

Posle dugog niza godina zanemarivanja i gotovo izostanka bilo kakve osmišljene marketinške kampanje, fabrika „Toza Marković“ je i u tom segmentu oporavka kompanije načinila važne korake. Moderan vizuelni identitet, opremanje prodajnih mesta, promo filmovi i reklamni spotovi emitovani na nekim od najvažnijih televizijskih kuća sa nacionalnom frekvencijom deo su marketinške kampanje kojom fabrika „Toza Marković“ predstavlja osvežen brend.

Kako naglašava Nikola Ilić, direktor prodaje i marketinga u fabrici „Toza Marković“ d.o.o. Kikinda, i u tom segmentu treba nadomestiti zaostatak za konkurencijom u branši, koja je u poslednjoj deceniji napredovala. U realizaciji ozbiljne marketinške strategije mora se ići korak po korak:

- U proteklih desetak i više godina konkurencija je napredovala, a u kikindskoj fabrici je nažalost mnogo toga devastirano, pa je i angažman na polju marketinga bio gotovo potpuno zanemaren. U poslovnom svetu dobar imidž i ugled kompanije grade se strpljivo i dugo, a mi taj poljuljani ugled moramo takođe strpljivo iznova da gradimo. To, između ostalog znači intenzivniju poslovnu komunikaciju sa partnerima i saradnicima, kvalitetan proizvod koji možemo ponuditi tržištu, a koji ćemo znati mudro marketinški da predstavimo i preporučimo. Novo vreme donelo je neke nove generacije poslovnih saradnika, kupaca koji komuniciraju i reaguju u skladu sa zahtevima 21. veka. Kao i u drugim tako i u našoj branši na tržištu vlada žestoka borba u kojoj morate da se izdvojite, da budete prepoznatljivi. Brend „Toza Marković“ treba da iskoristi činjenicu da je istorija ove fabrike duža od vek i po, ali budućnost traži nov, kvalitetan proizvod, moderan dizajn, tehnologiju. To je osnov od kojeg mi dalje gradimo marketinške kampanje, kompletnu marketinšku strategiju.

KVALITETAN PROIZVOD – NAJVAŽNIJI MARKETINŠKI ADUT

Najbolji adut svake marketinške kampanje je kvalitetan proizvod koji je i po ceni konkurentan na tržištu. Imidž fabrike treba ponovo graditi, a to zahteva nove investicije, kvalitetan proizvod, oslušivanje zahteva tržišta:

- Tržište traži kvalitetan proizvod uz najnižu cenu. Moram još jednom da naglasim da smo zahvaljujući gospodinu Zoranu Bačkaliću, njegovom dugogodišnjem iskustvu i znanju već postigli značajne efekte. Ne smemo da dozvolimo propuste i greške. Ono što je u ovom poslu posebno važno je činjenica da je broj reklamacija znatno, znatno manji. Ugled se teško gradi, ali se gubi za tren. Uradili smo značajne pomake u vizuelnom re-



NIKOLA ILIĆ, DIREKTOR PRODAJE I MARKETINGA

Uspešna fabrika - zajednički cilj

brandiranju naših prodajnih mesta, uz prateći reklamni materijal, prezentacije. Naš cilj je da se zadovoljni kupci vraćaju, to je ono na čemu insistiramo. Istovremeno, investicije u segmentu proizvodnje novog modela crepa najbolja su ulaganja u marketing jer sa novim proizvodom, kvalitetom i marketinška kampanja dobija na pravom značaju. Moramo imati strpljenja jer se angažovaniji nastup planira i osmišljava tek kada za to imamo i realno pokrće u proizvodima. To podrazumeva kvalitet, nisku cenu, uz adekvatan obim proizvodnje.

Planiranje i realizovanje marketinške kampanje predstavljaju izazov, moraju se pratiti trendovi, zahtevi tržišta, senzibilitet današnjeg kupca. Treba osmisliti strategiju, odabrati pravi trenutak, ciljne grupe:

- Iskoristili smo trenutak početka sezone u našoj branši koji se poklopio sa važnim sportskim događajima, utakmicama, a u skladu sa tim događajima i očekivanoj gledanosti, krenuli smo sa emitovanjem reklamnih spotova na

Sport klubu. Uporedo smo pokrenuli kampanje i na drugim televizijama sa nacionalnim frekvencijama: N1, RTV, Pink TV. Ono što posebno moram da naglasim je činjenica da su socijalne mreže izuzetno važan segment u savremenom marketingu. Recimo, reklame na našoj facebook stranici bile su tako targetirane da ih mogu videti gotovi svi u regionu. Prema poslednjim podacima, zabeleženo je više od 400 hiljada pregleda - od Slovenije do Rumunije, preko Makedonije, Kosova, BiH, Hrvatske, Crne Gore, Mađarske. Mislim da su reakcije izuzetno dobre i prvi rezultati bolje prodaje već se vide.

