



Piše: Igor Isailović

# Retrogradne snage

Nema sumnje da je svaka vlast ulagala ozbiljan napor da reši nagomilane probleme u društvu, a pre svega da popravi ekonomski status svog naroda. Neke vlasti su brže, a neke sporije odustajale od tih ideja, pre svega zbog retrogradnih snaga čija je sila ogromna. Nema sumnje da će od ishoda te borbe zavisiti sudbina svih nas, za početak bitno je prepoznati te retrogradne snage, koje se često kriju i u nama samima.

Većina dobrih ideja, ne samo za rejting političkih stranaka nego i za narod, „izgubi se u magli”. Maglu često uzrokuje opozicija nekim digresivnim aferama i afericama ili unutarstranačka prepucavanja, borbe i borbice. Upravo te digresivne afere i aferice, borbe i borbice, najviše štete nama građanima, jer za realizaciju dobre ideje uvek zafali energije koja se upravo izgubi u tim borbama.

**Ukoliko i zanemarimo da su pojedine odluke o imenovanjima pogrešne, onda se ne može zanemariti da je gotovo nemoguće jednom promenom promeniti nešto što je decenijama bilo pogrešno.**

Na primer, svi smo saglasni da je ideja „Beograda na vodi” veoma bitna za poboljšanje kvaliteta života svih Beograđana, pa i čitave Srbije, ali smo takođe i svedoci da su retrogradne snage veoma aktivne i snažne. Te retrogradne snage se ne nalaze samo u političkim strankama već i u profesionalnim udruženjima, nevladinom sektoru, pa i unutar same birokratije. Proaktivna kritika uvek je dobrodošla,

**Svima je poznato da je „trnovit put do zvezda”, tj. da je potrebno mnogo napora da bi se realizovale određene ideje. Ukoliko se za jednu ideju, kakav je razvoj jednog dela grada, bori samo nekoliko ljudi, a ne svi mi, onda je ta ideja već u prvoj fazi ugrožena. Vlast je dužna, s druge strane, da regrutuje sve slojeve društva kako bi se stvorio jedinstven front u realizaciji te ideje.**

štaviše ona je očekivana, kako bi se ideja što bolje realizovala. Međutim, danas se kritičari sistema utrkuju čija će kritika usporiti sistem ili uništiti sistem.

Retrogradne snage postoje i u samoj birokratiji. Naime, ideal svake nove vlasti jeste da uspostavi bolji sistem funkcionisanja uprave. Međutim, po pravilu je to samo promena određenih propisa i/ili

**Dakle, bez ozbiljne borbe i mobilizacije svih nas u toj borbi protiv retrogradnih snaga naša sudbina će i dalje biti neizvesna, tj. izvesno loša.**

nisanja uprave. Međutim, po pravilu je to samo promena određenih propisa i/ili

promena čelnih funkcionera u organima uprave.

Pre svega je potrebno unaprediti sistem nagrađivanja, ali i kažnjavanja svih službenika. Do sada je, naime, bilo pravilo kažnjavati službenike koji su preduzimali određena dela, što je dalje zatvorilo i ovako zatvorenu birokratiju. Niko nikada nije kaznio nekog službenika u bilo kom postupku zbog nepostupanja.

Nerad i nedovoljna radna navika ubedljivo su najveći neprijatelji našeg društva.

Davno već u Srbiji važi pravilo da društvo ne može toliko malo da plati zaposlenog

*Moć pete sile – medija odavno niko ne osporava. Mediji npr. o ovoj temi mahom izveštavaju kao o nečemu što je netransparentno (mada projekat još nije započet jer je u fazi pripreme), o nečemu što je loše i tome slično. Niko npr. nije vršio simulaciju privrednih kretanja realizacijom te ideje. Niko se nije bavio temom estetskog izgleda grada, novog imidža moderne prestolnice, niko se nije bavio pitanjem novih radnih mesta, oporavkom građevinske industrije, niko nije sagledao nove investicije u devastiranom infrastrukturnom sistemu grada, niko se nije bavio pitanjem prečišćavanja otpadnih voda. Niko nije razmatrao, niti simulirao kako će privredni sistem reagovati na jednu tako veliku investiciju.*

koliko on može malo da radi. Izgovori što nešto nije urađeno kada je trebalo pravilo je, a ne izuzetak. Nedopustivo je da se najviše čekaju rešenja nekog organa koji ima dvostruko više službenika nego što bi trebalo.

Nejasno je zašto se niko ne ugleda na Agenciju za privredne registre. Naime ovaj organ donosi ubedljivo najviše rešenja i odluka od svih drugih državnih organa zajedno iz najosetljivije oblasti poslovanja, a opet se na rešenje ne čeka više od 3 dana od dana dostavljanja zahteva. Zašto se niko ne zapita u čemu je tajna, kako je moguće prepisati ovo nesvakidašnje dobro rešenje, pa čak i za najrazvijenije demokratije sveta, ne samo kod nas.

Građani su svedoci da se samo za potpis na jednom rešenju često čeka i više od nedelju dana, a na samu izradu rešenja čeka se i po nekoliko nedelja. Pa kada bi građani tako dugo radili na jednoj stvari, sigurno bi nam standard bio kao u najnerazvijenijim delovima Afrike. Često se ponašamo kao da smo do sada vredno radili i da sada imamo „kredita” da se opustimo i prepustimo neradu. □

Igor Isailović, advokat

## CUSTOMER LOYALTY AND BEYOND

Dr Thomas L. Baker

May 16<sup>th</sup> 2015

Belgrade



### PROGRAM OVERVIEW:

Most firms have moved beyond thinking about satisfaction to realizing the creation of loyalty among customers is better outcome on which to focus for a number of reasons. The purpose of this seminar is to explore what loyalty is and how to develop stronger loyalty bonds with customers. The seminar will also address issues such as managing loyalty groups, the use of customer lifetime value and cutting edge share of wallet approaches, and managing loyalty programs. The seminar will finish with some discussion of customer engagement which has been proposed as the next level in customer loyalty management. The seminar will be conducted in as interactive manner as possible. To the extent possible, the specific interests of those who register for the seminar will be taken into account when developing the material to be presented.

### BENEFITS TO PARTICIPANTS:

Upon completion of the seminar, participants will, among other things:

- (1) Understand conceptually and operationally what loyalty is;
- (2) Understand two different approaches to measuring loyalty;
- (3) Understand conceptually and operationally the concepts of customer lifetime value and share of wallet allocation;
- (4) gain an initial understanding of customer engagement as a potential supplement or complement to current loyalty measures.

### SEMINAR LEADER:

**Thomas L. Baker** is Associate Professor of Marketing at the University of Alabama. Dr. Baker's research has been published in a number of journals including the Journal of Marketing, the Journal of Retailing, the Journal of the Academy of Marketing Science, the Journal of Business Research, and the Journal of Personal Selling and Sales Management. His research interests lie primarily in the areas of frontline employee management and service branding. Dr. Baker has also been involved in a number of international programs ranging from teaching in Barcelona, Manchester (UK), and Zagreb (Croatia) to doing Executive Education programs in Riga (Latvia), Zagreb (Croatia), and Sarajevo (Bosnia).

