



### BUSINESS

Poštovani čitaoci BC Biltena, Koferi raspakovani? Suncobrani sklopljeni? Energija akumulirana? Kažu, biće nam potrebna i energija i strpljenje... BC Bilten se vratio sa odmora i u novom dizajnu vam donosi najinteresantnije biznis i komunikacijske vesti iz zemlje i sveta. Očekujte prijatna iznenađenja u novim brojevima BC Biltena. Uživajte u ovom broju!  
Vaš BC Bilten

**Kuće se ponovo kupuju!** Prodaja kuća u SAD u avgustu je porasla za 9.6% u odnosu na jul mesec. Tokom poslednja četiri meseca prodaja i kupovina nekretnina u SAD je u porastu, čime se pobijaju očekivanja da će tržište nekretnina ići permanentno unazad od svog istorijskog pada. U ministarstvu trgovine SAD kažu da je prodaja kuća porasla za preko 30% u odnosu na januar, ali da je i dalje daleko od maksimalnog nivoa prodaje koji je bio ostvaren pre četiri godine.

**Gradovi raskoši i siromaštva.** Najveći prosečni prihod po satu na svetu primaju građani Ciriha - \$22.60, na drugom mestu je Ženeva sa \$20.40, a najmanja satnica se zarađuje u Mumbaiju u iznosu od svega \$1.20. Najskuplja potrošačka korpa od 154 proizvoda je u Oslu i za nju je potrebno izdvojiti \$112, a najjeftinija je u indijskom gradu Mumbaiju, \$30.90. Da bi kupio iPod, jedan prosečni stanovnik Kaira bi trebalo da radi 105h, dok bi prosečni stanovnik Ciriha ili NY za ovaj uređaj trebalo da radi svega 9h. Od 20 gradova sa najboljim standardom, čak 14 su EU prestonice, 4 su gradovi u SAD, dok su najniže plate u Delhiju, Manili, Džakarti, Mumbaiju i Meksiku Sitiiju.



**Kriza is over?** Evropska privreda je pokazala znake optimizma tokom avgusta, ali je njen nivo i dalje ispod proseka u odnosu na period pre finansijske krize, pokazao je izveštaj Evropske komisije. Prema indeksu ESI, poverenje u ekonomiju je poraslo za 5.9 poena na nivou EU, dok je u 16 zemalja evrozona indeks porastao za 4,6 i sada iznosi oko 90, od mogućih 100 poena. Na vrhu liste zemalja sa povoljnijim trendovima se nalaze Britanija, Holandija, Nemačka, Poljska, Italija i Španija. Nemačka i Francuska su tehnički izašli iz recesije prošlog meseca a isto se očekuje i za kompletnu zonu EU tokom trećeg kvartala 2009, tvrde eksperti.

**Padaju zvezde.** Luksuzni hotelski kompleksi su smanjili nivo usluga i broj zvezdica usled ekonomske krize, te je u njima i potreba za radnom snagom sve manja. Ovaj model su na određenim tržištima primenili i mnogi hotelski lanci, a među njima i Sheraton, Hilton i InterContinental.

### COMMUNICATIONS

**Socijalne mreže svakodnevno koriste osobe u zrelim godinama.** Twitter beleži rast popularnosti, naročito kod starije populacije, koja po statistikama više koristi ovu socijalnu mrežu od mladih. Razlog za slabije prihvatanje ove mreže kod mladih, stručnjaci vide u činjenici da su oni "lojalni" nekim drugim mrežama. U izveštaju koji je objavio Forrester Research stoji da mladi masovno koriste socijalne mreže i da svega 3% mladih u uzrastu od 18 do 24 godine ne koristi ovaj moderni kanal komunikacije. Socijalne mreže su prihvatile i starije generacije starosne dobi od 35 do 54 godina, među kojima je zabeležen porast korišćenja za čak 60%.



