



## Business

**Preduzetnici budućnosti.** Institut za proučavanje budućnosti *Intuit* u saradnji sa *Boston Consulting Group* je sproveo istraživanje koje pokazuje koje trendove će karakterisati preduzetništvo u budućnosti. Ustanovili su da trenutno čak 10 miliona ljudi u SAD razmišlja da pokrene sopstveni biznis, što je najveći broj zainteresovanih u 25 godina. Preduzetnici budućnosti će sve više biti oni koji su starosti između 55 i 64 godina, dok se u predviđa veliki uspeh generacijama rođenim posle '82. Nove generacije preduzetnika karakteriše: velika fleksibilnost, individualizam, nezavisnost, želja da menjaju svet, praćenje hi-tech razvoja, ne žele da se ukalupljaju u velike sisteme i holdinge. Istraživanje pokazuje i veće prisustvo žena u preduzetništvu, i to dve grupe. Jednu kategoriju čine profesionalne, povezane i iskusne žene, sposobne da izgrade sopstvenu imperiju, koje su smestili u kategoriju tzv. *Oprah* fenomen. Drugu kategoriju predstavljaju žene koje započinju sopstveni biznis sa ciljem da usklade posao i obaveze prema porodici. Uspešnu budućnost istraživanje predviđaju i za emigrante koji u SAD poseduju čak 37% malih preduzeća.

**Internet prodaja knjiga zatvara čuvene knjigazare** Potražnja za knjigama na internetu i u supermarketima dovela je do zatvaranja velikog broja čak i svetski poznatih lanaca knjigazara. Edinburška firma *Bargain* koja je bila pionir u prodaji knjiga po sniženim cenama, zatvara svojih osam knjižara posle 30 godina rada. On je najavio dalje zatvaranje objekata u Britaniji do kraja februara. Postoji preko 50 *Bargain* knjižara širom zemlje i preko 397 zaposlenih. Mnogi će ostati bez posla, a firma okrivljuje za to Internet i konkurenciju.

**Fleksibilno radno vreme za sve.** Ravnoteža između posla i ostalih obaveza je sve veća tema. Ministarka za decu u vladi Velike Britanije *Beverley Hugh* smatra da „idealni radnik“ ne postoji i da poslodavci moraju da prihvate da ljudi imaju i drugih obaveza. Do sada su jedino roditelji male ili dece ometene u razvoju imali pravo na fleksibilno radno vreme. Od aprila, čak i zaposlenima bez dece će biti omogućeno ostvarivanje istih prava. Tako će milioni zaposlenih Britanaca izbalansirati svoj privatni i poslovni život. Ali interesovanje će biti preveliko. „Samo postepenom primenom možemo izbeći da firme budu preplavljene neočekivanim povećanjem zahteva zaposlenih koji nemaju decu“ – izjavila je *Susan Anderson* iz uticajne *Konfederacije britanske industrije*.



**Marka, Evro, Urstromtaler...** Magdeburg, mali grad bivše Istočne Nemačke postao je zanimljiv zbog uspostavljanja sopstvene novčane jedinice – *Urstromtalera* koji vredi koliko i *Evro*. Stanovnici grada kažu da im nova valuta pomaže u njihovom socijalnom zbižavanju, ali i da na taj način, novac ostaje „kod kuće“. *Urstromtaler* je prihvaćen u 200 objekata u ovom gradu, uključujući prodavnice, pekare, cvečare, restorane, bioskop. Tvorac lokalnog novca je advokat *Frank Jansky* koji tvrdi da će se njegovom upotrebom razviti cello nemačko tržište. Prema *prof. Gerhardu Roeslu*, koji je nedavno podneo izveštaj *Bundesbanci*, u Nemačkoj postoji čak 16 lokalnih valuta. „One ne predstavljaju opasnost za centralnu banku iako su nelegalne. *Bundesbanka* toleriše ovaj novac i naziva ga društvenim“, kaže *prof. Rosel*.

