

ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 33 јули 2024



Витаминка со успешна целосна
имплементација на
Dynamics 365
Finance and Operations



Dynamics 365

СОДРЖИНА

Стр. 4



Витаминка прва во Македонија се дигитализира со Microsoft - Dynamics 365 Finance and Operation

Стр. 9



Витафуд Косово успешно ја помина својата прва IFS сертификација

Стр. 12

Конференција за квалитет и безбедна храна, Опатија

Стр. 16



Дневно можат да се произведат 468 000 пакетчиња Стоби флипс, а колку можат да се изедат?

Стр. 19

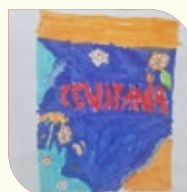
Излезе првиот прирачник за машко здравје „Фокусирај се на себе, за себе“

Стр. 27



Со промоцијата на новиот албум Калиопи го почна одбележувањето на 40-годишната кариера

За почеток



Создадено од децата кои ја посетија Витаминка



Фокус на ...

Витаминка прва во Македонија се дигитализира со Microsoft - Dynamics 365 Finance and Operation



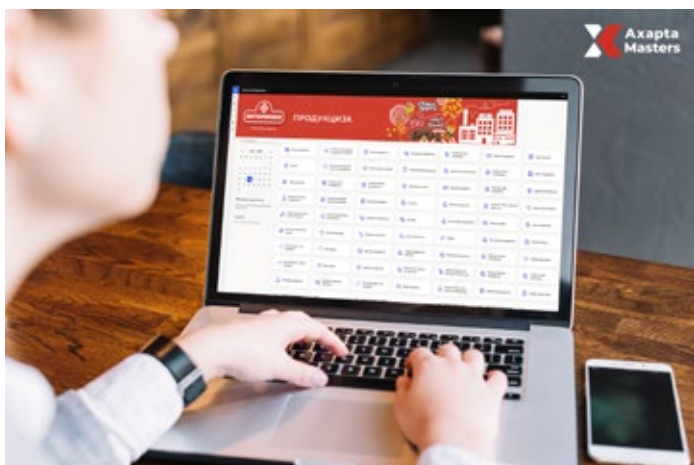
Витаминка е првата компанија во Македонија која во сите процеси, производство, набавка, магацини, продажба и финансии, го имплементира ЕРП решението од Microsoft – Dynamics 365 Finance and Operation. Со ова Витаминка е на пат кон целосна дигитализација на работата, од влез на сировина до излез на готов производ и нивно складирање.

Инвестицијата во најновите технологии е значаен чекор напред и придонесува за подобрување на оперативната ефикасност, модернизација на операциите, унапредување на производниот процес, подобро корисничко искуство и можности за раст и следење на иновативните светски трендови.

„Витаминка е компанија каде што воведувањето на иновативни решенија и примената на нови технологии отсекогаш се гледале како инвестиција во раст и развој. На овој начин, со модернизација и следење на новите технолошки решенија, ги имплементираме најдобрите практики и ја унапредуваме работата во еден синхронизиран и ефикасен систем, докажан и користен од големи интернационални компании во светот. Отвораме можности за компанијата но и за пазарот и индустријата, затоа што дигитализација во оваа индустрија е неопходна, обезбедува сигурност и гаранција на она што излегува како готов производ“, истакна Сашо Наумоски, генерален извршен директор на Витаминка.

Дигитализацијата на оперативното работење е жив процес кој постојано се унапредува и менува, а ова решение е платформа на која може да се работи и да се биде во постојан тек со овие промени.

„Комплексноста на нашата компанија е тоа што истата располага со 9 производствени погони, 18 производни линии лоцирани на 3 физички одделени локации низ земјата, а тоа бараше сеопфатно софтверско решение што ќе доведе до унифицирање на процесите и обезбедување на податоци и анализа на истите, кои се неопходни за понатамошни одлуки и правци во работењето на компанијата. Овој систем е рамка во која компаниите



формираат стандарди и прилагодување на работата и процесите, што го прави идеален избор за бизниси кои постојано растат и инвестираат во иновации. Перспективата од овој систем е веќе видлива и отвора големо поле за работа и иновација на компаниските процеси“, вели Васко Наумоски, ИТ менаџер во Витаминка и одговорен за имплементација на Dynamics 365 системот. Имплементацијата на овој ЕРП систем Витаминка ја спроведе со партнер компанијата на Microsoft, Axapta Masters, лидер во областа на Microsoft D365 решенија во Македонија.

„Оваа значителна трансформација на компанијата ќе ѝ обезбеди не само економска предност и финансиска стабилност на долгорочен план, туку ќе овозможи и понатамошна платформа за развој во процесот на автоматизација и следење на иновативните светски решенија во нашата област. Со Axapta Masters, Витаминка го отвори патот кон нови успеси и висини во својата успешна македонска бизнис приказна“, истакна директорот на Axapta Masters – Игор Трпковски.

Интервју...

Младите колеги ги прифаќаат искуствата и додаваат нова енергија поврзана со новите технологии, а тоа е сигурна формула за успешна иднина на **Витаминка**

Аница Донеска, Развој на амбалажа/нови производи

Пред да почнеме со конкретни прашања, дали може едно ударно коешто ја отсликува Витаминка како компанија - може ли да кажеме колку производи а колку различни амбалажи има Витаминка?

Витаминка има огромен асортиман на производи и моите сознанија се дека тоа се околу 100 актуелни рецептури, т.е. производи, но кога ќе се земат предвид пакувањата кои можат да бидат етикети, кеси и кутии со различни нето тежини (примарни и транспортни), низ Развојниот сектор поминуваат околу 300 пакувања под брендот Витаминка и околу 200 пакувања за производи кои се продаваат со дизајни за приватни марки за Лидл, Шпар, Конзум, Енгротуш, Еуроспин, Меркатор, Дис, Имлек, Тропик и многу други.





Колку време работите во Витаминка и под ваша надлежност колку нови производи се пуштени во продажба?

Во Витаминка работам седумнаесет години од 2006 година од кои 15 во Развоен сектор. Првите две години бев шеф во Р.Е. Чоколада. Точен број на нови производи кои излегле на пазарот, а поминале низ мои раце сите овие години не можам да определам, но според годишните извештаи во просек пуштаме околу 5 нови производи годишно, а кога има отворање на нови погони може и повеќе. Работата во Развојниот сектор е тимска и моите колеги се вклучени околу правење на проби и амбалажата. После утврдувањето на рецептурата на новиот производ јас сум вклучена во пакувањето со пробни амбалажни материјали, па продолжувам со комуникација со дизајнерите и конечна реализацијата во печатниците.

Развојот на нови производи не запира, постојано се вагат нови, но исто така и се менуваат и амбалажите на постоечките. На што се должи тоа?

Витаминка како реномирана компанија пласира нови производи за да ги следи трендовите на пазарот каде има голема конкуренција. Редизајните на амбалажата се доста популарни на секои 5 до 10 години.

Според динамиката со која се пласираат новитетите, се добива впечаток како да се оди кон некоја конкретна цел. Која е целта на Витаминка на ова поле?

Целта на Витаминка е да се пласираат што повеќе нови производи, а тие кои ќе ги прифати пазарот да станат идни брендови, а тие кои можеби нема да се пробијат на пазарот да се заменат со нови.

