



Business

Sunce, more i Britanci. Kada biraju zemlju u kojoj bi kupili kuću za uživanje tokom leta, Britanci će se prvo odlučiti za Španiju i Francusku a potom za Bugarsku, Rumuniju, Mađarsku i Češku. Nova interesantna destinacija je Crna Gora, u kojoj je snimljen i poslednji Bondov film *Casino Royale*. Predviđa se da će do 2025. godine biti preko milion Britanaca koji će imati posede van zemlje. Od trenutnih 300.000, 38% kupaca navodi da je osnovni razlog za kupovinu ovih kuća udoban dom sa više sunca nego u Britaniji, gde će provoditi svoje odmore ili eventualno koristiti kao mesto na koje će se povući nakon penzionisanja. Istraživanje lista *Guardian* takođe pokazuje da četiri od deset kupaca imovine u inostranstvu veruje da posed na tlu neke mediteranske zemlje može biti dobra investicija jer otvara mogućnost otvaranja pansiona.

Visoke cene rominga u EU. Rezultati široke evropske ankete koju je objavio *Eurobarometar*, pokazuju da bi neki korisnici mobilne telefonije radije isključili telefone dok su inostranstvu nego plaćali visoke cene ove usluge. Korisnici usluga rominga iz EU plaćaju između €4 i €6 za minut razgovora. U nekim slučajevima, cene minuta u romingu dostižu i €12. Čak 24.565 ljudi iz 25 zemalja EU učestvovalo je u ovoj anketi koja pokazuje da 79% njih poseduje mobilne telefone a da je 44% putovalo u neku drugu državu u poslednjih 12 meseci. Oko 15% korisnika mobilnih telefona ne nose telefone kada idu na odmor ili ga potpuno isključuju. Ovaj stav je naročito rasprostranjen među mlađim korisnicima od 15-24 godina. Oko 21% koristi samo SMS poruke dok su u inostranstvu. 59% korisnika kaže da bi koristili telefon da su cene rominga niže a 43% korisnika mobilne telefonije je i dalje zbunjeno oko cena koje plaćaju za zvanje i primanje poziva u inostranstvu.

Communications

Mobilna televizija. Gledanje TV programa putem mobilnih telefona postaće masovna pojava u 2008. godini, procenjuje švedski proizvođač telekomunikacione opreme *Ericsson* i najavljuje saradnju s japanskim *Sonyjem* u razvoju novih medijskih rešenja za mobilne veze. Iako već imaju zajedničku kompaniju za proizvodnju mobilnih telefona *Sony Ericsson*, kažu da vide niz drugih mogućnosti za saradnju kako bi ostvarili koristi od očekivanog procvata mobilne televizije. *Ericsson* i *Sony* su predstavili niz rešenja za koja tvrde da će uskoro postati uobičajena, uključujući i ono u kojem se videozapis i slike jednostavno mogu slati između redovne televizije i mobilnog telefona. To će omogućiti prijateljima i članovima porodice da razmjenjuju takve zapise samo pritiskom na dugme.

Želite li picu sa oktopodom? Da bi zadovoljili ukuse i potrebe kineskog tržišta svetski lanci restorana brze hrane *McDonald's*, *Kentucky Fried Chicken*, *Pizza Hut* i lanac kafeterija *Starbucks* morali su da se prilagode potrebama i specifičnostima tržišta. U situaciji kada je kineska privreda u ekspanziji a konkurencija sve veća, brojno stanovništvo ipak još ne može da sa svojim kućnim budžetima priušti redovne posete ovim restoranima. Zbog toga ovi lanci restorane prave tako da budu prostraniji, moderniji i bolje osvetljeni jer Kinezi više vole višesatne boravke u restoranu od jednostavnog "za p o n e t i". Krastavac, ljuti sos, egzotična dimljena pica koju krase oktopod ili neki drugi morski plod samo su delovi menija koji su osmišljeni da bi privukli pažnju Kineza.



