



Business

Špijunaža ili konkurencija. Kineskoj kompjuterskoj kompaniji *Lenovo Stejt Dipartment* je zabranio da uvozi računare iz Kine. Posle kupovine pogona *IBM*, ova kompanija se sada u SAD smatra visokorizičnom bezbednosnom pretnjom. *Stejt Department* je ovaj korak preduzeo nakon navodnih zabrinjavajućih izveštaja o mogućnosti postavljanja spajver softvera na *Lenovo* računarima, kao iz zbog navodne opasnosti špijunaže za koje bi se koristili računari opremljeni *Lenovo* operativnim sistemima. Amerikanci pravdaju ovu odluku smanjenjem rizika za celokupnu IT sigurnosnu industriju. Prognozira se da će ovakva odluka uticati na bilateralne odnose dve zemlje. „Nema nikakve tajne da su SAD meta kineskih obaveštajnih službi, a takodje nijedna vladina agencija ne bi kupovala kompjutere od *Lenova*“ – navode u *Stejt Dipartmentu*.

Ništa bez Azije. Budućnost *Dženeral Motors* i *Forda* zavisice najviše od poslovanja na novim tržištima širom Azije. *Dejvid Kol*, glavni menadžer u *Centru za istraživanja automobila*, izjavio je da je veoma važno za oba američka proizvođača da imaju dobre poslovne rezultate u zemljama kao što su Kina i Indija. U ovom osvajanju tržišta, *Dženeral Motors* je otpočeo reklamnu kampanju u kojoj se navodi da oni u Kini posluju veoma dobro. Izvršni direktor *Forda* na godišnjem sastanku izjavio je da više nije tajna da dugoročni uspeh kompanije zavisi i od ekspanzije na globalnom tržištu. On je rekao da je u prošloj godini u Kini *Fordova* prodaja porasla za 46%, kao i to da će naredne godine kompanija udvostručiti proizvodnju u ovoj zemlji, iako se „kod kuće“ proizvodnja i dalje smanjuje.

Communications

Ti dosadni, nepristojni Francuzi. U najnovijem britanskom istraživanju Francuzi su ocenjeni kao najnepristupačniji, najdosadniji i najsebičniji narod. Oko 46% od 6000 ispitanika izjavilo je da su Francuzi definitivno najnepristupačnija nacija na planeti što je objavljeno u brojnim britanskim novinama. Nemci nemaju razloga da slave ovu brutalnu osudu, jer su po ovom istraživanju samo jedan stepenik ispod Francuza. Međutim, strogim Britancima ova presuda izgleda nije bila dovoljna, pa su rešili da dodaju so na ranu objavivši u britanskom *Dejli telegrafu* da Francuzi neprijatno mirišu, što su Francuzi prokomentarisali kao nedokazanu koještariju.

EBRD razočarenje. „Ekonomska tranzicija u istočnoj Evropi je u celini gledano razočaravajuća, naročito kada se poredi sa ekspanzivnom ekonomijom Kine i uspehom te zemlje u smanjenju siromaštva“ - ocenio je ugledni američki ekonomista i dobitnik Nobelove nagrade *Džozef Stiglic* na *Godišnjoj skupštini EBRD*. *Stiglic* je polio hladnim tušem sve one koji sa oduševljenjem govore o dostignućima istočne Evrope, naročito o takozvanoj „klasi diplomaca“ *EBRD* – osam zemalja regiona koje su pre dve godine ušle u EU. „Postoji donekle uspeh u centralnoj Evropi i na Baltiku, ali je to povezano sa priključivanjem Uniji“, izjavio je *Stiglic*, sada profesor na *Kolumbija univerzitetu*, a svojevremeno potpredsednik *Svetske banke*. „Međutim, ako pogledate ostatak sveta u tranziciji, naročito dve zemlje u Aziji – Kinu i Vijetnam, kontrast sa Evropom je potpun“, rekao je *Stiglic* i naglasio da te zemlje beleže dosad neviđenu stopu rasta i neviđeno smanjenje siromaštva, a „nisu imale koristi od priključivanja EU“.