**Kako komunicirati tokom krize?** Aktuelni seminar *Krizna komunikacija* u realizaciji konsultantske kuće *Bovan Consulting* i *Centra za institucionalnu komunikaciju* koji će se održati 30. septembra u Nišu je predviđen za sve one koji učestvuju u prevenciji kriznih situacija u organizacijama, kao i za one koji su zaduženi za njihovo rešavanje. Polaznici seminarra će biti u prilici da se upoznaju sa akcijama i najčešćim greškama tokom krize, ulogom medija u krizi, psihologijom krize i pravilima kome se obraćati i ko govori u kriznim okolnostima.

**Motorola novčanici.** Kompanija *Motorola Electronics Ltd* planira da korisnicima mobilnih telefona u Aziji, među kojima je čak 700 mil Kineza, ponudi mogućnost da pomoću mobilnih telefona realizuju bankarske transakcije. Novi aparati će sadržati karticu koja je slična SIM karticama a koja u sebi ima i elemente koje imaju i kreditne kartice.

**Koliko košta prijatelj na FB?** Internet stranica *uSocial.net* je ponudila korisnicima *Facebooka* nove prijatelje uz novčanu naknadu. Tako paket od 1.000 prijatelja košta \$177 a od 5.000 prijatelja \$654. *uSocial* opisuje *Facebook* kao „divovsku reklamnu platformu“ i ukazuje na komercijalni interes kupovine prijatelja. „Sa širokim dijapazonom prijatelja na *Facebooku*, imate ciljanu grupu osoba koje možete kontaktirati kako biste reklamirali šta god poželite. *Facebook* je značajno delotvorno marketinško oruđe a jedini problem je što je ponekad teško skupiti zainteresovane. Tu mi interвениšemo“, kaže u saopštenju direktor *uSociala* Leon Hill.

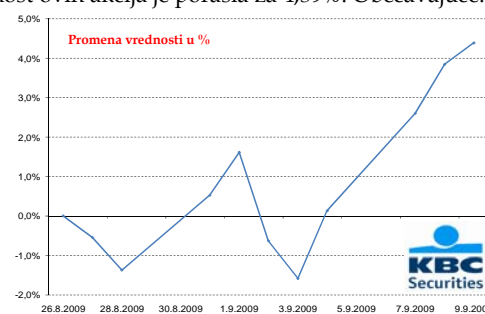


### BC Portfolio

Nova sezona BC Biltena je donela i ulaganje u nove HOV,

a za svega par dana i vrednost ovih akcija je porasla za 4,39%. Obećavajuće.

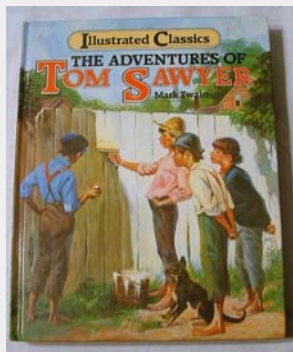
Naziv akcije	Vrednost 26. 08. 2009.	Vrednost 09.09.2009.
Energoprojekt Hldg	92.700,00	97.747,00
Soja Protein	92.565,00	104.975,00
Tigar	93.086,00	109.000,00
Metalac	95.120,00	94.240,00
Aik Banka	93.388,00	100.270,00
Komercijalna Banka	107.400,00	106.521,00
Imlek	92.616,00	90.712,00
Metals Banka	88.200,00	88.200,00
Univerzal Banka	85.800,00	90.200,00
Veterinarski zavod	92.853,00	92.853,00
<b>Ukupna vrednost</b>	<b>933.728,00</b>	<b>974.718,00</b>



### EUkratko

**Ko ima jači lobi EU ili Engleska?** Engleska grupa lobista *Savez poreskih obveznika* je objavila da EU troši čak 3.9 mlrd E godišnje na svoje ambasadore koji se takmiče sa britanskom diplomatijom za što jači uticaj u svetu. Portparol udruženja je naglasio da dobro plaćeni službenici iz Brisela promovišu zemlju zvanu Evropa u celom svetu.

**EU ne veruje Oraklu.** Evropska komisija je izrazila nepoverenje prema *Oraklu*, povodom akvizicije njihovog konkurenta *Sun Microsystems*. EU smatra da ovaj dogovor ugrožava konkurenciju na tržištu softvera baza podataka. Ova akvizicija je odobrena od strane vlasti SAD.