Што е потребно да се направи пред да се пласира нов производ?

Премногу комплексен, студиозен и сеопфатен. Производ не може да се пласира тука така. Развојот на нов производ е долг процес кој може да почне како идеја од Маркетинг анализа, а може да биде и барање на некој купувач. На процесот претходи сериозно истражување на пазарот, за потребите, можностите и капацитетите. Проектот почнува со термински план каде се утврдуваат тимовите и роковите. Најпрво се прават лабораториските проби кои се дегустираат од страна на дегустациона комисија. Пробата со највисока оценка го определува правецот на утврдување на рецептурата. По потреба се прават индустриски проби со пробна амбалажа и се утврдуваат димензиите на амбалажата. Откако ќе се одобри новиот производ од топ менаџментот почнува реализацијата со барање за изработка на амбалажа. Генералниот Директор го одобрува дизајнот кој вклучува слика на производот и текст декларација. Следи нарачка на сировини и амбалажи.

Откако ќе дојдат сите нарачки се планира прво индустриско производство. Работата во Развој завршува со изработка на спецификација за новиот производ и еталони за амбалажата.

Дали имате свој омилен производ и кој е тој?

Имам повеќе омилен производ, но во оваа прилика ќе ги издвојам Хеми млечното чоколадо со цели лешници и Стоби Магнус оригинал.

Што поврзано и произлезено од работата ве прави горда?

Во врска со работата многу ме прави горда што моите млади колеги ги прифаќаат моите искуства и додаваат нова енергија поврзана со новите технологии, а тоа е сигурна формула за успешна иднина на Витаминка.

Фокус на ...

Минатогодишното работење го обележа зголемена добивка

Зголемена добивка проследена со пад и кај приходите и кај расходите се главните обележја на минатогодишното деловното работење на Витаминка. Иако во првата половина од 2023 година добивката се намали за 60 отсто во првото, па за 75 проценти во второто тримесечје, компанијата оствари позитивен финансиски резултат, за 30 насто подобар од претходната 2022 година. Или од 29,804 илјади денари (над 484 илјади евра) на 68,515 илјади денари (повеќе од 1,1 милион евра). Ланските активности на „Витаминка“ ѝ обезбедиле прилив од 3.485.210 илјади денари (56,6 милиони евра), кои во споредба со реализацијата во 2022 се пониски за девет отсто. Во структурата на вкупните приходи доминантна – со 98 проценти, е продажбата на сопствените производи и услуги од основната дејност. На ова поле е евидентиран десетпроцентен пад. Продажбата на домашниот пазар донела 2.127.405 илјади денари (34,55 милиони евра) и тука, исто така се бележи намалување, но раст има кај приходите од странство, кои изнесуваат 1.287.059 илјади денари (20,9 милиони евра). Од компанијата посочуваат дека падот на вкупните приходи е во корелација со оперативното работење, при што најголемото влијание го имал падот на цената на маслото за јадење.

Трошоците, пак, се намалени за 16 отсто и се во износ од 3.429.814 илјади денари (55,7 милиони евра). Минатата година, за купување опрема и недвижен имот, за градежна реконструкција и адаптирање, компанијата вложила 96.907 илјади денари или близу 1,6 милиони евра. Воедно, за 2022 не била поделена дивиденда, согласно одлуката на акционерите за реинвестирање на целата добивка.



Фокус на ...

Богоев во Витаминка: Македонските компании се нашите најголеми амбасадори



„Македонските компании се нашите најголеми амбасадори и оттаму наша должност е да овозможиме подобрување на условите за водење бизнис што на компаниите ќе им овозможи освојување на нови пазари каде не претставуваат како држава“, истакна директорот на Царинска управа, Стефан Богоев при посетата на Витаминка, најголемата македонска компанија за производство на кондиторски производи.

Богоев ги посети производните погони на Витаминка и беше запознаен со начинот на работа и капацитетите на компанијата.

Притоа оствари средба и со генералниот директор Сашо Наумоски и директорот за правни и општи работи во Витаминка, Орде Ѓорѓиоски.

„Витаминка извезува на четири континенти во повеќе од 30 земји, при што само минатата година остварила извоз од 20,5 милиони евра. Царинската управа како партнер на бизнис заедницата е посветена на спроведување реформски политики што ќе овозможат поголема конкурентност на македонските компании, проширување на нивните производствени капацитети, и поголема вработеност“, истакна директорот на Царинска управа, Стефан Богоев при посетата на македонската компанија за производство на кондиторски производи Витаминка.

Според него, при реализацијата на мерките клучно е да се слушне мислењето на компаниите, се со цел да се има јасен увид во резултатите на реализираните мерки.

„Преку континуираниот дијалог заедно креираме мерки и политики коишто го забрзуваат транспортот и ја олеснуваат трговијата. Како Царинска управа посветени сме на подобрување на услугите кон македонските компании и сузбивање на криминалот и корупцијата. Истовремено, компаниите од нас чекаат испорачување на ветеното и забрзување на процесот на интеграција во ЕУ и поставување на основите за функционирање на единствен пазар“, истакна Богоев.

Директорот за правни и општи работи во Витаминка, Орде Ѓорѓиоски вели Витаминка е една од првите компании кои се стекнале со статус за овластен економски оператор, што како доверлив партнер им овозможува побрз проток на стоката.

Одобренијата за овластен економски оператор, извоз за облагородување, поедноставени постапки за увоз и извоз, одобрение со крајна употреба и одобрението за овластен корисник крајно им овозможува поголема конкурентност, а преку заштеда на средства, олеснети постапки и побрз транспорт.

Актуелно кај нас

Витафуд Косово успешно ја помина својата прва IFS сертификација

Партнерската фирма Витафуд успешно ја реализира својата прва IFS сертификација. IFS (Меѓународен стандард за храна) е унифициран стандард за квалитет и стандард за безбедност на храна, усвоен од Глобалната иницијатива за безбедност на храна и развиен со цел да се тестира компетентноста на производителите на храна во однос на безбедноста и квалитетот на храната. Структурата на IFS е прилагодена на стандардот ISO 9001, како и HACCP, а исто така се заснова на Добрата производна пракса и Добрата хигиенска практика.

Според кодот на малопродажните синџири, сите производители или трговци на брендирана храна мора да поседуваат сертификат IFS, кој, меѓу другото, им овозможува покажување посветеност на испорака на безбедна храна со добар квалитет, олеснето почитување на законските обврски и прописи, намалување на трошоците за внатрешни и надворешни ревизии со користење на единствен стандард.

Исто така, поседувањето на овој сертификат влијае на угледот на компанијата, а се унапредуваат силата на брендот и имиџот. Процесот на сертификација поддржува континуирано подобрување преку надзор и корективни активности.

Овој сертификат е наменет главно за брендови на големи малопродажни синџири, па во моментот го користат девет од 10-те најголеми европски трговски марки, кои работат заедно за да се подобрат и да се прилагодат на пазарот. Исто така, применлив е за добавувачите во сите фази на преработка на храна, освен за земјоделско производство.

Добивањето на овој сертификат за Витафуд е потврда за сработеното, за посветеноста и енергијата на сите колеги заедно, истрајноста, упорноста и дисциплината.



