

ИНФОРМАТОР

vitaminka.company

Бр. 38 март 2026



Твој свети
на вкусови



СОДРЖИНА



Стр. 7

Нови политики - зајакната рамка за одговорно работење



Стр. 18

Витаминка домаќин на висока делегација од Република Узбекистан



Стр. 21

Интервју со Љупчо Велески, директор за извоз на Витаминка Македонските компании се слабо интернационализирани и се повеќе локално ориентирани



Стр. 27

Поголема грижа за себе: одржана работилница за анксиозност и стрес

Стр. 32

Витаминка со Стоби Флипс и купувачите донираа 1.000.000 денари за СОС Детско село





Воведник

Да траеш значи да вредиш – 70 години Витаминка

Драги колеги, секое издание на Информаторот има една тивка, но важна улога: да нè врати еден чекор назад од секојдневната динамика, за да се видиме како целина, како луѓе, тимови, компанија што расте и се менува, а сепак останува своја. Информаторот одамна не е само место каде што „се пренесуваат информации“, многу повеќе е нашиот заеднички глас, огледало на културата што ја градиме и простор каде што успесите, предизвиците, идеите и човечките приказни добиваат смисла кога се споделени. Токму затоа, кога имаме годишнини, не ги запишуваме како формалност, ги раскажуваме, бидејќи тие се моменти кога си должиме да се потсетиме зошто постоиме, од каде тргнавме и што значи тоа што заедно опстојуваме и напредуваме. Информаторот е создаден од вработените, за вработените, и во него најубаво се слуша токму она што нè прави Витаминка, или чувството дека припаѓаме на нешто поголемо од нашите работни задачи, на едно заедничко семејство што расте со секој број.

И токму во таков дух, ова издание нека започне со една поинаква мисла, зошто пишуваме за 70 години Витаминка? Не затоа што бројката звучи свечено, туку затоа што во неа се сместени илјадници мали чекори, денови на работа што не се гледаат однадвор, но се чувствуваат во квалитетот, во довербата, во вкусот што останува ист и кога времињата се менуваат. Седумдесет години се доволно долго време една компанија да стане дел од градот во кој живее, да го обликува неговиот ритам, да биде причина некој да остане, да се врати, да се гордее. А Прилеп не е само нашата локација, тој е нашиот карактер. Во него се нашите почетоци, нашата упорност и дисциплина, но и она прилепско достоинство што не дозволува да се работи „половично“ кога се работи за нешто што го носи твоето име.

Почетокот на Витаминка од 1956 година е почетна точка што нè трогнува не затоа што е „романтична“, туку затоа што нè потсетува дека големите приказни не почнуваат со големи зборови, туку со работа што се повторува секој ден, со истите раце, стандарди и истата одговорност. И додека со годините се проширувавме, менувавме технологии, портфолија, амбалажи и пазари, суштината остана препознатлива: да создадеме производи што луѓето ги внесуваат во својот дом без двоумење, затоа што веруваат во нас. Нашата компанија е составен дел од животите на неколку генерации и токму тоа е најточниот опис за она што го чувствуваме кога ќе видиме дека некој пораснал со нашите вкусови, а денес ги купува за своите деца.

Да се биде 70 години присутен на пазарот на кондиторски и прехранбени производи значи да се живее со промените, да се трча со темпото на потрошувачите, конкуренцијата и трендовите, а сепак да се задржи автентичноста. Денешниот пазар е гласен, брз и пребирлив и во него опстојуваат оние што знаат да ја комбинираат традицијата со храброст да се развиваат. Ние сме компанија што од една основа успеа да прерасне во производител со широк асортиман, препознаен и дома и надвор, присутен на повеќе од 30 извозни пазари, што зборува и за квалитет, и за континуитет, и за доверба што се гради долгорочно.





Но, најубавото е што и кога сме надвор, ние секогаш носиме „внатре“ нешто многу лично, духот на Прилеп во нашата работна етика, нашата дисциплина, нашата скромност и тврдоглавата желба да бидеме подобри од вчера.

Оваа годишнина е и момент да се потсетиме дека Витаминка не ја прават машините, ниту само рецептите и брендovите; Витаминка ја прават луѓето. Тука се генерации колеги што ги пренеле знаењата како што се пренесува семејна вредност, со пример, трпение и одговорност. Тука е секој што некогаш останал подолго за да се испорача на време, секој што одбил компромис со квалитетот, секој што бил горд кога ќе ја видел нашата амбалажа на полица, на саем, на фотографија од пријател што живее во друга земја. И затоа ова не е само „текст за јубилеј“, туку благодарност кон сите што ја носеле компанијата низ различни времиња и кон сите што денес ја носат во иднината.

Кога Информаторот пишува за 70 години, тој всушност пишува за една вредност што се чувствува и во производите и во односите, дека успехот има смисла кога е споделен. Споделен со заедницата, со градот, со пазарот, со сите што нè избираат, но најмногу споделен меѓу нас. Затоа ова издание нека биде како тивка прослава што ја чувствуваме во себе, не како свечен говор, туку како топло признание дека сме дел од нешто што трае. И ако 70 години се доказ за истрајност, тогаш следните години нека бидат доказ за нашата свежа енергија да создаваме уште подобри производи, да се натпреваруваме чесно и храбро на пазарот, да го чуваме името Витаминка како да е наше лично име и да го носиме Прилеп со гордост во секој вкус што ќе стигне до луѓето.



За почеток

Одговорно работење за долгорочен успех

Во современиот бизнис свет, успехот не се мери само со профит, туку и со влијанието врз општеството и животната средина. ESG (Environmental, Social, Governance) го поставува новиот стандард на работење, каде одговорноста, стабилноста и долгорочниот развој се интегрирани во секојдневните процеси.

Животната средина, луѓето и корпоративното управување се тесно поврзани. Мерењето на јаглеродниот отпечаток овозможува оптимизација на процесите, енергетска ефикасност и намалување на влијанието врз климата. Грижата за вработените создава доверба, лојалност и стабилност, а одговорното управување гарантира дека сите заложби се проверливи и одржливи.

Во Витаминка ESG е многу повеќе од концепт, туку култура, начин на размислување и работење каде одлуките се поткрепени со податоци, а одговорноста е дел од секојдневието. Така се гради доверба, стабилност и долгорочна одржливост.

За почеток

Витаминка започнува со имплементација на ESG - стратешки чекор кон одржлива иднина



Витаминка започна со формална имплементација на ESG (Environmental, Social, Governance) принципите преку современата VSME рамка за репортирање, која овозможува систематски пристап кон одржлива практика, корпоративна одговорност и транспарентно управување. На информативната и консултативна средба што се одржа во просториите на компанијата, беа разгледани приоритетните области од ESG доменот и беа споделени очекувањата, обврските и придобивките од одржливото работење.

Со овој чекор, компанијата ја зајакнува својата долгорочна стратегија и го потврдува континуираниот стремеж кон интегрирање на традицијата, иновацијата и квалитетот што ја обележуваат нејзината повеќедецениска работа, според Генералниот извршен директор, Сашо Наумоски.

„Процесот на воведување ESG во Витаминка не е административен чекор, туку длабинска трансформација на начинот на кој во компанијата се размислува, планира и делува. Со тоа оваа деловна обврска, станува стратешки избор кој ја потврдува нашата



посветеност на одговорно и транспарентно работење. Нашата амбиција е ESG да стане дел од секојдневието, започнувајќи од одлуките во менаџментот, па до идеите што доаѓаат од нашите вработени. Тоа е нов начин на размислување што нè потсетува дека секој чекор има влијание и врз луѓето и врз животната околина. Веруваме дека со ова ќе ја зајакнеме конкурентноста на компанијата и ќе придонесеме за создавање подобра иднина за сите," истакна Наумоски пред присутните.

ESG претставува глобално признат модел за мерење и управување со влијанието на компаниите врз животната средина, општеството и корпоративното управување. За Витаминка, ова значи надградување на процесите за намалување на влијанието врз околината, поголема грижа за вработените и заедницата, како и јакнење на транспарентноста и етичкото делување. Примената на ESG моделот ќе ѝ овозможи на компанијата поефикасно да ги следи своите резултати, да поставува јасни цели и да обезбеди повисок степен на отчетност кон сите засегнати страни.

