



Business

Plastika na udaru. Druga po veličini svetska asocijacija kreditnih kartica *Master kard*, krajem maja planira da izadje na berzu što bi na *Vol Stritu* predstavljalo najskuplju inicijalnu ponudu u protekle dve godine. Očekuje se da će *Master kard* sakupiti oko \$2.5 milijarde. Ali, stvari ne izgledaju tako sjajno. Stručnjaci tvrde da su razlozi izlaska na berzu upravo veliki sudski procesi koje protiv ove kompanije vode velike trgovinske kuće, ali i glavni konkurent *Ameriken Ekspres* zbog nepoštovanja antitrustovskih zakona. Stručnjaci takodje procenjuju da je prošlo vreme monopola velikih kartica poput *Master karda* i *Vize*. U proteklih 40 godina prosečno domaćinstvo na zapadu je imalo najmanje jednu takvu karticu sa dugom od po \$ 9 500. Danas, prosečni Amerikanac ima po 5 različitih kreditnih kartica.

I bofl roba nadje kupca. Više od hiljadu galona krvne plazme skladištene na pogrešnoj temperaturi, pokvareni kompjuteri, vagon pun govodjih pluća, hiljadu upropašćenih otirača za vrata. Teško je zamisliti da su ove stvari nekome potrebne, a kamoli da ih neko kupuje. Sva ova roba prodata je na on-line aukcijskom sajtu *Spasena roba - salvagesale.com* iz Hjjustona. Na ovom portalu kažu da svaka roba ima svog kupca. Na primer, krvna plazma je prodana laboratoriji koja radi istraživanja za koja pogrešna temperatura ne predstavlja problem. Ovaj portal pomaže svim kompanijama da širom sveta prodaju upropašćene zalihe robe koje više ne mogu da prodaju. Njihova godišnja zarada kreće se oko 70 miliona dolara. "Posebno je unosno prodavati zastarelu tehničku robu sa Zapada u zemljama Azije i Afrike" – kažu na ovom portalu.

Novi Ikea planovi za Japan. Prvi pokušaj švedske kompanije da osamdesetih godina prodre na japansko tržište bio je neuspešan. *Ikea* se sada ponovo vraća kako bi u istočnom delu Tokija otvorila mega market. Ovoga puta Švedjani nisu ništa prepustili slučaju. Na drugom spratu radnje pripremljeno je oko 70 izložbenih prostorija veličine prosečne japanske sobe. Svaka soba opremljena je za različitu ciljnu grupu. *Ikea* se nada da će prilagođavajući se japanskim potrošačima uzeti veliki deo kolača u industriji nameštaja vrednog \$42 milijarde. Iako u *Ikei* smatraju da se Japan dosta promenio i da su oni kao kompanija ojačali, predstoji im velika bitka za japansko tržište u kojoj već neslavno prolaze američki *Vol Mart*, britanski *Buts* i francuska kozmetička kuća *Sefora*.



Menadžeri krivi za stres. Jedan od najvećih uzročnika stresa na poslu je ponašanje menadžera, navodi se u istraživanju *Londonskog instituta za biznis*. Stresu još doprinose i faktori kao što su prenatrpanost poslom, organizacijske promene i ljubavne veze zaposlenih. U istraživanju se navodi da u otklanjanju stresa najveću ulogu imaju tzv. linijski menadžeri, odnosno neposredni rukovodioci. U zavisnosti da li oni dobro delegiraju zadatke, obezbeđuju autonomiju, podučavaju i razvijaju timove, komuniciraju dobro i postavljaju jasne ciljeve zavisice i nivo stresa u poslovnom okruženju.

Fitness za starije. Starenje bejbi bum generacije u Americi preokrenulo je mnoge biznise koji su prinudjeni da se prilagođavaju „sedim glavama“. To je slučaj i sa teretanama i fitness centrima koji nisu više samo stecišta mladih. Podaci govore da ljudi preko 55 godina postaju najbolje mušterije sportskih centara. Krajem osamdesetih godina bilo je oko 1.5 miliona članova sportskih centara starijih od 55 godina, dok ih je sada više od 10 miliona. Bejbi bum generacija rešila je da ostane zdrava iako stari. Mnogi od njih nikada nisu bili u teretanama, ali sada učestvuju u programima koji su specijalno prilagođeni njihovoj kondiciji i potrebama.

Energija u Beogradu. Glavni grad će 19. juna biti domaćin *Drugog međunarodnog energetskog samita "Energetska budućnost Balkana: Investicije - gde i kada"* u organizaciji beogradskog elektronskog nedeljnika *Enerdžiobserver*. "Cilj energetskog samita je da prezentuje i analizira trenutno i buduće stanje u vezi sa gasifikacijom regiona, elektroenergetskim sektorom, obnovljivim izvorima energije i naftnom privredom. Zato je energetski samit jedinstvena prilika za susret predstavnika nadležnih ministarstava balkanskih zemalja i zainteresovanih kompanija iz Rusije, Evropske unije i SAD za investiranje u zemlje regiona" - kaže urednik nedeljnika *Enerdžiobserver* *Sijka Pištolova*. Na skupu će učestvovati predstavnici Ministarstva rudarstva i energetike Srbije, energetskih kompanija i predstavnici resornih ministarstava zemalja regiona jugoistočne Evrope. Oni će potencijalnim investitorima prezentovati projekte iz oblasti gasa, elektroenergetike, nafte, atomske energije i obnovljivih izvora energije.

