се спроведува со преземање на одредени чекори од страна на компанијата како назначување ментори, луѓе од организацијата со соодветно искуство, кои што ќе одвојат од нивното време, од работата и ќе се вложат во програмата за да се постигне целта. За таа цел Витаминка издвои неколку квалитетни кадри кои беа делумно ослободени од тековните работни обврски и соодветно стимулирани. Исто така се прави и усогласувањето на програмите помеѓу училиштето и со процесите во компанијата.

Витаминка е една од компаниите кои што директно се вклучени во програмата за дуално образование и успешно ја спроведуваат веќе четири години со ред. Ние сме првата компанија која што понуди вработување на учениците кои што завршија четврта година и од пет ученици тројца се вработија, од кои двајца се на одржување и еден од нив директно во производство. Успешноста на првата генерација која веќе заврши, мотивираше уште повеќе да се посветиме на реализацијата на програмата и да продолжиме со поддршката.

Вложуваме во образование

Договор за соработка

Витаминка и Меѓународниот Славјански Универзитет потпишаа рамковен договор за соработка. Со овој договор се предвидени многу заеднички проекти како и реализација на квалитетна образовна програма. Дополнително, договорот предвидува низа заеднички погодности и активности, попусти од 20% за идните стипендисти и студенти, вработени во Витаминка како и нивните семејства.

Договорот беше потпишан од страна на Орде Ѓорѓиоски, директор на сектор за правни и општи работи во Витаминка и проф. д-р Јордан Ѓорчев, претседател на Управен одбор на Меѓународниот Славјански Универзитет.

Вложуваме во образование

Натпревар за финансиско сметководство во прехранбената индустрија

Минатата година во декември, по десетти пат по ред, Универзитетот Американ Колеџ Скопје го организираше и беше домаќин на годишниот, традиционален натпревар за финансиско сметководство. Четири тима од Факултетот за бизнис економија и менаџмент покажаа високи конкурентни способности и разбирање на финансиската анализа додека ги спротивставија Витаминка, Линдт, Нестле и Крафт-Хајнц. Под менторство на доц. Проф. Душица Стевческа Србиноска, тимовите ја применија својата методологија за финансиска анализа за да ги интерпретираат годишните консолидирани извештаи на компаниите, како и да ги истакнат сегментите кои имаат потреба од подобрување. Гледаа, анализираа и оценија, а анализите на секој од тимовите беше оценет од комисијата за оценување, составена од Елена Марковска (PwC) и Росана Стојнева од ПрајсвотерхаусКуперс Скопје (PwC) и Иван Стрезоски, директор на Финансии од Витаминка, кои исто така и го поддржаа натпреварувањето.

Витаминка и спортот

Тортичките Loop се совршен десерт при скијање

Сезоната за скијање во Скијачкиот центар Маврово, започна и се одвиваше со поддршка од LOOP тортичките на Витаминка. Некои скиеја, други учеа да скијат а трети да бордат, но сите правеа пауза со тортичките LOOP.

Тортичките Loop дали од јагода, банана или чоколадо станаа омилениот десерт на сите што беа присутни во Маврово. Не се бираше што ќе се проба, затоа што сите се еднакво вкусни а Витаминка освен што го помогна одржувањето на школата за ски и сноуборд Маврово (со Лооп), овозможи и секој да проба кој било од трите вкуса.

Промоции

Happy ве носи во магичниот свет на чоколадата

Во текот на викендот кога во Синеплекс се прикажуваше филмот Вили Вонка, Happy беше чоколадото што најголемите сладокусци ги однесе во магичниот свет на чоколадата.

Со секое купено Happy чоколадо во Синеплекс, филмофилите имаа можност под своето седиште да пронајдат добитен купон и да добијат вредни награди, картичка за во кино и достава на пакет производи од Витаминка.

Беа пронајдени еден златен купон, три сребрени и шест бронзени. Добитникот на златниот купон доби месечна карта за кино и шест месеци достава на пакет од Витаминка, со сребрениот купон се добива карти за кино и три месеци достава на пакет од Витаминка а бронзениот купон на добитниците им донесе две карти за кино плус Витаминка пакет.

Но, за сите присутни магичниот свет на Вили Вонка беше уште послаток и повозбудлив со чоколадите Happy.

Фестивали и спонзорства

Со Витаминка Преспав во нова, 7 сезона

На големо задоволство на многу гледачи, ОХО продукција, ја сними седмата сезона од најпопуларната и сега веќе култна македонска серија Преспав. Терминот на првиот канал на Македонската Радио телевизија беше резервиран за згодите и незгодите на Коста, Јелена, Ула, Исаура, Марио и другите.

Во новата сезона пансионот е среде еколошка катастрофа, се случува во период на апокалиптична суша, надвор е пекол што секако се рефлектира и внатре, преку енергетска криза, преку немање туристи и многу други реперкусии. Новиот лик на Ниче со своите астролошки мисли и филозофии го збогатува хуморот, Ула е повторно во нови дилеми за нејзиниот брак со Коста, а Јелена сè уште е во потрага по својот принц. Во сето ова, во сите животни ситуации и дилеми на јунаците на Преспав, тука се и производите на Витаминка, како што се составен дел од животното секојдневие, така се дел и од животот во пансионот Преспав.

