



Business

Lunarni biznis. Svi oni Kinezi koji su planirali da prošire svoju imovinu na Mesecu, ipak neće moći to da urade, jer je kineski sud zabranio rad kompanije koja je prodavala imovinu na Mesecu po povoljnim cenama pod obrazloženjem da Mesec i druga nebeska tela nisu predmet nacionalnog privravanja. Kompanija, koja sebe naziva *Lunarnom ambasadorom Kine*, tužila je *Administraciju za industriju i trgovinu*, koja joj je 2005. godine oduzela dozvolu za rad i kaznila sa 4800 E. ipak je izgubila slučaj, jer je *Okružni narodni sud* oblasti Haidian, presudio u korist *Administracije*. Kompanija je nudila 1 ha zemljišta na Mesecu, po ceni od oko 60 E. Tri dana po započetom biznisu, 34 klijenta je kupilo oko 20 ha, čime je kompanija zaradila više od 1360 E.



Evropa iza šanka. U svetu se najviše alkohola popije u Evropi, pokazalo je istraživanje EU, prema kome prosečan odrastao Evropljanin konzumira oko 1400 piva godišnje. Istraživanja je obuhvatilo oko 30000 ispitanika svih zemalja članica Unije, plus Hrvatske i severnog Kipra. Najveći proizvođači piva u Češkoj će svojim potrošačima dodatno olakšati pristup njihovoj omiljenoj tečnosti. Otvoriće pivomate u celoj zemlji. Ideja za ovaj izum je potekla od plzenske pivare *Prazdroj*, a čast da prvi isprobaju pivo pripala je žiteljima Praga i centralne Češke. Da bi se sprečila prodaja alkohola maloletnim licima, automati, koje je izradila firma *Futura art*, imaju poseban čitač kodova pasosa i ličnih karata. Prvih 20 automata će biti postavljeno do kraja marta, i to na železničkim stanicama i u hotelima, a pivari obećavaju da će se potruditi da izbegnu mesta na kojima se skupljaju maloletnici.

Svetla budućnost balkanskih vina. Od Hercegovine na zapadu do Makedonije na istoku, teritorije bivše Jugoslavije su idealne za pravljenje vina, sa vrućim, suvim letima i kršnim nizbrdicama, objavljuje *BusinessWeek*. Magazin primećuje da se *Tikveš* kao najveća vinarija u jugoistočnoj Evropi uz druge balkanske vinarije umesto na ostvarivanje profita, fokusira na dobijanje medalja. Zato, njihovo vreme tek dolazi, zaključuje magazin.

Skywalk. Lepota *Grand Canyon* od 28.3. moći će da se posmatra sa staklene platforme. Platforma *Skywalk* pruža se na 1200m visine, dugačka je 120m, utrošeno 450t čelika u izgradnju koja je trajala 4 godine. Ideju je osmislilo pleme *Halapai*, vlasnici zemljišta na kojem je izgrađen *Skywalk*, da bi privukuli turiste u pusto područje. Platforma može da izdrži vetar brzine 160 km/h, težinu 71 puna aviona *Boing 747*, kao i zemljotres jačine do 8 stepeni *Rihterove* skale. Investitor je preduzetnik *David Jin*, kome će indijanci davati određeni procenat profita.



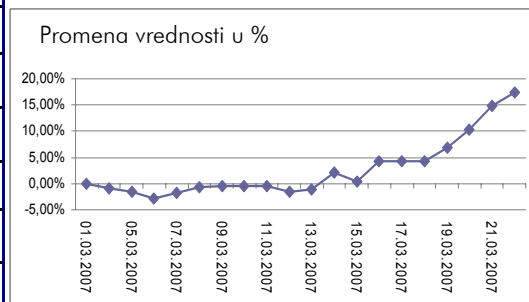
Hrvatska dobila "e-Grad". Građani *Koprivnice* će u buduću moći besplatno da koriste internet velike brzine na više lokacija, a svi pravni subjekti u gradu će biti povezani savremenom kompjuterskom tehnologijom u jednu celinu. Projekat *e-Grad* povećava efikasnost upravljanja, javne službe čini dostupnijim i kvalitetnijim, a sam grad je na putu razvoja.