Имплементацијата на ESG ќе се реализира етапно во следните три до пет години, при што до крајот на април 2026 година ќе биде подготвен и првиот ESG извештај. Во овој период, компанијата ќе работи на намалување на емисијата на CO₂, воведување енергетски поефикасни технологии, подобрување на управувањето со отпадот и оптимизација на транспортните процеси. Истовремено, ќе се унапредат програмите за развој на вработените, инклузивноста, родовата еднаквост и партнерството со локалната заедница. Компанијата ќе продолжи и со зајакнување на корпоративната етика, управувањето со ризици и усогласувањето со европските стандарди за одржливо корпоративно управување.

Витаминка гледа на ESG како на долгорочна трансформација што започнува однатре, со подигнување на свеста, подобрување на интерните процеси и градење корпоративна култура во која секоја одлука и секој чекор го земаат предвид влијанието врз луѓето и планетата. Со ова, компанијата прави значаен исчекор кон европските и глобалните стандарди за одржливост и ја зацврстува позицијата како одговорен и современ индустриски лидер.

Витаминка продолжува да гради на своите вредности на квалитет, доверба и грижа за заедницата, создавајќи основа за поодржлива иднина за сегашните и идните генерации.





За почеток

Нови политики - зајакната рамка за одговорно работење



Во Витаминка усвоивме сет нови и ажурирани политики и кодекси со кои дополнително ја зацврстуваме нашата определба за квалитет, безбедност, етика и одржливост. Овие документи не се само формално усогласување со стандарди туку тие се практична рамка што ни помага сите да работиме појасно, поодговорно и поусогласено.

Интегрирана политика за квалитет и безбедна храна

Го потврдуваме нашиот нулта компромис пристап кон квалитетот и безбедноста на храната. Производството, следливоста, автентичноста и усогласеноста со IFS, HACCP, Codex Alimentarius и релевантните ISO-стандарди остануваат наш врвен приоритет. Секој производ што го носи името Витаминка мора да биде безбеден, проверен и достоин за довербата на потрошувачите.

Политика за менаџмент на енергија и заштита на животната средина

Ја продлабочуваме нашата посветеност на енергетска ефикасност, намалување на емисии и одговорно користење на ресурсите. Работиме во согласност со ISO 14001 и ISO 50001, применуваме принципи на одржливо снабдување (RSPO, Rainforest Alliance, EUDR) и вложуваме во иновации што го намалуваат јаглеродниот отпечаток на нашите производствени процеси.





Политика за безбедност и здравје при работа

Безбедноста на секој вработен е предуслов за успешно работење. Продолжуваме со систематска проценка на ризици, редовни обуки и активно учество на вработените во градење култура на превенција. Усогласени сме со ISO 45001 и со сите законски барања, а целта ни е безбедна и здрава работна средина за сите.

Политика за антикорупција

Нулта толеранција за поткуп, измама и конфликт на интереси останува непроменета. Сите деловни одлуки мора да бидат базирани на објективност, чесност и транспарентност. Финансиските трансакции мора да бидат точни и проверливи, а секое прекршување носи соодветни последици.

Политика за пријавување неправилности

Обезбедуваме доверливи и безбедни канали за пријавување сомнителни постапки или прекршувања, без страв од одмазда. Секоја пријава се истражува фер и темелно, а резултатите водат кон конкретни корективни мерки. Транспарентноста и заштитата на пријавувачите се дел од нашата култура на интегритет.

Кодекс на однесување

Кодексот ги дефинира принципите што важат за сите нас, интегритет, почитување на закони, заштита на податоци, одговорност кон животната средина, почитување на човековите права и професионално однесување. Секој од нас има обврска да ги живее овие принципи во секојдневното работење.

Кодекс за синџирот на достава

Истите стандарди што важат за нас, ги очекуваме и од нашите партнери. Добавувачите мора да ги почитуваат човековите права, еколошките стандарди, антикорупциските принципи и барањата за квалитет и безбедност на производите. Преку транспарентност и следливост, заедно градиме одговорен и одржлив синџир на снабдување.

Овие политики и кодекси ја зацврстуваат нашата ESG рамка и ја потврдуваат културата што ја градиме во Витаминка - професионалност, одговорност и почит. Секој од нас има улога во нивната примена, затоа што стандардите не ги дефинираат само документите, туку начинот на кој работиме секој ден.

Фокус на ...

За унапредување на безбедност и благосостојба на работното место

Витаминка на светскиот саем A+A 2025

Претставници на Витаминка, Олга Ристеска, координатор за обезбедување квалитет, и Орде Ѓорѓиоски, директор на правни и општи работи, учествуваа на водечкиот светски саем и конгрес A+A 2025, кој се одржа во Диселдорф. Настанот, под мотото „People matter“, е најголемата глобална платформа посветена на безбедноста, здравјето и благосостојбата на работното место, каде се презентираат најновите иновации и решенија што го поставуваат правецот на идниот индустриски развој.



Годинашното издание ја нагласи важноста на човекот како клучен фактор во процесот на модернизација на индустријата, претставувајќи најсовремени технологии за заштита и подобрување на работните услови. Меѓу главните теми беа егзоскелетите, вештачката интелигенција и вакуум лифтинг системите, технолошки решенија кои веќе ја трансформираат фабричката работа, овозможувајќи поголема ефикасност и сигурност.

Посебно внимание беше посветено и на темата за психичко здравје и благосостојба на вработените. Во фокусот беа концепти кои поттикнуваат создавање позитивна и поддржувачка работна атмосфера преку зони за одмор и релаксација, програми за психичка рамнотежа и активности за зајакнување на тимскиот дух.

Сите овие иницијативи ја нагласуваат потребата да се третира благосостојбата на вработените како составен дел од безбедноста при работа.

За Витаминка, следењето на трендовите и иновациите претставени на A+A 2025 има стратешко значење. Компанијата континуирано вложува во создавање безбедна, здрава и мотивирачка работна средина, каде вработените се во центарот на корпоративната култура. Интеграцијата на вакви иницијативи е во согласност со заложбата на Витаминка за постојано унапредување на работната ергономија и зголемување на задоволството и продуктивноста на тимот. Со тоа, компанијата потврдува дека чекори во склад со современите глобални стандарди и ја гради својата иднина на темелите на иновацијата, одговорноста и грижата за своите вработени.





Фокус на ...

Учество на 6-тата Македонско-германска конференција за контролинг

Со фокус на иновативните развојни практики во областа на контролингот се одржа 6-тата Македонско-германска конференција за контролинг. На годишната тема „Нови техники и концепти за понатамошен развој на перформансите во контролингот и CFO областа“, своите видувања и ставови ги изнесоа истакнати академици, индустриски експерти, финансиски директори, истражувачи и носители на политики а дел од панелот беа и претставниците на Витаминка Сања Николоска и Маријана Бојкова, финансиски аналитичар планери и Михаела Дунимагоска финансиски книговодител.

Конференција претставуваше своевидна платформа за учење, дијалог, вмрежување и можности за заеднички истражувања, а современите пристапи во управувањето со перформансите и стратемиското планирање во финансискиот сектор беше главниот фокус. Посебно внимание се посвети на новите стандарди во контролингот, искористувањето на потенцијалот на дигитализацијата и вештачката интелигенција преку поедноставување на процесите во CFO-сегментот, како и на поддршката што вештачката интелигенција ја нуди во процесите на планирање и донесување одлуки.

Преку размената на овие знаења и ставови се креираат насоки и се придонесува врз идниот развој на контролингот и CFO областа.

Присуството на Витаминка ја потврдува заложбата на компанијата за постојан професионален развој, примена на современи алатки и следење на трендовите во финансискиот менаџмент.



Фокус на ...

Зад секој успех стои здрав тим

Грижата за здравјето не треба да започнува кога ќе се појави проблем, туку многу порано - со превенција, информираност и навремена поддршка. Токму затоа во Витаминка организира бесплатни специјалистички прегледи за вработените, реализирани со стручни медицински тимови, со цел да се поттикне редовната здравствена контрола и личната одговорност кон сопственото здравје.

