



BUSINESS

Veliki godišnji bonusi za bankare. Američke banke su isplatile čak \$32,6 mlrd bonusa u godini kad su izgubile \$81 mlrd. Čak 4793 bankara i investicionih stručnjaka je dobilo po više od \$1 mil. bonusa. Prema izveštajima, oko 650 menadžera u bankama *JP Morgan Chase*, *Goldman Sachs* i *Morgan Stanley* je dobilo ukupno \$3,55 mlrd, što znači da je u proseku svaki od njih nagrađen sa \$5,64 mil. Iako je poslovanje banaka održao novac građana, zaposleni su i dalje dobro plaćeni. Krizu koja je zadesila *Wall Street* je ublažila država, a pojedini zaposleni u banci *JP Morgan Chase* koja se nalazi na ovoj adresi skoro da nisu ni osetili. Čak 1626 zaposlenih u ovoj banci je dobilo bonus od najmanje \$1 mil. Veliki bonusi sprečavaju prelazak top menadžmenta u konkurentske kompanije, stoji u obrazloženju rukovodstva. Predsednik *Obama* je izjavio da su bonusi neprikladni, naročito zato što su se upravo oni navodili kao jedan od faktora koji su doveli do krize.

Zlato za podršku siromašnima. MMF je dobio zeleno svetlo izvršnog odbora za prodaju 403 t zlata u vrednosti od \$13 mlrd, čime će se povećati sredstva raspoloživa za odobravanje zajmova siromašnim zemljama. Navedena količina će biti strogo limitirana na 403,3 metričke tone, a prodaja će se kontrolisati kako ne bi izazvala poremećaje na tržištu. Količina zlata planirana za prodaju čini 1/8 od 3.217 t koliko trenutno iznose rezerve zlata MMF.

Zabrana prodaje TV. U Kaliforniji je svakodnevno uključeno 35 mil. televizora, a trošak svakog pojedinačnog aparata čini oko 10% kućnog mesečnog računa za struju. Zbog velike potrošnje energije, predloženo je da se krene sa proizvodnjom energetski efikasnijih modela. Novi standardi u proizvodnji stupaju na snagu u 2011. Mesečna ušteda pojedinačnog domaćinstva biće oko \$50 - \$250, što je oko \$1 mlrd na nivou države.

Brak nas čini bogatijim? Bračni život smanjuje troškove svakodnevnog života, jer se svi troškovi dele, a među njima je i najznačajniji iznos hipoteke za kuću, naročito u SAD, pokazalo je istraživanje Univerziteta u Ohaju. Prema istraživanju, mladi bračni parovi deljenjem troškova stvaraju mogućnost da se njihovo bogatstvo svake godine uveća za 16%, dok pojedinačno imaju priliku da uvećaju bogatstvo za svega 8%. Sa druge strane, sve se manje mladih odlučuje za brak i ekonomske benefite koje on donosi, jer je trenutno u porastu broj razvoda i onih koji se ne odlučuju za bračni život.



COMMUNICATIONS

Najvredniji svetski brendovi i dalje Coca-Cola i IBM. Potrošačima je zbog recesije poljuljana vera u brendove, pokazao je godišnji izveštaj o najboljim svetskim brendovima *Interbrand*, čiji vrh i dalje čvrsto drže *Coca-Cola* i *IBM* dok napredak beleže *Google* i *Amazon*. Ukupna vrednost 100 vodećih svetskih brendova je zabeležila prvi pad u posljednjih 10 godina koliko se istraživanje sprovodi. Njihova vrednost je tako smanjena za 4,6%, na \$1.150 mlrd. Dok su internet brendovi pokazali dobre rezultate, brendove bankarske i automobilske industrije je najviše pogodila kriza pa su zabeležili i najveći pad. Veliki pad beleže brendovi industrije finansijskih usluga kao što su *UBS* - sa 41. na 72. mesto, *Citi* - sa 19. na 36. mesto i *American Express* - sa 15. na 22. mesto. Na listi vodećih 100 više se ne nalaze *Merrill Lynch* i *AIG*.

Ko u krizi ulaže u inovacije? Ekonomska kriza je uticala na smanjenje potražnje za patentima, te je u SAD uočen pad broja patenata od 18% u prvoj polovini 2009. u odnosu na isti period u prošloj godini, dok se u Kini zabeležen rast broja patenata od 19%. Direktor UN agencije za intelektualno vlasništvo *WIPO* napominje da su ulaganja u zelenu tehnologiju porasla sa \$1.3mlrd u 2003. na \$32mlrd u 2008. Najmanje inovacija i patenata tokom krize je u okviru automobilske industrije.

