



Business

EU manje ulaže u razvoj. U trenutku kada se američki lideri brinu za konkurentnost privrede svoje zemlje, podaci pokazuju da EU zaostaje za SAD. Podaci govore da Evropa nije uložila adekvatne resurse u istraživanja i razvoj. U te svrhe je tokom 2003. godine izdvajano samo 1,93 odsto BDP, u poređenju sa 2,58 odsto u SAD i 3,15 odsto u Japanu. Ipak, nordijske zemlje su, na primer, u domenu ulaganja u istraživanja i razvoj ispred Sjedinjenih Država. U Švedskoj, Finskoj i Danskoj te brojke su daleko iznad tri odsto. Uspeh nordijskih zemalja EU nije rezultat samo velikih napora na polju istraživanja i razvoja, kako od strane država i privatnih kompanija, već je i posledica fleksibilnog tržišta proizvoda i rada i pametne transformacije sistema socijalne pomoći.

Nauči ih da pecaju, ne daj im ribu. Džejms Aleade nikada nije video svoje polje kukuruza bogato rodnom i po prvi put ne mora da brine da li će njegova porodica biti gladna. U Keniji, zemlji gde svaka deseta osoba zavisi od humanitarne pomoći, selo u zapadnom delu je predmet eksperimenta čiji autori žele da pokažu kako bogate zemlje mogu bolje da pomognu siromašnima i nauče ih kako da se prehrane. Milenijumski seoski projekat u kome su seljaci naučeni kako da gaje kukuruz je počeo pre 18 meseci. Ekspert protiv siromaštva i savetnik UN Džefri Saš se nada da će ovim projektom dokazati da ukoliko bogate zemlje potroše \$70 na svaku osobu kojoj je potrebna pomoć, afričke zemlje bi izašle iz siromaštva za 5 godina. "Dobro isplanirana pomoć može dati pozitivne rezultate. Plan je da se isti metod primeni na 55 000 sela.

Žene uživaju u malom biznisu. Samo 6,6 odsto kompanija u SAD koje imaju vrednost poslovanja veću od milion dolara je u vlasništvu žena. Ovo dovodi do zaključka da žene dominiraju više u domenu malog biznisa. Ali, sva istraživanja pokazuju da žene to i žele. Stres i materinstvo im ne dozvoljavaju da vode "veliki" posao i da pritom vode život koji žele. Vendi Njumajer kaže da je imala izbor da proširi firmu i dostigne prodaju do \$2 miliona, ali ona je odlučila da zadrži svoj biznis od \$230 000 godišnje kako bi provodila više vremena sa svojim mužem i u bašti. Drugi razlog zbog čega žene vode manje kompanije je što su manje zainteresovane oblasti elektronike, biotehnologije i inženjerstva koje su viskoprofitabilne. Ali, interesantan je podatak da čak 73 odsto žena koje vode poslove vredne više miliona dolara su same osnovale svoje kompanije, a nisu ih kupile ili nasledile što istraživanje pokazuje za 60 odsto muškaraca.



Motorola prodaje deo posla. Kompanija Motorola je objavila da će prodati segment poslovanja sa elektronikom i to Nemcima za milijardu dolara. Motorola je poslednji model radija za automobil proizvela 1987. godine, ali je i dalje godinama elektronikom za automobilsku industriju snabdevala Ford, Dženeral Motors, Krajsler i BMW. Očigledno je da će se ova kompanija potpuno preorijentisati na bežične uređaje i, naravno, mobilne

Zabrana glisiranja. Albanski parlament zabranio je upotrebu malih čamaca i glisera kako bi podržao nastojanje vlade da spreči trgovinu ljudima i šverc droge i oružja ka Evropskoj uniji, saopštila je zvanična Tirana. Tako će u naredne tri godine male čamce i glisere moći da koriste samo oni koji imaju dozvolu za ribarenje ili transport, kao i policija i vojska. Za kršenje tog zakona predviđena je kazna od 8.500 evra i konfiskovanje plovila.

Najstariji zanat više nije isplativ. Nemačke prostitutke počele su da se prijavljuju za promenu karijere, u želji da postanu bolničarke ili saradnice u kol centrima. Trideset prostitutki prijavilo se za projekat koji je pokrenula crkva u nemačkoj pokrajini Severna Rajna-Vestfalija, a veliki broj njih je na listi čekanja, izjavila je koordinatorica akcije Gizela Coren. "Nakon više godina u prostituciji, naučile su da slušaju, staraju se o ljudima i uspešne su u prodavanju putem telefona" - kažu predavači. "Konkurencija u prostituciji je jaka, a dani kada je neko mogao od toga pristojno da živi su davno prošli, posebno kada pređete 30. godinu", rekla je Gizela Coren. Prema njenim rečima, zarada prostitutki je sve manja, tako da su one odlučile da počnu da se bave drugim poslovima.

