



BC BILTEN

NEDELJNE ELEKTRONSKE NOVINE IZ MENADŽMENTA, POSLOVNIH VEŠTINA I KOMUNIKACIJA

BR. 69 11.11.2005.

BUSINESS

Američko žito i japanske čarape. U nastojanju da konkurišu jeftinim proizvođačima tekstila iz Kine i drugih azijskih zemalja, američki proizvođači čarapa ponudiće japanskom tržištu jedan novitet – čarape od prirodnih vlakana dobijenih iz kukuruza. Ove biorazgradive čarape naći će se prvo na japanskom tržištu zbog toga što je ova zemlja izuzetno posvećena zaštiti životne sredine. Lansiranje ovog proizvoda na tržište podržao je američki Savet za žitarice koji nastoji da podstakne tražnju za američkim kukuruzom na svetskim tržištima. Ukoliko se čarape budu dobro prodavale u Japanu pojaviti će se i u američkim prodavnicama.

Lek koji će stvoriti revoluciju. Farmaceutska kompanija Pfizer objavila je da će sledeće nedelje javnosti predstaviti najnoviji lek za odvikavanje od pušenja. Stručnjaci predviđaju da bi ovaj lek za borbu protiv pušenja nazvan *Varenicilin* mogao da bude pravi blokaster među lekovima koji će ugroziti sve dosadašnje proizvođače. Kompanija Pfizer je u široj javnosti najpoznatija po proizvodu *Vijagra*.

Moćne žene današnjice. Iako Opra Winfri trenutno važi za najmoćniju i najuticajnijiu ženu na svetu, Amerikom ipak vladaju poslovne žene. Deset najmoćnijih žena sveta u biznisu za 2005. godinu, prema istraživanjima časopisa *Fortune* su zaposlene u kompanijama koje godišnje zabeleže vrednost prodaje od preko milijardu dolara. Prvo mesto na listi zauzima *Meg Whitman*, jedna od direktorki u internet kompaniji *eBay* sa godišnjim kopenzacijskim paketom od \$29.9 miliona. Na drugom mestu je *Andrea Jung*, direktorka kozmetičke kompanije *Avon* sa oko \$8 miliona manje. Za njima slede poslovne žene iz kompanija *Goldman Sachs*, *Dreamworks*, *Morgan Stanley*, *Barnes & Noble*, *Lucent*, *Xerox* i *Genentech*. Njihova godišnja zarada sa bonusima i svim ostalim kompenzacijama ne ide ispod \$13 miliona.



Wall Mart Americancima štedi oko 2400 dolara. Najpoznatiji američki lanac supermarketa *Wal-Mart* rešio je da dokaže na koji način ova kompanija utiče na američku ekonomiju i time se odbrani od brojnih napada kritičara. U te svrhe napravljena je veoma iscrpna studija koja analizira njihov uticaj na život potrošača. U ovoj studiji, koju je sproveo *Global Insight*, ističe se da je u maloprodaji u 2004. godini ova kompanija stvorila 210.000 radnih mesta, kao i to da je omogućila da prosečni Amerikanac kupovinom u lancu supermarketa uštedi 2.329 dolara godišnje. Ipak, studija ne navodi informacije o beneficijama zaposlenih niti o radnim uslovima zbog kojih je ova kompanija često kritikovana u javnosti.

Kinezi uspešni i u izvozu automobila. Kineski izvoz putničkih vozila povećao se za 174% u prva tri kvartala 2005. godine na bazi rasta prodaje malih ekonomičnih modela automobila razvijenim zemljama. Uprava carina ističe da je izvezeno 18.988 vozila u vrednosti od \$152.3 miliona. Oni takođe navode da izvoz putničkih automobila učestvuje u izvozu ostalih vrsta vozila, koji iznosi \$1.3 milijarde, sa samo 3%.