STRPLJIVO DO CILJA

Velika konkurencija na tržištu umnogome diktira i marketinške kampanje. Ali, sve to podrazumeva pre svega kvalitetan proizvod sa

> nastavak sa naslovne strane

kojim se izlazi na tržište:

- Bez kvalitetnog proizvoda marketing je – bacanje para. Čekali smo pravi trenutak da naša marketinška kampanja ima valjano uporište u proizvodima, kvalitetu, modernom dizajnu, prihvatljivoj ceni proizvoda. Marketing u oblasti fine keramike tek je na početku. Konkurencija je izuzetno jaka, a pored domaćih proizvođača, široka paleta keramičkih pločica stiže iz uvoza. Za pravu kampanju, kompletan vizuelni identitet, brendiranje i prezentovanje fine keramike kao konkurentnog proizvoda fabrike „Toze Marković“ potrebno nam je vreme. Sa novom tehnologijom uspeali smo da „uhvatimo“ korak sa konkurencijom, čak bih rekao da smo i korak-dva ispred konkurencije. Međutim, bilo je neophodno sačekati proizvodnju koja će na adekvatan način biti i marketinški ispraćena. Narednih meseci moraćemo posebno da radimo upravo na toj kampanji.

Mišljenje i ocene partnera, distributera i kupaca moraju se uvažiti. Uspešna poslovna komunikacija podrazumeva uvažavanje sugestija i u planiranju konkretnih marketinških poteza:

- U prethodnih godinu dana upoznali smo sve naše poslovne partnere, trudimo se da stignemo do svih, da lično uspostavimo buduću dobru poslovnu saradnju. Pored domaćeg tržišta, to se na najbolji način pokazalo u dosadašnjem radu sa partnerima iz Bugarske, Rumunije, Hrvatske. Primera radi, na insistiranje naših partnera iz Rumunije u toku su pripreme trening seminara za zaposlene u prodaji upravo na rumunskom tržištu. Pripremamo Power Point prezentaciju, kako bismo na najbolji način edukovali tamošnje prodavce i stigli do zadovoljnih kupaca i na tom tržištu. Za razliku od zapadnog dela Rumunije, koje je da tako kažem naše prirodno tržište, centralni deo Rumunije je prostor koji tek treba da osvojimo.

Iako je bilo skeptika, mladi i ambiciozni tim okupljen u sektoru marketinga i prodaje dokazuje rezultatima da se poslovnim izazovima prilazi vredno, ambiciozno, hrabro. Da li ste zadovoljni kako tim funkcioniše i kako ste definisali poslovni cilj:

- Iako timski odlično funkcionišemo, savim je normalno da se oko nekih stvari i ne složimo. I to je dobro, ta vrsta dijaloga, analize i argumenata uvek dovede do boljih rešenja koja nam svima idu u prilog.

Uporno, ambiciozno, idemo ka cilju, a naš zajednički cilj je da ova fabrika uspe. To je cilj kojeg su svesni i zaposleni u „Tozi“, kao i nadam se naši sugrađani, Kikinđani, koji shvataju značaj uspešnog rada fabrike „Toza Marković“ za ukupan privredni opravak grada. Generacije Kikinđana radile su u ovoj fabrici, a sada imamo obavezu da učinimo sve kako bi i generacije nakon nas dobile priliku da ovu fabriku uspešno vode ka nekim novim jubilejima.

**DUŠAN VUJOVIĆ, MINISTAR FINANSIJA,
POSETIO FABRIKU „TOZA MARKOVIĆ“**

Obezbediti aranžman održiv na duži rok



Fabriku „Toza Marković“ nedavno je posetio Dušan Vujović, ministar finansija u Vladi Srbije. Obilazak fabrike, proizvodnih pogona, razgovori sa direktorom Vladimirom Iličem i članovima posloводства bili su dobra prilika da se ministar lično uveri u konkretne napore i kvalitativne pomake u oporavku fabrike. Poseta ministra Vujovića bila je i znak podrške Vlade Srbije svim nastojanjima da fabrika "Toza Marković" prevaziđe nasleđene probleme i teškoće.