Издвојуваме

Јапонскиот амбасадор во Македонија во посета на Витаминка

Амбасадорот на Јапонија, Оцука Казуја ја посети Витаминка. Во рамките на посетата, делегацијата имаше можност да се запознае со работата на компанија, деловните активности и производниот асортиман.

Директорите на продажните сектори за домашен пазар, Владимир Трпаноски и извоз, Љупчо Велески, ги запознаа амбасадорот и делегацијата со голем број проекти што ги реализира Витаминка во изминатиот период, фокусот на компанијата во делот на извозната политика и заложбите да биде пример за општествено одговорна компанија.



Издвојуваме

На саемот за Здравје и безбедност при работа SAWO, Познан, Полска

Од 23 – 25ти април во Познан, Полска се одржа SAWO International Trade Fair for Work, Fire and Rescue Protection, кој е најголемиот саем за OHS индустријата во Централна и Источна Европа. На саемот Sawo беа презентирани и напредни технологии (AI) што веќе почнале да се користат во индустриите за производство, како и за специјализирано спасување на човечки животи. Присутните можеа да посетат различни изложби од познати компании производители на опрема за заштита и спасување и да следат тематски конференции и емисии.

Колегите Аница Донеска, Александар Давков, двајцата одговорни за БЗР, Жаклина Георгиева и Олга Ристеска, координатори за квалитет како и Маригона Керкинај од Витафуд Косово, беа присутни на овој саем и ги пренесоа најновите заклучоци и стандарди за зголемување на здравјето и безбедноста при работа.



Концептот на саемот SAWO е така смислен да служи како настан за заштита на животот и здравјето во работната средина и директно воведување напредни технологии и решенија во индустриите за подобрување на квалитетот на работата и безбедноста на вработените. Sawo не е само изложба, туку е и место за размена на искуства од областа на безбедноста при работа, ергономијата, спасувањето, противпожарната заштита и други сродни прашања. Исто така, се смета за ефективно место за промовирање на добри практики, прикажување на нова лична заштитна опрема и сè поергономска опрема.

Групата од Македонија на овој саем беше предводена од претставници на Македонското здружение за заштита при работа (МЗЗПР), како и претставник на компанијата Unifgrand, застапници за производите на компанијата Canis од Чешка, производител на лична заштитна опрема.



Издвојуваме

BizApps за финансии и операции за централизирање на деловноста



Тимот на Витаминка беше дел од Dynamics Minds, втората конференција на Dynamics 365 и Power Platform заедницата што се одржа во Прторож, Словенија. Васко Наумоски, Дејан Пирганоски и Бранимир Димков учествуваа во дискусиите што ги опфаќаат сите комори на BizApps за финансии и операции, централизирање на деловноста, ангажирање на клиентите и платформа за зајакнување на деловноста.

Dynamics Minds има богата агенда од сесии, разговори и работилници и настанот беше одбележан и со поврзување и вмрежување, размена на искуства и идеи. Истовремено беше учење, инспирирање и откривање на тајните вештини на Microsoft стратегиите за најголемите предизвици пренесени од експерти од индустријата од целиот свет.



Dynamics Minds е место каде се среќаваат брилијантните умови и се создаваат нови решенија за поголема ефикасност во деловноста. Искуството од конференцијата Витаминка ќе го искористи за имплементирање на нови идеи во својата работа и за развој на веќе постоечките концепти и вештини.



Издвојуваме

Конференција за квалитет и безбедна храна, Опатија

Директорката на контрола Натали Петреска и Координаторот за квалитет Олга Ристеска, присуствуваа на 17тата конференција за квалитет и безбедност на храната во Опатија, организирана од Хрватската стопанска комора на која учествуваа претставници од Стопанската комора на Хрватска, Министерството за земјоделство, Министерството за здравство, Државниот инспекторат и од повеќе врвни компании од Хрватска и соседството.

На едно место над 350 експерти во овој сектор расправаа за новите прописи поврзани со амбалажата и амбалажниот отпад, неуро-гастрономијата, измените во одредени директиви поврзани со храната. Фокусот беше ставен на зелената трансформација на секторот за храна и примената на дигитални решенија како што е вештачката интелигенција во синџирот за снабдување со храна. Клучна порака на стручњациите беше важноста на иновациите за соочување со предизвиците како што се климатските промени и нагласувањето на потребата за развој на одржливи бизнис модели за производство на храна.

На конференцијата посебно се зборуваше за примената на дигитални решенија, особено вештачката интелигенција (AI), во синџирот на снабдување со храна, што би ја револуционизирало индустријата преку подобрување на ефикасноста, намалување на отпадот и подобрување на безбедноста на храната. Вештачката интелигенција во прехранбената индустрија може да има влијание при прогноза на побарувачката, оптимизација на синџирот на снабдување, управување со залихи, контрола на квалитет и безбедност на храна, прецизно земјоделство, предвидливо одржување, увид на потрошувачите и персонализација, следливост и транспарентност, во напори за одржливост и при слуга и поддршка за клиенти.

Другите точки на кои се посвети внимание се однесуваа на иновациите во технологиите за производство на храна кои континуирано ја трансформираат индустријата, ја подобруваат ефикасноста, одржливоста и безбедноста на храната како и на регулативите за пакување и отпад од пакување, особено во ЕУ, кои се насочени кон значително намалување на влијанието врз животната средина и промовирање на кружна економија.





Дополнително се дискутираше за негативната страна на микропластиката, за неврогастрономијата како мултидисциплинарно поле кое ја истражува сложената интеракција помеѓу мозокот и сетилата во перцепцијата на вкусот, за акриламидот и за конзервансите



Издвојуваме

Храната за да биде купувана треба да е безбедна и квалитетна

Безбедна храна, квалитетна храна, храна која што поседува ризици и како да се извлече најдоброто од храната. Се тоа се одговори кои ги имаме но и прашања што се појавуваат одново и одново како се менуваат трендовите во исхраната а научните-технолошки пронајдоци ја прошируваат дефиницијата за храна. На оваа тема постојано се дебатира, а последниот таков конгрес беше Nutricon што се одржа од 5 – 7 јуни 2024 година, во Охрид.

На Nutricon, 11-тиот конгрес за Безбедност на храна, квалитет, здравје и нутриција, учествуваа околу 100 учесници, со 18 презентации, 26 научни постери и околу 50 трудови. Претставник од Витаминка беше колешката Олга Ристеска.

Главните теми за кои се разговараше на конгресот беа со сите позитивни и потенцијално штетни ефекти од храната. Појавување на свеста за зголемување на алармантноста за листерија, додатоци во исхраната, диетална исхрана и како да се одредат, анализа на храна, микробиологија, хемија, биохемија, производство на храна, одржливост, квалитет и безбедност на храната (алергии, афлатоксини), технологија на храна и безбедност на храна, биоетика и маркетинг.

Општиот заклучок на сите присутни на конгресот се отсликува во мислата „Храната ќе остане на пазарот се додека се купува!“ а за да биде купувана храната треба да е безбедна и квалитетна. Дополнително, потребна е редовна комуникација со потрошувачите и нивна едукација, но и внатрешна добра комуникација, споделување на знаења и разменување на професионални мислења и ставови.

