



Intervju

# Paziti moramo, da ne sledimo slepo nekemu trendu čez rob pečine

Barbara Perko, foto: Barbara Reya

**»Slovenija je majhna država, ki ima moderno infrastrukturo in inteligentne ljudi, načeloma bi lahko bila pilotska država, kjer bi se preizkušale nove tehnologije,« ocenjuje dr. Aleks Jakulin. Pri tem pa je treba paziti, kaj se dejansko da in kaj ne.**

Dr. Aleks Jakulin je profesor, raziskovalec, podjetnik, ustanovitelj in direktor podjetja 1o Inc. Razpet je med ZDA, kjer je bilo ustanovljeno njegovo trenutno podjetje 1o Inc, in Slovenijo, kjer trenutno sodeluje v ekipi, ki ustvarja projekt Sledilnik.

Računalniki so ga pritegnili že v ranem otroštvu. Že pri rosnih sedemnajstih letih je bil v ekipi, ki je razvila grafični standard PNG, nato se je zaposlil v podjetju Hewlett Packard, kjer so razvili format JPEG-LS. Leta 2005 je doktoriral v Ljubljani na temo umetne inteligence. Kot raziskovalec, potem znanstvenik in profesor, je delal na univerzi Columbia v New Yorku, kjer je preoblikoval in predaval predmet analiza podatkov. Leta 2009 je stopil v podjetniške vode.

Z dr. Jakulinom smo se pogovarjali pred letošnjim Dnevom inovativnosti, ki bo potekal pod sloganom »Nove inovacije, nova realnost« in na katerem bo udeležence tudi nagovoril.

*Inoviranje in startupi – eno brez drugega, se zdi, nekako ne gre. Kako bi vi opisali to dinamiko?*

Startupi so dober način financiranja in organiziranja inovacij. Ni pa vsaka inovacija primerna za startup. Na primer, ko imaš inkrementalne inovacije v proizvodnem procesu – recimo izboljšave obstoječega izdelka ali procesa – jih je bolje narediti znotraj organizacije. Ko pa imaš nove poslovne modele, popolnoma nove

prodkte, ni alternative startupu. Novo podjetje je ogromen podvig, zato je redko kdaj smiselno iti v startup, ko lahko narediš to znotraj podjetja.

*Izkušnje imate z obeh strani luže. Kaj so po vašem mnenju ključne razlike med startupi in pristopom do njih v ZDA in pri nas?*

Amerika ima zgodovino herojev podjetnikov. Pri nas imamo, na primer, kot heroje pesnike in pisatelje. Na podoben način, kot mi obravnavamo pesnike in pisatelje, v Ameriki obravnavajo podjetnike. Kultura podjetništva tam je taka, da vsi otroci slišijo te zgodbe, odrasli vedo, kako je lahko nekdo z neko idejo in sposobnostjo realizacije te ideje uspešen in ima neko čast v družbi. To olajša vse zadeve, povezane s podjetništvom.

Na nek način je tragedija Slovenije, da se pojmuje podjetnike kot pohlepne kapitaliste, ker to oteži inovativnost. Inovativnost bi lahko družbo popeljala naprej. Kot družba si ne moremo privoščiti takega žaljivega odnosa do nekoga, ki gradi družbo in ustvarja napredek. Po drugi strani pa je nesprejemljivo za gospodarsko skupnost, da tolerira v svoji družini ljudi, ki mečejo slabo luč na celotno dejavnost. Po mojem imamo tukaj še ogromno nekega potenciala tako med razumevanjem »dobrega« podjetništva in pa izločevanjem slabih akterjev.

**Na nek način je tragedija Slovenije, da se pojmuje podjetnike kot pohlepne kapitaliste, ker to oteži inovativnost. Inovativnost bi lahko družbo popeljala naprej.**

**Slovenija je majhen trg. Na kaj vse mora računati slovenski startup, ki želi seči preko meja Slovenije?**

Prvič, dostop do podjetniškega kapitala v Sloveniji je precej težak. Drugič, državno financiranje vodijo ljudje, ki v večini primerov nimajo neposrednih izkušenj v podjetništvu. Tretjič, ko gre za kakršnokoli financiranje, se je okoli korita zaredilo kar nekaj takih, ki to jemljejo predvsem zase in to že dolga leta. Tega ne moremo tolerirati.