COMMUNICATIONS

Novi seminar – Interni PR i motivacija zaposlenih. „Dobra korporativna atmosfera, smanjen protok glasina i neproverenih informacija, dobar odnos viših i nižih menadžera, visok stepen motivacije zaposlenih, sve to čini zdravu internu komunikaciju. Ona predstavlja koštanu srž kompanije i osnova je za efikasnost bilo koje organizacije“, kaže *Maja Reić*, menadžer edukativnog programa *EduSfera* i jedan od predavača na predstojećem seminaru „**INTERNI PR I MOTIVACIJA ZAPOSLENIH**“, koju organizuje konsultantska kuća *Bovan Consulting* u Beogradu, 25. i 26. novembra. Ukoliko želite da kreirate pobednički tim unutar kompanije, javite se na 011 3036 133 ili 3036 134. *EduSfera* tim vas očekuje.

Mars čokoladice čuvaju zdravlje. *Mars Inc.* kompanija koja se bavi proizvodnjom slatkiša, ulagala je milion dolara godišnje u izdavanje biltena u kome se tvrdi da konzumiranje čokolade sprečava stvaranje karijesa. Sada ona finansira istraživanje da je čokolada dobra za srce. U tom cilju, *Mars Inc.* je angažovao PR agenciju *Veber Šendvik* kako bi promovisao svoj novi brend *CocoaVia* koristeći slogan: „Budite dobri prema Vašem srcu svaki dan.“ Zanimljivo je da svoj novi brend ova firma smešta na police sa zdravom hranom radije nego na police sa slatkišima, iako je utvrđeno da je ova čokolada i dalje sadrži visok procenat masnoće i kalorija.

Tinejdžerski magazini dobijaju edukativnu ulogu. Iako su magazini za tinejdžere do sada bili izloženi osudi zbog previše seksualnog sadržaja, Udruženje pedagoga u Londonu sve više ohrabruje škole da ih koriste kako bi dopunile lekcije o seksualnom obrazovanju. Naime, izneseni su predlozi da profesori diskutuju sa učenicima o temama iz magazina, kao i da učenici lično dizajniraju stranicu u magazinu posvećenu problemima ove prirode. „Ideja je da se magazini iskoriste kako bi profesori naveli učenike da se kreativno angažuju i da na zanimljiv način nauče nešto o tabu temi koja je ionako predmet njihovih svakodnevnih razgovora“, ističu pedagozi.

Imena kao brendovi. Svetski brendovi kao što su Ikea, Cadbury's Caramel i Moët champagne sve češće postaju uzor za davanje imena novorođenčadi. Utvrđeno je i da roditelji nadevaju imena koja asociraju na poznate kompanije kao što je recimo ime Ryan asocira na kompaniju Ryanair. "Roditelji na ovaj način žele da obezbede da se njihova deca razlikuju od ostalih, na isti način kao što eksperti za brendove razmišljaju o svom novom proizvodu. Oni gledaju u budućnost da bi odredili gde će 'pozicionirati' svoje dete", objašnjavaju stručnjaci.

Tom Pitera u Rumuniji. Tom Pitera, jedan od najuticajnijih gurua menadžmenta današnjice održaće 30. novembra jednodnevni seminar u Bukureštu pod nazivom „Re-imagine: Business Excellence in a Disruptive Age“. Svojim znanjem, energijom i uvek najsvežijim idejama iz menadžmenta Tom Pitera važi za jednog od najboljih svetskih stratega i predavača. Kotizacija za celodnevni seminar iznosi 580 evra, a prijave se podnose do 30. novembra. Više informacija: edusfera@bovan.co.yu.

Adidas menja vizuelni identitet. Proizvođač sportske opreme Adidas će svoj stari dizajn u obliku tri bele pruge zameniti dizajnom koji će u sebi sadržati broj 3. Naime, Međunarodni Olimpijski Komitet je na predstojećoj Olimpijadi zabranio korišćenje prepoznatljivih Adidasovih pruga na sportskoj opremi usled brojnih žalbi ostalih proizvođača koji tvrde da taj dizajn daje ovoj kompaniji nekorektnu prednost jer su pruge uočljivije od običnih logotipa koje oni koriste. U Adidasu još uvek ne žele da otkriju sve detalje oko novog logotipa.

INTERVJU – MAJA GEDOŠEV – DIREKTOR SAVETA STRANIH INVESTITORA U SCG



Kada bih pravila mini vodič kroz investicije, domaćim kompanijama bih savetovala: Nemojte pokušavati da ponovo izmisлите točak. Samo se ugledajte na najbolje primere iz prakse.