Prof. Džozef Stiglic na Skupštini EBRD

Švajcarski rekord u potrošnji sira. Sa 19,74 kilograma po osobi, potrošnja sira u Švajcarskoj, zemlji sireva, porasla je 2005. za 300 grama po osobi i dostigla novi rekord, navodi se u izveštaju Udruženja lokalnih proizvođača sireva. Najomiljeniji sir je italijanska *mozzarella*, a potom dolazi *grijer*, vrsta domaćeg kačkavalja. Prošle godine prodaja sira porasla je za 1.015 tona i iznosila je 149.991 tonu od čega su domaći sirevi činili 79 odsto, a strani 21 odsto.

Crveni brendovi u humanitarne svrhe. Humanitarac i frontmen grupe *U2 Bono Voks* ovog meseca promovise novi proizvod – crveni *Motorolin* mobilni telefon iz svoje dobrotorne kolekcije *Crveno*. Različiti proizvodi iz ove kolekcije poput crvene *Amerikan Ekspres* kartice, *Armanijevih* naočara i *Konvers* trenerke napravljeni su specijalno za ljude koji kupovinom žele da daju doprinos u borbi protiv side, tuberkuloze i malarije u Africi. Ovaj program podržavaju *Ujedinjene nacije*, a glavna ideja je da se iskoristi moć globalnih brendova u borbi protiv opakih bolesti.

Italija ekonomija. Novi zamenik italijanskog ministra za ekonomiju *Vičenco Visco* nazvao je nacionalnu ekonomiju katastrofom navodeći da će deficit u 2006. godini preći 4.5 odsto nacionalnog dohotka. Italija je inače dobila direktivu od *Evropske komisije* da do kraja 2007. godine smanji budžetski deficit na 3 procenta kako bi poštovala pravila 12 nacija koje koriste evro monetu. Prema izvorima *OECD* rast italijanske ekonomije će ostati lagano ispod evropskog poseka, ukoliko nova vlada ne donese strukturalne reforme.

Povlačenje iz Koreje. Megastor *Vol Mart* objavio je da se povlači sa konkurentnog južnokorejskog tržišta. Ovaj najpoznatiji američki lanac prodaje 16 svojih prodavnica najvećem južnokorejskom lancu za \$882 miliona. U *Vol Martu* napominju da je prodaja objekata deo njihove globalne strategije. „Mi želimo da se fokusiramo na tržišta gde možemo imati najveći uticaj, a postalo je jasno da na ovom tržištu ne možemo dosegnuti nivo koji smo planirali. *Vol Mart* Koreja posluje od 1998, a tokom prošle godine poslovao je sa gubitkom od \$10 miliona. Zanimljivo je da će prodavnice nastaviti svoj rad pod imenom *E-Mart*.“

DVD Da Vinči. Dok film *Da Vinčijev kod* puni bioskopske blagajne širom sveta, kompanija *Art imidž* pokušava da novim plazma ekranom pod imenom *Da Vinči DVD* zaradi svoj deo kolača. Novi ravan ekran visoke rezolucije predstavljen je kao proizvod koji može da doprinese visokom umetničkom doživljaju. Ovaj DVD ekran sadrži multimedijalnu prezentaciju 30 najslavnijih umetničkih dela *Leonarda Da Vinčija* uključujući i *Monalizu* i *Tajnu večeru*. „Ovaj ekran je dizajniran tako da omogući ljudima da unesu virtuelnu galeriju u dnevnu sobu i okače je na zid“ – kažu proizvođači ovog remek dela.