За машките вработени се организираа бесплатни ЕХО прегледи на абдомен, како дел од иницијативата за поттикнување редовна превентивна грижа. Истовремено, за жените се обезбедуваа бесплатни ЕХО прегледи на дојки, кои беа реализирани во организирани термини. Прегледите беа на доброволна основа со претходно пријавување, но со јасна порака, превенцијата е најсилната форма на одговорност кон себе.



Со оваа иницијатива, Витаминка уште еднаш покажува дека благосостојбата на вработените е приоритет и дека здравјето е темелот врз кој се гради стабилен и успешен тим.

РЕДИЗАЈНИРАНИ
ПРОИЗВОДИ



INTERVIEW

КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА
ОДГОВОРНОСТ ВО ВИТАМИНКА

САШО НАУМОСКИ

ГЕНЕРАЛЕН ИЗВРШЕН ДИРЕКТОР НА ВИТАМИНКА

КОМПАНИЈА ШТО Е СИЛНА ДОМА, МОЖЕ ДА БИДЕ СИЛНА И НА РЕГИОНАЛНО НИВО

- Нашата улога ја гледаме како долгорочен ангажман и посветеност, со главен фокус на стабилност, доверба и развој во секое поле. Со толку вработени и воспоставени деловни и општествени релации, Витаминка е интегрален дел од заедницата.
- За нас, корпоративната општествена одговорност не е само дел од стратегијата, туку е длабоко вградена во нашата корпоративна култура и начин на размислување. Со години наназад, постојано сме посветени на заедницата – тоа не е моментална одлука или тренд, туку резултат на вредности што се градат и негуваат во компанијата.





Нашата приказна е длабоко врзана со Прилеп и регионот. Тука растевме и тука работиме, повеќе од 80 отсто од вработените се од овој град и од околината. Затоа е сосема природно најголемиот дел од нашата општествена одговорност

да биде насочена токму кон средината во која живееме и функционираме. Тоа се гледа преку континуирана поддршка на локални институции, здравствени и образовни установи, општински проекти и социјално ранливи категории.

КАПИТАЛ

► Витаминка со децении е присутна на македонскиот пазар. Како денес, од позиција на менаџмент, ја разбирате улогата на компанијата во општеството, надвор од основната бизнис-дејност?

Витаминка е присутна на македонскиот пазар повеќе од седум децении, и нејзината улога одамна ја надминува основната бизнис-дејност. Како компанија, не сме само производител на храна, туку сме и работодавец на околу 700 луѓе, партнер и поддржувач на илјадници семејства. Од менаџерска перспектива, ова значи дека нашата одговорност не се сведува само на финансиски

успех, туку и на оставање позитивна трага во заедницата во која работиме. Ова е процес што постојано го следи работењето на Витаминка.

Нашата улога ја гледаме како долгорочен ангажман и посветеност, со главен фокус на стабилност, доверба и развој во секое поле. Со толку вработени и воспоставени деловни и општествени релации, Витаминка е интегрален дел од заедницата. Вложувањето во развојот на кој било дел од заедницата е вложување и во самата компанија. Веруваме дека компанија што расте изолирано од општеството нема одржлива иднина.

► Колку корпоративната општествена одговорност

е дел од стратегијата на Витаминка, а колку е резултат на корпоративната култура што се градела со години?

За нас, корпоративната општествена одговорност не е само дел од стратегијата, туку е длабоко вградена во нашата корпоративна култура и начин на размислување. Со години наназад, постојано сме посветени на заедницата – тоа не е моментална одлука или тренд, туку резултат на вредности што се градат и негуваат во компанијата. Особено сме фокусирани на локалното ниво, бидејќи живееме и работиме тука, во Прилеп, а целата моја фамилија е дел од оваа средина. Затоа, нашата општествена одговорност е насочена кон



подобрување на условите токму тука, каде што секој придонес има директно значење за луѓето околу нас.

Веруваме дека вистинскиот успех има смисла само кога се споделува и кога придонесува за подобрување на општеството во кое работиме и живееме. Вклучувањето на општествениот аспект во деловната стратегија ни овозможува да бидеме доследни, фокусирани и одговорни во сè што правиме. Но, токму колективното убедување дека имаме моќ да направиме разлика – и дека тоа е наша природна обврска, а не само формалност – ја дава автентичноста на нашата општествена одговорност. Кога вработените ја препознаваат оваа вредност како дел од сопствениот идентитет, тогаш знаеме дека сме на вистинскиот пат.

► **Кои иницијативи или проекти што ги реализиравте во последниот период најдобро го отсликуваат пристапот на Витаминка кон заедницата и општествената одговорност?**

Еден од најзначајните и најнови проекти што го отсликува нашиот пристап кон заедницата е кампањата реализирана за SOS Детско село. Посебноста на овој проект е во тоа што носител е брендот Стоби Флипс, кој постои речиси 48 години и со кој пораснале многу генерации деца. Токму затоа, одлучивме да ја насочиме нашата општествена одговорност кон поддршка на најранливите – децата без родители, кои се згрижени во SOS Детско село. Во рамки на овој проект, заедно со потрошувачите дониравме 1.000.000 денари за SOS Детско село, со конкретна цел – средствата се наменети за психолошка поддршка и рехабилитација на овие деца. Дополнителна вредност на донацијата е тоа што го интегрира и активира граѓанското учество, подигнува свесност и ги поврзува брендovите со вистинските општествени потреби. За нас, ваквите иницијативи се суштина на современата општествена одговорност – тие создаваат чувство на заедништво и директно придонесуваат за подобрување на условите за најранливите во нашата заедница.

► **Како компанија со силна локална и национална улога, на кој начин Витаминка**

придонесува за развојот на заедницата, особено во Прилеп и регионот?

Нашата приказна е длабоко врзана со Прилеп и регионот. Тука растевме и тука работиме, повеќе од 80 отсто од вработените се од овој град и од околината. Затоа е сосема природно најголемиот дел од нашата општествена одговорност да биде насочена токму кон средината во која живееме и функционираме. Тоа се гледа преку континуирана поддршка на локални институции, здравствени и образовни установи, општински проекти и социјално ранливи категории. Но нашиот придонес не го гледаме само низ призма на донации. За нас, општествената одговорност секогаш започнува од самите себе, од суштината на Витаминка, а тоа се луѓето што ја создаваат секојдневно. Прво изградивме одговорност кон вработените, преку стабилни работни места, континуирани инвестиции во производството и долгорочна присутност, што само по себе е важен фактор за локалниот економски развој. Тој пристап го надградивме со цела програма за семејна одговорност, преку која реализираме низа активности насочени кон подобар баланс меѓу работниот и приватниот живот, специјалистички прегледи, приватно здравствено осигурување и други бенефиции. На овој начин, Витаминка не е само општествено, туку и семејно одговорна компанија. Токму оваа стабилност одвнатре, грижата за луѓето, за заедницата и за долгорочниот развој, ни дава основа да растеме понатаму. Веруваме дека компанија што е силна дома, која има доверба и поддршка од својата заедница, може да биде кредибилен, стабилен и одговорен партнер и на национално и на регионално ниво.

► **Во услови на економска и општествена неизвесност, како се грижевите за вработените и како ја одржуваат стабилноста и довербата во рамки на компанијата?**

Во Витаминка веруваме дека вработените се нашиот највреден капитал и затоа нашата грижа за нив е суштински дел од корпоративната култура. Континуирано воведуваме различни бенефиции, секогаш имајќи ги предвид реалните потреби на луѓето. Меѓу



Еден од најзначајните и најнови проекти што го отсликува нашиот пристап кон заедницата е кампањата реализирана за SOS Детско село. Посебноста на овој проект е во тоа што носител е брендот Стоби Флипс, кој постои речиси 48 години и со кој пораснале многу генерации деца. Токму затоа, одлучивме да ја насочиме нашата општествена одговорност кон поддршка на најранливите – децата без родители, кои се згрижени во SOS Детско село. Во рамки на овој проект, заедно со потрошувачите дониравме 1.000.000 денари за SOS Детско село, со конкретна цел – средствата се наменети за психолошка поддршка и рехабилитација на овие деца.

