

STRUČNI STUDIJSKI PROGRAM ZA STUDENTE ZAVRŠNIH GODINA  
EKONOMSKOG FAKULTETA U SUBOTICI, UNIVERZITETA U NOVOM SADU



Pre samo dve godine pisali smo: „prvi mačići i vodu preživeli!“, ali evo ne samo da smo preživeli nego se opet vraćamo na teritoriju Nemačke sa željom da nešto novo vidimo i naučimo. Baš kao što svako uči na greškama, tako smo i mi poučeni prethodnim iskustvom, ovaj put razmišljali o svim detaljima. Akcenat smo stavili na stručna predavanja i posete univerzitetima, i naravno kompanijama, a u okviru slobodnih aktivnosti, svoje vreme studenti su po svom izboru provodili posećujući znamenitosti, ulice, kvartove, butike ili pak kafiće.

Grupa od tridesetak studenata i dva asistenta uputila se put Nemačke sa željom da vidi kako izgleda proizvodnja i kako se trenutno biznis vodi u jednoj od najrazvijenijih zemalja sveta. Gladni znanja, nestrpljivi ali što je najvažnije veoma pozitivni, krećemo iz Novog Sada pa preko Subotice na put. Prva prepreka čeka nas već na granici sa Mađarskom, gde se kolona automobila i autobusa, uglavnom gastarbajtera iz Evropske Unije, protezala u nedogled. Zahvaljujući upornosti i snalažljivosti pojedinih studenata, kao i dobro uvežbanim pregovaračkim veštinama, dolazimo na red na graničnom prelazu i konačno nam se otvaraju vrata ka EU.

Još uvek puni entuzijazma, željno iščekujući početak programa, stižemo u Minhen, glavni grad pokrajine Bavarske, sa ukupno približno 1,5 miliona stanovnika. Do prvog predavanja ostalo je taman toliko vremena da doručujemo i da delimično stvorimo sliku o veličini tog grada. Prvo predavanje zakazano je na „Technischen Universität“ u Minhenu. Tu nas je dočekaao Nikolas Đukić, predstavnik **Bayhost organizacije** (<http://www.uni-regensburg.de/bayhost>) koja sedište ima na Univerzitetu u Regensburgu. Studentima je predstavio mogućnosti studiranja i stipendiranja za stručne studije ili kurseve jezika od strane njihove organizacije.

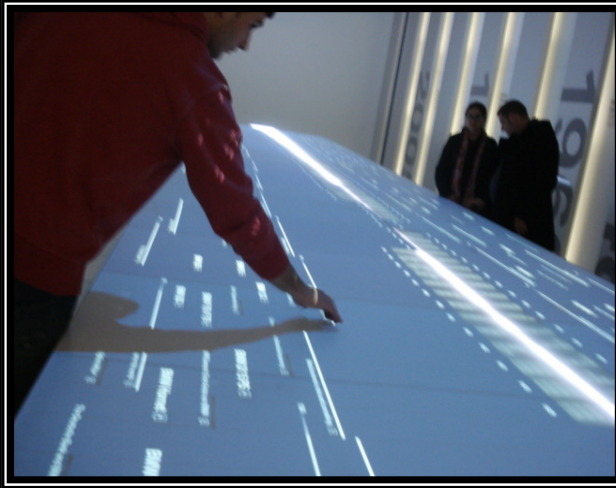


Nakon toga usledilo je predavanje kod profesora **Prof. Dr. Jan H. Schumanna**, docenta na katedri za marketing na Ekonomskom fakultetu u okviru ovog univerziteta (<http://www.jp->

