

# Preživeli bodo samo najboljši!

Maruša Bertonec

Akton Telekomunikacijski inženiring je iz malega podjetja na področju informacijsko-komunikacijske tehnologije do danes postal ugleden in eden najuspešnejših mednarodnih ponudnikov telekomunikacijskih storitev. Podjetje od jeseni 2007 vodi Igor Košir, ki mu za visoko rast prihodkov na področju mednarodne veleprodaje glasovnih in podatkovnih storitev pripisujejo levji delež zaslug, zaradi česar se Akton zadnja leta tudi redno pojavlja na lestvici najhitreje rastočih slovenskih podjetij.

Čeprav je odgovor na vprašanje o formuli za uspeh gazel dvajsetletnic po večini enak ali vsaj podoben – da seveda ni enotne formule – ima kljub vsemu prav vsaka svojo posebno »kemijo«. Kako bi opisali Aktonovo – katerih ključnih načel se držite, še posebno v sedanjih razmerah?

Lahko govorimo o nekakšni kemiji, seveda. V Aktonu gre za skupino ljudi, ki deluje homogeno, ki brezpogojno sledi začrtani strategiji in stremi k skupnemu cilju. Pri nas se posel odvija zelo dinamično in pričakuje se, da se vsak maksimalno potrudil pri svojem delu ter da je ciljno naravnani. Prvi pogoj za to pa je pozitivna klima, da se vsak počuti varno in da ima vsak dolgoročno motivacijo biti del tega tima. Doseči ta nivo in zavest zaposlenih je bilo težko, zahtevalo je veliko žrtvovanja, vendar se je na koncu izplačalo. V letu 2007 smo si postavili jasne cilje, postati želimo preferiran partner za telekomunikacijske storitve, naša misija je povezati regijo bivše Jugoslavije s svetom. Sestavni deli formule za uspeh so torej dobra ekipa, jasna strategija in ambiciozni cilji.

Kar nekaj gazel na trgu ni več prisotnih. Razlog za to je brzkone tudi to, da gazele, ki tekajo po savani (trgu), preživijo krvoločni gepardi. Tukaj mislim predvsem na državni aparat, ki štiti monopoliste in omejuje konkurenco, tako v Sloveniji kot naši širši regiji.

Že nekaj let zaporedoma je podjetje na lestvici gazel, k čemur naj bi s svojimi izkušnjami veliko pripomogli tudi vi. Od prevzema naprej pa ste podjetje popeljali skoraj v vrh 50 največjih IKT-družb pri nas. Kako vam uspeva vse to glede na globalne krizne razmere in hkrati glede na



fotografija Maruša Bertonec

Igor Košir, direktor podjetja Akton: Če želiš biti uspešen, moraš verjeti vase, v ekipo in podjetje, ki ga vodiš. Potem pa seveda sledi trdo delo. Cena za uspeh je visoka, saj rezultat zahteva tudi svoje resurse in veliko odpovedovanja, predvsem v zasebnem življenju. Tako pač je v našem poslu... Preživeli bodo samo najboljši!

dejstvo, da so tudi razmere v regiji, kjer ste najbolj prisotni, zadnja leta precej slabe?

Res je, ko sem leta 2007 prevzel vodenje podjetja, so prihodki znašali osem milijonov evrov, v letu 2010 pa smo dosegli že 60 milijonov evrov prihodkov iz poslovanja. To je glede na splošno krizo in težke razmere v vseh segmentih kar dober rezultat. Če se ozrem nazaj, si te rasti podjetja ne štejem ravno za velik uspeh – obstaja namreč še kar nekaj izzivov in ciljev, ki jih moram preseči. Marsikdo se danes bori za preživetje, zato je definicija uspeha precej relativna stvar.

Če želiš biti uspešen, moraš verjeti vase, v ekipo in podjetje, ki ga vodiš. Potem pa seveda sledi trdo delo. Cena za uspeh je visoka, saj rezultat zahteva tudi svoje resurse in veliko odpovedovanja, predvsem v zasebnem življenju. Tako pač je v našem

poslu... Preživeli bodo samo najboljši!

Kako pravzaprav vidite vlogo gazel v družbi na splošno? Bi se strinjali s tem, da so dolžne proaktivno skrbeti za svoje okolje – tudi z vidika vzajemnega premagovanja ovir in neugodnih razmer? Ali sploh lahko obstojijo brez investiranja – tako trdega kot mehkega – v okolje, kjer so prisotne?

Vsaka uvrstitev na lestvico, kakršna je tudi lestvica gazel, je velik uspeh za vsako podjetje in zaposlene. In tudi mi smo ponosni na to. Tovrstne izbore podpiramo in smo veseli vsakoletne uvrstitve. Iz lastnih izkušenj lahko povemo, da se tovrstna prepoznavnost pozna v večji sproščenosti poslovanja, kajti prepoznavnost dobrih dosežkov je motivacija za naprej. Poslovno okolje je trenutno zelo zaostreno in vlaganje v komunikacijo in zaupanje med poslovnimi partnerji prinese dober rezultat. Brez tekočega investiranja človeškega kapitala in sredstev za spodbujanje poslovnega okolja ne gre.

Država pa ne bi smela porabljalati energije za podjetja, ki so praktično že mrliči, in za zadnje čase aktualen lov na čarovnice, ampak bi se morala po mojem mnenju osredotočiti na dobra in rastoča podjetja, jih podpirati tako na domačem kot tudi na tujih trgih. Naše zahodne sosedje so v tem zelo uspešne, kar se še kako dobro čuti v naši bližnji regiji. Poleg tega bi se morala slovenska podjetja na tujih trgih tudi med seboj bolj podpirati. Lahko bi bila bolj povezana in imela več medsebojnega poslovanja.