Пансионот Преспав е метафора за реалните општествени случувања во нашата држава, во кои се прекршува балканскиот менталитет од кој ликовите не можат да избегаат. Ваквата ситуација ги става ликовите во постојан конфликт од кој произлегуваат комични ситуации во кои ќе можат да се препознаат и самите гледачи.

Идејата и концептот на Преспав се на продуцентот на серијата Пеце Талески, а режијата е на Игор Иванов, Вардан Тозија, Дина Дума и Радован Петровиќ. Сценаријата ги пишуваат: Сашо Кокаланов, Андреј Волкашин, Петар Вулчев, Калија Киселички и Артин Селмани. И оваа сезона е во копродукциска соработка на ОХО и Македонската Радио Телевизија. Во главните улоги се тимот на најдобрите македонски актери Јелена Јованова Периќ, Тијана Дапчевиќ, Игор Ангелов, Наташа Петровиќ, Емра Куртишова Стојанова, Игор Стојчевски, Игор Џамбазов, Васил Зафирчев, Горан Стојаноски, Адриан Азири, Дритон Вејсели, Димитрија Доксевски и Владимир Тулиев.

Како и претходните сезони, Витаминка го помогна создавањето и на седмата сезона на Преспав.

Во Витаминка

Дац и Александар ја ширеа магичната атмосфера во новогодишниот спот

Дац и Александар, нашите пријатели и соработници ја продолжија и уште повеќе ја проширија пораката на Витаминка – да подаруваат љубов со подарување Витаминка новогодишно пакетче. Во новогодишниот спот тие ја доловија радоста на креирање новогодишно пакетче, а за тоа ги вработија и слатките елфови кои со голема љубов и во магична атмосфера ги полнеа кутиите со омилените Витаминка производи.

Новата Година одамна замина и веќе ги создаваме новите моменти и среќни доживувања. Но, некои доживувања остануваат засекогаш, посебно кај најмалите кои и најискрено се радуваат. Така беше и на нашата предновогодишна забава за најмладите, деца и внуци на вработени во Витаминка. Многу забава со многу радост, смеа, музика, игра и песна, Дедо Мраз и Биби, никој не сакаше да заврши.
Ова е само мал дел од атмосферата.

Фестивали и спонзорства

Отворена биеналната изложба „Зимски салон“

Друштвото на ликовни уметници на Македонија ја отвори својата најзначајна манифестација, биеналната изложба „Зимска салон“. Во прекрасниот амбиент на националната галерија „Чифте Амам“ беа изложени делата направени со многу актуелна и провокативна тема која во себе содржи повеќе нивоа на конципирање со многуслојни асоцијации. „Интерконекција и интимност“ е насловот на годинашниот кураторски проект во кој уметниците креираа и создадоа ликовни концепти со различни ликовни идентитети и претставува истражувачко поле каде ги претставуваат сопствените релации со оваа тема во различни ликовни медиуми.
Сите тие емоции, визии и артистички ракопис распослан пред околу 200 гости, ликовни уметници од цела Македонија, од околните земји, ликовни критичари, професори и вљубеници во современата македонски ликовна уметност. Значењето и престижноста на настанот е неспорна и заради ваквите безвременски артистички креации.

Историски гледано, оваа изложба е клучна во однос на смелите уметнички дебати и поставки со кои се потврдува улогата на визуелните поставки како рефлексија на општеството, со независност која служи како платформа за експериментирање и предизвикување на постоечките конвенции во потрага по нови идеологии и начини на израз.

Денешната физиономија на „Зимскиот салон“ ги има задржано основните карактеристики: професионалност, строга селекција на учесници и квалитетен каталог. Концептот на селективност кој се негува откако постои оваа изложба е со цел што поголемо претставување на квалитетни дела кои одговараат на дадената тема и кои во себе ја содржат компонентата на современ концепт и современ ликовен израз. Просторот во Националната галерија Чифте амам дополнително придонесува за просторна апсорпција и квалитет во изразот на сите дела поставени ѕидно, просторно, во зависност од медиумот на изразување на авторот.
Од 2003 година Министерството за култура ја овозможува наградата „Гран при“, престој во ателјето на „Citè des Arts“ во Париз, а од 2006 година ДЛУМ вградува нов критериум, односно конкретна тема на „Зимски салон“ со што ги ангажира уметниците на индивидуален творечки чин. Оваа манифестација прераснува во меѓународна во 2009 година.

Дел од оваа манифестација оваа година беше и Витаминка со Атлантис, оставајќи траен печат и придонес на она што е современ артистички израз.

VITAMINKA
ATLANTIS
За секоја жена,
секој ден!
VITAMINKA
ATLANTIS
VITAMINKA
ATLANTIS
За секоја мајка,
секој ден!
℮200g

ATLANTIS