Epl gubi muzički rat od MTV i Majkrosofta. *Majkrosoft* ne želi da dopusti *Eplu* da dominira na tržištu MP3 muzike. *MTV* planira da integriše rivalski program sličan *Eplovom* „iTunes“ programu nazvan *Urdž*, koji će preko *Majkrosoft* medija plejera dozvoliti muzičkim fanovima „skidanje“ najomiljenijih pesama na njihove MP3 plejere ili mobilne telefone. *Urdž* će imati konkurentnu cenu od 99 centi po pesmi što sigurno obezbeđuje pobedu u MP3 ratu. Opisujući novi servis *Bil Gejts* kaže da je ovo partnerstvo pravi uvod u novu muzičku epohu.

P&G od usta do usta. Nijedna velika kompanija ne koristi kampanju "od usta do usta" tako agresivno koliko i Proktor & Gembel, piše u svom komentaru magazin Biznis vik. Poseban segment promocije, koji u P&G nazivaju Vokalpoint, kreiran je specijalno da dosegne do najuticajnije ciljane grupe potrošača u Americi – a to su majke. Ovaj program je uključio 60 000 majki u veliku mrežu potrošača koje su prihvatile zadatak da šire pozitivne glasine, kupone i nagradne flajere o novim proizvodima. Dok Asocijacija specijalizovana za „mouth to mouth marketing“ smatra da ovakvi potrošači moraju unapred da kažu čije interese zastupaju, P&G to ne dozvoljava svojim saradnicima, mada ova kompanija nikada ne određuje šta učesnici ove kampanje precizno treba da govore.

Istiniti brifinzi leče probleme. Jedan od najtežih zadataka sa kojim se susreće Pentagon ovih dana, kada su odnosi s javnošću u pitanju, je popravljjanje negativne slike koje ima zatvor Guantanamo na Kubi. Pentagon želi da brifinzima i prezentacijama za oko 3000 medija, članova Kongresa i drugih važnih stakeholder grupa u roku od dva meseca naglasi stratešku važnost opstajanja ovog kampa. Uprkos optužbama za torturu i zlostavljanje zarobljenika, u zatvoru naglašavaju da zatvorenici imaju dobru hranu i zdravstvenu negu kao i školu opismenijavanja. Ironično zvuči, ali u ovoj instituciji kažu da najveća opasnost zatvorenicima preti od sportskih povreda. Kao još jednu od prednosti ovog zatvorskog centra Pentagon navodi da optuženici pomažu u razotkrivanju operativaca Al Kaide.

Jednostavan jezik. Kineski mediji koriste manje slovnih oznaka, a da bi se razumelo 90 odsto sadržaja iz štampe potrebno je znati samo oko 900 od nekoliko desetina hiljada piktograma kineskog pisma, navodi se u istraživanju ministarstva za prosvetu. Ovo istraživanje izvršeno je na 900 miliona karaktera iz preko 8.9 miliona novinskih članaka, magazina, Internet tekstova i TV priloga. Kina je inače počela proces pojednostavljenja jezika posle komunističke revolucije 1949. godine kako bi povećala pismenost naroda koja je tada bila na nivou od 80 procenata. Prosečan student zna oko 6 000 karaktera. Neki znakovi su se koristili samo jednom jer označavaju imena ljudi, događaja i mističnih bića. Tradicionalni i arhaični karakteri se još uvek koriste u Hong Kongu i na Tajvanu, dok se jednostavnije pismo koristi u krajevima gde ekonomija doživljava svoj rast.

Tips and tricks – Kako da dodjete do ideja – Džek Foster



„Dugi niz godina sam radio sa stotinama kreativnih ljudi u marketinškim agencijama. Oni su živeli od svojih ideja. Po narudžbini. Bilo ih je svih visina, težina, rasa, astroloških znakova i osobina. Jedan je bio doktor antropologije, drugi nikada nije završio srednju školu. Neki su bili visokog porekla, neki iz rasturenih porodica. Ipak, svi oni su imali dve zajedničke osobine. Prvo, bili su hrabri! Drugo, svi su bili izuzetno radoznali. Njihova radoznalost – kako stvari funkcionišu, odakle dolaze i šta ljude pokreće, bila je gotovo nezavisna. Interesovalo ih je sve, od toga kako funkcionišu mašine za pravljenje hleba do toga kako se suši cveće, od astečkih pogrebnih rituala do dizajna motocikla. Znali su takve podatke kao što je ime Napoleonovog konja koga je jahao u bici kod Vaterloa ili koliko puta se zapremina balonceta poveća kada se umuti.

