



## Business

**Kad su i stariji dobri.** Velika međunarodna preduzeća u Poljskoj sve češće, zbog masovnog odlaska Poljaka na Zapad, na nova radna mesta planski primaju starije ljude koji donedavno nisu imali šansu. I u Poljskoj, kao i u susednoj Češkoj, krupni strani investitori sve teže nalaze kvalifikovane radnike. Iako stopa nezaposlenosti prelazi 15 odsto i najviša je u EU, nema dovoljno pari ruku voljnih da rade u regionima u koje su masovno stigle strane investicije, kao što je slučaj sa zonom oko Lođa ili u Vroclavu. Pogodeni regioni dovijaju se na različite načine. Vroclav u velikim britanskim i irskim gradovima pokušava da namami poljske gastarbajtere da se vrate u domovinu, dok su u Lođu glavni adut radnici preko 45 godina starosti. "Izuzetno su motivisani da rade, obično imaju sređenu porodičnu situaciju i ne bojimo se da će iznebuha otputovati u Englesku" – kaže HR direktorka internacionalne firme *Indesit* u Lođu *Izabela Pilžis*.

**Erbas ponovo kasni.** Evropski proizvođač aviona *Erbas* najaviće nova kašnjenja sa isporukama svog A380 super džambo putničkog aviona. *Erbas* je već u junu najavio odlaganje isporuke i time izazvao snažan pad cena svojih akcija, što je rezultiralo smenom izvršnog direktora te kompanije. Portparol *Erbasa* rekla je kako su glasine koje su procurile u štampu utemeljene samo u spekulacijama koje ona ne može ni da potvrdi ni da demantuje. Prema pisanju španskog lista *Les Ehos*, *Erbas* bi mogao da za najmanje šest meseci odloži svoje prve isporuke klijentima, među kojima je kompanija *Er Frans* i najavi samo četiri isporuke u idućoj godini za *Singapur Erlajn*z i *Emirate*.

**Alkohol povećava prihode.** Poslovni ljudi koji nakon posla idu u barove zarađuju čak 14 posto više novca od svojih kolega koji to ne praktikuju, rezultat je istraživanja jednog američkog instituta. Takvi ljudi su po rečima stručnjaka osnov društvenog kapitala jer izlascima i druženjem grade odnose sa kolegama i susreću se sa drugim menadžerima stvarajući nove poslovne kontakte. Grupa naučnika tvrdi da je empirijskim istraživanjem potvrdila da su posetioči barova i pabova mnogo komunikativniji što je dobar preduslov za stvaranje novih šansi za biznis. Takođe, pozabavili su se pitanjem izlaženja nakon posla kod pripadnika lepšeg pola, a rezultati pokazuju da, za razliku od muškaraca koji beleže porast prihoda, žene koje vole da piju ne ostvaruju veće zarade od onih koje to ne čine. A ima i oprečnih analiza. U istraživanju engleskog instituta navodi se da odlazak u pab posle posla možda izgleda kao bezazlen način da se oslobodite stresa, ali može škoditi zdravlju i karijeri poslovnih ljudi jer konzumiranje alkohola i besciljno sedenje u pabovima sužava vidike i komunikacione veštine.



**Prava gej populacije.** Sve veći broj kompanija nudi benefite i zaštitu homoseksualcima bilo da su zaposleni ili kupci. Ankete pokazuju da vodeće kompanije nude medicinsku zaštitu partnerima istog pola i zabranjuju diskriminaciju transeksualaca. Istraživanja pokazuju da gej populacija troši oko \$641 milion godišnje. Takođe, gej populacija više pažnje obraća na pravila na radnom mestu i lojalnija je brendovima.