Vsakič, ko greš čez mejo, stopiš na drugačen trg in v drugačno kulturo. Sam sem moral približno petnajst let živeti in delati v tujini, da sem dovolj spoznal okolje, da sem lahko posel postavil kot ameriško podjetje. Ljudje, ki bodo to vodili, morajo biti tudi v tujini priznani podjetniki, ki so nekaj naredili, imajo ustrezno znanje, intuicijo in kredibilnost.

Podjetništvo je zelo tvegana stvar. So ljudje, ki imajo ustrezne izkušnje in ustrezno intuicijo, ki pa mogoče še niso dosegli poslovnega uspeha, bi pa lahko dejansko desetkrat bolje počeli tisto, kar poskušajo ljudje iz državne uprave. Take ljudi je treba promovirati v take vloge, ker bi lahko ogromno naredili.

**Se vam zdi, da Slovenci premalo tvegamo oziroma da nismo pripravljeni na ta tveganja?**

Tveganje je samo po sebi slaba stvar, a je nekaj, kar včasih enostavno moraš narediti, da prideš na cilj. Vprašanje je, kakšne so posledice tveganja. Slovenija ima relativno povezano družbo, kjer posameznik, če ga spodnese, ne bo umrl od revščine. Po drugi strani pa Slovenci ne znamo ceniti truda in tveganja, ki mogoče na koncu ne pripelje do nekega dobrega rezultata, kljub temu da ni bila storjena nobena napaka.

**Kakšne morajo biti nove inovacije za novo realnost in kaj ta nova realnost pomeni?**

Vprašanje je, kaj je nova realnost. Dve stvari je treba izpostaviti. Eno so problemi, ki jih imamo in ki na nek način zahtevajo neko soočenje z njimi. Na drugi strani pa so trendi. Včasih imaš trende, ki ne rešujejo nobenega problema, kvečjemu jih samo še slabšajo. Paziti moramo, da ne sledimo slepo nekemu trendu čez rob pečine. Po drugi strani pa tudi moramo paziti, kaj se dejansko da in kaj ne. Vse polno je nekih idej, ki bi v teoriji, če bi vsi to imeli, znali uporabljati, vedeli za to in jih razumeli, delovale.

Ampak v resničnem življenju ni tako. Vsako inovacijo je treba spraviti čez in naučiti ljudi. To je treba narediti tako, da ti bodo tvoji investitorji zaupali in da ne boš v bistvu ti samo učil trga za konkurente, ki ti sledijo. Ključno je, da smo realni. Mislim, da je v Sloveniji dosti posnemovalcev. Lahko posnemaš, kar je nekdo naredil v tujini, a so po mojem mnenju take zgodbe v veliki meri nezanimive in se na koncu ne obnesejo. Hkrati imamo cel kup projektov, ki živijo od investitorjev, največ javnih, pa ne pride in ne bo prišlo do prebojev.

**Kako ste v svoji dosedanji karieri sami pristopali k inovacijam?**

Na dva načina. Včasih sem videl priložnosti kot inženir, ko sem videl neko neučinkovitost in sem hotel to izbolj-

šati. V zadnjem času gledam bolj iz vidika problema, ki ga nekdo ima in ga znam rešiti. Če ti rešuješ problem, ki ga ima nekdo, je to običajno lažje, kot če samo na nek način daješ eno inovacijo na vrh preteklih inovacij v nečem, kar mogoče nima dobrega trga.

