

Polazeći od tehničkih i materijalnih resursa kojima raspolaže, uvažavajući zahteve tržišta i tekuću ekonomsku situaciju, kao osnovne ciljeve poslovne politike „MN“ je utvrdio:

- veći obim proizvodnje i usluga boljim korišćenjem kapaciteta,
- viši kvalitet i širi asortiman proizvoda i usluga,
- širenje tržišta i povećanje broja kupaca proizvoda i usluga,
- racionalno trošenje svih resursa i ograničavanje rasta troškova,
- povećanje prihoda od prodatih proizvoda i usluga,
- veći iznos čiste dobiti i stopu rentabilnosti najmanje u nivou proseka grane svake delatnosti kojom se MN bavi.

### **1. Proizvodnja, otkup i prerada voća i povrća**

Kretanje cena u otkupu voća i prodajnih cena gotovog proizvoda od smrznutog voća na inostranom tržištu nedvosmisleno potvrđuju da zarada po jedinici proizvoda ima tendenciju pada. Viši nivo ekonomije poslovanja neminovno nameće veću proizvodnju, otkup i preradu voća odnosno veći izvoz proizvoda od smrznutog voća. Utvrđujući sve to kao prvi prioritet poslovne politike, „MN“ posebno ima u vidu činjenicu da područje koje gravitira hladnjači, približno 20 do 30 km u prečniku, po mogućnosti proizvodnje višestruko nadmašuje potrebe hladnjače, a da istovremeno postoji tražnja na inostranom tržištu, bar kad su u pitanju proizvodi od maline, višnje i kupine, pa i razni proizvodi od šljive.

„MN“ poseduje sopstvene zasade na preko 30 ha površine. Povećanje sopstvenih zasada donosi višestruku korist, s tim što posebno treba istaći cenu koštanja proizvodnje i kvalitet proizvoda. Cena je niža u odnosu na otkupnu, ponekad i do 50%, a kvalitet ploda znatno viši. Na sopstvenim zasadima uzgajaju se malina, višnja i šljiva.

Sopstveni zasadi doprinose većem edukovanju individualnih proizvođača.

Širenje sopstvenih zasada, zbog njihovog višestrukog značaja, „MN“ takođe utvrđuje kao prioritete poslovne politike.

Direktnu prodaju kupcima koji proizvode od smrznutog voća troše u sopstvenoj proizvodnji ili ih prodaju krajnjim kupcima kao konzumno voće nameću čisto ekonomski razlozi. Direktnom prodajom se eliminišu posrednici i tako postiže viša cena, a istovremeno obezbeđuje čvršće vezivanje kupaca za proizvode „MN“-a. Isporuka krajnjem potrošaču najmanje jedne trećine ukupne proizvodnje spada u prve prioritete poslovne politike MN u narednom periodu.

Prodaja krajnjem potrošaču nameće promenu u strukturi prerade. Radi se pre svega o sitnom pakovanju, koje u suštini predstavlja nov program prerade voća. Njegovo uvođenje i stabilizacija takve prodaje zahteva vreme i velika sredstva. Dugoročna strategija „MN“-a podrazumeva preradu maline i njenu isporuku u sitnom pakovanju u količini od približno 500 tona.

Isporuku gotovih proizvoda u većem pakovanju „MN“ će i dalje razvijati, nezavisno od gotovih proizvoda u sitnom pakovanju. „MN“ hladnjača će i dalje bazirati svoj rad u poslovanju sa dosadašnjim kupcima, koji ne zahtevaju isporuku sitno pakovanih proizvoda.

Na sopstvenim zasadima ne mogu se proizvesti dovoljne količine voća za puno korišćenje kapaciteta hladnjače. Stoga će „MN“ i dalje sarađivati sa individualnim proizvođačima u primarnoj proizvodnji. Da bi njihova proizvodnja bila na višem nivou, „MN“ će pružati stručnu pomoć i blagovremeno obezbeđivati dovoljne količine đubriva, sredstava za zaštitu i drugih repromaterijala.

### **2. Proizvodnja i ugradnja vibropresovanih betonskih elemenata**

Vrhunska tehnologija implementirana u fabrici za proizvodnju vibropresovanih betonskih elemenata omogućava visok kvalitet proizvoda, znatno iznad nivoa drugih proizvoda, a takođe i manje troškove proizvodnje. Pošto se fabrika nalazi neposredno uz reku, proizvodnja peska, šljunka i njihovih frakcija

obavlja se po znatno nižim troškovima. Sve to zajedno, manji troškovi proizvodnje i jeftinije sirovine, omogućava da proizvodnja betonske galanterije bude profitabilna.

Povećanje obima proizvodnje i plasmana vibropresovanih betonskih elemenata spada u prioritetne ciljeve poslovne politike. Povećanje obima proizvodnje bazira se na tehničkim mogućnostima fabrike i dobroj snabdevenosti potrebnim sirovinama, a obim plasmana na visokom kvalitetu proizvoda i maloj pokrivenosti tržišnog prostora Srbije.

Visok nivo i stalno poboljšanje kvaliteta vibropresovanih betonskih elemenata, uvođenje novih proizvoda i njihovo kombinovanje u različite forme parternog uređenja, korišćenje novih materijala za završnu obradu betonskih elemenata i mogućnost kombinovanja više boja po želji kupca, tačne dimenzije svakog proizvoda pojedinačno i visoke performanse betona: veća zbijenost, tvrdoća, otpornost na vodu i habanje, kao i njihov estetski izgled omogućuje veliku tražnju proizvoda na tržištu, tim pre što „MN“ može, zbog visokog nivoa tehnologije u proizvodnji i jeftinijih sirovina, da ponudi realno prihvatljive cene.