Banana teroristi. Najveći proizvođač banana u Južnoj Americi *Chiquita Brands* priznao je na sudu u SAD da je plaćao kolumbijske teroriste kako bi zaštitio svoje plantaže banana. U kompaniji kažu da su im teroristi pretili i da su bili primorani da im plate. Kompaniju optužuju da je na nelegalnim plaćanjima zaradila \$825.000 od 2001. - 2004. dok je u to vreme Kolumbijska veza zaradivala \$49 milliona.

Virtuelni portfolio BC Blltena

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 22. mart
Komercijalna banka	186.000,00	247.934,00
AIK banka	133.254,00	164.682,00
Dunav osiguranje	127.200,00	170.928,00
Univerzal banka	99.590,00	84.000,00
Tigar	132.459,00	128.640,00
Energoprojekt holding	132.203,00	155.855,00
Ukupno	810.706,00	952.039,00

Ove nedelje smo imali lepu zaradu od **141.333 din** od uloženi **10.000E**. Treću nedelju za redom predstavljamo kretanje akcija odabranih kompanija.



Communications

McDonald's lobira. *McDonald's* je pokrenuo kampanju kako bi promenio definiciju *McJob* u Oksfordskom engleskom rečniku. Izraz koji je popularizovan u knjizi *Generacija X - Pripovetke ubrzane kulture*, autora *Douglas Couplanda*, opisuje *McJob* kao posao sa niskom platom, ograničenom perspektivom i eksploatacijom u industriji. Prema upravi kompanije, sadašnja definicija termina je nerealna i uvredljiva. Kako bi se prikazali kao kompanija u kojoj može da se gradi dobra karijera, *McDonald's* je pokrenuo peticiju zbog dobijanja podrške za promenu definicije. Ova kampanja je pokrenuta pre britanske premijere filma *Fast Food Nation*, koji govori o zdravlju i društvenom uticaju industrije brze hrane.

London zabranjuje ilegalno oglašavanje. Ministar za planiranje *Yvette Cooper* objavila je da je Vlada u Londonu pokrenula aktivnosti kako bi zaustavila ilegalno oglašavanje duž britanskih autoputeva. Uspostavljeni su novi propisi koji predviđaju stvaranje nacionalne baze podataka u kojoj su registrovane sve kompanije koje su prekršile zakon. "Novi propisi će stupiti na snagu 6. aprila, a Odboru za kontrolu oglašavanja će biti data veća fleksibilnost i moć da tuže oglašivače koji se podsmevaju zakonu i skreću pažnju vozača", rekao je *Cooper*.



Nasilna moda. Italijanska modna kuća *Dolce & Gabbana* bila je primorana da prekine svoju oglasnu kampanju u Španiji. Oglas u kojem razgolićeni muškarac drži ženu za zglobove ruku dok nekoliko drugih muškaraca to posmatra izazvala je negodovanje brojnih organizacija koje se bore protiv nasilja. Ovo je drugi put da za kratko vreme kompanija povlači oglase zbog optužbi za promovisanje nasilja. Print oglas u kojem se prikazuju posekotine zabranjen je početkom godine posle 166 primljenih optužbi. Dizajneri su ove optužbe nazvali neosnovanim.

Globalni standard za IPTV. Poznati svetski proizvođači elektronike pokrenuli su *Open IPTV Forum* kako bi stvorili globalni standard za internet televiziju. Osnivači ovog foruma su *Ericsson, Panasonic, Philips, Samsung, Siemens, Sony, AT&T, Telecom Italia* i *France Telekom*, a svaka od ovih kompanija je i sama već neko vreme i u nekom obliku IPTV biznisa. *Forum* će nastojati da razvije jedinstveni standard za proizvođače IPTV opreme, softvera i za one koji nude usluge, a sve u cilju jednostavnijeg razvoja ove usluge i njene veće dostupnosti korisnicima. Tehnološki zahtevi bi trebalo da budu gotovi do septembra, a kompletne tehnološke specifikacije do kraja godine. Na listi *Forum*a se ne nalaze *Microsoft* i *Alcatel-Lucent*, iako su vodeće kompanije iz oblasti proizvodnje hardvera i softvera.

