

sadržaj

- 8 Novi objekti
- 10 Domaće vijesti
- 12 Regionalne vijesti
- 18 Svjetske vijesti
- 20 Veliki trgovci
- 22 Top trgovci u svijetu
Auchan
- 24 Svjetske vijesti: istraživanja
- 26 Osvrt stručnjaka
Poslovna očekivanja za 2013.
- 28 Mišljenja i komentari
Problemi se gomilaju u iščekivanju reformi javne politike
- 30 Poslovanje
Mljekara Milkos
- 32 Investicije iz regije
Barcaffé
- 34 InLiflet
Slatka akcija
- 36 Intervju
Siniša Skenderija, izvršni direktor kompanije Venera
- 38 Slovo zakona
Arbitražni sud
- 40 Analiza
Najbolje male radnje
- 42 Na mjestu prodaje
Da bude lakše na terenu
- 44 In Promocije
- 46 Regija
Ne treba odustati

Izdvajamo

26
Nenad Pacek, specijalno za InStore

„Moja preporuka velikim korporacijama je da krizu koriste da povećaju tržišne udjele te da nastave graditi brendove. Kriza će proći, kao i sve krize do sada i one kompanije koje u ovakvim uslovima povećaju tržišne udjele će biti pravi srednjeročni i dugoročni pobjednici na ovim tržištima“, piše Pacek za InStore magazine o novoj 2013. godini.

28
Mišljenja i komentari

Bosnu i Hercegovinu u 2013. očekuje skroman ekonomski rast od 0,5 posto, što je bolje nego 2012. (nula posto), a lošije nego 2011. (1,3 posto), navedeno je u novom izvještaju Svjetske banke *Jugoistočna Europa: Redovni ekonomski izvještaj br. 3* koji je prezentiran sredinom decembra u Sarajevu putem videolinka iz Washingtona. Naši sagovornici su skeptični kad se radi o rastu BDP-a u BiH i poboljšanju investicijske klime u 2013. godini.

30
Poslovanje

Mljekara Milkos je jedna od najmodernijih u regiji i raspolaže sa novim i modernim kapacitetima. Posjeduje ISO 22000:2005 i Halal certifikat, a u 2013. planiraju preraditi oko 25 miliona litara mlijeka iz vlastitog otkupa. U posljednje četiri godine napravili su odlične rezultate na farmi muznih krava Spreča.

34
InLiflet

Ernest Gergely, Project Coordinator kompanije Medialink d.o.o., Hiper-Com, u februarском izdanju piše: „U ovom broju pravimo analizu učinka lifleta u 2012. godini - kako su rasle promocije, da li ih je bilo više ili manje, ko je imao najveći promo pritisak. Opšti zaključak je da je lifleta sve više, ali je primjetno smanjivanje ili optimizacija učešća u lifletima određenih proizvođača“.

36
Intervju

Siniša Skenderija, izvršni direktor kompanije Venera

„Komunikacija i pravovremena reakcija na promjene je ključ napretka u nekoj kompaniji, bez obzira u kojem dijelu te kompanije zaposleni radi. Nikada nismo željeli biti najveći, samo najbolji. Ono što kažemo, trudimo se i napraviti.“



48 inPoslovi
Upoznajte dobrog poslovođu

50 Istorija brenda
Cockta

52 Category management
Kontrola i revizija

54 Logistika
Logistička etiketa

56 Istraživanje
Valicon: Planetarni sukob

60 U maloj radnji
Predstavljamo STR
Savjeti vlasnicima
Za lakše poslovanje

66 Periskop
Da li i menadžeri prodaju „maglu“?

68 Periskop iz regije
Japanska „bolest“ se širi
Budžet, kreditni rejting... i - Sretna nova
Bit će bolje
Sretna i uspješna godina?

70 Iz četiri ugla
Nova ekonomska godina puna izazova

72 Nove tehnologije
Beskontaktno plaćanje

74 Nabavka
Sezona štrebera

76 U razgovoru sa...
PR managerima

78 Svijet u brojkama
Uljepšava se i jači spol

80 Na mjestu događaja

82 Vjerovali ili ne...

84 Vox populi

inPromocije 44

I ovaj put InStore je zabilježio promocije organizovane u tržnim centrima širom Bosne i Hercegovine.

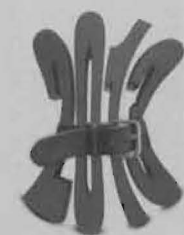


U maloj radnji 60

InStore donosi savjete stručnjaka o tome kako izlagati rinfuzne proizvode: „Mala prodavnica treba odvojiti jedan dio prostora za rinfuzu. Za kakav asortiman će se opredijeliti, zavisi od njenog društvenog elementa. Ono što treba da se izbjegne je standardan asortiman: kikiriki, lješnik, badem, grožđe, smokve, kajsije... Razlog je jednostavan - svi ih imaju. Paletu rinfuznih proizvoda je potrebno oformiti tako da ona u sebi sadrži markenartikle“. Samir Balić, u razgovoru za InStore, govori o svojim počecima, današnjoj situaciji u trgovini i još nekim zanimljivostima vezanim za njegovu trgovinu Kerman.

Periskop 66

Kolumnista Kenan Uštović pita se za InStore da li je dobro rješenje, u vrijeme ekonomske krize, povećanje broj prodavača kako prodaja ne bi padala: „Mišljenja sam da zapošljavanje novih ljudi u prodaji predstavlja samo slamku spasa za kompanije koje u prošlosti nisu imale efikasan prodajni menadžment, i na ovaj način nastoje, što bi se u narodu reklo 'spasiti što se spasiti da'“.



Iz četiri ugla 70

Globalna kriza u 2012. godini na površinu je iznijela decenijske strukturalne probleme naše privrede i društva. Negativni trendovi prisutni u 2011. godini nastavili su se i u 2012. godini. Dosadašnji pokušaji vlasti u BiH da se zaduživanjem obezbijedi funkcionisanje sistema, rezultirali su dolaskom na granicu prezaduženosti i države i privrede. Stoga, nije teško zaključiti da će 2013. godina za mnoge od nas biti puna izazova.



Vox Populi 84

Vedrana Seksan za magazin InStore piše o šoping centrima, nekad i sad: „Spadam u onu generaciju koja se još uvijek sjeća prvih pokretnih stepenica u plavoj robnoj kući koja se zvala Sarajka i koja je iz vazduha valjda izgledala kao olimpijska pahuljica, a sa zemlje bila čudo neviđeno... A danas su šoping centri posijani na svim mjestima na kojima su mogli biti uglavljeni“.