Iznajmljeni kum. Zbog načina života, brzog tempa i malo slobodnog vremena u Japanu je *Ryuichi Ichinokawa* nedavno otvorio agenciju *Hagemashi Tai* u prevodu *Želim da te razoeselim*. Agencija nudi usluge rentiranja kumova za venčanje, gostiju za venčanje i povorke za sahranu. Moderni Japanci imaju sve manje vremena da se posvete prijateljstvu, ali sada mogu iznajmiti kuma koji će ih poznavati isto koliko i konobar na njihovom venčanju.

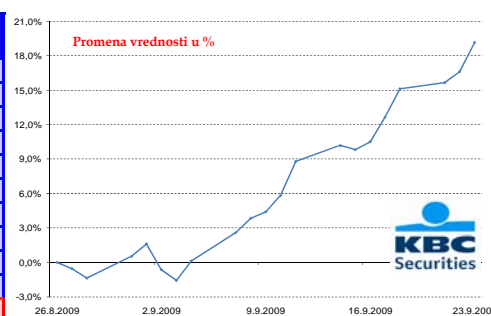
Rečnik "Teenglish" za roditelje. Kako bi odraslama olakšali komunikaciju sa decom, Britanci su na tržište lansirali *Teenglish*, rečnik u kome se iscrpno objašnjavaju svi novonastali pojmovi koji do pre pet godina u engleskom jeziku nisu postojali. Malo bi ko danas znao da "rents" umesto standardnog "parents" znači roditelji, da "fudge" - reč nastala prema imenu lika iz popularnog serijala o *Harryju Potteru* zapravo znači "idiot". Autorka rečnika, profesorka engleskog jezika *Lucy Tobin* je rekla da je ideju o ovom jedinstvenom lingvističkom pristupu dobila tokom jednog predavanja, kada studenta koji je odgovarao na pitanja nije nimalo razumela. Mladi se služe popularnim govorom nastalim čestom upotrebom računara, mobilnih telefona i novih tehnologija. Pisanje skraćenica u sms porukama je takođe prouzrokovalo nastajanje novih pojmova.



BC Portfolio

Vrednost akcija je porasla za 19,16%. Obećavajuće !

Naziv akcije	Vrednost 26. 08. 2009.	Vrednost 16. 09. 2009.
Energoprojekt Hldg	92.700,00	115.875,00
Soja Protein	92.565,00	108.545,00
Tigar	93.086,00	104.640,00
Metalac	95.120,00	123.360,00
Aik Banka	93.388,00	114.774,00
Komercijalna Banka	107.400,00	112.500,00
Imlek	92.616,00	96.152,00
Metals Banka	88.200,00	123.718,00
Univerzal Banka	85.800,00	109.076,00
Veterinarski zavod	92.853,00	103.968,00
Ukupna vrednost	933.728,00	1.112.608,00



EUkratko

10 miliona „zelenih poslova“ do 2020. godini. Bivši premijer Britanije, *Toni Bler*, smatra da kroz projekte očuvanja životne sredine može da se otvori čak 10 mil novih radnih mesta do 2020. Ovom broju radnih mesta prethodi usvajanje projekata koji bi doprineli smanjenju negativnih efekata staklene bašte. *Blerov* izveštaj takođe pokazuje da bi globalni klimatski sporazum mogao da poveća BDP u svetu za 0,8% do 2020. godine.

Španija za priključenje Islanda i Hrvatske u EU. Španski ministar inostranih poslova je izjavio tokom posete *Rejkjaviku* da se nada će pridruživanju Islanda i Hrvatske EU biti zaključeno tokom predsedavanja Španije EU, koja počinje u januaru 2010.

Grupisanje informacija tako da ih lakše razumete.

Razmislite o tome kolika je količina informacija koju treba da usvojimo i obradimo svakog dana. Svi čitamo i hvatamo beleške na sastancima, razgovaramo o problemima, imamo redovne brifinge, vodimo neobavezne razgovore. Neke od informacija koje apsorbujemo su lake za razumevanje i pamćenje, a neke nisu. Uzrok tome često može da bude i način na koji su informacije predstavljene. Zamislite da igrate igru memorije „Koja karta nedostaje“. Jednostavno, morate da pamтите sve karte koje su vam predstavljene, onda ide sledeći krug iz kog je jedna karta ukolonjena. Sada, zamislite da su vam predstavljene sve kartice u gužvi. Da li možete da shvatite koja nedostaje? Dalje, zamislite kako izgleda ako su karte složene prema veličini i boji ili obliku. Tako je ovaj put mnogo lakše odrediti šta nedostaje! Kada su stvari kategorisane, informaciju je mnogo lakše razumeti i usvojiti.