Lexus? Ne, hvala. Skepticizam *Toyote* 80-ih godina po pitanju uspeha brenda *Lexus* koji bi na tržištu SAD zasenio *Mercedes*, *BMW* i *Cadillac* kratko je trajao. Već nakon nekoliko godina svi koju su želeli luksuzan i pouzdan auto sa velikom pažnjom su razmatrali kupovinu ovog japanskog automobila, a činjenica da je već šest godina najbolje prodavani luksuzni auto u toj zemlji samo potvrđuje uspeh. Ipak, u Japanu se ovi automobili veoma teško prodaju. Kao razlog navodi se da kupci žele nešto egzotično, poput evropskih automobila, a ne *Toyotu* sa lepšim imenom. Poslovna žena iz Tokija, *Emi Bamba*, već 20 godina vozi *Mercedes* i kaže da *Lexus* jednostavno izgleda kao svaki drugi japanski auto. Iz *Toyote*, najprofitabilnijeg svetskog proizvođača automobila kažu da je japansko tržište isuviše osteljivo i da će biti potrebni veliki napori da *Lexus* dostigne uspeh iz SAD.

Šoping, zadovoljstvo ili opsesija. Kompulsivna kupovina predstavlja patološko ponašanje i od ove "bolesti" pati 5% Italijana, ali po nekim studijama 90% potrošača povremeno ima potrebu za ovakvom kupovinom. Poremećaj se tretira lekovima, psihoterapijama, osnivaju se grupe za pomoć. Na listi proizvoda koje kupuju su odeva, cipele, kozmetika, tj. predmeti koji popravljaju sliku o sebi. Muškarci obično kupuju statusne simbole: mobilne telefone, kompjutere, tehničke aparate. "Kompulsivni kupci" su 75% žene srednjeg sloja, osobe koje imaju nizak nivo samopouzdanja, malu otpornost na frustracije ili tendenciju ka depresiji. Kategorije koje odolevaju pojavi najčešće su pripadnici verskih pokreta ili oni koji imaju zadovoljavajuće međuljudske odnose.

Prognoze za SAD u 2007. Mnogi trendovi u 2006. godini su obeležili ali i definisali buduće ekonomsko okruženje u SAD: kamatne stope su prestale da rastu, bum tržišta nekretnina je utihnuo, sa inflacijom koja je pod kontrolom, sledeća godina će biti blagonaklona prema vlasnicima hartija od vrednosti, akcija i obveznica, a nepovoljna za vlasnike kućar. Ovo je zaključak *Money* magazina koji je napravio prognozu poslovanja u 6 ključnih oblasti na tržištu SAD i koraka koje treba preduzeti kako bi ideje u tim segmentima bile profitabilne. Uvek postoji i procena rizika jer se sa stoprocentnom sigurnošću ne mogu predvideti situacije na tržištu. Sedamdesetih godina visoka cena nafte pritisnula je ekonomiju zemlje i u isto vreme podstakla inflaciju. Danas, cena nafte pada obzirom da je u julu mesecu dostigla vrhunac \$78 po barelu. Činjenice koje govore u prilog tome da SAD očekuje kontrolisana inflacija jesu da su zalihe nafte prodate, stopa nezaposlenosti je svega 4.4% i što je najvažnije prognoze eksperata o periodu zatišja, a ne buma u ekonomiji.

Milton Fridman. Jedan od najuticajnijih ekonomista 20. veka, Nobelovac, savetnik američkih predsednika *Niksona* i *Regana*, *Milton Fridman* umro je u San Francisku u 94. godini. Žestoki zagovornik monetarizma, deregulacije i privatizacije *Nobelovu nagradu* za ekonomiju dobio je 1976. godine. *Fridmanov* rad i ideje imali su veliki uticaj na ekonomsku politiku britanske premijerke *Margaret Tačer* i američkog predsednika *Regana* tokom '80-tih godina prošlog veka. Više od 30 godina predavao je ekonomiju na *Čikaškom univerzitetu*, dosledno propagirajući ideje slobodnog tržišta, te je njegov pristup u ekonomskim krugovima postao poznat kao *Čikaška škola*.

Igračka ili stan – odlučite sami. Ekstravagantne igračke idealan su lek za bes razmažene dece bogatih roditelja. Raskošna viktorijanska kuća sa predvorjem, zvonom kao i enterijerom koji podseća na pravu kuću takvih je dimenzija da u njoj mogu da se igraju deca od 3-8 godina starosti košta \$22.000. *Robby Robot*, kopija robota iz filma *Zaboravljena planeta*, u prirodnoj je veličini, na daljinsko upravljanje i može emitovati glas koji želite. Košta \$49.999. *Pepe-ljugin* kočija od drveta i staklenih vlakana, obećava ispunjenje snova maminih i tatinih princeza za \$47.000. *Lego Batman* u prirodnoj veličini može čuvati decu od svih izazova koji noću vrebaju i to za \$27.000. Za decu 7-12 godina koja žele na vreme da nauče da voze, automobil na gasni pogon košta \$32.350.

