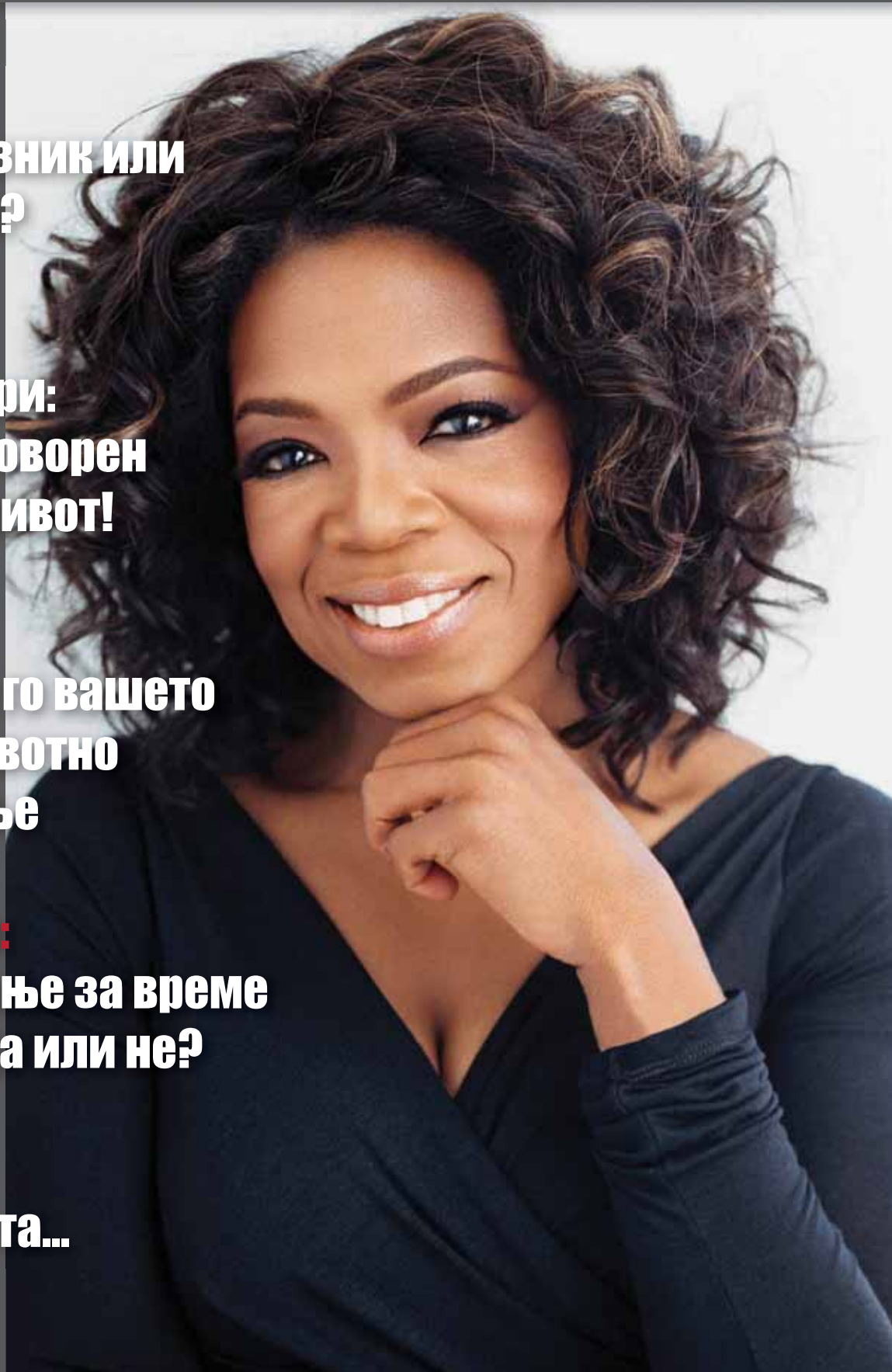


- Блиц:**  
8 Март празник или маскенбал?
- Лидери:**  
Опра Винфри:  
Секој е одговорен  
за својот живот!
- Профил:**  
Заштитете го вашето  
дете со животно  
осигурување
- Преземено:**  
Рекламирање за време  
на криза. Да или не?
- Огласи:**  
Најди работа...



# Содржина



Актуелности

СТР. 4



Управување со брендovите за време на криза

СТР. 8



Детско штедење

СТР. 12



8-ми Март, празник или маскенбал

СТР. 18



Гафови

стр.25



Жената-најмалку искористен светски ресурс

стр. 6



HR-речник

стр. 11



Што има во CV на Опра Винфри?

СТР. 14



Интервју со Јасна Петков Стојановиќ

стр. 20



Огласи за слободни работни позиции

стр. 26

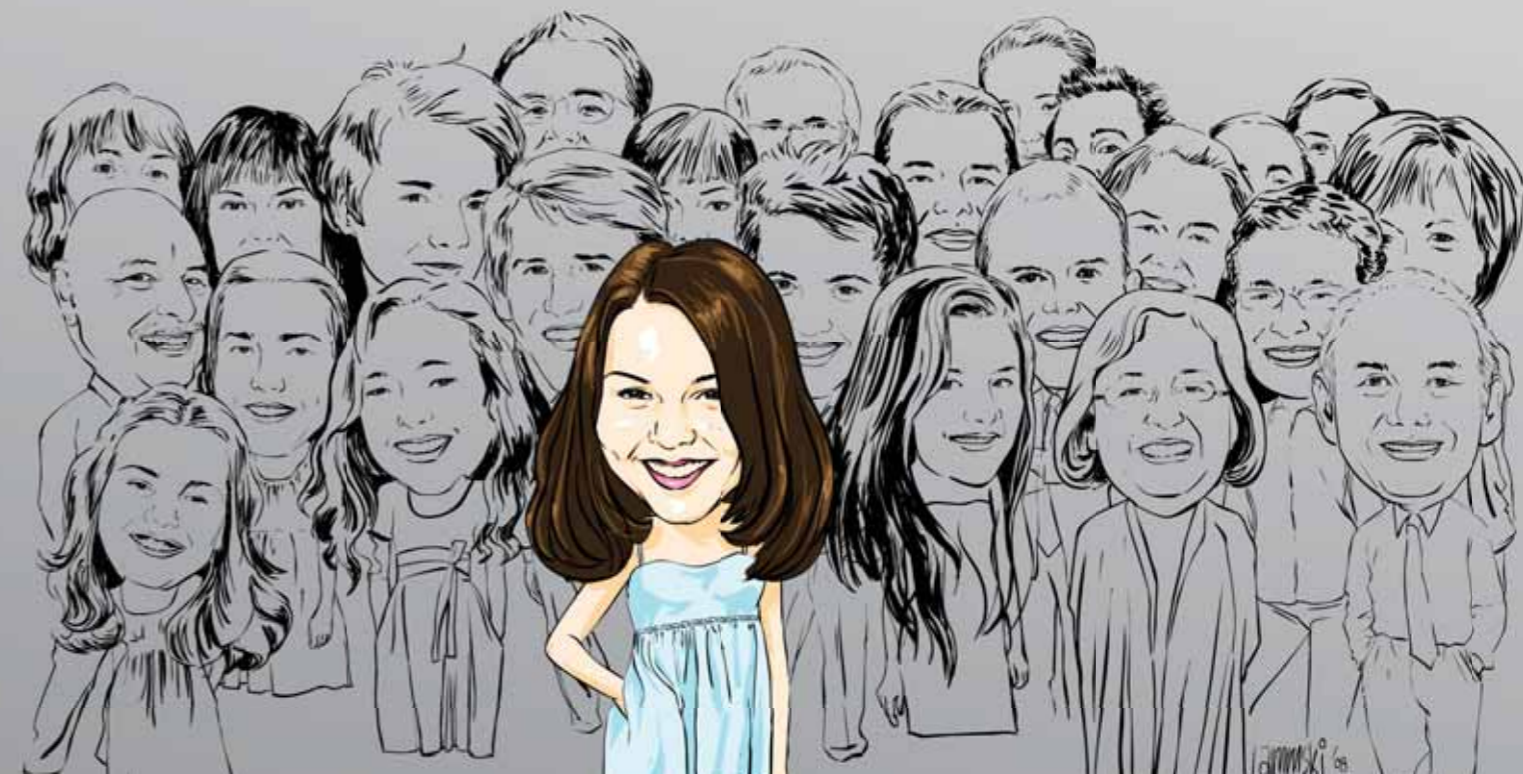
# ВРАБОТУВАЊЕ news

Драги наши читатели!

Уште еден петок е при крај и пред вас е викенд во кој можете да уживате славејќи го 8 март или игнорирајќи го комплетно. Но, пред да му се предадете на викендот, прочитајте го она што нашето тим ви го подготви за унапредување на вашата кариера и вашиот поглед кон бизнисот. Во овој број, за тема на бројот, одбравме “женски” текст, не дека сакаме да се бунтуваме против нешто туку да дадеме свој удел во прославувањето на празникот на жената. Прочитајте и како и дали треба да се рекламирате за време на рецесија, погледнете го значењето на зборовите во HR речникот, видете какви се огласи има за слободни работни позиции и прочитајте го CV-то на најмоќната жена на светот Опра Винфри..

Ви посакуваме пријатно четиво!

Редакција на Вработување news.



## Diesel креира мебел

На престојниот саем за мебел Salone del Mobile кој ќе се одржи во Милано од 22 до 27 април



познатиот моден бренд Diesel, ќе ја претстави својата нова колекција на мебел во соработка со светски познати партнери-Foscarini за расвета и Moroso за мебел. Дизајнирана од креативниот тим на Diesel на чело со Wilbertom Dasom, новата Home колекција е развиена на иновативни материјали и стилови. "Diesel e lifestyle brend – купувачите не го купуваат само мебелот туку тоа што Diesel го претставува: начин на живот, нашите вредности, иронија креативен и неочекуван пристап. „Одлучивме да тргнеме во оваа авантура затоа што сакавме на купувачите да им понудиме можност сопствениот стил на облекување да си го пренесат и во уредувањето на домот, подоцна ги одбравме нашите партнери кои совршено се вклопуваат во целата приказна“ - вели Renzo Rosso директорот на Diesel. Колекцијата ќе биде изложена на познатиот Salone del Mobile и тоа само два дена. Ќе може да се види на 22 и 23 април, за кога е предвидена и забава –но само за одбрани личности!



