



Business

Nokija se ponovo vraća na tržište. Ukoliko vodeća kompanija ne prati trendove u svetskom dizajnu, vrlo teško ostaje lider na tržištu. Najveći svetski proizvođač mobilnih telefona Nokija je povratila 35 procenata udela na svetskom tržištu pokazuju najnoviji rezultati istraživanja. Finskom proizvođaču je trebalo gotovo dve godine da povрати klijente koje je izgubio zbog toga što na tržište nije izbacio popularne modele na preklapanje. Agencija za istraživanje tržišta *Gartner* smatra da Nokija može ponovo da računa na 40 procenata tržišnog udela. „Mislim da je taj cilj još uvek teško ostvarljiv, ali je svakako bliži danas, nego pre godinu dana“ - izjavila je analitičarka *Karolajn Milanese*. Nokija u četvrtom tromesečju ima 35 procenata osvojenog tržišta, što je dva puta više od *Motorole*, drugog svetskog proizvođača mobilnih telefona koji ima 17,8 procenata tržišnog udela. U Istočnoj Evropi, Srednjem Istoku i Africi *Nokijin* tržišni udeo je tri puta veći od tržišnog udela glavnog konkurenta.

Kineske vlasti uče građane da štede. Kineski poslanici na godišnjem zasjedanju parlamenta odlučili su da svojim sunarodnicima pokažu kako se štedi. Poslanici će tokom zasjedanja koristiti olovke napravljene od recikliranog papira od koga su napravljene i pozivnice za zasjedanje. Ušteda je napravljena i tako što je 3000 kineskih medija koji izveštavaju sa događaja dobilo propusnice manje veličine. U velike prostorije na Tjenanmenu uvedeni su i novi uređaji koji omogućavaju da se svetlo automatski ugasi kada svi prisutni napuste salu za sednice.

Škole uče lekcije iz biznisa od uspešnih kompanija. Još od kako je devedestih godina kompanija *DuPont* predstavila i sprovela strategiju decentralizacije, velike kompanije počele su da primenjuju ovu ideju, dok danas tu ideju žele da primene i škole u Americi. Obrazovne ustanove sa preko 10 000 nastavnika postaju birokratske institucije. *Džek Velč* iz *Dženeral Elektrika* je više od 20 godina u svojoj karijeri proveo boreći se protiv birokratije tako što je kreirao čitav niz malih kompanija. Ovakav sistem uskoro će primeniti i škole kako bi poboljšale funkcionisanje i postigle određeni deo autonomnosti.



800 funti godišnje za džeparac. Deca u Velikoj Britaniji prosečno godišnje na ime džeparca dobiju više od 800 funti, utvrdila je anketa koja je obuhvatila više od 3.000 roditelja dece između 5 i 16 godina. U tu sumu spada, pre svega, redovni nedeljni džeparac i novac dobijen za izvađene zube, za Uskrs, Božić i rođendane. Osnovni izvori „dečijih prihoda“ su mame i tate, tako da taj prihod verno oslikava i roditeljske prihode. Deca u imućnim kućama dobijaju po 20 funti nedeljno, a u najsiromašnijim samo 1,07 funti.

Pušači u Slovačkoj plaćaju skuplje osiguranje za kredite. Pušači u Slovačkoj moraću da plaćaju skuplje osiguranje kada budu uzimali hipotekarne i druge bankarske kredite. Do sada je za pušače osiguranje bilo neznatno skuplje samo kada su želeli da se osiguraju za slučaj smrti od ozbiljnih oboljenja, ali veliki osiguravajući zavodi, pripremaju nove cene polisa za pušače i u ostalim slučajevima, piše dnevnik *Pravda*. Skuplje osiguranje odnosilo bi se na oko 40 odsto Slovaka koji prema podacima Zavoda za statistiku puše. Druga mogućnost koju razmatraju osiguravajući zavodi je da osiguranje bude po istoj ceni ali u slučaju smrti, oboljenja ili gubitka posla suma koju bi isplatili osiguraniku bila bi osetno manja. Pooštreni zakoni o pušenju očekuju i Češku koja je nedavno zabranila pušenje na stanicama javnog prevoza, ali nije zabranila konzumiranje cigareta u restoranima.

Brokери najplaćeniji u Makedoniji. Brokери, agenti osiguranja i procenjivači koji rade za osiguravajuće kompanije su najplaćenija zanimanja u Makedoniji. Njihova najniža prosečna plata u februaru je iznosila 30.571 denara ili oko 500 evra. Inače, prema *Zavodu za statistiku*, najniža brokerska plata je duplo veća od plata onih profesija koje su dosada važile za najbolje plaćene u Makedoniji.