Ministar Vujović istakao je da je kompanija "Toza Marković" već učinila nekoliko važnih koraka na realizaciji obaveza preuzetih usvajanjem Plana reorganizacije. To uliva nadu u dalje uspešno prevazilaženje problema koje fabrika u narednom periodu mora da rešava, uz fleksibilniji odnos druge strane. U tom kontekstu treba posmatrati predstojeće razgovore sa poveriocima i potencijalnim investitorima - naglasio je Dušan Vujović i dodao:

- Nakon posete fabrici "Toza Marković" uveren sam da postoji nekoliko stvari koje su presudne za ispunjavanje preuzetih obaveza koje predviđa Unapred pripremljeni plan reorganizacije. Da bi taj aranžman bio održiv na duži rok, Plan reorganizacije mora biti nadograđen, a na taj način bi posloводство fabrike dobilo veće mogućnosti da zatvori investicije u kritičnim delovima proizvodnog procesa. Samo tako fabrika postaje

konkurentna, odnosno dobija pravu šansu da zauzme boje mesto na tržištu Srbije i okolnih zemalja. To jedino obezbeđuje i veće prihode. Naredni zadatak je da se sa bankama i poveriocima razgovara o mogućnosti da se po tržišnoj ceni ti dugovi ustupe nekome ko bi bio spreman da podrži razvoj proizvodnje.

Prema rečima Dušana Vujovića, zadatak je Vlade, ministra finansija i drugih resornih ministara da razgovaraju sa investitorima i ponude im uveravanja da se u slučaju kikindske fabrike radi o dobrom aranžmanu:

- Fabrika "Toza Marković" ima tradiciju, ime, a posebno treba naglasiti ogromne resurse. Video sam slične fabrike u drugim mestima po svetu, a ovde je u pitanju jedinstvena kombinacija proizvodnje i pločica i crepa, pa menadžment mora da nađe tržište za oba proizvoda. U "Tozi" je već učinjen važan pomak u modernizaciji proizvodnje pločica, a sada to predstoji i u okviru proizvodnje crepa. Na osnovu zahteva tržišta, to podrazumeva proizvodnju većih formata crepa. Za to su neophodna dodatna ulaganja, a u narednom periodu mora se raditi na optimizaciji proizvodnje sa postojećim brojem radnika. Cilj je povećati obim prodaje, a samim tim i veće prihode. To obezbeđuje izmirivanje obaveza preuzetih Planom reorganizacije - rekao je ministar finansija Dušan Vujović prilikom nedavne posete fabrici "Toza Marković".

Dalja ulaganja uz razumevanje poverilaca

Menadžment fabrike „Toza Marković“ privodi kraju razgovore sa ponuđačima opreme za predstojeću drugu fazu podizanja fabrike na viši tehnološki nivo u proizvodnji crepa. Crep boljeg kvaliteta i većeg formata neizostavni je zahtev tržišta i od te činjenice umnogome zavisi buduća pozicija fabrike „Toza Marković“. Za realizaciju tih planova neophodno je razumevanje poverilaca.

- Sa najvećim svetskim proizvođačima definisali smo sve neophodne detalje tehnoloških rešenja, a sada nam predstoji zatvaranje finansijske konstrukcije. Vrednost te investicije je milion i 500 hiljada do milion i 600 hiljada evra, a fabrika bi tom investicijom obezbedila potreban tehnološki nivo kao osnovni preduslov koji nam omogućava da poštujemo sve obaveze predviđene Planom reorganizacije - naglašava Vladimir Ilić, direktor „Toza Marković“ d.o.o. Kikinda.

Prema rečima direktora Ilića, to neće biti ni malo lak zadatak:

- Poverioci imaju razumevanja za tu investiciju i sa njima je praktično napravljen dogovor, ali likvidnost fabrike ne sme ni jednog trenutka biti ugrožena. U razgovoru sa bankama, proizvođačima i dobavljačima opreme moramo pronaći najbolje rešenje. Planiramo da se zadužimo na pet godina, uz šest meseci grejs perioda.

Osim završetka tehnološkog osposobljavanja fabrike, predstoje ozbiljni razgovori sa bankama poveriocima. Pored svih napora, fabrika će se teško nositi sa predstojećim obavezama bez određenih novih ustupaka poverilaca:

- Od 27. oktobra ulazimo u period kvartalnog ispunjavanja obaveza. U tom smislu, plan UPPR dozvoljava i predviđa da se uradi konverzija preostalog duga prema poveriocima u klasi 3, a većinski poverilac u toj klasi je JP „Srbijagas“. Konverzijom duga u kapital, u iznosu od nepunih 9 miliona evra, poverioci kompletne klase 3 postaju udeličari u fabrici „Toza Marković“ d.o.o. Kikinda.