**Večkrat ste že poudarili, da bo Slovenija tuje investitorje lahko pritegnila le, če bo lahko ponudila nekaj, česar druge države ne morejo. Kje vidite, da ima Slovenija še neizkoriščen potencial?**

Slovenija je majhna država, ki ima moderno infrastrukturo in inteligentne ljudi in tako naprej, da bi lahko bila pilotska država, kjer bi se preizkušale nove tehnologije. Vsako podjetje, ki ima nek nov koncept, mora to zadevo nekje preizkusiti, da jo lahko proda nekemu drugemu. Eden mojih mentorjev in prijateljev ima tehnologijo, ki izboljša komunikacijo med učitelji in starši. Oni morajo to prodajati vsaki šoli posebej, kar je izredno drago in počasno. Če bi lahko to zadevo poskusno implementirali v eni državi, bi bila to zmaga za vse. Podjetje bi lahko pokazalo, kako odlična je lahko zadeva, ko jo sprejme cela država. Po drugi strani pa bi Slovenija zastoj pridobila tehnologijo, ki bi jo sicer morala drago plačati. S tako zgodbo, ko bi podjetje lahko reklo: 'Poglejte, tukaj cela država uporablja naš sistem. Poglejte, kaj vse smo se naučili in kako je bilo vse lažje', bi lahko lažje prepričali mesta v Ameriki, ki so tako velika kot Slovenija, da je smiselno v to investirati.

Realnost je drugačna. Veliko primerov je, ko gre nekdo z javnim denarjem in s starimi prijatelji izumljati toplo vodo, namesto da bi jo poceni kupil v tujini in državljanom prihranil denar za druge stvari. Na ta način izgubimo na obeh frontah – ne uspemo denarja usmeriti in transformirati v Sloveniji v tržno zanimivo tehnologijo, ki bi se lahko prodajala v tujini, Slovenci kot državljani pa ne dobimo tehnologije, ki bi jo lahko poceni kupili na trgu. Marsikaj se da narediti na sprejemanju inovacij, ne samo na inoviranju. Inoviraš lahko na parih frontah, sprejemaš pa lahko inovacije od vsepovsod. Za uspešno inovacijsko politiko moraš biti fokusiran.

**Marsikaj se da narediti na sprejemanju inovacij, ne samo na inoviranju. Inoviraš lahko na parih frontah, sprejemaš pa lahko inovacije od vsepovsod.**





***Izkušnje imate tako iz gospodarske kot akademske sfere. Kakšno je v ZDA sodelovanje med gospodarstvom in univerzami?***

Ne vem, če je kaj bistveno drugače. Mogoče kot zanimivost. Na Columbii smo imeli pisarno, ki se ukvarja s tem, kako se inovacije iz univerze ponudi na trgu. Pisarna pomaga patente prijaviti, najti podjetja, ki bodo neko tako tehnologijo licencirala itn. Slovenske fakultete so vsaka kot en svoj univerzum. Malo je povezovanja med njimi, kar otežuje sinergije in dopolnjevanje med različnimi področji. Velika omejitev slovenskih fakultet je tudi, da študenti študirajo vse predmete samo na eni fakulteti. Vsaj 25 odstotkov vseh izpitov bi morali študenti opraviti na drugih fakultetah in to tudi zato, da pride do mešanja in povezovanja med študenti izven njihovih ozkih področij. Ločevanje kultur med strogo akademijo in strogim poslovnim okoljem je podoben problem, mogoče v tujini še večji kot v Sloveniji.

***Kaj glede na vaše izkušnje ocenjujete, da je tisto, česar se podjetniki na začetku poti premalo zavedajo? Kaj bi bil nasvet nekemu, ki razmišlja o podjetništvu?***  
Moj nasvet je: 'Ne tega delat.' (smeh). Grozno težko je, dolgotrajno in srce trgajoče. Po mojem moraš biti res zmešan, da se kakšne take zadeve lotiš.

***V ZDA deluje vaše podjetje 1o Inc. Kako bi nekemu na preprost način razložili, kaj ponujate, s čim se ukvarjate?***  
Trenutno, če posluješ na internetu, imaš svojo stran ali svojo aplikacijo in poskušaš vse ljudi spraviti tja, da bodo tam s tabo naredili neko transakcijo. To je zelo neučinkovito. Ves čas moramo potovati nekam, kjer bomo potem naredili neko transakcijo. Naša tehnologija to skrči v en majhen modul, ki ga lahko potem damo vsepovsod. Zakaj je to tako pomembno? To podjetju, ki prodaja na internetu, zmanjša stroške trženja. Še pomembneje pa je to, da ustvarimo vir dohodka za tiste, ki imajo svoje internetne strani in ki trenutno zelo težko živijo od oglaševanja, članarin in naročin. V preteklih desetletjih je bilo v Sloveniji dosti več takih zanimivih internetnih strani, zdaj pa imamo samo še nekaj portalov, vse ostalo je opustelo in to je samo zato, ker niso imeli dovolj dohodkov. Vmes pošiljamo pakete denarja in delimo vse svoje osebne in poslovne skrivnosti raznim Googlom in Facebookom. Zakaj?