U Holandiji 5 000 bankrota. U prvoj polovini godine zabeležen je visok porast broja bankrotiranih kompanija u Holandiji, pokazuju najnoviji podaci. U izveštaju agencije ANP navodi se da je 5.018 firmi u Holandiji u prvoj polovini godine bankrotiralo, što predstavlja rast od 10 odsto u odnosu na isti period 2004. godine.

Communications

Gerila u avionu. Osoblje *British Airwaysa* na putu od Mančestera do Londona bilo je zaprepašćeno kada je njihov avion postao meta, ali gerila marketinga. Marketinški tim kompanije *Virgin* ukrcao se na avion sa majicama na kojima je pisalo „Kraće je putovanje sa *Virgin* vozovima!“ aludirajući na putovanje između ova dva britanska grada. Portparol kompanije *Virgin* rekao je da su neke stjuardese imale nameru da udalje putnike aviona sa ovim majicama, ali im to nije uspelo. „Dobro je što su poslavlši svoju ekipu na avion u *Virginu-u* shvatili da je najbrži put od Mančestera do Londona, ipak *British Airways* šat!“ odgovorio je portparol *BA*.



Sladak život piva. Slavna scena kupanja u fontani *Di Trevi* iz *Felinijevog* filma *Sladak život* biće oživljena u milionskoj kampanji za italijansko pivo *Peroni Nastro Azzurro*. Ova pivara dobila je i dozvolu od italijanske vlade da po prvi put posle slavnog filma snima scenu u fontani koja privlači svetske turiste. Snimanju je prisistvovala i slavna glumica *Anita Ekberg* kao i poznavaci *Felinijevog* dela kako bi scena bila autentična.

Klik ili piksel? „Piksel advetajzing“ je novi reklamni koncept koji je predstavio dvadesedvogodišnji *Aleks Tju* koji omogućava oglašivačima na Internetu da kupuju prostor za oglašavanje po principu plaćanja po jednom pikselu. Što više piksela oglašivač kupi to će biti veća šansa da korisnici interneta kliknu na njegov sajt ili baner. Inače, pretraživač *Google* je prihvatio sudsku nagodbu pri kojoj će morati da plati \$90 miliona jer je oglašivačima naplaćivao više novca prema poznatoj metodi plaćanje „po kliku“ koju sada svi zovu „klik prevara“. Odštetu će dobiti oglašivači koje su usluge pretraživača koristili u protekle 4 godine.

Najveće račune za telefon plaća britanski Telekom. Britiš Telekom pravi više telefonskih poziva od bilo koje druge kompanije, rezultat je istraživanja magazina *Which*. Na osnovu ispitivanja u kome je 754 učesnika zapisivalo pozive u periodu od dve nedelje utvrđeno je da su 5 odsto poziva upravo bili takozvani „hladni pozivi“ od strane kompanije BT. „Hladni pozivi“ su definisani kao neželjeni pozivi kompanija koje žele da prodaju nešto, ponude uslugu, ubede nekoga da učestvuju u nekom takmičenju ili humanitarnoj akciji. Trideset odsto ovakvih poziva dolazi od strane telekomunikacionih kompanija, zatim slede finansijske organizacije kao i firme koje se bave elektrifikacijom i gasifikacijom.

U toku žiriranje za najbolje komunikatore. Poslovna škola za *public relations* ponovo organizuje akciju „Budi dobar i pokaži to drugima“ u okviru koje se tradicionalno dodeljuje priznanje privrednoj organizaciji, neprivrednoj organizaciji i ličnosti koje su najbolje komunicirale sa javnošću u proteklih šest meseci. Eminentni žiri posle urađene ankete u okviru stručne javnosti, trenutno ocenjuje odnose sa novinarima, odnose sa javnošću, prezentacije, imidž u poslovnoj javnosti, vizuelne i grafičke standarde, izdavaštvo i publikacije organizacija, odnose sa zaposlenima i drugim relevantnim javnostima kod svih navedenih kandidata. Interesantno je da su ovoga puta iz takmičenja isključeni političari koji istupaju u javnost ispred svojih stranaka.