## За McDonalds нема криза!

После сите вести за опаѓање на продажбата низ компаниите низ светот еден од брендovите кој се произнесе со позитивна статистика дури и со бројки кои покажуваат константно зголемување на продажбата на производите од нивниот бренд е McDonalds. Нивната статистика која патем ја прогласи 2008 година за една од подобрите години со константен раст на продажбата, покажува дека само во јануари продажбата во нивните ресторани се зголемила значително и тоа, во Америка за 5.4 %, во Европа купувањето на храна од рестораните на McDonalds се зголемило за 7.1% а во Азија, средниот исток и Африка дури за 10,2 %. Тоа значи дека веќе добро се истренирани да управуваат со брендovите за време на криза, и дека точно знаат што сакаат луѓето. Па, не е ни чудо што е најраспространетиот синџир на fast-food ресторани низ светот со над 32 000 локала.



## ТЕЛЕКОМ СЛОВЕНИЈА го купува КОСМОФОН?

Најголемиот словенечки телефонски оператор - Телеком Словенија е цврсто решен да го купи Космофон, без разлика на цената која се уште се држи во тајност. Финансиската криза воопшто нема да ги поколеба да вложат во Македонија. Поради добрите финансиски резултати, Телеком, чиј мнозински сопственик е државата, успеал да земе кредит дури од 8 банки, за да ги реализира своите планови, меѓу кои е и 100 % преземање на Космофон. Телеком Словенија веќе е присутен на македонскиот пазар преку интернет провајдерот. ОН Нет. Ако успеат во намерата да го купат Космофон, првиот човек на компанијата, од централата во Љубљана, најавува спојување на двете компании, и многу нови услуги за граѓаните.



## Светска криза: Клубови за утеха

Рецесијата зема се поголем данок во целиот свет, вклучувајќи ја и најбогатата земја на светот- Америка. Од загрозените луѓе се бара брзо да реагираат на новонастанатата ситуација, што побрзо да се снајдат и да научат како да ја надминат беспарицата и траумата- типични за кризните времиња. Во САД, отпуштените работници се снаоѓаат барајќи спас во специјални клубови, во кои добиваат стручна помош при барањето на работа, но и помош за надминување на психичките проблеми. Клубови од ваков вид никнуваат низ цела Америка ги има во сите поголеми, но и во помалите градови. Тие се прибежиште во кое несреќните работници учат како да преживеат, како да напишат молба за работа и како да се справат со купот на неплатени сметки и рати за кредит. Членовите на клубовите си помагаат еден со друг во барањето на работа и тука се кога треба да си дадат поддршка. Стапката на невработеност во САД моментално изнесува 7,6 отсто работоспособно население, и е највисока од септември 1992. За жал, тоа не е дефинитивно, а се очекува до крајот на годината таа да биде дури 9%. Само во јануари биле затворени дури 598 000 работни места што е најголем губиток во еден месец за последните 34 години.



## Од денес во продажба! iPhone 3G за цена од 1 денар

iPhone 3G е комбинација од три производи во еден – иновативен телефон, iPod со голем екран и напредна интернет алатка што овозможува извонредно мобилно искуство. Со брзиот интернет, GPS мапирање и поддршка на деловни апликации од типот на Microsoft Exchange, iPhone 3G ви нуди многу повеќе можности. iPhone 3G во моментот е достапен во повеќе од 70 земји во светот. iPhone 3G ќе биде достапен од денеска во 18:00 часот, во репрезентативниот салон на T-Mobile на плоштадот Македонија во Скопје. Од денес па натаму, iPhone ќе се продава во пет продажни салони на T-Mobile низ Скопје. T-Mobile ќе понуди три тарифни модели создадени специјално за iPhone 3G, почнувајќи од 1 денар и со вклучени 4GB податоци. Месечната претплата се движи од 900 ден. со износ што може да се искористи за повици или за SMS пораки. Корисниците ќе можат да го купат iPhone 3G и со постојните тарифни модели на T-Mobile.



# ЖЕНИТЕ - НАЈМАЛКУ ИСКОРИСТЕН СВЕТСКИ РЕСУРС!

Зошто жените ретко се наоѓаат на врвот на хиерархијата?

Во современиот свет, жените се најмоќниот придвижувач на глобалниот економски раст. Во последните неколку децении се повеќе се вработуваат жените за разлика од мажите чии процент е опаднат. Зголемувањето на вработувањето жени е резултат на промената на карактеристиките и видот на работата. Се намалува бројот на побарувања за работници во индустријата (кои се традиционално мажи), а се зголемува бројот на работни места во секторот на услуги. Тоа ја смалува потребата за физички работници и донекаде ја изедначува положбата на половите на пазарот на труд. Меѓутоа, жените не напрасно влегле во сферата на бизнисот, тие всушност од секогаш работеле, само што тие работи биле врзани со куќата и грижата за децата, односно не биле платени, а со самото тоа и не се јавувале во службените статистики.

Наспроти тоа што жените денес во развиениот свет ја сочинуваат речиси половина од работната сила (ако ги земе во обзир и домашните обврски, во тој случај и повеќе од половина), а постигнуваат и значително подобри резултати во образованието од мажите, на високите хиерархиски позиции се наоѓаат вкупно 8% жени. Заедно со сево ова е и податокот дека на истите работни позиции и со истиот степен на одговорност жените зарботуваат 1/3 помалку од своите машки колеги. Иако постојат некои светски исклучоци (компанији како IBM и General Electric) тоа и понатаму се само исклучоци кои го потврдуваат правилото

## Феноменот на „стаклен таван“

Овој термин за прв пат се појавил во весникот Wall Street Journal пред околу 20 години со цел да ги опише пречките кои ги спречуваат жените да го достигнат самиот врв на хиерархиското стебло. Стручњациите сметаат дека постојат три главни причини за постоење на овој феномен.

**1. Машко екипирање и исклучување на жената од неформалната мрежа во внатрешноста на компанијата, а сите се сложуваат дека вмрежувањето**

е еден од главните предуслови за напредување.

**2. Предрасуди за неспособноста на жената за лидерство,** заради што мажите кои го сочинуваат мнозинството во управните одбори, не сакаат да постават жени на повисоки и поодговорни позиции.

**3. Недостаток на примери.** Имено, постојат многу жени на високи позиции кои на останатите би им дале пример како треба да работат.

Постои уште една важна причина за постоење на феноменот „стаклен таван“ а тоа е семејството.

*Поголемиот број од жените, во некој момент, ја прекинуваат својата кариера како би се посветиле на раѓање и растење на своите деца. После тоа многу е тешко да се вратите на кариерата од таа точка каде што сте застанале, поради постојаната и се поголемата конкуренција. Заедно со тоа е и непишаното правило дека жените после породилното отсуство се помалку платени отколку порано. Затоа, тие обично го напуштаат работното место во старите компании и основаат свој „мал бизнис“.* А има ли начин да се скрши „стаклениот таван“?

Иако овој проблем е препознаен пред цели 20 години, и постојат многубројни истражувања кои укажуваат на тоа дека за голем дел од светскиот економски раст се одговорни токму жените-работите сепак многу бавно се менуваат! **Дури се уште е распространета појавата родителите повеќе да се радуваат на раѓањето на машко дете отколку на девојче!?** Една од причините е таа што родителите веруваат дека синовите подобро ќе се грижат за нив бидејќи ќе имаат поголеми финансиски средства. Иако за оваа претпоставка треба добро да се размисли.

Девојчињата имаат подобри оценки во школо, во развиените земји повеќе жени отколку мажи завршуваат факултет, а тоа значи дека за извршување на нови работи (за кои треба повеќе мозок од мускули) жените ќе бидат поспособни од мажите. Некои статистики укажуваат на тоа дека жените знаат подобро да ги вложат парите, односно имаат поголем повраток на средствата од мажите.



Наспроти сето тоа, жените и понатаму се најмалку искористениот светски ресурс. По мислење на одреден број економски стручњаци, вработувањето на што поголем број жени ќе донесе решавање на многубројни бизнис проблеми. Но, тука се јавува стравот дека со вработувањето на жените, ќе се намали стапката на наталитетот. Прашањето, колку овој страв е оправдан, ако земеме во обзир дека земјите во кои поголемиот број од жените работат (Шведска, САД), имаат повисока стапка на наталитет отколку земји во кои жените најчесто остануваат дома (Јапонија Италија). Исто така се мисли дека вработувањето на жената, негативно ќе се одрази врз воспитувањето на децата, но истражувањето спроведено неодамна во САД и овде, го покажува спротивното. Таму порастот на вработените жени се одразил на помалку занимавање со домаќинските работи, жените имаат помалку слободно време и помалку спијат, но посветуваат исто внимание на децата како и невработените жени. Во иднина, сигурно подобро образованите жени ќе заземат повисоки функции во компаниите. Тоа не е само прашање на еманципирање и еднаквост меѓу половите туку е за општо добро на бизнисите.

*Научно е докажано дека жените се подобри во извршување на повеќе работи истовремено, во изградувањето на тимовите и комуникацијата. А познато е и дека во решавањето на проблемите поуспешни се мешовитите тимови, за разлика од тимовите сочинети од припадници на ист пол.*

**Кога станува збор за дополнително вложување на работа, мажите ги мотивираат парите, бонусите и повластиците, а на жените им е важно во какво опкружување работат, добар однос со надредените и постигнување на добри резултати.**

И покрај сето тоа, потенцијалот на жените не е искористен во доволна мера. Во неразвиените земји се уште е голем бројот на невработени, а во развиените недоволно се искористени нивниот потенцијал и вештини, а сето тоа го кочи и економскиот раст. Минатогодишната студија на светскиот економски форум, покажува јасна врска помеѓу еднаквоста и БДП-по глава на жител. Бидејќи тој јаз помеѓу половите нема да исчезне сам по себе, компаниите би морале сами да се замислат и да пронајдат начини подобро да го искористат потенцијалот кои го имаат во вработените жени. Веројатно тоа би било флексибилно работно време, помош после трудничкото отсуство или нешто слично. Занемарливо малку труд, со обзир на тоа дека тоа ќе доведе до зголемување на приходите. Значи вложувањето во образованието на девојчињата и жените повеќекратно би се исплатело. (осоено кога неразвиените земји се во прашање), не само на работен туку и на социјален план: образованите жени израснуваат образовани деца... А подобрите резултати во бизнисот, исто така би можело да се постигнат со зголемување на бројот на жените во извршната власт. Жените се склони кон трошење на буџетските пари за подобрување на здравјето, образованието, инфраструктурата и положбата на сиромашните, а далеку помалку се склони да ги фрлаат парите на автомобили, реклами и сл.

## ЗА ВРЕМЕ НА КРИЗА

Како да преживеете и треба ли да трошите на маркетинг?