Издвојуваме

Тренинг за набавка во нови пазарни услови

Колегите Гордана Забрчанец Симоноска и Александар Митриќески од Набавка беа дел од исклучителна тренинг сесија што се одржа во Белград. Тренингот на тема „Обезбедување ефикасна набавка во новите пазарни услови“ беше наменет за директори, раководители на сектори и менаџери на набавка и беше конципиран со предавања, размена на искуства и вежби.

На тренинг сесиите беа отворени повеќе теми од областа на набавката и преку предавањето, а потоа и преку размена на искуства и вежби се зборуваше за донесувањето одлуки врз основа на рационалното, а не на емоционално расудување, за фокусирање на целите на преговорите и истражување до конечниот договор за набавка, за надминување на кризата во преговорите со зачувување на енергијата и контактот, за позиционирање на преговарачите, како со добавувачите кои пристапуваат кон преговорите од позиција на моќ. Се зборуваше и за принципиелниот стил на преговарање наспроти стилови на притисок и попуштање, како и за преземање иницијатива за договор.

Обучувачот на тренингот беше консултант од Manage со долгогодишно искуство а семинарската програма на тренингот е развиена од долгорочно научно истражување и практика на Manage консултанти на голем број проекти во различни области на работа.

Тренингот понуди одличен баланс на теоретски и практични совети применливи во секторот набавка.



Издвојуваме

Екосвест и циркуларна економија во фокусот на жените бизнисменки на Марили бизнис форум

„Екологија и здрава храна – фактори за одржлив развој“ беше темата на третиот по ред регионален „Марили Бизнис Форум“. Модераторите, како и панелистите од реномирани и докажани македонски и регионални компании, во три панел сесии се обидоа да дадат одговори на многу прашања и да понудат нови идеи и решенија.

Вовед во сесиите беше анализата за „Климатските промени и зеленото кредитирање од перспектива на Народната банка“, изготвено и презентирano од советник на гувернерката на НБРСМ.

Едната панел сесија, насловена како „Циркуларна економија – нови бизнис модели и практики“, се осврна на предностите и можностите за примена на циркуларната економија, која што е се повеќе популаризирана како нов бизнис модел.

Втората панел сесија беше посветена на „Здрава храна – тренд или предуслов за здрав живот и економски развој“.

Додека пак третата, последна сесија беше насочена кон „Автоматизација и дигитализација во областа на човечките ресурси“.

Претставници на бизнис форумот од Витаминка беа Душица Неделкоска, Маркетинг и ПР Координатор и Гордана Забрчанец Симоноска од сектор Набавка.

Членките на Марили бизнис клубот, кој го сочинуваат најдобрите жени менаџери, кои биле дел од наградените во изминатите години, беа дел од форумот и од дискусијата на темите. Форумот покрај едукативна и инспиративна функција, има за цел и поддршка и јакнење на лидерството, посебно како поттик за младите генерации и новите жени бизнисменки, за нивната моќ и конструктивна улога во деловното окружување.



Во Витаминка

Дневно можат да се произведат 468 000 пакетчиња Стоби флипс, а колку можат да се изедат?

Знаеме зошто го сакаме Стоби Флипс, зошто е омилен на толку многу генерации, од најмали до најстари. Сите го сакаат неоодоливиот крцкав вкус на Стоби Флипс. Но, ајде уште еднаш да се потсетиме зошто е единствен и омилен флипс.

Некои интересни факти за Стоби флипс:

- Стоби флипсот е најпрепознатлив бренд во Македонија.
- Тој е производ со врвен квалитет и е омилен кај сите генерации.
- Стоби Флипс е создаден како совршен спој од пченкарен гриз со прелив од мелена печена кикиритка, сончогледово масло и сол по уникатна рецептура и проверен технолошки процес.
- Стоби флипс се произведува во Витаминка веќе 46 години на најмодерна производна линија со континуиран (непрекинат) процес на производство.
- Тој не содржи состојки од животинско потекло.
- Во неговиот состав нема присуство на хидрогенизирани масти, транс масти и глутен.
- Во неговото производство се користи специјален тип на кикиритка која се печи и мели во нашите машини.
- Во технолошкиот процес на производство на Стоби флипс сончогледовото масло во преливот се загрева на ниска температура.
- Содржи изобилство од витамините од Б-комплексот.
- Тој е погоден за консумирање во секоја прилика и во секој дел од денот.
- Го има во различни асортимани и тежини од мал Стоби флипс со 16% кикиритки до голем и лут Магнус флипс со збогатен вкус од 30% кикиритки, кој прави се друго да изгледа помало.



Рекорди во бројки:

- Во минута можат да се произведат 390 пакетчиња флипс.
- Дневно можат да се произведат 468 000 пакетчиња флипс.
- Неделно можат да се произведат 2 340 000 пакетчиња флипс.
- Во смена можат да се произведат 156 000 пакетчиња флипс.



Во Витаминка

Селекција и управување со отпад во Витаминка



Селектирањето на отпадот и грижата за животната средина во која заедно живееме, е грижа на секого од нас и почнува од однесувањето, индивидуално и колективно.

Отпад е секоја материја или предмет што припаѓа во категориите отпад, а која создавачот или поседувачот ја отфрла како непотребна. Индустриски неопасен отпад е отпадот што се создава при производствените процеси во

индустијата и не содржи опасни карактеристики, а според својствата, составот и количеството на создаден отпад се разликува од комуналниот отпад.

Управувањето со отпад е збир на активности, мерки и одлуки кон избегнување и намалување на количеството на создавање отпад и неговото негативно влијание врз животната средина, животот и здравјето на луѓето. Постапувањето со отпадот подразбира собирање, селектирање, транспортирање, третман, преработка, складирање и отстранување на отпадот.

Витаминка во своето секојдневно работење создава различни видови на отпад, од хартија и картони-амбалажа од палети, од амбалажа на сировини, хартија од административни простории и други. Пластика од пакување на производите, амбалажа, оштетена пластична амбалажа, најлон и друго. Отпадно железо кое што произлегува од одржување на линии, од машини во производство и друго. Во нашата секојдневна работа исто така застапен е и отпад од електронска и електрична опрема како компјутери, печатачи, скенери и слични апарати, како и органски отпад од шкарт при производство на прехранбени производи, отпадно масло и маст за јадење од шкарт при производство, употребено масло за јадење и на крај е инертниот отпад од реновирање на хали, градежен отпад.

Потребен е минимален напор да се селектира отпадот во услови на обезбедени контејнери за селекција на отпад. Така, веќе е општо познато дека контејнер во жолта боја е за отпад од пластика, зелената боја е за отпад од стакло, сината за хартија и кафената за отпад од органски материји. Различни видови на отпад не се мешаат во еден контејнер.

Селекцијата на отпадот претставува селективно одложување на отпад, собирање и негово рециклирање како важен процес за одржување на чиста и незагадена околина. Во производствениот процес отпадот кој настанува (пластика, хартија, органски отпад) се селектира, а задолжениот вработен изнесува отпадот и го одлага во контејнерите во зависност од видот, поставени непосредно до работната единица во фабриката.

Вложуваме во заедницата

Излезе првиот прирачник за машко здравје „Фокусирај се на себе, за себе“

Витаминка е генерален спонзор за печатењето на првиот прирачник за машко здравје „Фокусирај се на себе, за себе“. Промоцијата на прирачникот се одвиваше во киното Мис Стон во организација на Здружението за унапредување на здравјето Филип Лукарски.