Communications

Digitalni bilbordi na Londonskim ulicama. London pokreće prvu britansku mrežu open-air digitalnih bilborda, a već se u ovom tromesečju planira postavka 10 digitalnih ekrana. Bilbordi će se preko dana napajati sunčevom svetlošću, dok će noću koristiti litijumske svetiljke umesto LED tehnologije koja se inače koristi. Bilbordi će biti koncipirani tako da prikazuju reklame šest različitih oglašivača na jednoj lokaciji. Osnovna prednost je što će oglašivači biti u mogućnosti da promene reklame u istom momentu kad im započne nova kreativna kampanja.

Britanski brend HP Sos više se ne proizvodi u Britaniji. Proizvođač jednog od najautentičnijih britanskih brendova *HP Sos*, koji je uvek igrao na svoju britansku prepoznatljivost, seli se iz birmingemske fabrike u Holandiju, u fabriku novog vlasnika kompanije *Heinc*. Zatvaranje će birmingemsku fabriku koštati 125 radnih mesta. *HP Sos* je osnovan u Britaniji pre 130 godina i prodaje se u 69 zemalja, praveći zaradu od oko 40 miliona funti godišnje. Kompanija je ime dobila od viktorijanskog pronalazača *Herija Palmera*, koji je prodao tajni recept za izradu sosa, kako bi isplatio kockarske dugove.

Ekološka televizija. Organizacija *Grinpis* osnovala je svoju televiziju u SAD koja besplatno nudi kompanijama mogućnost prikazivanja njihovih ekoloških filmova. Već su prikazani filmovi energetskog giganta *Npover* i proizvođača sladoleda *Ben & Džeri*. Osnivač televizije *Ejd Tomas* je objasnio da su početni planovi uredničkog tima bili da nadgledaju sadržaj filmova, ali sada će kanal jasno označiti ko je napravio koji film, pa će tako sami gledaoci moći da pronadju eventualne neistine ili lažno hvalisanje kompanija. Partneri *Grin TV* su i *Ujedinjene nacije* kao i mnoštvo ekoloških organizacija.

Edukacija i loša reputacija. Gradska vlada Londona lansirala je reklamnu kampanju u pokušaju da učini nešto po pitanju promene uopštenog stava građana da su londonske državne škole lošeg kvaliteta. Ova kampanja ima za cilj da predstavi uspešne studente i njihova dostignuća. Plakati će biti istaknuti u podzemnim stanicama metroa i u autobusima. Oni koji budu najviše zaokupljali pažnju građana pojaviće se uskoro na spoljnim reklamnim panoima javnog prevoza. Svaki plakat prikazuje dostignuće nekog od studenata, kao što je npr. *Tajron Remzi*, uspešni košarkaš državne škole u *Islingtonu*. „Nadam se da će dostignuća ovih studenata videti njihovi vršnjaci koji putuju autobusom i da će ih to inspirisati ka njihovom putu uspeha“ izjavio je *Endru Adonis*, ministar prosvete.

U Hepi milu nema više Dizni junaka. *Dizni* završava dugotrajno partnerstvo sa *Mekdonaldsom*, koji je od ovog giganta zabavne industrije pozajmljivao likove iz filmova kao što su *Kralj lavova* i *101 Dalmatinac* praveći igračke za svoj čuveni obrok *Hepi mil*. Kompanije poriču glasine da je kraj desetogodišnje saradnje uzrokovan borbom protiv dečije gojaznosti. *L.A. Tajms* je objavio da je *Dizni* prekinuo saradnju jer nije želeo da bude povezan sa gojaznošću, ali se *Mekdonalds* ogradio izjavom da su ove vesti bile zasnovane na glasinama. Portparol *Mekdonaldsa* izjavila je da je jedina promena koja se desila - samo to što ugovor više nije ekskluzivan. „Ranije, ako bismo želeli da saradjujemo sa *Sonijem*, nismo mogli. Sada možemo raditi i sa *Sonijem*, *Drim Vorksom*, *Diznijem*. Vodimo pregovore sa mnoštvom studija o različitim promocijama“ – kažu u *Meku*.

