

MQ - ŠT. 12, OKTOBER 2009

7 Uvodnik | Izjemni posamezniki, povprečna družba?

8 Epicenter | Z vodenjem ustvarjalnih ljudi nimamo izkušenj

Način dela, kot smo ga poznali, je bil idealen za tehnološko inoviranje, zdaj pa je čas za netehnološke in družbene inovacije.

10 Epicenter | Pravica do uporabe brez zlorabe

Tri desetletja je industrijska miselnost reševala človeštvo, zdaj ga pa že desetletja uničuje.

12 Intervju | Življenje je treba poenostaviti z enostavnimi izumi



Peter Florjančič, izumitelj: Slovenija lahko preživi le z novimi in lastnimi izdelki, ki vsebujejo veliko ročnega dela in predvsem slovenski material.

16 Epicenter | 'Aha' trenutek za Wal-Mart

Zgodba o tem, kako so naključni inovatorji z nekaj centimetri odrezane embalaže rešili drevje, zmanjšali emisije CO2 in zaslužili na tone denarja.

18 Praksa | Oprostite, ker prodajamo!

'Prodajni stroj' Geoff Burch opozarja, da podjetje s slabo prodajno funkcijo poneumlja svoje izdelke, najhuje pri tem pa je, da so pravi prodajalci zelo ogrožena vrsta.

20 Praksa | Kadar imam doma težave, me delo pomirja.



Vzroki za podaljševanje delovnega časa niso le posledica zunanjih pritiskov. Pogosto nas v deloholizem pahnejo osebni strahovi.

23 Intervju | Narobe je, če se poslovne skrivnosti skrivajo pred piarovci



Uprava Slovenskega društva za odnose z javnostmi: Osnova, da lahko piar opravi svojo funkcijo, je zaupen odnos z vodstvom, pri čemer pa se mora piarovec zavedati, da njegova vloga ni omejena na služenje vodstvu ali kapitalu.

26 Vodenje | Rok uporabe poslovnih modelov se krajša

Čeprav je med vsemi inovacijskimi predlogi največ takih, ki prinašajo nove izdelke in storitve, je njihova dodana vrednost najnižja. Največ, kar 90 odstotkov, nove vrednosti ustvarjajo novi poslovni modeli in procesi.

30 Vodenje | Timsko delo ne pomeni tudi kolektivne odgovornosti

Dr. Bor Rozman, Merkur: Slovenci postajamo vse bolj timski delavci, kar pa ne prinaša kolektivne odgovornosti za dobre ali slabe odločitve.

32 Odličnost | Analiza top sto slovenskih podjetij

Povprečno slovensko podjetje s 100 evri ustvari 1,94 evra čistega dobička, kar petkrat večja pa je donosnost podjetij z največjim dohodkom.

34 Odličnost | Radodarnost prinaša večji dobiček kot pohlep



Kako bo generacija G, ki je ne zaznamuje skupna letnica rojstva, temveč nova družbena vrednota – radodarnost – spreminjala poslovne in socialne modele?

42 Mfilozofija | Uspeh smo skrajno personalizirali

Spoznajmo zgodbe majhnih. Pogosto so večje od naše.

44 Mfilozofija | Čarovniški triki in managerski prestiž



Gospodarska kriza je načela prestiž, ki so ga managerji uživali vse od 70-ih let dalje, ko se je njihov položaj v družbi konsolidiral.

46 Pravo | Kaj bo prinesel novi kodeks javnih delniških družb?

Konec septembra bo dan v javno razpravo nov kodeks upravljanja javnih delniških družb, ki ga oblikujejo Ljubljanska borza, Združenja nadzornikov Slovenije in Združenje Manager. Največ pozornosti bo namenjeno delovanju nadzornega sveta.

48 Eksot | Kanada: prijaznost s kančkom formalnosti

Pri poslovanju s Kanado sta najpomembnejši pravili: bodite prijazni in nikdar ne primerjajte Kanadčanov z Američani.

52 Insajder | Aktivnosti sekcije managerk, mladih in tujih managerjev

Predstavljamo delovanje sekcij in njihovo novo grafično podobo.

54 Četvorka | Naše zgodbe

Spoznajte Marto Gorjup Brejc, Igorja Hafnarja, dr. Lidijo Honzak in dr. Matjaža Lukača.

56 Drugače | Sredina je mrtva. Zanimive so meje.



Peter Ciuha, slikar: Največji greh določene družba je, da je zatrla ustvarjalnost. Taki družbi se veselje upre in ustvari pogoje, da se sama razkroji.



Navdih za robota Mertz, ki je naslovnici MQ, so otroci, ki se v zgodnjih fazah socializacije učijo predvsem z opazovanjem in posnemanjem. Mehanski načrt zanj je plod dolgoletnega dela Jefa Webra s Tehnološkega inštituta Massachusetts (MIT). Robot je v nenehni interakciji z okolico. Ko stopimo v njegovo vidno polje, je srečen in tak je tudi njegov izraz na obrazu. Če se počasi premikamo, nam sledi in se obrača v »vratu«, če pa nas izgubi iz vidnega polja, se mu obraz pomrači.

- Odgovorna urednica: Sonja Šmuc • Izvršna urednica: Tonja Blatnik • Uredniški odbor: Tonja Blatnik, Diana Jecič, Sonja Šmuc •
- Oglasno trženje: Petra Svetina • Oblikovanje: Andreja Lajh • Izvedbeno oblikovanje: AS-Press design • Lektoriranje: Nataša Simončič •
- Fotografija na naslovnici: Polona Pibernik • Trženje: Združenje Manager • Tisk: Grafično podjetje Schwarz • Naklada: 1650 izvodov •
- Revija izhaja četrtletno, za člane Združenja Manager je brezplačna. • ISSN: 1854 - 7117 •