Искуството не учи дека кога доаѓаат тешки времиња, потрошувачите лесно и брзо ја смалуваат потрошувачката. Многу од компаниите се однесуваат на ист начин. Во очекување на намалена продажба, се намалуваат и трошковите вклучувајќи ги и маркетиншките, а акцентот се става врз остварување на краткорочен профит. Меѓутоа, на брендот треба да се гледа како на долгорочна инвестиција, а фокусот на краткорочниот профит може да има далекусежни последици.

Краткорочните профити настојуваат да се остварат најчесто со промотивни акции. На компаниите им изгледа привлечно да ги снижуваат цените како би ги привлечле купувачите, но тоа може да се покаже како многу ризикантна стратегија. **Квалитетниот бренд кој поседува цврсти рационални и емотивни предности, може за време на рецесијата да**

**изгуби дел од купувачите кои мора да купуваат поевтини брендови.** Без разлика на тоа, тие купувачи ќе се вратат кога кризата ќе помине затоа што имаат јасна слика за производот и знаат зошто го сакаат. Повисоката цена на таквиот бренд не е проблем се додека потрошувачите веруваат дека за своите пари го добиваат посакуваниот квалитет. Поголемиот број од купувачите ја наоѓаат сигурноста во купување на почитувани брендови со добра репутација. Меѓутоа, кога еднаш профилот на врвниот бренд (кој ја оправдува повисоката цена) е изгубен, многу е тешко да го вратите. Всушност намалувањето на цената може да доведе токму до тоа. Исто така, честите промоции ги учат лојалните купувачи да очекуваат пониски цени или, пак, да купуваат за време на промотивни акции, а тоа може да го наруши имиџот, а и профитот во иднина затоа што купувачите имаат тенденција на создавање



резерви. Може да се случи пазарниот удел после акција да биде помал отколку претходно. **Врвните брендови би требало да ги зачуваат своите повисоки цени и да нагласат дека таа е оправдана со квалитетот, додека евтините брендови, од друга страна, треба агресивно да ја нагласуваат својата ниска цена.**

Краткорочниот профит, за време на рецесија, се настојува да се оствари и со смалување на пресметките за маркетинг, но последиците од тоа можат да бидат многу штетни. Брендите можат да бидат без рекламирање некое време (речиси пола година) без тоа штетно да им се одрази на нивното “здравје”, но до проблем доаѓа после подолго време, а кога падот еднаш ќе започне, тешко е да се стопира. Рекламите можат да влијаат на многу начини. Лансирање на нови производи или нови пораки кај кои е најважно да остварат зголемување на краткорочната продажба, реклами кои го прават брендот славен, реклами кои создаваат и одржуваат врска со потрошувачот и како и кои се важни долгорочните сеќавања и асоцијации. Рекламирањето не е примарно насочено кон краткорочно продавање туку најголемиот број на реклами имат за цел долгорочен ефект, (продажба) која се остварува со создавање на емоционална врска, така што без создавање и одржување на таа врска, брендот не може да смета на долгорочното зголемување на продажбата.

Постојат голем број податоци и докази кои ни сугерираат дека не е добра идејата да се намали рекламирањето во услови на рецесија како би се

остварила финансиската цел.

Смалувањето на маркетиншкиот буџет може да го остави брендот во некомпетентна позиција кога пазарот ќе се опорави.

**Разните истражувања, низ долг временски период, покажале дека најдобра стратегија за долгорочен повраток на вложениот капитал е зголеменото рекламирање во текот на кризата.**

Анализата на базата на податоци PIMS (Profit Impact of Marketing strategies) ни ги дава доказите за тоа.

Методот се темели на споредба помеѓу компаниите кои го смалиле, задржале на исто ниво или, пак, го зголемиле рекламирањето за време на рецесија. За мерење се користени повратната инвестиција од вкупно вложениот капитал ROCA (Return on Capital Employed—за време на првите две години по опоравувањето на пазарот и уделот во истите први две години на опоравување. Додека компаниите кои го намалиле буџетот, за време на рецесијата оствариле надмоќен ROCA за време на рецесијата, потфрлиле веднаш штом поминала рецесијата. За време на опоравувањето, оние кои инвестирале оствариле значително поголема повратна инвестиција од вложеното дури зголемена за додатни 1,3 % пазарен удел.

Наведените заклучоци може да се објаснат со помош на три основни правила:

1. **Врската помеѓу пазарниот удел SOM – (Share Of Market ) и уделот кај целната група. SOV – (Share Of Voice)**

Врската помеѓу овие два удела е докажана, колку што е поголем уделот кај целната група во споредба со пазарниот удел, толку е поголема веројатноста дека брендот во следната година ќе го зголеми пазарниот удел. Значи, ако брендот ја зголеми инвестицијата во маркетингот кога конкуренцијата ќе го смали, брендот и ќе стане видлив и така ќе оствари предност која е можно да се одржува со години.

2. **Врската помеѓу големината на брендот и профитната мрежа.**

Заради очигледната предност во големината, големите брендови имаат предност пред малите во остварувањето на повторно купување и надоместување на инвестицијата во маркетингот. Значи, брендот кој го зголемува уделот за време на рецесија, ќе профитира на темелот на овој мултипликатор веднаш кога ќе се опорави економијата.





### 3. Намалената “медиумска бучава“ за време на рецесија отвора нови можности.

Лансирање на нов производ може да има поголем ефект за време на рецесија отколку во некое подбро време, заради неколку причини. Производот кој е единствен или видливо подобар од другите, би требало да успее да постигне повисока цена, дури и кај групата на ценовно чувствителни луѓе. Недоволно одлучната конкуренција може да задоцни со понудата на новиот производ на “и ние имаме начин“. Исто така заради тоа што цените за рекламирање се пониски, компаниите може да добијат поголема вредност за парите. Накратко, натпреварувањето за време на рецесија е како трчање на маратон. Мудриот предводник ќе ја искористи предноста трудејќи се да ја зголеми додека другите заостануваат. Ако, останатите учесници дозволат предноста на предводникот да се зголеми, ќе им биде навистина тешко да се поврати изгубеното кога условите ќе се сменат. Искусните бренд менаџери со длабоки џебови го знаат тоа. A.G. Lafley, P&G CEO, во интервју за Wall Street Journal наведува: “Имаме филозофија и стратегија, кога се тешки времињата го зголемуваме пазарниот удел.

Од друга страна, пак, компаниите кои немаат толку средства едноставно треба да ја пребродат рецесијата најдобро што знаат. Наспроти сите докази кои сугерираат дека рецесијата е вистинско време за агресивно рекламирање, менаџерите би требало да ги земат во обзир индивидуалните мерила за секој поединечен случај.

Во прв ред компаниите не смеат од поглед да ги изгубат своите потрошувачи. Најголемата

вредност, за време на рецесијата, се постоечките купувачи/корисници. Компаниите мора да осигураат маркетиншки активности кои се правилно фокусирани токму на таа група. Купувачите/корисници мора да бидат среќни и наградени за својата лојалност, а нивните потреби мора да бидат задоволени. Исто така, излезот од кризата може да се пронајде во репозиционирањето кое може да го направи брендот атрактивен на профитабилната целна група потрошувачи, односно на онаа група потрошувачи на која најверојатно ќе и се понуди враќање на вложеното. Unilever направи таква промена со брендот Dove во Турција, кој бил поскап од конкуренцијата и како таков е насочен кон богатите жени. За време на рецесијата 2001 направено е мало заобикојување. Со рекламната порака дека Dove и мие и освежува (влажни) адресиран е и на средната многу побројна класа. Dove во 2001 повеќе од двојно ги зголемил средствата вложени во рекламирање што резултирало со 5% повисок удел на пазарот до средината на 2002 г.

Иако е идеално да го задржите буџетот за време на рецесија, можно е успешно да го поддржите брендот и со помали инвестиции, од причина што квалитетната комуникација во најмала рака го компензира смалувањето на буџетот. Значи, ефикасното вложување е секогаш тоа кое го поддржува висококвалитетниот креативен израз.

Најдобрата бренд стратегија било да е пасивна или активна, зависи од неколку работи:

Природата на категоријата, големината на категоријата, наклонетоста и мотивацијата на потрошувачот, силата моќта на брендот и најважно од се, постапките чекорите кои се очекуваат од конкуренцијата.

Продолжува.....



**Профили на работно место** – (англиски – Job Profile) е збир од најважни карактеристики на работното место. Одредено е во каталогот за работни места.

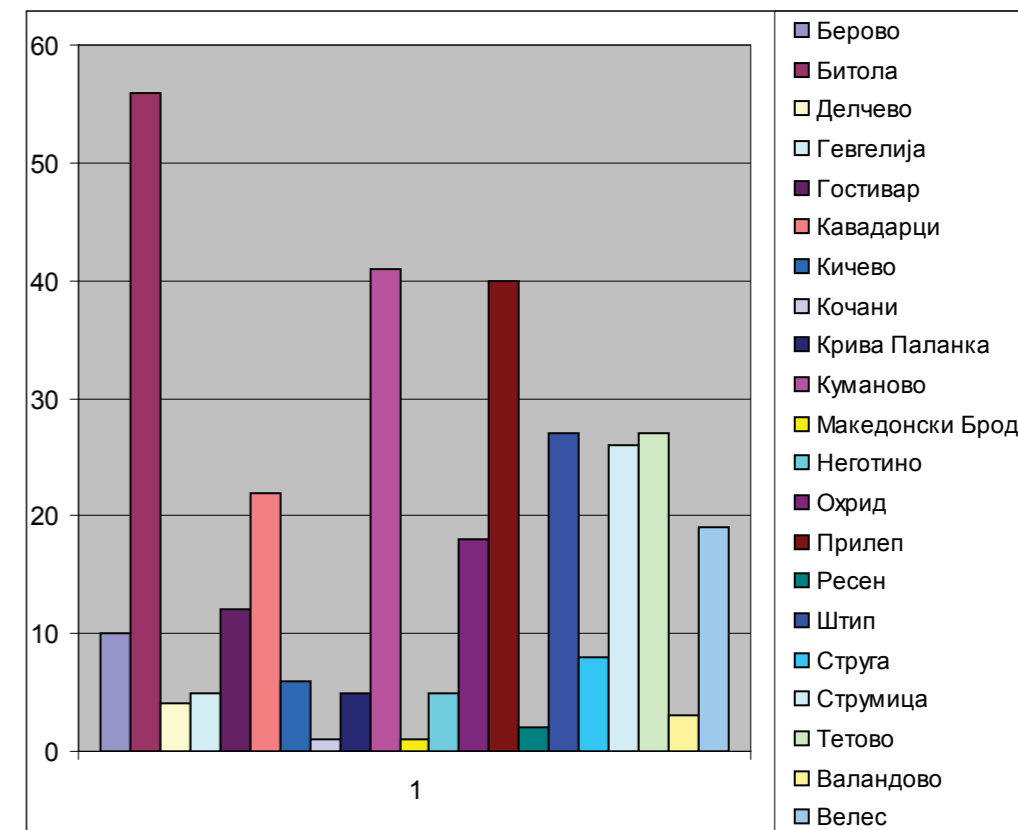
Пример за структура на профили на работно место се:

- Интеракција
- Поделба на одговорностите/слободно делување
- Решавање на проблеми/Иновации
- Влијание на остварувањата/Донесување на одлуки
- Потребни знаења и вештини

Прецизните и наполно одредени барања за работното место, неопходни се во многу процедури и процеси со управувањето на човечките ресурси затоа што служат како подлога за избор на кандидат, на пример во :  
Пополнување на работното место;  
Справување со вештини;  
Планирање на кариери;  
Планирање на наследување.