**iPod generaciju – dužničko breme?** Veliki deo mlade populacije nazvan *iPod* generacija već sada oseća posledice potrošačkog načina života, a prognozira se da će im se dugovi sve više povećavati. Novu generaciju prate epiteti da su nesigurni, pod pritiskom i stalno "u minusu". Prognozira se da će većina populacije ispod 35 godina skoro polovinu svojih primanja davati kao naknadu za porez, što će im pored sve viših zaduženja kod banaka, viših troškova života i nižih zarada stvoriti veliki teret i primorati ih da sklonost ka trošenju zamene štednjom i plaćanjem penzionih fondova.

**Slovinci štede na državnim poslovima.** Slovenski predsednik *Janez Drnovšek* putovaće narednih dana u državne posete ličnim automobilom. Razlog - kabinetu je nestalo novca za predsednikove državničke aktivnosti. U državnom budžetu je za rad kabineta obezbeđeno 3 187 000 hiljada evra, u šta su uračunate plate zaposlenih, odlikovanja predsednika, materijalni troškovi i investicije. Do sada je potrošeno 60 odsto predviđenih sredstava. Najveći deo je otišao na pokrivanje međunarodnih aktivnosti, što je nateralo predsednika Slovenije da od vlade zatraži dodatna sredstva. "Vlada finansijski pritiska kabinet predsednika i ne odobrava zahtev za povećanje sredstava koja bi omogućila normalno delovanje" - kaže *Drnovšek*. Predsednik je bio prisiljen i da otkáže neke za državu važne aktivnosti kao što je i putovanje na godišnje zasjedanje Generalne skupštine Ujedinjenih nacija u Njujorku.

## Communications

**Pravo na ime Rover.** Američki auto-gigant *Ford* koji već poseduje nekoliko britanskih proizvođača automobila (*Lend Rover*, *Jaguar* i *Aston Martin*) kupiće i pravo na ime brenda *Rover* od *BMW*. *MG Rover* bankrotirao je početkom 2005. nakon što je propao ugovor sa *Šangaj Automotivom*. Ovo je dokrajčilo kompaniju koju je potom kupio *BMW* za simboličnih 10 miliona funti. *Ford* se ne izjašnjava o svojim planovima u vezi sa *Roverom*. Međutim, veruje se da se već razmatra plan za novi model koji će imati veze sa *Lend Roverom* zbog toga što ga ljudi često povezuju sa *Roverom*.

**Lik Isusa na krigli piva.** Ljudi često uočavaju lik Isusa Hrista na drvetu, parčetu tosta ili u mehurićima sira na pici. Ovoga puta jasno će ga videti posle ispijanja piva na krigli koja je posebno kreirana za ovogodišnju božićnu kampanju „Gde ćete ga naći?“ koju je osmislila agencija *Rejdiivil* kao pokušaj da se zainteresuju mladi ljudi da razgovaraju o Bogu na poznatom veb-sajtu *MySpace.com*. Osim toga, na ovom veb-sajtu mladi će moći da razmenjuju mišljenja i iskustva o Bogu. Agencija se inače poslužila tradicionalnim smešnim pričama o obrisima likova koji ljudi nalaze na različitim predmetima.

**91 odsto teen Engleza ima mobilni.** Preko 50 odsto desetogodišnjaka u Velikoj Britaniji poseduje mobilni telefon, ali ova cifra poraste na čak 91 odsto kada su u pitanju dvanaestogodišnjaci. Većina dece radije šalje poruke nego što koristi telefon za razgovore. Tinejdžeri od 11 do 17 godina dnevno pošalju u proseku 9,6 poruka i obave 3,5 razgovora. Istraživanje pokazuje da se tinejdžerke osećaju neželjeno ukoliko u toku dana ne dobiju nijedan telefonski poziv.