Preostali dug u iznosu od oko 25 miliona evra je dug prema poveriocima iz klase 1, odnosno bankama. Očekuju nas razgovori sa bankama o mogućem produženju grejs perioda na još godinu dana, kako bi ulaganja u novi tehnološki proces dobila pravi smisao. Naime, ta ulaganja podrazumevaju vreme kako bi se sami tehnološki procesi ustalili i dali rezultat. U prethodnih 10 godina fabrika „Toza Marković“ nije imala svoju proizvodnju pločica, već je proizvodila samo za trgovačke kuće. Neophodno je da se sama proizvodnja standardizuje, da taj proizvod nađe svoje mesto na tržištu, da se marketinški i komercijalno na pravi način pozicionira.

Sada tek ulazimo u novu investiciju u segmentu proizvodnje crepa, a samo za instaliranje treba nam šest meseci. Prave efekte novog proizvoda možemo očekivati tokom naredne godine. Zaista očekujemo da crep novog formata



nađe svoje mesto na tržištu, a to su rezultati koji se očekuju od ove fabrike.

Fabrika je nakon stečaja tehnološki bila u takvom stanju da su sve mere, investicije, ulaganja u tehnološki viši nivo proizvodnje zaista bili neophodni. Za to je potrebno vreme. Godinu dana je isuviše kratak period da bi sve planirano bilo implementirano i da na tržištu da pravi efekat. Stoga se nadamo da ćemo imati razumevanje banaka. Potpunu podršku i razumevanje za naše planove, a u skladu sa trenutnom situacijom, imamo kako u Vladi Republike Srbije i ministru finansija Dušanu Vujoviću, tako i u menažmentu JP „Srbijagas“, direktoru Dušanu Bajatoviću i njegovim saradnicima.

U naredna tri-četiri meseca predstoji nam ozbiljan, mukotrpan razgovor i, nadamo se, dogovor sa bankama. Oni naravno nisu previše raspoloženi za ustupke, ali opravdanost naših argumenata će ih, uzdam se uveriti u valjanost tih zahteva. Ili će nas razumeti i dozvoliti da fabrika opravda sve zahteve, odnosno razloge zbog kojih se i borimo za budućnost „Toze“, ili će doneti odluku o likvidaciji fabrike i otpisu svih svojih potraživanja. Treće rešenje ne postoji.

Banke do sada fabrici nisu oprostile ni jedan jedini dinar. U međuvremenu, najmanje tri puta su kapitalizovale svoju glavnicu, a sa

kamatom od 3 procenta to čine i četvrti put. Mislim da je trenutak da saslušaju i naše argumente, a argumneti su vrlo, vrlo ozbiljni.

Zbog ozbiljnosti situacije, predstojećeg važnog perioda koji će biti i odlučujući za budućnost fabrike, važno je da zaposleni i javnost imaju relevantne informacije – naglašava direktor fabrike „Toza Marković“:

- Ljudi možda nisu dovoljno svesni, a ni dovoljno informisani o razmerama problema u kojima se nalazi fabrika „Toza Marković“. Tu se mešaju lične sudbine, borba za egzistenciju, sećanje na nekadašnju fabriku. Situacija se mora posmatrati u širem kontekstu. Mi u menadžmentu znamo da je ova fabrika ekonomski održiv sistem, ali se moraju ispuniti svi preduslovi da bismo to mogli na pravi način da dokažemo. Protelih 10 godina i neslavan period nažalost rasturanja fabrike ostavili su dubok trag. Važno je da ljudi znaju činjenice, da budu upućeni, blagovremeno informisani. Trenutno 630 ljudi radi u fabrici i ne možemo do svakog lično stići, ali je važno da svi zaposleni imaju pravovremene informacije o radu fabrike. Maksimalnim angažovanjem nastojimo da ispunimo sve preuzete obaveze, a to je i osnovni uslov da fabrika „Toza Marković“ stane na noge i uspešno nastavi tržišnu utakmicu.