## НАЈГОЛЕМ БРОЈ НА РАБОТОБАРАТЕЛИ ИМА ВО СКОПЈЕ!

Според статистиката од базата на Вработување. ком, бројот на работодаватели во Скопје е речиси половина од вкупниот број на работодаватели во Македонија, кои бараат работа преку нашата агенција. Табелата подолу го прикажува бројот на работодавателите по градови, невклучувајќи го Скопје.



# ЗАШТИТЕТЕ ГО ВАШЕТО ДЕТЕ СО

## ЖИВОТНО ОСИГУРУВАЊЕ

### Детско штедно осигурување

ЖИВОТНО  
ОСИГУРУВАЊЕ



Основна мисла на секој родител, баба или дедо е како на детето да му осигураат подобар живот, посреќна иднина, но и почетен капитал за самостоен живот во понатамошниот период.

Без разлика дали станува збор за квалитетно образование, подарок за венчавка или, пак, капитал за купување на првиот автомобил или стан, Вашиот гест долго ќе се памети.

#### Штедење зголемено за припишана добивка!

Осигурителниот производ кој сакаме да Ви го приближиме, ќе им обезбеди одредена финансиска сигурност на Вашите најмили, заштеда на средства, но воедно и осигурување на животот од непредвидени и несакани ситуации.

Детското штедно осигурување на Кроаџа Осигурување - Живот, Ви овозможува да го заштедите посакуваниот износ преку уплаќање на премија во текот на договорен период. Овој износ зголемен за добивката припишана во текот на периодот на вложување ќе му биде исплатен на детето.

Основни податоци	
Минимална пристапна старост	91 ден
Максимална пристапна старост	13 години
Максимална старост по истек на осигурување	20 години
Минимална месечна премија	15 ЕУР (мин. год. 180 ЕУР)
Максимална осигурена сума	20.000 ЕУР
Минимално траење на осигурувањето	7 години
Максимално траење на осигурувањето	20 години
Динамика на уплата на премијата	Годишно, полугодишно, квартално или месечно
Надоместок по истек	На детето му се исплаќа договорената осигурена сума зголемена за припишана добивка

НАПОМЕНА: Со секоја склучена полиса Кроаџа Осигурување – Живот подарува вредносен ваучер на износ од 2.400,00 МКД.



#### Пример за договарање на детско штедно осигурување на Кроаџа Осигурување – Живот

Родител склучува полиса за детско штедно осигурување со:

- годишна премија - 750 ЕУР
- временски период на вложување - 20 години
- возраст на детето при склучување на полисата - 3 месеци.

По завршетокот на периодот на вложување (на 20 годишна возраст), на детето ќе му се исплати договорена осигурена сума во износ од 16.538 ЕУР зголемена за припишана добивка. Очекуваниот вкупен капитал, кој се состои од договорена осигурена сума и очекувана добивка, по доспевање изнесува околу 20.000 ЕУР. Покрај ова, може да договорите и дополнително осигурување од незгода со осигурувањето на живот.

#### Како да договорите осигурување на живот?

Полисата за детско штедно осигурување можете да ја направите во нашата дирекција или кај нашите посредници кои сигурно ќе пронајдат оптимален облик на осигурување на живот, прилагоден на Вашите желби и можности. На Ваш повик, со задоволство ќе Ве посетиме и во Вашиот дом, ќе Ви одговориме на сите прашања во врска со осигурувањето на живот и ќе склучиме договор за осигурување на живот.



Сигурен чекор во животот со Кроаџа Осигурување – Живот



# КАКО ИЗГЛЕДА СV НА ГОЛЕМИТЕ ЛИДЕРИ

## CURRICULUM VITAE

### Personal information

Birth name	<b>ORPAH GAIL WINFREY</b>
Born	<b>JANUARY 29<sup>TH</sup>, 1954 (AGE 55) KOSCIUSKO, MISSISSIPPI, USA</b> (DAUGHTER OF VERNON WINFREY, A BARBER, GROCERY STORE OWNER, AND CITY COUNCILMAN, AND VERNITA LEE A HOUSECLEANER)(1961-08-04)
Residence	<b>EAST LAKE SHORE DRIVE CHICAGO, ILLINOIS, USA</b>
Contact	<b>LISA HALLIDAY, HARPO PRODUCTIONS, HARPO STUDIOS 110 NORTH CARPENTER STREET, CHICAGO, IL 60607-2146 PHONE: 310-278-5559</b>
Nationality	<b>AMERICAN (NATIVE AMERICAN ANCESTRY)</b>
Religion	<b>CHRISTIAN</b>
Marige status	<b>ENGAGED (TO STEDMAN GRAHAM; CHILDREN: ONE SON (DECEASED)).</b>
Salary (approx.)	<b>260.000.000,00 USD (JUNE 2006 – 2007)</b>
Occupation	<b>PRODUCER, ACTRESS, SOUNDTRACK, TALK SHOW HOST, AUTHOR</b>

### Work experience

• Dates	<b>1971</b>
* Name and address of employer	<i>WVOL (radio station), Nashville,</i>
• Main activities and responsibilities	▪ TN, part-time radio newscaster
• Dates	<b>1973</b>
* Name and address of employer	<i>WTVF-TV, Nashville (TV station)</i>
• Main activities and responsibilities	▪ Reporter and anchor
• Dates	<b>1976 - 1983</b>
* Name and address of employer	<i>WJZ-TV, Baltimore, MD (TV station)</i>
• Main activities and responsibilities	▪ News anchor co-host of morning show "People Are Talking"
• Dates	<b>1984</b>
* Name and address of employer	<i>WLS-TV, Chicago</i>
• Main activities and responsibilities	▪ Host of WLS-TV talk show AM Chicago, after renamed to <i>Oprah Winfrey Show</i>

### Politic experience

DONATION	<i>15<sup>th</sup> September 1988</i> <b>WINFREY, OPRAH</b> , CHICAGO, IL 6060, HARPO INC ENGELEITER, SUSAN S (R)Senate - WI ENGELEITER FOR SENATE COMMITTEE, donated 1000.00 USD
----------	---



DONATION and SUPPORT

12<sup>th</sup> September 2007

**Winfrey, Oprah** Chicago , IL 60611, Self employed/Harpo Studios OBAMA, BARACK President OBAMA FOR AMERICA, donated 2300,00 USD

## Education and Training

- Dates 1971 (graduated)
- Name and type of institution East Nashville High School in Nashville, Tennessee
- Dates 1987 (graduated)
- Name and type of institution Tennessee State University, USA
- Degree Speech and Performing Arts

## Additional information

1971 – NAMED NASHVILLE’S MISS FIRE PREVENTION;  
 1971 - MISS BLACK TENNESSEE  
 1984 – OPRAH MAKES HER FILM DEBUT AS “SOFIA” IN STEVEN SPIELBERG’S *THE COLOUR PURPLE*  
 1986 – OPRAH RECEIVES GOLDEN GLOBE AND ACADEMY AWARD BEST SUPPORTING ACTRES NOMINATIONS FOR HER PERFORMANCE IN *THE COLOUR PURPLE*  
 1986 – *THE OPRAH WINFREY SHOW* ENTERS NATIONAL SYNDICATION  
 1986 – OPRAH STARS AS “MRS THOMAS” IN THE FEATURE FILM *NATIVE SON*  
 1987 – OPRAH HOSTS THE 14<sup>TH</sup> ANNUAL DAYTIME EMMY AWARDS  
 1988 – OPRAH IS NAMED PEOPLE’S CHOICE AWARDS FAVOURITE TALK SHOW  
 1989 – OPRAH STARS AS “MATTIE MICHAEL” IN THE ABC TELEVISION NETWORK MINISERIES *THE WOMEN OF BREWSTER PLACE*  
 1990 – OPRAH IS EXECUTIVE PRODUCER OF, AND STARS IN, THE ABC NETWORK SERIES *BREWSTER PLACE*  
 1991 – OPRAH INITIATES THE NATIONAL PROTECTION ACT AND TESTIFIES IN FRONT OF THE US SENATE JUDICIARY COMMITTEE TO ESTABLISH A NATIONAL DATABASE OF CONVICTED CHILD ABUSERS  
 1993 – PRESIDENT CLINTON SIGNS THE NATIONAL “OPRAH BILL” INTO LAW, ESTABLISHING A NATIONAL DATABASE OF CONVICTED CHILD ABUSERS  
 1993 – OPRAH PRODUCES THE TV MOVIE *THERE ARE NO CHILDREN HERE* AND STARS AS “LA JOE RIVERS”  
 1994 – FOR HER 40<sup>TH</sup> BIRTHDAY, OPRAH COMPLETES THE MARINE CORPS MARATHON IN WASHINGTON D.C., IN 04:29:15  
 1995 – OPRAH ONLINE ON AOL DEBUTS IN PARTNERSHIP WITH ABC  
 1996 – OPRAH RECEIVES THE GOLD MEDAL AWARD FROM THE INTERNATIONAL RADIO AND TV SOCIETY  
 1996 – OPRAH LAUNCHES OPRAH’S BOOK CLUB, FOR WHICH ALL SELECTIONS HAVE BECOME INSTANT BESTSELLERS  
 1997 – OPRAH IS NAMED NEWSWEEK’S MOST IMPORTANT PERSON IN BOOKS AND MEDIA  
 1997 – OPRAH IS NAMED TV GUIDE’S TELEVISION PERFORMER OF THE YEAR  
 1998 – OPRAH IS THE EXECUTIVE PRODUCER OF *OPRAH WINFREY PRESENTS: THE WEDDING*, STARRING HALLE BERRY  
 1998 – OPRAH WINS SIX WEEK TRIAL IN TEXAS ABOUT ON-AIR COMMENTS MADE IN 1996 RELATED TO MAD COW DISEASE  
 2000 – OPRAH LAUNCHES *O, THE OPRAH MAGAZINE* WITH HEARST MAGAZINES  
 2001 – OPRAH APPEARS ON NEWSWEEK’S COVER FOR “WOMEN OF THE CENTURY: THE AGE OF OPRAH”  
 2002 – OPRAH INITIATES CHRISTMAS KINDNESS SOUTH AFRICA 2002, IN WHICH 50.000 CHILDREN FROM ORPHANAGES AND RURAL SCHOOLS RECEIVED GIFTS OF FOOD, CLOTHING, ATHLETIC SHOES, SCHOOL SUPPLIES, BOOKS AND TOYS.  
 2003 – OPRAH LAUNCHES AN INTERACTIVE VERSION OF HER SOLD OUT LIVE YOUR BEST LIFE SPEAKING TOUR ONLINE.  
 2004 – OPRAH IS NAMED PEOPLE’S CHOICE AWARDS’ FAVOURITE TALK SHOW  
 2004 – OPRAH RENEWS HER CONTRACT FOR *THE OPRAH WINFREY SHOW* THROUGH THE 2010-2011 SEASON  
 2005 – OPRAH IS RANKED NUMBER ONE ON FORBES’ POWER CELEBRITY 100 LIST  
 2006 – OPRAH TEAMS UP WITH HARBO RADIO, INC, AND XM SATELLITE RADIO TO LAUNCH *OPRAH & FRIENDS*, SATELLITE RADIO CHANNEL 156 ON XM.  
 2007 – OPENING OF OPRAH WINFREY LEADERSHIP ACADEMY FOR GIRLS – SOUTH AFRICA