Прирачникот говори за здравјето на мажите, а идејата е да се подобри нивното здравје со подигнување на свеста за рано препознавање на симптомите на одредени заболувања.

Потребата од овој прирачник се јави поради недостигот од информации на темата машко здравје, но и недоволната општествена ангажираност по овие прашања, а оттука произлегува и главната цел, мажите да го постават сопственото здравје како највисок приоритет во животот. Препознавањето и спречувањето на машките здравствени проблеми е повеќе од само грижа на мажите, туку е и важно семејно прашање.

Поддршката за овој прирачник е само уште еден начин на кој што Витаминка како компанија ја покажува својата грижа и посветеност на здравјето и добросостојбата на своите вработени, но и на сите граѓани и испраќа порака за свесноста за сопственото здравје како највисок приоритет во животот.



Вложуваме во заедницата

Средношколци се натпреваруваа во циркуларна економија

На Економскиот факултет во Прилеп, единица на УКЛО, се одржа натпревар од областа на циркуларната економија за учениците од средните општински училишта од регионот. Од средношколците беше забележан голем интерес за овој настан. На натпреварот учествуваа 21 тим, односно 83 ученици под менторство на 23 наставници од 15 средни училишта, кои ги оценуваше жири-комисија составена од претставници на бизнис-заедницата, меѓу кои компании кои редовно стипендираат студенти од Економскиот факултет - Прилеп, како што се Комфи Ангел, Витаминка, Прилепска пиварница.

На победничкиот тим, учениците од ОСУ „Мирко Милески“ од Кичево, под менторство на проф. Мена Пејоска, им беше доделена награда во износ од 10.000 денари. Втората награда во износ од 6.000 денари ја добија учениците од СОЗУ „Кузман Шапкарев“ од Битола под менторство на проф. Лидија Трајкова и проф. Живка Иванова, а третата награда во износ од 4.000 денари ја добија учениците од СОУ „Св. Наум Охридски“ - Македонски Брод под менторство на професорот Даниел Крстески.

Покрај наградите од Економскиот факултет-Прилеп, беше доделена и награда од компанијата Пакомак во вредност од 10.000 денари на учениците од СОУ „Орде Чопела“ - Прилеп под менторство на професорката Мирјана Стојческа-Горѓиоска.

Настанот кој обедини средношколци од регионот и ги поврза со Економскиот факултет од Прилеп ја покажа потребата и важноста од ваквото поврзување меѓу средношколците, академијата и реалниот сектор.

Вложуваме во заедницата

Робомак - натпревар за најсовремени технолошки достигнувања

На Факултетот за електротехника и информациски технологии (ФЕИТ), се одржа 12-то издание на Робомак и 4-тото издание на Робомак јуниор. Робомак 2024 претставува меѓународен натпревар, семинар и студентска конференција во полето на роботиката, електрониката, автоматиката и вештачката интелигенција. Ова собиралиште на млади иноватори и експерти, по 12-ти пат беше домаќин на повеќе од 60 учесници од земјата и странство, што го прави најголем настан од ваков карактер на нашите простори. Преку оваа платформа, студентите имаат можност да се запознаат со последните технолошки иновации поврзани со роботиката, автоматиката, електрониката и вештачката интелигенција, преку богатата програма и практични работилници.



Робомак на едно место ги собра најталентираниите млади умови, така што на двата Робомак настани учествуваат околу 115 учесници – студенти и средношколци. Овој натпревар ги популаризира STEM дисциплините и прави промоција на капацитетите на универзитет и на ФЕИТ.

Натпреварот за роботика, автоматика, електроника и вештачка интелигенција не е само натпреварување туку и експериментирање со најсовремени технолошки достигнувања, размена на искуства и вредни знаења. Робомак претставува поширока платформа која на студентите им нуди можност за натпреварување и надградување. Преку 5-те натпреварувачки дисциплини, 61 студент на Робомак 2024, практично имплементираа роботски системи за препознавање бои и говорни команди, програмираа интелигентни агенти за работа во динамички средини, комбинираа роботика и алгоритми од машински вид заради роботски-помогнато сортирање на објекти.

Покрај практичната работа, неделата на Робомак беше исполнета и со одлични предавања кои им помогнаа на натпреварувачите подобро да ги подготват своите решенија за финалето.

Носители на настанот се македонската секција на IEEE (IEEE – The Institute for Electrical and Electronics Engineers), преку нејзиниот студентски огранок при УКИМ и Факултетот за електротехника и информациски технологии, во организација со Факултетското студентско собрание – ФЕИТ.

Витаминка го помогна овој настан со цел поддршка на образовните процеси, посебно во полето на иновативните технологии и со надеж дека што повеќе млади ќе ги прифатат современите технолошки пронајдоци во своето образование.



Вложуваме во заедницата

Витаминка ги претстави можностите за вработување пред студентите на научниот конгрес “Science@FEEIT”

Вештачка интелигенција, машинско учење, техники за длабоко учење и други актуелни теми од областа на инженерските науки се темите кои беа во фокусот на научниот конгрес “Science@FEEIT”, кој се одржа од 9 до 12 мај 2024 година во Скопје. Над 100 студенти од техничките факултети од земјата и регионот беа присутни на конгресот во организација на Факултетското студентско собрание (ФСС) на Факултетот за електротехнички и информациски технологии (ФЕИТ) при Универзитетот Св. Кирил и Методиј.

Имаше многу презентации и работилници од водечките компании во земјава, со што се презентираа новите трендови и иновации во своите индустрии како и можностите за вработување и се придонесе за поголема соработка помеѓу академската и деловната заедница. А покрај најновите научни истражувања, дел од активностите беа посветени на зајакнување на регионалната соработка помеѓу академските заедници.

Како еден од поддржувачите на овој конгрес, Витаминка во рамките на конгресот имаше своја работилница и ги презентираше своите капацитети како и можностите за вработување.



Првата боенка во продукција на маркетинг тимот на Витаминка создадена за најмалите и со нивните омилените производи и ликови. Боенката изобилува со цртежи, мисловни игри и занимации чија цел е да ја поттикнат креативноста и имагинацијата на децата.

Вложуваме во образованието

Најдобро и најслатко се учи во Витаминка

Имавме период исполнет со многу едукативни посети. Стотици деца, основци и средношколци па и студенти ги посетија погоните на Витаминка и учеа за технолошките процеси, за како се прават омилените флипси, или некои од грицките на Витаминка. Почнувајќи од најмладите, во овој период во Витаминка беа децата од градинката „Гоце Делчев“ – Прилеп, а по нив и од Основно училиште „Блаже



Конески“ – Прилеп, од Основно училиште Климент Охридски Прилеп, од „Кочо Рацин“ – Прилеп и од „Војдан Чернодрински“, Скопје. Со својот интерес и досетливи прашања нè посетија и неколку училишта од Кавадарци, како и од селото Коњари а и од други околни села.

Витаминка како една од најстарите и најголемите компании, го буди интересот кај сите возрасти, но кај младите посебно со тоа што тука се прават Стоби флипс, Чоко стоби, Цевитана, Фрути и уште многу други слатки и солени задоволства. За децата и учениците, доаѓањето во Витаминка и прошетката низ погоните е многу повеќе од едукација и час каде што треба да се научи нешто. Тоа за нив е влегување во свет на најголеми задоволства.