Virtuelno autostopiranje. Moderno autostopiranje u sajber prostoru je zamenilo palac u vazduhu i "vetar u kosi". Autostoperi u Americi imaju mogućnost da preko foruma na craigslist.org ili carpooworld.com do željenog odredišta dođu u automobilu koji odaberu, sa vozačem određenog godišta koji im se učini da je najbolji, da dogovore muziku tokom vožnje koja im najviše prija ili da izaberu vozilo u kojem je dozvoljeno korišćenje cigareta. Direktor [Craigslist](http://craigslist.org), *Jim Buckmaster*, kaže da u jednom mesecu ugovore oko 20.000 vožnji i da je svaka vožnja izazov za sebe. Sa tim se „slaže“ i *Američka automobilska Asocijacija* koja je upozorila korisnike ovog foruma da oni ne mogu unapred da znaju sa kakvim će vozačem sestiti u auto i da postoji velika mogućnost da budu ili kidnapovani ili opljačkani. Neke od povoljnosti koju nude virtuelni ugovarači vožnji su povoljna cena, veći deo novca vozač dobije po obavljenom poslu, a obaveza putnika je i da izvesti ugovarača o kvalitetu vožnje.

Buca sa naslovne strane. Stidljivi buckasti tinejdžer *Qian Zhijun* iz Kine, za kratko vreme je postao najpopularnije lice među korisnicima Interneta u Kini. Sasvim slučajno, fotografija sa školskog takmičenja koja pokazuje njegovo interesantno, debeljuškasto i pomalo tužno lice, postala je zanimljiva za brojne korisnike Interneta koji su njegovim likom, igrajući se u *Photoshopu*, počeli da zamenjuju lica slavних ličnosti. Tako ga možemo videti na posteru za film *Da Vinčijev kod* umesto *Toma Henksa* ili u *Piratima s Kariba* umesto *Džonija Depa*. Danas ga kineski mediji nazivaju "likom koji izazove hiljadu klikova".



Hrvati žele da im deca postanu menadžeri. Tradicionalno ugledna zanimanja kao što su lekar, pravnik i učitelj danas više nisu "in", već ih sve više zamenjuju ona iz područja ekonomije, marketinga i informatike, pokazala je anketa hrvatskog portala MojPosao u kojoj je tokom prošle nedelje učestvovalo 309 ispitanika. Oni su odgovarali na pitanje kojom profesijom bi želeli da se bavi njihovo dete. Roditelji su mogli birati između četiri odgovora - lekar, pravnik, učitelj ili nešto drugo, a najveći broj njih, čak 50 posto, izabrao je upravo poslednji odgovor. Tako se među mnoštvom odgovora ističu želje roditelja da im dete bude menadžer, inženjer ili programer. Pojedinci su isticali kako bi želeli da im dete bude fudbaler, političar, pijanist ili čak astronaut, a nekoliko ih se opredelilo i za naučnika. Svojoj deci roditelji uglavnom priželjkuju kreativan, dobro plaćen i ne previše stresan posao.

Tips and Tricks - Moć poslovnih veza u vašem životu



Takođe, uvek će biti drugih ljudi koji će odlučivati o tome da li vi zaslužujete dobar posao i da li ćete raditi na najvažnijim projektima.

Mešanje posla i zadovoljstva

Sa drugom stavkom se ne slaže većina ljudi. Najčešća greška koju ljudi prave kada grade veze u poslovnom svetu jeste kada se prema poslovnim vezama odnose različito od privatnih. Razmislite na trenutak o ljudima sa kojima radite – bilo da su kolege ili klijenti – koje takođe smatrate i prijateljima. Vaš rad sa njima je skoro uvek produktivan i uz uživanje jer je poverenje i otvorenost u komunikaciji već ostvarena. Oni će vam sigurno brže oprostiti ukoliko pogrešite ili će vam se pre naći u nevolji. Drugim rečima, uvek ćete imati više posla ako imate pozitivan i otvoreniji odnos sa poslovnim saradnicima i partnerima.