Igračka za odrasle. Japanski proizvođač igrice *Bandai* uskoro će lansirati novu igračku namenjenu odraslima. Uz pomoć igračke, koja je u stvari virtualni dvojnik vlasnika, moći će da se analizira ponašanje vlasnika igre i njegovih bližnjih. Kocka s malim ekranom i nekoliko prekidača, nazvana *Human Player* podseća na virtuelne kućne ljubimce *Tamagochi* istog proizvođača, ali je namenjena korisnicima od 20 do 40 god. Cilj igre je da se stvori virtualni lik karakternih crta sličnih vlasniku. To se čini unošenjem odgovora na niz pitanja - datum rođenja, pol i sl. Jednom kvalifikovana, virtuelna osoba u inteligentnoj napravi reagovaće kao i njen original u identičnim situacijama. Posmatrajući način delovanja virtuelnih dvojnika, svako može da nauči da bolje analizira sebe i druge, a sve u cilju harmoničnijih odnosa u društvu. Igrica će se pojaviti 31. marta po ceni od oko 20 E.

Tehnička greška teška \$ 38 milijardi. Dok je obavljao svoj rutinski posao održavanja kompjutera, tehničar u *Upravi prihoda* Aljaske slučajno je obrisao bazu podataka za stanovnike države. Zaštitni *backup drive* takođe je bio uništen. Nada je postojala sve dok zaposleni *Uprave* nisu otkrili da su kasete, kao treća linija zaštite, nečitljive. "Niko nije paničio, odmah smo krenuli u planiranje najgoreg mogućeg scenarija", izjavio je direktor u *Upravi Amy Skow*. Nisu pomogli ni konsultanti *Microsoft* i *Dell* korporacije da se povrate izgubljeni podaci. Godišnja plaćanja, 800 hiljada skeniranih izveštaja, potvrde o stanovanju, izgubljene su zauvek. Uprava je pronašla rešenje: vraćeni su svi sezonski radnici i 70 ljudi koji rade samo vikendom sa ciljem da pomognu da se papiri, skladišteni u 300 kartonskih kutija, ponovo skreniraju i arhiviraju.

Intervju - Danilo Golijanin - Sa novim navikama do uspeha



Danilo Golijanin,
direktor
FranklinCovey Srbija

Koliko smo spremni da usvajamo nova znanja i napredujemo u poslu? Da li je domaćim menadžerima na prvom mestu sujeta ili nešto drugo? Kako se postaje lider? Na ova i mnoga druga pitanja odgovore nam je dao *Danilo Golijanin*, direktor *FranklinCovey Srbija*, kompanije koja se bavi pružanjem profesionalnih usluga, treningom i razvojem zaposlenih.

FranklinCovey je poznat po specifičnim treninzima koji omogućavaju organizacijama da ostvare svoje prioritete i da postignu održive superiorne rezultate. Na koji način pružate podršku vašim klijentima?

Danas je jedan od najvećih problema svih organizacija, pa i najvećih svetskih kompanija premošćavanje jaza između strategije i planova s jedne i rezultata s druge strane. Mi smo tu da im pomognemo kako da na najbolji način spoje te dve strane. *FranklinCovey* je unikatan po XQ™ - koeficijentu egzekucije, izvršenja planiranog. U ovom trenutku imamo dva trening programa. Prvi je *7 navika efektivnih ljudi*, a drugi program je *Focus* - ostvarenje najviših prioriteta, jednodnevni trening u kome učimo klijente kako da identifikuju ciljeve, definišu prioritete, učimo ih šta je bitno, i da kažu NE - ljudima i događajima koji crpe njihovu energiju i vreme. Našim klijentima ukazujemo i na značaj fundamentalne promene načina razmišljanja kako bi ostvarili efektivnije rezultate. Ako stalno radite na isti način, rezultati ne mogu da

biti drugačiji. Da biste dobili drugačije rezultate, morate promeniti način rada. Tada menjate i ugao gledanja - stavljate nove mentalne naočare. U treningu pravimo razliku kako efektivna i neefektivna osoba gleda na svet. Neefektivna osoba vidi sebe kao rezultat okolnosti dok efektivna osoba kaže - „ja sam rezultat svojih izbora.“

Kako ocenjujete Srbe kao menadžere i lidere? Šta su nam prednosti, a šta mane?

Jedan od mojih poslovnih idola je *Donald Tramp*, koji za svoju organizaciju traži ljude koji su u stanju da budu timski igrači ali u istom trenutku ljude koji su sposobni da vode organizaciju napred. To je suština priče - da vodite i da budete vođeni sa istom lakoćom. Niko ne može da radi u vakuumu, na svom ostrvcetu. Najveći problem u Srbiji kod poslovnih ljudi je ego, odnosno sujeta. Drugi problem je nedostatak poverenja. Mnogo ljudi u ovoj zemlji ne želi da se menja, ne želi da sazna nešto novo.

Koje sposobnosti treba da poseduje dobar menadžer?

Izvrstan menadžer preuzima odgovornost i traži više. On „grize“, ali ne u negativnom smislu - on je proaktivan, širi svoj krug uticaja i pokazuje svom šefu svoje vrednosti. On u svakom trenutku pretpostavlja šta bi još mogao da uradi za svoje klijente i šefa. S druge strane vlasnici i direktori kompanija polako shvataju da je suština stvaranja dobrih menadžera - gajenje menadžera, davanje više poverenja kroz organizaciju. Dobri menadžeri se mogu kupiti, ali ih treba gajiti i iznutra. Dobrog menadžera prepoznajete tako što u njegovom CV-u primetite kontinuitet poslova sa povećanom odgovornošću. Firma mora da prepozna kvalitet i da daje veću odgovornost. Tako nastaju lideri.

Da li biste mogli čitaocima BC Biltena da otkrijete kojih su to 7 navika efektivnih ljudi po kojima je i nazvan bestseller autora Stephen R. Coveya?

Prema poslednjim istraživanjima, nova navika se stiče posle 21 dana, ali samo ako se razmišlja o njoj i ako se vežba. Na našim treninzima poručujemo i da svaku od ovih 7 navika treba vežbati. Prve tri se odnose na ostvarenje ličnih pobeda, dok su ostale timski orijentisane.

1. **Proaktivnost** - stvarati vizije, donositi odluke
2. **Pre nego što započnete neki posao imajte ishod na umu!**
3. **Odrediti prioritete** - staviti prve stvari na prvo mesto
4. **Obostrana dobrobit „win – win“**
5. **Pokušajmo prvo da razumemo druge pre nego što tražimo da oni razumeju nas!**
6. **Stvorimo sinergiju** - ponekad kompromis i nije najbolje rešenje.
7. Sedma navika prožima sve ove navike. Mi je nazivamo „**oštrjenje testere**“. Našim klijentima savetujemo da je potrebno nekada na kratko stati i napuniti baterije u fizičkoj, mentalnoj, duhovnoj i emocionalno/socijalnoj dimenziji.

Za vikend uživajte uz neko od čuvenih *Tikveških* vina koje i Amerikanci sada prepoznaju. Ali, ne zaboravite domaću *Vinariju Radenković* ili njima slične.

Vaš Bovan tim

Nije bitno kojim pravcem želiš da ideš. Fokusiraj se na pravi smer!

Donald Tramp

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 10. 4. 2007. - **Superbrands Summit for Southeast Europe**, ICPE, Zagreb, Hrvatska
- 26 - 27.4.2007. - **Međunarodna konferencija**, "Shaping the Future", Socius International AG Zurich, Boardroom Magazine i Totalserve Management Ltd., Limasol, Kipar