Većini je radoznalost bila urođena“ – kaže Džek Foster autor bestseler *How to get ideas?* koja je skoro objavljena i prevedena kod nas.

RADOZNALOST. Ovakvi ljudi lako dolaze do ideja na prvom mestu zbog radoznalosti. Radoznalost ih je terala da stalno akumuliraju parčiće znanja – opšteg znanja o životu i događajima. To su „stari elementi“ kako ih je nazvao Džejms Veb Jang. Sve te elemente bi u određenom trenutku kombinovali sa drugim elementima. „Samim tim, nova ideja nije ništa drugo nego nova kombinacija starih elemenata“ – smatra Foster.

IZADJITE IZ KOLOTEČINE. Šta mislite – zašto radite iste stvari na isti način po istom redosledu svakoga jutra kada se probudite? Ili imate isti doručak? Ili idete na posao istim putem? Ili čitate uvek iste rubrike u novinama. To je zato što ste u kolotečini. I zato što ste u kolotečini, vaša čula registruju iste stvari koje su registrovala i juče – iste prizore, ista osećanja, iste mirise, iste zvuke. Uradite nešto drugačije. Kažu da je Andre Žid pokušavao, bar jednom mesečno, da pročita knjigu čija ga tematika uopšte nije interesovala.

„Slušajte radio stanicu koju nikada ranije niste slušali. Učite latinski. Naručite u restoranu nešto što nikada niste probali. Čitajte uputstva na pakovanjima smrznute hrane. Čitajte knjige za decu. Ručajte sa novim ljudima. Jedan moj prijatelj iz Los Anđelesa, pisac, stanovao je na oko 15 kilometara od kancelarije. Svakog jutra tokom devet godina išao bi na posao drugim putem“ – piše u knjizi Foster.

NAUČITE DA GLEDATE. Sutra ujutro, na putu ka poslu, ili na prvoj pauzi za kafu, kupite sebi svesku u kojoj ćete zapisati bilo šta što ste videli. Svakoga dana. Kada ispišete celu svesku, sedite i pročitajte je. Ideje će same navreti.

Autor Džek Foster je imao 18 godina i radio je u osiguravajućoj kompaniji kada je došao na ideju da napravi lutriju od svake nedeljne plate. Za ulog od pedeset centi dobitak je bio 27.50\$. Prve nedelje zaradio je \$6. Sledeće nedelje sakupio je 53\$ za svoju lutriju, a onda je gazda otkrio šta radi i zatim ga otpustio. Sve do današnjih dana Džek pokušava da dođe do ideja, a da ga zbog njih ne otpuste.

Nedelja je kao stvorena da uradite nekada što nikada niste. Recimo pokušajte da ne mislite već u maju gde ćete na letovanje ovog leta. Počnite da učite pojednostavljeni kineski. Ili probajte novu vrstu švajcarskog ili pirotskog sira. Napravite brifing za sve one koji nisu sigurni u vašu dobru reputaciju. Pentagon misli da to uspeva. Vaš Bovan tim

Pa znate, ja sam bio ljudsko biće pre nego što sam postao biznismen.

George Soros

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 30. maj. – **Okrugli sto -Trgovinski sudovi – reformisati ili rasformirati**, hotel Hajat, Beograd
- 30. maj. – Stručni skup **Volim brend, živim za brend** – Brendiranje prehrambenih proizvoda, Privredna komora Srbije
- 14. -15. jun – Druga godišnja konferencija, **Budućnost tržišta kapitala na Balkanu**, Beograd, organizator Ekonomist Media Group