Predlažemo smanjenje kamata

Prema najavama posloводства fabrike „Toza Marković“ d.o.o. Kikinda, jedna od tema razgovora sa bankama biće i predlog za smanjenje kamata:

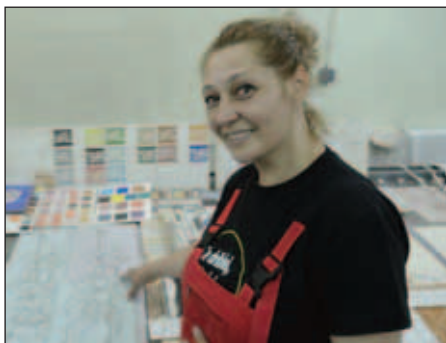
- Za sve vreme realizacije PR kamata je dodatnih 3 procenta. Mi želimo da smanjimo kamatu na realnih 2 procenta, čime bi ukupne obaveze fabrike bile relaksirane za skoro 170 miliona dinara. Pre godinu dana to je bilo realno, ali sada više ne. Naš razgovor sa predstavnicima banaka odnosiće se i na predlog tzv. asimetričnog vraćanja dugovanja. Umesto fiksnih rata tokom čitavog perioda otplate, naš predlog je da nakon dve godine grejs perioda naredne tri godine otplaćujemo manji iznosa rata. Potom bi u periodu od pet godina, kada fabrika već bude stala na noge, iznosi rata bili i najveći. Poslednja rata praktično bi bila u iznosu trećine ukupnog duga, odnosno oko 8 miliona evra, a uz dogovor sa poveriocima taj dug bi mogao biti otpisan ili dogovoren novi reprogram – kaže Vladimir Ilić, direktor „Toza Marković“ d.o.o. Kikinda.

Hrabre u poslu i u životu

Dugu istoriju postojanja i rada fabrike „Toza Marković“ u dobroj meri ispisale su generacije žena iz Kikinde i okolnih mesta. Mnoge od njih provele su deo ili čitav radni vek u fabrici „Toza Marković“, a pored izuzetnog doprinosa na zahtevnim poslovima ostajale su skromne. Vredne i hrabre dame i dalje rade u fabričkom krugu i zaslužuju respekt.

Marija Tesla – Pozitivan stav je moj moto

Odmah po završetku srednje škole, Marija Tesla zaposlila se u fabrici „Toza Marković“. Te 1987. godine počela je da radi u Keramici. Prisjećajući se tih dana, Marija, koju dragi ljudi od milja zovu Mara kaže:



- Imala sam dozu treme, pribijavala sam se početka, prvih utisaka. Srećom, naišla sam na dobar prijem kolega i u ovoj fabrici sam već 30 godina.

Nakon devet godina rada u Kramici, u fabrici je otvoren novi pogon Treće paljenje i Marija je od prvog dana do danas u tom proizvodnom delu. Baš tu, gde dizajn pločica, listela dolazi do izražaja, ženska ruka čini se to najbolje i radi. A da posao nije uvek lak priznaće svako od nas. Ipak, Marija kaže da za sve ove godine nije sebi dozvoljavala da je teret posla, privatnih obaveza savlada:

- Imala sam sreće što sam sve ove godine radila sa dobrim ljudima i što ovaj posao volim. Naravno, ima dana kada vam posao padne

Dekupaž na staklu kao hobi

Svoje slobodno vreme Marija Tesla voli da iskoristi i za neuobičajen hobi. Naime, njena velika pasija je deкупаž na staklu. Kako sama priznaje, njeno najveće zadovoljstvo je što tako oslikanim ukrasnim predmetima može da obraduje drage ljude. Iako se već dugo bavi deкупаžom, nikada nije razmišljala o izložbi svojih radova:

- Ne, nikada nisam razmišljala o toj mogućnosti, dovoljno mi je što mogu da obradujem svoje prijatelje, To je već moja nagrada – dodala je Marija.

teže, ali neću sebi da dozvolim da me to ponese. Prosto, neću sebi to da priznam.

Tokom tri decenije rada u fabrici „Toza Marković“ Marija je morala da nađe pravu ravnotežu između posla i porodice, uobičajenih poslova u kući:

- Uvek sam se trudila da vreme provedeno kod kuće bude kvalitetno vreme koje posvećujem svojoj porodici i sebi. Sada su ćerka i sin već odrasli, pa su moje obaveze u kući drugačije. U životu sam se pridržavala devize da svako mora da se izbori za sebe. Kada nešto ne ide, ne treba insistirati, što ne znači da problem neće biti rešen već to rešenje samo malo odlažete. Pozitivan stav u životu mnogo je svrsishodniji i delotvorniji. A i čovek se tako bolje nosi sa životom – kaže Marija, dodavši: - Treba pozitivno razmišljati, biti dovoljno jak i čvrst, braniti svoj stav.