Rumunija – sve atraktivnija. Prema preliminarnim podacima Centralne banke, direktne strane investicije u Rumuniji dostigle su u januaru 2006. godine 699 miliona evra, što predstavlja povećanje od 199 odsto na godišnjem nivou. Direktna strana ulaganja u 2005. godini iznosila su 5,2 milijarde evra, a rumunska vlada predviđa da će ove godine iznositi između 5,8 i 6,2 milijarde evra.

Communications

Internet pričaonice – raj za oglašivače.

Potrošački savet u Engleskoj optužio je pojedine marketinške agencije za forsiranje proizvoda putem internet pričaonica koje koriste mladi. Naime, ove agencije su na tinejdžerskim forumima i sajtozima ubacivale "dečije" poruke sa pravopisnim greškama kako bi naterale mlade da kupuju kozmetičke proizvode, odeću i kompjuterske igrice. "Iskorišćavati dečiju lojalnost, ranjivost i nedostatak iskustva i korišćenje metoda kojim se oni osećaju inferiornim i nepopularnim zbog toga što ne kupuju određeni proizvod je nedopustivo" – slažu se i u regulatornom telu.



Kineski brendovi se penju na lestvici.

Kompanija China Mobile je četvrta na listi najvećih globalnih brendova koju pravi Milvord Braun i nalazi se tik iza Majkrosofta, Dženeral Elektrika i Koka Kole. U istraživanju su po prvi put kombinovani stavovi potrošača i finansijski podaci a ova kineska kompanija se našla ispred brendova kao što su Gugl i Tojota.

Brend zvani fudbaler.

Ronaldinjo, Dejvid Bekam i Vejn Runi su najkomercijalniji fudbaleri na svetu sa kombinovanom vrednošću brenda koja premašuje 30 miliona funti. Vrednost brenda dvadesetšestogodišnje brazilske zvezde Ronaldinjo se procenjuje na 32 miliona funti. On za sada ima desetogodišnji ugovor sa kompanijom Najk kao i sa Pepsijem, Kedburijem i Unileverom. Iako je u istraživanju rangiran kao drugi, Bekam je najpopularniji. Engleski fudbaler ima marketinške ugovore sa Žiletom, Adidasom, Pepsijem, Soni plej stejšn i Vodafonom, a on je i lansirao i sopstvene brendirane proizvode kao što je parfem Instinkt.

On-line globalni kasting za zvezdu Meka.

Želite li da vaše lice vidi 50 miliona ljudi? Šansu nudi McDonalds's! Ovaj lanac restorana raspisao je on-line kasting koji će omogućiti potošačima da njihova lica budu na kesama i čašama u 100 zemalja širom sveta. Ljubitelji Meka koji budu poslali ogovarajuću fotografiju koja ilustruje inspirativnu kratku priču šta vole da jedu u restoranu na jednom od 16 svetskih jezika ući će u takmičanje pri kome će biti izabrano samo 25 srećnika. "Naš prvi globalni on-line kasting je novi pristup koji će doneti energiju i duh kampanje "I'm lovin'it". Omogućićemo potošačima da se slobodno izraze o stvarima koje vole" – kaže direktor marketinga, Meri Dillon.

Protesti štete francuskom turizmu. „Ukoliko se kriza oko novog Zakona o radu ne završi uskoro, to će uništiti imidž zemlje kao najpoznatije svetske destinacije“ – smatra francuski ministar turizma Leon Bertrand. On kaže da su nasilni protesti već oterali neke turiste. SAD i Velika Britanija su već upozorile svoje državljane da izbegavaju mesta gde se okupljaju demonstranti. Ministar Bertrand naglašava da će ponovno nasilje na ulicama uništiti kampanju vrednu milion evra koju je posle prošlogodišnjih nemira u predgrađima lansiralo njegovo ministarstvo, čiji je glavni cilj bio da se pokaže kako je Francuska mirna zemlja. Francusku je tokom prošle godine posetilo 75.3 miliona turista, a učešće turizma u nacionalnom dohotku iznosi 7 odsto.