Komunikacijska caka sprečava uzgoj maka. Komunikacijska kuća *Hil & Nolton* vodiće napornu PR kampanju vrednu \$ 3.8 miliona za *Američko ministarstvo unutrašnjih poslova* u cilju odvratanja avganistanskih farmera od uzgoja maka zbog globalne ekspanzije trgovine drogom. „Proizvodnja maka je strahovito porasla od 2001. godine gde su Avganistanci imali udeo od čak 86% svetske proizvodnje heroina u 2005 godini, kažu iz kancelarije *Ministarstva unutrašnjih poslova*. Plan se sastoji u delovanju na sedam avganistanskih provincija i povezivanjem ministarstava zaduženih za suzbijanje narkotika i otvaranjem kancelarija za komunikacije na tom nivou u cilju stvaranja dobrih agrokulturnih uslova. Trenutna poruka glasi „Uzgajanje maka je protiv Islama i šteti reputaciji Avganistana“.

Global bizz – Kako do inovacija?



U današnje vreme inovacije ne predstavljaju samo nove proizvode. Inovacije su i osmišljavanje novih procesa i izgradnja novih tržišta koja zadovoljavaju potrebe potrošača. Kako su Internet i globalizacija proširile more novih ideja, najvažnije je izabrati prave i sprovesti ih na tržište u rekordnom roku. Devedesetih, inovacija je bila nova tehnologija i kontrola kvaliteta i cene. Danas, inovacija predstavlja borbu da se organizacija izgradi na principima efikasnosti, kreativnosti i rasta. „Postoji mnogo različitih stvari koje potpadaju pod rubriku inovacije – od ideje do njenog sprovođenja. Današnji pojam inovacije nema nikave veze sa tehnologijom“ – kaže profesor *Vijaj Govindarajan* autor knjige *Deset važnih pravila za strateške inovatore*.

Kako bi otkrila koje su to kompanije koje imaju najbolje inovacije na svetu časopis *Biznisvik* je sproveo globalno istraživanje na 1000 menadžera.

Na listi su se našle različite kompanije počev od tvorca uredjaja *Blekberi* koji se našao na 24 mestu inovatora, preko inovatora biznis modela kao što je *Viržin grup* na jedanaestom mestu, do kompanija koje su pronašle nove načine da nadjačaju konkurenciju.

Na listi majstora inovacije našla se kompanija *Epl*. Tokom lansiranja novog proizvoda *iPod*, ova kompanija je koristila sedam tipova inovacije. To uključuje novi način networkinga sa ostalim muzičkim kućama, novi biznis model prodaje on-line kao i novi način brendiranja proizvoda. Šampion inovacije je i *Tojota* poznata po novim rešenjima proizvodnih procesa. Istraživanje je pokazalo da 72 odsto glavnih menadžera smatra da je inoviranje jedan od tri prioriteta u njihovom poslovanju i da skoro polovina njih nije zadovoljna efektom investiranja u inovacije. Kao najveći problem oni navode sporost tokom čitavog procesa inoviranja. „Brzi inovatori organizuju posebne centre koji rade na otkrivanju novih tehnologija, procesa i ideja.

Drugi problem je nedostatak dobre koordinacije u kompaniji. Dobre kompanije stvaraju klimu pogodnu za stvaranje novih ideja. Oni ne čekaju da se čudo reši samo od sebe u dnevnom poslovanju“ – kaže *Džordž Stalk*, stručnjak za inovacije.

Istraživački centri

Kompanija *Proktor & Gembl* nedavno je preorijetisala svoj in-house istraživački koncept omogućivši prodor novih ideja iz različitih istraživačkih centara. Njihova ideja je da okupe svetsku stvaralačku energiju. Cilj je da oko 50 odsto novih proizvoda ne bude iz *P&G* laboratorije. Radikalno drugačiji pristup ima kompanija *BMW* koja pri kreiranju novog modela automobila okupi od 200 do 300 zaposlenih, stručnjaka za motore, elektroniku, dizajn, marketing, prodaju sa svih lokacija u jedan istraživački centar. Na ovaj način komunikacija je lakša, omogućeni su stalni sastanci kako ne bi došlo do neslaganja između pojedinih sektora. Prednost ovog modela je što se intenzivnim radom brže dodje do efikasnih rešenja.

Koja inovacija bi nama mogla da se desi do sledece nedelje? Dok se iz *Meka* ne izgube *Dizni* igračkice, dok neka nova televizija ne uvede ekološki program, dok ne uvedemo digitalne bilborde i dok se penzioneri sa *Kalemegdana* ne presele u fitness centre, jedinu inovaciju imaće po svemu sudeći građani *Crne Gore* i stranka *G17*. Mi uvek idemo na krupno. Ili inoviramo državu ili vladu. Ostalo su sitnice.

Pobednik je onaj kuvar koji koristi iste namirnice kao i ostali i dobije najbolje rezultate.

Edvard De Bono o inovacijama

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 25. - 27. maj – **Druga edukativna konferencija o odnosima s javnošću PROACTIVE 2006**, hotel Monument, Kozara
- 30. maj – **Okrugli sto -Trgovinski sudovi – reformisati ili rasformirati**, hotel Hajat, Beograd
- 7. - 11. jun – XII međunarodni medijski festival - **The Golden Umbrella Festival**, Albena, Bugarska
- 14. -15. jun – Druga godišnja konferencija, **Budućnost tržišta kapitala na Balkanu**, Beograd