На ниво на нивната едукација и соодветно на нивните образовни програми и теми на изучување, не посетија и студентите од Економскиот факултет во Штип.

Сите од Витаминка си заминаа со импресии за големината, импозантноста на процесите, со пакетче со производи од Витаминка и искуство за цел живот.



Витаминка и спортот

Фудбалски натпреварување и во Diamond Mall

Фудбал (ФИФА 2024), видео-игри, фудбалчиња, како и ретро-игри се одвиваа паралелно со одржувањето на Европско првенство во фудбал. Во периодот од 15 јуни до 19 јуни, Diamond Mall организираше гејминг турнир, каде повеќе од 2 500 посетители имаа можност да се забавуваат на 24 позиции, покажувајќи ги своите уметности во најразлични игри, Play Station, Nintendo, Arcade Games, Фудбалче, Ф1 Симулатор и притоа се натпреваруваа во повеќе дисциплини поврзани со фудбалот.

Натпреварувачки и забавно, гејминг турнирот Diamond Mall куп привлече многу љубители на фудбалот како и на фудбалските виртуелни игри. А за победниците имаше и награди, пакет производи од Витаминка.



Витаминка и спортот

Адреналинска трка низ крушевските предели

Традиционално и оваа година во Крушево се одржа петтото издание на Macedonian 4x4 Trophy, трки по планински предели. Оваа година имаше 18 учесници, кои се натпреваруваа во 2 класи и тоа помоќната Challenge, како и Adventure и UTV класата во вкупно 4 натпреварувачки денови.

На оваа трка се вози низ преубавите предели на крушевската околина, чија природа нуди одлични услови за адреналински спортови и претставува вистинска атракција за сите љубители на off road трките.

Овој настан е единствен од ваков тип кај нас, а Витаминка ја имаше таа чест да биде дел од истиот, со своите производи.



Витаминка и спортот

Мacedonian Open треба да стане традиција во македонскиот спорт



Во текот на месец мај се одржа ATP Challenger турнирот Macedonia Open кој е од рангот Challenger 75. Во текот на седумте дена на турнирот се случија тениски промени што влијаеја на рангирањето на тенисерите. Исто како и минатата година, турнирот се одржува на една недела пред Грен слем турнирот Роланд Гарос. И ова издание на Macedonia Open изобилуваше со возбудливи мечеви кои се играа во Challenger 75 конкуренцијата. Натпреварувачите имаа шанса да освојат поени кои им помогнаа во рангирањето на АТП листата, а турнирот се одржа втора година по ред, откако претходно имаше подолга пауза.

На турнирот во двете конкуренции настапија 67 играчи од 33 држави, а најмногу имаше од Италија – 7, од Индија има 5, а од Франција, Полска, Чешка и Македонија – 4. Од 18 држави има по еден тенисер. Витаминка го поддржува овој турнир преку брендот Цевитана.



Витаминка и спортот

Тркачкото Порше на Вуков ексклузивно изложено пред македонската публика

Тркачкото возило на македонскиот автомобилист Ристо Вуков, Порше 992 GT3 CUP, со кое Вуков ќе се натпреварува во новата сезона на Порше Супер Купот, беше изложено во East Gate Mall во Скопје. Македонската публика за првпат ја доби ексклузивната можност одблиску да го погледне супер возилото Porsche со 510 коњски сили, кое ги руши брзинските рекорди.

„Навивачите се душата на секој спорт, па и во автомобилизмот возачите ‘добиваат крилја’ кога ја имаат поддршката на публиката“, изјави македонскиот возач Вуков.

На настанот кој привлече голем интерес, својата поддршка за учеството на Вуков на годинашниот Порше Супер Куп, ја даде и Витаминка.

Вуков, својата кариера ја гради надвор од Македонија. Три години по ред настапувал во Порше Карера Куп Италија и една година во Светскиот Porsche Mobil 1 Supercup. Тој е двократен европски шампион во картинг и единствен тогашен претставник од Балканот на Светското првенство во оваа категорија (2008-2009). По одличните резултати, од картинг се префрлува во автомобилизмот, каде постигнува значајни успеси на домашната, како и на меѓународната сцена.

За оваа сезона тој најави повторно настап во светскиот Порше Суперкуп, кое е највисока форма на овие трки со легендарните ГТ возила, а се организираат заедно со трките на Формула 1.

Инаку, Вуков минатите три сезони ги мина како возач во Порше Карера Купот на Италија, каде што се етаблираше како возач кој континуирано освојува поени. Годинава тој настапи во највисокото по ранг светско натпреварување од ГТ трките, Порше Суперкуп.

Тој е актуелен шампион на Македонија во класата Југо хибрид и првак во отвореното првенство на Србија во силна и бројна конкуренција.



Витаминка и музиката и културата

Со промоцијата на новиот албум Калиопи го почна одбележувањето на 40-годишната кариера

Пред голем број пријатели, колеги, соработници, обожаватели и нејзини поддржувачи сите овие години Калиопи го промовираше своето најново музичко дело, едноставно наречено „Албум“. Посветен е на 40-годишнината од нејзината соработка со Ромео Грил, автор на нејзините најголеми хитови, некогашен сопруг.

На албумот се наоѓаат 10 песни, од кои две и се веќе познати на публиката. Минатата година албумот го најавија дуетската песна „Знам“ (со Жељко Самарџиќ) и песната „Кад осване“, кои во меѓувреме ги освоија срцата на публиката. Премиерно, на промоцијата беа пуштени видета за четири песни од новиот албум: „Ела“, чија видео приказна е снимена неодамна во Охрид, „Казна“, песна снимена во соработка со Слаткаристка, кои се на македонски јазик, и на нумерите „Зашто“ и „Дај ми комад душе“, кои се на српски јазик. Истовремено овие мелодии, можеа да се слушнат насекаде во регионот и пошироко, бидејќи беа споделени на официјалниот музички канал на нашата поп дива.

Ромео е автор на скоро сите песн, тој ги потпишува и музиката и текстот, аранжманите, а свири и на бас гитара, на клавијатури, програмира....



Спотовите ги продуцираше студиото „Мелем“, а режијата е на Огнен Шапковски. Дел од песните за на македонски јазик а дел на српски.

Во рамките на одбележувањето на јубилејот, предвидени се два големи концерти на Калиопи пред македонската публика. Првиот е во Битола на 20 јули, во амфитеатарот на Херкалеа, а вториот во Скопје во салата „Борис Трајковски“ на 19 октомври.

Во моментот Калиопи е најекспонирана македонска пејачка во регионот, нејзината публика од ден на ден е се побројна. Витаминка е горд поддржувач на Калиопи, нејзината музика и музичко наследство.



Витаминка и музиката и културата

Афирмација на домашната култура и традиција меѓу странските студенти

Македонската традиција, нашата музика, ликовното творештво, бесценетата литература и секако традиционалната кујна, беа преставени како мостови на зближување на Македонска студентска културна вечер. Универзитетското студентско собрание при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ го организира овој настан со цел афирмација и издигнување на домашната култура и традиција меѓу македонските и странските студенти на УКИМ како и студентите на размена. Покрај студентите, македонските вредности беа претставени и пред наставниот кадар, но и почесни гости од дипломатско-конзуларните претставништва на странски земји. Како носител и креатор на голем дел од македонската традиција Витаминка го збогати овој настан со некои од своите најрепрезентативни производи како Цевитана, мармалади, Атлантис ...

