



## Business

**Siromaštvo u bogatoj Švajcarskoj.** Osnovna granica siromaštva u Švajcarskoj 2004 godine za jednočlano domaćinstvo iznosila je 2490 švajcarskih franaka, a za porodicu sa dvoje dece 4603 švajcarskih franaka mesečnog ličnog dohotka. Najveći broj siromašnih je u porodicama sa više dece, među samohranim roditeljima, starijim građanima i onima sa nižim obrazovanjem. 6.7% zaposlenih pripada je tzv. „Woorking poor“ grupi ljudi koji imaju posao, a žive na granici siromaštva.

**Zanimljivost:** Istraživanje u Engleskoj-dva radnika od tri bi više volela da im se smanji broj radnih sati nego da dobiju na lutriji.

**Čuveni Starbucks žrtva modernizacije i komercijalizacije.** Nezadovoljstvo radom Starbucks coffee shops nedavno je izrazio i sam vlasnik Howard Schultz u svojim internim beleškama koje su na volšeban način dospеле u javnost. „Čovek tamo ne može više da oseti miris kafe kada se probudi“ – požalio se Schultz kako se kafa pakuje u hermetički zatvorene šolje koje ne dozvoljavaju da se miris širi izvan radnje. Ova izjava izazvala je novinara Timesa, Billa Saporita, da objavi članak u kojem tvrdi da je upravo Schulz zaslužan što Starbucks nije više ono što je nekada bio. „I ja bih voleo da se probudim i osetim miris kafe Huarde, ali ne mogu, zato što je 17 ljudi uvek ispred mene u redu za kafu i svi oni naručuju veliku kafu sa ovim ili onim, mrvicama od keksa ili bez masnoće, kajganu, peciva, čak i CD-ove.“ Starbucks je pre poslasičarnica i kiosk, a ja bih želeo da kupim samo kafu, bez mleka, šećera i ostalih dodataka“ – napisao je Saporito i naglasio da Starbucks danas služi oko 10 hiljada vrsta napitaka napravljenih od kafe.

**Na šta bankari troše novac?** Poznato je da bankari sa Wall Street obrću milijarde tuđeg novca svakog dana. A šta rade sa svojim? Firma Prince&Associates je izvršila istraživanje, obuhvatajući 200 Wall Street profesionalaca koji su zaradili više od \$2 miliona u protekloj godini. Ispostavilo se da oko 11% bankara troši novac na nakit, 26% na nove kuće, često druge ili treće i renoviranje, a samo 16% njih čuva zarađeni novac. S druge strane anketirani su izjavili da troše 12% na umetničke kolekcije, a 14% na svoje hobije, kao što su konji, časovi letenja i slično. „Radim 18 sati dnevno, šest dana u nedelji. Putujem avionom po 20 sati i donosim odluke pod velikim pritiskom. Mislim da zaslužujem nagradu.“, izjavio je jedan od bankara.



**Sto najčudnijih poslova.** Italijanska izdavačka kuća Einaudi objavila je nedavno knjigu o najčudnijim poslovima. Na listi su se našli poslovi kao što su sakupljač verskih knjiga, čija je plata 6 evra na sat ili kontrolor pomfrita u fabrikama, čiji je posao da odvaja oštećene krompiriće od zdravih, a plata je 8 evra na sat. Među njima su i porno telefonisti, ubice lososa, noćni radnici na benzinskoj stanici, istrebljivači glodara ili uređivači mailboxova. Jedan od interesantnih opisa je posao uzgajivača larvi: „Prvi dan na poslu proveo sam u nekoj vrsti bazena koji je bio pun leševa životinja i riba na kojima su se razvijale larve. Moj zadatak je bio da u određenom vremenskom intervalu lopatom pomeram larve“.