Во најкраткиот опис за Опра Винфри ќе најдете дека таа е self-made билионер, потекнува од руралниот Мисисипи, и го поседува американското бр 1 шоу *The Oprah Winfrey Show* со над 48 милиони гледачи неделно, а од неодамна е сопственичка на своја сопствена тв-мрежа Opra Winfrey Network (OWN). Во последно време се зборува и дека таа е најзаслужната личност, зошто за прв пат во историјата на Америка за претседател е избран афро-американец.

....Веќе повеќе од 20 години, Опра Винфри важи за суверена владетелка на американскиот ток шоу – бизнис- но таа е и многу повеќе од тоа. Со години изгради моќен телевизиски империјал и стекна познанство со најмоќните светски луѓе, бројни политички лидери и големи ѕвезди од светот на шоу бизнисот. Нејзиното влијание на обичниот смртник е голем и во согласност со тоа е и нејзиното влијание на широките народните маси. Во што е тајната на ваквиот огромен успех на оваа жена, која наспроти тоа што израснала во тешки услови во сиромашниот Мисисипи, била сексуално злоставувана и имала проблеми со дрогата успеала да стане најмоќната жена во Америка, а можеби на целиот свет? На тоа прашање може да се одговори со едноставна реченица дека Опра Винфри во ниту еден момент не се одрече од својот сон – да го направи светот подобро место на живеење да им помага на малите луѓе, пред се на жените, и наспроти целиот успех да остане своја.

Се почнало во 1983 година кога станала водителка на 30 минутната утринска емисија. Подоцна се создало и „The Oprah Winfrey Show“. Но најголем удел во нејзиниот успех има адвокатот Jeff Jacobs нејзин се уште најдраг соработник, која ја наговорил да си

основа сопствена продукција и сама да го продава својот продукт, а не да работи за други. Така во 1986 ја создале продуцентската куќа Harpo. Се смета дека успехот на овој двоец (Опра поседува 90 % а Jeff Jacobs само 10 отсто) е во тоа што добиените пари се чуваат, а не се “расфрлаат” во вложување на други проекти. Опра совршено знае да си го чува својот бренд, па се што е со нејзино име е нејзин продукт и во никој случај не го “позајмува” името на други компании.

Во согласност со своите банкарски сметки, Опра го живее својот животен сон. Освен огромната резиденција во Монтесити, таа поседува недвижности надолжно и напречно низ САД. Има куќи на Колорадо, на Хаваите, во Флорида, станови во Њу Џерси и Чикаго... Нејзиниот апартман во Чикаго е наместен за работа и уживање, па така таму има спа центар и теретана, а постои и посебен дел специјално направен за нејзините љубимци кучињата. Иако е јавна пријателка, речиси со сите познати фаци, таа најмногу ја сака својата пријателка Gayle King и ужива кога одат заедно на модни ревији. Опра благодарјеќи на својот вроден талент успеала совршено да балансира помеѓу сериозното и комерцијалното, помеѓу недопирливиот свет на големите ѕвезди и обичните луѓе. Еден ден во својата емисија таа го има на гости Brad Pitt, а веднаш потоа следниот ден со истиот ентузијазам зборува за проблемите на жените кои влегуваат во менопауза. Опра знае на гламурозна вечера да облече прескапа дизајнерска тоалета и во текот на вечерта да си ги соблече чевлите затоа што ја болат нозете, иако е во друштво да речеме на Нелсон Мендела....Ете за тоа таа е тоа што е. И како што вели СЕКОЈ Е ОДГОВОРЕН ЗА СВОЈОТ ЖИВОТ!

Славењето на празникот 8 Март во Македонија има голема традиција, но поновите генерации на припаднички на понежниот пол се помалку го прифаќаат како нешто што треба да се прослави. Се затскриваат ли на тој ден мажите зад своите маски на фини, посветени, љубезни и внимателни сопрузи- за веќе следниот ден се да биде по старо. Ако постои ден на жената, значи ли тоа дека треба да има и ден на мажот на пример. Какво е вашето размислување на таа тема? Намерно ги прашавме само припадничките на понежниот пол, затоа што тие директно се засегнати со темата славење или не на 8 Март. А одговараа на следниве прашања:

Дали сметате дека 8 март навистина го прославува "постоењето" на жената и зошто?

Дали е потребно да се креира и ист празник посветен на мажите?

И што би требало да биде симбол за тој празник, ако за 8 март симбол е цветето?



**МИРЈАНА СТОЈАНОВСКА**

Интернационален фестивал на филмска камера Браќа Манак-communication coordinator

Интернационалниот празник "Денот на жената" постои поради бунтувањето на жените за почитување на нивните права во државниот систем. Но, почитта кон жената/мајката за нејзиното постоење постои и се спомнува во историјата. Тогаш љубовта, наклонетоста и почитта кон жената биле особено нагласени. Жената имала вистинска вредност. Но, денес, а особено во Македонија вистинското значење и вредност на овој празник тотално е занемарен. Што не значи дека жената не е почитувана и нема вредност. Напротив, сметам дека во услови на модернизам, правата на жените се на исто ниво како и правата на мажите, и сметам дека не мора да постои 8 Март како еден ден за искажување на љубов, почит и наклонетост кон жената. Секој ден треба да се слави постоењето на жената. Што се однесува, пак, до "Ден на мажот" ...Во светот постои и се слави Денот на Таткото. Кај нас не, но сметам дека кога веќе постои 8 Март би требало веќе одамна да се воведи и празникот на мажот/таткото за да постои комплементарност во однос на празниците, и поради фактот дека таткото е неопходен елемент во зачувувањето и одржувањето на едно здраворазумско семејство. Но, јас лично сметам дека и постоењето на мажот/таткото треба да се слави секој ден.

И што би требало да биде симбол за тој празник, ако за 8 март симбол е цветето?

Па, мене најмногу ми одговара една картичка со посвета дадена на денот на таткото, како симбол за почит и љубов.

**ЈУЛИЈАНА СТОЈАНОВСКА**

Адвокат

8 Март е ден на жената, но не дека се прославува постоењето на жената, туку се прославува денот, кога жените се избориле за своите права. Во минатото на жената не и се признавале нејзините природни права, па камоли граѓанските и економските права. Со појавата на републики како начини на уредување на државите, се зголемувале и правата на луѓето, на пример, но тие нови права и слободи не и биле признавани на жената.

Токму тогаш низ борба жената успеала да се избори за своите "привилегии" како и мажите, и да си ги поврати природните права и слободи.

Токму таа борба треба да се празнува, секоја година да се потврдува борбеноста и честа на жената. Бидејќи ако некој ти ги одземе правата, значи дека ти ја нарушува честа, а на жената и била нарушена секоја чест.

Што се однесува, пак, до мажите, мислам дека не треба да имаат празник, бидејќи јас не знам дали тие се избориле нешто за себе, мислам како група..... но може да има ден на таткото, ама тогаш ќе мора да има и ден на мајката, а бидејќи 8 Март е ден на жената, а не на мајката. Мислам дека одлична идеја ќе биде да има заеднички ден -ден на родителите, а симбол да биде бројката 8 која во хоризонтална положба симболизира бесконечност, односно заедницата на родителите.

**ОРХИДЕЈА КОСТУРСКИ**

Тех. секретар во кинолошки сојуз на РМ

Воопшто не мислам дека 8 Март го прославува постоењето на жената. Бидејќи нема потреба од правење фама затоа што жената постоела, постои и ќе постои. Мислам дека тоа е деградација на жената. Големината на жената и нејзиното значење за човечкиот род е нешто што заслужува секојдневна почит, а не маскенбал од нашминкани жени кои едвај чекаат некој да им подари цвеќе или ја очекуваат "милоста" на посилен пол да ги испочитува токму во тој ден.

Сметам дека не е потребно да се прави празник на мажот. Бидејќи и мажите имаат свое значење во секојдневното постоење како наши сопрузи и татковци. А што треба да биде симбол на таквиот ден на мажот? Па, нека биде насмевка. Задоволни и среќни лица на неговото семејство.

# ВИСТИНСКА БИЗНИС ЖЕНА

ВРАБОТУВАЊЕ  
news

ИНТЕРВЈУ СО ЈАСНА ПЕТКОВ СТОЈАНОВИЌ

Нејзиното име е Јасна, препознатлива по својот стил својата љубезност и пред се по својата успешност. Отсекогаш имала јасна визија за тоа што сака да постигне каде сака да биде еден ден и која е нејзината цел. Затоа е тоа што е- "Волчица" помеѓу мажите "волци" во угостителскиот бизнис, "беба" и мама за најблиските –истрајна во реализирањето на сопствените идеи. Ова е интервју со вистинска бизнис жена....