Obostrano korisne veze

Kako se ostvaruju? Isto kao što ostvarujete i prijateljske veze. Poverenje se gradi tako što se deli iskustvo sa drugima, posvećenošću, iskrenošću i bliskošću. Ljudi cene naporan rad, poverljivost, kreativnost i otvoreno komuniciranje – a ne izveštačeno ponašanje. Vaše poslovne veze mogu toliko napredovati da sa poslovnim partnerima čak dođete i do tema iz vašeg privatnog ili porodičnog života u određeno vreme i u određenoj količini. *Ferazzi* dodaje: "Pokažite im da ste profesionalni ali da ste takođe i čovek. Izbegnite površne teme i razgovarajte o onome što je zaista važno – o vašim snovima i strahovima, deci ili poslovnim temama zbog kojih ne možete da spavate. I nemojte da

Prema autoru, jednako je važno da malo preinačimo čuvenu izjavu *JFK*: "Ne pitajte šta vaš poslovni partner može da uradi za vas, nego šta vi možete da uradite za vašeg partnera." Da biste zaista izgradili smislene veze, počnite da razmišljate kako ćete postojeće učiniti uspešnim.

Nagrade

Ferrazzi dodaje da kod pružanja podrške drugima u njihovoj nameri da budu uspešni kao jednog od načina građenja vaših poslovnih veza morate biti spremni da prihvatite i velikodušnost s druge strane. „Postoje momenti kada za nekoga možete da učinite zaista veliku stvar. Možete nekome da otvorite važna vrata ili da urgirate za nečije stražiranje – to su neke od onih jednostavnih stvari koje određuju sudbinu i mogu mnogo da promene“, kaže *Ferrazzi* i napominje da ima trenutaka kada će neko za vas moći da učini istu stvar. Ali ukoliko to neko čini suviše često, ponudu možete da odbijete. Možete da kažete: „Žao mi je, ne mogu da prihvatim uslugu“, u sebi misleći da ne želite da se osećate dužni nekome. Dobre veze su dvosmerne ulice, i ponekad treba da spustite gard, prihvatite nečiju velikodušnost i kažete jednostavno ali iskreno "hvala", zaključuje *Ferazzi*.

Bovan Consulting tim uvećan je za još jednog, najmlađeg člana. Zamenik urednika BC Biltena, Maja Vlahović rodila je devojčicu Katarinu. Pisanje i uređivanje tekstova i duge sastanke zamenio je dečiji plač i smeh. Radujemo se zajedno jer je nova životna energija od sada u svima nama. MAJO, ČESTITAMO!

Uživajte u još jednom ukradenom sunčanom vikendu!
Vaš Bovan Consulting

Moć veza i koncept sveta koji funkcioniše zahvaljujući mreži veza kao centralnoj komponenti, može da bude brži put ka poslovnom uspehu, smatra marketinški konsultant *Keith Ferrazzi*, osnivač i direktor *Ferazzi Greenlight*, američke kompanije koja se bavi strateškim konsaltingom i edukacijom za unapređenje prodaje i razvoj karijere. BC Bilten vam prenosi najinteresantnije delove studije o moći i kako različite veze mogu doprineti u razvoju karijere.

Svest o povezivanju

Šta u stvari znači biti povezan? Kako se grade vredne i dugotrajne veze? *Ferazzi* kaže da to nema nikakve veze sa uobičajenim "networkingom".

Radi se, zapravo o svesti o povezivanju, koja može da se podeli na dve stavke:

1. Veze su srce vašeg uspeha.
2. Sve poslovne veze su i lične veze.

Skoro sve što radimo i u profesionalnom i privatnom životu zavisi od drugih ljudi. Čak i stvari koje ne izgledaju kao „povezivanje“ kao što je slušanje predavanja nastavnika u školi direktno su pod uticajem veštine povezivanja.

Ne postoji besplatan ručak.

Milton Fridman

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 27. novembar 2006. – Osnivačka Skupština Srpske asocijacije menadžera, Hotel IN, Beograd
- 1. decembar 2006 – Okrugli sto "HACCP sistem kontrole bezbednosti hrane kao zakonske obaveza i preduslov za izvoz na tržište EU", IFC PKS i USAID, RPK Zrenjanin
- 6-7. decembar 2006. – Drugi godišnji forum "Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi: Trenutna dešavanja i budući rast", Ekonomist magazin, Hyatt, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan
Zamenik urednika: Maja Vlahović
Za vas pišu i
M. Barać Stojanović, M. Reić, M. Djordjević,
D. Djurković i B. Petković



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, Srbija
posetitebovan.eu
Fix +381 11 3036 133, 3036 134
Fax +381 11 3284 380