

Postanite prvi

NOVI POSLOVNI PRIROČNIK SLOVENSKEGA POSLOVNEŽA IN DOKTORJA EKONOMSKIH ZNANOSTI, KI JE NAMENJEN LE TISTIM, KI SI ŽELIJO BITI ZMAGOVALCI IN SE NE ZADOVOLJIJO S POVPREČNOSTJO.

PIJA KAPITANOVIČ

Izšla je nova knjiga, poslovni priročnik za slovenske podjetnike, že petindvajseta, dr. Andreja Vizjaka, poslovneža, svetovalca in profesorja ekonomski znanosti. Andrej Vizjak živi z ženo Sonjo v Dubaju, ki je po njegovem mnenju skupaj z Abu Dhabijem in Doho v Katarju mesto, kjer se zbirajo najboljši od najboljših iz vseh panog. »Dubaj ima malo več kot dva milijona ljudi, 20 odstotkov njihovih prebivalcev pa prihaja z vseh koncev sveta in predstavljajo najboljše strokovnjake na svojem področju. Tu se zbirajo ljudje, ki vedo, da so v družbi najboljših, kar jih še dodatno motivira za svoje uspehe. Arabci točno vedo, kje želijo biti najboljši. Imajo najboljše telekomunikacijsko omrežje, najboljše letališča, najboljše letalske družbe, najvišje stolpnice. To v Sloveniji manjka. Imamo najlepši otok na Bledu, a tega ne znamo povedati



ZA NAJBOLJŠE NA SVETU VELJA, DA IMAJO SAMOZAVEST, ODLOČNOST, DISCIPLINO IN PREPRIČLJIVOST.

naglas in tudi ne tega, kaj z njim narediti,« je pred izidom knjige za Svet kapitala dejal Vizjak. Leta 2016 sta s ženo priletela iz Dubaja, kjer imata svetovalno podjetje, obiskati Planico. To je bilo leto neverjetnih športnih uspehov za Slovenijo, Peter Prevc je bil v Planici zmagovalac finala svetovnega pokala. Občutek zmagooslavja in narodovega ponosa je bil neizmeren. »Takrat se je Sonji utrnula ideja, da bi bilo treba športni navdih prenesti tudi v slovensko gospodarstvo,« povod za nastanek knjige (P) ostanite prvi na svetu razloži sogovornik, ki je sicer po izobraževanju v Sloveniji že pri 24 letih doktoriral na nemški univerzi in akademsko pot nadaljeval na Harvardu. »Čeprav imamo tudi med slovenskimi podjetniki svetovne prvake – naj omenim le v tej knjigi podrobno opisane predstavnike Novartisovega podjetja Lek, Gorenje, IEDC, RVG in Studio Moderna – ta iskra še ni preskočila na vse gospodarstvo. Hkrati pa je vprašanje, ali bodo zdaj opevani slovenski paradni konji ostali svetovni prvaki tudi v prihodnje,« pravi sogovornik, ki bo svojo novo knjigo v tork predstavljal slovenski javnosti na poslovnih šoli IEDC Bled.