**Stare igračke sa novim dugmićima.** Nakon navale na *iPod*, željni da povrate dečiju pažnju, proizvođači igraćaka dodaju digitalne elemente u klasične igračke. Na sajmu u New Yorku biće predstavljene najnovije igračke koje pokazuju da su proizvođači spremni na borbu za tržište sa dosta inovacija i kreativnosti. Ovogodišnju ponudu čine roboti, gitare, MP3 plejeri za decu... Analitičari tvrde da je makro trend u ovoj industriji upotreba velikog broja tehničkih inovacija kod tradicionalnih igraćaka. Madjutim, proizvođači tvrde da i pored ovog trenda i dalje postoji potražnja za igračkama koje razvijaju psihomotoričke veštine poput *Sudokua*.

**Google mora da plaća za sadržaj koji je besplatno emitovao.** Belgijski izdavač *Copiepresse*, koji je u martu prošle godine tužio Internet giganta *Google* za kršenje autorskih prava, dobio je na sudu. Prema presudi od 13. februara, *Google* više ne može da proizvodi izvesne naslove i izveštaje na belgijskim *Google* vestima ili *Google.be* web sajtu. *Google* će čak morati da plati \$32.500 svakog dana *Copiepressu* dok se ne ukloni zabranjeni sadržaj. „Ukoliko slučaj iz Belgije ohrabri druge, *Google* bi mogao da doživi radikalne posledice“, rekao je advokat *Frédéric Louis* i dodao da agresivna pozicija koju je pretraživač zauzeo, mora biti promenjena. Ovo nije usamljeni slučaj tužbe protiv *Google*. Agencija *France Press* je pre dve godine tužila svetskog pretraživača zbog objave fotografija i novinskih priča na svojim stranama, ali je spor još u toku. „I dalje verujemo da su *Google* vesti potpuno legalne. Uložićemo žalbu“, izjavio je predstavnik za štampu *Google* kao komentar na odluku iz Brisela.

## Communications

### Radio stanica za vozače.

*Roadstar* radio je postao zvanično glasilo *Auto* moto saveza Srbije. Kako je najveći porast slušalosti radio programa poslednjih godina zabeležen upravo u automobilima, *Roadstar* je, kako kažu u ovom mediju, svoju pozitivnu energiju usmerio na podršku bezbednosti u saobraćaju. Noćni slogan ovog radija je „budite budni“, a dnevni „budite dobre volje“. Nacionalni program namenjen ljudima za volanom uz obilje kvalitetne muzike svi vozači mogu da „uhvate“ na frekvencijama 98,5 u Beogradu i 97,2 u Novom Sadu.



**Napokon — cipele sa GPS-om.** Prve cipele sa GPS-om koje su se pojavile u on-line prodaji su planule. Uskoro će pomoću ovih cipela moći da se prati svako kretanje dece, žena ili muževa. Tajna je u čipu koji sadrži *Global Positioning System*, a koji postaje sve važniji u svakodnevnom životu. Cipele za odrasle će se pojaviti na tržištu sledećeg meseca po ceni od oko \$350, a za decu će biti dostupne na leto. „Tehnologija brzo napreduje i trenutno smo u fazi kada možemo da ostvarimo prijem čak i kada signal dolazi iz šume ili iz zone u kojoj ima mnogo oblakodera,“ objašnjava *Jessica Myers*, portparol *Garmin International Inc*. A cipele se aktiviraju kada se pritisne dugme koje aktivira čip u peti ili zadnjem delu cipele.

**Video igrice poboljšavaju vid.** Naučna studija *Univerziteta Rochester* u New Yorku nedavno je otkrila interesantne podatke analizirajući uticaj video igrara na vizuelnu percepciju igrača. Studija koju je sprovedla *Daphne Bavelier* pokazala je da neke igre mogu da utiču na vid. Analiza se fokusira na igre kao što su „*first person shooter*“. Model je bio pogodan za istraživanje, jer frenetična akcija i neprijatelji koji su uvek u pokretu obavezuju igrača na veću vizuelnu pažnju. Iz ovog razloga, dugotrajno igranje može da ubrza pokrete očiju i percepciju slika u pokretu. Podaci pokazuju da igrač koji provodi oko jedan sat ispred ekrana, posle jednog meseca beleži poboljšanje vida od 20%.