најзначајните се продолженото породилно боледување од 4 месеци, можност за постепено враќање на мајките на работа со скратено или прилагодено работно време, како и дополнителна поддршка за родителите – 5% од платата дополнително за родителите кои имаат трето дете, до наполнување 16 години, и тоа доколку работат двајцата родители, бенефицијата ја добиваат двајцата. Секој ден обезбедуваме три оброци за вработените, со избор помеѓу посен, со месо или сув оброк, а дополнително овозможуваме обуки и стипендии за оние што сакаат





Младите се енергијата, инспирацијата и двигателот на иднината. Во Витаминка веруваме дека токму младите носат нови идеи, свеж поглед и храброст да ги менуваат работите. Ако сакаат да ја градат својата кариера тука, во Македонија, компанијата

е тука да им даде шанса – не само за работа, туку и за развој, учење и вистинско признание за нивниот труд. Дуалното образование е алатката преку која ги поврзуваат младите со реалниот сектор уште додека се ученици.





да продолжат со факултетско образование. Нашата цел е да покажеме дека вработените не се само ресурс, туку вистински партнери во долгорочниот развој на компанијата, и правиме сè тие да се чувствуваат сигурно, ценето и мотивирано.

► Сè почесто се зборува за ESG стандарди. Кои аспекти од овој пристап се веќе присутни во работењето на Витаминка и каде гледате простор за понатамошен напредок?

ESG (Environmental, Social and Governance) стандардите се веќе интегрирани во работењето на Витаминка. Во делот на животната средина, со години применуваме практики за заштита на околината и рационално користење на енергијата. Социјалниот аспект се гледа во одговорниот однос кон вработените и заедницата, преку бројни иницијативи и поддршка. Во делот на управување, ESG ни помага да ги дефинираме појасно односите со вработените, добавувачите и партнерите, како и да ја зајакнеме транспарентноста и довербата. Овој систематизиран пристап ни овозможува подобро да ги разбереме ризиците и можностите, да ги оптимизираме процесите и да донесуваме поинформирани одлуки. Простор за напредок гледаме во поставување јасни, долгорочни цели, унапредување на интерните политики и редовно, јавно известување за напредокот. За нас, ESG не е формалност, туку практична алатка за долгорочна одржливост и конкурентност.

► Потрошувачите денес се почувствителни на одговорното однесување на брендovите. Колку, според вашето искуство, општествената одговорност влијае врз довербата и лојалноста кон Витаминка?

За нас, корпоративната општествена одговорност не е само збор или обврска – тоа е срцето на сè што правиме. Веруваме дека секоја деловна одлука, секој наш чекор, остава трага во животите на луѓето околу нас. Нашите брендови не се само производи – тие се дел од секојдневието, од детските спомени, од семејните моменти, од заедничките вредности што ги градиме со генерации. Одговорното однесување на нашите брендови значи да бидеме таму каде што сме најпотребни – да подадеме рака, да инспирираме, да мотивираме и да создадеме вистинска промена. Грижата за луѓето, заедницата и иднината не е формалност, туку наша природна состојба. Секој успех го мериме преку насмевките што ги носиме, преку довербата што ја градиме и преку љубовта што ја враќаме назад во заедницата.

Нашата филозофија е едноставна: да растеме со почит, со отворено срце и со искрена желба да го направиме светот малку подобар

отколку што го најдовме. Тоа е патот по кој чекориме – со одговорност, љубов и посветеност, секој ден.

► Како ги гледате младите генерации во контекст на идниот развој на компанијата и што може бизнис-секторот реално да направи за тие да ја градат својата кариера во Македонија?

Младите се енергијата, инспирацијата и двигателот на иднината. Во Витаминка веруваме дека токму младите носат нови идеи, свеж поглед и храброст да ги менуваат работите. Ако сакаат да ја градат својата кариера тука, во Македонија, компанијата е тука да им даде шанса – не само за работа, туку и за развој, учење и вистинско признание за нивниот труд. Дуалното образование е алатката преку која ги поврзуваат младите со реалниот сектор уште додека се ученици. Практична настава, платени пракси, менторство и поддршка – сè што им е потребно за да стекнат искуство, самодоверба и да бидат подготвени за вистински предизвици. Кога образованието и бизнисот работат заедно, младите добиваат причина да останат овде и да ја градат својата иднина, а компанијата добива мотивирани, креативни луѓе со кои расте заедно. Затоа, младите треба да бидат храбри, да сонуваат големо, да прашуваат, да учат и да бараат повеќе. Нивната младост е нивна супермоќ – време е да ја искористат во подобрување на Македонија! Само тука си свој!

► Кога би требало со една порака да ја сумирате филозофијата на Витаминка во однос на корпоративната општествена одговорност – што би било најважно да знаат читателите на „Капитал“?

Во Витаминка веруваме дека вистинската сила на една компанија се гледа во тоа колку добро се грижи за луѓето и заедницата околу себе. Одговорноста не е товар, туку избор – избор секој ден да се биде подобар, да се создава вредност што останува и по нас. Тоа е правиот пат: да растат со интегритет, да инспирираат со доверба и да остават трага што значи повеќе од успехот на хартија. ■■■





Актуелно кај нас

Култура на безбедност на работното место - учиме, препознаваме, спречуваме

На 31 октомври 2025 година, во Институт Концепт во Скопје, Витаминка ја претвори темата „безбедност и здравје при работа“ од обврска на хартија во жива пракса што се чувствува секој ден на работното место. Обуката, реализирана согласно Законот за безбедност и здравје при работа и правилникот за изјава за безбедност и процена на ризик, ја потсети целата екипа дека најважната „опрема“ со која влегуваме во смена се знаењето и вниманието, што да препознаеме како опасност, како да реагираме во ситуација на ризик и како навреме да спречиме мал пропуст да прерасне во повреда или застој.

Во текот на оваа обука, особено значајно беше што учесниците ги поврзаа клучните документи што го држат системот постојано „буден“, а тоа се процената на ризик како мапа на можните опасности, изјавата за безбедност како јасна заложба на работодавачот за усогласеност и грижа и елаборатот како практичен план што тие обврски ги претвора во конкретни мерки, одговорности и постапки. Се нагласи важноста на правилната и стандардизирана лична заштитна опрема, редовните проверки и плановите за евакуација, како и потребата да се води евиденција и анализа не само на повреди, туку и на „near miss“ ситуации, затоа што најдоброто учење е она што се случува пред да се случи инцидент.

Обуката дополнително ја истакна улогата на стручните лица за БЗР, претставниците на вработените и комитетот за БЗР, како врска меѓу производството и менаџментот, но и како механизам за постојано подобрување на системот во линија со принципите на ISO 45001.

На обуката учествуваа Олга Ристеска како QA координатор, Ангела Караѓулеска и Ирена Јованоска како вработени што ќе се занимаваат со безбедност и заштита при работа, како и колешките Жаклина Георгиева, QA координатор од Брилијант и Сања Донева исто идно лице за БЗР од Брилијант.

Пораката што остана најсилно е дека безбедноста не е „делегирана тема“, туку заедничка навика, кога секој од нас знае што прави, зошто го прави и како да реагира, работното место станува посигурно, поорганизирано и поефикасно, а тоа значи помал ризик, повеќе доверба и поголема грижа за човекот.

Актуелно кај нас

Витаминка домаќин на висока делегација од Република Узбекистан

Во рамки на меѓународна студиска програма, Витаминка беше посетена од висока делегација од Република Узбекистан, која престојува во Северна Македонија со поддршка на Германското друштво за меѓународна соработка (GIZ).



Посетата беше насочена кон запознавање со практичните искуства на македонските компании во областа на индустрискиот развој, унапредувањето на продуктивноста и примената на современи и одржливи решенија во производството. Во таа насока, гостите имаа можност одблиску да ги видат производствените капацитети на Витаминка и да слушнат повеќе за развојната стратегија, технолошките инвестиции и процесите што ја градат конкурентноста на компанијата.

Разговорите се одвиваа во отворена и конструктивна атмосфера, со фокус на конкретни практики и искуства што можат да се применат и во поширок регионален контекст.