[marketing.wi.tum.de/index.php?id=15](http://marketing.wi.tum.de/index.php?id=15)). Budući da su teme kojima se bavi vezane za On-line marketing i za ponašanje potrošača u programima lojalnosti, imali smo priliku da čujemo najnovije trendove u ovoj oblasti. Nama je predstavio deo projekata koji trenutno sprovodi zajedno sa svojim asistentima, a koji je finansiran od strane Saveznog ministarstva za obrazovanje i istraživanje pod nazivom „Fre(E)S“ – Produktivnost besplatnih E-usluga. Još jednom nas je podsetio da i iako je prošlo puno vremena otkada je skovana, fraza da „u ekonomiji nema besplatnog ručka“ i u savremenim uslovima je potpuno relevantna. Nakon kratke diskusije o ovoj temi imali smo priliku da upoznamo i nekoliko studenata sa tog fakulteta od kojih smo između ostalog čuli da ovaj univerzitet ima godišnji budžet od približno 900000 eura, da ima svoja 2 kampusa – jedan u gradu, a drugi oko 10 km izvan Minhena, da poseduje sopstvenu pivaru koja je najstarija u Minhenu, ali čija se celokupna proizvodnja podeli studentima na dan univerziteta, kao i da blisko saraduju sa kompanijama kao što su BMW, Simens, Bosch,.. koji ne štede u investiranju u ovakve institucije jer je to upravo jednim delom izvor njihovog uspeha.

Nakon smeštanja u hostel, svako na svoju stranu da protegne noge! Srećni što nas je ipak u Minhenu dočekalo sunce, umesto snega koji je tamo padao početkom aprila, krećemo u obilazak. Nezaobilazna destinacija i ove godine, kao i uostalom svakom turistu koji poseti ovaj grad, jeste Englischer Garten. Kao najveći park u Evropi, prolaznicima daje mogućnost da se čak i u tako razvijenom i urbanizovanom gradu izgube i čuju samo zvuk ptica, umesto uobičajene saobraćajne buke. Izbor je veliki: uživati u ukusima bavarske kuhinje u blizini Kineskog tornja i slušati tradicionalni nemački šlager, posediti na obali reke Eisbach i posmatrati momke koji satima pokušavaju da usavrše svoju tehniku rečnog surfinga ili se jednostavno baciti na travu i uživati u lepom danu. Još jedna privlačna destinacija pogotovo muškoj populaciji bila je svakako i Allianz Arena. Ovaj put samo kao turisti, a neki sledeći put, kada Bayern bude šampion, možda se pojavimo i kao navijači. Naravno niko ne može prevideti da poseti čuveni Odeonsplatz i da se nađe na mestu na kojem je u jednom trenutku pisana istorija. I to je još jedna stvar koju smo svi shvatili: o toj temi ne diskutuj i ne raspravljaj sa Nemcima! Ali zato, dobro pivo uvek možemo zajedno da popijemo, tako da se svako druženje obično završi u Hofbräuhaus pivari.





Ako se po jutru dan poznaje, onda je kišno jutro u Minhenu narednog dana moglo da odvraći najnevernije od obilaska grada i poslednjeg pozdrava sa mestom susreta istorije i budućnosti. Glavnog grada pokrajine koja ima GDP u proseku 10 puta veći nego Republika Srbija. U popodnevним časovima krećemo u kompaniju BMW. Dugo očekivani obilazak proizvodnih pogona, obilazak BMW Welta kao i muzeja, smo svi sa nestrpljenjem iščekivali. Podeljeni u dve grupe zbog stručnog obilaska razdvajamo se: jedni se prepuštaju BMW priči a druga grupa odlazi u Olympiapark i sa centralnog tornja pokušavamo da pronađemo poznate nam građevine. Ove godine imali smo priliku da posetimo i muzej, koji osim svoje prelepe građe ima da ponudi celokupni program BMW kroz istoriju, praćen istorijskim činjenicama i promotivnim materijalima karakterističnim za taj period. Puni utisaka, prepričavamo u autobusu svoje doživljaje, jer svaka grupa ima svoju priču koju želi da podeli. U predvečerje stižemo u Štuttgart i smeštamo se u već poznati nam hostel na uzvišenju iznad grada, u blizini glavne železničke stanice.