**Grci i Irski imaju najduže radno vreme.** Grci u proseku rade najviše, bar tako kaže statistika. Oni su u vrhu zemalja EU po dužini radne nedelje koja traje 44.3 sata. Sledi Poljska sa 43.3 časova i Austrija sa 44,1 h. Do pre par godina prosečno nedeljno radno vreme je iznosilo 41.8 časova, a sa proširenjem broja članica EU sa 15 na 25 radno vreme se malo povećalo, na 41.9 časova. Posebno duga radna nedelja je u Irskoj, koja nije članica EU, i iznosi 47.1 sat. Jedno od tumačenja su niske temperature u Irskoj, pa ljudi radije provode više vreme radeći u toplim biroima.

**Zbogom Office-u?** Ideja da će jeftini Web alati za obradu teksta zameniti tradicionalne softvere kao što je Microsoft Office, postaje sve realnija. Glide OS 2.0, je novi SW paket koji teži da zameni skoro sve softvere na kompjuterima u svetu i to radeći sa Neta. To je eksperiment, a ono što ga čini interesantnim su mnoge stvari koje potrošači mogu da rade na svojim kompjuterima, kao što je obrada reči, foto editor, program za prezentacije, kao i alat za pisanje blogova zajedno, kontakt lista, chat i raspodela failova. Ipak, brojne nesavršenosti u razvoju ovog web based SW čine da se Microsoft ne brine preterano jer će još puno vremena proći dok se ne uđe u masovno korišćenje.

**Nova expres kolumna BC BILTENA—Virtualni portfolio.** U saradnji sa brokerskom kućom Senzal, započinjemo virtualni investicioni ciklus koji ćete svake nedelje moći da pratite na stranicama Vašeg biltena. Biramo kvalitetne akcije i pratimo njihovo kretanje iz nedelje u nedelju, želeći da promoviramo kulturu investiranja i podržimo razvoj tržišta kapitala u nas.



## Communications

**Microsoftov softver Stickies.** Veliki broj programa kao što su: Word, Photoshop, Outlook i drugi, između ostalih opcija nude i mogućnost pisanja beleški. Za razliku od svih njih, Microsoftov Stickies za Windows je program sa jedinstvenom ulogom u svetu zapisivanja i pamćenja poruka, beležaka... Ovaj program ima dovoljno opcija, među kojima i alarm za poruke, pretraživanje nekih od reči na Google, Yahoo i ostalim internet servisima, povezivanje na jedan stickie sa određenim programom ( Microsoft Windows Installer i Microsoft.NET 2.0), kao i slanje stickie u mreži ili putem e-maila. Stickies je veoma jednostavan, prilagodljiv i potpuno besplatan, a veličine je samo 950 kb.

**Parking mesto na aukciji.** Iako se broj parking zona generalno povećava, potraga za parkingom je i dalje internacionalni problem. Iz Amerike dolazi potencijalno rešenje: SpotScout, malo udruženje koje omogućava rezervaciju parking mesta putem aukcije. Najzainteresovaniji za ovaj sistem su vlasnici garaža i parkinga koji mogu da zarade iznajmljujući mesta na nekoliko sati. Potrebno je prijaviti se na sajt SpotScout i uneti vreme i mesto planiranog dolaska da bi se pokrenula aukcija za to mesto. Onaj ko želi parking, plaća cenu putem mobilnog telefona. Usluga će biti testirana narednog proleća u Bostonu, New Yorku i San Franciscu. U Evropi je već lansiran projekat koji putem GPS prati dostupnost gradskih parking mesta.

**Vaše ime na Hondinom bolidu Formule 1.** Na bolidima kojima upravljaju Jenson Button i Rubens Barrichello, ove sezone umesto reklama sponzora biće slika planete Zemlje. Na ovaj način Honda će pokazati svoju zabrinutost zbog ekoloških problema koji potresaju našu planetu. Uskoro će na myearthdream.com posetioći moći da daju obećanje da će raditi na očuvanju životne sredine i da će donirati novac organizacijama koje se bave ekološkim problemima. Imena donatora naći će se na Hondinom bolidu. Sliku planete Zemlje na bolidu činiće mozaik sitno ištampanih imena, a zbog ogromnog interesa za ovaj projekat imena će se čitati pomoću mikroskopa.