U dosadašnjem poslovanju „MN“ je pokrivao deo područja grada Beograda, deo područja Vojvodine, kao i oblast Podrinja. Na ostalim područjima „MN“ se nije pojavljivao ili se pojavljuje sporadično. Sva ta područja „MN“ marketinški obrađuje s ciljem da identifikuje potencijalne kupce i utvrdi mogućnost za međusobnu saradnju, a pri tome u celosti sprovodi proceduru definisanu ISO standardom kvaliteta.

U katalogu Fabrike detaljno je prikazan proizvodni program, deo urbanih celina koje smo uredili u više gradova Srbije, a i potrebna uputstva za ugradnju naših proizvoda po principu „uradi sam“.

### **3. Trgovina i usluge**

Trgovina u osnovi pospešuje razvoj drugih delatnosti u „MN“-u, pre svega proizvodnju, otkup i preradu voća, a takođe i proizvodnju i ugradnju betonske galanterije.

Blagovremenom nabavkom kvalitetnih repromaterijala i zaštitinih sredstava za potrebe individualnih proizvođača i za sopstvene zasade voća obezbeđuje se dvostrana korist – jeftinija i veća proizvodnja. Kao trgovac na veliko, „MN“ nabavlja veće količine repromaterijala i zaštitnih sredstava. Tako se smanjuje cena nabavke i time pojeftinjuje proizvodnja. S druge strane, „MN“ kao firma sa dugogodišnjim iskustvom u trgovini, u mogućnosti je da nabavi kvalitetnu robu, tim pre što ima sve potrebne informacije o stanju zasada i najefikasnijim preparatima za zaštitu i prihranjivanje biljaka. Efikasnom zaštitom i kvalitetnim prihranjivanjem, povećava se proizvodnja.

U prevozu ploča i drugih betonskih elemenata na gradilišta troše se velike količine naftnih derivata. Sopstvena trgovina omogućava jeftiniju nabavku derivata i blagovremeno snabdevanje.

Ponudom robe široke potrošnje može se akontirati kupovina voća i tako primarni proizvođači čvršće vezati za „MN“. Trgovina svakako doprinosi smanjenju troškova i boljem imidžu „MN“-a.

Uvažavajući značaj u pospešivanju razvoja drugih delatnosti, poslovna politika u trgovini svodi se na dva osnovna cilja – porast prometa iznad nivoa rasta cena i obim prihoda koji pokrivaju sve troškove i obezbeđuju rentabilnost u nivou proseka grane.

Da bi ostvario postavljene ciljeve, „MN“ u ovoj delatnosti vodi politiku stalnog ograničavanja rasta troškova. Permanentno se proširuje i kvalitativno poboljšava asortiman roba u marketima i prodavnicama i obezbeđuje njihova stalna snabdevenost, kao i stalna snabdevenost benzinskih pumpi svim vrstama naftnih derivata. Zarade se ostvaruju srazmerno povećanju obima prodaje, prihoda i razlike u ceni. Puna pažnja se posvećuje povećanju obima trgovine na veliko. Primena tih mera utvrđena je kao preduslov za ostvarivanje postavljenih ciljeva i ekonomski uspešno poslovanje trgovine.

#### 4. Turizam i ugostiteljstvo

Počev od 2001. godine, „MN“ ozbiljnije nastupa u oblasti turizma i ugostiteljstva.

Obzirom da je usvojenom Strategijom razvoja Grada Loznice, razvoj turizma definisan kao ključna oblast, te da i u razvoju privrede na širem - državnom nivou turizam zauzima značajno mesto i „MN“ će u narednom periodu težiti da poveća svoju aktivnost u ovoj oblasti. Imajući u vidu blizinu Banje Koviljače, planine Gučevo, reke Drine i Tršića, posebnu pažnju treba posvetiti stvaranju uslova za razvoj sportstko-rekreativnog i poslovno-kongresnog turizma. Razvojne aktivnosti u ovoj oblasti, pored ekonomskog, mogu imati pozitivan uticaj na životnu sredinu i stvaranje novog pozitivnog imidža „MN“-a i grada Loznice.

U okviru Društva posluju dva objekta iz ove oblasti i to vila „Nešić“ u Loznici i prenoćište „Oaza“ u Malom Zvorniku.

Na mestu gde se danas nalazi vila „Nešić“, planirana je izgradnja visokokategorizovanog hotela. I faza izgradnje je završena, a u narednom periodu se planira nastavak i okončanje investicije izgradnjom II faze. Budući hotel, predstavljajući centar sportsko rekreativnog kompleksa, koji će sadržati i terene za velike i male sportove, veštačko jezero, uređenu plažu i ostale sadržaje neophodne za odmor i rekreaciju gostiju. Takođe, velika klimatizovana sala kapaciteta blizu 500 mesta, omogućiće organizaciju svih vrsta proslava, poslovnih ručkova, a u kombinaciji sa smeštajnim kapacitetima hotela – visokokategorizovanim sobama i dodatnim sadržajima, sve uslove za bavljenje poslovno-kongresnim turizmom. Ostvarenjem ovim planova, svakako će se poboljšati turističko-ugostiteljska ponuda samog „MN“-a, ali i kraja u kome se nalazi.