## Ogilvy šibice „zapalile“ XI izložbu novogodišnjih kalendara Muzeja Vojvodine.

Na tradicionalnoj izložbi novogodišnjih kalendara za 2007. godinu, agencija OM Ogilvy osvojila je prvu nagradu u kategoriji jednolisnih kalendara. Kalendar za 2007. godinu - "Zapali, zasijaj i gori dugo", ima formu pakovanja od 12 šibica - 12 meseci. Koncept crvenog kalendara je da svakog meseca palite jednu šibicu, odnosno osvetlite jedan mesec i nastavljate tako cele godine. Produkcija kalendara predstavlja kombinaciju ofset, digitalne štampe i fine ručne dorade što doprinosi realističnosti. Autori kalendara su Slavica Dragosavac - kreativni direktor i Vladimir Mitrović - dizajner. Stručni žiri koji se u selekciji pristiglih radova rukovodio originalnošću dizajnerskih rešenja, umetničkim konceptom i kvalitetom štampe, odabrao je 65 zidnih, 43 stona i 12 džepnih kalendara kao i 45 novogodišnjih čestitki.

Microsoft će prisiliti ljude da gledaju oglase. Uz pomoć web-kamera patent će prepoznavati lica posetioca sajtova i proveravati obraćaju li pažnju na oglas. Ukoliko ne obraćaju pažnju, program će onesposobiti kompjuter ili preuzeti kontrolu nad njim. Patent, kažu, može osigurati gledanje plaćenog oglasa. Isto tako, posetioci će morati da odgovoraju na pitanje o oglasu ili da unesu neke informacije o oglasu. Ukoliko bi posetilac tačno odgovorio na pitanje ili uneo tačnu informaciju, na njegov račun bi kompanija uplatila novac. Škole će, naime, kroz ovaj patent zaraditi novac tako što će učenici biti marketinška eskperimentalna „zamorčad“.



Virtuelna stvarnost kao terapija. Izraelska kompanija MOTEK razvila je tehnologiju koja će olakšati povređenima i nepokretnima da aktiviraju svoje nekadašnje sposobnosti. Virtuelne scene džogiranja ili surfovanja na talasima pomoći će pacijentima da steknu ravnotežu ili da nauče ponovo da hodaju. Rehabilitacija u CAREN (Computer Assisted Rehabilitation Environment) okruženju već je dala prve rezultate. Posmatrajući slike nemirnog mora uz muziku za igru, Ido Borovski, ranije pogođen protivtenkovskim šrapnelom u nogu, počeo je da pravi svoje prve korake simulirajući hod po palubi broda koji se ljulja. "Ovo je prvi put da se virtuelna stvarnost koristi kako bi se izazvala ne samo psihička već i fizička reakcija kroz pokret", kaže dr Zivner koji je ovu tehniku uspešno primenio na više od 100 pacijenata.

## Intervju - Ivan Nador - Wikipedia u Srbiji



Ivan Nador  
srpski Vikipedijanac

Wikipedija-najveća, neprofitna enciklopedija na Netu je svojevrstni fenomen sadašnjice. Osnovana je 2001. godine a u Srbiji postoji od 2003. Sa današnjim danom, srpski ogranak broji čak 42.257 članaka. BC Bilten je u razgovoru sa srpskim Vikipedijancem Ivanom Nadorom, inženjerom elektronike, među Vikipedijancima poznatim kao Goldfinger, saznao kako, ko i zašto piše članke za ovu enciklopediju.

Svetski poznat Vikipedijanac Oskar van Dilen za stvaranje ove enciklopedije rekao je da je poput "Vavilonskog tornja" koji vredni Vikipedijanci grade ali koji nikad neće biti završen jer je znanje neiscrpno. Da li je moguće stvoriti enciklopediju u kojoj će biti smešteno celokupno ljudsko znanje?

Verovatno ne. Ako biste opisali samo svaku poznatu zvezdu i biljnu i životinjsku vrstu dolazimo do cifre od više miliona članaka. Pojava Vikipedije je za mene jedno otkrovenje. Svojevremeno su se, kao neka preteča Vikipedije, pojavili "ekspertski sistemi" gde su ekipe vrhunskih stručnjaka (na primer kardiologa) opisivali svoja znanja i to je pretakano u računarske programe. Ali Vikipediju može da piše i ispravlja svako i upravo je neverovatno kako svi ljudi gotovo sve znaju.

Kako ste Vi postali i ko su ostali srpski Vikipedijanci?