Uranak, doručak i opet u nova osvajanja! Ovaj put idemo malo severnije od Štutgarta, ali još uvek ostajemo u istoj pokrajini Baden-Wuttemberg. Cilj nam je kompanija John Deere u Manhajmu u kojoj smo imali osobom zaduženom za zaustavimo i



dogovoren obilazak fabrike, kao i radionicu sa marketing. Na putu, nismo odoleli a da se ne u Hajdelbergu koji je bio pošteđen bombardovanja za vreme rata, za razliku od većine okolnih gradova. Iz tog razloga, ovaj grad i danas može da se pohvali velikim univerzitetom, univerzitetskom bibliotekom, starim zamkom i prelepim građevinama u starom gradu. Jedva smo stigli da udahnemo i nastavljamo dalje put Manhajma. U John-Deeru nas očekuju i odmah krećemo u proizvodne pogone. Od vodiča saznajemo neverovatne činjenice: da svaka 3 minuta u proseku sa trake izađe po jedan gotov traktor, da su svi traktori prilagođeni pojedinačnim zahtevima klijenata, da ova kompanija proizvode izvozi na sve kontinente na svetu i da svoj traktor možete dobiti čak i u drugoj boji ukoliko vam se to više sviđa, uz naravno određenu novčanu nadoknadu.

Iako smo sigurni da bi ljudi iz ove kompanije dali odgovor i na pitanja koja nismo stigli postaviti, budući da su bili otvoreni za komunikaciju, mi nastavljamo dalje na nestrpljivo iščekivano predavanje u Mercedesu. Stižemo nazad u Štuttgart, tačni kao i Nemci, i oko 17 časova primaju nas u glavnoj upravnoj zgradi. Budući da smo pre dve godine već bili

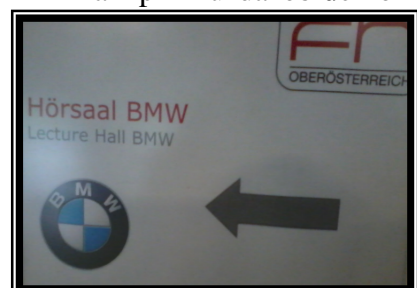


u obilasku proizvodnih pogona, koji u najmanju ruku podsećaju na proizvodnju u BMW, ove godine dogovoreno je samo stručno predavanje. Pomalo umornim od celodnevog programa, na naše oduševljenje prijem je organizovan u IC roomu – prostoriji koja je posebno opremljena tehničkim uređajima i koja je u službi integrisanih komunikacija u ovoj kompaniji. Ono što nas je tamo čekalo jeste detaljan komunikacioni plan u svim fazama lansiranja jednog proizvoda koji se sastavlja na nivou grupacije. Konkretno, predstavljen nam je marketing plan za automobil Mercedes Classe-c Coupé i njegova propratna kampanja. (<http://www.youtube.com/watch?v=IDOnAUBYUI8&feature=related>) Ne znam još uvek da li zbog udobnosti stolica, premorenosti od celodnevog pešačenja ili neverovatno inspirativnog predavanja, studenti nisu lako dopuštali kraj predavanja. Čuli smo kako se marketing strategija sa svim neophodnim alatima za sprovođenje kreira na korporativnom nivou, a kasnije se primenjuje na nivou svake države i regiona u zavisnosti od karakteristika lokalnog tržišta i kupaca. Puno detaljnih odgovora na svako pitanje, nije ni jednog studenta ostavilo ravnodušnim. Mogli smo pretpostaviti, da je u tom trenutku većina sebe videla u toj zgradi na nekoj od pozicija kako učestvuje u kreiranju i očuvanju vrednosti ovog brenda.