Ena vaših usmeritev govori tudi o večji prilagodljivosti in usmerjenosti k uporabniku/partnerju. Kaj to pravzaprav pomeni v praksi? Kako sploh biti pri tem uspešen zdaj, ko so razmere tako negotove in hitro spreminjajoče?

V praksi to pomeni, da ponudiš storitve, prilagojene zahtevam kupca ali skupini kupcev. Telekomunikacije so v današnjem svetu nuja in s tem ima tudi kakovost storitve svojo ceno. Iščemo rešitve, ki so ugodnejše za naše stranke, ne nujno najcenejše, vendar najbolj optimalne za njihovo poslovanje.

V čem pa je vaše podjetje (naj)boljše v primerjavi s tekmeci, v čem ste najmočnejši?

## 1,2 milijona evrov za skoraj 200-odstotno rast prihodkov

Družba Akton je svoj položaj na področju medomrežnega povezovanja občutno okrepila leta 2006, ko je investirala 1,2 milijona evrov v lastno hrbtnično omrežje za prenos podatkovnih storitev od Ljubljane mimo Zagreba in Banjaluke do Sarajeva. Že leto kasneje je bila rast prihodkov kar 196-odstotna, lani pa je časopis Finance objavil analitični seznam Top 50 IKT-podjetij, med katerimi je bil Akton na skupnem 13. mestu. Po prihodkih iz prodaje, ki so znašali 39,1 milijona evrov, se je na področju telekomunikacij uvrstil na 4. mesto, zelo visoko pa je kotiral tudi po dodani vrednosti na zaposlenega, ki je bila trikrat večja od slovenskega povprečja. Kar 96 odstotkov vseh prihodkov družbe predstavlja prodaja storitev v tujino, in sicer na skoraj celotno območje bivše Jugoslavije, postopno pa segajo še na Bliznji vzhod in v Afriko.

Akton nima tekmecev. Ima partnerje in prav v tem smo najmočnejši. Naša največja prednost so know-how, tržne niše in regijska prisotnost. Poleg tega imamo veliko število mednarodnih partnerjev in vse to predstavlja veliko prednost pri sklepanju t. i. »bunde dealov« oziroma paketnih dogovorov z operaterji (več storitev na različnih trgih v eni pogodbi, op. p.). Na tak način smo fleksibilnejši od tistih, ki so prisotni samo na določenem trgu.

V letu 2010 nismo zmanjševali sredstev za izobraževanja in službene poti v tujino. Sodelovali smo v polni zasedbi na vseh mednarodnih konferencah in takih podjetij po našem mnenju trenutno ni veliko. Dokler ne bo boljših od nas, bomo ostali najhitreje rastoče telekomunikacijsko podjetje v regiji.

Na področju IKT je trend-setting ter ustvarjanje rešitev za želje in potrebe,

ki jih še ni – torej ustvarjanje potreb – še posebno eden od glavnih načinov za preživetje. Kako gledate na to? Se morda globalno gledano že približujemo kritični masi produktov in rešitev, ki so predvsem namenjene same sebi, brez neke prave vrednosti za uporabnike, družbo, naravno okolje? Kako nevarno je to lahko za družbo in gospodarstvo?

Naša dejavnost zahteva veliko investicij, zato ne bi rekel, da obstajajo potrebne in nepotrebne storitve/produkti, so pač zgolj dobre in slabe storitve/produkti. Tiste, ki so dobre, vodijo dejavnost naprej, slabe in nekoristne pa nikoli ne zaživijo ali pa hitro doživijo polom. Ena takih je mogoče predimenzionirana lokalna infrastruktura, preveč ponudnikov optičnih povezav na eni lokaciji brez prave ideje in ekonomije obsega končnih uporabnikov, kar pod vprašaj postavlja vračilo investiranih sredstev. Omrežja/infrastrukture je več kot dovolj, pre malo pa je idej, kako ga oplemenititi z idejami/storitvami (storitve z dodano vrednostjo, vsebina). Razvoj absolutno da, vendar naj bodo odločitve glede investiranja racionalnejše.

Vaš predhodni sogovornik, Andrej Baričič z Gea Collegea, član sveta Gazela, je prepričan, da bodo v prihodnosti zares uspešni lahko le timi, sestavljeni iz podjetnih in inovativnih posameznikov, ki se bodo med seboj dobro dopolnjevali. Preostalih pa naj se ne bi preveč dobro pisalo. Se strinjate?

Se strinjam, v dobrem timu so vedno proaktivni ljudje, ki so poleg osnovnega dela pripravljene dodatno investirati v podjetje, torej vložiti dodaten čas in energijo ter tako povečati dodano vrednost. Takih ljudi pa je na žalost malo, ljudi kriza očitno še ni dovolj stregnila.

V Aktonu smo v času splošne konjunkturo izvajali krizni menedžment, se znebili odvečnih stroškov in nemotiviranih ljudi ter tako v krizo vstopili z dobro kondicijo. Zadnja tri leta smo v našem podjetju vložili veliko truda v organizacijske in kadrovske izboljšave. Rezultat je boljše komunikacija in manjša fluktuacija. Zaposleni so namreč ogledalo podjetja in prihodnost le-tega je v veliki meri odvisna od zaposlenih. Sama kriza pa je lahko tudi priložnost, saj bodo po njenem koncu ostali samo najboljši.