



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ OBLASTI MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA BR. 34 18.02.2005.

BUSINESS

Razvoj = Toyota. Posle predavljanja svog novog ekološkog automobila *Toyota* se pozicionirala kao kompanija sa najvećom tendencijom razvoja u ovoj godini, pokazuju podaci sa nedavno održanog Svetskog ekonomskog foruma u Davosu. Na drugom mestu, medju sto najuspešnijih našao se *Britiš petrol* dok je na trećem mestu najveći svetski proizvođač aluminijuma *Alcoa*.

Anti-američko raspoloženje. Jedan od najvećih evropskih tur operatera – nemački *TUI*, ovih dana je zatrpan mešovita koje šalju nezadovoljni nemački turisti. Pošta je krenula da pristiže nekoliko minuta pošto je kompanija objavila da kupuje 10 aviona američkog proizvođača *Boing*. Iritirani Nemci su optužili *TUI* za nepatriotski postupak. Oni smatraju da bi kompanija avione trebalo da nabavlja od *Airbusa*, koji je delom u vlasništvu nemačke vlade. „Već godinama američke korporacije ne uživaju veliku reputaciju u Evropi. Šokirani smo jer se do sada nikada nije desilo da građani pokazuju toliko nezadovoljstvo“ – kažu u ovoj kompaniji. Interesantno je napomeniti da u centru Berlina u *Starbaksom* objektu obožavaoci kafe neće naći istaknutu američku zastavu. „Standardni američki simboli u gradu se više ne mogu videti, a američke kompanije jednostavno prihvataju tu realnost“ – kažu stručnjaci. Business is business.

GSM rat. Osim vojske, država i brendova, ratove vode i tehnologije. Osamdesetih je recimo Beta tehnologiju pobedila VHS, a devedesetih je GSM tehnologija u mobilnoj telekomunikaciji pobedila i zavela primat. Podršku je imala u jakom lobiju evropskih proizvođača (*Nokia, Erikson, Siemens, Alkatel*) i sopstvenim asocijacijama, te je postepeno potiskivala svaku mogućnost delovanja ostalih mobilnih standarda koji su prisutni recimo u Americi, a koje proizvode *Motorola ili Nortel*. I ove godine u Kanu se sakupio sav „mobilni svet“ i razmenio iskustva na značajnom godišnjem Kongresu koji organizuje GSM Asocijacija. *Nokia* je dala ambicioznu prognozu razvoja mobilne telefonije na globalnom nivou. Prema predviđanjima finske kompanije do kraja ove godine broj ljudi koji će koristiti mobilne telefone popeće se na čak 2 milijarde, dok će do kraja 2010. godine ovaj broj porasti za čitavu milijardu korisnika.

U Indiji – glad, ali za kadrovima. Najveći poslovni problem u Indiji je nedostatak menadžerskog kadra. Kada se u indijskom softverskom gigantu *Wipro* traže stručni kadrovi, ne pregovara se samo o plati i beneficijama. Potraga za softverskim stručnjacima i srednjim menadžerima je tolika da ova kompanija zaposlenima sve češće obezbeđuje stan i mesto u najboljim školama za decu. Prošle godine potreba za stručnom radnom snagom povećana je za 35 odsto zbog toga što su i multinacionalne ali i manje američke i evropske kompanije u velikoj meri indijskim firmama prepustile celokupan posao koji se tiče razvoja softvera, kompjutera i finansijske analitike, čak su i svoje call centre locirale u Indiji.



Zbog čega dobre američke kompanije propadaju – drugi deo. Nastavljamo izlaganje zanimljivog istraživanja profesora Jagdiš Šeta sa *Emori Univerziteta koji smatra da kompanije najčešće propadaju usled neadekvatnog reagovanja na promenjene okolnosti u njihovom okruženju*. „O upravljanju promenama se razmišlja tek pošto se kompanija nadje u krizi“ - kaže profesor. „To je isto kao kad doživite srčani udar i tek onda shvatite kako vam je ishrana bila loša. Postoje tri dimenzije upravljanja promenama. Prvo je potrebno izvršiti promenu u glavama ljudi. To se obično postiže raznim obukama za lidere kompanije. Druga dimenzija je reorganizacija koja podrazumeva kadrovske promene i drugačiju podelu odgovornosti. I na kraju, važno je uzeti u obzir i drugačiji sistem nagradivanja. Bez ova tri principa promena u kompaniji ne može biti pravilno izvršena“ – smatra profesor Šet.