**Govori mandarinski da te ceo svet razume.** 11% malih i srednjih preduzeća u Evropskoj Uniji izgubilo je već dogovorene izvozne aranžmane jer zaposleni u tim firmama nisu imali zadovoljavajuće poznavanje stranih jezika, objavljeno je u studiji koju je nedavno prezentovao **Leonard Orban**, predstavnik EU za višezječniost. Prema podacima koje je izneo, u protekle 3 godine, u poslovnim aranžmanima u EU izgubi se u proseku više od €325,000 po jednom poslu, najviše zahvaljujući komunikacionim barijerama. Orban je kritikovao evropska mala i srednja preduzeća zato što se oslanjaju samo na nacionalni obrazovni sistem, umesto da investiraju u dodatne treninge. Samo 48% preduzeća tvrdi da svojim zaposlenima nudi trening kao mogućnost da usavrše jezik. Studija je takođe pokazala da je engleski i dalje jezik broj jedan u komunikaciji ka izvoznim tržištima, dok rastući uticaj imaju i španski, ruski, arapski i—mandarinski.

**Nova strategija Nike.** Mark Parker, izvršni direktor Nike, pre dva meseca je najavio novu strategiju kompanije koja ima za cilj da poveća prihod Nike i uđe u platno manje sposobne tržišne segmente, ali koji su veoma veliki. Konkretni koraci su već preuzeti i 27. februara lansiran je novi brend **Tailwind** na Menhetnu i Bruklinu. Fudbalske igraričice **Brandi Chastain** i **Hope Solo** bile su uključene u razvoj novog proizvoda i dizajn i one su zajedno sa odbojkašem **Tom Loganom** glavni promoteri novog brenda. Jeftina dizajnirana obuća za žene za sada se radi u 6 različitih stilova svetlih boja i košta od \$19.99 do 34.99. **Tailwind** daje mogućnost Nike da privuče potpuno novu grupu potrošača sa tržišta koje je brojno bez straha da će oslabiti svoj glavni brend. "Kada inoviramo, mi smo onda lideri, a liderstvo je ono što najbolje znamo da radimo".



**Mobilni e-mail.** U današnje vreme, teško je da u poslovnom svetu postoji neko ko nema mobilni telefon sa mogućnošću slanja e-maila. Iznenađujući je podatak da je mobilni e-mail ipak nerazvijeno tržište. Prema jednom istraživanju koje je sproveda **Nokia**, od 650 miliona korporativnih e-mail boxova u svetu, samo 10 miliona je mobilno. Dok su potrošači kupili oko milijardu telefona, prodaja tzv. smartphones koja omogućava opciju slanja e-maila iznosi samo nekoliko desetina miliona. Taj broj potencijalnih potrošača je i naveo **Nokiu**, **Vodafone** i **Deutsche Telekom** da veruju da mobilni e-mail može biti jedan od sledećih velikih poteza ove industrije. I **Microsoft** bi takođe mogao profitirati razvojem ovog tržišta. On je već razvio **Windows Mobile** operativni sistem koji je ugrađen u aparate **Motorola**, **Samsung**, **Hewlett-Packard** i druge. Kreatori operativnih sistema za mobilne telefone veruju da će "mobilni office program" vrlo brzo postati norma.

## Tips & Tricks - 5S japanskog menadžmenta



JICA i Privredna Komora Beograda

Dok u Srbiji svi znaju za 4S, Japancima je bliža teorija 5S. Možda je upravo ova teorija doprinela da danas smatramo perfektnim bilo šta što potiče iz Japana. Na nedavno održanom seminaru koji je organizovala Privredna komora Beograda u saradnji sa Japanskom agencijom za međunarodnu saradnju (JICA) "male tajne velikih majstora" biznisa otkrili su nam sertifikovani japanski eksperti za razvoj malih i srednjih preduzeća i japanski konsultanti sa velikim iskustvom u proizvodnim delatnostima i uslugama razvoja poslovanja.

