



BUSINESS

Brisel se hvata u koštac sa rejting agencijama. EU komesar Michel Barnier je izjavio da Brisel planira da iznese mere koje će obezbediti centralizovani nadzor nad agencijama za kreditni rejting i poboljšati njihovu transparentnost. On je ponovio svoju zabrinutost da postoji nedovoljna konkurencija u ovoj oblasti, kao i da kompanije *Standard & Poor's*, *Moody's* i *Fitch* dominiraju. Istakao je da bi obavezna registracija obezbedila veću transparentnost. Evropski zakonodavci i države su već dogovorili nova pravila za rad rejting agencija u Evropi prema kojima će agencije morati da se registruju, ispune standarde upravljanja i obelodane metodologiju. Zakon je usvojen prošle godine, ali stupa na snagu tek u decembru. Jedna od dodatnih mera biće jedna nadzorna Agencija koja će raditi registraciju i nadzor nad agencijama u Evropi. Zvaničnici EU kažu da je cilj da se dodatne mere primene do kraja 2010.

Najbolje i najgore plaćeni poslovi u Americi. Američki Biro rada za procenu plata i statistiku zapošljavanja – BLS sproveo je istraživanje o odnosu plata i radnog mesta u preko 1,2 mil biznisa. Prema sprovedenoj studiji, 10 najplaćenih poslova u Americi su iz oblasti medicine, i to poslovi anesteziologa, oralnih i maksilofacijalnih hirurga i ginekologa. Najmanje plaćeni poslovi, sa prosečnom godišnjom platom ispod \$18.120, su poslovi u restoranima brze hrane i u uslužnoj industriji. Godišnja plata kuvara u restoranima brze hrane je \$18.230, a sa izuzetno malim primanjima prate ih perači sudova i radnici u kafeterijama. Lekari imaju najbolje plaćen posao u Americi, a njihova prosečna godišnja plata iznosi \$219.770.



Novčanica od 500€ nepoželjna u Britaniji. Britanska Agencija za borbu protiv organizovanog kriminala SOCA je upozorila da kriminalci najčešće koriste novčanicu od 500 evra u nelegalne svrhe, odnosno "pranje novca". Agencija upozorava da svi oni koji je koriste moraju da razumeju kontrole, kao i da bi ova kampanja trebalo da spreči nelegalni dotok gotovine.



GM ponovo u akciji. General Motors je objavio da je ostvario prvi kvartalni profit od 40% još od 2007. Nakon prošlogodišnjeg stečaja, pomoću vladinih mera GM je dobio mogućnost otpisivanja većine dugova. GM je prijavio zaradu od \$865 mil, što je porast prihoda od 40% na ukupno \$31.5 mlrd. GM je poslednji put ostvario porast profita u 2004, kada su proizvođači prodali skoro 17 miliona vozila u SAD.

COMMUNICATIONS

KFC bezalkoholni koktel Mohito na must taste listi! KFC restorani Beograd su u ovo leto zakoračili sa

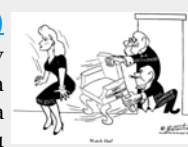


bezalkoholnim koktelom Mohitom i specijalitetom leta Twister Tzatziki. KFC restoran je posetiocima u sredju ponudio Mohito koktel, pripremljenim od strane veštog koktel majstora, poznatog voditelja Zorana Kesića. Bezalkoholni KFC Mohito se sastoji od sočne kombinacije svežih listova mente, komadića i đusa limete i predstavlja idealno piće tokom letnjih vrućina. Tokom prošlog leta u periodu od mesec dana prodato je čak 5.000 Mohito koktela, što iznosi oko 2.000 litara ovog egzotičnog napitka! Da je Mohito koktel pravi izbor tokom leta smatra i poznati voditelj. „Kada hoću da kažem fajront letu i vrućini, uvek pijem Mohito KFC bezalkoholni koktel“, kaže poznati voditelj Zoran Kesić.

20 miliona uništenih cigareta. Kompanija Filip Moris je bila prinuđena da u Finskoj spali 20 mil cigareta, jer prema novom zakonu ove države, sve cigarete koje se prodaju u zemlji moraju biti samogasive. Uništene cigarete su imale maloprodajnu vrednost od oko €5 mil. Od 01. aprila 2010, Finska je prva zemlja u Evropi koja primenjuje standarde samogasivih cigareta. Namera finskih vlasti je da na ovaj način smanji broj požara čiji je uzročnik žar opušaka.