**Velika omejitev slovenskih fakultet je, da študenti študirajo vse predmete samo na eni fakulteti.**

**Mine veliko časa, preden lahko ena inovacija pokaže svoj polni potencial, in do takrat je treba to zadevo na nek način negovati z železno voljo.**

Oglaševalci so se iz lokalnih strani in portalov premaknili na Google in Facebook, ki promet obdržita zase, za razliko od tega, da bi promet pošiljali do tistih, ki so dejansko ustvarili vsebine. Posledično nimamo več vsebine, kot ekonomija pa dopuščamo Facebooku in Googlu, da imata ogromno moč nad neko državo, za prihodnost katere jih prav malo briga.

Inovacija ekipe 1o uporabniku ponuja možnost varnih transakcij na različnih straneh, kot založnik imaš možnost dosti boljšega poslovnega modela in kot trgovec si z njim znižaš stroške marketinga in oglaševanja, kar je eden največjih problemov. Rešujemo stvari na vseh frontah. Še zmeraj smo majhni, na začetku in moramo to zadevo začeti spravljati na trg in to je ta velik izziv. Tudi če izumiš avto, v redu, si izumil avto, ampak nikjer ni cest, nikjer ni asfalta, ni bencinskih črpalk. Mine veliko časa, preden lahko ena taka inovacija pokaže svoj polni potencial, in do takrat je treba inovacijo na starševski način negovati z železno voljo.

***Kakšni so torej cilji za naprej?***

Smo na točki, ki imamo uspešne pilotske projekte z vodilnimi založniki in prodajalci v ZDA. Če smo naredili en avto, pa še ni cest, smo zdaj ugotovili, kje so tisti, ki bodo še zmeraj imeli korist od avta, kljub temu da še ni cest. In potem začnemo razmišljati, ali bomo mi gradili ceste, ali bomo poiskali tiste, ki znajo graditi ceste, ali bomo ugotovili, kje so ceste oz. kaj bi lahko uporabili kot ceste.

***Je na trgu, kot je ameriški, lažje ali težje uspeti, kot na primer na evropskem?***

Popolnoma odvisno. Skoraj na vseh področjih so primeri, ko uspe podjetje, ki je štartalo v Ameriki, in podjetje, ki je štartalo drugje. Vodilno orodje za upravljanje z naročninami za medije je podjetje, ki je začelo na Slovaškem. Tam jim je uspelo združiti časopise, da so se dogovorili za skupno prodajanje naročnine, ki omogoča dostop do vseh lokalnih medijev. Slovaško podjetje se je nato združilo z nekim ameriškim podjetjem. V Sloveniji sem se jaz trudil časopise spraviti skupaj, da bi se naredilo malo drugačno tehnologijo, ampak mi takrat ni uspelo. Takrat je zmagalo slovaško podjetje, meni kot slovenskemu podjetju ni uspelo narediti preboja. Omejitev je bila takrat ta, da nisem uspel prepričati velikih medijev v Ameriki, da je to dober pristop, ker so mislili, da bodo to sami naredili.

***Razpeti ste med ZDA in Slovenijo. S katerimi projekti se trenutno še ukvarjate?***

Verjetno je glavni drugi projekt Sledilnik, kjer se vzpostavlja fantastična skupnost in kjer se marsikaj dela ob odnosu oblasti, ki spominja na mačehovstvo.

***Od kje vam po vsem tem času, ki je minil od začetka pandemije, še ta energija, volja in pripravljenost?***

Tukaj je znana tista zgodba: Zakaj vojaki ostanejo na fronti? Ostanejo zaradi vojaka na levi in vojaka na desni. Cela zadeva na neki točki mogoče nima smisla, še zmeraj pa delaš nekaj, kar je dobro, in imaš krog ljudi, ki delajo skupaj s tabo. gg