Koje aktivnosti Saveta stranih investitora (FIC) su se pokazale najbolje za privlačenje stranih investicija?

Poslovno udruženje Savet stranih investitora je osnovano pre više od 3 godine sa ciljem da u saradnji sa Vladom Srbije doprinese poboljšanju investicione klime u zemlji. Tada smo imali 14 članova osnivača, a danas brojimo 120 kompanija članica sa uložnim kapitalom od preko 2.5 milijarde evra u SCG. Kada govorimo o konkretnim aktivnostima možemo pomenuti kontinuirani dijalog između Vlade Srbije i privatnog sektora, naročito ističem multinacionalne kompanije koje poseduju know-how i iskustvo ekonomija u tranziciji i iz okruženja, a čije sugestije su našoj zemlji dobrodošle kao i potencijalnim investitorima. Pored dijaloga, tu je i predstavljanje već uspešno obavljenih investicija u zemlji kao dobar način za privlačenje dodatnih stranih investicija.

Na koji način saraduju članovi FIC-a?

Članovi Saveta stranih investitora su skoro sve veće strane kompanije prisutne u zemlji. Oni su podeljeni u radne grupe (komitete) koji su osnovani po sektorima industrija u kojima rade. Kao primer pomenula bih samo neke komitete: pravni komitet, komitet za lizing, komitet za ljudske resurse, za poreze, bankarstvo, nekretnine i komitet za izgradnju. Komiteti se aktiviraju po potrebi. Komitet za ljudske resurse je veoma aktivan po pitanju Zakona o radu, a pravni komitet je saradivao na nedavno donesenom zakonu o zaštiti konkurencije.

Stvaranje poslovnih klubova i portala postaje trend u Srbiji. Koliko takvi klubovi realno mogu da doprinesu stvaranju bolje investicione klime?

Svaka inicijativa koja se pokreće u cilju poboljšanja investicione klime u zemlji je dobrodošla. Bitno je da je poruka ista sa svih strana i da se po svakom pitanju radi organizovano i sa jednim definisanim ciljem, koji bi u ovom slučaju bio učiniti našu zemlju atraktivnijom za strane investitore.

Koji podatak najbolje ilustruje povećani broj investicija u Srbiju i u kom odnosu su tu greenfield investicije?

Konkretno za ovu godinu možemo se osloniti na dobar rezultat ostvaren kroz privatizaciju u bankarskom sektoru. Što se greenfield investicija tiče, još uvek se ne možemo pohvaliti da smo sa te strane ostvarili neke značajne rezultate, sa izuzetkom Ball Packaging kompanije koja je oficijelno počela da radi krajem septembra ove godine.

Šta nam govori poslednji FIC barometar? Čega se stranci još uvek plaše?

Poruke su uglavnom ostale iste kao i one od pre tri godine. I dalje se suočavamo sa činjenicom da je teško doći do nacrtu zakona koji su u izradi. Smatram da bi aktivno učešće raznih strana, uključujući strane investitore u komentaranju nacrtu zakona otklonilo buduće prepreke i u primeni tih zakona. Zemljište i oblast građenja predstavljaju bitnu prepreku stranim ulagačima. Pravni okvir i postupak dobijanja dozvola mora biti pojednostavljen.

Business quotes

Ako odlučujete srcem, završavate sa srčanim oboljenjem.

Piter Draker

Seminari, konferencije:

- 25.-26. novembar 2005.– Interni PR i motivacija zaposlenih, Beograd, +381 11 3036 133, 3036 134, edusfera@bovan.co.yu
- 6.-7. decembar 2005. Prvi godišnji forum- Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi: Trenutna dešavanja i budući rast – organizator magazin Ekonomist, Hyatt, Beograd

Kompanija – to su ljudi. Razmislite koliko ste ove nedelje motivisali vaše zaposlene? Pre nego što odete sa posla napravite jedan mali motivacioni sastanak. Ukoliko ne znate šta biste na njemu rekli, posetite seminar Interni PR i motivacija zaposlenih.

Vaš Bovan



Bovan Consulting

Urednik: Ana B. Bovan

Zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i M. Barać, S. Koprivica, M. Reić, I. Marković, M. Bučković, O. Vladušić, P. Todorović

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@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