On je dao je prve pretpostavke u novinskom članku pod naslovom „Čarobni broj sedam, plus ili minus dva“. Miler je proučavao kratkoročno pamćenje. Na primer, koliko brojeva ljudi mogu pouzdano da zapamte za nekoliko minuta nakon što su ti brojevi izgovoreni samo jedanput. Odgovor je bio: „Čarobni broj sedam, plus ili minus dva“. Ali Milerov koncept prevazilazi brojeve. Na primer, većina od nas može da se seti oko sedam nedavno saznatih pojmova. Imajte ovo na umu kada predstavljate informacije drugim ljudima!

Dokaz da se razlaganja primenjuje svuda oko nas:

- Telefonski brojevi i brojevi kreditnih kartica su najčešći primeri razlaganja. Oba primera su obično razložena u grupe od po tri ili četiri broja.
- Kada naiđete na telefonski broj ili druge slične grupacije brojeva koji je razložen na drugačiji način nego na način koji je nama poznat, mnogo je teže da ga zapamtimo.
- Skup slova koje nemaju nikakvo značenje često sami grupišemo u smislene celine kako bismo ta slova lakše zapamtiti.

Kada pismene ili usmene informacije efektivno razložimo to je onda logično, organizovano i dosledno. To poboljšava sposobnost našeg sagovornika ili onog koji čita naše materijale da nas bolje razume. Ukoliko je materijal napisan u formatu koji je razložen i hijerarhijski organizovan on omogućava kraći period za razumevanje poruke.



Principi razlaganja

Chunking - razlaganje je princip koji se odnosi na efikasnu i efektivnu komunikaciju i razmenu informacija između ljudi. Ovaj princip je posebno koristan u domenu pisane komunikacije. Ovu tezu prvi put 1950. godine na Harvardu objavio je psiholog Džordž A. Miler.

Princip	Informacije treba da budu predstavljene malim razumljivim jedinicama.
Definisanje razumljive jedinice	Razumljive jedinice informacija ne bi trebalo da sadrže više od devet odvojenih stavki informacija.
Tumačenje	Istraživanja pokazuju da ljudi mogu razumeti i zampamtiti ne više od sedam plus ili minus dve informacije za određeno vreme. Ova pojava se naziva "granica razlaganja". Dalje, kako se kompleksnost informacija povećava, granica razlaganja se smanjuje.
Koristi	Razlaganjem informacija komunikator poboljšava razumevanje auditorijuma i mogućnost pristupa i preuzimanja informacija.
Primeri za upotrebu razlaganja	<ul style="list-style-type: none"> • Nema više od devet teza za nabranje na slajdu • Nema više od devet tačaka na listi nabranja - klasifikuju se informacije u manje logičke grupe i logički povezani podnaslovi • Nema više od devet reda veličina na skali na jednom dijagramu - razmislite o daljem smanjenju ako su složene funkcije • Nema više od devet zemalja u kartama regiona - razmotriti stvaranje „superdržave“. • Primer ovog teksta - samo tri podnaslova, jedna tabela sa pet segmenata i pet tačaka pri nabranju.

Ukoliko razložimo prethodnu nedelju, imali smo:

- Košarkaši Srbije ponovo na tronu
- Više milicije u pripravnosti
- Manje okupljanja na ulicama
- Više zabave na TV-u
- Miris pečenih paprika svuda oko nas...

Vaš Bovan tim

Ciljevi su vremenski definisani snovi. *Diane Skarf Hant*

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 28.09.2009. "Agrobiznis Srbije 2010 - međunarodne integracije i perspektive", Udruženje novinara za poljoprivredu AGROPRESS, hotel Hyatt Regency, Beograd
- 28.09.2009. Predavanje prof. Filipa Kotlera: "Kako se takmičiti i pobediti? Kriza je izazov!", Beograd, Hotel Continental
- 30.09.2009. "Krizno komuniciranje", Bovan Consulting i Centar za institucionalnu komunikaciju, Niš
- 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

Prijatelji BC Biltena:



Generation Europe



AeroPhoto®

Low Aerial Photography & Filming

www.aero-photography.com

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: Žorža Klemansoa 13,

11000 Beograd, Srbija

posetite www.bovan.eu

Tel: +381 11 3036 133, 3036 134,

Fax: +381 11 3284 380



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL