

INTERVIEW



Д-р ГЕРД ВАСЕНБЕРГ

ВИЗИТИНГ ПРОФЕСОР НА УНИВЕРЗИТЕТ АМЕРИКАН КОЛЕѢ-СКОПЈЕ

ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО ТРЕБА ДА СЕ РАЗВИВА НА СИТЕ НИВОА ВО ДРЖАВАТА

Не само луѓето во академската средина треба да се поттикнуваат да станат претприемачи. Потребно е да се создаде иновативна и претприемачка клима во постоечките компании преку предавања во училиштата и универзитетите, давање на информации на секоја страна заинтересирана за отпочнување на сопствен бизнис од страна на финансиските институции и локалната, регионалната и националната политика.

► Професоре, кажете ни накратко за предметот кој го предавате на МБА студентите на УАКС? Што можат да научат студентите од вашето меѓународно искуство кое го споделувате со нив?

Започнувајќи од 2014-та година, јас го предавам предметот Меѓународен маркетинг на МБА студентите на Универзитет Американ КолеѢ Скопје (УАКС). За време на предавањата, тие имаат можност да научат како да применат активен маркетинг на глобалните пазари, пред сѐ, на пазарите во Европа. Воедно, тие се стекнуваат со знаења како да управуваат со анатомијата на маркетингот, како да водат грижа за ризиците, особено за оние кои се застапени во различните култури низ светот, но и како да управуваат со традиционалните и современи инструменти на маркетингот.

Како професор, настојувам да им овозможам на студентите да почувствуваат дел од моето искуство кое што го имам стекнато и кое сè уште го стекнувам во неколку земји во Европа, како и во земјите на американскиот континент.

► Колку сте задоволни со квалитетот на МБА кандидатите на УАКС во поглед на нивните вештини, подготвеност, креативност, итн.?

Она што можам да го истакнам е дека сум особено задоволен и импресиониран од студентите кои ја следат МБА програмата на УАКС. Тие се подготвени за мојот предмет, дури и пред почетокот на предавањето и поседуваат т.н. меки вештини за презентација на своите задачи и проекти и меки вештини за комуникација. Студентите на УАКС кои досега сум ги запознал се особено креативни и пројавуваат интерес за

нови знаења во областа на меѓународниот маркетинг и останатите области.

► Како е вашето мислење за МБА програмата на УАКС во целост?

Сметам дека наставната МБА програма која ја нуди УАКС е добро конципирана. Истата им овозможува на студентите по завршувањето на студиите и стекнувањето на домашна и меѓународно призната диплома да се вработат на високи работни позиции во деловната заедница во Македонија и во странство.

► Која е според вас конкурентската предност на УАКС во споредба со останатите високообразовни институции во Македонија?

Несомнено, јазикот на изведување на наставата, односно англиски јазик, е една од најзначајните компетитивни предности

40 ИНТЕРВЈУ

на УАКС. Потоа, она што го издвојува УАКС од останатите високообразовни институции во Македонија е ангажирањето на наставен кадар од земјите во странство, кое што им овозможува на студентите на МБА програмата да стекнат знаења и вештини од професори кои предаваат на реномирани високообразовни институции во Европа и светот и да имаат меѓународно искуство во текот на студиите. УАКС е исто така единствен претставник од Македонија кој членува во академската мрежа Решница, која што овозможува воспоставување на соработка меѓу универзитетите во Западен Балкан и универзитетите во Германија.

► **Слушнавме дека сте биле во посета на македонски извозни индустрии досега. Што би можеле да ни кажете за нивните бизнис практики и најголемите предизвици со кои што тие се соочуваат во своето работење?**

Да, во текот на изминатите две години, бев во посета на неколку компании кои вршат извоз на добра и услуги. Најголемиот предизвик во работењето на овие компании е глобализацијата, која што е се поинтензивна секој ден. Последица од овој процес е зголемувањето на интензитетот на конкуренцијата во светски рамки. Притоа, за да се надмине овој предизвик, ќе биде потребно да се научи како да се менаџира интеркултурната компетенција и знаење и како постојано да се вреднува искуството на компаниите кои доживеале неуспех во своето работење.

► **Македонските компании се незадоволни од фактот што државата ги фаворизира директните странски инвестиции, на штета на развојот на домашните бизниси. Каково е вашето мислење? Кој би бил најсоодветниот начин да се создаде балансирана стратегија за поттикнување на странски директни инвестиции, без занемарување на потребите на домашните компании?**

Вакво незадоволство е добро познато насекаде, не само во Македонија. Многу земји, без разлика дали се индустријализирани или не, се соочуваат со проблеми на традиционално индустриските или земјоделските структури на своите економии. Тие е потребно да ги променат овие структури во случај и кога треба да вработат луѓе на постоечките работни

Кој е проф. Герд Васенберг

Професор Васенберг е визитинг професор на Универзитет Американ Колеџ Скопје (УАКС), каде предава Меѓународен маркетинг на МБА студенти во последните три години. Сепак соработката со УАКС е подолга од пет години, каде во рамки на Решница – академска мрежа за развој на претприемништво во Југоисточна Европа се развиваат и имплементираат голем број едукативни и истражувачки проекти во текот на годината. Проф. Васенберг е професор по Маркетинг, Претприемништво и Интеркултурен менаџмент на неколку универзитети во Германија (Westfälische Hochschule Campus Bocholt, Aachen University of Applied Sciences and at Essen-Duisburg University) и визитинг професор за Претприемништво и регионален развој на два универзитети во Бразил, и Меѓукултурен менаџмент на универзитетот CENTRIA UAS, Kokko-Ia/Ylivieska во Финска. Освен академското искуство професорот е врвен и признат консултант на повеќе значајни мали и средни претпријатија како претседавач на управни и советодавни одбори, но и како сопственик и косопственик на неколку претпријатија. Бил владин консултант за Регионален трансфер на технологија на германскиот регион Северна Рајна Вестфалија (State Government of North Rhine Westphalia) и директор за маркетинг и деловен развој на владината програма за економски развој на Ирска.

позиции и кога треба да отворат нови работни места. Разбирливо е дека постоечките компании би сакале да го сочуваат својот удел на пазарот. Но, ние не можеме да ја запреме глобализацијата и последиците од неа. Воедно, конкуренцијата ја поттикнува креативноста и моќта за иновации во постоечките компании. Она што можам да го истакнам од моето досегашно искуство е дека би било добро да се привлекуваат странски директни инвестиции во бизнис секторите што се нови за една земја и што имаат добра перспектива.

► **Кои се најдобрите практики за поттикнување на стартап бизниси и претприемништво во земјите во кои имате работено?**

Согласно моето досегашно искуство, најдобриот начин за поттикнување на стартапите е создавање иновативна и претприемачка клима преку разработка на сеопфатна рамка. Тоа значи дека не само луѓето во академската средина треба да се поттикнуваат да станат претприемачи. Потребно е да се создаде иновативна и претприемачка клима во постоечките компании преку предавања во училиштата и универзитетите, давање на информации на секоја страна заинтересирана за отпочнување на сопствен бизнис од страна на финансиските институции и локалната, регионалната и националната политика. Основата за поттикнување на стартап

бизниси и претприемачки дух се наоѓа во помалата бирократија, давање на поголем мотив на луѓето кои што имаат желба за започнат сопствен бизнис, понуда на ризичен капитал и грантови или субвенции за создавање на почетни бизниси. За крај, би сакал да напоменам дека еден од најзначајните фактори е тоа што ние не смееме да си дозволиме јавно да ги осудуваме претприемачите кои доживеале неуспех во својот бизнис. Потребно е да им помогнеме да извлечат поука од неуспехот и да ги мотивираме да искористат втора можност за отпочнување на сопствен бизнис.

► **Ако ве праша некој да дадете три битни совети за еден претприемач, кои би биле тие?**

Пред сè да се биде отворен и искрен, а потоа да се мотивираат вработените, бидејќи во суштина тие ги претставуваат првите клиенти на компанијата. За ова можам да цитирам една кратка мисла кажана од некој мудар човек – „Доколку сакаме да блескаме однадвор, најпрво мора да имаме искра одвнатре“. Третиот совет се однесува на соработка на малите и средните претпријатија и заедничко делување на странските пазари. Има доволно примери кога настапот на една компанија на меѓународен саем е прилично тежок, но сè би било далеку полесно доколку две или три помали заеднички се претстават на вакви настани. ■■■



Секогаш Вкусно!

Специјал
од 1989

**Многу повеќе
ог џекара!**