Kroz sve ove godine, i Marija, kao i sve njene kolegice i kolege prebrodila je dobre i manje dobre periode fabrike:

- Lično se trudim da pamtim samo lepe događaje, manje lepih ne želim da se sećam. Uostalom, svi smo mi upućeni jedni na druge, pomažemo jedni drugima, svaki radni dan donese nešto dobro, lep gest kolegica i kolega.

Iako je uvek bila skromna, Marija naglašava da aktuelni trenutak u fabrici nameće drugačiji stav. Svesni nasleđenih teškoća, zaposleni veruju u perspektivu „Toze“, oporavak fabrike:

- Uvek sam bila skromna, sada više neću. Očekujem da ova fabrika prebrodi trenutne probleme, da napredujemo. Optimista sam i verujem u bolje dane za „Tozu“ i sve nas – kaže Marija Tesla.

Vesna Reljin – Tri decenije predanog rada

Umesto očekivanog posla u hemijskoj struci, Vesna Reljin je od prvog radnog dana do danas u fabrici „Toza Marković“. Već 30 godina svakoga jutra putuje na posao iz rodnog Mokrina, a kako kažu kolege, nikada nije zakasnila. Iako je početak bio sticaj okolnosti, posle tri decenije vrednog i predanog rada „Toza“ je za Vesnu druga kuća.

A prvi radni dani u „Tozi“ nisu bili laki:

- Ne zbog samog rada, priča Vesna, već zbog činjenice da na novom poslu treba postići brzinu, veštinu. Srećom, divne žene u Keramici pomogle su mi da se uklopim, bolje snađem, savladam sve poteškoće. Kada se uhodate mnogo je lakše.

Već 20 godina Vesna radi u pogonu Treće paljenje. To je posao koji zahteva koncentraciju i preciznost:

- Posao jeste zahtevan, jer proizvodni proces podrazumeva koncentraciju i preciznost. Moramo da vodimo računa o uklapanju više dekora, mora se biti vrlo precizan zbog daljeg

procesa rada. Iako nas je trenutno manje, trudimo se da maksimalno profesionalno uradimo posao. Svi radimo sve, ispomažemo se kako posao ne bi trpeo – objašnjava Vesna Reljin.

Za generacije „Tozinih“ radnika podrazumeva



se poseban emotivni odnos prema fabrici u kojoj su proveli čitav radni vek. Mnogi zapopsleni i danas imaju takav osećaj, a među njima je i Vesna:

- Fabrika je za mene nešto posebno. Ovo je zapravo naša druga kuća, u njoj radimo, o njoj brinemo. Svesni smo da posao moramo uraditi dobro i da od svih nas zavisi i naša, ali i egzistencija ove fabrike.

Posao je i kolegijalnost i poštovanje

- Lepa atmosfera i poštovanje među kolegama je odnos koji se neguje - naglašava Vesna Reljin:

- Neke smo ispratili u penziju, nove mlade kolege i kolegice dočekali, a uz odnos međusobnog poštovanja lakše smo prebrodili probleme. Uz šalu je lakše istrpeti težak, naporan dan. Kolege su nam pomagale, ima tu i fizički teškog, napornog posla i uvek su nam priskakali u pomoć, kao pravi džentlmeni. Nekada smo i zajednički slavili praznike, više se družili, bili su to trenuci opuštanja. Voleli bismo da se to opet desi. – setno se priseća Vesna.

Kao i većina zaposlenih u kompaniji, Vesna veruje u preporod fabrike „Toza Marković“:

- Bilo je dobrih i loših dana, ali su mnogi od nas ostali kada je bilo najteže. Sve smo to pregurati, a ja verujem da dolaze bolji dani. Ova fabrika traje 150 godina, i sigurna sam da će aktuelni menadžment uspeti da pronade najbolja rešenja kako bismo ponovo stali na noge.

Iako razmišlja o penziji, o vremenu koje bi posvetila porodici, unucima, Vesna je svesna da do tog odmora još mora da se radi:

- Sada mi i sin radi u „Tozi“, pa rad u ovoj fabrici izgleda postaje i porodična tradicija. Dolaze nove generacije koje će, nadamo se, tradiciju ove fabrike nastaviti na pravi način - naglasila je Vesna Reljin.