Pepeo na prodaju. Nakon što je pepeo vulkana Eyjafjallajökull poremetio svetski avio saobraćaj, na internetu je pokrenuta njegova prodaja. Svi oni koji žele da imaju suvenir, a ne samo gorke uspomene, mogu da kupe 160 gr ovog pepela za €25. Prihod od prodaje će ići u dobrotvorne svrhe, akciju čišćenja mesta zagađenih upravo tim pepelom i prašinom nastalom iz oblaka erupcije.

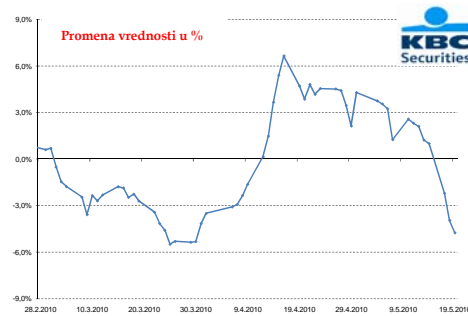
Diskriminacija se (ne) isplati. Sud u gradu New York je doneo odluku koja nalaže da farmaceutska kuća Novartis mora da plati odštetu u iznosu od \$3,36 mil zbog diskriminacije 12 bivših zaposlenih žena u sektoru prodaje. Neke od ovih žena su otpuštene dok su bile u trudnoći, druge su oštećene tako što su imale manju platu ili im je uskraćena mogućnost za napredovanje. Predstavnici kompanije Novartis ističu da su tvrdnje neosnovane, najavljuju žalbu i dodaju da su ponosni na priznanje koje su dobili za politiku i programe koji podržavaju napredak žena u prodaji. Oštećene zaposlene podeliče pomenuti iznos kao naknadu za bol, patnju i gubitak posla. Svaka će dobiti između \$50.000 i \$600.000. Najavljene su i nove žalbe, tako bi naknada štete premašila \$200 miliona. Nakon presude, akcije kompanije Novartis su opale za 0,5%, na \$47,04.



BC Portfolio

Otišli smo u minus, ali nadamo se ponovnom rastu.

Naziv akcije	Vrednost 26. 08. 2009.	Vrednost 19. 05. 2010.
Energoprojekt Hldg	92.700,00	88.374,00
Soja Protein	92.565,00	75.990,00
Tigar	93.086,00	85.020,00
Metalac	95.120,00	88.000,00
Aik Banka	93.388,00	110.963,00
Komercijalna Banka	107.400,00	96.000,00
Imlek	92.616,00	89.012,00
Metals Banka	88.200,00	78.400,00
Univerzal Banka	85.800,00	64.900,00
Veterinarski zavod	92.853,00	112.689,00
Ukupna vrednost	933.728,00	889.348,00



EU kratko



Danska je nova Švajcarska. Jens Peter Sorensen, zvaničnik Danske narodne banke je izjavio da je ova zemlja nova Švajcarska jer se u poslednje vreme novčana sredstva slivaju iz Grčke u Dansku. Prodaja državnih obveznica doživela je znatan rast da su čak bili primorani da smanje kamatnu stopu za 0.1%.

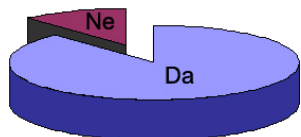
Poverenje potrošača opada naglo u Evropi. Prema istraživanju EU komisije, poverenje evropskih potrošača je palo na minus 17.5 u toku ovog meseca. Glavni razlog za to su pad vrednosti evra i strah zbog rasta dugovanja. To je najniži nivo od januara kada se počelo sa objavljivanjem istraživanja.



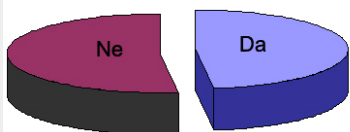
Poslovni portal "eKapija", u saradnji sa Klubom privrednih novinara, je sproveo anketu s namerom da sazna u kojoj meri naši potrošači vode računa o kupovini domaćih proizvoda. BC Bilten vam predstavlja rezultate sprovedenog istraživanja koje je krajem aprila sprovedeno na portalu eKapija. Rezultati pokazuju da 92% ispitanika smatra da je važno kupovati domaće proizvode, a isti procenat anketiranih bi podržao akcije koje promovišu kupovinu naših proizvoda.