Домаќини на делегацијата беа Жарко Качаков, директор на секторот за развој, Душица Неделкоска, маркетинг и ПР координатор, Орде Ѓорѓиоски, директор на секторот за правни и општи работи во Витаминка, Игор Јаковлески, шеф на производство во Ф2 и Александар Ѓуроски, шеф во Извоз кои ја претставија работата и развојните насоки на компанијата.

За Витаминка, ваквите посети претставуваат значајна можност за размена на знаење и продлабочување на меѓународната соработка.





Актуелно кај нас

На ISM Келн: јакнење на меѓународното присуство и развој на нови деловни соработки

Витаминка и оваа година беше дел од ISM во Келн, каде што компанијата се претстави пред меѓународната стручна и деловна јавност со целокупниот асортиман, продолжувајќи ја традицијата на активно учество на овој престижен саем дванаесет години по ред.

Изложувањето на ISM се третира како стратешка платформа за јакнење на извозното присуство, со фокус на продлабочување на постојните партнерства и воспоставување нови контакти со потенцијални дистрибутери на глобално ниво.

„Настапот на саемот ISM е од големо значење за изложувачите, затоа што ова е најголем светски саем специјализиран за кондиторија и посебно одговара за нашиот сектор. Витаминка е редовен изложувач и во досегашното искуство сме се увериле во придобивките и реалните резултати. Секогаш настапуваме високо репрезентативно и со нашата разновидна, богата и квалитетна понуда. На тој начин и со платформата на ISM често обезбедуваме успешно пробивање и до останатите светски пазари“, рече Илија Наумоски, помошник оперативен директор на Витаминка.

Во фокус на годинашното издание на саемот беа и актуелните технолошки иновации и трендови во кондиторската индустрија, со јасен акцент на потребите на потрошувачите и на развој на производи што одговараат на современите пазарни очекувања.

Со над 1600 изложувачи од 70 земји, ISM обезбедува релевантен деловен контекст и широк преглед на тековните случувања во секторот, што го прави особено значаен за компании со извозна ориентација и амбиција за раст на меѓународните пазари.



Интервју

Македонските компании се слабо интернационализирани и се повеќе локално ориентирани

Интервју со Љупчо Велески, директор за извоз на Витаминка

Македонските компании се слабо интернационализирани и потребна им е стратегија за да се борат со конкуренција на странските пазари. Компанијата треба да си направи објективна самоанализа и да ги лоцира своите предности и слабости, да знае што сака да постигне со извозот и да дефинира што, како, каде и колку ќе извезува. Неразбирливо е македонска компанија, пред се производствена, да го планира сопствениот развој и иднина само на локалниот пазар, вели во интервју за Локално.мк, Љупчо Велески, директор за извоз на Витаминка.

 **Инфлацијата последниве години постојано расте, а цените на храната се многу високи. Дали сето тоа влијае и на конкуренцијата на домашните производи кои се извезуваат?**

-Да, изминатите неколку години инфлацијата во Македонија беше висока, па тоа имаше директно влијание врз цените, стандардот и потрошувачката, но и многу други фактори последните години беа значајно променливи и директно влијаеа на конкурентноста на македонските прехранбени производи на странските пазари. Да речеме, локално, тоа беше порастот на цената на електричната енергија и порастот на цената на работната рака. Покрај тоа, редовно на глобалниот пазар има ценовни дисторзии на клучните сировини за нашата индустрија. На пример кон крајот на минатата година и почетокот на оваа, тоа беше случај со енормниот пораст на цената на какао, предходно со цената на сончогледовото масло, сега лешниците итн. Сето тоа ја дефинира конкурентската позиција на македонските прехранбени компании на глобалниот пазар. Во вакви услови на масовна интернационализација на индустријата за широка потрошувачка (FMCG – fast moving consumer goods) – индустриската гранка каде припаѓаат прехранбените компании, една компанија или е глобално конкурентна или воопшто не е. Тоа значи дека компанијата многу внимателно треба да ја менаџира својата конкурентска кондиција, бидејќи и на домашниот и на глобалниот пазар влегува во натпревар со странски мултинационални компании, кои веројатно се поконкурентни, поефикасни или имаат поголема институционална поддршка од сопствената администрација. Се разбира, крајниот пораст сето тоа многу не го интересира, тој едноставно очекува за сопствените пари да ја добие посакуваната вредност. Суштината на конкурентноста е да му се овозможи тоа.

 **Што е потребно една македонска компанија да извезува надвор од државата и успешно да се позиционира на странските пазари?**

-Генерално, а посебно за македонските компании, кои во најголем дел се слабо интернационализирани и немаат голема историја на извозни аранжмани, за ефикасни извозни активности потребно е апсолутен проактивен





пристап кон оваа активност. Најпрвин, потребно е извозот да биде подигнат на ниво на стратегија, а потоа да ги дефинира оперативните методи со кои ќе ги реализира стретешките цели. Импровизациите и недоследноста тешко поминуваат на глобалниот пазар. Компанијата треба да си направи објективна самоанализа и да ги лоцира своите предности и слабости, да знае што сака да постигне со извозот и да дефинира што, како, каде и колку ќе извезува. Неразбирливо е македонска компанија, пред се производствена, да го планира сопствениот развој и иднина само на локалниот пазар (се разбира доколку нема

шпекулативни цели или „политички,, background, кога знае дека егзистира во мала, сиромашна и целосно не интегрирана економија, со ниска куповна моќ на населението, со исклучително висок индекс на корупција, со константен енормен одлив на население и „порозни,, граници за влез на странски конкурентски фирми на домашниот пазар. Практично, од самиот старт судбински е упатена да се интернационализира. Што побрзо, тоа подобро. Македонија последните години има многу позитивни примери на глобално ефикасни извозни операции, не само од прехранбената индустрија, туку и од индустријата на преработка на дрво, текстилната индустрија, ИТ индустрија и сл. По правило, се работи за мали и средни компании, кои за жал, од неразбирливи причини се далеку од радарот на домашната економска јавноста и отсуствува општествена валоризација на нивниот статус, за разлика од праксата, на пример тоа да се прави со богато субвенционирани странски инвестиции.

 **Витаминка има повеќе брендови кои се познати на домашниот пазар и пошироко. Кој од брендовите најдобро поминуваат на странските пазари?**

-Да, Витаминка има брендови, во вистинската смисла на зборот. Често пати, колоквијално, поимот бренд се „вулгаризира“, односно има тенденција да се користи многу несоодветно, субјективно, се поистоветува со препознатливост и сл. Само компаниите што во своето портфолио имаат брендови, најнепосредно можат да ја почувствуваат разликата и што значи силата на брендот на пазарите. Витаминка, во таа смисла пред се го има Стоби Флипс. Стоби Флипс е дестинација. Потрошувачите на пазарите ширум светот одат на рафтот во Алди, Лидл или Спар со јасна намера да купат Стоби Флипс, а не да купат паралела или производ од истата категорија кој можеби моментално е на акција. Тој идентитет и таа лојалност на потрошувачите ширум светот кон Стоби Флипс, на кое Витаминка упорно работела сите изминати години, сметам дека е нејзиниот најголемиот капитал. Покрај него, Атлантис, Чоко Стоби, Цевитана, Фрути, Весели јајца, имаат креирано одлична препознатливост на странските пазари и се нашите фаворити. Да не го забораваме и сончогледовото масло Брилијант. Посебно не радува фактот што производите од нашата најнова програма на т.н. мафини Loop, Brownie, Jelly cake, се одлично прифатени и почнаа да се инсталираат кај најпрестижните малопродажни системи во регионот.



Прехранбената индустрија има голем потенцијал за зголемување на извозот. Што треба да се направи да се искористи тој потенцијал и да се зголеми извозот на македонските прехранбени производи?

-Македонската прехранбена индустрија е прогресивен и витален бизнис сектор на македонската економија, како од аспект на продажба и извоз, така и од аспект на инвестиции и континуиран развој без разлика дали се работи за кондиторска индустрија, индустрија за преработка на овошје и зеленчук, вино, безалкохолни пијалаци. Понатаму, оваа стопанска гранка е високо интернационализирана и огромен дел од своето производство го продава на странските пазари. Значаен дел од компаниите кои делуваат во оваа индустрија имаат изградено исклучително силни перформанси на регионално, па и на глобално ниво. Витаминка, Винчини, Виталија, Тиквеш, Џермат, Мамас, Гурмано, Соко Горица и други се само мал дел од македонските „извозни ѕвезди“. Во прилог на овој тренд оди и интернационализирањето на македонскиот малопродажен сектор инсталирањето на КАМ, Стокомак, Кипер на странски пазари, со што се отвара уште еден канал на продажба во странство. Следно значајно за македонската економија е што компаниите во оваа гранка се со доминантно домашен капитал, што значи дека профитот се реинвестира во домашната економија и компаниите се живо заинтересирани за поддршка и развој на заедницата од каде потекнуваат и каде работат. Интересно е што сепак во најголем дел се работи за мали и средни компании, што значи дека во овој сектор претприемачкиот дух е прилично жив и инвентивен. Тоа што според мене можеби недостасува е елиминирање на фазата пасивен извозен настап. Има пример од прилично големи македонски прехранбени компании посебно од сегментот на млеко и млечни производи, месна индустрија и безалкохолни напитки кои што прилично периферно, неактивно го третираат извозот. Понатаму, сметам дека малите и средни компании многу побрзо, похрабро и систематски треба да се фатат во костец со извозните предизвици и да го постават извозот во старт како своја деловна стратешка цел.

Како може една македонска компанија да влезе во регионалните или европските трговски синџири?

-Малопродажната индустрија е една од најглобализираните и најконцентрирани индустрии. Глобалните и регионалните малопродажни системи имаат лавовски пазарни удели vis a vis традиционалната трговија. Таканеречениот modern trading ги контролира практично сите продажни формати cash and carry, хипермаркети, супермаркети, дисконти, convenience store и сл. Практично тие ја контролираат точката каде се судираат интересите на производителите, дистрибутерите, малопродажбата и потрошувачите. Слични процеси како кај малопродажбата има и кај дистрибутерски компании најголемите 3-4 дистрибутерски компании оперираат во сите земји во регионот. На ова треба да се додате и доминантната позиција на големите мултинационални и регионални производствени брендови на рафтовите во малопродажбата и во портфолиото на дистрибутерите и нивната континуирана и обемна маркетиншка моќ. Сето тоа малопродажниот пејсаж го прави исклучително комплексен поради што нуди многу можности, но и опасности. Според тоа, прашањето не е дали да се соработува со големите трговски синџири, туку како да се соработува и каде? Нашите искуства покажуваат дека директниот контакт со нив е најдобар конект, без разлика дали соработката со нив е директна или индиректна. Основана претпоставка за да се оствари тоа треба да им понудите некаква вредност цена, квалитет, маркетинг пристап, стандардизација. Главна поента на директниот контакт не е само продажниот потенцијал што го поседува малопродажниот синџир, како и можноста за интернационална експанзија преку неговата продажна мрежа во странство, туку и во процесот на учење. Имено, да започнете и одржувате соработка со глобален мултинационален синџир, треба да одговорите на неговите барања за квалитет, цена, стандарди, што значи дека треба во континуитет да се развивате, да се менувате, подобрувате, растете. Соработка со компанија од таков профил ќе ги подигне вашите вкупни компаниски перформанси.

Како државата може да помогне во промоција на извозните компании на странските пазари?

Една од основните претпоставки е државата да им го олесни животот на компаниите од оваа индустрија со креирање погоден амбиент современа инфраструктура, финасиска и стручна поддршка, де-биروقратизација и елиминирање на корупцијата, договори за слободна трговија што ќе им овозможи колку – толку поволна стартна позиција во и онака максимално комплексно глобално опкружување. Помошта треба да биде суштинска и навремена. Државата го прави амбиентот, но нормално, не може да ја води деловната политика на компаниите.



Случувања

Витаминка на 7миот HRM Конгрес 2026 во Белград, нови идеи за посилен тим

По успешното учество на 7миот HRM Конгрес 2026 во Белград, Витаминка уште еднаш го потврди својот фокус на развој на луѓето и следење на современите практики во управувањето со човечки ресурси. Конгресот, кој важи за најзначаен регионален настан во оваа област, обедини повеќе од 500 HR директори, лидери и експерти од различни индустрии и беше одлична можност за размена на искуства, идеи и пристапи што ја обликуваат иднината на работното место.

Витаминка беше претставена од нашите колешки Верица Исајловска, администратор за човечки ресурси и Драгана Петреска, соработник за општи работи во правниот сектор, кои активно ги следеа сесиите и дискусиите насочени кон најактуелните теми во HR светот.

Во фокусот на конгресот беше современата улога на HR како стратешки партнер на бизнисот, начини за развој и задржување на талентите, како и примената на нови технологии и аналитика во управувањето со луѓе, теми кои директно се поврзани со тоа како се гради посилен и поодржлив тим.

Учеството на овој конгрес значи и нова вредност за нашата компанија, затоа што стекнатите сознанија и добри практики ќе послужат како дополнителна инспирација за понатамошно унапредување на процесите и поддршката за вработените.

Со вакви настани, Витаминка продолжува да инвестира во знаење и современи пристапи, уверени дека растот на компанијата започнува со растот на тимот, преку учење, надградување и внесување свежи идеи што нè движат напред.



Случувања

Безбедноста како стандард, не како обврска



Во Витаминка се одржа обука за противпожарна заштита за дел од нашите тимови за спасување и безбедност при работа, во соработка со инспектори од Дирекцијата за заштита и спасување.

Обуката беше осмислена како комбинација од теоретски насоки и практични вежби, со јасна цел, да ја зајакнеме нашата подготвеност и координација во ситуации кога една секунда може да направи разлика. Работевме на препознавање на потенцијални ризици, на правилно користење на опрема и на навремена реакција во случај на пожар.

Овие активности се дел од нашиот поширок систем на превенција и одговорност што го унапредуваме континуирано. Кога тимот знае како да постапи, кога процедурите се јасни, а реакцијата е координирана, ризиците значително се намалуваат.

Грижата за подготвеноста на тимовите е дел од нашиот пристап кон одговорно работење. Ние веруваме дека безбедната работна средина не е резултат на случајност, туку на систематска грижа, вложување и постојано јакнење на стандардите.

Во Витаминка, безбедноста е вредност што ја негуваме, за нашите луѓе, за нашата работа и за сè што создаваме заедно.





Едукација

Форум за нови можности и современо образование



На 27 ноември минатата година, Економскиот факултет при УКЛО во Прилеп стана место на идеи, иновации и претприемништво. На QUADRUPLE HELIX Форумот, студенти, академици, алумни и претставници на бизнис секторот, дискутираа за иднината на образованието и важноста од соработка помеѓу академијата и компаниите.

Витаминка активно учествуваше на настанот, нагласувајќи ја важноста од поврзување на образованието со реалните потреби на бизнисот. Директорот на правни и општи работи Орде Ѓорѓиоски се осврна на потребата од современи наставни програми што ги следат трендовите на дигитализација и иновации, како и на развојот на дуално високо образование и поддршката на младинското претприемништво.

Во работните групи учествуваше и финансискиот директор Иван Стрезоски, придонесувајќи со предлози за унапредување на наставните програми. Присуството на Витаминка ја потврдува посветеноста на компанијата кон градење силна и одржлива врска помеѓу академијата и бизнис секторот.

Едукација

Јакнење на комуникациски вештини во **Витаминка**

Нашите колешки Симона Симоновска и Олга Ристеска учествуваа на тридневната обука „Уметноста на јавното говорење“, во организација на М6 Едукативен Центар. Програмата беше насочена кон развој на поефективна деловна комуникација, сигурен јавен настап и професионална презентација, вештини кои што имаат значајна улога во секојдневната работа и корпоративната комуникација.





Преку практични вежби и работа со искусни обучувачи од областа на лидерството, сценскиот настап и медиумската комуникација, тие работела на градење самодоверба, јасно поставување пораки и управување со емоции пред публика и камера. Посебен акцент беше ставен на презентациски техники, говор на телото и справување со предизвикувачки прашања во медиумски контекст.

Во Витаминка веруваме дека вложувањето во личен и професионален развој на нашите вработени директно придонесува за квалитетот на нашата комуникација и зајакнување на нашата корпоративна култура. Со стекнатото искуство, нашите колешки ќе продолжат да го унапредуваат начинот на кој ја претставуваме нашата компанија, на јасен и професионален начин.

Едукација

Поголема грижа за себе: одржана работилница за анксиозност и стрес

Во период кога последниот месец од годината често нè става на „две страни“ со зголемени работни обврски, приватни ангажмани и очекувања што се насобираат, Витаминка организираше едукативна работилница посветена на справување со анксиозноста, како конкретна поддршка за вработените и поттик за поголема грижа за личната благосостојба.

Работилницата беше наменета за сите вработени кои сакаат да научат практични пристапи за препознавање и управување со секојдневниот стрес, подобрување на балансот помеѓу приватниот и професионалниот живот и зајакнување на внатрешната стабилност и продуктивност. Низ интерактивен пристап и практични задачи, вработените на Витаминка кои учествуваа имаа можност да се запознаат со тоа како анксиозноста може да





се манифестира различно во зависност од позиција, род, родителски и друг личен статус, како и со ризиците и начините на превенција од прегорување (burnout), чувство на вина и преоптовареност. Посебен акцент беше ставен на препознавањето на личните „тригери“ и на техники за самопроценка, како и на конкретни алатки за себепомош и меѓусебна поддршка, при што се отвори и важната тема за влијанието на родовите очекувања врз менталното здравје.

Предавањето го одржа Деспина Стојановска, психолог и системски семеен психотерапевт, сертифицирана обучувачка на возрасни и фасилитаторка на групи за адолесценти и родители, со значајно искуство во областа на менталното здравје, родовите улоги и семејната одговорност. Ваквите активности се важни затоа што кога вработените ќе научат да ги препознаваат сопствените сигнали на стрес и анксиозност, полесно поставуваат граници, подобро се организираат и комуницираат, се чувствуваат посигурно и пофокусирано, а тоа позитивно се одразува и на тимската соработка и на целокупната работна атмосфера. Работилницата беше реализирана со поддршка на проектот „Проширување на изборот преку политики за усогласување на семејните и работните обврски“, спроведен од UNFPA и Конект и финансиран од Австриската агенција за развој, во рамки на кој Витаминка е избрана како компанија шампионка во поддршка на вработените. Со организирање на вакви едукативни настани, Витаминка продолжува да гради работна средина во која благосостојбата е препознаена како основа за здрав, одржлив и успешен професионален развој.

Едукација

Кога младите лидери зборуваат за иднината, ние слушаме и поддржуваме

На 16-тата Школа за млади лидери „Младинска агенда за одржлив свет“, која ги обедини младите од земјата и од странство околу теми како одржлив развој, етика на новите технологии и современо лидерство, нашата компанија беше дел од поддржувачите на програмата. Во фокусот беа Целите за одржлив развој на Обединетите нации и потребата од нов тип лидерство што е одговорно, визионерско и човечки ориентирано.

За нас во Витаминка, поддршката на вакви иницијативи значи повеќе од партнерство. Ние веруваме дека општествената одговорност подразбира вложување во знаење, во идеи и во млади луѓе кои имаат капацитет да иницираат промени. Токму преку вакви програми се создава простор за дијалог, нови перспективи и градење вредности што ќе ја обликуваат иднината.

Со нашата поддршка испраќаме јасна порака дека како компанија остануваме посветени на развојот на заедницата и на поддршката на генерации кои ќе носат одлуки со интегритет, храброст и одговорност. Инвестицијата во младите лидери е инвестиција во поодржлива и посветла иднина, а таа иднина ја градиме заедно.



Едукација

Витаминка на Тајех работилница за употреба на коноп во производството на храна

Институтот за стандардизација на Македонија (ИСМ) одржа дводневна работилница „Употреба на коноп во производството на храна – Регулатива и стандарди“, преку инструментот на ЕУ за техничка помош и размена на информации (ТАЈЕХ).

Настанот ги собра експертите, производителите и регулаторните институции за да дискутираат за најновите стандарди и регулативи, како и за практичната примена на коноп во храна. Во фокус беа иновативните производи – новел храна од коноп, кои нудат здрави, нутритивни и безбедни решенија за потрошувачите.

Работилницата ја потенцираше важноста на регулативата и безбедноста, како клуч за развој на домашниот пазар на производи од коноп и за поттикнување на иновации во прехранбената индустрија.



Витаминка за децата

Здравје, среќа и љубов за секое дете

Светскиот ден на детето го одбележавме со посета на детското одделение во Општата болница Прилеп, заедно со омиленият Флип.

Ден исполнет со насмевки, дружење и многу радост за најмалите херои кои секојдневно ја покажуваат својата сила и храброст.

Посебна благодарност до д-р Тавчиоска и тимот од одделението за иницијативата и за топлиот пречек.

Горди сме што можевме да придонесеме за нивниот ден да биде посветол и посреќен.

Во Витаминка веруваме дека секое дете заслужува здравје, среќа и љубов. Продолжуваме да ги поддржуваме иницијативите кои носат насмевки и создаваат вистинска добрина во заедницата.





Витаминка за децата

Празничен настан за децата на вработените

На 21 декември 2025 година, во кругот на фабрика I, ПИ Витаминка АД Прилеп организираше празничен настан посветен на децата на вработените до 10-годишна возраст. Настанот беше исполнет со радост, насмевки и многу празнична енергија.

Децата имаа можност да уживаат во интерактивна програма, музички и забавни активности, вклучување на маскоти и омилените ликови, како и во фотографирање со Дедо Мраз. Најочекуваниот дел од денот беше доделувањето на новогодишни пакетчиња и внимателно избрани играчки, со што празничната магија беше заокружена.



Со ваквите настани, Витаминка ја потврдува својата посветеност кон грижата за вработените и нивните семејства, создавајќи моменти исполнети со топлина, заедништво и празничен дух.

Со еден ваков гест Витаминка им посака на сите свои вработени и нивните најмили среќни празници и успешна нова 2026 година!



Витаминка за децата

Новогодишна донација од **Витаминка** за најмладите пациенти

По повод Меѓународниот ден на грижа и поддршка, Витаминка заедно со својот бренд Стоби Флипс беше во посета на СОС Детско село, каде дворот се исполни со детска смеа, игра и искрена радост. Посетата е дел од заедничката кампања чија мисија е да им обезбеди на децата без родителска грижа топло и безгрижно детство, исполнето со љубов и внимание. Со секое купено специјално пакување на Стоби Флипс, сите можат да станат дел од оваа хумана приказна.





Во рамки на соработката, децата поддржани од СОС Детско село ја посетија и фабриката на Витаминка, каде одблиску се запознаа со процесот на создавање на нивниот омилен производ. Нивната љубопитност и возбуда го исполнија просторот со топлина, а искуството за нив претставуваше повеќе од обична посета - момент во кој се почувствуваа добредојдени и важни.

Ова партнерство ја отсликува заедничката заложба на Витаминка и СОС Детско село за создавање средина исполнета со грижа, стабилност и можности за секое дете.



Витаминка за децата

Витаминка со Стоби Флипс и купувачите донираа 1.000.000 денари за СОС Детско село

Кампањата „Заедно за топол дом, љубов и грижа за секое дете“ што Витаминка ја реализираше преку Стоби Флипс, успешно заврши и резултираше со донација од 1.000.000 денари за СОС Детско село. Средствата ќе бидат искористени за Советувалиште за психолошка поддршка и специјална едукација со рехабилитација на СОС Детско село. Благодарение на поддршката од граѓаните за акцијата со која од секој купен Стоби Флипс се издвојуваше дел, со собраните средства ќе се овозможи континуирана експертска едукација за шеесет деца и млади на возраст од 6 до 18 години кои растат без родителска грижа и се соочуваат со последици од трауматски искуства, емоционални и развојни предизвици, како и различни когнитивни потешкотии.

Средствата ќе бидат насочени кон проектот „Менталното здравје пред сè“, преку кој децата ќе добијат индивидуални сесии со психолози и специјални едукатори, како и терапевтски третмани во сензорна соба за оние кои имаат потреба од дополнителна поддршка во емоционалниот и когнитивниот развој. Овие услуги се од суштинско значење за нивното зајакнување, подобро справување со кризи и градење основа за здрав личен раст.