**Nema kapitenske trake – nema ugovora.** Trogodišnji ugovor koji je *Devid Bekam* potpisao sa *Žiletom* 2004, a koji vredi 40 miliona funti, ističe sledeće godine. Poznati fudbaler izgubio je na popularnosti posle razočaravajućeg nastupa engleske reprezentacije na ovogodišnjem *Svetskom prvenstvu u fudbalu*, posle kojeg je vratio kapitensku traku. *Žilet* je već sastavio novu listu lica koja bi mogla predstavljati brend, a po nekim pretpostavkama na noj nema 31-godišnjeg fudbalera. *Proktor&Gembel*, vlasnik *Žileta*, u potrazi je za novim ambasadorima brenda. U igri su razni sportisti, uključujući košarkaše i ragbiste za buduću kampanju u Americi. Osim toga, u planu je i novi logo kampanje. *Bekam* je i dalje brend-ambasador za nekoliko drugih globalnih brendova kao što su: *Motorola*, *Adidas* i *Pepsi*.

**100 godina od prvog saopštenja za javnost.** Pre tačno sto godina, *Ajvi Li*, otac PR-a, objavio je prvo saopštenje za javnost. 2006. godina predstavlja proslavu tog jubileja, pokazujući kako je kroz vreme ova sfera komuniciranja prerasla u globalnu industriju. Proslavljanje jubileja biće uveličano činjenicom da odnosi s javnošću koji su osnova komunikacionog procesa, doživljavaju procvat u poslednje vreme u odnosu na klasičnu promociju i propagandno komuniciranje. Svečanost će u oktobru organizovati engleska PR kuća *Business Wire* koja će ujedno proslaviti 45 godina postojanja, a glavni događaj pod nazivom *Istraživanje prošlosti, sadašnjosti i budućnosti odnosa sa javnošću* održaće se u Njujorku 3. oktobra.



**Koktel za novinare Evrope.** *SIEPA* je sinoć u poslovnom centru *Ušće* organizovala koktel za poznate evropske novinare koji su doputovali u Beograd da se upoznaju sa pogodnostima ulaganja u naš grad. Novinari su imali prilike da se u prijatnoj atmosferi druže sa poslovnim ljudima i informišu o mogućnostima investiranja. Inače, *SIEPA* je dobila i priznanje od *Svetske banke* zbog brzine kojom ova agencija daje informacije potencijalnim investitorima u Srbiji.

**Konferencija o odnosima s javnošću.** 4. međunarodni kongres za odnose s javnošću regije *Alpe Adria* pod nazivom „*PRO PR*“ u organizaciji *Apriori komunikacija* uspešno je završen u petak, svečanom podelom sertifikata učesnicima. U *Rogaškoj Slatini* konferenciju je pratilo 133 učesnika uz prisustvo 25 akreditiranih novinara iz 6 zemalja u regiji.

## Global bizz – Upravljanje u haosu - Kako promeniti auto džina?



*Bil Ford* se upravo pridružio klubu žrtava promena. Postao je poslednji direktor džinovske korporacije koji je svetu objavio da njegov biznis model više ne funkcioniše, da ne može da donosi novac, i da on kao lider ne zna šta da učini povodom toga. Prema *Meril Linču*, *Ford* svake godine gubi 1 odsto tržišnog učešća. Inače, svaka auto kompanija ga u proseku godišnje poveća za 4 do 5 odsto. Interesantno je da *Ford* po automobilu potroši \$800 više nego francuski *Reno*.

Dolazeći u auto iz avio industrije, novi *Fordov* direktor *Alen Maleli* mora mnogo da nauči o automobilima, a za to baš i nema mnogo vremena. Jedan od razloga zbog čega je *Maleli* angažovan jeste – prodrmati kompaniju, restruktuirati, smanjiti je i prodati nepokretnosti. „*Detroit* je moćna sredina jer proždire sve one koji dođu sa strane. Nadam se da ću svojim iskustvom uspeti da realizujem nove planove za *Ford*. U ovakvim situacijama sam se već nalazio. Ja sam čovek proizvodnje, ali i kreativac, dizajner i kupac“ – kaže ovaj *Boingov* veterani.