**Пред да го почнете бизнисов која беше вашата деловна преокупација, и како се одлучивте да започнете со тоа што сега го правите?**

-Бев генерален застапник на белградскиот текстилен бренд TDI, популарен како street fashion, и фантастично прифатен од македонската популација. Имав синџир продавници во Скопје, низ Македонија, и една во Грција. Поставениот систем функционираше беспрекорно се додека не се појавија одредени проблеми во матичната фирма



во Белград поради кои, за жал, морав да ја прекинам соработката. Оттогаш почнав да размислувам околу отворање на кафулиња. Без оглед на тоа што тргнувате со идеја да создадете бренд, систем на работење, во кој ќе се разликувате од останатите по својата оригинална идеја, понуда и квалитет, постојат бизниси кои бараат исклучиво љубезност, гостопримство, волја и желба да му угодите на клиентот, гостинот и така натаму. Угостителството е еден од нив. Имам едно животно мото според кое секогаш сакам да ја имам привилегија на уживање и гледање во убаво, отсекогаш се трудам работите што ги работам да ги спојам со тоа и, за среќа, ми успева!

**Како се снаоѓате меѓу мажите "волци" во угостителскиот бизнис?**

Како волчица, која волците се обидуваат да ја следат, отсекогаш имав визија околу тоа што сакав да го постигнам и таа визија се разликуваше од другите,

воведував новитети, кревав одредени стандарди и бев оригинална. И "Barcelona" и "Wiener café" се разликуваат од сите други угостителски објекти по различниот концепт и понуда. , Barcelona, , е првиот коктел-бар во Македонија со први професионални коктел-бармени во државата. Wiener cafe е познат по заштитената виенска „zaheг“ торта, доброто вино, големиот избор на елитни пијалаци и амбиентот во кој во еден миг се чувствувате европски.

**Кој е најнепријатниот, а кој најпријатниот момент што сте го доживеале како жена во овој бизнис?**

- (ха, ха, ха) Дефинитивно најнепријатно ми е кога мојата љубезност и желба да му угодам на гостинот се толкува како евентуална дозвола за флерт. Меѓутоа, кога ќе се сфати дека тоа не е така, јас ги губам муштериите. Но, тоа е и симпатично зашто после тоа им е срам да бидат повторно мои гости, иако не треба да биде така. (ха, ха, ха) Имало и моменти кога некои луѓе го барале "газдата", на локалот, а кога јас ќе се појавам повторно го бараат, "газдата" на локалот. Меѓутоа, мене и тоа ми е симпатично, никако непријатно. Пријатни мигови доживувам секој ден бидејќи кафетеријата е место за опуштање и уживање, и секому ја враќа насмевката на лицето. Доколку покрај насмевката на лицето добијам и пофалба за добар угостител, задоволството е потполно.



**Каков е односот на вашиот сопруг со тоа што вие сте "глава" на бизнисот?**

-Па, некој треба да ја држи таа глава, нели? Можеби одговорот е по малку шеговит, но сепак е вистинит. Мојот сопруг и јас главно имаме заеднички бизниси, и во секој од нив се надополнуваме. Јас веројатно изгледам порепрезентативно затоа што сум носител на идеите. А носител на идеите е оној што има најдобра визија за неа, па јас сум таа која го поставува и организира нејзиното реализирање. Потоа доаѓа моментот на одржување на идејата која, пак, е еднакво важен како самата идеја. Тоа е дел во кој мојот сопруг се вклучува, а во тоа е многу успешен. Нему многу добро му е позната мојата амбиција која секогаш има потреба од нови проекти. Свесен за тоа, одржувањето на моите идеи го води стабилно.

**Кога се будите, колку долго ви трае работниот ден и кога заспавате?**

-Обично се будам во шест и четириесет и пет, го носам мојот син во училиште, го почнувам утрото со кафе во Wiener cafe со пријателите. Сакам кога денот ми почнува со некој опуштено, исполнет со позитивна енергија, зашто после тоа денот продолжува да биде исполнет со обврски. Имајќи го предвид тоа со што се занимавам, веројатно ќе одговорам како и многу други луѓе кои имаат приватен бизнис, дека денот им трае многу долго.

**Што е најново што работите?**

Мојот најнов бренд се вика „Highmark“ и се занимава со "in door media marketing" односно исклучиво внатрешно рекламирање. Главен таргет му се лифтовите и холите, приземјата на станбените и деловните згради, каде што се поставуваат „миниборди,, и одредени плакати според потребите на клиентите. Мислам дека не постои поударен маркетинг за клиентот бидејќи потенцијалниот корисник се среќава со производот или услугата што клиентот ја нуди неколку пати во ден возејќи се во лифт или чекајќи лифт. Така е невозможно рекламата да не биде запаметена во

потсвеста на луѓето. Но, не застанувам овде имам и нови идеи....

**Дали го почитувате празникот 8 Март?**

-Уживам во привилегијата да бидам жена, во тоа што носам високи потпетици и што само јас како жена можам да се правам важна девет месеци зашто во себе носам живот. Уживам да добијам цвет, но кон 8 Март немам посебен однос. Сепак, секој празник е за почит.

Наспроти сите обврски Вие сепак со себе го носите епитетот на убава, секогаш средена и среќна жена, како успевате во тоа?

Име и презиме: **Јасна Петков Стојановиќ**  
Најблиските ме викаат... **мама, беба - Јасна.**  
Образованието го завршив... во Белград.  
Се омажив... во 1999 год.  
Моето семејство за мене е... топлина, близина, гушкање, играње, радост, храбрење, смеење (понекоја солза), создавање, заедничко утро во нов ден.  
Купувам облека од... македонски дизајнери кога сакам да бидам посебна во одредени пригоди или производи под заштитено име, зашто влијаат врз мојата самодоверба бидејќи носам нешто што ми гарантира квалитет. Најчесто пијам... црвено вино. Скопје за мене е... само еднаш се љуби.  
Еден ден сакам да постигнам... многу... за мене и најблиските доволно - останатото сакам да го подарувам.

-Имам силен мотив и predispozicija за тоа. Љубовта, љубовта и само љубовта е "spiritus movens" на се што е убаво во вас, на вас, околу вас. Таа од мене го вади најсилниот флуид на среќата кој секогаш ме води напред и ме прави убава, исполнета, среќна и задоволна жена. За тоа најзаслужни се моите двајца прекрасни мажи без кој мојот живот не би бил "story".



# HINTS & TIPS ЗА ОДЛИЧНА ПОЧЕТНА ПЛАТА!

Која е првата работа на која помислувате пред да започнете нова работа?  
Колегите? Не. Директорот? Можеби. Платата? Апсолутно.

**Вработување Едукација** ви нуди неколку корисни совети. Дали сте банкар или агент за продажба, комерцијалист или професор, правник или доктор- земете пенкало в рака и запишувајте. Следниве совети можеби ќе направат разлика во дебелината на вашите картички:

**Знајте колку вредите** – Колку вредите = Колку барате. Доколку сметате дека е потребно, слободно кажете им на идните “газди” колку сте биле плаќани на поранешните работни позиции и колку вредат вашите способности на пазарот. Докажете им дека знаете која цена да си ја залепите, или пак користете ја цената за преговарање.

**Знајте ја вашата минимална плата** –

Работодавачите очекуваат да преговараат со вработените за нивната плата. Ако сфаќате дека не можете да постигнете заеднички минимум, не срамете се да прашате за бенефиции, па макар и да ја пропуштите шансата за работа.

**Бидете подготвени на алтернативни решенија за платата** – Акции, обврзници, бонуси, поделба на профит или бонус за зголемување на перформансите се само некои од начините преку кои можете да земате дополнително, плата.

**Не се плашете да кажете НЕ** – Земете си ги вашите работи и заминете. Некогаш ова знае да биде и најдобрата тактика за преговарање. Покажете им дека не се плашите да станете од масата. Ова ќе докаже дека вие сте способни да одите и да си го најдете тоа што го заслужувате.

**Продајте се себе си** – Работодавачот прави шопинг на перфектен работник. Истото што вие го правите кога купувате овошје – го барате најубавото и најквалитетното за што е можно помала цена. Нацртајте му ги вашите вештини и способности и покажете му колку вредите.

**Бидете конформист со вработувачот** – Не ги претворајте преговорите во “слобода или смрт” ситуација. Избегнувајте ги конфликтите. Бидете пријателски и флексибилни во промените. Ќе бидете изненадени колку вработувачот ќе го цени тоа

**Бидете смирени и контролирани** – Последната работа што вашиот директор би сакал да ја види е да му фрлите чевел кон него поради тоа што не сте го добиле тоа што го сакате. Докажете му дека сте способни да останете приземни и разумни, дури и тогаш кога работите стојат лошо.

**Не ја испуштајте првата понуда непотребно** – Кој знае? Можеби тоа е она што сте го барале. Но, доколку не е, останете тивки и неодлучни, и вработувачот можеби ќе сака да ја убие тишината давајќи втора понуда.

**Бидете флексибилни околу работното време** – Иако твојот директор можеби нема да има услови да ви понуди full time работна позиција, секогаш земај во предвид part time позиција или која било друга флекси-временска алтернатива.

**Предвидете ги другите придонеси** – Ако не ја добивате платата која ја очекувате, не очајувајте поради тоа што буџетот на компанијата е толкав. Слободно прашајте за евентуалното напредување и покачувања на платата.

**Докажете дека сте најдобри за оваа работа** – Ултимативно, вработувачите сакаат да ги видат нивните вработени како ги следат нивните иницијативи, па дури да ги бранат и нивните идеи. Направете го истото за вашето работно место.

**Предвидете ги целите** – Тоа е исто како кога се подготвувате за П&О сесија после презентација. Покријте ги сите точки, бидете подготвени на неочекувани потези на вашиот иден директор. Знајте што точно да одговорите кога ќе ви каже: “Не сте доволно квалификуван/а” или “Барате премногу” или ако праша “Како ќе реагирате ако ви кажам дека ова интервју беше најлошото во мојот живот?”.

*Да разберете кон што се втурнувате кога сакате да преговарате за вашата плата е една работа, да се подготвите за тоа и да ги земете предвид претходниве совети е само добар почеток. Сфатете го процесот на преговарање сериозно, и разликата ќе ја воочите веќе на 1ви.*

## БОЈАТА НА ОБЛЕКАТА - ОДРАЗ НА ВАШАТА ЛИЧНОСТ

Во црно одело делувате итро

### ЦРВЕНАТА Е БОЈА НА АГРЕСИЈА

Црвената боја претставува повик за акција. Во една студија олимписките натпреварувачи кои се занимаваат со борбени вештини од 2006-та год, британските истражувачи ја поврзале оваа боја со висок степен на агресија.

Кај многу машки примати, риби и птици, црвената боја на кожата е поврзана со тестостеронот, вели д-р Роберт Бартон, автор на студијата.

Црвената боја предизвикува несвесна процена на противникот како доминанта.

Како мудро да ја употребите оваа боја?

Ублажете ја со природни бои, вели модниот директор Men's Health Brajan Воје.