Kako izgleda japanska organizacija i kako doći do nje, objasnio je Tsyoshi Negishi. Korišćenjem instrumenata 5S kojima dovode svoj radni prostor u savršeno stanje japanski stručnjaci objašnjavaju da je to uslov daljeg savršenog poslovanja. 5S se sastoji od pet akcija koje na japanskom jeziku počinju slovom "S".

### Seiri

"Seiri" u prevodu znači definicija. Seiri definiše i odvaja: neophodne stvari, stvari koje nisu hitne, stvari koje nisu neophodne i nove stvari koje nisu neophodne kao inferiornu robu ( u

crvene kutije na svakoj liniji i kod svake mašine).

### Seiton

"Seiton" znači urediti, staviti prave stvari na pravo mesto i na pravi način u smislu bezbednosti, kvaliteta i efikasnosti. Seiton takođe predstavlja način smeštanja, a ključne tačke kod smeštanja su: lako pronaći, lako izvaditi i lako vratiti stvar. Ovo govori o tome da su lokacija, način smeštanja i oznake pod kojima se stvari smeštaju važan deo organizacije.

### Seiso

"Seiso" označava čišćenje i inspekciju korišćenjem pet čula. Seiso nije samo čišćenje već i inspekcija vanrednih stanja kao i pronalaženje izvora prašine, prljavštine, nereda u radnom prostoru i slično. Cilj ovog postupka je stvaranje ambijenta bez prašine i prljavštine, eliminacijom izvora prašine i prljavštine, sa ciljem uštede vremena i radne snage za čišćenje kao i ostvarivanje nula slučajeva kvarenja opreme eliminacijom malih defekata. Seiso nalaže da se pronađeni problem opiše, da se sastavi lista pitanja koja su u vezi sa problemom, da se opišu izvori uzroka nedostatka i da se sačini lista mesta koja su teška za čišćenje.

### Seiketsu

"Seiketsu" je "standardizacija + vizuelna kontrola". Seiketsu opisuje održavanje stanja nakon implementacije "Seiri", "Seiton" i "Seiso"(3S).

Seiketso dovodi do toga da svaki zaposleni radnik na mašini može lako da implementira 3S i to ispravno i u kratkom vremenskom roku.

### Shitsuke

"Shitsuke" predstavlja disciplinu odnosno trening kojim se uče zaposleni da se pridržavaju pravila i discipline, kao i stvaranje dobrih navika. 5S tim sam pravi plan, vrši implementaciju, proverava i sprovodi kontramere u svakoj fazi "5S". Tim samostalno kreira procedure i standarde, samostalno proverava svoju aktivnost u svakoj fazi "5S", da li su faze uspešno izvršene, te tim informiše svog nadređenog, grupa menadžera proverava svoju aktivnost i ukoliko utvrdi da je sve dobro urađeno tim ide u sledeću fazu. Svi članovi timova mogu lako da rade na dnevnom održavanju.

### Japanska filozofija smatra da su najvažnije:

- ideje i trud
- da je kvalitet na prvom mestu
- da je neophodno savršeno uklanjanje beskorisnih stvari
- da učešće svih članova doprinosi unapređenju aktivnosti
- da su kupci bogovi
- da prosperitet kompanije donosi zadovoljstvo kupaca i ako je proces dobar rezultat je takođe dobar.

Svejedno je da li ćete slediti 4S ili 5S filozofiju, dok god držite konce u svojim rukama. Opustite se za vikend, ali imajte na umu da će ponedeljak ipak doći.

Vaš Bovan tim

Započeti je lako. Teško je održati kontinuitet.

Japanska poslovica

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 14. mart 2007. - HR Knowledge Fair - Kristalna dvorana Hotela Hyatt, Beograd
- 09. maj 2007. - 9.05.2007. - Seminar povodom prezentacije knjige „Prezentacijom do uspeha“ Jerry Weissmana, u organizaciji izdavačkog preduzeća MATE d.o.o., Bulevar Arsenija Čarnojevića 52, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan

zamenik urednika: Maja Vlahović

Za vas pišu i:

M. Barać-Stojanović, M. Reić, M. Bučković, D. Djurković, L. Doneski, D. Tasić, M. Vojnović



**Bovan Consulting**  
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

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