Од СОС Детско село Македонија истакнуваат дека поддршката е од огромно значење за континуитетот на нивната мисија. „Од срце им благодариме на Витаминка и на сите граѓани кои ја поддржаа кампањата. Витаминка уште еднаш покажа што значи вистинска општествена одговорност и посветеност кон децата. Благодарение на ова партнерство, можеме непречено да продолжиме да обезбедуваме стручна грижа и поддршка за секое дете, со верба во нивната подобра иднина,“ велат од организацијата.

За што поуспешно спроведување на кампањата за Стоби Флипс беше изработена и специјална амбалажа со што купувачите беа информирани за своето учество во донацијата и придонесе за подигнување на јавната свест и обезбедување поголема поддршка за децата без родителска грижа.

Од Витаминка додаваат дека се горди што кампањата успеала да ја мобилизира јавноста и да создаде реална промена. „Нашата цел беше да потсетиме дека секој мал гест на солидарност може да донесе голема разлика. Благодарни сме што потрошувачите ја препознаа важноста на оваа приказна и ни помогнаа заедно да донесеме надеж, грижа и поддршка таму каде што е најпотребно“, истакна Симона Симоновска, одговорна за маркетинг во Витаминка.

Со оваа кампања, Витаминка и Стоби Флипс уште еднаш ја потврдуваат својата посветеност кон најмладите и даваат силен пример за тоа како компаниите, заедно со граѓаните, можат да создадат поподобно, похумано и посреќно општество за секое дете.





Витаминка за децата

Заедничка мисија за среќни и задоволни деца

По повод Меѓународниот ден на грижа и поддршка, Витаминка заедно со својот бренд Стоби Флипс беше во посета на СОС Детско село, каде дворот се исполни со детска смеа, игра и искрена радост. Посетата е дел од заедничката кампања чија мисија е да им обезбеди на децата без родителска грижа топло и безгрижно детство, исполнето со љубов и внимание. Со секое купено специјално пакување на Стоби Флипс, сите можат да станат дел од оваа хумана приказна.



Во рамки на соработката, децата поддржани од СОС Детско село ја посетија и фабриката на Витаминка, каде одблиску се запознаа со процесот на создавање на нивниот омилен производ. Нивната љубопитност и возбуда го исполнија просторот со топлина, а искуството за нив претставуваше повеќе од обична посета - момент во кој се почувствуваа добредојдени и важни.

Ова партнерство ја отсликува заедничката заложба на Витаминка и СОС Детско село за создавање средина исполнета со грижа, стабилност и можности за секое дете.

Награди и признанија

Valicon top brands 2025 ја потврди пазарната позиција на Витаминка

Во рамки на годинешното издание на Valicon TOP BRANDS 2025, Витаминка е препознаена според индикаторите што ја дефинираат реалната сила на еден бренд на пазарот. Истражувањето ги анализира ставовите и навиките на потрошувачите и ги рангира брендovите врз основа на доверба, користење и препознатливост. Присуството на Витаминка во ова рангирање претставува потврда дека компанијата и брендovи што стојат позади неа имаат стабилна и релевантна позиција.



Како една од водечките компании во индустријата, Витаминка континуирано инвестира во развој на портфолиото, модернизација на производните процеси и јакнење на односот со потрошувачите. Ова признание доаѓа како резултат на таквата долгорочна стратегија.

Компанијата останува фокусирана на понатамошен раст, иновации и одржување на високите стандарди што ја одликуваат со децении.



Награди и признанија

Заедничка мисија за среќни и задоволни деца

Пред 80 години беше основана ЈОУ Градска библиотека „Борка Талески“ во Прилеп, установа што и денес ја носи улогата на еден од најзначајните столбови на културата и „храм на книгата“, посветен на знаењето, писменоста и зачувувањето на културното наследство во градот. По тој повод се одржа свечена академија на која присуствуваа бројни гости, соработници и претставници на институции и компании. Во рамки на свечената програма беа презентирани повеќе изложбени поставки посветени на историјата, книжевното, културното и уметничкото богатство на градот, како и на наследството на библиотеката, а беа доделени и благодарници на соработници, институции и поединци за придонесот и поддршката во изминатиот период.

На настанот присуствуваше нашата колешка Душица Неделкоска, маркетинг и ПР координатор на која ѝ беше врачена благодарница за досегашната успешна соработка, што претставува признание за нашата посветеност кон локалната заедница и континуираната поддршка на културни и образовни иницијативи. Оваа благодарница е уште една потврда дека партнерствата изградени на доверба и заеднички вредности оставаат трага и придонесуваат за достоинствено одбележување на значајни јубилеи, како и за понатамошно унапредување на културниот живот во заедницата, со надеж дека соработката со библиотеката ќе продолжи и во иднина, на нови проекти и активности што ја збогатуваат културната сцена и ги приближуваат книгата и знаењето до сите генерации.





Вложуваме во спортот

ФФМ ја промовираше соработката со FANZEAL - нови можности за навивачите и партнерите



Фудбалската федерација на Македонија (ФФМ) официјално го промовираше новото стратешко партнерство со иновативната платформа FANZEAL, со цел проширување на дигиталните и комерцијалните можности во македонскиот фудбал. Соработката се фокусира на поголема интеракција со навивачите преку современи дигитални алатки, персонализирани содржини и нови модели за активација на брендови и спонзори.

На промотивниот настан беа претставени клучните функционалности на платформата и потенцијалот што FANZEAL го нуди за постојните и идните комерцијални партнери на ФФМ. Како дел од оваа иницијатива, на промоцијата беше поканета Душица Неделкоска, ГР координатор во Витаминка, како претставник на Витаминка, еден од комерцијалните

партнери на ФФМ, со што дополнително се потврдува континуираната поддршка и вклученост на Витаминка во развојот на спортските и навивачките активности во земјава.

Вложуваме во спортот

Витаминка домаќин на ученици и студенти

Ученици од различни возрасти и студенти и од сите градови низ државата беа најновите гости во производствените капацитети на Витаминка.

При посетата тие ја посетија фабриката за производство на познатите Стоби Флипс каде учениците се запознаа со погонот каде што се изработува омилените флипси.

Целта на ученичките посета е учениците да се запознаат со нешто ново што не виделе и е различно од училишниот материјал.

Од училиштата упатија голема благодарност за гостопримството до вработените во Витаминка, кои им ја овозможија оваа посета и ги почестија сите ученици со пресни Стоби Флипс и други производи од прилепското царство на вкусови.







Информатор

Вложуваме во спортот

Со Стоби флипс, Чоко Стоби и Мачорот Флип во потрага по следната голема музичка ѕвезда

Во Витаминка, секогаш сме верувале дека најубавите приказни се оние што се создаваат заедно, со енергија, со искрена радост и со поддршка за талентите што допрва ќе ја освојуваат сцената. Токму затоа, со огромно задоволство ја започнуваме оваа возбудлива авантура со „Музичка фабрика“ и заедно тргуваме во потрага по следната голема музичка ѕвезда, талент што ќе го слушаме и ќе го препознаваме низ целиот Балкан.

Ова партнерство за нас е можност да бидеме дел од нешто што инспирира, охрабрува и гради самоверба кај децата. Со Стоби флипс и Чоко Стоби, и со нашиот најразигран и најмузикален другар, Мачорот Флип, сакаме да внесеме уште повеќе насмевки, мотивација и чувство дека секој глас вреди да се слушне. Кога децата ќе застанат пред микрофон, зад таа храброст стојат часови вежбање, соништа, трема, надеж и токму тоа не трогнува и нè потсетува колку е важно да им дадеме простор да се изразат.

Горди сме што сме дел од иницијатива што ја слави музиката и детската храброст, и што преку нашите брендови внесуваме уште повеќе радост во една потрага што, сигурни сме, ќе донесе многу нови гласови, многу емоции и една вистинска ѕвезда што допрва ќе засвети.





ATLANTIS

ЗА ЖЕНАТА ШТО ГО ПРАВИ
СВЕТОТ ПОУБАВ!

