



Dragi prijatelji,

Dok svi imaju pune ruke posla sagledavajući šta je pred nama u 2009-oj, želimo da vam se toplo zahvalimo na vernosti tokom proteklih 200 brojeva BC Biltena. Mi smo uživali u pravljenju svakog broja! Idemo sada zajedno ka godini izazova, ali i godini inovacija i kreativnosti. Godini posvećenosti principima održivog razvoja. Verujemo da će makar deo vaše inspiracije biti i u nekim vestima ili savetima iz nove serije BC Biltena.

Želimo vam puno zdravlja, sreće, strpljenja i uspeha u 2009. Vaš Bovan tim

### New Years Global Bizz

Kada su 2001, nakon septembarskih napada, pitali predsednika Buša šta građani treba sada da rade kako bi što pre izašli iz krize on je poručio: „Go shopping“. Krajem 2008 i u zenitu konzumerizma i nefundirane potrošnje, trend se dramatično menja. U NY su cene na apsolutno sve proizvode nezapamćeno snižene čak i do 80%. Analitičari očekuju da će ovododišnji profit povodom Božića biti najmanji u poslednje 24 godine. U SAD je sada zabeleženo najmanje interesovanje za turistička putovanja od 2002. godine, sa padom u odnosu na prošlu godinu od 2,1%, a prodaja avio karata je opala za 8,5% u odnosu na 2007. I Rusi će za doček Nove godine redefinisati budžet. Novogodišnja putovanja su smanjena za 34% u odnosu na 2007, a zanimljivo je da je prodaja nakita, kao najpopularnijeg poklona u porastu za 65%.

Tradicionalne kupovine skupocenih „sitnica“ tokom novogodišnjih i Božićnih praznika u Dubaiju zamenila je štednja i briga zbog ekonomske krize. Umesto luksuznih torbi i cipela koji su se kupovali i po nekoliko puta mesečno, sada paze da li će se imati dovoljno sredstava i za redovne nabavke hrane.

Međutim, dok širom sveta ljudi smanjuju troškove, u Belgiji i Nemačkoj, aktuelna recesija kao da se ne još uvek ne primećuje. U Briselu, nekoliko dana pre Božića, meštani i posetioци iz svih krajeva Evrope, sa poteškoćama su se mimolazili na trgu Sv. Katarine. Ogromni redovi ispred prodavnica sa božićnim poklonima i luksuznim slatkišima bili su uobičajena slika proteklih dana. U pograničnom delu Nemačke, stotine hiljada Nemaca kupovinom će pokušati da doprinesu prevazilaženju najveće recesije od 1949. Po rečima jednog Nemca, uz ironičan osmeh, najvažnija građanska dužnost je upravo šoping.

### New Years Tips & Tricks

Kako bi trebalo da upravljamo našim novcem u 2009. godini, uzimajući u obzir svetsku ekonomsku krizu, pokušali su da odgonetnu svetski finansijski eksperti za *BusinessWeek*.

- \* Ne trudite se da predvidite budućnost
- \* Uložite na više različitih strana
- \* Uvek imajte dovoljno rapoložive gotovine
- \* Uložite i na stranim tržištima
- \* Ne pravite iznenadne poteze premeštajući svoje uloge
- \* Ne dižite ruke od ulaganja u hartije od vrednosti
- \* Nemojte po svaku cenu ulagati gde i većina
- \* Ne preterujte sa osiguranjem celokupne imovine
- \* Ne investirajte u nešto što ne poznajete
- \* Ne rizikujte više nego što možete da izdržite
- \* Povremeno proverite svog finansijskog savetnika
- \* Napravite bužet i investicioni plan. Držite ga se!

Menadžeri velikih svetskih kompanija ojednavoro primenjuju i Masai filozofiju u poslovanju i čitaju „Veštinu ratovanja“. Prema ovoj filozofiji, poraz ne sme da postoji ni kao pojam, dok su okosnice filozofije:

1. Osluškuј svakoga. Kad odlučiš, pitaj zajednicu šta misli.
2. Nada nije metod, sreća nije strategija. Moraš uvek biti u vodstvu.
3. Ne upuštaj se u poštnu borbu. Igraj na polju gde si stvarno jak.
4. U knjigama je mudrost, ali tamo nisu i rešenja.
5. Menjaj se ili umri.