Radničko zakonodavstvo. Najveći američki lanac supermarketa *Wal Mart* moraće da plati kaznu od 135 500 dolara zbog prekršenog zakona o zapošljavanju dece. Ova kompanija je napravila 24 prekršaja tako što je u Arkanzasu zaposlila maloletnike koji su radili na viljuškarima i ostaloj teškoj mehanizaciji, što je zakonom izričito zabranjeno. *Wal Mart* će biti u obavezi da menadžere supermarketa šalje na seminare koji se bave propisima o radu, posebno prilikom zapošljavanja maloletnika.

Lideri na jugu Srbije. Briga o široj društvenoj zajednici jedan je od presudnih faktora reputacije jedne kompanije. Redakcija regionalne novinske agencije *Vranje Press* je za ličnost 2004. godine na jugu Srbije proglasila generalnog direktora Fabrike cigareta *DIV- BAT, Džona Ketkutija*. Kao čelni čovek tima Fabrike cigareta *DIV-BAT Ketkuti* je uvek spreman za saradnju sa lokalnom zajednicom. Kompanija *Britiš ameriken tobako* u ovoj godini sprovela je čitav niz aktivnosti kako bi ovaj region napravila što konkretnijim ne samo na nacionalnom, već i na regionalnom nivou. Između ostalih aktivnosti ova kompanija je darivala učenicima gimnazije *Bora Stanković* kompjutersku opremu i bila sponzor 24. Pozorišnog festivala „*Borini pozorišni dani*“.

Biznis etika. U našem okruženju se mnogo priča o etici, ali etiku u poslovanju retko ko spominje. Okrugli sto »Etika u poslovnom životu i javnoj upravi« koji je u sredi održan u prostorijama Fakulteta za menadžment „*Braća Karić*“, otvorio je diskusiju o moralnim kodeksima koji se primenjuju u kompanijama i javnim i državnim institucijama. Na okruglom stolu su učestvovali profesori Univerziteta *Braća Karić* i Beogradskog univerziteta, bivši i sadašnji ministri, kao i predstavnici domaćih i stranih organizacija (*Helsinki Watch Croatia, Transparency International*). Inicijator konferencije je prof. dr *Lin Montgomeri* koja na engleskom odeljenju na Fakultetu za menadžment *Braća Karić* predaje upravo poslovnu etiku. *U idućem broju o pravilima poslovne etike za vas, čitaoce BC Biltena, govori dr Lin Montgomeri. Čitajte nas!*

Majkl Mur ne šteti reputaciji. *Karlajl* grupa, jedna od kompanija koja je u filmu *Majkla Mura Farenhajt 9/11* optužena za bliske kontakte sa Saudijcima i poslovanje sa porodicom Bin Ladena je objavila da je u prošlog godini poslovala bolje nego ikad. Direktor *Karlajla* u Londonu *Robert Iston* kaže da negativan imidž u filmu *Majkla Mura* nije uticao na svakodnevni kompanijski posao. Ova korporacija ima poslove vredne 19 milijardi dolara u Aziji, Severnoj Americi i u Evropi. U *Karlajlu* tvrde da više nemaju nikakvih investicija u Saudijskoj Arabiji.

Počelo žiriranje... Ako ste bili dobri i podelili to s drugima – bićete primećeni, analizirani i ocenjeni, a možda i nagradjeni. To je "opasnost" koja vreba sve privredne i neprivredne organizacije, akcije i istaknute pojedince u izboru "Budi dobar i pokaži to drugima" koji po 13. put sprovodi *Poslovna škola za PR* i agencija *PRA*. Žiri sastavljen od stručnjaka u oblasti komunikacija u sastavu dr *Predrag Vujović*, dr *Srbobran Branković*, *Ana Bovan*, *Vladimir Čeh*, *Sonja Cagronov*, *Srdjan Djurić*, *Marina Lazarević*, *Bora Miljanović*, *Boža Andrejić*, *Tanja Stevanović*, *Milorad Jović*, *Darko Kocjan*, *Zoran Blažina*, *Radovan Radovanović*, *Sijka Pištolova* i *Ašok Murti* završio je žiriranje za 2004. godinu.