SMS Express. Mobilna komunikacija prešla u sam vrh brzine prenosa informacija. SMS provajder *Starion* se sa svojim novim servisom postarao da bude još brža i uspešnija. Novi projekat *SMS EXPRESS* omogućava jednostavnu komunikaciju putem SMS-a sa pojedincima ili unapred definisanim grupama korisnika svih mreža mobilnih operatera u Srbiji. Poruke se šalju sa računara, tekst se jednostavno unosi sa tastature, a primalac ili grupa primalaca poruke biraju iz unapred definisanih lista što je neuporedivo lakše nego kod upotrebe mobilnog telefona. Poruke su jeftinije od cene SMS usluga koje plaćaju individualni korisnici i nema nikakvih fiksnih troškova za upotrebu servisa, plaćaju se samo poslate SMS poruke. Servis je namenjen organizacijama koje imaju potrebu za brzom i efikasnom komunikacijom sa svojim zaposlenima, kupcima, dobavljačima, klijentima, članovima, pretplatnicima.
<http://www.starionbgd.com/smsexpress/>

Intervju – prof. dr Miroslav Prokopijević



Koji su to ključni rizici u ekonomiji Srbije kojih se najviše treba pribojavati?

MP: Osnovno je pitanje koliko i kako će se na ekonomiju odraziti rešavanje geopolitičkih pitanja, kao što su određivanje statusa Kosova i odnosi sa Crnom Gorom. Potom dolaze rizici prekida pregovora sa EU o Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju i (ne)postojanje novog obavezujućeg sporazuma sa MMF. Iza toga dolaze standardni rizici kao što su podrivanje vlasničkih prava, ograničavanje slobode ugovora, skupa regulacija, visoki porezi i visoka državna potrošnja, visok nivo korupcije, loše sudstvo, itd.

Koji su ključni rizici u poslovanju bankarskog sektora u Srbiji?

MP: Bankarski sektor u Srbiji još uvek nudi skupe, a loše usluge. Zbog lošeg rada Narodne banke Srbije poboljšanja su usporena.

NBS nameće sve restriktivniju i skuplju regulaciju, ograničava ulazak na tržište, često menja regulativu, povećava moralni hazard (podstiče aktere da se neracionalno ponašaju). Spoljašnji rizik su MMF i slični netržišni fondovi.

Koja zemlja u regionu zaista može da bude zadovoljna privatizacijom banaka?

MP: Mađarska, Bugarska i Hrvatska su dalje odmakle u privatizaciji banaka od Srbije ili BiH. Brza i konzistentna privatizacija, slobodan ulazak na tržište, konkurencija, integracija u svetsko bankarsko tržište daju mnogo bolje rezultate od suprotnih politika.

Kažu da su bankari po primanjima već u EU. Koji sektor je po Vama sledeći?

MP: Ispred banaka sa prosekom od oko 500 evra za 26.000 zaposlenih u tom sektoru je finansijsko posredovanje, NBS, a iza je osiguranje. Ipak, to su dohoci još uvek daleko od EU15 proseka. Veća ulaganja i rast efikasnosti su jedini zdrav put ka višim dohocima.

Koju posledicu će imati sve veća ponuda gotovinskih kredita na srpskom tržištu?

MP: Posledice će biti rast zaduženosti fizičkih i pravnih lica, rast spoljnog duga, rast kamatnih stopa, jačanje inflatornog pritiska i verovatno još veće mešanje NBS u rad bankarskog tržišta. Usled pogrešne politike NBS situacija će biti teža za godinu dana nego danas.



**Seminar:
TOM PETERS
U RUMUNJI**

„Mi živimo u svetu Toma Pitera.“ – *Fortune*

14. mart – seminar „Re-imagine: Business excellence in a disruptive age“ - Tom Peters, Bukurešt, Rumunija, hotel Marriot, Grand Ballrom, kotizacija: 580 evra
Partner seminara za Srbiju i Crnu Goru: Bovan Consulting. Više informacija i prijava na mejl: consulting@bovan.co.yu

Učite i iz primera uspešnih kompanija i prilagođavajte se promenama, sve dok... ne nađete naftu.

Vaš Bovan tim

Tri najvažnija pravila za uspeh u poslu su:

1. Ustati rano
2. Naporno raditi
3. Pronaći naftu

J. Paul Getty

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 14. mart – seminar „Re-imagine: Business excellence in a disruptive age“ - Tom Peters, Bukurešt, Rumunija, hotel Marriot, Grand Ballrom
- 29. – 30. mart 2006. - Tržište nekretnina u jugoistočnoj Evropi: Izazovi i budući razvoj, Hyatt Regency Hotel, Beograd, organizacija Ekonomist Media Group

Urednik: Ana B. Bovan
Zamenik urednika: Maja Vlahović
Za vas pišu i
M. Barać, M. Reić, S. Koprivica, I. Marković,
O. Vladušić, M. Bučković, A. Đukić, A. Nikolić



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.co.yu
Adresa redakcije: Francuska 55, 11000 Beograd, SCG
posetite bovan.co.yu
Fix +381 11 3036 133, 3036 134,
fax +381 11 3284 380