Уште една суптилна можност, одберете некој детаљ како симбол на својата доминација.

### БИДЕТЕ ЗАБЕЛЕЖАНИ

Сината боја е секогаш пригодна за работа или за ручек во природа, но според истражувачите на Универзитетот во Јута тоа не е само омилена боја на опуштен тип во позадината. Структурата на женското око, осетливо на боја, ги запазува нијансите и информациите и директно ги праќа до нејзиниот мозок.

Одберете ја онаа нијанса на сина боја која одговара на пригодата.

Колку што е пригодата поофицијана толку бојата треба да биде потемна. Тоа е основата на многудобри комбинации...Со соодветен детаљ потенцирајте го тој впечаток. Светлосините кондури, подобро отколку црните, допринесуваат да светлосиното одело биде по впечатливо. На крајот на краиштата, тоа го прават Италијанците.

### ВЕЖБАЈТЕ ОПУШТАЊЕ

Носете пастелни бои во неформални ситуации, надвор од кацеларијата или со нив ублажете ги сериозните комбинации. Дури и дискретниот пастелен детаљ може да значи многу.

### ДОБИТНА КОМБИНАЦИЈА

Луѓето со добро чувство за боја внимаваат на тоа секој дел од нивната облека да се сложува не само со останатите облечени алишта туку и со нивната природна боја на тенот. Вашата кожа ги рефлектира боите, а внимателно одбраните нијанси ќе го

сперачат вашиот блед изглед, вели Dzulii Foli, консултант за имиџ од Бостон.

Foli обрнува внимание на уште еден фактор – бојата на очите.

Зелените и сини тонови им прилегаат на личности со посветли очи, сините и црни на оние со потемни очи. Дозволете бојата на тенот да ви ја одреди бојата на облеката. Колку што ви е посветла кожата толку и кошулите треба да бидат во посветла боја. Набљудувајте го сакото и пантолоните како рамка, тие треба да бидат во контрастна боја од очите и кошулата.

### ИЗГЛЕДАЈТЕ ТАИНСТВЕНО, А НЕ ИЗМОРЕНО

Една студија од Корнел Универзитетот открива дека тимовите-стручњаци во црни униформи делуваат поагресивно од оние кои носат облека во посветла боја. Во црно одело делувате итро, вели еден од сопствениците на консултантската агенција за имиџ и стил, а тоа понекогш не остава најдобар впечаток. Темносивото одело може да ви помогне да избегнете непријатности, комбинирајте го со кошула во жива боја. Со нешто морате да ја разбиете темната комбинација, вели Foli. Потемните бои оставете ги за навечер, кога подобро ќе се вклопат со ситуацијата.



Спенсер Џонсон

## КОЈ ГО ЗДИПЛИ МОЕТО СИРЕЊЕ



Издадена: 2004 год.  
број на страни: 102 стр  
цена: 230,00 ден

Едноставна бајка која ни донесува длабоки вистини за промените. Единствените размислувања и нарацијата на Спенсер Џонсон прават оваа книга лесно да ја чита и да ја разбере секој што сака да успее во овие променливи времиња...

Бертранд Расел

## МУДРОСТА НА ЗАПАДОТ



формат: 140 x 205  
број на страни: 444 стр  
издадена: 2007 год  
цена: 350,00 ден

„Мудроста на Западот“ е книга која би требало да го поттикне секој човек обдарен со интелектуална љубопитност. Оваа историја на филозофијата претставува прв обид да се комбинираат зборот и сликата со цел не само да се овековечат, туку и да се расветлат човековите идеи за светот и за самиот себе. Книгата покрива широк опсег на западната мисла, следејќи го нејзиниот пат од времето пред Сократ, сè до главните трендови на филозофската мисла кон средината на 20 век. Таа ги содржи учењата на големите Атињани, хеленизмот и раното христијанство, средниот век, схоластиката, просветителството и романтизмот, сè до современата филозофија.

Taschen

## 100 HOUSES FOR 100 ARCHITECTS



формат: 24 x 31.5  
број на страни: 480 стр  
издадена: 2008 год  
цена: 1400,00 ден

Најголемиот предизвик во дизајнирањето на дом е договарање на деликатниот баланс помеѓу естетиката и личните желби на сопствениците. Иако е важно за структурата да ја рефлектира визијата на архитектот, клиентот на крајот мора да се чувствува како дома по покривот. Посебно е интересно, оттаму, да се разгледаат домовите кои архитектите ги прават самите за себе.

# САКАМ ДА ЗБОРУВАМ ЛИЧНО.....

1. Само дисциплина и ригорозност

*\*Наведете ситуација во која дошла до израз вашата самодисциплина и ригорозност*

Бидејќи сум скромен и не сум фалбаџија би сакал за тоа лично да зборувам со работодавачот

2. Лојалност

*\*Наведете ситуација во која дошла до израз вашата лојалност*

За успех не може една личност да функционира како поединец. Мора да се соработува и да се биде лојален и кон фирмата и кон вработените и кон претпоставените.

ПО ДЕФИНИЦИЈА СИМБИОЗАТА ПРЕТСТАВУВА ГРУПА НА ЕДИНКИ КОЈ СО МЕЃУСЕБНА РАБОТА И ЛОЈАЛНОСТ ПОСТИГНУВААТ СООДВЕТЕН УСПЕХ И УСПЕВААТ ДА ДОЈАДАТ ДО СОПСТВЕНАТА ЦЕЛ.



Вакви ситуации сум ги имал многу пати па не би можел да ги наведеам овде и за тоа би заборава лично.

*Дали имате искуство со деца затоа што би требало да работите како менаџер на бутик за деца па пожелно е таквото искуство...*

Немам искуство со деца. Но дома имам две мачиња кои ми се како деца.  
Мислам дека тоа може да ми

помогне многу. Во некоја мерка исто е така?

Почитувани,

Мислам дека треба да ме примите на работаната позиција возач на шлепер затоа што имам долгогодишно искуство во сообраќајната култура со шлепери....



# ОГЛАСИ ОГЛАСИ ОГЛАСИ

**Фирма:** КНАУФ дооел  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

КНАУФ d.o.o.e.l вработува СОВЕТНИК ЗА ТЕХНИЧКИ ПРАШАЊА.  
Адреса за аплицирање: Бул. Александар Македонски б.б., 1000 Скопје  
Огласот трае до 07.03.2009год.

**Фирма:** „МЛАДИНСКА КНИГА“  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

Друштвото за издаваштво, трговија и услуги „МЛАДИНСКА КНИГА“ од Скопје има потреба од кандидати на работното место 10 ЗАСТАПНИЦИ – КОМЕРЦИЈАЛИСТИ.  
Во рок од 10 дена во терминот од 08:00 до 15:00 часот (во работни денови) јавете се на тел.: 070/ 328 – 706

**Фирма:** АБ Канал  
**Град:** Сопје  
**Објавен:** 26.02.2009, Вечер

Националната и сателитска телевизија АБ Канал објавува конкурс за вработување на 29 нови работни места на следните позиции: Сниматели (камермани); Монтажери на нелинеарни монтажи; Светло; Видео миксери; Оператори на програма; графички оператори; Тон техничари и Новинари со над 3 год. работно искуство во телевизија.

**Фирма:** Налко Системи  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 26.02.2009, Дневник

„НАЛКО СИСТЕМИ“ Скопје објавува оглас за вработување на Економски техничар – 1 извршител.  
Адреса за аплицирање: verica@nalco.com.mk

**Фирма:** Теленик МК  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

Теленик МК Скопје итно има потреба од искусен преведувач на германски јазик. Заинтересираните кандидати да ја испратат својата биографија и контакт телефон на следната e-mail адреса: kfilipovska@m-teh.com.mk или на тел. 02/ 3073 – 430

**Фирма:** Mc Donald's  
**Град:** Тетово  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

Вработи се во Mc Donald's во Тетово. Вашето резиме можете да го испратите на адреса tetovokontakt@mcd.com.mk  
IT'S NOT A JOB, IT'S A CAREER

**Фирма:** ИБМ Млекара а.д. Битола  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 26.02.2009, Дневник

ИБМ Млекара Битола нуди одлична можност за вработување на маркетинг менаџер; Менаџер за клучни купувачи; Регионален менаџер за продажба и Унапредувач на продажба.  
Адреса за аплицирање: vработување@ibm.com.mk Огласот трае до 08.03.2009год.

**Фирма:** А.Д.„ЗАУС“  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 28.02.2009, Дневник

А.Д.„ЗАУС“ – Скопје, распишува оглас за прием на 1 (еден) дипломиран градежен инженер на работно место одговорен проектант планер. Адреса за аплицирање: Бул. „Партизански Одреди“, 89. Огласот трае 15(петнаесет) дена од денот објавувањето.

**Фирма:** BIOTEK Solutions  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

BIOTEK Solutions објавува конкурс за: Сметководител.  
Вашето CV доставете го на e-mail: biotek@on.net.mk

**Фирма:** СТАТЕР БАНКА АД  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 21/22.02.2009, Дневник

СТАТЕР БАНКА АД Куманово има потреба од прием 1(еден) извршител, за работно место Правен референт во Дирекција за правни работи, за работа во Куманово. Потребните документи се доставуваат на адреса: СТАТЕР БАНКА АД Куманово, Плоштад „Нова Југославија“ бб, Дирекција за правни работи.

**Фирма:** Адвокатско Друштво Поленак  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 28.02.2009, Дневник

Адвокатско Друштво Поленак објавува оглас за прием на адвокатски приправници за нивно стручно оспособување за полагање правосуден испит преку извршување на работни обврски, согласно Законот за адвокатура.

**Фирма:** Медиа Хаус ДОО  
**Град:** Скопје  
**Објавен:** 03.03.2009, Дневник

Медиа Хаус ДОО Скопје има потреба од Административен работник - секретарка. Адреса за аплицирање: Луј Пастер бр.5 или e-mail: info@mediahouse.com.mk

# ОГЛАСИ ОГЛАСИ ОГЛАСИ

**Фирма: МЕТЕОРИТ д.о.о.**  
**Град: Битола**  
**Објавен: 03.03.2009, Дневник**

МЕТЕОРИТ д.о.о. Битола вработува Бравар, Заварувач, Заварувач-оксигенец, Пескар, Фарбар, Работник за машинска обработка, Режач на лим, Помошен работник и Лимар. Адреса за аплицирање: ул. „Новачки пат“ б.б. Битола.

**Фирма: МАК 2000 АД**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 03.03.2009, Дневник**

МАК 2000 АД Скопје објавува оглас за вработување на Референт: Комерцијалист-Дистрибутер. Адреса за аплицирање: Орце Николов 75а, 1000 Скопје.