PR praktikum. Srpsko izdanje knjige "Odnosi s medijima" čiji su autori dr *Dejan Verčić*, *Franci Zavrl*, *Petja Rijavec*, dr *Galijana Ognjanov* i *Andrea Brbaklić* predstavljena je u petak, 18. februara u Media centru. Knjiga je zajedničko izdanje agencije *Pristop* i *Media Centra*. Ova publikacija je sačinjena kao jednostavan ali ozbiljan praktikum koji na jednom mestu objedinjuje precizne i korisne podatke, uputstva i kodekse i obrađuje brojne teme, od osnovnih – šta su odnosi sa medijima, koja su pravila odnosa sa javnostima i osnovne zakonske i etičke norme ponašanja – do planiranja i načina ostvarivanja odnosa sa medijima.

Business Tips & Tricks - Motivacija & Zaposleni



Vodjenje bilo kog malog biznisa zahteva brigu o motivaciji zaposlenih. Poželjno je da radna okolina bude kreirana tako da podstiče motivaciju. Ali, pre nego što usvojite principe motivacije u okviru vašeg malog preduzeća, saznajte šta je to što motiviše vaše zaposlene. Uspešni preduzetnici prihvataju odgovornost za atmosferu na radnom mestu. Smatra se da upravo mala preduzeća imaju najveću mogućnost da stvore dobru i prijatnu radnu atmosferu. Saveti koje ćemo vam dati mogu biti od koristi i u velikim kompanijama. Ukoliko primenite neke osnovne principe stimulacije stvorite atmosferu u kojoj rade motivisani ljudi, popravite produktivnost, smanjite odliv kadrova, apstinenciju sa posla i broj dana koji zaposleni koriste za bolovanje.

1. **Vizija.** Na koji način vaša mala kompanija utiče na živote drugih ljudi? Koncentrišite se na stvaranje sopstvene korporativne kulture koja će biti vodjena jednom idejom. Ljudi uvek žele da budu deo neke velike ideje.

2. **Vera.** Pomognite vašim zaposlenima da veruju u proizvod ili uslugu koju prodajete. Obezbedite da svi zaposleni probaju sve vaše proizvode ili usluge.

3. **Strast.** Zapošljavajte pametno. Ljudima dajte poslovne funkcije koje obavljaju sa željom i strašću. Ukoliko je firmi potreban istraživač tržišta, angažujte kandidata koji ima strast za istraživanjem.

4. **Nagrade.** Ustanovite nagrade. Pažljivo oslušnite šta je važno vašim zaposlenima. Nije sve u novcu. Slobodan dan, karta za važnu sportsku utakmicu ili operu može imati veći značaj.

5. **Priznanje.** Osigurajte da priznanje koje odajete zaposlenom bude pravovremeno. Poželjnije je nagraditi vodju projekta posle potpisivanja važnog ugovora sa najvećim klijentom, a ne tek posle završetka kvartalne godine.

6. **Rast.** Radna atmosfera koja omogućava zaposlenima da napreduju i proširuju svoja znanja jedan je važnih faktora motivacije. Pokušajte da ulaganje u razvoj kadrova stavite na prioritetno mesto i prvi rezultati će biti vidljivi.

Zaposleni nikada neće imati isti nivo posvećenosti i motivacije kao i vlasnik firme. Zapamtite! Motivacija zaposlenih je uvek odgovornost onoga ko vodi posao.

Pronaći tuđu grešku je lako. Ispraviti je, to već može biti problem.

Plutarh

Seminari, događaji:

- 11. – 12. mart, Beogradski sajam - "Sajam brendova" i simpozijum "Brendovi Srbije – put u svet"
- "Veština kritičkog mišljenja za lidere" - (on- line kursevi – www.alliance.com)

Nadamo se da ovaj BC Bilten čitate kao visoko motivisani, odani, nagradjeni, strastveni i priznati radnik vaše organizacije, u stimulatívnoj radnoj atmosferi koja vam pruža užitek napredovanja.

Vaš Bovan team



Bovan Consulting

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i M. Barać, S. Koprivica, D. Hrustanović, M. Reić, I. Marković, N. Medojević

Prijava i reklamiranje: bcbilten@bovan.co.yu

Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Republika Srbija i posetite bovan.co.yu

Fix + 381 11 3036 133, 3036 134, fax +381 11 3284 380