U duhu našeg jubileja - dvestotog broja BC Biltena pozvali smo predstavnike UO Srpske asocijacija menadžera da za čitaoce BC Biltena komentarišu srpske menadžere i daju odgovor na pitanje **da li oni poseduju znanja i veštine za ulazak u EU**. Pitali smo ih i **šta dobar menadžer može da uradi za 200 sekundi?** Pročitajte i šta su rekli povodom pitanja - **Koliko će 200E vredeti na Sv. Nikolu 2009?**

**Dmitar Polovina, član UO SAM i direktor Prvi faktor**



1. Prema tome kako naše menadžere ocenjuju stranci, direktori multinacionalnih kompanija, može se zaključiti da su vrlo zadovoljni profilom menadžera koji su zaposleni u kompanijama u Srbiji. Timove uglavnom čine mladi kadrovi, veoma profesionalni i izuzetno posvećeni potrebama klijenata. Svojim inovativnim pristupom i načinom razmišljanja čine mogućim ostvarenje poslovnih ciljeva, kao i misije i vizije kompanija. Potreba za usavršavanjem menadžera u Srbiji nije toliko u oblasti znanja, koliko u oblasti kompetencije, odnosno sposobnosti da se primene stečena znanja i veštine, što proističe iz nedostatka iskustva u modernim, razvijenim kompanijama. Ovo iskustvo nije nedostizno jer su menadžeri iz Srbije izuzetno motivisani, otvoreni uma i željni znanja. Veliki broj stranih kompanija omogućava im treninge u centrima matičnih kompanija, tako da se po nivou znanja i informisanosti ne razlikuju od kolega iz sveta. Mnogi smatraju da su u Srbiji najveći privredni potencijal upravo ljudski resurs.

2. Veliki deo svog aktivnog života ljudi provode na poslu, komunicirajući sa kolegama i poslovnim partnerima, ljudima koji su nam manje ili više simpatični. Doživljavamo dobre i loše dane. Bez smeha, naši uspesi ne mogu biti potpuni i iskreni, kao što se posle neuspeha bez smeha i optimizma nije moguće uspraviti.

3. Više nego na Đurđevdan a manje nego na sv. Arandela 2009. godine.

**Jelena Galić, član UO SAM i direktor u Deloitte**



1. Mislim da većina menadžera poseduje potrebna znanja i veštine, pogotovo oni koji rade u stranim korporacijama i svakodnevno se u svom poslovanju suočavaju sa standardima i zahtevima koje evropsko tržište nameće. Domaće kompanije, pogotovo mala i srednja preduzeća, koje imaju aspiraciju ka stranim tržištima ulažu značajno u unapređenje svog menadžmenta, uslova i standarda poslovanja kako bi što adekvatnije odgovorili zahtevima evropskog tržišta. U tome im je svakako potrebna pomoć, od adekvatnih informacija i podrške u operativnim aktivnostima do finansijskih sredstava, a ključni stakeholderi (kreatori ekonomske politike-država, poslovne asocijacije i udruženja, kao i obrazovni sistem) moraju aktivno i kontinuirano da pružaju potrebnu podršku. Ljudski kapital je uvek bio naša komparativna prednost. To ne treba zaboraviti i na tome treba insistirati.

2. Mnogo, ukoliko je dobro organizovan.

3. 200 eur - pitanje je koliko će vredeti dinar.

**Veran Matić, član UO SAM, direktor i predsednik UO B92**



1. Generalno gledano – da. Uvek postoje i izuzeci, mada takvih ima i u samoj EU. Bilo bi krajnje besmisleno tvrditi da menadžeri iz novopridruženih članica EU poseduju stručnija znanja i sposobnosti samim tim što su ušli u Evropu. Znam dosta naših ljudi koji su velike menadžerske karijere napravili upravo u EU ili SAD da bi se ovde vratili da vode velike internacionalne kompanije. Po meni, nije toliko problem u znanju i veštinama savremenog srpskog menadžera koliko u ukupnom ekonomskom, društvenom, i naravno političkom ambijentu u kojem se radi. Da li se pod sposobnošću srpskog menadžera, između ostalog, podrazumeva da „ume“ sa političarima, da je spreman da podmiti lokalnu, ili neku krupniju birokratiju da bi njegova kompanija dobila posao ili uopšte mogućnost da se razvije? Sve su ovo pitanja koja, u suštini, nemaju nikakve veze sa specijalizovanim znanjima i veštinama, posebno onim vezanim za organizaciju, informatiku i tehnološke inovacije.

2. Da „spusti loptu“, odnosno da zaustavi paniku ili euforiju, i da ih pretvori u pozitivnu i racionalnu motivaciju koja će se velikom brzinom proširiti kompanijom. To je, naravno, više pitanje lične harizme i iskustva u radu sa ljudima, a ne genijalna sposobnost rešavanja svih mogućih problema.

3. Siguran sam da će vredeti tačno € 200! Ukoliko me, međutim, pitate koliko će vredeti dinar, to je već pitanje za bankare. Ili, još bolje, pitajte ih da li se i dalje najviše isplati štedeti u dinarima.