Godinama sam tražio tekst jednog dokumenta iz srpske istorije. I onda mi je palo na pamet da preko jednog pretraživača ukucam ključnu reč. I ... dobio sam Vikipediju. Trenutno sam se zarazio. Vikipedijanci su pre svega mladi ljudi. Najviše je studenata, ali imamo i profesora biologije i advokata i pravoslavnog sveštenika, univerzitetske profesore, inženjere, istoričare, prevodioce, informatičare... Interesantno je da većina ne piše o onome što im je svakodnevni posao, struka, već o nekoj oblasti koja ih zanima. Po mojoj slobodnoj proceni broj dama autora se kreće između 10 i 20%. Značajan broj Vikipedijanaca nije u Srbiji, ali zahvaljujući Internetu kao da su ovdje. Vikipedijanci su i različitih političkih, verskih ubeđenja.

Od oko 250 Vikipedija koje se pišu na isto toliko jezika, naša je po obimu negde na visokom 22 mestu. Izvestan broj naših Vikipedijanaca je aktivan na engleskoj (najvećoj Vikipediji sa čak 1.600.000 članaka) i tamo se bore za objektivno prikazivanje Srbije. Trenutno, mi smo „loši momci“ i teško je izboriti se za jedan objektivan pristup. Ipak imali smo i uspeha novembra 2006. članak „Beograd“ je bio izabran za „članak dana“ sa preko 100.000 pristupal

Pored redovnog posla, koliko vremena provodite u pisanju članaka za Vikipediju?

10 - 15 sati nedeljno je moja mera. Sam sam odabrao „svoje oblasti“. To su srpski glumci, stari zanati i znamenitosti Beograda. Ali Vikipedija nije samo pisanje. To je većim delom čitanje, dopunjavanje drugih članaka.

Moj prvi doprinos na Vikipediji je bio članak o manastiru Rača kod Bajine Bašte. Imao sam neke materijale i od toga sam napravio članak. Sutradan sam se setio još nekog podatka i ponovo sam potražio članak. Ali tamo me je već čekala fotografija manastira koju je dodao neki drugi Vikipedijanac i još neki meni potpuno nepoznati podaci o manastiru. Bilo je to zaista ocharavajuće. „Iskopavajući“ podatke o starim zanatima naučio sam šta radi Mutavdžija, šta Dundđer, a šta Sakadžija, Telal ili Tabadžija.

O čemu Vikipedijanci razgovaraju na svojim redovnim sastancima?

Na Sretenje 2005. prva dva Vikipedijanca su se sreli uživo! Susret je bio na ulici, kod Vukovog spomenika. Ima tu neke simbolike. Da je živ, Vuk bi sigurno bio Vikipedijanac! Vikipedija je jedan uređeni haos. Svako radi ono što želi ali kada u to uključite dovoljan broj ljudi onda imate sve „pokriveno“. Jedni se bave jezikom, drugi autorskim pravima (to je nešto na čemu posebno insistiramo, da ih ne povredimo), treći softverom, četvrti komunikacijom sa drugim Vikipedijama. Sastanci su neformalni, tema se pronalazi na licu mesta. Pored pisanja članaka na Vikipediji mi se borimo i za slobodno znanje, da svako ima pravo i mogućnost pristupa znanju. Ideja nam je, između ostalog, da napravimo računarsku učionicu gde bi smo nove korisnike, naravno besplatno, obučavali ali i da omogućimo svima, a pre svega mladima koji nemaju pristup računaru i Internetu da imaju jedan kutak za to.

Da je živ, Vuk Karadžić bi sigurno bio Vikipedijanac!

Ivan Nador

### SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 08.-10. mart 2007. - "Brand Fair" Konferencija, Beogradski sajam, Hala IV
- Teme: 08. mart - Brendiranje nacije
- 09. mart - Izgradnja brenda
- 10. mart - Mediji i brend

Prošla nedelja bila je nedelja vinogradara, zaljubljenih, susretanja ili Sretenja. Kad su nam se i poslanici okupili, vreme je da i Vi zakazete možda neki od dugo odlaganih sastanaka. Prijatan vikend!

Vaš Bovan tim

Urednik: Ana B. Bovan  
zamenik urednika: Maja Vlahović  
Za vas pišu i:

M. Barać-Stojanović, M. Reić, M. Bučković, D. Djurković,  
L. Doneski, D. Tasić, M. Vojnović



**Bovan Consulting**  
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

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