Andrej in Sonja Vizjak FOTO OSEBNI ARHIV

Vizjak in njegova žena Sonja sta tudi ustanovitelja in lastnika prvega digitalnega svetovalnega podjetja AV.consulting, ki ponuja strateške rešitve na digitalni platformi za precej manj denarja, kot zanje plačajo podjetja, ki jih pri načrtovanju sprememb za več sto tisoč evrov naročajo pri svetovalcih, da ti pridejo v podjetja. Vizjak ima dolgoletne izkušnje v mednarodnih svetovalnih korporacijah kot sta PwC in A. T. Kearney. Za svetovalno metodo, ki jo zdaj trži sam, je leta 2013 zmagal na natečaju za najboljši svetovalni koncept, na katerem je sodelovalo 20.000 poslovnih svetovalcev z vsega sveta. »Prvo mesto mi je žirija namenila za metodologijo formule in zapisala, da je to najvplivnejši sodobni strateški svetovalni koncept. Metodologijo na poslovnih primerih predstavljam v tej knjigi. Moja izkušnja pa je dokaz, da imamo v gospodarstvu vsi enake možnosti,« nam je dejal Vizjak. Kje v Sloveniji vidi največ možnosti, da postanemo prvi? »Možnosti je veliko, tako kot mi ponujamo digitalno svetovanje, bi bilo lahko digitalno tudi obiskovanje zdravnikov, pravne storitve, učni procesi. Vse storitve je mogoče digitalno ceneje in kvalitetnejše izvesti po spletu. Prav tako omogočajo večjo transparentnost, saj digitalni nasveti puščajo sled. Svetovalec si ne more privoščiti, da danes ponudi tak nasvet, čez en mesec pa popolnoma drugačnega.« Ampak težava slovenskih podjetji je, nadaljuje Vizjak, da so premalo ambiciozna. »Ko sem začel projekt, sploh nisem vedel, katero od naših podjetji opisati kot primer dobre prakse, od večine podjetji sem prejel slabe odgovore, v smislu: 'Mi ne znamo nič bolje kot drugi.' Med državnimi podjetji niti eno ni znalo naštetih svoje edinstvene sposobnosti, ki jih dela boljše od konkurence. Potem sem kontaktiral direktorje, ki jih osebno poznam in vem, da so kot ljudje nekaj posebnega, in dobil teh nekaj že omenjenih zgledov. V svetu ni težko najti svetovalnih prvakov, v Sloveniji zelo težko,« pravi. Med njimi je tudi Gorenje. In kaj o Vizjaku pravijo tam? »Vizjaka poznam že dolgo. Je eden najbolj talentiranih oseb v poslovnem svetu, kar sem jih kadarkoli poznal,« pravi Franjo Bobinac, predsednik uprave Gorenja. V knjigi so opisani trije zmagovalci iz vsake od desetih panog. »Na

podlagi analize 1500 podjetij sem določil, kaj je tisto, kar jih dela najboljše. Večina ljudi nima samozavesti, gredo na povprečno fakulteto, se zadovoljijo s povprečno službo ali povprečnimi rezultati podjetja, ki jim omogočajo preživetje. Takšni me ne zanimajo. Nerad se ukvarjam z ljudmi, ki nimajo vizije, želim delati le s tistimi, ki si želijo postati najboljši,« o tem, komu je namenjena knjiga pove Vizjak. Kdo je torej tisti, ki je najboljši. Primer Uberja in Tesle, o katerih lahko beremo v knjigi, kaže, da ne štejejo le prihodki in dobički. Oba namreč poslujeta z izgubo, ampak če bi ju želeli kupiti, bi morali plačati mnogokratnik njegovih prihodkov, ker borze verjamejo vanj, saj delata revolucijo na svojih področjih. »Za najboljše na svetu velja, da imajo samozavest, odločnost, disciplino in prepričljivost. Samozavest potrebujete, da odkrijete svoje edinstvene sposobnosti. Disciplino potrebujete, da opredelite podroben zmagovalni načrt. Prepričljivost potrebujete, da



VEČINA LJUDI NIMA SAMOZAVESTI, GREDO NA POVPREČNO FAKULTETO, SE ZADOVOLJIJO S POVPREČNO SLUŽBO ALI POVPREČNIMI REZULTATI PODJETJA, KI JIM OMOGOČAJO PREŽIVETJE.

zagotovite ustrezno financiranje in človeške vire. Odločnost pa potrebujete, da tako kot vodilna podjetja na svetu zares dosežete postavljene visoke cilje.« Zanimiv je tudi v knjigi opisan primer podjetja Jamnik iz Medvod, ki ima s prodajo embalaže na leto osem milijonov prihodkov. A to, kot pravi Vizjak, ni dovolj in se ne uvršča niti med lokalne specialiste, saj v regiji ni niti tretji največji. Analiza je pokazala, da ima podjetje 48 odstotkov lastnosti mednarodnega zmagovalca, a to seveda lahko spremenijo in tudi bodo, saj imajo jasno vizijo postati vodilni. Vizjak tako navaja, da morajo za doseganje tega cilja vsako leto za 15 odstotkov povečati rast prihodkov, da bodo leta 2020 lahko dosegli 15 milijonov evrov prihodkov, in poskušati prevzeti katero drugo podjetje. Tako so v knjigi praktično opisani načrti za podjetja, ki si želijo biti najboljša, ali v regiji ali globalno, saj prav vsakomur lahko uspe, je prepričan Vizjak, ki je svetovalno analitično metodo razvijal petnajst let.

pija.kapitanovic@delo.si