**Magazini *Forčun* i *Biznis vik* napravili su „to do“ listu za novog *Fordovog* direktora sa sledećim pravilima:**

**Nikada ne zaboravljaj ko je glavni.** Familija nije naivna. Ona kontroliše više od 40 odsto akcionara. *Henri Ford II* je otpustio *Lija Ajakoku* 1978. godine jer je pokušao da mu radi iza leđa u bordu direktora. Slično su prošli i drugi menadžeri koji nisu sledili pravila.

**Čuvaj svoja leđa.** *Ford* je više kraljevstvo nego kompanija. Kada je *Ford* kralj, borba koja se odigrava u pozadini može biti veoma napeta – ponekad fatalna. Bivši generalni menadžer *Banki Knudsen* imenovan je za predsednika *Forda* 1968, a otišao je za 18 meseci. Studija *Harvard poslovne škole* nazvala je *Knudsenov pad* „klasična demonstracija šta može da se desi kada se autsajder postavi na kormilo ogromne, etablirane organizacije čije centre moći ljubomorno nadgledaju ljudi koji su svoj profesionalni vek proveli razvijajući ih. Istorija loših odnosa sa menadžerima je počela upravo sa *Henrijem Fordom*.“

**Ubijanje svetih krava.** Godine novog direktora (61) i činjenica da dolazi spolja, već ga obeležavaju sumnjom. Najbolji način da pokaže da je nadređeni je da preduzme brze akcije za koje može tvrditi da su istinski njegove. Na primer: da zatvori umiruću franšizu *Lincoln-Merkjuri* i da prebaci *Lincoln* u *Ford*. Uklanjanje nekih umornih veterana i zamena visokoprofesionalnim izvršnim menadžerima bila bi akcija vredna pomena.

**Boriti se sa preranom euforijom.** *Ford* se suočava sa nekoliko mršavih godina jer nema dovoljno novih modela za tržište. *Maleli* treba da se odupre iskušenju kojem podleže većina izvršnih menadžera u auto-industriji: u početku sve u dizajnerskom centru izgleda divno. Novi modeli retko izgledaju loše, posebno kada dizajner objašnjava kako ga je napravio. Realnost na tržištu je mnogo kompleksnija.

**Treniraj trkačkog konja za naslednika.** *Malelijev* dolazak odložio je unapređenje dva ambiciozna izvršna menadžera – oba se zovu *Mark* – koji su bacili oko na CEO poziciju: *Mark Filds*, koji vodi poslove u Severnoj Americi i *Mark Šulc*, koji vodi internacionalne poslove. *Filds*, koji je u *Detroitu* i šire poznat kao „gospodin *Hollywood*“ zbog njegove sjajne spoljašnjosti, skrenuo je na sebe više pažnje otkad razvija plan razvoja za severnu Ameriku. Ali *Šulcove* internacionalne radnje u Evropi, Aziji i Južnoj Americi cvetaju – i tu leži razvoj *Forda*. Ukoliko njih dvojicu stavi u konkurentski položaj obojica će *Maleliju* biti lojalni.

Da li znate koja je sličnost između genetike i roštilja? Bilo bi lepo i korisno za Srbiju da *Leskovac* uskoro postane svetski poznat ne samo po mučalicama i sličnim gurmanlucima već i po značajnim naučnim prodorima i novim kadrovima u oblasti genetskog inženjeringa. A po čemu je *Vas* grad poznat?

Razmišlja sa Vama,

Vas Bovan tim

Da sam pitao svoje mušterije šta je to što bi oni hteli, njihov odgovor bio bi – brzog konja.

Henry Ford

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 27-28. oktobar 2006. – 3. Forum Asocijacije jugoistočne Evrope EASE, Budva
- 9. novembar 2006. - Poslovni dan Srbije, Industrijsko – trgovinska komora Frankfurta Majni
- 14. novembar 2006. - Konferencija : Regionalno ekonomsko povezivanje na prostorima bivše Jugoslavije, Beograd, Hotel Hyatt - Ekonomist media group