Interesantan je podatak da je svaki drugi ispitanik spreman da plati nešto višu cenu za isti kvalitet proizvoda ukoliko je on napravljen u Srbiji, dok je manji procenat, 40%, onih koji bi pristali na niži kvalitet i istu cenu domaćeg proizvoda u odnosu na strani. Čak 69% učesnika u istraživanju odgovorilo je da vodi računa o tome da li je roba koju kupuju proizvedena u Srbiji, a 67% njih se trudi da među domaćom ponudom pronađe alternativu omiljenom stranom proizvodu. Svega 19% anketiranih smatra da su domaći proizvodi vidno obeleženi, a 72% učesnika u anketi kaže da bi naši proizvodi trebalo da budu posebno istaknuti u trgovačkim centrima.

Da li mislite da je važno kupovati domaće?



Da li ste spremni da platite nešto višu cenu za isti kvalitet proizvoda ako je on napravljen u Srbiji?



Na pitanje "Da li vam je blizak termin ekonomski patriotizam?" 63% ispitanika odgovorilo je pozitivno, procenat onih kojima je ovaj pojam stran je 20%, dok je njih 17% kazalo "možda". U anketi je učestvovalo 2.000 ispitanika, koji u 72% slučajeva pripadaju srednjem i višem menadžmentu.

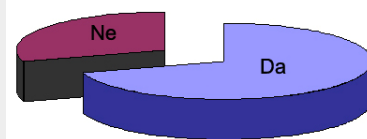
Privrednici i ekonomisti o rezultatima ankete. Rezultate ankete prokomentarisali su generalni direktor investicionog fonda Salford Slobodan Petrović, član UO i izvršni direktor kompanije Nectar Bojan Radun, direktor portala eKapija Zdravko Lončar, prof. dr Mlađan Kovačević i prof. dr Slobodan Komazec.

Slobodan Petrović, direktor Salford Srbija, kaže da su akcije koje promovišu kupovinu domaćih proizvoda izuzetno važne za srpsku ekonomiju i da one ne smeju biti povremene, već je neophodna stalna edukacija potrošača. Od ključne važnosti za promociju domaćih proizvoda su mere Vlade koje treba da pomogne našim preduzećima, izjavio je Petrović. Trenutno se takmičimo sa proizvodima iz Evropske unije čije kompanije imaju više fabrika, savremeniju tehnologiju, prave veće serije i samim tim su konkurentniji cenom, dodaje on. Petrović je naglasio da nam nedostaje razvijeno osećanje ekonomskog patriotizma, jer dosta godina unazad su srpski potrošači su smatrali da su proizvodi koji dolaze sa "zapada" boljeg kvaliteta.

Bojan Radun, član UO i izvršni direktor kompanije Nectar, kaže da naši ljudi teoretski podržavaju domaće proizvode, ali da u praksi nisu spremni na kompromis pri kupovini. Domaći proizvodi su dominantni samo u onim kategorijama gde evidentno nude bolji "value for money" u odnosu na stranu konkurenciju i oni se ponašaju racionalno, a ne "ekonomsko patriotski", smatra Radun.

Predrasuda je da su strani proizvodi kvalitetniji od domaćih, pogotovo u prehrambenom sektoru. Jedini nedostatak domaćih je što nisu dovoljno marketinški "obrađeni", dodaje direktor kompanije Nectar. Neophodna je edukacija potrošača i izgradnja imidža domaćih proizvođača. Naši potrošači treba da spoznaju korist za sebe i zemlju ako nekada domaći proizvod plate malo skuplje od uvoznog. Konkretno, u industriji voćnih sokova više od 95% potrošnje čine proizvodi koji se proizvode u Srbiji, smatra Radun. To je rezultat visoke konkurentnosti ove grane i kontinuiranih ulaganja, i ja zaista smem da tvrdim da su sokovi i nektari u Srbiji kvalitetniji nego u većini evropskih zemalja, kao i da je izbor koji potrošači u Srbiji imaju veći nego na dosta razvijenijih tržišta, izjavio je Radun.

Da li mislite da domaći proizvodi treba da budu posebno istaknuti u trgovačkim centrima?