**Menadžeri mogu mnogo da nauče o delegiranju poslova čitajući roman Marka Tvena u kome Tom Sojer farba ogradu. Dobro poznata priča govori o tome kako Tom raspodeljuje svoj posao drugim dečacima i kako posao koji je delegiran može biti završen uspešno i efikasno, na zadovoljstvo svih učesnika u poslu. BC Bilten vam delegira da se podsetite junaka našeg i vašeg detinjstva i predstavlja savete za unapređenje delegiranja u vašoj organizaciji.**

Svi menadžeri se suočavaju sa paradoksom: rezultati njihovog rada moraju da prevaziđu njihove individualne mogućnosti. Pronalaženje rešenja za ovaj problem predstavlja ključ za uspeh u menadžmentu, a rešenje nije da se više radi - već da se više delegira. Najosnovnija i najvažnija funkcija menadžera je da svoje ciljeve, kao i ciljeve organizacije postiže planiranim, koordiniranim i efikasnim radom svojih podređenih. Najbolje sredstvo za to je upravo - delegiranje. Delegiranje je proces kojim menadžer određene poslove i aktivnosti iz svoje nadležnosti prenosi na svoje podređene. Delegiranje je veština koja se uči, a ne talenat sa kojim se čovek rodi. Zbog toga je voljni momenat, ne samo u delegiranju, već uopšte u menadžmentu, veoma važan. Taj voljni momenat podrazumeva tri stvari:

- želja da se bude menadžer. Onaj ko ne želi da bude menadžer - da radi i rukovodi ljudima, nikada neće postati uspešan.
- orijentisanost ka postizanju rezultata, a ne preokupiranost hijerarhijom, administracijom i birokratijom.
- pozitivan stav u odnosu na podređene. Menadžeri koji uspešno delegiraju nisu autokrate i "čvrstorukaši". Oni svoje podređene ne vide kao "teret" ili kao konkurente. Naprotiv! Oni svoje ljude vide kao najvažniji i najvredniji resurs koji im stoji na raspolaganju da bi postigli svoje ciljeve i ciljeve organizacije. Oni ih tretiraju sa uvažavanjem, pomažući im da se razvijaju i da efikasno koriste svoja znanja i veštine. Zadatak je menadžera da usmeravajući napore podređenih ih svi zajedno podignu svoja ostvarenja i rezultate na viši nivo.

## Kao menadžeri, šta možemo naučiti od Toma Sojera?

1. Zapamtite da delegirati posao nije isto što i zadavati posao. Kada delegirate posao, vi delite SVOJ posao. Kada zadajete posao, vi ga ne delite, već jednostavno dajete zadatke za koje su zaposleni već odgovorni. Opšti cilj delegiranja posla je da sebi stvorite dragoceno vreme za važnije ili komplikovnije poslove, a da istovremeno edukujete kolege kojima delegirate posao.

2. Učinite posao koji želite da delegirate primamljivim. Niko neće želiti da prihvati zadatak ili projekat ako vi gundate o njemu. Tom nikad ne bi mogao da zainteresuje druge dečake za farbanje ograde da se on žalio i mrmljao o tome.

3. Rizik delegiranja je kada vas radnik pita da vam pomogne u tome što radite. Sigurno možete taktički da izjavite da niste u potpunosti sigurni u to, kao što je Tom uradio, ali na kraju dozvolite da vam zaposleni pomogne.

4. Dajte vrednost poslu koji ste delegirali zaposlenom. Tom je rekao svom drugu da jedino retke osobe mogu bojiti ogradu na način koji njegova tetka želi. Ili kada vi pitate zaposlenog da preuzme deo vašeg posla, ili kada on pita da to završi, dajte vrednost poslu ili dajte na značaju osobi koja će to završiti.

5. Zapamtite da je neophodno da nadgledate osobu koja je preuzela posao. Delegiranje bi trebalo da bude dovoljan izazov za zaposlenog da on uloži napor da stekne nove veštine. Stoga, zaposlenom mogu biti neophodni trening i ohrabrenje da završi zadatak ili projekat po vašim standardima.