Присутните се уверија во беспрекорниот квалитет и уникатниот вкус на производите на Витаминка.

Витаминка и музиката и културата

Целодневен настан со љубов за Тоше

Витаминка беше присутна на Магичниот концерт за нашиот Тоше Проески! На 6 јуни, во Дом на млади во Штип се одржа целодневен настан посветен на нашиот Тоше Проески. Со богата програма и голем број учесници се оддаде почит на ликот на Тоше, неговите хуманитарни активности како и неговото музичко творештво.

Настанот започна со крводарителска акција под мотото „Биди хуман како Тоше“, како продолжување на неговата заложба, а продолжи со ексклузивна премиера на најновиот документарен филм за Тоше во српска продукција и настап на дечињата од „Весело Штурче“. Витаминка ја имаше честа да биде еден од спонзорите. Подаривме 20 карти на 10 свои случајни следбеници на Инстаграм мрежата, а на поставениот штанд делевме и Cake Up Loop колачиња за слатко задоволство.

Целодневниот настан кулминираше со главен концерт со повеќе од 15 музички ѕвезди кои ги пееја хитовите на Тоше, а сите заедно уживавме во магијата на музиката на нашиот ангел.



Витаминка и музиката и културата

„Црна дупка“ на Струмичкиот театар најдобра претстава на фестивалот

Уште едно бравурозно фестивалско издание заврши и овој пат поддржано од Витаминка. 58миот МТФ „Војдан Чернодрински“ ја спушти завесата со врачувањето на наградите и со концерт на „Добрила и Дориан дуо“. Наградата за уметничко остварување на претставата во целина на годинашното издание ѝ е доделена на претставата „Црна дупка“ од Горан Стефановски, во режија на Љупчо Ѓоргиевски, а изведена од ансамблот на театарот „Антон Панов“ од Струмица. Специјалното признание за колективна актерска игра е доделена на ансамблот на претставата „На дното“ од Максим Горки, во режија на Кендрим Ријани од НУ Народен театар – Битола. Според жири-комисијата, во состав Марина Миливојевиќ-Маџаров – претседателка, Марина Катник-Бакаршиќ и Варја Ѓукиќ, претставата „Црна дупка“ на Струмичкиот театар била хармонична, со вооедначен однос на сите елементи во структурата.

Најголем дел од наградите ги доби претставата „Иванов“ на МНТ.

Наградата за главна женска улога ја доби Дарја Ризова за улогата на Саша во „Иванов“ – МНТ, а наградата за машка улога Васил Михаил за улогата на Сијан во „Црна дупка“ на Струмичкиот театар. Наградата за режија ѝ

е доделена на Зоја Бузалковска за режијата на претставата „Иванов“ – МНТ. Наградата за млад актер „Трајко Чоревски“ ја доби Григор Јовановски за улогата на Љвов, Евгениј Константинович во „Иванов“ – МНТ, а за најдобра млада актерка Јована Миладинова за улогата на Изабел де Валоа во „Едвард Втори“ во изведба на театарот „Јордан Хаџи Константинов-Џинот“, Велес, и драмскиот театар „Масалитинов“, Пловдив.

Наградата за женска епизодна улога отиде во рацете на Анкица Бенинова за улогата на Сања во претставата „Црна дупка“ на Струмичкиот театар, наградата за споредна машка улога „Димче Трајковски“ ја доби Ѓорѓи Јолевски за улогата на Лебедев, Павел Кирилич во „Иванов“ – МНТ.

Наградата за рекламен материјал отиде во рацете на Зоран Кардула за рекламниот материјал на „Иванов“ на МНТ. Наградата за кореографија и сценски движења ја доби Александар Зарапчиев, инструктор за техника на качување и движење на карпа, и Нина Деан за кореографијата и сценските движења во претставата „Иванов“ на МНТ.

Наградата за музика ја доби Ристо Вртев за музиката во претставата „Дупло дно“ на Прилепскиот театар, наградата за костимографија Симон Мачабели и Раде Василев за костимите во „Едвард Втори“ на Велешкиот театар во копродукција со драмскиот театар „Масалитинов“, Пловдив, Бугарија.

Илина Ангеловска, Тодор Дајевски и Зоја Бузалковска ја добиваат наградата за сценографија во претставата „Иванов“ на МНТ, додека наградата за современа сценска драматизација замина кај колективот на претставата „Франкенштајн“ на Театарот за деца и младинци – Скопје.

Фестивалот обединет во „Нов концепт“ понуди 11 театарски претстави во официјална програма и шест во придружна, многу промоции на театарска литература, разговори на тркалезната маса, детска зона, работилници за деца, Скомрахи. Целиот град беше театар.

Дел од претставите оставија впечаток кај публиката, дел не, но во суштината фестивалот го понуди пресекот на она што го работат театрите во земјата.

На фестивалот беа промовирани и фондацијата и наградата „Горан Стефановски“, преку која ќе се стимулира македонското драмско творештво, како и документарниот филм „Траги“ посветен на големиот македонски драмски автор.

Витаминка целосно и посветено го поддржува фестивалот како одраз на високо култура, уметност и традиција на градот. Бевме таму со поддршка за организација и со нашето присуство на секоја од претставите.

Оваа година по втор пат се одржа Матине со Витаминка во чест на нагадените прераснувајќи во постфестивалска традиција.



Фестивали и спонзорства

Aqua Dance club го одбележа 25 годишниот јубилеј

Aqua Dance club го прослави својот 25годишен јубилеј со организирање на музички сценски спектакл Gala show. Претставата наречена „Потрага по среќата“ вклучуваше модерни танци на музика од нашите прославени „Леб и сол“.

На сцената на МОБ околу 300 танчери, активни членови на клубот ги покажаа уникатните кореографии и танчерските вештини на уште поуникатната музика на Леб и сол. Се танцуваше hip hop, street style, современ танц и jazz балет.

На концертот присуствуваа и еминентни имиња од нашата естрада како и голем број претставници од бизнис заедницата. Витаминка го поддржа одржувањето на овој настан како дел од заложбите за развој на современата поп-култура во земјава.



Фестивали и спонзорства

Многу музика и многу забава на летните фестивали



Во изминатиот период, како што започна пролетта а и летото по неа, насекаде низ земјата започнаа да се одржуваат разни фестивали, концерти, настани чија цел е да понудат забава и момент на уживање. Витаминка беше дел од овие настани и на различни начини го поддржа и овозможи нивното одржување.

Концертот на солистите и детскиот хор „Мали ангели“, беше еден од овие настани каде Стоби флипс ја збогатија програмата. Во Охрид се одржа шестото издание на Детскиот музички фестивал „Весели свончиња“ и донесе бескрајна радост и забава за најмладите.

Исто така бевме и на концертите на Нокаут кои пред битолската и охридската публика ги изведоа безвременските хитови и ај активираа временската машина.

Посебно задоволство беше да се поддржи одржувањето на шестото издание на оригиналниот outdoor фестивал When in Krusevo. Бројни outdoor активности, МТВ тури, планинарење, трчање, адреналински параглајдинг погледи, незаборавни јавања низ крушевската природа, забавни и други настани. Овој мултимедијален фестивал е дополнително збогатен од начинот на одржување, на отворено и под свездени ноќи, на свежи утра низ прекрасниот крушевски предел.