Da ne bi sve ostalo samo na slici, poslednji dan smo iskoristili za obilazak Mercedesovog i Porscheovog muzeja kao i za obilazak osunčanog Štutgarta. U Mercedesovom muzeju, dobro poznata galerija celokupnog proizvodnog opusa predstavljena je kroz jednu istorijsku priču. Svako je pronašao svog ljubimca, iznenadio se raznovršnošću programa koji je postojao za vreme postojanja ove kompanije ali i taktikama koje je kompanija koristila tokom različitih istorijskih perioda. Na kraju, da zaokružimo priču automobilske industrije na našoj ekskurziji odlazimo u posetu Porscheovog muzeja. Iako impozantni primerci, ceo kontekst nije bio tako bogat i živopisan kao u druga dva muzeja. Na kraju je samo odjeknula rečenica: „da je naše gledanje ovih automobila kao razgledanje tuđih žena“ te smo krenuli dalje, barem dok ne skupimo dovoljnu sumu novca, barem za test vožnju ☺

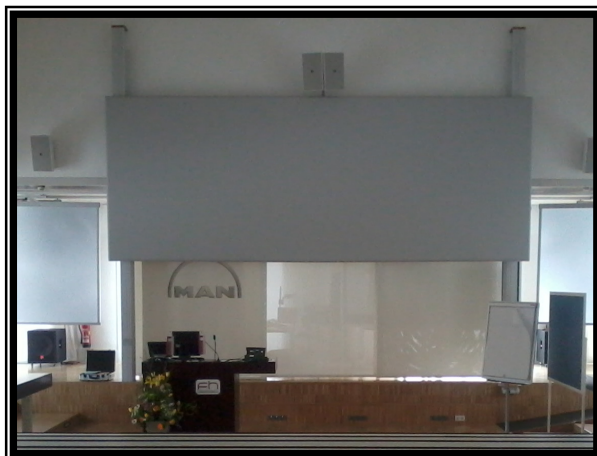


Posle duge noćne vožnje i par prospavanih sati, stižemo u Steyr u Gornjoj Austriji. Polako se razbuđujemo i pred očima nam je divan prizor. Imamo dovoljno vremena da se prošetamo i pronademo sveže pečene kroasane sa čokoladom čiji se miris širi iz lokalnih pekara. Dovoljno malo mesto da se ne izgubimo, ali dovoljno lepih prizora da nam ne bude teško da istražimo svaki kutak. Na ušću dve reke, u blizini Univerziteta, dočekuje nas odmorno lice našeg domaćina – profesora Andreasa Zehetnera (<http://research.fh-ooe.at/staff/14206>), koji je glavni krivac ali i zaslužan što smo došli u taj deo Austrije. Univerzitet primenjenih nauka FH ima 4 svoja kampusa u Linzu, Welsu, Hagenbergu i u Steyru koji smo mi imali priliku da obidemo i posetimo. Posle dobrodošlice u studentskoj kantini, obišli smo zgradu i tada se prvi put susreli sa jednom pojavom



koja je u razvijenim zemljama poznata – sponzorisani amfiteatri. Naime svaki amfiteatar nosiv naziv jedne od kompanija sa kojom fakultet blisko saraduje i koja ulaže u razvoj studenata kao svog budućeg kadra.

I upravo u jednom od tih amfiteatara imali smo veoma inspirativno predavanje profesora Zehetnera. Čudno je koliko sličnosti ima između ove dve države, Srbije i Austrije, a još čudnije, koliko nam je to ponekada teško da vidimo. Predstavio nam je mogućnosti studiranja na njihovom univerzitetu, koje je čak šta više besplatno za stanovnike Srbije kao i u svim gradovima u Austriji. Na kraju predavanja, ono što smo svi poneli sa sobom jeste osmeh na licu i entuzijazam koji pokreće. Pa čak i posle 5 napornih dana ekskurzije ☺



Smeštamo se u Lincu i to je naše poslednje utočište na ovoj ekskurziji. Za razliku od gradova u Nemačkoj koje smo posetili gde je engleski jezik bio sasvim zadovoljavajuće sredstvo komunikacije, u ovom delu Austrije, ipak cene tradiciju i ne odstupaju od svog jezika. Tako da ko zna zna, ko ne zna, pantomima je poslužila. Uskrs provodimo u Lincu, neki su čak i do Beča stigli. Ono što svakako vredi posetiti jeste Ars Electronica Muzej u Lincu (<http://www.aec.at/news>) koji na interaktivan način predstavlja elektronska dostignuća današnjice i njihovu upotrebu i mogućnosti korišćenja u svim oblastima života.