Upozorenje, avion kasni! Nema ničeg neprijatnijeg od dolaska na aerodrom i saznanja da je let odložen ili saznanje da je hotel u kome nameravate da prenoćite baš usred bučnog renoviranja. Ovo više neće biti moguće za Amerikance koji svoje putovanje prijave na listu agencije koja putem mejla ili SMS poruke obaveštava putnike o svim neočekivanim situacijama tokom putovanja. U agenciji Orbitz kažu da dnevno šalju po 65 000 poruka. Interesantno je da ista poruka jednog korisnika može biti prosleđena i prijateljima i rođacima koji sačekuju osobu na aerodromu. "Mi pomažemo ljudima da imaju što veću kontrolu nad svojim putovanjima" – kažu u agenciji u kojoj su svoje usluge proširili i na gradski prevoz tako da obaveštavaju zainteresovane gde je najbolje da presednu tokom velikih zastoja u saobraćaju.

Tips and tricks – Kako do reorganizacije? (2)



Definisanje problema

Spoznaja top menadžera da bi u njegovoj kompaniji trebalo „nešto“ da se promeni jer „nešto“ baš i ne funkcioniše kako treba, navodi ga da otkrije, dijagnostikuje i izleče baš to, „nešto“. U toj situaciji kompanije najčešće angažuju, stručna tela, odnosno stručne konsultante od kojih mogu dobiti „objektivnu“ dijagnozu svoje kompanije i na osnovu toga krenuti u proces njenog oporavka.

Dijagnoza

Konsultantske kuće analiziraju sve informacije kojima raspolažu o kompaniji pre početka samog procesa restrukturiranja, pokušavajući da utvrde koje su to kritične tačke i „uska grla“ u kompaniji. Nakon toga dolazi na red utvrđivanje dijagnoze organizacije, koja se tačno precizira u samom radu sa saradnicima iz kompanije. Na osnovu dijagnoze kojom se potvrđuje stadijum ili faza životnog ciklusa u kojoj se nalazi kompanija, uočavaju se problemi koji postoje i zatim se predlaže organizaciona terapija sa već dobro razrađenim metodološkim sistemom.

Definisanje problema je ključna tačka reorganizacije. Loše definisanje problema otežava i onemogućava njihovo rešavanje. Poželjno je izbegavati uopštene konstatacije „Imamo problem sa kvalitetom“. Nastojte da problem izrazite numerički - „Standard dozvoljava 3 proizvoda sa greškom mesečno, a mi imamo 9.“ Aktivnosti stručnih konsultanata u reinženjering procesu usmerene su na povećanje unapređenja konkurentnosti organizacije, podizanje nivoa kvaliteta u svakom segmentu poslovanja, uvođenje profesionalnih standarda u poslovanje, menadžerskih i liderskih kapaciteta vodećih ljudi, povećanje radnog učinka, poboljšanje motivacije i inicijative kod zaposlenih i postizanje efikasnijeg timskog rada. Reinženjering proces bio je omiljen od ranih 1990-ih. Kada je 1981. godine Jan Carlzon došao na mesto predsednika avio kompanije SAS, prvo što je uradio bilo je da 10 000 službenika koji su komunicirali sa korisnicima pošalje na dvodnevne seminare o unapređenju usluga, a menadžere kompanije na tronedeljne kurseve iz menadžmenta. U roku od 4 meseca SAS je postao evropska avio kompanija sa najmanje kašnjenja i sa izuzetnim nivoom usluge.

Gotovo sve veće kompanije – u SAD, Aziji i Evropi napravile su reinženjering nekih svojih procesa. Najpoznatiji slučaj iz prošlosti je kada je u opustošeni Japan 1947. godine došao do tada nepoznati statističar Edvards Deming koji je rukovodstvo Tojote upoznao sa metodama i tehnikama unapređenja kvaliteta, za koje nije bilo sluha u SAD. Demingove principe su ubrzo prihvatile i dosledno sprovele mnoge japanske kompanije, nakon čega su krenule u osvajanje sveta.



Ove nedelje nas Slovenci (Merkator) ali i Nemci (RTL) baš nisu preferirali. Važno je da nas bar Evropa hoće, još uvek.

Vaš Bovan tim

Kvalitet se ne pravi u pogonu ili na šalteru već u sobi generalnog direktora.

Edvard Deming

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 19. - 22. april 2006. - Međunarodni sajam turizma, Beogradski sajam
- 21. april 2006. - Prva konferencija o unapređenju usluga, Hyatt Regency Hotel organizacija FIC
- 25. -26. maj 2006. Treća međunarodna konferencija marketing istraživača Jugoistočne Evrope SEEMAR, Madlenijanum