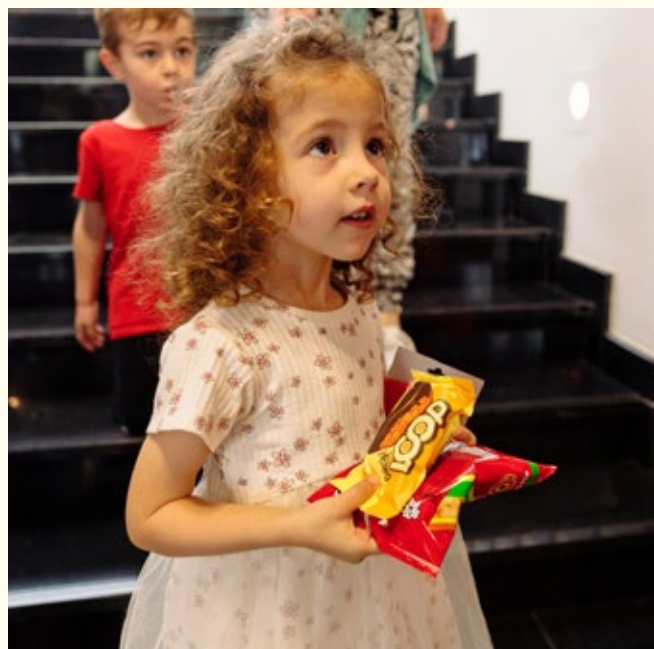
Фестивали и спонзорства

Детскиот фестивал „Поточиња 2024“ повесел со Стоби флипс и Лооп

Детската радост, џагор, смеа и воодушевување се незамелливи во споредба со која било друга емоција. Тоа е она што изминативе 20 години го одржа, движи и воедно мотивира детскиот фестивал „Поточиња“ да продолжи. Откако прерасна во еден од најреномираните фестивали на детската песна во Македонија и пошироко, Поточиња 2024 и оваа година подготвиви 15 нови песни.

Маскотата Поки вешто и игриво ги водеше децата низ фестивалската приказна. А за бескрајната забава и незаборавното искуство, заслугата ја понесоа Стоби флипс и Лооп.

Пред музика, за време и после веселите детски песни, секогаш беше време за Стоби флипс и Лооп.



Фестивали и спонзорства

Во Охрид беше распеано со најновото фестивалско издание на “Веселите Свончиња” и Стоби флипс

Детскиот музички фестивал “Весели Свончиња by JANA” веќе трета година по ред го развесели Охрид. Младите охриѓанчиња и туристите од целиот свет уживаа во убавиот Охрид и најпопуларните детски музички хитови, а за сите посетители Витаминка обезбеди “Стоби Флипс”.

И оваа година најмладите посетители уживаа во детските музички хитови од овој најатрактивен детски музички фестивал и во прекрасните детски гласови.



Преземено од Кафепауза.mk

Интересни факти за чоколадото кои можеби никогаш досега не сте ги чуле

Чоколадото за многумина е најомиленото благо на светот. Но, без разлика дали сте големи љубители или не, по читањето на овој текст без сомнение ќе посакате веднаш да почувствувате барем една коцка од ова божествено слатко на вашите непца.\

1. Чоколадото со векови се смета за афродизијак. Од древните Ацтеки, па сè до Казанова и францускиот суд, сите верувале дека чоколадото е еликсир на љубовта.
2. Дрвото од кое настанува чоколадото, „Theobroma cacao“, во превод значи „храна за богови“.
3. Првото чоколадо е произведено во фирмата „Fry and Sons“ во Бристол, Англија во 1847 година.
4. Првиот рецепт за чоколадо бил објавен во каталогот „Sears and Roebuck“.
5. Дрвото кое произведува какао може да живее и до 200 години, но квалитетните зрна кои се користат за чоколадото се произведуваат само 25 години.
6. Еден плод од какаото содржи 42 зрна додека пак, за подготовка на чоколадо од 1 килограм се потребни околу 270 зрна какао.
7. Црното чоколадо содржи антиоксиданси кои го намалуваат притисокот.
8. Чоколадото има околу 600 елементи кои го создаваат вкусот, за разлика од виното кое има само 200.
9. Најголемото чоколадо во светот, кое влегло во Гинисовата книга на рекорди е направено во Чикаго, со тежина од скоро 6 тони.
10. Доколку изедете коцка или две од кое било чоколадо, вие ќе добиете потребна енергија за да прошетате (само) 50 метри.
11. Во 100 грама чоколадо има околу 500-600 калории.
12. Пред скоро 2 500 години, Маите консумирале чоколадо во облик на пијалак (најчесто горко), додека пак, зрната од какаото ги користеле и како валути.
13. Дали сте знаеле дека овој прекрасен десерт се топи на околу 29 степени Целзиусови, што е малку под температурата на телата? Затоа чоколадото се топи во истиот момент кога ќе го ставите на вашиот јазик.
14. Истражувањата ни покажуваат дека темното чоколадо го подобрува помнењето, концентрацијата, како и способноста за решавање проблеми така што го зголемува протокот на крвта во мозокот.
15. Жените јадат скоро дуго повеќе чоколадо од мажите.
16. Чоколадото ја забрзува работата на срцето повеќе дури и од бакнежот со љубената личност.

17. Не заборавајте дека чоколадото е отровно за кучињата и одредени домашни миленици!
18. Повеќе од 20 милиони килограми чоколадо се купува секојдневно во знак на љубовта.
19. Помеѓу 40 и 50 милиони луѓе на овој свет живеат од индустријата на чоколадото, додека само во Белгија се наоѓаат околу 17 000.
20. Наводно постојат записи кои докажуваат дека Наполеон секогаш носел чоколадо со себе, особено за време на воените операции.
21. Зрната какао се сушат 7 дена на сонце пред да се испорачаат на оние кои произведуваат чоколадо.
22. Се смета дека дури 90% од светското производство на какаото е произведено на мали фамилијарни фарми.
23. Не се познати никакви облици на алергија на чоколадо (одлични вести!).
24. Просечен жител на Швајцарија во текот на годината јаде околу 10 килограми чоколадо. Можеби тоа е причината зошто имаат најмал процент на случаи со срцев удар во светот.
25. Скоро половина од произведените чоколади во светот се јадат во Америка.
26. Ако сте се откажале од чоколадото со цел да го намалите лошиот холестерол, за џабе сте се жртвувале. Вистината е дека чоколадото содржи какао масло кое е исполнето со заситени масти од кои повеќето не се подигнува нивото на холестеролот, додека пак кај некои луѓе помагаат дури и да се намали.
27. До средината на 18-от век, само богатите можеле да си дозволат зрна какао.
28. Чоколадото содржи кофеин, но неспоредливо малку во однос на една шолја кафе.
29. Индустријата за чоколадото вреди околу 110 милијарди долари годишно.
30. Најстарата компанија за производство на чоколадо е „Hershey's“, која била основана во 1894 година.

ТВОЈАТА
СВЕЖА
СТРАНА

COLORED BY
CEVITANA



www.vitaminka.company