Poslednje jutro, pomalo tmurno ispraća nas iz Linca. Ali mi nismo još uvek posetili sve što smo isplanirali. Pre nego što definitivno namestimo naš GPS u autobusu na koordinate Srbije, svraćamo još u dve fabrike koje se bave uglavnom B2B poslovanjem. Do tadašnje posete, većina nas za njih nije nikada ni čula, ali kada smo čuli broj zaposlenih, godišnji promet i preduzeća sa kojima saraduju



shvatili smo da to što ih mi ne znamo, njih ne čini manjim već naprotiv, velikim svetskim igračima. Prva po redu je kompanija Eurofoam (<http://www.eurofoam.eu/en>) koja se bavi proizvodnjom pene koja ima primenu u najrazličitijim finalnim proizvodima kao što su: zvučna izolacija u prostorijama, toplotna izolacija u automobilima, ojačanja na sportskim dresovima u biciklizmu, sedišta u automobilima... Posluju u preko 15 zemalja. Oni su jedna od kompanija u lancu snabdevanja u auto industriji i to linijom: sirovine – pena - šivenje – finalni proizvod. Kao što vidimo, svakodnevno su upućeni na pregovore kako bi ostvarili svoj udeo u kolaču profita u lancu koji se deli.



I kao šlag na tortu, kompanija TGW Logistic Group (<http://www.tgw-group.com/>) koja posluje na svim kontinentima širom sveta. Bavi se projektovanjem logističkih rešenja za skladišta. Nakon prezentacije marketing nastupa i strategije poslovanja usledio je obilazak proizvodnih pogona. Tamo smo mogli da se po prvi put upoznamo sa takvim sistemima, koja će se u Srbiji tek primenjivati. Između ostalog ovakvi sistemi svoju primenu nalaze u automobilskoj, prehrambenoj, farmaceutskoj trgovinskoj industriji, bibliotekama, u distribuciji pića i elektronskom poslovanju. Celi sistemi se projektuju u kompaniji, ali se u gotovim sastavnim delovima zajedno sa softwerima transportuju i na licu mesta, u skladištima klijenata instaliraju. Zanimljivo se može učiniti da je prosečna starost zaposlenih u kompaniji 33 godine, da većinu kadra čine zaposleni u R&D sektoru koji rade na pojedinačnim projektima jer je svaki rađen u skladu sa potrebama klijenta, da je zvanični jezik engleski, te da nemački jezik ne predstavlja prioritet naspram specijalizovanog znanja i izvrsnosti u ovoj oblasti. Kao i sve ozbiljne kompanije koje razmišljaju na dug rok, i TGW ima svoj program praktikanata i svake godine mladi stručnjaci sa različitih fakulteta ovde prave svoje prve korake u praksi.

Kiša nas je ispratila iz Linca kada smo se uputili nazad za Srbiju. Srećni što smo bogatiji za jedno ovako veliko iskustvo vraćamo se svojim prijateljima, obavezama i svojim jastucima. Ali sigurno sa izmenjenim pogledom na naše zadatke, ciljeve i standarde koje sebi namećemo. Put je dug, muzika tiha, a misli se premotavaju i utisci sabiraju. Ne znam da li ikada treba da se slegnu ili da budu motivator i pokretač koji će nas upravo vući da i mi jednog dana svojim znanjem dostignemo taj nivo u poslovanju i pružimo pristojan otpor kao konkurenti u ovim oblastima. Do tada neka se film razvija, pa do nekog sledećeg putovanja neka nam posluži, ako ništa drugo, kao inspiracija.