**Фирма: NELT ST**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Шпиц**

NELT ST вработува Агент за продажба, Мерчендајзер и Доставувач/Магационер. Адреса за аплицирање: hrc@nelt.com.mk или по пошта на NELT ST ул. 32 бр. 20 нас. Илинден, 1000 Скопје. Огласот трае до 15.03.2009г.

**Фирма: ТРАНС МЕТ доо**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Шпиц**

ТРАНС МЕТ доо Скопје вработува Техничка секретарка и Градежен инженер. Адреса за аплицирање: info@transmet.com.mk

**Фирма: ХЕДИС ДООЕЛ**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 03.03.2009, Шпиц**

ХЕДИС ДООЕЛ Скопје има потреба од мерчендајзер(ки) за Струга и Охрид и мерчендајзери(ки) за Битола. Адреса за аплицирање: ул. „Перо Наков“ бр. 60, 1000 Скопје.

**Фирма: ГИОРГИО-ДООЕЛ**  
**Град: Струмица**  
**Објавен: 02.03.2009, Дневник**

ГИОРГИО-ДООЕЛ Струмица има потреба од Менаџер за продажба. Адреса за аплицирање: giorgio.sr@hotmail.com, факс 034/ 347 - 913

**Фирма: „УНИ СЕРВИС“ ДООЕЛ**  
**Град: Штип**  
**Објавен: 04.03.2009, Дневник**

„УНИ СЕРВИС“ ДООЕЛ Штип има потреба од Келнер (4); Шанкер (2); Готвач (4) и Помошен персонал (3). Адреса за аплицирање: ул. Крсте Мисирков – бб Штип. Огласот трае 8 дена од објавувањето.

**Фирма: GENERAL TOURIST**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Дневник**

GENERAL TOURIST Скопје објавува оглас за вработување Агенциско работење (incoming) рецептивен Туризам, Агенциско работење (outgoing) иницијативен Туризам и Водич за пречекување и водење групи во Турција. Адреса за аплицирање: ул. Климент Охридски бр. 60, Скопје или на e-mail info@generaltourist.com.mk

**Фирма: МОБИЛИТИ БРОКЕР АД**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 02.03.2009, Дневник**

Осигурителното брокерско друштво МОБИЛИТИ БРОКЕР АД Скопје има потреба за вработување на ОПЕРАТИВЕН ДИРЕКТОР. Адреса за аплицирање: Иво Лола Рибар бр.51 Скопје.

**Фирма: NELT ST**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Шпиц**

NELT ST вработува Агент за продажба, Мерчендајзер и Доставувач/Магационер. Адреса за аплицирање: hrc@nelt.com.mk или по пошта на NELT ST ул. 32 бр. 20 нас. Илинден, 1000 Скопје. Огласот трае до 15.03.2009г.

**Фирма: ИК БАНКА**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Дневник**

ИК БАНКА АД Скопје има потреба за вработување во Дирекција за општи работи – Директор. Адреса за аплицирање: Бул. „Партизански одреди“ бр.3, блок 11, 1000 Скопје. Огласот трае 5 дена од објавувањето.

**Фирма: Игротека „МИКИ МАУС“**  
**Град: Скопје**  
**Објавен: 04.03.2009, Дневник**

Вработување.ком за потребите на свој клиент, ИГРОТЕКА МИКИ МАУС, вработува девојка за полно работно време со претходно работно искуство во игротека и анимација. Заинтересираните кандидатки кои го исполнуваат условот (претходно работно искуство), да се комуникативни, љубезни, претставителни, ведри и одговорни ги покануваме да аплицираат со своја биографија (задолжително со фотографија) на следната e-mail адреса anetad@vработување.com.mk со назнака „ЗА РАБОТА ВО ИГРОТЕКА“.

# ОГЛАСИ

ОГЛАСНА ТАБЛА

# ВРАБОТУВАЊЕ COM

- Професионално посредување при вработување
- Подготовка на огласи за вработување
- Регрутација
- Професионална селекција на кадри
- Тестирање и интервјуирање
- Headhunting
- Советувања од областа на човечки ресурси
- Планирање на човечки ресурси
- Анализа и опис на работни места
- Годишна перформанса и мотивација на вработени
- Реинженеринг на човечки ресурси
- Анализа на пазарот на труд

**ВРАБОТУВАЊЕ.КОМ**  
Лиценцирана Агенција за посредување при вработување  
тел/факс: + 389 (0)2 3 296 446;  
+ 389 (02) 3 230 091  
vrabotuvanje@vrabotuvanje.com.mk  
web: www.vrabotuvanje.com.mk



## ВРАБОТУВАЊЕ ЕДУКАЦИЈА

Васил Ѓоргов 24/1-5  
1000 Скопје, Република Македонија  
Контакт тел: +389 (2) 3213065  
edukacija@vrabotuvanje.com.mk  
http://www.vrabotuvanje.com.mk

- Консултантски активности,
- Едукација на човекови ресурси,
- Подготовка на специјализирани програми и курсеви,
- Дизајн, организација и имплементација на обуки,
- Обезбедува сеопфатна тренинг и логистичка поддршка.

Вработување Едукација  
Центар за консултантски услуги, едукација и менаџмент

# ВРАБОТУВАЊЕ lizing

- Пријава и одјава на вработени
- Подготовка на пресметка за бруто плата
- Исплата на бруто плата со листи за бруто плата
- Подготовка на потврди за вработување и решенија за годишен одмор
- Услуга за дополнително осигурување при работа
- Советувања од областа на правото и финансиите

**ВРАБОТУВАЊЕ ЛИЗИНГ**  
Лиценцирана Агенција за привремено вработување  
тел/факс: + 389 02 3 213 065;  
+ 389 02 3 230 091  
e-mail: silvanal@vrabotuvanje.com.mk,  
danielas@vrabotuvanje.com.mk  
liljanat@vrabotuvanje.com.mk  
web: www.vrabotuvanje.com.mk

**ХРАНА И ПИЊО** - Водечки бренд кој е застапен во повеќето балкански држави, како Србија, Словенија, Босна и Херцеговина, Црна Гора, Албанија и Косово, преку своето телевизијско и печатено издание.

во соработка со

**ВРАБОТУВАЊЕ**

објавува

**ОГЛАС ЗА ВРАБОТУВАЊЕ НА**  
**Маркетинг Менаџер**

**Потребни квалификации:**

- Високо образование
- Претходно работно искуство во маркетинг и комерција
- Познавање на работата на медиумите
- Одлично познавање на англиски јазик
- Познавање на работа со компјутери

**Профил:**

- Креативна личност
- Одлично развиени комуникациски и организациски способности
- Амбициозност
- Ориентираност кон резултати и деловни успеси
- Способност за координирање на тим

Доколку се препознавате себеси во бараниот профил на личност и ги поседувате наведените квалификации, Ве покануваме да аплицирате. Вашата Професионална Биографија доставете ја на e-mail: [anetad@vrabotuvanje.com.mk](mailto:anetad@vrabotuvanje.com.mk), со назнака „за Маркетинг Менаџер“.

Апликациите може да ги испратите најдоцна до 05.03.2009год. Оние кои ќе бидат селектирани во потесен круг, ќе бидат известени.

**ВРАБОТУВАЊЕ.КОМ**

Do you want to work in International Fortune 500 Company? Are you enough challenging to work and willing to work for IT company – distinguishable positioned brand, with widespread prospect abroad Macedonia?

**Manpower** In cooperation with **ВРАБОТУВАЊЕ**

For all interested candidates, announces the hereinafter positions:

1. IBM Senior Windows System Administrator
2. IBM Senior UNIX System Administrator
3. IBM Database Administrator Oracle, DB2
4. IBM MSSQL Administrator
5. IBM Storage Administrator
6. IBM Lotus Domino/Lotus Notes Administrator
7. IBM zSeries Specialist
8. IBM SAP BASIS Support Specialist

If You want to become a part of a company with specialized and team work, professional communication, client oriented and goal attainment, if You are energetic, reliable, loyal, and responsible, with appetence and eagerness to work under pressure, ambitious and initiative, aspiring towards success and progress in the work, we kindly invite You to apply.

Send your professional Curriculum Vitae (CV) and Cover Letter (CL) in English to [katerinam@vrabotuvanje.com.mk](mailto:katerinam@vrabotuvanje.com.mk), remitting your job position in the subject line.

Only completed applications will be considered.  
Only short listed candidates will be notified.

**Our client knows how to accomplish high-ranking goals, and give you a chance to try reaching them.**

**ВРАБОТУВАЊЕ.КОМ**

domot ADV TAVON

водечки светски бренд од областа на високата мода за мажи, во соработка со

**ВРАБОТУВАЊЕ**

Објавува оглас за вработување на

**МЛАДИ, ПРЕСТАВИТЕЛНИ И ЕНЕРГИЧНИ ЛИЧНОСТИ**  
На позиција  
**ПРОДАЖЕН АСИСТЕНТ**

**Потребни квалификации:**

- Минимум средно образование
- Претходно работно искуство во продажба, особено во модна индустрија
- Одлично познавање на англиски јазик
- Познавање на работа со компјутери
- Познавање на модни трендови

**Профил:**

- Професионалност во услужување на клиенти
- Одлично развиени комуникациски способности
- Добро развиено чувство за организација на работните обврски
- Способност за работа во тим
- Креативност

Доколку се препознавате себеси во бараниот профил и ги поседувате наведените квалификации, Ве покануваме да бидете дел од ексклузивната модна индустрија. Вашата Професионална Биографија доставете ја на e-mail: [anetad@vrabotuvanje.com.mk](mailto:anetad@vrabotuvanje.com.mk), со назнака „за Продажен асистент“.

Оние кои ќе бидат селектирани во потесен круг, ќе бидат известени.

**ВРАБОТУВАЊЕ.КОМ**

**КРОАЦИЈА ОСИГУРУВАЊЕ АД**  
Друштво за осигурување на живот Скопје

**ОГЛАС**  
за Застапници во осигурувањето

**СТАНЕТЕ НАШ ЗАСТАПНИК ВО ОСИГУРУВАЊЕ!**

Кандидатите потребно е да ги исполнуваат минимум следните услови:

- ССС/ВСС
- Работно искуство во продажба (пожелно)
- Познавање на работа со компјутери (MS Office)
- Познавање на англиски јазик

Сите заинтересирани кандидати потребно е да поднесат своја биографија на следната e-mail адреса [katerinam@vrabotuvanje.com.mk](mailto:katerinam@vrabotuvanje.com.mk) со назнака ЗА КРОАЦИЈА ОСИГУРУВАЊЕ.

**ВРАБОТУВАЊЕ.КОМ**