6. Nakon delegiranja posla, nemojte sedeti pod hlad drveća kao što je Tom uradio. Ako ste uspešno delegirali posao, treba da nadgledate rezultate. Delegiranje treba da vas oslobodi da budete što kreativniji i treba dati vremena da se završi novi zadatak, koji će pomoći kompaniji u dostizanju ciljeva.

Znaci slabog delegiranja - Neke od situacija koje ukazuju na problem delegiranja i odnose se na:		
VAS	PODREĐENE	ORGANIZACIJU
<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Hronični nedostatak vremena</li> <li>• Osećate se „pretrpani! Poslom</li> <li>• Ostavljate poslove nezavršene</li> <li>• Bavite se trivijalnim i rutinskim stvarima</li> <li>• Raditi noću i vikendom</li> <li>• Ne stizete da planirate</li> <li>• Dešava se da radite posao svojih podređenih</li> <li>• Imate probleme sa rokovima</li> <li>• Krize i problemi su česti</li> <li>• Ne verujete mnogo u svoje podređene</li> <li>• Teško prihvatite tuđe ideje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podređeni su van vaše kontrole</li> <li>• Odbijaju da donose odluke dok se ne konsultuju sa vama</li> <li>• Češće nego što je potrebno traže od vas savet</li> <li>• Niko od njih ne bi mogao da vas zameni ili „nasledi“</li> <li>• Ne bi uopšte radili da vi niste tu da ih „gurate“</li> <li>• Retko dolaze sa novim idejama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niko ne zna šta su prioriteti</li> <li>• Zapošljeno strateško planiranje</li> <li>• Stalna konfuzija oko opisa poslova i preklapanja nadležnosti</li> <li>• I najmanje važne odluke donose visoki nivoi menadžmenta</li> <li>• Kritike su češće od pohvala</li> <li>• Status ljudi zavisi od hijerarhije a ne od rezultata</li> <li>• Nema vizije, a misija nametnuta</li> <li>• Preterana kontrola i naglašena „papirologija“</li> <li>• Sposobnosti delegiranja se ne uzima u obzir prilikom ocenjivanja i vrednovanja menadžera</li> <li>• Na ključna mesta dovode se ljudi van organizacije</li> <li>• Organizacija sporo reaguje na promene</li> <li>• Mladi menadžeri napuštaju organizaciju</li> </ul>

Redovi za pasoše, nezapamćene vrućine, mnogobrojni štrajkovi, Univerzijada, tri zlata u Rimu, HINI, smrt muzičke legende, loto dobitnik, Madonna na Ušću, PDV, mito, novi Zakon o informisanju..... po ovome ćemo sigurno pamtili leto 2009. godine. Valjda će nam sledeće biti mirnije. A sada, u nove radne pobeđe!  
**Vaš Bovan tim**

Kontinuirano poboljšanje je bolje od zakasnelog savršenstva. Mark Tven

## SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 28.09.2009. "Agrobiznis Srbije 2010 - međunarodne integracije i perspektive", Udruženje novinara za poljoprivredu AGROPRESS, hotela Hyatt Regency, Beograd
- 30.09.2009. "Krizno komuniciranje", Bovan Consulting i Centar za institucionalnu komunikaciju, Niš
- 30. 09.2009. "Upravljanje konfliktima i stresom", Privredna komora Srbije, Beograd
- 09-10.10.2009. "Prodajne veštine i pregovaranje", Privredna komora Srbije, Beograd
- 16.10.2009. "Treći poslovni okrugli sto sa predstavnicima Vlade Republike Srbije - Pitajte ministre", hotel Hyatt Regency, Beograd

Urednik: Ana B. Bovan  
 Za vas pišu i: M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Tasić, D. Gligorin, A. Pantelić, S. Nikolić, D. Sušić i S. Jovanović  
 Grafički dizajn: A. Nikolić  
 Prvi broj je izašao 4. juna 2004.

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu  
 Adresa redakcije: Zorža Klemansoa 13,  
 11000 Beograd, Srbija  
 posetite [www.bovan.eu](http://www.bovan.eu)  
 Tel: +381 11 3036 133, 3036 134,  
 Fax: +381 11 3284 380

Prijatelji BC Biltena:



GenerationEurope



Bovan Consulting  
 BUSINESS & STRATEGY COUNSEL