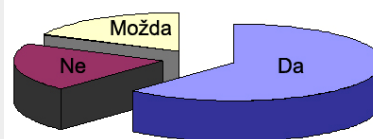
Zdravko Lončar, direktor portala eKapija, kazao je da rezultati ankete šalju tri važne poruke: Poruka za proizvođače je da treba vidljivije da obeleže domaći proizvod i da pokušaju da kvalitetom pariraju stranim proizvodima, jer su naši kupci spremni da više plate za domaći proizvod istog kvaliteta kao što je strani. Poruka za trgovačke lance je da vidljivije obeleže rafove u kojima su proizvodi napravljeni u Srbiji. Poruka za vladu je da svest o kupovini domaćih robe postoji i da s vremena na vreme treba pokretati akcije koje obnavljaju tu svest i promovišu kvalitetne domaće proizvode.

Prof. dr Mlađan Kovačević smatra da je Srbija politikom carina i prećenjenog kursa dinara uvela koncept tzv "spržene zemlje", jer je inostrana roba bila jeftinija. Time je "ubila" pre svega srpski agrar i građevinarstvo, ali i neke druge grane. Srbija ima veoma malo učešće izvoza u BDP koje je prošle godine iznosilo 22,3% što je mnogo manje nego u susednim zemljama. Kako bi se te brojke promenile, Srbija mora da reši tri problema - spreči odliv mozgova i kapitala, poveća poverenje u sistem, razvija nove tehnologije i opremu - ocenio je Kovačević.

Prof. dr Slobodan Komazec podseća da kupovina inostrane robe znači odliv nacionalne štednje u inostranstvo i stalni deficit spoljne trgovine i platnog bilansa. Strateška orijentacija ka kupovini domaćih proizvoda traži određene pretpostavke za tu preorijentaciju. Pre svega mislim na dovoljnu ponudu i kvalitet domaćih proizvoda koji mogu konkurisati inostranim, prihvatljivost cena domaćih proizvoda, dovoljno visoka patriotska svest, kao i zvanična preorijentacija makroekonomske politike na podsticanje i podržavanje takve politike tražnje i potrošnje - objasnio je Komazec.

Komazec je kazao da su neke od mogućnosti podsticaja domaćih proizvodnje povoljnija kreditna i carinska politika, niži PDV na domaće proizvode, povoljniji potrošački krediti, podsticanje proizvodnje robe s dominantnim domaćim komponentama i povezivanje domaćih proizvođača takvih proizvoda. Valjalo bi istražiti strukturu potrošnje i tražnje u sektoru stanovništva i izgraditi selektivnu stimulativnu politiku razvoja, a isto treba učiniti i za sektor privrednih preduzeća. Državne budžetske nabavke moraju ići prema domaćim proizvodima, a potrebna nam je i selektivna uvozna politika. Takođe, nije od manjeg značaja ni ponovno oživljavanje kreditiranja kupovine robe od strane trgovine - zaključio je Komazec.

Da li vam je blizak termin ekonomski patriotizam?



Da li je vama blizak termin *ekonomski patriotizam*? Da li ima mesta u polupraznim potrošačkim korpama širom Srbije za ovu kategorizaciju ili je jedina kategorizacija Vaš Bovan tim

Bolje je svoje jaje, nego tuđa kokoška - narodna poslovice

KONFERENCIJE, SEMINARI :

- 28. 05. 2010. – **Kampanja podizanja svesti o značaju standardizacije**, Privredna komora Srbije, Beograd
- 28.05. 2010. – **Okrugli sto: Privredna saradnja Hrvatske i Srbije – kako je unaprediti?** Ekonom: east, Beograd
- 31. 05 – 01. 06. 2010. - **Prvo okupljanje lidera reformi zapadnobalkanskih regiona i eksperata za EU fondove**, Brisel
- 02.06.2010. – **SAP World Tour 2010**, SAP Balkans, Beograd
- 10. 06. 2010. – **iFRONT - međunarodna internet konferencija**, Bitef teatar, Beograd

Prijatelji BC Biltena:



Urednik: Ana B. Bovan
Za vas pišu i: M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Tasić, D. Gligorin, J. Kostić, T. Marković, M. Jovanović, L. Grubić, B. Kunić, K. Grgurević i M. Ribar
Grafički dizajn: A. Nikolić

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu
Adresa redakcije: Žorža Klemansoa 13, 106013 Beograd, Srbija
posetite www.bovan.eu
T: 011 3036 134, **F:** 011 3284 380



Bovan Consulting
 BUSINESS & STRATEGY COUNSEL